

วารสาร

เทคโนโลยีการสื่อสาร

ประจำปี 2557



ISBN 978-616-7305-46-2

ชื่อหนังสือ

วารสาร กสทช. ประจำปี 2557
เล่ม 2/2
ISBN 978-616-7305-46-2

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ที่ปรึกษา

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

บรรณาธิการบริหาร

ฐากร ตัณฑสิทธิ์
ก่อกิจ ด้านชัยวิจิตร

กองบรรณาธิการ

นางสาวรุ่งตะวัน	จินดาวัลย์
นางสาวอรดา	เทพายน
นายณัฐวุฒิ	อาจปฐ
นางสาวอรรวี	เจริญพร
นางสาววีรธิดา	ชินธรรมมิตร
นายรัฐธีร์	รังสีกมลวัฒน์
นางสาวจิตติมา	ศุภเกษม
นายประถมพงศ์	ศรีนวล
นายชุตินพงศ์	กีสุขพันธ์
นางสาวภคจิรา	มีศิลารัตน์
นางสาวปิยนุช	โพธิ์แก้ว
นางสาวดิตรส	บุญยะมาลิก

สำนักงาน

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
เลขที่ 87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 (สายลม) แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2271 0151 – 60 โทรสาร 0 2271 3514

สารจากประธาน กสทช.

การพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ นับเป็นภารกิจสำคัญอีกประการหนึ่งที่ กสทช. ได้ประกาศเจตนารมณ์ไว้ตลอดมา ซึ่งการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในที่นี้มีความหมายทั้งการเป็นองค์กรที่ถ่ายทอดความรู้ออกสู่ภายนอก และการเรียนรู้จากภายนอกเพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การจัดทำหนังสือวารสาร กสทช. ประจำปี 2557 หรือ NBTC Annual Review 2014 ฉบับนี้ นับได้ว่าเป็นก้าวแรกของการดำเนินการที่สามารถสะท้อนหลักการสำคัญทั้งสองประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ

(ก) เพื่อเป็นสื่อในการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ กสทช. ใช้ประกอบการดำเนินนโยบาย การกำกับดูแลการประกอบกิจการสื่อสารในช่วงเวลาที่ผ่านมาให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน เพราะแม้ตลอดระยะเวลา 3 ปี กสทช. ได้มีการผลักดันนโยบายเพื่อพัฒนากิจการสื่อสารหลายประการ เช่น การจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับการประกอบกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคม ตลอดจนการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล รวมทั้งการผลักดันกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคในหลาย ๆ ด้าน หากแต่องค์ความรู้ที่ใช้ประกอบการผลักดันนโยบายเหล่านั้นกลับไม่เคยมีการบันทึกเผยแพร่สู่สาธารณชน ทำให้ในหลายโอกาสเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

(ข) เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาสู่แนวคิดความร่วมมือ ในทางวิชาการ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน มาร่วมนำเสนอมุมมอง แนวคิด และองค์ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน กสทช. ในการพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อเผยแพร่ให้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆ และผู้ที่สนใจในการนำไปใช้อ้างอิงในทางวิชาการ

ในการนี้ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสาร กสทช. ประจำปี 2557 ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ในแวดวงวิชาการ และเป็นส่วนสำคัญในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนต่อไป

พลอากาศเอก

(ธเรศ ปุณศรี)

ประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

บทนำ

การจัดทำ “วารสาร กสทช. ประจำปี 2557 (NBTC Annual Review 2014)” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้การบริหารคลื่นความถี่และการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งเพื่อรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการสื่อสารโทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาควิชาการ หน่วยงานของรัฐ ผู้รับใบอนุญาต หรือผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้สนใจจะได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ในปี พ.ศ. 2557 สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำหนังสือวารสาร กสทช. ประจำปี 2557 ออกเป็น 2 เล่ม คือ (1) รวบรวมบทความจาก กสทช. และผู้บริหารสำนักงาน กสทช. และ (2) รวบรวมบทความจากบุคคลทั่วไปทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน กสทช. โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม คือ (1) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และนักวิจัยของหน่วยงานของภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน (2) ภาคเอกชนที่สนใจ รวมถึงผู้ประกอบการ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (3) พนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช. และ (4) ผู้สนใจทั่วไป ซึ่งมีความได้รับการคัดเลือกจำนวน 20 บทความ มีเรื่องน่าสนใจมากมาย เช่น *Internet of Things* กับ *Third Platform* ปัจจัยสู่พัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิทัล การประยุกต์ใช้ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งเสาส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ การจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ ประชากรไทยที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต: กลุ่มคนที่เข้าไม่ถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร รุก ล้วง ลึก: กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ และเรื่องน่าสนใจอื่นอีกมากมาย ทำให้วารสารเล่มนี้มีเนื้อหาสาระที่หลากหลายและน่าสนใจยิ่ง

ในนามของสำนักงาน กสทช. และคณะทำงานจัดทำวารสาร กสทช. ประจำปี 2557 ขอขอบคุณผู้ส่งบทความทุกท่านที่ได้รับเลือกให้พิมพ์ในปี นี้ และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวารสาร กสทช. ประจำปี 2557 ทำให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีและมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นอย่างยิ่ง และหวังว่าจะได้รับความร่วมมือเช่นนี้ตลอดไป



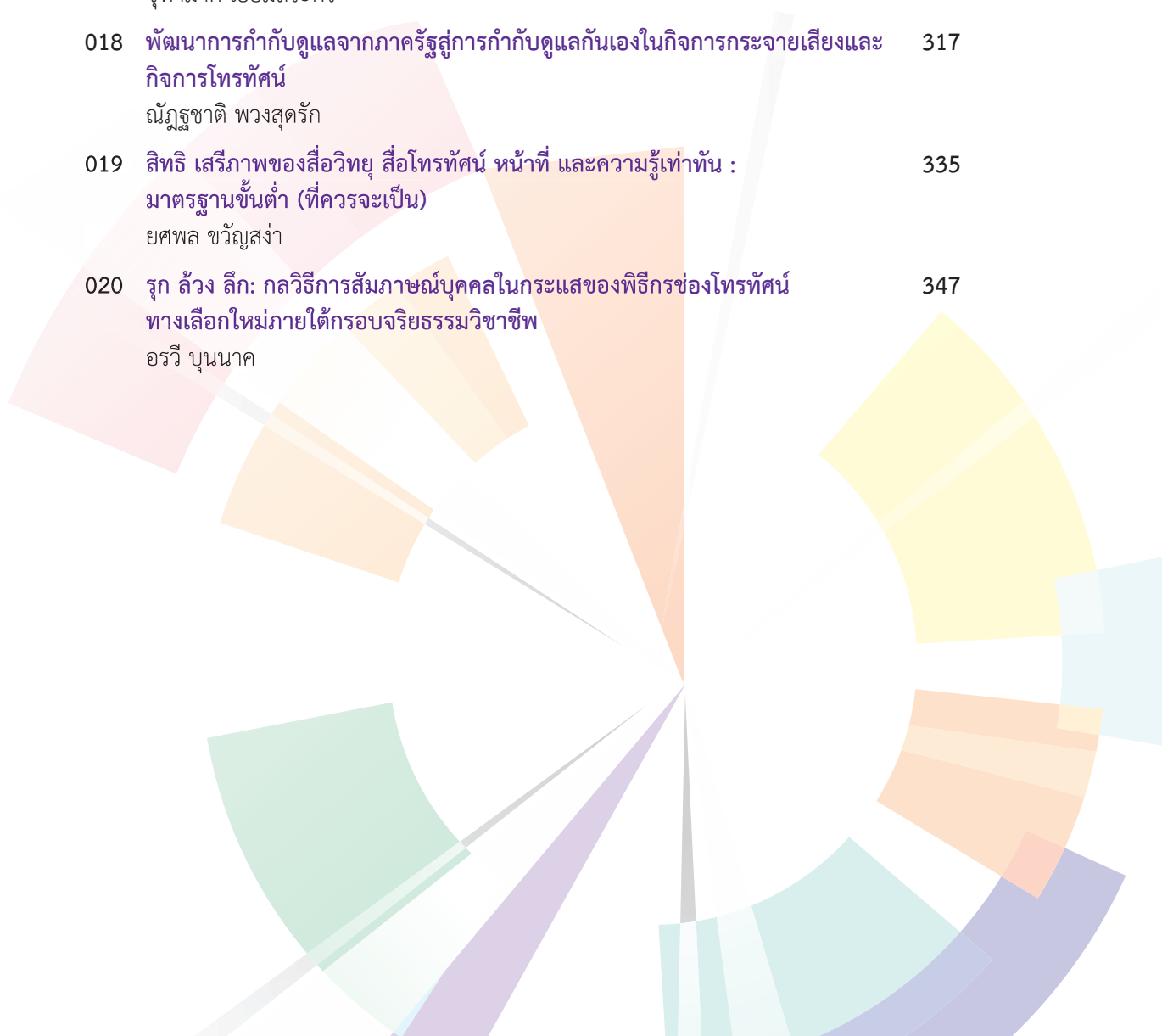
(นายฐากร ดันพลสิทธิ์)

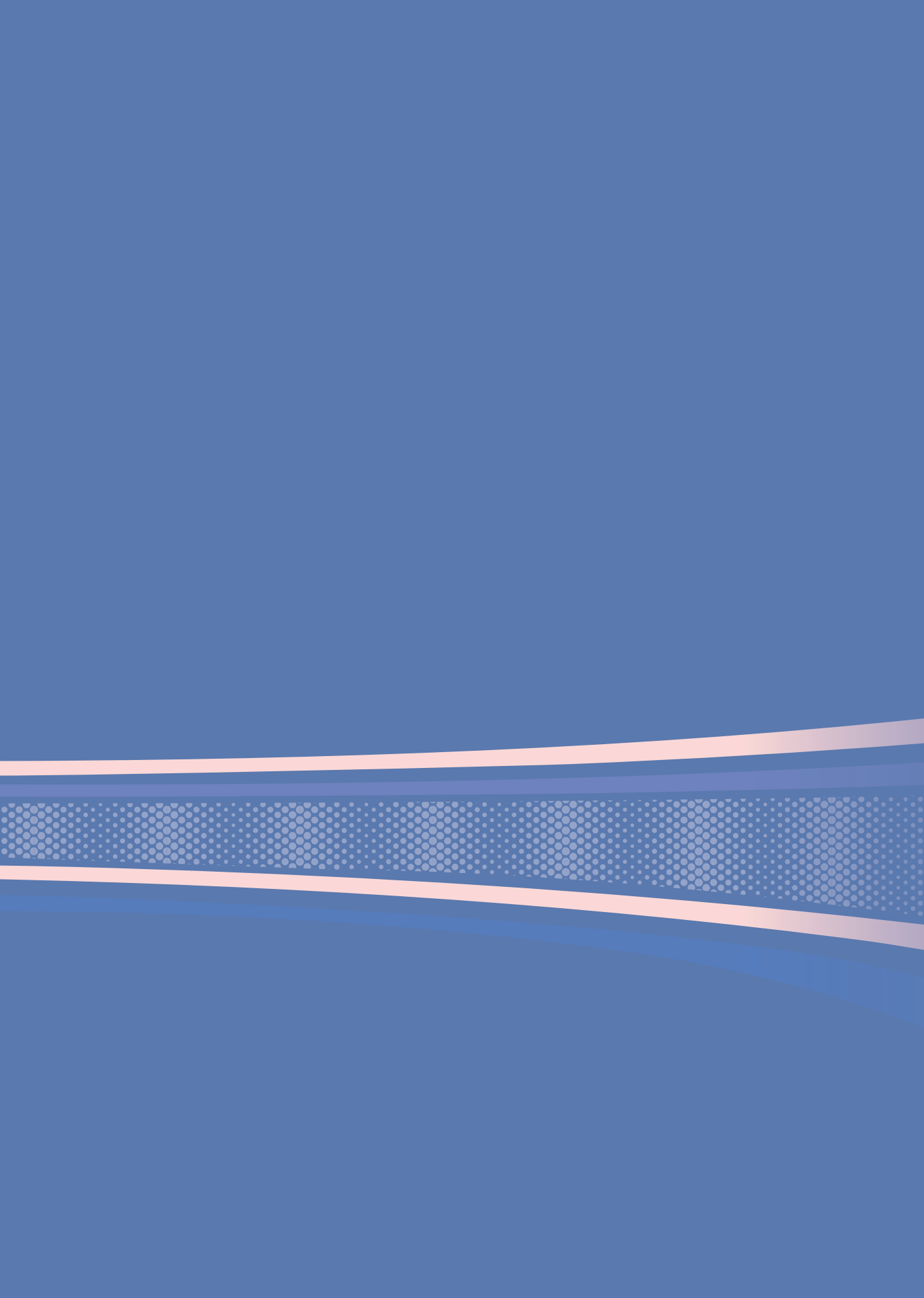
เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
บรรณาธิการบริหาร

สารบัญ

001	การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ศาสตราจารย์พิเศษ เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์	011
002	เทคโนโลยี Second Screen ยุคทีวีดิจิตอลไทย ธนา ทุมมานนท์	025
003	มาตรฐานการสื่อสารไร้สายระยะใกล้ด้วยแสงที่มองเห็นได้ : การส่องสว่างข้อมูล ปรีชา กอเจริญ เกียรติศักดิ์ ศรีพิमानวัฒน์	047
004	Internet of Things กับ Third Platform ปัจจัยสู่พัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิตอล ไพโรจน์ ไวกวนิชกิจ	061
005	การพัฒนาแอปพลิเคชันของภาครัฐในยุคดิจิตอล สาครรัตน์ นักปราชญ์ พรประภา วงษ์สนิท	087
006	The Internet of Things : Introduction to the concept of smart farming and the underlying security concern Nisamanee Sombatruang	109
007	การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม: อดีต ปัจจุบัน และอนาคต คณิน นิติวงศ์ ณัฐสุด อาจารย์วงศ์ สุจิตา พูนมากสถิตย์	135
008	ค่าเชื่อมต่อโครงข่าย: อุปสรรคการเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย ชีวิน สันธิ	155
009	การประยุกต์ใช้ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ อุษา โรจน์นครินทร์ นงเยาว์ เมืองดี	169
010	จากวันนั้น ... ถึงวันนี้ ของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมไทย อัญชลี เจตรังษี	187
011	ความนิยมในการรับชมโทรทัศน์หรือทีวีเรตติ้ง คัคนางค์ จามะริก	201
012	การออกแบบการประมวลผลคลื่นความถี่ พัชรสุทธิ สุจริตตานนท์	219

013	การจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมทางเลือก ว่าที่ ร.ต. ทรงพล สงวนจิตร	235
014	มาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ผ่านทางฟรีทีวี ในสหราชอาณาจักรประเทศเบลเยียมและประเทศไทย อรรถจน์ ชลวร	249
015	การสื่อสารโทรคมนาคมของประชาชนชาวไทย : การวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรม ผู้เข้าถึงบริการในพื้นที่เขตเมืองและชนบท ฐิตินันท์ ผิวนิล	267
016	ประชากรไทยที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต : กลุ่มคนที่เข้าถึงไม่ถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร ภลดา วงศ์ไชยา	283
017	ถอดรหัสเนื้อหาสื่อ เหยียดอีกด้านในยุคที่สื่อหลอมรวม จุฑามาศ เอี่ยมสระศรี	301
018	พัฒนาการกำกับดูแลจากภาครัฐสู่การกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ ณัฐชาติ พวงสุตรัก	317
019	สิทธิ เสรีภาพของสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หน้าที่ และความรู้เท่าทัน : มาตรฐานขั้นต่ำ (ที่ควรจะเป็น) ยศพล ขวัญสง่า	335
020	รุก ล้วง ลึก: กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ ทางเลือกใหม่ภายใต้กรอบจริยธรรมวิชาชีพ อรวิ บุนนาค	347





การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน



001



การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ศาสตราจารย์พิเศษ เศรษฐพร คุศรีพิทักษ์ *

ความรู้ความเข้าใจของประชาชนคนไทยเกี่ยวกับอาเซียน (ASEAN) กับประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ดูจะยังสับสนอยู่ ถึงแม้จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ แต่ดูเหมือนว่า จะมุ่งสื่อสารเฉพาะประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นสำคัญ ซึ่งคงจะเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่วัดผลได้ง่าย

ในขณะที่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนก็มีผลกระทบที่แสดงออกตามเหตุการณ์ที่ถึงแม้จะเข้าใจได้ยาก แต่ก็เห็นผลได้ชัด มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์น้อย เมื่อเทียบกับ

มิติด้านเศรษฐกิจ

ส่วนในมิติด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น กลับมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยมากเมื่อเทียบกับมิติอื่นทั้งสอง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่ามีความละเอียดอ่อน มีความสลับซับซ้อน มีความหลากหลาย และมีความใกล้เคียงกันมาก จนยากที่จะแยกแยะชัดเจน

ดังนั้น จึงใคร่ขอนำเสนอข้อมูลและความคิดเห็น เพื่อให้การเตรียมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ และการจะดำรงชีพอยู่ในประชาคมอาเซียนอย่างมีความสุขตลอดไป

อาเซียน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations-ASEANS - อาเซียน) เป็นองค์การระหว่างประเทศระดับอนุภูมิภาค จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 หลังจากการลงนามในปฏิญญากรุงเทพ (The Bangkok Declaration) หรือ Declaration of ASEAN

Concord โดยสมาชิกผู้ก่อตั้งประกอบด้วย ประเทศสมาชิก 5 ประเทศ (ในขณะนั้น) คือ ประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และ สิงคโปร์ หลังจากนั้น ได้เปิดรับสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นอีก 5 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม (2527) เวียดนาม (2538) ลาว (2540) พม่า (2540) และ กัมพูชา (2542) รวมเป็น 10 ประเทศสมาชิก

* อดีตอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ และอดีตกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)

ประชาคมอาเซียน

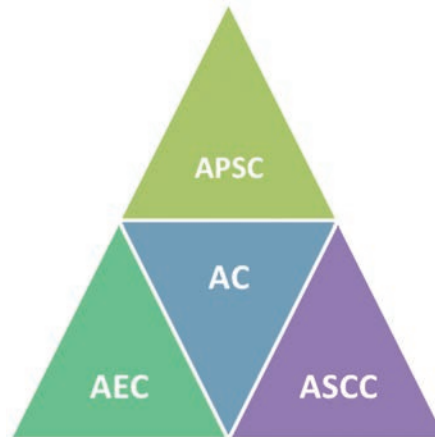
ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community - AC) มีประวัติความเป็นมาสรุปได้สั้นๆ ดังนี้

เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2540 ผู้นำอาเซียนได้รับรองเอกสารวิสัยทัศน์อาเซียน 2020 (ASEAN Vision 2020) ซึ่งได้กำหนดเป้าหมายว่า ภายในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) อาเซียนจะเป็น

- 1) วังสมานฉันท์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 2) หุ่นส่วนการพัฒนาอย่างมีพลัง
- 3) มุ่งปฏิสัมพันธ์กับประเทศภายนอก และ
- 4) ชุมชนแห่งสังคมเอื้ออาทร

ต่อมาในการประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) ครั้งที่ 9 ระหว่างวันที่ 7-8 ตุลาคม 2546 ที่ประชุมฯ ได้มีมติเห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) ประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่

1. ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political Security Community - APSC)
2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC)
3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community - ASCC)



หลังจากนั้น ในที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 12 เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2550 ที่เมืองเซบู ประเทศฟิลิปปินส์ ผู้นำอาเซียนได้มีมติเห็นชอบให้เร่งรัดการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน ภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) โดยเร่งรัดให้เร็วขึ้น 5 ปี

อย่างไรก็ดี ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 21 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2555 ที่กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ผู้นำอาเซียนได้มีมติตกลงกำหนดวันที่อาเซียนจะเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการภายในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) คือ แทนที่จะเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 แต่เปลี่ยนเป็นวันสิ้นปี พ.ศ. 2558

เสาหลักของประชาคมอาเซียน

ดังกล่าวมาแล้วว่า ประชาคมอาเซียนประกอบด้วยเสาหลัก 3 ด้าน คือ

1. ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political - Security Community -APSC) ซึ่งมีเป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ

1.1 มีกติกาและมีการพัฒนาด้านนิยมนและ
บรรทัดฐานร่วมกัน

1.2 มีความสงบสุข ความเป็นเอกภาพ
ความแข็งแกร่ง และ มีความรับผิดชอบร่วมกัน

1.3 มีพลวัตและมีปฏิสัมพันธ์กับนอก
ภูมิภาคอาเซียน



อย่างไรก็ตาม มิติในด้านการเมืองและความ
มั่นคงนั้น โดยทั่วไปก็มักจะเข้าใจว่าเกี่ยวข้อง
กับการเมืองภายในประเทศ การเมืองระหว่าง
ประเทศสมาชิก ทั้งในระดับพหุภาคี และระดับ
ทวิภาคี ข้อขัดแย้งในด้านอาณาเขตซึ่งมีผลเกี่ยวกับ
ทรัพยากรธรรมชาติ ในประเด็นละเอียดอ่อน
ด้านศาสนาและชาติพันธุ์ ความสงบสุข สันติภาพ
ความสามัคคี สมานฉันท์ รวมทั้งความปลอดภัย
ในการประกอบอาชีพ ความปลอดภัยจากการ
คุกคามของภัยพิบัติหรือภัยธรรมชาติ ความร่วมมือ
ในการป้องกันปัญหา การแก้ไขปัญหาทั้งในด้าน
การเมืองและความปลอดภัย ความเป็นอันหนึ่ง
อันเดียวกัน



2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN
Economic Community - AEC) โดยมีเป้าหมาย
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ได้แก่

2.1 การเป็นตลาดและมาตรฐานการ
ผลิตเดียว

2.2 การสร้างขีดความสามารถของ
อาเซียนในการแข่งขันภาคเศรษฐกิจ

2.3 การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
และเท่าเทียมกัน

2.4 การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก



เมื่อกล่าวถึงด้านเศรษฐกิจ โดยทั่วไปก็จะเข้าใจกันว่า ต้องเกี่ยวข้องในมิติต่าง ๆ คือ การพาณิชย์ ซึ่งจะรวมถึงการค้าขายทั้งสินค้าและบริการ อุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมเบา เกษตรกรรม ทั้งการผลิต การจำหน่าย การขนส่ง และคมนาคม ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การคลัง ทั้งในด้านการเงิน การบัญชี การธนาคาร วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจในทุก ๆ ด้าน ทั้งพลังงานธรรมชาติ พลังงานทดแทน ซึ่งแน่นอนว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับช่องทางและโอกาสในการทำมาหากิน การค้าการขาย การลงทุน การเคลื่อนย้ายแรงงานในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ



3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community -ASCC) โดยมีเป้าหมายในการดำเนินการที่สำคัญใน 6 ด้าน คือ

- 3.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 3.2 การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม
- 3.3 สิทธิและความยุติธรรมทางสังคม

- 3.4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
- 3.5 การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน
- 3.6 การลดช่องว่างทางการศึกษา



ทั้งนี้ ในมิติด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น โดยทั่วไปย่อมเข้าใจว่าเกี่ยวข้องในทุกๆ ด้าน เช่น การศึกษา ซึ่งจะต้องเกี่ยวกับการพัฒนาในทุกด้าน ทั้งหลักสูตร การเรียนการสอน ผู้สอน การสาธารณสุข มานุษยวิทยา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งคงจะต้องดำเนินการทั้งในด้านความรู้ความสามารถ ความรับผิดชอบ ความมีระเบียบวินัย กฎกติกาสังคม ศาสนา ภาษาและการสื่อสาร ศิลปะทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็นดนตรี กีฬา วรรณกรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต การกิน การอยู่ การพักผ่อนหย่อนใจ การกีฬา สิทธิและเสรีภาพ พิพิธภัณฑสถาน ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ ความเป็นธรรมในสังคม ชุมชนและองค์กรทางสังคม เป็นต้น



การเตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

การเตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนในแต่ละด้านนั้น จากข้อมูลของกรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศปรากฏว่ามีความคืบหน้าไปมากแล้วซึ่งอาจสรุปประเด็นที่สำคัญเสนอไว้ดังนี้

1. ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน

กระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานประสานหลักร่วมกับหน่วยงานอื่นด้วยคือ กระทรวงกลาโหม กระทรวงมหาดไทย และ กระทรวงยุติธรรม ซึ่งได้ภาพรวมสรุปได้ดังนี้

1.1 มีการจัดตั้งสถาบันอาเซียนเพื่อสันติภาพและความสมานฉันท์

1.2 มีการจัดทำปฏิญญาอาเซียนว่าด้วยสิทธิมนุษยชน

1.3 มีการจัดทำอนุสัญญาว่าด้วยการต่อต้านการค้ามนุษย์

1.4 มีการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียน - จีน เพื่อแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับทะเลจีนใต้

2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานประสานหลัก โดยได้ร่วมมือกับกระทรวงอื่น ๆ ด้วย เช่น กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงแรงงาน ฯลฯ ซึ่งในภาพรวมมีพัฒนาการดำเนินการที่สำคัญสรุปได้ ดังนี้

2.1 จัดทำความตกลงอาเซียนว่าด้วยการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา

2.2 ความตกลงอาเซียนว่าด้วยการค้าบริการ ได้มีผลบังคับใช้แล้ว

2.3 ข้อตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreement-MRA) เพื่อเคลื่อนย้ายแรงงานที่มีทักษะซึ่งได้จัดทำแล้ว 7 วิชาชีพ (ได้แก่ 1. แพทย์ 2. ทันตแพทย์ 3. นักบัญชี 4. วิศวกร 5. พยาบาล 6. สถาปนิก 7. นักสำรวจ)

2.4 มีการตกลงเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ระหว่างอาเซียนกับ 6 ประเทศ คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และ อินเดีย

3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นหน่วยงานประสานหลัก โดยได้ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ด้วย เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข และ สำนักงาน กพ. เป็นต้น ซึ่งในภาพรวมมีผลงานที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

3.1 การจัดตั้งกลไกใหม่ ได้แก่ รัฐมนตรีอาเซียนด้านกีฬาและรัฐมนตรีอาเซียนด้านสตรี

3.2 มีการจัดทำคู่มือหลักสูตรอาเซียน

เพื่อให้ประเทศสมาชิกใช้ประโยชน์

3.3 มีการส่งเสริมบทบาทของภาคประชาสังคม

3.4 มีคณะกรรมการอาเซียนว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิสตรีและสิทธิเด็ก

นอกจากการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในแต่ละด้านดังกล่าวข้างต้นแล้ว ประเทศไทยยังมีบทบาทสำคัญในการเสนอให้มีการเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน (ASEAN Connectivity) ด้วย ซึ่งที่ประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 15 เมื่อเดือนมกราคม 2552 ที่ชะอำ-หัวหิน ที่ประชุมเห็นชอบตามที่ประเทศไทยเสนอ จนมีผลให้มีการจัดทำแผนแม่บทว่าด้วยการเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน ซึ่งประกอบด้วย การเชื่อมโยงระหว่างกัน 3 ด้าน คือ

- 1) การเชื่อมโยงในด้านโครงสร้างพื้นฐาน
- 2) การเชื่อมโยงในด้านกฎระเบียบ
- 3) การเชื่อมโยงระหว่างประชาชน

นอกจากนี้ ยังมีความคืบหน้าที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานหลัก มีการดำเนินการในหลายรูปแบบ เช่น มีการจัดทำคู่มืออาเซียน มีการจัดอบรมและสัมมนา ข้าราชการและสื่อมวลชน ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด และจัดตั้งเว็บไซต์ www.asean thai.net เพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลสำหรับทุกฝ่ายใช้ประโยชน์

การสื่อสารเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

การสื่อสารประชาสัมพันธ์เรื่องประชาคมอาเซียนเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดมา แต่มีข้อสังเกตดังต่อไปนี้

1. สารสนเทศ หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนมีอยู่มากเป็นทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมาของประชาคมอาเซียน วัตถุประสงค์ของแต่ละเสาหลัก ความคืบหน้าของการเตรียมพร้อมและผลการดำเนินงานของประเทศไทยในแต่ละด้าน รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำลังดำเนินการ แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า สารสนเทศเหล่านี้ยังคงเผยแพร่อยู่เฉพาะในหมู่ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นส่วนใหญ่ หรือในหมู่ผู้ที่สนใจอย่างจริงจังเท่านั้น ยังไม่สามารถนำไปสู่ความเข้าใจของประชาชนโดยทั่วไปอย่างทั่วถึง

2. ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ทางด้านโทรทัศน์ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุดนั้น ก็ปรากฏข่าวสารของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นส่วนใหญ่ ข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมการเมืองและความมั่นคงมีค่อนข้างน้อย และข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมมีน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกันจนทำให้เกิดความเข้าใจว่าประชาคมอาเซียนคงเน้นเฉพาะมิติในด้านเศรษฐกิจ

3. สารสนเทศ ที่มีอยู่ ณ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ และ กรมประชาสัมพันธ์ นั้น เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเป็นสารสนเทศที่เน้นว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง แต่ไม่มีสารสนเทศที่เด่นชัดว่าจะเกิด

ผลดีหรือผลเสียอย่างไร เมื่อใด จะเกิดผลกับใครบ้าง หรือมีความจำเป็นอย่างไร ผลดีผลเสียนั้นมีอะไรบ้าง เกิดขึ้นที่ไหนบ้าง และทำอย่างไรคนไทยจึงจะป้องกันผลเสียได้ หรือจะต้องเตรียมตัว เตรียมพร้อมอย่างไรบ้าง จึงจะได้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมอาเซียน ดังเช่นกรณีที่ยูเอชเอ็นได้พบกับเจ้าอาวาสวัดในต่างจังหวัด 2 แห่ง ท่านได้ถามว่า เมื่อเป็นประชาคมอาเซียนแล้วคนที่นับถือศาสนาหนึ่งมีจำนวนมากว่าคนนับถือศาสนาอื่นๆ จะกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของศาสนาอื่นๆ หรือไม่ ซึ่งคงเป็นคำถามที่เกิดจากการศึกษาประวัติศาสตร์ด้านศาสนา

4. สารสนเทศที่ควรจะต้องถึงประชาชนคนไทย หรือภาคประชาชน คือ จะมีบทบาทเข้าไปมีส่วนร่วมในแต่ละมิติอย่างไร เช่น ในประชาคมด้านการเมืองและความมั่นคงนั้น ประชาชนหรือองค์กรภาคประชาชนจะมีบทบาทเข้าไปมีส่วนร่วมได้เมื่อใดบ้าง ตั้งแต่ขั้นตอนไหนบ้าง อย่างไร

ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประชาชนคงมีผู้ใช้ผู้ที่ต้องคอยรับผลกระทบในฐานะผู้บริโภคเท่านั้น แต่ควรจะมีบทบาทในการเข้าร่วมในการกำหนดกฎกติกาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างไรบ้าง หรือในการแข่งขันระหว่างประเทศสมาชิกกับความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกนั้น ประชาชนและองค์กรภาคประชาชนควรจะเข้าไปมีบทบาทอย่างไรบ้าง ฯลฯ เป็นต้น

ในประชาคมสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นมิติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับประชาชนคนไทย ดังนั้น การจะพัฒนาทรัพยากร

มนุษย์ได้นั้น ต้องครบถ้วนทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สมอง ความรู้ความสามารถ ความมีระเบียบวินัย และความรับผิดชอบ สุจริต ฯลฯ ดังนั้น จึงควรจะต้องมุ่งสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ตระหนักรู้ เข้าใจ และเข้าไปมีส่วนร่วมให้มากที่สุด เช่น ด้านภาษา ควรจะเน้นการพัฒนาภาษาของประเทศเพื่อนบ้านเป็นสำคัญ เพื่อใช้ประโยชน์ในระยะสั้นและพัฒนาต่อไปเพื่อใช้ประโยชน์ในระยะยาว

5. ในกรณีของประเทศไทย ได้มีการจัดทำรายการเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุกระจายเสียงกันมากพอสมควรแต่เนื้อหาสาระมิได้ให้ความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนว่า จะได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง จะต้องเตรียมตัวอย่างไร ครอบคลุมแต่ละครอบครัวจะต้องเกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน จะต้องเตรียมพร้อมอย่างไร ระยะเวลาที่เหลือซึ่งกำหนดที่จะเกิดประชาคมอาเซียนในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 นั้น ก็ประมาณ 1 ปีกับสองเดือนเท่านั้น ดังนั้น จึงอาจจะเกิดคำถามว่า ถึงแม้จะทราบถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นณ บัดนี้ระยะเวลาที่เหลืออยู่จะเตรียมตัวทันหรือไม่

6. ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนว่า เมื่อเริ่มเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแล้วการพัฒนาในทุก ๆ สาขาหลักจะยังคงดำเนินต่อไปอีกนานเท่าใด จะมีการเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงประเด็นในความร่วมมือต่าง ๆ อีกหรือไม่

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะได้มีความพยายามดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอดมา และเป็นปรากฏการณ์ตามมาว่า การดำเนินการ

จะมีปัญหาอยู่บ้างดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น แต่ก็น่าจะสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ โดยอาจจะพิจารณาดำเนินการ ดังนี้

1. สิ่งที่จะช่วยได้

1.1 ในขณะนี้กำลังอยู่ในระยะเวลาการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกเข้าสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งได้มีการเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลหลายสถานี จึงน่าจะมีการประสานงานเพื่อให้แต่ละสถานีทุกสถานีช่วยกันประชาสัมพันธ์ให้ได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 โดยผลของการพัฒนาเทคโนโลยีก็ทำให้มีสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมมากมายหลายสถานีมีครบในทุกจังหวัด ซึ่งก็มีเวลาที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ได้ หากได้มีการประสานงานขอความร่วมมือ และมอบหมายให้มีความช่วยเหลือสนับสนุนกัน

1.3 นอกจากนี้ เครือข่ายการสื่อสารทางสังคม (Social Media) ต่างๆ ทั้งอินเทอร์เน็ต ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก โทรศัพท์มือถือต่างๆ มีช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้อย่างดี

2. สารสนเทศที่จะเผยแพร่

เมื่อพิจารณาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารจะเห็นเด่นชัดว่า มีสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น ส่วนที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากันคือ สารสนเทศ หรือเนื้อหาของข่าวสารที่จะนำไปเผยแพร่นั้น ควรจะมีอะไรบ้าง รวมทั้งจะต้องเผยแพร่อย่างไรด้วย เป็นต้น

2.1 สำหรับเนื้อหาของสารสนเทศหรือข่าวสารที่ควรเผยแพร่ นั้น ต้องแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้นแล้ว คือ จะต้องเป็นเนื้อหาสาระ

ที่เกี่ยวข้องกับประชาคมในทุกมิติให้เท่าเทียมกัน โดยเพิ่มข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมให้มากขึ้น เช่นเดียวกับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมการเมืองและความมั่นคงให้เท่าเทียมกับมิติด้านเศรษฐกิจ

2.2 ควรประชาสัมพันธ์โดยมุ่งเน้นเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับประชาชนคนไทย เช่น ประชาชนคนไทยจะมีผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างไรบ้าง โอกาสในการทำมาหากินดีขึ้นอย่างไร หรือจะเลวลงอย่างไร โอกาสและช่องทางรวมทั้งวิธีการที่ประชาชนจะเข้ามีส่วนร่วมกับหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบอย่างไร โอกาสในการประกอบอาชีพในประเทศเพื่อนบ้านจะดีขึ้นหรือไม่ จะต้องมีการแลกเปลี่ยนการศึกษาด้านภาษาวัฒนธรรมอย่างไรหรือไม่ เป็นต้น

2.3 กิจกรรมเกี่ยวกับการเชื่อมโยงในระหว่างประเทศสมาชิกของประชาคมอาเซียนนั้นเป็นกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดความผูกพันที่ดีระหว่างกัน ดังนั้น จึงควรนำเนื้อหาสาระและกลยุทธ์ในการเชื่อมโยงมาเผยแพร่ให้มากขึ้น โดยพยายามเสนอช่องทางที่ภาคประชาชนจะเข้าร่วมในกิจกรรมได้อย่างสะดวก

ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงโดยตรงของประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน จะมีใน 3 ลักษณะ คือ

1) ความสัมพันธ์ในลักษณะพหุภาคีของประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ

2) ความสัมพันธ์ในลักษณะของประเทศเพื่อนบ้านที่มีอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ติดต่อกัน

3) ความสัมพันธ์ในลักษณะทวิภาคี

ดังนั้น เนื้อหาสาระของสารสนเทศที่จะเผยแพร่จึงควรที่จะสอดคล้องและสัมพันธ์ในแต่ละลักษณะดังที่ได้กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้มีความเป็นหนึ่งเดียวในประชาคมอาเซียน ถึงแม้จะมีความแตกต่างหลากหลายก็ตาม

3. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

หน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมในแต่ละด้านนั้น ต่างก็ต้องทำงานหนักกันตลอดมา และคงจะต้องทำงานหนักยิ่งขึ้นตลอดไปจนกว่าจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และหลังจากเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแล้วรวมทั้งยังจะต้องรับภาระในการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาต่อไปด้วย

ดังนั้น ในภารกิจด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้น จึงต้องขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรง ทางด้านการประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร คือ ทั้งหน่วยที่รับผิดชอบด้านนโยบายและแผน หน่วยที่รับผิดชอบในการกำกับดูแล เช่น กสทช. และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ผู้ให้บริการและประกอบกิจการ ผู้ใช้บริการและผู้บริโภค รวมทั้งสื่อมวลชนทุกชนิดทุกสาขาที่จะได้ช่วยเหลือในการเผยแพร่เนื้อหาสาระที่เข้าถึงจิตใจและความต้องการของประชาชน เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมและร่วมมือในการพัฒนาเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทั้ง 3 มิติสำหรับ กสทช. และ สำนักงาน กสทช. มีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับอยู่ภายใต้ 2 เสาหลักของประชาคม

อาเซียน ได้แก่ เสาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเสาประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

เสาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภารกิจที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน กสทช. ได้แก่ การเข้าสู่ตลาด และมิงานที่สำคัญ คือ ข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 8 และ 9 และขณะนี้อยู่ในระหว่างการจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 10 มีการประชุมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโส ด้านเศรษฐกิจอาเซียน (SEOM) การประชุมคณะกรรมการประสานงานด้านการค้าบริการอาเซียน (ASEAN Coordinating Committee on Services - CCS) การประชุมอาเซียนบวก 3 ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และอาเซียนบวก 6 ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ หรือที่รู้จักกันในชื่อ “ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership - RCEP)”

ในเสาเดียวกันนี้ สำนักงาน กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบดูแลกรอบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมในอาเซียน หรือเรียกว่า การประชุมผู้นำสหภาพหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมแห่งอาเซียน (ASEAN Telecommunication Regulators' Council - ATRC) โดย ATRC จะมีการทำงานภายใต้แผน ASEAN ICT Master Plan 2015 ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันของทั้ง 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้งภายใต้กรอบการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านโทรคมนาคมและสารสนเทศอาเซียน

(Telecommunications and Information Technology Senior Officials - TELSOM) ที่มีกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดูแลงานภายใต้กรอบ TELSOM ดังกล่าว และสำนักงาน กสทช. ดูแลงานภายใต้ภารกิจด้านกิจการโทรคมนาคม การบริหารความถี่วิทยุ รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ภายใต้กรอบ ATRC ที่สำนักงาน กสทช. มีส่วนร่วมในหลายด้าน นอกจากนี้ ภายใต้กรอบความร่วมมือนี้ อาเซียนยังมีความร่วมมือกับกลุ่มหรือประเทศนอกอาเซียน เช่น อาเซียน-จีน อาเซียน-ญี่ปุ่น อาเซียน-เกาหลี อาเซียน-สหภาพยุโรป อาเซียน-อินเดีย อาเซียน-สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ

ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลสำหรับภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ระบบ DVB-T2 เป็นมาตรฐานร่วมของอาเซียนสำหรับการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล และที่ประชุมเห็นว่า ภูมิภาคอาเซียนควรพัฒนาข้อกำหนดทางเทคนิคร่วมกันสำหรับอุปกรณ์เครื่องรับโทรทัศน์และกล่องรับสัญญาณ (Set-Top-Box) ระบบ DVB-T2 ที่จะใช้ในภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้ราคาของ Set-Top-Box ลดลงสำหรับประชาชนในกลุ่มอาเซียน และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประชาคมอาเซียนสมเจตนารมณ์ของ ASEAN Vision 2020 ต่อไป

เสาประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

สำหรับเสาประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนนั้น มีการประชุมที่เกี่ยวข้องกับสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้แก่ การประชุมรัฐมนตรีสารสนเทศอาเซียน (AMRI) และการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสสารสนเทศอาเซียน (SOMRI) นอกจากนี้ ประเทศไทยได้ยอมรับการปรับเปลี่ยนไปสู่ระบบโทรทัศน์

บรรณานุกรม

<http://www.dtn.go.th> (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) วันที่ 10 ตุลาคม 2557

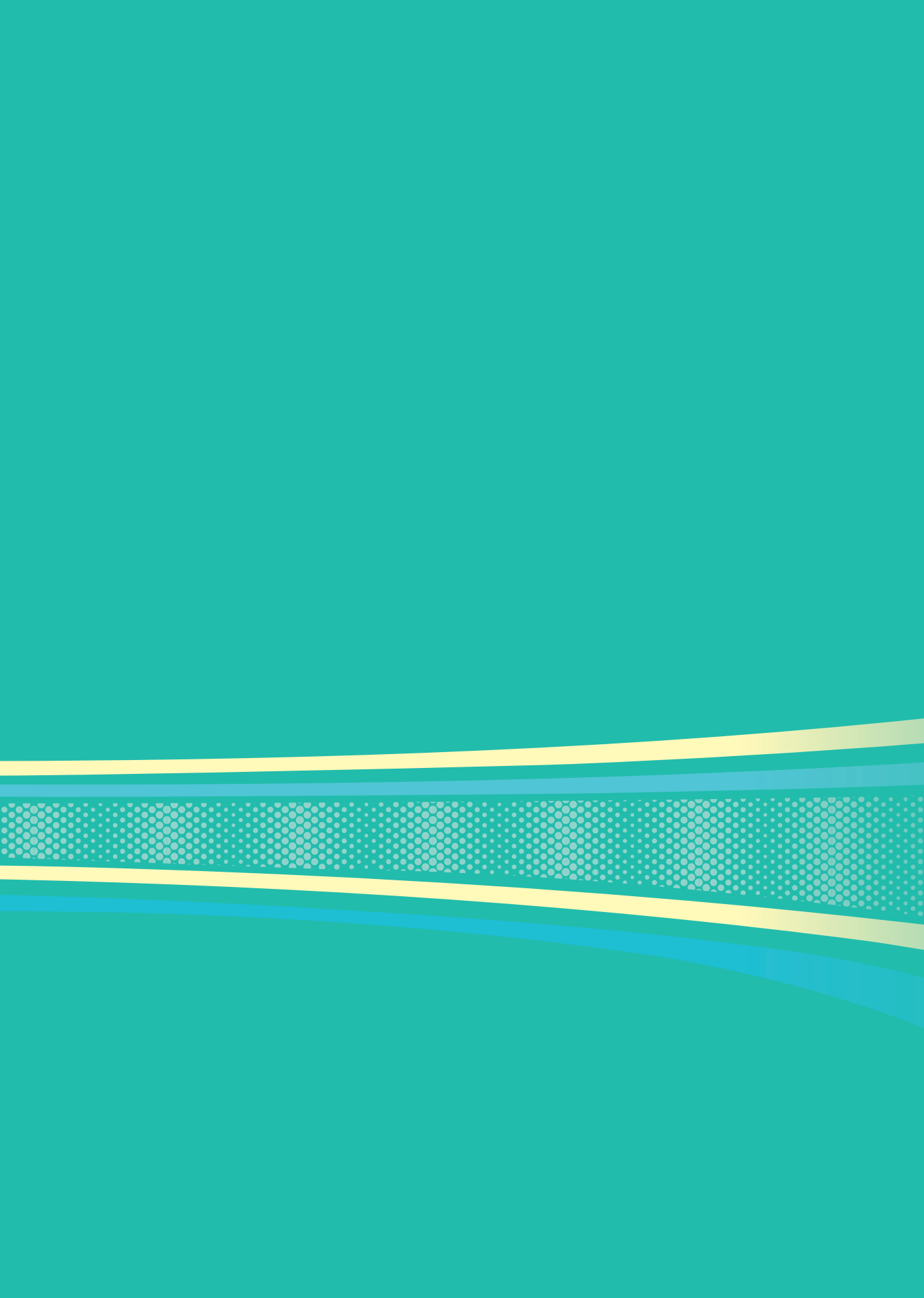
<http://www.prd.go.th> และ www.asean thai.net (กรมประชาสัมพันธ์) วันที่ 10 ตุลาคม 2557

<http://www.dip.go.th> (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม) วันที่ 10 ตุลาคม 2557

<http://www.mfa.go.th/asean> (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ) วันที่ 10 ตุลาคม 2557

กฎบัตรอาเซียน (The ASEAN Charter)





การพัฒนาเทคโนโลยี >>



002



เทคโนโลยี Second Screen ยุคทีวีดิจิทัลไทย

สนา กุณมานนท์

บทคัดย่อ

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลในปลายปี โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง 2556 ช่อง 24 ได้จัดการประมูลช่องรายการทีวีขึ้นจำนวน กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช.รายการ ในการก้าวผ่านจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล เพื่อเป็นการจัดสรรคลื่นความถี่ทีวีให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ช่องรายการนำเสนอในระบบ 7 การรับชมจะเปลี่ยนแปลงไป มีความชัดเจนของภาพมากขึ้น โดยมีความชัดเจนสูง (High Definition : HD) ยังมีการพัฒนาการรับชมให้ผู้รับชมสามารถติดต่อสื่อสารกับสถานีได้ โดยผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งที่เป็นอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Unit) อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งในต่างประเทศได้เรียกเทคโนโลยีนี้ว่า Second Screen สิ่งนี้จะเป็เครื่องมือให้ผู้ใ้สามารถใช้สามารถได้รับข้อมูลทีลึกซึ้งและมากขึ้น (More Informa-

tion) อีกทั้งยังสามารถสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ (Social Network) ในขณะที่ชมรายการ มากไปกว่านั้นสถานีจะได้รับทราบข้อมูลของผู้ชมรายการ จำนวน เพศ อายุ เพื่อนำไปทำ Rating และนำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหารายการให้เหมาะสม สิ่งนี้เป็นสิ่งใหม่ของประเทศไทย ไทยรัฐทีวีเป็นฟรีทีวีที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ จึงทำการศึกษาหาแนวทางและคัดเลือกเทคโนโลยี Audio Watermarking เป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบ Second Screen

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการทำงาน มีความสอดคล้องและเกี่ยวเนื่องกัน ทั้งเนื้อหา (Content) สิ่งทีผู้ใช้งานได้รับ (User benefit) การที่ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์ (Inter Active) และกระบวนการหลังบ้าน (Backend Process) ส่งผลต่อความสำเร็จ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยก้าวสู่ยุคของ TV Digital เมื่อสิ้นปี 2556 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.) ได้ทำการประมูลผู้ดำเนินการช่องโทรทัศน์ จำนวน 24 ช่องรายการ มีบริษัทที่ชนะการประมูลครั้งนี้ 17 บริษัท ให้บริการแบบช่องธุรกิจ แบ่ง ออกเป็น ช่องเพื่อเด็ก 3 ช่องรายการ ช่องสาระและข่าวสาร 7 ช่องรายการ ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ 7 ช่องรายการ และช่องทั่วไปความคมชัดสูง 7 ช่องรายการ ซึ่งจะมีช่องสาธารณะจำนวน 12 ช่องรายการ และช่องท้องถิ่นอีก 12 ช่องรายการ รวมทั้งสิ้น 48 ช่องรายการ หลังจากการประมูลทีวีดิจิตอล ผู้ที่ชนะการประมูลได้มองหาความแตกต่างเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับช่องของตนเอง ทั้งคอนเทนต์ เทคโนโลยีเพื่อการนำเสนอต่อหน้าจอหลัก เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ และต้องการนำเสนอข้อมูลมากกว่าที่นำเสนอในหน้าจอหลัก ในต่างประเทศได้ดำเนินการทีวีดิจิตอลมาก่อนประเทศไทย และในหลายช่องรายการ ได้นำเสนอข้อมูลมากกว่าที่แสดงผลไว้ในช่องหลัก อีกทั้งได้ต่อเชื่อมไปยัง Social Network ทั้งเป็น Facebook Twitter Instagram ฯลฯ ในบางรายการได้ก้าวล้ำไปสู่การค้าขายแบบ eCommerce ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการชมที่มีอัตราเพิ่มขึ้นทั้งนี้สามารถส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง เข้าสู่ผู้รับชมได้ตรงและถูกช่องทาง คำว่า Second Screen เป็นคำใหม่ที่ถูกนำมาใช้งาน โดยมีความหมาย

ถึงหน้าจอที่สองซึ่งไม่ใช่หน้าจอหลักและเป็นหน้าจอที่ให้ข้อมูลมากกว่า (More Information) อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีความตื่นตัวในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก แต่ก็ยังมีความสับสนในเรื่องของการนำไปใช้งานเพื่อให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งการเตรียมพร้อมในเรื่องระบบ (Hardware System) คอนเทนต์ (Content) และการนำเสนอ (Presentation) รวมถึงการเตรียมพร้อมด้านบุคลากรเพื่อที่จะนำเสนออย่างถูกต้องและสัมฤทธิ์ผล

1.2 คำถามวิจัย

การนำเทคโนโลยี Second Screen มาใช้งานและเหมาะสมให้เกิดประโยชน์ในยุคทีวีดิจิตอลของไทยได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อเป็นแนวทางในการนำเทคโนโลยี Second Screen มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. ศึกษาเทคโนโลยีที่จะนำมาผนวกเข้ากับระบบ Second Screen
3. ศึกษาองค์ประกอบ Second Screen ที่เหมาะสมกับประเทศไทย

1.4 คำจำกัดความ

- Frist Screen** หมายถึง หน้าจอหลักที่แสดงผล ขึ้นอยู่กับต่อผู้ใช้งานจะใช้ โดยเป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อแสดงผล เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอื่น ๆ โดยมีพื้นที่หรือระยะเวลาจำกัดในการให้ข้อมูล (Event Marketer, 2014)
- Second Screen** หมายถึง หน้าจอที่สองซึ่งไม่ใช่หน้าจอหลักและเป็นหน้าจอที่ให้ข้อมูลมากกว่า (More Information) ซึ่งสามารถต่อเชื่อมกับหน้าจอหลักได้ และสามารถสื่อสาร 2 ทาง (Interactive)
- Multi Screen** หมายถึง หน้าจอที่แสดงผลเหมือนกับ First Screen ทุกประการ เพียงแต่จะอยู่บนอุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ (Mobile) แท็บเล็ต (Tablet) คอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- Social TV** หมายถึง การนำ Social Network ที่มีอยู่ เช่น Facebook IG Twitter มาแสดงผลที่หน้าจอหลัก (Nicolsa, 2007) Audio Watermarking หมายถึง เทคโนโลยีการทำลายน้ำเพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Document Research) เพราะในขณะที่ทำงานวิจัยนี้ ยังไม่มีการดำเนินการ Second screen อย่างจริงจังในประเทศไทยเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการหาแนวทางกระบวนการที่ถูกใช้ในต่างประเทศ

การวิจัยจะเปรียบเทียบวิธีการของแต่ละเทคโนโลยีที่มีรวมถึงกระบวนการความเหมือนและความแตกต่าง อีกทั้งกระบวนการผลิตที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน

(VDO) สื่อภาพนิ่ง และสื่อเสียง โดยมีนักวิชาการแบ่งเอกสารออกเป็น 2 ประเภทคือ เอกสารขั้นต้น (Primary document) และเอกสารชั้นรอง (Secondary document) (Bailey, 1994: 194) ทางวิชาการ (Journal) วิทยานิพนธ์ (Thesis) ดุษฎีนิพนธ์ (Dissertation) รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Write paper) นำมาจัดเรียง รวบรวม อภิปรายผล เปรียบเทียบข้อมูลที่มีอยู่โดยแสดงอยู่ในรูปของตารางรูปภาพ

การคัดเลือกเอกสารผู้วิจัยจะเลือกใช้กรอบการเลือกเอกสารของโดยใช้เกณฑ์สำคัญประกอบด้วย (เฉลิมลาภ, 2554)

1.6 วิธีวิจัย

การรวบรวมเอกสารเพื่อการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ใหม่ ยังมีเอกสารที่อยู่ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น สื่อภาพเคลื่อนไหว

1. ความจริง (authenticity)
2. ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility)
3. การเป็นตัวแทน (Representativeness)

4. ความหมาย (Meaning)

ผู้วิจัยจะดำเนินการเปรียบเทียบเทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบัน ขั้นตอนการทำงาน จัดหมวดหมู่ลักษณะเฉพาะ (Function) ชนิดของสื่อ (Media) ที่เหมาะสมกับอุปกรณ์ การนำ Social Network มาใช้ให้เหมาะสม ซึ่งหมายรวมถึงช่วงเวลา ที่ผู้ใช้งานจะนำอุปกรณ์ชนิดต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ดำเนินการ Second Screen ของไทยรัฐทีวี ผู้วิจัยจะจัดทำในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม พ.ศ. 2557

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่
2. นำขั้นตอนการทำงานที่ศึกษาไปปรับใช้กับองค์กรต่างๆ ให้เหมาะสม
3. สามารถใช้ชนิดสื่อที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับอุปกรณ์และช่วงเวลา
4. การเตรียมพร้อมสำหรับบุคลากรที่จะต้องทำงานกับเทคโนโลยีนี้

1.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ หรือ ทีวี ได้ก้าวเข้าสู่ยุคของทีวีดิจิตอลอย่างเต็มตัว เมื่อ กสทช. ได้ประกาศและมอบใบอนุญาตให้แก่ผู้ที่ขนะการประมูล โดยเริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ไปอีก 15 ปี จึงทำให้เกิดการแข่งขันอย่างชัดเจนทั้งผู้เล่นรายเดิมและผู้เล่นรายใหม่ ไม่แปลกเลยที่ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม

สื่อสารมวลชนแขนงอื่น ๆ อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ ผู้ผลิตรายการ ฯลฯ ต่างเข้าแย่งชิงใบอนุญาตนี้อย่างมากมาย โดยเฉพาะเจ้าของสื่ออย่างหนังสือพิมพ์ ที่เข้าประมูลเพราะการถดถอยของยอดขาย จากสาเหตุความนิยมของผู้บริโภคลดน้อยลง ซึ่งเกิดขึ้นในโลกตะวันตก มีหนังสือพิมพ์จำนวนมากได้ล้มหายตายจากไปตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้น มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ที่อยู่รอดได้ปรับเปลี่ยนการนำเสนอให้ถูกกับบรรณรณของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยโลกอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสูงขึ้น ส่งผลต่อการปรับตัวของสื่อสารมวลชนจากเดิมที่เป็นเพียงเครื่องมือในการส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน (e-mail) แต่ในปัจจุบันกลายเป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ สื่อผู้บริโภค อย่างชนิดที่ว่า เข้าถึงและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตไปแล้ว

ปัจจุบันเพียงทีวีที่เราเข้าชมซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว (Passive) เริ่มจะเป็นการนำเสนอแบบเก่า ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการมากกว่านั้น การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่นำเสนอและผู้บริโภค การโต้ตอบ การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น ทีวีหลายแห่งได้พยายามที่จะสร้าง Social TV ขึ้น ผู้ที่นำเรื่องนี้มาเสนอแก่ประชาชนเป็นคนแรกของประเทศไทยคือ สุทธิชัย หยุ่น แห่ง Nation TV กล่าวว่า ...เครื่องเข็นเปิดกลยุทธ์ใหม่ Social TV ผืนภพหลังเครือข่ายสังคม (Social Media) ให้ “ดูไป ทวิตไป ขึ้นเฟซบุ๊กไป” จุดกระแสเพิ่มยอดคนดูทีวีในเครือข่ายสังคมทุกสื่อ ทุกเวลา ทุกสถานที่ ทีมบริหารของเครือข่ายยังก้าวหน้าต่อไปในการสร้างกลยุทธ์ทางเนื้อหา และการตลาดยุคดิจิตอลอย่างไม่หยุดยั้ง ล่าสุดเปิดตัว Social TV เพื่อให้คนดูรายการทีวี

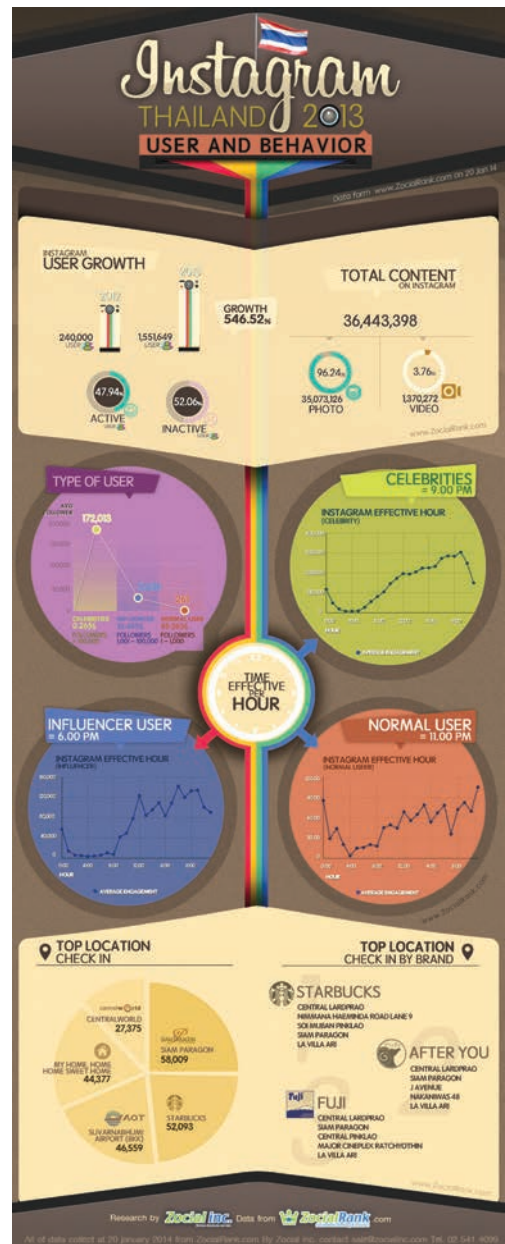
ของเครือข่าย ทุกช่องมีการปฏิสัมพันธ์กันแบบ “เรียลไทม์” ผ่านทวีตเตอร์, เฟซบุ๊ก, ยูทูบ และ สื่อ Social Media อย่างร้อนแรงแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในแวดวงสื่อของประเทศไทย... ซึ่งได้ต้นแบบมาจากฝั่งตะวันตกที่มีการต่อเชื่อมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กัน เมื่อกระแสของ Social Media ได้มาถึงจุดสูงสุด คนไทยเป็นอีกชาติที่รับและใช้เครื่องมือนี้อย่างมาก

1.9 ข้อมูลผู้ใช้งาน Social Media ในประเทศไทย

Facebook ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 16 ของโลก และเป็นอันดับที่ 1 ในอาเซียน เป็นอันดับที่ 1 ที่ผู้คนในกรุงเทพใช้งานมากที่สุดของโลก (Facebook, 2014)

Twitter จำนวนผู้ใช้งานในปัจจุบันที่ 2, 976, 521 คน จากข้อมูลของ Thaitrend ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการทวีตเตอร์ของประเทศไทย (Thailand Trending, 2014)

Instagram เป็นอีก Social Media ที่ได้รับความนิยม ปัจจุบันมีผู้ใช้งาน 1,551,649 บัญชี ซึ่งเป็นข้อมูลเมื่อปี 2556 มีผู้ใช้งานที่ใช้อย่างต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ 47.94 โดยเป็นผู้ที่ใช้งานประเภท Celebrities ร้อยละ 0.26 Influencer ร้อยละ 10.48 ที่เหลืออีกร้อยละ 89.29 คือผู้ใช้งานทั่วไป (Thumbsup, Mar 2014)



ภาพที่ 1 - 1 Infographic ผู้ใช้งาน Instagram [Zocial inc., 2014]

1.10 เหตุผลในการใช้ Second Screen ในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล

แนวโน้มของการใช้ Second Screen นั้น เริ่มจากความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการจะปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ที่จะสามารถแสดงความคิดความเห็นผ่าน Social Media ที่มีอยู่ ความต้องการที่จะได้ข้อมูลเพิ่มเติม (More Information) อาทิเช่น บนหน้าจอหลักไม่สามารถให้ข้อมูลจำนวนมาก หรือข้อมูลที่เป็นความไม่สามารถออกหน้าจอได้ อีกทั้งบทสัมภาษณ์พิเศษที่มีเนื้อหาเผ็ดร้อน หรือส่มเสี่ยงต่อเยาวชนในการรับสาร หรือภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ เพลงประกอบละคร เป็นการต่อยอดจากเนื้อหาหลักได้มากยิ่งขึ้น (ธาร, 2556)

Roy & Galarmeau (2013) กล่าวว่าไว้ว่า กลไกในการสร้างความภักดีของผู้ชมใน Second Screen Application ประกอบด้วย 3 ประการคือ

1. การเพิ่มมูลค่าของคอนเทนต์ (Value added Content)
2. การมีส่วนร่วม (Participation)
3. การให้รางวัล (Reward)

N'dee (2013) กล่าวว่าไว้ว่า ประโยชน์ของการใช้กลยุทธ์การสร้าง Second Screen experience ต่อการรับชมรายการ มีประโยชน์หลัก 3 ประการคือ

1. ด้านการค้นพบ (Discovery) ช่องทางให้ผู้รับชมสามารถเข้าถึงได้ เมื่อได้รับรู้ข้อมูลจากโลกอินเทอร์เน็ต หรือการวิจารณ์กล่าวถึงในโลก Social Media

2. ด้านการสร้างความภักดี (Loyalty)

เป็นการเพิ่มความสนใจให้ยาวนานขึ้น เป็นการนำพาจากรายการหนึ่งไปอีกรายการหนึ่ง (Stay tuned) ซึ่งเป็นความต้องการของผู้เป็นเจ้าของทีวีดิจิทัล

- 2.1 ช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับชมรายการ

- 2.2 ช่วยส่งเสริมให้ผู้ชมติดตามเป็นประจำ

- 2.3 ช่วยสร้างสังคมของผู้รับชมรายการนั้น ๆ ได้พบปะสนทนา (ระหว่างผู้ชมด้วยกัน)

- 2.4 ช่วยสร้างการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตเนื้อหารายการ

3. การเพิ่มมูลค่าการโฆษณา (Increased advertising value) ช่วยให้ผู้ชมรายการรับโฆษณาไประหว่างการชมรายการ เป็นช่องทางในการเข้าถึง โดยผู้รับชมจะเข้าถึงสินค้าและบริการที่สนใจได้ง่ายกว่าการที่เมื่อชมรายการจบแล้วรับชมโฆษณาซึ่งผลการศึกษาพบว่า 56 ของผู้ชมตัดสินใจซื้อของได้ง่ายและรวดเร็วกว่า (Gfk MRI, 2012)

1.11 เทคโนโลยี Second Screen

ปัจจุบันเทคโนโลยีในการทำ Second Screen ได้ถูกพัฒนาขึ้นให้เหมาะสมกับการพัฒนา Apps ทั้งที่เป็น IOS ของ Apple และ Android โดยทั้งหมดจะต้องเชื่อมต่อกับ Social Media Apps ต่าง ๆ อย่างสมบูรณ์ ซึ่งจะเป็นเรื่องยากสำหรับอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ที่จะนำพาผู้ชมให้อยู่กับรายการ นั้น ๆ ซึ่ง Second Screen จะต้องมียุทธศาสตร์ที่สูงในเรื่องดังกล่าว (TCS, 2012) เทคโนโลยีที่มีใช้กันในปัจจุบันมีอยู่ 2 ประเภท ประกอบด้วย

1. Time Sync คือการใช้เวลาเป็นแกนในการนำเสนอคอนเทนต์ในช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการแสดงบน Apps โดยสามารถเป็นได้ทั้งระบบ Automatic และระบบ Manual

2. Audio watermarking เป็นเทคโนโลยีที่มีกระบวนการนำรหัสข้อมูลแทรกลงในเสียง ภาพ หรือวิดีโอ และยากที่จะเอาออก เมื่อถูกนำไปทำซ้ำ โดยรหัสข้อมูลนี้จะติดไปกับการทำซ้ำทุกครั้ง เมื่อแสดงตัวเป็นเจ้าของจึงจะสามารถถอดรหัสนี้ได้ เป็นการป้องกันสิทธิ์และบอกความเป็นเจ้าของ

1.11.1 Time Sync Technique

เป็นเทคโนโลยีอย่างง่าย โดยปัจจุบันในสายงานด้าน IT หรือ Network จะมีการใช้ Clock Synchronization หรือ Clock Sync เพื่อให้อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถทำงานในช่วงจังหวะเดียวกัน โดยอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ Clock Sync จะส่งสัญญาณไปยังนาฬิกาของอุปกรณ์ที่ต่อพ่วงกัน โดยมี Protocol ที่ใช้งานเรียกว่า Network Time protocol (NTP) โดยจะส่งข้อความผ่าน UDP (Cristian, 1989)

1.11.2 Audio Watermarking Technique

1.11.2.1 Spread spectrum watermarking Technique

เทคโนโลยีนี้เป็นการกระจาย สเปกตรัมลงไปในเสียงเพื่อสร้างลายน้ำ (Spread Spectrum audio Watermarking : SSW) ในการถอดรหัสและเข้ารหัสจะใช้วิธีคำนวณความสัมพันธ์ระหว่าง Pseudo-random และ watermarked audio signal ในการแทรกช่องเสียงเล็ก ๆ (Narrow-band) ลงไปในแถบเสียง

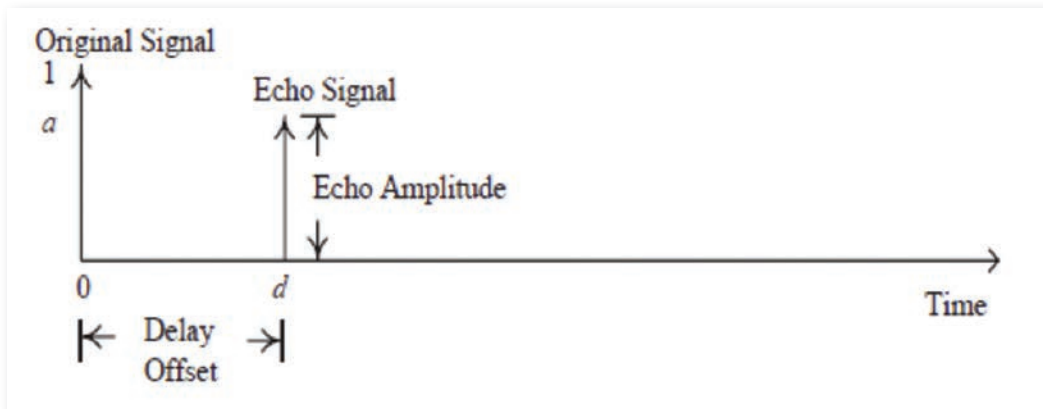
ขนาดใหญ่ หรือเราเรียกว่าช่องเสียง (wide band Channel) การสร้างลายน้ำนี้ จะถูกสร้างแทรกลงในตลอดย่านของหูคนเราได้ยิน ซึ่งหูคนเราจะได้ยินอยู่ในช่วง 20 - 20000 Hz หรือสูงกว่า เพราะปัจจุบันเราได้มีการอัดเสียงลงไปในระดับย่าน 48000 Hz โดยใช้ประโยชน์ในช่วงเสียงดังกล่าวในการแทรกข้อมูล หรือลายน้ำเพื่อบอกตัวตนของเจ้าของ (Komal, 2012)

1.11.2.2 Amplitude modification

วิธีการใช้หลักการของ Least significant bit (LSB) คือ บิตที่อยู่ขวามือสุด ซึ่งเป็นบิตที่มีค่าประจำหลักน้อยที่สุดเช่น บิตที่มีนัยสำคัญคือ 0 เป็นเทคนิคที่ใช้งานโดยทั่วไป ง่ายต่อการใช้งาน Steganography (ภาคผนวก ก.) และ Watermarking ในเทคนิคนี้จะใช้ประโยชน์จาก Quantization Error หรือ Noise ของสัญญาณเสียง ซึ่งจะนำข้อมูลทำการเข้ารหัสบนบิตที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของข้อมูลเสียง (Silver, 2011)

1.11.2.3 Replica Method (RMM)

การนำเสียงต้นฉบับเพื่อใช้ในการสร้างลายน้ำ การซ่อนเสียงสะท้อน (Echo hiding) เป็นตัวอย่างที่ดี Replica เป็นหลอมรวมลงในสัญญาณเสียงต้นฉบับบนพรีควอนซีโดเมนของลายน้ำ ในการตรวจจับสามารถ Replica จากลายน้ำของเสียงและความนวลกลับบนฟังก์ชันสหสัมพันธ์ (correlation function) ซึ่งเป็นนัยสำคัญของกระบวนการนี้ (Petrovic, 2001)



ภาพที่ 1 - 2 Kernels for Echo hiding (Kim, 2003)

1.11.2.4 Dither watermarking

Dither เป็นสัญญาณเสียง (Noise) ชนิดหนึ่งที่อยู่ในสัญญาณเสียง ซึ่งจะมีคุณภาพที่ดีที่สุดโดยใช้เทคนิคการสุ่ม Sampling ซึ่งเป็นกระบวนการแปลงเสียงจากอนาล็อกมาเป็นเสียงแบบดิจิทัล ในสัญญาณดิจิทัล (digitizing signal) ซึ่งเป็นเทคนิคก่อนที่จะทำการประมวลผล โดยจะใช้เทคนิคของการทำ Quantization

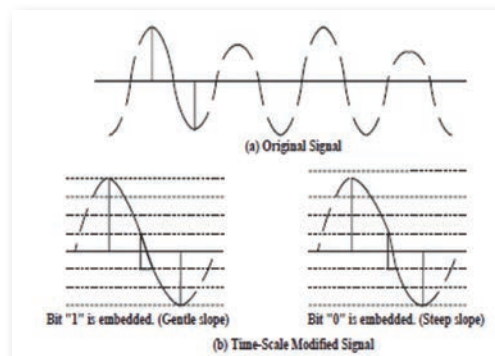
1.11.2.5 Self-Marking Method

เทคนิคนี้คือการกำหนดตำแหน่ง ที่อยู่ และชนิดของลายน้ำอย่างชัดเจน จะมีการใส่เสียงที่จะเป็นลายน้ำ แทรกลงในเสียงที่ต้องการ หรือกำหนดให้เป็นช่วงเสียง ซึ่งวิธีนี้จะเป็นอย่างง่ายโดยทั่วไปแล้วจะใช้ร่วมกับเทคนิคอื่นๆ

1.11.2.6 Time Scale Modification

เทคนิค Time Scale คือการเปลี่ยนแปลงของรูปคลื่นเสียง โดยจะใช้จุดสูงสุดของรูปคลื่น และจุดต่ำสุดของรูปคลื่น กำหนดให้จุดสูงสุดในแกนบวกเป็น “1” และจุดต่ำสุดใน

แกนลบเป็น “0” ซึ่งเป็นอีกวิธีของการทำลายน้ำ (Jonathan, 2011)



ภาพที่ 1 - 2 Kernels for Echo hiding (Kim, 2003)

จากทุกเทคนิคที่มีอยู่ มีหลายบริษัทได้นำเทคนิคเหล่านี้มาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการ โดยที่เลือกใช้ส่วนใหญ่จะเป็นการผสมเทคนิค ไม่ได้เลือกเทคนิคใดเทคนิคหนึ่งในการทำ

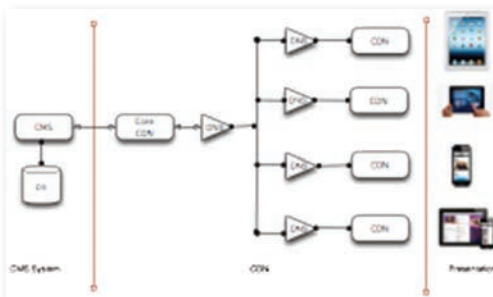
1.12 กระบวนการพัฒนาระบบ Second Screen ของประเทศไทย

กระบวนการพัฒนาระบบ Second Screen ของไทย มีผู้ที่พัฒนาอยู่ไม่มากนัก อาทิเช่น ไทยคม Mepassion ฯลฯ ทุกบริษัทที่พัฒนาได้เลือกใช้เทคนิคการประสมประสานระหว่างการทำ Audio Watermarking โดยเฉพาะไทยคม ได้รับต้นแบบมาจาก Singtel ประเทศสิงคโปร์ ที่ให้บริการอยู่แล้ว ทั้งนี้กระบวนการพัฒนาจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ดังนี้

12.1 ระบบ Presentation (User Interface : UI)

12.2 ระบบบริหารข้อมูล (Content Management System: CMS)

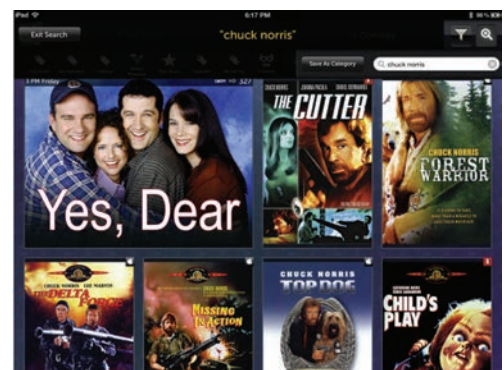
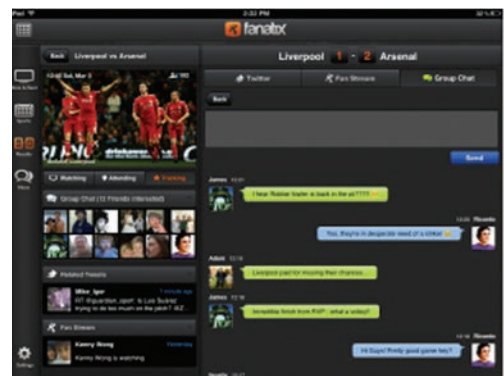
12.3 ระบบส่งข้อมูลคุณภาพสูง (Content Delivery Network: CDN)



ภาพที่ 1 - 4 กระบวนการพัฒนาระบบ Second Screen

1.13 ระบบ Presentation (User Interface : UI)

ระบบ Presentation สำหรับ Second Screen จะถูกสร้างเป็น Application บนอุปกรณ์ อาทิเช่น Ipad IPhone Android เป็นต้น ซึ่งเป็นหัวใจของการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้งาน ในการออกแบบ UI จะต้องขึ้นอยู่กับการที่ต้องการทำ เช่น รายการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งในแต่ละรายการ จะมีความแตกต่างกันไป หากเป็นรายการภาพยนตร์ จะมีข้อมูลที่จะให้กับผู้ใช้งาน แตกต่างกับรายการกีฬาที่ต้องการข้อมูลสถิติ สภาพผู้เล่น บรรยากาศการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งเป็นหัวใจของการทำ Second Screen (ตามภาพที่ 4)



ภาพที่ 1 - 5 Second Screen UI

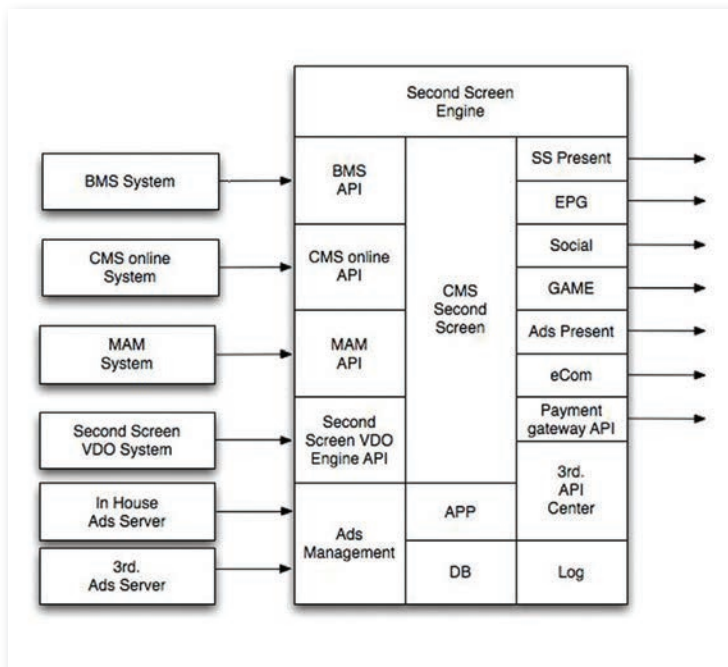
1.14 องค์ประกอบของ Second Screen

Second Screen เป็น Middleware ซึ่งจะต้องมีการทำงานภายในตัวเอง และยังต้องเชื่อมกับระบบอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมียูเอหรือไม่มี ขึ้นอยู่กับบริษัทที่จะนำไปใช้มีระบบ ระบบสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาขึ้นมาเองได้ตามแต่ผู้ใช้งานจะนำข้อมูลใดๆ มาใส่ แต่อย่างไรก็ตามระบบจะสมบูรณ์ได้นั้นจะต้องต่อเชื่อมระบบ อาทิเช่น ระบบบริหารจัดการรายการ (Electronic program guides : EPGs) ระบบซื้อขายออนไลน์ (Ecommerce) ระบบบริหารจัดการโฆษณา (Ads presentation) เป็นต้น

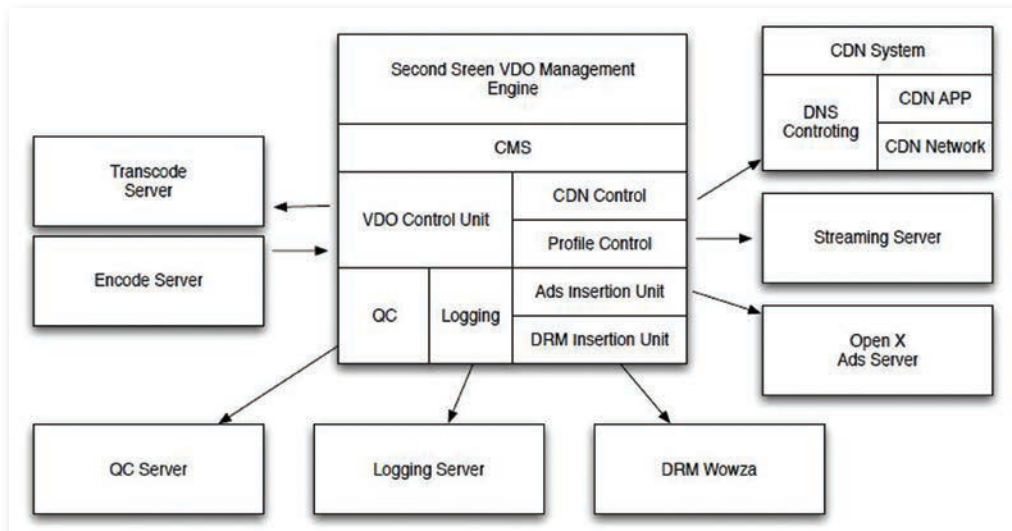
1.15 ระบบบริหารข้อมูล (Content Management System: CMS)

ระบบบริหารข้อมูล โดยทั่วไปจะถูกเรียกว่า CMS ซึ่งเป็นระบบ Middleware ทำหน้าที่บริหารจัดการข้อมูลที่จะนำเสนอถือว่าเป็นระบบหลังบ้าน ระบบจะต้องจัดการกับข้อมูลที่เป็นตัวอักษร รูปภาพ วิดีโอ และเสียง เป็นต้น ระบบจะถูกเขียนให้มีความสัมพันธ์กับ Application ทั้งการแสดงผลในแนวตั้งและแนวนอน ภาษาที่ใช้สำหรับการพัฒนาจะเป็น PHP หรือ .Net โดยมีโครงสร้างแบบโปรแกรมเชิงวัตถุ (Object Oriented) และมีฐานข้อมูลเพื่อการจัดเก็บ Database ก่อนที่จะส่งให้ App ทำการแสดงผล

ระบบนี้จะเป็นหัวใจของการทำงานของ Second Screen จะทำหน้าที่จัดสรรเนื้อหา รูปภาพ และวิดีโอ โดยที่ระบบสามารถสร้างเนื้อหาขึ้นมาเองโดยผู้ใช้งานได้อีกกระบวนการหนึ่ง ประการที่สองระบบจะทำหน้าที่นำเนื้อหาขึ้นไปแสดงใน Application ที่ผู้ให้บริการจัดการไว้ เช่น iPhone หรือ iPad เป็นต้น ประการสุดท้ายระบบจะดำเนินการเก็บข้อมูลผู้ใช้งานเพื่อทำการประมวลผลจัดทำ Rating และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 1 - 6 องค์ประกอบ Second Screen และ 3rd Party ของระบบ

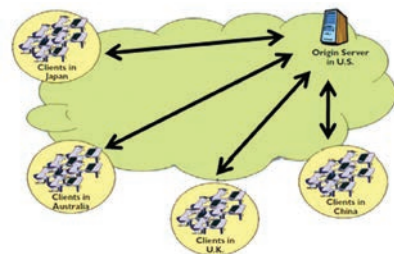


ภาพที่ 1 - 7 หน้าการทำงานของ CMS

1.16 ระบบส่งข้อมูลคุณภาพสูง (Content Delivery Network: CDN)

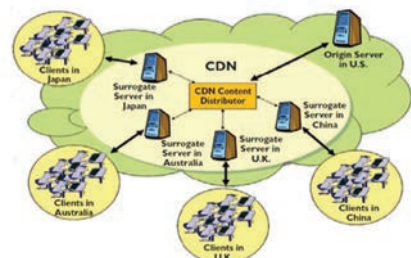
คือระบบนำส่งข้อมูลที่ต้องการนำเสนอไปยังผู้รับด้วยความเร็วสูง ระบบดังกล่าวจะมีระบบกลางที่ต่อเชื่อมกับระบบ CMS และ Database เมื่อผู้ใช้งานต้องการใช้ข้อมูล จะทำการขอความต้องการ (request) มายังระบบ CMS ระบบจะทำการตรวจสอบตำแหน่งที่มาของผู้ใช้งาน โดยใช้ Domain name system (DNS) ซึ่ง DNS จะทราบว่าตำแหน่งอยู่ที่ไหน ระบบ CDN จะติดตั้งเครื่องลูกไว้ในที่ต่างๆ ที่เป็น Internet data center (IDC) เมื่อทราบว่าจะอยู่ที่ไหน CDN จะทำการตรวจสอบว่า Content ที่ต้องการอยู่ที่ CDN ตัวนั้นหรือไม่ ถ้ามีให้แสดงผล แต่ถ้าไม่มีให้เอา Content ที่ Core CMS ไปแสดงผล ในการทำแบบนี้จะสามารถลดเวลาในการทำงาน

ลงได้อย่างรวดเร็ว และเป็นที่นิยมใช้ใน Youtube Facebook เป็นต้น



Without CDN:

ภาพที่ 1 - 8 ระบบที่ไม่มี CDN



With CDN:

ภาพที่ 1 - 9 ระบบที่มี CDN

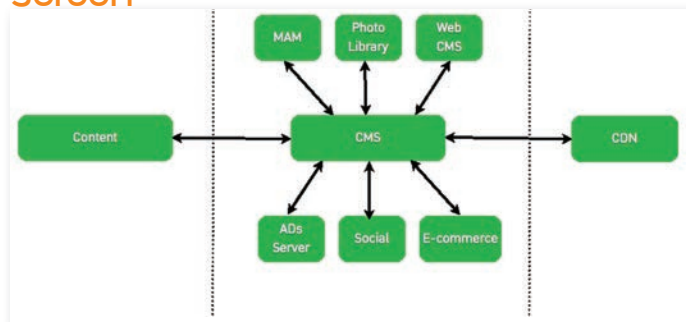
2.1 ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาการนำ มาใช้ของ Second Screen ในหลายรูปแบบ ทั้งที่เป็น ระบบสำเร็จ และระบบที่ สร้างตามความต้องการของ ผู้ใช้งาน หลายค่ายของระบบนี้ ได้นำเทคโนโลยีล้ำน้ำเสียง มาใช้งาน สาเหตุของการ เลือกใช้เทคโนโลยีนี้ เพราะ การเกิดดีเลย์ของภาพใน ระบบส่งทั้งระบบที่เป็น Cable Satellite และระบบเสา ภาควิทยุพื้นดินนั้นมีการดีเลย์ไม่ เท่ากัน ฉะนั้นประสบการณ์ ของผู้ใช้งานระบบ Second Screen หากนำเสนอไม่ถูก จังหวะที่เหมาะสมแล้ว จะ ทำให้อรรถรสในการใช้งาน ลดลง

ผู้วิจัยได้ให้คำจำกัด ความของ Second Screen เสียใหม่ว่า Connected TV เพราะทางผู้วิจัยเชื่อว่า ในยุค ที่วีดิทัศน์ดอลนี้ การรับสาร ทางเดียวกำลังจะหมดยุคไป จากพฤติกรรมผู้ใช้งาน ในสังคมเมืองปัจจุบัน ใน ระหว่างที่รับชมทีวีจะมีการใช้ งาน Social Network ไปด้วย อีกทั้งในหลายครั้งจะทำการ

สั่งซื้อของผ่านระบบ Online ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหารายได้ เป้าหมายสำคัญของ Second Screen คือนำเนื้อหาที่ ไม่สามารถนำเสนอบนทีวีได้ หรือ ข้อมูลเนื้อหาที่มากกว่าบนทีวี ด้วย ข้อจำกัดในเรื่องเวลา หรือ อายุของผู้ชม ในการนำเสนอที่มากขึ้น และ ลึกขึ้น เราจึงเรียกการนำเสนอแบบนี้ว่า “More Information” ซึ่ง จะเป็นหัวข้อหลักในการพัฒนาระบบดังกล่าว

2.2 กระบวนการและขั้นตอนของ Second Screen

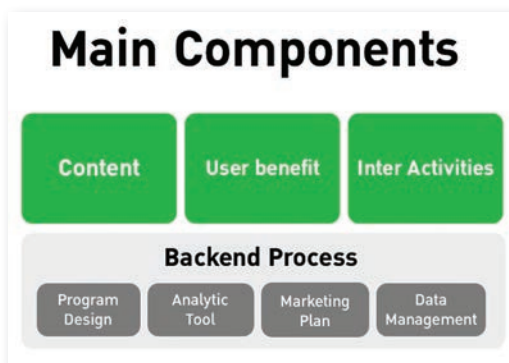


ภาพที่ 2 - 1 Workflow การทำงานของ Second Screen

จากภาพ 2-1 แสดงให้เห็นว่าการทำงานของระบบ Second Screen นั้น จะเริ่มต้นจากการผลิตเนื้อหา (Content) เป็นเรื่องสำคัญ ในการผลิตเนื้อหาเพื่อที่จะนำเสนอระบบจะต้องเข้ากับระบบต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ ระบบที่จะ ต้องมาเกี่ยวข้อง เช่น ระบบ MAM (Metadata Access Manage- ment) ซึ่งทำการบริหารจัดการกับไฟล์ในรูปแบบของวิดีโอ ระบบ Photo Library จะเป็นการจัดการกับระบบไฟล์รูปภาพที่เป็นภาพนิ่ง ระบบ Web CMS ในกรณีที่เจ้าของระบบมีการนำเสนอในรูปแบบ ของ Online อยู่แล้ว ข้อมูลที่อยู่จะสามารถนำมาประกอบใช้ได้ ระบบ Ads Server คือระบบที่บริหารจัดการโฆษณา ระบบสังคมออนไลน์ (Social Network) เพื่อการเชื่อมต่อและสร้างกลุ่มคนที่ชอบอะไร ที่เหมือนกันและเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลต่อกัน สุดท้ายคือ ระบบ E-commerce เพื่อสร้างรายได้ให้กับระบบนี้ ทั้งหมดของการ ดำเนินการจะถูกส่งต่อไปให้กับระบบ Content Delivery Network : CDN ซึ่งจะทำหน้าที่กระจายเนื้อหาที่เตรียมไว้ไปสู่ผู้ใช้งาน

2.3 องค์ประกอบหลักของ Connected TV

จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบหลักประกอบด้วย เนื้อหา (Content) สิ่งที่ใช้ใช้งานได้รับ (User benefit) การที่ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์ (Inter Active) และกระบวนการหลังบ้าน (Backend Process) ซึ่งทั้งหมดนี้แสดงไว้ภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 องค์ประกอบหลักของ Connected TV

2.4 เนื้อหา (Content)

คอนเทนต์ที่จะนำมาเสนอ ในระบบของ Second Screen จะเป็นข้อมูลที่ถูกเพิ่มขึ้นจากที่หน้าจอหลักนำเสนออยู่ (First Screen) ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่า More Information ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นนี้จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อหาที่กำลังแสดงอยู่ให้มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น เช่น ในการแข่งขันฟุตบอล ผู้ที่ชมอยู่ทางบ้านต้องการข้อมูล อย่างเช่น ชื่อนักเตะ แผนการเล่น ความสมบูรณ์ของทีม ในช่วงเวลาก่อนทำการแข่งขัน ในระหว่างทำการแข่งขัน พื้นที่ที่ถูกใช้มากที่สุด นักเตะใดคือจุดอ่อนของทีมผู้ต่อสู้ หรือ ทีมเรา มีการเตะมุมกี่ครั้ง และมีการทำผิดกติกากี่ครั้งในเกมนี้ ซึ่งเท่ากับว่าให้ผู้ใช้งานระบบสามารถวิเคราะห์

เกมการแข่งขันได้สร้างอรรถรสในการชมมากขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของเกมการแข่งขัน สามารถวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของผู้ฝึกสอนได้มากขึ้น สำหรับงานด้านข่าว Second Screen จะมีบทบาทมากขึ้นในการนำเสนอภาพข่าวที่ไม่สามารถนำเสนอผ่านหน้าจอหลัก ข้อมูลเชิงลึก แผนผังผู้เกี่ยวข้องในคดีความต่าง ๆ ข้อมูลส่วนบุคคลที่เราต้องการจะทราบ เช่น เมื่อวันทีรัฐประหาร ผู้ใช้งานต้องการทราบประวัติของ พล.อ ประยุทธ์ จันทร์โอชา จบการศึกษาจากไหนในวัยเรียน มีเพื่อนร่วมรุ่นเป็นใครบ้าง พล.อ ประยุทธ์ เคยเรียน วปอ. รุ่นไหน เพื่อจะทราบความสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งปรกติจะเป็นเรื่องลำบากในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งกระจัดกระจายไปในหลายที่ ทำให้การรับชมทีวีจอหลักมีความสุขสนุกสนานมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี Infotainment

อย่างไรก็ตามระบบนี้ไม่สามารถนำเสนอในทุกคอนเทนต์ หรือเหตุการณ์ได้ เพราะพฤติกรรมผู้ใช้งาน Internet ในปัจจุบันจะบริโภคคอนเทนต์อย่างรวดเร็วและการอ่านเป็นแบบผ่านๆ (Scream and Scan) เพราะเครื่องมือในการเสพข้อมูล มีขนาดเล็กลง ตัวอักษรที่เล็ก อีกทั้งมีหลายสื่อให้เสพได้ สามารถแบ่งชนิดของคอนเทนต์ออกเป็น 4 ประเภทคือ

2.4.1 ตัวหนังสือ (Text)

2.4.2 ภาพ (Picture)

2.4.3 วิดีโอ (Video)

2.4.4 เสียง (Sound)

ซึ่งชนิดของคอนเทนต์นี้สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารนำเสนอ ซึ่งจะมีข้อแตกต่างจากองค์ประกอบ มัลติมีเดีย (Multimedia)

ที่คุ้นเคย ซึ่งจะมีอีกหนึ่งส่วนคือ สี (Color) แต่ส่วนนี้เมื่อนำมากล่าวในมิติของคอนเทนต์แล้ว สีจะไม่นำมาร่วมด้วย

2.5 ประเภทของคอนเทนต์ที่นำมาใช้งานเพื่อ Second Screen

ประเภทของคอนเทนต์สามารถแบ่งออกตามความสนใจของผู้บริโภค อาจจะกล่าวได้ว่า คอนเทนต์ชนิด ภาพ วิดีโอ และเสียง ไม่ได้สามารถนำมาขึ้นใน Second Screen และเว็บไซต์ ทั้งหมดได้ สามารถแยกเป็น 3 ประเภทของคอนเทนต์ดังนี้

2.5.1 แสดงอารมณ์ (Feeling and Emotion)

คอนเทนต์ประเภทนี้จะต้องสามารถเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความดีใจ เสียใจ ความรัก ความรุนแรง อย่างเช่น เหตุการณ์ ภัยพิบัติ และเปิด ประกาศหย่ากันเมื่อปี 2554 เป็นที่สนใจของประชาชนไทย เมื่อภัยพิบัติมาถล่ม ชาว สิ่งนี้นักข่าวและผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเห็นคือน้ำตาของภัยพิบัติที่แสดงอารมณ์ออกมา ทำให้ภาพนี้มีมูลค่าในเชิงการตลาดอย่างยิ่ง อีกตัวอย่างหนึ่ง การแถลงการของนายก ยิ่งลักษณ์ที่ในเรื่องการยุบสภา (2557) แล้วมี น้ำตาของนายก เมื่อกลับออกไปกลับยิ้มแย้ม

2.5.2 แสดงพฤติกรรม (Action)

คอนเทนต์ชนิดนี้ เป็นการแสดง ที่จะต้องมีท่าทางประกอบ การต่อสู้ หรือการแข่งขันกีฬา เช่น ภาพการทำประตูในฟุตบอล การทะเลาะวิวาทระหว่าง สส. ในสภา เป็นต้น ซึ่งคอนเทนต์ชนิดนี้จะมีความยาวไม่มากนัก แต่

จะแสดงช่วงเวลาที่เป็จุดน่าสนใจ หรือ ประเด็น เนื้อหาหลักของคอนเทนต์

2.5.3 เนื้อหาธรรมชาติ และเพศ (Syfy and Sex)

คอนเทนต์เนื้อหาธรรมชาติ และ เพศ เป็นคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเว็บไซต์มาก จากการเก็บข้อมูลของ google พบว่า มีจำนวนเว็บไซต์และการค้นหาเรื่องเพศ มากที่สุด เรื่องเนื้อหาธรรมชาติดังนี้เป็นสิ่งที่คน ต้องการค้นหา อย่างเช่น มะพร้าวออกลูกเป็น กล้วย เป็นต้น

คอนเทนต์เหล่านี้เป็นองค์ประกอบหลักในการนำเสนอคอนเทนต์ สำหรับ Second Screen เพราะด้วยกฎเกณฑ์ของ กสทช. และการนำเสนอภาพ หรือคอนเทนต์ของฟรีทีวี ทำให้ข้อมูลหลายประเภทไม่อาจนำเสนอได้

จากข้อจำกัดในเรื่องพฤติกรรมของคนไทย ทำให้การนำเสนอคงจะต้องเลือกคอนเทนต์ทั้ง 3 ชนิด มาเป็นแกนในการนำเสนอ จากทั้ง 3 ประเภทที่กล่าวมา คอนเทนต์เหล่านี้เป็นคอนเทนต์ที่ดึงดูดผู้ใช้งาน ซึ่งแกนคอนเทนต์นี้สามารถปรับ มาใช้ใน Second Screen ได้ แต่เป็นขึ้นอยู่กับการตลาดที่จะดำเนินการ

2.6 สิ่งที่ผู้ใช้งานได้รับ (User benefit)

ผู้ใช้งานจะได้รับประสบการณ์ใหม่ ในการรับรู้ข่าวสารที่มากกว่า รวมถึงข้อมูลในเชิงลึกกว่าจอแรกในการนำเสนอ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า “More Information” ซึ่งจะส่งผลให้เกิด User generate content สิ่ง queผู้ใช้งานรวมกัน

สร้างเนื้อหาเพิ่มขึ้น และยังเกิดเนื้อหาเฉพาะด้าน
เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้งานจำเพาะ โดยทั้งหมด
จะต้องมีคุณลักษณะดังนี้ 1. ง่ายต่อการใช้งาน
(Easy) 2. สนุกสนาน (Fun) และ 3. ชัดเจน
(Simple) สิ่งเหล่านี้คือหัวใจของการทำงาน

ทุกวันนี้เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า “โลก
เล็กลงทุกวัน” เพราะการติดต่อสื่อสารที่ดีขึ้น
การที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงก่อให้เกิดการสื่อสาร
การรับสารข้างเดียวจึงหมดยุคใน พ.ศ. นี้ไปแล้ว
การมีปฏิสัมพันธ์สนทนากันจึงก่อให้เกิดสังคม
สถานที่วีในปัจุบันมองหาเครื่องมือที่จะสามารถ
รับผลตอบกลับจากผู้ชมได้ Social Media จึง
เข้ามามีบทบาทมากขึ้น สิ่งที่เกิดพฤติกรรม
เหล่านี้ขึ้น Share Vote Poll Comment Chat
และ Check in ย่อแสดงถึงความต้องการมีตัวตน
ในสังคม

2.7 กระบวนการหลังบ้าน (Backend Process)

กระบวนการหลังบ้านเป็นอีกส่วนใน
การสร้างให้ประสบความสำเร็จนี้ คงต้องมี
กระบวนการการออกแบบ รวมถึงการออกแบบ
คอนเทนต์ และหน้าตาของ App ให้เหมาะสม
เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือ
ทั้งเชิงประเมินและสร้างการเข้าถึงผู้ใช้งาน ส่วน
ของการวางแผนการตลาดที่เหมาะสม และการ
บริหารข้อมูลที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.8 เทคโนโลยีที่เลือกใช้งาน

2.8.1 Audio watermarking (AWM) กับ
Time sync

ผู้วิจัยทีวีเลือกที่ใช้เทคโนโลยี Audio
watermarking (AWM) กับ Time sync ผสมกัน
ร่วมกับการพัฒนา App บน iOS และ Android
โดย AWM จะทำหน้าที่บอกตัวตนของช่องผู้
วิจัยทีวี และรายการนั้นๆ โดยจะมีองค์ประกอบ
โครงสร้างการต่อเชื่อมกับ App และ System อื่น
ๆ ได้ เพราะเทคโนโลยีนี้จะสามารถแก้ปัญหาใน
2 ประการคือ

1. การบอกสถานะตัวตน (Identified)
เทคโนโลยีจะสามารถบอกถึงสถานะของตัวเอง
ว่าเป็นสถานีทีวีช่องอะไร รายการอะไรที่รับชมอยู่
2. การแสดงผลในเวลาที่เหมาะสม (Delay)
เนื่องจากการถ่ายทอดทีวี มีช่องทางการออก
อากาศหลายช่องทาง ทั้งที่เป็นแบบภาคพื้นดิน
แบบจานดาวเทียม และเคเบิลทีวี ซึ่งทั้งหมดมี
การแสดงผลรายการเดียวกันต่างเวลากันออกไป
เกิดจากระยะทางกว่าจะถึงทีวีเพื่อแสดงผล อาทิ
เช่น ดาวเทียมมี Delay ประมาณ 11 วินาที และ
ภาคพื้นดินมี Delay ประมาณ 5 วินาที เป็นต้น

2.8.2 Content Delivery Network (CDN)

หลายเทคโนโลยีอาจจะกล่าวถึงเพียง
ภาคของการนำเสนอเท่านั้น (Presentation)
แต่สิ่งที่ผู้วิจัยเลือกใช้เทคโนโลยี CDN เนื่องจาก
เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้งาน
การที่ Content ส่งถึงมือผู้ใช้งานได้รวดเร็วกว่า
เทคโนโลยีอื่น ๆ และช่วยสร้างความสนุกสนาน
ถึงแม้ว่า Content นั้นจะมีขนาดใหญ่ อย่างเช่น
VDO HD จึงช่วยสร้างอรรถรสได้เป็นอย่างดี

2.8.3 Content Management System
(CMS)

สิ่งนี้คือหัวใจของระบบทางผู้วิจัยเลือกที่จะพัฒนาขึ้นเอง ในพื้นฐานภาษา PHP สามารถแสดงผลข้าม Platform ได้ทั้งที่เป็น Windows และ Unix ซึ่งง่ายต่อการใช้งานและไม่มีขีดจำกัดของ Operation System (OS)

2.9 การเปลี่ยนแปลงในการใช้ชีวิตเมื่อมี Second Screen

Second screen จะเป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างคอนเทนต์และผู้ใช้ผ่าน สร้างประสบการณ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยผ่าน Application ผู้ใช้งานสามารถสร้างกลุ่มของผู้ติดตามรายการ หรือ สถานีนั้น ๆ โดยการผ่านการพูดคุยโดยใช้สังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Application

Second screen จะสามารถสร้าง My prime Time หรือ ช่วงเวลาของฉัน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน โดยที่ไม่ต้องยึดติดกับช่วงเวลาสถานีทีวีเป็นผู้กำหนด ช่วยให้เกิดความยืดหยุ่น และยังคงบรรณาสได้คงเดิม

ข้อมูลทีล็ก หรือ ไม่สามารถรับชมจากไหนได้ จะเป็นหลายครั้งที่เราชมรายการผ่านทีวี และมีการพูดถึงสถานที่ต่างๆ บุคคล เป็นต้น ผู้ใช้งานต้องการข้อมูลที่มากขึ้น ทั้งประวัติ ความเป็นมา และที่มาที่ไปของสถานที่ โดยปกติ ผู้ใช้งานจะต้องเข้าไปค้นหาผ่าน Google แต่เมื่อใช้ Second screen ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาแสดง ผ่าน Application เป็นข้อมูลเชิงลึก ย่อมเป็นคำถามว่าทำไมจึงได้ถูกแสดงไว้ในจอแรก เพราะข้อมูลเหล่านี้ อาจจะสร้างความยึดเยื้อให้กับรายการ สำหรับผู้ที่ต้องการทราบเพียงผ่านและรายการจึงนำเสนอแบบกระชับ และให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมหลายกลุ่ม



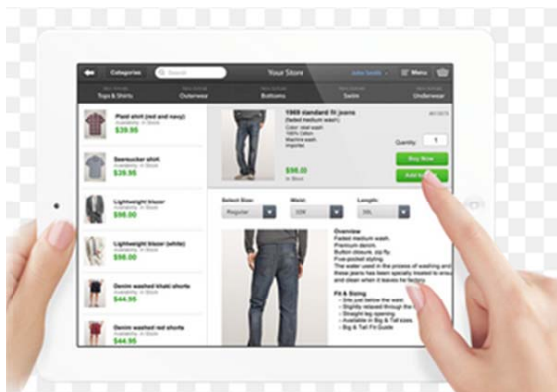
ภาพที่ 2 - 3 Electronic Program Guide : EPGs



ภาพที่ 2 - 4 การพูดคุยผ่านสื่อบทออนไลน์ ภายใต้ Second Screen



ภาพที่ 2 - 5 ข้อมูลเพิ่มเติม (More Information)



ภาพที่ 2 - 6 การซื้อขายผ่าน Second Screen

ประเทศไทยจะสามารถสร้างฐานการใช้งาน E-commerce โดยผ่านช่องทางของ Second Screen อาทิเช่น ในระหว่างที่เรากำลังรับชมละครอยู่นั้น ผู้ใช้งานอยากที่จะซื้อเสื้อเหมือนกับนางเอกในละคร เพียงแค่กดลงไปบนเครื่องมือถือ หรือ แท็บเล็ต จะมีข้อมูลเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้านั้น ทั้งขนาด ราคา ร้านค้าที่จำหน่าย หรือแม้กระทั่งสามารถจัดส่งให้ได้โดยตรง และระบบจะต่อเข้ากับระบบจ่ายเงินออนไลน์ (Payment Gateway) ของทางธนาคารได้โดยตรง เป็นการช่วยในการขายโดยตรงและง่ายต่อผู้ใช้งานระบบอีกด้วย

2.10 ข้อพิจารณาความล้ำเอว Second screen ในประเทศไทย

นุติ หนูโพธิ์ (2556) ได้สรุปไว้ว่า คุณสมบัติ 5 ประการในการเผยแพร่ เพื่อการยอมรับตามหลักของ Rogers นั้น สำหรับ Second Screen ในประเทศไทยคือ

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มความสนใจของผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานรับความคิดเห็นที่กระตุ้นให้เกิดขึ้นจะนำไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น
2. ความสามารถเข้ากับสิ่งที่มีใช้หรือพฤติกรรมที่มีอยู่แล้ว ปัจจุบันผู้ใช้งานมีพฤติกรรมใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ แบบ Multi task และใช้ Second Screen เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว สามารถทำให้เกิดการยอมรับอย่างรวดเร็วเพิ่มขึ้น
3. การใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน
4. สามารถในการทดลองใช้งานโดยไม่สร้างความยุ่งยากหรือขั้นตอนการเข้าถึงซับซ้อน
5. สามารถส่งผลที่โดนใจผู้ใช้งานในเวลาอันสั้น

3.1 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการทำงานกับ Second Screen จะต้องเริ่มต้นจากการเลือกรายการที่ต้องการนำเสนอ เพราะระบบสามารถจัดการได้ทั้งเป็นแบบ Automatic และ Manual เพื่อสะดวกต่อการใช้งาน รายการที่เลือกใช้ Automatic นั้นจะเป็นรายชนิดทำสำเร็จ (รายการที่ไม่ใช่รายการสด) ผู้จัดการระบบจะสามารถกำหนดช่วงเวลา ข้อเสนอที่นำเสนอ ซึ่งง่ายและสวยงามมากกว่ารายการสด อย่างซ้ำ

สำหรับรายการข่าว ผู้จัดการระบบจะเลือกใช้วิธี Manual ในการนำเสนอ โดยจะเตรียมข้อมูลให้สอดคล้องกับคอนเทนต์ที่ผู้ดำเนินรายการพูดถึง เพราะไม่สามารถกำหนดช่วงเวลาได้ชัดเจน หรือมีประเด็นอื่นๆ ที่แตกออกมาระหว่างการดำเนินรายการ วิธีนี้จึงเหมาะสม

ผู้จัดการระบบจะต้องดำเนินการกรองคอนเทนต์ที่มาจาก Social Media ก่อนที่นำไปแสดงบนระบบ เพราะอาจจะมีข้อความ หรือ คำที่ไม่เหมาะสม อันขัดกับธรรมเนียมและวัฒนธรรมอันดีของประเทศไทย

ระบบสามารถนำเสนอผลความคิดเห็นที่ชอบหรือไม่ชอบ ผ่านระบบได้โดยตรง โดยไม่ต้องไปผ่านระบบ SMS หรือระบบอื่น ๆ ทำให้ง่ายต่อการแสดงความคิดเห็น และรวดเร็วกว่าทำให้เราทราบถึงพฤติกรรมผู้ใช้งานต่อความเห็นโดยตรง ในต่างประเทศได้ใช้ความสามารถนี้ในการสอบถามความต้องการหรือความเห็นเพื่อนำไปดำเนินการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งานโดยตรง

ในการนำเสนอสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือส่วนที่นำเสนอต่อผู้ใช้งาน (App) จะต้องใช้งานได้ง่าย สะดวกและเหมาะสมกับคอนเทนต์นั้น ๆ สีสันทันและรูปแบบการนำเสนอจะเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้ใช้งานมีพฤติกรรมที่มีสมาธิสั้นลง พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อีกทั้งมี App ของผู้ให้บริการรายอื่นที่สามารถให้บริการได้เช่นกัน ซึ่งปัจจุบันทางช่อง 9 Mcot ได้พัฒนาไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้ง PPTV ได้ดำเนินการพัฒนาเช่นกัน

3.2 อภิปรายผล

การเลือกใช้เทคโนโลยี Second Screen นั้นเป็นสิ่งใหม่ในประเทศไทย แต่กลับเป็นสิ่งเก่าในต่างประเทศ มีทั้งประสบความสำเร็จในการทำและไม่ประสบความสำเร็จมากมาย สาเหตุสำคัญของสามารถแบ่งความล้มเหลวได้ 2 ประการคือ 1. คอนเทนต์ที่นำเสนอ 2. ระบบบริหารจัดการในเรื่องคอนเทนต์นั้นได้กล่าวไว้ในบทนี้แล้วว่าคอนเทนต์ที่น่าสนใจตรงต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานของประเทศไทยนั้นประกอบด้วย คอนเทนต์แสดงอารมณ์ คอนเทนต์แสดงพฤติกรรม คอนเทนต์เนื้อหามุมมองและเพศซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นคอนเทนต์ขาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการนำเสนอ มุมมองและจริยธรรมที่สื่อเป็นผู้กำหนด หลายครั้งที่การทำ Second Screen ที่นำเสนอคอนเทนต์ไม่ถูกช่วงเวลา อาจจะไม่ตอบสนองต่อความสำเร็จเลย

ระบบบริหารจัดการ ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นระบบหลังบ้าน หลายผู้ผลิตให้ความสำคัญต่อการนำเสนอจนละเลยระบบนี้ จึงทำให้การ

นำเสนอเกิดการสะดุดไม่สามารถนำเสนอได้ตามความต้องการ ระบบบริหารจัดการโดยทั่วไปจะทำเพียงต่อเชื่อมกับผู้ใช้งาน ไม่ได้คำนึงถึงการนำเสนอคอนเทนต์ไปยังผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และสมบูรณ์

พฤติกรรมผู้ใช้บริการ Second Screen จะไม่สามารถรอการต่อเชื่อมข้อมูลที่ช้า และมีการหยุดการเล่นบ่อย ๆ อาจกล่าวได้ว่า เราสามารถรอคอนเทนต์บนอินเทอร์เน็ตได้ แต่เราไม่สามารถรอให้ภาพวิดีโอหยุดเล่นเป็นจังหวะได้ ทำให้ผู้ที่ให้บริการ Second Screen จะต้องคำนึงถึงจุดนี้เป็นสำคัญ

การต่อเชื่อมไปในระบบต่างๆ เป็นอีกประการที่สำคัญ เพราะคอนเทนต์ของผู้ให้บริการอาจจะมีคอนเทนต์อยู่ในหลายระบบ เช่น เว็บไซต์ ระบบจัดเก็บรูปภาพ ระบบจัดเก็บวิดีโอ ระบบจัดเก็บรูปภาพที่ไม่ได้นำเสนอ (Raw Picture) เป็นต้น ที่กล่าวมานี้เป็นเป็นส่วนประกอบในการทำคอนเทนต์ให้สมบูรณ์ แต่หากจะต้องต่อเชื่อมทั้งระบบต้องมีระบบ Social Media ระบบขายและระบบโฆษณา ซึ่งเป็นแนวทางในการหารายได้ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญในการดำเนินการ

ที่สำคัญระบบนี้จะประสบความสำเร็จได้จะต้องขึ้นอยู่กับเนื้อหาในการนำเสนอ ผู้ที่จะนำระบบนี้ไปใช้งานจะต้องเตรียมทีมงาน ที่เป็นทั้งนักวิชาการ บรรณาธิการ Second Screen ซึ่งจะต้องรับรู้ว่าผู้ใช้งานต้องการอะไร อีกทั้งทีมงานตัดต่อ และผู้เรียบเรียงข้อมูลใหม่ จึงจะประสบผลสำเร็จ

3.3 ข้อเสนอแนะ

ระบบ Second Screen หลายผู้ให้บริการออกแบบไว้เพียงมิติเดียว คือมิติของการต่อเชื่อมรายการ ระบบสามารถทำงานได้กับรายการนั้น แต่ไม่ได้คำนึงถึงอำนาจของรีโมทบนมือของผู้ใช้งาน ในปัจจุบันฟรีทีวีมีให้เลือกชมมากกว่า 24 ช่องรายการ รวมกับช่องอนาล็อกเดิมอีก 6 ช่องรายการ อำนาจการเลือกชมจะอยู่ที่ผู้ใช้งานเป็นหลัก ดังนั้นระบบ Second Screen จะต้องสามารถนำพา (Stay tuned) ยังเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ให้บริการจะต้องมีเทคนิคให้เกิดการภักดี และติดตามชม สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นสิ่งเล็กน้อยแต่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ตามมามากมาย ผู้วิจัยอื่นๆ ที่ต้องการวิจัยเรื่องดังกล่าวนี้สามารถนำไปเป็นประเด็นในการวิจัยได้ เพราะหลายผู้ให้บริการมิได้แก้ปัญหาดังกล่าวได้ในปัจจุบัน



บรรณานุกรม

- เฉลิมลาภ ทองอาจ. “การวิจัยเอกสาร.” [ออนไลน์] 2554. สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2257 จาก http://www.gotoknow.org/posts/423582#_ftn1.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. “Interactive TVs 10 ข้อที่คนทำทีวีต้องคิด หากจะอยู่รอดในทีวีดิจิทัล” [ออนไลน์] 2556. สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2257 จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=97102>
- นิรินธน์ ธานีรัตน์. “สื่อกาโนกราฟิ ศาสตร์แห่งการซ่อนเร้นข้อมูล” กรุงเทพฯ : กรมทหารเรือ ปีที่ 7 ฉบับที่ 8, 2543.
- นุติ หนูไฟโรจน์. “นวัตกรรมและการจัดการกลยุทธ์ Second-Screen ขององค์กรสื่อโทรทัศน์”, สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2557 จาก <http://ndeenupairoj.blogspot.com/2013/10/second-screen.html> (2556)
- “เผยสถิติการใช้งาน Instagram ของคนไทยปี 2556”. Thumbsup, 2012.
- สุทธิชัย หยุ่น. “อีกก้าวหนึ่งของเนชั่น. Social TV”. กรุงเทพฯ : เนชั่นสุดสัปดาห์. ฉบับที่ 1068 (16 พ.ค. 2555)

ภาษาอังกฤษ

- Bailey, K., Methods of Social Research, Fourth Edition, New York: The Free Press. 1994
- Cristian, F. “Probabilistic clock synchronization”. Distributed Computing (Springer) 3 (3) , (2012) : 146-158
- Event Marketer . “Event Technology Report - Technology” .. Retrieved, 2014.
- Jonathan Driedger., “Time-Scale Modification Algorithms for Music Audio Signals”. Thesis. Saarland University., Nov 3, 2011.
- Kim, H.J., Choi, Y.H., Seok, J., and Hong, J., “Audio watermarking techniques”. Intelligent Watermarking Techniques: Theory and Applications .World Scientific Publishing, 2004.
- Komal V. Goenka Ms. Pallavi K. Pat “Overview of Audio Watermarking Techniques”. International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering. Volume 2, Issue 2, (February 2012).

- Michael Arnold “Audio watermarking: Feature applications and Algorithm” IEEE International Conference on Multimedia and Expo (II), 2000.
- Nedeljko Cvejic., Tapio Seppanen. “Digital Audio Watermarking Techniques and Technologies” IGI Global, 2007.
- Nicolas Ducheneaut. “Social Interactive Television.” The Human-Computer Interactive. 136-154. Publishing models and article dates explained. USA, 2007.
- Petrovic, R. “Audio signal watermarking base on replica modulation“ . International Conference on Telecommunications in Modern Satellite, Cable and Broadcasting Service. Vol.1, (2001): 227-234
- Silver, Ward, ed. “Ch. 15 DSP and Software Radio Design”. The ARRL Handbook for Radio Communications (8 ed.). American Radio Relay League (2011).
- TCS Design Service “Second Screen Revolutionizing The Television Experience” . TATA white paper, 2012.
- Ranjeeta Yadav. SachinYadav. Jyotsna Singh., “Audio Watermarking Based on PCM Technique” . International Journal of Computer Applications (0975 -8887), Volume 8 No.2, (October 2010).

003



มาตรฐานการสื่อสารไร้สายระยะใกล้ ด้วยแสงที่มองเห็นได้ : การส่องสว่างข้อมูล

ปรีชา กอเจริญ
เกียรติศักดิ์ ศรีพิมานวัฒน์

บทคัดย่อ

ประเทศไทยยังขาดการเตรียมพร้อมให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและรองรับการแข่งขันในอนาคต โดยยังขาดทั้งฐานความรู้ ความตระหนัก ข้อมูลข่าวสาร บุคลากรการวิจัย โครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยเอื้อ จึงยังล้าหลังหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการจากการวิจัยและพัฒนาต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัวโดยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่มีภูมิคุ้มกัน ยืดหยุ่น และรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมหลักที่มีการวิจัยและพัฒนาด้านการวิจัยพื้นฐาน การวิจัยประยุกต์ การวิจัยเชิงทดลองอย่างเป็นระบบ การผลักดันให้มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อใช้งาน เป็นแนวทางที่สำคัญแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศไทย อันจะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในเทคโนโลยีด้านการใช้แสง เทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรม

ต่อเนื่อง การสื่อสารทางแสงยังมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้งานในสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดภัยพิบัติต่าง ๆ เนื่องจากการสื่อสารในภาวะฉุกเฉินควรเป็นบริการที่ผู้ใช้บริการไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้เทคโนโลยีใหม่ทางแสงยังเป็นเครื่องมือหนึ่ง ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ อีกประการหนึ่งที่เป็นส่วนผลักดันให้เทคโนโลยีการสื่อสารทางแสงที่มองเห็นได้มีความสำคัญคือการที่คลื่นอิเล็คโตรแมกเนติก และไม่ใคร่เวฟถูกใช้ในการสื่อสารอย่างแพร่หลายและมากจนทำให้เกิดภาวะของความหนาแน่นในการใช้งานสูงจนกระทั่งอาจเกิดเป็นมลภาวะทางคลื่นความถี่ ซึ่งเป็นข้อกังวลในด้านสุขภาพของประชาชนกลุ่มหนึ่ง การใช้งานการสื่อสารผ่านแสงที่มองเห็นได้ซึ่งเป็นแสงที่ใช้ในการให้ความสว่างกับพื้นที่ใช้งานอยู่แล้วจึงอาจสามารถลดปัญหาความหนาแน่นของการใช้งานคลื่นความถี่ลงได้ นอกจากนี้ยังมีการออกมาตรฐานมารับแล้วในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งประเทศไทยจึงควรได้ตระหนักในการติดตามเทคโนโลยีโทรคมนาคมมาตรฐานใหม่

นี้เพื่อเพิ่มโอกาสและลดการสูญเสียทรัพยากรในอนาคต การศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายด้วยแสงมาตรฐานใหม่ IEEE 802.15.7 จึงเป็นการมองอนาคตและวางแผนการจัดการเทคโนโลยี

เพื่อนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่เป้าประสงค์หลักในการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมในประเทศด้วยการพึ่งพาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคตอันใกล้

มาตรฐานการสื่อสารไร้สายระยะใกล้ด้วยแสงที่มองเห็นได้ : การส่องสว่างข้อมูล

การสื่อสารแสงที่มองเห็นจากการกะพริบสลับกันระหว่างสว่างกับมืดที่มีความเร็วสูงจนกระทั่งสายตามนุษย์ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เหมือนกับเป็นการส่องสว่างปกติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ เช่น 1) การประยุกต์เพื่อใช้สื่อสารในลักษณะเครือข่ายไร้สายส่วนบุคคล 2) การนำข้อมูลแฝงไว้ในป้ายโฆษณาที่มีแสงให้มีความสว่าง เมื่อมีผู้นำอุปกรณ์รับสัญญาณในลักษณะคล้ายกับการใช้กล้องอ่านข้อมูลจาก QR code ส่องไปยังป้ายโฆษณา ข้อมูลจะปรากฏบนหน้าจอเครื่องรับ 3) ระบบนำเสนอข้อมูลเฉพาะจุดพื้นที่ผ่านการส่องสว่างของแสง เพื่อให้ข้อมูลเฉพาะจุดเช่นในพิพิธภัณฑ์ นิทรรศการ หรือการให้ข้อมูลสินค้าหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้าผ่านโคมไฟส่องสว่างเฉพาะจุดภายในห้างเป็นต้น 4) การกระจายข้อมูลการสื่อสารจากโคมไฟส่องสว่างในอาคาร เช่น การให้ข้อมูลสินค้าหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จากห้างสรรพสินค้าผ่านโคมไฟส่องสว่างภายในห้าง 5) การส่งสัญญาณเพื่อบริการหรือคุมงานต่าง ๆ ในบ้าน สำนักงาน หรือโรงงานทั้งสัญญาณเสียง

วิดีโอและข่าวสารลงมายังผู้ที่มีภาครับแสงนั้น ๆ ได้ 6) การประยุกต์ใช้กับระบบการจราจรอัจฉริยะ (Intelligent Transport System: ITS) โดยให้ข้อมูลแฝงไว้กับสัญญาณไฟหรือป้ายจราจรจุดต่าง ๆ บนท้องถนน และไฟหน้าหรือท้ายรถกับการสื่อสารระหว่างยานพาหนะ (Car-2-Car หรือ M2M) เพื่อการตัดสินใจอัตโนมัติ และ 7) การประยุกต์ใช้เพื่อระบุตำแหน่งวัตถุภายในอาคาร เช่นการเป็นดาวเทียมจำนวนมากส่งสัญญาณตำแหน่งโคมไฟหรือจีพีเอสภายในอาคาร (Indoor GPS) ผ่านทุกโคมไฟเพื่อให้กับทั้งระบบอัตโนมัติหุ่นยนต์หรือบุคคลตาพิการ รวมทั้งอุปกรณ์การแพทย์ในพื้นที่ปลอดภัยในวิทย์

แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีและการรวมกลุ่มในต่างประเทศ

แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีการส่องสว่างข้อมูลเป็นที่สนใจทั่วโลกและมีการวิจัยและพัฒนาเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นมีการก่อตั้งกลุ่มเพื่อภารกิจการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้ (Visible Light Communication Consortium หรือ VLCC) เมื่อ พ.ศ. 2545 เพื่อเริ่มสร้างความตระหนัก โดยกลางปี พ.ศ. 2546 Nakagawa Lab Inc. โดยศาสตราจารย์

มาซาโอะ นาคากาวา อาจารย์มหาวิทยาลัย Kio University ตั้งบริษัททำและขายชุดรับส่งข้อมูลผ่านแสงเพื่อการศึกษา การใช้งานทั้งแบบปกติและแบบใต้น้ำ (underwater communication) หลังจากนั้นสมาคมเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และสารสนเทศของญี่ปุ่น (Japan Electronics and Information Technologies Association) ได้ออกมาตรฐานแรกมาตั้งแต่ พ.ศ. 2550

ในส่วนของบริษัทผู้ผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ครัวเรือน (consumer electronics) เช่น บริษัท คาสิโอ (Casio) มีการพัฒนาการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้ด้วยการใช้กล้องที่ติดตั้งบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อทำการสื่อสารระหว่างโทรศัพท์กับโทรศัพท์ และโทรศัพท์กับป้ายแอลอีดีต่าง ๆ (Signage) หรือไฟสัญญาณอื่น ๆ โดยเปิดตัวในงานแสดงสินค้าของใช้อิเล็กทรอนิกส์ประจำปีทีลาสเวสต์ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 นอกจากนั้นบริษัทเกิดใหม่ LAMPserve ที่ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2554 เห็นศักยภาพตลาดของระบบไฟส่องสว่างภายนอกอาคารด้วยแอลอีดี ที่จะให้ข้อมูลออกมาได้ด้วย โดยมองไปยังบรรดากลุ่มประเทศที่ขาดโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสารทั้งในทวีปแอฟริกาและเอเชีย ซึ่ง LAMPserve มุ่งเน้นการสื่อสารภายนอกอาคารที่มีความยากจากตัวแปรแวดล้อมที่มากขึ้นกว่างานภายในอาคาร ทั้งประสิทธิภาพและข้อจำกัดที่มีมากกว่า โดยได้มีการทำต้นแบบที่สามารถทำระบบไฟส่องสว่างนอกอาคารส่งข้อมูลได้ในระดับความเร็ว 100 Mbps ที่ระยะห่างระหว่างตัวรับและตัวส่งสองร้อยเมตรในปี พ.ศ. 2556

สำหรับด้านยุโรป มีโครงการความร่วมมือ

ชื่อโอเมกา (OMEGA) โดยได้รับการสนับสนุนจากสหภาพยุโรป (EU-FP7 program) เพื่อพัฒนาการเชื่อมต่อการสื่อสารความเร็วสูงภายในอาคาร (Home Gigabit Access project) ระยะสามปี (พ.ศ. 2551 - 2553) ด้วยงบประมาณที่สูงถึง 12.4 ล้านยูโรหรือประมาณกว่าห้าร้อยล้านบาท โดยร่วมกันทำหลายสถาบันเช่น มหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด มหาวิทยาลัยเอดินบะระ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ เป็นต้น ซึ่งมีงานวิจัยและพัฒนาด้านการส่งสว่างข้อมูลรวมอยู่ในโครงการนี้ด้วยร่วมกับเทคโนโลยีการสื่อสารความเร็วสูงอื่น ๆ เช่น การสื่อสารผ่านสายไฟฟ้าและบรอดแบนด์สายสู่บ้าน (Power Line Communication-PLC, FTTH และ ADSL) โดยอิงอยู่กับมาตรฐานการหลอมรวมเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเครือข่ายระดับบ้านพักของ IEEE (P1905.1) (PracTel Inc, 2014)

นอกจากนั้นสถาบันวิจัยชื่อดังของเยอรมนี Fraunhofer Heinrich Hertz Institute ได้สร้างต้นแบบเพื่อการใช้งานแบบครบรูปแบบที่ความเร็วสูงถึง 500 Mbps ในปี พ.ศ. 2556 อันเป็นการเปิดประตูสู่โลกการประยุกต์ที่ชัดเจนงานชิ้นนี้ได้นำมาจัดแสดงในการประชุมประจำปีด้านโทรคมนาคมโลกของไอทียู (ITU Telecom World'13) ณ ประเทศไทย เมื่อช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมามีด้วยความเร็วระดับ 500 Mbps ดังกล่าวนี้นี้ได้ล้ำหน้าการสื่อสารระยะใกล้ประเภทอื่นเช่น บลูทูธ (Bluetooth) หรือไวไฟ (WiFi) ไปอย่างมากมาย หากยังต้องพัฒนาการแข่งขันด้านอื่น ๆ ทั้งราคาและข้อจำกัดเทคนิคการกำหนดทิศทางลำแสงและอื่น ๆ

ให้เหมาะสมอีกสักกระยะหนึ่ง ถึงจะเข้าสู่การควบคุมหรือทดแทนกับการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ที่มีอยู่เดิมได้

ส่วนด้านสหรัฐอเมริกา กลุ่มวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบอสตัน นำเสนอผลงานในรูปแบบแสงฉลาด (Smart Lighting) อันเป็นการควบคุมกับการประยุกต์ในที่พักอาศัยคล้ายคลึงกับงานบ้านหรือสำนักงานอัจฉริยะ (Smart home/office) โดยร่วมกับหน่วยงานอีกหลายแห่งกลายเป็นศูนย์วิจัยวิศวกรรมการส่องสว่างอัจฉริยะ (Smart Lighting Engineering Research Center) มีวิสัยทัศน์นำประโยชน์ของแสงสว่างที่ควบคุมได้มาใช้ทั้งด้านการประหยัดพลังงาน ความสะดวกสบาย และด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับแสง จนถึงการใช้ข้อมูล เป็นการบูรณาการกลุ่มงานของทั้งการไฟฟ้า สถาบันการส่องสว่าง องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมประหยัดพลังงาน สถาบันเพิ่มผลผลิตจากสุขภาวะทางแสงที่เหมาะสม และองค์การการสื่อสารมาทำงานร่วมกัน

อินเทล (Intel) บริษัทใหญ่ในวงการผลิตชิปและโทรคมนาคม มีส่วนในวงการส่องสว่างข้อมูลด้วย โดยเป็นผู้สนับสนุนทุนวิจัยให้การรวมกลุ่มวิจัยเพื่อกิจกรรมด้านการจราจรอัจฉริยะด้วยแสงระหว่างยานยนต์กับไฟจราจรโดยมุ่งหวังนำการส่องสว่างข้อมูลกับการระบุตำแหน่งประยุกต์ใช้กับงานเครือข่ายของยานพาหนะต่าง ๆ ณ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ริเวอร์ไซด์ อันเป็นหนึ่งในกลุ่มการสื่อสารด้วยแสงรอบตัว (Center for Ubiquitous Communication by Light :

UC-Light) เป็นการรวมหลากหลายสาขาทั้งพลังงานไฟฟ้า การออกแบบแสงสว่าง และการสื่อสารข้อมูล นอกจากนั้นยังมีอีกหลายแห่งที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่พยายามนำการส่องสว่างข้อมูลเข้าไปปรับใช้กับกิจการอุตสาหกรรมไฟฟ้า และแสงสว่างเดิมที่ดำเนินการและมีมูลค่าสูงอยู่แล้ว แม้จะมีได้เน้นการสื่อสารเต็มรูปแบบแต่เพื่อไปเพิ่มประสิทธิภาพการส่งจ่ายพลังงาน ความสว่าง การควบคุมอัตโนมัติและการสื่อสารที่มีอยู่เดิมก็จะเพิ่มกำไรและลดค่าใช้จ่ายได้อีกมาก เช่น บริษัท Sensity CommScope และบริษัทเกิดใหม่อีกหลายแห่ง

มาตรฐานเครือข่ายไร้สายส่วนบุคคล

สมาคมสถาบันวิศวกรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (IEEE) ได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานนานาชาติ ที่เรียกว่า IEEE 802.15 ซึ่งเป็นมาตรฐานของเครือข่ายไร้สายส่วนบุคคล (Wireless Personal Area Networks: WPANs) หรือเครือข่ายที่มีระยะทางสั้นๆ และถือเป็นกลุ่มหนึ่งในมาตรฐาน 802 สำหรับเครือข่ายภายใน (Local Area Network: LAN) และเครือข่ายงานบริเวณนครหลวง (Metropolitan Area Network: MAN) (IEEE Computer Society, 2011) มาตรฐานนี้มุ่งความสนใจไปที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะทางสั้น พลังงานต่ำ ต้นทุนน้อย และอุปกรณ์สำหรับเครือข่ายไร้สาย เช่น พีซี พีดีเอ และโทรศัพท์มือถือ การร่างมาตรฐานเริ่มดำเนินงานในช่วงต้นปี พ.ศ. 2552 โดยในไตรมาสแรกมีการเสนอลักษณะการ

ใช้งานที่มีศักยภาพก่อน (Roberts, 2009) เพื่อการพิจารณาออกมาตรฐาน ต่อมาในไตรมาสที่ 2 จึงได้ทยอยเพิ่มกลุ่มอื่น ๆ อีกมากเข้าไปในการดำเนินการออกมาตรฐาน มาตรฐาน IEEE 802.15 นี้จะมีหน่วยย่อย (Task Group:) อยู่ 7 กลุ่มคือ

1. Task Group 1 (WPAN/Bluetooth)
2. Task Group 2 (Coexistence)
3. Task Group 3 (High Rate WPAN)
4. Task Group 4 (Low Rate WPAN)
5. Task Group 5 (Mesh Networking)
6. Task Group 6 (Body Area Network: BAN)
7. Task Group 7 (Visible Light Communication: VLC)

การสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้สามารถจัดอยู่ในมาตรฐาน IEEE 802.15 กลุ่มที่ 7 (IEEE 802.15.7) จุดมุ่งหมายหลักของกลุ่มนี้คือการสร้างมาตรฐานสำหรับชั้นฟิสิกคอล และแมก ซึ่งเป็นชั้นย่อยของ OSI model

มาตรฐานการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้

การพัฒนามาตรฐานการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้ เริ่มต้นที่ประเทศญี่ปุ่นจัดทำมาตรฐานระดับชาติเป็นแห่งแรกมุ่งเน้นที่การสื่อสารความเร็วต่ำ (cp-1221 JEITA) ในปี พ.ศ. 2552 (Haruyama, 2010) ต่อมาออกมาตรฐานระดับชาติของ VLC LAN โดย Infrared Communication Systems Association (ICSA) ในปีเดียวกัน ระหว่างช่วงเวลานั้นกลุ่มบริษัท Visible-Light Communications Consortium (VLCC) และสมาคม Infrared Data Association (IrDA) ได้

เผยแพร่มาตรฐานชนิด IrDA สำหรับ วีแอลซี ในปี พ.ศ. 2552 โดยมาตรฐานนี้มีการเปลี่ยนแปลงชั้นฟิสิกคอล เป็นคลื่นแสงย่านแสงสีขาวยาวเท่านั้น โดยยังคงรูปแบบการมอดูเลตเหมือนเดิมดังเช่นที่ใช้ในคลื่นแสงย่านอินฟราเรด นอกจากนี้ โพรโทคอลที่อยู่สูงขึ้นไปบนยังเป็นของ IrDA ไม่เปลี่ยนแปลง นอกจากองค์กรและสมาคมที่ได้กล่าวไปแล้วมีการออกมาตรฐาน ทางสมาคมสถาบันวิศวกรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (IEEE) ได้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานนานาชาติด้วยเช่นกัน มุ่งเน้นที่มาตรฐานแบบใหม่ทั้งระดับชั้นฟิสิกคอล และระดับชั้นแมก (IEEE Computer Society, 2011) ทางสมาคมสถาบันวิศวกรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ได้ตั้งกลุ่มศึกษาสำหรับมาตรฐานของ VLC IEEE 802.15 เรียกว่า IEEE 802.15 WPAN Visual Light Communication Interest Group (IGvLc) มีบริษัทชั้นนำที่เข้าร่วมได้แก่ Boeing, Intel, Samsung Electronics, ETRI (KR), Siemens AG, Bosch (CA), DTC (UK)

มาตรฐานการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้ถูกกำหนดขึ้นจากมาตรฐาน IEEE สำหรับเครือข่าย LAN และ MAN Part 15.7 สำหรับการสื่อสารไร้สายด้วยแสงระยะใกล้ด้วยแสงที่มองเห็นได้ โดยในมาตรฐานมีข้อกำหนดในชั้นฟิสิกคอล และแมก โดยใช้แสงที่มองเห็นได้เป็นตัวกลางนำข้อมูล ใช้ความถี่แสงที่มองเห็นคือระหว่างความยาวคลื่น 380 nm - 780 nm มีขีดความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลที่อัตราความเร็วสูง เพียงพอสำหรับการให้บริการด้านภาพ เสียง และมัลติมีเดียดิจิทัล ทั้งยังคำนึงถึงการเคลื่อนย้ายจุดเชื่อมต่อ ความเข้ากันได้ของ

โครงสร้างพื้นฐานของระบบแสงที่มองเห็นได้ที่ใช้ในการส่องสว่างปกติ (Visible-light Infrastructures) การรบกวนสัญญาณเนื่องจากสัญญาณรบกวนและแหล่งกำเนิดแสงแหล่งอื่นรวมถึงแหล่งกำเนิดแสงจากธรรมชาติ (Ambient light) และยังคงคำนึงถึงโปรโตคอลในชั้นแมก ที่จัดการในส่วนการเชื่อมต่อระหว่างจุดด้วย

การสื่อสารแสงที่มองเห็นได้หรือวีแอลซี ส่งข้อมูลโดยการกล้ำความเข้มของแหล่งกำเนิดแสง (Intensity Modulating Optical Sources) เช่น แอลอีดี และเลเซอร์ไดโอด (Laser Diodes : Lds) ที่มีความเร็วมากกว่าการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงของตามนุษย์ (Persistence of the Human Eye) การสื่อสารแสงที่มองเห็นได้ทำการรวมการส่องสว่างและการส่งผ่านข้อมูลไว้ด้วยกันจึงสามารถประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย เช่น การส่องสว่างข้อมูลบนพื้นที่การให้ความสว่างปกติทั่วไป ป้ายสัญลักษณ์ หรือป้ายบอกทาง (Sign-boards) ไฟส่องทาง หรือไฟส่องถนน ไฟสัญญาณ หรือไฟส่องสว่างในยานพาหนะ และสัญญาณไฟจราจร เป็นต้น โดยมาตรฐานนี้กำหนดขึ้นเพื่อใช้การสื่อสารแสงที่มองเห็นได้กับเครือข่ายไร้สายส่วนบุคคล (Wireless Personal Area Network : WPAN) ซึ่งมีคุณลักษณะต่าง ๆ ของมาตรฐานดังนี้ 1) โทโพโลยีของเครือข่ายในรูปแบบการส่งผ่านข้อมูลด้วยโทโพโลยีสตาร์ (Star) เพียร์ทูเพียร์ (Peer-to-peer) หรือการกระจาย (Broadcasting) 2) การกำหนดแอดเดรสสั้น 16 บิต หรือยาว 64 บิต 3) การกำหนดการเข้าถึงตัวกลางในลักษณะการกำหนดเวลา (Scheduled) หรือการกำหนดให้เข้าถึงแบบสุ่มที่มีกลไกการป้องกันการ

ชนกันของข้อมูล (Slotted Random Access with Collision Avoidance) 4) โปรโตคอลการตอบกลับเมื่อได้รับข้อมูล เพื่อการส่งผ่านข้อมูลที่มีเสถียรภาพน่าเชื่อถือ 5) การกำหนดดัชนีชี้วัดคุณภาพ (Wavelength Quality Indication : WQI) 6) รองรับการปรับค่าความสว่าง (Dimming Support) 7) รองรับการมองเห็นได้ของแสง 8) รองรับการปรับเปลี่ยนสี และ 9) รองรับความมีเสถียรภาพของสี

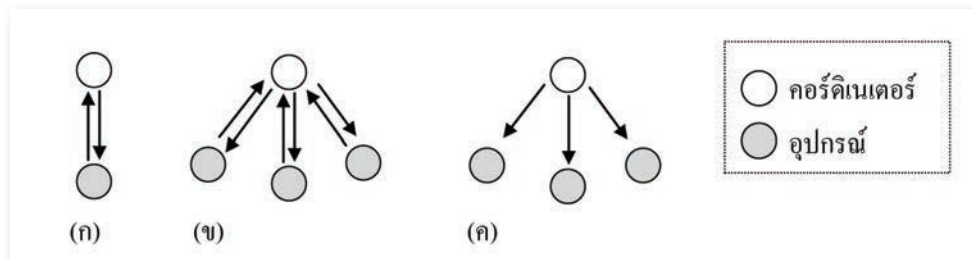
โทโพโลยีเครือข่าย (Network Topologies)

มาตรฐานการสื่อสารแสงที่มองเห็นได้ IEEE 802.15.7 หรือมาตรฐาน IEEE 802.15.7 วีแพน (Visible-Light Communication Personal Area Network : VPAN) จำแนกการประยุกต์ใช้งานโทโพโลยีเครือข่ายจำนวน 3 โทโพโลยี คือ โทโพโลยีสตาร์ (Star) เพียร์ทูเพียร์ (Peer-to-peer) และการกระจาย (Broadcasting) ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยในโทโพโลยีเครือข่ายแบบสตาร์ การสื่อสารจะเกิดขึ้นระหว่างอุปกรณ์ต่าง ๆ และอุปกรณ์ส่วนกลางที่มีความสามารถในการควบคุมที่เรียกว่าคอร์ดิเนเตอร์ (Coordinator) โดยที่เครือข่ายแบบสตาร์สามารถมีหลายคอร์ดิเนเตอร์ได้ ซึ่งแต่ละคอร์ดิเนเตอร์จะควบคุมเครือข่ายสตาร์แยกกันอย่างอิสระ ส่วนโทโพโลยีแบบเพียร์ทูเพียร์จะมีการสื่อสารเพียงระหว่างอุปกรณ์สองตัวเท่านั้น หนึ่งในนั้นจะทำหน้าที่เป็นคอร์ดิเนเตอร์ด้วย และโทโพโลยีแบบกระจาย ซึ่งจะสามารถทำให้อุปกรณ์ตามมาตรฐานการสื่อสารแสงที่มองเห็นได้ IEEE 802.15.7 สามารถทำงานในลักษณะการกระจายข้อมูลเพียงอย่าง

เดียว โดยไม่จำเป็นจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย และมีทิศทางการส่งข้อมูลเพียงทิศทางเดียว ซึ่งก็อาจไม่จำเป็นจะต้องเชื่อมโยง (Associate) ให้อุปกรณ์ตัวนั้นถูกรู้จักในเครือข่าย หรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่กระจายข้อมูลก็ไม่จำเป็นจะต้องทำหน้าที่เชื่อมโยงกับอุปกรณ์ตัวอื่นใด ในทุกโทโพโลยีเครือข่ายจำเป็นต้องรองรับคุณสมบัติการส่องสว่างตลอดเวลา (Visibility) ด้วย เพื่อคงค่าการส่องสว่างอย่างต่อเนื่องและไม่กะพริบ แม้จะไม่มีมีการสื่อสารใดๆ ในขณะอยู่ในสถานะไม่ทำงาน (Idle mode) หรือสภาวะการรับสัญญาณ (Receive mode)

อุปกรณ์ในเครือข่ายหรือคอมพิวเตอร์จะถูกกำหนดแอดเดรสเฉพาะตัวที่มีความยาว 64 บิต หลักจากที่อุปกรณ์ถูกเชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายที่มีคอมพิวเตอร์ควบคุมแล้ว จะสามารถกำหนดแอดเดรสสั้นที่มีความยาวเพียง 16 บิตได้

ไม่สามารถเคลื่อนที่ไปยังตำแหน่งอื่น มีพลังงานใช้อย่างไม่จำกัด ไม่ถูกจำกัดด้านขนาดหรือรูปทรง แหล่งกำเนิดแสงสามารถให้ค่าความสว่างได้มาก จึงสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารได้ทั้งระยะใกล้และระยะไกล รวมถึงความเร็วในการสื่อสารสามารถรองรับได้ทั้งการสื่อสารความเร็วต่ำและการสื่อสารความเร็วสูง ในส่วนการใช้งานในลักษณะเคลื่อนที่ได้ อุปกรณ์จะไม่ถูกติดตั้งอยู่กับที่ จึงมีข้อจำกัดด้านพลังงานและขนาดของอุปกรณ์ ซึ่งจะทำให้แหล่งกำเนิดแสงให้ความสว่างได้จำกัด ส่งผลต่อระยะทางการสื่อสารที่ไม่ไกลและความเร็วในการสื่อสารที่มีความเร็วต่ำ ขณะที่การใช้งานในยานพาหนะจะมีข้อจำกัดอยู่ระหว่างกลางคือตำแหน่งของอุปกรณ์จะเคลื่อนที่ได้ แต่พลังงานยังคงจำกัดอยู่ และจะใช้ในการสื่อสารระยะใกล้ที่ความเร็วในการสื่อสารไม่สูงนัก



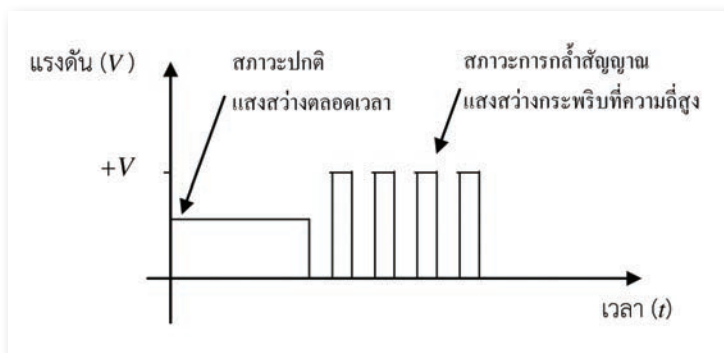
ภาพที่ 1 โทโพโลยีเครือข่าย (ก) เพียร์ทูเพียร์ (ข) สตาร์ และ (ค) กระจาย (IEEE Computer Society, 2011)

นอกเหนือจากการกำหนดโทโพโลยีของเครือข่ายแล้ว อุปกรณ์ในเครือข่ายการสื่อสารด้วยแสงที่มองเห็นได้ยังสามารถถูกแบ่งตามลักษณะการใช้งานได้สามลักษณะคือ ลักษณะโครงข่ายพื้นฐาน (Infrastructure) เคลื่อนที่ได้ (Mobile) และยานพาหนะ (Vehicle) การใช้งานในลักษณะโครงข่ายพื้นฐานจะถูกติดตั้งในตำแหน่งที่แน่นอน

สเปกตรัมในสภาวะการกล้ำสัญญาณ (Modulation-domain Spectrum)

ในสภาวะปกติเมื่อยังไม่มีมีการกล้ำสัญญาณใด ๆ แหล่งกำเนิดแสงจะได้รับสัญญาณแรงดันไฟฟ้ากระแสตรง แสงที่ถูกกำเนิดขึ้นจะสว่างตลอดเวลาตามการทำงานของไดโอดเปล่งแสง ซึ่งที่วงจรรับจะรับสเปกตรัมสัญญาณที่ความถี่ 0

Hz แต่เมื่อทำการกล้ำสัญญาณ แหล่งกำเนิดแสงจะได้รับสัญญาณแรงดันไฟฟ้าที่เป็นการปิดและเปิดที่ความถี่สูง แสงที่ได้จากไดโอดเปล่งแสงจะมีการกะพริบที่ความถี่สูง เมื่อวงจรรับนำแสงที่ได้ประมวลผลเป็นสัญญาณทางไฟฟ้า จะได้รับสเปกตรัมสัญญาณที่มีค่าความถี่ ดังแสดงดังภาพที่ 2 จากหลักการเบื้องต้นของการรับสเปกตรัมสัญญาณ เราสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างสภาวะปกติที่ไม่มีกรกล้ำสัญญาณและสภาวะที่มีการกล้ำสัญญาณได้ ซึ่งจะสามารถทำให้ทราบถึงช่วงเวลาที่ยังช่องทางการสื่อสารไม่ถูกใช้งานได้ (Clear Channel Assessment : CCA)



ภาพที่ 2 สัญญาณในสภาวะปกติและสภาวะการกล้ำสัญญาณ
(IEEE Computer Society, 2011)

สถาปัตยกรรม (Architecture)

สถาปัตยกรรมของมาตรฐานการสื่อสารแสงที่มองเห็นได้ IEEE 802.15.7 ถูกกำหนดขึ้นในลักษณะเป็นชั้นและชั้นย่อย แต่ละชั้นมีหน้าที่ในแต่ละส่วนของมาตรฐาน และมีการเชื่อมโยงข้อมูลบริการระหว่างชั้นที่อยู่ติดกัน โครงสร้างสถาปัตยกรรมที่ IEEE 802.15.7 กำหนดประกอบด้วย ชั้นฟิสิกคอล (Physical Layer : PHY) และ ชั้นแมก (Medium Access Control Layer : MAC) ชั้นฟิสิกคอลกำหนดตามมาตรฐานในส่วนประกอบของอุปกรณ์รับ-ส่งแสง และกลไกการควบคุมทางวงจรต่าง ๆ โดยชั้นฟิสิกคอลรองรับหลายรูปแบบโดยสามารถแบ่งได้เป็นสามรูปแบบและมีสเปกตรัมในสภาวะการกล้ำสัญญาณดังแสดงในภาพที่ 3

- รูปแบบ PHY I เพื่อใช้งานภายนอกอาคารที่เป็นการประยุกต์ใช้กับความเร็วของการสื่อสารที่ไม่สูงมากนัก ในช่วงประมาณหลักร้อย kbps รูปแบบนี้จะใช้เทคนิคการกล้ำ OOK (On-Off Keying : OOK)

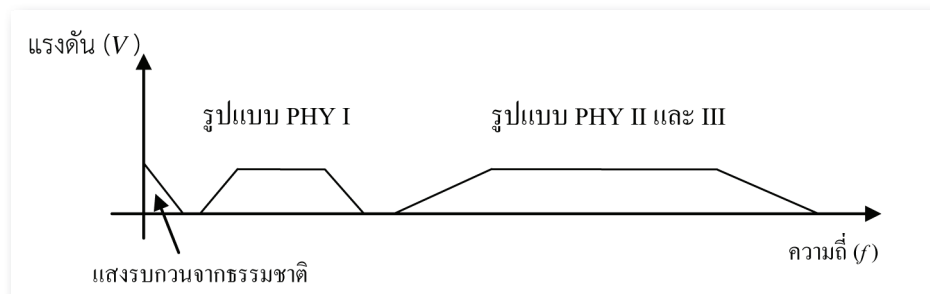
และเทคนิคการกล้ำ VPPM (Variable Pulse Position Modulation : VPPM)

- รูปแบบ PHY II

เพื่อใช้งานภายในอาคาร ที่เป็นการประยุกต์ใช้กับความเร็วของการสื่อสารระดับกลาง ในช่วงประมาณหลักสิบลบ Mbps รูปแบบนี้จะใช้เทคนิคการกล้ำ OOK และเทคนิคการกล้ำ VPPM เช่นกัน

- รูปแบบ PHY III

เพื่อใช้การประยุกต์ใช้กับการสื่อสารที่มีจำนวนตัวรับและตัวส่งหลายตัว ความเร็วของการสื่อสารอยู่ในช่วงประมาณหลักสิบลบ Mbps รูปแบบนี้จะใช้เทคนิคการกล้ำ CSK (Color-Shift Keying : CSK)



ภาพที่ 3 สเปกตรัมในสภาวะการกล้ำสัญญาณของชั้นฟิสิกคอลสาบรูปแบบ (IEEE Computer Society, 2011)

การทำงานของสื่อสารไร้สายทางแสงที่มองเห็นได้ตามมาตรฐาน IEEE 802.15.7 วิแพน ในชั้นแมก อยู่ในรูปแบบโพรโทคอลของเฟรมข้อมูล ทำการควบคุมการเข้าถึงตัวกลางการสื่อสาร โดยมีหน้าที่หลักในการจัดการเบคอน (Beacon Management) การควบคุมการใช้งานช่องสัญญาณ (Channel Access) การจัดการช่องเวลา (Guaranteed Time Slot Management : GTS) การตรวจสอบเฟรม (Frame Validation) การตรวจสอบการได้รับเฟรม (Acknowledgement) การเชื่อมโยงเครือข่ายและการถอนตัวจากเครือข่าย (Association and Disassociation) ชั้นแมก โดยเฟรมข้อมูลถูกกำหนดให้อยู่ในโครงสร้างของซูเปอร์เฟรม (Superframe Structure) ซึ่งครอบคลุมรายละเอียดของรูปแบบการส่งผ่านข้อมูล (Data transfer model)

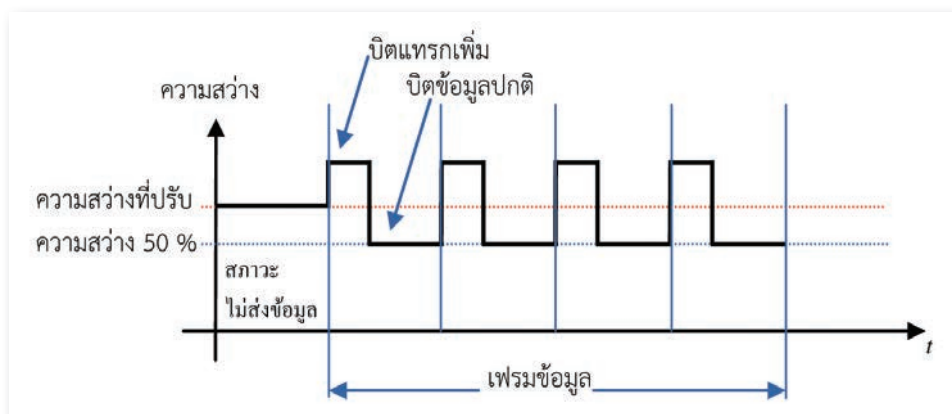
นอกจากนี้ยังมีชั้นบนที่อยู่ติดกับชั้นแมกเรียกรวมกันว่าชั้น Upper จะประกอบไปด้วยชั้นเน็ตเวิร์กที่จะจัดการด้านเครือข่าย การหาเส้นทาง การสื่อสาร ส่วนชั้น Application ทำหน้าที่ในการควบคุมการทำงานของอุปกรณ์ในลักษณะเฉพาะของอุปกรณ์ตัวนั้น ๆ ซึ่งชั้นดังกล่าวนี้จะไม่

อยู่ในขอบเขตที่มาตรฐานกำหนด นอกจากนี้ยังมีส่วนของเอนทิตีการจัดการอุปกรณ์ (Device Management Entity : DME) ที่มีการเชื่อมโยงกับชั้นแมก และชั้นฟิสิกคอล ผ่านทาง MLME-SAP และ PLME-SAP ตามลำดับ โดยทำหน้าที่จัดการด้านการปรับค่าความสว่างของอุปกรณ์การส่องสว่าง (Dimming) และการลดผลกระทบจากการกะพริบ (Flicker-mitigation) ในการใช้งานหากใช้การกล้ำสัญญาณในลักษณะเดียวกันทั้งหมดสำหรับสภาวะทำงานและสภาวะไม่ทำงาน จะส่งผลทำให้เกิดการกะพริบของแหล่งกำเนิดแสงได้เนื่องจากพลังงานที่ป้อนให้แก่แหล่งกำเนิดแสงจะมีค่าผันผวนมาก เพื่อลดการกะพริบและสามารถปรับค่าความสว่างได้นั้น จะมีการส่งเฟรมรูปแบบเฉพาะสำหรับสภาวะไม่ทำงาน (Idle Pattern) ให้ในช่วงที่อยู่ในสภาวะการรับสัญญาณหรือสภาวะไม่ทำงานสำหรับแหล่งกำเนิดแสงที่ใช้ส่องสว่างภายในอาคาร โดยเมื่อข้อมูลถูกส่ง คลื่นแสงจะถูกกล้ำส่งเป็นพัลส์คลื่น แต่ในช่วงสภาวะไม่ทำงานคลื่นแสงจะไม่ถูกกล้ำด้วยข้อมูลข่าวสาร ช่วงสภาวะไม่ทำงานนี้จะถูกแทนที่ด้วยเฟรมรูปแบบเฉพาะ

สำหรับสภาวะไม่ทำงานเพื่อให้คลื่นแสงมีรูปแบบต่อเนื่องเหมือนถูกกล้ำเป็นพัลส์คลื่นหรืออาจแทนที่ด้วยแรงดันไฟฟ้ากระแสตรง ซึ่งจะทำให้มีการกะพริบน้อย และเมื่อต้องการลดความสว่างลงก็จะสามารถทำได้โดยการลดค่า duty cycle (Duty Cycle) หรือความกว้างของพัลส์ลง ทั้งในส่วนข้อมูลและในเฟรมรูปแบบเฉพาะสำหรับสภาวะไม่ทำงานเพื่อให้มีการกะพริบน้อยที่สุด

นอกเหนือจากการลดความสว่างลงด้วยการลดค่า duty cycle แล้วนั้น ยังสามารถทำการปรับค่าความสว่างสำหรับใช้ในกรณีที่เทคนิค

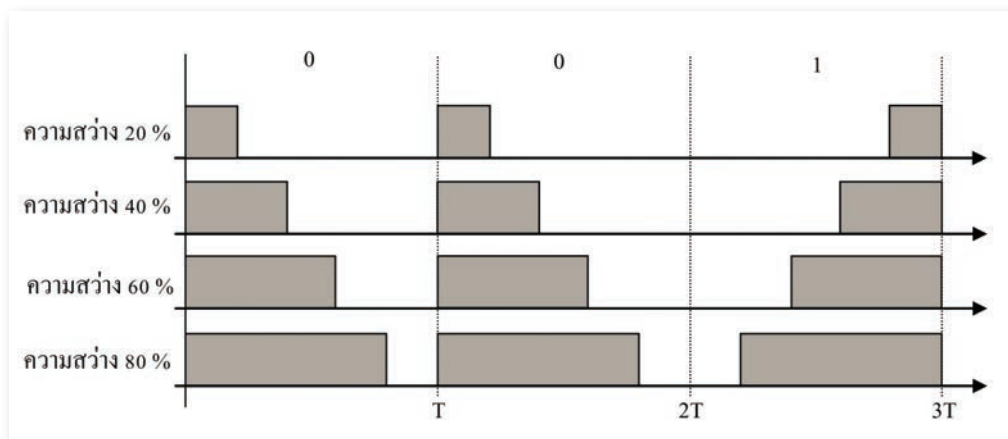
การกล้ำชนิด OOK ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงค่า duty cycle หรือความกว้างของพัลส์ได้ เนื่องจากวิธีการกล้ำ OOK ส่งพัลส์รหัสสายชนิดแมนเชสเตอร์ (Manchester coding) ซึ่งจะมีค่า duty cycle ของสัญลักษณ์สมมาตร การปรับค่าความสว่างจึงจะใช้เทคนิคการแทรกบิตเพิ่มเติมลงในแต่ละช่วงเฟรมข้อมูล โดยหากต้องการเพิ่มค่าความสว่างจะสามารถทำได้โดยการเพิ่มขนาดของบิตที่เพิ่มเติมเข้ามานั้น ให้มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การปรับค่าความสว่างสำหรับใช้ในกรณีที่ใช้ OOK (IEEE Computer Society, 2011)

การปรับค่าความสว่างเมื่อใช้เทคนิคการกล้ำ VPPM สามารถแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากสีที่อาจเปลี่ยนไปของแหล่งกำเนิดแสง หากมีการเปลี่ยนแปลงค่าขนาดของสัญญาณ เทคนิคการกล้ำ VPPM จะไม่เปลี่ยนแปลงค่าขนาดของรูปคลื่น แต่จะทำการเปลี่ยนตำแหน่งของพัลส์ และปรับค่าความสว่างด้วยการเปลี่ยนแปลงความกว้างพัลส์ เช่นตัวอย่างการกล้ำ VPPM ชนิด 2-PPM

จะแสดงค่าของบิต 0 และบิต 1 ด้วยการปรับเปลี่ยนตำแหน่งพัลส์โดยยังคงมีค่าความกว้างของพัลส์เท่ากัน เมื่อต้องการปรับเปลี่ยนค่าความสว่างให้มากขึ้น สามารถทำได้โดยการปรับเปลี่ยนค่าความกว้างของพัลส์ให้มีความกว้างมากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การปรับค่าความสว่างเมื่อใช้เทคนิคการกล้ำ VPPM (IEEE Computer Society, 2011)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การผลักดันให้มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อใช้งาน เป็นแนวทางที่สำคัญแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศไทย อันจะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในเทคโนโลยีด้านการใช้แสง เทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง การสื่อสารทางแสงยังมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้งานในสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้นภัยพิบัติต่าง ๆ เนื่องจากการสื่อสารในภาวะฉุกเฉินควรเป็นบริการที่ผู้ใช้บริการไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้เทคโนโลยีใหม่ทางแสงยังเป็นเรื่องมือหนึ่ง ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก (Assistive Technology : AT) สำหรับคนพิการ เพื่อช่วยในการปฏิบัติงานและการดำรงชีวิตอิสระ (independent living) ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่นเพื่อให้บริการถ่ายทอดการสื่อสารแก่ผู้ที่บกพร่องทางการได้ยิน เป็นต้น อีกประการหนึ่งที่เป็นส่วนผลักดันให้เทคโนโลยีการสื่อสารทางแสงที่มองเห็นได้มีความสำคัญคือการที่คลื่นอิเล็กทรอนิกส์แมกเนติก และไมโครเวฟถูกใช้ในการสื่อสารอย่างแพร่หลายและมากจนทำให้เกิดภาวะของความหนาแน่นในการใช้งานสูงจนกระทั่งอาจเกิดเป็นมลภาวะทางคลื่นความถี่ ซึ่งเป็นข้อกังวลในด้านสุขภาพของประชาชนกลุ่มหนึ่ง การใช้งานการสื่อสารผ่านแสงที่มองเห็นได้ซึ่งเป็นแสงที่ใช้ในการให้ความสว่างกับพื้นที่ใช้งาน

อยู่แล้วจึงอาจสามารถลดปัญหาความหนาแน่นของการใช้งานคลื่นความถี่ได้ก่อปรเป็นแนวโน้มนโยบายของโลกที่เพิ่งเริ่มต้นและได้มีการออกมาตรฐาน (IEEE 802.15.7) มารองรับแล้วในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งประเทศไทยจึงควรได้ตระหนักในการติดตามเทคโนโลยีโทรคมนาคมมาตรฐานใหม่นี้เพื่อเพิ่มโอกาสและลดการสูญเสียทรัพยากรในอนาคต การศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายด้วยแสงมาตรฐานใหม่ IEEE 802.15.7 จึงเป็นการมองอนาคตและวางแผนการจัดการเทคโนโลยีเพื่อนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่เป้าประสงค์หลักในการเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมในประเทศด้วยการพึ่งพาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคตอันใกล้



บรรณานุกรม

- IEEE Computer Society. 2011. IEEE Standard for Local and metropolitan area networks— Part 15.7: Short-Range Wireless Optical Communication Using Visible Light (IEEE Std 802.15.7TM-2011). New York: The Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. 2554. นโยบายและแผนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2564). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Haruyama S. 2010. Visible Light Communications. The 36th European Conference and Exhibition on Optical Communication (ECOC 2010).
- Holdren J.P. and Lander E. 2012. Report to the president Realizing the full potential of government-held spectrum to spur economic growth. Executive office of the President President's Council of Advisors on Science and Technology. Retrived July 12, 2014.
http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/microsites/ostp/pcast_spectrum_report_final_july_20_2012.pdf
- PracTel Inc. 2014. Progress in Optical Wireless Communications - VLC and FSO Technologies, Applications and Markets. Retrieved July 5, 2014. <http://www.researchandmarkets.com/reports/2813840/progress-in-optical-wireless-communications-vlc>
- Klaus Schwab. 2012. The Global Competitiveness Report 2012-2013, World Economic Forum. Retrieved July 5, 2014.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf
- Soumitra Dutta and Beñat Bilbao-Osorio. 2012. The Global Information Technology Report 2012. World Economic Forum. Retrieved July 8, 2014.
<http://reports.weforum.org/global-information-technology-2012/>

004



Internet of Things กับ Third Platform ปัจจัยสู่พัฒนาการของเศรษฐกิจดิจิทัล

ไพโรจน์ โววานิชกิจ

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรคมนาคม ซึ่งปัจจุบันมีการประสานกับเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านต่างๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมเข้าสู่ยุคของเศรษฐกิจดิจิทัล อันปรากฏได้ชัดจากการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ได้รับการผลิตขึ้นสำหรับการบริโภคข้อมูลผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารไร้สายอัจฉริยะ เช่น Smart Phone และ Tablet PC ไปจนถึงอุปกรณ์

สื่อสารแบบสวมใส่ได้ หรือ Wearable Device ต่าง ๆ ที่มีการผลิตออกจำหน่ายและได้รับความนิยมแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน มีการคาดการณ์กันว่าการเชื่อมต่อของอุปกรณ์ประมวลผลต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากอุปกรณ์สื่อสารประเภท Smart Phone และ Tablet PC จะแพร่หลายมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดนิยามของระบบนิเวศการเชื่อมต่อแบบ Internet of Things

บทคัดย่อ

Internet of Things กับการพูดถึงอย่างกว้างขวางของผู้คนทั่วโลก เป็นสิ่งที่เกิดและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ วินาทีในปัจจุบัน ไม่ใช่เรื่องแปลกแต่อย่างใดกับการเพิ่มจำนวนขึ้นของสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ตั้งแต่อุปกรณ์ตรวจรับค่าสัญญาณในแวดวงต่าง ๆ อุปกรณ์การแพทย์ อุปกรณ์การช่วยเหลือการขับขีของยานพาหนะยุคใหม่ ไปจนถึงบรรดาเครื่องมือ Gadget ต่าง ๆ รอบตัวเราในปัจจุบัน ซึ่งมีขีดความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อเข้าสู่คลังข้อมูลส่วนตัว (Privacy Account) ของผู้บริโภคทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น Account การใช้งานบนแอปพลิเคชัน Social Network ส่วนตัว อย่าง Facebook, Twitter ฯลฯ เพื่อประโยชน์ในกิจการต่าง ๆ ซึ่งเป็นการก้าวกระโดดของจำนวนประชากรที่มีการเชื่อมต่อกับโลกอินเทอร์เน็ตจากเดิมที่เป็นเพียงเครื่องคอมพิวเตอร์ และต่อมาขยายประชากรไปเป็นอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย เช่น Smart Phone หรือ Tablet PC

เมื่อมีการเชื่อมต่อโดยมีเครือข่ายสื่อสารไร้สาย อันมีกระแสหลักก็คือเทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปัจจุบันมีการเปิดใช้งานมาตรฐาน LTE (Long Term Evolution) ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่าเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 4 หรือ 4G (4th Generation Mobile) รวมถึงการผสมผสานใช้งานสื่อสารผ่านเครือข่าย LAN ไร้สายหรือ Wi-Fi (Wireless Fidelity หรือ Wireless LAN) ปัจจัยที่จะทำให้เกิดการเติบโตและต่อยอดทั้งในแง่ของการขยายจำนวนการใช้งาน ปริมาณการใช้งาน และการต่อยอดปฏิรูป รวมไปถึงสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ๆ ก็จำเป็นต้องประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ซึ่งมีการเรียกรวมกันเป็นแนวคิดของ Third Platform

บทความเรื่องนี้นำเสนอแนวคิดของการพัฒนาและผสมผสานของเทคโนโลยีที่จำเป็นในการผลักดันให้เกิดการเติบโตของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลโดยนำเสนอในเรื่องของ Internet of Things และชี้ให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของ Third Platform

พัฒนาของ Internet of Things

นิยามของ Internet of things ซึ่งนับจากนี้จะเรียกย่อๆ ว่า “IoT” หมายถึงสภาพแวดล้อมที่มีการเชื่อมต่ออุปกรณ์ชนิดต่าง ๆ จำนวนนับพัน ๆ ล้านชิ้นเข้าหากันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันโดยผ่านตัวกลางซึ่งก็คือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบ IP (Internet Protocol) อุปกรณ์เหล่านี้มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลาย แต่ก็อยู่ในบริบทที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล

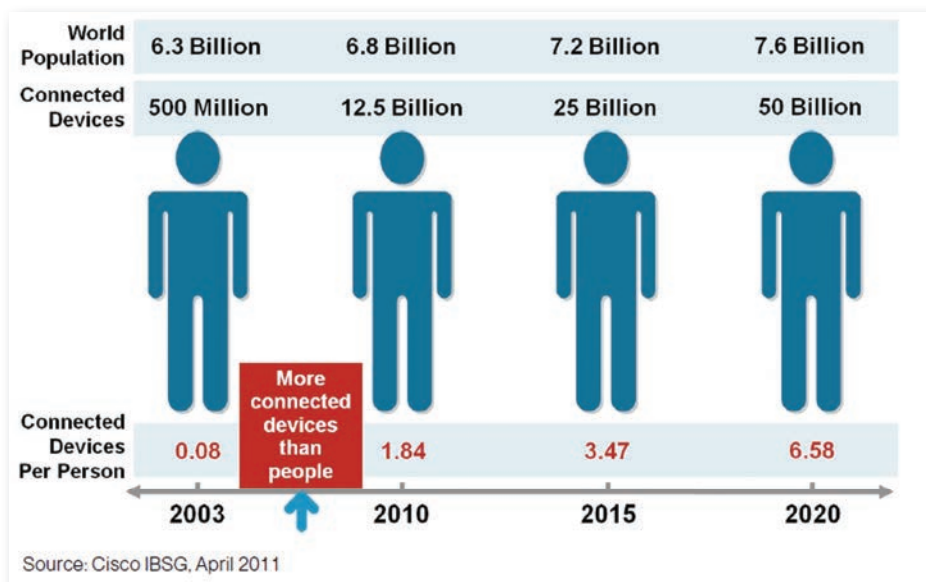
และนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์นั้นไปใช้เพื่อการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการเชื่อมต่ออุปกรณ์เหล่านี้เข้าด้วยการเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้งานในกิจการต่าง ๆ ที่มีอยู่หลากหลาย แนวคิดของ IOT ได้รับการจัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยี RFID (Radio Frequency Identification) ในปี พ.ศ. 2542 ซึ่งต่อมาได้มีการนำไปประยุกต์ใช้งานในวงการในหลากหลายอุตสาหกรรม อันเป็นผลมาจากการเติบโตของอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone และ Tablet PC ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์แบบฝังตัวที่มีขนาดเล็กลงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถนำไปติดตั้งใช้งานในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้หลากหลาย รวมถึงประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงของเทคโนโลยีการประมวลผลข้อมูลโดยเทคโนโลยี Cloud Computing ซึ่งทำให้ต้นทุนของการบริหารจัดการข้อมูลลดต่ำลงและท้ายที่สุดก็ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic)

นับจากนั้นเป็นต้นมา ความหมายของ Internet of Things ก็มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยหมายความว่าถึงการนำอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีการใช้งานในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถอ่านค่าจดจำค่า (Recognizable) ระบุตำแหน่ง และสามารถบริหารควบคุมได้โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยไม่ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีทางกายภาพที่ใช้ในการเชื่อมต่อ ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมต่อโดยใช้เทคโนโลยี RFID เครือข่าย WLAN เครือข่าย LAN แบบใช้สาย เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ ก่อให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยี

เพื่อเสริมขีดความสามารถให้อุปกรณ์และเครื่องใช้ต่าง ๆ มีขีดความสามารถในการเชื่อมต่อเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และต่อยอดด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ตามความเหมาะสมและความต้องการของตลาด ซึ่งอุปกรณ์และเครื่องใช้เหล่านี้มีตั้งแต่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ยานพาหนะอัจฉริยะ ไปจนถึงเครื่องใช้สามัญที่มีการใช้งานในชีวิตประจำวัน อย่างตู้เสื้อผ้า ตู้เย็น ฯลฯ ดังนั้นความหมายของ “Things” ของ IOT จึงครอบคลุมกว้างขวาง ตั้งแต่หมายถึงผู้คน (People) ตำแหน่งที่อยู่ (Location) ของอุปกรณ์ เวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล (Time Information) และเงื่อนไขในการเก็บข้อมูล (Condition)

การเติบโตของสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ตั้งแต่อุปกรณ์ประมวลผลแบบสวมใส่ได้ (Wearable Device) เช่น นาฬิกาอัจฉริยะ (Smart Watch) อุปกรณ์ทางการแพทย์และสุขภาพ

ที่พกพาและสามารถรายงานผลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ อุปกรณ์ควบคุมรถอัจฉริยะ ฯลฯ เริ่มมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2556 ที่ตลาดผู้บริโภคให้ความสนใจตอบรับในเทคโนโลยีไฮเทคเหล่านี้มากขึ้น ข้อมูลจากบริษัท CISCO ดังแสดงในรูปที่ 1 ระบุว่ามีการขยายตัวของอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Connected Device) อย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2553 ทั่วโลกมีอุปกรณ์ดังกล่าวถึง 12, 500 ล้านเครื่อง และประมาณการณ์ว่าจำนวนอุปกรณ์จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 25,000 ล้านเครื่องในปี พ.ศ. 2558 และกลายเป็น 50,000 ล้านเครื่องในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นจำนวนของอุปกรณ์จะมีค่ามากกว่าจำนวนประชากรทั่วโลกถึงกว่า 6 เท่า



รูปที่ 1 แสดงการขยายตัวของอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลกภายในปี พ.ศ. 2563 (ข้อมูลจาก : The Internet of Things: How the Next Evolution of the Internet is Changing Everything โดย Dave Evans, กรกฎาคม พ.ศ. 2555)

ผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มคุ้นเคยกับการถือกำเนิดของบรรดาอุปกรณ์อัจฉริยะต่าง ๆ และมีการแสวงหานิยมใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้มากขึ้น อาทิ การเลือกซื้อกำไลข้อมืออิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถวัดและรายงานว่าในแต่ละวัน เจ้าของเครื่องมีการเดินออกกำลังมากน้อยเพียงใด มีรูปแบบการนอนหลับสบายหรือไม่ เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการประเมินผลโดยการอัลโบลด์อัตโนมัติผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone ไปยังระบบเซิร์ฟเวอร์ส่วนกลางที่มีการประมวลผลโดยใช้เทคโนโลยี Cloud Computing และมีการแสดงสรุปข้อมูลบนหน้าจอแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone ก็ถือว่าเป็นการช่วยให้เจ้าของเครื่องสามารถควบคุมการใช้ชีวิตอย่างมีสุขอนามัยมากขึ้นกว่าในอดีต นอกจากนี้ด้วยความพร้อมของเทคโนโลยี Social Network ยังส่งผลให้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประเมินค่าในกลุ่มได้อีกด้วย

การให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ ย่อมจะเกิดขึ้นอีกมากในอนาคต ทำให้เกิดแผนธุรกิจใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เป็นการสร้างโอกาสและอาชีพใหม่ทางธุรกิจ สำหรับภาครัฐเองก็สามารถอาศัยประโยชน์จากการสร้างระบบตรวจจับในส่วนงานต่าง ๆ เช่น การวัดค่าที่แสดงถึงการระบาดของศัตรูพืชโดยกระทรวงเกษตร การวัดค่าปริมาณการจราจรโดยกระทรวงมหาดไทย ฯลฯ แล้วนำข้อมูลผ่านระบบตรวจจับต่าง ๆ มาทำการประมวลผล ไม่ว่าจะโดยหน่วยงานต้นสังกัด หรือนำข้อมูลทุกภาคส่วนที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันมาประมวลผลร่วมกัน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารราชการแผ่นดินและเกิดประโยชน์

สูงสุดต่อประชาชน

แนวโน้มทางการตลาดของ IOT

เป็นที่ยอมรับกันว่าในปัจจุบัน บริษัทหรือองค์กรธุรกิจแต่ละสาขาต่าง ๆ ล้วนให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ปรับกลไกการทำธุรกิจ และพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบกิจการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดต้นทุนดำเนินการ ทำให้บริษัทหรือองค์กรสามารถแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจได้ต่อไป เรื่องของ IOT ถือเป็นหนึ่งในการสร้างนวัตกรรมทั้งในเชิงการบริหารจัดการ รวมถึงการสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ในที่นี้จะกล่าวถึงแนวโน้มทางการตลาดสำหรับหลาย ๆ กลุ่มธุรกิจที่สามารถได้ประโยชน์จากแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ จาก IOT

1. กลุ่มขนส่งและ Logistic

การถือกำเนิดของเทคโนโลยีแสดงข้อมูลแบบไร้การสัมผัส อย่าง RFID ทำให้สายธุรกิจขนส่งและการผลิตที่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือวัตถุดิบต่าง ๆ สามารถกระชับกระบวนการดำเนินการทั้งภายในองค์กรและระหว่างพันธมิตรธุรกิจที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันลงไปได้มากจากในอดีตที่ต้องอาศัยการจดบันทึกและตรวจนับ และยังคงเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ทำให้เสียเวลาในการดำเนินการและยังมีโอกาสเกิดความผิดพลาดในการตรวจนับ การแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าโดยใช้เทคโนโลยี RFID ช่วยทำให้เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินการ และ

ยิ่งเมื่อมีการส่งข้อมูลที่บันทึกในตัวสินค้าหรือวัตถุติดผ่านการเชื่อมต่อไร้สายต่อไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีการเขียนโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันในการประมวลผลข้อมูล ก็จะสามารถลดความวุ่นวาย เวลาในการดำเนินการ และสะดวกต่อการวางแผนงานทั้งภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงไปได้มาก อันย่อมหมายถึงการส่งผลให้สามารถลดต้นทุนในการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในกรณีนี้ IOT จึงทำหน้าที่เป็นส่วนต่อขยายเพื่อประสานข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการของหน่วยงาน

2. กลุ่มการแพทย์ (Healthcare)

ปัจจุบัน โรงพยาบาลหลาย ๆ แห่งมีการปรับจุดยืนในการให้บริการรักษา จากรูปแบบดั้งเดิมที่ต้องใช้สถานที่ของตนเองในการให้บริการรักษาพยาบาล มาเป็นการนำเทคโนโลยี Self-Monitoring ที่มีราคาประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงเข้ามาใช้เพื่อตรวจรักษา และติดตามความคืบหน้าอาการของผู้ป่วยจากระยะไกล เป็นการลดต้นทุนในการสร้างอาคารสถานที่ที่เป็นที่พักรักษาผู้ป่วยลง มีเทคโนโลยีเซนเซอร์วัดผลที่มีประสิทธิภาพและมีขนาดเล็กลงได้รับการผลิตออกจำหน่าย ซึ่งสามารถทำงานเชื่อมต่อเพื่อส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์สื่อสารอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone หรือผ่านเครือข่าย WLAN สำหรับส่งข้อมูลการรักษาไปยังแพทย์เจ้าของไข้หรือโรงพยาบาล เพื่อใช้ในการติดตามอาการและให้คำแนะนำ กรณีนี้เหมาะสำหรับผู้ป่วยที่ไม่มีอาการเจ็บป่วยรุนแรงจนต้องเข้าพักรักษา

ตัวในโรงพยาบาล รวมถึงผู้ป่วยที่ผ่านการรักษาในช่วงวิกฤต และสามารถกลับไปอยู่บ้าน โดยมีการส่งข้อมูลสุขภาพที่ตรวจวัดกลับไปยังโรงพยาบาลได้

3. กลุ่มพลังงาน (Energy)

เทคโนโลยี Smart Grid และ Metering ซึ่งเป็นกระแสใหม่ของการบริหารจัดการการผลิตและส่งจ่ายกำลังงานไฟฟ้าแบบครบวงจร กำลังเป็นแนวทางใหม่ของอุตสาหกรรมไฟฟ้าทั่วโลกในปัจจุบัน ผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคซึ่งซื้อกระแสไฟฟ้าจากผู้จำหน่าย ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือบริษัทเอกชนจะได้รับในปัจจุบันจากการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ IOT มาทำงานร่วมกับ Smart Grid ก็คือความสะดวกในการติดตามและควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าของตน เป็นการควบคุมพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าของตนให้เหมาะสมกับค่าใช้จ่าย และในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ IOT ในรูปของอุปกรณ์ตรวจวัดและควบคุมการใช้พลังงานไฟฟ้าในครัวเรือน ไปจนถึงระบบควบคุมและบริหารจัดการพลังงานไฟฟ้าของผู้ผลิตและจัดส่งพลังงานไฟฟ้า จะมีผลทำให้สามารถบริหารจัดการการผลิตพลังงานไฟฟ้าให้เหมาะสมกับปริมาณการใช้ไฟฟ้าของประเทศ มีผลทำให้ลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตพลังงาน (อาทิ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์) ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. กลุ่มยานยนต์ (Automotive)

ปัจจุบัน หลาย ๆ เมืองใหญ่ทั่วโลกมีการลงทุนติดตั้งกล้องและเซ็นเซอร์ตรวจสอบสภาพการจราจร แต่ก็ไม่สามารถให้ผลในการบริหารจัดการการจราจรแก่ยานพาหนะได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเซ็นเซอร์เหล่านั้นทำได้เพียงเก็บข้อมูล มาทำการประมวลผล และให้เป็นคำแนะนำแก่ผู้ขับขี่ ซึ่งอาจจะปฏิบัติตามหรือนำคำแนะนำนั้นไปประยุกต์ไม่ได้มากนัก เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ IOT ซึ่งทำงานร่วมกับระบบบริหารจัดการยานพาหนะแบบ V2V (Vehicle-to-Vehicle Communication) ซึ่งใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างยานพาหนะรุ่นใหม่ๆ ด้วยเทคโนโลยีสื่อสารแบบ DSRC (Dedicated Short-Range Communication) จะทำงานร่วมกันโดยให้ยานพาหนะแต่ละคันส่งค่าข้อมูลการขับขี่และสภาพการจราจรที่แต่ละคันเก็บได้มาทำการประเมินผลผ่านทาง การเชื่อมต่อแบบ IOT และให้ยานพาหนะมีการติดต่อถึงกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงสามารถบริหารจัดการเส้นทางการขับขี่และพฤติกรรมขับขี่ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพสูงสุด

เท่าที่ได้กล่าวมาเป็นเพียงบางกลุ่มธุรกิจเท่านั้น การเติบโตและความหลากหลายในเชิงนวัตกรรมของแนวคิด IOT จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตของมนุษย์ทั่วไปจนถึงระดับการประกอบธุรกิจในแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์ในอนาคต บทความเรื่องนี้จะไม่กล่าวถึงรายละเอียดในเชิงวิสัยทัศน์ทางการตลาดเกี่ยวกับ IOT มากไปกว่านี้ แต่จะอธิบาย

ถึงปัจจัยทางเทคโนโลยีที่มีผลขับเคลื่อนไปสู่การเติบโตของโลก IOT

ทิศทางการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่สนับสนุน IOT

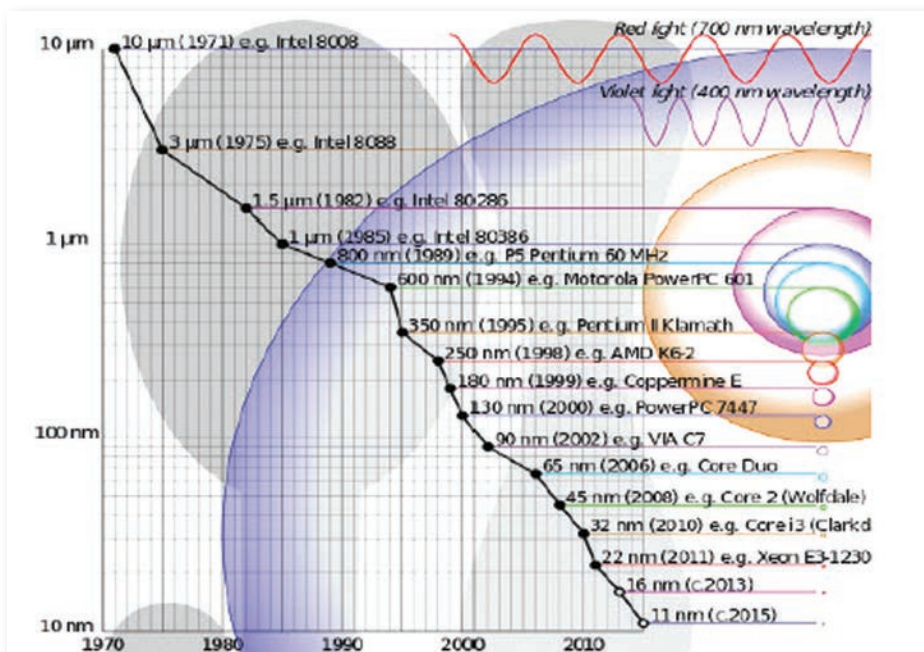
นวัตกรรมทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการเกี่ยวกับ IOT มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีอัตราเร็วในการขยายตัว รวมถึงการประยุกต์ใช้งานในหลากหลายอุตสาหกรรมที่สูงมากขึ้นเรื่อย ๆ อันเป็นผลลัพธ์จากพัฒนาการทางเทคโนโลยีหลายแขนงที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยทางเทคโนโลยีที่ส่งเสริมต่อการขยายตัวของ IOT มีดังต่อไปนี้

1. ขนาดที่เล็กลงของอุปกรณ์เซ็นเซอร์และชิปเซ็ต

IOT เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีในการเชื่อมต่อข้อมูล (Things) ผ่านเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการตรวจจับโดยอุปกรณ์เซ็นเซอร์ และยังต้องมีหน่วยประมวลผลเพื่อดำเนินการ ขนาดที่เล็กและต้นทุนที่ต่ำของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้จึงมีความสำคัญต่อการวิจัย พัฒนา และผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สนับสนุน IOT โชคดีที่อุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ประมวลผลอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความหนาแน่นของโครงสร้างการทำงานภายใน ซึ่งเป็นไปตามกฎของมัวร์ (Moore's Law) ที่ทำนายไว้ว่า เทคโนโลยีการผลิตจะมีผลทำให้สามารถเพิ่มความหนาแน่นของจำนวนวงจรทรานซิสเตอร์ภายในอุปกรณ์ประมวลผลได้หนึ่งเท่าตัวทุกๆ 2 ปี

อุปกรณ์เซมิคอนดักเตอร์มีขนาดเล็กลง มีต้นทุนที่ถูกลง แต่มีความหนาแน่นของวงจรประมวลผลสูงขึ้น อันเป็นผลจากความสามารถในการเพิ่มจำนวนทรานซิสเตอร์ภายในอุปกรณ์ประมวลผลเหล่านั้น สิ่งที่น่าประหลาดก็คือความสำเร็จในการลดขนาดของเทคโนโลยีทรานซิสเตอร์ลงไปได้เป็น 22 นาโนเมตรในช่วงปลายปี พ.ศ. 2554 และ 16 นาโนเมตรในปี พ.ศ. 2556 และคาดกันว่าจะสามารถลดลงไปได้เป็น 11 นาโนเมตรในปี พ.ศ. 2558 โดยมีเส้นทางการพัฒนาดังแสดงในรูป

ที่ 3 ในปี พ.ศ. 2555 บริษัทอินเทล ได้มีการเปิดตัวอุปกรณ์ประมวลผลที่มีชื่อว่า “Ivy Bridge” ซึ่งใช้เทคโนโลยี 3D Tri-Gate มีขนาดความหนาแน่นของเทคโนโลยีทรานซิสเตอร์ 22 นาโนเมตร ช่วยให้สามารถบรรจุทรานซิสเตอร์จำนวน 2,900 ล้านชิ้นลงไปในการประมวลผลได้ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผลขึ้นถึงร้อยละ 37 อีกทั้งยังสามารถประหยัดกำลังไฟฟ้าได้ถึงร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับเทคโนโลยีวงจรประมวลผลรุ่นก่อนหน้า



รูปที่ 3 พัฒนาการขนาดของเทคโนโลยีวงจรทรานซิสเตอร์ที่ใช้ออกแบบวงจรประมวลผล

Technology Component	2010 Cost*	2015 Cost**
Radio, Wi-Fi	1.50	0.80
Radio, Bluetooth	1.00	0.50
Processor (basic 8-bit microcontroller chip with embedded flash memory)	1.00	0.85
Sensor (temperature)	1.00	0.75
Sensor (vibration/accelerometer)	1.50	1.00
Camera (1.8 megapixel CMOS image sensor)	1.80	1.20
Microphone	1.20	1.00
GPS	1.25	0.70
Energy Source (inductive loop wireless power, incremental cost per unit)	2.50	2.00

*Lowest costs for simplest realistic implementation; **2015 cost assumes the same functionality as the corresponding 2010 figure
CMOS = complementary metal-oxide semiconductor

Source: Gartner (November 2011)

รูปที่ 4 ต้นทุนที่ต่ำลงของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

(ข้อมูลจาก : Falling Cost of Components Will Help Drive the Pervasiveness of the Internet of Things เขียนโดย Jim Tully และ Hung LeHon g.)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดังกล่าว อันมีผลทำให้ชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นขณะต้นทุนถูกลง มีผลทำให้ตลาดสามารถลดราคาของอุปกรณ์ต่าง ๆ ตั้งแต่เซนเซอร์และอุปกรณ์ประมวลผลให้ต่ำลงได้เรื่อย ๆ ส่งผลให้ผู้ผลิตอุปกรณ์ไฮเทคต่าง ๆ สามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าของตนได้ในราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปซื้อมาใช้ได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถของสินค้ารุ่นต่อไปได้โดยยังคงตรึงระดับราคาจำหน่ายให้ใกล้เคียงหรือเท่ากับสินค้าในรุ่นก่อนหน้า รูปที่ 4 เป็นข้อมูลจากบริษัท Gartner ซึ่งมีการพยากรณ์ไว้ว่าราคาของอุปกรณ์เซมิคอนดักเตอร์ต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้สร้างผลิตภัณฑ์ไฮเทคจะต่ำลงเรื่อย ๆ เปรียบเทียบระหว่างราคาในปี พ.ศ. 2553 กับ

พ.ศ. 2558 อุปกรณ์ดังกล่าวก็ได้แก่ อุปกรณ์รับส่งสัญญาณคลื่นวิทยุ อุปกรณ์รับส่ง Wi-Fi เซนเซอร์ อุปกรณ์แสดงพิกัดแบบ GPS (Global Positioning System) ซึ่งจะมีการลดลงของราคาลงร้อยละ 15 ถึงร้อยละ 45 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2553 กับ พ.ศ. 2558 ซึ่งถือเป็นเรื่องดีทั้งต่อตัวผู้บริโภคและการเติบโตของ IOT

2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี RFID

เทคโนโลยี RFID ถือว่ามีความสำคัญต่อ IOT มากเนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการอ่านค่าข้อมูลชนิดแรกที่ได้รับการนำมาใช้งานผลิตเป็นอุปกรณ์สำหรับอ่านข้อมูลสินค้าในแวดวงขนส่ง และประยุกต์ใช้งานเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรายงานข้อมูลตามแนวทางของ

IOT เทคโนโลยีสื่อสารแบบ RFID ใช้ความถี่คลื่นวิทยุได้ตั้งแต่ 125 กิโลเฮิร์ตซ์ (LF : Low Frequency) ไปจนถึง 5.8 กิกะเฮิร์ตซ์ (SHF : Super High Frequency) โดยอุปกรณ์เครื่องอ่านค่า RFID จะทำการอ่านค่าข้อมูลของวัตถุปลายทางผ่านทางคลื่นความถี่ โดยมีการติดตั้งสายอากาศที่ตัวเครื่องอ่าน การทำงานของเครื่องอ่านนั้นก็คือการส่งสัญญาณคลื่นความถี่ไปเหนี่ยวนำให้เกิดพลังงานไฟฟ้าที่ Tag หรือแผงเล็กๆ ซึ่งบรรจุข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุปลายทาง เช่น เสื้อผ้า สินค้าอื่นๆ ฯลฯ แล้วข้อมูลนั้นก็จะถูกส่งจาก Tag กลับมายังเครื่องอ่าน ซึ่งข้อดีของการสื่อสารแบบ RFID ก็คือเราสามารถสั่งการให้เครื่องอ่าน RFID ส่งสัญญาณไปแก้ไขข้อมูลภายใน Tag ได้ตามต้องการ โดยที่เทคโนโลยี Bar Code แบบเดิมๆ ที่ใช้งานมาตั้งแต่ในอดีตไม่ว่าจะเป็น Bar Code 1 มิติ หรือ Bar Code 2 มิติ ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลในแถบข้อมูลปลายทางได้อีก ยกเว้นจะต้องพิมพ์และเปลี่ยนแถบข้อมูลใหม่

ในอนาคตเทคโนโลยี RFID จะได้รับการพัฒนาให้ Tag สามารถบรรจุข้อมูลในปริมาณที่มากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องอ่านกับ Tag จะใช้เวลาเร็วขึ้น และเทคโนโลยีการผลิตจะสามารถสร้าง Tag ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและยืดหยุ่นต่อการนำไปติดตั้งใช้งานได้ในหลากหลายอุตสาหกรรม นอกเหนือจากที่ปัจจุบันมีการใช้งานอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมการผลิตและขนส่ง ยานยนต์ ธุรกิจค้าปลีก การแพทย์ ฯลฯ

3. เทคโนโลยี IPv6

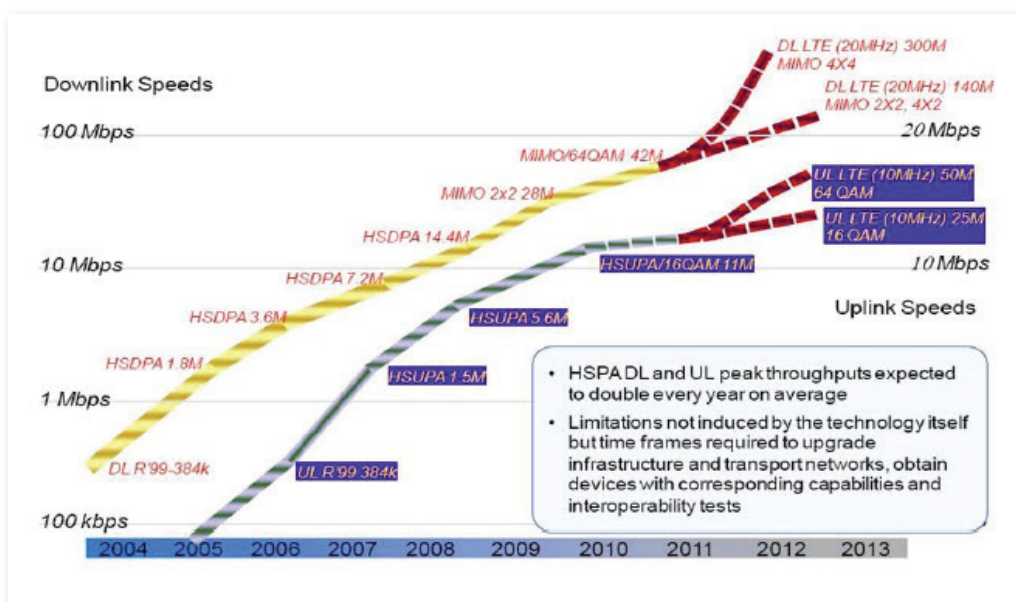
การกำหนดแอดเดรสหรือเลขหมายที่อยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต (IP หรือ Internet Address) ซึ่งเดิมมีข้อจำกัดที่ว่ามาตรฐานระบบ IPv4 ที่ใช้งานเพื่อกำหนดแอดเดรสให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ที่มีใช้งานมาตั้งแต่อดีตนั้นสามารถรองรับจำนวนอุปกรณ์ได้จำกัด เมื่อเทียบกับการขยายตัวของ IOT อันหมายถึงการพัฒาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและต่างก็ต้องการได้รับการจัดสรรแอดเดรส มีการคิดค้นเทคนิคชั่วคราวหลายๆ ประการในอันที่จะประวิงเวลาให้ใช้ประโยชน์จากมาตรฐาน IPv4 ไปได้ ในขณะที่อุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตก็เร่งผลักดันให้มีการนำมาตรฐาน IPv6 ซึ่งรองรับปริมาณอุปกรณ์ที่ต้องการเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลกได้มากถึง 3.4×10^{38} แอดเดรส อันเป็นขีดความสามารถในการตอบสนองการขยายตัวของ IOT ได้เป็นอย่างดี อย่างน้อยก็มากกว่าการพยากรณ์ว่าจะมีอุปกรณ์ต่างๆ เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตถึง 50,000 ล้านชิ้นภายในปี พ.ศ. 2563

4. พัฒนาการการสื่อสารที่มีความเร็วสูงขึ้นและเวลาหน่วงลดลง

การถ่ายโอนข้อมูลผ่านเครือข่ายสื่อสารที่มีความรวดเร็ว และอุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้แบบแทบจะเป็นตามเวลาจริง (Real Time Communication) หรือภาษาทางวิศวกรรมเรียกว่า “เวลาหน่วง” (Latency) ต่ำนั้นถือว่าเป็นเรื่องสำคัญต่อการขยายตัวและพัฒนา

ของอุตสาหกรรม IOT ความพร้อมของเครือข่ายสื่อสารไร้สายที่ครอบคลุมพื้นที่ใช้งานทุกหนแห่ง และรองรับการสื่อสารข้อมูลโดยไม่มีข้อติดขัด มีผลต่อการขยายตัวของ IOT ปัจจุบันเทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นช่องทางในการสื่อสารของบรรดาอุปกรณ์ IOT ต่าง ๆ มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรง เช่น การติดต่อผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G/4G ของอุปกรณ์เครื่องอ่านบัตรเครดิต อุปกรณ์บอกพิกัดรถยนต์ ฯลฯ หรือโดยทางอ้อม เช่น การส่งผ่านข้อมูลจากเซนเซอร์หรืออุปกรณ์ Gadget ต่าง ๆ ผ่านไปยังเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone โดยการสื่อสารแบบ Bluetooth แล้วให้ Smart Phone ติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังปลายทางอีกทอดหนึ่ง

เทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ซึ่งปัจจุบันเป็นมาตรฐานการสื่อสารแบบ HSPA (High Speed Packet Access) และ HSPA+ ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันเครือข่าย HSPA+ ที่มีการใช้งานในเชิงพาณิชย์ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย สามารถรองรับการสื่อสารข้อมูลในทิศทางส่ง (จากเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังสถานีฐาน) ด้วยอัตราเร็วสูงสุด 42 เมกะบิตต่อวินาที และมีแผนการพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการให้รองรับการสื่อสารที่สูงขึ้นต่อไปในอนาคต ภายใต้ข้อกำหนดของหน่วยงาน 3GPP (Third Generation Partnership Project) ที่เป็นผู้ควบคุมและวางกรอบการพัฒนาของเทคโนโลยี 3G และ 4G ในระดับโลก นอกจากนี้ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

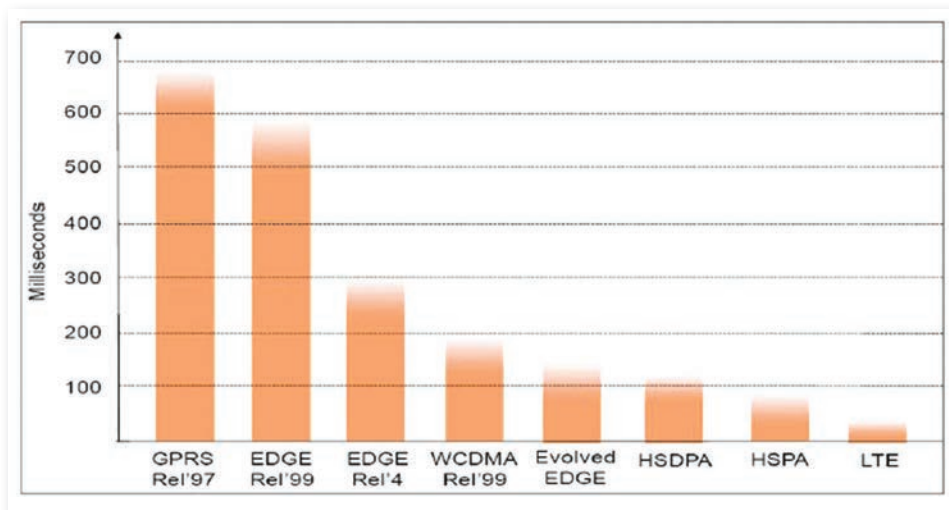


รูปที่ 5 พัฒนาการด้านอัตราเร็วในการรองรับการสื่อสารข้อมูลของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
(ข้อมูลจาก : Mobile Broadband Explosion จัดทำโดย Rysavy Research)

จำนวนมารายในโลก ก็เริ่มมีการพัฒนาและเปิดให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ซึ่งใช้เทคโนโลยี LTE (Long Term Evolution) ที่นอกจากจะได้รับการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการสื่อสารข้อมูลด้วยอัตราเร็วสูงแล้ว ยังมีสถาปัตยกรรมเครือข่ายที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการช่วยลดเวลาหน่วงในการสื่อสารลงด้วย ทำให้อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ สามารถติดต่อสื่อสารกับปลายทางได้ในเวลาอันรวดเร็ว รูปที่ 6 เปรียบเทียบเวลาหน่วงที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารบนเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มาตรฐานต่าง ๆ เริ่มจาก 2G (เทคโนโลยี GSM/GPRS) มาสู่ 3G (WCDMA/HSPA) และ 4G (LTE) จากซ้ายไปขวา

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G LTE รับประกันว่าเวลาหน่วงที่เสียไปในการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายจะมีค่าต่ำมากในช่วง 50 - 75 ไมโครวินาทีเท่านั้น จึงเป็นข้อดีต่อการสนับสนุนการทำงานของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้

การสื่อสารระหว่างอุปกรณ์ต้นทางและปลายทางที่รวดเร็วมีการทำงานแบบตามเวลาจริง หนึ่งเวลาหน่วงโดยรวมนับจากอุปกรณ์ต้นทางจนถึงปลายทางนั้น โดยแท้จริงแล้วยังขึ้นอยู่กับเครือข่ายอื่นๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จนกว่าจะไปถึงอุปกรณ์ปลายทาง แต่การลดเวลาหน่วงที่เกิดขึ้นภายในเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ลงไปได้มาก ก็ถือเป็นข้อดีที่ให้ผลสำคัญต่อการรับประกันคุณภาพในการสื่อสาร และสนับสนุนต่อการแพร่หลายของการประยุกต์ใช้งานแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับ IOT เทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G LTE มีเส้นทางการพัฒนาต่อยอดขึ้นเป็น LTE-A (LTE-Advanced) ที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางวิศวกรรมมาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพในการให้บริการ (QoS : Quality of Service) อันจะยิ่งเกื้อหนุนต่อการสื่อสารข้อมูลได้ดีมากขึ้น



รูปที่ 6 เปรียบเทียบเวลาหน่วงของการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่ละประเภทตั้งแต่ 2G จนถึง 4G (ข้อมูลจาก : Mobile Broadband Explosion จัดทำโดย Rysavy Research)

5. การวิเคราะห์ผลข้อมูลตามเวลาจริง

ลำพังการตรวจวัดและรับส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถสร้างคุณประโยชน์ต่อมนุษย์ได้ หากแต่ยังต้องมีการประมวลผลและส่งกลับข้อมูลเพื่อนำไปใช้งาน ซึ่งทั้งหมดนี้เกี่ยวข้องกับกลไกการนำข้อมูลที่ตรวจวัดได้มาทำการวิเคราะห์ (Data Analytic) และประมวลผลพร้อมกับแสดงผลรายงาน โดยหัวใจสำคัญก็คือความเร็วในการดำเนินการ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในแนว IOT ที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวันที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ผลข้อมูลตามเวลาจริงก็เช่น กำไลข้อมือดิจิทัลที่ทำการตรวจวัดข้อมูลการเคลื่อนไหว หรือการนอนของผู้สวมใส่ โดยเมื่อต้องการทราบข้อมูลผู้สวมใส่ก็เพียงทำการเชื่อมต่อเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone ของตน โดยให้แอปพลิเคชันที่ติดตั้งใน Smart Phone ทำการส่งข้อมูลที่เก็บไว้ภายในหน่วยความจำของกำไล ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปทำการประมวลผลที่ระบบคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ ซึ่งการประมวลผลจะต้องทำอย่างรวดเร็วพร้อมกับการรายงานผลกลับมาจากเซิร์ฟเวอร์มายังแอปพลิเคชันบน Smart Phone เพื่อการแสดงผลการวิเคราะห์อย่างละเอียด ตัวอย่างดังกล่าวอาจไม่ถึงต้องการการสื่อสารแบบเป็นเวลาจริง แต่หากมีความหน่วงในการประมวลผลมากขึ้น ก็ย่อมมีผลต่อความสนใจในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ปัจจุบันผู้ผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์ และโซลูชันการประมวลผลต่างๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น Microsoft SAP IBM Teledata มีการคิดค้นเทคโนโลยีการ

ประมวลผลใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนการขยายตัวของความต้องการการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากแบบตามเวลาจริง ซึ่งความต้องการดังกล่าวนี้วันก็จะเพิ่มปริมาณขึ้นแบบทวีคูณตามความเติบโตของการใช้งาน IOT ในชีวิตประจำวัน

6. เทคโนโลยีการประมวลผลแบบ Cloud

เมื่อปริมาณข้อมูลที่มีการรับส่งบนโลกอินเทอร์เน็ตมีมากมายขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจการ IOT อันมีความต้องการที่จะได้รับการประมวลผลและจัดการแอปพลิเคชันใช้งานของอุปกรณ์เช่น เซอร์ตรวจสอบและผลิตภัณฑ์ Gadget จำนวนมาก ก็ได้รับการออกแบบให้มีรูปแบบการทำงานแบบ Social Network กล่าวคือ ผู้ใช้งานสามารถสร้างกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักที่ใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ฯลฯ ผลทำให้นอกจากจะมีข้อมูลเกิดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรอการวิเคราะห์และประมวลผลแล้ว ยังมีข้อมูลที่ต้องการการจัดเก็บในระยะยาวเพื่อใช้อ้างอิงบนเครือข่ายอีกด้วย การถือกำเนิดและเติบโตอย่างมีเสถียรภาพของเทคโนโลยี Cloud Computing จึงเป็นการสอดคล้องกับการขยายตัวดังกล่าว ประเด็นน่าสนใจทางเทคนิคของเทคโนโลยี Cloud Computing ก็คงไม่มีสิ่งใดโดดเด่นให้กล่าวถึงเนื่องจากการพัฒนาไปตามครรลองที่ทุกท่านทราบกันดีอยู่แล้ว แต่สิ่งที่สำคัญก็คือมุมมองในเชิงพาณิชย์ ที่การแข่งขันของผู้ประกอบการ Cloud Computing ในปัจจุบันส่งผลให้ต้นทุนในการเช่าบริการ

Cloud ลดลงมาก ทำให้ผู้ประกอบการจำนวน มากที่เกี่ยวข้องกับ IOT สามารถขยายผลการ ให้บริการ และสร้างนวัตกรรมต่อยอดขึ้นมาได้ อย่างต่อเนื่อง

แนวคิดของ Third Platform

รูปแบบการให้บริการและการบริโภค สื่อข้อมูลของผู้คนทั่วโลกในปัจจุบัน โดยเฉพาะ การใช้งานอุปกรณ์สื่อสารประเภทโทรศัพท์ เคลื่อนที่แบบ Smart Phone และอุปกรณ์ Tablet PC รวมถึงการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Wearable Device มีผลทำให้การทำธุรกิจมี การเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ช่องทางการบริโภคและการทำธุรกรรมต่าง ๆ หันมาสู่การเข้าถึงผู้บริโภคผ่านทางอุปกรณ์ สื่อสารอัจฉริยะ ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไปยังผู้คนในแต่ละประเทศ แต่ละระดับรายได้ มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) สำหรับ ใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะ เพื่อให้ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการทำธุรกรรม การศึกษา การสืบค้นข้อมูล และการค้าขายในเชิงพาณิชย์ ผ่านทาง PlayStore ของค่ายระบบปฏิบัติการ Android AppStore ของค่ายระบบปฏิบัติการ iOS รวมถึงช่องทางการส่งต่อแอปพลิเคชันของ ระบบปฏิบัติการค่ายอื่น ๆ กล่าวได้ว่าในการทำ ธุรกิจในปัจจุบันนี้ หากผู้ประกอบการรายใด ยังไม่ได้คิดอ่านที่จะสร้างแอปพลิเคชันสำหรับ ให้ใช้งานบนอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone หรือ Tablet PC ก็ถือว่ามีความประมาท ในการทำธุรกิจอย่างใหญ่หลวง

เรื่องของ Third Platform เป็นแนวคิดใหม่

ที่มองเห็นถึงการเปลี่ยนผันทางด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสร้างการเชื่อมต่อของ การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี 4 ประการที่เติบโตขึ้น พร้อมกับโลกของแอปพลิเคชัน อันประกอบไปด้วย

1. เทคโนโลยี Cloud Computing

ที่ปัจจุบันกลายเป็นหัวใจสำคัญของผู้ประกอบการที่มีการให้บริการแอปพลิเคชัน ในการใช้ เทคโนโลยี Cloud เพื่อลดต้นทุนในการประกอบ กิจการแทนที่จะลงทุนสร้างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เซิร์ฟเวอร์เพื่อให้บริการเหมือนดังที่เคยเป็นมาในอดีต

2. เทคโนโลยี Mobile Communi- cation

ซึ่งมีการเติบโตขยายตัวจากการผลัก ดันของประสิทธิภาพในการรองรับการสื่อสาร ข้อมูลอัตราเร็วสูงผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไร้สายทั้งเครือข่าย 3G และ 4G ส่งผลให้เกิด การเติบโตไปสู่ผลิตภัณฑ์โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone และ Tablet PC รวมไปถึงสินค้า ในกลุ่ม Wearable Device ที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ยิ่งฐานผู้ใช้บริการสื่อสารไร้สาย เติบโตมากขึ้นเท่าใด ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ของผู้ผลิตอุปกรณ์ก็จะยิ่งต่ำลง มีผลทำให้เกิด การพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนและเทคโนโลยี เครือข่าย และอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์ ต่อพ่วงต่าง ๆ

3. เทคโนโลยี Social Network

โดยแท้จริงอาจจะเรียกว่าเป็นบริการ Social Network ซึ่งมีการเติบโตแบ่งบาน มีความ หลากหลายของผู้ให้บริการ ครอบคลุมประชากร

ไปทั่วโลก ปัจจุบันการเชื่อมต่อระหว่างผู้บริโภคทั่วโลกผ่านบริการ Social Network นั้นส่วนใหญ่ล้วนเป็นการสื่อสารผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย บริการ Social Network ได้กล่าวเป็นช่องทางทางการตลาด การให้ข้อมูล การศึกษา สังคมและวัฒนธรรมของผู้คนทั่วโลกไปแล้ว โดยคหวิ และยังมีอำนาจในการในการสื่อสารโน้มน้าวใจ ประชาสัมพันธ์ ปลูกกระตม ฯลฯ ที่ทรงพลังที่สุดมากกว่าช่องทางใดๆ ที่มนุษย์เคยมีมา ตัวอย่างย่อมจะเห็นได้จากการใช้งานบริการผ่านแอปพลิเคชัน Facebook Twitter Line WeChat Instagram ฯลฯ ในโลกปัจจุบันเป็นอย่างดี

4. เทคโนโลยี Big Data เป็นกระแสที่ได้รับความสนใจและมีการผลักดันให้มีการประยุกต์ใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งโดยบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG : Fast Moving Consumer Goods) บริษัทโฆษณาต่าง ๆ มูลเหตุเกิดขึ้นเนื่องจากความเป็นจริงที่ว่าในการใช้ชีวิตของผู้คนผ่านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสาร เชื่อมต่อการเก็บและบริหารจัดการบริการและข้อมูลผ่านทางเครือข่าย Cloud Computing ควบคู่กับข้อมูลที่มีอยู่ในเครือข่ายสื่อสารไร้สาย โดยมีแรงผลักดันจากกระแสนิยมและการเติบโตของบริการ Social Network และกิจกรรมทั้งทางธุรกิจและด้านอื่นๆ ส่งผลให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกในปัจจุบันมีข้อมูลของผู้คนเกิดขึ้นอย่างมหาศาล และมีแนวโน้มที่จะถูกจัดเก็บแบบไร้ระเบียบ ไม่เชื่อมต่อ

ประสานความหมายต่อกัน หากสามารถร้อยเรียงและประมวลผลข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ผู้ให้บริการ Cloud Computing และข้อมูลในส่วนอื่น ๆ เข้าด้วยกันและสามารถตั้งเงื่อนไขพร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคเหล่านี้ได้ ก็จะเป็นการต่อยอดในการสังเคราะห์สร้างรูปแบบการทำธุรกิจออนไลน์ใหม่ๆ ขึ้นได้อย่างไม่จำกัด เทคโนโลยี Big Data จึงเป็นเสมือนปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะสร้างผลลัพธ์อันพึงปรารถนาต่อธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต

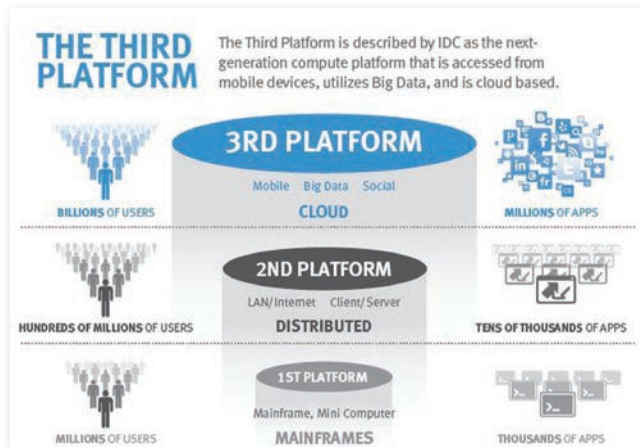


รูปที่ 7 องค์ประกอบทางแนวคิดของ Third Platform
(ข้อมูลจากบริษัทวิจัย IDC พ.ศ. 2555)

รูปที่ 7 เป็นภาพที่สะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบที่ประสานกันเพื่อเกิดแนวคิด Third Platform ที่สมบูรณ์ ซึ่งในมุมมองของผู้เขียน Third Platform มิใช่เทคโนโลยี หากแต่เป็นกรอบความคิดของการจัดระบบนิเวศ (Eco-system) ทางธุรกิจออนไลน์ไร้สาย เทคโนโลยีที่สำคัญทั้ง 4 ประการ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) การให้บริการแอปพลิเคชันในรูปแบบ Social Network

การบริหารจัดการข้อมูลและการให้บริการธุรกรรมผ่านทางเทคโนโลยี Cloud Computing รวมถึงการต่อยอดเพื่อนำเทคโนโลยี Big Data มาใช้ในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความเข้าใจในตัวตนและพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การต่อยอดทางธุรกิจออนไลน์ให้มากขึ้นไปนั้น แม้ไม่มีกรณีศึกษาแนวคิดของ

Third Platform เทคโนโลยีทั้ง 4 ประการก็มีการเติบโตของตนเองที่ชัดเจนอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามการกำหนดแนวคิดของ Third Platform ขึ้นมาก็มีความสำคัญในการสร้างแนวทางการเชื่อมโยงและสอดประสานเทคโนโลยีทั้ง 4 ประการ ให้มีการเติบโตและขยายตัวในแนวทางที่จะเอื้อประโยชน์ต่อกัน เป็นการสร้างกระบวนทัศน์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในเชิงธุรกิจให้กับผู้ประกอบการทุกรายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ ผลประโยชน์ที่ได้จากการการวางรากฐาน Third Platform มิได้มีเพื่อช่วยให้เกิดการตัดสินใจกำหนดแผนการดำเนินงานทางธุรกิจ การวางแผนผลิตภัณฑ์ หรือการประชาสัมพันธ์กิจการของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ที่สำคัญก็เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในตัวผู้บริโภค และผู้ประกอบการธุรกิจจะสามารถกำหนดแนวทางในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้เขียนเชื่อว่านับจากนี้ต่อไปองค์กรธุรกิจในทุกสาขาจะเริ่มมีการพูดถึงและนำทฤษฎี Third Platform ไปประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกรรมบนระบบนิเวศธุรกิจแบบออนไลน์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน



รูปที่ 8 วิวัฒนาการของระบบนิเวศสารสนเทศจากอดีตสู่ Third Platform (ภาพประกอบจาก Internet)

วิวัฒนาการสู่ยุค Third Platform

การเปลี่ยนผ่านของพฤติกรรมผู้บริโภคมาสู่ยุคของการพกพาอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะ โดยมีกระแสการเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา มีการสร้างเนื้อหาข้อมูลใหม่ ๆ ทั้งการถ่ายภาพ การ Post เรื่องราว การทำธุรกรรมออนไลน์ ฯลฯ ภายใต้บริบทของสังคมแบบ Social ที่มีการบริหารจัดการบริการด้วยต้นทุนที่ไม่แพงผ่านทางเทคโนโลยี Cloud Computing ดังที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินธุรกิจที่พึ่งพาระบบสารสนเทศหรือ IT (Information Technology) จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางการลงทุนซึ่งมีผลต่อเนื่องถึงรูปแบบของการทำธุรกิจ รูปที่ 8 แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของระบบนิเวศทางสารสนเทศจากอดีตเมื่อกว่า 20 ปีก่อน ที่เทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งย่อมาหมายถึงรวมถึงเทคโนโลยีทางวิศวกรรมสื่อสารด้วยยังเติบโตในวงจำกัด มิได้ครอบคลุม

เชื่อมโยงไปถึงผู้บริโภคจำนวนมาก แนวคิดของการลงทุนแบบ The First Platform หรือ First Platform จึงเป็นการลงทุนในเครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลแบบเมนเฟรมขนาดใหญ่ไปจนเทคโนโลยีมินิคอมพิวเตอร์ โดยมีกลุ่มผู้บริโภคทั่วโลกในหลักล้านราย แทบทั้งหมดก็คือการประมวลผลทางธุรกิจในระดับองค์กร การลงทุนในแต่ละองค์กรก็ต้องเป็นเอกเทศไม่ยุ่งเกี่ยวกัน เนื่องด้วยยังไม่มีเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพเช่นในปัจจุบัน เกิดการลงทุนซ้ำซ้อนในการติดตั้งคอมพิวเตอร์เมนเฟรมหรือมินิคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลในแต่ละบริษัทหรือองค์กร ไม่สามารถแบ่งใช้งานกันได้ ทำให้ต้นทุนทางธุรกิจของแต่ละองค์กรมีมูลค่าสูงในขณะที่ตลาดก็มีขนาดจำกัด

การเติบโตของเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์เริ่มจากการถือกำเนิดของเทคโนโลยี LAN (Local Area Network) ทำให้สนับสนุนการเชื่อมต่อของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ก่อให้เกิดแนวคิดของการออกแบบสถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์แบบกระจายงานโดยแนวคิดของ Client และ Server ช่วยให้มูลค่าการลงทุนขององค์กรลดต่ำลง เพราะไม่ต้องทุ่มสร้างแต่เมนเฟรมและมินิคอมพิวเตอร์ ต่อมา也有การเติบโตของเทคโนโลยีเครือข่ายระดับโลกอย่างอินเทอร์เน็ต ซึ่งมาพร้อมกับเทคโนโลยี HTTP และเทคโนโลยี World Wide Web ก่อให้เกิดเทคโนโลยี Web 1.0 ซึ่งก็คือการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคทั่วโลกในการเข้าถึงเว็บไซต์ แม้จะเป็นการสื่อสารแบบทิศทางเดียวเป็นหลัก โดยที่เนื้อหาข้อมูลแทบทั้งหมดถูกสร้าง

ขึ้นโดยเจ้าของเว็บไซต์ซึ่งส่วนหนึ่งก็คือองค์กรธุรกิจ แต่ในแง่ของการตลาดและเศรษฐศาสตร์ก็ถือว่าเป็นการยกฐานผู้ใช้บริการให้มากขึ้นจากยุค First Platform จึงนิยามเรียกยุคนี้เป็น The Second Platform (Second Platform) โดยมีฐานผู้ใช้บริการที่คละกันระหว่างกลุ่มนักธุรกิจและผู้บริโภคทั่วไปมากขึ้นเป็นหลัก ร้อยล้านคนทั่วโลก ขณะที่สินค้าซึ่งก็คือความหลากหลายของบริการก็เพิ่มขึ้นเป็นหลักหมื่นประเภท ซึ่งยุค Second Platform นี้กินเวลายาวนานมากถึงประมาณ 25 ปีนับตั้งแต่เริ่มมีการคิดค้นเทคโนโลยี LAN ขึ้นมา



รูปที่ 9 การให้บริการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เมนเฟรมและมินิคอมพิวเตอร์ในยุค First Platform (ภาพประกอบจาก Internet)



รูปที่ 10 ยุค Second Platform กับเทคโนโลยี LAN อินเทอร์เน็ต และ World Wide Web
(ภาพประกอบจาก Internet)

เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้นทั้งในด้านของเครือข่ายสื่อสารอัตราเร็วสูง ความสำเร็จในการนำเทคโนโลยี Virtual Machine มาสร้างเป็นบริการ Cloud Computing และการเอาชนะข้อจำกัดทางธรรมชาติของการสื่อสารผ่านทางคลื่นความถี่เกิดเป็นเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G และ 4G ที่ตอบสนองความต้องการในการสื่อสารข้อมูลด้วยอัตราเร็วสูง รวมถึงเทคโนโลยี LAN ไร้สายภายใต้ชื่อเรียกขาน Wi-Fi ซึ่งปัจจุบันก้าวไปถึงมาตรฐาน IEEE 802.11ac ที่รองรับการสื่อสารข้อมูลด้วยอัตราเร็วสูงถึงระดับกิกะบิตต่อวินาที อันเป็นจังหวะเดียวกันกับการคิดค้นนวัตกรรมอุปกรณ์สื่อสารแบบ Smart Phone และ Tablet PC ภายใต้แนวคิดของการมีระบบปฏิบัติการมาตรฐาน ส่งผลให้เกิดหน้าร้านที่เป็น Application Store เป็นการผลักดันให้เกิดโลกของการสื่อสารยุคใหม่ผ่านแอปพลิเคชันจำนวนมากหลายล้านรายการ โดยมีรากฐาน

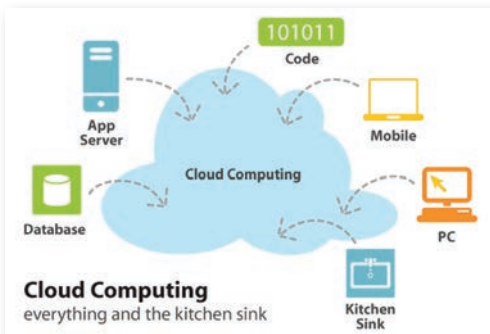
ที่ผลักดันความสนใจของผู้บริโภคทั่วโลกด้วยวัฒนธรรม Social Network จึงก่อให้เกิดโลกยุค Third Platform ขึ้นมาโดยสมบูรณ์ ทั้งนี้กล่าวได้ว่าในปี พ.ศ. 2557 นี้ ยังนับว่าเพิ่งเริ่มต้นเป็นช่วงแรกของยุค Third Platform ยิ่งเทคโนโลยี Big Data มีการเติบโตมากขึ้นเท่าไร การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคก็จะมีมากขึ้นและลึกซึ้งขึ้น ก็จะมีผลผลักดันและพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ รวมถึงการเจริญเติบโตในเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมมีมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเติบโตของโลกยุค Third Platform ยิ่ง ๆ ขึ้นไป



Social Network



Mobile Apps



Cloud Computing



Big Data

รูปที่ 11 ปัจจัย 4 ประการที่ผลักดันให้เกิดแนวคิด Third Platform
(ภาพประกอบจาก Internet)

การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Third Platform

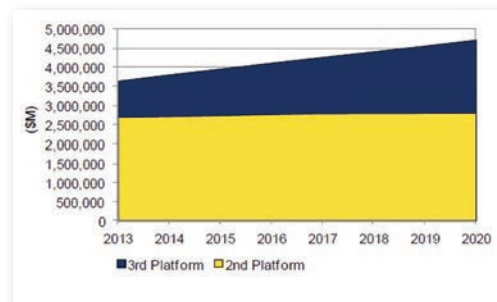
เนื่องจากเรื่องของ Third Platform รวมถึง Platform ในยุคก่อน ๆ มีใช้เทคโนโลยี หากเป็นกรอบของการทำธุรกิจ อันเกี่ยวเนื่องไปถึงแนวทางในการลงทุนเพื่อประสิทธิผลทั้งทางธุรกิจและการดำเนินการอื่น ๆ อาทิ ในกรณีทางการศึกษา การแพทย์ การทหาร รวมถึงสำหรับหน่วยงานที่ไม่มุ่งหวังกำไร การเลื่อนไหลของโลกสู่ยุค Third Platform จึงมิใช่เรื่องของปรากฏการณ์ที่สามารถมองเห็นถึง

ความเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน หรือมีผลกระทบใด ๆ ปรากฏต่อผู้บริโภค ในทางตรงข้ามตัวของผู้บริโภคนั่นเองกลับเป็นปัจจัยในการทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ถูกคิดถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตรง และค่อยพิจารณาปรับเปลี่ยนระบบนิเวศทางสารสนเทศของตน นับหนึ่งก็เพื่อบริหารจัดการต้นทุนในการดำเนินการให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี 3 ประการหลักของโลกยุค Third Platform นั่นคือความก้าวหน้าของเครือข่ายและอุปกรณ์สื่อสาร

ไร้สาย ประสิทธิภาพที่สูงขึ้นและราคาที่ลดลงของการใช้บริการจาก Cloud Computing และการเติบโตของผู้บริโภคในโลก Social Network โดยในแกนของ Big Data ก็น่าจะทวีความสำคัญมากขึ้นเมื่อเทคโนโลยีดังกล่าวมีการเติบโตขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรหรือหน่วยงานสามารถดำเนินการของตนให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น โดยมีการบริหารจัดการต้นทุนที่ประหยัดลงตามทิศทางของเทคโนโลยี

เมื่อพิจารณาถึงรายงานประเมินแนวโน้มการลงทุนด้านระบบนิเวศสารสนเทศขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วโลก สำหรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับยุค Second Platform และ Third Platform ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2557 (ค.ศ. 2013) จนถึง พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) จัดทำขึ้นโดยบริษัท IDC พบว่าในปี พ.ศ. 2557 องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วโลกยังใช้งบประมาณทางด้านสารสนเทศลงทุนในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ Second Platform ซึ่งก็คือการลงทุนในเทคโนโลยี LAN เทคโนโลยีเซิร์ฟเวอร์เพื่อสนับสนุนการให้บริการอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ในสัดส่วนร้อยละ 74 ในขณะที่งบลงทุนอีกร้อยละ 26 ใช้สำหรับเทคโนโลยี Cloud แอปพลิเคชัน และกิจการที่เกี่ยวกับ Social Network ซึ่งเป็นแนวทางของยุค Third Platform แนวโน้มของการลงทุนจะเพิ่มมากขึ้นสำหรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับยุค Third Platform โดยในปี พ.ศ. 2563 สัดส่วนการลงทุนในส่วนดังกล่าวขององค์กรต่าง ๆ จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านับจากนี้ต่อไป องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ

จะตระหนักมากขึ้นถึงการชะลอการลงทุนในด้านที่เกี่ยวข้องกับฮาร์ดแวร์หรือการขยายขนาดสถาปัตยกรรมเครือข่ายสารสนเทศ แต่จะปรับเปลี่ยนการลงทุนไปเป็นการใช้จ่ายผ่านทางผู้ให้บริการ (Provider) ของเครือข่าย Cloud และมีการให้ความสำคัญกับการให้บริการในรูปแบบของโปรแกรมแอปพลิเคชันสำหรับใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสาร Smart Phone และ Tablet PC มากขึ้น



รูปที่ 12 ประเมินแนวโน้มการลงทุนด้านสารสนเทศเปรียบเทียบกับแนวโน้มของ Second Platform และ Third Platform
(ข้อมูลจาก : บริษัทวิจัย IDC พ.ศ. 2556)

กระแสรองรับในการใช้จ่ายงบประมาณด้านสารสนเทศไปกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโลกยุค Third Platform แสดงออกจากการเติบโตของงบใช้จ่ายในรูปแบบที่ 12 โดยประมาณการณ์ว่างบใช้จ่ายกับ Third Platform ขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วโลกเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 10.6 นับจากปี พ.ศ. 2557 จนถึง พ.ศ. 2563 ในขณะที่งบใช้จ่ายสำหรับ Second Platform ในช่วงเดียวกันเติบโตเพียงร้อยละ 0.5 หรือเติบโตน้อยกว่าการใช้จ่ายเพื่อรองรับ Third Platform ถึง

20 เท่า ประมาณกันว่าในปี พ.ศ. 2563 บริษัทหน่วยงาน และองค์กรต่างๆ การลงทุนเพื่อ Third Platform ขององค์กรต่างๆ จะเติบโตมากถึงร้อยละ 95 เมื่อเทียบกับการลงทุนในด้านต่างๆ ซึ่งก็เป็นเหตุเป็นผลกับการเติบโตของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีจำนวนผู้ใช้งานอุปกรณ์สื่อสารอัจฉริยะทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G และ 4G พัฒนาด้านการสื่อสาร Wi-Fi ที่รองรับอัตราเร็วสูงขึ้นและมีการติดตั้ง Hot Spot ไปในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกมากขึ้น ส่งผลต่อเนื่องถึงฐานผู้บริโภคที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมของ Social Network และการทำธุรกรรมและใช้ชีวิตประจำวันผ่านทางแอปพลิเคชันจำนวนมาก

ในบรรดาปัจจัยหลัก 4 ประการที่เกื้อหนุนให้เกิดแนวทางการทำธุรกิจ Third Platform ขึ้นนั้น เรื่องของเทคโนโลยี Cloud Computing ซึ่งส่งผลต่อยอดถึงการรองรับและขยายตัวธุรกิจ Market Place หรือ Application Store ที่เติบโตอย่างเห็นในปัจจุบัน ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นประการแรก รูปแบบในการให้บริการ Cloud โดยผู้ประกอบการ Cloud Computing ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปนั้นมีอยู่หลายประเภท แต่ในปัจจุบันแนวทางที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกมีชื่อเรียกว่า PaaS หรือ Platform-as-a-service ซึ่งผู้ให้บริการ Cloud จะให้บริการเป็นเสมือนสถานที่เก็บบันทึกข้อมูลรวมถึงกลไกการทำงานของบริการบนโลกยุค Third Platform และจะเป็นเสมือนชุมทางในการประสานความร่วมมือให้กับการให้บริการ Market Place สำหรับ

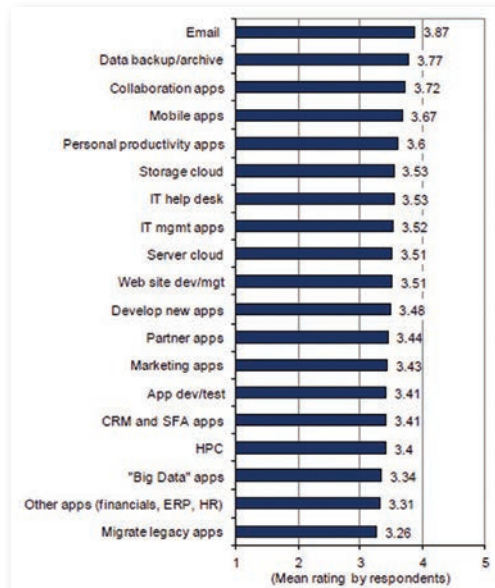
แอปพลิเคชันต่าง ๆ และกับบรรดานักพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วโลก ในเมื่อมีฐานการใช้งานของผู้คนมหาศาลเช่นนี้ โดยหลักพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ก็ย่อมทำให้ต้นทุนในการให้บริการ Cloud Computing ต่ำลง ดังที่เมื่อช่วงต้นปีมีการประกาศลดราคาเช่าพื้นที่และค่าประมวลผลข้อมูลบนเครือข่าย Cloud ของบริษัท Amazon ลงอย่างมหาศาล สิ่งนี้จึงเป็นปัจจัยดึงดูดให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ให้ความสนใจกับการชะลอการลงทุนตามแนวทางในโลกยุค Second Platform และเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับการใช้บริการ Cloud Computing มากยิ่งขึ้น

ผู้เชี่ยวชาญมีความเชื่อว่านอกเหนือจากการให้บริการ Cloud Computing แบบมวลชน ดังที่บริษัทยักษ์ใหญ่ออย่าง Amazon, Microsoft, IBM, Google และ salesforce.com ทำธุรกิจอยู่ ในไม่ช้าจะได้เห็นบริษัทเล็ก ๆ จำนวนมากเกิดขึ้นเพื่อให้บริการ Cloud Computing ที่มีรูปแบบการให้บริการเฉพาะสำหรับตอบสนองบริษัท องค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับพัฒนาการให้บริการเฉพาะกลุ่มธุรกิจสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะรูปแบบการให้บริการ Cloud Computing ของบริษัทยักษ์ใหญ่นั้น แม้จะสามารถสร้างแต้มต่อทางธุรกิจโดยเฉพาะเรื่องของราคาและตอบสนองความต้องการของผู้คนทั่วโลกได้ แต่แนวทางในการให้บริการก็จะเป็นมาตรฐานเดียวกัน หากจะใช้เพื่อพัฒนาการให้บริการแบบพิเศษที่ตอบสนองเฉพาะการใช้งานในบางองค์กรก็อาจจะไม่ยืดหยุ่นนัก จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการรายเล็กสามารถ

จัดตั้งบริการ Cloud Computing โดยเน้นความเชี่ยวชาญและขีดความสามารถในการประมวลผลให้ตรงกับกลุ่มเฉพาะ เช่น Cloud สำหรับองค์กรระดับ SME Cloud สำหรับกิจการด้านอุตสาหกรรม ฯลฯ

การประสานของเทคโนโลยีทั้ง 4 ประการที่สนับสนุนโลกยุค Third Platform ช่วยสร้างแรงผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการประกอบธุรกิจด้านสารสนเทศ ทั้งนี้บริษัท IDC ได้จัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการด้านสารสนเทศจำนวน 493 คนในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2555 โดยตั้งคำถามว่าบริการด้านสารสนเทศต่างๆ ที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันใดบ้างที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เห็นว่าสมควรจะถูกย้ายไปอยู่บนเทคโนโลยี Cloud Computing แทนที่จะเป็นการแยกกันลงทุนโดยองค์กรต้องเสียค่าใช้จ่ายสร้างและบริหารจัดการระบบเซิร์ฟเวอร์คอมพิวเตอร์ด้วยตนเองอย่างที่เป็นไปในปัจจุบัน แม้การสำรวจนี้จะมุ่งคำถามไปยังเรื่องของความจำเป็นในการใช้บริการ Cloud Computing แต่คำตอบที่ได้รับดังแสดงในรูปที่ 13 สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นทั้งในแง่มุมมองของผู้บริโภคและทางธุรกิจของการสอดประสานระหว่างเทคโนโลยีหลักทั้งหมดของโลกยุค Third Platform ได้เป็นอย่างดี

สองในสามอันดับแรกของการบริการที่ได้รับการเลือกให้สูงที่สุด ก็คือบริการ E-mail และ Collaboration Apps หรือแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้คนสามารถทำงานร่วมกันได้ สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องย้ายบริการเหล่านี้ซึ่งก็คือบริการที่เกี่ยวกับ Social Network ให้เป็นอยู่บนระบบ Cloud Computing



รูปที่ 13 ผลสำรวจความคิดเห็นต่อการย้ายฐานการให้บริการไปสู่เครือข่าย Cloud
(ข้อมูลจาก : CloudTrack Survey, พ.ศ. 2555 โดยบริษัทวิจัย IDC)

ซึ่งเป็นการปลดล็อกการแยกเซิร์ฟเวอร์ของแต่ละองค์กรออกจากกันให้กลายเป็นการอยู่ร่วมกันเพื่อให้สามารถเชื่อมต่อกันได้ นโยบายเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security Policy) ก็ย่อมจะเป็นเรื่องที่ตามมาแต่ก็มีได้เป็นเรื่องใหญ่ถึงขั้นที่จะลดทอดความสำคัญของการเชื่อมประสานระหว่างเทคโนโลยี Social Network และ Cloud Computing

สองในหกอันดับแรกของการบริการที่ได้รับเลือก อันได้แก่ บริการ Data Backup/archive และ Storage บ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในมุมมองของผู้ใช้งานที่จะนำบริการด้านข้อมูล ซึ่งก็คือรากฐานของ Big Data ไปเก็บไว้ในเครือข่าย Cloud เพื่อให้สามารถนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

มาทำการประมวลผลร่วมกันได้ โดยใช้บริการ PaaS ของเครือข่าย Cloud เป็นรากฐาน นอกจากนั้นบริการที่ได้รับการเลือกกว่ามีความสำคัญสำหรับนำไปติดตั้งอยู่บนเครือข่าย Cloud ก็คือ Mobile Application ซึ่งก็เป็นการได้รับเลือกตามกระแสการให้บริการในปัจจุบันที่มีการบริการ Mobile Application ไปไว้บน Market Place ซึ่งมีรากฐานเป็นเครือข่าย Cloud อยู่แล้ว

ผลที่ได้จากแบบสอบถามดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงนัยความต้องการของผู้ใช้บริการที่เล็งเห็นความสำคัญของการเชื่อมต่อกันทั้งหมดระหว่างพฤติกรรมความเคยชินของการเข้าถึงข้อมูลร่วมกันตามแนวทางของ Social Network บทบาทของเครือข่าย Cloud ที่จะทำหน้าที่เป็นเสมือนฐานข้อมูลและฐานการประมวลผลร่วมการจัดเตรียมความหลากหลายของแอปพลิเคชันเพื่อจะต่อยอดไปสู่การนำเทคโนโลยี Big Data มาดึงข้อมูลการใช้งานของผู้คนทั้งหมดมาเพื่อทำการวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อต่อยอดใหม่ๆ ทางธุรกิจ

เรื่องของ Third Platform มิใช่เรื่องที่เกี่ยวข้องเฉพาะต่อบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น แต่หากเป็นเรื่องของแนวคิดที่มีผลต่อบริษัท องค์กร และหน่วยงานต่างๆ การเปิดกว้างทางธุรกิจออนไลน์โดยมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป็นช่องทางหลักที่นับวันก็มีแต่จะเติบโตมากยิ่งขึ้นทั้งในแง่ฐานผู้ใช้งานและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พร้อมๆ กับการขยายตัวของสังคม Social Network เปิดช่องทางให้ธุรกิจทุกประเภทสามารถใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ

ของตนเอง ในเบื้องท้ายที่สุด “ข้อมูล” ปริมาณมหาศาลที่เกิดขึ้นจากการให้และใช้บริการสารสนเทศรูปแบบนี้จะกลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่าทางธุรกิจแต่ก่อนจะถึงขั้นนั้นได้ก็จำเป็นที่หน่วยงานต่างๆ ทั้งทางธุรกิจหรือมิได้มุ่งหวังทางธุรกิจจะต้องจับมือกัน และกำหนดนโยบายรวมถึงแนวทางในการจัดการข้อมูล โดยใช้เทคโนโลยี Big Data ให้เกิดประโยชน์ที่สุด ในอนาคตมูลค่าธุรกิจแขนงใหม่ๆ อย่าง Mobile Advertising ที่แม้วันนี้ทั่วโลกจะยังมองไม่เห็นแนวทางการเติบโตของธุรกิจชนิดนี้ อาจจะกลายเป็นแนวทางใหม่ๆ ทางธุรกิจได้

บทสรุป

เศรษฐกิจในยุคดิจิทัลกำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนา ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่สอดประสานและในการก่อให้เกิดรูปแบบการทำธุรกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาสตร์ของการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic) ที่มีอยู่มหาศาลในระบบเครือข่าย Cloud Computing รวมถึงที่ผู้บริโภคได้สร้างขึ้นใหม่ ๆ ในแต่ละวัน จะทำให้เกิดการต่อยอดสร้างและสังเคราะห์รูปแบบรวมถึงกลไกในการทำธุรกิจผ่านสื่อดิจิทัลแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ซึ่งมีทั้งคุณในแง่ของการพัฒนาธุรกิจและอำนวยความสะดวกต่อการใช้ชีวิตของผู้คนที่เข้าถึงอุปกรณ์และระบบสื่อสาร ในขณะที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้คนในแง่ของการถูกล้ำและละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในการพลักข่าวสารที่ไม่เป็นที่พึงปรารถนาไปสู่ผู้บริโภค จึงจำเป็นที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศไทย

และในระดับโลก พึงต้องทำความเข้าใจกับ
ความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการทั้งในด้านของ
เทคโนโลยีและการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถ
จัดสมดุลของการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี
อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด





005



การพัฒนาแอปพลิเคชันของภาครัฐ ในยุคดิจิทัล

สาครรัตน์ นักปราชญ์
พรประภา วชิรสนิก

บทคัดย่อ

“ในปัจจุบันองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต่างตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการของหน่วยงาน เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพามากขึ้น จึงเกิดการสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการให้บริการบนอุปกรณ์สื่อสารดังกล่าว เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง สะดวกรวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญของการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันในภาครัฐนั้น ยังต้องคำนึงถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่คุ้มค่าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลประโยชน์สูงสุดของประชาชน รวมถึงความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณของภาครัฐด้วย โดยสำนักงาน กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ ก็ได้มีการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่สามารถใช้ผ่านอุปกรณ์

สื่อสารแบบพกพา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานของประชาชน และหนึ่งในโมบายแอปพลิเคชันล่าสุดที่เข้ามาช่วยสนับสนุนภารกิจของสำนักงาน กสทช. ในการอำนวยความสะดวกการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์และให้บริการประชาชน ที่เพิ่งเปิดตัวไปอย่างเป็นทางการไม่นานมานี้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลนั้นก็คือ “ระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area)” ซึ่งในบทความนี้ได้กล่าวถึงที่มาและคุณลักษณะของแอปพลิเคชัน รวมทั้งแนวทางการต่อยอดเพื่อพัฒนาระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area) ต่อไปด้วย”

บทนำ

ปัจจุบันถือได้ว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้องค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งขนาดใหญ่และเล็กต่างพยายามปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ในการบริหารองค์กร ให้ทันต่อโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนองค์กรทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความก้าวหน้าและทันสมัยให้กับองค์กร ซึ่งการเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับกิจการขององค์กร จึงถือเป็นเรื่องที่ต้องข้ามไม่ได้ในยุคดิจิทัลเช่นนี้ เพราะหากเลือกเทคโนโลยีไม่เหมาะสมกับภารกิจองค์กร ไม่สนับสนุนกิจการงานในองค์กร หรือเลือกเทคโนโลยีที่ล้าหลัง อาจจะทำให้องค์กรเสียโอกาส ขาดทุนในภาคธุรกิจ หรืออาจทำให้องค์กร หน่วยงานใช้งบประมาณอย่างไม่คุ้มค่ากับเงินภาษีของประชาชน ก่อให้เกิดความเสียหายในภาครัฐก็เป็นได้

บทความนี้ ประกอบด้วยเนื้อหาบทวิเคราะห์การคาดคะเนทิศทางและแนวโน้มของเทคโนโลยีในอนาคตจากบริษัทวิจัยด้านเทคโนโลยีชั้นนำในประเทศสหรัฐอเมริกา รายงานข้อมูลจากการสำรวจจากตัวอย่างจริงในต่างประเทศและในประเทศ อธิบายถึงแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันของหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ และในประเทศไทย พร้อมยกตัวอย่างการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนา

แอปพลิเคชันของสำนักงาน กสทช. ที่เข้ามาช่วยสนับสนุนภารกิจของ สำนักงาน กสทช. อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์และให้บริการประชาชนของสำนักงาน กสทช. ซึ่งมีทั้งแอปพลิเคชันจากภายในองค์กร (Business to Employee : B2E) และภายนอกองค์กร (Business to Customer : B2C) พร้อมทั้งรายละเอียดแอปพลิเคชันใหม่ป้ายแดงจาก สำนักงาน กสทช. ที่เพิ่งเปิดตัวไปอย่างเป็นทางการไม่นานมานี้ เพื่อใช้ในการสนับสนุนอีกภารกิจ การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่ถือว่าเป็นอีกภารกิจระดับชาติของสำนักงาน กสทช. นั่นก็คือ **“ระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area)”** ซึ่งถือเป็นการนำเทคโนโลยีด้านโมบายแอปพลิเคชันมาสนับสนุนภารกิจได้อย่างลงตัว

แนวโน้มทิศทางเทคโนโลยีกับพลวัตที่พลิกต่อสังคมโลก

บริษัท การ์ทเนอร์ (Gartner Inc.) เป็นบริษัทให้คำปรึกษาและวิจัยด้านเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยี รวมทั้งได้มีการศึกษาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในช่วงปี 2555-2557 โดยได้คาดการณ์ถึงทิศทางของอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีไว้อย่างน่าสนใจว่า เทคโนโลยีด้านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา ไม่ว่าจะเป็น

Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2012	Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2013	Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2014
1. Media tablets and beyond	1. Mobile Device Battles	1. Mobile Device Diversity and Management
2. Media-centric applications and interfaces	2. Mobile Applications and HTML5	2. Mobile Apps and Applications
3. Social and contextual user experience	3. Personal Cloud	3. The Internet of Everything
4. Application stores and marketplace	4. Enterprise App Stores	4. Hybrid Cloud and IT as Service Broker
5. The Internet of everything	5. The Internet of Things	5. Cloud/Client Architecture
6. Next-generation analytics	6. Hybrid IT and Cloud Computing	6. The Era of Personal Cloud
7. Big data	7. Strategic BI	7. Software Defined Anything
8. In-memory computing	8. Big Data	8. Web-Scale IT
9. Extreme low-energy servers	9. Actionable Analytics	9. Smart Machines
10. Cloud Computing	10. In Memory Computing	10. 3-D Printing
	11. Integrated Ecosystems	

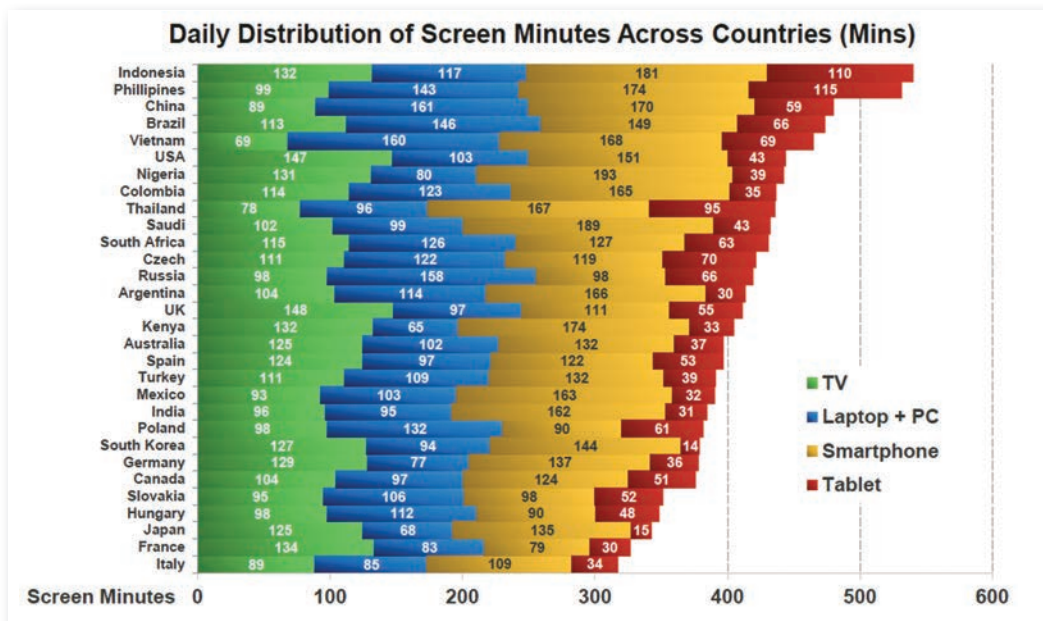
ตารางเปรียบเทียบ Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies 2012 และ 2013 และ 2014

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) แท็บเล็ต (Tablet) สมาร์ทโฟน (Smart Phone) จะมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นวงกว้างอย่างต่อเนื่อง รวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งานกับอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาได้ด้วย

โดยข้อมูลข้างต้นมีความสอดคล้องกับการสำรวจจากตัวอย่างจริงของ บริษัท คอมสกอว์ (comScore, Inc.) ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำทางด้านการสำรวจข้อมูลดิจิทัลและการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก ซึ่งได้เปิดเผยรายงานเรื่อง “Share of Time Spent by Platform Among selected Leading content Categories” ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2557 พบว่าประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีอัตราการรับบริการข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาต่างๆ เช่น การฟังวิทยุ รับชมโทรทัศน์ ฯลฯ ผ่าน

ทางอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพามากกว่าการเข้าใช้บริการผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ยกตัวอย่างเช่น มีอัตราการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ (Social Networking) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพามากกว่าร้อยละ 70 และการให้บริการแผนที่ (Google Map) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาสูงถึงร้อยละ 90 เป็นต้น

โดยการสำรวจนั้นไม่เพียงแต่สำรวจในเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่เป็นการสำรวจการใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาในโลกแล้ว ก็ยังพบว่า เกือบทุกประเทศมีแนวโน้มทิศทางการใช้งานอุปกรณ์เหล่านี้เพิ่มขึ้น อาทิ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน อิตาลี รวมทั้งประเทศไทย



ภาพแสดงแนวโน้มการใช้งานอุปกรณ์แบบพกพาทั่วโลก

โดยในประเทศไทยก็ได้มีการสำรวจจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพรอ. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (MITC) ไว้ในรายงานสรุปผลการสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2557 จากจำนวนผู้ใช้ 16, 596 ราย พบว่าช่องทางการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านทาง “สมาร์ทโฟน” เป็นอุปกรณ์ที่ถูกเลือกใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมากที่สุดเป็นอันดับแรกถึงร้อยละ 77.1 รองลงมาเป็น “คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ” ที่มีการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 69.4 และสำหรับการใช้งาน “สมาร์ตทีวี” ในยุคที่วีดิจิตอลระยะเริ่มต้นอยู่ที่ร้อยละ 8.4 ซึ่งจากผลการสำรวจการเลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

และจำนวนชั่วโมงต่อวันของการใช้อินเทอร์เน็ตในอุปกรณ์ต่าง ๆ จากผู้ใช้งานแล้ว พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้ใช้งานหนึ่งคนอาจมีการใช้อุปกรณ์มากกว่าหนึ่งเครื่องในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงอาจคาดการณ์ได้ว่าในอนาคตอันใกล้ อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาจะมีการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นทวีคูณ



ภาพแสดงการใช้อินเทอร์เน็ตและจำนวนชั่วโมงการใช้งานเฉลี่ยต่อวันเปรียบเทียบกับชนิดอุปกรณ์

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าการใช้งานผ่านทางคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และส่งผลให้ประชากรทั่วโลกส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพามากยิ่งขึ้น ดังนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน จึงต่างตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการของหน่วยงาน เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพาเหล่านี้ ซึ่งวิธีการที่จะสามารถให้บริการผ่านทางอุปกรณ์ดังกล่าวได้ก็คือ การสร้างแอปพลิเคชันสำหรับใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เพื่อการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่าย ถือเป็น การเพิ่มช่องทางในการให้บริการแก่ประชาชนให้ครอบคลุมและทั่วถึงมากที่สุด เพราะหน้าที่หลักของหน่วยงานภาครัฐก็คือ การให้บริการแก่ประชาชน

แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันของภาครัฐในต่างประเทศ

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศนั้นได้ให้ความสำคัญมากขึ้นในการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันที่ช่วยในการทำงานของผู้ใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา โดยแอปพลิเคชันเหล่านี้จะทำงานบนระบบปฏิบัติการ (Operating System : OS) ที่แตกต่างกันไป หรือที่เรียกกันว่า โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ซึ่งในที่นี้เราจะยกตัวอย่าง 2 ประเทศที่หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการนำเอาโมบายแอปพลิเคชันมาไว้ในเว็บไซต์กลางของรัฐบาลเพื่อให้บริการประชาชนอีกช่องทางหนึ่ง ดังนี้

1. ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีการให้ความสำคัญกับโมบายแอปพลิเคชันเป็นอย่างมาก ซึ่งดูได้จากเว็บไซต์กลางของรัฐบาล (www.usa.gov) ที่มีการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และการให้บริการต่างๆ ของภาครัฐ อีกทั้งยังได้มีการรวบรวมโมบายแอปพลิเคชันของรัฐบาลสหรัฐจำนวนเกือบ 300 แอปพลิเคชันที่ให้บริการประชาชน อาทิ American Red Cross Animal and Plant Health Inspection Service National Institutes of Health Internal Revenue Service เพื่อให้บริการประชาชนผ่านอุปกรณ์พกพา โดยสามารถเข้าดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.usa.gov/mobileapps.shtml> โดยการพัฒนา

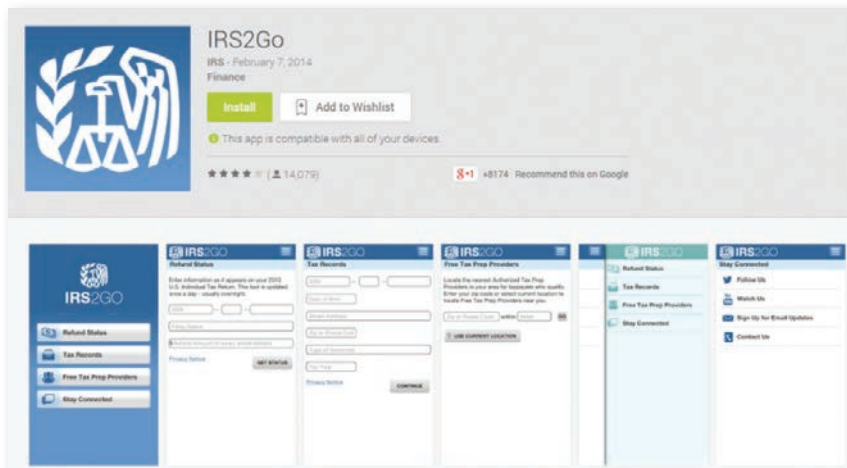


ภาพสกรีนหน้าเว็บไซต์ที่ให้บริการนโยบายแอปพลิเคชันของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา

นโยบายแอปพลิเคชันของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา นั้นครอบคลุมทั้งระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) ระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ (Windows) หรือแม้กระทั่งในระบบปฏิบัติการของแบล็กเบอรี่ (Blackberry) ด้วย

ยกตัวอย่างนโยบายแอปพลิเคชันที่ได้ ได้รับความนิยมในประเทศสหรัฐอเมริกา ก็คือ IRS2go ซึ่งเห็นได้จากยอดจำนวนการดาวน์โหลดในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ที่มีมากกว่า 1,000,000 ครั้ง (โดยข้อมูล ณ วันที่ 9 ตุลาคม 2557) นโยบายแอปพลิเคชัน IRS2go พัฒนาโดย Internal Revenue Service

(IRS) ซึ่งมีการกึ่งในการจัดเก็บรายได้เข้า ประเทศเหมือนกรมสรรพากรในประเทศไทย โดย IRS ได้ใช้นโยบายแอปพลิเคชันตัวนี้ในการอำนวยความสะดวกต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาในการตรวจสอบการเสียภาษี ประจำปี แสดงสถานะของการขอคืนภาษี ข้อมูลการจัดเก็บการเสียภาษีของประชาชน รวมถึงยังเป็นช่องทางการรับฟังข้อมูลข่าวสารของ IRS ทางสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นเฟสบุ๊ค (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) ซึ่งถือเป็นการให้บริการประชาชนอีกหนึ่งช่องทางโดยสามารถดาวน์โหลดนโยบายแอปพลิเคชัน IRS2go ได้ทั้งในระบบแอนดรอยด์และไอโอเอส



ภาพแสดงโปรแกรมโบายแอปพลิเคชัน ชื่อ IRS2go

2. ในประเทศออสเตรเลียนั้นก็ให้ความสำคัญกับการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐผ่านโมบายแอปพลิเคชันอย่างจริงจัง ซึ่งเห็นได้จากการที่เว็บไซต์กลางของหน่วยงานภาครัฐของประเทศออสเตรเลีย (<http://australia.gov.au>) ได้รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร การให้บริการของหน่วยงานในภาครัฐ ผ่านโมบายแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนให้เข้าถึง

ได้ง่ายและสะดวกในการค้นหาบริการของภาครัฐในประเทศออสเตรเลีย โดยมีโมบายแอปพลิเคชันจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Department of Foreign Affairs and Trade Australian Broadcasting Corporation Department of Health และอีกมากมายกว่า 100 โมบายแอปพลิเคชัน



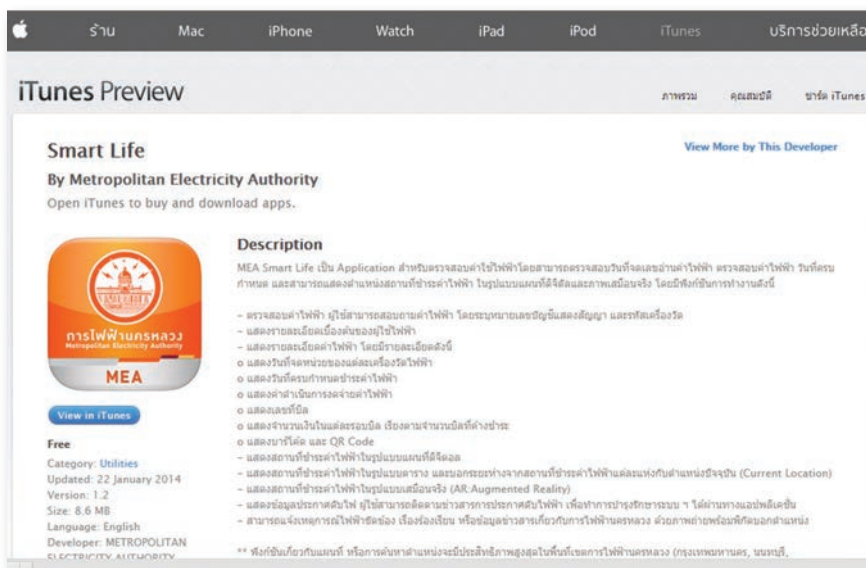
ภาพแสดงหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐของประเทศออสเตรเลีย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศต่างตระหนักและให้ความสำคัญกับพัฒนาระบบแอปพลิเคชันที่ช่วยในการทำงานของผู้ใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพากันมากขึ้น โดยมีการจัดหมวดหมู่และรวบรวมบริการโมบายแอปพลิเคชันของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ไว้ที่เว็บไซต์กลางของรัฐบาล เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการค้นหาและใช้บริการของภาครัฐ

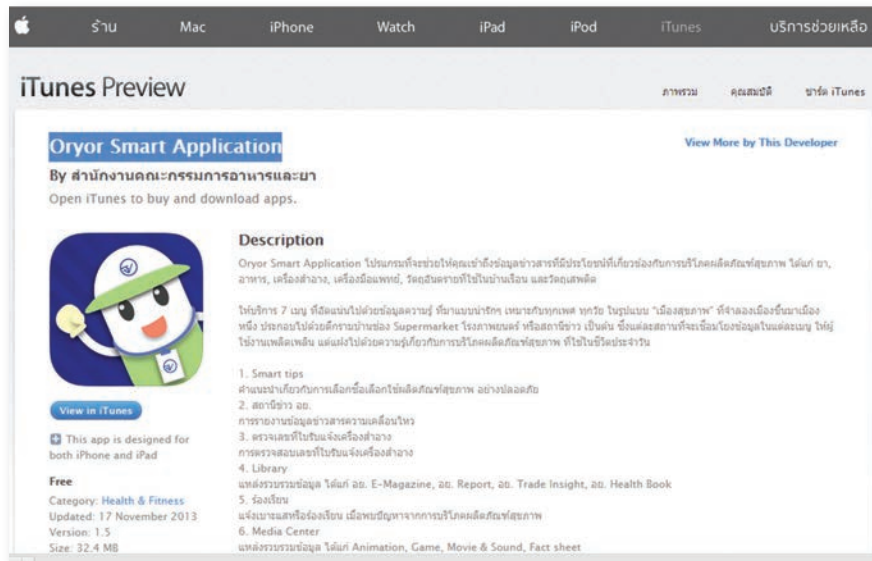
แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันของภาครัฐในประเทศไทย

กลับมาที่ประเทศไทยกันบ้าง ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยก็มีความตื่นตัวกับกระแสการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันกันไม่น้อยไปกว่าในต่างประเทศ ซึ่งเห็นได้จากการที่หน่วยงาน

ภาครัฐได้มีการเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชันที่น่าสนใจมากขึ้น อาทิเช่น การไฟฟ้านครหลวง (Metropolitan Electricity Authority: MEA) ได้มีการเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า “MEA Smart Life” เมื่อเดือนสิงหาคม 2556 เพื่อให้บริการแก่ประชาชนในการตรวจสอบค่าไฟฟ้า ระยะเวลาครบกําหนดการชำระค่าไฟฟ้า พร้อมทั้งสามารถสร้าง QR Code และ Bar Code เพื่อนำไปชำระเงินที่เคาน์เตอร์ ณ ร้านสะดวกซื้อได้โดยไม่ต้องใช้ใบแจ้งค่าไฟฟ้า นอกจากนี้ MEA Smart Life ยังสามารถช่วยค้นหาสถานที่รับชำระค่าไฟฟ้าที่ใกล้ที่สุดได้อีกด้วย ถือเป็นโมบายแอปพลิเคชันที่ได้รับการตอบรับที่ดีเห็นได้จากมียอดดาวน์โหลดผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์แล้วไม่น้อยกว่า 50,000 ครั้ง (ข้อมูลวันที่ 9 ตุลาคม 2557)



ภาพแสดงรายละเอียดของแอปพลิเคชัน MEA Smart Life



ภาพแสดงรายละเอียดของแอปพลิเคชัน Oryor Smart Application

และในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันนี้ เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2556 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (สำนักงาน อย.) ได้มีการเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนที่ชื่อว่า “Oryor Smart Application” โดยแอปพลิเคชันนี้ได้มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกซื้อ และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทต่าง ๆ ได้อย่างปลอดภัย มีการรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหว แจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนเมื่อพบปัญหาจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ วัดค่าดัชนีมวลกาย เปรียบเทียบน้ำหนัก และส่วนสูงกับเกณฑ์มาตรฐาน และที่พิเศษของโมบายแอปพลิเคชันนี้ ก็คือสามารถตรวจสอบเลขที่ใบรับแจ้งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ทันทีเพื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้ผ่านการรับรองจากสำนักงาน อย. แล้ว ซึ่งถือเป็นการให้บริการผ่านโมบายแอปพลิเคชันของภาครัฐที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง

ซึ่งจะเห็นได้ว่าหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยนั้นต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา โดยมีการพัฒนาในเรื่องของโมบายแอปพลิเคชันกันเพิ่มมากขึ้น จากตัวอย่างโมบายแอปพลิเคชันที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น ยังมีหน่วยงานภาครัฐอีกหลายแห่งที่ต่างพยายามพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันออกมาเพื่อให้บริการแก่ประชาชนกันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงองค์กรที่เพิ่งก่อตั้งมาไม่นานอย่าง สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ก็ได้มีการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ออกมาให้บริการแก่ประชาชนด้วยเช่นกัน

สำนักงาน กสทช. กับการสนับสนุนพัฒนาโมบาย แอปพลิเคชันเพื่อให้บริการ ประชาชน

สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญกับการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันในยุคดิจิทัลเนื่องจากเทคโนโลยีต่าง ๆ ล้วนมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานของประชาชนที่ใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา ประกอบกับการคำนึงถึงความก้าวหน้าขององค์กร จึงได้มีการผลักดันให้เกิดการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน เพื่อใช้ในการสนับสนุนภารกิจหลักด้านการบริหารตามรัฐธรรมนูญปี 2550 มาตรา 47 ที่ว่า

“คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่งและกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติการดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ ประโยชน์สาธารณะอื่น และการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม รวมทั้งต้องจัดให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการสื่อสารมวลชนสาธารณะ

การกำกับการประกอบกิจการตามวรรคสองต้องมีมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการควบรวมการครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน”

กล่าวได้ว่าการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประชาชน ถือเป็นภารกิจหลักของ กสทช. ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงได้มีนโยบายสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เข้ามาส่งเสริมในภารกิจขององค์กร โดยเริ่มจากการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนภารกิจกำกับดูแลคลื่นความถี่อย่างเช่น โมบายแอปพลิเคชัน “Signal Reporter” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันเพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบระดับความแรงของสัญญาณที่เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบแอนดรอยด์ให้สามารถรับสัญญาณได้ และจะรายงานผลความแรงของสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทดสอบได้ไปยังเครื่องแม่ข่ายเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการประมวลผลเพื่อให้ทราบถึงระดับความแรงของสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผู้บริโภคได้รับในแต่ละพื้นที่ในประเทศไทย โดยเฉลี่ยว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ตามมาตรฐานที่สำนักงาน กสทช. กำหนดไว้ เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้ยังมีโมบายแอปพลิเคชันที่ให้การสนับสนุนภารกิจการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลการดำเนินงานของ กสทช. และ

สำนักงาน กสทช. เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและถูกต้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการให้บริการบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เช่น NBTC TV และ NBTC News สามารถดาวน์โหลดได้ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และไอโอเอส

เคชั่นหนึ่งที่เข้ากับยุคสมัยแห่งการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล และถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ของประเทศไทยครั้งประวัติศาสตร์



ภาพแสดงระบบตรวจสอบระดับความแรงของสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Signal Reporter)

ถึงแม้สำนักงาน กสทช. จะเป็นองค์กรใหม่และมีภารกิจหลักที่จะต้องดำเนินการอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังมีอาจละเลยการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนภารกิจขององค์กร รวมทั้งส่งเสริมการให้บริการต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมมากที่สุด โดยได้มีการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเข้ามาช่วยสนับสนุน และเมื่อไม่นานมานี้ สำนักงาน กสทช. ก็ได้มีการเปิดตัวโมบายแอปพลิเคชันล่าสุดอย่างเป็นทางการในวันแม่แห่งชาติ 12 สิงหาคม 2557 ภายใต้ชื่อ “ระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิตอล” (DTV Service Area) ซึ่งถือเป็นอีกโมบายแอปพลิเคชัน

ความเป็นมาของระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิตอล (Digital TV Service Area)

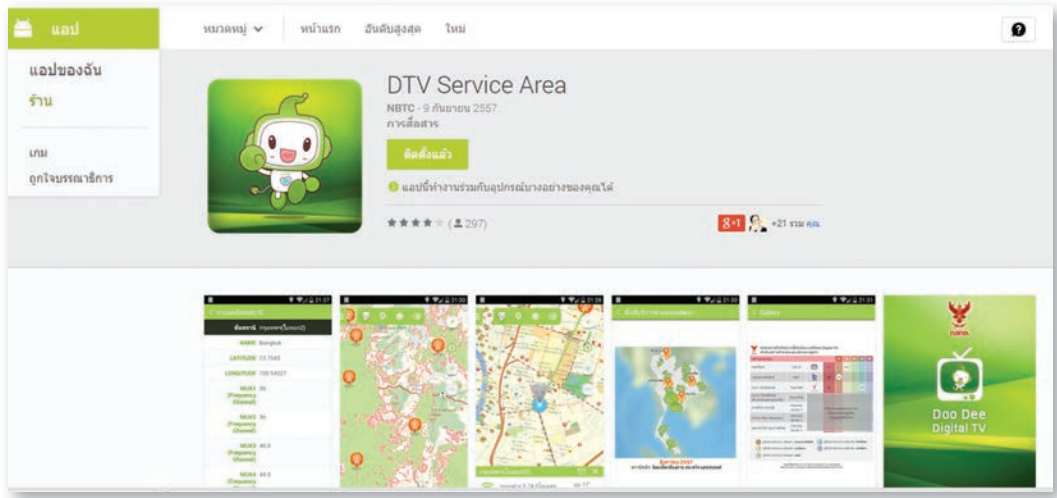
สำนักงาน กสทช. ได้ตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีโมบายแอปพลิเคชันว่ามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วน ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน จากการศึกษาจากข้อมูลสถิติแนวโน้มและทิศทางเทคโนโลยีดังกล่าวแล้ว สำนักงาน กสทช. จึงนำเทคโนโลยีโมบายแอปพลิเคชันเข้ามาสนับสนุนภารกิจในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลซึ่งตามยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและ

วิทยุโทรทัศน์ในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยมีเนื้อหาสาระดังนี้

“ มุ่งเปลี่ยนการรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ไปสู่การรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล เพื่อให้การใช้คลื่นความถี่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตามเจตนารมณ์มาตรา 27 (5) และภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบ ตามมาตรา 49 และมาตรา 85 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ โดยการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล การส่งเสริมการใช้โครงสร้างพื้นฐาน และโครงข่ายร่วมกัน การส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนสามารถรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง และการส่งเสริมสนับสนุน การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ”

ไตรมาสแรกของปี 2557 สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการพัฒนาระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area) ภายใต้โครงการพัฒนาระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศ สำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระยะที่สอง โดยมีวัตถุประสงค์ให้ความรู้ ข้อมูล และให้บริการข้อมูลพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ “ประชาชน” เพื่อใช้

ในการหาทิศทางตั้งสายอากาศรับสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (นิยมเรียก เสาอากาศ) โดยอาศัยข้อมูลจากแบบจำลองการแพร่กระจายคลื่นประกอบกับข้อมูลทางเทคนิคของผู้ให้บริการโครงข่ายเฉพาะในส่วน of สถานีหลัก ซึ่งเป็นการให้บริการผ่านเทคโนโลยีแบบ Web-base Technology กล่าวคือสามารถใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพาทั่วไปได้ โดยระบุที่อยู่ <http://dtvservicearea.nbt.go.th> และยังสามารถให้บริการผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา มือถือ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ทั้งในระบบระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และระบบปฏิบัติการไอโอเอส โดยสามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้ที่ Play Store และ App Store ตามลำดับ เพียงค้นหาด้วยคำว่า “DTV Service Area” ก็สามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ แต่สำหรับในระบบปฏิบัติการ Window Mobile ของค่ายไมโครซอฟต์นั้นยังไม่มีเปิดให้บริการเนื่องจากแนวโน้มผู้ใช้งานที่มีจำนวนลดลงอาจไม่คุ้มค่ากับงบประมาณที่ต้องเสียไป ถือเป็นการใช้งบประมาณอย่างรอบคอบ



ระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area)

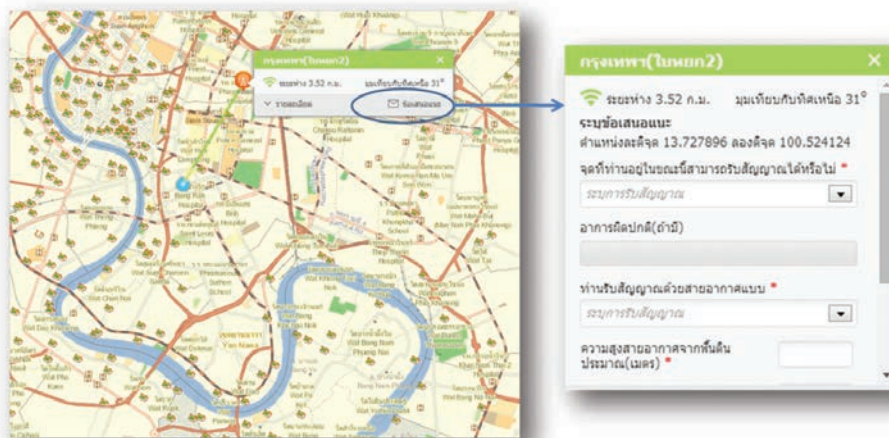
คุณลักษณะของระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณดิจิทัล

การพัฒนาระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ จัดทำโดยอาศัยแบบจำลองการแพร่กระจายคลื่นประกอบกับข้อมูลทางเทคนิคของผู้ให้บริการโครงข่ายเฉพาะในส่วนของการหลัก 39 สถานี และอาศัยข้อมูลภูมิประเทศในการคำนวณ โดยคุณลักษณะเด่นของระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณดิจิทัล มีดังนี้

1. แสดงทิศทางช่วยในการหาทิศทางการวางสายอากาศ (นิยมเรียก เสาอากาศ) เพื่อให้รับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถค้นหาได้หลายวิธีดังนี้

- ✓ ค้นหาจากพิกัดละติจูด ลองจิจูด (Latitude/Longitude)
- ✓ ค้นหาจากการระบุตำบล อำเภอ จังหวัด
- ✓ ค้นหาจากแผนที่ได้เลย โดยคลิกเลือกบริเวณที่จะค้นหา

ที่สำคัญระบบนี้ยังสามารถให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลจากพื้นที่จริง คือ หากต้องการเสนอแนะ เช่น ไม่สามารถรับสัญญาณทีวีดิจิทัลได้ในตำแหน่งปัจจุบันของตนเอง (Current Location) จะมีรูปจดหมายปรากฏ ซึ่งประชาชนสามารถส่งจดหมายตอบกลับมาที่สำนักงาน กสทช. โดยกรอกข้อมูลที่สำคัญ เช่น สามารถรับสัญญาณทีวีดิจิทัลได้หรือไม่ ลักษณะสายอากาศที่ใช้เป็นแบบใด ลักษณะอาคารที่ปกเป็นแบบใด พร้อมคำแนะนำ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการพิจารณาการติดตั้งสถานีเสริม (สถานีย่อย) ต่อไป ถือได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากภาคประชาชนสู่ภาครัฐอย่างแท้จริง



ภาพแสดงทิศทางการช่วยหาทิศทางการวางสายอากาศ

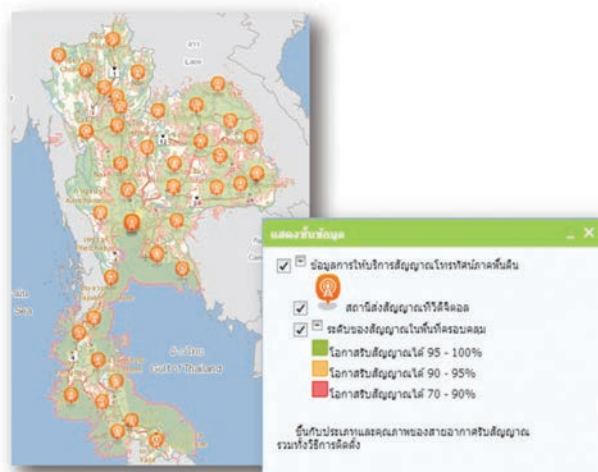
2. แสดงพื้นที่ครอบคลุมการส่งสัญญาณโทรทัศน์จากเสาส่งสัญญาณดิจิทัลในแต่ละสถานี โดยแสดงรายละเอียดพื้นที่ที่มีโอกาสรับสัญญาณทีวีดิจิทัลโดยวิเคราะห์จากซอฟต์แวร์ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- พื้นที่สีเขียว มีโอกาสจะรับสัญญาณทีวีดิจิทัลได้ดีที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95-100
- พื้นที่สีส้ม มีโอกาสรับสัญญาณทีวีดิจิทัลปานกลางคิดเป็นร้อยละ 90-95

- พื้นที่สีแดง มีโอกาสน้อยลงคิดเป็นร้อยละ 70-90

- พื้นที่ที่ไม่สีใดปกคลุมหมายถึงพื้นที่นั้นยังไม่มีสัญญาณไปถึง

ทั้งนี้ข้อมูลเป็นการประมวลผลจากซอฟต์แวร์ การรับสัญญาณจึงขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของที่ติดตั้งฯ ด้วย



ภาพแสดงพื้นที่ครอบคลุมการส่งสัญญาณโทรทัศน์จากเสาส่งสัญญาณ

3. แสดงข้อมูลการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ในการส่งสัญญาณโทรทัศน์จากสถานีหลัก 39 สถานีทั่วประเทศพร้อมแสดงรายละเอียดของแต่ละสถานีส่งสัญญาณทีวีดิจิทัล เช่น ที่ตั้งของสถานีส่งสัญญาณดิจิทัล รายละเอียดทางเทคนิคเกี่ยวกับช่องความถี่ของแต่ละผู้ให้บริการโครงข่ายเพื่อให้ประชาชนสามารถปรับจูนหาช่องสัญญาณด้วยตนเอง

4. แสดงลำดับช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเพื่อป้องกันการเกิดความสับสนในการจดจำเลขช่องรายการทีวีดิจิทัลของประชาชนในระยะแรก แบ่งตามประเภทการให้บริการได้ดังนี้

- ช่องรายการสำหรับบริการสาธารณะ จำนวน 12 ช่อง

o ปัจจุบันมีการให้บริการ 3 ช่อง คือ ช่อง ททบ.5, ช่อง NBT, ช่อง Thai PBS

- ช่องรายการสำหรับบริการธุรกิจ จำนวน 24 ช่อง แบ่งเป็น

o หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ช่อง

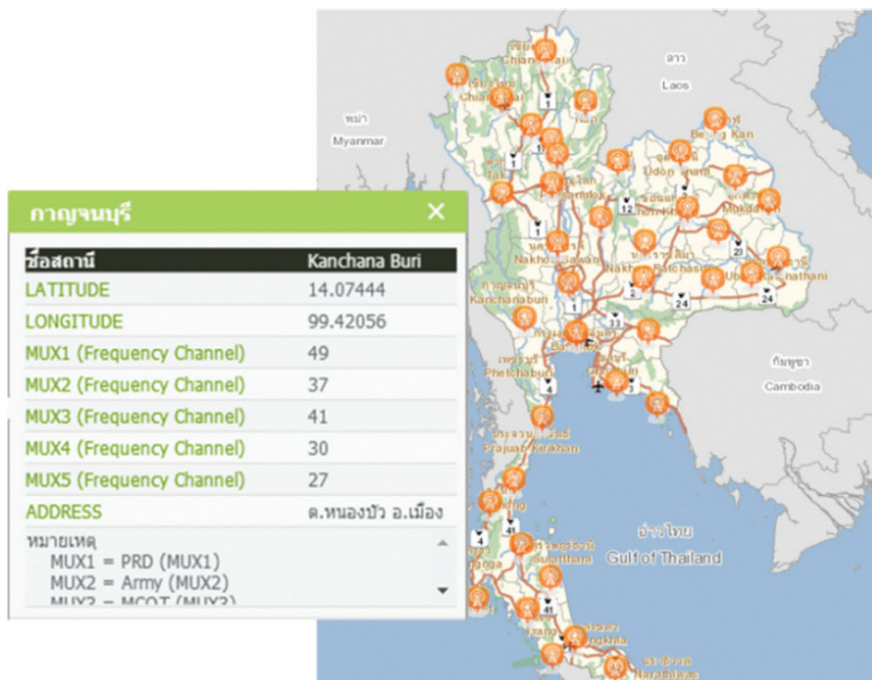
o หมวดข่าวสารและสาระ 7 ช่อง

o หมวดทั่วไปแบบความชัดปกติ 7 ช่อง

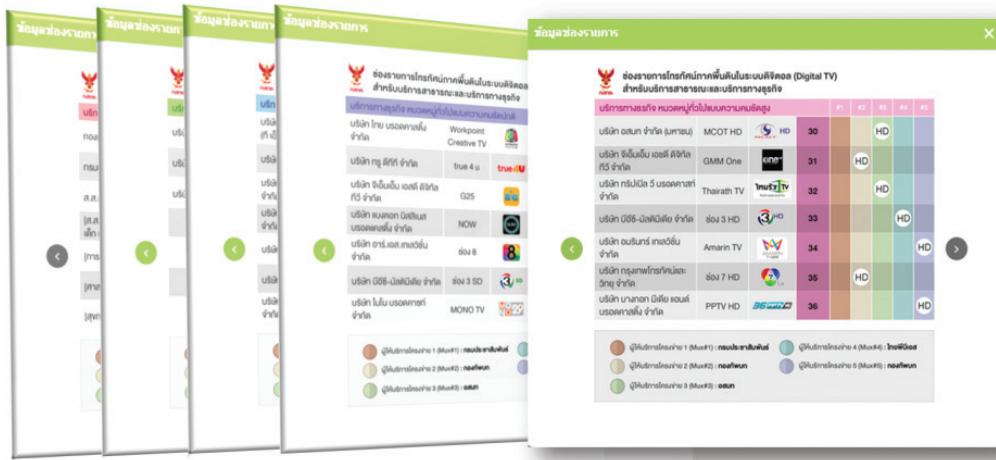
o หมวดทั่วไปแบบความชัดสูง 7 ช่อง

- ช่องรายการสำหรับบริการชุมชน จำนวน 12 ช่อง

o ปัจจุบันยังไม่เปิดให้บริการ



ภาพแสดงข้อมูลการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

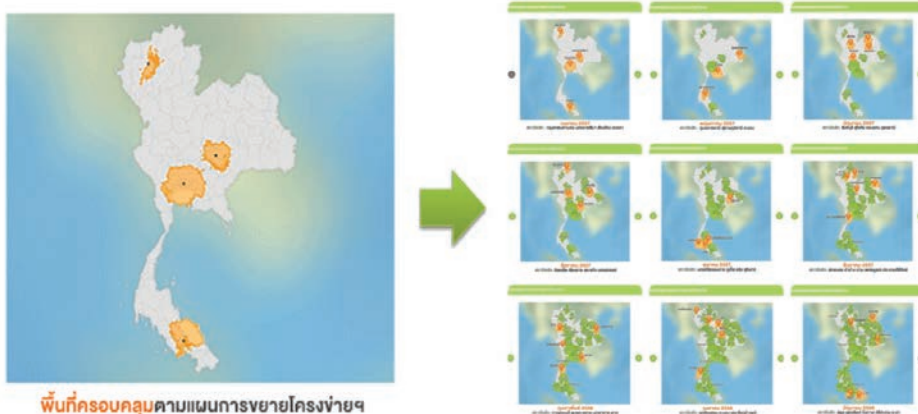


ภาพแสดงลำดับข้อมูลรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

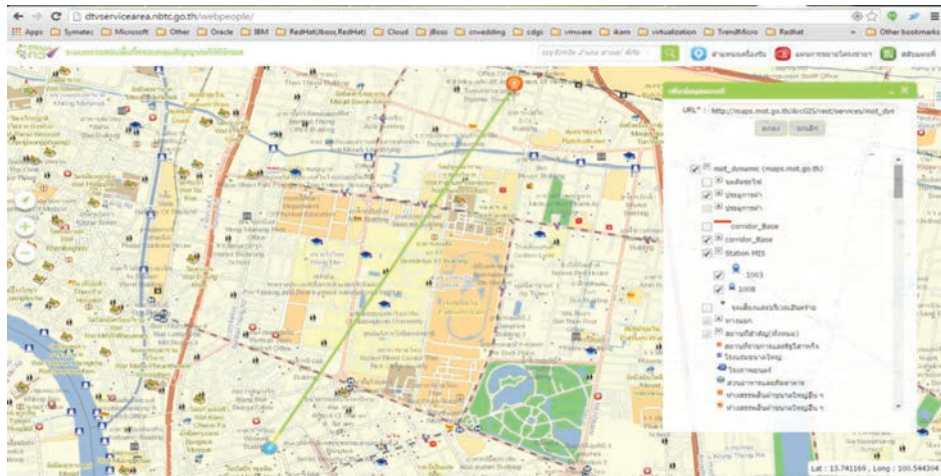
5. แสดงแผนการขยายโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสถานการณ์ขยายโครงข่ายว่าครอบคลุมไปถึงพื้นที่ใดบ้างแล้ว

6. ระบบตรวจสอบสัญญาณพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล ยังมีฟังก์ชันการทำงานที่สามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลในภาครัฐในเมนู

“เพิ่มข้อมูลแผนที่” ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลแผนที่ของหน่วยงานอื่นที่มีการเปิดให้บริการแผนที่ (Map Service) เช่นหน่วยงานของกระทรวงคมนาคมให้บริการแผนที่สถานที่สำคัญ ระบบจะทำการเรียกแผนที่สถานที่สำคัญมาซ้อนทับชั้น (Layer) ข้อมูลพิกัดของสถานีส่งสัญญาณทีวีดิจิทัลได้



ภาพแสดงแผนการขยายโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล



ภาพแสดงการเชื่อมโยงข้อมูลแผนที่ของหน่วยงานอื่นที่มีการให้บริการแผนที่ (Map Service)

แนวทางการต่อยอดเพื่อพัฒนาระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล (Digital TV Service Area)

หลังจากการเปิดตัวอย่างเป็นทางการของโมบายแอปพลิเคชัน DTV Service Area ตรวจสอบ ณ วันที่ 17 ตุลาคม 2557 มีจำนวนการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันแล้วเกือบ 15,456 ครั้ง แบ่งเป็นการดาวน์โหลดในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ 9,966 ครั้ง และจำนวนการดาวน์โหลดในระบบปฏิบัติการไอโอเอส 5,490 ครั้ง และระบบการใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ 18,171 ครั้ง ในระยะเวลาเพียง 2 เดือน จากสถิติการใช้งานดังกล่าวทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการภาครัฐผ่านอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่เปลี่ยนไปจากเดิม

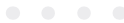
ด้วยเหตุนี้การพัฒนาระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล จึงควรที่จะมีการเพิ่มบริการแสดงผังรายการของช่อง

รายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และเพิ่มระบบการค้นหาที่ทันสมัยโดยอาจจะทำการค้นหาได้จากเสียงเพื่อให้ทันกับยุคดิจิทัล รวมถึงพัฒนาระบบให้รองรับการขยายโครงข่ายตามแผนของสำนักงาน กสทช. หรือแม้กระทั่งรองรับวิทยุในระบบดิจิทัล ทั้งนี้ควรจะมีการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องแม่ข่ายและอุปกรณ์ให้มีเสถียรภาพมากขึ้นควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้การพัฒนาต่อยอดระบบเพิ่มเติม จะต้องประเมินโอกาสความเป็นไปได้ เนื่องจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้นั้นจำเป็นที่จะต้องใช้งบประมาณในการลงทุน ดังนั้นเพื่อให้การใช้งบประมาณคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน จึงต้องมีการพิจารณาให้รอบคอบด้วย

บทสรุป

ในอนาคตความนิยมการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันในรูปแบบต่าง ๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีจะสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงที่ง่ายและรวดเร็ว บวกกับความต้องการของประชาชนที่มีการใช้แอปพลิเคชันกันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันที่เน้นการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ง่ายและรวดเร็ว จะยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและรูปแบบการออกแบบแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้ทยอยออกสู่ตลาดไอทีมากยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่จะสร้างความแตกต่าง และครองใจผู้ใช้ได้อย่างยาวนาน ยังถือเป็นเรื่องท้าทายของวงการผู้สร้างแอปพลิเคชัน

สำหรับองค์กรภาครัฐในช่วงที่เทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาสนับสนุนและมีบทบาทต่อคนในสังคม จะสังเกตได้ว่าในรอบทศวรรษที่ผ่านมาต่างมีการแข่งขันและเปิดช่องทางการบริการแก่ประชาชนด้วย การพัฒนาบริการผ่านแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น การตอบโจทย์ที่สำคัญของการพัฒนาแอปพลิเคชันในภาครัฐนั้น นอกจากการคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณของภาครัฐแล้วจำนวนยอดการดาวน์โหลดของผู้ใช้อาจไม่ใช่คำตอบเพียงอย่างเดียวในความสำเร็จของการให้บริการของภาครัฐผ่านแอปพลิเคชัน แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องยังคงต้องคำนึงถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีที่คุ้มค่าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดท่ามกลางบริบทของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา



บรรณานุกรม

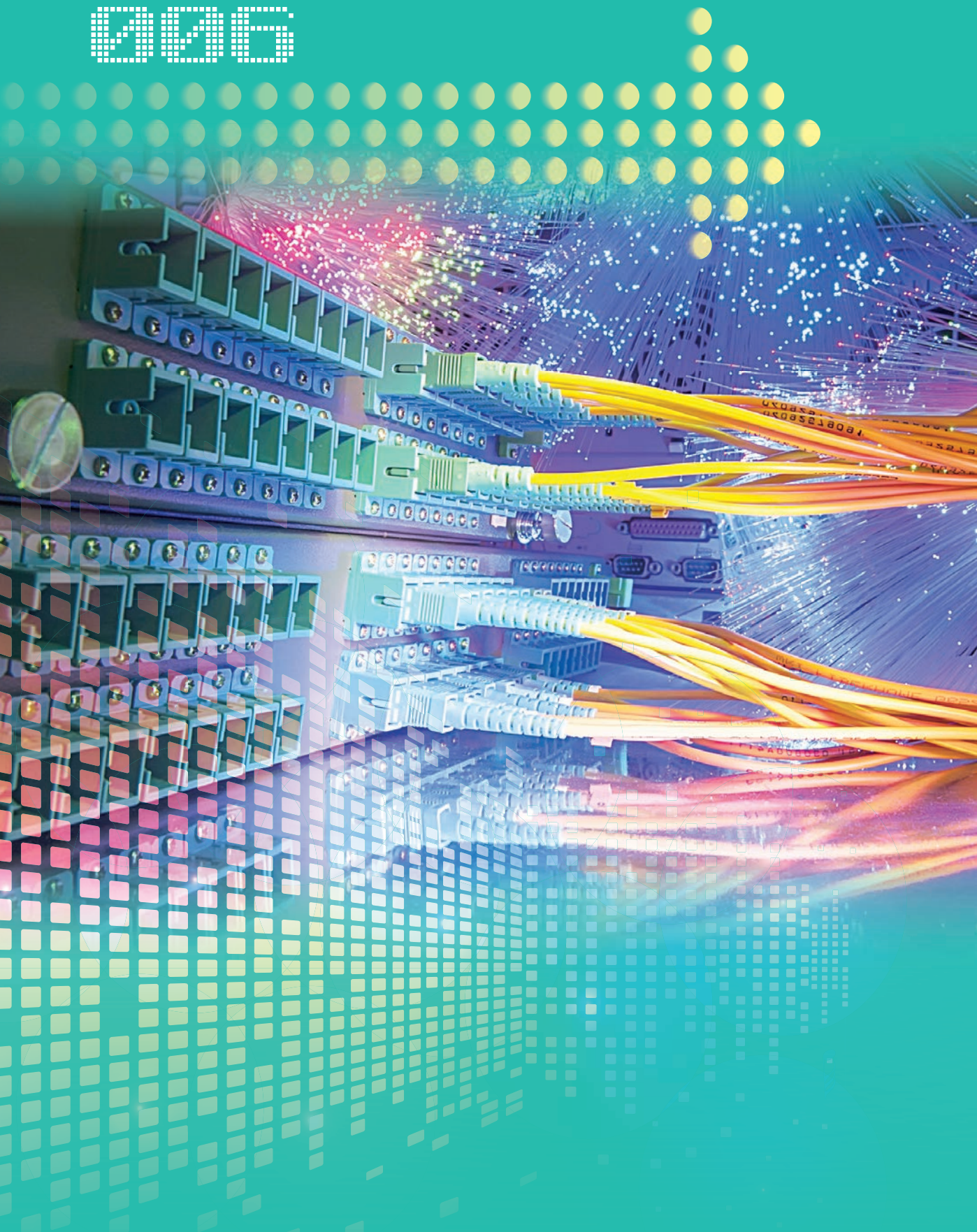
- Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2012 เข้าถึงได้จาก : <http://www.gartner.com/newsroom/id/1826214> (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2013 เข้าถึงได้จาก : <http://www.gartner.com/newsroom/id/2209615> (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2014 เข้าถึงได้จาก : <http://www.gartner.com/newsroom/id/2603623> (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2557 เข้าถึงได้จาก : https://www.etda.or.th/etda_website/files/system/IUP-pocketA5-050814.pdf (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- Share of U.S. Digital Media Time Spent by Platform เข้าถึงได้จาก : <http://www.comscore.com/Insights/Blog/Major-Mobile-Milestones-in-May-Apps-Now-Drive-Half-of-All-Time-Spent-on-Digital> (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- The Global Cloud Perspective 1: An Introduction[2014] เข้าถึงได้จาก : <http://blog.pv.com/blog/the-global-cloud-perspective-1-an-introduction> (วันที่ค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2557).
- USA government เข้าถึงได้จาก : <http://www.usa.gov/mobileapps.shtml> (วันที่ค้นข้อมูล : 9 ตุลาคม 2557).
- Australia เข้าถึงได้จาก <http://australia.gov.au/services/apps-services> (วันที่ค้นข้อมูล : 9 ตุลาคม 2557).
- IRS2go เข้าถึงได้จาก <https://play.google.com/store/apps/details?id=gov.irs> (วันที่ค้นข้อมูล : 9 ตุลาคม 2557).
- ข้อมูลพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณดิจิตอลทีวี จากสำนักงาน กสทช. (สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยี
กระจายเสียงและโทรทัศน์)
- Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2015 เข้าถึงได้จาก : <http://www.gartner.com/newsroom/id/2867917>
- icloud technology เข้าถึงได้จาก <http://en.wikipedia.org/wiki/iCloud> (วันที่ค้นข้อมูล : 10 ตุลาคม 2557).

mobile application เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw018.pdf (วันที่ค้นข้อมูล : 10 ตุลาคม 2557).

รัฐธรรมนูญ ปี 50 มาตรา 47 เข้าถึงได้จาก <http://www.mua.go.th/users/he-commission/doc/law/Constitution2550.pdf> (วันที่ค้นข้อมูล : 10 ตุลาคม 2557).



006



The Internet of Things: Introduction to the concept of smart farming and the underlying security concern

Nisamanee Sombatruang

Abstract

With a number of products being released using the concept of the Internet of Things (IoT), this buzzword is increasing in popularity among consumer communities, both at the household and the industrial level. One promising area where such innovations are likely to increase in significance is the agriculture sector, known to many as 'smart' farming. The primary objective of this emerging technology is to help promote the effectiveness and efficiency of farming activities which should benefit farming around the world, particularly in the developing countries like Thailand, where labour costs are rising to catch up with the cost of living. However, a smart farming solution, like any other technology, does not come

risk-free, particularly from an information security standpoint which considers the confidentiality, the integrity, and the availability of data. For example, whilst conveniently enabling users to monitor temperature in the greenhouses from a remote location, the risk of unauthorised modification of temperature settings is also increased. These information security risks have brought about the need to implement a reasonable level of rules and regulations by the country's related regulatory bodies in order to protect the consumer's right.

The objectives of this paper are to provide a ground understanding of not only a smart farming concept in the context of the IoTs, but also the underlying

security concern and the control mechanisms that help mitigating the risks. The paper also presents the recommended roles of regulators such as the ministry of ICT or the National Broadcasting and Telecom-

munications Commission (NBTC) in the implementation of rules and regulations that would effectively govern this emerging technology, particularly in a developing country's environment.

1. Introduction to the concept of the Internet of Things (IoT)

1.1 What is the Internet of Things?

The concept of the Internet of Things is not new. It has been discussed for more than a decade among the research community as an integral part of, and a driver to the idea of ubiquitous computing. Explained simply, the Internet of Things is a concept of connecting ordinary devices that are part of our daily life, such as refrigerators and washing machines [1], to

the Internet so that users can remotely monitor and/or control these devices, and/or receive notifications from these devices on a real time basis (as long as they have Internet connectivity). In a more complex scenario, however, the concept of the IoTs can be extended and applied to machines and appliances used on an industrial scale and in various industry sectors, including the agricultural sector which is the main focus of this paper.

Examples of IoTs products are shown below.



Picture 1 : Smart Washing Machine [2]



Picture 2 : Smart Refrigerator [3]



Picture 3 : Smart Oven [4]

The pictures above demonstrate three ‘smart’ home appliances introduced in 2014 by LG, one of the world’s leading electronic manufacturing companies. The smart washing machine allows users to connect with laundry chores while they are not at home and allow them to see the status of the washers and dryer right in the palm of their hand, through a mobile device [2]. For the smart refrigerator (fridge), the device not only allows users to consult recipes straight from the food channel and suggest a meal that is built around ingredients that already exist in the fridge, but also allows users to connect to the fridge from their mobile devices via the Smart Access refrigerator application [3]. The latter functionality provides users with the ability to check what food they already have in the fridge so they are aware of what needs to be purchased [3]. Finally, the smart Lightwave oven supports Wi-Fi that allows users to conveniently control the oven from any location [4].

1.2 The importance of the IoTs to the economy

The IoTs is predicted to become one of the leading contributors to the overall economy worldwide, particularly in developed countries where advanced

technology already exists and are inherently adopted as part of everyday life. According to an article, Initial Observations on Economics, Pricing, and Penetration of the Internet of Things Market, written in 2009 by Bohli J., Sorge C., and Westholff D., of NEC Laboratories Europe, the authors set a thesis that the value of the market grows more than linearly with the number of consumers [5]. This theory has been reaffirmed by the analysis done by Cisco, one of the big players in the telecommunication industry, which has forecasted that there will be 25 billion devices connected to the Internet by 2015 and 50 billion by 2020 [6] and will have a value at stake of around USD 14.4 trillion for companies and industries worldwide in the next decade [7]. This has demonstrated the importance of the IoTs to the economy in the near future.

However, in developing countries like Thailand, the importance of the IoTs to the country’s economy may not materialise at least for a few more decades because of several factors. Firstly, the concept of the IoTs is quite new and not yet widely known in these countries. A small portion of the people in the country may have heard about the IoTs, whilst a much larger portion have no clue what the IoTs is, and

how it would benefit them. In addition, basic telecommunication infrastructure that is required to support the sustainability of the IoTs (such as high speed broadband connection or 3G/4G data connections through mobiles) is not yet widely available, stable, and affordable, despite growing development and attempts from the government to implement this infrastructure in the past decade. Moreover, the average retail price of the IoTs devices in the market today is considered high when compared to not only the non-smart device of the same kind, but also the average income of the country's population. For example, the price of a smart refrigerator is approximately USD 3,000 (or approximately 100,000 baht) whilst the domestic price of a non-smart fridge of the same size starts at around 20,000 baht [8] and the minimum wage in Thailand stands at 300 baht/day [9].

To accelerate and stimulate the importance of the IoTs to Thailand's economy, the coordination and support from a number of players, including the government, the private sectors, and the regulators are essential. Section 4 of this paper will discuss the proposed roles that the regulators should play to promote and regulate the emergence of the IoTs innovation in Thailand.

2. Introduction to smart farming

Traditionally, most farming activities, from planting to growing and harvesting, depend largely on human labour. The challenges are not only that the quality of the products relies extensively on the expertise and consistency of farming staff but also that the cost of labour has become one of the top contributors to overall farming expenses. To address these challenges, there has been a growing development in agricultural technology in the past decade to promote effectiveness and efficiency in operating farming activities. For example, the introduction of wireless soil moisture sensors or solar radiation sensors helps farmers to not only monitor these parameters in a more accurate and on a more timely (or real-time) manner but also reduce the number of staff needed. However, these technologies are conventionally designed on an assumption that farmers and staff are operating on site. This has left a gap in the market for those farmers and staff who wish to operate some farming activities on an "Anytime and Anywhere" basis, such as those who own/work on more than one farm that are geographically separated, those whose farms are located in remote

or difficult to access locations (e.g. a top quality tea plantation or exotic flowers farm on a high mountain), or those who simply want to monitor their farm(s) whilst at home or on holiday.

Therefore, a smart farming solution was created to address this gap in the market. By adopting the concept of the IoTs (which is connecting ordinary devices to the Internet), equipment that is used as part of farming activities such as water control systems and temperature control units are embedded with a chip or a SIM card that enable them to connect to the Internet and can be monitored and controlled remotely. The following section explains the functional specification of smart farming in more detail.

2.1 High - level functional specification

A smart farming solution typically focuses on promoting the effectiveness and efficiency of the growing and caring activities for plants which form the longest and the most labour-intensive part in the farming cycle. The core specifications generally include, but are not limited to, the following functions:

a) Provide farming staff with the

ability to work on an “Anytime and Anywhere” basis

As mentioned in the introduction section, one of the primary reasons that smart farming is being developed is to promote mobile working. As a result, the design of the smart farming solution usually allows users to connect to smart farming devices in their farm via a number of channels, from a personal computer or laptop (through a web site or software) to mobile devices such as a mobile phone or tablet.

b) Monitor solar radiation and control light level

A smart farming solution can be linked to a network of wireless solar radiation sensors, which are installed throughout a farm, and to a smart lighting system. The solar radiation sensors monitor solar radiation level and send the collected data to a sensor hub where data is subsequently relayed to a smart lighting system and a control server accordingly. A smart lighting system is responsible for determining and automatically adjusting the level of light in the designated areas such as greenhouses per the pre-defined parameters setting which are suitable for the type and age of the plants.

c) Monitor and control temperature and humidity level

A smart farming solution can also be linked to a network of wireless temperature and humidity sensors which connect to a smart system. A similar concept to the monitoring and controlling of light level, this smart temperature and humidifying system will monitor the temperature and humidity level throughout the greenhouses and any other designated area on a farm, and adjust them automatically according to pre-defined settings.

d) Monitor and control soil moisture and fertilising level

This functional specification is crucial to the survival of plants, as water and fertiliser are the primary source of nutrition. A smart farming suite can be designed to be linked to a smart water and fertiliser distributing system. These systems are responsible for not only determining whether the level of moisture and fertiliser in the soils are suitable for the plants but also distributing the substances (via an underground piping system or over ground sprinklers) accordingly. Farmers in the US are already testing soil sensors that help monitor moisture level from their iPad 500 miles away [10].

e) Monitor, detect, and eliminate harmful bugs

The ability to detect excessive levels of harmful bugs and eliminate them in a timely manner is another vital factor to the survival of plants and the success of the farming business. A smart farming solution can be linked to a smart bug control system which is connected to a network of bug monitoring sensors. This system will determine whether the type and level of bugs detected are harmful, and if so, it will distribute an appropriate level of pesticide. In a more comprehensive scenario, a farmer may consider connecting the system to a drone for deploying pesticides, which has already been tested in the US [10].

f) Perform live surveillance of the premises

The ability to perform live surveillance of a farm is another function that helps farm owners and staff to not only detect intruders but also inform the authorities in a timely manner if required. A smart farming solution can be linked to both the CCTV and motion sensor network. The latter is responsible for detecting movements in the designated areas in a farm where monitoring is crucial

(e.g. main entrance, greenhouses, control room, etc.) during periods when staff are not present (e.g. during non-working hours or during public holidays) and alert farmers/ staff of any unanticipated movements. The system owner can then log onto the system to view a live video feed of their premises through CCTV and make an informed decision of what to do next (e.g. call the authorities, shut the entrance gate, ignore the false alarm, etc.)

g) Control access to the premises

A smart farming solution can be

designed to be linked to a smart gate system which control physical access to different areas in a farm such as greenhouses, garages, etc. The benefit of this function is to allow users to open/shut the gates/ doors whenever they want, even if they are not on site.

2.2 Conceptualised model

To illustrate a high-level functional specification of a smart farming solution and how they are connected together, the example below shows a conceptualised model of a smart farming solution.

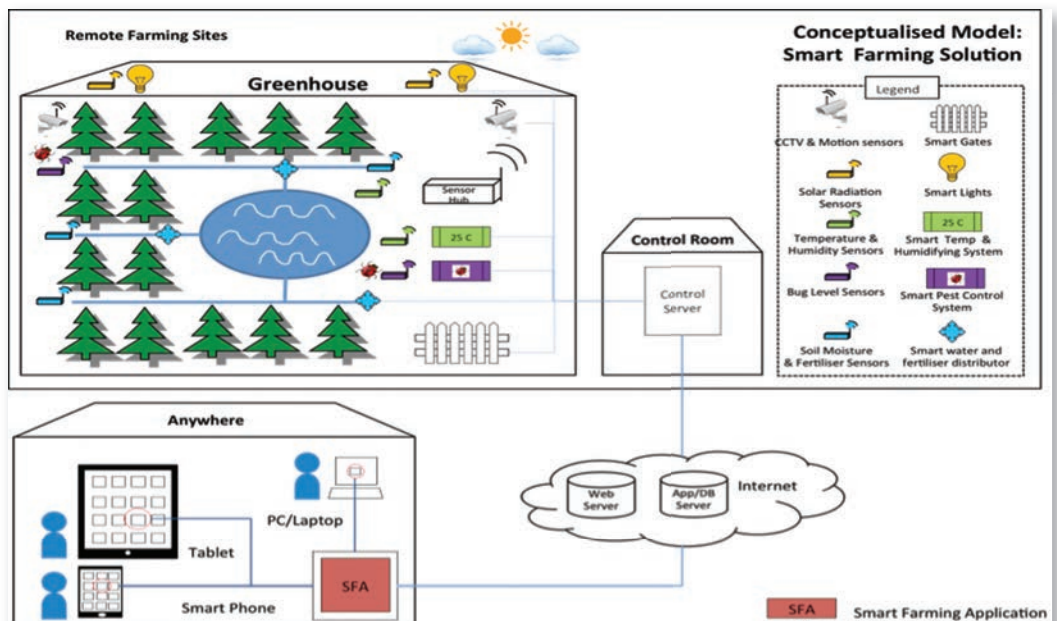


Diagram 1.1 depicts a high-level functional specification of a smart farming solution

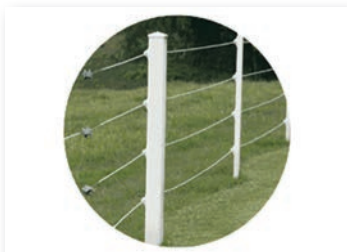
In summary, users can access the smart farming solution through a compatible mobile device or through a PC/laptop. The web server, application server, and database server, are increasingly migrated to a cloud-based solution, as demonstrated in a model. These servers are generally connected to a control server which is placed on a farming site. A control server is then linked to a number of smart farming systems installed throughout a farm which include, for example, smart gate system, CCTV system, smart light system, smart temperature and humidity control system, smart pest control system, and smart water and fertiliser distributing system. A number of these smart systems are supported by their own networks of wireless sensors which are installed throughout a farm.

Examples of smart farming devices that exist in the market today are shown below.

In the provided examples, the smart electronic fence system helps eliminate the need to walk around the farm to determine whether there is any unwarranted interference with the electric fence [11]. The wireless temperature and soil moisture sensors are capable of transmitting the current field conditions to the PC and mobile devices [12] whilst the wireless temp/relative humidity sensors will wirelessly transmit real-time temperature and relative humidity data [13].

3. The underlying security concerns of smart farming

As brilliant as the benefits of smart farming solution may sound, the solution does not come risk-free, particularly from an information security perspective which includes considering the confidentiality, integrity, and the availability of data being used, or that which resides within a smart farming solution. For example, from a confidentiality standpoint, allowing users to



Picture 1 : Smart Washing Machine [2]



Picture 2 : Smart Refrigerator [3]



Picture 3 : Smart Oven [4]

access a secret formula growing an exotic plant (e.g. temperature and humidity settings, etc.) via the Internet (through a smart farming solution) increases the risk of such data being compromised. The risk of impeding the integrity of data is also increased. Using the same scenario mentioned previously, an unauthorised user gaining access to a smart farming solution may remotely modify settings (e.g. temperature and moisture level) which could severely damage the plant in a farm. Finally, the availability of the data is another concern. Imagine a farm owner using a smart farming solution and wanting to monitor the temperature in the greenhouses whilst he or she is on holiday. If for any reason, the smart farming system becomes unavailable on the day that his/her farms are unexpectedly hit by a heat wave, the farm owner/staff member may not receive an alert notification and adjust the temperatures to the appropriate level in a timely manner.

As one can imagine at this stage, the risks related to information security that come with smart farming solutions could severely interrupt farming activities and impact the business as a whole. Therefore, it is essential that potential users of smart farming solution understand the threat landscape so that they are able to evaluate the degree of threat and plan for appropriate countermeasures to mitigate the risk.

The section below will explain the threat landscape and the countermeasures in more detail.

3.1 The assets and threat landscape

To understand the threat landscape of smart farming solution and subsequently implement adequate countermeasures, the first step is to identify any relevant assets which are considered critical. Such a list of critical assets can vary from one farm to another, depending on the nature of the farm. For example, a farm which grows exotic and expensive orchids or bonsai as its primary products may consider the knowledge of temperature and humidity settings as their critical assets. On the other hand, a farm that grows mangos or oranges may be less worried about an outsider obtaining the knowledge of such settings because this information is not sensitive.

Once the list of critical assets has been identified, the next step is for a farmer to understand the threats that could compromise each of the information security objectives (i.e. confidentiality, integrity, and availability). For ease of understanding, table 1.1 below provides an example of relevant assets and the threats of a farm deploying a smart farming solution.

Table 1 : An example of relevant assets and the threats of a farm deploying a smart farming solution

Asset Class	Asset	Risk/Threats		
		Confidentiality	Integrity	Availability
Data	Trade secret data (e.g. predefined environmental settings or other parameters for growing plants such as humidity level, light level, or fertiliser level)	Unauthorised disclosure of access to the trade secret (e.g. environmental settings or other parameters) for personal or financial gain which could result in loss of/declining in market share and revenue.	Unauthorised changes to the trade secret (e.g. environmental settings or other parameters) which could result in products (i.e. plants inside the greenhouse) being damaged. Incomplete and/or inaccurate trade secret (e.g. environmental settings parameters) which could result in plants not meeting the expected quality or being severely damaged.	Trade secret data (e.g. environmental settings or other parameters) are unavailable when required which could result in not only loss of intellectual property but also discontinuity of business operation.
	Private/personal sensitive data such as - Personal information of users such as age, address, etc. - Location of users (some smart farming solutions have the functionality to track the user's location) - Images of users in CCTV	Unauthorised disclosure of access to private/personal sensitive data for personal gain (e.g. stalking) or financial gain (e.g. blackmailing) which could result in data privacy breaches.	Unauthorised changes to private/personal sensitive data for personal or financial gain.	Private/personal sensitive data are not available when required, particularly as part of an auditor forensic investigation.
	Usage logs	Unauthorised disclosure of access to usage logs for personal gain (e.g. stalking) or financial gain (e.g. blackmailing) which could result in data privacy breaches.	Unauthorised changes to usage logs which could undermine the integrity of audit/forensic evidence.	Usage logs are not available when required, which could affect the outcome of an auditor forensic investigation.

Asset Class	Asset	Risk/Threats		
		Confidentiality	Integrity	Availability
	Smart Lighting Control System	Unauthorised disclosure of access to settings on the system which could impact the public image of a farm, and collect trade secret data (e.g. light control settings).	Unauthorised changes to the settings on the system which could affect the survival or the quality of the plants in a farm. For example, unauthorised changes to the light level settings, either unintentionally or intentionally, could severely damage the colour quality of an orchid.	Light control systems become unavailable when required which could subsequently impact the survival or quality of the plant. For example, an extensive period of insufficient light level in a greenhouse whilst no staff are operating onsite, may affect the survival of the young plants.
	Smart Temperature & Humidifying System	Unauthorised disclosure of access to settings on the system which could impact the public image of a farm, and collect trade secret data (e.g. temperature & humidity settings)	Unauthorised changes to the settings on the system which could affect the survival or the quality of the plants. For example, unauthorised incremental of the temperature settings could make the tomatoes ripen quicker than they should.	Smart temperature and humidifying control systems are unavailable when required which could impact the survival or quality of the plant. For example, in case of a thunderstorm hitting a farm at the time when no staff members are operating on site, a severe increase in humidity level could affect the blossoming rate of flowers being grown.
	Smart Pest Control System	Unauthorised disclosure of access to settings on the system which could impact the public image of a farm, and collect trade secret data (e.g. pest control settings).	Unauthorised changes to the settings on the system which could affect the survival or the quality of the plants. For example, unauthorised switch off of a smart pest control system could result in the plant's leaves or flower petals being eaten by the bugs/pest.	Smart pest control systems are unavailable when required which could impact the survival or quality of the plant. The same example from the risk relevant to integrity (see left) can be applied to this risk.

Asset Class	Asset	Risk/Threats		
		Confidentiality	Integrity	Availability
System	Smart Water and Fertilising System	Unauthorised disclosure/ access to settings on the system which could impact the public image of a farm, and collect trade secret data (e.g. water fertiliser control settings)	Unauthorised changes to the settings on the system which could affect the survival or the quality of the plants. For example, unauthorised changes to water system could result in excessive or insufficient water for the plants.	Smart water and fertilising system are unavailable when required which could impact the survival or quality of the plant. For example, if the temperature becomes excessively high and if no staff members are on site, the young plants in the greenhouse may not survive without the smart water system distributing the water automatically when detected lower than expected level of moisture in the soil.
	Mobile devices (e.g. mobile phone, tablets, etc.) and IoTs devices (e.g. Wireless sensors, CCTV cameras, Smart light bulbs, Smart gates, etc.)	The confidentiality of owning or using the IoTs or mobile devices alone may not pose a high risk level without any data inside the devices. However, it depends largely on where the users locate. If the users are out and about in a dangerous area in town or if a farm is located in a deprived area, this may put their mobile devices at risk of being stolen.	Unauthorised changes to the settings on mobile devices or IoTs devices could affect the underlying data as well as affect the integrity of data used during audit or forensic investigation. For example, unauthorised changes to date, time, and time zone could impede the integrity of a timestamp of activities taking place.	Mobile/IoTs devices are unavailable when required. For example, these devices maybe lost, stolen or broken which may result in users being unable to use smart farming solution effectively when needed.

3.2 Countermeasures to mitigate the risks

Once the risk landscape within a smart farming solution is well understood, a farm owner wishing to deploy a smart farming solution should evaluate and implement a reasonable set of countermeasures to mitigate critical risks. There are many countermeasures that can be implemented and some will cost more than another. Consequently, it is imperative that the cost and the benefits of each countermeasure are weighed up carefully in order to reach the optimal level of investment.

The following provides examples of basic security features that help mitigating information security risk within a smart farming environment.

3.2.1 User Access Control

To mitigate the risk of unauthorised access to or disclosure of sensitive data (which could also subsequently lead to unauthorised changes), access to a smart farming solution, both by physical or logical means, should only be granted to authorised staff.

a) Physical access control

• **Access to mobile devices:** To prevent mobile devices from becoming unavailable (either through being lost or stolen, or for any other reason) when needing to access smart farming, a farm owner wishing to deploy a smart farming solution may consider providing training to their staff. The objectives for this include not only to promote a sound understanding of the risks related to mobile device theft and the impact to the business if the mobile devices become unavailable when required, but also to instruct them how to keep their device functioning, safe, and secure. In addition, implementing a usage log as part of a smart farming solution is another tool that acts as a detective control mechanism. These logs should, at a minimum, be designed to retain records of the device's location, date, time, and operating system for each log on as such information can be useful when attempting to locate the lost or stolen device.

• **Access to IoTs devices:** Apart from ensuring that the IoTs devices are installed securely and safely (e.g. strong attachment of CCTV cameras on the wall, or building a covering to protect non-waterproof outdoor smart light bulbs, etc.), a farm owner wishing to deploy a smart

farming solution should consider including a security function that will notify relevant users of the absence of existing nodes and the addition of new nodes on a real time basis. In other words, if one of the IoTs devices in the approved topology (i.e. the approved baseline) has gone offline or if there are unknown nodes appear, a smart farming solution should be able to send an alert to relevant users and ask for confirmation whether such changes are valid. If the user has confirmed that the case is valid, the smart farming solution should then memorise such changes as a new baseline. However, if the changes are invalid, it should prompt users to investigate the situation.

• **Access to control server:** Physical access control to a control server, which collects data from various smart systems, should also be implemented to prevent unauthorised access to the room. For example, one may consider installing a secure door and/or CCTV cameras inside or at the entrance to the room (where data privacy laws in the country permit). In addition, access to the control server room should be limited to staff whose job roles require such access.

b) Logical access control

• **Logical access to a smart farming application:** A smart farming application serves as a primary interface between the user and the background system (as depicted in diagram 1.1 which demonstrates the overall landscape of a smart farming solution). Therefore, controlling access to the application is critical from the information security's perspective.

The key objectives of implementing sound logical access control are not only to ensure that only authorised users are granted to access the system but also to ensure that the level of access is appropriate based on a “need-to-know” basis. On a commercial-scale farm where the number of staff members tends to

be quite large, users of a smart farming application should be classified, at a minimum, into two categories : admin users (e.g. farm owner or supervisor), and normal user (e.g. farming staff). The admin users are those with high level of access to the system such as having the ability to manage other users, or to override the system settings. The normal users, on the other hand, would have basic access such as monitoring the temperature or adjust the temperature in a greenhouse to the certain level of threshold.

In addition, strong password settings should also be implemented as part of logical access control. Examples of strong password settings are shown below, some of which are adapted from the recommendation from Microsoft [13].

Table 2 : Example of good password settings

Password Parameters	Admin User	Normal User
Minimum Length	8	6
Include alphanumeric, upper and lower Case	Yes	Yes
Include special characters	Yes	No
Maximum Age	30 days	90 days
Password history allowed	5	10
Max no. of failed login attempts	5	10
Automatic account deactivation after period of inactivity	Yes - after 30 days	Yes - after 45 days

- **Logical access to IoTs devices:**

As a general principle, a smart farming solution should be designed to grant access to IoTs devices and their supporting smart systems only through successful authentication to the smart farming application (i.e. the main interface). For example if a user wants to adjust the level of light in a greenhouse, he/she should be required to authenticate him/herself to a smart farming application on their device before being allowed to access the smart lighting module in the overall suite.

- **Logical access to Web/App/Database server:** The data and application servers used in a smart farming environment are likely to be stored in the cloud. There are generally two types of cloud solutions being offered in the market nowadays: private and public cloud. Farming businesses that grow high value products and have critical trade secrets that need to be protected may choose to go with a private cloud which is more secure, though the trade-off is a higher price.

3.2.2 Change Management Control

The objective of change management control is to ensure that changes to

the system are authorised and approved. In the context of a smart farming environment, any changes to parameter settings such as changes to temperature settings should be authorised and approved before such changes take effect. This control is particularly important when the changes involve modification to critical data. Therefore, at a minimum, a farm owner should consider implementing the following controls:

a) Re-entering of an administration password: This security feature helps mitigate the risk of unauthorised users gaining access to the application and attempting to perform unauthorised changes to certain data and parameters. Without the knowledge of the admin password, such changes should not be allowed. These parameters may include sensitive farming operations, which can vary from one farm to another. For example, an orchid farm may consider changes to parameters related to temperature setting in a greenhouse as critical and, therefore require re-entering of admin password prior to such changes taking effect. This view may be perceived differently by a cactus farm where temperature does not play as vital a role in growing a cactus.

b) Dual approval for changes to highly critical settings: Changes to highly critical settings such as turning off all the smart systems and devices, or dispersing high levels of pest control chemicals can have severe effects on farming operations and should be done in a most controlled manner. Therefore, a smart farming solution should be designed to include a sound control mechanism to prevent malicious actions by requiring dual approval for changes to highly critical parameters. This control helps mitigate the risk of adversaries attempting to sabotage a farm. For example, if a malicious user who has admin access to a smart farming solution is being fired, he/she may be disgruntled and want to sabotage a farm by turning off all the systems in revenge. The security feature being discussed here would prevent him/her from doing so because the system will not allow the changes to take effect unless there is an approval from another admin user.

3.2.3 Validity checks

Validity control is another type of control that should be embedded within a smart farming solution. The objective is mainly to ensure that the application behaves in the way that it is intended to.

Firstly, the validity check should be designed to contain a mechanism to determine unusual changes or changes that are above the tolerance limit, and mandate authorised users to approve or override the proposed adjustments. For example, if a smart light system increases the light level in a greenhouse by 10% which is within the tolerance limit of 15%, the smart farming solution shall not require further validation. However, if a smart light system increases the light level in a greenhouse by 50%, which is outside of the tolerance limit and could affect the survival of young plants, the application should be designed to send an alert to the admin user(s) for further action. The admin users could accept the changes or decide to override the adjustments accordingly.

In addition, a smart farming solution should be designed to include a validity check to manage false negative results coming from various sets of sensors (e.g. wireless solar radiation sensors, soil moisture sensors, etc.) that are being used. The solution should be capable of detecting potential false negatives by analysing statistical data and notifying users before making an environmental adjustment. For example, if data from a set of soil moisture sensors shows that

the moisture level has reached a low level but the smart water distribution system shows that the water had been successfully distributed a few hours ago, a smart farming solution should be able to detect such conflicts in information and intelligently recognise that one source of data may be a false negative, and alert the users to perform further investigation.

3.2.4 Bill shock warning mechanism

Data usage on mobile devices when using a smart farming solution can be quite high, especially when downloading/uploading voice and video streams (e.g. viewing live surveillance camera feeds). Therefore, a smart farming solution should be designed to alert users of potential high data usage when accessing certain type of features within the smart farming solution (e.g. by means of a pop-up). Alternatively, or as a supplementary control, the application may be designed to allow users to limit access to high data usage functions only when connected through Wi-Fi.

3.2.5 Database control

To maintain the confidentiality and the availability of data stored in the database server (which is likely to be in

the cloud), the database should be encrypted and backed up on a regular basis. The need to encrypt data in the database has gradually become a priority for many businesses today [14] which reinforce the importance of encryption. Restoration tests of data in the database should also be agreed with the cloud provider that it is to be carried out at least on an annual basis to help achieve business continuity objectives.

3.2.6. Audit and forensic evidence control

Usage logs (from login history or changes to parameter settings) are generally identified as an asset that needs to be protected. The usage logs in a smart farming solution should be designed to have the logs sent to a database server which is located in a cloud, instead of storing a log locally on mobile devices or on a control server located on site. The rationale for doing so is not only to reduce the risk of losing forensic/audit evidence in the case of devices being stolen, but also reduce the cost of storage, as storing the data in the cloud is likely to become cheaper in the near future.

3.2.7 Device pairing control

The addition and revocation of wireless devices supporting a smart farming solution is one of the weakest areas in terms of network security. When a new wireless device is to be added to a network, it should be paired with a sensor hub that acts as a master console in a secure manner (e.g. using a faraday cage to prevent unauthorised pairing by nearby unauthorised devices). In addition, a smart farming solution should be designed such that pairing alone does not automatically allow the newly added devices to become active on a network. It should, as a supplementary control, require further approval from an admin user.

4. The roles of regulators in governing the IoTs

The concept of the IoTs has brought about a number of innovations that benefit the society as one can see in the smart farming solution presented in this paper. However, at the same token, the risk related to security and privacy introduced by the new innovations exist which could impact the consumer's right. Consequently, regulators play an important role in balancing between promoting the innovation and protecting consumer's

right. There has been a growing number of discussions whether smart devices should be regulated (and to what extent it should be regulated) and who should play the roles in the regulation of this emerging technology [15][16][17]. The main objective generally focuses on the security and privacy of the users. Policy makers in many countries, predominantly in the developed countries, have started to think about drafting a framework to address the concern. For example, in the US, at least 14 states have proposed legislation in 2014 that is intended to increase privacy protection for consumers and limit both government and private sector surveillance via the IoTs [17]. Another example is in Europe whereby, in 2013, the EU Commission published the results of the public consultation on the IoTs that will help to define the future policy to regulate the IoTs [18].

However, the governing of the IoTs in developing countries including Thailand are likely to be different, at least for now, due to not only the concept of the IoTs is not yet widely known and well understood but also the basic telecommunication infrastructure that is required to support the sustainability of the IoTs is not yet sufficiently sustained and broadly

affordable by the majority of the population in the country. The following presents a set of proposed roles that the regulators in developing country like Thailand (i.e. The NBTC and the MICT in Thailand) may consider playing in the IoTs' governance at different stages (starting in 2015) based on the current situation of the IoTs adoption rate in the country.

4.1 Short-term plan (1-2 years)

- Commence the coordination efforts among the relevant regulatory bodies in the country such as the NBTC, the Ministry of ICT, and the Ministry of Education, etc. The main objective is to get everyone on board.

- Promote the awareness of the IoTs to the public by means of seminar/conferences or training sessions. At a minimum, the objectives should include but not limit to educate the public about the concept of the Internet of Things and the benefits of the IoTs.

- Invest in the research and development of the IoTs. The regulator may consider supporting research grant or fellowship, and journal publication.

4.2 Medium-term Plan (3-5 years)

- Continue the coordination efforts with the relevant regulatory bodies but start to focus on creating realistic strategic

vision of the framework and drafting the framework to regulate the IoTs.

- Establish a working group which consists of the experts in the related fields. The objectives are not only to have them assist in the drafting of policies but also to have them analyse the applicability of the IoTs in Thailand and case studies from abroad.

- Involve the public in the drafting of framework by considering organising a public consultation.

- Continue to promote the awareness of the IoTs but focus more on the technical side of the technology and the underlying security concern.

- Continue to invest in the research and development. The regulator may consider organising a competition or contest that awards the best IoTs innovation that benefits the country.

4.3 Long-term Plan (5-10 years)

- Continue the coordination efforts among the relevant regulatory bodies but start drafting the actual policy, and rules and regulation to govern the IoTs in the country.

- Involve the public by organising a public hearing on the draft policies, rules, and regulations.

- Continue to promote the awareness of the IoTs but consider focusing

on the impact of the regulation to the consumers, operators, manufacturers, and any others relevant players.

For ease of understanding, diagram 2 below depicts a proposed timeline and the roles that the regulator may consider playing throughout the period.

5. Conclusion

The concept of the Internet of Things is growing its popularity through a number of innovations seen in the market today, from a smaller scale innovation like smart fridge to a bigger scale innovation such as smart farming. The latter, though not yet

widely adopted, is a new concept aiming to promote effectiveness and efficiency in agriculture sector. It is designed to provide a farm owner/staff with the ability to perform a number of farming activities on an “Anytime and Anywhere” basis. For example, it allows a farm owner/staff to monitor solar radiation and control light levels in the greenhouses from a remote location in a real time manner. It also provides the ability to perform live surveillance of a farm’s premises whilst the owner/staff is on holiday. In addition, smart farming can help reduce the labour cost needed to operate a farm. Such benefits are particularly attractive in a developing country

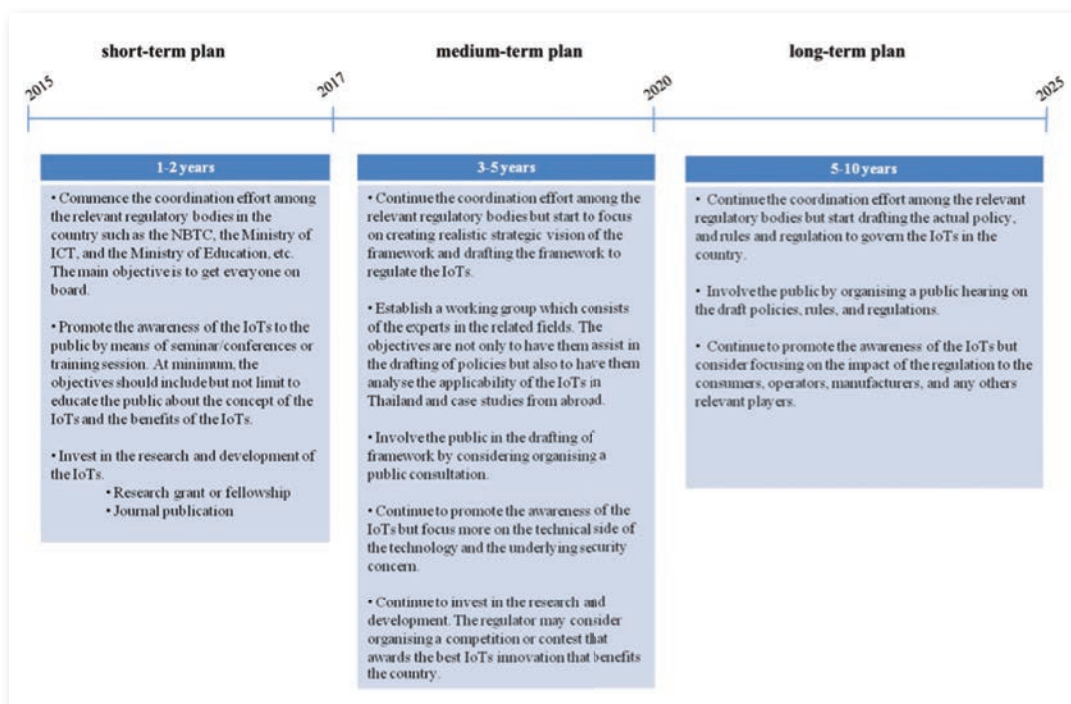


Diagram 2 depicts the proposed roles of the regulators in the governing of the IoTs.

like Thailand where labour costs are rising sharply to catch up with the cost of living.

However, deploying a smart farming solution is not as easy as buying off-the-shelf software for several reasons. First, it can be costly from a financial investment perspective because a typical smart farming solution, particularly those designed for a farm that operates on an industrial scale, needs to be customised to suit the farm's environment. In addition, there are a number of risks involved, predominantly from an information security perspective. Therefore, it is vital that a farm owner considering the deployment of a smart farming solution does not only assess the cost and benefits of the smart farming solution carefully but also develop a thorough understanding of the risk landscape and the countermeasures that should be implemented, prior to adopting the solution.

Because smart innovation products, including a smart farming solution presented in this paper, offer the benefits but, at the same time, introduced the risks related to security and privacy, it is essential that regulator play roles in the governance of the IoTs. Some of the regulatory bodies in developed countries such as in the US or in the EU have started to draft the relevant policies, rules, and regulation to address the concern. However,

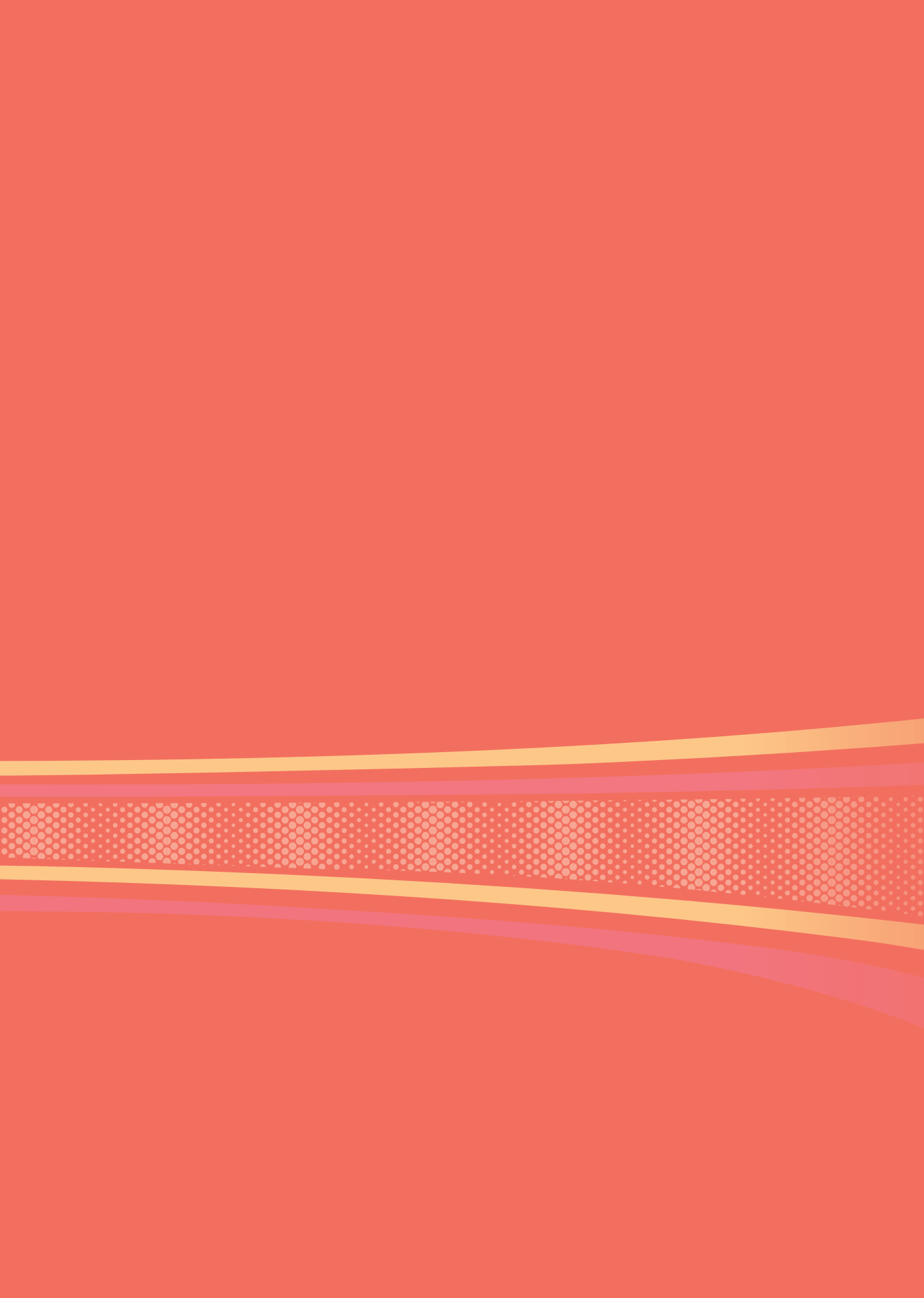
the governance of the IoTs in developing countries (including Thailand) is likely to be different, at least for now, due to the differences in circumstances which include the lack of awareness of the IoTs concept and the sustainability of basic infrastructures supporting the Internet. For a short-term plan, the regulator should consider to focus on the coordination effort among relevant regulatory bodies in order to get everyone on board. At the same time, promoting the awareness of the IoTs concept to the general public and investing in the research and development are essential. In the next phase (i.e. medium-term plan), the regulator should consider to continue with the coordination effort among regulatory bodies and the education of the IoTs to the public but should consider shifting their focus to include the involvement of the public in the drafting of policy framework. At the end of this phase, the regulator should be in a good position to focus on drafting the actual policy, rules, and regulation as well as start the public hearing process, and educate the public about the impact of regulations.

References

- [1] Wagstaff K., “Out of Milk? LG’s New Smart Fridge Will Let You Know”,
<http://www.nbcnews.com/tech/gift-guide/out-milk-lgs-new-smart-fridge-will-let-you-know-n99531>
- [2] <http://www.lg.com/us/discover/smartthing/laundry>
- [3] <http://www.lg.com/us/discover/smartthing/refrigerator>
- [4] <http://www.lg.com/ae/press-release/lg-rolls-out-premium-smart-appliances-that-chat>
- [5] Bohli J., Sorge C., and Westholff D., 2009, ACM SIGCOMM Computer Communication Review, Volume 39, Number 2, April 2009
- [6] Evan Dave, The Internet of Things, How the Next Evolution of the Internet is changing everything?, http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/IoT_IBSG_0411FINAL.pdf
- [7] http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/innov/IoE-Value-Index_External.pdf
- [8] http://www.samsung.com/th/consumer/home-appliances/refrigerator/?cid=th_ppc_googlesem_corpacc_refrigerator_20140923&gclid=ClujkpaVuMECFVYMjgodZ2MAAg
http://www.mol.go.th/employee/interesting_information/4131
- [9] Dembosky A., Silicon Valley links with Salinas Valley to make farming ‘smart’, 2013,
<http://www.ft.com/cms/s/0/55656cf2-dff4-11e2-bf9d-00144feab7de.html>
- [10] <http://www.smartfarmsystems.co.nz/products/>
- [11] <http://www.onsetcomp.com/hobonode-wireless-sensors>
- [12] <http://technet.microsoft.com/en-us/library/hh994572%28WS.10%29.aspx>
- [13] Kirsch, C., How to Protect Sensitive Data Using Database Encryption, 2009,
<http://www.eweek.com/c/a/Database/How-to-Protect-Sensitive-Data-using-Database-Encryption/>
- [14] Do Smart Devices Need Regulation? FTC Examines Internet Of Things
<http://www.forbes.com/sites/amadouiallo/2013/11/23/ftc-regulation-internet-of-things/>
- [15] Milligan K., What regulation is needed for the Internet of Things?,
https://www.mckennalong.com/media/resource/1947_Policy%20Tracker.pdf

- [16] Pavon P., The “Internet of Things” will impact law and regulation in 2014, <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=532f43f1-1bfb-47d0-aa13-096275055c08>
- [17] Conclusions of the Internet of Things public consultation, 2013, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/conclusions-internet-things-public-consultation>





การแข่งขัน >>

www

mail

1,256,45	2,258,40	6,000,00
1,245,00	1,245,23	1,000,11
20	3,031,40	2,400,00
704,00	3	

007



การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม: อดีต ปัจจุบัน และอนาคต

คณิน นิติวศ์
ณัฐสุต อาจารย์
สุจิตา พูนมากสภิตย์¹

บทคัดย่อ

ในอดีต โครงสร้างตลาดกิจการโทรคมนาคมมีลักษณะเป็นการผูกขาดโดยรัฐ แม้ต่อมาจะได้มีการเปิดช่องให้เอกชนเข้ามาลงทุนภายใต้สัญญา BTO และทำข้อตกลง Access Charge ก็ยังคงสภาพการผูกขาดเช่นเดิม เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคการเปิดเสรีโทรคมนาคมเพื่อยกเลิกการผูกขาด และมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคม ซึ่งการกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมถูกกำหนดให้เป็นภารกิจหลักอย่างหนึ่งของ กทช. การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้เกิดปัญหาข้อพิพาทเกี่ยวกับการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อ

โครงข่ายโทรคมนาคม ดังนั้น การกำหนดอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมอ้างอิงเพื่อนำไปใช้ในกรณีข้อพิพาทและกรณีอื่นๆ จึงถือเป็นแนวทางขั้นต้นในการคลี่คลายปัญหา ซึ่งแนวทางดังกล่าวก็ยังดำเนินการเรื่อยมาจนมีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)

บทความนี้ศึกษาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม อธิบายสภาพการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมของประเทศไทยตั้งแต่ยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเรื่องอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม แนวทางการแก้ไขปัญหาของ กทช. และ กสทช. ที่ผ่านมา รวมไปถึงทิศทางการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมและการกำกับดูแลในอนาคต

¹สำนักโครงข่ายพื้นฐาน การใช้และเชื่อมต่อโครงข่าย สำนักงาน กสทช.
บทความนี้เป็นการแสดงความเห็นทางวิชาการโดยส่วนตัวของผู้เขียน ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับหน่วยงานที่ผู้เขียนทำงานอยู่

บทนำ

ธุรกิจการให้บริการโทรคมนาคมเป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษ คือ ผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์สูงสุดหากสามารถติดต่อกับผู้ใช้บริการคนอื่น ๆ ได้ หากในตลาดมีผู้ให้บริการโทรคมนาคมเพียงรายเดียวก็คงไม่มีปัญหาที่จะต้องไปเชื่อมต่อกับใคร แต่เนื่องจากปัจจุบันตลาดโทรคมนาคมถือเป็นตลาดเสรีที่เปิดให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้ามาให้บริการโทรคมนาคมได้ ผู้ใช้บริการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อกับผู้ใช้บริการอื่นที่อยู่ภายใต้ผู้ให้บริการรายอื่นได้ด้วยเหตุนี้ การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้โครงข่ายโทรคมนาคมของผู้ให้บริการแต่ละรายเชื่อมต่อถึงกันและกัน และทำให้ผู้ใช้บริการของแต่ละโครงข่ายติดต่อกันได้ ซึ่งจะส่งผลประโยชน์สูงสุดโดยรวมต่อผู้ใช้บริการทุกราย อย่างไรก็ตาม ในการผลักดันให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมทุกรายทำการเชื่อมต่อโครงข่ายของตนถึงกันนั้น ไม่อาจใช้กลไกของตลาดเพียงอย่างเดียวได้ เนื่องจากผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูงมักจะขาดแรงจูงใจที่จะเปิดให้ผู้ให้บริการรายเล็ก หรือผู้ให้บริการรายใหม่เชื่อมต่อกับโครงข่ายของตน หรือแม้หากมีการเปิดให้ผู้ให้บริการรายเล็กหรือผู้ให้บริการรายใหม่เชื่อมต่อกับโครงข่ายของตน แต่คิดอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่สูงเกินไป ผู้ให้บริการรายเล็ก หรือผู้ให้บริการรายใหม่ดังกล่าวก็ไม่สามารถประกอบธุรกิจหรือเข้ามาในตลาดได้ ดังนั้น การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม จึงมีความสำคัญอย่างมากทั้งต่อการแข่งขันและการ

กำหนดราคา

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล จึงมีหน้าที่สำคัญในการกำหนดบทบาทและหน้าที่ของผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่มีโครงข่ายในการให้บริการการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พร้อมทั้งกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม และการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่เหมาะสม อันจะทำให้การแข่งขันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

บทความนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมและแสดงให้เห็นถึงสภาพการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมของประเทศไทยตั้งแต่ยุคอดีตจนถึงปัจจุบัน ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนผ่านจากยุคสัมปทานไปสู่ยุคการเปิดเสรีโทรคมนาคม พร้อมทั้งปัญหาข้อพิพาทเกี่ยวกับการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมและการกำหนดอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแลที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว รวมไปถึงทิศทางการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมและการกำกับดูแลในอนาคต

การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) คืออะไร

ตามนิยามที่กำหนดในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 “เชื่อมต่อ” หมายความว่า การเชื่อมต่อระหว่างโครงข่ายโทรคมนาคมภายใต้ความตกลงทางเทคนิคและทางพาณิชย์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ

ของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมฝ่ายหนึ่งสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการหรือใช้บริการโทรคมนาคมของผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมอีกฝ่ายหนึ่งได้

ทั้งนี้ในปัจจุบัน ได้มีการกำหนดบริการการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม ออกเป็น 3 บริการหลัก ได้แก่

(1) บริการ Call Termination หรือ บริการเรียกถึงจุดปลายทาง

(2) บริการ Call Transit หรือ บริการเรียกผ่านโครงข่ายโทรคมนาคมของตน

(3) บริการ Call Origination หรือ บริการเรียกจากจุดเริ่มต้น

โดยทั้ง 3 บริการ จะหมายถึงบริการประเภทเสียง (Voice) เท่านั้น เนื่องจากเป็นบริการโทรคมนาคมพื้นฐานสำหรับประชาชน และโดยทั่วไปแล้ว บริการที่มีความสำคัญที่สุดใน 3 บริการข้างต้น คือ บริการ Call Termination เนื่องจากเป็นบริการที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายหนึ่งๆ อนุญาตให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายอื่นสามารถโทรหรือส่งสัญญาณเสียงมายังโครงข่ายของตนได้ อันเป็นการตอบสนององค์การที่มุ่งหมายให้ผู้ให้บริการของแต่ละโครงข่ายติดต่อถึงกันได้ (Any-to-any connectivity) ดังนั้น หากกล่าวถึงการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม โดยทั่วไปก็จะหมายถึงบริการ Call Termination

การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม จากอดีตจนถึงปัจจุบัน

1. ยุคก่อนเกิดคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)

1.1 ยุคการผูกขาดโดยรัฐและหน่วยงานภาครัฐ

ในอดีต การประกอบกิจการโทรคมนาคมในประเทศไทยอยู่บนพื้นฐานจากการที่รัฐเป็นเจ้าของและเป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมในลักษณะผูกขาดการผลิตและการให้บริการ รวมถึงอำนาจในการกำกับดูแล โดยพระราชบัญญัติโทรเลขและโทรศัพท์ พ.ศ. 2477 ซึ่งนับได้ว่าเป็นกฎหมายที่วางรากฐานด้านกิจการโทรคมนาคมของไทย ได้กำหนดให้กิจการโทรเลขและโทรศัพท์เป็นอำนาจเด็ดขาดของ “กรมไปรษณีย์โทรเลข” แต่เพียงผู้เดียว ต่อมา พระราชบัญญัติองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497 และพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 ได้กำหนดให้ 2 องค์การ ได้แก่ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) อันมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีรัฐบาลเป็นเจ้าของ เป็นผู้ดำเนินการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานภายในประเทศ และระหว่างประเทศตามลำดับ ดังนั้น การประกอบกิจการโทรคมนาคมในช่วงเริ่มแรกจึงอยู่บนพื้นฐานของการผูกขาด เนื่องจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมล้วนแต่เป็นหน่วยงานของรัฐ ดังนั้น การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างผู้ให้บริการจึงไม่มีความจำเป็นในยุคนี

1.2 ยุคสัมปทานและค่าเชื่อมโยง โครงข่าย (ค่า Access Charge)

ต่อมา ในช่วงปี พ.ศ. 2530 - 2534 เศรษฐกิจของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเป็นอย่างมาก ทำให้ความต้องการในการใช้บริการด้านโทรคมนาคมมีจำนวนสูงขึ้นตามไปด้วย ขณะที่รัฐวิสาหกิจทั้งสอง คือ ทศท. และ กสท. มีข้อจำกัดด้านการลงทุน และไม่สามารถให้บริการเพื่อตอบสนองตามความต้องการดังกล่าวได้ รัฐบาลจึงเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนร่วมดำเนินการในการให้บริการโทรคมนาคมในลักษณะการทำสัญญาร่วมการทำงาน โดยเอกชนต้องอยู่ภายใต้ “สัญญาร่วมการทำงานและร่วมลงทุนให้ดำเนินการให้บริการวิทยุคมนาคม” (สัญญาร่วมการทำงาน) ในรูปแบบสร้าง-โอน-ดำเนินการให้บริการ (Build-Transfer-Operate: BTO) โดยข้อตกลงนี้ เอกชนจะต้องเป็นผู้สร้างโครงข่าย แล้วโอนให้เป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ หลังจากนั้นเอกชนจึงจะสามารถนำโครงข่ายดังกล่าวออกให้บริการกับผู้ใช้บริการได้ ภายใต้เงื่อนไขในการแบ่งรายได้จากการให้บริการดังกล่าว (Revenue sharing) ให้แก่ ทศท. และ กสท. ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ซึ่งจากการเปิดให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้การให้บริการโทรคมนาคมของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ในปี พ.ศ. 2533 บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) เป็นเอกชนรายแรกที่ทำสัญญาร่วมการทำงานฯ กับ ทศท. ภายใต้มาตรฐาน NMT ความถี่ 900 MHz เป็นระยะเวลา 25 ปี โดยตกลงส่วนแบ่งรายได้จากการให้บริการตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในสัญญาร่วม

การทำงานฯ

ในปี พ.ศ.2534 บริษัท โทเทิล แอ็ค-เซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) ได้ทำสัญญาร่วมการทำงานฯ กับ กสท. ภายใต้ระบบ AMPS ความถี่ 800 MHz ซึ่งต่อมาเรียกย่านความถี่ที่ได้รับสัมปทานนี้เป็นความถี่ 850 MHz เป็นระยะเวลา 27 ปี โดยตกลงส่วนแบ่งรายได้จากการให้บริการตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในสัญญาร่วมการทำงานฯ

เมื่อเทคโนโลยีได้รับการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ระบบ NMT และระบบ AMPS ซึ่งเป็นระบบแอนะล็อกก็เริ่มล้าสมัย ทำให้ AIS นำเอาระบบ GSM ความถี่ 900 MHz ซึ่งเป็นระบบดิจิทัลเข้ามาให้บริการในปี พ.ศ. 2537 ส่วน DTAC ก็นำเอาระบบ GSM ความถี่ 1800 MHz เข้ามาเปิดให้บริการเช่นกัน จากนั้น AIS ก็ได้เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบเติมเงิน (Pre-paid) ส่วน DTAC ก็ได้เปิดให้บริการดังกล่าวด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ในการเปิดให้บริการโทรคมนาคมตามสัญญาร่วมการทำงานฯ นั้น DTAC ซึ่งเป็นคู่สัญญาร่วมการทำงานฯ กับ กสท. จำเป็นที่จะต้องทำให้ผู้ใช้บริการของตนสามารถติดต่อสื่อสารถึงผู้ใช้บริการของ AIS และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซึ่งอยู่บนโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานของ ทศท. ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายเดิมได้ ดังนั้น “ข้อตกลงเรื่องการคิดค่าเชื่อมโยงโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่” (ข้อตกลง Access Charge) จึงเกิดขึ้น เพื่อให้ DTAC สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการของ ทศท. และเอกชนภายใต้สัญญาร่วมการทำงานฯ กับ ทศท. ได้ โดย DTAC ในฐานะเอกชนคู่สัญญา

กับ กสท. จะต้องจ่ายค่า Access charge ของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบรายเดือน (Post-paid) จำนวน 200 บาท/เลขหมาย/เดือน และระบบเติมเงิน (Pre-paid) จำนวน 18% ของรายได้จากราคาบัตรเติมเงินให้แก่ ทศท.

เมื่อปี พ.ศ. 2539 บริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (DPC) และปี พ.ศ. 2544 บริษัท ทีโอ ออ-เรนจ์ จำกัด (ภายหลังได้ประสบปัญหาซึ่งทำให้ต้องถอนตัวออกไป และได้ถ่ายโอนกิจการให้กับ บริษัท ทรูมูฟ จำกัด (TMV) ในเวลาต่อมา) ได้เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ GSM ความถี่ 1800 MHz ภายใต้สัญญาความร่วมมือการงานฯ กับ กสท. และเพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารถึงผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้ จึงจำเป็นที่จะต้องทำข้อตกลง Access Charge กับ ทศท. ด้วยเช่นกัน

ส่วนกรณีของโทรศัพท์พื้นฐานนั้น เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2536 บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TRUE)) ได้เข้าร่วมสัญญาความร่วมมือการงานฯ กับ ทศท. โดยมีกำหนดเวลา 25 ปี เพื่อดำเนินการขยายเลขหมายโทรศัพท์พื้นฐานในเขตนครหลวงเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และในปี พ.ศ. 2537 บริษัท ไทยเทเลโฟนแอนด์เทเลคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) (TT&T)) ได้เข้าร่วมสัญญาความร่วมมือการงานฯ กับ ทศท. ในเขตภูมิภาค

ดังนั้น ในยุคนี้นี้จึงมีการทำสัญญาระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคมเพื่อให้ผู้ใช้บริการของตนติดต่อถึงกันได้เป็นครั้งแรก โดยอยู่ในรูปแบบของข้อตกลง Access charge

อย่างไรก็ดี ข้อตกลง Access charge ดังกล่าวยังไม่ถือว่าเป็นการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Interconnection) ตามหลักสากล

2. ยุคเปลี่ยนผ่านไปสู่การเปิดเสรี

2.1 กำเนิด กทข.

รัฐบาลได้เห็นว่าการโทรคมนาคมของประเทศไทยได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับประเทศไทยมีพันธกรณีที่ทำไว้กับองค์การระหว่างประเทศจากการที่รัฐบาลไทยได้เข้าร่วมเจรจาการค้าพหุภาคีรอบอุรุกวัย ตามกรอบของความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา โดยประเทศไทยมีข้อผูกพันที่จะเปิดเสรีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานตามข้อผูกพันกับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ในปี พ.ศ. 2549 ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ปรับบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ผูกขาดการผลิตและให้บริการโทรคมนาคมทั้งในเรื่องการกำหนดนโยบาย การกำกับดูแล และการปฏิบัติงานเองทั้งหมด เพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากลที่ประเทศต่างๆ กำลังดำเนินการอยู่ ซึ่งในวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแผนแม่บทการพัฒนาบริการโทรคมนาคมที่กำหนดนโยบาย และทิศทางการพัฒนาบริการโทรคมนาคมของประเทศไทยไว้หลายประการ อาทิ การเตรียมการเปิดเสรีธุรกิจโทรคมนาคมโดยยกเลิกการผูกขาดของรัฐ การเพิ่มบทบาทภาคเอกชนในกิจการโทรคมนาคม และที่สำคัญคือ การกำหนดให้มีการแยกบทบาท

การกำกับดูแลกับบทบาทการปฏิบัติงานในการให้บริการโทรคมนาคมซึ่งแต่เดิม ทศท. และ กสท. ทำหน้าที่ทั้งสองบทบาท ด้วยการตั้งองค์กรกำกับดูแลที่ชัดเจน

จากนั้น ในปี พ.ศ. 2542 รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 ขึ้น เพื่อให้รัฐวิสาหกิจสามารถแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน และนำหุ้นไประดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ รัฐวิสาหกิจที่รับผิดชอบด้านโทรคมนาคม คือ ทศท. และ กสท. จึงได้แปลงสภาพเป็นบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (TOT) และ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (CAT) ตามลำดับ พร้อมกับได้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติโทรเลขและโทรศัพท์ พ.ศ. 2477 พร้อมทั้งยกเลิกพระราชบัญญัติองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497 และพระราชบัญญัติการสื่อสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519 เพื่อยกเลิกอำนาจผูกขาดของรัฐจาก ทศท. และ กสท. ทั้งในด้านการผลิต การให้บริการ และการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม โดยให้อำนาจการกำกับดูแลมาอยู่ที่ “องค์กรกำกับดูแลกลางที่เป็นอิสระ” ตามหลักสากล

ซึ่งต่อมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญคือ การปฏิรูปการบริหารทรัพยากรคลื่นความถี่ และการประกอบกิจการโทรคมนาคม กิจการวิทยุกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ โดยต้องยกเลิกการผูกขาดบริการโดยรัฐ ให้มีองค์กรอิสระที่ปราศจากการแทรกแซงจากรัฐบาล เพื่อทำหน้าที่บริหารทรัพยากรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรม

อันเป็นเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 40 ซึ่งบัญญัติให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารเพื่อประโยชน์สาธารณะ และให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม โดยการดำเนินงานต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และเพื่ออนุวัติการให้เป็นไปตามบทบัญญัติดังกล่าว จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ที่กำหนดให้จัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ทำหน้าที่บริหารทรัพยากรคลื่นความถี่เพื่อกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรม และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ทำหน้าที่บริหารทรัพยากรโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุด และกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมให้เกิดการแข่งขันเสรีอย่างเป็นธรรม โดยมีคณะกรรมการร่วม คือ ของ กสช. และ กทช. ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารทรัพยากรคลื่นความถี่ร่วมกัน

จากข้างต้น “องค์กรกำกับดูแลกลางที่เป็นอิสระ” ก็คือ กสช. กทช. และคณะกรรมการร่วม (กสช. และ กทช.) ตามโครงสร้างของกฎหมายนั่นเอง

โดยสรุป การเกิดขึ้นของ กทช. ย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจโทรคมนาคมในประเทศไทย โดยเริ่มจากการแปรสัญญาร่วมการทำงานฯ ที่ กทช. จะเป็นผู้กำหนดแนวทางและวิธีการจ่ายส่วนแบ่งรายได้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการทั้งภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจผู้ให้สัมปทานเดิมที่จะต้องกลายเป็นคู่แข่งกันหลังจากแปรสภาพเป็นบริษัทเอกชน อีกทั้งยังทำให้เกิดความชัดเจนความเท่าเทียมกัน และความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจด้านโทรคมนาคม และทำให้เกิดการแข่งขันที่มากขึ้นในธุรกิจโทรคมนาคม ซึ่งจะส่งผลดีต่อทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถเลือกบริการโทรคมนาคมที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพสูงขึ้น และในราคาที่เหมาะสม

2.2 การกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

ตามที่กล่าวไปข้างต้นว่า ในอดีตผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมรายใหญ่ส่วนมากมักเป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น ทศท. และ กสท. ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้ล้วนแต่เป็นผู้ที่ผูกขาดอุปกรณ์โครงข่ายและให้บริการแต่เพียงผู้เดียวหรือเป็นผู้ให้อนุญาตหรือผู้ให้สัมปทานแก่ผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคม ภายใต้สัญญาในรูปแบบสร้าง-โอน-ดำเนินการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการรายเดิมอาจใช้ประเด็นของการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมในการสร้างเงื่อนไข

ของการผูกขาดหรือจำกัดไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดหรือเข้าสู่ตลาดได้ยาก เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่มีขนาดอำนาจต่อรองจึงเป็นหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลที่ต้องสร้างกฎเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กฎหมายกำหนด อันได้แก่การแข่งขันโดยเสรีและอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมและสนับสนุนการแข่งขันและการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมให้เป็นอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นเรื่องที่องค์กรกำกับดูแลทั่วโลกส่วนใหญ่ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม ก็เพื่อให้ผู้ใช้บริการบนโครงข่ายของผู้ประกอบการรายหนึ่งสามารถติดต่อสื่อสารถึงผู้ใช้บริการบนโครงข่ายของผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งได้โดยสะดวก

การกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมถูกกำหนดให้เป็นภารกิจหลักอย่างหนึ่งของ กทช. ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 มาตรา 51 (7) และ (8) และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 ในหมวด 2 ว่าด้วยการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม และเพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายดังกล่าว กทช. จึงได้ออก “ประกาศ กทช. ว่าด้วยการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2549” (ประกาศ IC 2549) เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ

ว่าด้วยการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม รวมทั้งหลักเกณฑ์และวิธีการว่าด้วยการระงับข้อพิพาทที่เกิดจากการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม โดยอิงอยู่บนพื้นฐานของหลักการแข่งขันโดยเสรีและอย่างเป็นธรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแข่งขันและการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมให้เป็นไปอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

2.3 กำเนิดข้อพิพาทการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

ในทางปฏิบัติ การระงับข้อพิพาทการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมนั้นถือว่าเป็นงานที่ยากมากงานหนึ่ง เนื่องจากองค์กรกำกับดูแลมักจะมีข้อมูลน้อยกว่าผู้ประกอบการ โดยเฉพาะรายละเอียดทางด้านเทคนิคและการเงิน แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรกำกับดูแลก็ต้องทำหน้าที่ระงับข้อพิพาทให้เป็นไปด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม เพราะหากมีความล่าช้าก็อาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันและการพัฒนาในกิจการโทรคมนาคมได้

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 มาตรา 26 วรรคแรก ได้ให้อำนาจ กทช. ในการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการระงับข้อพิพาท ซึ่ง กทช. ได้กำหนดไว้ตามประกาศ IC 2549 โดยในกรณีที่คู่กรณีไม่สามารถเจรจาตกลงกันเพื่อทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมได้ภายใน 90 วันนับแต่วันเริ่มต้นเจรจา ให้ถือว่าข้อพิพาทเกิดขึ้น ซึ่งคู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถนำข้อพิพาทเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทของ กทช. ได้ ซึ่งจากสถิติข้อพิพาทการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่ผ่านมา สามารถแบ่งประเภทข้อพิพาทได้ดังนี้

(1) ข้อพิพาทที่มีประเด็นเกี่ยวกับสิทธิ

ในการประกอบกิจการของเอกชนตามสัญญาร่วมการงานฯ

ข้อพิพาทประเภทนี้จะเป็นข้อพิพาทที่ผู้ให้สัมปทานเดิม คือ ทศท. และ กสท. ได้แย่งสิทธิการประกอบกิจการของเอกชนผู้รับสัมปทานตามสัญญาร่วมการงานฯ ได้แก่ DTAC TMV DPC AIS TRUE และ TT&T ว่าเอกชนรายดังกล่าวไม่มีสิทธิตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 จึงไม่ต้องปฏิบัติตามประกาศ IC 2549 ซึ่งคำชี้ขาดข้อพิพาทในกรณีดังกล่าว กทช. ได้วินิจฉัยให้เอกชนผู้รับสัมปทานตามสัญญาร่วมการงานฯ ดังกล่าว มีสิทธิเสมือนผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 80 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 จึงมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามประกาศ IC 2549 ซึ่งรวมไปถึงหน้าที่ในการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างกันด้วย

อนึ่ง ปัจจุบันผู้ประกอบการโทรศัพท์ประจำที่ได้แก่ TOT TRUE และ TT&T ได้โต้แย้งคำชี้ขาดข้อพิพาทของ กทช. ต่อศาลปกครอง และยังไม่ได้ทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมกับผู้ประกอบการรายใด

(2) ข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม

ข้อพิพาทประเภทนี้จะเป็นการโต้แย้งเกี่ยวกับอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (ค่า IC) ระหว่างกัน โดยข้อพิพาทที่เป็นบรรทัดฐานในประเด็นเกี่ยวกับอัตราค่า IC ได้แก่ ข้อพิพาทระหว่าง DTAC กับ CAT ซึ่งข้อเท็จจริงในขณะนั้น AIS DTAC และ TMV ได้ทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างกัน

แล้วสำหรับบริการ Call Origination และ Call Termination ด้วยอัตรานาทีละ 1 บาท แต่ CAT ได้เสนออัตราที่แตกต่างกันมากจนไม่สามารถตกลงกันได้ กทช. จึงชี้ขาดให้ DTAC กับ CAT ทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างกันสำหรับบริการ Call Origination และ Call Termination ด้วยอัตรานาทีละ 0.50 บาท ซึ่งต่อมา ได้มีข้อพิพาทในลักษณะเดียวกันระหว่าง AIS กับ CAT และ TMV กับ CAT เป็นผลให้ AIS DTAC และ TMV ได้ทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมกับ CAT ด้วยอัตราดังกล่าวแล้ว

2.4 อัตราค่า IC อ้างอิง

หลังจาก กทช. มีคำชี้ขาดข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่า IC ข้างต้น ได้มีข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่า IC เข้าสู่การพิจารณาของ กทช. อีกเป็นจำนวนมาก ดังนั้น กทช. จึงมี “คำสั่ง กทช. ที่ 11/2553 เรื่อง ให้ใช้อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นอัตราอ้างอิง” ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2553 เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการ โดยคำสั่งดังกล่าวเป็นการกำหนดอัตราค่า IC มาตรฐาน (Reference Rate) เป็นการชั่วคราว มีกำหนดระยะเวลาบังคับใช้ 1 ปี โดยใช้บังคับกับผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเจรจาตกลงอัตราค่า IC ได้ภายในกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้โดยกำหนดอัตราค่า IC มาตรฐาน ดังนี้

(1) อัตราค่า IC สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) มีดังนี้

- บริการ Call Origination อัตรา

นาทีละ 0.50 บาท (ห้าสิบบatangค์)

- บริการ Call Termination อัตรานาทีละ 0.50 บาท (ห้าสิบบatangค์)

- บริการ Call Transit อัตรานาทีละ 0.20 บาท (ยี่สิบบatangค์)

(2) อัตราค่า IC สำหรับบริการโทรศัพท์ประจำที่ (Fixed line) มีดังนี้

- บริการ Call Origination อัตรานาทีละ 0.49 บาท (สี่สิบบatangค์)

- บริการ Call Termination อัตรานาทีละ 0.36 บาท (สามสิบบatangค์)

- บริการ Call Transit อัตรานาทีละ 0.08 บาท (แปดatangค์)

คำสั่ง กทช. ที่ 11/2553 ดังกล่าว ถือเป็นจุดเริ่มต้นในการกำกับดูแลอัตราค่า IC และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการแก้ไขปัญหาข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมในขณะนั้น ต่อมาได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (และได้ยกเลิกพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543) ให้เป็นองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแทน กสช. กทช. และคณะกรรมการร่วม ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และ กสทช. ก็ได้มีคำสั่ง กทช. ที่ 14.1/2554 และคำสั่ง

กสทช. ที่ 84/2555 เพื่อต่ออายุคำสั่ง กทช. ที่ 11/2553 ดังกล่าว

3. ยุคหลังเกิด กสทช.

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2555 อุตสาหกรรม โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ คือ การประมูลคลื่นย่าน 2.1 GHz สำหรับนำมาประกอบกิจการ 3G ผลจากการประมูลครั้งนั้น ทำให้มีผู้ประกอบการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหม่เพิ่มอีก 3 ราย ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN), บริษัท ดีแทค ไตรเนต จำกัด (DTN), และ บริษัท เรียวล ฟิวเจอร์ จำกัด (RF) (ต่อไปขอเรียก โดยรวมว่า ผู้ประกอบการ 3G) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดิมที่ครองตลาดอยู่ คือ AIS, DTAC และ TMV (ต่อไปขอเรียกโดยรวมว่า ผู้ประกอบการ 2G) ผลจากการรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ผู้ประกอบการ 3G ทั้ง 3 รายต้องยื่นข้อเสนอการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม (Reference Interconnection Offer: RIO) ให้ กสทช. เห็นชอบ ตามประกาศ IC ปี 2549 ซึ่งตรงจุดนี้เองที่เป็นจุดเริ่มต้นในการเปลี่ยนแปลง อัตราค่า IC ที่จากเดิม ผู้ประกอบการ 2G รายใหญ่ ทั้ง 3 ราย คือ AIS, DTAC และ TMV ตกลงทำ สัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างกัน สำหรับบริการ Call termination ที่อัตรานาที่ละ 1 บาท

ในตอนนั้น ทางสำนักงาน กสทช. ได้จ้าง บริษัทที่ปรึกษา คือ บริษัท เดเทคอน เอเชีย-แปซิฟิก จำกัด เพื่อบริการคำนวณอัตราค่า IC ของ

ผู้ประกอบการ 3G ที่ควรจะเป็น เพื่อเป็นข้อมูลตัดสินใจ เนื่องจากการยื่น RIO นั้นต้องกำหนดอัตราค่า IC พร้อมทั้งแสดงหลักการคำนวณอัตราดังกล่าวมาให้ กสทช. เห็นชอบ ซึ่งผู้ประกอบการ 3G ไม่สามารถแสดงหลักการคำนวณอัตราดังกล่าวได้ในที่สุด กสทช. จึงได้มี “คำสั่ง กสทช. ที่ 34/2556 เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นการชั่วคราว สำหรับผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications - IMT) ย่าน 2.1 GHz” ให้ผู้ประกอบการ 3G ทั้ง 3 รายใช้อัตราค่า IC ตามที่กำหนดในคำสั่งนี้ ในระหว่างที่ยังไม่สามารถแสดงหลักการคำนวณได้ โดยใช้ฐานอำนาจจากประกาศ IC 2549 ข้อ 124 ที่กำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดอัตราค่า IC ชั่วคราวได้ ในระหว่างที่ RIO หรือการคำนวณอัตราค่า IC ยังไม่แล้วเสร็จ หรือไม่สามารถตกลงกันได้ระหว่างผู้ประกอบการโทรคมนาคม โดยอัตราค่า IC ที่กำหนดในคำสั่งดังกล่าว เป็นดังนี้

- บริการ Call Origination อัตรานาที่ละ 0.45 บาท (สี่สิบห้าสตางค์)
- บริการ Call Termination อัตรานาที่ละ 0.45 บาท (สี่สิบห้าสตางค์)
- บริการ Call Transit อัตรานาที่ละ 0.06 บาท (หกสตางค์)

การออกคำสั่งดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการ 3G ทั้ง 3 ราย คือ AWN DTN และ RF ต้องเสนออัตราค่า IC ให้ผู้ประกอบการรายอื่นที่มาเชื่อมต่อสำหรับบริการ Call Termination ในอัตรานาที่ละ 0.45 บาท และขณะเดียวกัน

ผู้ประกอบการ 3G ทั้ง 3 ราย ต้องจ่ายค่า IC ให้ผู้ประกอบการรายอื่นในอัตราที่สูงกว่า โดยอัตราค่า IC สำหรับบริการ Call Termination ในขณะนั้น ส่วนใหญ่กำหนดไว้ที่นาทีละ 1 บาท ซึ่งจากข้อเท็จจริงดังกล่าว ทำให้เกิดสภาพการที่อัตราค่า IC ไม่สมมาตรกัน (Asymmetric rate) ยกตัวอย่างเช่น หาก AWN (ผู้ประกอบการ 3G) เชื่อมต่อกับ DTAC (ผู้ประกอบการ 2G) AWN จะต้องเก็บค่า IC จาก DTAC ในอัตรานาทีละ 0.45 บาท (ตามคำสั่ง กสทช. ที่ 34/2556) แต่ในขณะเดียวกัน DTAC จะสามารถเก็บค่า IC จาก AWN ได้ในอัตรานาทีละ 1 บาท (ตาม RIO ของ DTAC ที่ได้รับความเห็นชอบจาก กทช. แล้ว ในอัตรานาทีละ 1 บาท ซึ่ง RIO ดังกล่าวไม่ได้มีกำหนดระยะเวลาสิ้นสุด) แม้แต่ระหว่างบริษัทในเครือเดียวกัน เช่น AWN กับ AIS ก็ไม่สามารถจ่ายค่า IC ระหว่างกัน ในอัตราค่า IC ที่เท่ากันได้ เพราะหาก AIS เก็บค่า IC จาก AWN ในอัตรานาทีละ 0.45 บาท AIS ก็จะต้องปรับลดการเก็บค่า IC จากผู้ประกอบการรายอื่นที่เคยทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมกัน ในอัตรานาทีละ 1 บาทด้วย เพื่อเป็นการไม่เลือกปฏิบัติ ตามที่กำหนดไว้ในประกาศ IC 2556

ด้วยผลกระทบต่อเนื่องจากคำสั่ง กสทช. ที่ 34/2556 นั้น ทำให้ สำนักงาน กสทช. เตรียมที่จะกำหนดอัตราอ้างอิงกลางของค่า IC ทั้งอุตสาหกรรม ซึ่งการที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องผ่านกระบวนการแก้ไขและออกกฎหมาย หรือกฎระเบียบเพิ่มเติมอีกพอสมควร ในระหว่างนั้น สำนักงาน กสทช. จึงได้มีแผนการระยะสั้นควบคู่

ไปกับการเตรียมการระยะยาว โดยแผนการระยะสั้น คือ การจัดประชุมกลุ่มผู้ประกอบการกิจการโทรศัพท์ในอุตสาหกรรม ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่และประจำที่ โดยได้จัดประชุมไปทั้งสิ้น 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 เมื่อวันจันทร์ที่ 27 สิงหาคม 2555 และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2556 โดยผลสรุปจากการประชุมดังกล่าว สำนักงาน กสทช. ได้ “ขอความร่วมมือ” จากผู้ประกอบการโทรศัพท์ทั้งอุตสาหกรรม ให้ปรับลดอัตราค่า IC ตามที่สำนักงาน กสทช. เสนอ โดยไม่จำเป็นต้องแก้ไขใน RIO เดิมที่ได้รับความเห็นชอบไปแล้ว ซึ่งอัตราค่า IC ที่สำนักงาน กสทช. เสนอให้ใช้ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่และประจำที่ เป็นอัตราเดียวกับคำสั่ง กสทช. ที่ 34/2556 ข้างต้น ที่บังคับใช้กับผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น คือ

- บริการ Call Origination อัตรานาทีละ 0.45 บาท (สี่สิบบาทสตางค์)
- บริการ Call Termination อัตรานาทีละ 0.45 บาท (สี่สิบบาทสตางค์)
- บริการ Call Transit อัตรานาทีละ 0.06 บาท (หกสตางค์)

โดยอัตราดังกล่าว มีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 เป็นต้นไป ซึ่งผลจากการขอความร่วมมือ ทำให้มีอัตราอ้างอิงกลางของค่า IC เมื่อผู้ประกอบการกิจการโทรศัพท์เจรจาสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมกันใหม่ หรือแก้ไขสัญญาเดิม ก็สามารถนำอัตราค่า IC ที่ขอความร่วมมือไปใช้ได้

อย่างไรก็ตาม อัตราค่า IC ที่ขอความร่วมมือนี้ เป็นเพียงการดำเนินการในระยะสั้น ส่วนการดำเนินการในระยะยาวจำเป็นต้องเตรียมพร้อม

แผนการโดยการออกประกาศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการดำเนินการที่สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดไว้มีทั้งหมด 3 การดำเนินการ ได้แก่ (1) การแก้ไขประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม ซึ่งบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน 2552 โดยปรับแก้ขอบเขตการบังคับใช้ จากเดิมที่ใช้เฉพาะกรณีข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่า IC ให้ขยายเพื่อให้ใช้ได้ครอบคลุมในกรณีทั่วไป รวมถึงปรับแก้สูตรการคำนวณต่างๆ ให้ทันสมัย เป็นสากล และเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการมากขึ้น (2) การแก้ไขประกาศ IC 2549 ซึ่งจำเป็นต้องปรับปรุงตามระยะเวลาที่ประกาศ IC 2549 กำหนดไว้ โดยปรับแก้ให้มีข้อกำหนดที่เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถใช้อัตราค่า IC อ้างอิงที่ กสทช. กำหนดได้ ในระหว่างที่การคำนวณอัตราค่า IC ใน RIO ยังไม่แล้วเสร็จ อนึ่ง การแสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC ใน RIO ถือเป็นปัญหาสำคัญที่พบในอดีต เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถแสดงหลักการและวิธีการคำนวณได้ แต่ด้วยเหตุผลความจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ประกอบการสามารถเจรจาสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมต่อไปได้ในเวลานั้น กทช. จึงได้ให้ความเห็นชอบ RIO ถึงแม้จะมีเพียงแค่การกำหนดอัตราค่า IC แต่ไม่มีการแสดงหลักการและวิธีการคำนวณก็ตาม (3) การออกประกาศที่กำหนดอัตราค่า IC อ้างอิง ที่ใช้บังคับทั้งอุตสาหกรรม

การดำเนินการในขั้นแรกของสำนักงาน กสทช. จึงเป็นการปรับปรุงแก้ไขประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณฯ โดยยังยึดหลักการ

คำนวณที่อยู่บนพื้นฐานของการคำนวณต้นทุนส่วนเพิ่มเฉลี่ยระยะยาว (Long-Run Average Incremental Costs: LRAIC) ซึ่งเป็นไปตามกรอบที่กำหนดไว้ในประกาศ IC 2549 โดยการดำเนินการแก้ไขประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณฯ ใช้ระยะเวลาดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2556 โดยมีการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น รวมถึงมีการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะเป็นการทั่วไป จนในที่สุด “ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม” จึงได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2556 ดังนั้น จึงถือได้ว่าหลักการคำนวณอัตราค่า IC ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณฯ ดังกล่าว เป็นหลักการคำนวณอัตราค่า IC ที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว

การดำเนินการในขั้นต่อมา คือ การปรับปรุงแก้ไขประกาศ IC 2549 ซึ่งได้เริ่มต้นการดำเนินการคู่ขนานไปกับการปรับปรุงแก้ไขประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานการคำนวณฯ แต่เนื่องจากประกาศ IC 2549 เป็นประกาศหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม และแนวทางการกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม มีประเด็นที่ต้องพิจารณาในหลายด้าน ทำให้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนาน จนในที่สุด “ประกาศ กสทช. เรื่อง การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม พ.ศ. 2556” (ประกาศ IC 2556) จึงได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2556

สาระสำคัญประการหนึ่งในประกาศ IC

2556 ที่ส่งผลกระทบต่อการค้ากับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม คือ การกำหนดหน้าที่ให้ผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายโทรคมนาคมต้องส่ง RIO ฉบับใหม่ที่สอดคล้องกับประกาศ IC 2556 มาเพื่อให้ กสทช. พิจารณาเห็นชอบ ซึ่งถือเป็นการ Reset ให้ผู้ประกอบการที่เคยส่ง RIO ตามประกาศ IC 2549 ซึ่งได้รับความเห็นชอบแล้ว และไม่เคยมีการแก้ไขปรับปรุงอัตราค่า IC จะต้องปรับปรุงแก้ไข RIO และส่ง RIO มาให้ กสทช. พิจารณาเห็นชอบใหม่

นอกจากนี้ประกาศ IC 2556 ยังคงหลักการเดิมตามประกาศ IC 2549 ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องแสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC มาพร้อมการพิจารณา RIO ด้วย อย่างไรก็ตามข้อกำหนดดังกล่าวอาจเป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการในการชี้แจงต้นทุน หรือในกรณีที่ผู้ประกอบการสามารถชี้แจงต้นทุนได้ ก็อาจส่งผลให้อัตราค่า IC ใน RIO ของผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าไม่เท่ากัน แม้จะประกอบกิจการเดียวกัน ส่งผลให้เกิดปัญหาในการเจรจาทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างกัน ดังนั้นประกาศ IC 2556 จึงได้เปิดช่องให้ผู้ประกอบการที่ไม่ประสงค์จะแสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC ก็สามารถนำเอาอัตราค่า IC อ้างอิงที่ กสทช. อาจกำหนดต่อไป ไปกำหนดใน RIO ได้ ซึ่งหากผู้ประกอบการทุกรายเลือกที่จะไม่แสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC และนำเอาอัตราค่า IC อ้างอิงที่ กสทช. กำหนดไปใช้ ก็จะส่งผลให้อัตรา IC ที่กำหนดใน RIO เป็นค่าเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม (Symmetric rate)

ดังนั้น การดำเนินการของสำนักงาน กสทช.

ในขั้นสุดท้าย คือการกำหนดอัตราค่า IC อ้างอิงของทั้งอุตสาหกรรม โดยแบ่งอุตสาหกรรมออกเป็น 2 กิจการ คือ กิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่กับกิจการโทรศัพท์ประจำที่ในการกำหนดอัตราค่า IC อ้างอิงนั้น กสทช. ได้ให้บริษัทที่ปรึกษา คือ บริษัท เดเทคอน เอเชีย-แปซิฟิก จำกัด ศึกษาว่าอัตราค่า IC ที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมควรเป็นอัตราใด โดยบริษัทที่ปรึกษาได้ดำเนินการศึกษาดำเนินการศึกษาดำเนินการของผู้ประกอบการแต่ละรายเพื่อหาว่าผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ (Modern Efficient Operator: MEO) ในแต่ละกิจการควรจะกำหนดอัตราค่า IC เป็นอัตราใด รวมถึงศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมของต่างประเทศ และศึกษาผลกระทบจากการกำกับดูแล เพื่อเสนอให้ กสทช. พิจารณาว่าจะกำหนดอัตราค่า IC อ้างอิงอย่างไร ผลลัพธ์ของการศึกษาดังกล่าวคือ รายงานขั้นสุดท้ายฉบับสมบูรณ์สรุปผลการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมสำหรับบริการโทรศัพท์ในยุค 3G ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้นำเอาผลการศึกษาดังกล่าวมาเป็นข้อมูลอ้างอิงในการออก “ประกาศ กสทช. เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่เป็นอัตราอ้างอิง พ.ศ. 2557” (ประกาศ เรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง) ซึ่งประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2557 ทั้งนี้ สาระสำคัญของประกาศ เรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง แตกต่างจากการกำหนดอัตราค่า IC อ้างอิงในยุคก่อนที่ใช้ในรูปแบบคำสั่ง คือ

(1) ประกาศเรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง ได้ผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

ตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแตกต่างจากคำสั่งเรื่องอัตราค่า IC อ้างอิงในอดีตที่ไม่ต้องผ่านกระบวนการดังกล่าว จึงถือได้ว่าอัตราค่า IC ตามประกาศ เรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิงดังกล่าวเป็นอัตราค่า IC ที่ได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว

(2) อัตราค่า IC อ้างอิงในคำสั่งในอดีต จะใช้เป็นอัตราอ้างอิงสำหรับกรณีข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่า IC แต่อัตราค่า IC อ้างอิงในประกาศเรื่องอัตราค่า IC อ้างอิงนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นอัตราชั่วคราวในกรณีที่มีการคำนวณอัตราค่า IC ใน RIO ยังไม่แล้วเสร็จ หรือยังไม่ได้ได้รับความเห็นชอบจาก กสทช. นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่เลือกที่จะไม่ต้องแสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC ในการเสนอขอความเห็นชอบ RIO จาก กสทช. สามารถใช้อัตราค่า IC อ้างอิงตามประกาศดังกล่าวไปกำหนดใน RIO ได้ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่แสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC จะเป็นการลดภาระ

การแสดงการคำนวณต้นทุนให้ กสทช. พิจารณา อีกทั้งยังเป็นการลดขั้นตอนของสำนักงาน กสทช. ในการตรวจสอบต้นทุนที่ผู้ประกอบการแสดงมา ทำให้ RIO ของผู้ประกอบการได้รับความเห็นชอบเร็วขึ้นกว่ากระบวนการเดิมที่จะต้องมีการพิสูจน์ต้นทุนค่า IC

(3) คำสั่งเรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิงในอดีต มีผลบังคับใช้เพียง 1 ปี แต่โดยที่ข้อพิพาทเกี่ยวกับอัตราค่า IC ยังมีเข้ามาสู่การพิจารณาของ กสทช. อยู่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องขยายระยะเวลาการบังคับใช้อัตราค่า IC อ้างอิงในกรณีข้อพิพาทออกไป โดยมีการขยายระยะเวลาการบังคับใช้คำสั่งถึง 2 ครั้ง แต่ในประกาศ เรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง ได้ยึดถือหลักการว่า ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมควรมีการรับรู้แนวโน้มของอัตราค่า IC อ้างอิง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เตรียมการปรับตัวล่วงหน้า ประกาศเรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง จึงแบ่งอัตราค่า IC อ้างอิง ออกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

ตารางที่ 1 อัตราค่า IC อ้างอิง

ประเภทกิจการ	บริการการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม	อัตราค่า IC อ้างอิง (บาท/นาที)	
		ตั้งแต่วันที่ประกาศใช้บังคับ 30 มิ.ย. 2558	1 ก.ค. 2558 - 30 มิ.ย. 2559
โทรศัพท์เคลื่อนที่	Call Origination	0.45	0.34
	Call Termination	0.45	0.34
	Call Transit	0.06	0.04
โทรศัพท์ประจำที่	Call Origination	0.45	0.34
	Call Termination	0.45	0.34
	Call Transit	0.16	0.16

ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2557 ผู้ประกอบการก็ได้เริ่มปรับปรุงแก้ไข RIO เดิมของตนเอง และนำส่ง RIO มาให้ กสทช. พิจารณาเห็นชอบใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามประกาศ IC 2556 โดยผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่แสดงหลักการและวิธีการคำนวณอัตราค่า IC เพราะได้นำเอาอัตราค่า IC อ้างอิงตามประกาศเรื่องอัตราค่า IC อ้างอิง ใช้กำหนดใน RIO ของตนเองแล้ว

กล่าวโดยสรุป ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สภาพตลาดอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยอยู่ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านไปสู่การเปิดเสรีในกิจการโทรคมนาคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ โดยเครื่องมือที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวก็คือการกำกับดูแลการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงแรกของการจัดตั้ง กทช. มีความพยายามอย่างมากที่จะกำกับดูแลการใช้และเชื่อมต่องานดังกล่าวจึงได้ศึกษาถึงหลักการสากลของกำกับดูแลในเรื่องดังกล่าวเพื่อนำมาปรับใช้กับประกาศ IC 2549 แต่ด้วยเหตุที่ในขณะนั้นระบบสัมปทานยังไม่สิ้นสุด ทำให้เงื่อนไขในการประกอบกิจการโทรคมนาคมไม่เท่าเทียมกัน จึงนำไปสู่ข้อพิพาทการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมในยุคแรก ซึ่งแม้ กทช. จะมีคำชี้ขาดข้อพิพาทแล้ว แต่ก็ยังคงมีการใช้สิทธิโต้แย้งต่อไปที่ศาลปกครอง ซึ่งปัจจุบันคดียังไม่สิ้นสุด ทำให้ผู้ประกอบการโทรศัพท์ประจำที่บางรายยังคงปฏิเสธที่จะเข้าทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม แต่สำหรับข้อพิพาทอีกประเภทหนึ่งเกี่ยวกับอัตราค่า IC นั้นผู้ประกอบการ

ได้ทำสัญญาระหว่างกันตามคำสั่ง กทช. ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตาม แม้การกำกับดูแลการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมในยุค กทช. จะถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่มักจะใช้เวลามากกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องจากมุ่งใช้อำนาจตามกฎหมายและการบังคับ ทำให้การมีส่วนร่วมจากอุตสาหกรรมน้อยลง จึงขาดการยอมรับและปฏิบัติตามจากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการกำกับดูแลโดยตรง ดังนั้น การกำกับดูแลการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมในยุคของ กสทช. จึงมุ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ และการมีส่วนร่วมจากอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยแก้ไขข้อขัดข้องในทางปฏิบัติและช่วยลดภาระการกำกับดูแลที่ไม่จำเป็น โดยเห็นได้จากกระบวนการในการปรับปรุงประกาศต่างๆ โดยเฉพาะประกาศ IC 2556 และประกาศเรื่องอัตราค่า IC อ้างอิง รวมถึงถึงการขอความร่วมมือในการปรับปรุงอัตราค่า IC ที่ 0.45 บาท อัตราเดียวทั้งอุตสาหกรรม (Symmetric rate) ซึ่งล้วนแล้วแต่ได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติตามจากผู้ประกอบการเป็นอย่างดี ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

แนวโน้มการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมและการกำกับดูแลในอนาคต

หน้าที่สำคัญที่เป็นความท้าทายของ กสทช. ในอนาคต คือการศึกษาว่า อัตราค่า IC ภายหลังจากที่ระยะเวลาที่กำหนดในประกาศเรื่อง อัตราค่า IC อ้างอิง ควรกำหนดเป็นอัตราใด การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคม

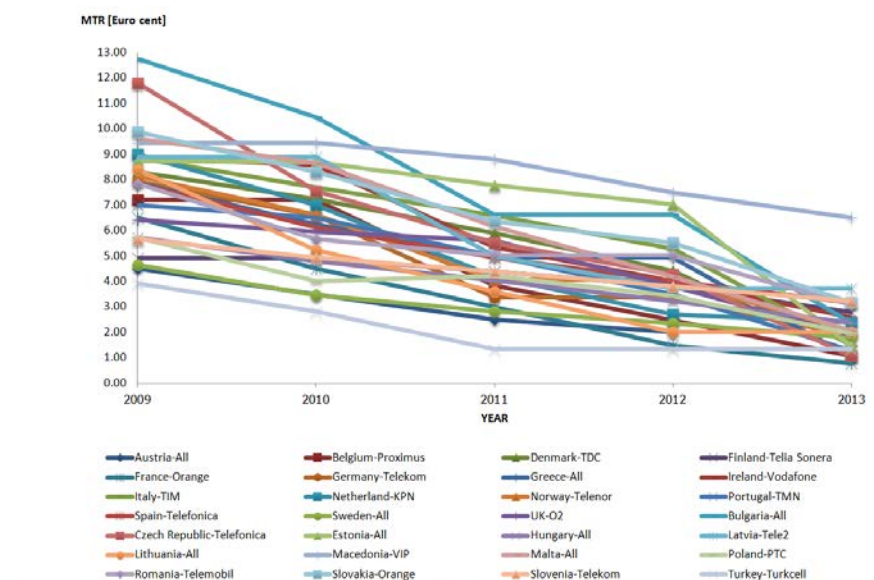
อาทิ เทคโนโลยี Long-Term Evolution (LTE) ในกิจการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเทคโนโลยีโครงข่ายโทรคมนาคมยุคหน้า หรือ Next Generation Network (NGN) ในกิจการโทรศัพท์ประจำที่ จะทำให้อัตราค่า IC ลดลงเป็นอัตราเท่าใด ซึ่งเมื่อพิจารณาสภาพของอัตราค่า IC ของทั่วโลกที่มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ดังรูปล่าง

นอกจากนี้ ความท้าทายยังรวมไปถึงมาตรการการกำกับดูแลในกรณีที่ผู้ประกอบการเลือกที่จะไม่ใช้อัตราค่า IC อ้างอิงตามที่ กสทช. กำหนด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อให้อัตราค่า IC ของทั้งอุตสาหกรรมไม่สมมาตร (Asymmetric rate) และอาจทำให้การเจรจาทำสัญญาการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างผู้ประกอบการมีปัญหา ไม่สามารถตกลงกันได้

ในการนี้ สิ่งที่เป็นข้อเสนอแนะ คือ กสทช. ควรศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนบริการการเชื่อมต่อ

โครงข่ายโทรคมนาคมอย่างละเอียด และกำหนดอัตราค่า IC อ้างอิงที่มีความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลาและสภาพอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทยในขณะนั้นๆ และมีการทบทวนอัตราค่า IC อ้างอิงดังกล่าวเป็นระยะ เพื่อให้มีความทันสมัยและสะท้อนสภาพอุตสาหกรรมในช่วงเวลาที่บังคับใช้อย่างแท้จริง เพื่อให้อัตราค่า IC อ้างอิงดังกล่าว เป็นแนวทางขั้นต่ำในการคลี่คลายปัญหา ทั้งในส่วนของการพิจารณา RIO และการแก้ไขปัญหาในกรณีข้อพิพาท โดยยังคงมุ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการรับฟังความคิดเห็นต่างๆ และการมีส่วนร่วมจากอุตสาหกรรมเช่นเดิม เพื่อช่วยลดข้อขัดข้องในทางปฏิบัติและช่วยลดภาระจากการกำกับดูแลที่ไม่จำเป็น

โดยที่การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้อัตราค่า IC ลดลงเรื่อยๆ ตามที่กล่าวไปข้างต้น



ดังนั้น จึงมีความเห็นว่า อัตราค่า IC อ้างอิงที่ กสทช. จะกำหนด โดยยึดหลักการคำนวณที่อยู่บนพื้นฐานของการคำนวณต้นทุนส่วนเพิ่มเฉลี่ยระยะยาว (Long-Run Average Incremental Costs: LRAIC) ก็จะเป็นอัตราที่ต่ำลงเรื่อย ๆ เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งที่ระบบสัมปทานในประเทศไทยได้สิ้นสุดลงในปี พ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมโทรคมนาคมได้มีการเติบโตพัฒนาอย่างเต็มที่ และการแข่งขันในตลาดเป็นไปอย่างเสรีโดยแท้จริงแล้ว การกำกับดูแลอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมของไทยควรมีการปรับปรุงจากเดิมที่อยู่บนพื้นฐานการคำนวณแบบ LRAIC เป็นการกำกับดูแลตามแนวทาง Pure Long-Run Incremental Costs (Pure LRIC) แบบสมมาตร (Symmetric Rate) เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม และจะทำให้อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายอยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งเมื่อประกอบกับแนวโน้มที่บริการประเภทยาว (Voice) แบบดั้งเดิมได้ลดความสำคัญลงในขณะที่การใช้บริการด้านข้อมูล (Data) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อถึงเวลานั้น กระบวนการคิดค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมระหว่างผู้ประกอบการ ก็จะลดความสำคัญลงอย่างมากหรือถึงระดับที่ไม่มีความสำคัญอีกต่อไป เมื่อเทียบกับต้นทุนในการดำเนินการคำนวณการคิดต้นทุนการเชื่อมต่อระบบโครงข่ายระหว่างกันและระบบตรวจสอบ ทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจที่จะเก็บค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายระหว่างกัน และหันมาใช้วิธีการ Bill And Keep แทน ซึ่งวิธีการดังกล่าวมีข้อดีในแง่ที่

สามารถนำมาปรับใช้ได้ทันที และจะทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการลดลง เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนในระบบการคำนวณอัตราค่าตอบแทนและระบบตรวจสอบดังกล่าวข้างต้น

นอกจากนี้ หากมองไปยังอนาคตระยะยาวแล้ว แนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วของบริการ Voice over IP (VoIP) จะเริ่มเข้ามาทดแทนการบริการประเภทยาวดั้งเดิม ซึ่งปัจจุบันนี้ก็เริ่มเห็นความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแล้ว โดยเฉพาะในบริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (International Call) ซึ่งสัดส่วนปริมาณทราฟฟิกของบริการประเภทยาวแบบเดิมถูกแทนที่ด้วยบริการ VoIP ในสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งในอนาคตที่ผู้ใช้งานโทรศัพท์ทั่วไปมีแนวโน้มที่จะใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหลัก บริการ VoIP บนโทรศัพท์เคลื่อนที่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นทั้งการใช้งานโทรต่างประเทศ (International Call) และภายในประเทศ (Domestic Call) โดยบริการ VoIP บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญก็คือ บริการ Over the Top (OTT) เช่น บริการ LINE Call หรือ Skype เป็นต้น ซึ่งบริการ OTT VoIP เหล่านี้ให้บริการโดยผู้ให้บริการเนื้อหา (Content Provider) และข้อได้เปรียบที่สำคัญที่ทำให้บริการ OTT VoIP ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถโทรหากันแต่ละครั้งโดยไม่ต้องเสียค่าบริการ เนื่องจากถือว่าเป็นการติดต่อกันผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแบบ peer to peer (P2P) ซึ่งถือว่าผู้ใช้บริการได้จ่ายค่าอินเทอร์เน็ตแล้ว แม้ปัจจุบันบริการ OTT VoIP จะยังไม่สามารถทดแทนบริการประเภทยาวได้ เนื่องจาก

ข้อเสียที่คุณภาพการให้บริการ เช่น คุณภาพเสียง การใช้งานแบตเตอรี่ หรืออัตราสายหลุด (dropped call) ยังไม่ดีพอเมื่อเทียบกับบริการเสียดั้งเดิม แต่ในอนาคตเมื่อคุณภาพของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือดีขึ้น หรือการปรับปรุงแบตเตอรี่บนอุปกรณ์พกพา รวมไปถึงการจัดการทรัพยากรของแอปพลิเคชัน OTT ขึ้น ก็เป็นที่สนใจว่า OTT VoIP จะเข้ามาทดแทนบริการประเภทเสียงดั้งเดิม ทั้งของกิจการโทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับการสื่อสารภายในประเทศ (Domestic Call) หรือไม่ สภาพการผูกขาดบริการประเภทเสียงที่แต่เดิมถูกจำกัดอยู่ที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมน้อยราย ได้แปรเปลี่ยนเป็นตลาดการให้บริการเสียงที่ให้บริการโดยผู้ให้บริการเนื้อหา (Content Provider) ผ่านแอปพลิเคชัน OTT จำนวนมาก

ซึ่งผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกใช้งานบริการประเภทเสียงดังกล่าวมากขึ้น และเมื่อสภาพตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นแล้ว จึงเกิดคำถามว่า การกำกับดูแลการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมยังมีความจำเป็นอีกหรือไม่ ซึ่งประเด็นหนึ่งที่เริ่มมีการหยิบยกขึ้นมาพิจารณาก็คือ เรื่องมาตรฐานคุณภาพของการให้บริการว่า ยังควรกำกับดูแลมาตรฐานคุณภาพบริการขั้นต่ำอยู่หรือไม่ หรือควรจะปล่อยให้เส้นทางเลือกของผู้ใช้บริการตามกลไกตลาด แล้วหันมามุ่งกำกับดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลให้ครบถ้วน ถูกต้อง และเข้าถึงได้ง่ายจะดีกว่าหรือไม่ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นประเด็นที่กสทช. จะต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อพิจารณาเตรียมการในการกำกับดูแลให้มีความเหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการด้านการจัดทำหนังสือแสดงผลงานในโอกาสคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ครบรอบ 5 ปี. (2552). การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม : หนังสือชุดผลงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ครบรอบ 5 ปี. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล. (2550). ผู้บริหารระดับต้น สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่), กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- พลุ ศรีหิรัญ. (2550). “การใช้และเชื่อมต่อโครงข่าย (Access and Interconnection)” ใน รายงานประจำปี 2551 สถาบันการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม. หน้า 101 - 118.
- เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์. (2552). กทช. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- Detecon Asia-Pacific Ltd. (2556) รายงานขั้นสุดท้ายฉบับสมบูรณ์ สรุปผลการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม สำหรับบริการโทรศัพท์ในยุค 3G. หน้า 57-58.



0000



ค่าเชื่อมต่อโครงข่าย: อุปสรรคการเข้าสู่อุตสาหกรรม โทรคมนาคมไทย

ชวิณ สันธิ¹

บทคัดย่อ

อัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม เป็นอุปสรรคหนึ่งในการเข้าสู่อุตสาหกรรม การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ จึงเป็น ปัจจัยสำคัญในการกีดกันหรือส่งเสริมการเข้าสู่ ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่

การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ แบบสมมาตร (Symmetric Rate) ระหว่าง ผู้ประกอบการในบริการการเชื่อมต่อประเภท เดียวกันอาจมิได้ช่วยลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด ลง เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายเล็กยัง คงต้องจ่ายค่าตอบแทนจากการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สูทธิให้กับผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายขนาดใหญ่

ทางเลือกหนึ่งในการลดอุปสรรคการ เข้าสู่ตลาดคือการกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อ โครงข่ายฯ แบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate)

ซึ่งเป็นการอนุญาตให้เกิดกำไรส่วนเกินขึ้นกับ ผู้ประกอบการรายใหม่ในระยะสั้น แต่ในขณะ เดียวกันผู้ประกอบการรายเดิมต้องแบกรับต้นทุน การเชื่อมต่อโครงข่ายฯ เพิ่มขึ้น แต่ในระยะยาวจะ เป็นการเพิ่มระดับการแข่งขันผ่านการเพิ่มจำนวน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่าย ดังกล่าวอาจบังคับใช้ช่วงเวลาที่ยากัด トラบเท่าที่ ความไม่สมมาตรของอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ยังส่งผลกระทบทางบวกต่อการแข่งขันมากกว่า ผลกระทบทางลบจากการบิดเบือนต้นทุนการ เชื่อมต่อโครงข่ายฯ โดยอาจกำหนดใช้อัตราเชื่อมต่อ โครงข่ายฯ แบบไม่สมมาตรในระยะเวลา 3-5 ปี ประกอบกับนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการ รายใหม่อื่นๆ ในการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อจูงใจ ให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรม

¹ผู้ปฏิบัติงานประจำ กสทช. ประวิทย์ สีสถาพรวงศา สำนักงาน กสทช. เลขที่ 87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 (สายลม) แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 ติดต่อ Redbaron_cheewin@hotmail.com โทรศัพท์ 02 271 0151-60 ต่อ 396

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม² มักถูกใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้าสู่อุตสาหกรรม ค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ในอดีตได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐานทั้งอุตสาหกรรม เงื่อนไขการเชื่อมต่อโครงข่ายส่วนใหญ่จึงเกิดจากการเจรจาระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเอง ด้วยอำนาจต่อรองที่แตกต่างกัน จึงอาจทำให้สัญญาฉบับมีลักษณะความไม่เท่าเทียมกันตั้งแต่ต้น โดยผู้ประกอบการรายที่มีโครงข่ายขนาดใหญ่อาจปฏิเสธหรือคิดค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในราคาแพงแก่ผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายเล็กกว่าเพื่อกีดกันการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดไปจากตน³ ด้วยโครงสร้างและอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการแต่ละรายแตกต่างกันไปด้วย และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันต้นทุน และราคาค่าบริการของผู้ประกอบการแต่ละราย

การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายยังเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดการกีดกันหรือส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพอาจไม่เข้าสู่อุตสาหกรรมหากไม่มั่นใจว่าจะได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอหรือสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายเดิมได้อย่างเท่าเทียม การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่

เข้าสู่ตลาดยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมต้องปรับปรุงคุณภาพและค่าบริการให้มีประสิทธิภาพในแง่ของผู้บริโภค ยิ่งอุตสาหกรรมการแข่งขันมากเท่าใดก็ย่อมเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในแง่คุณภาพและราคาที่สมเหตุสมผล

การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ จึงจำเป็นต้องถูกกำหนดโดยองค์กรกลางที่ทำหน้าที่กำกับดูแล สำหรับในกรณีของประเทศไทย สำนักงาน กทช. มีการกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่เป็นอัตราอ้างอิง (Reference Rate) โดยมีคำสั่ง กทช. ที่ 11/2553 เรื่อง ให้ใช้อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นอัตราอ้างอิง โดยกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสามารถเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Call Termination) เท่ากับ 0.50 บาทต่อนาที บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 6 พฤษภาคม 2553 โดยบังคับใช้กับผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเจรจาตกลงอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ กันได้

ภายหลังมีการปรับปรุงอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตราอ้างอิงเพิ่มเติมโดยสำนักงาน กทช. มีคำสั่ง กทช. ที่ 34/2556 เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมเป็นการชั่วคราว สำหรับผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากล (International Mobile Telecommunications - IMT) ย่าน 2.1 GHz โดยกำหนดอัตรา

²ประกาศ กทช. เรื่อง การใช้และเชื่อมต่อโครงข่าย พ.ศ. 2556 กำหนดให้การเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม หมายถึง การเชื่อมต่อระหว่างโครงข่ายโทรคมนาคมภายใต้ความตกลงทางเทคนิคและทางพาณิชย์เพื่อให้ผู้ใช้บริการของผู้ประกอบการโทรคมนาคมฝ่ายหนึ่งสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการหรือให้บริการโทรคมนาคมของผู้ประกอบการโทรคมนาคมอีกฝ่ายหนึ่งได้

³ดูเพิ่มกรณีพิพาทเรื่องค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมของบริษัท อัททิสัน ซีเอที ไวร์เลส มัลติมีเดีย

การเชื่อมต่อโครงข่ายฯ โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสามารถเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Call Termination) เท่ากับ 0.45 บาทต่อนาที บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 12 มีนาคม 2556 สำหรับผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ IMT ย่าน 2.1 GHz ที่ยังไม่สามารถแสดงวิธีการคำนวณอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมได้ตามหลักการคำนวณแบบต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (Long Run Incremental Cost, LRIC)⁴ เพื่อให้ กสทช. พิจารณาได้ โดยคำสั่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตดังกล่าวใช้อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมชั่วคราวไปก่อน

เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2557 สำนักงาน กสทช. ออกประกาศ กสทช. เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่เป็นอัตราอ้างอิง พ.ศ. 2557 เพื่อให้กำหนดอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตรามาตรฐานของอุตสาหกรรม โดยกำหนดเป็นอัตราแบบสมมาตร (Symmetric Rate) ระหว่างผู้ประกอบการในบริการการเชื่อมต่อประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการคำนวณแบบต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (Long Run Incremental Cost, LRIC) โดยอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Termination Rate, MTR) ตั้งแต่วันที่ 23 กรกฎาคม 2557 - 30 มิถุนายน 2558 ในอัตรา 0.45 บาทต่อนาที และ 1 กรกฎาคม 2558 - 30 มิถุนายน 2559

ในอัตรา 0.34 บาทต่อนาที การกำหนดอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตราอ้างอิงช่วยให้ทำให้เกิดมาตรฐานการคำนวณอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายที่สะท้อนต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความแน่นอนในการกำกับดูแล

อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ แบบสมมาตร หรือกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อฯ เท่ากันระหว่างผู้ประกอบการทุกรายในอุตสาหกรรมสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอัตรา 0.45 บาทต่อนาที และ 0.38 บาทต่อนาทีนั้น ส่วนหนึ่งทำให้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สามารถสะท้อนต้นทุนได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราดังกล่าวแบบสมมาตรก็ยังมีได้เป็นการลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดลง หากต้องการลดอุปสรรคการการเข้าสู่ตลาดยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม โดยเฉพาะในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ควรกำหนดอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ เป็นอัตราแบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate)

1.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีระดับการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยเปรียบเทียบ เนื่องจากเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการจำนวนไม่มากนัก หรือในทางเศรษฐศาสตร์มักถือว่าอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ลักษณะตลาดดังกล่าวผู้ประกอบการมักมีอำนาจในการ

⁴การกำหนดอัตราการเชื่อมต่อที่สะท้อนต้นทุนสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ 1. วิธีการจัดสรรต้นทุนทั้งหมด (Fully Distributed Cost) คือ การนำต้นทุนทั้งหมดของผู้ประกอบการมากระจายตามบริการต่างๆ ความแม่นยำของต้นทุนนั้นขึ้นอยู่กับวิธีการแจกแจงต้นทุนทางบัญชีของผู้ประกอบการ 2. อัตราอ้างอิง (Benchmarking) คือการเปรียบเทียบค่าเชื่อมต่อโครงข่ายจากประเทศอื่นๆ แล้วนำมาใช้เป็นค่าเชื่อมต่อโครงข่ายของประเทศ โดยการเปรียบเทียบนี้จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของประเทศที่ใกล้เคียงกันด้วย 3. วิธีต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (Long Run Incremental Cost, LRIC) เป็นการคำนวณต้นทุนทางเศรษฐกิจโดยคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตทุกปัจจัย การกำกับดูแลอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายของประเทศไทยในปัจจุบันใช้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตราอ้างอิง คำนวณด้วยวิธี Long Run Incremental Cost (LRIC) ซึ่งเป็นวิธีที่ค่อนข้างเป็นที่นิยมในต่างประเทศ เนื่องจากเป็นวิธีการคำนวณที่สะท้อนต้นทุนของผู้ประกอบการในระยะยาว

ตั้งราคาค่อนข้างมาก

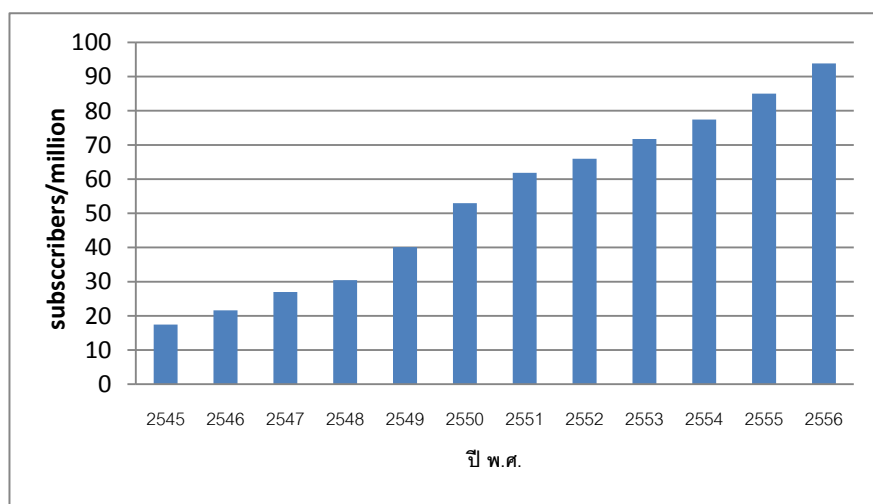
สำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยเมื่อเปรียบเทียบกับจากอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในประเทศแถบภูมิภาคอาเซียน พบว่ามีระดับการแข่งขันปานกลาง และหากเปรียบเทียบกับระดับโลกแล้วถือว่ามีความการแข่งขันค่อนข้างต่ำ⁵ ซึ่งสะท้อนให้เห็นความไม่มีประสิทธิภาพของอุตสาหกรรม (Industry Performance) ภาวะดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาค่าบริการสูงกว่าระดับราคาที่มีประสิทธิภาพได้ง่าย

การบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมในประเทศไทยจำนวนเลขหมายที่เปิดให้บริการ (Mobile Subscribers) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (รูปที่ 1) ซึ่งแสดงให้เห็นการขยายตัว

ของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ 3 รายหลัก ได้แก่ บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) และบริษัทแอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (AWN) ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในแง่ของจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscriber) ในปี พ.ศ. 2556 มากที่สุดคือร้อยละ 41 อันดับสองคือ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) เท่ากับร้อยละ 31 อันดับสามคือ บริษัททรู มูฟ จำกัด (TMV) ร้อยละ 25⁶ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่าร้อยละ 97

รายได้ในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่กว่าครึ่งหนึ่งยังอยู่ในบริการประเภทเสียงเป็นหลัก จากรูปที่ 2 แสดงส่วนแบ่งรายได้ของผู้ประกอบการ



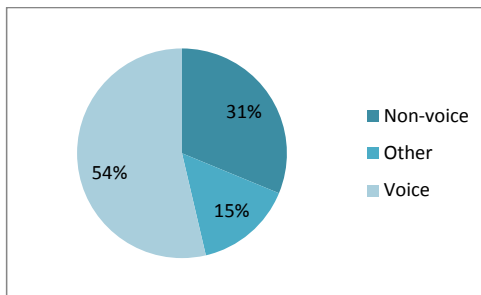
รูปที่ 1 จำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ. 2545 - 2556

ที่มา: กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

⁵ดูเพิ่มในภาคผนวก ก.

⁶ข้อมูลจากรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี พ.ศ. 2556 หน้า 352-353

แยกตามประเภทการบริการ ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2557 พบว่า การให้บริการประเภทเสียง (Voice) มีสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 54 รองลงมาบริการที่ไม่ใช่เสียง (Non-voice) ร้อยละ 31 และบริการอื่นๆ ร้อยละ 15



รูปที่ 2 ส่วนแบ่งรายได้ของผู้ประกอบการแยกตามประเภทการบริการ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2557

ที่มา: กลุ่มงานวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงาน กสทช.

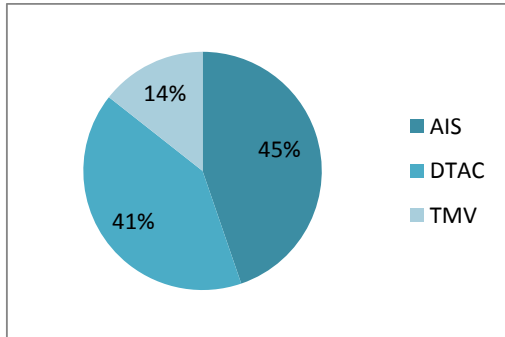
การเข้าแทรกแซงโดยหน่วยงานกำกับยังคงมีความจำเป็นหากทำให้อุตสาหกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเข้าแทรกแซงด้านราคาในตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market) หรือการเข้าไปกำหนดราคาสำหรับผู้ประกอบการเสนอให้กับผู้บริโภคนั้นอาจทำได้ค่อนข้างยาก หน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคมในหลายประเทศจึงเน้นกำกับดูแลอุตสาหกรรมในระดับ

ค้าส่ง (Wholesale Market) มากขึ้น โดยใช้มาตรการกำกับดูแลล่วงหน้า (Ex-ante) ซึ่งตั้งอยู่บนหลักการเดียวกันกับกฎหมายแข่งขันทางการค้า (Competitive Law)⁷

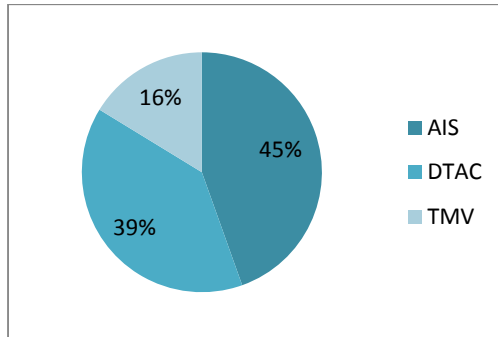
ในตลาดบริการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้สามารถเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Call Termination) เมื่อจำแนกรายได้และรายจ่ายการเชื่อมต่อโครงข่ายของผู้ประกอบการที่ส่งข้อมูลให้สำนักงาน กสทช. ในไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2556 ของผู้ประกอบการหลัก 3 ราย พบว่า รายได้จากการให้บริการเชื่อมต่อโครงข่าย (รูปที่ 3.1) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) มีส่วนแบ่งรายได้จากการเชื่อมต่อโครงข่ายสูงสุด ในสัดส่วนร้อยละ 45 รองลงมาคือ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) ร้อยละ 41 และบริษัททรู มูฟ จำกัด (TMV) ร้อยละ 14

สำหรับรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่าย (รูปที่ 3.2) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) ยังคงมีรายจ่ายจากการเชื่อมต่อโครงข่ายสูงสุด ร้อยละ 45 รองลงมาคือ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) ร้อยละ 39 และบริษัททรู มูฟ จำกัด (TMV) ร้อยละ 16

⁷ สำหรับในประเทศไทย สำนักงาน กสทช. แบ่งตลาดที่เกี่ยวข้องออกเป็น 11 ตลาด โดยเป็นตลาดค้าปลีกบริการ (Retail Market) จำนวน 5 ตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตลาดบริการโทรศัพท์ประจำที่ภายในประเทศ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศ บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ บริการอินเทอร์เน็ตประจำที่ บริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ ตลาดค้าส่งบริการ (Wholesale Market) แบ่งเป็น 6 ตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บริการเกตเวย์อินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ บริการเกตเวย์โทรศัพท์ระหว่างประเทศ บริการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรศัพท์ประจำที่เพื่อให้สามารถถึงจุดปลายทาง (Fixed Call Termination) บริการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้สามารถเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Call Termination) บริการเข้าถึงบรอดแบนด์ (Wholesale Broadband Access) และบริการวางจรเช่า (Leased Line)



รูปที่ 3.1 สัดส่วนรายได้การเชื่อมต่อเครือข่าย



รูปที่ 3.2 สัดส่วนรายจ่ายจากการเชื่อมต่อเครือข่าย

รูปที่ 3 สัดส่วนรายได้และรายจ่ายในการเชื่อมต่อเครือข่ายโทรคมนาคม ปี พ.ศ. 2556 (สิ้นสุดไตรมาสที่ 2)

ที่มา: ปรับค่าจากข้อมูลในรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี พ.ศ. 2556 หน้า 219

บทความชิ้นนี้มีลำดับเนื้อหา ดังนี้ ลำดับแรก คือ บทนำ ประกอบไปด้วย ที่มาและความสำคัญของปัญหา และภาพรวมของอุตสาหกรรม โทรคมนาคมและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในฐานะของหัวใจของบริการโทรคมนาคม ลำดับที่สอง คือ กรอบแนวคิดทางทฤษฎี ซึ่งจะกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดผ่านกรอบการวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และประสิทธิภาพของตลาด (Structure -conduct -performance Paradigm) ลำดับที่ 3 จะอธิบายถึง อัตราค่าเชื่อมต่อเครือข่ายมีลักษณะเป็นอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดอย่างไร ประกอบกับข้อเสนอการกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อให้อยู่ในรูปแบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate) ในอนาคต โดยอาจกำหนดให้อัตราการเชื่อมต่อเครือข่ายสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Termination Rate, MTR) ที่สูงกว่าสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด และเพิ่มระดับ

การแข่งขันในระยะยาว และส่วนสุดท้ายเป็นสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

เพื่อทำความเข้าใจกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมมักให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงสร้าง พฤติกรรม และประสิทธิภาพของตลาด (Structure -conduct -performance Paradigm) โดยกรอบการศึกษา SCP Approach เริ่มด้วยการพิจารณาโครงสร้างตลาดก่อน ตามมาด้วยพฤติกรรม และประสิทธิภาพของตลาด ตามลำดับ โดยโครงสร้างตลาด (Market Structure) จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม (Conduct) และพฤติกรรมจะเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของตลาด (Performance)

โครงสร้างตลาดมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ประกอบการในตลาด โดยทั่วไปตลาดมักมีลักษณะการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (Imperfect

Competition Market) ตลาดที่มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวหรือเรียกว่าผู้ผูกขาด (Monopolist) จะทำให้ราคาสินค้าและบริการถูกกำหนดจากผู้ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว เนื่องจากปราศจากการแข่งขันแล้วตลาดจะเป็นตลาดผูกขาด (Monopoly Market) หากมีผู้ประกอบการจำนวนไม่มากนัก จะเรียกว่าตลาดผู้ค้าน้อยราย (Oligopoly Market) และหากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก สินค้ามีลักษณะแตกต่างกัน แต่ยังมีลักษณะการผูกขาดอยู่บ้างจะเรียกว่า ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market)

ประสิทธิภาพของตลาดนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างของตลาด (Market Structure) โดยโครงสร้างตลาดสามารถวัดได้หลายวิธี โดยทั่วไปประเมินโครงสร้างตลาดผ่านตัวชี้วัดอย่างน้อย 2 ประการ ได้แก่ การกระจายตัวของผู้ประกอบการ (Firm Size Distribution)⁸ และอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry) โดยที่อุปสรรคการเข้าสู่ตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด

อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด หมายถึงข้อจำกัดใด ๆ ที่ป้องกันผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้าสู่ตลาด และรวมถึงอุปสรรคที่มีต่อผู้ประกอบการรายเดิมในการขยายการให้บริการทั้งในด้านของการเพิ่มความหลากหลายและในด้านของพื้นที่ให้บริการทางภูมิศาสตร์⁹ หรือข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ขัดขวางมิให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด โดยอาจรวมไปถึงอุปสรรคที่มีต่อผู้ประกอบการรายเดิมในการขยายบริการโดยอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ อุปสรรคทางด้านกฎหมาย (Legal Barrier) อุปสรรคเชิงกลยุทธ์ (Strategic Barrier) และอุปสรรคทางเศรษฐกิจ (Economic Barrier) หากตลาดมีอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดมากย่อมส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการมีน้อยราย และหากตลาดมีอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดต่ำก็ย่อมทำให้ตลาดมีผู้ประกอบการจำนวนมาก และระดับการแข่งขันย่อมสูงขึ้น¹⁰ ในอุตสาหกรรมที่มีอุปสรรคในการเข้ามาประกอบกิจการที่มีนัยสำคัญในระยะยาวทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสามารถคงราคาค่าบริการที่สูงได้ในระยะยาว

⁸นิยามวัดในรูปจำนวนของผู้ประกอบการในตลาด ส่วนแบ่งการตลาด และการกระจุกตัวของตลาด (Market Concentration)

⁹ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศ แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2556) .“โครงการวิเคราะห์และประเมินตลาดที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงนิยามของตลาดและขอบเขตตลาดโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้อง และหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณากำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดในกิจการโทรคมนาคม” รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์ เล่มที่ 1

¹⁰จากงานศึกษาของ Jamison (2012) แบ่งอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านอุปทาน และปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ประกอบการ 1.ปัจจัยด้านอุปสงค์ ได้แก่ ต้นทุนในการเปลี่ยน (Switching Cost) ผลกระทบของเครือข่าย (Network Effect) และการขาดข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภค (Lack of Customer Information) 2. ปัจจัยด้านอุปทาน ต้นทุนจม (Sunk Cost) ข้อกำหนดของการให้ใบอนุญาต (Licensing Restriction) ความได้เปรียบจากการเข้าสู่ตลาดก่อน (First Mover Advantage) การควบคุมโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น (Control of Essential Facilities) ขอบเขตการให้บริการเชิงภูมิศาสตร์ (Geographical Availability of Service) สิทธิเด็ดขาดในเทคโนโลยีเฉพาะ (Exclusive Rights on Specific Technologies) ข้อตกลงในการให้บริการระหว่างผู้ประกอบการ (ผู้ให้บริการ) กับผู้จัดจำหน่าย (Exclusive Distribution Agreements) การเข้าถึงแหล่งทุน (Access to Financial Capital) การประหยัดต่อขนาดหรือการประหยัดจากขอบเขต (Economies of Scale or Scope) และการรวมตัวทางตั้ง (Vertical Integration) 3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ประกอบการโทรคมนาคม ได้แก่ การอุดหนุนไขว้ (Cross Subsidization) การตั้งราคาเพื่อจำกัดคู่แข่ง (Predatory Pricing) ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากคู่แข่ง ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับเทคโนโลยีเครือข่าย (Network Technology Information) การร่วมมือกันกำหนดราคา (Price Fixing) และการแบ่งแยกตลาด (Dividing the Market)

สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาผู้มีอำนาจเหนือตลาดในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ เพื่อวิเคราะห์ระดับความมีประสิทธิภาพการแข่งขันของตลาด ที่ระบุให้พิจารณาอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดในด้านโครงสร้าง โดยอาจพิจารณาด้านตัวชี้วัด 1.การดำรงอยู่ของต้นทุนจม (Existence of Sunk Costs) 2. ความสามารถในการควบคุมโครงสร้างพื้นฐานซึ่งยากที่จะสร้างขึ้นใหม่เพื่อมาแข่งขัน 3. ความได้เปรียบทางเทคโนโลยี 4. ความง่ายหรือได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 5.การประหยัดจากขนาดและขอบเขต 6. การรวมตัวกันในแนวดิ่ง 7.อุปสรรคในการพัฒนาช่องทางทางจัดจำหน่าย 8. ความหลากหลายของสินค้า 9. ต้นทุนการเปลี่ยนผู้ให้บริการ (Switching Costs) 10. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้ซื้อ 11.อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

3. การเชื่อมต่อโครงข่ายฯ อุปสรรคการเข้าสู่ตลาด และ ข้อเสนอเพื่อเพิ่มผู้ประกอบการรายใหม่

3.1 การเชื่อมต่อโครงข่ายฯ : อุปสรรคการเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย

หากพิจารณาจำนวนเงินที่ผู้ประกอบการต้องจ่ายให้แก่กันในการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ตัวแปรสำคัญที่เป็นตัวกำหนดจำนวนเงินค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปรได้แก่ (1) จำนวนผู้ใช้บริการของผู้ประกอบการแต่ละราย หากผู้ประกอบการรายใดมีผู้ใช้บริการในโครงข่ายจำนวนมาก ก็จะทำให้โอกาสที่จะรับสายเรียกเข้าจากผู้ให้บริการจากโครงข่ายอื่นมาก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในแง่ผู้ใช้บริการมากก็ย่อมมีโอกาสได้รับค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายมากตามไปด้วยด้วยเงื่อนไขดังกล่าวจึงทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมมักได้รับค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายสุทธิจากผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการรายเล็ก (2) จำนวนนาที่ใช้งาน (Minute of Use, MoU) ของผู้ใช้บริการซึ่งมีความสัมพันธ์กับส่วนแบ่งตลาด กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนนาที่ในการโทรออกมากแต่ใช้บริการโครงข่ายของผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งการตลาดน้อย ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสต้องจ่ายค่าเชื่อมต่อโครงข่ายจำนวนมากให้กับผู้ประกอบการที่มีโครงข่ายในแง่จำนวนผู้ใช้บริการมากกว่า (3) อัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่าย ซึ่งคิดเป็นอัตราบาทต่อนาที ซึ่งหากกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่สูงก็อาจทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของโครงข่ายต้อง

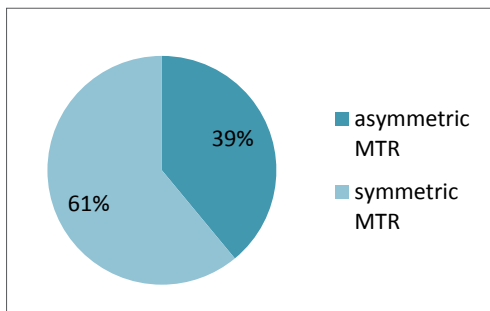
จ่ายค่าเชื่อมต่อโครงข่ายจำนวนมากตามไปด้วย การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ แบบสมมาตรส่งผลให้ขนาดโครงข่ายในแง่ของจำนวนผู้ใช้บริการ (Subscriber) มีส่วนสำคัญในการกำหนดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ย่อมไม่ได้รับการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรายเดิม เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่มีปริมาณการโทรน้อยกว่า การกำหนดอัตราค่าการเชื่อมต่อแบบสมมาตรจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ประสบปัญหาต้องจ่ายค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สูงกว่าผู้ประกอบการรายเดิมมาก

3.2 ข้อเสนอกำหนดอัตราค่าการเชื่อมต่อโครงข่ายประเภทเรียกถึงจุดปลายทางแบบไม่สมมาตร (Asymmetric MTRs) เพื่อเพิ่มผู้ประกอบการรายใหม่

ทางเลือกหนึ่งในการลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่คือการกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายแบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate) การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายแบบดังกล่าวหมายถึงการกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Termination Rate, MTR) ที่แตกต่างกันผู้ประกอบการที่มีโครงข่าย (MNOs) โดยให้ความสำคัญกับขนาดโครงข่ายในแง่ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศแถบยุโรป ERG (2008) ได้เก็บข้อมูลอัตราเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประเภทเรียกถึงจุดปลายทางในประเทศแถบยุโรป¹¹ ในปี ค.ศ. 2007 ประเทศแถบยุโรปมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายแบบไม่สมมาตรร้อยละ 39 โดยกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายแบบสมมาตรร้อยละ 61 (รูปที่ 4)



**รูปที่ 4 การกำกับดูแลค่าเชื่อมต่อโครงข่าย
ประเภท MTR ในประเทศแถบยุโรป
ค.ศ.2007**

ที่มา: ERG (2008)

การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายแบบไม่สมมาตรสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อเพิ่มระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากอนุญาตให้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมได้ โดยอาจอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายเดิมในอุตสาหกรรม หรืออาจกำหนดอัตราการลดลงเป็นลำดับ (Glide Path) ของอัตรา

การเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีอัตราการผลิตของค่าเชื่อมต่อโครงข่ายที่ประสิทธิภาพต่ำกว่าผู้ประกอบการรายเดิมในอุตสาหกรรม

ตัวอย่างเช่น หากสมมติให้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายที่ประสิทธิภาพสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทางในปีที่ $t = 1, 2, 3, 4, 5$ เท่ากับ 0.32, 0.24, 0.17, 0.17 และ 0.17 บาทต่อนาที ตามลำดับ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่อาจใช้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ในปีที่ $t = 1, 2, 3, 4, 5$ เท่ากับ 0.45, 0.45, 0.32, 0.24 และ 0.17 บาทต่อนาที ตามลำดับ (ตารางที่ 1) กล่าวคือ ผู้ประกอบการรายใหม่ (New Entrant) สามารถคงอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทางไว้ที่ 0.45 บาทต่อนาที เป็นเวลา 3 ปีโดยในปี 3 เป็นต้นไป ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่แนวทางการลดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายฯ จนเท่ากับผู้ประกอบการรายอื่นในปีที่ 5 เพื่อลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด และจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม

การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายแบบไม่สมมาตรสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อเพิ่มระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้

¹¹ประเทศที่ ERG เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 84 ราย ใน 32 ประเทศ ได้แก่ Austria, Belgium, Denmark, Germany, Finland, France, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Norway, Portugal, Sweden, Switzerland, Spain, the UK, Iceland, Hungary, Romania, Bulgaria, the Slovak Rep., Estonia, Lithuania, Malta, Slovenia, the Czech Rep, Cyprus, Latvia, Poland, Croatia, และ Turkey

เนื่องจากอนุญาตให้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมได้ โดยอาจอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายเดิมในอุตสาหกรรม หรืออาจกำหนดอัตราการลดลงเป็นลำดับ (Glide Path) ของอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีอัตราการลดลงของค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่ประสิทธิภาพต่ำกว่าผู้ประกอบการรายเดิมในอุตสาหกรรม

ตัวอย่างเช่น หากสมมติให้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่ประสิทธิภาพสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทางในปีที่ $t = 1, 2, 3, 4, 5$ เท่ากับ 0.32, 0.24, 0.17, 0.17 และ 0.17 บาทต่อนาที ตามลำดับ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่อาจใช้อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ในปีที่ $t = 1, 2, 3, 4, 5$ เท่ากับ 0.45, 0.45, 0.32, 0.24 และ 0.17 บาทต่อนาที ตามลำดับ (ตารางที่ 1) กล่าวคือ ผู้ประกอบการ

รายใหม่ (New Entrant) สามารถคงอัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทางไว้ที่ 0.45 บาทต่อนาที เป็นเวลา 3 ปีโดยในปี 3 เป็นต้นไป ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่แนวทางการลดอัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ จนเท่ากับผู้ประกอบการรายอื่นในปีที่ 5 เพื่อลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด และจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม

4. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

อัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรคมนาคม เนื่องจากค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ในอดีตไม่มีการกำหนดเป็นมาตรฐานของอุตสาหกรรม ทำให้การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ มักขึ้นอยู่กับ การต่อรองระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเอง

ตารางที่ 1 การกำหนดอัตราเชื่อมต่อโครงข่ายฯ MTR แบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate)

	Current period	t = 1	t = 2	t = 3	t = 4	t = 5
Operator 1	0.45	0.32	0.24	0.17	0.17	0.17
Operator 2	0.45	0.32	0.24	0.17	0.17	0.17
Operator 3	0.45	0.32	0.24	0.17	0.17	0.17
New Entrant	0.45	0.45	0.45	0.32	0.24	0.17

ที่มา: อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ กำหนดโดยผู้เขียน

เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2557 สำนักงาน กสทช. เพื่อให้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตราอ้างอิงของอุตสาหกรรมแบบสมมาตร (Symmetric Rate) ระหว่างผู้ประกอบการในบริการการเชื่อมต่อประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการคำนวณแบบต้นทุนส่วนเพิ่มระยะยาว (Long Run Incremental Cost, LRIC) โดยอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเรียกถึงจุดปลายทาง (Mobile Termination Rate, MTR) ตั้งแต่ 23 กรกฎาคม 2557 - 30 มิถุนายน 2558 ในอัตรา 0.45 บาทต่อนาที และ 1 กรกฎาคม 2558 - 30 มิถุนายน 2559 ในอัตรา 0.34 บาทต่อนาที การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายที่เป็นอัตราอ้างอิงช่วยให้ทำให้เกิดมาตรฐานการคำนวณอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายที่สะท้อนต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ สร้างความแน่นอนในการกำกับดูแล ส่งเสริมการแข่งขัน และราคาที่เป็นธรรมสำหรับผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายแบบสมมาตร หรือกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อฯ เท่ากันระหว่างผู้ประกอบการทุกรายในอุตสาหกรรมสำหรับบริการ MTR ในอัตรา 0.45 บาทต่อนาที และ 0.38 บาทต่อนาที นั้น ส่วนหนึ่งทำให้อัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายฯ สามารถสะท้อนต้นทุนได้มากขึ้น การกำหนดอัตราดังกล่าวแบบสมมาตรก็ยังมีได้เป็นการลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดลง

หากต้องการลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดเพื่อส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ใน

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมโดยเฉพาะในตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางเลือกหนึ่งในการลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดคือการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายฯ แบบไม่สมมาตร (Asymmetric Rate) ซึ่งในระยะสั้นเป็นการอนุญาตให้เกิดกำไรส่วนเกินขึ้นกับผู้ประกอบการรายใหม่ แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายเดิมต้องแบกรับต้นทุนการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ เพิ่มขึ้นในระยะยาวจะเป็นการเพิ่มระดับการแข่งขันผ่านการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การกำหนดอัตราค่าเชื่อมต่อโครงข่ายดังกล่าวอาจบังคับใช้ช่วงเวลาที่ยากัด ครอบคลุมเท่าที่ความไม่สมมาตรของอัตราค่าธรรมเนียมต่อโครงข่ายฯ ยังส่งผลกระทบทางบวกต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมมากกว่าผลกระทบทางลบจากการบิดเบือนต้นทุนการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือราคาค่าบริการของผู้ประกอบการรายเก่าอาจเพิ่มขึ้นจากต้นทุนค่าเชื่อมต่อโครงข่ายฯ ที่สูงขึ้น โดยอาจกำหนดใช้อัตราเชื่อมต่อโครงข่ายฯ แบบไม่สมมาตรในระยะเวลา 3-5 ปี ประกอบกับนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่อื่น ๆ ในการประมูลคลื่นความถี่ เพื่อจูงใจให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม อย่างไรก็ตาม การกำหนดอัตราเชื่อมต่อโครงข่ายแบบไม่สมมาตรเป็นเวลานานเกินไปอาจไม่เหมาะสมเนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการในระยะยาวและส่งผลกระทบทางลบต่อประสิทธิภาพของตลาดได้

บรรณานุกรม

Carlton D. and Perloff J. (2000) Modern Industrial Organization. Addison-Wesley: Reading, MA.

ERG (2008) “Common Position on symmetry of fixed call termination rates and symmetry of mobile call termination rates”

Mark Jamison M. (2012). Methods for Increasing Competition in Telecommunications Markets Public Utility Research Center University of Florida Gainesville, Florida (working paper)

World Economic Forum (2014) “The Global Information Technology Report 2014 Rewards and Risks of Big Data” From http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2555) ในรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเรื่อง การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและการศึกษาผลกระทบเพื่อรองรับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558

ประกาศ กสทช. เรื่อง การใช้และเชื่อมต่อโครงข่าย พ.ศ. 2556

ประกาศ กสทช. เรื่อง อัตราค่าตอบแทนการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมที่เป็นอัตราอ้างอิง พ.ศ. 2557

รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี พ.ศ. 2556

ภาคผนวก

เมื่อเปรียบเทียบระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมโดยรวมของประเทศไทยกับระดับ การแข่งขันของประเทศในแถบภูมิภาคอาเซียน โดยพิจารณาจาก Internet and Telephony Sectors Competition Index ประจำปี พ.ศ. 2557 (ตารางที่ 2) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 2 พบว่าหากเปรียบเทียบ ระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนจากทั้งหมด 9 ประเทศ (ไม่มีข้อมูลของประเทศบรูไน) อาจสามารถแบ่ง กลุ่มประเทศตามระดับการแข่งขันได้น้อย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีการแข่งขันในอุตสาหกรรม โทรคมนาคมสูง ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ กลุ่มที่สองคือกลุ่มประเทศที่ มีระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมปานกลาง ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ไทย กัมพูชา และ ประเทศอินโดนีเซีย สำหรับกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มประเทศที่มีระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ต่ำหรือไม่มีการแข่งขัน ได้แก่ ประเทศลาว และประเทศเมียนมาร์

ตารางที่ 2 Internet and Telephony Sectors Competition Index 2014

	Value	World Rank/148
Singapore	2	1
Malaysia	2	1
Philippines	2	1
Vietnam	1.87	69
Thailand	1.82	79
Cambodia	1.88	65
Indonesia	1.76	84
Lao	0.91	130
Myanmar	0	144

ที่มา: อัตราการเชื่อมต่อโครงข่ายฯ กำหนดโดยผู้เขียน

อุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทยนั้นมีการแข่งขันปานกลาง (ลำดับที่ 5 จาก 9 ประเทศ) เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศใกล้เคียง แต่หากเปรียบเทียบจากลำดับโลกจะพบว่าลำดับการแข่งขันของประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 79 จาก 148 ประเทศ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระดับการแข่งขันค่อนข้างต่ำ

ดัชนี Internet and Telephony Sectors Competition Index ถูกใช้อธิบายระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศไทยก่อนหน้านี้ในงานศึกษาของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในรายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและการศึกษาผลกระทบเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558 โดยใช้ดัชนีดังกล่าวในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.75 (อันดับที่ 80 จากทั้งหมด 142 ประเทศ) โดยอ้างว่าดัชนีดังกล่าวชี้ว่าอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยมีระดับการแข่งขันสูง ซึ่งขัดแย้งกับข้อเท็จจริงเมื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของประเทศอื่นๆ

009



การประยุกต์ใช้ข้อมูลการใช้งาน โทรศัพท์สาธารณะเพื่อประกอบ การตัดสินใจเลือกพื้นที่ ที่เหมาะสมในการตั้งเสาเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่

อุษา โรจน์นครินทร์^{*a,b}
นงเยาว์ เมืองดี^b

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการประยุกต์ใช้ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่กรณีศึกษาในจังหวัดพัทลุงซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถพยากรณ์ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ จึงอาจใช้ปริมาณพยากรณ์นี้เป็นแนวทางในการปรับ

อุปทาน โดยการเลือกพื้นที่ตั้งเสาเครือข่ายและออกแบบเสาเครือข่ายให้เหมาะสมกับอุปสงค์เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุดทั้งในเชิงเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนและความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

คำค้นหา: โทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบเครือข่าย มือถือ

^aบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

^bคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางทั่วโลก มีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile subscriber) ถึง 3.5 ล้านล้านเลขหมาย คิดเป็น 1 ใน 2 ของประชากรทั่วโลก ในเดือนพฤศจิกายน ปี 2007 (Kas Kalba, 2008) และในปี 2013 มีจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วโลกถึง 6.8 ล้านล้านเลขหมาย จากประชากรทั้งหมด 7.1 ล้านล้านคน คิดเป็นร้อยละ 96 ทั่วโลก ในเอเชียแปซิฟิก มีสัดส่วนจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อประชากร คิดเป็นร้อยละ 89 โดยอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศที่กำลังพัฒนาสูงกว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว 2.4 (ITU, 2013)

กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) หรือประเทศที่กำลังพัฒนา (Developing countries) หลายประเทศ มุ่งมั่นที่จะขยายพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังพื้นที่ชนบท เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน (Asheeta Bhavnani et al., 2008; Kas Kalba, 2008, Chaitali Sinha, 2005) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศตลาดเกิดใหม่ที่มีการเติบโตของจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างต่อเนื่อง จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในเรื่องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าในปี 2555 จากประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ทั้งสิ้นจำนวน 62.9 ล้านคน พบว่ามีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วประเทศ จำนวน 44.1 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.2 เมื่อพิจารณาารายภาค พบว่า

กรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุดคือ 5.4 ล้านคน (ร้อยละ 84.0) รองลงมา ภาคกลาง 11.3 ล้านคน (ร้อยละ 75.1) ภาคเหนือ 7.9 ล้านคน (ร้อยละ 68.9) ภาคใต้ 5.9 ล้านคน (ร้อยละ 67.8) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 13.6 ล้านคน (ร้อยละ 64.1) และจากฐานข้อมูลอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทย ศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคมระบุว่าตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยมีการลงทะเบียนใช้บริการ ณ ไตรมาสสุดท้ายของปี 2555 มีจำนวน 85.01 ล้านเลขหมาย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 125.18 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 135.15 ของจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป

ถึงแม้ว่าการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในประเทศไทยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีช่องว่างในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาล และผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล กล่าวคือในปี 2551-2555 ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 65.7 เป็นร้อยละ 77.7 ในขณะที่ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.1 เป็นร้อยละ 66.2 จากข้อมูลเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลเพิ่มขึ้นจากร้อยละ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555)

สาเหตุของการไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มี 2 สาเหตุคือ การไม่มีอุปทานของกิจการโทรคมนาคมหมายถึงการไม่มีสัญญาอนุญาตโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าถึง ไม่มีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

รายได้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบริเวณนั้น และการไม่มีอุปสงค์โทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง การไม่ต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากรายได้ที่มีจำนวนจำกัด ราคาค่าบริการสูง การขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือมีทางเลือกอื่นในการติดต่อสื่อสาร เหล่านี้เป็นสิ่งที่รัฐบาล หน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงหน่วยงานภาคเอกชน ต่างให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ก้าวหน้าในโลกโลกาภิวัตน์ (Sonja Oestmann, 2003; Pitikorn Tengtrakul, 2011) โดยในส่วนของอุปทานกิจการโทรคมนาคมอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น เทคโนโลยีแบบไร้สายและโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตัวสนับสนุนการบริการและการเข้าถึงอย่างทั่วถึงอย่างมีนัยสำคัญ (Sonja Oestmann, 2003)

เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างทั่วถึง ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงพยายามขยายขอบเขตพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้พื้นที่บริการครอบคลุมทั่วประเทศไทย ในปี 2554 โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ครอบคลุมถึงร้อยละ 93 ของพื้นที่อยู่อาศัยของทั้งประเทศ และครอบคลุมร้อยละ 93 ของพื้นที่อยู่อาศัยของภูมิภาคภาคใต้ (กสทช., 2554) อย่างไรก็ตาม ยังคงมีพื้นที่ที่สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังไม่ครอบคลุม ทำให้พื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ และมีประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวทำการร้องขอสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังผู้ให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต (AIS

Club, 2556)

ทีมงานวิศวกรจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกพื้นที่ติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้หลักเกณฑ์ทั่วไป คือ ข้อมูลความหนาแน่นของประชากรเป็นหลัก (Erdemir, ET et al., 2007; Bussolino, G., 2010) และพิจารณากลยุทธ์ร่วมกับฝ่ายการตลาด จากนั้นจึงนำข้อมูลและแนวทางของกลยุทธ์มาวิเคราะห์เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมต่อการติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการภาคเอกชน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องคำนึงถึงต้นทุนในการลงทุนติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และระยะเวลาคืนทุน นอกจากนี้แล้ว ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ข้อมูลที่ประชาชนร้องขอสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อีกด้วย ได้แก่ AIS call center, AIS webboard และการส่งหนังสือร้องเรียนเข้ามายังสำนักงาน AIS แต่อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่สามารถติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในทุก ๆ พื้นที่ที่ยังไม่มีสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือพื้นที่ที่มีการร้องขอได้เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นเพียงข้อมูลที่เกิดจากการร้องขอจากผู้ต้องการใช้เพียงส่วนน้อย และหากผู้ร้องขออาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นที่ยังไม่มีสัญญาณ อาจทำให้ผู้ให้บริการตัดสินใจเลือกลงทุนตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งอาจเป็นการเลือกลงทุนในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรค่อนข้างมากแต่มีความต้องการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ปริมาณน้อย และไม่ได้ลงทุนในบางพื้นที่ที่มีความหนาแน่น

ของประชากรน้อยกว่าแต่มีความต้องการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปริมาณที่มากกว่า (Pitikorn Tengtrakul, 2011)

ในประเทศไทย พื้นที่ที่สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ครอบคลุมส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในชนบท เป็นพื้นที่ที่ห่างไกลจากตัวเมือง ซึ่งพื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อย ทำให้การใช้หลักเกณฑ์การตัดสินใจเลือกพื้นที่ติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเดิม ๆ มองข้ามพื้นที่เหล่านี้ แต่อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ที่สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังไม่ครอบคลุมนั้น ยังคงมีความต้องการติดต่อสื่อสาร ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จึงกำหนดให้มีโทรศัพท์สาธารณะสำหรับให้บริการแก่ประชาชน ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวสามารถติดต่อสื่อสารได้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นประโยชน์ของข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อเท็จจริงที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการ หรือความจำเป็นของการใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสาร และมีสมมติฐานว่าพื้นที่ที่มีการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ ย่อมมีความต้องการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่และถึงแม้ว่าในพื้นที่ดังกล่าวจะมีโทรศัพท์สาธารณะไว้ให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่แล้ว ก็ไม่ได้บ่งชี้ว่าประชาชนจะต้องการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการโทรศัพท์สาธารณะแทบจะไม่มีผลต่อการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Pitikorn Tengtrakul, 2011; Chaitali Sinha, 2005) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเล็งเห็นโอกาสในการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่ที่มี

เพียงโทรศัพท์สาธารณะ หรือมีสัญญาณโทรศัพท์เข้าถึงเพียงเล็กน้อย จะเป็นพื้นที่ที่อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสินค้าหรือบริการที่ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้อย (Chalita Srinuan et al., 2012) ผู้ให้บริการมีโอกาสในการสร้างตลาดใหม่และสามารถกำหนดราคาได้ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะมาวิเคราะห์ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อไปโดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์นั้นประกอบด้วย ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะในด้านปริมาณการใช้งานเฉลี่ยต่อวัน ความถี่ของการใช้งาน ระยะเวลาต่อครั้งที่ใช้งาน ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบริเวณที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสามารถใช่ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากที่สุดทั้งในเชิงเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน

1.2 ตลาดการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

ตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศไทยในปัจจุบันมีลักษณะเป็นตลาดที่มีผู้เล่นน้อยราย โดยมีผู้ประกอบการรายหลัก ๆ จำนวน 3 ราย ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC และกลุ่มทรูโมบาย (True Mobile) โดย AIS ยังคงเป็นผู้นำตลาดอย่างต่อเนื่อง ด้วยส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด จากข้อมูลเมื่อสิ้นไตรมาสสุดท้ายของปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 41.94

เพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 42.44 ในไตรมาสแรกของปี 2556 รองลงมาคือ DTAC มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากไตรมาสสุดท้ายของปี 2555 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 30.96 ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 30.49 ในไตรมาสแรกของปี 2556 และ True Mobile มีส่วนแบ่งตลาดโดยรวมที่ค่อนข้างคงที่อยู่ระหว่างร้อยละ 24.66-24.67 (กสทช., 2013)

1.3 หลักเกณฑ์ในการกำหนดพื้นที่ติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในการตัดสินใจเลือกพื้นที่ติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหน้าที่หลักของฝ่ายวิศวกรรม หน่วยงานวางแผนความถี่ (Frequency engineering) โดยวิศวกรจะทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาดในการกำหนดพื้นที่ที่ทำให้เป้าหมายอย่างน้อย 1 ใน 3 ดังต่อไปนี้สำเร็จ

1.3.1 การขยายขอบเขตการให้บริการ เป็นการติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ใหม่ ในพื้นที่ที่ยังไม่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือในพื้นที่ที่สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ครอบคลุม เพื่อหวังผลการขยายขอบเขตการให้บริการ

1.3.2 การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับลูกค้า เป็นการติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ใหม่ ในพื้นที่ที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว แต่พบปัญหาว่าเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นรองรับลูกค้าจนเต็มความสามารถที่จะรองรับได้แล้ว ทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นต้องติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มเติม

1.3.3 การปรับปรุงคุณภาพสัญญาณ เป็นการติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ใหม่ ในพื้นที่ที่มีอุปสรรคด้านภูมิประเทศ เช่น มีภูเขาบัง หรือมีสิ่งก่อสร้างขนาดใหญ่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นอุปสรรคต่อสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่สามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างต่อเนื่อง หรือคุณภาพเสียงของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ดีเท่าที่ควร ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงต้องติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

โดยเป้าหมายเหล่านี้จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขทางการเงินที่จำกัด ซึ่งหน่วยงานที่ทำหน้าที่จัดสรรงบประมาณจะต้องจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องและเพียงพอกับกลยุทธ์ที่วางไว้ในแต่ละโครงการ ส่วนฝ่ายวิศวกรรมจะต้องเลือกพื้นที่สำหรับติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตรงตามกลยุทธ์ที่วางไว้ในแต่ละโครงการ และโดยส่วนใหญ่แล้วโครงการทุก ๆ โครงการจะใช้หลักเกณฑ์พื้นฐาน 4 หลักเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ ดังนี้

ก) ความหนาแน่นของประชากร โดยปกติพื้นที่ในเมือง พื้นที่ในเขตเทศบาลจะเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง มีจำนวนครัวเรือนมาก จึงมักถูกจัดเป็นพื้นที่สำคัญลำดับต้น ๆ ของพื้นที่ที่น่าลงทุน

ข) เส้นทางคมนาคม เส้นทางคมนาคมถือเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญ เพราะผู้ให้บริการคำนึงถึงความต่อเนื่องของการใช้สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ขณะเดินทาง จึงจัดให้เส้นทางคมนาคมทางถนน ทางราง และทางน้ำ มีความสำคัญตามลำดับ

ค) แผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ผู้ให้บริการจะใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม เพราะผู้บริการเล็งเห็นพื้นที่ที่มีเศรษฐกิจดี ย่อมมีอุปสงค์การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มาก

ง) สถานที่ท่องเที่ยว ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่เพียงเพราะมองเห็นโอกาสสร้างรายได้ แต่ยังมองเห็นโอกาสสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเช่นกัน การขยายเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวจะทำให้ผู้ท่องเที่ยวไม่ขาดการติดต่อสื่อสาร การแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอในการท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาที่ท่องเที่ยว

2 เปรียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะในรูปแบบตู้โทรศัพท์สาธารณะของทุก ๆ หมู่บ้านในจังหวัดพัทลุง และประยุกต์ใช้ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่เดียวกัน จึงสามารถใช้งานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการตัดสินใจขยายขอบเขตสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือใช้เป็นแนวทางเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับลูกค้าด้วยการตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนการวิจัยดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ศึกษาลักษณะการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะทุกตู้ในจังหวัดพัทลุงเป็นกรณี

ศึกษา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 244 ตู้ และปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเครือข่ายเอไอเอส (AIS) ในจังหวัดพัทลุง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะจากหน่วยงานรัฐวิสาหกิจและเอกชน ได้แก่ ข้อมูลการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท AIS ซึ่งคัดเลือกเฉพาะส่วนที่มีข้อมูลสมบูรณ์และเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะทุกตู้ในจังหวัดพัทลุงจากบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และปริมาณการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดพัทลุงจาก AIS

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

ใช้ร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum)

2.4.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Linear regression analysis)

เป็นการวิเคราะห์การถดถอยของตัวแปรอิสระ 1 ตัวแปรและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร โดยทั้งสองตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัวแปร หาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจหรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R^2) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) และค่าความคลาดเคลื่อน (ϵ) เพื่อ

นำไปใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระในที่นี้ คือ ปริมาณการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะ และตัวแปรตาม คือ ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยการใช้งานตู้โทรศัพท์

สาธารณะ (นาทีต่อเดือน) ระยะห่างระหว่างโทรศัพท์สาธารณะกับเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ใกล้ที่สุด (เมตร) โดยใช้ข้อมูลโทรศัพท์สาธารณะทั้งหมดที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดพัทลุงจำนวน 244 ตู้ ในระหว่างวันที่ 1 กันยายน 2552 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2556 มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์สาธารณะ จำแนกตามค่าเฉลี่ยของปริมาณการใช้งาน และระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS

ลักษณะข้อมูล	จำนวนตู้โทรศัพท์ สาธารณะ	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ยการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะต่อเดือน		
11 - 92 นาที	116	47.5
93 - 173 นาที	92	37.7
174 - 253 นาที	24	9.8
254 - 334 นาที	9	3.7
335 - 415 นาที	3	1.2
รวม	244	100.0
ระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS		
0-1,500 เมตร	114	46.7
1,501 - 5,000 เมตร	116	47.5
มากกว่า 5,000 เมตร	14	5.7
รวม	244	100.0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของโทรศัพท์สาธารณะ จำแนกตามค่าเฉลี่ยของปริมาณการใช้งาน และระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวนตู้โทรศัพท์สาธารณะ	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ยการใช้งานต่อเดือนเมื่อแยกตู้โทรศัพท์ตามระยะห่างจากเสาเครือข่ายฯ		
- ระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS 0 - 1,500 เมตร		
11 - 92 นาที	59	24.2
93 - 173 นาที	34	13.9
174 - 253 นาที	12	4.9
254 - 334 นาที	6	2.5
335 - 415 นาที	3	1.2
- ระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS 1,501 - 5,000 เมตร		
11 - 92 นาที	49	20.1
93 - 173 นาที	56	23.0
174 - 253 นาที	9	3.7
254 - 334 นาที	2	0.8
335 - 415 นาที	0	0.0
- ระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS มากกว่า 5,000 เมตร		
11 - 92 นาที	5	2.0
93 - 173 นาที	6	2.5
174 - 253 นาที	3	1.2
254 - 334 นาที	0	0.0
335 - 415 นาที	0	0.0
รวม	244	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่าค่าเฉลี่ยการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 11-92 นาที คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ 93-173 นาที 174-253 นาที 254-334 นาที และ 335-415 นาที ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะภาพรวมของจังหวัดพัทลุงอยู่ระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ โดยจำแนกตามระยะห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS พบว่า กลุ่มของโทรศัพท์สาธารณะที่ตั้งอยู่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS 0 - 1,500 เมตรมีค่าเฉลี่ยการใช้งานอยู่ที่ระดับน้อยที่สุดคือ 11-92 นาทีต่อเดือน กลุ่มของโทรศัพท์สาธารณะที่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS 1,501-5,000 เมตร มีค่าเฉลี่ยการใช้งานอยู่ที่ระดับน้อยคือ 93-173 นาทีต่อเดือน และกลุ่มของโทรศัพท์สาธารณะที่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS มากกว่า 5,000 เมตร มีค่าเฉลี่ยการใช้งานอยู่ที่ระดับน้อยเช่นกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในจังหวัดพัทลุงมีตู้โทรศัพท์สาธารณะทั้งสิ้นจำนวน 244 ตู้ แต่เนื่องจากตู้โทรศัพท์ทั้งหมดนี้ มีข้อมูลการใช้งานตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2552 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2556 จึงต้องคัดเลือกเฉพาะตู้โทรศัพท์สาธารณะที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระยะ 4,000 เมตร และเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นจะต้องเปิดให้บริการหลังวันที่ 1 กันยายน 2552

จากเงื่อนไขดังกล่าวผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ตั้งแต่เปิดให้บริการจนเปิดให้บริการครบ 1 ปี พบว่าปริมาณการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในละแวก 4,000 เมตร จึงนำข้อมูลดังกล่าวอธิบายด้วยสมการเชิงเส้นหนึ่งตัวแปร หรือวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น ดังนี้

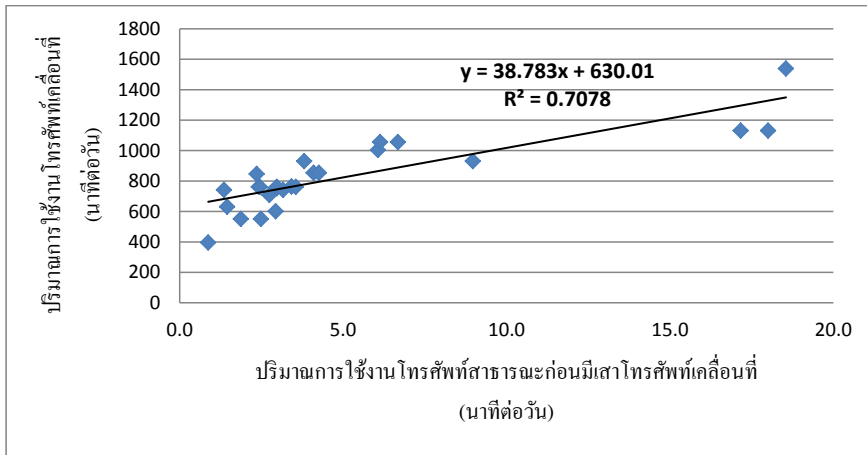
$$y = \beta x + \epsilon$$

y แทนปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (นาที/วัน)

x แทนปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (นาที/วัน)

β แทนค่าคงที่ของสมการหรือสัมประสิทธิ์การถดถอย

ϵ แทนค่าความคลาดเคลื่อนของสมการ

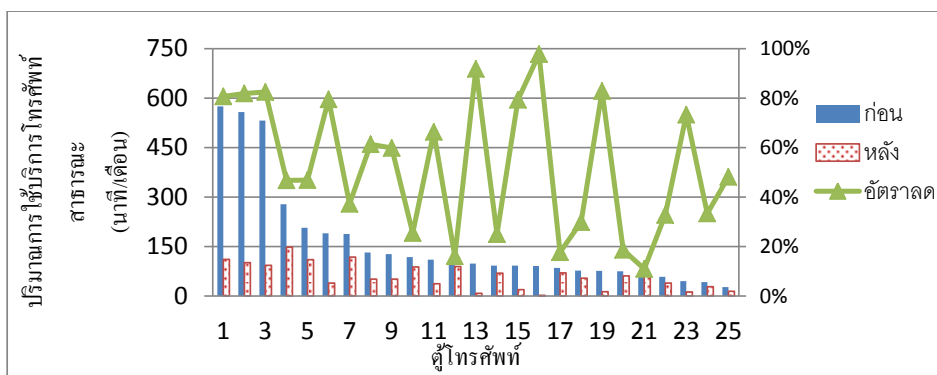


รูปที่ 1 กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาสื่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับ ปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากรูปที่ 1 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ $R^2 = 0.7078$ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการแทนข้อมูลได้ค่อนข้างดี และบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาสื่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง และจากสัมประสิทธิ์ของสมการเท่ากับ 38.783 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาสื่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง

เดียวกัน และการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีปริมาณมากกว่าการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาสื่อเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่คิดเป็น 38.783 เท่า

เมื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (นาที/เดือน) กับปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะหลังมีเสาสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ (นาที/เดือน) โดยเทียบเป็นอัตราส่วนการใช้บริการหลังและก่อน และเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ลดลง ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 กราฟเปรียบเทียบปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนและหลังมีเสาสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากรูปที่ 2 พบว่าผู้โทรศัพท์สาธารณะที่มีปริมาณการใช้บริการที่ลดลงหลังจากมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเมื่อเทียบเป็นอัตราส่วนการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะหลังและก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้โทรศัพท์สาธารณะทั้งหมดมีอัตราส่วนเท่ากับ 0.47 เท่า และเปรียบเทียบเป็นร้อยละของปริมาณที่ลดลง มีอัตราส่วนที่ลดลงเท่ากับร้อยละ 53 แสดงให้เห็นถึงการใช้งานผู้โทรศัพท์สาธารณะมีการใช้งานลดลงอย่างชัดเจนหลังจากมีเสาเครือข่าย

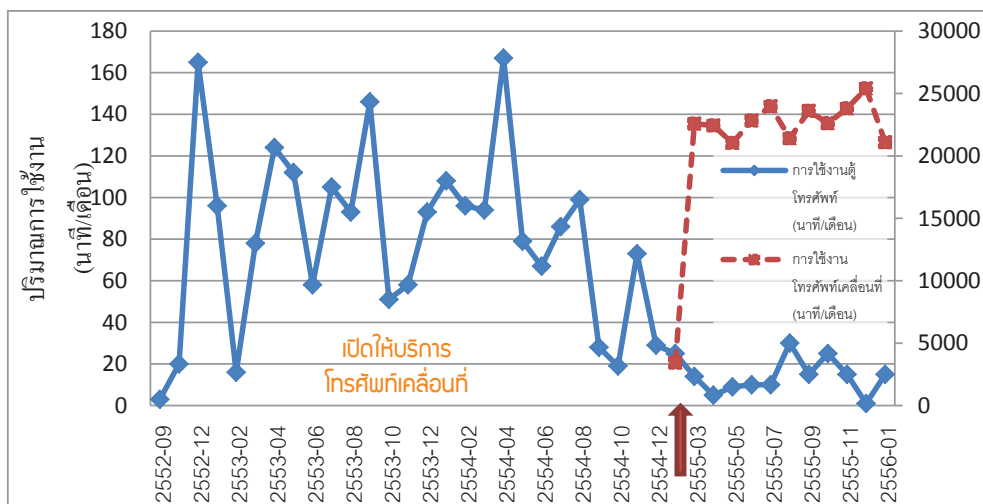
วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่หลังเปิดให้บริการ เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ

กลุ่มที่ 1 ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะลดลงไปอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุดทันทีที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตามรูปที่ 3

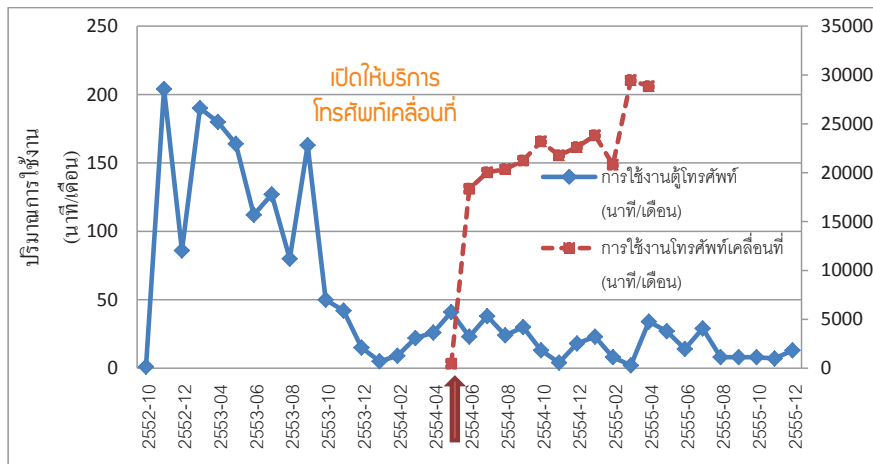
กลุ่มที่ 2 ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะลดลงไปอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุดก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และหลังจากที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะก็ยังคงมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ตามรูปที่ 4

กลุ่มที่ 3 การลดลงของปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะหลังจากที่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่อยู่ในระดับน้อยที่สุดอย่างต่อเนื่อง ตามรูปที่ 5

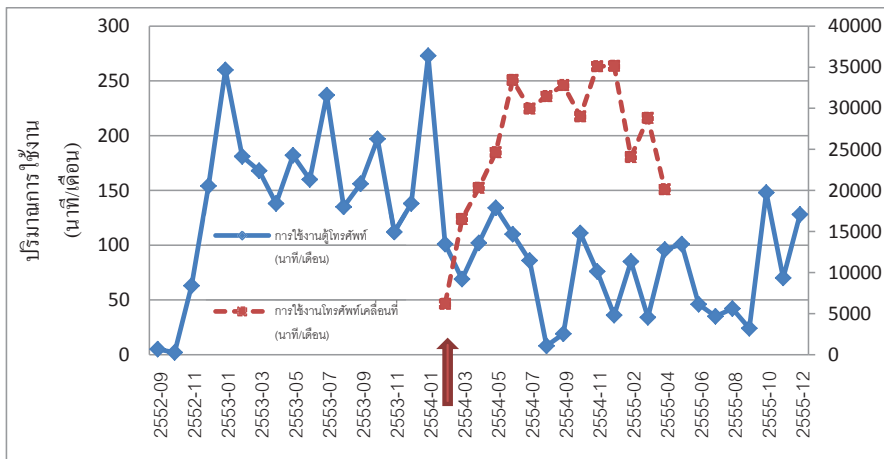
กลุ่มที่ 4 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในพื้นที่ที่ยังไม่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยพิจารณาผู้โทรศัพท์สาธารณะที่อยู่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS มากกว่า 4,000 เมตร เนื่องจากสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 4,000 โดยมากจะมีสัญญาณในระดับอ่อน คุณภาพการใช้งานต่ำหรืออาจใช้งานไม่ได้ในบางพื้นที่และ



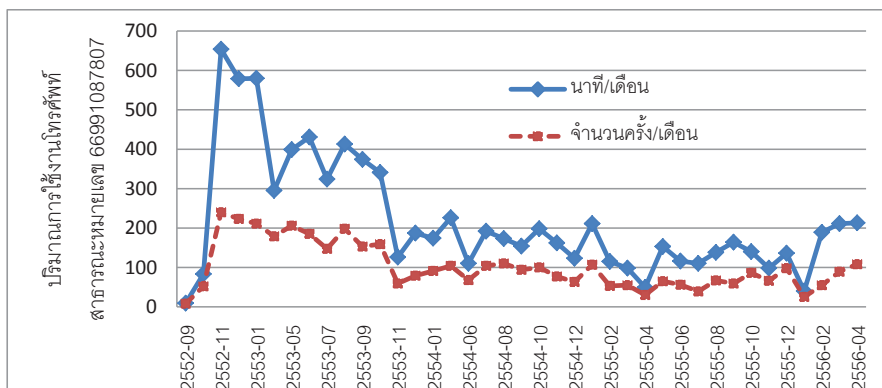
รูปที่ 3 กราฟเปรียบเทียบการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะหมายเลข 66991087802 กับเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ใกล้ที่สุด



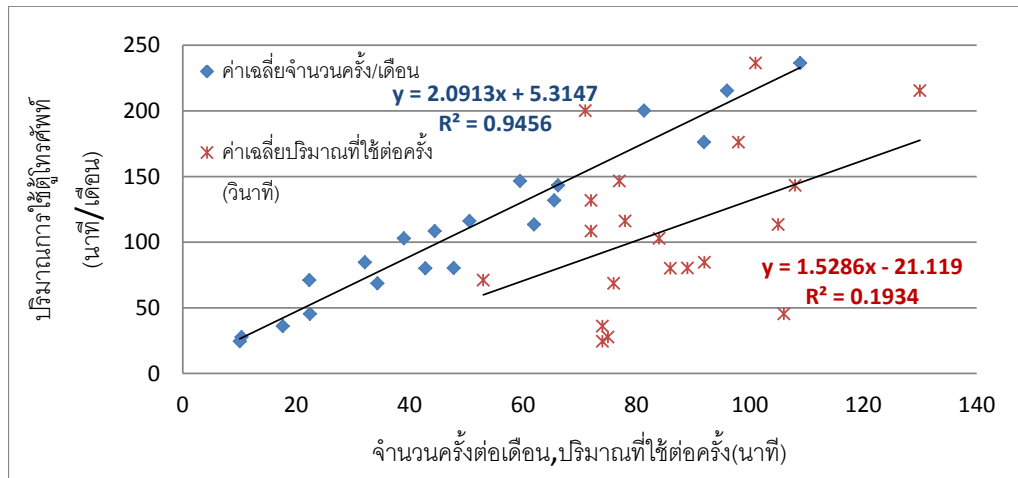
รูปที่ 4 กราฟเปรียบเทียบการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะกับเสาคือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใกล้ที่สุด



รูปที่ 5 กราฟเปรียบเทียบการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะกับเสาคือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใกล้ที่สุด



รูปที่ 6 กราฟแสดงปริมาณการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ



รูปที่ 7 กราฟเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) กับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนและค่าเฉลี่ยปริมาณที่ใช้ต่อครั้ง (นาทีก่อน)

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) กับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนและค่าเฉลี่ยปริมาณที่ใช้ต่อครั้ง (นาทีก่อน) พบว่าค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะมีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนสูงมาก แต่แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยปริมาณที่ใช้ต่อครั้ง ดังรูปที่ 6

จากรูปที่ 7 พบว่าความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) กับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของ $R^2 = 0.9456$ แสดงให้เห็นถึงเส้นแนวโน้มการแทนข้อมูลได้ดีมาก และบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างของค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) กับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนมีความสัมพันธ์กันสูงมาก แต่กลับพบว่าความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) กับค่าเฉลี่ย

ปริมาณที่ใช้ต่อครั้ง (นาทีก่อน) มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของ $R^2 = 0.1934$ แสดงให้เห็นถึงเส้นแนวโน้มการแทนข้อมูลได้ไม่ดี หรือแทบจะไม่สามารถใช้แนวโน้มแทนข้อมูลได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ (นาทีก่อน) ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยปริมาณที่ใช้ต่อครั้ง (นาทีก่อน) การวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ต่อครั้งของแต่ละโทรศัพท์ ไม่มีความแตกต่างกัน

กลุ่มที่ 5 วิเคราะห์ SWOT ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการขยายสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS ให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 4 ได้วิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะ ซึ่งการใช้งานโทรศัพท์สาธารณะจัดเป็นอุปสงค์การติดต่อสื่อสาร และผลการวิเคราะห์ตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 5 แสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ที่ยังคงมีอยู่ในหลาย ๆ พื้นที่ และอุปสงค์

การติดต่อสื่อสารสามารถเพิ่มขึ้นตามอุปทานที่เอื้อต่อการให้บริการ สิ่งเหล่านี้สามารถสนับสนุนโอกาสที่จะเพิ่มรายได้ขององค์กร โดยการขยายสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปในพื้นที่ที่มีอุปสงค์การติดต่อสื่อสาร และในตอนที่ 5 ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ SWOT ในการวิเคราะห์สถานะขององค์กรฯ เพื่อหาจุดเด่นที่ทำให้องค์กรฯ สามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

กลุ่มที่ 6 พยากรณ์ปริมาณการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับติดตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยนำปริมาณการใช้ตู้โทรศัพท์สาธารณะในพื้นที่ที่สามารถใช้เสาเครือข่ายร่วมได้มาคิดรวมกัน และแสดงลำดับพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามปริมาณพยากรณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ตามสมการ

$$y = 38.783x + 630.01$$

โดย

y แทนปริมาณพยากรณ์การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

x แทนปริมาณการใช้ตู้โทรศัพท์สาธารณะ

4 สรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะในจังหวัดพัทลุง โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดพัทลุงวิเคราะห์

พฤติกรรมการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะในพื้นที่ที่ยังไม่มีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจเลือกพื้นที่ในการตั้งเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดพัทลุง เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการเลือกพื้นที่ที่จะขยายเขตการให้บริการ หรือเลือกพื้นที่ที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับลูกค้าในจังหวัดพัทลุง โดยหลังจากรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องด้วยคอมพิวเตอร์พบว่า

4.1 พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ มีปริมาณการใช้บริการเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ 11-92 นาทีต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ของตู้โทรศัพท์สาธารณะ ทั้งหมด แต่เมื่อพิจารณาการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะ โดยแบ่งกลุ่มตามระยะการจัดที่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่ากลุ่มของตู้โทรศัพท์สาธารณะที่มีการใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด คือ กลุ่มตู้โทรศัพท์ที่อยู่ห่างจากเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1,501-5,000 เมตร แต่อย่างไรก็ตามค่าเฉลี่ยการใช้งานต่อเดือนของตู้โทรศัพท์ทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด

4.2 ปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจหรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $R^2 = 0.7078$ แสดงถึงแนวโน้มการแทนข้อมูลได้ค่อนข้างดี ตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต้นค่อนข้างสูง และจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการหรือสัมประสิทธิ์

การถดถอยเท่ากับ 38.783 แสดงให้เห็นว่าหากปริมาณการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะเพิ่มขึ้น 1 เท่า จะทำให้ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น 38.783 เท่า อาจเป็นไปได้ว่าตู้โทรศัพท์สาธารณะมีข้อจำกัดของการใช้งานมากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ผู้ใช้บริการจะต้องเดินทางมายังจุดให้บริการเท่านั้น นอกจากนี้จากข้อมูลการใช้งานตู้โทรศัพท์โดยเฉลี่ยมีปริมาณการใช้งานส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะตู้โทรศัพท์ไม่มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ผู้ใช้บริการจะต้องเดินทางมายังจุดให้บริการเท่านั้น จุดที่ให้บริการบางจุดอาจจะไม่เอื้อต่อการเดินทาง เช่น ไม่อยู่ในแหล่งชุมชน เป็นต้น ตู้โทรศัพท์ส่วนใหญ่ตั้งอยู่กลางแจ้งทำให้ภายในตู้มีอุณหภูมิค่อนข้างสูงทำให้ผู้ใช้บริการต้องกระชับเวลาในการสนทนา และจากการสอบถามจากแหล่งข้อมูล พบว่าเมื่อตู้โทรศัพท์ชำรุดจนไม่สามารถให้บริการได้ จะต้องใช้เวลาานานกว่าจะมีเจ้าหน้าที่เข้ามาซ่อมแซมจนให้กลับมาอยู่ในสถานะให้บริการได้ตามปกติ ปัจจัยเหล่านี้มีผลให้ตู้โทรศัพท์ส่วนใหญ่มีปริมาณการใช้งานอยู่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด และเนื่องจากผู้วิจัยศึกษาข้อมูลการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS เท่านั้น จึงมีผลทำให้ผู้วิจัยวิเคราะห์พฤติกรรมการเปลี่ยนการใช้งานจากตู้โทรศัพท์สาธารณะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ครบถ้วน เพราะในบางพื้นที่อาจมีเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นเปิดให้บริการก่อนเสาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถยืนยันสาเหตุการลดลงของการใช้งานตู้โทรศัพท์สาธารณะก่อนมีเสาเครือข่าย

โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS และจะต้องประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย เช่น เศรษฐกิจ ศาสนา การเมือง และสังคมของจังหวัดนั้น ๆ เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีความแตกต่างกันตามพื้นที่และส่งผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556). **วิเคราะห์ตลาดโทรคมนาคม รายงานสภาพตลาดบริการโทรคมนาคม**, 19 กันยายน 2556.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2555). **สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน**, 19 กันยายน 2556.
- Pornsakulvanich, V., & Dumrongsiri, N. (2552). **อิทธิพลทางวัฒนธรรมและทัศนคติที่มีผล ต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 29(2), 1-20.
- Angsana A. Techatassanasoontorn a, Robert J. Kauffman. (2013). **Examining the Growth of Digital Wireless Phone Technology: A Take-off Theory Analysis**, Telecommunications Policy, 2013
- Bhavnani, A., Won-Wai Chiu, R., Janakiram, S., & Silarszky, P. (2008). **The Role of Mobile Phones in Sustainable Rural Poverty Reduction**. Retrieved September 19, 2013, from World Bank Website: http://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/The_Role_of_Mobile_Phones_in_Sustainable_Rural_Poverty_Reduction_June_2008.pdf
- International Telecommunication Union. (2013). **ICT facts and Figures 2013**, Retrieved September 19, 2013, from ITU Website: <http://www.itu.int/en/ITUUD/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>
- Kalba, K. (2008). **The Adoption of Mobile Phones in Emerging Markets: Global Diffusion and the Rural Challenge**. International Journal of Communication, 2, 631-661.
- Oestmann S. (2003). **Mobile Operators: Their Contribution to Universal Service and Public Access**. Retrieved September 11, 2013, from Intelecon Research & Consultancy Ltd. Website: <http://www.inteleconresearch.com/pdf/mobile%20%26%20us%20-%20for%20rru.pdf>
- Potongsangarun, R., Worasesthaphong, T., Taveechat, O., & Somkane S. (2012). **Factors Influencing Decision to Subscribe Mobile Phone Services**. Procedia Social and Behavioral Sciences, 40, 473 - 477.

- Sinha, C. (2005). **Effect of Mobile Telephony on Empowering Rural Communities in Developing Countries**. Conference on Digital Divide, Global Development and the Information Society, 14-16 November 2005, International Research Foundation for Development (IRFD)
- Srinuan, C., Srinuan, P., & Bohlin, E. (2012). **An Analysis of Mobile Internet Access in Thailand: Implications for Bridging the Digital Divide**. *Telematics and Informatics*, 29(3), 254-262.
- Tengtrakul, P., & Jon M, Peha. (2012). **Access to and Penetration of ICT in rural Thailand**. *Telecommunications Policy*, 35(2), 141-155.
- 

010



จากวันนั้น ... ถึงวันนี้ ของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบ กิจการโทรคมนาคมไทย

อัญชลี เจริญศรี

บทคัดย่อ

บทความนี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของการกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทย โดยเป็นการวิเคราะห์และเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมในยุคของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) จากประกาศเรื่องค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของ กทช. ทุกฉบับ กับค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ

โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ยังมีการเปรียบเทียบหลักการกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยกับต่างประเทศ รวมถึงประเทศตัวอย่างในกลุ่มอาเซียน ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของไทยในปัจจุบันมีความเหมาะสมและทันสมัย

ความเป็นมา จากวันนั้น....

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 (พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2543) มาตรา 51(5) ได้กำหนดให้คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข ค่าตอบแทนหรือค่าธรรมเนียมการอนุญาต และตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 มาตรา 11 วรรคสาม ได้กำหนดไว้ว่า “การกำหนดอัตราและหลักเกณฑ์ของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ให้คณะกรรมการคำนึงถึงแบบใบอนุญาต รายจ่ายในการกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคมอันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้”

จากบทบัญญัติของกฎหมายทั้งสองฉบับข้างต้น กทช. ได้ออกประกาศเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมใบอนุญาตหลายฉบับ โดยได้มีการทบทวนเพื่อปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตลอดมา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมการแข่งขัน ลดอุปสรรค การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ และลดภาระของผู้รับใบอนุญาต ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ให้บริการมีภาระค่าใช้จ่ายบริการที่ลดลงเนื่องจากการที่ต้นทุนในการกำกับดูแลที่ผู้รับใบอนุญาตต้องรับภาระมีจำนวนที่ลดลง

ประกาศ กทช. เกี่ยวกับค่าธรรมเนียมใบอนุญาต มีทั้งหมดจำนวน 7 ฉบับ ดังนี้

1. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว
 2. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550
 3. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2552
 4. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต
 5. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต พ.ศ. 2551
 6. ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552
 7. ประกาศ กทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การหักค่าลดหย่อนรายได้ก่อนการคำนวณค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่สาม และใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่สาม
- ประกาศ กทช. ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 6 ข้างต้น มีการปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตลงตลอดมา สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมตามประกาศ กทช. ฉบับต่างๆ

แบบใบอนุญาต	ประเภทค่าธรรมเนียม	อัตราค่าธรรมเนียม		
		ประกาศ กทช. ฉบับ 1 ¹	ประกาศ กทช. ฉบับ 2 ²	ประกาศ กทช. ฉบับ 3 ³
แบบที่ 1	(ก) ค่าดำเนินการคำขอใบอนุญาต (บาท)	5,000.-	คงเดิม	คงเดิม
	(ข) ค่าธรรมเนียมรายปี (บาท)	20,000.-	คงเดิม	คงเดิม
แบบที่ 2 ที่ไม่มีโครงข่าย	(ก) ค่าดำเนินการคำขอใบอนุญาต (บาท)	10,000.-	คงเดิม	คงเดิม
	(ข) ค่าธรรมเนียมรายปี (บาท)	25,000.-	คงเดิม	คงเดิม
แบบที่ 2 ที่มีโครงข่าย	(ก) ค่าดำเนินการคำขอใบอนุญาต (บาท)	25,000.-	คงเดิม	คงเดิม
	(ข) ค่าธรรมเนียมรายปี (บาท)	250,000.-	คงเดิม	คงเดิม
แบบที่ 3	(ก) ค่าดำเนินการคำขอใบอนุญาต (บาท)	500,000.-	คงเดิม	คงเดิม
	(ข) ค่าธรรมเนียมรายปี	ร้อยละ 3 ของรายได้จากการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต	ร้อยละ 2.5 ของรายได้จากการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต	ร้อยละ 2 ของรายได้จากการประกอบกิจการโทรคมนาคมของผู้รับใบอนุญาต
	(ค) ค่าต่ออายุใบอนุญาต (บาท)	500,000.-	คงเดิม	คงเดิม

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าประกาศของ กทช. แต่ละฉบับข้างต้นมีการปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่ 3 ลงเรื่อยๆ

¹ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว

²ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550

³ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2552

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตตามประกาศ กทช. ฉบับต่างๆ

แบบใบอนุญาต	ประเภทค่าธรรมเนียม	อัตราค่าธรรมเนียม				
		ประกาศ กทช. ฉบับ 4 ⁴	ประกาศ กทช. ฉบับ 5 ⁵	ประกาศ กทช. ฉบับ 6 ⁶		
แบบที่ 1	(ก) ค่าดำเนินการ (บาท)	5,000.-	5,000.-	5,000.-		
	(ก) ค่าจัดทำและนำส่งใบอนุญาต (บาท)	1,000.-	-	-		
	(ก) ค่าทำสำเนาใบอนุญาต (บาท/ใบ)	500.-	-	-		
	(ก) ค่าอนุญาตปีแรก (บาท)	25,000.-	-	-		
	(ก) ค่าอนุญาตสำหรับปีต่อไป (บาท)	20,000.-	-	-		
	(ก) ค่าธรรมเนียมรายปี		20,000.-	20,000.-		
			แบบที่ 2 ที่ไม่มี โครงข่าย	แบบที่ 2 ที่มี โครงข่าย	แบบที่ 2 ที่ไม่มี โครงข่าย	แบบที่ 2 ที่มี โครงข่าย
แบบที่ 2	(ก) ค่าดำเนินการ (บาท)	10,000.-	10,000.-	10,000.-	10,000.-	10,000.-
	(ก) ค่าจัดทำและนำส่งใบอนุญาต (บาท)	1,000.-	-	-	-	-
	(ก) ค่าทำสำเนาใบอนุญาต (บาท/ใบ)	500.-	-	-	-	-
	(ก) ค่าอนุญาตแรกเข้า (บาท)	250,000.-	-	-	-	-
	(ก) ค่าอนุญาตรายปี (บาท)	ร้อยละ 3 ของรายได้ ก่อนหักค่าใช้จ่าย	25,000.-	250,000.-	25,000.-	250,000.-
แบบที่ 3	(ก) ค่าดำเนินการ (บาท)	10,000.-	10,000.-	10,000.-		
	(ก) ค่าจัดทำและนำส่งใบอนุญาต (บาท)	1,000.-	-	-		
	(ก) ค่าทำสำเนาใบอนุญาต (บาท/ใบ)	500.-	-	-		
	(ก) ค่าอนุญาตแรกเข้า (บาท)	500,000.-	-	-		
	(ก) ค่าอนุญาตรายปี	ร้อยละ 5 ของรายได้ ก่อนหักค่าใช้จ่าย	ร้อยละ 2.5 ของรายได้ ก่อนหักค่าใช้จ่าย	ร้อยละ 2 ของรายได้ ก่อนหักค่าใช้จ่าย		

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าได้มีการยกเลิกค่าธรรมเนียมหลายประเภท และมีการปรับลดค่าอนุญาตรายปีของใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม

⁴ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต

⁵ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต พ.ศ. 2551

⁶ประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552

....ถึงวันนี้

ต่อมาพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553) ได้ให้อำนาจแก่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในการกำหนดค่าธรรมเนียมการอนุญาตไว้ในมาตรา 27(6) และมาตรา 45 วรรคสาม โดยมาตรา 45 วรรคสามได้กำหนดว่า

“...ให้ กสทช. มีอำนาจกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และค่าธรรมเนียม ซึ่งต้องชำระเป็นรายปี โดยคำนึงถึงรายจ่ายในการกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และการกำกับดูแลการประกอบกิจการอย่างมีประสิทธิภาพในอัตรารวมทั้งสิ้นไม่เกินร้อยละสองของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายของผู้รับใบอนุญาตและให้นำส่งค่าธรรมเนียมดังกล่าวเป็นรายได้ของสำนักงาน กสทช. ...”

ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติของ พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 กสทช. จึงออกประกาศ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม 2555 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ ส่งเสริมให้เกิดการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ส่งเสริมให้ผู้รับใบอนุญาตขนาดกลางและขนาด

ย่อมสามารถแข่งขันได้ในตลาด และลดภาระของทั้งผู้รับใบอนุญาตและผู้ให้บริการ

ทั้งนี้ ประกาศ กสทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม มีสาระสำคัญแตกต่างจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประกาศของ กทช. สรุปได้ดังนี้

1. อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประกาศของ กสทช. แบ่งตามแบบใบอนุญาต (แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3) โดยมีได้แบ่งออกเป็นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตเหมือนเช่นตามประกาศ กทช. เดิม

2. มีการปรับลดค่าดำเนินการคำขอใบอนุญาต และค่าธรรมเนียมต่ออายุใบอนุญาตลง

3. มีการยกเลิกอัตราค่าธรรมเนียมรายปีที่เป็นจำนวนเงินคงที่ตามประกาศของ กทช. โดยเปลี่ยนมาเป็นอัตราร้อยละที่เพิ่มขึ้นตามฐานรายได้ของผู้รับใบอนุญาต (อัตราก้าวหน้า) โดยยึดหลักการเช่นเดียวกับการเก็บภาษี และใช้กับทุกแบบใบอนุญาตทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้รับใบอนุญาตทุกแบบมากยิ่งขึ้น

4. มีการปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีตามประกาศของ กทช. ลง โดยมีการกำหนดอัตราร้อยละขั้นต่ำและขั้นสูงไว้ ทั้งนี้ เพื่อลดภาระของผู้รับใบอนุญาต

5. รายได้ของผู้รับใบอนุญาตที่นำมาคำนวณค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีตามประกาศของ กสทช. เป็นรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย โดยไม่สามารถหักค่าลดหย่อนใดๆ

6. มีการปรับเปลี่ยนค่าธรรมเนียมเพิ่ม

ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตไม่ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต หรือชำระไม่ครบถ้วนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

7. มีการปรับเปลี่ยนระยะเวลาการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีจากเดิมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3 ซึ่งมีกำหนดระยะเวลาการชำระค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน (ตามประกาศ กทช. กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมแบบที่ 1 และแบบที่ 2 ชำระค่าธรรมเนียมรายปี ปีละครั้ง ในวันที่ 31 มกราคมของทุกปี ส่วนผู้รับใบอนุญาตแบบที่ 3 ชำระค่าธรรมเนียมรายปี ปีละ 2 ครั้ง คือ วันที่ 31 มกราคม และวันที่ 31 กรกฎาคมของทุกปี สำหรับค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่ 1 และแบบที่ 2 ตามประกาศ กทช. กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตชำระ

ค่าธรรมเนียมรายปี ปีละครั้ง โดยชำระล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วันก่อนวันครบกำหนดรอบปีที่ได้รับอนุญาตของแต่ละปี ส่วนผู้รับใบอนุญาตแบบที่ 3 ให้ชำระค่าธรรมเนียมปีละครั้ง ภายใน 30 วันนับแต่ได้มีการรับรองบัญชี โดยผู้ตรวจสอบบัญชีตามกฎหมาย) มาอยู่บนพื้นฐานเดียวกันทุกแบบใบอนุญาต โดยกำหนดให้ชำระปีละครั้ง กล่าวคือ ผู้รับใบอนุญาตทุกแบบจะต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวัน นับจากวันสิ้นรอบระยะเวลาบัญชี ทั้งนี้ เพื่อให้มีการตรวจสอบรับรองงบการเงินประจำปีของผู้รับใบอนุญาตก่อนการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมปรากฏตามตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 แสดงอัตราค่าดำเนินการขอใบอนุญาต และอัตราค่าธรรมเนียมต่ออายุใบอนุญาต ตามประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม

แบบใบอนุญาต	รายได้จากการประกอบกิจการโทรคมนาคม	อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาต (ร้อยละ)
แบบที่ 1 แบบที่ 2 แบบที่ 3 (แต่ละแบบ)	0 ถึง 100 ล้านบาท เกิน 100 ล้านบาท ถึง 500 ล้านบาท เกิน 500 ล้านบาท ถึง 1,000 ล้านบาท เกิน 1,000 ล้านบาทขึ้นไป	ร้อยละ 0.25 ร้อยละ 0.5 ร้อยละ 1.0 ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปี ตามประกาศ กทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม

แบบใบอนุญาต	อัตราค่าธรรมเนียม	
	ค่าดำเนินการค่าขอใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียมต่ออายุใบอนุญาต
แบบที่ 1	5,000 บาท	-
แบบที่ 2 ที่ไม่มีโครงข่าย	5,000 บาท	-
แบบที่ 2 ที่มีโครงข่าย	10,000 บาท	-
แบบที่ 3	10,000 บาท	10,000 บาท

การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการ โทรคมนาคมของไทยกับต่างประเทศ

ตารางที่ 5 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตในประเทศต่าง ๆ

Country	Annual non Spectrum Related Fees	Fee Type	Licence Types/Services
Algeria	10% of turnover	Revenue sharing	VoIP
Armenia	USD 1,887 USD 943 USD 189	Annual licensing fee Annual licensing fee Annual licensing fee	Provision of voice telephony services Provision of telegraphy services Provision of data (including Internet services)
Australia	Less than \$1,000 plus a variable amount based on the carrier's revenue	Annual fee and revenue sharing	Carrier licence
Bahrain	1% of gross annual revenues attributable to licensed activities	Revenue sharing	Individual Mobile Telecommunications Services Licence, Individual Paging Services Licence, Individual VSAT Licence, Individual Public Mobile Radio Service Licence, International Telecommunications Facility Licence, International Telecommunications Services Licence, Individual National Fixed Services Licence, National Fixed Wireless Services Licence, Value Added Services Licence, ISP Licence, Internet Exchange Services Licence.
Belgium	EUR 24,300	Annual fee	Electronic communications public network licence for an operator with significant market power (SMP)
	EUR 12,150	Annual fee	Electronic communications public network licence for an operator without SMP
	EUR 24,300	Annual fee	Public telephone services for an operator with SMP
	EUR 12,150	Annual fee	Public telephone services for an operator without SMP
Bulgaria	0.4% of gross annual revenues (plus fees for numbering resources)	Revenue sharing	Public telecommunication network and provision of telecommunications services

ตารางที่ 5 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตในประเทศต่าง ๆ (ต่อ)

Country	Annual non Spectrum Related Fees	Fee Type	Licence Types/Services
Gabon	4% of turnover	Revenue sharing	Mobile telephone operator licence
India	6% - 10% of annual gross revenues	Revenue sharing	Basic Services, Cellular Mobile Service Provider, Unified Access Service License (SIC)
	10% of annual gross revenues	Revenue sharing	VSAT, National Long Distance, International Long Distance
Jordan	Up to 1%	Revenue sharing	Public Telecommunications (Individual Licences and General Authorizations)
Kenya	0.5% of turnover	Revenue sharing	Domestic Fixed Network, Mobile Operators, Data Carrier Network Operators, GMPSC Service Provider
	USD 2,857.10	Annual fee	Local Loop
	USD 1,492.54	Annual fee	Internet Exchange Points
	USD 1,428.60	Annual fee	Internet Service Provider, Value Added Services
	NIL	Not applicable	GMPSC Satellite Operators
Kyrgyzstan	0.25% of turnover	Revenue sharing	Fixed Local Services, Fixed Domestic and International Long distance Services, Mobile Cellular Communications, Paging Services, Fixed Satellite Services, Mobile Satellite Services, Data Services, Radio Trunked Services, Radiosignalling (SIC), Telematics (SIC), Ethereal spreading of teleprogramm (SIC), Ethereal spreading of radioprogramm (SIC)
Latvia	0.2% of net turnover	Revenue sharing	All general authorizations for electronic communications service providers and network providers
Malawi	USD 100,000	Annual fee	Mobile licence
	USD 150,000	Annual fee	Fixed licence
	USD 1,000	Annual fee	VSAT licence
	USD 30,000	Annual fee	International Gateway licence

ตารางที่ 5 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตในประเทศต่าง ๆ (ต่อ)

Country	Annual non Spectrum Related Fees	Fee Type	Licence Types/Services
Montenegro	1% of total income	Revenue sharing	Fixed local services, Fixed domestic long distance services, Fixed international long distances, Mobile local services, Mobile domestic long distance services, Mobile international services, Paging services, Internet services, VoIP services, Public pay phone services, WiMAX
Pakistan	0.50% of annual gross revenue, plus spectrum charges, where applicable	Revenue sharing	Data Class Value Added Service Licence, Voice Class Value Added Services Licence, Fixed Local Loop, International Long Distance, Infrastructure Licence, Cellular Mobile (CMT) Licence, Wireless Local Loop, Tower Licence
Samoa	Generally, 2% of gross revenue	Revenue sharing	Fixed, Cellular, ISP, and Carrier Licences
St. Lucia	3% of gross revenue	Revenue sharing	Fixed Public Network and Services, Public Mobile Network and Services, Internet Network and Services, Public Radio and Paging, Full ISP, and Value Added Service
Uganda	USD 1,000 USD 500 USD 2,000	Annual fee Annual fee Annual fee	Commercial VSAT terminal Private VSAT International data gateway

ที่มา: <http://www.ictregulationtoolkit.org/en/toolkit/notes/practiceNote/3111>

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีของประเทศต่างๆ จากตัวอย่างทั้งหมด 18 ประเทศ แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ (1) การเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่คงที่ หรือ (2) การเก็บค่าธรรมเนียมเป็นอัตราร้อยละที่คงที่ของรายได้ ซึ่งทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าวเป็นแนวคิดเช่นเดียวกับอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประกาศ กทช. ทั้งนี้ ประเทศส่วนใหญ่เก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเป็นอัตราร้อยละของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย แต่มีเพียง

ประเทศเดียวที่เก็บเป็นอัตราร้อยละของรายได้สุทธิ คือ ประเทศ Latvia จะเห็นได้ว่าจากประเทศตัวอย่างยังไม่มีประเทศใดที่นำหลักการการเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราก้าวหน้าตามหลักการของการเก็บภาษีซึ่งเป็นหลักการที่สร้างความเป็นธรรม และลดภาระของผู้รับใบอนุญาตมากยิ่งขึ้นมาใช้อย่างไรก็ตาม ข้อมูลตามตารางที่ 5 เป็นข้อมูลของปี ค.ศ. 2007 ซึ่งปัจจุบันอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ประกอบกิจการโทรคมนาคม ของไทยกับตัวอย่างประเทศใน กลุ่มอาเซียน

เนื่องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015 ดังนั้น จึงจำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องติดตามแนวคิดในการกำหนดค่าธรรมเนียม

ใบอนุญาตของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศสมาชิก เพื่อการศึกษาเรียนรู้ ทั้งนี้ ในบทความนี้จะทำการศึกษาเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศที่เหมาะสมเพียง 3 ประเทศเท่านั้น ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน

อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน ปรากฏตามตารางที่ 6 7 และ 8 ตามลำดับ

FBO and SBO Licence Fee Revisions

ตารางที่ 6 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศสิงคโปร์ ซึ่งแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภท คือ FBO (Facilities-Based Operator Licence) และ SBO (Services-Based Operator Licence)

FBO Licence	Current Licence Fee Structure	Revised Licence Fee Structure (Effective from the start of licensee's financial year in 2013)	
FBO designated as public telecommunication licensees	Annual fee: 1% annual gross turnover ("AGTO"), subject to a minimum of S\$250,000 per year	Annual fee:	
		First S\$50 million in AGTO	S\$200,000
		Next S\$50-S\$100 million in AGTO	0.8% AGTO
		Above S\$100 million in AGTO	1% AGTO
- Terrestrial telecommunication networks for telecommunication purpose - Public cellular mobile telephone services	Annual Fee: 1% AGTO, subject to a minimum of S\$100,000 per year	Annual fee:	
		First S\$50 million in AGTO	S\$80,000
		Next S\$50-S\$100 million in AGTO	0.8% AGTO
		Above S\$100 million in AGTO	1% AGTO
- Public radio paging services - Public mobile data services - Public trunked radio services	Annual fee: 1% AGTO, subject to a minimum of S\$1,200 per year	Annual fee:	
		First S\$50 million in AGTO	S\$80,000
		Next S\$50-S\$100 million in AGTO	0.8% AGTO
		Above S\$100 million in AGTO	1% AGTO
- Terrestrial telecommunication network for broadcasting purpose only - Satellite uplink/downlink for broadcasting purpose	Annual fee: S\$5,000	No change	

FB0 and SB0 Licence Fee Revisions

ตารางที่ 6 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศสิงคโปร์ ซึ่งแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภท คือ FB0 (Facilities-Based Operator Licence) และ SB0 (Services-Based Operator Licence) (ต่อ)

SBO to be individually licensed	Current Licence Fee Structure	Revised Licence Fee Structure* (Effective from the start of licensee's financial year in 2013)			
		1 st effective year		2 nd effective year	
• SBO (Individual)	Annual fee: S\$5,000	Annual fee:		Annual fee:	
		First S\$50 million in AGTO	S\$4,000	First S\$50 million in AGTO	S\$4,000
		Next S\$50-S\$100 million in AGTO	0.25% AGTO	Next S\$50-S\$100 million in AGTO	0.5% AGTO
		Above S\$100 million in AGTO	0.4% AGTO	Above S\$100 million in AGTO	0.8% AGTO
• Live audiotex services only	S\$200 every five-yearly	No Change			

*The revised licence fee framework will take effect in a phased approach, as indicated in the table.

Note: SB0(Class) licensees will not be affected by this revision of licence fee

ที่มา : <http://www.ida.gov.sg>

ตารางที่ 7 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศมาเลเซีย ซึ่งแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภท คือ Individual Licence และ Class Licence

Type of Fee	Type of Licence	
	Individual Licence	Class Licence
a. Application fee (non refundable)	RM10,000	
b. Approved fee	RM50,000	
c. Annual fee	0.5% of gross annual turnover or RM50,000.- whichever is higher	
d. Registration fee		RM2,500 for a one-year registration

ที่มา : <http://www.skmm.gov.my>

ตารางที่ 8 แสดงอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมของประเทศบรูไน ซึ่งแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภทคือ Infrastructure Provider Licence (InTi) และ Service Provider Licence (SeTi)

Licence	Infrastructure Provider for the Telecommunication Industry (InTi) Licence	Service Provider for the Telecommunication Industry (SeTi) Licence
Fees	Application fee is B\$10,000 per licensable activity. Plus an additional B\$10,000 application fee if frequency spectrum is needed. Periodic licence fee is 1.5% of the periodic gross turnover of the licensee subject to a minimum of B\$ 100,000 per year payable every 6 months.	Application fee is B\$5,000 per licensable activity. The periodic licence fee is 1.5% of the periodic gross turnover of the licensee subject to a minimum of B\$5,000 per year.

ที่มา : <http://www.aiti.gov.bn>

จากตารางที่ 6 7 และ 8 ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจุบันประเทศมาเลเซีย และ ประเทศบรูไนมีหลักการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเช่นเดียวกับค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของ กทช. กล่าวคือ คิดค่าธรรมเนียมรายปีเป็น อัตราร้อยละที่คงที่ของรายได้ ส่วนประเทศ สิงคโปร์ก่อนมีการทบทวนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในปี ค.ศ. 2013 (ประเทศสิงคโปร์มีการ ทบทวนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตครั้งสุดท้ายในปี ค.ศ. 2001) ก็มีหลักการคิดค่าธรรมเนียมเช่นเดียวกับค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของ กทช. แต่เมื่อมีการทบทวนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตใหม่ (มีผล บังคับใช้ในปีงบประมาณ ค.ศ. 2013 ของผู้รับใบอนุญาตเป็นต้นไป) ประเทศสิงคโปร์ก็ได้เปลี่ยน มาใช้หลักการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เช่นเดียวกับตามประกาศ กทช. เรื่องค่าธรรมเนียม ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม โดย คิดเป็นอัตราร้อยละที่เพิ่มขึ้นตามฐานรายได้ของ ผู้รับใบอนุญาต แต่จะมีข้อแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย เท่านั้น คือ 1) ประเทศสิงคโปร์มีการกำหนดให้ จ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเป็นจำนวนเงินที่คงที่

สำหรับ S\$50 ล้านแรกของรายได้ และ 2) ในปีที่ 2 จะมีการปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมที่กำหนดเป็น อัตราร้อยละของรายได้ สำหรับรายได้ที่เกิน S\$50 ล้าน ขึ้นไป เฉพาะ SBO (Individual) เท่านั้น

สำหรับเจตนารมณ์ของการปรับปรุงอัตรา ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของประเทศสิงคโปร์นั้น เป็นเช่นเดียวกับของประเทศไทย กล่าวคือ เพื่อเป็นการลดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสำหรับผู้รับใบอนุญาตส่วนใหญ่ ซึ่งรวมถึงผู้รับใบอนุญาต ขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยมุ่งที่จะขยาย ขอบเขตของการส่งเสริมการแข่งขัน

บทสรุป

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีพัฒนาการของ การกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบ กิจการโทรคมนาคมมาโดยลำดับ และจะเห็น ได้ว่าหลักการและเจตนารมณ์ในการกำหนด ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของไทยครั้งล่าสุดเป็น ไปในทิศทางเดียวกัน และในระยะเวลาเดียวกัน กับการปรับปรุงค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบ กิจการโทรคมนาคมที่ใช้ในปัจจุบันของประเทศ

สิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่กล่าวได้ว่าพัฒนาที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประกาศ กสทช. เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม ปัจจุบันจะมีความเหมาะสมและทันสมัย แต่ กสทช. โดย กทค. (คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม) ก็ได้มีนโยบายที่จะทบทวนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับสภาพตลาดโทรคมนาคมมากขึ้น

ในส่วนของสำนักงาน กสทช. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จำเป็นที่จะต้องศึกษา วิเคราะห์การกำหนดค่าธรรมเนียมในการกำกับดูแลทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดค่าธรรมเนียมการอนุญาต ค่าธรรมเนียมการใช้ทรัพยากรโทรคมนาคมและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แต่ละประเภทในปัจจุบันว่ามีการกำหนดอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ เพียงใด เพื่อทำการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยศึกษาหลักการจากองค์การกำกับดูแลของต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมด้วย

บรรณานุกรม

- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543
- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544
- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมชั่วคราว (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2552
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต พ.ศ. 2551
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการอินเทอร์เน็ต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552
- ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การหักค่าลดหย่อนรายได้ก่อนการคำนวณค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการแบบที่สาม
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม

A hand holding a white remote control, pointing it at a large screen displaying a grid of various images. The screen is surrounded by a red and orange border with a pattern of small squares. The number '011' is visible in the top left corner.

ความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ หรือทีวีเรตติ้ง (TV Rating)

กัคนาวรรค์ จามะริก

บทคัดย่อ

ทีวีเรตติ้งถือได้ว่าเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่แสดงถึงพฤติกรรมการใช้บริการกิจการโทรทัศน์ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชน ช่วยให้สามารถประเมินระดับความนิยมหรือความสนใจของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการที่ออกอากาศไปแล้ว ซึ่งนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายภาคส่วน ดังนั้น การมีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องต่อตัวเลขเรตติ้งจึงถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญและความจำเป็นต่อผู้ที่ต้องการนำค่าดังกล่าวไปใช้ บทความนี้ จึงได้นำเสนอวิธีการคำนวณ การอ่านค่าและความหมายที่แท้จริงของเรตติ้งรวมทั้งวิธีการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งถือได้ว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการจัดเก็บข้อมูลที่มีความเหมาะสม ครบถ้วน รอบด้าน ย่อมส่งผลให้ตัวเลขน่าเชื่อถือและเป็น

ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ต่อภาคส่วนต่าง ๆ และจุดแข็งจุดอ่อนของทีวีเรตติ้ง รวมถึงแนวทางการจัดเก็บข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวัดเรตติ้งของไทยเพื่อรองรับสภาพอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป และเพื่อสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและอนาคต ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมถึงเป็นส่วนช่วยพัฒนาสังคมและประเทศชาติได้ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ของหน่วยงานกำกับดูแลอย่าง กสทช. ที่สามารถนำไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายกำกับดูแลการประกอบกิจการอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมได้ต่อไป

บทนำ

ด้วยสภาพอุตสาหกรรมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไปในยุคปัจจุบัน จากการที่โครงสร้างอุตสาหกรรมเกิดการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล แต่เดิมที่มีโครงสร้างพื้นฐานเป็นแบบการส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ระบบอนาล็อกในระบบภาคพื้นดินโดยสถานีโทรทัศน์ 6 สถานี 6 ช่องรายการ อย่างไรก็ตาม ด้วยความต้องการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นของประชาชน ทำให้ในช่วงเวลาที่ผ่านมานั้นประชาชนนิยมหันไปใช้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกเพื่อรับชมช่องรายการที่หลากหลายและตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้อยู่ในช่วงที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งได้เริ่มมีการให้บริการแล้ว จากการที่สำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติไปเมื่อเดือนธันวาคม 2556 จำนวน 24 ช่องรายการ และยังรวมถึงช่องรายการสาธารณะจำนวนหนึ่งที่ยังออกอากาศในบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลแล้ว

การเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากของจำนวนช่องรายการในหลายช่องทางการรับชมโทรทัศน์ของประชาชน เป็นสาเหตุให้เกิดการพัฒนาในตลาดกิจการโทรทัศน์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น เนื้อหารายการ (Content) และบริการแบบใหม่ ๆ (Interactive services) นับเป็นการเปิดโอกาส

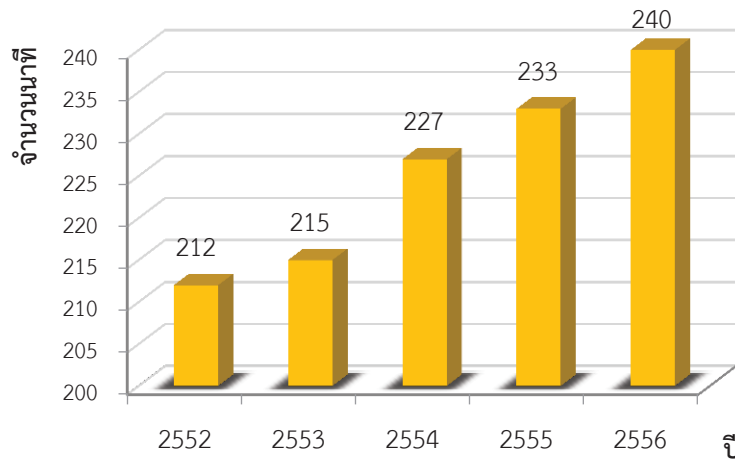
ให้ประชาชนสามารถสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีคุณภาพอย่างเท่าเทียมกันมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีบริการโทรทัศน์ให้ประชาชนได้เลือกตามความสะดวก ความเหมาะสมของที่อยู่อาศัย หรือตามความนิยมในเนื้อหา รายการเฉพาะบุคคล ทั้งฟรีทีวี (บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป) โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (ทีวีดาวเทียม) และโทรทัศน์ทางสาย (เคเบิลทีวี)

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของประชาชน และมูลค่าการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์¹

บริการโทรทัศน์นั้นถือได้ว่ามีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตประชาชนเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารสาระ บันเทิงต่าง ๆ ได้โดยง่ายผ่านทางรายการโทรทัศน์ ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่านมาจากข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 -2556 พบว่า ประชาชนไทยมีการรับชมโทรทัศน์มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยในระยะเวลา 5 ปี มีการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ยต่อวันสูงขึ้นร้อยละ 13.2 ซึ่งล่าสุดในปี 2556 พบว่าประชากรไทยมีการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ย 240 นาทีต่อวัน² หรือวันละ 4 ชั่วโมง และสื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่มีอัตราการเข้าถึงครัวเรือนประชาชน (Household Penetration) สูงที่สุดถึงร้อยละ 98.75 รองลงมาคือ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์

¹ จากการเก็บข้อมูลของ Nielsen

² จากการเก็บข้อมูลของ Nielsen จากผู้รับชมโทรทัศน์ในทุกช่องทาง (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี) โดยเป็นการเก็บข้อมูลจากประชากรอายุตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป ปี 2556 จำนวน 64.61 ล้านคน



ภาพแสดงจำนวนนาทีกการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ยต่อวันของประชากรไทยปี 2552 - 2556

สื่อ	%การเข้าถึง*
โทรทัศน์	98.75
วิทยุ	32.17
สื่อสิ่งพิมพ์	17.75
อินเทอร์เน็ต	27.38

* สํารวจจากกลุ่มประชากรอายุ 12 ปีขึ้นไป

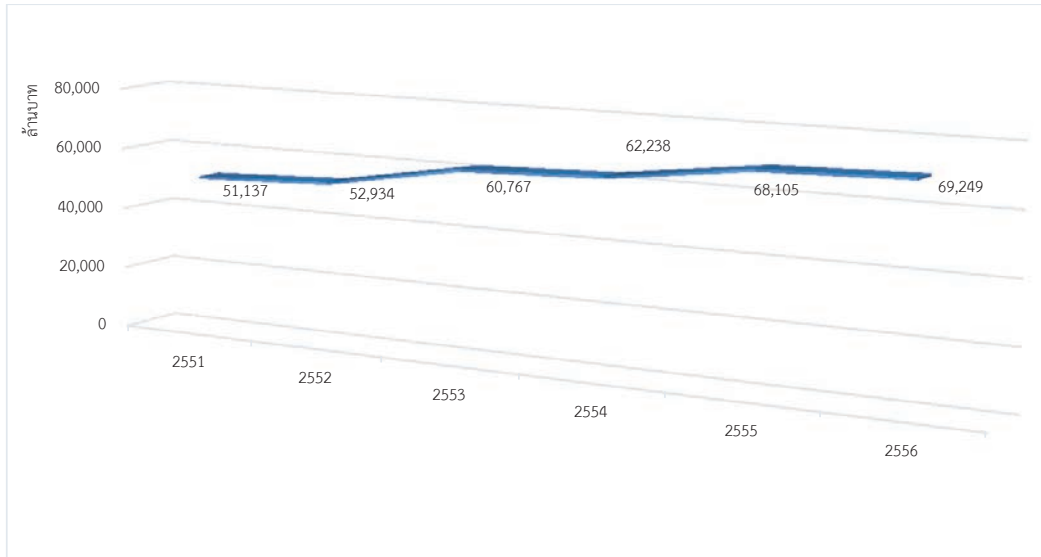
ตารางแสดงการเข้าถึงครัวเรือน (ร้อยละ) ของสื่อประเภทต่าง ๆ ปี 2556

นอกจากนี้ ในปี 2556 พบว่า สื่อทุกประเภทมีการใช้บโฆษณารวมทั้งหมดกว่าแสนล้านบาท และเป็นที่แน่นอนว่าสื่อที่ใช้บโฆษณามูลค่าสูงที่สุดก็คือกิจการโทรทัศน์ อยู่ที่ประมาณ 69,250 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60.2 ของมูลค่าการโฆษณาในสื่อทั้งหมด รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์และนิตยสาร) 20,780 ล้านบาท โรงภาพยนตร์ 7,520 ล้านบาท วิทยุ (คลื่นหลักในกรุงเทพและปริมณฑล) 6,320 ล้านบาท และสื่ออื่นๆ 11,160 ล้านบาท โดยกิจการโทรทัศน์นั้นมีมูลค่าการโฆษณาที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีจากข้อมูลย้อนหลัง พบว่า การใช้จ่ายบประมาณ

ในการโฆษณาทางโทรทัศน์สูงขึ้นถึงร้อยละ 35.42 ภายในระยะเวลา 6 ปี (พ.ศ. 2551 - 2556)

จากพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ที่เพิ่มมากขึ้นของประชาชน รวมถึงการเข้าถึงบริการโทรทัศน์ที่สูงขึ้น จึงอาจเป็นผลทำให้บริการโทรทัศน์เป็นช่องทางที่เหมาะสมแก่การโฆษณา เนื่องจากสามารถผ่านสายตาประชาชนได้เป็นจำนวนมากทั่วประเทศ ส่งผลให้บค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทางรายการโทรทัศน์ของสินค้าและบริการต่างๆ นั้นเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี

การที่บริการโทรทัศน์มีอัตราการเข้าถึงสูงแทบจะทุกครัวเรือน อย่างน้อยหนึ่งเครื่องต่อ



ภาพแสดงมูลค่าการโฆษณาทางโทรศัพท์ของประเทศไทย ปี 2551 - 2556

หนึ่งหลังคาเรือน เรียกได้ว่ากิจกรรมการรับชมโทรทัศน์นั้นถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชาชนก็ว่าได้ และในแต่ละวันจะต้องมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์บ้างไม่มากก็น้อย อีกทั้งความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่พัฒนาให้คนสามารถรับชมโทรทัศน์ผ่านทางช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งจากอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการโทรทัศน์จึงเป็นช่องทางหลักหนึ่งในการเข้าถึงชีวิตของประชาชนได้โดยง่าย รายการโทรทัศน์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย เกิดการแข่งขันในตลาดรายการโทรทัศน์ ทำให้ในปัจจุบันมีเนื้อหารายการที่หลากหลาย และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นทั้งในด้านคุณภาพของเนื้อหา รายการและคุณภาพของวิธีการถ่ายทำ อย่างไรก็ตาม ก็มีสิ่งที่เกิดควบคู่กันไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นคือ การที่บริการโทรทัศน์ถูกใช้เป็นช่องทางหลักหนึ่งในการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

ซึ่งในความเป็นจริง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็มีความต้องการให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มาซื้อช่วงโฆษณาในรายการตนเอง เพราะถือเป็นรายได้จากการทำรายการ ในทางตรงกันข้ามเจ้าของสินค้าและบริการต่าง ๆ ก็จะเลือกลงโฆษณาในประเภทรายการที่มีกลุ่มผู้ชมหรือตรงกับกลุ่มเป้าหมายในสินค้าและบริการของตน รวมถึงเป็นรายการที่มีผู้ชมจำนวนมาก หรือเป็นที่นิยมของประชาชน

เป็นที่แน่นอนว่า จำนวนผู้ชมมีผลโดยตรงต่อผลสำเร็จของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนั้นแม้ว่าจะเกิดรายการโทรทัศน์ขึ้นเป็นจำนวนมากในตลาดแต่นั้นก็ไม่ได้หมายความว่า รายการหรือทุกช่องรายการจะสามารถอยู่รอดได้ เมื่อรายการถูกผลิตโดยภาคเอกชนซึ่งเป็นรายการธุรกิจที่ต้องการผลกำไรในการประกอบกิจการในการผลิตรายการบางประเภทนั้นมีต้นทุนค่อนข้าง

สูง เช่น ละคร สารคดี หรือเกมโชว์ต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเช่าช่วงเวลาออกอากาศกับทางสถานีโทรทัศน์ ดังนั้น หากรายการผลิตออกมาแล้วมีผู้ชมน้อยหรือไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ก็อาจส่งผลให้เจ้าของสินค้าหรือบริการไม่มาซื้อช่วงโฆษณาในเวลาการออกอากาศของรายการ และอาจทำให้ไม่สามารถดำเนินรายการต่อไปได้ในที่สุด

ทีวีเรตติ้ง

เมื่อหนึ่งในปัจจัยที่สามารถใช้บอกความสำเร็จของผลงานของผู้ประกอบการช่องรายการหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ป้อนสู่ตลาดคือ จำนวนผู้ชมที่ให้ความสนใจในช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์แล้วนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเป็นตัวชี้วัดหรือค่าตัวเลขที่สามารถบ่งบอกได้ถึงจำนวนผู้ชมดังกล่าวได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะต้องมีวิธีการในการจัดเก็บข้อมูลที่เชื่อถือได้และเป็นที่ยอมรับ เพื่อสามารถใช้วัดค่าออกมาเป็นตัวเลขที่แสดงถึงความนิยมที่ผู้ชมมีต่อรายการนั้น ๆ ได้ โดยปัจจุบันมีการวัดค่าความนิยมต่อรายการโทรทัศน์ดังกล่าว ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมของการชมโทรทัศน์ของประชาชน หรือที่เรียกกันว่า เรตติ้ง ซึ่งค่าตัวเลขนี้เองที่ทำให้ทราบได้ว่าผู้ชมให้ความสนใจรายการใดมากน้อยอย่างไร โดยคนส่วนใหญ่อาจคุ้นเคยกับคำว่าเรตติ้ง แต่อาจยังไม่ทราบถึงที่มาหรือความหมายที่แท้จริงจึงขออธิบายโดยสรุปดังนี้

ทีวีเรตติ้ง (TV Rating : TVR) หรือ ความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ เป็นค่าที่แสดงถึงจำนวนร้อยละของผู้ชมโดยเฉลี่ย โดยคำนวณ

มาจากจำนวนผู้ชมต่อหน้าที่ หารด้วยจำนวนประชากรของกลุ่มนั้น ๆ

$$TVR = \left[\frac{\text{จำนวนผู้ชมต่อหน้าที่}}{\text{จำนวนประชากรกลุ่มนั้นๆ}} \right] \times 100$$

เรตติ้งมีค่าตั้งแต่ 0 ขึ้นไป ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงเวลาที่รายการ B ออกอากาศ มี TVR เท่ากับ 7.5 สามารถอธิบายความหมายได้ว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว ช่องรายการ B มีผู้ชมเฉลี่ยต่อหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 7.5 ของประชากรทั้งประเทศ โดยหากคำนวณจากฐานประชากร 64.61 ล้านคน ก็จะเท่ากับ 4.85 ล้านคน แสดงว่าในช่วงเวลาที่รายการ B ออกอากาศอยู่นั้น มีผู้ชม 4.85 ล้านคนต่อหน้าที่โดยเฉลี่ยนั่นเอง หรือหากต้องการทราบ TVR ในประชากรเฉพาะกลุ่มก็สามารถเปลี่ยนตัวแปรไปได้ เช่น รายการ B มีเรตติ้งในกลุ่มคนที่รับชมในกรุงเทพและปริมณฑล เป็นเท่าไร ก็สามารถทำได้โดยใช้ตัวเลขจำนวนผู้ชมต่อหน้าที่รับชมช่องรายการ B อยู่ในขณะนั้น หารด้วยจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และคูณด้วย 100 เพื่อให้ได้ตัวเลขที่เป็นร้อยละ ดังนั้น แม้จะเป็นช่วงเวลาเดียวกัน รายการเดียวกัน แต่หากเปลี่ยนกลุ่มประชากรผู้รับชม ค่าที่ได้ก็อาจแตกต่างกันไป เช่น ในวันเวลาเดียวกันนั่นเอง รายการ B อาจมี TVR เป็น 12 หากพิจารณาเฉพาะผู้ชมในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากกว่าเมื่อเทียบกับเฉพาะกลุ่มผู้ชมในต่างจังหวัดที่มี TVR เท่ากับ 5 แสดงว่า เมื่อเทียบจากฐานผู้ชมในเขตพื้นที่นั้น ๆ แล้ว รายการ B เป็นรายการที่คนกรุงเทพฯ รับชม

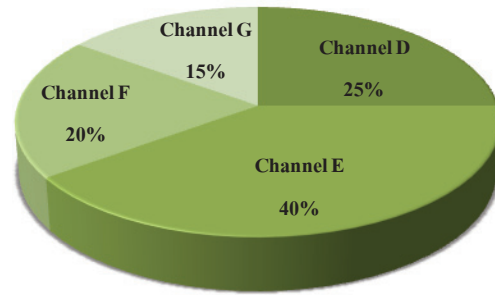
มากกว่าคนในต่างจังหวัด เป็นต้น

จากข้อมูลปี 2556 ที่ผ่านมา เรตติ้งสูงสุด อยู่ที่ 21.44 เป็นของละครเรื่องทองเนื้อเก้า ซึ่ง ออกอากาศทางโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3³ คิดเป็น ประชากรจำนวน 13.85 ล้านคนที่รับชมละคร เรื่องดังกล่าวโดยเฉลี่ยต่อวันที่ตลอดในทุกตอน ตั้งแต่ละครเริ่มออกอากาศวันแรกจนถึงตอน อวสาน

เห็นได้ว่า ค่าเรตติ้งดังกล่าวใช้สะท้อนความ นิยมของผู้ชมต่อรายการนั้น ๆ ได้โดยตรง โดย สามารถคิดเป็นตัวเลขวรวมจากฐานประชากรทั้ง ประเทศ หรือแยกพิจารณาความนิยมในการรับ ชมรายการต่าง ๆ ในประชากรแต่ละกลุ่มก็ได้ ดังนั้น รายการใดรายการหนึ่งอาจมีเรตติ้งไม่สูงนัก หากคิดจากฐานผู้ชมทั่วประเทศ แต่หากพิจารณา เฉพาะกลุ่มออกไป อาจมีค่าที่สูง เช่น หากคำนวณ เรตติ้งของรายการการ์ตูนเรื่องหนึ่งกับฐานคนดู ทั้งประเทศ อาจมีค่าน้อย แต่หากคิดเทียบกับฐาน คนดูกลุ่มที่เป็นเด็กและเยาวชน การ์ตูนเรื่องนั้น อาจจะมีเรตติ้งสูงก็ได้ เป็นต้น

ทั้งนี้ คำว่าเรตติ้งนั้น แตกต่างจากคำว่า ส่วนแบ่งตลาด (% SHARE) ส่วนแบ่งตลาดหมายถึง จำนวนร้อยละของผู้ชมช่องรายการหรือรายการ ในช่วงเวลานั้น เทียบกับจำนวนผู้ชมที่รับชม รายการอื่น ๆ อยู่ด้วยทั้งหมดในช่วงเวลาเดียวกัน โดยทั้งหมดรวมกันได้ร้อยละ 100 เช่น สมมติ มีช่องรายการอยู่ทั้งหมด 4 ช่องรายการ ได้แก่ ช่องรายการ D E F และ G ส่วนแบ่งตลาดจะ เป็นตัวเลขแสดงเปรียบเทียบทั้ง 4 ช่องรายการว่า ผู้ชมในช่วงเวลาเดียวกัน รับชมแต่ละช่องรายการ

อยู่ในขณะช่วงเวลานั้น เป็นส่วนแบ่งร้อยละเท่าไร เช่น ในหนึ่งนาที่ที่มีผู้ชมรายการโทรทัศน์อยู่ ทั้งหมด 20 ล้านคน รับชมช่องรายการ D เป็น จำนวน 5 ล้านคน และในขณะเดียวกันมีผู้รับชม ช่องรายการ E F และ G อยู่ 8 ล้าน 4 ล้าน และ 3 ล้านคน ตามลำดับ แสดงว่า ส่วนแบ่งตลาด ณ ขณะนั้นสามารถแสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพแสดงตัวอย่างส่วนแบ่งตลาด

วิธีการจัดเก็บเรตติ้ง

ในที่นี้ขอยกตัวอย่างวิธีการจัดเก็บเรตติ้ง ของ บริษัท นีลเสน (Nielsen) เพื่อให้ทราบ ว่า ข้อมูลตัวเลขทีวีเรตติ้งที่ใช้กันอยู่นั้นมีที่มาจาก ไหน มีวิธีการจัดเก็บอย่างไร มีความถูกต้องหรื ่อ น่าเชื่อถือได้มากเพียงใด โดยบริษัทดังกล่าวเป็น ผู้ให้บริการข้อมูลและการวัดผลระดับโลก ซึ่ง รวมถึงการวัดผลผู้ชมทางโทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้ ผู้ผลิตช่องรายการ ผู้ผลิตรายการ รวมทั้ง เจ้าของผลิตภัณธ์ต่าง ๆ โดยส่วนมาก ก็ได้ใช้ ตัวเลขที่ทำการสำรวจโดย Nielsen ในการอ้างอิง จากข้อมูลของ Nielsen วิธีการจัดเก็บข้อมูลการ รับชมโทรทัศน์นั้นจะเริ่มจากการทำ Establishment Survey หรือการสำรวจใหญ่ประจำปี เพื่อ

³ ข้อมูลจาก Nielsen

ทำการสำรวจความสามารถในการรับสัญญาณโทรทัศน์ในช่องทางต่าง ๆ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 6,000 ครัวเรือน จากนั้นจะสุ่มเลือกบ้านตัวแทน (Panels Selection) ตามจำนวนและลักษณะประชากรที่เหมาะสมกับการเป็นกลุ่มตัวแทน เช่น ช่องทางที่ครัวเรือนใช้ในการรับชมโทรทัศน์ (ภาคพื้นดิน เคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม) การกระจายของพื้นที่ เช่น หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จำนวนผู้อยู่อาศัย เพศ อายุ การศึกษาของคนในครัวเรือน เป็นต้น จากนั้นจะติดตั้งเครื่องบันทึกรายละเอียดการรับชม (Panel Viewing) หากครัวเรือนใดที่มีโทรทัศน์ 2 เครื่อง ก็ต้องทำการติดตั้งทั้ง 2 เครื่อง โดยข้อมูลที่เครื่องบันทึกเก็บไว้ (Polling) จะถูกส่งไปยังระบบกลางเพื่อคำนวณและประเมินผลข้อมูล (Pollux Processing) ในขณะเดียวกัน ก็จะมีการเก็บข้อมูลรายละเอียดชื่อรายการที่ออกอากาศและสปอตโฆษณา (TV-Event Program & Spot) ที่ออกในรายการนั้น ๆ ว่าเป็นสินค้าหรือบริการอะไร เป็นของบริษัทใด ความยาวของ สปอตเป็นกี่วินาที

เป็นต้น จากนั้น ข้อมูลรายละเอียดการรับชมจะถูกนำมาเทียบเคียงกับผังรายการและโฆษณา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์และประมวลผลโดยซอฟต์แวร์เพื่อให้ได้ข้อมูลเรตติ้งและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการจัดเก็บข้อมูลของ Nielsen

ในปัจจุบัน กลุ่มบ้านตัวอย่างของ Nielsen ใช้บ้านตัวอย่างทั้งหมด 1,800 ครัวเรือน ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อน (Error) ที่ยอมรับได้ในระดับสากล สำหรับตัวเครื่องที่ใช้สำหรับการรับชมที่ติดตั้งในบ้านของกลุ่มตัวแทนนั้น ใช้เทคโนโลยี People Meter Current System โดยวัดการรับชมด้วยการตรวจจับความถี่หรือแบนเนอร์ที่ปรากฏบนจอภาพ ซึ่งจัดเก็บทุกช่องทั้งภาพและเสียง ทุกวินาที ตลอด 24 ชั่วโมงในทุกวัน โดยก่อนที่ผู้ชมจะเปิดโทรทัศน์เพื่อรับชมได้ จะต้องทำการแสดงตนก่อน เช่น หากผู้เป็นบิดามารับชม ให้กดหมายเลข 1 หากเป็นมารดา ต้องกดหมายเลข 2 เป็นต้น และเมื่อผู้นั้นกดรีโมต เพื่อกดเปลี่ยนช่อง เครื่องมือจะบันทึกไว้ ดังนั้น การบันทึกของเครื่องจะสามารถแสดงว่า ใครเป็นผู้รับชมโทรทัศน์อยู่



ในขณะนั้น และเมื่อนำมาประมวลผลรวมกับชื่อรายการของช่องนั้น ๆ ก็จะทำให้ทราบว่ากำลังรับชมช่องอะไร เป็นเวลาเท่าไร ในวัน เวลาใด พฤติกรรมในการเปลี่ยนช่องเป็นอย่างไร เวลาที่มีโฆษณาเปลี่ยนช่องไปชมอย่างอื่นหรือไม่ เป็นต้น และนั่นก็จะทำให้ทราบได้ว่า รายการหนึ่ง ๆ มีผู้ชมเป็นจำนวนกี่คน มีพฤติกรรมการรับชมขณะนั้นเป็นอย่างไร

ประโยชน์ของทีวีเรตติ้งต่อภาคส่วนต่าง ๆ

เรตติ้งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้บริการกิจการโทรทัศน์ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Audience behavior) ของประชาชน ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ในหลายมิติ อาทิ ช่วยให้สามารถประเมินระดับความสนใจของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการที่ออกอากาศไปแล้ว ใช้เปรียบเทียบความนิยมช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์เมื่อเทียบกับช่องรายการหรือรายการอื่นๆ ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือแม้แต่การได้ทราบถึงพฤติกรรมการรับชมตามพื้นที่ที่แตกต่างกันไป

หากพิจารณาในภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ เจ้าของช่องรายการ ผู้ผลิตรายการ ผู้ผลิตสินค้าและบริการ มีเดียเอเยนซี นักวิชาการ อาจารย์ทางด้านสื่อสารมวลชน ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ รวมถึงหน่วยงานกำกับดูแล ทีวีเรตติ้งอาจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกรณีต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

เจ้าของช่องรายการโทรทัศน์

เจ้าของช่องรายการสามารถวางแผนบริหารจัดการในการจัดผังรายการให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนให้มากที่สุด เพื่อทำให้เป็นช่องรายการที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมาก และสามารถอยู่รอดได้ในสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

เรตติ้งมีความสำคัญต่อผู้ผลิตรายการ เนื่องจากตัวเลขเรตติ้งสามารถใช้สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ความน่าสนใจของรายการ และดึงดูดให้ประชาชนหันมารับชมรายการของตนได้มากขึ้นอีก นอกจากนี้ การที่เรตติ้งบอกได้ว่ารายการประเภทใดที่ประชาชนในประเทศให้ความสนใจในขณะนั้น ทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถเลือกผลิตเนื้อหารายการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับชมได้มากที่สุด เมื่อมีเรตติ้งดีก็จะทำให้เกิดการซื้อโฆษณาที่สูงตามไปด้วย ก่อให้เกิดเป็นรายได้ของผู้ผลิตรายการนั้นต่อไป

นอกจากนี้ หากต้องการให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ยังสามารถใช้สื่อที่ประชาชนนิยมในการสร้างหรือปลูกฝังค่านิยมที่ดีของคนในสังคม เช่น การใส่ข้อคิดที่ดีหรือวิธีการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องลงไปในละครที่พบว่าเป็นประเภทรายการที่ประชาชนนิยมรับชม หรือการเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในรายการข่าวเช้าที่พบว่าประชาชนรับชมสูง เป็นต้น และในทางกลับกัน หากพิจารณาเห็นว่าประชาชนกำลังให้ความสนใจกับสิ่งใดมากเกินไป ก็อาจใช้สื่อเป็น

เครื่องมือในการโน้มน้าวให้ประชาชนหันมารับชมเนื้อหารายการประเภทอื่น เช่น การผลิตรายการประเภทสารคดีท่องเที่ยวไทย หรือรายการเกมโชว์ที่สนุกสนานแต่แฝงการให้ความรู้เป็นต้น

ผู้ผลิตสินค้าและบริการ

ในทางการโฆษณา เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก็สามารถใช้เรตติ้งเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเพื่อนำโฆษณามาลงในเนื้อหารายการที่ได้รับความนิยมสูง ๆ เพื่อให้สินค้าของตนเองผ่านสายตาผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้รับชมรายการโทรทัศน์ได้มากที่สุด และเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถใช้จ่ายงบประมาณโฆษณาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของตนมากยิ่งขึ้น ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีอย่างหนึ่ง

ยิ่งไปกว่านั้น ยังก่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ผลิตสินค้าและบริการ เนื่องจากสามารถพิจารณาได้ว่าการเก็บค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณากับผู้ผลิตรายการมีความสมเหตุสมผลหรือไม่เมื่อเทียบกับระดับความนิยมของรายการนั้น ๆ

มีเดียเอเจนซี (Media Agency)

ทีวีเรตติ้งเป็นสิ่งที่ Media Agency นำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบการคิดค่าโฆษณาหรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม และใช้เพื่อประกอบการวางแผนการตลาดให้กับผู้ใช้บริการของตน

นักวิชาการ อาจารย์ทางด้านสื่อสารมวลชน

หน่วยงานด้านสถาบันการศึกษา หรืองานวิชาการ สามารถนำข้อมูลตัวเลขเรตติ้ง ไปใช้ใน

การเรียนการสอน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาพฤติกรรม การรับชมโทรทัศน์ของประชาชน รวมทั้งการกำหนดอัตราค่าโฆษณา ช่วยสร้างบุคลากรทางด้านสื่อสารมวลชนที่มีความรู้รอบด้าน ซึ่งได้รับข้อมูลที่ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

ประชาชนผู้รับชมรายการโทรทัศน์

ประชาชนจะได้รับชมเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ เนื่องจากตัวเลขเรตติ้งนั้นก่อให้เกิดการแข่งขันในคุณภาพเนื้อหารายการ หากรายการมีคุณภาพดี ตรงกับความต้องการของประชาชน ก็จะได้รับคามนิยมในการรับชมสูง และประชาชนอาจใช้เรตติ้งในการทราบถึงรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยม เพื่อจะได้เป็นทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์ใหม่ ๆ ที่ตนไม่เคยรับชมมาก่อน

นอกจากนี้ ผลต่อเนื่องจากการที่ผู้ผลิตสินค้าและบริการได้รับอัตราค่าโฆษณาที่เป็นธรรม ทำให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่มีราคาเป็นธรรม ไม่ถูกเอาเปรียบจากการผลักภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณามายังผู้บริโภค

หน่วยงานกำกับดูแล

เมื่อเรตติ้งทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรม การใช้บริการกิจการโทรทัศน์ รวมถึงพฤติกรรม การบริโภคสื่อ (Audience behavior) ของประชาชน ดังนั้น จึงช่วยให้หน่วยงานกำกับดูแลสามารถนำข้อมูลมาช่วยสนับสนุนการตัดสินใจกำหนดนโยบายเพื่อการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม และเป็นธรรม อีกทั้งยังทำให้สามารถประเมิน

วิเคราะห์ และทำความเข้าใจในพฤติกรรม การใช้บริการกิจการโทรทัศน์ เพื่อรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของประชากรไทยที่มีผลกระทบมาจากเทคโนโลยี และสื่อดิจิทัล รวมถึงสามารถนำมาใช้ในการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรของชาติ

จุดแข็งและจุดอ่อนของทีวีเรตติ้ง

การจัดเก็บทีวีเรตติ้งลักษณะที่ใช้กันอยู่ในทุกวันนี้มีจุดแข็งหรือจุดเด่นคือ ลักษณะการจัดเก็บข้อมูลเป็นแบบ real time ทำให้เห็นข้อมูลที่แท้จริงในทุก ๆ วินาทีที่มีการรับชมโทรทัศน์ ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่เก็บบันทึกไว้มาประมวลผลได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ปริมาณการเปิดชมช่องรายการโทรทัศน์ในแต่ละวัน ส่วนแบ่งตลาดของช่องรายการ ภาพรวมความนิยมช่องรายการของประชาชนตามพื้นที่ต่าง ๆ แตกต่างจากวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่มีข้อจำกัดด้านความละเอียด ความแม่นยำของข้อมูล ระยะเวลารอคอยหรือความถี่ในการเก็บข้อมูล ยิ่งไปกว่านั้น ข้อมูลทีวีเรตติ้งยังสามารถนำมาใช้สร้างประโยชน์ได้อย่างมากต่ออุตสาหกรรมสื่อ เทคโนโลยี รวมไปถึงเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายกำกับดูแลที่ได้กล่าวไปข้างต้น

อย่างไรก็ตาม การใช้วิธีการวัดเรตติ้งในปัจจุบันนั้นยังมีจุดอ่อนหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ที่อาจทำให้ตัวเลขมีความคลาดเคลื่อน หรือไม่สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของประชาชนได้อย่างสมบูรณ์ โดยอาจเกิดจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. เป็นการแสดงผลตัวเลขที่มาจากการ

เก็บข้อมูลใช้กลุ่มบ้านตัวอย่างจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวแทนของคนทั้งประเทศ จึงอาจมีข้อสงสัยถึงผลการสำรวจว่าเชื่อถือได้จริงหรือไม่ จะใช้เป็นตัวแทนแสดงถึงการรับชมโทรทัศน์ของคนดูทั้งประเทศกว่าหกสิบล้านคนได้อย่างไร

2. ตัวเลขเรตติ้งอาจเป็นผลมาจากความสามารถในการรับสัญญาณโทรทัศน์ของครัวเรือนนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่น หากครัวเรือนรับชมโทรทัศน์ได้ผ่านทางเสาหนวดกุ้งหรือก้างปลา ซึ่งในต่างจังหวัดนั้นอาจรับสัญญาณโทรทัศน์บางช่องได้คมชัดกว่า ประชาชนในครัวเรือนนั้น ๆ จึงนิยมรับชมช่องรายการนั้นมากกว่าช่องรายการที่รับสัญญาณภาพได้ไม่คมชัด ในกรณีนี้ จึงไม่อาจสรุปได้ว่า การที่ช่องรายการนั้น ๆ มีเรตติ้งดีกว่า จะมาจากการที่มีเนื้อหารายการที่เป็นที่ชื่นชอบมากกว่า เป็นต้น

3. เรตติ้งเป็นตัวเลขที่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ตอนนั้นมีความน่าสนใจมากแค่ไหน หรือบางวันคนอาจเปลี่ยนไปดูรายการอื่นที่น่าสนใจมากกว่าแต่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน รวมถึงความอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอก เช่น การติดธุระ ทำให้คนบางส่วนไม่สามารถรับชมรายการที่ชื่นชอบได้ในทุกครั้ง หรือ การเกิดเหตุการณ์น้ำท่วม ทำให้ประชาชนไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ได้ตามปกติ เป็นต้น

4. เรตติ้ง เป็นตัวเลขที่มาจากกลุ่มตัวแทน ดังนั้น รายการที่มีเรตติ้งสูง อาจไม่ใช่รายการที่เป็นที่ชื่นชอบของคนบางกลุ่มก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิ รสนิยม เพศ อายุ การศึกษา สภาพท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ตัวเลขเรตติ้งไม่สามารถใช้กล่าวอ้างถึงการเป็นรายการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจาก รายการที่มีเรตติ้งสูง

ไม่ได้หมายความว่า การมีคุณภาพเนื้อหารายการที่ดีเสมอไป หากแต่ขึ้นอยู่กับความนิยม รสนิยม หรือความต้องการรับชมเนื้อหาเรายการนั้น ๆ ของประชาชนมากกว่า

5. การเพิ่มกลุ่มบ้านตัวอย่างให้มีจำนวนสูง ๆ เพื่อให้เกิดผลการเก็บข้อมูลที่มีน้ำหนักมากขึ้น จำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก จึงอาจเกิดข้อจำกัดทางด้านงบประมาณหากต้องการให้มีการขยายกลุ่มบ้านตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการจัดเก็บเรตติ้ง ยังต้องมีการสำรวจเพื่อปรับเปลี่ยนและกระจายกลุ่มตัวอย่างเป็นประจำ เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น จำนวนสมาชิกในครัวเรือนลดลง/เพิ่มขึ้น หรือประชากรเด็กในครัวเรือนเติบโตมีอายุมากขึ้น เป็นต้น

ประโยชน์ของการจัดเก็บเรตติ้งต่อ สำนักงาน กสทช.

เนื่องจาก กสทช. เป็นผู้กำกับดูแลการประกอบกิจการอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อคลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรของชาติ ให้เกิดการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด การที่ตัวเลขเรตติ้งทำให้ทราบได้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชน กสทช. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล อาจสามารถใช้ตัวเลขเรตติ้งมาก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สามารถวิเคราะห์ ประเมิน อัตราค่าโฆษณาที่แท้จริง จากตัวเลขเรตติ้งรายการ หรือช่องรายการต่าง ๆ และจำนวนนาที่โฆษณา ก็จะ สามารถประมาณรายได้ที่รายการหรือช่องรายการนั้น ๆ ได้รับ ซึ่งการทราบถึงตัวเลขรายได้การ

โฆษณาดังกล่าว จะช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการตรวจสอบความถูกต้องของรายได้ เพื่อนำมาประกอบการเก็บค่าธรรมเนียมการประกอบกิจการจากผู้ประกอบกิจการได้

2. สามารถศึกษาพัฒนาแนวทางและวิธีการในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาที่เหมาะสมกับประเทศไทย รวมถึงรูปแบบการคิดค่าโฆษณาต่าง ๆ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องข้อกับสื่อโฆษณา

3. สามารถนำพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับชมสื่อมาวิเคราะห์ได้ถึงความนิยมที่ประชาชนมีต่อรายการ หรือช่องรายการนั้น ๆ ซึ่งส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดรายการหรือช่องรายการโทรทัศน์ ดังนั้น จึงเป็นประโยชน์ต่อ กสทช. ในการพิจารณาเกี่ยวกับผู้มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งเป็นด้านหนึ่งที่สำคัญต่อการกำกับดูแล

4. สามารถนำมาใช้ในการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ เช่น หากพิจารณาแล้วเห็นว่ารายการใดมีเรตติ้งไม่ดีที่เกิดจากการมีเนื้อหารายการไม่เหมาะสม อาจสามารถนำมาประเมินได้ว่าการใช้คลื่นความถี่นั้นไม่คุ้มค่า โดยในอนาคตอาจมีการกำหนดนโยบาย โดยอ้างอิงจากตัวเลขเรตติ้ง เช่น หากพิจารณาตัวเลขเรตติ้งกับกลุ่มเป้าหมายของรายการนั้น ๆ แล้วมีตัวเลขไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด อาจต้องให้รายการนั้น ๆ พิจารณาปรับปรุงเนื้อหา รายการ เป็นต้น

5. สามารถนำข้อมูลมาช่วยสนับสนุนการตัดสินใจกำหนดนโยบาย เช่น นโยบายเกี่ยวกับการแข่งขัน หรือนโยบายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ประชาชนไม่ถูกเอาเปรียบจาก

การรับชมสื่อ อย่างไรก็ตาม อาจต้องกำหนดนโยบายอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค อันสอดคล้องกับหลักเสรีภาพในการรับชมสื่อของประชาชน

6. สามารถนำข้อมูลมาพัฒนามาตรฐานการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้รอบคอบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป รวมทั้งนำไปปรับใช้เพื่อสร้างมาตรฐานการจัดเก็บข้อมูลในสื่อต่าง ๆ ที่มีลักษณะความนิยมในเนื้อหาสาระและช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการรับชม รับฟังหรือวิธีการโฆษณา ที่แตกต่างกันออกไป

7. สามารถนำมาสร้างองค์ความรู้ให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมการใช้บริการกิจการโทรทัศน์ของประชาชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ ตรงกับความต้องการของประชาชนได้เพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลก็สามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดเนื้อหารายการที่ดี เพื่อสร้างหรือปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้เกิดขึ้นภายในสังคมได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์สื่อที่รองรับแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลที่พัฒนาตลอดเวลา

แนวทางการจัดเก็บข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวัดเรตติ้งของไทย

เป็นที่ทราบกันดีว่า ปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รวมทั้งการมีเทคโนโลยีที่สามารถอำนวยความสะดวกประชาชนในการ

รับชมรายการโทรทัศน์ ประชาชนมีวิธีการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย รวดเร็ว ทุกเวลา ทุกสถานที่ ดังนั้น การมีเครื่องชี้วัดการเข้าถึงสื่อและพฤติกรรมในการใช้สื่อทุกประเภทของประชากรไทยจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็น เนื่องจากสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ต่อได้อีกมาก การจัดเก็บเรตติ้งจึงต้องมีการพัฒนาวิธีการออกแบบที่รองรับการเปลี่ยนการรับชมโทรทัศน์ผ่านทางอุปกรณ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากเครื่องโทรทัศน์ เช่น ชมออนไลน์ผ่านทางคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือแท็บเล็ต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังควรพิจารณาถึงจุดอ่อนที่มี เพื่อแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูล โดยอาจทำได้ดังต่อไปนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวแทนที่เหมาะสมในการจัดเก็บข้อมูล โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการใช้บริการ สภาพภูมิประเทศ ปัจจัยทางด้านเทคนิคต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ให้มีความครอบคลุมรอบด้านโดยให้มีหน่วยงานที่ทำการศึกษาแบบแผนที่เหมาะสมสำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างและกำหนดจำนวนตัวอย่างในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อทำ Establishment survey ให้ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนที่มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเลือกกลุ่มตัวแทน ส่งผลให้ได้น้ำหนักการเป็นตัวแทนของประชากรทั้งประเทศที่ดียิ่งขึ้น และให้มีการออกแบบแบบสอบถามที่ใช้การสำรวจอย่างละเอียดถี่ถ้วน สามารถนำมาประมวลผลเพื่อนำไปสู่การเลือกกลุ่มบ้านตัวแทนเพื่อให้ได้ผลของข้อมูลความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับได้มากที่สุด

2. ควรจัดให้มีการพัฒนาแนวทางและวิธีการในการจัดทำระบบการเรียกใช้ข้อมูลของทุกช่องทางการรับชมที่ใช้งานได้สะดวกและเข้าใจได้ง่ายขึ้น มีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด เพื่อให้มีวิธีการวัดทีวีเรตติ้งหรือการสำรวจความนิยมในการรับชมโทรทัศน์ที่เข้าถึงได้ไม่ยาก และครบถ้วนรอบด้านมากยิ่งขึ้น แต่ก็ต้องมีการรักษาความปลอดภัยของระบบที่ดีด้วยเช่นกัน

3. การเก็บข้อมูลเรตติ้งนั้นควรให้เป็นภาคเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ หรือการตั้งองค์กรกลางขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ ทั้งนี้ เพื่อการจัดเก็บข้อมูลมีความเที่ยงตรง ข้อมูลมีความเป็นกลาง เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

4. ควรเปิดรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสียจากการวัดเรตติ้ง อาทิ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ สมาคมมีเดียเอเยนซี อาจารย์ นักวิชาการในสาขาสื่อสารมวลชน รวมถึงประชาชนทั่วไป เพื่อร่วมกันสร้างระบบที่เป็นมาตรฐาน มีข้อมูลที่ใช้ได้อย่างถูกต้องแท้จริงในวงกว้าง

5. เป็นระบบที่รองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยสร้างให้เกิดระบบที่เป็นสากล สามารถเทียบเคียงข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนไทย กับประเทศในกลุ่มสมาชิกสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในลักษณะต่าง ๆ ได้

เมื่อมีการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Audience Measurement) ที่เหมาะสมกับ

ประเทศไทย ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่ยอมรับถูกต้องเที่ยงตรง หลากหลาย ครบถ้วน รอบด้าน เป็นกลาง และสามารถสร้างเป็นบรรทัดฐานในการเก็บข้อมูลความนิยมในการรับชมโทรทัศน์หรือทีวีเรตติ้ง (TV Rating) ที่มีประสิทธิภาพของไทยได้ต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ หากพัฒนาระบบที่ใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้อง เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือได้ครอบคลุมทุกช่องทาง ก็จะช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องไปอีกหลายปีในตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เช่น การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีที่ทำให้การรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์มีความคมชัดมากขึ้น อาทิ การแพร่ภาพโทรทัศน์ความละเอียดสูง หรือ High Definition Television (HDTV) หรือ 4K TV หรือแม้กระทั่ง 8K TV ในอนาคต

อย่างไรก็ดี เพื่อให้เกิดการจัดเก็บเรตติ้งอย่างเต็มรูปแบบ ครอบคลุมรอบด้านทั้งกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของไทย เนื่องจากกิจการวิทยุกระจายเสียงก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย ดังนั้น จึงควรมีการพิจารณาถึงวิธีการจัดเก็บเรตติ้งที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพสำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงด้วย รวมถึงการออกแบบระบบเพื่อรองรับเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลของประเทศไทยในอนาคตอันใกล้

บทสรุป

สื่อโทรทัศน์นั้นถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การมีเครื่องชี้วัดถึงการเข้าถึงสื่อและพฤติกรรมในการใช้สื่อดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพื่อทราบและเข้าใจในพฤติกรรมการรับชมรายการทางโทรทัศน์ของประชาชน ทั้งนี้ เมื่อมีเครื่องชี้วัดดังกล่าวแล้ว การมีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องในตัวชี้วัดนั้น ๆ ก็ถือได้ว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เนื่องจากหากเข้าใจก็จะสามารถอธิบายได้ว่าตัวชี้วัดหรือตัวเลขนั้นบ่งบอกอะไร มีผลอย่างไร หรือนำไปใช้ประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องในหลาย ๆ ภาคส่วนได้อย่างไร

เดิมที่มีระบบการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรม การรับชมรายการโทรทัศน์นั้น อาจมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือจำนวนกลุ่มตัวแทนในลักษณะหนึ่ง ซึ่งรูปแบบเทคโนโลยีที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่ง

สัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลนั้นส่งผลให้มีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมและรอบด้านมากยิ่งขึ้น เนื่องมาจากพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของประชาชนไทยที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการที่ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโทรทัศน์นั้นสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในหลายทาง ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมถึงช่วยพัฒนาสังคมและประเทศชาติได้ ดังนั้น การมีแนวทางและวิธีการในการจัดเก็บทีวีเรตติ้งที่ดี มีประสิทธิภาพ เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และมีข้อมูลเป็นที่ยอมรับในระดับสากลนั้น จะสามารถเติมเต็มความสมบูรณ์ในระบบการจัดเก็บข้อมูลความนิยมที่ประชาชนมีต่อเนื้อหารายการต่าง ๆ ในภาคอุตสาหกรรมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยได้ รวมถึงสามารถนำไปปรับใช้กับสื่อประเภทอื่น ๆ ที่มีลักษณะความนิยมในเนื้อหาสาระ หรือวิธีการโฆษณาที่แตกต่างกันได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- Nielsen. (2557). จำนวนนาฬิกาการรับชมโทรทัศน์เฉลี่ยต่อวันของประชากรไทยปี 2552 - 2556. เข้าถึงได้จาก : โปรแกรม Arianna. (วันที่ค้นข้อมูล : 29 กันยายน 2557).
- Nielsen. (2557). อัตราการเข้าถึงครัวเรือนของสื่อประเภทต่าง ๆ ปี 2556. เข้าถึงได้จาก : โปรแกรม Arianna และ Radio Adviser. (วันที่ค้นข้อมูล : 24 กรกฎาคม 2557).
- Nielsen. (2557). มูลค่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ของประเทศไทย ปี 2551 - 2556. เข้าถึงได้จาก : โปรแกรม Arianna. (วันที่ค้นข้อมูล : 3 กุมภาพันธ์ 2557).
- Nielsen. (2557). เรตติ้งรายการโทรทัศน์ปี 2556. เข้าถึงได้จาก : โปรแกรม Arianna. (วันที่ค้นข้อมูล : 25 กันยายน 2557).
- Nielsen. (2556). วิธีการคำนวณและกระบวนการจัดเก็บเรตติ้ง. PowerPoint Presentation. สินธุ์ เกตุรัตน์. แผนรับมือเพื่อวัดเรตติ้ง ดิจิตอลทีวี. เข้าถึงได้จาก : <http://www.nielsen.com/th/th/press-room/2014/digital-tv-preparation.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 9 กันยายน 2557).
- G-society. ภาพการรับชมรายการโทรทัศน์. เข้าถึงได้จาก : <http://g-society.com/news/topic/2014-04-035897>. (วันที่ค้นข้อมูล : 25 กันยายน 2557).



การบริการลูกค้าที่ดี >>>



012



การออกแบบการประมูลคลื่นความถี่

พัชรสุกรี สุจริตตานนท์

บทคัดย่อ

ในไม่กี่ปีที่ผ่านมา ปริมาณการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ประเทศไทยจำเป็นต้องจัดสรรคลื่นความถี่อย่างต่อเนื่อง การประมูลได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด ดังนั้น องค์ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลจึงมีความสำคัญอย่างมากเพราะจะช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรที่มีมูลค่ามหาศาลนี้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศ บทความนี้จึงมีเป้าหมายในการพัฒนาองค์

ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดนโยบายการจัดสรรคลื่นความถี่ต่อไปในอนาคต บทความนี้จะสรุปแนวทางการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ในภาพรวมโดยมีฐานความคิดมาจากการสำรวจและสังเคราะห์ผลงานวิจัย พร้อมทั้งอธิบายขั้นตอนข้อดีและข้อเสียของ Simultaneous Ascending Auction และ Combinatorial Clock Auction ซึ่งเป็นรูปแบบการประมูลที่นิยมใช้ในการจัดสรรคลื่นความถี่

1 ความสำคัญของการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่

ในไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา เทคโนโลยีโทรคมนาคมไร้สายได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เกิดขึ้นมากมาย จากเดิมที่มีเพียงบริการขั้นพื้นฐาน เช่น การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการส่งข้อความสั้น (SMS) จนถึงปัจจุบันที่

ผู้บริโภคสามารถเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายโดยใช้อุปกรณ์ไร้สายต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา สิ่งที่มาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือ ปริมาณการใช้งานข้อมูล (data traffic) ที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเพื่อรองรับปริมาณการใช้งานดังกล่าว รัฐจำเป็นต้องจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับการให้บริการโทรคมนาคมไร้สายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึง

การนำคลื่นความถี่ที่ไม่มีการใช้งานหรือมีการใช้งานอย่างไม่มีประสิทธิภาพมาจัดสรรใหม่ และการหาคลื่นความถี่ย่านใหม่ ๆ มาจัดสรร

การจัดสรรคลื่นความถี่จึงถือเป็นพื้นฐานเพื่อขึ้นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและประเทศในระยะยาว หากกลไกการจัดสรรคลื่นความถี่ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ระบบโทรคมนาคมซึ่งถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของประเทศจะมีความล่าช้าและประเทศจะสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันบนเวทีโลก ดังนั้นประเทศไทยควรจะต้องมีการจัดสรรคลื่นความถี่ให้กับผู้ที่สามารถนำคลื่นความถี่ไปใช้ได้เป็นอย่างดีอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศ

วิธีการจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีประสิทธิภาพสูงและมีการนำไปใช้อย่างกว้างขวาง คือ การประมูล ข้อดีของการประมูลมีหลายประการ กล่าวคือ การประมูลมีประสิทธิภาพในการจัดสรรความยืดหยุ่น ความยุติธรรมและความโปร่งใสมากกว่าวิธีการอื่น จึงไม่น่าแปลกใจที่ประเทศต่าง ๆ หลายประเทศทั่วโลกได้หันมาจัดสรรคลื่นความถี่ด้วยการประมูลแทนวิธีการอื่น ๆ ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกาได้จัดการประมูลคลื่นความถี่มาแล้วหลายสิบครั้ง หลายประเทศในยุโรปก็ได้ประมูลคลื่นความถี่มาโดยตลอด หลายประเทศในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง ไต้หวัน อินเดีย รวมถึงประเทศไทยเองก็เปลี่ยนมาใช้ในการประมูลเพื่อจัดสรรคลื่นความถี่เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม แม้การประมูลคลื่นความถี่โดยมากจะประสบความสำเร็จ แต่ก็หลายครั้งที่ล้มเหลว ซึ่งสาเหตุมักจะเกิดจากการออกแบบ

การประมูลที่ผิดพลาด หลายประเด็นของการออกแบบการประมูลต้องใช้ความรู้ความเข้าใจเชิงลึกทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการวิเคราะห์ การออกแบบการประมูลสมัยใหม่จึงมีความซับซ้อนมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากมีการผนวกศาสตร์หลายแขนงเข้าด้วยกัน ทั้งสาขาเศรษฐศาสตร์ การวิจัยดำเนินงาน (operations research) และวิทยาการคอมพิวเตอร์ (computer science) เป็นต้น ดังนั้น ควรมีการศึกษาการออกแบบการประมูลให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อให้สามารถกำหนดกฎกติกาการประมูลที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดสรรคลื่นความถี่ได้

องค์ความรู้ด้านการจัดสรรคลื่นความถี่จะมีความสำคัญต่อประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากประเทศไทยจำเป็นต้องจัดสรรคลื่นความถี่อีกหลายครั้งเพื่อตอบสนองความต้องการคลื่นความถี่ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นประเทศไทยควรจะต้องพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไร้สาย อย่างไรก็ตาม งานศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ของประเทศไทยในปัจจุบันยังมีจำกัด บทความนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเริ่มพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ในประเทศไทย โดยจะอธิบายแนวทางการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ในภาพรวมด้วยการสำรวจและสังเคราะห์ผลงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่

ของประเทศไทยจะเป็นรากฐานสำคัญในการกำหนดนโยบายการจัดสรรคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศในอนาคต

2 หลักการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่

แวดวงวิชาการได้มีการศึกษาวิจัยการออกแบบการประมูลอย่างกว้างขวาง งานวิจัยหลายชิ้นได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการประมูลคลื่นความถี่ และในทางกลับกัน นักวิจัยก็ได้ใช้ประสบการณ์จากการประมูลคลื่นความถี่มาพัฒนาความรู้ทางวิชาการด้วย ความรู้และประสบการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าไม่มีรูปแบบการประมูลที่ดีที่สุดสำหรับทุกสถานการณ์ การประมูลแต่ละครั้งต้องมีการออกแบบให้เหมาะสมกับบริบท อย่างไรก็ตาม หลักการทั่วไปที่ควรยึดเป็นแนวทางในการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ที่สามารถสรุปเป็นประเด็นใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพและการแข่งขันภายหลังการประมูลเป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประมูลคลื่นความถี่

คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรของชาติที่มีมูลค่ามหาศาลจากมุมมองของประชาชนผู้ซึ่งเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ผู้ที่ได้รับจัดสรรคลื่นความถี่ก็ควรเป็นผู้ที่สามารถนำคลื่นความถี่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านประสิทธิภาพ (efficiency) ของกลไกการจัดสรรทรัพยากร การออกแบบการประมูลที่ดีจะทำให้การจัดสรรมีประสิทธิภาพสูงสุด และในทางกลับกัน การประมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพอาจจะทำให้

คลื่นความถี่ตกอยู่ในมือของผู้ที่ไม่สามารถใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าอันมหาศาลของคลื่นความถี่สูญไป การประมูลคลื่นความถี่ในประเทศต่าง ๆ จึงมักจะเน้นวัตถุประสงค์ด้านประสิทธิภาพเป็นหลัก งานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่ส่วนใหญ่ก็จะมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าว (Cramton, 2002)

แม้การประมูลที่มีประสิทธิภาพจะทำให้คลื่นความถี่ถูกนำไปใช้ได้อย่างเต็มมูลค่า แต่ผลประโยชน์จากการใช้คลื่นความถี่จะตกอยู่กับผู้บริโภคหรือไม่ขึ้นอยู่กับการแข่งขันภายหลังการประมูล การแข่งขันภายหลังการประมูลจะรับประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากคลื่นความถี่อย่างเต็มที่ เพราะการแข่งขันภายหลังการประมูลจะเป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการต้องให้บริการที่มีคุณภาพสูง ในราคาที่ต่ำแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่ไม่สามารถแข่งขันในเชิงราคาและคุณภาพกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ได้จะสูญเสียฐานลูกค้าไป ดังนั้น การออกแบบการประมูลจะต้องคำนึงถึงสภาพการแข่งขันภายหลังการประมูลด้วย การจัดสรรคลื่นความถี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการกำกับดูแล องค์กรกำกับดูแลจำเป็นต้องกำหนดมาตรการส่งเสริมการแข่งขันอื่น ๆ เพิ่มเติมหากพบว่าตลาดไม่มีการแข่งขันอย่างเพียงพอ

รายได้จากการประมูล (revenue) อาจจะเป็นวัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งของการประมูล เนื่องจากรัฐควรจะได้รายได้จากการใช้ทรัพยากรสาธารณะอย่างสมเหตุสมผล ตาม

ปกติแล้ว หากการจัดสรรมีประสิทธิภาพมากขึ้น รายได้จากการประมูลก็มักจะสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น การออกแบบการประมูลควรจะมุ่งไปที่ ประสิทธิภาพของการจัดสรรเป็นหลัก และรายได้จากการประมูลอาจเป็นเพียงวัตถุประสงค์รอง (Cramton, 2013)

กับดักอย่างหนึ่งของการจัดสรรคลื่นความถี่คือการกำหนดให้รายได้จากการประมูลเป็นวัตถุประสงค์หลัก เนื่องจากรายได้จากการประมูลเป็นสิ่งที่จับต้องได้ง่าย และรับรู้ได้ทันที เมื่อการประมูลจบ ในขณะที่ประสิทธิภาพของการประมูลอาจจะประเมินได้ยากในทางปฏิบัติ และการแข่งขันภายหลังการประมูลมักจะใช้เวลาระยะหนึ่งกว่าจะเห็นผลที่จับต้องได้ การออกแบบการประมูลให้มุ่งแต่รายได้มักจะ ทำให้การแข่งขันภายหลังการประมูลเสียไป ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับประโยชน์จากคลื่นความถี่อย่างเต็มที่ในท้ายที่สุด ดังนั้น องค์กรกำกับดูแลควรจะทำความเข้าใจกับทุกฝ่ายว่ารายได้จากการประมูลมิได้เป็นวัตถุประสงค์หลักของการประมูล และการออกแบบการประมูลจำเป็นต้องชั่งน้ำหนักระหว่างประสิทธิภาพ การแข่งขัน ภายหลังการประมูล และวัตถุประสงค์อื่น ๆ เพื่อให้การจัดสรรคลื่นความถี่เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศในระยะยาว

2.2 รูปแบบการประมูลต้องเหมาะสมกับคลื่นความถี่ที่ต้องการจะจัดสรร

นอกจากวัตถุประสงค์ของการประมูลแล้ว ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการประมูลที่เหมาะสมคือ ลักษณะมูลค่าของสินค้าที่ต้องการจัดสรร ตามปกติการจัดสรรคลื่นความถี่แต่ละครั้ง

จะเปิดประมูลชุดคลื่นความถี่ (spectrum lots หรือ spectrum blocks) หลายชุด คลื่นความถี่แต่ละชุดอาจจะเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (substitute) ตัวอย่างของคลื่นความถี่ที่ใช้ทดแทนกันได้คือ คลื่นความถี่ย่าน 1800 MHz และ 2.6 GHz ซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันเพื่อเพิ่มความเร็วหรือความจุได้ในระดับหนึ่ง ในทางกลับกัน คลื่นความถี่แต่ละชุดอาจจะเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกัน (complement) ก็ได้ ผู้ประกอบการอาจจะต้องการใช้คลื่นความถี่ย่านที่ต่ำกว่า 1 GHz เพื่อสร้างโครงข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเมืองและชนบท และใช้คลื่นความถี่ย่านที่สูงกว่า 1 GHz ร่วมกันเพื่อรองรับปริมาณการใช้งานในเขตเมือง

ความสัมพันธ์ของมูลค่าของคลื่นความถี่เป็นสาเหตุหลักที่การประมูลคลื่นความถี่มักจะเปิดประมูลใบอนุญาตที่ต้องการนำไปจัดสรรพร้อมกันทั้งหมดโดยใช้การประมูลแบบพร้อมกัน (simultaneous auction) เพื่อให้ผู้ประมูลสามารถวางแผนการลงทุนและการประมูลสินค้าที่สัมพันธ์กันได้อย่างเต็มที่ หากเปิดประมูลสินค้าทีละชิ้น โดยใช้การประมูลแบบลำดับ (sequential auction) การจัดสรรอาจจะไม่มีประสิทธิภาพ (McAfee & Vincent, 1993) เนื่องจากผู้ประมูลจำเป็นต้องอาศัยการคาดการณ์ในการเสนอราคาโดยไม่จำเป็น และผู้ที่สามารถใช้สินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุดอาจจะเป็นผู้ที่คาดการณ์ผิดก็ได้

ในการประมูลแบบลำดับ ผู้ประมูลจำเป็นต้องคาดการณ์ราคาของใบอนุญาตที่เปิดประมูลในภายหลัง ซึ่งการคาดการณ์อาจมีความผิดพลาด

ผู้ประมูลบางรายอาจตัดสินใจเสนอราคาแบบไม่จริงจิ่งในการประมูลครั้งแรกแล้วค่อยเสนอราคาอย่างจริงจิ่งในการประมูลครั้งหลังเพราะคาดการณ์ว่าจะมีการแข่งขันน้อยกว่า แต่ถ้าผู้ประมูลพบว่าราคาประมูลครั้งหลังสูงกว่าครั้งแรกแล้วผู้ประมูลดังกล่าวก็ไม่สามารถกลับไปเสนอราคาในการประมูลครั้งแรกที่จบไปแล้วได้ ในทางกลับกัน ผู้ที่ชนะการประมูลครั้งแรกอาจจะผิดหวังที่เสนอราคาสูงไปหากพบว่าราคาใบอนุญาตในการประมูลครั้งหลังต่ำกว่ามาก ความเป็นไปได้นี้อาจส่งผลให้ผู้ประมูลถึงเลที่จะเสนอราคาสูงในการประมูลครั้งแรก นอกจากนี้ หากใบอนุญาตเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกัน การจัดสรรจะไม่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปอีกเพราะผู้ประมูลไม่สามารถมั่นใจได้เลยว่าจะได้รับใบอนุญาตในการประมูลครั้งหลังเพื่อใช้ร่วมกับใบอนุญาตจากการประมูลครั้งแรก ความซับซ้อนของกลยุทธการประมูลเหล่านี้ล้วนแล้วแต่จะส่งผลให้การจัดสรรไม่มีประสิทธิภาพทั้งสิ้น

สำหรับผู้ประมูลแล้ว มูลค่าคลื่นความถี่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเสนอราคา เพราะผู้ประมูลจะไม่ต้องการได้รับคลื่นความถี่ในราคาที่เกินมูลค่าของคลื่นความถี่นั้นๆ ดังนั้น ผู้ประมูลจะต้องประเมินมูลค่าคลื่นความถี่เพื่อใช้ในการตัดสินใจเสนอราคา แต่การประเมินมักจะมีคามคลาดเคลื่อนอยู่เสมอ เนื่องจากผู้ประมูลต้องคาดการณ์ สภาพตลาด ระดับการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ในอนาคตตลอดระยะเวลาของใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งมักจะมีระยะเวลาการอนุญาตยาวนานตั้งแต่ 10 ถึง 20 ปี ในกรณีที่มูลค่าคลื่นความถี่มีความไม่แน่นอนสูง ผู้ชนะประมูลอาจจะ

ได้รับคำสาปของผู้ชนะ (winner's curse) กล่าวคือ การชนะประมูลเป็นข่าวร้ายของผู้ชนะ เพราะผู้ชนะคือผู้ที่ประเมินมูลค่าสินค้าเกินจากมูลค่าที่แท้จริงมากที่สุด และราคาของสินค้าอาจจะสูงเกินกว่าผลตอบแทนที่ได้รับ (Wilson, 1969)

รูปแบบการประมูลที่สามารถช่วยในการหาค่าที่เหมาะสม (price discovery) คือการประมูลรูปแบบที่มีการไล่ราคาขึ้น (ascending auction) เนื่องจากผู้ประมูลสามารถนำข้อมูลที่ได้รับระหว่างการไล่ราคาไปปรับปรุงการประเมินมูลค่าเพื่อหลีกเลี่ยงคำสาปของผู้ชนะ ในทางกลับกัน การประมูลแบบยื่นซอง (sealed-bid auction) หรือการประมูลแบบที่ไม่มีการเปิดเผยข้อมูล (blind auction) ซึ่งผู้ประมูลไม่มีโอกาสสังเกตอุปสงค์ของผู้ประมูลรายอื่นมักจะมีคำสาปของผู้ชนะ (Milgrom & Weber, 1982) ทั้งนี้ การประมูลควรจะเปิดเผยข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้น หากเปิดเผยข้อมูลการเสนอราคามากเกินไปอาจจะทำให้ผู้ประมูลสมรู้ร่วมคิดในการเสนอราคาได้ง่าย

2.3 ควรเปิดประมูลคลื่นความถี่เป็นชุดทั่วไป (generic lots) หากไม่ทราบความต้องการของผู้ประมูล

คลื่นความถี่ที่จะนำไปประมูลอาจเป็นใบอนุญาตหรือเป็นชุดทั่วไปก็ได้ ความแตกต่างคือ ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่จะมีการกำหนดย่านความถี่ ขนาดคลื่นความถี่ และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ติดอยู่กับใบอนุญาตไว้ตั้งแต่แรก ในขณะที่ชุดคลื่นความถี่ทั่วไปจะมีได้กำหนดย่านความถี่และขนาดของใบอนุญาตไว้ก่อน ขนาดของใบอนุญาตที่ผู้ชนะได้รับจัดสรรจะเท่ากับขนาดของชุดคลื่น

ความถี่ที่ขึ้นรวมกัน

ตามปกติ ผู้ออกแบบการประมูลจะไม่ทราบความต้องการของผู้ประมูล และขนาดของใบอนุญาตที่เหมาะสม ดังนั้น การประมูลคลื่นความถี่เป็นชุดทั่วไปจะเหมือนการให้ตลาดตัดสินขนาดของใบอนุญาตแทนผู้ออกแบบการประมูล เนื่องจากผู้ประมูลสามารถเลือกเสนอราคาคลื่นความถี่ตามขนาดที่ตนเองสนใจ ณ ราคาต่าง ๆ ได้ จำนวนคลื่นความถี่ที่ผู้ประมูลแต่ละรายจะได้รับ คือ จำนวนคลื่นความถี่ ณ ราคาที่อุปสงค์เท่ากับอุปทานนั่นเอง ทั้งนี้ ผู้ออกแบบการประมูลควรจะกำหนดเพดานคลื่นความถี่ (spectrum cap) ไว้เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประมูลรายใดรายหนึ่งถือครองคลื่นความถี่มากเกินไปจนกีดกันการแข่งขัน

หากการกำหนดให้ประมูลคลื่นความถี่เป็นชุดทั่วไป การประมูลมักจะแบ่งเป็นสองขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนหลัก (principal stage) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่กำหนดจำนวนคลื่นความถี่ที่แต่ละรายได้รับ และขั้นตอนการเลือกย่านความถี่ (assignment stage) ซึ่งจะผู้ชนะในขั้นตอนหลักจะมีโอกาสได้เลือกย่านความถี่ที่ต้องการ การเลือกย่านความถี่อาจทำได้หลายวิธี เช่น การประมูลและการจับฉลาก เป็นต้น

3 รูปแบบการประมูล

ตามหลักการข้างต้น การประมูลคลื่นความถี่มักจะเปิดประมูลคลื่นความถี่เป็นชุดทั่วไปหลายชุดพร้อม ๆ กัน โดยที่มีการไต่ราคาและ

เปิดเผยข้อมูลอุปสงค์ของผู้ประมูลบางส่วน รูปแบบการประมูลคลื่นความถี่ที่นิยมใช้มีสองแบบหลัก ๆ คือ Simultaneous Ascending Auction (อาจเรียกว่า Simultaneous Multiple Round Auction หรือ SMRA ก็ได้) และ Combinatorial Clock Auction การประมูลทั้งสองเป็นการเรียกรูปแบบการประมูลกว้าง ๆ เท่านั้น ทั้งนี้ การประมูลที่มีรูปแบบการประมูลที่เหมือนกันอาจมีความแตกต่างกันในรายละเอียด บทความนี้จะกล่าวถึงรูปแบบการประมูลแบบทั่วไปเท่านั้น

3.1 Simultaneous Ascending Auction (SAA)

Federal Communications Commission (FCC) ได้ริเริ่มใช้ SAA ในการจัดสรรคลื่นความถี่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 1994 แม้การประมูลของ FCC จะมีข้อบกพร่องในระยะแรก แต่ FCC ก็ได้ปรับปรุง SAA อย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จของ SAA ในสหรัฐอเมริกาทำให้หลายประเทศใช้ SAA ในการจัดสรรคลื่นความถี่ในเวลาต่อมาจนถึงได้ว่า SAA เป็นรูปแบบการประมูลคลื่นความถี่ที่นิยมที่สุด ตัวอย่างการประมูลคลื่นความถี่ที่ใช้ SAA มีมากมาย เช่น การประมูลคลื่นความถี่ย่าน 2.1 GHz ของสหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ อิตาลี เยอรมนี ออสเตรีย เบลเยียม กรีซ ฮังการี สิงคโปร์และไทย การประมูล AWS-1 ของสหรัฐอเมริกาและแคนาดา การประมูลคลื่นความถี่ย่าน 700 MHz ของสหรัฐอเมริกา การประมูล 4G ของโปรตุเกสและเยอรมนี เป็นต้น

ขั้นตอนของ Simultaneous Ascending Auction

SAA จะเปิดประมูลชุดคลื่นความถี่ทั้งหมดพร้อมกันเป็นรอบ ๆ ในแต่ละรอบการประมูล ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาสำหรับคลื่นความถี่ชุดที่ต้องการได้ตามกฎการเสนอราคา (activity rule) ซึ่งมักจะมีหลักว่าจำนวนการเสนอราคาในแต่ละรอบต้องเท่าเดิมหรือลดลงเท่านั้น (monotonic activity rule) ตามกฎของอุปสงค์ (law of demand) ที่กล่าวว่าเมื่อราคาสูงขึ้น ความต้องการคลื่นความถี่จะต้องลดลง

ราคาที่เสนอสำหรับคลื่นความถี่แต่ละชุดต้องมากกว่าราคาที่เสนอสูงสุด (standing high bid) ณ รอบการประมูลปัจจุบัน ดังนั้น ราคาของชุดคลื่นความถี่แต่ละชุดจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละรอบถ้ามีผู้เสนอราคาสำหรับชุดคลื่นความถี่นั้น ๆ หากมีผู้เสนอราคาสำหรับชุดคลื่นความถี่ชุดใดชุดหนึ่งมากกว่าหนึ่งราย ระบบการประมูลจะทำการสุ่มเลือกผู้เสนอราคาสูงสุด (ผู้ชนะชั่วคราว หรือ provisional winner) การประมูลจะจบลงในรอบที่ไม่มีผู้ประมูลรายหนึ่งรายใดเสนอราคาเพิ่มเติม ผู้เสนอราคาสูงสุดของชุดคลื่นความถี่แต่ละชุดจะได้รับจัดสรรคลื่นความถี่ชุดดังกล่าว ณ ราคาที่ตนเองเป็นผู้เสนอ

ข้อดีและข้อเสียของ Simultaneous Ascending Auction

SAA เป็นรูปแบบการประมูลที่มีประสิทธิภาพสูงในกรณีที่บริบทของการประมูลไม่ซับซ้อน เช่น ผู้ประมูลแต่ละรายยื่นประมูล

ใบอนุญาตได้เพียงหนึ่งใบ เป็นต้น จุดแข็งอีกประการของ SAA ที่ไม่ควรมองข้ามคือ ความเข้าใจง่าย เนื่องจากหลายประเทศได้ประยุกต์ใช้ SAA ในการประมูลคลื่นความถี่มายาวนาน ทั้งผู้ประมูลและผู้จัดประมูลมักจะเข้าใจกฎของ SAA เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดในการประมูลน้อยลง

จุดอ่อนของ SAA มีสองประการใหญ่ ๆ ประการแรกคือ การประมูลอาจมีการสมรู้ร่วมคิดโดยนัย (tacit collusion) การสมรู้ร่วมคิดโดยนัยไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารกันโดยตรงระหว่างผู้ประมูล และผู้สมรู้ร่วมคิดโดยนัยแต่ละรายมิได้มีพฤติกรรมที่ผิดกฎการประมูลแต่อย่างใด แต่เป็นเพียงใช้การเสนอราคาเชิงกลยุทธ์ในการส่งสัญญาณให้กับผู้ประมูลรายอื่น ๆ (bid signaling) เพื่อให้การประมูลจบลงที่ราคาต่ำในการประมูลหลายครั้ง กลยุทธ์การส่งสัญญาณให้กับผู้ประมูลรายอื่นก็ได้ประสบความสำเร็จหากผู้ประมูลที่ได้รับสัญญาณไม่ยอมรับข้อเสนอหรือไม่เข้าใจสัญญาณดังกล่าว (Cramton & Schwartz, 2000)

การส่งสัญญาณมีหลายแบบ กรณีตัวอย่างเช่น ผู้ประมูล ก ยื่นเสนอราคาสำหรับชุดคลื่นความถี่ที่ผู้ประมูล ข ต้องการมาก ผู้ประมูล ข จึงเสนอราคาสำหรับชุดคลื่นความถี่ที่ผู้ประมูล ก ต้องการเพื่อส่งสัญญาณให้ผู้ประมูล ก หยุดเสนอราคา หากผู้ประมูล ก ยังคงเสนอราคาเพิ่มขึ้นสำหรับชุดคลื่นความถี่ที่ผู้ประมูล ข ต้องการอีก ผู้ประมูล ข ก็จะแก้แค้นโดยการเสนอราคาเพิ่มสำหรับชุดคลื่นความถี่ของผู้ประมูล ก อีก ดังนั้น ผู้ประมูล ก และ ข อาจจะตัดสินใจไม่แข่งขันกัน

เพื่อให้การประมูลจบลงที่ราคาต่ำ

อย่างไรก็ตาม การออกแบบการประมูลที่ดีจะสามารถแก้ไขปัญหาการสมรู้ร่วมคิดโดยนัยได้ การประมูลครั้งแรกๆ ของ FCC เช่น การประมูล PCS และ AWS-1 มีการเปิดเผยตัวตนของผู้เสนอราคาสำหรับคลื่นความถี่แต่ละชุดทำให้ผู้ประมูลทราบตัวตนของผู้ส่งสัญญาณและสามารถร่วมมือกันได้โดยง่าย การประมูลครั้งต่อๆ มา เช่น การประมูล 700 MHz จึงกำหนดให้ไม่มีการเปิดเผยตัวตนของผู้ประมูล นอกจากนี้ การกำหนดระดับราคา (bid levels) การใช้ชุดคลื่นความถี่แบบทั่วไป การจำกัดการถอนการเสนอราคา (bid withdrawal) และการตั้งราคาตั้งต้น (reserve price) ก็เป็นมาตรการที่ช่วยป้องกันการสมรู้ร่วมคิดโดยนัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จุดอ่อนของ SAA ที่สำคัญอีกประการคือการลดอุปสงค์ (demand reduction) กล่าวคือ ผู้ประมูลอาจจะลดปริมาณคลื่นความถี่ที่ต้องการลงกว่าความต้องการจริงเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันราคา และทำให้การประมูลจบลงอย่างรวดเร็วที่ราคาต่ำ (Cramton & Ausubel, 2002) การประมูลสินค้าหลายชิ้นที่ราคาสุดท้ายเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน (uniform price) เช่น SAA จะมีปัญหาของการลดอุปสงค์ ซึ่งอาจจะทำให้การจัดสรรไม่มีประสิทธิภาพ (Engelbrecht-Wiggans & Kahn, 1998 และ Brusco & Lopomo, 2002)

ปัญหาอีกประการของ SAA คือ ความเสี่ยงการรวบรวม (aggregation risk หรือ exposure risk) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้ประมูลที่ต้องการคลื่นความถี่หลายชุดเพื่อนำมาใช้ร่วมกันในการให้บริการ

จำเป็นต้องประมูลให้ได้คลื่นความถี่หลายชุด อย่างไรก็ตาม ผู้ประมูลอาจจะไม่สามารถรวบรวมคลื่นความถี่ได้ครบตามแผนธุรกิจและอาจจะส่งผลให้ขาดทุนจากการลงทุนหากได้รับคลื่นความถี่เพียงบางส่วน เปรียบเทียบได้กับการประมูลรองเท้าที่เปิดประมูลรองเท้าข้างซ้ายกับข้างขวาแยกกัน ผู้ประมูลมีความเสี่ยงที่จะชนะประมูลรองเท้าเพียงข้างเดียวซึ่งนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อย ทำให้ผู้ประมูลไม่กล้าเสนอราคาอย่างเต็มที่

การลดความเสี่ยงการรวบรวมทำได้โดยการรวมคลื่นความถี่ที่ใช้ร่วมกันเข้าเป็นชุดเดียวกัน ซึ่งอาจจะทำได้ยากในทางปฏิบัติเพราะผู้ออกแบบการประมูลมักจะไม่ทราบความสัมพันธ์ของชุดคลื่นความถี่จากมุมมองของผู้ประมูล และความต้องการของผู้ประมูลอาจจะมีหลากหลายมาก การแก้ปัญหาอีกวิธีคือ การอนุญาตให้ผู้ประมูลเสนอราคาเป็นแพ็คเกจ (package bidding) ผู้ประมูลที่เสนอราคาแพ็คเกจจะได้รับชุดคลื่นความถี่ทั้งหมด หรือไม่ได้รับชุดคลื่นความถี่ใดเลย ผู้ประมูลจะไม่มีความเสี่ยงที่จะได้รับคลื่นความถี่เพียงบางชุด รูปแบบการประมูล SAA ที่อนุญาตให้ผู้ประมูลเสนอราคาแบบแพ็คเกจเรียกว่า Ascending Auction with Package Bidding (Ausubel & Milgrom, 2002)

3.2 Combinatorial Clock Auction (CCA)

ปัญหาการลดอุปสงค์และความเสี่ยงการรวบรวมของ SAA จะไม่เกิดขึ้นใน CCA ทำให้ CCA สามารถจัดสรรคลื่นความถี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่า SAA ความแตกต่างที่สำคัญคือ CCA จะอนุญาตให้ผู้ประมูลสามารถแสดง

ความต้องการได้อย่างอิสระ ซึ่งรวมถึงการแสดงความต้องการชุดคลื่นความถี่เป็นแพ็คเกจด้วย แต่การเสนอราคาต้องสอดคล้องกับกฎการเสนอราคา นอกจากนี้ การประมูลจะเน้นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประมูลเสนอราคาอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นการป้องกันการสมรู้ร่วมคิดโดยนัย และการลดอุปสงค์ไปในตัว (Cramton, Shoham, & Steinberg, 2006)

หลายประเทศเริ่มเปลี่ยนมาใช้ CCA ในการจัดสรรคลื่นความถี่แทน SAA ตัวอย่างการประมูลคลื่นความถี่ที่ใช้ CCA เช่น การประมูล 4G ของสหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ และเดนมาร์ก การประมูล 700 MHz และ 2.5 GHz ของออสเตรเลีย การประมูล 700 MHz ของแคนาดา เป็นต้น

ขั้นตอนของ Combinatorial Clock Auction

โดยทั่วไป CCA จะแบ่งคลื่นความถี่เป็นหมวด (categories) แต่ละหมวดจะมีชุดคลื่นความถี่ทั่วไปซึ่งอยู่ในย่านความถี่เดียวกันและมีขนาดเท่ากัน ผู้ประมูลจะต้องเสนอราคาเป็นแพ็คเกจ ซึ่งประกอบด้วยจำนวนชุดคลื่นความถี่ที่ต้องการในแต่ละหมวด ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาได้หลายแพ็คเกจ

CCA ประกอบด้วยการประมูลสองช่วง คือ การประมูลรอบหลัก (primary rounds หรือ clock phase) และการประมูลรอบเสริม (supplementary round หรือ sealed-bidding

round) ในการประมูลรอบหลักแต่ละรอบ ผู้จัดประมูลจะประกาศราคาของคลื่นความถี่แต่ละชุด ผู้ประมูลจะต้องเสนอราคาสำหรับแพ็คเกจที่สนใจ ณ ราคาที่ประกาศ การประมูลรอบหลักจะจบลงเมื่อคลื่นความถี่แต่ละหมวดไม่มีอุปสงค์ส่วนเกิน อย่างไรก็ตาม จะไม่มีการหาผู้ชนะประมูลในการประมูลรอบหลัก ในการประมูลรอบเสริม ผู้ประมูลสามารถเสนอราคาเพิ่มเติมสำหรับแพ็คเกจที่ต้องการได้ โดยราคาที่เสนอของแต่ละแพ็คเกจต้องสอดคล้องกับกฎการเสนอราคา (ดู Ausubel & Cramton, 2011 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎการเสนอราคา)

การหาผู้ชนะการประมูล (winner determination problem) จะเกิดขึ้นหลังจากการประมูลรอบเสริม ซึ่งจะนำการเสนอราคาทุกแพ็คเกจของผู้ประมูลทุกรายมาหาค่าที่เหมาะสมที่สุด (optimization) โดยเลือกแพ็คเกจการเสนอราคาของผู้ประมูลแต่ละรายที่ทำให้มูลค่าการเสนอราคารวมสูงที่สุด ทั้งนี้ แพ็คเกจการเสนอราคาของผู้ประมูลแต่ละรายจะรวมถึงแพ็คเกจที่ไม่มีชุดคลื่นความถี่ใด ๆ อยู่เลย ส่วนราคาสุดท้ายจะถูกกำหนดโดยกฎการกำหนดราคา (pricing rule) กฎการกำหนดราคาที่ยอมรับแบบหนึ่งคือ Vickrey-nearest-core pricing ซึ่งกำหนดให้ราคาของแพ็คเกจที่ชนะเป็นราคาที่ใกล้เคียงกับต้นทุนเสียโอกาส (opportunity cost) ของแพ็คเกจมากที่สุด (ดู Day & Cramton, 2012 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎการกำหนดราคา)¹

¹การใช้ Vickrey pricing เป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประมูลเสนอราคาอย่างตรงไปตรงมา อย่างไรก็ตาม Vickrey price ของแพ็คเกจหนึ่ง ๆ อาจจะต่ำกว่าราคารวมที่กลุ่มผู้ประมูลรายอื่นเสนอไว้และอาจทำให้กลุ่มผู้ประมูลดังกล่าวทักท้วงได้ ดังนั้น Vickrey-nearest-core pricing จึงกำหนดให้ราคาสุดท้ายเท่ากับราคาที่ใกล้เคียงกับ Vickrey price มากที่สุด โดยที่ราคดังกล่าวไม่ทำให้ผู้ประมูลกลุ่มใดทักท้วง

ข้อดีและข้อเสียของ Combinatorial Clock Auction

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ข้อดีของ CCA มีหลายประการ กล่าวคือ ไม่มีความเสี่ยงการรวบรวม และผู้ประมูลจะมีแรงจูงใจในการเสนอราคาอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งทำให้ CCA เป็นการประมูลที่มีประสิทธิภาพสูง อย่างไรก็ตาม ราคาสุดท้ายอาจจะไม่เท่ากับต้นทุนเสียโอกาสทำให้ผู้ประมูลอาจจะเบี่ยงเบนจากการเสนอราคาอย่างตรงไปตรงมา²

จุดอ่อนของ CCA ในทางปฏิบัติคือ ความซับซ้อนของกฎการประมูล ซึ่งอาจทำให้ผู้ประมูลสับสน และเป็นผลให้เกิดความผิดพลาดในการประมูล นอกจากนี้ ผลการประมูลอาจจะเข้าใจยาก เนื่องจากราคาที่ผู้ชนะประมูลต้องจ่ายเป็นราคาของแพ็คเกจที่ได้รับ ซึ่งไม่สามารถบอกได้ว่าราคาของคลื่นความถี่แต่ละชุดเป็นเท่าใด นอกจากนี้ ราคาดังกล่าวจะถูกกำหนดจากการเสนอราคาของผู้ประมูลรายอื่น ๆ มิใช่ราคาที่ผู้ชนะประมูลเสนอ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ที่ราคาของแพ็คเกจที่เหมือนกันจะมีความแตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะเหล่านี้ของ CCA อาจจะทำให้ผู้ที่ไม่เข้าใจกฎการประมูลสับสนได้

4 บทกี่ยวท้าย

การประมูลเป็นกลไกการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ได้รับการพิสูจน์ตัวเองมาแล้วอย่างต่อเนื่องทั้งในทางทฤษฎีและภาคปฏิบัติ นอกจากนี้ จุดแข็งด้านประสิทธิภาพในการจัดสรรคลื่น

ความถี่แล้ว การประมูลยังมีความยืดหยุ่นสูงในการตอบวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อีกด้วย การออกแบบการประมูลที่ดีจะทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ อย่างไรก็ตาม ตามที่อธิบายไว้ข้างต้นประสิทธิภาพและการแข่งขันภายหลังการประมูลควรจะเป็นวัตถุประสงค์หลักของการจัดสรรคลื่นความถี่

รูปแบบการประมูลคลื่นความถี่มีความหลากหลาย แต่รูปแบบที่นิยมใช้คือ SAA และ CCA เนื่องจากเหมาะสมกับลักษณะของคลื่นความถี่ พร้อมทั้งมีประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นสูงทั้งงานวิจัยและประสบการณ์ในการประมูลที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าการใช้รูปแบบการประมูลอื่น ๆ ที่ไม่เหมาะสมกับการจัดสรรคลื่นความถี่จะทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่ไม่มีประสิทธิภาพและประชาชนจะไม่ได้ประโยชน์จากคลื่นความถี่อย่างเต็มที่ นอกจากการประมูลสองรูปแบบที่ได้อธิบายในบทความนี้ ยังมีกรประมูลรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับการจัดสรรคลื่นความถี่อีก เช่น Ascending Clock Auction ซึ่งเป็นรูปแบบการประมูลที่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับ SAA แต่ยังไม่แพร่หลายนัก (ดู Cramton & Sujarittanonta, 2010 สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติม) ทั้งนี้ วิทยาการด้านการออกแบบการประมูลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า อาจจะมีการประมูลรูปแบบอื่นๆ ที่ดีกว่ารูปแบบการประมูลในปัจจุบันก็เป็นได้ ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงต้องติดตามความก้าวหน้าและศึกษาการออกแบบการประมูลอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ภัยจากการใช้รูปแบบการประมูล

²ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ threshold problem (ดู Brunner, Goeree, Holt, & Ledyard, 2010 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม)

ที่มีประสิทธิภาพสูงก็ไม่อาจมั่นใจได้ว่าการจัดสรรจะมีประสิทธิภาพสูงตามไปด้วย การประมูลที่มีรูปแบบเหมือนกันอาจมีความแตกต่างในรายละเอียด และผลลัพธ์ที่จะได้ก็มีความอ่อนไหวต่อรายละเอียดดังกล่าว ความผิดพลาดของการออกแบบกฎการประมูลเพียงจุดเล็ก ๆ อาจทำให้ผลการประมูลเสียหายอย่างมากก็ได้ ดังนั้น การประมูลจึงต้องมีการออกแบบเชิงบูรณาการ โดยที่มีวัตถุประสงค์ของการจัดสรรคลื่นความถี่และบริบทของประเทศเป็นตัวตั้ง การวิเคราะห์การประมูลเพียงจุดเล็ก ๆ อาจจะทำให้ไม่สามารถมองภาพใหญ่ของการจัดสรรคลื่นความถี่ได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ความล้มเหลวของการประมูลหลายครั้งมิได้เกิดจากข้อบกพร่องของตัวกลไกการประมูลเอง แต่เกิดจากการออกแบบการประมูลที่ผิดพลาด หรือจากกฎหมายหรือนโยบายแวดล้อมอื่น ๆ ที่ไม่เอื้อกับการจัดสรรคลื่นความถี่ด้วยการประมูล ดังนั้น องค์กรกำกับดูแลควรจะพัฒนาองค์ความรู้ด้านการออกแบบการประมูลและเตรียมบริบทของการจัดสรรคลื่นความถี่ให้พร้อม จากนั้นค่อยดำเนินการออกแบบการประมูลเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ภายใต้บริบทนั้น ๆ โดยใช้องค์ความรู้ดังกล่าว

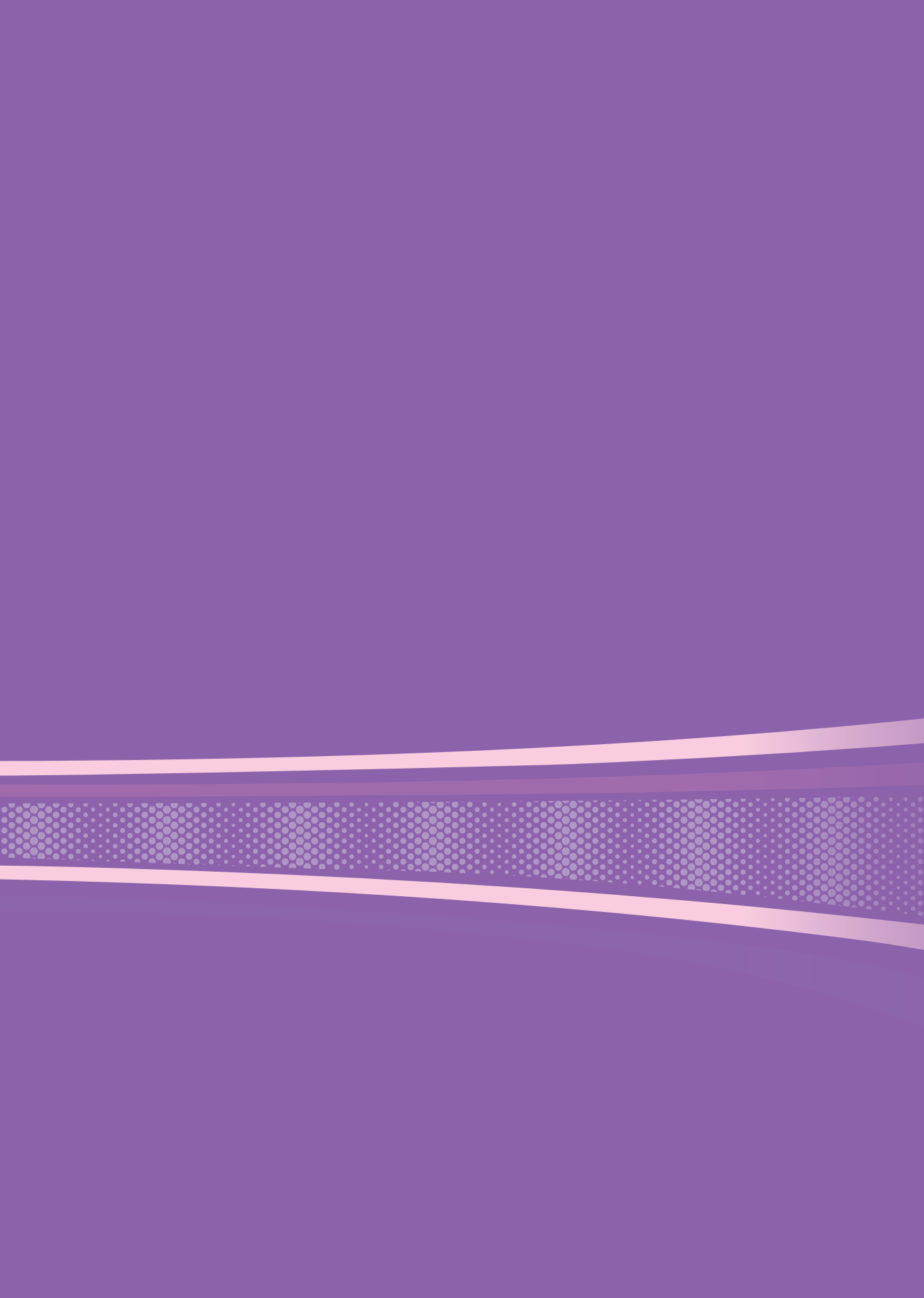
ทั้งนี้ ความเข้าใจของประชาชนผู้ซึ่งเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ถือเป็นหนึ่งในส่วนที่สำคัญที่สุดของการจัดสรรคลื่นความถี่ ผู้เป็นเจ้าของคลื่นความถี่จะต้องมีสิทธิ์อย่างเต็มที่ในการมีส่วนร่วมกับการจัดสรรคลื่นความถี่ในทุก ๆ ขั้นตอน ซึ่งก้าวแรกของการมีส่วนร่วมคือความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องในแนวคิด วัตถุประสงค์และ

กระบวนการพื้นฐานของการจัดสรรคลื่นความถี่ ผู้รับผิดชอบในการจัดสรรคลื่นความถี่ควรจะกระจายองค์ความรู้ดังกล่าวให้กับทุกภาคส่วน เพื่อให้การมีส่วนร่วมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้การจัดสรรคลื่นความถี่เป็นที่ยอมรับจากประชาชนในที่สุด ประชาชนผู้ซึ่งเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ก็จะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการจัดสรรคลื่นความถี่นั่นเอง

บรรณานุกรม

- Ausubel, L. M., & Cramton, P. (2011). Activity Rules for the Combinatorial Clock Auction. **Department of Economics, University of Maryland, Discussion Paper.**
- Ausubel, L. M., & Milgrom, P. R. (2002). Ascending Auctions with Package Bidding. **Frontiers of Theoretical Economics**, 1(1), 1-43.
- Brunner, C., Goeree, J. K., Holt, C. A., & Ledyard, J. O. (2010). An Experimental Test of Flexible Combinatorial Spectrum Auction Formats. **American Economic Journal: Microeconomics**, 2(1), 39-57.
- Paul Milgrom. (2004). **Putting Auction Theory to Work**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paul R. Milgrom, และ Robert J. Weber. (1982). A Theory of Auctions and Competitive Bidding. **Econometrica**, 50(5), 1089-1122.
- Peter Cramton. (2002). Spectrum Auctions. ใน Martin Cave, Sumit Majumdar, และ Ingo Vogelsang (บ.ก.), **Handbook of Telecommunications Economics** (หน้า 605-639). Amsterdam: Elsevier Science B.V.
- Peter Cramton. (2013). Spectrum Auction Design. **Review of Industrial Organization**, 42(2), 161-190.
- Peter Cramton, Yoav Shoham, และ Richard Steinberg. (2006). **Combinatorial Auctions**. Boston: MIT Press.
- Peter Cramton, และ Jesse A. Schwartz. (2000). Collusive Bidding: Lessons from the FCC Spectrum Auctions. **Journal of Regulatory Economics**, 17, 229-252.
- Peter Cramton, และ Lawrence M. Ausubel. (2002). Demand reduction and inefficiency in multi-unit auctions. **Working Paper**.
- Peter Cramton, และ Pacharasut Sujarittanonta. (2010). Pricing Rule in a Clock Auction. **Decision Analysis**, 7(1), 40-57.
- Preston R. McAfee, และ Daniel Vincent. (1993). The Declining Price Anomaly. **Journal of Economic Theory**, 60, 191-212.
- Richard Engelbrecht-Wiggans, และ Charles M. Kahn. (1998). Multi-unit Auctions with Uniform Prices. **Economic Theory**, 12(2), 227-258.
- Robert B. Wilson. (1969). Competitive Bidding with Disparate Information. **Management Science**, 15(7), 446-448.

- Robert W. Day, และ Peter Cramton. (2012). Quadratic Core-Selecting Payment Rules for Combinatorial Auctions. **Operations Research**, 60(3), 588-603.
- Sandro Brusco, และ Giuseppe Lopomo. (2002). Collusion via Signalling in Simultaneous Ascending Bid Auctions with Heterogeneous Objects, with and without Complementarities. **Review of Economic Studies**.



การศึกษารายงานพิเศษ »



013



การจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมทางเลือก

ว่าที่ ร.ต. กรรพล สงวนจิตร¹

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการโทรคมนาคมเป็นจำนวนมาก และมีพฤติกรรมการใช้งานในชีวิตประจำวัน que เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดปัญหาหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการตามมาเป็นจำนวนมาก การจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคม อันเป็นกระบวนการที่เป็นหลักประกันสิทธิของผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องสำคัญของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ที่จะต้องเข้าไปบริหารจัดการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ

ถูกต้อง เป็นธรรม และเพื่อให้ผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคมมีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังนั้น จึงจำเป็นที่ กสทช. ต้องหามาตรการเพื่อคุ้มครองและให้การสนับสนุนผู้บริโภคให้สามารถดำเนินการเข้าถึงการคุ้มครองสิทธิของตนเองได้ดียิ่งขึ้น และมีการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากสถานการณ์ปัญหาที่มีต่อผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตามที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์

และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (6) ที่กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ประกอบกับในมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว กำหนด

¹นิติศาสตรบัณฑิต และนิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, เนติบัณฑิตไทย, ประกาศนียบัตรหลักสูตรกฎหมายปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง สำนักงานศาลปกครอง, ประกาศนียบัตรหลักสูตรความรู้ทางปัญญาด้านกฎหมาย, กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ผู้ปฏิบัติงานประจำ นพ. ประวิทย์ ลีสถาพรวงศ์ กสทช. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ให้ กสทช. มีหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) มิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมและมีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

เหตุที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจนเช่นนี้ เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคโดยเฉพาะในตลาดของกิจการโทรคมนาคมส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโทรคมนาคมอยู่จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการในด้านต่าง ๆ เช่น เทคนิคการตลาดของผู้ประกอบกิจการ คุณภาพ ประสิทธิภาพ ความถูกต้องจากการให้บริการ อีกทั้งผู้บริโภคยังขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ อันทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบอยู่เสมอ นั่นคือการไม่ได้รับความเป็นธรรม (Fairness) จากการให้บริการ

ทั้งนี้ ปัญหาที่สำคัญคือ เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการโทรคมนาคมหรือเกิดข้อพิพาทขึ้นแล้ว กระบวนการในการแก้ไขปัญหามักจะชดเชยเยียวยาหรือการเรียกร้องค่าเสียหายนั้น มีความยุ่งยากซับซ้อนและต้องใช้เวลาอันยาวนาน ซึ่งสร้างความเดือดร้อนใจแก่ผู้บริโภคเป็นอันมาก รวมทั้งยังก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายและเป็นต้นทุน (Cost) ใน

การเรียกร้องเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมให้กับตนเองตามมาอีกด้วย ซึ่งเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ (Benefit) ซึ่งเป็นจำนวนที่ไม่มาก ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่อยากจะเรียกร้องดำเนินคดี ทำให้อาจไม่ได้รับการคุ้มครองเท่าที่ควรจะเป็นจากกระบวนการที่เป็นหลักประกันสิทธิของผู้บริโภค เนื่องจากเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับและต้นทุนต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือตนต้องเสียไปแล้วไม่คุ้มค่า เช่น การต้องเสียค่าใช้จ่ายในการร้องเรียน การติดตามทวงถาม ค่าเดินทาง การเสียเวลา และผู้บริโภคจำนวนมากก็มักอยู่ในฐานะที่จะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้² ซึ่งไม่คุ้มกับประโยชน์ที่จะได้แม้จะไม่ได้ยินยอม (Consent) ให้ผู้ประกอบกิจการเอาเปรียบก็ตาม ตัวอย่างเช่น ในเดือนหนึ่งผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมเรียกค่าบริการเกินไปจากที่กฎหมายกำหนด คือ ประกาศ กสทช. เรื่อง อัตราขึ้นสูงของค่าบริการโทรคมนาคมสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเสียงภายในประเทศ พ.ศ. 2555 สำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเสียงภายในประเทศ ซึ่งกำหนดในอัตราเก้าสิบเก้า สตางค์ต่อนาทีเท่านั้น แต่มีการเรียกเก็บค่าบริการดังกล่าวในอัตราหนึ่งบาทห้าสิบสตางค์ต่อนาที ซึ่งผู้บริโภคอาจเห็นว่าค่าบริการเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนัก แต่หากไปเทียบกับการที่ตนเองต้องไปเรียกเงินคืนค่าโทรส่วนเกินจากที่กฎหมายกำหนด ตนเองจะต้องยุ่งยาก ต้องเสียเวลา และมีค่าใช้จ่ายตามมาอีกมาก หรือในกรณีเรียกเก็บค่าบริการที่ตนไม่ได้ใช้จำนวนเงิน 3 บาท ซึ่งหากผู้บริโภคคนดังกล่าว

²สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค, พ.ศ. 2548, หน้า 1.

ต้องไปเรียกร้อง ผู้บริโภคจะต้องมีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเช่นกัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบไปแล้ว อาจจะคุ้มที่จะไปร้องเรียน

แต่ในทางกลับกัน กลับยิ่งก่อให้เกิดผู้ประกอบการทำการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือกระทำความผิดมากยิ่งขึ้นและเป็นการกระทำความผิดโดยเลือกอย่างมีเหตุผล (rational choice theory of crime) หมายถึงบุคคลย่อมจะตัดสินใจกระทำความผิดเมื่อเห็นอยู่ว่าประโยชน์ที่เขาคาดว่าจะได้รับจากการกระทำความผิดย่อมเกิดขึ้นสูงกว่าต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Expected costs) เนื่องจากไม่มีผู้บริโภคจำนวนมากพอที่จะมาร้องเรียนหรือเรียกร้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีต้นทุนจากการชดเชยค่าเสียหายหรือถูกลงโทษ ด้วยเหตุนี้ แนวทางที่จะป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือการกระทำความผิดคือ การลดประโยชน์ที่ผู้กระทำความผิดคาดหวังและการเพิ่มต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยการเพิ่มการลงโทษที่หนักขึ้น หรือการเพิ่มความน่าจะเป็นในการจับกุมผู้กระทำความผิดให้สูงขึ้น นั่นคือ ต้องมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคร้องเรียนและมีกระบวนการชดเชยค่าเสียหายให้ผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น

สำนักงาน กสทช. ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม ตรวจสอบและแก้ไขปัญหา หรือเสนอความเห็นต่อ กสทช.

ตามมาตรา 57 (4) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 กำหนดไว้ จึงควรมีระบบและขั้นตอนที่เอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภคและเยียวยา เพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายได้รับการแก้ไขเยียวยาด้วยความรวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพ อันเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและสนับสนุนผู้บริโภคในการร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม ขณะเดียวกันต้องมีวิธีการกำกับดูแลและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการรับผิดชอบและหันมาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเอาใจใส่สินค้าและบริการแก่ผู้บริโภคทุกคนให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งมาตรการเชิงป้องกันการถูกละเมิดสิทธินั้น ถือเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะเป็นการหลีกเลี่ยงความเป็นไปได้ที่ทำให้เกิดการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค⁴ และเป็นไปตามหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility (CSR)) ระดับ 1 Mandatory Level : ข้อกำหนดตามกฎหมาย คือ การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น⁵ ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในระดับ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในระดับต่อไปให้ขึ้นกับความพร้อมของแต่ละองค์กร⁶

ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการโทรคมนาคมจำนวน

³สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และคณะ, **นิติเศรษฐศาสตร์ของระบบยุติธรรมทางอาญาไทย**, มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สนับสนุนการวิจัยโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ (สกว.), พ.ศ. 2554 หน้า 18.

⁴ปิฎกภูมิ นิตยานันท์, “มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม : มาตรการป้องกันการถูกละเมิดสิทธิ”, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2553, หน้า (1).

⁵<http://www.csrcom.com/csr.php>

⁶ณรงค์ลักษณ์ เจริญไชย, “สรุปความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)” หน้า 1.

มาก โดยมีจำนวนเลขหมายโทรคมนาคมอยู่ในตลาดสูงถึง 100,225,548 เลขหมาย⁷ และจากพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้น ผู้คนยุคปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานโดยเฉลี่ย 32.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 4.6 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือใช้เวลาโดยประมาณ 7.2 ชั่วโมงต่อวันทีเดียว ในปี 2557 หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้คนใช้เวลาเกือบ 1 ใน 3 ของวันเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต⁸ อีกทั้งนางคามิลล่า วอลเทียร์ ประธานบริษัทอีริคสัน ประเทศไทย ได้กล่าวว่า รายงาน “Ericsson Mobility Report 2014” ระบุว่า อินโดนีเซีย ไทย และบังกลาเทศ คือ 3 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่มีจำนวนการใช้โมบายโฟนเพิ่มสุทธิตามที่สุดในไตรมาสที่ 1 ในปี 2557 และติดอยู่ใน 5 อันดับแรก ของประเทศของโลกที่มีการใช้งานโมบายโฟนเพิ่มขึ้นมากที่สุด⁹ และจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557 จำนวน 16,596 คน เป็นผู้ใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่สูงถึง 15,265 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 92.0¹⁰ จึงกล่าวได้ว่า การใช้บริการโทรคมนาคมโดยเฉพาะผ่านโทรศัพท์มือถือหรือโมบายโฟนได้กลายมาเป็นเรื่องใกล้ตัว ทั้งเป็นอุปกรณ์ข้างกายและเป็น

สิ่งสำคัญของคนในปัจจุบันนี้

เมื่อมีการใช้งานเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมจำนวนมากและมีการใช้เป็นเวลานานในแต่ละวัน ย่อมเกิดปัญหาหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าหรือบริการตามมาได้ง่าย การจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมถือเป็นเรื่องสำคัญของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ตามประกาศ กทช. เรื่อง กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ พ.ศ. 2549 ข้อ 12 ประกอบข้อ 8 และข้อ 9 กำหนดให้คณะกรรมการหรือ กทค. ต้องพิจารณาวินิจฉัยชี้ขาดข้อพิพาทภายใน 30 วัน นับแต่วันที่สำนักงาน กสทช. ได้รับเรื่องร้องเรียน แต่ในทางปฏิบัติ เช่น ใน พ.ศ. 2556 ปรากฏว่ามีเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการโทรคมนาคม จำนวนทั้งสิ้น 2,437 เรื่อง เป็นเรื่องที่ดำเนินการแล้วเสร็จเพียง 1,257 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 52.44 ของเรื่องทั้งหมด และเหลือเรื่องที่ยังอยู่ระหว่างดำเนินการถึง 1,159 เรื่อง หรือร้อยละ 47.56 ของเรื่องทั้งหมด¹¹ ที่เป็นเรื่องร้องเรียนที่ยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จหรือเกินกว่าระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

อีกทั้ง ผู้เขียนพบว่า การปฏิบัติหน้าที่ในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการล่าช้ากว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ หากก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลใดแล้ว กฎหมายกำหนดให้

⁷http://www2.nbt.go.th/TTID/mobile_market/subscribers/ (updated: 6 October 2014)

⁸สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, “ผลการสำรวจที่สำคัญข้อมูลลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต”, รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557 หน้า 18.

⁹ผู้จัดการออนไลน์, ประจำวันที่ 9 กรกฎาคม 2557, <http://www.manager.co.th>.

¹⁰สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), อ้างแล้ว, หน้า 76.

¹¹คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, “ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม”, รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2556, หน้า 262.

สำนักงาน กสทช. ต้องรับผิดชอบใช้ความเสียหายให้แก่บุคคลนั้นด้วย ตามที่มาตรา 30 วรรคหนึ่งและวรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 กำหนดว่า ใน การปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการพิจารณาคำขอหรือ คำร้องเรียนที่ประชาชนยื่นตามกฎหมายหรือ ประกาศให้ กสทช. กำหนดระยะเวลาการดำเนินการแล้วเสร็จและประกาศให้ประชาชนทราบ และในกรณีที่ กสทช. กสท. กทค. อนุกรรมการ เลขาธิการ กสทช. หรือพนักงานของสำนักงาน กสทช. ได้ปฏิบัติหน้าที่ล่าช้ากว่าที่กำหนดตาม วรรคหนึ่งโดยไม่มีเหตุอันสมควร หากก่อให้เกิด ความเสียหายแก่บุคคลใด ให้สำนักงาน กสทช. รับผิดชอบใช้ความเสียหายให้แก่บุคคลนั้น และให้ เรียกเงินชดเชยคืนจาก กสทช. กสท. กทค. คณะ อนุกรรมการ เลขาธิการ กสทช. หรือพนักงานของ สำนักงาน กสทช. ผู้เป็นต้นเหตุแห่งความล่าช้า นั้น แล้วแต่กรณี หากความเสียหายนั้นเกิดจาก การกระทำหรือดเนินการกระทำด้วยความจงใจ หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงอีกด้วย ซึ่ง สอดคล้องกับมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติความ รับผิดชอบละเมิดของเจ้าหน้าที่ พ.ศ. 2539¹² แต่ กลับปรากฏข้อเท็จจริงว่า จากผลการดำเนินการ แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนที่ผ่านมาล่าช้ากว่าที่ กฎหมายกำหนดอยู่จำนวนมาก

ดังนั้น แนวทางการจัดการเรื่องร้องเรียน และการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคม ที่มีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นอย่างมาก ในการนำมาแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้กล่าวมา โดย

ผู้เขียนจะเน้นวิเคราะห์ในด้านกฎหมายและ การบังคับใช้กฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ จัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทใน กิจการโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. กฎหมายที่สามารถนำมาใช้ คุ้มครองผู้บริโภคและระงับข้อ พิพาทในกิจการโทรคมนาคม

กสทช. และสำนักงาน กสทช. มีกฎหมาย และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคมจำนวนมาก ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรร คลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553

(2) พระราชบัญญัติการประกอบกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2544

(3) ประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานของ สัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549

(4) ประกาศ กทช. เรื่อง กระบวนการรับ เรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้ บริการ พ.ศ. 2549

(5) ประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานและ คุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมประเภทเสียง พ.ศ. 2551

(6) ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของ คุณภาพการให้บริการโทรคมนาคมประเภทข้อมูล สำหรับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ. 2555

(7) ประกาศ กสทช. เรื่อง อัตราขั้นสูงของ

¹²มาตรา 5 หน่วยงานของรัฐต้องรับผิดชอบต่อผู้เสียหายในผลแห่งละเมิดที่เจ้าหน้าที่ของตนได้กระทำในการปฏิบัติหน้าที่ ในกรณีที่ผู้เสียหายอาจฟ้องหน่วยงานของรัฐดังกล่าว ได้โดยตรง แต่จะฟ้องเจ้าหน้าที่ไม่ได้

ค่าบริการโทรคมนาคมสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเสียงภายในประเทศ พ.ศ. 2555

(8) ประกาศ กทช. เรื่อง อัตราขึ้นสูงของค่าบริการและการเรียกเก็บเงินค่าบริการล่วงหน้าในกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549

(9) ระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และผู้ร้องเรียน พ.ศ. 2555 ... ฯลฯ ...

แต่ก็ยังเห็นได้ว่า แม้จะมีกฎหมายจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมแล้วก็ตาม แต่ก็ยังมีได้ทำให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) หรือเท่าที่ควรจะเป็นตามสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาความเสียหายอันเกิดจากการผิดสัญญา (Remedies for breach of contract) ดังนั้น ผู้เขียนจึงวิเคราะห์ว่าควรมีการนำหลักการของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาแล้วทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทย มาใช้บังคับกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมด้วย จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมได้ นั่นคือแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class action) กับหลักการการถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อนตามมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

กล่าวคือ ใน พ.ศ. 2551 ได้มีการตราพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาบังคับใช้โดยมีหลักการและเหตุผลในการประกาศใช้กฎหมายดังกล่าว เนื่องจาก

ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการมากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในเรื่องของคุณภาพสินค้าหรือบริการ ตลอดจนเทคนิคการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งยังขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบอยู่เสมอ ซึ่งเหตุผลของการประกาศใช้กฎหมายดังกล่าวนี้ เหมือนกับสภาพปัญหาการใช้บริการของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมที่ผู้บริโภคมักถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการอยู่เสมอ เนื่องจากขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญาและการระงับข้อพิพาท ประกอบกับผู้บริโภคมักจะขาดความรู้ในเรื่องของคุณภาพหรือบริการ ขาดความสามารถในการต่อสู้คดีซึ่งผู้ประกอบธุรกิจมักจะได้เปรียบผู้บริโภคอยู่เสมอ ดังนั้น จึงไม่อาจใช้การระงับข้อพิพาทอย่างคดีแพ่งทั่วไปซึ่งคู่พิพาทมีความสามารถที่เท่าเทียมกันมาใช้กับคดีผู้บริโภคได้ (Consumer Claim) ทั้งนี้ หลังจากที่มีการเสนอแนวทางและปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมาเป็นเวลายาวนาน และการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการฟ้องคดีแบบกลุ่ม (Class action) จนในที่สุดศาลยุติธรรมได้ผลักดันให้มีกฎหมายฉบับนี้¹³

คดีแพ่งทั่วไปคู่สัญญา มักมีฐานะค่อนข้างเท่าเทียมกัน เช่น เป็นเรื่องระหว่างเอกชนกับเอกชน หรือเป็นผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ หรือเป็นเอกชนกับผู้ประกอบการ แต่ในคดีผู้บริโภคเป็นคดีที่พิพาทกันระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคหรือผู้บริโภคตามความเป็นจริง

¹³ สุขุม ศุภนิธย์, คำอธิบายพัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย, (สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 2554), หน้า 26.

เท่านั้น (Consumer or De facto consumer) ซึ่งเป็นคดีแพ่งระหว่างผู้บริโภคฝ่ายหนึ่งกับผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคมอีกฝ่ายหนึ่ง กล่าวคือ คดีพิพาทกันเกี่ยวกับสิทธิหรือหน้าที่ตามกฎหมายอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ตามนัยมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ไม่ว่าคดีที่ผู้บริโภคเป็นโจทก์ฟ้องผู้ประกอบการธุรกิจ (คำวินิจฉัยของประธานศาลอุทธรณ์ที่ 184/2552)¹⁴ หรือผู้ประกอบการธุรกิจเป็นโจทก์ฟ้องผู้ใช้บริการก็ตาม¹⁵

ทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคมขึ้น กระบวนการจัดการเยียวยา การระงับข้อพิพาท รวมทั้งการเรียกร้องค่าเสียหายที่ต้องใช้เวลายาวนาน มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และการต้องพิสูจน์ถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริโภคจะสามารถพิสูจน์หรือหาพยานหลักฐานได้ หรือเป็นเรื่องที่ไม่อยู่ในความรู้เห็นของผู้บริโภคและอาจจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญมาพิสูจน์ และแม้ว่าผู้บริโภคจะดำเนินคดีเอง ผู้บริโภคก็ตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบกว่าผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนั้น กสทช. จึงอาจนำมาตรการตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาเป็นแนวทางในการพัฒนาและคุ้มครองการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถ

เข้าถึงความยุติธรรมได้ง่ายขึ้น รวดเร็ว และเอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

ดังนั้น การนำหลักการดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class action) กับหลักการถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อน ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาใช้กับการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคม จึงเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้และสมควรกระทำอย่างยิ่ง เนื่องจากการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในคดีที่ผู้บริโภคนั้นมีความพิเศษ จึงต้องมีการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทที่แตกต่างจากคดีแพ่งทั่วไป และมีความสัมพันธ์กับหลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (6) ที่กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรมอีกด้วย

2 มาตรการทางกฎหมายที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทในกิจการโทรคมนาคม

โดยปกติสิทธิของคู่สัญญาที่จะได้รับการเยียวยาความเสียหายอันเกิดจากการผิดสัญญา หมายถึง การเยียวยาในสามรูปแบบหลัก ได้แก่¹⁶

¹⁴ คำวินิจฉัยของประธานศาลอุทธรณ์ที่ 184/2552 โจทก์ใช้บริการโทรศัพท์ของจำเลย เพื่อประโยชน์ส่วนตนโดยปกติ โจทก์จึงเป็นผู้บริโภค เมื่อโจทก์ฟ้องเรียกให้จำเลยชดเชยค่าเสียหาย อันเนื่องมาจากการไม่สามารถใช้บริการโทรศัพท์ตามปกติได้ จึงเป็นคดีพิพาทระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคเกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ตามกฎหมายอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ เป็นคดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 3 (1)

¹⁵ ศาลอุทธรณ์, หนังสือเวียนที่ ศญ 200/ว1 เรื่องแนวทางปฏิบัติในการส่งเรื่องให้ประธานศาลอุทธรณ์วินิจฉัยว่าคดีใดเป็นคดีผู้บริโภค ตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 29 สิงหาคม 2551

¹⁶ มุนินทร์ พงศาปาน, “หลักความผิดในกฎหมายลักษณะสัญญาของไทย”, วารสารนิติศาสตร์ ปีที่ 43 ฉบับที่ 2 มิถุนายน 2557, (โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : 2557) หน้า 311.

(1) การชำระหนี้โดยเฉพาะเจาะจง (Specific performance) เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 213 เป็นต้น

(2) การชดเชยค่าเสียหาย (Compensatory damages) เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 222 เป็นต้น

(3) การเลิกสัญญา (Termination of contract) เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 386 เป็นต้น

แต่ด้วยเหตุที่การผิดสัญญาจากการใช้บริการโทรคมนาคมเป็นเรื่องขบถย่อย ค่าเสียหายที่จะได้รับการชดเชยมีจำนวนไม่มาก และการผิดสัญญาในหลายกรณีไม่ถึงกับเป็นเหตุให้ผู้ใช้บริการจะการยกเลิกสัญญาเสียทีเดียว ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่อยากเรียกร้องหรือดำเนินคดีหรือใช้สิทธิเพื่อที่จะได้รับการเยียวยาความเสียหาย อันเกิดจากการผิดสัญญาอย่างคดีแพ่งทั่ว ๆ ไป ทำให้ไม่ได้รับการคุ้มครองจากกระบวนการที่เป็นหลักประกันสิทธิของผู้บริโภค ตามที่ได้กล่าวไว้แล้ว ดังนั้น จึงต้องหามาตรการส่งเสริมให้ผู้บริโภคร้องเรียนและมีกระบวนการชดเชยค่าเสียหายให้ผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ได้แก่

2.1 มาตรการดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action)

การดำเนินคดีแบบกลุ่มเป็นกระบวนการพิจารณาที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากคดีแพ่งทั่วไป ซึ่งอนุญาตให้ผู้เสียหายหรือผู้บริโภคซึ่งอยู่ภายใต้ข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายเดียวกัน

สามารถดำเนินคดีเพื่อตนเองหรือผู้เสียหายอื่น ๆ หรือสมาชิกกลุ่มซึ่งอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน และต้องผูกพันตามคำพิพากษาหรือคำวินิจฉัยนั้น ซึ่งแตกต่างจากการดำเนินคดีแพ่งสามัญที่คำพิพากษาผูกพันเฉพาะคู่ความที่ดำเนินคดีนั้นเท่านั้นตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 145¹⁷

ในหลายๆ ประเทศได้ยอมรับว่ามาตรการดำเนินคดีแบบกลุ่ม เป็นกระบวนการระงับข้อพิพาทที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกธรรมให้กับผู้บริโภค เนื่องจากสามารถคุ้มครองผู้เสียหายเป็นจำนวนมากได้ในการดำเนินคดีเพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถช่วยให้ผู้เสียหายที่ไม่สามารถดำเนินคดีเพื่อเยียวยาความเสียหายด้วยตนเองได้ หรือผู้เสียหายที่ได้รับความเสียหายเพียงจำนวนเล็กน้อย เช่น ในคดีที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย (Consumer Claims)¹⁸ และเหมาะสมกับลักษณะคดีที่มีผู้เสียหายจำนวนมากในความเสียหายลักษณะเดียวกัน¹⁹ เพียงแต่ต้องแสดงให้เห็นว่า ตนก็ได้รับความเสียหายอย่างเดียวกันจากการบริโภคสินค้าหรือของผู้ประกอบธุรกิจเจ้าเดียวกัน เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส อินโดนีเซีย จีน ได้มีการนำหลักการดำเนินคดีแบบกลุ่มมาใช้บังคับ เนื่องจากเป็นมาตรการที่สร้างความเข้มแข็งให้แก่ประชาชนผู้ด้อยโอกาสในสังคมเป็นอย่างดี รวมทั้งประหยัด

¹⁷มาตรา 145 ภายใต้บังคับบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้ว่าด้วยการอุทธรณ์ฎีกาและการพิจารณาใหม่ คำพิพากษาหรือคำสั่งใดๆ ให้ถือว่าผูกพันคู่ความในกระบวนการพิจารณาของศาลที่พิพากษาหรือมีคำสั่งนับตั้งแต่วันที่คำพิพากษาหรือมีคำสั่งจนถึงวันที่คำพิพากษาหรือคำสั่งนั้นได้ถูกเปลี่ยนแปลง แก้ไข กลับหรือดลเสีย...

¹⁸ธนารักษ์ เนาวรัตน์, “การดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action) : ประสบการณ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา”, หน้า 1 (http://www.coj.go.th/iad/userfiles/file/article_t2.pdf)

¹⁹สุขุม ศุภนิติย์, อ้างแล้ว, หน้า 65.

เวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และช่วยลดความเสี่ยงความซ้ำซ้อนในการฟ้องคดี จึงเป็นมาตรการในการลดปริมาณคดีที่ขึ้นสู่ศาลได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง คือ หากให้ผู้เสียหายแต่ละรายนำคดีมาฟ้องและศาลจำต้องพิจารณาคดีเป็นรายคดีไป ย่อมทำให้เกิดความล่าช้าและคดีล้นศาล ซึ่งเห็นได้จากข้อดีและวัตถุประสงค์ของการดำเนินคดีแบบกลุ่ม

ข้อดีและวัตถุประสงค์ของการดำเนินคดีแบบกลุ่มอาจจำแนกได้ 5 ประการ ได้แก่²⁰

(1) ด้านการบริหารงานคดี เนื่องจากลักษณะของข้อพิพาทที่มีผู้ต้องเสียหายจำนวนมาก หากผู้เสียหายแต่ละคนแยกกันดำเนินคดีก็จะทำให้มีคดีขึ้นสู่การพิจารณาเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การดำเนินคดีแบบกลุ่มจึงพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องการฟ้องคดีร่วมกันในกรณีที่จำนวนผู้มีส่วนได้เสียมีจำนวนมาก และการฟ้องคดีร่วมกันเป็นไปได้ยาก

(2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของมาตรการเยียวยาสิทธิทางแพ่งโดยการดำเนินคดี ในบางกรณีข้อพิพาทบุคคลจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบ แต่จำนวนความเสียหายที่แต่ละบุคคลได้รับอาจมีจำนวนน้อย และเมื่อเปรียบกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีแล้วจะไม่คุ้มค่าที่จะต้องดำเนินคดีด้วยตนเอง หรือบุคคลที่ได้รับความเสียหายอาจกลัวการนำคดีขึ้นสู่การพิจารณาพิพากษาคดีของศาล ดังนั้น การดำเนินคดีโดยผู้แทนนี้จะกำหนดให้บุคคลผู้ต้องเสียหายได้รับประโยชน์ อันทำให้มีการเยียวยาสิทธิโดยทางศาลมากขึ้น

(3) วัตถุประสงค์เพื่อให้มีคำพิพากษาที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ในแง่ของการพัฒนาความมีประสิทธิภาพของศาล (To improve judicial efficiency) การที่ศาลจะมีการพิจารณาคดีพิพากษาคดีที่มีประเด็นบางประเด็นหรือทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกันหรือเกี่ยวข้องกับสถานการณ์เดียวกัน (The same events) การดำเนินคดีแบบกลุ่มจึงมีความมุ่งหมายให้การตัดสินในกรณีที่มีประเด็นปัญหากระทบถึงบุคคลผู้ต้องเสียหายที่อยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกันเป็นไปโดยมีความสอดคล้องกัน

(4) การลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี (Judicial economy) แม้ว่าข้อพิพาทที่มีจะมีบุคคลที่ได้รับผลกระทบจำนวนมากก็ตาม แต่หากพิจารณาเป็นรายบุคคลแล้วความเสียหายของแต่ละบุคคลอาจมีจำนวนน้อยไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินคดีด้วยตนเอง การดำเนินคดีโดยผู้แทนนี้จะทำให้บุคคลเหล่านั้นได้รับการเยียวยามากขึ้น

(5) วัตถุประสงค์ในการสร้างมาตรการทางกฎหมายในการป้องปรามการกระทำอันละเมิดสิทธิของประชาชน แม้ว่าผู้ต้องเสียหายแต่ละรายจะได้รับความเสียหายเป็นจำนวนน้อย แต่หากเมื่อมารวมความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งหมดแล้วปรากฏความเสียหายเป็นจำนวนมากที่ผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบหากเป็นผู้ก่อความเสียหาย ผู้ประกอบการจึงมีความเสี่ยงมากหากละเลยหน้าที่ความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยสาธารณะ

ดังนั้น หลักการดำเนินคดีแบบกลุ่มจะเป็นมาตรการทางกฎหมายที่ส่งผลโดยอ้อมในลักษณะของการรวมตัวกันของผู้ต้องเสียหายเพื่อบังคับ

²⁰รชฎ บุญสินสุข, “การดำเนินคดีแบบกลุ่มในระบบกฎหมายคอมมอนลอว์และซีวิลลอว์”, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พ.ศ. 2545, หน้า 26-28.

ให้มีการปฏิบัติตามสิทธิหน้าที่ ทั้งยังเกิดพลังของการรวมตัวส่งผลถึงอำนาจการต่อรองหรือเรียกร้องสิทธิของประชาชน เพื่อมุ่งประสงค์ (To achieve behavioral modification) ป้องปรามการกระทำของผู้ประกอบการที่จะเป็น การละเมิดสิทธิของประชาชนอีกด้วย

แม้ปัจจุบันยังมิได้มีการนำการดำเนินคดีแบบกลุ่มมาใช้ในประเทศไทย แต่ก็ได้มีการเริ่มนำวิธีการดำเนินคดีแบบกลุ่มมาใช้ เช่น การเริ่มจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่เห็นความสำคัญ²¹ เป็นต้น ในขณะเดียวกันได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ฉบับที่...) พ.ศ. ...โดยให้นำวิธีการดำเนินคดีแบบกลุ่มมาใช้ด้วย²²

2.2 การถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อน

ประเทศไทยได้มีการนำหลักการถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อนมากำหนดไว้ในพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 30 บัญญัติว่า

“ถ้าภายหลังที่ได้มีคำพิพากษาถึงที่สุด ในคดีผู้บริโภคแล้ว ปรากฏว่ามีการฟ้องผู้ประกอบการรายเดียวกันเป็นคดีผู้บริโภคอีก โดยข้อเท็จจริงที่พิพาทเป็นอย่างเดียวกับคดีก่อนและศาลในคดีก่อนได้วินิจฉัยไว้แล้ว ศาลในคดีหลังอาจมีคำสั่งให้ถือว่าข้อเท็จจริงในประเด็นนั้นเป็นอันยุติเช่นเดียวกับคดีก่อนโดยไม่ต้องสืบพยานหลักฐาน เว้นแต่ศาลเห็นว่าข้อเท็จจริงในคดีก่อนนั้นยังไม่เพียงพอแก่การวินิจฉัยชี้ขาดคดี

หรือเพื่อให้โอกาสแก่คู่ความที่เสียเปรียบต่อผู้คดีศาลมีอำนาจเรียกพยานหลักฐานมาสืบเองหรืออนุญาตให้คู่ความนำพยานหลักฐานมาสืบเพิ่มเติมตามที่เห็นสมควรก็ได้”

กล่าวคือ ในกรณีที่มีผู้บริโภคร้องเรียนผู้ประกอบการกิจการว่าผิดสัญญา อาจจะมีผู้บริโภคได้รับความเสียหายหลายคน ตัวอย่างเช่น หากคดีก่อนได้มีผู้บริโภคร้องเรียนผู้ประกอบการว่าผิดสัญญาในการให้บริการตามที่ได้ทำสัญญาหรือโฆษณาไว้หรือกระทำผิดต่อกฎหมาย เมื่อ กสทช. ได้มีมติเป็นที่สุดแล้ว (Approved) ว่า ผู้ประกอบการกิจการรายนั้นผิดกฎหมายหรือสัญญาตามข้อร้องเรียนในลักษณะดังกล่าวจริง ต่อมาเมื่อผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งร้องเรียนผู้ประกอบการรายเดิมในสิทธิอย่างเดียวกันที่มาจากข้อเท็จจริงเดียวกัน และหลักกฎหมายอย่างเดียวกัน (Common fact and common law) เหมือนกับข้อร้องเรียนในกรณีเดิม ซึ่งมี กสทช. ได้มีมติเป็นบรรทัดฐานไว้แล้ว (Precedence (for deciding future cases) เช่นนี้ในการดำเนินการกับข้อร้องเรียนใหม่ สำนักงาน กสทช. สามารถรับฟังข้อเท็จจริงในการกระทำเป็นที่ยุติได้ว่าผู้ประกอบการกระทำผิดตามที่สัญญาหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้จริง เช่น กรณีผู้ประกอบการโทรคมนาคมบางรายฝ่าฝืนประกาศ กสทช. เรื่องอัตราขึ้นสูงของค่าบริการโทรคมนาคมสำหรับบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทเสียงภายในประเทศ พ.ศ. 2555 อันทำให้ผู้บริโภครายใหม่ที่มาร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทดังกล่าว

²¹พระเดช ไตรรัตน์ธนวังศ์ และคณะ, ศาลยุติธรรมกับการพัฒนากระบวนการยุติธรรมในภูมิภาคเอเชีย : ศึกษากรณีการดำเนินคดีแบบกลุ่ม, รายงานวิชาการกลุ่มการอบรมหลักสูตรผู้พิพากษาผู้บริหารในศาลชั้นต้น รุ่น 4, สถาบันพัฒนาข้าราชการศาลยุติธรรม, พ.ศ. 2550, หน้า 89.

²²พระเดช ไตรรัตน์ธนวังศ์ และคณะ, อ้างแล้ว, ภาคผนวก หน้า 92-109.

ไม่ต้องรอดำเนินการตามกระบวนการรับข้อร้องเรียน และระงับข้อพิพาทตามประกาศ กทช. เรื่อง กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่อง ร้องเรียนของผู้ใช้บริการ พ.ศ. 2549 หรือต้อง เข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่าง ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม และผู้ร้องเรียน พ.ศ. 2555 ที่ต้องมีขั้นตอนหรือใช้ เวลาถึง 30 วัน หรือมากกว่านั้นเป็นส่วนใหญ่ เช่น ตามข้อมูลการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่อง ร้องเรียนแก้ไขปัญหาได้ภายใน 30 วัน มีเพียง ร้อยละ 25 ของเรื่องร้องเรียนที่ยุติแล้ว

ตามบทบัญญัติในมาตรานี้ ศาลซึ่งมี อำนาจพิจารณาในคดีหลัง มีอำนาจสั่งให้ถือว่า ข้อเท็จจริงที่พิพาทเป็นอันยุติเช่นเดียวกับ คดีก่อนได้โดยไม่ต้องสืบพยานหลักฐานนั้น มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

- (1) ทั้งสองคดีเป็นคดีผู้บริโภค
- (2) จำเลยซึ่งเป็นผู้ประกอบการทั้งสอง คดีเป็นรายเดียวกัน
- (3) คดีผู้บริโภคทั้งสองคดีมีข้อเท็จจริงที่ พิพาทเป็นอย่างเดียวกัน
- (4) คดีก่อนได้วินิจฉัยข้อเท็จจริงที่พิพาท นั้นแล้ว
- (5) ขณะยื่นฟ้องคดีหลังคดีก่อนได้มีคำ พิพากษาถึงที่สุดแล้ว

ด้วยเหตุนี้ เมื่อคดีก่อนที่ศาลได้ตัดสินถึง ที่สุดแล้ว ผลของคดีจะทำให้คดีที่ได้ยื่นมาภายหลัง ศาลในคดีหลังอาจมีคำสั่งให้ถือว่าข้อเท็จจริงใน ประเด็นนั้นเป็นอันยุติเช่นเดียวกับคดีก่อนโดย ไม่ต้องสืบพยานหลักฐาน แต่ศาลอาจพิพากษา

ยกฟ้องหรือพิพากษาให้โจทก์ชนะคดีก็ได้ ทั้งนี้ แม้ศาลจะสามารถถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อนได้ ก็ตาม ศาลอาจเห็นสมควรเรียกพยานหลักฐาน มาสืบเองเพิ่มเติมหรือคู่ความที่ได้รับอนุญาต จากศาลให้นำพยานหลักฐานมาสืบก็ได้ ถ้ามีเหตุ คือ ข้อเท็จจริงในคดีก่อนยังไม่เพียงพอต่อการ วินิจฉัยชี้ขาดคดี และเพื่อให้โอกาสแก่คู่ความที่ เสียเปรียบได้ต่อสู้คดี

ดังนั้น หากในอนาคต สำนักงาน กสทช. นำมาตรการทั้งสองอย่าง คือ การดำเนินคดี แบบกลุ่มและการถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อน มา ใช้บังคับกับกรณีเรื่องร้องเรียนจากการให้บริการ โทรคมนาคมตามที่ผู้ประกอบการได้ทำสัญญา หรือโฆษณาไว้กับผู้บริโภค ซึ่งเมื่อ กสทช. ได้มี มติเป็นที่สุดแล้วว่า ผู้ประกอบกิจการรายนั้นผิด กฎหมายหรือสัญญาตามข้อร้องเรียนในลักษณะ หรือสถานการณ์ดังกล่าวจริง ต่อมาเมื่อผู้บริโภค อีกกลุ่มหนึ่งร้องเรียนผู้ประกอบการรายเดิม ในสิทธิอย่างเดียวกันที่มาจากข้อเท็จจริงเดียวกัน และหลักกฎหมายอย่างเดียวกันกับข้อร้องเรียน ในกรณีเดิม ซึ่ง กสทช. ได้มีมติเป็นบรรทัดฐานไว้ แล้วมาระงับข้อพิพาท จึงน่าจะเป็นประโยชน์กับ ผู้บริโภคและกับสำนักงาน กสทช. อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป แม้ปัจจุบันจะมีกฎหมายให้ ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนด คุณภาพและราคาสินค้าหรือบริการก็ตาม แต่ การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปร้องเรียนเป็นข้อ พิพาทในกิจการโทรคมนาคมหรือฟ้องร้องดำเนิน คดีกับผู้ประกอบการ เมื่อมีการละเมิดสิทธิของ ผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการ ไม่คุ้ม และผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่จะมีความรู้

หรือเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการร้องเรียนและดำเนินคดีได้ จึงจำเป็นที่ กสทช. ต้องหามาตรการเพื่อคุ้มครองและให้การสนับสนุนผู้บริโภคให้สามารถดำเนินการเพื่อให้เข้าถึงการคุ้มครองสิทธิของตนเองได้ดียิ่งขึ้น และมีการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ด้วย โดยสร้างแรงจูงใจในการได้รับการแก้ไขเยียวยาที่ดีขึ้น โดยการนำมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้ในการจัดการร้องเรียนและการระงับข้อพิพาทการให้บริการโทรคมนาคม เช่น หลักการดำเนินคดีแบบกลุ่ม และการถือข้อเท็จจริงตามคดีก่อน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2556.
- สุขุม ศุภนิตย์, คำอธิบายพัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค, พ.ศ. 2548.
- ธนารักษ์ เนาวรัตน์, “การดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action) : ประสบการณ์ของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา”, (http://www.coj.go.th/iad/userfiles/file/article_t2.pdf).
- นงศ์ลักษณ์ เจริญไชย, “สรุปความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)”.
- ปิตุภูมิ นิตยานันตะ, มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม : มาตรการป้องกันการถูกละเมิดสิทธิ, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พ.ศ. 2553.
- พระเดช ไตรรัตน์ธนวังศ์ และคณะ, ศาสดายุติธรรมกับการพัฒนากระบวนการยุติธรรมในภูมิภาคเอเชีย : ศึกษากรณีการดำเนินคดีแบบกลุ่ม, รายงานวิชาการกลุ่มการอบรมหลักสูตรผู้พิพากษาผู้บริหารในศาลชั้นต้น รุ่น 4, สถาบันพัฒนาข้าราชการศาลยุติธรรม, พ.ศ. 2550.
- มนินทร์ พงศาปาน, “หลักความผิดในกฎหมายลักษณะสัญญาของไทย”, วารสารนิติศาสตร์ ปีที่ 43 ฉบับที่ 2 มิถุนายน 2557, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557).
- รชฏ บุญสินสุข, “การดำเนินคดีแบบกลุ่มในระบบกฎหมายคอมมอนลอว์และซีวิลลอว์”, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พ.ศ. 2545.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และคณะ, นิติเศรษฐศาสตร์ของระบบยุติธรรมทางอาญาไทย, มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554.



014



มาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชน ในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย ผ่านทางฟรีทีวี ในสหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย

อรรณิ ชลวร

บทคัดย่อ

ตามที่สหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย ได้มีการออกกฎหมายและมาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันผ่านทางฟรีทีวี และกฎหมายและมาตรการดังกล่าวได้รับการโต้แย้งจนเป็นข้อพิพาทไปสู่ชั้นศาล นั้น บทความฉบับนี้จึงได้นำเอากฎ

และมาตรการดังกล่าว รวมถึงข้อพิพาทและคำตัดสินศาลของทั้งสามประเทศมาพิจารณาศึกษาอย่างละเอียด และจนสามารถสรุปได้ว่า สำหรับประเทศทั้งสามแล้ว รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการกีฬาเพื่อมวลมนุษยชาติอย่างแท้จริง

บทนำ

ตามที่ สหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย ได้มีการออกกฎหมายและมาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันผ่านทางฟรีทีวีนั้น กฎและมาตรการดังกล่าวได้รับการโต้แย้งจนเป็นข้อพิพาทไปสู่ชั้นศาล ดังนั้น บทความฉบับนี้จึงนำกฎหมายและมาตรการของทั้งสามประเทศ รวมถึงข้อพิพาทและคำตัดสินศาลมาสรุปไว้ พร้อมทั้งบทวิเคราะห์ โดยเนื้อหา

บทความแบ่งออกเป็นสี่ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สหราชอาณาจักร และประเทศเบลเยียม : มาตรการคุ้มครองสิทธิประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี

1.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.1.1 กฎหมายของสหภาพยุโรป

1.1.2 กฎและมาตรการของสหราชอาณาจักร และประเทศเบลเยียม

1.2 ที่มาของคดี

1.3 คำพิพากษาศาลสูง

1.3.1 หลักการของศาลสูงในการพิจารณาคดี

1.3.2 ประเด็นคำพิพากษาของศาลสูง

ส่วนที่ 2 ประเทศไทย : มาตรการคุ้มครองสิทธิประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี

2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.2 ที่มาของคดี

2.3 คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด

ส่วนที่ 3 บทวิเคราะห์

3.1 มาตรการคุ้มครองฯ ในสหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย

3.1.1 ที่มาของการออกมาตรการคุ้มครองฯ

3.1.2 หลักการสำคัญของมาตรการคุ้มครองฯ

3.1.3 ข้อพิพาทที่เกิดจากมาตรการคุ้มครองฯ

3.2 ข้อดีและข้อเสียของมาตรการคุ้มครองฯ

3.3 การจำกัดข้อเสียของมาตรการคุ้มครองฯ

ส่วนที่ 4 บทสรุป

เนื้อหาบทความ

ส่วนที่ 1 สหราชอาณาจักร และประเทศเบลเยียม : มาตรการคุ้มครองสิทธิประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี



1.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.1.1 กฎหมายของสหภาพยุโรป

กฎหมายของสหภาพยุโรป ที่ 89/552/อีอีซี ข้อ 3 เอ(1) (Article 3a(1) of Directives 89/552/EEC) ลงวันที่ 3 ตุลาคม ค.ศ. 1989 ประกอบกับกฎหมายของสหภาพยุโรป ที่ 97/36/อีอีซี (Directives 97/36/EC) ที่ออกโดยรัฐสภาแห่งสหภาพยุโรป ลงวันที่ 30 มิถุนายน ค.ศ. 1997 มีหลักการสำคัญ ดังนี้

(1) ประเทศสมาชิกสามารถออกมาตรการห้ามผู้ให้บริการโทรทัศน์ในประเทศของตนเผยแพร่รายการโทรทัศน์บางรายการที่ถือว่าเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคม แบบผูกขาดแต่เพียงรายเดียว อันจะส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไม่สามารถเข้าถึงรายการดังกล่าวได้ทั้งแบบถ่ายทอดสดหรือถ่ายทอดย้อนหลังผ่านทางฟรีทีวี ในการออกมาตรการดังกล่าว ประเทศสมาชิกสามารถกำหนดได้ว่ารายการใดที่ถือว่าเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคม

ซึ่งการกำหนดดังกล่าวจะต้องทำโดยกระบวนการที่ชัดเจนและโปร่งใส และพิจารณาถึงของผลประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวต้องไม่ขัดกับกฎหมายของสหภาพยุโรป

(2) ประเทศสมาชิกจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการสหภาพยุโรป (“คณะกรรมการ”) ทราบถึงมาตรการที่ตนได้กำหนดขึ้น และคณะกรรมการจะต้องตรวจสอบความชอบด้วยกฎหมายของมาตรการดังกล่าวให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาสามเดือน ก่อนที่จะประกาศมาตรการดังกล่าวลงวารสารทางการของสหภาพยุโรปต่อไป

(3) ประเทศสมาชิกต้องมีมาตรการทางกฎหมายที่ควบคุมไม่ให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ในประเทศของตนดำเนินการใด ๆ ที่มีลักษณะของการเผยแพร่บริการโทรทัศน์แบบผูกขาดแต่เพียงรายเดียวในรายการสำคัญต่อสังคมที่กำหนดขึ้นโดยประเทศสมาชิกอื่นๆ อันจะส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศสมาชิกอื่นดังกล่าวไม่สามารถเข้าถึงรายการดังกล่าวทั้งแบบถ่ายทอดสดหรือถ่ายทอดย้อนหลังผ่านทางฟรีทีวีได้

(4) นอกจากนี้ กฎหมายของสหภาพยุโรป ที่ 97/36 (Directives 97/36) ได้วางกรอบหลักการสำคัญไว้ ดังนี้

(ก) มาตรการที่กำหนดโดยประเทศสมาชิกต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องสิทธิของประชาชนในประเทศตนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการรับชมรายการสำคัญต่อสังคมได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็นการบังคับให้รายการที่ถือว่าสำคัญต่อสังคม เช่น รายการ

กีฬาโอลิมปิก รายการแข่งขันฟุตบอลโลก และรายการฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป ตกอยู่ภายใต้ข้อจำกัดในการเผยแพร่แบบผูกขาดผ่านบริการโทรทัศน์ โดยมีลักษณะเป็นการควบคุมการดำเนินการที่เป็นการเผยแพร่บริการโทรทัศน์แบบผูกขาดของผู้ให้บริการโทรทัศน์ มากกว่าเป็นลักษณะของการกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์โดยตรง ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวต้องไม่ขัดกับกฎหมายของสหภาพยุโรป

(ข) มาตรการที่กำหนดโดยประเทศสมาชิกจะต้องอยู่ภายใต้กรอบการตกลงร่วมกันโดยประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป เพื่อป้องกันความไม่ชัดเจนของกฎหมายและการบิดเบือนตลาดที่อาจเกิดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือสนับสนุนให้รายการสำคัญต่อสังคมต้องได้รับการเผยแพร่ผ่านโทรทัศน์อย่างกว้างขวางและทั่วถึง โดยรายการที่จะถือว่าเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมได้ต้องเป็นรายการที่สาธารณชนส่วนใหญ่ในสหภาพยุโรปหรือประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรปให้ความสนใจ และเป็นรายการที่มีกำหนดการล่วงหน้า ซึ่งจัดขึ้นโดยผู้จัดที่มีลิขสิทธิ์ในรายการนั้น

(ค) คำว่า “ฟรีทีวี” หมายความว่า บริการโทรทัศน์ที่สาธารณชนสามารถรับชมได้โดยไม่ต้องเสียค่าตอบแทน เช่นค่าธรรมเนียมหรือค่าสมาชิกของบริการโทรทัศน์แบบเคเบิล

1.1.2 กฎและมาตรการของสหราชอาณาจักร และประเทศเบลเยียม

(1) การกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็น “รายการสำคัญต่อสังคม”

สหราชอาณาจักรและประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปได้ออกมาตรการกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญต่อสังคม โดยได้ดำเนินการตามกระบวนการภายใต้กฎหมายภายในของประเทศตน ในกรณีของสหราชอาณาจักร ได้มีการแต่งตั้งหน่วยงานต่างๆ เพื่อกำหนดหลักการที่จะใช้พิจารณาว่ารายการใดเข้าข่ายที่จะถือว่าเป็นรายการสำคัญต่อสังคม และมีกระบวนการรับฟังความคิดเห็น ประกอบการพิจารณากำหนดว่ารายการใดถือเป็นรายการสำคัญต่อสังคม

ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกทั้งสองมีหลักการที่จะใช้พิจารณากำหนดว่ารายการใดเข้าข่ายที่จะถือว่าเป็นรายการสำคัญต่อสังคมในทิศทางเดียวกันคือ ต้องเป็น (ก) รายการที่คนในชาติส่วนใหญ่ให้ความสนใจ (ไม่ใช่เฉพาะคนที่ชื่นชอบกีฬาเท่านั้น) (ข) รายการที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติหรือนักกีฬาในชาติ (ค) รายการที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและผู้สนใจรับชมทางโทรทัศน์จำนวนมาก หรือ (ง) รายการที่เคยเผยแพร่ทางฟรีทีวีเป็นปกติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

(2) หลักเกณฑ์การเผยแพร่ “รายการสำคัญต่อสังคม” ทางโทรทัศน์

ในสหราชอาณาจักร รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันได้ถูกกำหนดให้เป็นรายการสำคัญต่อสังคม ประเภท “กลุ่มเอ” ตามประมวลกฎหมายกีฬาและการกำหนดรายการกีฬาสำคัญ (“Group A” of The Code on Sports and Other Listed and Designated Events) ซึ่งการเผยแพร่รายการดัง

กล่าวทางโทรทัศน์จะต้องเสนอให้แก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ทุกรายอย่างเสรีและเท่าเทียมกัน ในเงื่อนไขที่สมเหตุสมผล และห้ามดำเนินการการเผยแพร่รายการทางโทรทัศน์แบบถ่ายทอดสดแบบผูกขาดแต่เพียงรายเดียว เว้นแต่มีเหตุยกเว้นตามเงื่อนไขของกฎหมาย

ในประเทศเบลเยียม หลักเกณฑ์การเผยแพร่รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันถูกกำหนดไปในทิศทางเดียวกับสหราชอาณาจักร กล่าวคือห้ามดำเนินการการเผยแพร่รายการทางโทรทัศน์แบบถ่ายทอดสดแบบผูกขาดแต่เพียงรายเดียว อันจะส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไม่สามารถเข้าถึงรายการดังกล่าวผ่านทางฟรีทีวีได้

(3) กระบวนการตรวจสอบความชอบด้วยกฎหมายของการกำหนดมาตรการ “รายการสำคัญต่อสังคม”

เมื่อประเทศสมาชิกทั้งสองได้ออกมาตรการตามกระบวนการภายในเสร็จสิ้น สหราชอาณาจักรและประเทศเบลเยียมได้ดำเนินการแจ้งมาตรการของตนแก่คณะกรรมการสิทธิการตามกฎหมายสหภาพยุโรป ในวันที่ 5 พฤษภาคม ค.ศ. 2000 และในวันที่ 10 ธันวาคม ค.ศ. 2003 ตามลำดับ และคณะกรรมการสิทธิการก็ได้ตรวจสอบและทำการรับรองมาตรการของทั้งสองประเทศ โดยประกาศมาตรการของทั้งสองประเทศลงวารสารทางการของสหภาพยุโรป ในวันที่ 18 พฤศจิกายน ค.ศ. 2000 และในวันที่ 29 มิถุนายน ค.ศ. 2005 ตามลำดับ

หลังจากคณะกรรมการสิทธิการได้รับรองมาตรการของทั้งสองประเทศ สหพันธ์ฟุตบอล

ระหว่างประเทศ (“ฟีฟ่า”) ได้ยื่นคัดค้านการรับรองของคณะกรรมการการดังกล่าว โดยอ้างว่าการกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการสำคัญต่อสังคมควรจำกัดเฉพาะคู่การแข่งขันที่สำคัญ ได้แก่ คู่ชิงชนะเลิศ คู่รองชนะเลิศ และคู่ที่มีทีมชาติของประเทศสมาชิกที่ออกมาตรการร่วมแข่งขัน เท่านั้น ดังนั้น การกำหนดให้ทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญต่อสังคมจึงไม่ชอบด้วยกฎหมาย

ต่อมา คณะกรรมการการจึงได้พิจารณาคำคัดค้านของฟีฟ่า และได้มีคำตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของฟีฟ่าทั้งสองกรณี ตามคำตัดสินของคณะกรรมการการเลขที่ 2007/479/อีซี ลงวันที่ 25 มิถุนายน ค.ศ. 2007 และคำตัดสินของคณะกรรมการการเลขที่ 2007/730/อีซี ลงวันที่ 16 ตุลาคม ค.ศ. 2007 เนื่องจากคณะกรรมการการเห็นว่า (ก) กระบวนการภายในของทั้งสองประเทศในการออกมาตรการมีความโปร่งใส ชัดเจน และถูกต้องแล้ว (ข) การกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญต่อสังคม ได้มีการพิจารณาจากคุณสมบัติอย่างน้อยสองข้อในสี่ข้อครบถ้วนแล้ว คือต้องเป็นรายการที่คนในชาติส่วนใหญ่ให้ความสนใจ (ไม่ใช่เฉพาะคนที่ชื่นชอบกีฬาเท่านั้น) หรือรายการที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติหรือนักกีฬาในชาติ หรือรายการที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรมและมีผู้สนใจรับชมทางโทรทัศน์จำนวนมาก หรือรายการที่เคยเผยแพร่ทางฟรีทีวีเป็นปรกติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หรือ (ค) การกำหนดรายการสำคัญต่อสังคมมีสัดส่วนรายการที่เหมาะสม และไม่ขัดกับกฎหมายสหภาพยุโรป

และไม่เป็นการบิดเบือนหลักการเรื่องการแข่งขันเสรี

1.2 ที่มาของคดี

หลังจากคณะกรรมการการได้มีคำตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของฟีฟ่าดังกล่าวข้างต้น ฟีฟ่าได้ยื่นฟ้องต่อศาลยุติธรรมชั้นต้นแห่งสหภาพยุโรป (“ศาลชั้นต้น”) ขอให้ยกเลิกคำตัดสินทั้งสองของคณะกรรมการการ ฐานที่คณะกรรมการการล้มเหลวในการให้เหตุผลประกอบคำตัดสิน และคำตัดสินขัดต่อกฎหมายสหภาพยุโรป และขัดต่อหลักการเรื่องสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ และการแข่งขัน และสิทธิในทรัพย์สิน และต่อมา ศาลชั้นต้นได้พิจารณาคำฟ้องของฟีฟ่าและมีคำพิพากษาปฏิเสธคำฟ้องของฟีฟ่าทั้งสองคดี เป็นคดีเลขที่ ที-385/07 และคดีเลขที่ ที-68/08

หลังจากนั้น ฟีฟ่าได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาศาลชั้นต้นดังกล่าวทั้งสองคดีต่อศาลยุติธรรมชั้นสูงแห่งสหภาพยุโรป (“ศาลสูง”)



1.3 คำพิพากษาศาลสูง

วันที่ 18 กรกฎาคม ค.ศ. 2013 ศาลสูงได้มีคำตัดสินในคดีระหว่าง ฟีฟ่า (โจทก์) กับคณะกรรมการการ (จำเลย) โดยมีสหราชอาณาจักร และ

ประเทศเบลเยียมเข้าร่วมในคดีนี้ด้วย (ผู้ร้องสอด) คดีเลขที่ ซี-205/11 พี และคดีเลขที่ ซี-204/11 พี เรื่องข้อพิพาทในคดีนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับความชอบด้วยกฎหมายของมาตรการกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญต่อสังคม ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อจำกัดในการเผยแพร่แบบผูกขาดผ่านบริการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร และประเทศเบลเยียม

1.3.1 หลักการของศาลสูงในการพิจารณาคดี

ภายใต้กฎหมายของสหภาพยุโรป ที่ 89/552 ข้อ 3 เอ (1) (Article 3a(1) of Directives 89/552) ศาลได้วางหลักการการพิจารณาคดีทั้งสองไว้ ดังนี้

(๑) ประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป มีอำนาจที่จะใช้ดุลพินิจกำหนดว่ารายการใดที่จะถือว่าเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมสำหรับประเทศของตน ซึ่งรายการที่ถือว่าเป็นสำคัญต่อสังคมต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดในการเผยแพร่แบบผูกขาดผ่านบริการโทรทัศน์ ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าข้อจำกัดดังกล่าวจะมีลักษณะที่เป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพในหลายด้าน รวมถึงสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ และการแข่งขัน และสิทธิในทรัพย์สิน แต่อย่างไรก็ดี ข้อจำกัดดังกล่าวก็ถือว่าชอบด้วยกฎหมายและมีผลใช้บังคับได้ เนื่องจากเป็นข้อจำกัดสิทธิเสรีภาพที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการรับชมรายการสำคัญดังกล่าวได้อย่างกว้างขวาง

(๒) ประเทศสมาชิกมีอำนาจในการกำหนดว่ารายการใดที่ถือว่าเป็นรายการที่สำคัญ

สำหรับประเทศตน เนื่องจากแต่ละประเทศมีพื้นฐานทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างกัน แต่ประเทศสมาชิกจะต้องกำหนดโดยพิจารณาถึงความสนใจของประชาชน และประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก

(๓) คณะกรรมาธิการมีอำนาจในการตรวจสอบความถูกต้องในการกำหนดว่ารายการใดที่ถือว่าเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมของประเทศสมาชิกได้เฉพาะในเรื่องดังนี้

(ก) ความถูกต้องและความโปร่งใสของกระบวนการออกมาตรการของประเทศสมาชิกเฉพาะกรณีที่ประเทศสมาชิกได้กระทำผิดอย่างชัดเจนเท่านั้น

(ข) การออกมาตรการกำหนดของประเทศสมาชิกต้องไม่ขัดต่อกฎหมายของสหภาพยุโรป เช่นหลักการเรื่องสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ และการแข่งขัน และสิทธิในทรัพย์สิน โดยพิจารณาถึงการปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการรับชมรายการสำคัญได้อย่างกว้างขวางเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม อำนาจในการตรวจสอบถูกจำกัดเฉพาะในเรื่องผลกระทบที่เกิดจากการออกมาตรการว่าจะก่อให้เกิดความเสียหายกับสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ การแข่งขัน และสิทธิในทรัพย์สินเกินกว่าเหตุอันควรหรือไม่

1.3.2 ประเด็นคำพิพากษาของศาลสูง

คำพิพากษาของศาลสูงทั้งสองคดีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยแบ่งออกประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง พิจารณาคำตัดสินเรื่อง ความชอบด้วยกฎหมายในการกำหนดให้ รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญของสังคม และ เรื่องเหตุผลประกอบการกำหนด

ศาลสูงสุดตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของ ฟิฟ่า เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

(๑) ภายใต้กฎหมายของสหภาพยุโรป คำว่า “รายการฟุตบอลโลก” หมายความว่า รายการแข่งขันรายการหนึ่ง ซึ่งสามารถแบ่ง เป็นการแข่งขันหลายคู่การแข่งขัน หรือหลาย รอบการแข่งขัน นับแต่การแข่งขันรอบคัดเลือกจนถึง การแข่งขันรอบสุดท้าย ประเทศสมาชิกแต่ละ ประเทศจึงสามารถใช้ดุลพินิจในการกำหนดให้ การแข่งขันทั้งหมดทุกคู่ หรือเพียงบางคู่การแข่งขัน หรือรอบการแข่งขันเป็นรายการสำคัญของสังคม สำหรับประเทศตนได้ ดังนั้น จึงเป็นการชอบด้วย กฎหมายที่จะกำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอล โลกรอบสุดท้ายทั้งหมดทุกคู่การแข่งขันเป็น รายการสำคัญของสังคมสำหรับประเทศตนได้

(๒) เมื่อข้อเท็จจริงรับฟังได้ว่า ประเทศ สมาชิกทั้งสองได้ทำการแจ้งแก่คณะกรรมการ ว่าตนได้กำหนดให้รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทั้งหมดทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการ สำคัญของสังคมสำหรับประเทศตนแล้ว โดยให้ เหตุผลว่า รายการดังกล่าวมีความสำคัญระดับชาติ ที่ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศให้ความสนใจ (ไม่ใช่เฉพาะผู้ที่สนใจกีฬาเท่านั้น) และติดตาม ชมผ่านโทรทัศน์ และเป็นรายการที่ได้เผยแพร่ ผ่านฟรีทีวีเป็นปรกติอยู่แล้วตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน พร้อมทั้งได้นำส่งข้อมูลทางสถิติ ที่แสดง

ว่ามีประชาชนจำนวนมากที่ให้ความสนใจรับชม รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขัน รวมถึงผลสำรวจที่แสดงให้เห็นว่าประชากรใน ประเทศจำนวนมากให้ความสนใจรับชมรายการ ฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขัน ประกอบกับ ไม่มีข้อเท็จจริงใดปรากฏแก่ศาลสูงว่า ประเทศ สมาชิกทั้งสองหรือคณะกรรมการได้กระทำการใด ๆ ที่เป็นการกระทำที่ขัดต่อกฎหมายอย่าง ชัดเจน ดังนั้น จึงถือได้ว่าการกำหนดให้รายการ ฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็น รายการสำคัญของสังคมของประเทศเป็นการ กำหนดโดยมีหลักการ เหตุผล และหลักฐานที่ เพียงพอ และถูกต้องตามกฎหมายแล้ว

ประเด็นที่สอง พิจารณาคำตัดสินเรื่อง ความไม่ชอบด้วยกฎหมายของกระบวนการ ภายในของประเทศสมาชิกในการออก มาตรการกำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันให้เป็นรายการ สำคัญของสังคม

ศาลสูงสุดตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของ ฟิฟ่า เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

ศาลรับฟังจากข้อเท็จจริงได้ว่าประเทศ สมาชิกทั้งสองได้ออกมาตรการการกำหนด รายการสำคัญต่อสังคม ตามกระบวนการที่ โปร่งใสและชัดเจนภายใต้กฎหมายภายในของทั้ง สองประเทศแล้ว ทั้งนี้ สำหรับสหราชอาณาจักร การที่หน่วยงานที่มีอำนาจกำหนดรายการสำคัญ ต่อสังคมได้ดำเนินการแตกต่างจากคำแนะนำของ ที่ปรึกษาในเรื่องของการกำหนดรายการสำคัญ ก็ ไม่ได้มีผลให้กระบวนการกำหนดรายการไม่ชอบ ด้วยกฎหมาย เนื่องจากหน่วยงานนั้นมีอำนาจ

ที่จะใช้ดุลพินิจของตนในการกำหนดรายการต่าง ๆ ได้ ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการรับชมรายการสำคัญดังกล่าวได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นจึงถือได้ว่าการกำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญของสังคมของประเทศมีกระบวนการที่โปร่งใสชัดเจนถูกต้องตามกฎหมายภายในของประเทศสมาชิกทั้งสองแล้ว

ประเด็นที่สาม พิจารณาคำคัดค้านเรื่องความถูกต้องตามกฎหมายในการดำเนินการของศาลชั้นต้น

ศาลสูงตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของพิฟ่า เนื่องจากไม่เห็นว่ากรณีใด ๆ ในการพิจารณาดีของศาลชั้นต้นขัดต่อกฎหมาย

ประเด็นที่สี่ พิจารณาคำคัดค้านเรื่องกำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการสำคัญของสังคมมีสัดส่วนรายการที่มากเกินไป และเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ และการแข่งขันเสรี และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เกินกว่าเหตุอันควร

ศาลสูงตัดสินปฏิเสธคำคัดค้านของพิฟ่า เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

(๑) ในประเด็นการกำหนดสัดส่วนรายการที่มากเกินไปนั้น การที่ประเทศสมาชิกทั้งสองกำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคม โดยให้เหตุผลว่ารายการฟุตบอลโลกเป็นรายการแข่งขันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทุกคู่การแข่งขัน ทั้งคู่การแข่งขันที่น่าสนใจและคู่การ

แข่งขันที่ไม่น่าสนใจ ถึงแม้ว่าคู่การแข่งขันที่ไม่น่าสนใจจะมีผู้ชมน้อยกว่าคู่การแข่งขันที่น่าสนใจ แต่ก็ถือว่าเป็นคู่การแข่งขันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงอยู่ ดังนั้น การกำหนดให้ทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมจึงไม่ถือเป็นการกำหนดที่มีสัดส่วนที่สูงเกินกว่าเหตุอันควร

(๒) ในประเด็นว่าการกำหนดรายการสำคัญดังกล่าวขัดต่อสิทธิเสรีภาพในการแข่งขันเสรีหรือไม่นั้น ศาลพิจารณาว่ามาตรการการกำหนดดังกล่าวไม่ขัดต่อหลักการในเรื่องสิทธิเสรีภาพในการแข่งขันเสรี เนื่องจากมาตรการการกำหนดดังกล่าวมีข้อจำกัดเพียงว่าห้ามผู้ใดได้มาซึ่งสิทธิในการเผยแพร่รายการสำคัญดังกล่าวแบบผูกขาดแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น กล่าวคือทั้งฟรีทีวีและทีวีบอกรับสมาชิกมีสิทธิโดยเท่าเทียมกันที่จะได้มาซึ่งสิทธิในการเผยแพร่รายการดังกล่าวแบบไม่ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น มาตรการดังกล่าวไม่ได้มีลักษณะของการเลือกปฏิบัติใด ๆ ที่ขัดต่อหลักการในเรื่องสิทธิเสรีภาพในการแข่งขันเสรี

(๓) ในประเด็นว่าการกำหนดรายการสำคัญดังกล่าวเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เกินกว่าเหตุอันควรหรือไม่นั้น ศาลได้ยึดกรอบหลักการในการพิจารณาคดีข้างต้นเป็นสำคัญ กล่าวคือ การกำหนดให้ทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมถือว่ามีผลใช้บังคับได้โดยชอบด้วยกฎหมาย ถึงแม้ว่าจะเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา แต่การกำหนดรายการ



สำคัญดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสิทธิในการรับชมรายการสำคัญได้อย่างกว้างขวาง โดยที่ประเทศสมาชิกมีอำนาจใช้ดุลพินิจในการกำหนดว่ารายการใดที่ถือว่าเป็นรายการที่สำคัญสำหรับประเทศตน เนื่องจากแต่ละประเทศสมาชิกมีพื้นฐานทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น ศาลจึงไม่ก้าวล่วงที่จะพิจารณาว่าการกำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเกินกว่าเหตุอันควรหรือไม่

แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้กรอบในการพิจารณาคดีตามกฎหมายข้างต้นนั้น ศาลมีอำนาจเพียงแค่ตรวจสอบว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการกำหนดรายการสำคัญต่อสังคมก่อความเสียหายกับสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สิน เกินกว่าเหตุอันควรหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้ พิพาไม่ได้ให้เหตุผลหรือแสดงให้เห็นถึงผลกระทบหรือผลเสียหายที่ได้รับ

ต่อสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ หรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตน ดังนั้นศาลจึงไม่มีเหตุที่จะตัดสินว่ามาตรการที่กำหนดให้รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันเป็นรายการที่สำคัญต่อสังคมเป็นมาตรการที่จำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จนเกินกว่าเหตุอันควร

ส่วนที่ 2 ประเทศไทย : มาตรการคุ้มครองสิทธิประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี

2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับประเทศไทย มาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี คือประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะ

ในบริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 (“ประกาศฯ”) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการโทรศัพท์ที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรม และเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของบุคคลโดยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรศัพท์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป¹

ประกาศฯ มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 มกราคม 2556 และมีเนื้อหาสาระ ดังนี้

(๑) รายการกีฬาแบบถ่ายทอดสด จำนวน 7 ลำดับรายการ ได้แก่ 1) ซิเกมส์ 2) อาเซียนพาราเกมส์ 3) เอเชียนเกมส์ 4) เอเชียนพาราเกมส์ 5) โอลิมปิก 6) พาราลิมปิก และ 7) ฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ผ่านทาง “บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไป” เท่านั้น

ทั้งนี้ “บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไป” คือบริการโทรศัพท์ที่ใช้คลื่นความถี่ที่ผู้ใช้บริการสามารถรับชมได้เป็นการทั่วไป โดยไม่กำหนดเงื่อนไขในการได้รับบริการทั้งหมด (หรืออาจเรียกสั้น ๆ ว่า “ฟรีทีวี”)

(๒) อย่างไรก็ตาม รายการกีฬาข้างต้นสามารถให้บริการผ่านบริการโทรศัพท์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่ฟรีทีวีได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรศัพท์ก่อน

2.2 ที่มาของคดี

บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชันแนล บรอดคาสติง แอนด์ สปอร์ต แมเนจเม้นท์ จำกัด (“บริษัทฯ”) ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2014 ก่อนที่ประกาศฯ มีผลบังคับใช้ ได้ฟ้องสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (“กสทช.”) ต่อศาลปกครองว่า ข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวกของประกาศฯ ที่กำหนดให้การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการโทรศัพท์ที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไปเท่านั้น ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

¹ “ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรศัพท์ที่สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. ๒๕๕๕”

ข้อ ๒ ในประกาศนี้

“บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไป” หมายความว่า บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไปตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรศัพท์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป

“คนโดยโอกาส” หมายความว่า ผู้ประสบปัญหาความเดือดร้อนและได้รับผลกระทบในด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา สาธารณสุข การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม ภัยธรรมชาติ และภัยสงคราม รวมถึงผู้ที่ขาดโอกาสที่จะเข้ารับการบริการขั้นพื้นฐานของรัฐ ตลอดจนผู้ประสบปัญหาที่ยังไม่มีองค์กรหลักรับผิดชอบจะส่งผลให้ไม่สามารถดำรงชีวิตได้เท่าเทียมกับผู้อื่น

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ข้อ ๓ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของประชาชนทุกคนรวมถึงคนโดยโอกาส ให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการโทรศัพท์บางรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะได้อย่างเป็นธรรม เสมอภาค และทั่วถึง ให้รายการโทรศัพท์แบบถ่ายทอดสดตามที่กำหนดไว้ในภาคผนวกของประกาศนี้ ถือเป็นรายการโทรศัพท์ที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการโทรศัพท์ที่เป็นการทั่วไปเท่านั้น

ข้อ ๔ การดำเนินการอื่นใดนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในข้อ ๓ ต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการก่อน

ภาคผนวก : รายการโทรศัพท์ที่กำหนด ตามข้อ ๓ ในลำดับที่ ๗ ลำดับ คือการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final)”

ศาลปกครองชั้นต้นได้พิพากษาให้เพิกถอนข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวกของประกาศฯ เฉพาะในส่วนที่มีผลกระทบต่อสิทธิของบริษัทฯ ที่มีโดยชอบ ก่อนมีการออกประกาศฯ ต่อมา กสทช. ได้อุทธรณ์คำพิพากษาของศาลปกครองชั้นต้น

2.3 คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด



วันที่ 11 มิถุนายน 2557 ศาลปกครองสูงสุด ได้มีคำพิพากษาในคดีหมายเลขดำที่ อ. 413/2557 หมายเลขแดงที่ อ. 215/2557 โดยมีประเด็นที่ต้องวินิจฉัย ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง บริษัทฯ มีสิทธิฟ้องคดีนี้หรือไม่

ศาลปกครองสูงสุดเห็นว่า ประกาศฯ มีลักษณะเป็นกฎ จึงเป็นกรณีที่ไม่มีความหมายกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการสำหรับการแก้ไขความเดือดร้อนหรือเสียหายไว้โดยเฉพาะก่อนนำคดีมาฟ้องต่อศาล เมื่อบริษัทฯ ได้รับสิทธิในการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย บริษัทฯ ย่อมสามารถนำรายการที่ได้รับสิทธิไปเผยแพร่ได้ในหลายช่องทางที่เห็นว่าได้ประโยชน์ทางธุรกิจสูงสุด การที่ออกประกาศฯ มีผลทำให้บริษัทฯ ไม่อาจเผยแพร่ในกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช่คลื่นความถี่ได้นั้น บริษัทฯ จึงเป็นผู้ที่ได้รับความ

เดือดร้อนหรือเสียหายจากประกาศฯ ที่มีสิทธิฟ้องคดีต่อศาลปกครองได้

ประเด็นที่สอง ข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวกของประกาศฯ ที่กำหนดให้การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการโทรทัศน์ที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปเท่านั้น เป็นกฎที่ขัดด้วยกฎหมายหรือไม่

ศาลปกครองสูงสุดเห็นว่า กสทช. มีอำนาจออกประกาศฯ ตามมาตรา 27 วรรคหนึ่ง (6) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และแม้ว่าประกาศฯ จะเป็นการจำกัดสิทธิของบริษัทฯ แต่ก็เป็นกรณีก่อทำโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย และดำเนินการโดยไม่เกินกว่าความจำเป็นและไม่กระทบกระเทือนสาระสำคัญแห่งสิทธิของบริษัทฯ นอกจากนี้ การออกประกาศฯ มีเจตนารมณ์เพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะจึงไม่อาจรับฟังได้ว่าประกาศฯ ต่อบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ และบริษัทฯ มีสิทธิเผยแพร่ผลงานดังกล่าวต่อสาธารณชนได้แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งประกาศฯ มิได้จำกัดสิทธิของบริษัทฯ แต่อย่างใด แต่หากวิธีการหรือช่องทางการเผยแพร่ดังกล่าวมีบทบัญญัติของกฎหมายใดควบคุม บริษัทฯ ก็ต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด คือ พระราชบัญญัติการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติการ

ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยประกาศฯ มิได้ห้ามมิให้ผู้ฟ้องคดี แสวงหาผลประโยชน์หรือเผยแพร่ทางโทรทัศน์ ทั้งหมดแต่อย่างใด จึงไม่ใช่กรณีที่ประกาศฯ ขัด ต่อมาตรา 15 วรรคหนึ่ง (2) แห่งพระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ประเด็นที่สาม ประกาศฯ เป็นกฎ ที่ออกโดยการใช้ดุลพินิจโดยชอบหรือไม่

ศาลปกครองสูงสุดเห็นว่า บริษัทฯ ได้แสดงความเห็นคัดค้านต่อ กสทช. ในระหว่าง ที่มีการพิจารณาเพื่อจะออกประกาศฯ การใช้ อำนาจในการออกประกาศฯ จึงต้องคำนึงถึง ผลกระทบต่อบริษัทฯ ซึ่งมีสิทธิอยู่ก่อนที่จะออก ประกาศฯ ด้วย บริษัทฯ มีสิทธิหาประโยชน์ใน ทางพาณิชย์จากการเผยแพร่รายการดังกล่าวทาง สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมซึ่งเป็นบริการโทรทัศน์ที่ ไม่ใช่คลื่นความถี่ อันเป็นกิจการในเครือเดียวกับ กิจการของบริษัทฯ ได้ กสทช. จึงสมควรต้องกำหนด บทเฉพาะกาลหรือกำหนดมาตรการชดเชยหรือ บรรเทาความเสียหายของบริษัทฯ ที่มีสิทธิอยู่ เดิมซึ่งกรณีการกำหนดมาตรการชดเชยหรือ บรรเทาความเสียหายนี้ ตามมาตรา 36 แห่ง พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นบทบัญญัติ ที่ กสทช. ใช้เป็นฐานอำนาจในการออกประกาศฯ ได้บัญญัติไว้ในวรรคสอง ให้ กสทช. อาจพิจารณา สนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุน หรือสนับสนุน หรือส่งเสริมด้วยวิธีการอื่น อันเป็นการชดเชย ต่อผู้รับใบอนุญาตที่ได้ดำเนินการ ซึ่ง กสทช. สามารถใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาผลกระทบ

ต่อบริษัทฯ ก่อนออกประกาศฯ ได้ แต่ไม่ปรากฏ ว่า กสทช. ได้มีการพิจารณากรณีดังกล่าวก่อน ออกประกาศฯ แต่อย่างใด ส่วนกรณีที่มีการเผยแพร่ รายการฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทางบริการ โทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ทำให้ประชาชนทั่วไป ได้รับชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และในการแข่งขัน ฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเมื่อปี พ.ศ. 2553 บริษัทฯ ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ก็ได้เผยแพร่ทางบริการ โทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่นั้น การได้รับชมรายการ ฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายดังกล่าวย่อมเป็นไปตามที่ เจ้าของลิขสิทธิ์ในขณะนั้นจะพิจารณา การได้รับชม ดังกล่าวจึงไม่ใช่สิทธิที่มีกฎหมายรับรองให้ดำรง อยู่โดยไม่อาจลบล้างได้

ดังนั้น การนำข้อกำหนดตามข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวก ตามประกาศฯ ที่กำหนดให้การแข่งขันฟุตบอล โลกรอบสุดท้ายเป็นรายการโทรทัศน์ที่สามารถ ให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการ โทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปเท่านั้น มาใช้บังคับ กับบริษัทฯ ซึ่งได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและ เสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2014 อยู่แล้วในขณะที่ยังออกประกาศฯ จึงไม่ เป็นธรรมกับบริษัทฯ และเป็นการกระทำที่ไม่ ชอบด้วยกฎหมาย จึงไม่อาจนำประกาศฯ มาใช้ บังคับกับบริษัทฯ ได้ แต่อย่างไรก็ตามประกาศฯ ยังคงมีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไปกับกรณีอื่นอัน เป็นการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะอยู่เช่นเดิม

ศาลปกครองสูงสุดพิพากษาแก้เป็น ให้เพิกถอนข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวกตามประกาศฯ โดยกำหนดเงื่อนไข ให้การเพิกถอนมีผลเฉพาะแก่บริษัทฯ ในการ

แพร่ภาพและเสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2014 เท่านั้น ทั้งนี้ นับตั้งแต่วันที่ประกาศดังกล่าวมีผลใช้บังคับ โดยประกาศดังกล่าวยังมีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไปกับกรณีอื่นอยู่เช่นเดิม²

ส่วนที่ 3. บทวิเคราะห์



3.1 มาตรการคุ้มครองในสหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย

3.1.1 ที่มาของการออกมาตรการคุ้มครอง

หลายคนอาจมีคำถามว่าทำไม มาตรการคุ้มครองในลักษณะนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ทั้ง ๆ ที่การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกทางโทรทัศน์ได้มีมาหลายสิบปีแล้ว คำตอบคือการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์โลก กล่าวคือ ในปัจจุบัน มีการเกิดขึ้นของโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก หรือ Pay TV มากขึ้น ซึ่งมีจุดขายสำคัญคือจะต้องมีรายการที่ประชาชนนิยมและผู้ขาดไม่มีการเผยแพร่ในฟรีทีวี และผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะแข่งขันกันอย่างดุเดือด เพื่อให้ได้มา

ซึ่งลิขสิทธิ์รายการที่สำคัญแบบผูกขาดแต่เพียงรายเดียว จนทำให้รายการโทรทัศน์สำคัญที่เคยเผยแพร่ผ่านทางฟรีทีวีหายไประหว่างนี้เสียไม่ได้ ดังนั้น องค์กรกำกับดูแลของทั้งสามประเทศจึงได้ออกมาตรการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการกีฬาที่สำคัญหลายรายการ รวมถึงรายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายผ่านทางฟรีทีวี

3.1.2 หลักการสำคัญของมาตรการคุ้มครอง

นอกเหนือจากความแตกต่างกันในรายละเอียดของมาตรการคุ้มครองดังกล่าวของทั้งสามประเทศ เช่นกระบวนการออกมาตรการ และการกำหนดว่ารายการใดมีความสำคัญที่จำเป็นต้องคุ้มครอง หลักการสำคัญที่เหมือนกันของมาตรการคุ้มครองของทั้งสามประเทศคือมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ โดยการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการสำคัญได้อย่างกว้างขวางและแพร่หลาย โดยไม่มีเงื่อนไขในการรับชมผ่านทางฟรีทีวี

3.1.3 ข้อพิพาทที่เกิดจากมาตรการคุ้มครอง

ลักษณะของมาตรการคุ้มครองดังกล่าวย่อมเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ การประกอบธุรกิจ และสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากเป็นการเพิ่มภาระและข้อจำกัดในการประกอบกิจการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก จึงมีปัญหาข้อพิพาทเกิดขึ้นจนเป็นคดีไปสู่ชั้นศาล ซึ่งผลคำพิพากษาของทั้งสามกรณีนั้น มีความเหมือน

²ข่าวศาลปกครอง สำนักงานศาลปกครอง ที่ ๔๓/๒๕๕๗ ลงวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๕๗ เรื่องสรุปคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด คดีการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกทางฟรีทีวี

กันคือแม้ว่ามาตรการคุ้มครองจะเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพการให้บริการ และการประกอบธุรกิจ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา แต่มาตรการคุ้มครองมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะและปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสิทธิในการรับชมรายการสำคัญได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น มาตรการคุ้มครองของทั้งสามประเทศจึงมีความชอบด้วยกฎหมาย

ทั้งนี้ ในกรณีประเทศไทย ศาลก็ได้คุ้มครองสิทธิของเอกชนที่ได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2014 อยู่แล้ว ในขณะที่ออกมาตรการคุ้มครองโดยการไม่ให้นำมาตรการคุ้มครองมาบังคับใช้ในกรณีดังกล่าว

3.2 ข้อดีและข้อเสียของมาตรการคุ้มครองฯ

มาตรการคุ้มครองดังกล่าวก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมอย่างกว้างขวางถึงข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อดีคือเป็นการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและปกป้องสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการกีฬาสำคัญ แต่ข้อเสียคือเป็นการแทรกแซงบิดเบือนกลไกตลาดตามหลักการของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเสรี ซึ่งอาจจะมีผลทำให้รายการที่มีคุณภาพจากทั้งในและต่างประเทศไม่ยอมมาเผยแพร่ผ่านทางบริการโทรทัศน์ในประเทศที่มีมาตรการในลักษณะนี้ และผู้ที่เสียผลประโยชน์มากที่สุดคือประชาชนที่จะขาดโอกาสการรับชมรายการที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

3.3 การจำกัดข้อเสียของมาตรการคุ้มครองฯ

เพื่อจำกัดข้อเสียของมาตรการคุ้มครองในแง่ของการแทรกแซงบิดเบือนกลไกตลาดตามหลักการของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเสรีตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่า รายการสำคัญที่จะถูกกำหนดให้ได้รับการคุ้มครองควรที่จะต้องเป็นรายการที่เคยเผยแพร่ผ่านทางฟรีทีวีเป็นประวัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเท่านั้น โดยต้องไม่ไปกำหนดรายการสำคัญอื่นใดที่เผยแพร่ผ่านทางบริการโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกอยู่เป็นปกติ เนื่องจากการกำหนดดังกล่าวเป็นการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับชมรายการสำคัญที่เคยได้รับชมผ่านฟรีทีวีอยู่แล้ว เป็นปกติเท่านั้น โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาบริการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพในบริการโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิกต่อไปในอนาคต

ส่วนที่ 4. บทสรุป

เมื่อพิจารณาจากและมาตรการ รวมถึงคำพิพากษาศาล ในกรณีของสหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม และประเทศไทย จึงสามารถสรุปได้ว่ารายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายทุกคู่การแข่งขันถือเป็นประโยชน์สาธารณะที่ได้รับการคุ้มครองให้ประชาชนได้รับชมทางโทรทัศน์อย่างกว้างขวางผ่านทางฟรีทีวี ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าสำหรับประเทศทั้งสามแล้ว รายการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการกีฬาเพื่อมวลชนยุคอย่างแท้จริง

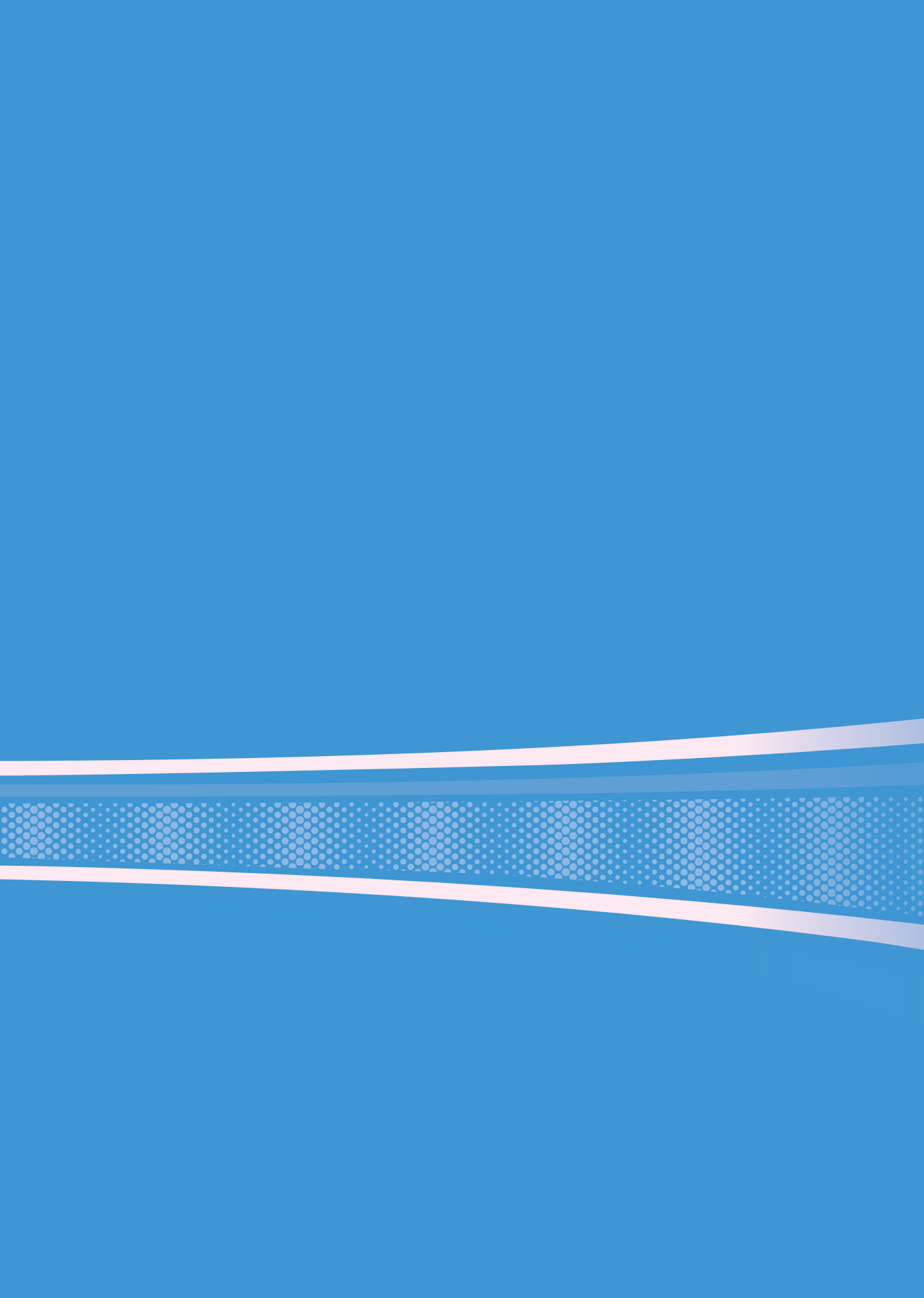
บรรณานุกรม

Court of Justice of the European Union, Judgment of the Court (Third Chamber) of 18 July 2013 in case C-204/11 P Fédération internationale de football association (FIFA) v European Commission

Court of Justice of the European Union, Judgment of the Court (Third Chamber) of 18 July 2013 in case C-205/11 P Fédération internationale de football association (FIFA) v European Commission

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555

คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด ในคดีหมายเลขดำที่ อ.413/2557 คดีแดงเลขที่ อ.215/2557 ข้าราชการปกครอง สำนักงานศาลปกครอง ที่ 43/2557 ลงวันที่ 11 มิถุนายน 2557 เรื่อง สรุปคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด คดีการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกทางฟรีทีวี



การให้บริการโดยทั่วถึง »



015



การสื่อสารโทรคมนาคมของ ประชากรไทย:การวิเคราะห์ เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้เข้าถึงบริการ ในพื้นที่เขตเมืองและชนบท

ฐิตินันท์ พวนิล

บทคัดย่อ

ประเทศไทยพยายามลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารของประชากรไทยโดยการขยายโอกาสและความครอบคลุมของโครงข่ายพื้นฐาน แต่ในปัจจุบันยังคงพบว่าการเข้าถึงบริการของผู้ใช้งานยังคงมีความแตกต่างและเหลื่อมล้ำแฝงอยู่ในพฤติกรรมการใช้บริการของผู้คนที่อยู่ต่างพื้นที่กัน โดยเฉพาะพื้นที่เขตเมืองและชนบท บทความนี้ นำเสนอการเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารโทรคมนาคมที่สำคัญของประชากรไทยโดยใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตของประชากรไทยมีความแตกต่างของการเข้าถึงบริการสื่อสารกันในแต่ละ

เขตพื้นที่ทั้งระดับภูมิภาคและเขตที่อยู่อาศัย คนในเขตเมืองและชนบทมีค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และค่าใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ผู้คนในเขตเมืองมีส่วนผู้เข้าถึงบริการเทคโนโลยีทันสมัยอย่างการใช้สมาร์ตโฟน การสื่อสารข้อมูล และการใช้สมาร์ตโฟน การสื่อสารข้อมูล และ Entertainment บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ คนในเขตชนบทมีการเข้าถึงที่น้อยกว่า รวมทั้งการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในช่องทางต่างๆ ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าแม้ผู้คนจะสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันได้เหมือนกัน แต่คนเมืองและชนบทยังคงมีช่องว่างทางพฤติกรรมโดยเฉพาะการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

คำสำคัญ การสื่อสารโทรคมนาคม การเข้าถึงบริการ เขตเมืองและชนบท

บทนำ

ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาประเทศ การสื่อสารโทรคมนาคมนับเป็นหัวใจหลักของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนาสังคม การใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมมีประโยชน์ชัดเจนในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนช่วยสรรสร้างสังคมให้เกิดการเรียนรู้อย่างกว้างขวาง แพร่หลาย และการสร้างโอกาสให้ประชาชนมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 2554) การติดต่อสื่อสารพัฒนาอย่างต่อเนื่องในลักษณะการหลอมรวมทางเทคโนโลยี (convergence) การสื่อสารของประชากรในฐานะ “ผู้ใช้บริการ” จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรูปแบบการใช้งานให้ทันตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้วย

ประเทศไทยมีความพยายามกระจายและขยายโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีให้กับประชากรให้ครอบคลุมทั้งประเทศ แต่ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการมี-การใช้บริการการสื่อสารโทรคมนาคมของประชากรไทย ยังพบอัตราการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่แตกต่างกัน แม้ว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประชากรมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ช่องว่างในการใช้ระหว่างผู้ที่อยู่ในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ยังคงมีอยู่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2556) ความไม่ทั่วถึงในการให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบโทรศัพท์ (ทั้งมีสายและไร้สาย) การแพร่กระจายของการใช้คอมพิวเตอร์

การให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่มีกระจุกตัวในเขตตัวเมืองหรือพื้นที่ที่บริษัทผู้ให้บริการสามารถได้รับผลตอบแทนในการลงทุนที่สูง เป็นสาเหตุให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทขาดโอกาสในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลหรือความรู้ที่สำคัญคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (دنุกดิน เจริญ 2551)

ภายใต้ความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงบริการเทคโนโลยีการสื่อสารในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย ข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรม การใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เป็นอีกหนึ่งแหล่งอ้างอิงที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหาช่องว่างความเหลื่อมล้ำดังกล่าว แม้ว่าข้อมูลโครงการนี้เป็นการสำรวจกลุ่มผู้ที่ “เข้าถึงบริการ” การสื่อสารโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ ทั่วประเทศ แต่เมื่อวิเคราะห์ในเชิงลึกจะพบว่าในความเข้าถึงยังคงมีความเหลื่อมล้ำแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานด้วยเช่นกัน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมที่สำคัญของประชากรไทยใน 4 บริการหลัก คือ โทรศัพท์ประจำที่ โทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ต เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของลักษณะการใช้งานของผู้ที่เข้าถึงบริการในเขตเมืองและชนบท ทำให้เห็นรายละเอียดและความแตกต่างของลักษณะพฤติกรรมของประชากรสองพื้นที่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาการวางแผนด้านการสื่อสารโทรคมนาคมตอบสนอง

ต่อหลักการทำให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม เพื่อให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงบริการโดยสะดวก ลดช่องว่างหรือความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประชาชนต่อไป

แนวคิดการวิเคราะห์

แนวคิดทางสังคมวิทยาแบ่งการศึกษาหรือมองชุมชนออกเป็นสองแบบ คือ ชุมชนชนบท (Rural) และชุมชนเมือง (urban) โดยเมืองถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว เป็นชุมชนที่มีการจัดระเบียบทางสังคมแบบใหม่ที่แตกต่างกันไปจากชุมชนชนบท เมืองคือชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่นและดำรงอยู่ได้บนความแตกต่างหลากหลาย (ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์ 2553) ส่วนชนบท หมายถึง บริเวณที่อยู่นอกเขตเมืองโดยทั่วไปประชากรชนบทมักจะมีลักษณะและบุคลิกภาพต่างจากคนเมือง ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเกษตรกรรมและมีคตินิยมประเพณี คือ มีพฤติกรรมที่ยึดหลักของวิถีวัฒนธรรมของกลุ่มหรือสังคม (ศูนย์สารสนเทศทางประชากรศาสตร์ 2551)

ในทางประชากรศาสตร์ ให้ความสำคัญกับการกระจายตัวของประชากรที่อยู่อาศัยในพื้นที่ต่าง ๆ การกระจายตัวประชากรเป็นเรื่องของการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ การกระจายตัวที่ไม่เท่ากันเป็นปัจจัยหนึ่ง que เพิ่มความไม่เท่าเทียมกันระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การแบ่งพื้นที่การอยู่อาศัยของประชากรสามารถทำได้หลายลักษณะเช่นการแบ่งตามภูมิศาสตร์ หรือการแบ่งตามหน่วยพื้นที่ โดยการแบ่งตามหน่วย

พื้นที่แบบ “เมือง-ชนบท” นั้น ส่วนใหญ่แบ่งเพื่อแสดงสถิติข้อมูล โดยประเทศไทยการแบ่งหน่วยพื้นที่เป็นเขตบริหารหรือเขตการปกครอง และใช้คำจำกัดความว่า เมืองคือเขตเทศบาล ส่วนพื้นที่นอกเขตเทศบาลนับว่าเป็นพื้นที่เขตชนบท (ปราโมทย์ ประสาทกุล 2543) ในบทความนี้จะอาศัยนิยามดังกล่าวในการเปรียบเทียบพฤติกรรม การสื่อสารโทรคมนาคมของประชากรไทยที่อาศัยในเขตเทศบาล นับว่าเป็น “เขตเมือง” และผู้ที่อยู่อาศัยในนอกเขตเทศบาล ถือเป็น “เขตชนบท”

ความแตกต่างของเขตที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะการเปรียบเทียบความเป็นเมืองและชนบทนั้น นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารโทรคมนาคมของประชากรทั้งสองพื้นที่ การศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ชุมชนในชนบทและในเมืองมีความแตกต่างกันอย่างมาก ไม่เพียงแต่ในแง่ของโครงสร้างเครือข่ายส่วนบุคคล แต่รวมถึงลักษณะพฤติกรรม การสื่อสารโดยรวมด้วย บุคคลจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารของตนเองเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมใหม่ ๆ (Eagle N. et al. 2009) วิทยุที่อยู่อาศัยในเขตเมืองและเขตนอกเมืองมีพฤติกรรมการใช้โทรคมนาคมแตกต่างกัน โดยในเขตเมืองจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เล็กน้อย แต่ในทางกลับกันวิทยุในเขตนอกเมืองจะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นเพราะอัตราการกระจายและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในเขตนอกเมืองของประเทศไทยยังมีค่อนข้างน้อย (อิทธิพล ปรีดิประสงค์ 2554) ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเมืองมีโอกาสจะตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่า

ผู้ที่อยู่เขตชนบทร้อยละ 4.82 ซึ่งอาจเป็นเพราะโอกาสในเข้าถึงโครงข่ายที่มีมากกว่าในเชิงพื้นที่ของผู้ให้บริการโทรคมนาคม (สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 2554) และลักษณะของกลุ่มผู้ใช้งานในเขตเมืองและชนบทจะแตกต่างกันออกไปเล็กน้อยในรายละเอียดทางสังคม เช่น ในชนบทกลุ่มคนที่เข้าถึงและใช้บริการอินเทอร์เน็ตมักจะเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาดี เป็นกลุ่มที่เต็มใจจ่ายเงินเสียค่าบริการเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตสำหรับเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการเข้าหาข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ตนเองต้องการ (Furuholt B. & Kristiansen S. 2007) จากข้อมูลผลการศึกษาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเขตที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะเขตเมือง-ชนบทเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความแตกต่างในพฤติกรรมการสื่อสารโทรคมนาคมของประชากร

แหล่งข้อมูลและวิธีการศึกษา

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่ดำเนินการสำรวจในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ. 2556 กำหนดขนาดตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรเป้าหมายคือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15-70 ปีที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร โดยกำหนดกรอบการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) อ้างอิงข้อมูลจำนวนประชากร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553

จากข้อมูลของสำนักงานกลางทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย โดยจำแนกเป็นรายภาคและรายจังหวัด ขนาดตัวอย่างในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 4 020 ตัวอย่าง เน้นใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ด้วยวิธีการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-stage Sampling) การแบ่งพื้นที่ในการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างที่โอกาสในการถูกคัดเลือกเป็นไปตามขนาดของประชากร (Probability Proportional to Size: PPS) หลักเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูล พิจารณาตามหลักประชากรศาสตร์และสภาพภูมิศาสตร์แบ่งเขตพื้นที่ออกเป็น 5 เขต ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร (รวมปริมณฑล) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแต่ละภาคให้มีขนาดเท่ากัน เพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแต่ละภูมิภาคด้วยฐานจำนวนตัวอย่างที่เท่ากัน มีจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่างรวม 20 จังหวัดทั่วประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 2556)

ข้อมูลตัวแปรจากแบบสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556 ที่คัดเลือกมาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับ

- 1) พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัย
- 2) พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ
- 3) พฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

- 4) พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
- 5) เขตที่อยู่อาศัยของผู้ใช้บริการ แบ่งเป็นในเขตเทศบาล (เขตเมือง) และนอกเขตเทศบาล (เขตชนบท)

ทั้งนี้ การนำเสนอผลการศึกษาใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ตารางไขว้ เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการสื่อสารโทรคมนาคมรูปแบบต่าง ๆ ของผู้เข้าถึงบริการในเขตเมืองและเขตชนบท ส่วนการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยใช้สถิติการวิเคราะห์ด้วย t - test โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา

ภาพรวมเบื้องต้นของข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556 จะเห็นว่า อัตราการใช้บริการการสื่อสารโทรคมนาคมใน 4 ประเภทบริการมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 93.5 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตมีประมาณร้อยละ 46 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนการมีโทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัยและการใช้โทรศัพท์สาธารณะมีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 30 ข้อมูลในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่า คนไทยเข้าถึงการสื่อสารโทรคมนาคมประเภทบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการสื่อสารลักษณะอื่น ๆ

เมื่อจำแนกผู้ใช้บริการออกตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ดังตารางที่ 1 จะเห็นได้ชัดเจนว่า ผู้คนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเข้าถึงบริการการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการมีโทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัย

ที่พบว่าเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 49.8) เข้าถึงการให้บริการ ในขณะที่ผู้คนในภาคอื่น ๆ มีโทรศัพท์ประจำที่น้อยกว่ามาก มีผู้เข้าถึงบริการต่ำกว่าร้อยละ 30 ในทุกภูมิภาค และต่ำที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเพียงร้อยละ 9 เท่านั้น ส่วนการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และอินเทอร์เน็ตพบว่าคนกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีส่วนของผู้ใช้บริการสูงกว่าผู้คนที่อยู่ในภาคอื่น ๆ เช่นเดียวกัน มีเพียงการใช้โทรศัพท์สาธารณะที่พบว่ามีอัตราส่วนไม่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นๆ มากนัก

หากพิจารณาการสื่อสารกลุ่มที่มีลักษณะประเภทประจำที่ (fixed-line) ซึ่งได้แก่ โทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัยและโทรศัพท์สาธารณะจากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ใช้บริการการสื่อสารกลุ่มนี้ต่ำกว่าภาคอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบค่อนข้างมาก สอดคล้องกับข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556) ที่พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือน้อยกว่าภาคอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะประเทศไทยถือเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา ที่ผ่านมาระบบสื่อสารแบบมีสายยังไม่ครอบคลุมทั่วถึง โครงสร้างพื้นฐานยังกระจายตัวไม่ทั่วทุกพื้นที่ โดยจังหวัดที่มีความครอบคลุมของโครงข่ายน้อยส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จังหวัดสตูล กระบี่ อุดรธานี ร้อยเอ็ด และขอนแก่น เป็นต้น (ไทยรัฐออนไลน์ 2555)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบร้อยละของผู้ใช้บริการสื่อสารโทรคมนาคมประเภทต่างๆ จำแนกตามภูมิภาค หน่วย : ร้อยละ

ประเภทการสื่อสาร	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	เหนือ	ใต้	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	ทั่ว ประเทศ
การมีโทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัย	26.9	9.4	23.8	29.3	49.8	27.9
การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ	28.0	17.9	27.4	21.3	24.9	23.9
การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	90.6	94.8	91.0	95.4	95.6	93.5
การใช้อินเทอร์เน็ต	38.0	31.4	39.5	52.4	68.2	46.0
จำนวน (N)	800	800	800	800	820	4,020

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

การเข้าถึงการสื่อสาร โทรคมนาคมของคนเมือง และชนบท

จากแนวคิดเรื่องของความแตกต่างเชิงพื้นที่ เขตการปกครอง และการตั้งถิ่นฐาน เมื่อพิจารณาจำแนกผู้ใช้บริการออกเป็นคนเมืองและคนชนบทตามการแบ่งเขตเทศบาล ดังตารางที่ 2 จะพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารโทรคมนาคมของคนเมืองมีสัดส่วนผู้ใช้บริการโทรคมนาคมประเภทต่าง ๆ สูงกว่าคนที่อาศัยในเขตชนบท ทั้งการเข้าถึงโทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัย การใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ และการใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีแต่เพียงการเข้าถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้นที่พบว่าผู้ใช้บริการในเขตเมืองและเขตชนบททั่วประเทศมีอัตราใกล้เคียงกันมากนัก โดยคนชนบทเข้าถึงการใช้บริการสูงกว่าเล็กน้อย

อย่างไรก็ตามข้อมูลในส่วนนี้อาจไม่สามารถตีความหมายในลักษณะที่ว่าคนชนบทเข้าถึงการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงกว่าคนเขตเมือง หากแต่พิจารณาในแง่ความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้างเครือข่ายการให้บริการโทรศัพท์ประจำที่ ซึ่งเป็นปัญหาที่มีมาอย่างยาวนาน พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยมากขึ้น ประชาชนเข้าถึงการสื่อสารไร้สายได้สะดวกและรวดเร็วมากกว่า ทำให้อัตราการเติบโตและการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตห่างไกลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก ในอีกแง่มุมหนึ่งคือการที่สัดส่วนคนเมืองใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยกว่าคนเขตชนบท อาจเป็นเพราะคนเมืองมีโอกาสทางเลือกและสิ่งแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกมากกว่า รวมถึงศักยภาพในการใช้บริการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบสูงกว่าเขตชนบท อาทิเช่น การสื่อสารโดยใช้โทรศัพท์ประจำที่ หรือการติดต่อกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การใช้ Social online เป็นต้น

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบสัดส่วนผู้ใช้บริการการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ตามเขตที่อยู่อาศัย หน่วย : ร้อยละ

ประเภทการสื่อสาร	เขตเมือง (N=2,210)	เขตชนบท (N=1,810)
โทรศัพท์ประจำที่ในที่พักอาศัย	31.5	23.5
บริการโทรศัพท์สาธารณะ	25.4	22.0
บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	93.3	93.7
บริการอินเทอร์เน็ต	50.5	40.4

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

ความแตกต่างทางพฤติกรรม ภายใต้การเข้าถึงเทคโนโลยี การสื่อสารที่ทันสมัย

ข้อมูลกลุ่มผู้ใช้บริการสื่อสารโทรคมนาคม ทั้ง 4 ประเภทดังที่นำเสนอในตารางที่ 1 และ 2 ข้างต้น ชี้ให้เห็นความแตกต่างของการเข้าถึงบริการสื่อสารของคนแต่ละเขตพื้นที่ได้ทั้งในระดับภูมิภาคและการแบ่งเขตเมือง-ชนบท เมื่อทำการคัดข้อมูลเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการซึ่งถือเป็นตัวแทนของ “ผู้ที่เข้าถึงบริการ” ข้อค้นพบสำคัญที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ ภายใต้การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่เป็นรูปแบบเดียวกันยังคงพบลักษณะของความเหลื่อมล้ำและแตกต่างทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการแฝงอยู่ด้วยเช่นกัน การศึกษาในส่วนนี้ ผู้วิจัยเน้นนำเสนอผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสองประเภทบริการคือ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสองบริการนี้มีรายละเอียดของพฤติกรรมที่หลากหลายกว่าการใช้โทรศัพท์กลุ่มประจำที่

หากพิจารณาข้อมูลพื้นฐานของพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ที่ใช้บริการ

ค่าเฉลี่ยการใช้บริการ 3 ประเภทหลักคือ การโทรออก การส่งข้อความ SMS/MMS และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงค่าใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการวิเคราะห์ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เข้าถึงบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่เขตเมืองและเขตชนบทที่พฤติกรรมแตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยการโทรออกและค่าใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปริมาณการโทรออกของผู้ใช้บริการที่อยู่ในพื้นที่เขตเมืองจะโทรออกเฉลี่ยวันละประมาณ 30.8 นาที ส่วนผู้ใช้บริการในเขตชนบทใช้งานประมาณ 27 นาที แต่ค่าบริการนั้นมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง โดยผู้ใช้บริการในเขตเมืองโดยเฉลี่ยแต่ละคนจะเสียค่าบริการเดือนละประมาณ 520 บาท ส่วนผู้ที่อยู่ในเขตชนบทจะเสียค่าบริการน้อยกว่า โดยในแต่ละเดือนจ่ายประมาณ 432 บาท อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งข้อความและการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยต่อวัน การทดสอบทางสถิติไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้ใช้บริการเขตเมืองและเขตชนบท

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ที่เข้าใช้บริการ จำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย

เขตที่อยู่อาศัย	ค่าเฉลี่ยการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่			ค่าบริการ (บาทต่อเดือน)
	การโทรออก (นาทีต่อวัน)	การส่งข้อความ (ครั้งต่อวัน)	การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (นาทีต่อวัน)	
เมือง	30.8	1.1	152.9	519.9
ชนบท	27.1	1.1	150.6	431.9
ค่าเฉลี่ยรวม	29.1	1.1	152.0	480.2
จำนวน (N)	3,754	1,214	1,200	3,758
ค่าสถิติ t-test	2.24*	-0.36	0.23	6.15**

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556
หมายเหตุ : ** $p \leq 0.001$; * $p \leq 0.01$

ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่กลายเป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของการเข้าถึงที่ครอบคลุมมากกว่าโทรศัพท์ประจำที่ และในแง่ของพฤติกรรมการใช้งานที่มีความหลากหลายในการใช้ประโยชน์สูงกว่าการสื่อสารในรูปแบบลักษณะอื่นๆ “สมาร์ทโฟน (smart phone)” นับว่าเป็นนวัตกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นตัวแทนเทคโนโลยียุคใหม่ของการสื่อสารแบบหลอมรวม (convergence) ความสำคัญของสมาร์ทโฟนในการสื่อสารในชีวิตประจำวันเห็นได้จากอัตราการเติบโตของตลาดบริการสื่อสารที่มีปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญมาจากความต้องการใช้บริการสื่อสารความเร็วสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งผลต่ออัตราการเติบโตของอุปกรณ์สื่อสารประเภทสมาร์ทโฟน และบริการเสริมสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น แอปพลิเคชัน และบริการเสริมประเภท Entertainment Content ขณะที่แนวโน้มราคาของอุปกรณ์ดังกล่าวได้มีการปรับ

ลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 2557)

หากพิจารณาพฤติกรรมการใช้บริการสื่อสารแบบหลอมรวม การใช้อินเทอร์เน็ตและบริการเสริมต่าง ๆ ผ่านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ดังข้อมูลในตารางที่ 4 ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด 3,758 คน มีผู้ใช้บริการสมาร์ทโฟนร้อยละ 34.6 โดยพฤติกรรมการสื่อสารและใช้งานบริการบนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นิยมมากที่สุดคือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 33.1) การแชทสื่อสารข้อความ (ร้อยละ 29.4) และการค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 28.9) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มีพฤติกรรมหลอมรวมการใช้บริการการสื่อสารหลากหลายประเภทในชีวิตประจำวันเข้าไว้ด้วยกันผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้นจากการที่เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกออกตามเขตที่อยู่อาศัย พบว่า ผู้ที่อยู่ในเขตเมืองมีสัดส่วนของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟนประมาณร้อยละ 38.9 ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในเขตชนบทมีสัดส่วนที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยมีการใช้สมาร์ตโฟนเพียงร้อยละ 29.4 จากสัดส่วนนี้แสดงให้เห็นว่า อัตราการเข้าถึงเทคโนโลยียุคใหม่อย่างสมาร์ตโฟน แม้ราคาและความแพร่หลายจะมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากข้อมูลการตลาดสื่อสารที่มีมูลค่าเติบโตอย่างมาก แต่คนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองยังคงเข้าถึงเทคโนโลยีดังกล่าวสูงกว่าคนในพื้นที่ชนบท ความต่างนี้นี้ยังพบได้ในพฤติกรรมการใช้บริการต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะ

ของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังเช่น การดูโทรทัศน์ การใช้อีเมล การแชทสื่อสารด้วยข้อความ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การดาวน์โหลดบริการต่าง ๆ ทั้งการฟังเพลง ชมภาพยนตร์ และดาวน์โหลดเกม นับเป็นกลุ่มบริการเสริมประเภท Entertainment Content การค้นหา และการตรวจสอบข้อมูล หรือใช้บริการธนาคารออนไลน์ ผู้ที่อยู่ในเขตเมืองยังคงมีสัดส่วนผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทันสมัยเหล่านี้สูงกว่าคนที่อยู่ในเขตชนบทในทุกรูปแบบบริการ ข้อมูลส่วนนี้สะท้อนความแตกต่างของความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารทันสมัยของคนพื้นที่เขตเมืองและชนบทได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4 การใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะต่างๆ ของผู้เข้าถึงบริการจำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	เขตเมือง (2,062)	เขต ชนบท(1,696)	รวม (3,758)
การใช้สมาร์ตโฟน	38.9	29.4	34.6
ดูโทรทัศน์	10.6	9.5	10.1
ฟังวิทยุ	24.7	24.2	24.5
ค้นหาข้อมูล	32.2	24.9	28.9
เครือข่ายสังคมออนไลน์	35.7	30.0	33.1
อีเมล (Email)	27.4	20.5	24.2
สื่อสารข้อความ (แชท)	32.5	25.5	29.4
โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	25.2	21.1	23.4
เล่น / ดาวน์โหลดเกมส์	27.5	25.4	26.6
ฟัง / ดาวน์โหลดเพลง	31.3	25.6	28.7
ชม / ดาวน์โหลดวิดีโอ	27.6	20.8	24.5
ตรวจสอบข่าว ข้อมูลการจราจร พยากรณ์อากาศ	16.7	11.6	14.4
บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	11.1	7.0	9.2

นอกจากความแตกต่างของการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังที่เสนอข้อมูลไปในตารางที่ 4 จากข้อมูลการสำรวจยังพบว่า ปัญหาในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตเมืองและเขตชนบทมีลักษณะที่แตกต่างกัน ข้อมูลในตารางที่ 5 แสดงให้เห็นลักษณะปัญหาของการใช้บริการผู้ให้บริการเขตเมืองพบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับด้านสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า ได้แก่ ปัญหาสัญญาณขัดข้องบ่อย สายหลุด ไม่สามารถโทรข้ามเครือข่ายได้ สัญญาณล่ม และปัญหาในการให้บริการที่มักพบว่า เวลาที่มีปัญหาติดต่ออยากการแก้ไขปัญหาค่อนข้างล่าช้า ใช้เวลานานเกินควร ส่วนผู้ให้บริการในเขตชนบทที่มีปัญหามากกว่าผู้ใช้ในเขตเมืองจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับค่าใช้บริการ เช่น ค่าใช้จ่ายสูงเกินไป คิดค่าบริการผิดพลาด เกินจริง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสัญญา/รายการส่งเสริมการขาย โดยไม่แจ้งล่วงหน้า

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีการสื่อสารที่สำคัญในปัจจุบัน ความแตกต่างระหว่างผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาการเชื่อมต่อประเภทต่าง ๆ ในภาพรวมผู้ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่าร้อยละ 64.0 เลือกใช้การเชื่อมต่อผ่านสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด รองลงมาคือการเชื่อมต่อผ่าน ADSL

ทั้งนี้ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตเมืองและชนบทเลือกใช้เทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละช่องทางไม่แตกต่างกันมากนัก ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการเชื่อมต่อคือ ในเขตเมืองมีสัดส่วนผู้เลือกใช้การเชื่อมต่อ WiFi สูงกว่า ในขณะที่เขตชนบทยังพบว่าผู้ที่ใช้การเชื่อมต่อแบบ Dial up และการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ในลักษณะของการใช้แท็บเล็ต หรือ Air card เพื่อเชื่อมต่อผ่านระบบคอมพิวเตอร์นั้นมีสัดส่วนมากกว่าเขตเมืองเล็กน้อย (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ปัญหาในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้เข้าถึงบริการจำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย

หน่วย : ร้อยละ

	เขตเมือง	เขตชนบท	รวม
สัญญาณขัดข้องบ่อย สายหลุด	26.8	22.2	24.7
ไม่สามารถโทรข้ามเครือข่ายได้ สัญญาณล่ม			
การให้บริการไม่ดี เช่น เวลาที่มีปัญหาติดต่ออยาก	8.6	6.5	7.7
การแก้ไขปัญหาค่อนข้างล่าช้า ใช้เวลานานเกินควร			
ค่าใช้จ่ายสูงเกินไป คิดค่าบริการผิดพลาด เกินจริง	12.5	15.2	13.7
มีการเปลี่ยนแปลงสัญญา/ รายการส่งเสริมการขาย	3.2	5.2	4.1
โดยไม่แจ้งล่วงหน้า			

ตารางที่ 6 ช่องทางในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของผู้อยู่อาศัย

หน่วย : ร้อยละ

	เขตเมือง	เขตชนบท	รวม
ADSL	47.5	47.7	47.6
Dial Up	1.1	1.9	1.4
WiFi	9.1	5.5	7.7
Mobile internet บนเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่	65.8	63.5	64.9
Mobile internet บนเครื่องคอมพิวเตอร์/ แท็บเล็ต	4.4	5.6	4.9

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

สรุป

การสื่อสารโทรคมนาคมและการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน แต่ละบุคคลล้วนมีหลายเหตุผลในการใช้สื่อสาร เริ่มตั้งแต่การใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกรวดเร็ว เพื่อความบันเทิง หรือการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีการสื่อสารสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างมากมาย หากแต่อีกในสังคมยังคงมีกลุ่มคนที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าวได้ทั้งในด้านอุปกรณ์การสื่อสาร เครือข่ายการให้บริการ หรือความรู้ด้านเทคโนโลยี คนกลุ่มนี้มักอยู่ในพื้นที่ห่างไกลเช่นพื้นที่ชนบท แม้ความเป็นเมืองของประเทศไทยจะมีเพิ่มขึ้น แต่การกระจายตัวและการขยายตัวในการให้บริการสื่อสารโทรคมนาคมยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่

หากเป้าหมายเชิงนโยบายของภาครัฐคือ “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเร่งพัฒนาโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อนำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูล

ข่าวสาร และช่วยลดความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมืองและชนบท ซึ่งจะครอบคลุมในกลุ่มเด็กพิการ เด็กยากจน เด็กในพื้นที่ชนบทห่างไกล รวมทั้งเด็กด้อยโอกาสที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ” (ศิริภรณ์ ศรีสวัสดิ์ 2556) ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงอุปสรรคของคนที่อาศัยในเขต “ชนบท” ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารได้ แม้ว่าประชาชนบางส่วนมีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารได้อย่างหลากหลายและรวดเร็วมากขึ้นกว่าในอดีต จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ไม่หยุดนิ่ง โดยเฉพาะนวัตกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน และระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต แต่ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งคือความเหลื่อมล้ำและแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีที่ทันสมัยของคนชนบทซึ่งยังมีน้อยกว่าคนในเขตเมือง ในอีกด้านหนึ่งคือ ปัจจุบันผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงอุปกรณ์การสื่อสาร ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ได้ค่อนข้างสะดวก แต่ปัญหาสำคัญคือบางพื้นที่ยังขาดเครือข่ายที่ต้องเชื่อมต่อสู่สังคมภายนอก หรือในพื้นที่เมืองยังพบปัญหาความไม่เพียงพอของช่องสัญญาณ ดังผลการศึกษา

ชี้ให้เห็นว่า คนเมืองประสบความยากลำบากในการติดต่อสื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งในลักษณะสัญญาณล้มและสายหลุดระหว่างพูดคุย ปัญหาเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคต่อการนำนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ครอบคลุมทั้งในเชิงกว้างและความเพียงพอรองรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ในบริบทแห่งความแตกต่างทางสังคม บางครั้งอาจจะพบได้ยากว่า เขตที่อยู่อาศัยทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารของคนเมืองและชนบทแตกต่างกัน หรืออาจเป็นเพราะลักษณะบริบทของคนสองพื้นที่ที่มีวิถีชีวิตแตกต่างกันตามแนวคิดทางสังคมวิทยา พฤติกรรมและการเข้าถึงการสื่อสารเทคโนโลยีของคนเมืองและชนบทจึงแตกต่างกันออกไป เทคโนโลยีสร้างความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสารของบุคคล หรือผู้คนเป็นต้นเหตุทำให้เกิดความแตกต่างทางการสื่อสารโทรคมนาคม ความสัมพันธ์ของทั้งสองปัจจัยมีความเกี่ยวเนื่องกันและกันอย่างซับซ้อนไปมา การดำรงชีพแบบเกษตรกรรมของคนชนบทอาจไม่สอดคล้องกับวิถีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้คนไม่เปิดรับนำมาใช้บริการ ดังเห็นได้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ อัตราการเข้าถึงการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนในเขตเมืองและชนบทมีสูงพอ ๆ กัน แต่ลักษณะการสื่อสารที่ทันสมัยคนเมืองกลับมีมากกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะวิถีชีวิตแบบอิงเทคโนโลยีการสื่อสารจำเป็นต่อการดำรงชีพของคนเมืองมากกว่า ภายใต้ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารจึงยังมีความแตกต่างและเหลื่อมล้ำของพฤติกรรมการใช้บริการอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

หากความต้องการพัฒนาสังคมเพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำ มุ่งการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้โดยมีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวช่วยในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกระดับ สิ่งสำคัญของการเร่งพัฒนาความครอบคลุมของโครงสร้างเครือข่ายพื้นฐานแล้ว ความจำเป็นอีกด้านหนึ่งคือต้องกระตุ้นผู้ให้บริการให้กระตือรือร้นให้ตนเองเข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่

ข้อค้นพบความแตกต่างระหว่างเมือง-ชนบท ในด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องอุปทานของการสื่อสารเพิ่มขึ้น อันได้แก่ โครงข่ายการให้บริการและอุปกรณ์การเชื่อมต่อที่ประชาชนเข้าถึงได้มากขึ้นในทุกเขตพื้นที่ ซึ่งไม่ควรเป็นเพียงการจัดหาเพียงแค่โครงสร้างแต่ต้องคำนึงถึงเนื้อหา (content) ของการใช้งานของคนแต่ละพื้นที่ที่ยังเหลื่อมล้ำกันอยู่มากด้วย

บทบาทสำคัญของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ นอกจากการขยายความครอบคลุมการเข้าถึงเทคโนโลยีในเชิงโครงข่ายพื้นฐานแล้ว ยังคงจำเป็นต้องมีมาตรการส่งเสริมการเข้าถึงอุปกรณ์การเชื่อมต่อ การลดขีดจำกัดการให้บริการของผู้ใช้งานในแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะเขตเมืองและชนบทที่มีความแตกต่างกันในแง่ของเนื้อหาการใช้งานที่ต้องคำนึงถึงบริบทพื้นที่เชิงสังคมด้วย จึงจะช่วยลดการผลิตซ้ำความเหลื่อมล้ำและความแตกต่างทางสังคมได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- دنورکین جریو. (2551). ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี (Digital Divide): ปัญหาและ
แนวทางการแก้ไข. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ไทยรัฐออนไลน์. (2555). ไอซีที พุ่ม 8 หมื่น ล.บาท ลุยสมาร์ตไทยแลนด์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ
30 กรกฎาคม 2557. จาก <http://www.thairath.co.th/content/239833>
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2543). ประชากรศาสตร์ : สารัตถศึกษาเรื่องประชากรมนุษย์. นครปฐม
: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพโรจน์ คงทวีศักดิ์. (2553). “การกลายเป็นเมือง”. แนวความคิดพื้นฐานทางสังคมและ
วัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2556). การเข้าถึงและลดความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความ
สำคัญอย่างไร?. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2557. จาก [https://www.etda.or.th/
etda_website/mains/display/1348](https://www.etda.or.th/etda_website/mains/display/1348)
- ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2553). รายงานการศึกษา
ขั้นสุดท้าย โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศนในยุค
หลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ. ปทุมธานี.
- ศูนย์สารสนเทศทางประชากรศาสตร์ วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2551).
ศัพท์ทางประชากรศาสตร์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2557. จาก [http://www.
cps.chula.ac.th/cps/pop_info_2551/Image+Data/Demography_dictionary/
rural.htm](http://www.cps.chula.ac.th/cps/pop_info_2551/Image+Data/Demography_dictionary/rural.htm)
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
(2554). รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2553.
กรุงเทพฯ.
- _____. (2555). รายงานผลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของ
ประชากรไทย พ.ศ.2554. กรุงเทพฯ.
- _____. (2556). รายงานผลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของ
ประชากรไทย พ.ศ.2555-2556. กรุงเทพฯ.
- _____. (2557). ผลการสำรวจตลาดสื่อสารของประเทศไทย ปี2555-2556 และคาดการณ์
ปี2557. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2554). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บริการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี convergence ของประเทศไทย ปี 2553. กรุงเทพฯ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

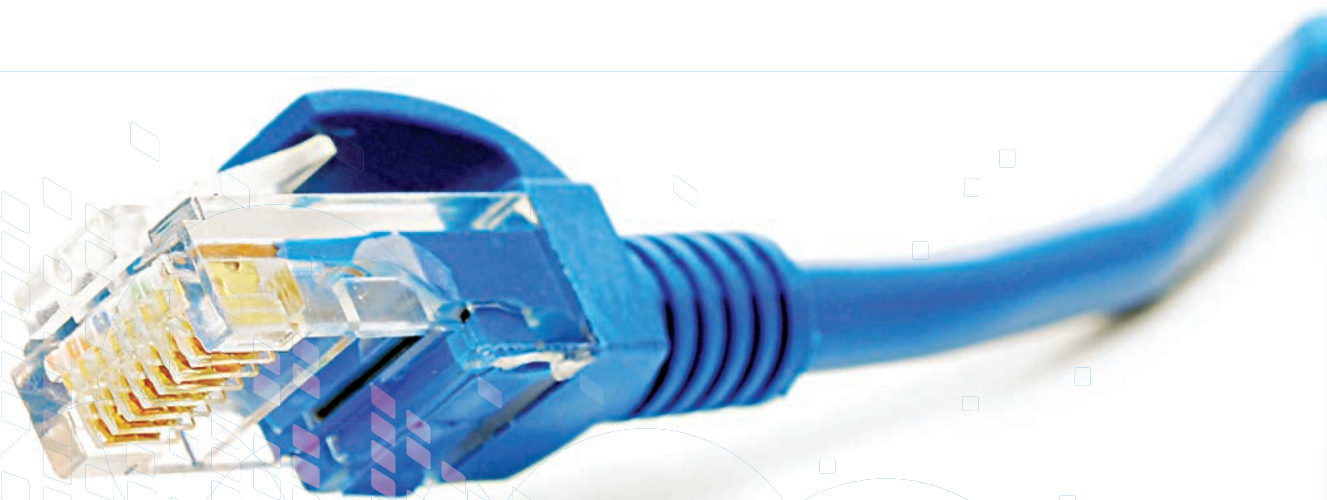
อิทธิพล ปรีดีประสงค์. (2554). รายงานการศึกษาวิจัย เรื่อง Girl in Cyberspace : Opportunities and Risks. สถาบันเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล.

Eagle, N., de Montjoye, Y., & Bettencourt, L. M. (2009, August). **Community computing: Comparisons between rural and urban societies using mobile phone data**. In Computational Science and Engineering, 2009. CSE'09. International Conference on (Vol. 4, pp. 144-150). IEEE.

Furuholt, B., & Kristiansen, S. (2007). **A rural-urban Digital Divide? Regional aspects of Internet use in Tanzania**. The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries, 31.



016



ประชากรไทยที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต: กลุ่มคนที่เข้าไม่ถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร

กลดา ววศ์ไชยา

บทคัดย่อ

แม้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการบริการอินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันในหลายด้าน จำนวนผู้ใช้งานมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยมา แต่ยังคงพบว่ามีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมด บทความนี้นำเสนอผลการศึกษาข้อมูล “ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต” โดยนำข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย 2 ชุดประกอบด้วย ข้อมูลการสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ. 2554 และข้อมูลการสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

มาทำการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง ผู้ที่มีอายุมากจะมีแนวโน้มเป็นผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอายุน้อย ระดับเศรษฐกิจสังคมมีความสัมพันธ์กับการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในแง่ศักยภาพในการใช้งานและการเข้าถึงบริการ อย่างไรก็ตามปัญหาสำคัญของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตคือ ข้อจำกัดในด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี โดยเฉพาะอุปสรรคด้านความครอบคลุมของการให้บริการ การเข้าถึงอุปกรณ์การใช้งานการเชื่อมต่อ และข้อจำกัดด้านราคาค่าบริการ ซึ่งยังพบมากในเขตภูมิภาค

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูล ติดต่อสื่อสาร ได้อย่างทั่วถึง สะดวก รวดเร็วและหลายช่องทาง อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทั้ง ด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็น ช่องทางในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) และการรับรู้ข่าวสาร อันเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในยุค ปัจจุบัน ปัญหาสำคัญประการหนึ่งคือช่องว่าง ในการเข้าถึงบริการ ช่องว่างดังกล่าวสร้างความ แตกต่างระหว่างผู้ที่สามารถเข้าถึงและผู้ที่เข้าไม่ถึง สารสนเทศ ปัจจัยหลักเกิดจากการมีและไม่มี โอกาสในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทางด้าน ICT เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ในภารกิจประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ

การใช้เทคโนโลยีเป็นช่องทางสำคัญ ในการนำพาการศึกษาของประเทศเข้าสู่การเป็นสากล และเข้าสู่ประชาคมอาเซียนตามความ คาดหวังของรัฐบาลและของสังคม แต่ความ เสมอภาคในการเข้าถึงเทคโนโลยียังไม่เท่าเทียมกัน ผู้ด้อยโอกาสการเข้าถึงยังมีมากและจะถูกทอดทิ้ง ทำให้เกิดช่องว่างทางสังคมมากขึ้น (กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2554) ที่ผ่านมามีภาครัฐได้เล็งเห็น ความสำคัญของปัญหานี้ และมีการวางแผน นโยบายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

เร่งพัฒนาโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อนำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และช่วยลด ความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมืองและชนบท ซึ่งจะครอบคลุมในกลุ่มเด็กพิการ เด็กยากจน เด็กในพื้นที่ชนบทห่างไกล รวมทั้งเด็กด้อยโอกาสที่เป็น กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (ศิริภรณ์ ศรีสวัสดิ์, 2556)

ผลการสำรวจของสำนักสถิติแห่งชาติ (2556) พบว่า ปัจจุบันมีจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 63.3 ล้านคน ในจำนวนนี้มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 35.0 และใช้อินเทอร์เน็ต 18.3 ล้านคน (ร้อยละ 28.9) แนวโน้มในช่วงระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ.2552-2556 พบว่าผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีสัดส่วน เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 29.3 (จำนวน 17.9 ล้านคน) เป็นร้อยละ 35.0 (จำนวน 22.2 ล้านคน) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.1 (จำนวน 12.3 ล้านคน) เป็นร้อยละ 28.9 (จำนวน 18.3 ล้านคน) ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประชากรไทยมีแนวโน้มใช้บริการเทคโนโลยีการสื่อสาร เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม คำถามสำคัญของการศึกษาค้างนี้คือ แม้ว่าสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จะมีปริมาณเพิ่มขึ้น หากแต่เมื่อเปรียบเทียบกับ สัดส่วนกับจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ ยังพบว่ามีจำนวนไม่มากนัก หรือกล่าวอีกแง่หนึ่งคือ คนส่วนใหญ่ของประเทศยังไม่ได้ใช้ บริการอินเทอร์เน็ต บทความนี้จะมุ่งเน้นศึกษา คุณลักษณะสำคัญของกลุ่มประชากรดังกล่าวเพื่อให้เห็นภาพสถานการณ์และทำความเข้าใจสาเหตุของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยการใช้ข้อมูลการ

สำรวจระดับประเทศของส่วนงานศูนย์ข้อมูลและวิจัยเศรษฐกิจโทรคมนาคม สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ซึ่งได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 บทความนี้จะทำให้เห็นถึงช่องว่างของการพัฒนาการบริการอย่างทั่วถึงของการให้บริการอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย เป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการวางแผนพัฒนานโยบายการดำเนินการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาระบบความครอบคลุมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายต่อไป

วิธีการศึกษา

การนำเสนอบทความนี้ใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย 2 ชุดประกอบด้วย ข้อมูลการสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ. 2554 และข้อมูลการสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่ดำเนินการสำรวจในช่วงปี พ.ศ. 2554-2556

วิธีการเก็บข้อมูลของการสำรวจทั้ง 2 รอบ มีประชากรเป้าหมายคือ ประชากรอายุ 15-70 ปี ซึ่งเป็นผู้มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร โดยกำหนดกรอบการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) อ้างอิงข้อมูลจากข้อมูลของสำนักงานกลางทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นรายภาคและราย

จังหวัด ในแต่ละรอบการสำรวจกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 4,020 ตัวอย่าง การดำเนินการเก็บข้อมูลใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-stage Sampling) แบ่งพื้นที่และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างที่โอกาสในการถูกคัดเลือกเป็นไปตามขนาดของประชากร (Probability Proportional to Size: PPS) ในการเลือกพื้นที่ตัวอย่างกำหนดตามหลักประชากรศาสตร์ และสภาพภูมิศาสตร์ แบ่งออกเป็น 5 เขต ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร (รวมปริมณฑล) มีจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่างรวม 20 จังหวัดทั่วประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556)

ในบทความนี้ได้คัดเลือกข้อมูลจากแบบสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย ทั้ง 2 รอบการสำรวจ โดยเลือกเฉพาะผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ตัวแปรที่เลือกมาศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรด้านคุณลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมประเภทอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย การใช้โทรศัพท์ประจำที่ การใช้โทรศัพท์สาธารณะ และการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

การนำเสนอข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ทำการวิเคราะห์ตารางไขว้ เปรียบเทียบคุณลักษณะและความแตกต่างตามคุณลักษณะทางประชากร

ผลการศึกษา

จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย ในรอบที่ 1 พ.ศ. 2554 และข้อมูลการสำรวจในรอบที่ 2 พ.ศ.2555-2556 ดังตารางที่ 1 จะเห็นว่า มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยข้อมูลในรอบการสำรวจครั้งที่ 1 พบผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 2,554 คน จาก 4,020 คน หรือร้อยละ 63.5 และในรอบการสำรวจครั้งที่ 2 พบจำนวน 2,171 คน คิดเป็นร้อยละ 54 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่ดำเนินการเก็บข้อมูล

ใครคือผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต?

เขตพื้นที่

จากสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตจากการสำรวจในรอบที่ 1 และ 2 สะท้อนให้เห็นว่าในจำนวนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมด คำถามสำคัญคือ “ใครบ้างคือผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต?” หากพิจารณาแยกตามเขตพื้นที่

ดังตารางที่ 2 จะพบว่า ผลการสำรวจทั้ง 2 รอบ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าภาคอื่น ๆ ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าภาคอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ

คุณลักษณะทางประชากร

ด้านคุณลักษณะทางประชากรของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 3) พบว่า มากกว่าร้อยละ 50 เป็นเพศหญิง กล่าวคือ ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือ ผู้หญิง ข้อมูลส่วนนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ระบุว่า ผู้หญิงมีโอกาที่จะตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าเพศชายประมาณร้อยละ 3.56 (ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553) ด้านพฤติกรรม เพศชายจะมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Kraut et. al., 1998) ข้อมูลส่วนนี้สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยเพศของผู้ใช้งานมีผลต่อการใช้เทคโนโลยีและโทรคมนาคม

ตารางที่ 1 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากข้อมูลการสำรวจรอบปีพ.ศ. 2554

และ พ.ศ. 2555-2556

หน่วย : ร้อยละ

การใช้อินเทอร์เน็ต	การสำรวจรอบที่ 1	การสำรวจรอบที่ 2
	พ.ศ.2554	พ.ศ. 2555-2556
ไม่ใช้	63.5 (2,554)	54.0 (2,171)
ใช้	36.5 (1,466)	46.0 (1,849)
รวม (จำนวน)	100.0 (4,020)	100.0 (4,020)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามเขตพื้นที่

หน่วย : ร้อยละ

เขตพื้นที่	การสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ.2554	การสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556
ภูมิภาค		
กลาง	20.5	22.8
ตะวันออกเฉียงเหนือ	22.0	25.3
เหนือ	21.0	22.3
ใต้	21.4	17.5
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	15.0	12.0
รวม (จำนวน)	100.0 (2,554)	100.0 (2,171)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

(มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, 2547; Bianchi and Phillips, 2005) เพราะเพศชายมีแนวโน้มจะมีทัศนคติที่ดีและชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงมักมีปัญหาในการใช้งานเทคโนโลยีสูงกว่าเพศชาย (Ray, Sormunen and Harris, 1999)

ด้านอายุจะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปจะเป็นผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอายุที่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลการสำรวจทั้ง 2 รอบ ร้อยละของผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มอายุ 19-29 ปี และ 30-39 ปี ในการสำรวจรอบที่ 2 มีสัดส่วนปรับลดลงจากการสำรวจในรอบแรก ในขณะที่กลุ่มอายุ 40-49 ปี 50-59 ปี และกลุ่มอายุ 60-70 ปี พบข้อมูลผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากการสำรวจในรอบแรก แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีอายุมากมีแนวโน้มไม่ใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่า สอดคล้องกับในงานศึกษาที่ผ่านมาพบกว่า วัยรุ่นจะเป็นกลุ่มคนที่มีการใช้เทคโนโลยีการ

สื่อสารสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ (Sadlo et al., 2005) บุคคลที่มีอายุมากมีทัศนคติทางบวกที่จะใช้ยอมรับเทคโนโลยีโทรคมนาคมใหม่ ๆ น้อยกว่าคนที่อายุน้อยกว่า (Bianchi and Phillips, 2005) บุคคลยังมีอายุสูงขึ้น โอกาสที่จะตัดสินใจใช้งานอินเทอร์เน็ตจะมีน้อยลง (สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2554)

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร

หน่วย : ร้อยละ

คุณลักษณะทางประชากร	การสำรวจรอบที่ 1	การสำรวจรอบที่ 2
	พ.ศ.2554	พ.ศ. 2555-2556
เพศ		
ชาย	47.1	46.7
หญิง	52.9	53.3
อายุ (ปี)		
15-29	19.0	14.3
30-39	21.0	19.2
40-49	24.7	25.6
50-59	20.8	24.5
60-70	14.5	16.4
รวม (จำนวน)	100.0 (2,554)	100.0 (2,171)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

คุณลักษณะทางเศรษฐกิจ

ข้อมูลคุณลักษณะเศรษฐกิจสังคมของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตประกอบด้วย ข้อมูลระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือผู้ที่เรียนจบการศึกษา ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่เรียนจบในระดับประถมศึกษา ในขณะที่การประกอบอาชีพพบว่า ผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีร้อยละ 27.1 ในการสำรวจรอบแรก และร้อยละ 21.4 ในการสำรวจรอบที่ 2 อีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตคือผู้ที่ทำงานรับจ้าง และผู้ประกอบอาชีพในภาคเกษตร ส่วนข้อมูลด้านรายได้ จะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือผู้ที่มี

รายได้น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นกว่าร้อยละ 60 ของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด

สาเหตุสำคัญของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

ในการสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556 ได้มีข้อคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับสาเหตุของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตไว้ทั้งหมด 5 ประการ ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 5 พบว่า เหตุผลสำคัญของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ตคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 77.8 ให้ความเห็นว่าตนเองไม่มีความจำเป็นต้องใช้งาน รองลงมาร้อยละ 71 ระบุว่าตนเองไม่รู้จักร หรือ ใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่เป็น ในด้านการไม่เข้าถึงบริการทั้งในแง่

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบสัดส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามคุณลักษณะเศรษฐกิจสังคม

หน่วย : ร้อยละ

	การสำรวจรอบที่ 1	การสำรวจรอบที่ 2
คุณลักษณะทางเศรษฐกิจสังคม	พ.ศ.2554	พ.ศ. 2555-2556
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	4.2	4.4
ประถมศึกษา	37.4	40.9
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	17.9	16.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. หรือเทียบเท่า	18.5	18.5
ปวส./อนุปริญญา	8.7	7.5
ปริญญาตรี	11.7	11.0
สูงกว่าปริญญาตรี	1.6	1.2
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	7.9	8.5
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	7.0	6.4
รับจ้าง	24.9	23.2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	27.1	21.4
ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน	11.3	8.6
นักเรียน/นักศึกษา	6.3	4.9
เกษียณอายุ	3.0	2.3
ภาคเกษตร	12.4	24.0
อื่นๆ	0.1	0.8
รายได้ (บาทต่อเดือน)		
ต่ำกว่า 5,000	28.5	21.2
5,000 - 9,999	35.3	39.5
10,000 - 29,999	29.4	33.0
30,000 - 49,999	4.9	5.2
50,000 ขึ้นไป	1.9	1.1
รวม (จำนวน)	100.0 (2,554)	100.0 (2,171)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

ไม่มีอุปกรณ์การใช้งาน (ร้อยละ 28.8) การไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 17.8) และค่าบริการอินเทอร์เน็ตสูงเกินไป (ร้อยละ 22.2) เป็นอีกสาเหตุที่ทำให้คนไม่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์เหตุผลที่ระบุว่า การไม่รู้จักรักและใช้อินเทอร์เน็ตไม่เป็น ข้อมูลส่วนนี้สะท้อนให้เห็นการเข้าถึงไม่ถึงความรู้ด้านเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของประชาชน เมื่อจำแนกตามรายได้

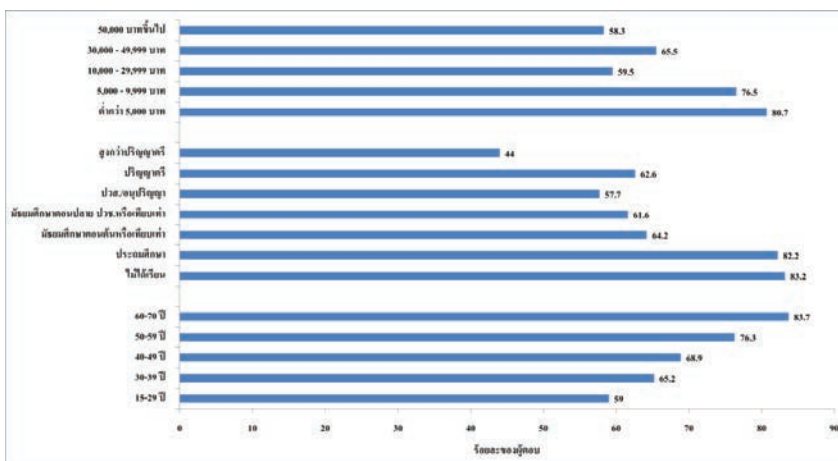
ต่อเดือนจะเห็นแบบแผนที่ชัดเจนว่า ผู้ที่ไม่รู้จักและใช้อินเทอร์เน็ตไม่เป็นส่วนใหญ่คือกลุ่มคนรายได้น้อย เช่นเดียวกับข้อมูลระดับการศึกษาที่แสดงให้เห็นในทิศทางเดียวกันคือ ผู้ที่เรียนจบการศึกษาในระดับต่ำกว่ามีแนวโน้มใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่เป็นมากกว่า ส่วนในด้านอายุ ผู้ที่อายุมากและกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มใช้งานอินเทอร์เน็ตไม่เป็นมากกว่ากลุ่มผู้ที่อายุน้อย (แผนภาพที่ 1)

ตารางที่ 5 เหตุผลของการไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

เหตุผล	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ไม่รู้จักรัก / ใช้อย่างไม่เป็น	1,542	71.0
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้	1,679	77.3
ไม่มีอุปกรณ์ในการใช้งาน	626	28.8
ไม่มีบริการในพื้นที่	387	17.8
ค่าบริการสูงเกินไป	482	22.2

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานบริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

แผนภาพที่ 1 เปรียบเทียบร้อยละของผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจากไม่รู้จักรัก / ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เป็น จำแนกตามรายได้ ระดับการศึกษา และอายุ



ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานบริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

ตารางที่ 6 เหตุผลของการเข้าไม่ถึงบริการอินเทอร์เน็ตจำแนกตามภูมิภาค

หน่วย : ร้อยละ

ภูมิภาค	ไม่มีอุปกรณ์ ในการใช้งาน	ไม่มีบริการในพื้นที่	ค่าบริการสูงเกินไป
กลาง	29.2	19.6	24.4
ตะวันออกเฉียงเหนือ	41.0	33.3	37.3
เหนือ	11.8	1.0	6.8
ใต้	39.6	22.8	23.9
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	18.4	5.7	12.3
รวม	28.8	17.8	22.2

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานบริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

หากมองในแง่ของการเข้าถึงเทคโนโลยี การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอุปสรรคด้านความครอบคลุมของการให้บริการ การเข้าถึงอุปกรณ์การใช้งานการเชื่อมต่อ และข้อจำกัดด้านราคาค่าบริการ ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 6 ชี้ให้เห็นชัดเจนว่า ภูมิภาคต่าง ๆ มีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันมาก กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจะมีความได้เปรียบในการเข้าถึงมากกว่าภาคอื่น ๆ ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้มีข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตมากกว่าภาคอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตระบุเหตุผลที่ไม่ใช้งาน เนื่องจากการที่ไม่มีอุปกรณ์ในการใช้งาน การไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ และค่าบริการที่สูงเกินไป มีร้อยละการตอบสูงกว่าภาคอื่น ๆ อาจเป็นเพราะโครงสร้างพื้นฐานยังกระจายตัวไม่ทั่วทุกพื้นที่ จังหวัดที่มีความครอบคลุมของโครงข่ายน้อยส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น สตูล

กระบี่ อุตรธานี ร้อยเอ็ด และขอนแก่น เป็นต้น (ไทยรัฐออนไลน์, 2555)

การไม่ใช้อินเทอร์เน็ตกับการเข้าถึงสื่อสารประเภทอื่น ๆ

เมื่อพิจารณาการเข้าถึงพฤติกรรมการใช้สื่อที่สำคัญสองประเภทบริการที่มีความสัมพันธ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตจากข้อมูลการสำรวจพบว่า ในด้านการเข้าถึงโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัยของกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 75.5 และ 81.8 ของการสำรวจทั้งสองรอบ ที่พักอาศัยของคนกลุ่มนี้ไม่ได้ใช้โทรศัพท์ประจำที่ ส่วนผู้ที่ใช้งานมีเพียงร้อยละ 24.5 และ 18.2 เท่านั้น ในขณะที่การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90.8 และ 88.8 จากการสำรวจทั้งสองรอบ ยังมีสัดส่วนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงอยู่ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การไม่ใช้อินเทอร์เน็ตกับการเข้าถึงโทรศัพท์ประจำที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทการสื่อสาร	การสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ.2554	การสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556
โทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย		
ไม่มี	75.5	81.8
มี	24.5	18.2
โทรศัพท์เคลื่อนที่		
ไม่ใช้	9.2	11.2
ใช้	90.8	88.8
รวม (จำนวน)	100.0 (2,554)	100.0 (2,171)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

ตารางที่ 8 ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่มีโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย จำแนกตามภูมิภาค

หน่วย : ร้อยละ

เปรียบเทียบภูมิภาค	การสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ.2554	การสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556
กลาง	19.7	22.2
ตะวันออกเฉียงเหนือ	24.1	29.0
เหนือ	21.4	22.4
ใต้	22.6	16.8
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	12.2	9.6
รวม (จำนวน)	100.0 (1,929)	100.0 (1,775)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2555-2556

ข้อมูลที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ ความสัมพันธ์ระหว่างการมีโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย กับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จากข้อมูลตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่มีโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในเขตภูมิภาค ข้อมูลการสำรวจทั้งสองรอบชี้ให้เห็นว่าผู้ที่อาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่

โทรศัพท์ประจำที่สูงที่สุด (ร้อยละ 24.1 และ 29.0 ในรอบการสำรวจที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

สำหรับเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีผู้ที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่มีโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย มีสัดส่วนน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอาจเป็นเพราะในเขตกรุงเทพฯ มีสัดส่วนการเข้าถึงเทคโนโลยีสูงกว่า และโอกาสการเข้าถึงโทรศัพท์ประจำที่ ณ ที่พักอาศัย

มากกว่าตั้งแต่ในอดีต ทำให้ปัจจุบันโอกาสที่ประชาชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจะมีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสายสัญญาณโทรศัพท์ประจำที่มากกว่าในเขตภูมิภาค

อย่างไรก็ตาม ในด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่อย่างเช่น โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน (Smart phone) ข้อมูลตารางที่ 9 ผลการสำรวจทั้งสองรอบแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งหมด (มากกว่าร้อยละ 94) ไม่ได้ใช้โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน แต่ในทางกลับกัน ประเด็นสำคัญของข้อมูลกลุ่มนี้คือ การที่ผู้ใช้บริการสมาร์ทโฟนประมาณร้อยละ 5 กลับเป็นผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ข้อมูลสถิติส่วนนี้ชี้ให้เห็นว่าในสังคมความเป็นจริง พฤติกรรมของผู้คนบางส่วนยังคงก้าวตามไม่ทันเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปมากกว่า สะท้อนให้เห็นช่องว่างระหว่างความสามารถของคนและการพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้ไม่เต็มศักยภาพตามความสามารถของอุปกรณ์การสื่อสารที่ตนเองมีอยู่

สรุป

ภาพรวมการวิเคราะห์ในบทความนี้สะท้อนให้เห็นภาพของ “ผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต” ได้ค่อนข้างชัดเจน ส่วนใหญ่ของผู้ที่ไม่เข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตคือ กลุ่มคนในเขตภูมิภาคโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ ซึ่งมีปัญหาหลักในส่วนของการเข้าถึงบริการได้แก่ ในเขตพื้นที่อยู่อาศัยยังไม่เข้าถึงโครงข่ายการให้บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงการไม่เข้าถึงอุปกรณ์การเชื่อมต่อ และขีดจำกัดด้านราคาค่าใช้บริการ ในอีกด้านหนึ่งคือ ข้อจำกัดของศักยภาพของผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาไม่สูงมากนัก ส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อมูลกลุ่มผู้ที่จบการศึกษาระดับสูงไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน แม้ว่าจะมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่ก็สะท้อนถึงความด้อยศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารได้เช่นเดียวกัน ในส่วนนี้ภาครัฐอาจจะต้องเข้ามาดูแลส่งเสริมการศึกษาการใช้งานเทคโนโลยีเพิ่มเติมควบคู่กับการเรียนในระบบการศึกษาปกติ หรือการส่งเสริมความรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ตารางที่ 9 การไม่ใช้อินเทอร์เน็ตกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน (Smart phone)

หน่วย : ร้อยละ

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน	การสำรวจรอบที่ 1 พ.ศ.2554	การสำรวจรอบที่ 2 พ.ศ. 2555-2556
ไม่ใช้	94.4	94.2
ใช้	5.6	5.8
รวม (จำนวน)	100.0 (2,319)	100.0 (1,928)

ที่มา : จากการคำนวณข้อมูลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของประชากรไทย พ.ศ. 2554-2556

สำหรับผู้จบการศึกษาแล้วและผู้ที่กำลังศึกษา
นอกระบบการศึกษา

ข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญอีก
ประการคือ ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจ รายได้
และอาชีพของบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้
เทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มผู้มีรายได้น้อย และ
ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวยังเข้าถึงอินเทอร์เน็ต
ในสัดส่วนที่น้อยอยู่มาก การส่งเสริมให้คนกลุ่มนี้
เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้นจะเป็นอีก
หนึ่งช่องทางในการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ
ของบุคคลได้ กลุ่มผู้มีรายได้น้อยอาจมีข้อจำกัด
เรื่องการมีอุปกรณ์การเชื่อมต่อ หรือเรื่องของ
ค่าใช้จ่ายบริการ ในส่วนนี้เป็นโจทย์ที่สำคัญที่ต้อง
ดำเนินการแก้ไขให้เกิดการลดความเหลื่อมล้ำ
และช่องว่างของการเข้าถึงเทคโนโลยีให้ได้ใน
อนาคต

เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารในรูปแบบเดิม
ถูกเปลี่ยนแปลงไปจนไม่สามารถแบ่งแยกมิติ
ระหว่างการติดต่อสื่อสารในรูปแบบโทรคมนาคม
อินเทอร์เน็ต และวิทยุโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจน
อีกต่อไป เป็นผลเนื่องมาจากการหลอมรวม
ทางด้านเทคโนโลยีและการให้บริการ (กาญจนา
วานิชกร และพนิดา สายประดิษฐ์, 2549: 1)
อินเทอร์เน็ตจะเป็นสิ่งสำคัญของการสื่อสารแบบ
หลอมรวม (convergence) มากขึ้น แนวโน้ม
ความสำคัญของอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นในทุกด้าน
ของชีวิตประจำวันในลักษณะ The Internet
of Things คือ ความสามารถในการเชื่อมต่อ
อินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ
โดยอาศัย Embedded Sensors และวงจร
อิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็กในอุปกรณ์ประเภท

Smart Device เช่น Google Glass ที่สามารถถ่ายภาพ
และอัปโหลดรูปภาพบนอินเทอร์เน็ตได้ทันที
หรือ นาฬิกาที่สามารถใช้งานร่วมกับโทรศัพท์
เคลื่อนที่ในการรับสายและเช็คข้อความผ่าน
เทคโนโลยี Bluetooth ไปจนกระทั่งสมาร์ตทีวี
ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ไม่ต่างจากการ
เชื่อมต่อผ่านคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและทำหน้าที่
รับส่งข้อมูลส่วนตัวเหล่านี้ จะมีความสำคัญเพิ่ม
มากขึ้นโดยเฉพาะอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น
สายรัดข้อมือ (Wrist Band) หรือ Tracker ที่ใช้วัด
อัตราการเต้นของหัวใจขณะออกกำลังกาย หรือ
วัดการทำงานของร่างกายขณะนอนหลับ เป็นต้น
(สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่ง
ชาติ, 2557) ดังนั้น หากประชากรในกลุ่มนี้ “ผู้ที่ไม่
ใช้อินเทอร์เน็ต” ยังคงมีสัดส่วนที่สูงอยู่ คนกลุ่ม
นี้อาจมีปัญหาในการดำเนินชีวิตภายใต้เทคโนโลยี
สมัยใหม่ได้เช่นกัน ผู้หญิงและผู้สูงอายุมีแนวโน้ม
ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าคนกลุ่มอื่น ๆ มาตรการ
พัฒนาทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ตอาจต้องเพิ่ม
ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างทั่วถึงและ
เท่าทันกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอนาคต
ได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ภายใต้ “การเข้าไม่ถึง” อินเทอร์เน็ต ยัง
คงพบช่องว่างและความแตกต่างระหว่างเพศ
และอายุผู้ใช้งานอยู่ โดยผู้หญิงและผู้สูงอายุมี
แนวโน้มเสียเปรียบการได้ประโยชน์จากการ
สื่อสารเทคโนโลยีสูงกว่า จากข้อค้นพบนี้น่าจะ

ทำให้หน่วยงานการศึกษาหันมาสนใจในประเด็นความเท่าเทียมกันระหว่างผู้ที่เข้าไม่ถึงบริการการสื่อสารประเด็นอื่น ๆ ให้มากขึ้น เนื่องจากพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งเรียนรู้และช่องทางการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของบุคคล ดังนั้นหน่วยงานด้านการศึกษาและการสื่อสารจึงจำเป็นต้องร่วมมือกันพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น การปรับปรุงคุณภาพการ

ใช้บริการและการเข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตควรมองที่กระบวนการต่างๆ ต้องมีความหลากหลาย แต่มีความเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดเพื่อให้ประชากรทุกกลุ่มได้มีโอกาสเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ในลักษณะเดียวกัน เกิดการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างเท่าเทียมกันในทุกกลุ่มประชากร

เอกสารอ้างอิง

- เกษมสันต์ วัฒนานรงค์. (2554). การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษา. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2557. จาก <http://www.thairath.co.th/content/226111>
- กาญจนา วานิชกร, และพนิดา สายประดิษฐ์. (2549). บทบาทของอินเทอร์เน็ตกับการหลอมรวมสื่อ. ใน ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2548. กรุงเทพฯ: กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2555). ไอซีที ทุ่ม 8 หมื่น ล.บาท ลุยสมาร์ตไทยแลนด์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2557. จาก <http://www.thairath.co.th/content/239833>
- มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริภรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2556). การเข้าถึงและลดความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญอย่างไร?. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2557. จาก https://www.etda.or.th/etda_website/mains/display/1348
- ศูนย์ศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2553). รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย โครงการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี Convergence เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. ปทุมธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2554). รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2553. กรุงเทพฯ.

- _____. (2555). รายงานผลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของ
ประชากรไทย พ.ศ.2554. กรุงเทพฯ.
- _____. (2556). รายงานผลโครงการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการโทรคมนาคมของ
ประชากรไทย พ.ศ.2555-2556. กรุงเทพฯ.
- _____. (2557). ผลการสำรวจตลาดสื่อสารของประเทศไทย ปี2555-2556 และคาดการณ์
ปี2557. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2554). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้
บริการโทรคมนาคมและวิทยุโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อและเทคโนโลยี convergence
ของประเทศไทย ปี 2553. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Bianchi, A., & Phillips, J. G. (2005). Psychological Predictors of Problem Mobile
Phone Use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social networking*, 8 (1),
39-51.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis,
W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social
Involvement and Psychological Well-Being?. *American Psychologist*, 53
(9), 1017-1031.
- Ray, C., Sormunen, C., & Harris, T. (1999). Men's and Women's Attitudes toward
Computer Technology: A Comparison. *Information, Technology, Learning
and Performance Journal*, 17, 1-8.
- Sadlo, M., Campus, B., & Chambers, S. (2005). Effects of Communication Mode
on Connectedness and Subjective Well-Being (Doctoral dissertation,
Thesis, Australian Center of Quality of life).



การกำกับดูแลเงินตรา »



017



ถอดรหัสเนื้อหาสื่อ เหรียญอีกด้านในยุคที่สื่อหลอมรวม

จุฑามาศ เอี่ยมสระศรี

บทคัดย่อ

สื่อโทรทัศน์ สื่อที่เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมทางสังคมในทุกยุคสมัย แม้ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีกับสื่อสมัยใหม่ จะได้รับความนิยมและมีการใช้กันอย่างกว้างขวาง แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามคือเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดสู่สาธารณชนนั้น มีนัยและความหมายที่ส่งผลต่อสมาชิกในสังคมหรือไม่อย่างไร ภายใต้บริบททางสังคม ทั้งความเชื่อและวัฒนธรรม ที่ผ่านมาก่อให้เกิดเหตุการณ์การแสดงออกความรุนแรง ความนิยมหรือความเกลียดชังในพื้นที่สื่อมวลชนปรากฏในกระแส

สังคมมากมาย การใช้แนวคิดด้านสื่อสารมวลชนเพื่อสะท้อนความจริงในกระบวนการสร้างเนื้อหา สื่อที่ส่งผลต่อความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมทางสังคมของผู้ชมจึงเป็นอีกคำตอบที่จะทำให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ว่าเหตุใดผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรมีส่วนร่วมกันรับผิดชอบ เนื้อหาของสื่อที่ส่งต่อมายังผู้บริโภค เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อ และสามารถเลือกรับและใช้ประโยชน์จากการรับชมสื่อโทรทัศน์ได้อย่างเหมาะสมเพื่อนำไปสู่การสร้างบรรยากาศรับรู้สื่ออย่างสร้างสรรค์

“ถอดรหัสเนื้อหาสื่อ เหยียดอีกด้านในยุคที่สื่อหลอมรวม”

“โทรทัศน์” นับเป็นสื่อที่มีลักษณะที่สามารถถ่ายทอดและรับสารได้ในเวลาเดียวกับที่เหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ขณะเดียวกันถ้าเทียบกับสื่ออื่น ๆ สื่อประเภทโทรทัศน์จะมีความเกี่ยวข้องกับทางสังคมค่อนข้างสูง ทั้งเป็นทรัพยากรทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลของรัฐ เป็นสื่อสาธารณะที่เต็มไปด้วยการแข่งขันทางธุรกิจ และเป็นสถาบันสื่อที่ประชาชนสามารถใช้เป็นแหล่งรวมกิจกรรมทั้งเพื่อความบันเทิง และความรู้ มีการสื่อสารทั้งภาพและเสียง สามารถสร้างความรู้สึกร่วม หรือถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ของสังคมได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ ด้วยรูปแบบเนื้อหาที่สามารถกำหนดได้หลากหลาย และมีลักษณะเป็นสาธารณะ คือมีการเข้าถึงสาธารณะอย่างกว้างขวาง เป็นคุณลักษณะสื่อที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภค และเกิดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมมายาวนาน

หากเราสามารถสังเกตพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน ถือเป็นยุคที่ต่างมีความต้องการข่าวสารมากขึ้น (Informaitzation) ประชาชนสามารถเลือกรับหรือเลือกใช้ช่องทางข้อมูลข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเองมากยิ่งขึ้น แม้กระทั่งเรื่องการเดินทาง การเลือกรับประทานอาหาร หรือเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ประชาชนก็ยังต้องการอาศัยข่าวสารประกอบการตัดสินใจ หลังการเปิดตัว

โทรทัศน์ดิจิทัลในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่าผู้ชมมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เฉลี่ย 15 ล้านคนต่อวัน¹ และจากข้อมูลของ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี 2556 คนไทยมีการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบอนาล็อก 191 นาทีต่อวัน โดยช่วงเวลาที่คนไทยเข้าชมมากที่สุด อยู่ในช่วงเวลา 19.00 -21.30 น. ส่วนในวันเสาร์และอาทิตย์อยู่ในช่วงเวลา 19.00 – 20.00 น. และ 20.30 – 21.30 น. ซึ่งเป็นรายการข่าวภาคค่ำและละครหลังข่าว² สะท้อนว่าสื่อโทรทัศน์ยังเป็นช่องทางที่ประชาชนเลือกใช้เปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีสื่อใหม่เกิดขึ้นตามเทคโนโลยี แต่สื่อเก่ายังคงยืนหยัดอยู่ และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะความหลากหลายของเนื้อหา (Content) ที่ต่างมีการปรับเปลี่ยนเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

“191 นาที” ต่อวันโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภครับชมสื่อโทรทัศน์ สะท้อนอะไรได้บ้างในเวลาที่ประชาชนใช้ไปกับการอยู่หน้าจอโทรทัศน์ เมื่อสถานการณ์อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล นอกจากจะเกิดช่องสัญญาณเพิ่มขึ้น มีสถานีวิทยุและโทรทัศน์เพิ่มขึ้นแล้ว ในภาพรวมประเทศไทยจะมีสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินดิจิทัลทีวีไม่ต่ำกว่า 48 สถานีและกิจการโทรทัศน์ในภาพรวมมีการเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับมูลค่าการโฆษณาในปี 2555 และมีการคาดการณ์

¹ ส่องเทรนด์ผู้ชมทีวีดิจิทัล เวลา – มาร์เก็ตแอสเซสเม้นท์ .2557. กรุงเทพฯ:กรีก. 27 (9411) : 17 .

² รายงานผลการดำเนินงาน.2556. คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.

กันว่าเทรนด์เนื้อหาสื่อในอีกสามปีข้างหน้า (พ.ศ. 2558-2560) จะแข่งขันด้วยรูปแบบของเนื้อหา สื่อที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งเราสามารถวิเคราะห์รูปแบบ และสารที่มีอยู่ในเนื้อหา โดยใช้ทฤษฎีและ แนวคิดทางสื่อสารมวลชน เพื่อศึกษาผู้รับสาร ว่าผู้รับสารได้ใช้สื่อในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) ตัวอย่างเช่น การหาคำตอบช่วง เวลาการรับชมละครโทรทัศน์ของเยาวชน ว่ามี ผลต่อการหล่อหลอมจริยธรรมของเยาวชนจริง หรือไม่อย่างไร ใครมีอิทธิพลต่อกัน ระหว่าง “สื่อ มีอิทธิพลต่อสังคม” หรือ “โครงสร้างทางสังคมมี อิทธิพลต่อสื่อ”

ในอดีตนั้นการสื่อสารมวลชนแบบเดิมมี ลักษณะเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะของข้อมูล ข่าวสารไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแบบ ทางเดียว พัฒนาการของการสื่อสารตามแบบ จำลอง S – M – C – R ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสาร

สนใจแค่ระหว่างผู้รับสาร ส่งเนื้อหาสารออกไป สู่ผู้รับ แต่การวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ซ่อนอยู่ จะมีปัจจัยด้านบริบทของสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง ในกระบวนการสร้างเนื้อหาสาร ทั้งความเชื่อ วัฒนธรรม และค่านิยมของสังคมที่เป็นกรอบ กำหนดให้เกิดการออกแบบสารที่แยกได้เป็นการ สื่อสารเพื่อให้รับรู้โดยตรง กับสารสื่อที่มีนัย ซ่อนอยู่ ตั้งแต่การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ จนถึง การสื่อสารอารมณ์ความรู้สึก ความงาม ความ เศร้า ตัวอย่างเช่น การสื่อสารความเหมือน (Iconic Mode) เช่น ภาพเหมือน รูปปั้น เสียงของ แมว อาศัยสื่อเสียงที่ทำให้คนได้ยินเสียงร้องจะ นึกถึงแมว การสื่อสารเพื่อบ่งชี้สิ่งต่างๆ (Index- ical mode) เช่น เข็มนาฬิกา ดัชนีหุ้น ก้อนเมฆใน การพยากรณ์อากาศ การสื่อสารด้วยเครื่องหมาย (Signic mode) ป้ายสัญลักษณ์ โลโก้ การสื่อสาร ด้วยสัญญาณหรือรหัส (Signal และ Code) ตัวอย่างเช่น คิวไฟ ไฟจราจร เสียงนกหวีด การ



ถูกใช้เป็นตัววัดผลประสิทธิภาพของการส่งสาร แต่ละครั้ง เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีการส่ง และรับสาร

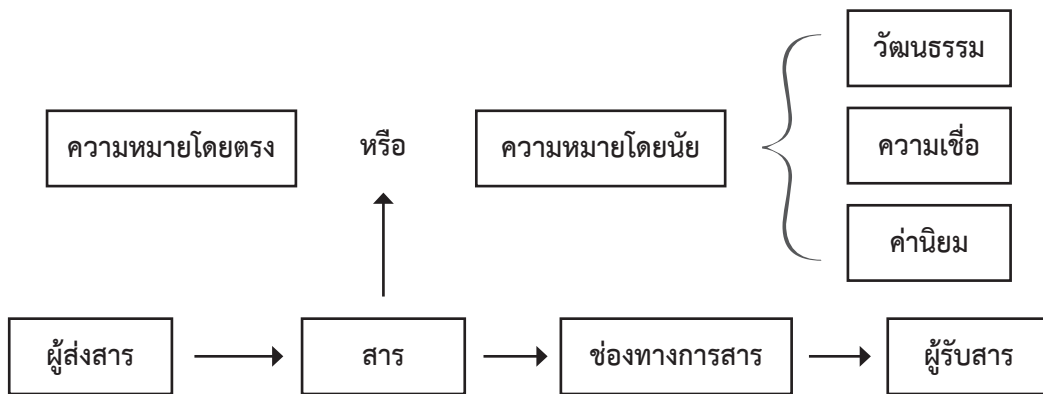
หากจะเราพิจารณาเครื่องมือสื่อสาร ความหมายในสื่อโทรทัศน์ว่ามีอะไรบ้าง เรา สามารถใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเพื่อ อธิบายให้เห็นถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องใน กระบวนการสร้างเนื้อหาสาร จากเดิมที่เราเคย

ยกป้ายสีต่าง ๆ ในการแข่งขันกีฬา และสุดท้าย การสื่อสารแบบสัญญาณ (Sign) และสัญลักษณ์ (Symbol) ตัวอย่างเช่น สีดำไว้ทุกข์ สีขาวแทน ความบริสุทธิ์ การแต่งกายของตัวละครที่เปิด เผยการแต่งหน้าของตัวละคร การใช้ท่าทางและ สายตาประกอบความรู้สึกให้ผู้ชมรับรู้ “สัญญาณ” นี้เอง ที่เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารผ่านภาษา ที่สื่อเนื้อหาการรับรู้โดยตรง ส่วนสัญลักษณ์เป็น

³กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา 2552.

เครื่องมือทางการสื่อสารที่อาศัยอารมณ์ความรู้สึกการรับรู้บางอย่างร่วมกันให้เข้ามามีส่วนในการเชื่อมโยงและตีความ ซึ่งจะทำให้เราเข้าใจในอนาคตได้ว่าเหตุใดเนื้อหาที่ซ่อนอยู่มีผลต่อคนให้สังคมตีความและรับรู้ความหมายจากสื่อด้วยตัวเอง โดยโครงสร้างแต่ละสังคมจะหล่อหลอมหรือกล่อมเกล้าให้แต่ละบุคคลที่รับชมสื่อมีการตีความ

ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความหมาย (Meaning) แทนของจริงในตัวบท (Text) ในบริบทของสังคม ตัวอย่างเช่น แหวนหมั้นในบริบทสังคมตะวันตกถูกใช้แทนความหมายที่แสดงถึงความผูกพันระหว่างหญิงชาย แต่หากเป็นบริบทสังคมอื่นอาจใช้กำไล สร้อย หรือสิ่งอื่นๆ แทนความหมายของการแต่งงาน ซึ่งการตีความดังกล่าวสามารถ



แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร โดยวิเคราะห์เนื้อหาสาร ที่มีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้อง

ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนา เป็นต้น

เนื้อหาของสื่อที่เราสามารถนำมาพิจารณาและใช้วิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมได้ หลังจากที่มีการถกเถียงว่า ความจริงที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นกระจกส่องนั้น แท้จริงแล้วคือความเป็นจริงในแบบฉบับของใคร ของสื่อเอง หรือของคนในสังคม ก่อนอื่นเราต้องทำความเข้าใจกับกระบวนการสร้างเนื้อหา ตั้งแต่การพูดของตัวละคร การแสดงสีหน้า ท่าทาง การเล่าข่าวของผู้ดำเนินรายการที่มีการเล่าในลักษณะการสร้าง ความขัดแย้งในเนื้อเรื่องคล้ายการเล่าเรื่องที่มีจุดขัดแย้ง ตัวเอก ตัวรอง และสถานการณ์ที่คลี่คลาย ตลอดจน เสื้อผ้า สี แสง ล้วนเป็นสิ่ง

ใช้แนวคิด “สัญญาณ” เป็นเครื่องมือในการช่วยหาคำตอบ

การศึกษา “สัญญาณ” หรือศาสตร์แห่งเครื่องหมาย นั้น ถูกพัฒนาอย่างจริงจังในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 (Ferdinand de Saussure, 1857-1913/Charles Sanders Peirce, 1859-1914) เป็นสาขาวิชาที่มุ่งสนใจศึกษาระบบของเครื่องหมายหรือสัญญาณ (System of Signs) และให้ความสำคัญกับการพิจารณาสามสิ่ง คือ

1. เครื่องหมาย/สัญญาณ (Sign) ตั้งแต่ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง รูปร่าง เสื้อผ้า ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นผลผลิตทางความคิดของมนุษย์

2.รหัสหรือ/ระบบ (Code/System) เนื่องจากการใช้สัญลักษณ์มีการเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีรหัสในการตีความ ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์หน้าห้องน้ำ สัญลักษณ์การจราจร เป็นต้น

3.วัฒนธรรม (Culture) เนื่องจากสัญลักษณ์เป็นผลผลิตของมนุษย์ จึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมด้วย ถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทวัฒนธรรมแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การใช้สีดำในพิธีกรรมงานศพ การใช้สีแดงในพิธีมงคลของจีน ความแก่ชรา อาจถูกแทนด้วยความเคารพเพื่อถือในสังคมตะวันออก แต่สำหรับชาติตะวันตกอาจให้ความหมายว่าแทนความเสื่อมสภาพของร่างกาย

อย่างไรก็ตาม การถอดรหัสหรือตีความสสารยังครอบคลุมถึงพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในสังคม ความหมายอันเกิดจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางสังคม ตัวอย่างเช่น ครั้งหนึ่งในสถานการณ์ที่เกิดความขัดแย้งทางการเมือง ภาพในสื่อมักนิยมปลุกความรักชาติ และให้เกิดความภูมิใจความเป็นไทย ด้วยการนำสีของธงชาติ บทเพลงชาติ เนื้อหาของละคร (ถ้อยคำ ภาพ เสียง สิ่งที่เป็นรูปธรรม เรียกว่าเป็น “ตัวหมาย” Signifier) ซึ่งเมื่อผู้บริโภคสื่อเห็นจะรับรู้ได้ทันทีคือภาพในห้วงความคิดที่เกิดขึ้นเมื่อได้มองเห็นหรือได้ยิน เมื่อเราเห็นความหมายเหล่านี้โดยไม่ต้องมีคำอธิบาย (เป็นตัวหมายถึง “Signified”) ว่านี่คือถูกแทน (Referent) ด้วยความรักชาติและความเป็นไทย

Signifier + Signified = Referent

ในการพิจารณาและวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อว่ามีผลต่อผู้ชม หรือผู้ชมเองเป็นผู้กำหนด

เนื้อหาเหล่านั้น สำหรับบริบทของสังคมไทย ยังมีสิ่งที่ต้องพิจารณาพิเศษให้ลึกซึ้งลงไปอีก นั่นคือการใช้แนวคิดวิเคราะห์เนื้อหาแนววัฒนธรรมศึกษา (Cultural Approach) เพราะสังคมไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลายตามสภาพภูมิศาสตร์ เวลา และสถานที่ ตัวอย่างเช่น หมูในวัฒนธรรมจีน กับหมูในวัฒนธรรมมุสลิม การดื่มชาของชาวจีนตะวันตก กับการดื่มชาของชาวเอเชีย เป็นความหมายในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เมื่อศึกษาเนื้อหาของสื่อ หรือตัวบทแล้วจะไม่ใช่ว่าเพียงแค่ว่าเป็นผลผลิตที่สถาบันสื่อมวลชนเผยแพร่ออกมาเท่านั้น แต่ในความหมายของการใช้แนววัฒนธรรมศึกษา เรายังต้องคำนึงถึงปฏิกิริยาเนื้อหากับผู้อ่านสาร เพราะคำว่า “การผลิต” ไม่ได้ผูกขาดอยู่แต่ฝ่ายส่ง แต่ยังสามารถทำให้เกิดตัวบทและความหมายขึ้นมา ตัวอย่างเช่นละครโทรทัศน์ที่ผลิตและเผยแพร่ทางโทรทัศน์ เมื่อออกอากาศก็กลายเป็นเรื่องของสาธารณะ ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นถึงละครนั้น ๆ หรือตัวอย่างความขัดแย้งของบุคคลที่มีชื่อเสียงถูกเผยแพร่กลายเป็นเรื่องที่สาธารณชนให้ความสนใจติดตาม และมีอารมณ์ความรู้สึกร่วมทันที เมื่อมีการยกเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนกับบริบทของคนไทย ตัวอย่างเช่น เพศ ศาสนาหรือการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว จนบางครั้งเราจะเห็นการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ชม หลังจากสื่อโทรทัศน์ได้เผยแพร่ออกไป หมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสามารถสร้างปมขัดแย้งระหว่างกลุ่มทางสังคมตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในช่วงสถานการณ์ทางการเมืองที่ผ่านมา เราเคยเห็นการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองที่

เป็นจุดยืนของสื่อโทรทัศน์แต่ละกลุ่มมาแล้วว่า มีการสร้างพื้นที่ความขัดแย้งผ่านถ้อยคำ (Hate Speech) และนำไปสู่ความเกลียดชังเพียงใด การกำหนดเนื้อหาให้มีความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย Inscribed Reader โดยคำนึงถึงผลความนิยม (Rating) กับผู้ชมให้เกิดขึ้นมากที่สุด เราจึงเห็นหลายรายการถูกร้องเรียนถึงความไม่เหมาะสม ทั้งการละเมิดทางเพศ และการแสดงภาพอนาจาร ที่ถูกหลายฝ่ายร้องเรียนให้เกิดการควบคุมดูแล ก่อนจะส่งผลต่อผู้ชม โดยเฉพาะความคิดและ ค่านิยมของเยาวชน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ ผู้บริโภคจะรู้เท่าทันสื่อ ที่จะเลือกเปิดรับสื่อและ เข้าใจธรรมชาติของการนำเสนอว่าสิ่งใดเป็น ข้อเท็จจริง สิ่งใดเป็นเพียงข้อคิดเห็น สิ่งใดคือ จุดยืนของสื่อแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นภาษา หรือท่าทาง สัญญาณในการแข่งขันกีฬา อาหาร อาการเจ็บป่วย ฯลฯ ทุกสิ่งทุกอย่างล้วนสามารถเป็นสัญญาณได้ หากถูกนำมาแสดงความหมาย (F. de Saussure 1915) การแสดงออกทางเนื้อหาที่สถาบันสื่อได้ ผลิตขึ้น ตัวอย่างเช่น ซีรีส์วัยรุ่นที่ฉายทางสถานี โทรทัศน์มีการใช้ท่าทางการแสดงออกทางเพศ ด้วยท่าทางที่เปิดเผย การแสดงทางสายตา และ คำพูด ล้วนสะท้อนว่าทุกสิ่งเป็นสัญญาณที่เมื่อผู้ชม ได้รับชมแล้วจะเกิดความหมายและรับรู้ได้ทันที ตัวอย่างเช่น การแต่งกายของตัวละครที่บ่งบอกว่า เป็นตัวร้าย การใช้แว่นแทนสัญลักษณ์ของความ รัก การใช้แสงเพื่อบ่งบอกความเศร้าของตัวละคร แต่ทั้งนี้ยังเกี่ยวข้องกับ “สถานที่” (Space) และ แหล่งที่ตั้งต่าง ๆ ทางสังคมที่มีลักษณะเฉพาะใน แต่ละที่ด้วย เนื่องจากพื้นที่ที่แตกต่างกันเหล่านี้

สามารถมีอิทธิพลต่อความหมายของข้อมูลหรือ เนื้อหาได้ แต่ละที่ที่มีนัยที่แตกต่างของการอ่าน และมีประเด็นทางสังคมที่ต่างกันไป มันจะเป็น ตัวแทนความหมายที่ต่างออกไป ตัวอย่างเช่น การ รับชมรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งในพื้นที่ ๆ ต่าง กัน ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น หรือห้อง บรรยาย รายการโทรทัศน์ก็จะเปลี่ยนแปลงความ หมายของมันไป และยังมีความหมายขึ้นอยู่กับผู้ ร่วมชมรายการเหล่านั้นด้วย ตัวอย่างเช่น การร่วม รับชมรายการกับเพื่อน ครอบครัว พ่อแม่ หรือ กับกลุ่มคนแปลกหน้า ก็จะทำให้ความรู้สึกในการ รับชมที่แตกต่างกัน หรือเราสามารถเห็นความ สำคัญของบริบทอย่างง่าย ๆ เช่น ความหมาย ของเสื้อผ้าต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น สูทชุดหนึ่ง หรือ เครื่องแต่งกายขึ้นอยู่กับใครเป็นคนสวมใส่ และ สถานที่ไหนที่สวมใส่ ความหมายต่าง ๆ จะแสดงผล ออกมาอย่างไรขึ้นอยู่กับบริบทต่าง ๆ ฉะนั้นการ ทำความเข้าใจ ความสัมพันธ์กันระหว่าง “สื่อ” กับ “ผู้รับสื่อ” เราสามารถพิจารณาได้ด้วย

1. ผลกระทบที่ได้รับโดยตรง (Direct-effects) ความเชื่อที่ว่า สื่อมีความสามารถ เกี่ยวกับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและ ความเชื่อของผู้คนอย่างถึงราก ตัวอย่างเช่น การฉายโฆษณาชวนเชื่อต่าง ๆ จะเห็นถึงการ เปลี่ยนแปลงและเกิดค่านิยมในสังคมบริโภคใหม่ ๆ ได้ ในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาความสัมพันธ์ ลักษณะนี้เคยเกิดขึ้นแล้วกับการโฆษณาชวนเชื่อ ยุคในช่วงทศวรรษที่ 1930 ในยุคที่ประเทศ มหาอำนาจอย่างเยอรมันเกิดยุคสังคมนาสี และต่อมาถูกนำมาใช้โฆษณากับพรรคการเมือง ต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกา โดยมีความเชื่อที่ว่า

หากคุณได้ควบคุมสื่อ คุณสามารถที่จะควบคุมจิตใจของผู้คนได้รวมถึงความเชื่อ และการกระทำ

2. ปัจจัยที่สนับสนุนหรือส่งเสริม (Reinforcement) เป็นการอธิบายว่าสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่เชื่อมโยงกับพลังทางสังคมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ผ่านระบบการศึกษา สถาบันครอบครัว สถาบันทางศาสนา ฯลฯ ล้วนเป็นตัวช่วยสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้รับสื่อ (Lazarsfeld 1949) สื่อจะมีประสิทธิภาพมากเมื่อสื่อได้ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนค่านิยมความเชื่อ ของสังคมนั้น ๆ

มองหรือเฟรมองโทรทัศน์อย่างผ่าน ๆ⁴

ผลกระทบจากการหล่อหลอมสื่อกำลังก่อให้เกิดความรู้สึก พฤติกรรม และค่านิยมต่าง ๆ นั้น แทรกและแฝงอยู่ในเนื้อหาสื่อจนกลายเป็นประเด็นถกเถียงและถามหาคำตอบถึงความเหมาะสมมาโดยตลอด ตัวอย่างเช่น การนำเสนอละครที่มีเรื่องราวของพระเอกชมชื่นนางเอก ถือเป็นการสร้างค่านิยมที่ทำให้เห็นว่าการใช้ความรุนแรงทางเพศต่อผู้หญิงเป็นสิ่งชอบธรรมใช่หรือไม่ และเห็นเรื่องการชมชื่นเป็นเรื่องธรรมดาใช่หรือไม่ เพราะสุดท้ายเรื่องราวก็จบลงด้วยความ

The Media → Reinforces other → The Audience
Social forces

3. การใช้และความพึงพอใจของผู้บริโภคสื่อ (Uses-and-gratification) (Blumler and Katz 1974) เกี่ยวข้องกับพลวัตของสื่อและสังคม (The media-society dynamic) ซึ่งยอมรับว่าบรรดาสมาชิกผู้รับสื่อใช้โทรทัศน์วิทยุและสื่ออื่น ๆ ในฐานะที่เป็นม่านหลังสำหรับกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การปรุงอาหาร การทำกิจกรรมในบ้าน ผู้รับสื่ออาจบรรลุถึงความพึงพอใจจากการใช้สื่อในฐานะที่เป็นรูปแบบหนึ่งของความเป็นเพื่อน (Companionship) ไม่ค่อยมีการโต้ตอบหรือรับประสบการณ์ตรงจากสื่อที่นำเสนอมากนัก เช่น การแค้ฟผ่าน ๆ การขำเลี

รักทั้ง ๆ ที่การชมชื่นเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย⁵ สถาบันสื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างแบบจำลองพฤติกรรมแบบต่าง ๆ ก่อนที่จะได้รับประสบการณ์ในชีวิตจริงอีกด้วย (Model of Behavior) เช่นเดียวกับสร้างประสบการณ์จำลองการมีเพศสัมพันธ์ของตัวละครแก่เยาวชน ดังนั้นเมื่อเรารับชมโทรทัศน์ไม่เพียงรับข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเก็บสะสมภาพจำลองพฤติกรรมในแบบต่าง ๆ

ภายใต้บริบทสังคมและวัฒนธรรมที่แวดล้อมและกำหนดความหมายการสื่อสารของแต่ละสังคมไว้นั้น เราสามารถพิจารณาความสัมพันธ์ในบริบทเชิงวัฒนธรรม (Cultural meaning) ของ

⁴สมเกียรติ ตั้งนโม. วิธีการอ่านสื่อ และการถอดรหัสสื่อ. 2002 .

⁵เข็มพร วิรุณราพันธ์. 2557. มติชนรายวัน.37 (13281): 23.

เนื้อหาสื่อด้วยการดูตั้งแต่ต้นว่าใครเป็นผู้สร้างสาร จากนั้นก็วิเคราะห์ความหมายที่เป็นบริบทโดยรอบ ยิ่งใกล้ชิดความเป็นวัฒนธรรมที่คุ้นเคยของผู้ชมเท่าไร ผู้ส่งสารยิ่งได้เปรียบ ฉะนั้นเมื่อเราดูละครทางโทรทัศน์ หรือดูรายการเล่าข่าว วิธีการเล่าไม่ต่างการเล่านิยายหรือนิทาน มีการสร้างตัวเอก ตัวรอง มีคู่ขัดแย้ง และมีจุดสะเทือนอารมณ์ ให้ผู้ชมได้ติดตามเกิดความรู้สึกใกล้ชิด มีการเร้าอารมณ์ความรู้สึกจนบางครั้งความจริงที่สื่อเผยแพร่ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าเป็นความจริงในแบบฉบับไหน วิธีย่าง ๆ ในการสังเกตปฏิกิริยาความรู้สึกของผู้ชมต่อการรับชมสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน ดูได้จากการแสดงออกหรือตีความสื่อที่ได้รับชมไป ผ่านสื่อสมัยใหม่ (New Media) ที่มีการขยายความคิดเห็น ถกเถียงในแง่ต่าง ๆ โดยมีอารมณ์ร่วมไปกับเนื้อหาของสิ่งที่ได้รับชมรับดู เนื้อหาสาระที่สะท้อน เกี่ยวพันกับอารมณ์และจิตใจแรงปรารถนาของคนเรา ยิ่งมีความสะเทือนอารมณ์มากเพียงใด ยิ่งสร้างความสนใจให้ประชาชน ตัวอย่างเช่น หลังจากได้ชมซีรีส์ที่มีการแสดงความรักของตัวละครเพศเดียวกัน ด้วยท่าทางและสีหน้าที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงความรัก เมื่อมีเรื่องสถานะทางเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ยิ่งเป็นจุดสนใจและสะเทือนความรู้สึกของผู้ชมให้ยิ่งอยากแสดงความคิดเห็นร่วมกับผู้ที่ได้รับชม จนเกิดคำล้อเลียนในยุคนี้น่า “คนไทยชอบดราม่าบนสื่อ”

ปัจจุบันเราจึงเห็นการระบายความคิดเห็น ความรู้สึก ความนิยม ความชื่นชอบ ตลอดจนความรู้สึกตรงข้ามอย่างความเกลียดชัง ความขัดแย้งผ่านทางสื่อใหม่ (New Media) โดยผู้บริโภคสื่อ

เป็นผู้ผลิตและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน “สื่อใหม่” คืออะไร ทำไมจึงสามารถหลอมรวมอยู่กับสื่อในกระแสหลักได้ สื่อใหม่ เป็นคุณลักษณะของสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตมาใช้ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าคนไทยมักนำมาใช้ขยายผลต่อจากการได้รับผลทางสื่อโทรทัศน์ ในช่วงทศวรรษหลัง พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา หลายเหตุการณ์ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ล้วนถูกจุดประเด็นและก่อกระแสในพื้นที่สื่อที่ผู้รับสาร เป็นผู้กำหนดเนื้อหาเอง แคมเปญสื่ออย่างโทรทัศน์ก็นำการแสดงความคิดเห็นดังกล่าวมาใช้เผยแพร่ต่อสาธารณชน ตัวอย่างเช่น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ Blog Twitter Facebook ฯลฯ สื่อในกระแสหลักอย่างสื่อโทรทัศน์เองก็มีการนำข้อมูลข่าวสารในสื่อใหม่มาใช้เผยแพร่ต่อสาธารณชน บ่อยครั้งเราจึงเห็นผู้ดำเนินรายการข่าว นำข้อคิดเห็นของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม หรือประเด็นที่กลุ่มคนในสังคมแสดงข้อถกเถียงในสถานการณ์ต่าง ๆ หยิบยกมาประกอบการรายงานข่าว ส่งผลให้เกิดการตอกย้ำให้ผู้บริโภคสื่อรับรู้และซึมซับโดยปริยายว่าในปริณิถนของการสื่อสาร และกลายมาเป็นตัวแปร “วัฒนธรรมแสดงความคิดเห็น” ในสื่อโทรทัศน์ ซึ่งบางครั้งไม่สามารถนำความคิดเห็นดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้ เนื่องจากเป็นเหตุผลที่ขาดการรับรองเป็นการนำความคิดเห็นมาเชื่อมโยงกับสถาบันสื่อมวลชน โดยไม่ได้รับการตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือไม่มีการแสดงความรู้สึกชอบต่อพื้นที่สาธารณะที่มีการวิพากษ์วิจารณ์เกิดขึ้นเป็นลักษณะการใช้สื่อที่หลอมรวมการใช้สื่อจากเดิมที่ผูกไว้กับสถาบันสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนด

และเผยแพร่เท่านั้น แต่เมื่อเกิดการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยขยายช่องทางการเผยแพร่ให้กว้างขวางขึ้น ทำให้พฤติกรรมของผู้รับสารอย่างประชาชนทั่วไปสามารถเป็นทั้งผู้รับสาร และผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน ประชาชนที่เคยเป็นผู้บริโภคสื่อสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ให้ข้อมูล หรือเป็นผู้ผลิตเผยแพร่เนื้อหาสื่อซ้ำ ๆ ด้วยการแชร์หรือส่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าวให้เกิดการเผยแพร่ออกไป ตรงจุดนี้เองที่สะท้อนว่าพฤติกรรมการรับสารที่รวดเร็วด้วยเทคโนโลยี ก่อให้เกิดการสื่อสารที่ประชาชนเป็นคนกำหนดลักษณะให้สื่อเกิดการปรับตัวกำหนดเนื้อหาสารให้เข้าถึงพฤติกรรมผู้รับสื่อมากยิ่งขึ้น “มูลค่าของเนื้อหา” หรือ Content จึงกลายเป็นส่วนสำคัญที่สร้างความนิยม ความแตกต่าง และกลายเป็นจุดขายในโลกธุรกิจสื่อ เพราะนั่นหมายถึงการเรียกผู้ชมให้สามารถติดตามและเป็นฐานลูกค้าของธุรกิจด้านสื่อสารมวลชน ตัวอย่างเช่น รายการเล่าข่าวทางสถานีโทรทัศน์ มีการนำข่าวจากหนังสือพิมพ์รายวันมาเล่าให้ประชาชนฟัง และขยายฐานสมาชิกผู้รับชมด้วยการใช้สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตสร้างแฟนเพจ (Fanpage) นำสิ่งที่รายการได้เล่าข่าวไปแล้วมาเผยแพร่ซ้ำ เปลี่ยนจากผู้ชมอย่างเดียวมาเป็นผู้ร่วมแสดงความคิดเห็น และเกิดการเผยแพร่ข่าวซ้ำ ๆ ด้วยการแชร์หรือส่งต่อ เป็นการเพิ่มช่องทางสื่อสารและสร้างมูลค่าของเนื้อหาให้เกิดความสนใจในกลุ่มสาธารณชนเพิ่มขึ้น

เมื่อมูลค่าของเนื้อหา (Content) มีคุณค่า

มากกว่าเดิม การออกแบบเนื้อหาหรือการผลิตเนื้อหาจึงมีความหมายต่อการแข่งขันและมีผลต่อผู้บริโภคอย่างมาก ภาคธุรกิจที่ได้วางแผนการลงทุนในสื่อโทรทัศน์ด้วยเม็ดเงินโฆษณาต่างให้ความสนใจกับความนิยมของแต่ละสถานีโทรทัศน์ (Rating) ซึ่งนั่นกลายเป็นตัววัดการอยู่หรือไปของรายการด้วยความนิยมของกลุ่มผู้ชม ขณะที่การแข่งขันในกลุ่มธุรกิจสื่อเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วท่ามกลางการแข่งขันดังกล่าว มีสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นเป็นเงาตามตัวของผลผลิตสื่อ นั่นคือ พฤติกรรมค่านิยม และแนวคิดของผู้ชมจากการเสพสื่อ จากการสำรวจ ปี 2554-2555 พบนักเรียนระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความคิดและยอมรับว่าสนใจจะทำกิจกรรมเสริมความงามและใช้ยาลดความอ้วน (ร้อยละ 34 และร้อยละ 40) โดยคำตอบของการมีค่านิยมการเสริมความงามโดยการทำศัลยกรรมประการหนึ่ง เกิดขึ้นจากการรับวัฒนธรรมและการบริโภคสื่อ และยอมรับว่าเคยผ่านการศัลยกรรมอย่างเปิดเผย โดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่นยุคใหม่ที่ให้คุณค่ากับบุคลิกรูปร่างหน้าตามาก่อน⁶

การหลอมรวมสื่อที่เกิดขึ้น จึงไม่ได้สะท้อนแค่ลักษณะการใช้สื่อของคนในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังสะท้อนการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนเดิมที่เคยมีมาด้วย ทั้งในแง่การสืบทอดวัฒนธรรมระหว่างสังคม ทำทนายการทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม โดยที่เชื่อมประสานระหว่างพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่ส่วนรวม (Private/Public worlds) ไว้ด้วยกันจน

⁶การสำรวจสภาพการณ์เด็กและเยาวชนในรอบปี 2554-2555 . สถาบันรามจิตติ.

ผู้บริโภคสื่ออยากที่จะแยกออกว่าสิ่งใดคือข้อคิดเห็นและสิ่งใดคือข้อเท็จจริง

สิ่งที่ปรากฏในรายการข่าว ละคร เกมโชว์ จึงสามารถกำหนดพฤติกรรมของกลุ่มทางสังคม ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่น สามารถสร้างความรู้สึกให้เกิดแรงบันดาลใจ หรือความรู้สึกร่วมจากประสบการณ์ที่สื่อได้ถ่ายทอดออกมา โดยเฉพาะการบ่มเพาะความรุนแรงทางเพศ ที่ถูกฉายภาพซ้ำ ๆ ผ่านตัวละครทางโทรทัศน์ จึงเป็นหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะบอกกับสังคมให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสิ่งที่ซ่อนอยู่ในตัวบท (สาร) เพื่อให้เราในฐานะผู้บริโภครู้เท่าทัน และสามารถคัดกรองสารเหล่านั้น โดยมีมาตรการป้องกันการเกิดความรุนแรงหรือผลกระทบที่อาจเกิดจากสื่อให้กับเยาวชนที่ยังไม่สามารถแยกแยะโลกแห่งความเป็นจริง กับโลกเสมือนที่สื่อหล่อหลอมเอาไว้ได้ว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์และสิ่งใดที่ก่อให้เกิดอันตรายและนำไปสู่ความเสี่ยงในการก่อเหตุอาชญากรรมเลียนแบบในอนาคต

นอกจากนี้ในการรับชมสื่อโทรทัศน์ ยังมีสื่อโฆษณาอยู่ในบริบทของเนื้อหาสารที่ส่งมายังผู้บริโภค การถูกล้อมด้วยโฆษณาสินค้าและบริการ ผ่านรายการโทรทัศน์ทั้งละคร รายการ เกมโชว์ รายการข่าว เราสามารถวิเคราะห์และพิจารณาถึงการบริโภคสื่อดังกล่าวได้ในรูปแบบของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (The Consumptions of signs)⁷ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจได้ว่าทำไมจึงมีคำว่า “ผิวขาว” “คนผอม” กลายเป็นสัญลักษณ์แทนผู้หญิงสวย เนื่องจากการเผยแพร่สื่อโฆษณาที่เป็น

วัตถุหรือสินค้าบริการ เป็นการส่งสารที่ไม่ได้แสดงคุณลักษณะประโยชน์การใช้สอยวัตถุนั้นโดยตรง แต่มีความนัยแฝงที่จะสร้างความแตกต่างกับผู้บริโภคที่ได้ใช้สินค้าและบริการนั้น ตัวอย่างเช่น ใช้แล้วเกิดความงาม ความหรูหรา การนำแฟชั่น กว่าบุคคลอื่นที่ไม่ได้ใช้วัตถุหรือสินค้านั้นดังกล่าว เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่แสดงสถานภาพของผู้ใช้ ด้วยการกำหนดยี่ห้อ ทำให้ผู้ชมสื่ออยากใช้ ต้องการหาความแตกต่างและการยอมรับตามที่สารจากโฆษณาสื่อสารให้ผู้ชมรับรู้ เราจึงเห็นยี่ห้อของโทรศัพท์มือถือ การใช้เสื้อผ้าแบรนด์เนม เป็นตัวประกอบสร้างคุณค่าการบริโภคที่ถูกกำหนดขึ้นโดยที่ประชาชนไม่รู้ตัว

ตัวอย่างการผูกโยงความหมายและการถ่ายทอดโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ที่อยู่คู่กับลักษณะของคนไทยและวิถีทางชีวิตประจำวันหลายครั้ง ได้แก่ การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้าแบ่งการถอดรหัสเนื้อหาสาร สามารถแบ่งได้เป็นการรับรู้และการตีความในส่วนของรหัสของผู้ผลิตโฆษณา ได้แก่ เทคนิคภาพและเสียง ซึ่งสื่อความหมายด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจด้านอารมณ์และความรู้สึกให้กับตราสินค้า การใส่รหัสของผู้บริโภคหรือผู้รับชม คือบริบททางวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกำกับ ซึ่งมีความแตกต่างของบุคคลในเรื่องภูมิหลัง สภาพแวดล้อม และทัศนคติมาประกอบกันโดยมีการเลือกใช้สัญลักษณ์ในการนำเสนอเนื้อหาโฆษณาด้วยตัวละคร ฉาก เครื่องแต่งกาย และวัตถุสิ่งของที่น่าเสนอซ้ำ ๆ จนผู้รับสื่อสามารถจดจำตัวละครได้พร้อม

⁷กาญจนา แก้วเทพ.2552.สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา: ภาพพิมพ์.

กับยี่ห้อของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคุ้นเคยจากการได้เห็นได้ยินซ้ำ ๆ นำไปสู่การคุ้นเคย ติดหู ติดปาก และนำไปสู่การกำหนดยี่ห้อเครื่องดื่มดังกล่าวให้แทนสถานภาพของตัวตนในสังคม หรือการใช้ฉากในละครแทนค่านิยมการดื่มในสังคมวัยรุ่นผ่านฉากร้านอาหาร งานรื่นเริง เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือสิ่งที่ใช้ในการพักผ่อน หรือการใช้การดื่มเพื่อแก้ปัญหาของตัวละครในฉาก^๑ ดังนั้นการสร้างเนื้อหาเพื่อให้เกิดการตีความทางบวกหรือลบ เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างได้ในทุกการเผยแพร่ของสื่อ สื่อจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการหล่อหลอมให้สังคมยอมรับการดื่มได้โดยปริยาย (Taken it for granted) สามารถย่ำให้เห็นความสำคัญของการดื่ม และสามารถกดทับผลด้านลบจากการดื่มได้ ด้วยการกำหนดความคิด และประเด็นในการนำเสนอแก่สายตาผู้บริโภคในอีกด้าน

ดังนั้นการบริโภคโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันจึงไม่ใช่แค่การบริโภคทางวัตถุเท่านั้น แต่ยังเป็นการบริโภคทางความต้องการที่ไร้ขอบเขต เพื่อจะมีความหมายทางสังคม (Desire for Social Meaning) ความต้องการที่จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคนอื่น (Need for Difference) มีผลต่อจิตใจมากกว่าองค์ประกอบภายนอก ตัวอย่างเช่น การเผยแพร่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีในสื่อโทรทัศน์ หากมองผิวเผินนี้อาจเป็นแค่การก้าวเข้ามาของอีควัฒนธรรมหนึ่ง แต่หากพิจารณามูลค่าของเนื้อหาที่ประกอบสร้างขึ้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีการแผ่ขยายอาณา

อิทธิพลเข้าไปถึงกระบวนการรับรู้ทางจิตใจ ส่งผลถึงพฤติกรรม จนกลายเป็นค่านิยมในกลุ่มวัยรุ่น และถูกขัดเซาะด้วยการแสดงออกผ่านการบริโภคสินค้าและบริการที่ประกอบสร้างด้วยยี่ห้อ รวมถึงความพึงพอใจในรูปร่างที่แสดงออก ด้วยเหตุนี้ ผลการสำรวจในหลายสถาบันการศึกษาจึงพบว่าเยาวชนมีการยอมรับและเกิดความคิดต้องการทำศัลยกรรมเพื่อความงามตามศิลปินที่ชื่นชอบ เนื่องด้วยสัญลักษณ์ที่แสดงออกผ่านร่างกาย และท่าทางนั้นมีความหมายแทนด้วยความงามสถานะทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ ซึ่งสิ่งสำคัญที่ศิลปินเกาหลีเป็น คือตัวแทนที่ทำหน้าที่สะท้อนภาพค่านิยมในตัวเองของชนชั้นกลาง จากการแต่งตัว สีเสื้อผ้า ทรงผม ท่าเดิน สะท้อนภาพ “โลกแห่งความทันสมัย” ในแบบที่คงความเป็นชาวเอเชียเอาไว้

หากเราพิจารณาในช่วงกระแสของความนิยมศิลปินเกาหลีผ่านสื่อในรอบทศวรรษ (หลัง พ.ศ.2550 เป็นต้นมา) เป็นยุคที่กลุ่มวัยรุ่นต้องการหาสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจและแสวงหาความเป็นตัวตนเพื่อรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมบันเทิงร่วมกัน กับสมาชิกในวัยเดียวกัน ประกอบกับเป็นการเสพสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงภาวะตึงเครียด ทดแทนสิ่งที่ขาดหายไปในช่วงที่สถานการณ์บ้านเมืองของไทยถูกสื่อฉายประเด็นความขัดแย้งอย่างทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นการสร้างพื้นที่บันเทิงเพื่อการเกาะกลุ่มทางสังคม ค่านิยมในการบริโภคดีดังกล่าวจึงเกิดขึ้นโดยมีสื่อเป็นผู้กำหนดวาระและเน้นย้ำประเด็นให้เกิดการหล่อหลอมค่านิยมและ

^๑ ภูณณิศา วิเศษสินธุ์ 2554. การรับรู้และให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่ม.

พฤติกรรมในแบบที่ทดแทนความหมายทางสังคมของกลุ่มคนให้มีความชื่นชอบ จนถึงความคลั่งไคล้ในสิ่งเดียวกัน

เมื่อเนื้อหาสาระมีความหมายซ่อนอยู่ และกระบวนการสร้างเนื้อหาสาระเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบที่ไม่ใช่เรื่องบังเอิญ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมและค่านิยมในสังคม การหล่อหลอมวัฒนธรรมได้รับผลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการรับชมสื่อของผู้บริโภค หากสถาบันสื่อมวลชน และเจ้าของธุรกิจสื่อคำนึงและเห็นความสำคัญของผลกระทบจากผลิตผลของสื่อที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งทางบวกและทางลบว่าทั้งผู้ผลิตสารและผู้รับสารต่างมีส่วนกำหนดให้เกิดการเลียนแบบ หรือการยอมรับ พฤติกรรม และค่านิยมที่ส่งผลต่อการเกิดความรุนแรงและอาชญากรรมได้ด้วยแบบจำลองประสบการณ์ที่สื่อหล่อหลอมขึ้น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมและกรอบของแต่ละสังคม จึงเป็นสิ่งที่ยากจะควบคุมหากไม่มีมาตรการดูแลหรือกำกับที่ดีพอ จริยธรรมของสถาบันสื่อมวลชนเอง รวมถึงตัวกฎหมายที่เกี่ยวข้องจึงมีความสำคัญ

การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ จึงเป็นเหรียญอีกด้านหนึ่งของสื่อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้คน ด้วยการเป็นศูนย์กลางแห่งกิจกรรมที่ยังมีผลไปถึงบรรดาธุรกิจและเศรษฐกิจ ความไม่หยุดนิ่งและความหมายที่แฝงเร้นไว้มากมาย ผลกระทบของเนื้อหา จากการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อในมิติของสถาบันทางสังคมที่มีพลังในการเชื่อมโยงกลุ่มคนในสังคมให้เกิดความเชื่อ ความรู้สึก การยอมรับหรือการปฏิเสธ ความพึงพอใจหรือความ

เกลียดชัง ความร่วมมือหรือความขัดแย้งให้เกิดขึ้นได้โดยง่าย สถานภาพของสื่อโทรทัศน์นั้นจึงมีความหลากหลายจนยากจะใช้เพียงกฎหมายควบคุมเท่านั้น ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย (Content Diversity) ในยุคที่สื่อหลอมรวม ในทางปฏิบัติควรเปิดโอกาสให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ในแง่ของความน่าสนใจจนถึงแง่มุมของทุกสังคม ได้มีพื้นที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การนำเสนอละครโทรทัศน์ ยังขึ้นอยู่กับศิลปะในการนำเสนอในสารนั้นว่าสามารถมีส่วนที่จะตอกย้ำหรือสร้างแนวคิดแก่ผู้ชมได้อย่างไร ในแง่มุมที่ช่วยให้ผู้บริโภคที่ประกอบด้วยสถานะทางเพศที่แตกต่างกัน ได้เข้าใจและปลดปล่อยตัวเองจากสถานการณ์เมื่อเกิดปัญหา โดยเฉพาะเยาวชนที่ยังต้องอาศัยสถาบันการศึกษา สถาบันครอบครัว และสถาบันสื่อมวลชน เป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจและเรียนรู้การอยู่ร่วมกันทางสังคม ก่อนที่จะก้าวข้ามเส้นไปถึงการเลียนแบบหรือยอมรับ กลายเป็นพฤติกรรมและสะสมเป็นค่านิยม เพราะคำตอบของการถอดรหัสเนื้อหาสื่อในยุคที่สื่อหลอมรวม มีส่วนสำคัญที่เกี่ยวพันกับพฤติกรรมทางสังคมของผู้รับสารหรือผู้ชมเหมือนเส้นคู่ขนานที่ยากจะแยกออกจากกัน ด้วยผลที่ตามมากับผู้บริโภคที่มีทางตรงและทางอ้อมสามารถสร้างผลบวกหรือกดทับผลลบได้ด้วยการออกแบบเนื้อหาไปให้ไปถึงผู้รับชม จึงเป็นสิ่งที่ยากจะควบคุมหากไม่มีมาตรการดูแลหรือกำกับที่ดีพอ จริยธรรมของสถาบันสื่อมวลชนเอง รวมถึงตัวกฎหมายที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามากำกับดูแลการกำกับ

สื่อรวมกันทั้งจากสมาคมวิชาชีพสื่อ ผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจสื่อ ภาครัฐ ภาคเอกชน ช่วยกันตรวจสอบและดูแลจรรยาบรรณ และสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน (Media co-regulator) จึงเป็นบริบทสำคัญ ด้านหนึ่งคือปกป้องผลประโยชน์สาธารณะ ขณะเดียวกันก็ไม่ให้เกิดการคุกคามสิทธิเสรีภาพของสื่อและผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เชื่อมโยงไปสู่การตระหนักในสิทธิการสื่อสารของประชาชนและทำให้เราสามารถสื่อสารได้อย่างสร้างสรรค์ การสร้างความเข้มแข็งให้กับโครงสร้างประชาธิปไตยของสังคมได้อย่างแท้จริง

เราในฐานะผู้บริโภคสื่อเอง ก็ควรตระหนักถึงความสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาสารเหล่านั้น และไม่ควรมองข้ามสิ่งที่แฝงไว้ในเสียงและภาพที่ถูกถ่ายทอดออกมา

เมื่อเนื้อหาสารมีความหมาย และมีพลังในตัวเอง จุดประกายความคิดและสร้างประสบการณ์เสมือนจริงให้เป็นได้ทั้งด้านบวกและลบ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) นั้น การคัดกรองสารที่เข้ามาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริโภคสื่อควรตระหนักเพื่อให้เกิดการเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างพื้นที่และบรรยากาศที่จะส่งเสริมให้สมาชิกในสังคมมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อและทำความเข้าใจกับเนื้อหาสื่อ สามารถแยกแยะและเข้าใจสารที่สื่อส่งมาว่าสิ่งใดคือข้อคิดเห็น สิ่งใดคือข้อเท็จจริง และวัตถุประสงค์ที่แท้จริงคืออะไร เพราะนั่นอาจหมายถึงการถูกหลอกลอบไปพร้อม ๆ กับสื่อโดยที่เราไม่ทันรู้ตัว

บรรณานุกรม

หนังสือ

- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช. (2546). *เชิงอรรถวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ : วิชาษา.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2551). *การปฏิวัติศาสตร์ของโซซูร์ : เส้นทางสู่โพสต์โมเดิร์นนิสม์*, กรุงเทพฯ : วิชาษา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, กรุงเทพฯ : หจก.ภาพพิมพ์.
- ประชา สุวีรานนท์. (2554). *อัตลักษณ์ไทย : จากไทยสู่ไทยๆ*, กรุงเทพฯ : ฟาเดียวกัน.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อเก่า สื่อใหม่ ใจเชื่อมร้อย*, กรุงเทพฯ : หจก.ภาพพิมพ์.

นฤพนธ์ ดัวงวิเศษ. (2556). **รื้อสร้างมายาคติ ความเป็นชาย ในสังคมไทย,**
กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
กาญจนา แก้วเทพ. (2556). **คู่มือสื่อใหม่ศึกษา,**
กรุงเทพฯ : หจก.ภาพพิมพ์.

วิทยานิพนธ์

ศุภชัย ศุภผล. (2554). **สัญญาและความหมายที่ซ่อนอยู่บนหน้าปกหนังสือลิเวียจัน**
ของโทมัส ฮอบส์, (รัฐศาสตร์ดุสิตบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

วารสารและนิตยสาร

เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2554). **การบริโภคสัญญะในนิตยสารสตรีหัวนอก,**
วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ : 136-145.
เถกิง พัฒโนภาส. (2551). **สัญญาศาสตร์กับภาพแทนความ,วารสารวิชาการ**
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ปฐมนิศา วิเศษสินธุ์. (2554). **การรับรู้และให้ความหมายเชิงสัญญะในภาพยนตร์โฆษณา**
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในจังหวัดขอนแก่น,วารสารวิจัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น : 111-130.
สมเกียรติ ตั้งนโม . (2552). **วิธีการอ่านสื่อ และ การถอดรหัสสื่อ, คณะวิจิตรศิลป์**
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.2556. **รายงานผลการดำเนินงาน.**
สถาบันรามจิตติ.การสำรวจสภาวะการณ์เด็กและเยาวชนในรอบปี 2554 – 2555.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สถาบันรามจิตติ <http://www.childwatchthai.org>
สำนักข่าวไทยรัฐ www.thairath.co.th
สำนักข่าวกรุงเทพธุรกิจ www.bangkokbiznews.com
สถาบันอิศรา www.isranews.org/
สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน www.childmedia.net/web/index.php



018



พัฒนาการการกำกับดูแล จากภาครัฐสู่การกำกับดูแลกันเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

นายณัฐฐาติ พวงสุตรัก

บทคัดย่อ

การถือกำเนิดของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยนั้นเริ่มต้นมาจากฝ่ายการเมืองที่ต้องการเครื่องมือในการแสวงหาอำนาจ จึงทำให้บริบทของการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มุ่งเน้นในเชิงการกำกับดูแลโดยภาครัฐมีอำนาจสูงสุด แต่ภายหลังเมื่อประชาชนต่างเรียกร้องสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็น จึงนำมาซึ่งการปฏิรูปสื่อ ซึ่งการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ก็เป็นหนึ่งในประเด็นของการปฏิรูป การกำกับดูแลจากภาครัฐจึงต้องผ่อนคลายเป็นไปสอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปจนนำไปสู่การกำกับดูแลกันเอง

การกำกับดูแลกันเองนั้น เริ่มปรากฏ

อย่างชัดเจนในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ เป็นต้นมา ซึ่งหากศึกษาหลักการที่สำคัญในการกำกับดูแลกันเองแล้วพบได้ว่า มี ๓ ประเด็นหลักที่ทำให้การกำกับดูแลกันเองเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ๑) แนวทางการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการ ๒) การจัดทำมาตรฐานจริยธรรมขององค์กร ๓) แนวทางการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน ทั้งนี้ บทความนี้จะนำเสนอถึงแนวทางเพื่อให้ผู้ประกอบกิจการ องค์กรวิชาชีพ และนักศึกษาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลไกการกำกับดูแลกันเอง ซึ่งจะทำให้การกำกับดูแลกันเองของประเทศไทยเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

พัฒนาการการกำกับดูแลจาก ภาครัฐสู่การกำกับดูแลกันเอง ใน กิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์

ภายหลังจากการเกิดขึ้นขององค์กรอิสระที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่าง กสทช. ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้านของสังคมไทย การเปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ก็เป็นอีกหนึ่งด้านที่มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างเห็นได้ชัด อาทิ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงสิทธิเสรีภาพที่เคยถูกจำกัดของสื่อเป็นแบบเสรี ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สำคัญอย่างยิ่งที่การกำกับดูแลจะต้องเท่าทันการเปลี่ยนแปลงและให้เหมาะสมตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป การกำกับดูแลสื่อในสมัยก่อนจึงไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพกับสื่อในปัจจุบัน ดังนั้น การศึกษาเรื่องพัฒนาการด้านการกำกับดูแลจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้เราได้ทราบถึงพื้นฐานและการเปลี่ยนแปลง และปรับประยุกต์ใช้กับการกำกับดูแลในสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้เขียนจะได้อธิบายถึงแนวทางกำกับดูแลจากอดีตที่รัฐเป็นผู้กำกับดูแลโดยตรงและทิศทางในการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันพร้อมด้วยบทสรุปแนวทางที่ควรดำเนินการจากผลการศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

1. พัฒนาการของการสื่อสาร มวลชนและการกำกับดูแล

1.1 พัฒนาการของระบบวิทยุกระจายเสียง

ภายหลังจากพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชร อัครโยธิน เสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ได้เริ่มทดลองการกระจายเสียงในปี พ.ศ. 2470 ณ วังบ้านดอกไม้ ซึ่งในอีก 3 ปีต่อมา ได้มีการเริ่มออกอากาศกระจายเสียง โดยการถ่ายทอดพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวจากพระที่นั่งอัมรินทร์วินิจฉัยไปยังเครื่องส่งที่วังปวงกต โดยมีใจความสำคัญว่า “การทดลองวิทยุกระจายเสียง ก็ด้วยความมุ่งหมายว่าจะส่งเสริมการศึกษา การค้าขาย และการบันเทิง แก่พ่อค้าประชาชน” ซึ่งในช่วงนั้น การออกอากาศแม้ได้มีการออกอากาศเป็นประจำทุกวัน แต่ก็ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการกระจายเสียงของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของการกระจายเสียงของประเทศไทยเริ่มปรากฏชัดในยุคเปลี่ยนแปลงการปกครองวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 ที่การกระจายเสียงถูกเปลี่ยนสาระสำคัญจากเจตนารมณ์เดิมที่เป็นการมุ่งเน้นส่งเสริมการศึกษา การค้าขายและการบันเทิง จนกลายเป็นความสัมพันธ์ต่อการเมืองการปกครอง และระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยนับแต่นั้นเป็นต้นมา และเห็นได้อย่างชัดเจนจากการแบ่งช่วงสำคัญต่าง ๆ ของการกระจายเสียงที่รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (ระบบวิทยุและโทรทัศน์ ไทย : โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ, 2522, หน้า 99)

ได้จำแนกโดยสรุปความได้ ดังนี้

1.1.1 ช่วงการก่อตั้งกองการโฆษณา การถึงการก่อตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2476 – 2484)

ภายหลังการขัดแย้งอย่างรุนแรงของการเมืองสมัยพระยามโนปกรณนิติธาดา จนถึงนายปรีดี พนมยงค์ ซึ่งตกเป็นฝ่ายเพลี่ยงพล้ำทางการเมืองจนต้องเดินทางออกนอกประเทศ และต่อมาในปี พ.ศ. 2481 จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้รับการเสนอชื่อจากรัฐสภาให้ดำรงตำแหน่งเป็นนายกรัฐมนตรี การดำเนินการใช้สื่อกระจายเสียงเพื่อการโฆษณาทางการเมืองอย่างเป็นระบบก็เริ่มขึ้น โดยความเคลื่อนไหวที่สำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างของระบบกระจายเสียงใน 3 เรื่อง คือ

(1) การปรับให้งานด้านวิทยุซึ่งเดิมเป็นอำนาจของกรมไปรษณีย์โทรเลขไปขึ้นกับกรมโฆษณาการที่ขึ้นตรงต่อสำนักนายกรัฐมนตรี อันเป็นการปรับงานวิทยุให้ขึ้นตรงต่อฝ่ายการเมืองและให้มีการเปลี่ยนชื่อจากสถานีวิทยุกรุงเทพฯ เป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2484 เป็นต้นมา

(2) การสร้างมติดินทางชนต่อแนวความคิด “รัฐประชาชาติ” โดยมีการสร้างค่านิยมคำขวัญเพื่อบ่งเน้นภาพของความเป็นชาติและของผู้นำ ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงชื่อประเทศสยามเป็นประเทศไทยและให้มีการแต่งเพลงชาติขึ้นใหม่เพื่อสร้างสำนึกความเป็นรัฐประชาชาติในรูปแบบใหม่

(3) การใช้วิทยุเป็นสื่อในการโฆษณาความรักชาติเพื่อการเตรียมทำสงครามอินโดจีนระหว่างไทยกับฝรั่งเศส

1.1.2 ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ถึงช่วงการเลือกตั้งกึ่งพุทธกาล (พ.ศ. 2488 – 2500)

หลังจากที่รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงครามได้เข้าร่วมกับฝ่ายทหารญี่ปุ่นและเยอรมันประกาศสงครามกับฝ่ายพันธมิตรแล้ว สื่อวิทยุก็มีบทบาทสำคัญในการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองในระหว่างสงครามซึ่งได้ดำเนินการไปจนถึงสุดสงคราม ภายหลังจากนั้นเมื่อเกิดความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศซึ่งมีการรัฐประหารและก่อกบฏในหลายครั้ง สื่อกระจายเสียงได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประกาศรัฐประหาร (coup announcement) จนต่อมาได้กลายเป็นธรรมเนียมของคณะผู้ก่อการรัฐประหารในการยึดสถานีวิทยุ (และโทรทัศน์) เพื่อแถลงต่อประชาชนว่าได้ทำการยึดอำนาจได้แล้ว

1.1.3 ช่วงอำนาจนิยมทหารสฤษดิ์ - ถนอม - ประภาส (พ.ศ. 2501 – 2516)

การยึดอำนาจของพลโทสฤษดิ์ ธนะรัชต์ จนถึงสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร รวมเวลา 16 ปี ประชาชนไร้สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอย่างสิ้นเชิง วิทยุกระจายเสียงจึงมีเพียงบทบาทในการโฆษณาชวนเชื่อถึงภัยคอมมิวนิสต์ซึ่งเป็นปรปักษ์กับฝ่ายรัฐบาล และในช่วงนี้เองได้มีการเกิดขึ้นของวิทยุกระจายเสียงจำนวนมากได้เกิดขึ้นอย่างลับ ๆ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีกองกำลังของพรรคคอมมิวนิสต์ตั้งฐานที่มั่น และนอกจากนี้ในแง่ของการเพิ่มจำนวนสถานีได้มีการก่อตั้งเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในทุกภูมิภาค รวมถึงกองทัพบกได้มีการเปิดให้เอกชนเช่าเวลาดำเนินการและมีโฆษณาได้อย่าง

เสรี ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแหล่งธุรกิจบันเทิงที่ทำรายได้จำนวนมากให้แก่หน่วยงานเจ้าของสถานี

1.1.4 ช่วงการเมืองประชาธิปไตยและวิกฤตอุตสาหกรรม (พ.ศ. 2516 – 2525)

จากขบวนการของนิสิตนักศึกษาที่เคลื่อนขับไล่กลุ่มผู้นำอำนาจนิยมทหารในปี พ.ศ. 2516 รัฐบาลพลเรือนของนายสัญญา ธรรมศักดิ์ได้พยายามออกระเบียบเพื่อลดทอนอิทธิพลทางการเมืองของฝ่ายอำนาจนิยมทหาร โดยการควบคุมการจัดตั้งสถานีใหม่และวางหลักการเกี่ยวกับการโฆษณาและบริหารธุรกิจ ซึ่งหลังจากนั้นได้มีการคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ กบว. ตามระเบียบบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2519 ที่มุ่งเน้นในการจัดระเบียบวิทยุทหาร แต่อย่างไรก็ตาม การจัดตั้ง กบว. ก็ไม่ได้ปฏิรูปโครงสร้างของระบบ สื่อวิทยุจึงยังคงเป็นเครื่องมือในการโฆษณาทางการเมืองของรัฐบาลและส่วนราชการต่าง ๆ ต่อไป และเห็นได้ชัดเจนาการออกอากาศกระจายเสียงเพื่อปลุกกระตมลูกเสือชาวบ้านให้รวมตัวต่อต้านการเคลื่อนไหวของนิสิตนักศึกษา อันนำมาซึ่งเหตุการณ์ปราบปรามประชาชนในวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519

1.1.5 ช่วงความขัดแย้งของระบบสัมปทานอุปถัมภ์กับระบบธุรกิจวิทยุ (พ.ศ. 2526 - 2534)

เมื่อสถานการณ์การเมืองเริ่มผ่อนคลาย ระบบวิทยุกระจายเสียงที่เคยทำหน้าที่เป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง ก็เริ่มมีบทบาทในแง่ของระบบเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม ที่ส่งผล

ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงหันมาแสวงหารายได้จากการโฆษณาสินค้าเกือบทุกสถานียกเว้นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาบางแห่ง แต่เนื่องจากโครงสร้างของการเป็นเจ้าของคลื่นตามกฎหมายและการควบคุมระบบยังคงเป็นวิธีการแบบราชการและสัมปทานอุปถัมภ์ จึงทำให้นักธุรกิจที่มีความใกล้ชิดกับบุคคลผู้มีอำนาจตัดสินใจในหน่วยงานราชการที่เป็นเจ้าของคลื่นได้รับประโยชน์จากระบบอุปถัมภ์ตามโครงสร้างดังกล่าว

1.1.6 ช่วงการเรียกร้องให้เปิดเสรีวิทยุกระจายเสียง (พ.ศ. 2535 – 2540)

จากการเคลื่อนไหวขบวนการเพื่อเรียกร้องให้มีการแก้ไขรัฐธรรมนูญและกดดันพลเอกสุจินดา คราประยูร ให้ลาออกจากนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของเหตุการณ์ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2535 หรือ เหตุการณ์พฤษภาทมิฬ และหลังจากการเรียกร้องดังกล่าว นายอานันท์ ปันยารชุน นายกรัฐมนตรีของรัฐบาลชั่วคราว ได้จัดตั้งคณะกรรมการปรับปรุงสื่อของรัฐขึ้น 3 คณะได้แก่

(1) คณะอนุกรรมการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบเกี่ยวกับสื่อมวลชน ซึ่งสาระสำคัญเป็นการให้ยกเลิกคณะกรรมการ กบว. และให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุแห่งชาติ หรือ กกช. ทำหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลกิจการด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงการให้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ใหม่ในระบบยูเอชเอฟ 2 สถานี โดยให้เปิดประมูลแข่งขันอย่างเสรี

(2) คณะอนุกรรมการจัดทำแผนระยะยาว ซึ่งกำหนดให้มีหลักการและนโยบายที่ประกัน

“สิทธิเสรีภาพแห่งข่าวสาร” รวมถึงการให้จัดตั้ง คณะกรรมการสื่อมวลชนแห่งชาติเพื่อกำหนด และประสานนโยบายระดับชาติ กำกับดูแล สื่อมวลชนของรัฐและเอกชน ส่งเสริมพัฒนา บุคลากรและองค์กรสื่อมวลชน

(3) คณะอนุกรรมการปรับปรุงหน่วยงาน สื่อของรัฐ เพื่อศึกษาและเสนอแนะเกี่ยวกับการ ปรับปรุงโครงสร้าง แผนงานและองค์กรสื่อของรัฐ

1.2 พัฒนาการของระบบวิทยุโทรทัศน์

ระบบวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไทยได้ เริ่มดำเนินการครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2498 โดยถือ กำเนิดมาจากเจตนารมณ์ของจอมพล ป. พิบูล- สงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ที่เดินทางไป เยือนประเทศสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศใน ยุโรป และเห็นว่าประเทศไทยควรมีโทรทัศน์ดัง นานาอารยประเทศและเพื่อเป็นการสร้างอิทธิพล และความเข้มแข็งทางการเมือง ซึ่งอย่างไรก็ตาม การพัฒนาการของระบบวิทยุโทรทัศน์ของ ประเทศไทยก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับพัฒนาการ ของระบบวิทยุกระจายเสียงซึ่งมีการแบ่งเป็นช่วง ต่าง ๆ โดยสังเขป (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2522, หน้า 149) ดังนี้

1.2.1 ช่วงก่อตั้งบริษัท ไทยโทรทัศน์

จำกัด (พ.ศ. 2495 – 2500)

บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เป็นที่รู้จักกัน ในนามสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 บางขุนพรหม ได้เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 ซึ่งถือเป็นวันชาติในสมัยนั้น โดย การดำเนินการกิจการของสถานีนั้น ได้มีการตรา พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ พ.ศ. 2498 ขึ้นเพื่อรองรับสิทธิในการ

บริหารจัดการเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการด้าน วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้อย่าง ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งการออกอากาศของ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 บางขุนพรหม ใน ระยะแรกนั้น ได้ถูกนำมาใช้เป็นประโยชน์ใน ด้านการโฆษณาทางการเมือง อาทิ การเผยแพร่ ผลงานต่างๆ ของรัฐบาล การแถลงผลงานใน วาระพิเศษ การถ่ายทอดรัฐพิธี การเสนอรายการ ละครและการแสดงที่เกี่ยวกับเรื่องความรักชาติ ในระบอบประชาธิปไตย ตลอดจนการใช้ในการ หาเสียงสำหรับการเลือกตั้งทั่วไปของพรรคเสรี มั่นคงศิธาเพียงพรรคเดียวซึ่งในขณะนั้น จอมพล ป. พิบูลสงคราม ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าพรรค

1.2.2 ช่วงอำนาจนิยมทหารสฤษดิ์

– ถนอม – ประภาส (พ.ศ. 2501 – 2516)

ภายหลังจากที่พลเอกสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกได้ก่อการรัฐประหารรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม ครั้งนั้น พลเอกสฤษดิ์ ธนะรัชต์ จึงเล็งเห็นว่าสมควรที่จะต้องมีสื่อ โทรทัศน์ไว้ในสังกัดของตน จึงมีดำริให้กองทัพบก ดำเนินการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อกิจการ กองทัพบกขึ้นในปี พ.ศ.2500 โดยใช้ชื่อว่า สถานี วิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 หรือ ททบ. ซึ่ง ต่อมาสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 และสถานี วิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ก็ได้ถูกใช้เป็นสื่อ สนับสนุนรัฐบาลและกองทัพภายใต้การนำของ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ และได้มีการให้สัมปทาน การดำเนินการกิจการโทรทัศน์สี่ให้กับเอกชน จำนวน 2 ราย ดังนี้

(1) สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ให้สัมปทานแก่บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ

จำกัด เป็นระยะเวลา 30 ปี โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2510

(2) บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ให้สัมปทานแก่บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในรูปแบบร่วมทุนเพื่อจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2513

1.2.3 ช่วงการเมืองประชาธิปไตยและการเติบโตทางธุรกิจของโทรทัศน์ (พ.ศ. 2516 – 2525)

เมื่อผ่านพ้นเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 แล้ว รัฐบาล ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้ออกระเบียบวิฤกษ์กระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ กบว. ทำหน้าที่ตรวจพิจารณารายการ (เซนเซอร์) อย่างเข้มงวด ซึ่งการวิพากษ์วิจารณ์การเมืองและสังคมในรายการข่าว สารบันเทิงและละคร ยังคงเป็นเรื่องต้องห้ามทางโทรทัศน์ บทบาทของสื่อโทรทัศน์จึงทำหน้าที่เป็นเพียงกระบอกเสียงของรัฐ และเพียงเสนอความบันเทิงที่ส่งเสริมให้ประชาชนหลีกหนีความจริงทางเศรษฐกิจและการเมืองเท่านั้น ต่อมาในรัฐบาลของนายธานินทร์ กรัยวิเชียร ได้มีมติให้ยุบกิจการบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด และให้โอนสถานีโทรทัศน์สี ช่อง 9 (สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 เดิม) เป็นขององค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

1.2.4 ช่วงการปรับตัวทางการเมืองและขยายตัวทางธุรกิจโทรทัศน์ (พ.ศ. 2526 – 2534)

หลังจากสภาวะวิกฤติทางการเมืองและเศรษฐกิจผ่านพ้นไป ธุรกิจโทรทัศน์จึงได้เริ่มมีการขยายตัวโดยองค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ได้อนุมัติสัมปทานโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Subscription Television) ให้แก่บริษัทเอกชน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้งคอร์ปอเรชัน (ไอบีซี) และบริษัทไทยสกายเทเลวิชั่น จำกัด และนอกเหนือจากในแง่ของการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ในแง่ของสาระความรู้และการเมืองก็มีการนำเสนอมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการถ่ายทอดข่าวการเลือกตั้ง การรายงานผลการเลือกตั้งซึ่งได้สร้างความตื่นตัวแก่ผู้ชมอย่างสูง

1.2.5 ช่วงการเรียกร้องให้เปิดเสรีวิทยุโทรทัศน์ (พ.ศ. 2535 – 2540)

การแสดงความคิดเห็นทางสื่อโทรทัศน์ได้สะดุดลงอีกครั้งเมื่อเกิดการรัฐประหารโดยคณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติปี พ.ศ. 2534 แต่เมื่อเหตุการณ์รัฐประหารคลี่คลายลงกระแสเรียกร้องให้เกิดการปฏิรูปสื่อก็มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยต่อมาในสมัยนายชวน หลีกภัย นายกรัฐมนตรี ได้มีมติให้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ในระบบ UHF จำนวน 1 สถานีภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งผู้ชนะการประมูลคือกลุ่มสยามทีวีแอนด์คอมมูนิเคชั่น และได้ตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งใหม่ชื่อ “สถานีโทรทัศน์ไอทีวี” หรือ ทีวีเสรี โดยเริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2539

ในขณะเดียวกันนั้นองค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ได้ให้สัมปทานแก่บริษัท ยูทิว จำกัด เพื่อดำเนินการส่งโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก จึงทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงขึ้น

เมื่อกล่าวโดยสรุปในพัฒนาการของการสื่อสารมวลชนของประเทศไทยจากอดีตนั้น จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของสื่อจะมีแนวทางเปลี่ยนไปตามบริบทของสภาพเศรษฐกิจและการเมืองเป็นสำคัญ โดยเห็นได้จากในยุคเริ่มต้นของการก่อตั้งกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานของรัฐโดยเฉพาะรัฐบาลจะเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการควบคุมสื่อโดยตรง ในขณะที่การนำเสนอหรือการมีสิทธิเสรีภาพของสื่อจะมีอยู่อย่างจำกัด แต่ภายหลังเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองของประเทศไทยจากการเรียกร้องของภาคประชาชนโดยมีจุดมุ่งหมายให้สื่อมีสิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและความคิดเห็น จึงได้เริ่มมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะในการทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ “คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์” หรือ กบว. ในการทำหน้าที่ควบคุมการจัดตั้งสถานีและควบคุมเนื้อหารายการต่าง ๆ อย่างไรก็ตามในการทำหน้าที่ของ กบว. นั้น ก็ไม่ได้แสดงให้เห็นว่าสื่อจะมีสิทธิหรือเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างสมควร ซึ่งในยุคต่อมาภายหลังจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาทำหน้าที่แทน กบว. ได้แก่ “คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่ง

ชาติ” หรือ กกช. โดยมีจุดมุ่งหมายในการยกเลิกการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการจากตามที่ กบว. เคยทำหน้าที่และให้คณะกรรมการของสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ (กองเซนเซอร์) ทำหน้าที่ในการตรวจพิจารณาตนเอง โดย กกช. จะทำหน้าที่เพียงการมุ่งเน้นในการตรวจสอบมาตรฐานภาษาไทยและการเฝ้าฟังรายการทางวิทยุและโทรทัศน์เท่านั้น

1.3 พัฒนาการของแนวทางการกำกับ

ดูแล

จากช่วงต่าง ๆ ของพัฒนาการระบบวิทยุและโทรทัศน์ของประเทศไทย ทำให้สามารถแบ่งแยกแนวทางการกำกับดูแลสื่อโดยจำแนกเป็นระบอบการกำกับดูแล (Regulatory regime) ใน 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

(1) การกำกับดูแลโดยตรงหรือการกำกับดูแลโดยรัฐ (Direct regulation or state regulation) เป็นการกำกับดูแลที่รัฐเป็นศูนย์กลางและมีบทบาทยุติทางกฎหมายรองรับอำนาจในการ “สั่งการและควบคุม” (Command and control) โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายจะมีอำนาจเต็มในการกระทำการใด ๆ เพื่อสร้างวิธีการในการกำกับดูแล ซึ่งสามารถอยู่ในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การออกกฎหมายห้ามพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ การลงโทษด้วยมาตรการทางปกครอง การให้โควตาเนื้อหาที่พึงประสงค์จนถึงการสร้างเงื่อนไขต่าง ๆ ผ่านระบบการออกใบอนุญาตในการประกอบกิจการ (พิรงรอง รามสูต, 2556, หน้า 204)

(2) การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เป็นการกำกับดูแลผสมผสานระหว่างกลไกการ

กำกับดูแลภาครัฐที่ทำงานภายใต้กฎหมายหรือคำสั่งที่เป็นทางการ และกลไกการกำกับดูแลในภาควิชาชีพที่ตั่งบนฐานแห่งความสมัครใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกและปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2555, หน้า 20) ซึ่งต่างฝ่ายต่างมีบทบาทและส่วนร่วมในการกำกับดูแลเพื่อให้เกิดผลบังคับอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการยกระดับกลไกการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพหรือภาคประชาสังคมที่อาศัยกลไกอำนาจหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาหรือลงโทษทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การพิจารณาเพิกถอนใบอนุญาตผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่องค์กรวิชาชีพได้พัฒนาขึ้น

(3) การกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) เป็นการกำกับดูแลโดยที่ภาควิชาชีพร่วมกันจัดตั้งองค์กรด้วยความสมัครใจเพื่อทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกันเองและลดการแทรกแซงจากภาครัฐหรือองค์กรอิสระ เช่น การจัดทำหลักปฏิบัติทางวิชาชีพ การตรวจตราการทำงานของสื่อสมาชิก การจัดการข้อร้องเรียน อย่างไรก็ตาม แนวทางการกำกับดูแลกันเองดังกล่าวเป็นมาตรการที่เกิดจากการรวมตัวของภาควิชาชีพหรืออุตสาหกรรม ซึ่งรัฐหรือองค์กรอิสระไม่มีอำนาจในการบังคับหรือลงโทษผู้ที่ละเมิด เว้นแต่จะเป็นการกระทำการผิดที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายอื่น ๆ โดยตรง นอกจากนี้ การกำกับดูแลกันเองยังรวมถึงการกำกับดูแลภายในองค์กรที่มีลักษณะเฉพาะตัวเพื่อประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น การมีมาตรฐานจรรยาบรรณภายใน

องค์กร การรับและจัดการเรื่องร้องเรียนภายในองค์กร

จากอดีตถึงปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการกำกับดูแลสื่ออย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดประสงค์ในการพยายามผ่อนคลายการกำกับดูแล (deregulation) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะและสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของสื่อตามหลักการสากล ซึ่งเห็นได้ชัดเจนขึ้นภายหลังจากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬที่เกิดการเคลื่อนไหวจากภาคประชาชนให้มีการปลดปล่อยสื่อออกจากการควบคุมของของรัฐ (พิรงรอง รามสูต, 2546, หน้า 22) ซึ่งต่อมาหลังจากเหตุการณ์ครั้งนั้น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติอันเป็นการกำกับดูแลสื่อในหลายประการ ได้แก่

1. บทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น แม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 มาตรา 37 จะได้มีบทบัญญัติในการให้สิทธิเสรีภาพในการในการพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่นไว้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2534) แต่ตามมาตรา 39 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ได้กำหนดเพิ่มบทบัญญัติข้อห้ามของรัฐไม่ให้สั่งปิดสื่อสารมวลชนเพื่อลดรอนสิทธิเสรีภาพ การห้ามเจ้าหน้าที่รัฐทำการปิดกั้นเนื้อหาของสื่อก่อนออกอากาศ รวมถึงกำหนดให้ผู้ประกอบการด้านสื่อสารมวลชนจะต้องเป็นสัญชาติไทยเท่านั้น (ราชกิจจานุเบกษา, 2540) และนอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2550 ยังได้กำหนดห้ามไม่ให้รัฐใช้อำนาจใน

การแทรกแซงสื่อเพิ่มจากเดิม (ราชกิจจานุเบกษา, 2550)

2. บทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการกำกับดูแลประกอบกิจการ ซึ่งในปี พ.ศ. 2540 ถือได้ว่าเป็นครั้งแรกที่กำหนดให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระในการทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมจำนวน 2 องค์กร ซึ่งก็คือ “คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กทช.” ทำหน้าที่กำกับกิจการโทรคมนาคม และ “คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงแห่งชาติ หรือ กสช.” ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งจากปัญหาการไม่สามารถคัดสรร กสช. ได้ ทำให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 กำหนดให้มี “คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือ กสทช.” เพียงองค์กรเดียว และนอกจากการกำหนดรูปแบบองค์กรสำหรับการกำกับดูแลแล้ว รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ยังมีบทบัญญัติที่ให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อมวลชนสาธารณะและกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชนเพื่อเป็นการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนและป้องกันการผูกขาดของสื่ออีกประการหนึ่งด้วย

3. สิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน ตามมาตรา 41 ของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช

2540 ได้มีการกำหนดให้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนไม่ว่ารัฐหรือเอกชน มีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็น ซึ่งต่อมา รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 46 ได้คงบทบัญญัติในการรับรองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน และได้เพิ่มบทบัญญัติรับรองสิทธิในการรวมตัวเพื่อจัดตั้งองค์กรเพื่อปกป้องสิทธิ เสรีภาพและความเป็นธรรม อันเป็นบทบัญญัติที่รองรับแนวทางการกำกับดูแลกันเองของสื่ออย่างแท้จริง

จากพัฒนาการของบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ถึง 2550 ได้ที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบทของการกำกับดูแลในหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้สื่อมีสิทธิและเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็น แต่อย่างไรก็ตามสิทธิและเสรีภาพดังกล่าวย่อมจะต้องมีขอบเขตซึ่งจะต้องเป็นไปตามกฎหมายหรือจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพ ดังนี้ จึงกล่าวได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา เป็นปีแห่งการเริ่มต้นในการปฏิรูปสื่อซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการกำกับดูแลจากภาครัฐเป็นการกำกับดูแลกันเองในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างแท้จริง

2. รูปแบบและแนวทางกำกับดูแลกันเองของประเทศไทย

เมื่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้มีบทบัญญัติที่อ้างอิงถึงกลไกการควบคุมกันเองขององค์กรวิชาชีพแล้ว ต่อมาพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ในมาตรา 39

รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534	รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540	รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550
- ไม่ปรากฏ -	มาตรา 41 พนักงานหรือลูกจ้างของ เอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อม มีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิด เห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญ โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วย ราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ขัดต่อ จรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้าง ของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ ในกิจการวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับ พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตาม วรรคหนึ่ง	มาตรา 46 พนักงานหรือลูกจ้างของ เอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือ สื่อมวลชนอื่น ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอ ข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญ โดยไม่ตกอยู่ ภายใต้อำนาจของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือ เจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ขัดต่อ จรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ <u>และ</u> <u>มีสิทธิจัดตั้งองค์กรเพื่อปกป้องสิทธิ</u> <u>เสรีภาพและความเป็นธรรม รวมทั้งมี</u> <u>กลไกควบคุมกันเองขององค์กรวิชาชีพ</u> ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของ หน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจในกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อมวลชนอื่น ย่อมมี เสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้าง ของเอกชนตามวรรคหนึ่ง <u>การกระทำใด ๆ ไม่ว่าโดยทางตรง</u> <u>หรือทางอ้อมของผู้ดำรงตำแหน่ง</u> <u>ทางการเมือง เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือ</u> <u>เจ้าของกิจการ อันเป็นการขัดขวางหรือ</u> <u>แทรกแซงการเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็น</u> <u>ในประเด็น สาธารณะของบุคคล</u> <u>ตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง ให้ถือว่า</u> <u>เป็นการจงใจใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ</u> <u>และไม่มีผลใช้บังคับ เว้นแต่เป็นการ</u> <u>กระทำเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายหรือ</u> <u>จรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ</u>

ได้กล่าวถึงการส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพไว้ โดยกำหนดให้ “กสทช. จะต้องดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานจริยธรรม” นอกจากนี้ ตามมาตรา 39 วรรค 3 ของพระราชบัญญัติดังกล่าวยังได้กำหนดให้แต่ละองค์กรที่ได้รวมกลุ่มจะต้องมี “คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม” เพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพในแต่ละองค์กรที่ได้รวมกลุ่ม (ราชกิจจานุเบกษา, 2551, หน้า 76)

หลังจากที่ กสทช. ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 7 ตุลาคม พ.ศ. 2557 นั้น ได้เริ่มมีการส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองของประเทศไทยให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น ซึ่งกสทช.ได้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองให้มีหน้าที่ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เกิดการเรียนรู้และเข้าใจในกระบวนการการกำกับดูแลกันเอง และรวมถึงการพัฒนาศักยภาพวิชาชีพที่จัดตั้งขึ้นแล้วให้มีกระบวนการและกลไกการกำกับดูแลกันเองอย่างเหมาะสม นอกจากนี้จากแนวทางการศึกษาค้นคว้าของสำนักงาน กสทช. โดยการทำข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในปี พ.ศ. 2556 โดยการศึกษาแนวทางและกลไกกำกับดูแลกันเองที่เหมาะสมสำหรับ

ประเทศไทย พบว่า แนวทางที่ควรดำเนินงานเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลที่เหมาะสม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 2556, หน้า 39) ได้แก่

2.1 แนวทางการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการ

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์นั้น ในปัจจุบันมีการรวมกลุ่มที่ได้รับการรับรองเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย อาทิ มูลนิธิ สมาคม และที่ไม่ได้รับการรับรองเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย อาทิ สหพันธ์ สมาพันธ์ สภา ชมรม ซึ่งจากการศึกษาวิจัยแนวทางการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย พบว่า แนวทางการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกอบไปด้วย รูปแบบต่างๆ ดังนี้

2.1.1 การรวมกลุ่มโดยจำแนกประเภทของสื่อ เช่น การรวมกลุ่มของสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.1.2 การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ เช่น บริการระดับจังหวัด บริการระดับภูมิภาค บริการระดับประเทศ เป็นต้น

2.1.3 การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามประเภทของการประกอบกิจการ เช่น บริการชุมชน บริการสาธารณะ บริการทางธุรกิจ เป็นต้น

2.1.4 การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามลักษณะของการประกอบกิจการ เช่น ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ให้บริการส่งอำนวยการควบคุมด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ผู้ให้บริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เป็นต้น

2.1.5 การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามประเด็นของเนื้อหา เช่น กลุ่มเนื้อหาข่าว กลุ่มเนื้อหาบันเทิง เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ เมื่อปี พ.ศ. 2556 ตามโครงการจัดทำฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและบทบาทบนเวทีการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย ที่ สำนักงาน กสทช. ศึกษาร่วมกับศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีการรวมกลุ่มขององค์กร สหพันธ์สมาคมและสหวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 219 องค์กร โดยจำแนกออกเป็น กรุงเทพมหานคร จำนวน 63 องค์กร ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 53 องค์กร ภาคเหนือ จำนวน 31 องค์กร ภาคกลาง จำนวน 30 องค์กร ภาคตะวันตก จำนวน 16 องค์กร ภาคตะวันออกจำนวน 14 องค์กร และภาคใต้ จำนวน 12 องค์กร (ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ, 2556, หน้า 38 – 40)

อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยที่มีอยู่ถึง 200 กว่าองค์กร ดังกล่าวยังไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการกำกับดูแลอย่างแท้จริง เนื่องจากการรวมกลุ่มขององค์กรที่มีอยู่โดยส่วนใหญ่ นั้น มีวัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่ 1) เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจในการประกอบกิจการ 2) เพื่อการต่อรองทางธุรกิจหรือนโยบาย (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2556, หน้า 40)

จากปัญหาของการรวมกลุ่มที่มีอยู่มากในประเทศไทยนั้น กสทช. ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดมาตรการการกำกับดูแลกันเองจึงได้กำหนดแนวนโยบายตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) โดยกำหนดตัวชี้วัดให้มีการรวมกลุ่มเป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลกันเองให้เป็นไปตามมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพ (ราชกิจจานุเบกษา, 2555, หน้า 277) ซึ่งในปัจจุบัน กสทช. ได้จัดทำ “ร่างประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.” โดยสาระสำคัญของร่างประกาศดังกล่าวได้กล่าวถึงแนวทางในการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ การจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรม การจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมเพื่อกำกับดูแลกันเอง และรวมถึงการให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขององค์กรจากเงินทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะอีกด้วย

2.2 การจัดทำมาตรฐานจริยธรรมขององค์กร

โดยวัตถุประสงค์หลักของการกำกับดูแลกันเองหรือการควบคุมกันเองของผู้ประกอบอาชีพหรือวิชาชีพนั้น จะมีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลผู้ประกอบวิชาชีพหรืออาชีพให้เป็นไปตามมาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพ ซึ่งตามนโยบายของ กสทช. นั้น ได้กำหนดแนวนโยบาย

ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) โดยได้กำหนดตัวชี้วัดให้มีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) และกลไกสนับสนุนการกำกับดูแลกันเองของสื่อ (ราชกิจจานุเบกษา, 2555, หน้า 277) ซึ่งตามแนวทางดังกล่าวนี้ สำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการพัฒนาแนวทางปฏิบัติที่ประกอบไปด้วยมาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยได้ทำข้อตกลงทางวิชาการร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เพื่อดำเนินกระบวนการพัฒนาและรับฟังความคิดเห็น “คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์: Ethical Guideline and Self-regulation for broadcasting” โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้ร่วมกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทั่วประเทศในการจัดรับฟังความคิดเห็น นักวิชาการและผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งในปัจจุบันคู่มือดังกล่าวได้ถูกจัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ให้กับองค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบกิจการและสถาบันการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำคู่มือจริยธรรมของแต่ละองค์กรและเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้กับผู้ประกอบกิจการในการประกอบวิชาชีพ ที่ได้กำหนดให้มีมาตรฐานทางจริยธรรมที่เป็นหลักการสำคัญ 8 ประเด็น (สำนักงาน กสทช., 2557, หน้า 17) ได้แก่

- (1) ตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเที่ยงตรง ครบถ้วน สมดุล และเป็นธรรม
- (2) ตระหนักถึงสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคล สิทธิในครอบครัว เกียรติยศชื่อเสียง

ข้อมูลส่วนตัว

- (3) ตระหนักถึงความอิสระทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคม ผลกระทบต่อผู้บริโภค
- (4) เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา
- (5) ส่งเสริมการทำงานบำารุงศิลปะและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติเพื่อสร้างสรรค์สังคม ตลอดจนคำนึงอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- (6) ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยงและเด็กที่ปรากฏในสื่อ
- (7) การให้พื้นที่สาธารณะ ข่าวสารสาธารณะ ในเหตุการณ์สาธารณะที่สำคัญ
- (8) ระมัดระวังการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

มาตรฐานจริยธรรม 8 ประเด็นที่สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดเป็นแนวทางตามคู่มือดังกล่าว เป็นหลักการพื้นฐานสำหรับการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์องค์กรวิชาชีพหรือผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ยังไม่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมขององค์กรใช้เป็นแนวทางอ้างอิง แต่สำหรับองค์กรที่ได้มีการกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมไว้แล้วนั้น อาจมีความแตกต่างในรายละเอียดของภาระหน้าที่ของแต่ละองค์กรต่าง ๆ กันไป แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่แต่ละองค์กรควรคำนึงถึงในการกำหนดหรือจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมคือการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำมาตรฐานของแต่ละองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้มาตรฐานทางจริยธรรมที่ได้จัดทำขึ้นได้รับการยอมรับจากสมาชิกและสามารถใช้ปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

3. แนวทางการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน

ด้วยมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดให้ กสทช. ต้องส่งเรื่องร้องเรียนของผู้ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จหรือละเมิดสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ สิทธิในครอบครัวหรือสิทธิความเป็นอยู่ส่วนตัว พร้อมความเห็นของ กสทช. ให้องค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ เพื่อให้ดำเนินการเยียวยาให้แก่ผู้เสียหายโดยเร็ว และให้ กสทช. ติดตามผลการดำเนินการขององค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพเมื่อได้แจ้งผลการดำเนินการให้ กสทช. ทราบ ด้วยเหตุนี้แล้ว กลไกการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพจึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถชี้วัดได้ถึงความสำเร็จในการกำกับดูแลตนเองของสื่อ (ราชกิจจานุเบกษา, 2551, หน้า 77)

จากผลการศึกษาบทเรียนการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในประเด็นผลการใช้มาตรฐานทางจริยธรรมขององค์กร (ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ, 2556, หน้า 61) พบว่า องค์กรวิชาชีพที่ได้มีการจัดตั้งขึ้นแล้วในปัจจุบันมีจำนวนเรื่องร้องเรียนเพียงประมาณ 2 – 3 เรื่องต่อปี เนื่องจากกลไกการรับและการจัดการเรื่องร้องเรียนในองค์กรวิชาชีพยังขาดประสิทธิภาพ (ไม่มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนอย่างเป็นทางการหรือมีแต่ขาดการประชาสัมพันธ์ถึงช่องทางดังกล่าว)

ปัญหาที่เห็นได้ชัดอีกประการที่ทำให้กลไกการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพขาด

ประสิทธิภาพ คือ การที่องค์กรวิชาชีพไม่มีอำนาจทางกฎหมายในการบังคับหรือลงโทษกับสมาชิกที่ทำผิดหรือฝ่าฝืนมาตรฐานจริยธรรมขององค์กร โดยมาตรการส่วนใหญ่ที่องค์กรวิชาชีพสามารถทำได้ คือ การตักเตือนและประกาศให้สาธารณชนทราบ และรุนแรงสุดคือการให้ออกจากการเป็นสมาชิก ซึ่งในทางปฏิบัติโดยแท้จริงนั้นเมื่อมีการพิจารณาตัดสินลงโทษแก่สมาชิกในกรณีฝ่าฝืนมาตรฐานจริยธรรมองค์กรแล้ว สมาชิกที่ไม่เห็นด้วยในคำตัดสินสามารถเพิกเฉยหรือลาออกจากการเป็นสมาชิกได้ และการกระทำได้กล่าวก็ไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อสมาชิก

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาแนวทางการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนโดยเปรียบเทียบแนวทางการดำเนินงานของต่างประเทศและประเทศไทย (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2556, หน้า 55) พบว่า กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนนั้น ควรต้องมีปัจจัยในการบริหารพื้นฐานโดยประกอบไปด้วย 6 ปัจจัย สำคัญ ได้แก่

(1) บุคลากร (Man) หมายถึง บุคลากรในองค์กรวิชาชีพที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนควรที่จะมีความพร้อม ดังนี้

1 คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียน ควรมาจากกลุ่มคนที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มสื่อระดับท้องถิ่น กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มภาคประชาสังคม เป็นต้น โดยจะต้องมีขอบเขตหน้าที่และระยะเวลาของการเป็นคณะกรรมการอย่างชัดเจน

1.2 คณะกรรมการดำเนินงาน ควรมีความรู้ด้านกฎหมายและทักษะด้านการบริหารจัดการเป็นพื้นฐาน

1.3 มีเจ้าหน้าที่ประจำในการรับและตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเบื้องต้น ตลอดจนประสานงานต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานของกระบวนการร้องเรียนเกิดประสิทธิภาพ

1.4 มีเจ้าหน้าที่ประจำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดทำช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและฐานข้อมูลเพื่อเผยแพร่ผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนสู่สาธารณะ

(2) งบประมาณ(Money) หมายถึง ความพร้อมด้านงบประมาณที่จะนำไปใช้ในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน ดังนี้

2.1 งบประมาณควรมาจากการสนับสนุนของสมาชิกในองค์กรวิชาชีพ เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์เบื้องต้นว่ายอมรับและต้องการกำกับดูแลกันเอง

2.2 งบประมาณจาก กสทช. ตามกฎหมายมาตรา 52 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เพื่อส่งเสริมองค์กรวิชาชีพให้มีมาตรฐานจริยธรรม

(3) ฝีมือการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน (Material) หมายถึง ความพร้อมของคู่มือที่ใช้เป็นแนวทางในการรับเรื่องร้องเรียน ดังนี้

3.1 สมาชิกในองค์กรควรร่วมกันจัดทำคู่มือจริยธรรมวิชาชีพเพื่อเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

3.2 มีคู่มือเกี่ยวกับขั้นตอนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้องค์กรวิชาชีพและเผยแพร่ให้สาธารณะทราบ โดยคู่มือนั้นควรมีเนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับช่องทางรับเรื่องร้องเรียน กระบวนการและระยะเวลา

พิจารณา วิธีการแจ้งให้สาธารณชนทราบผลการพิจารณา

3.3 คณะกรรมการดำเนินงานควรรวบรวม สรุปคำวินิจฉัยเพื่อให้สมาชิกได้ทราบถึงแนวปฏิบัติตลอดจนเกี่ยวกับการร้องเรียนร่วมกัน และเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ

3.4 คณะกรรมการดำเนินงานควรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียนและการแก้ไขเรื่องร้องเรียนส่ง กสทช. และเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงานของคณะกรรมการในการพิจารณาเรื่องร้องเรียน

4. การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง การวางแผนโครงสร้างการดำเนินงาน การกำหนดบทบาทหน้าที่ ติดตามผลการดำเนินงาน และนำผลไปปรับปรุงให้การดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนมีประสิทธิภาพ

5. เทคโนโลยี (Machine) หมายถึง ความพร้อมของเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ดังนี้

5.1 ระบบโทรศัพท์ ระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องมือตรวจสอบหรือเฝ้าระวังการนำเสนอของสื่อวิทยุและโทรทัศน์

5.2 ฐานข้อมูลที่สนับสนุนการทำงานรับเรื่องร้องเรียน เช่น ข้อมูลผู้รับใบอนุญาต ข้อมูลจำนวนเรื่องร้องเรียน ข้อมูลผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียน

6. คุณธรรม (Moral) หมายถึง ความพร้อมของคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมขององค์กร

โดยสรุปจากข้อมูลการศึกษาแนวทาง และกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับ ประเทศไทย (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2556, หน้า 57) พบว่าการกำกับดูแลที่เหมาะสม ของประเทศไทยควรประกอบไปด้วย

(1) กลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน ที่สมัครใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรวิชาชีพ เต็มใจที่จะสนับสนุนงบประมาณและประกอบ กิจกรรมบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่องสังคมตาม กรอบมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ

(2) คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมที่ กำหนดในมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติการ ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ควรมาจากกลุ่มองค์กรที่หลากหลายที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบวิชาชีพ องค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอกในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน

(3) คณะกรรมการดำเนินงานด้านจริยธรรม ขององค์กรวิชาชีพควรมาจากกลุ่มที่หลากหลาย และได้มาด้วยกระบวนการที่เป็นที่ยอมรับจาก สมาชิก

(4) องค์กรวิชาชีพควรมีกรอบจริยธรรม วิชาชีพเพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการกำกับดูแล

กันเอง

(5) กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ควรมี ช่องทางที่หลากหลาย มีการกำหนดระยะเวลา ในการพิจารณาเรื่องร้องเรียน มีการสรุปผลการ วินิจฉัย กำหนดมาตรการลงโทษเมื่อวินิจฉัย พบว่าสมาชิกได้กระทำผิดตามข้อร้องเรียนและ หากสมาชิกไม่ปฏิบัติตามข้อวินิจฉัย องค์กรวิชาชีพ สามารถส่งผลการพิจารณาไปยัง กสทช. เพื่อ ดำเนินการต่อไป

(6) คณะกรรมการควรมีการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรับและ แก้ไขเรื่องต่อสาธารณชน ตลอดจนจัดทำรายงาน ผลการดำเนินงานประจำปีเสนอต่อ กสทช.

(7) ควรมีงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอ ต่อการพัฒนากลไกการกำกับดูแลกันเองให้กับ องค์กรวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

(8) ภาคประชาสังคมควรมีส่วนร่วมในการ ตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการ อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การมีส่วนร่วมเป็นคณะ กรรมการในองค์กรวิชาชีพ การร้องเรียน ร่วม สร้างความรู้ ความเข้าใจในสิทธิผู้บริโภคสื่อให้กับ สาธารณชน เป็นต้น

บรรณานุกรม

การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย (โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ : การกำกับดูแลเนื้อหาโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเองและสื่อภาคประชาชน), พิธีรอรามสุต วัฒนันท์และศศิธร ยุวโกศล, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

- คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ : Ethical Guideline and Self-regulation for broadcasting”, สำนักงาน กสทช. , 2557
- โครงการศึกษาแนวคิดและประสบการณ์ของระบบการกำกับดูแลร่วมในกิจการสื่อสิ่งพิมพ์และแพร่ภาพกระจายเสียง : บทสำรวจวรรณกรรมจากต่างประเทศ, วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2555
- ฐานข้อมูลองค์การวิชาชีพและบทเรียนการควบคุมตนเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย, ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ. 2555) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2555 – 2559) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) (2555, 4 เมษายน), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 129 ตอนพิเศษ 63 ง
- ผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระดับต้น, พิงรอร งามสุด : สถาบันพัฒนาหลักสูตรและฝึกอบรมด้านสื่อสารมวลชน บมจ.อสมท: 2556
- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551, (2551, 4 มีนาคม), ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 125 ตอนที่ 42 ก
- ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย : โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ, อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 2544
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 (2534, วันที่ 9 ธันวาคม)
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 126 ก ฉบับพิเศษ
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 (2540, วันที่ 10 ตุลาคม)
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 114 ตอนที่ 55 ก
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550, (2550, 24 สิงหาคม),
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 124 ตอนที่ 47 ก
- รายงานผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2556

019



สิทธิ เสรีภาพของสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หน้าที่ และความรู้เท่าทัน : มาตรฐานขั้นต่ำ (ที่ควรจะเป็น)

ยศพล ขวัญสง่า

บทคัดย่อ

เมื่อสื่อเป็นบริการสาธารณะที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของประชาชน สื่อมวลชนยังต้องตระหนักถึงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และหน้าที่ในการรักษาผลประโยชน์ของชาติตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ โดยจะต้องร่วมกันกำหนดจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานขั้นต่ำในการควบคุมตนเอง โดยอาศัยธรรมเนียมจากพระโอษฐ์ของตุลาการเป็นแม่แบบหรือธรรมนูญ เฉกเช่นรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย เช่นเดียวกันกับที่ประชาชนจะต้องอาศัยธรรมวินัยนั้น เป็นเครื่องมือวินิจฉัย

ความถูกต้องและความเหมาะสมของสื่อที่ตนได้รับ ก่อนที่จะปลงใจเชื่อ

นั่นจึงเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทั้งสื่อมวลชน และประชาชนจะต้องเรียนรู้สิทธิเสรีภาพ และหน้าที่ของกันและกันภายใต้กฎหมายที่มีผลใช้บังคับ และธรรมเนียมที่ให้ผลไม่จำกัดกาล ทั้งนี้ เพื่อมิให้สื่อใช้เสรีภาพกระทบต่อเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน และเพื่อมิให้ประชาชนตกเป็นเหยื่อของสื่อเพียงเพราะความไม่รู้



ความเป็นมา หรือความสำคัญ ของปัญหา

ก่อนหน้าการเข้ายึดอำนาจการปกครองประเทศของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) สื่อกระแสหลักมิได้สนับสนุน หรือแม้กระทั่งปิดกั้นมิให้ประชาชนที่มีความคิดเห็นทางการเมืองแตกต่างกัน ใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

ทางการเมือง และการพูด ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ ประชาชนภายใต้กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ก่อตัวขึ้นมาอย่างเป็นระบบก่อนหน้านี้ จึงรวมตัวกันเพื่อใช้เสรีภาพในการชุมนุม เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการพูด คู่ขนานกับการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ของสื่อเฉพาะกิจภายใต้กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง

จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า การออกอากาศรายการที่มีลักษณะดังกล่าว เป็นเหตุสำคัญประการหนึ่ง ที่ก่อชุดความคิด ผังวาทกรรม สร้างความเกลียดชังต่อประชาชนที่เป็นคู่ขัดแย้ง ให้ก่อการวิวาทกันอย่างต่อเนื่องมาเป็นลำดับ ไปจนกระทั่งเริ่มเบียดเบียนกันด้วยท่อนไม้ ศัสตราอาวุธ สถานการณ์ความรุนแรงจึงเกิดขึ้นทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นผลให้ประชาชนได้รับบาดเจ็บและเสียชีวิต มีแนวโน้มขยายตัวและมีความเป็นไปได้ที่จะเกิด “สงครามกลางเมือง” ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนโดยรวม

เมื่อสื่อกระแสหลักและสื่อเฉพาะกิจเป็นส่วนหนึ่งของวิกฤตการณ์ครั้งนี้และครั้งอื่น ๆ ที่ผ่านมา สื่อมวลชนแต่ละคนที่ปฏิบัติงานประจำสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องตระหนักว่า ตนเห็นมูลเหตุแห่งความวิวาทนั้นหรือไม่ หากพิจารณาโดยแยกคาย

แล้วเห็นมูลเหตุเช่นนั้น สื่อมวลชนพึงละมูลเหตุแห่งความวิวาทเสียในทันที แต่ถ้าไม่เห็นมูลเหตุดังกล่าว สื่อมวลชนพึงปฏิบัติหน้าที่ เพื่อไม่ให้มูลเหตุแห่งความวิวาทลุกลามต่อไป

อย่างไรก็ตาม หากสื่อกระแสหลักเปิดโอกาสและพื้นที่ให้ประชาชนที่มีความคิดเห็นทางการเมืองแตกต่างกัน ร่วมถกเถียงปัญหาและหาทางออกของปัญหาต่าง ๆ อย่างอ่อนหวานตามสัจยจริง ประกอบด้วยประโยชน์ ด้วยเมตตาจิต และควรแก่เวลา ภายใต้กติกาที่เป็นธรรม แทนที่การจัดงานสัมมนาเพื่อปะทะคารมกันอย่างฉิวเฉียดแล้ว สถานการณ์ความรุนแรง และการเข้ายึดอำนาจการปกครองประเทศ ในวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 อาจจะไม่เกิดขึ้นก็เป็นได้

สิทธิ เสรีภาพของสื่อมวลชน ภายใต้ประกาศ คสช.



คุกคามสื่อ
คุกคามประชาชน

นับตั้งแต่วันพฤษภาคมที่ 22 พฤษภาคม 2557 เมื่อการถ่ายทอดรายการประจำสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์

(ภาคพื้นดิน ดาวเทียม และเคเบิล) ถูกงด และ
แทนที่ด้วยการถ่ายทอดรายการจากสถานีวิทยุ
กระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ของ
กองทัพบก ตามประกาศ คสช. ฉบับที่ 4/2557
และฉบับที่ 15/2557 เสรีภาพในการแสดง
ความคิดเห็นของสื่อมวลชนตามมาตรา 45 และ
มาตรา 46 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย
พุทธศักราช 2550 ซึ่งสิ้นสุดลงตามประกาศ คสช.
ฉบับที่ 11/2557 จึงถูกจำกัด และถูกกลืนโดย
ขบวนการที่ไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญและกฎหมาย
ภายหลังการเข้ายึดอำนาจการปกครองประเทศ
ของ คสช.

ในวันเดียวกันนั้น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าว
เริ่มผ่อนคลายลง เมื่อ คสช. ออกประกาศฉบับ
ที่ 14/2557 ห้ามเจ้าของกิจการรายการวิทยุ
โทรทัศน์ทุกประเภท บรรณาธิการ พิธีกร และ
สื่อมวลชน เชิญบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่มิได้
ดำรงตำแหน่งราชการในปัจจุบันทั้งในส่วนของ
ข้าราชการและนักวิชาการ รวมทั้งอดีตผู้ปฏิบัติงาน
ในศาลและกระบวนการยุติธรรม ตลอดจน
องค์กรอิสระให้สัมภาษณ์หรือแสดงความคิดเห็น
ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดการขยายความขัด
แย้ง บิดเบือน และสร้างความสับสนให้กับสังคม
รวมทั้งอาจนำไปสู่การใช้ความรุนแรงโดยเด็ด
ขาด ทั้งนี้ หากฝ่าฝืนจะถูกเรียกตัวมาดำเนินคดี
ตามกฎหมาย ตลอดจนระงับการออกอากาศ
รายการดังกล่าวโดยทันที และออกประกาศฉบับ
ที่ 18/2557 ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงทุกสถานี
ทั้งที่เป็นของราชการและเอกชน สถานีโทรทัศน์
ภาคพื้นดิน สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เคเบิล
โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต

ทุกสถานี เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่ได้รับแจ้ง
จาก คสช. และงดเว้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
ในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ข้อความอันเป็นเท็จ หรือที่ส่อไปในทาง
หมิ่นประมาท หรือสร้างความเกลียดชังต่อสถาบัน
พระมหากษัตริย์ องค์รัชทายาท และพระบรม
วงศานุวงศ์ทุกพระองค์
2. ข่าวสารที่จะเป็นภัยต่อความมั่นคงของ
ชาติ รวมทั้งหมิ่นประมาทบุคคลอื่น
3. การวิพากษ์วิจารณ์การปฏิบัติงานของ
คสช. เจ้าหน้าที่ของ คสช. และบุคคลที่เกี่ยวข้อง
4. ข้อมูลเสียง ภาพ วิดีทัศน์ ความลับของ
การปฏิบัติงานของหน่วยราชการต่าง ๆ
5. ข้อมูลข่าวสารที่ส่อให้เกิดความสับสน
ยั่วยุ ปลุกปั่นให้เกิดความขัดแย้ง หรือสร้างความ
แตกแยกในราชอาณาจักร
6. การชักชวน ช່องสุ่มให้มีการรวมกลุ่ม
ก่อการ อันเกิดการต่อต้านเจ้าหน้าที่และบุคคล
ที่เกี่ยวข้องของ คสช. และ
7. การชู่จะประทุษร้ายหรือทำร้ายบุคคล
อันนำไปสู่ความตื่นตระหนก หวาดกลัวแก่
ประชาชน

เมื่อการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน
เริ่มกลับสู่ภาวะปกติ การจำกัดเสรีภาพดังกล่าว
ได้ผ่อนคลายลงเรื่อย ๆ ตามลำดับ เมื่อ คสช. ได้
ออกประกาศฉบับที่ 23/2557 ให้สถานีโทรทัศน์
ภาคพื้นดิน จำนวน 6 ช่อง ระบบอนาล็อก และ
สถานีวิทยุกระจายเสียงบางประเภท ออกอากาศ
รายการประจำของสถานีได้ตามปกติภายใต้
ประกาศฉบับที่ 14/2557 และฉบับที่ 18/2557
และให้ถ่ายทอดสัญญาณเสียง จากสถานีวิทยุ

กระจายเสียง และสัญญาณภาพจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ของกองทัพบกโดยทันที เมื่อมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ คำสั่งของ คสช. และออกประกาศฉบับที่ 27/2557 ให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ระบบอนาล็อกตามประกาศ คสช. ฉบับที่ 23/2557 และผู้ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ซึ่งได้รับอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ตามประกาศ คสช. ฉบับที่ 15/2557 และผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกที่ได้รับอนุญาตออกอากาศรายการได้ตามปกติผ่านทางโครงข่ายระบบผ่านดาวเทียมและเคเบิล รวมทั้งสั่งให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และผู้ให้บริการโครงข่าย รายงานตัว ณ สำนักงาน กสทช.

นับแต่นั้นเป็นต้นมา คสช. ค่อย ๆ ทอยผ่องถ่ายเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนคืนแก่สถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ ตามลำดับ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในประกาศ คสช. และประกาศ กสทช. จนกระทั่งมีการตรารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557 ขึ้นมาใช้บังคับเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2557 คู่ขนานกับประกาศ คสช. ที่มีได้ถูกยกเลิก

สิทธิ เสรีภาพของสื่อมวลชน ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557

นับตั้งแต่วันอังคารที่ 22 กรกฎาคม 2557 ซึ่งเป็นวันที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557 ลงประกาศใน

ราชกิจจานุเบกษา มาตรา 4 ของรัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าว ได้บัญญัติรับรองและคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่เคยได้รับการคุ้มครอง ตามประเพณีการปกครองประเทศไทยในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และตามพันธกรณีระหว่างประเทศที่ประเทศไทยมีอยู่แล้ว เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่เคยถูกจำกัดและถูกลิดรอนไปเมื่อ 2 เดือนที่ผ่านมา จึงได้รับการรับรองและคุ้มครองโดยรัฐธรรมนูญ ซึ่งมีลำดับศักดิ์ทางกฎหมายสูงสุดอีกครั้ง

โดยผลของมาตรา 4 ของรัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าว พนักงาน ลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ในฐานะสื่อมวลชนคนหนึ่ง จึงมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญดังกล่าวโดยไม่ตกอยู่ภายใต้อาณัติของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าของกิจการนั้น และการใช้เสรีภาพของสื่อมวลชนจะต้องไม่ขัดต่อจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพ โดยหากมีการรวมตัวกัน สื่อมวลชนย่อมมีสิทธิจัดตั้งองค์กรที่มีกลไกควบคุมกันเองขององค์กรวิชาชีพเพื่อปกป้องสิทธิ เสรีภาพ และเป็นธรรมได้

หน้าที่ของสื่อมวลชนตามธรรมวินัย จากพระโอษฐ์ของตุลาคศ : มาตรฐานขั้นต่ำ (ที่ควรจะเป็น)

นอกจากการใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นดังกล่าว และการทำหน้าที่ในการรักษาผลประโยชน์ของชาติแล้ว สื่อมวลชนยังจะต้อง

พุทธวจน

ผูกพันต้นตอนโยบายขององค์กร ทั้งจะต้องเคารพต่อข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นและนำเสนอเป็นข่าวภายใต้จริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพที่สมควรถูกกำหนดขึ้นตามธรรมเนียมจากพระโอษฐ์ของตถาคตที่เป็นธรรมให้ผลไม่จำกัดกาล โดยข่าวที่ตนจะนำเสนอต่อประชาชนนั้น จะต้องเป็นข่าวที่มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ ข่าวที่เป็นเรื่องจริง แท้ และประกอบด้วยประโยชน์ การนำเสนอข่าวที่ไม่จริง ไม่แท้ แม้ประกอบด้วยประโยชน์ หรือข่าวที่จริง แท้ แต่ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ จึงเป็นการนำเสนอข่าวที่ไม่สอดคล้องตามธรรมเนียม

เมื่อสื่อมวลชนตัดสินใจที่จะเสนอข่าวลักษณะดังกล่าวแล้ว ควรเลือกนำเสนอข่าวนั้นตามกาลที่เหมาะสมด้วย แม้ว่าข่าวนั้นจะเป็นที่รักที่พึงใจของผู้อื่นหรือไม่ก็ตาม โดยก่อนที่จะนำเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็นใด ๆ สื่อมวลชน

จะต้องวินิจฉัยยวจริกรรม โดยหากพิจารณา รู้สึกว่า วจริกรรมที่เราใคร่จะทำนี้ เป็นไปเพื่อเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เป็นวจริกรรมที่เป็นอกุศล มีทุกข์เป็นกำไร มีทุกข์เป็นวิบาก สื่อมวลชนไม่พึงกล่าววาจาเพื่อนำเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็นนั้น

ในทางกลับกัน ถ้าสื่อมวลชนพิจารณา รู้สึกว่า วจริกรรมที่เราใคร่จะทำนี้ ไม่เป็นไปเพื่อเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เป็นวจริกรรมที่เป็นกุศล มีสุขเป็นกำไร มีสุขเป็นวิบากแล้ว สื่อมวลชนพึงกล่าววาจาเพื่อนำเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็นนั้น

ครั้นเลือกลักษณะและเวลาในการนำเสนอข่าวได้แล้ว สื่อมวลชนยังคงต้องคำนึงถึงวิธีการนำเสนอข่าวและการแสดงความคิดเห็นตามสัจยจริงอย่างอ่อนหวาน ประกอบด้วยประโยชน์ ด้วยเมตตาจิต และควรแก่เวลา รวมทั้งมีหน้าที่นำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นด้วยสัมมาวาจา หรือความสะอาดทางวาจาครบถ้วนทั้ง 4 วิธี ดังนี้

1. เว้นขาดจากการกล่าวคำเท็จ

เมื่อสื่อมวลชนไปสู่สภา บริษัทท่ามกลางหมู่ญาติ ศาลาประชาคม ราชสกุล อันเข้านาตนไปเป็นพยาน เมื่อรู้อย่างไร ให้กล่าวไปอย่างนั้น

เมื่อไม่รู้ ก็กล่าวว่า ไม่รู้

เมื่อรู้ ก็กล่าวว่า รู้

เมื่อไม่เห็น ก็กล่าวว่า ไม่เห็น

เมื่อเห็น ก็กล่าวว่า เห็น

เพราะเหตุตนเอง ผู้อื่น หรือเห็นแก่อาภิส ก็ตาม

2. เว้นขาดจากการกล่าวคำส่อเสียด

เมื่อสื่อมวลชนได้ฟังข้อเท็จจริงจากฝ่ายนี้แล้ว ไม่เก็บไปบอกฝ่ายโน้น เพื่อแตกจากฝ่ายนี้ และได้ฟังข้อเท็จจริงจากฝ่ายโน้นแล้ว ไม่เก็บมาบอกแก่ฝ่ายนี้ เพื่อแตกจากฝ่ายโน้น

แต่สื่อมวลชนจะต้องสมานคนที่แตกกันแล้วให้กลับพร้อมเพรียงกัน อุดหนุนคนที่พร้อมเพรียงกันอยู่ให้พร้อมเพรียงกันยิ่งขึ้น ชอบยินดี พอใจในการพร้อมเพรียง และควรกล่าวแต่ วาจาที่ทำให้พร้อมเพรียงกัน

3. เว้นขาดจากการกล่าวคำหยาบ

สื่อมวลชนจะต้องกล่าวแต่ วาจาที่ไม่มีโทษ เสนาะโสด ให้เกิดความรัก เป็นคำพู่ใจ เป็นคำสุภาพที่ชาวเมืองเขาพูดกัน และเป็นທີ່ใครที่พอใจของมหาชน

4. เว้นขาดจากการกล่าวคำเพ้อเจ้อ

สื่อมวลชนจะต้องกล่าวแต่ในเวลาอันสมควร กล่าวแต่คำจริง เป็นประโยชน์ เป็นธรรม กล่าวแต่ วาจาที่มีที่ตั้ง มีหลักฐานที่อ้างอิง มีเวลาจบ ประกอบด้วยประโยชน์ และสมควรแก่เวลา

ขณะกำลังเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็น สื่อมวลชนจะต้องวินิจฉัยวิจารณ์นั้นอีกครั้ง โดยหากพิจารณาว่า วาจาที่เรา กำลังกระทำนี้ เป็นไปเพื่อเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เป็นวาจาที่เป็นอกุศล มีทุกข์เป็นกำไร มีทุกข์เป็นวิบาก สื่อมวลชนพึงเลิกกล่าว วาจาที่เพื่อนำเสนอข่าวหรือแสดงความคิดเห็น

ในทางกลับกัน ถ้าสื่อมวลชนพิจารณาว่า วาจาที่เรา กำลังกระทำนี้ไม่เป็นไปเพื่อเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เป็นวาจาที่เป็นกุศล มีสุขเป็นกำไร มีสุขเป็นวิบากแล้ว

สื่อมวลชนพึงเร่งกล่าววาจาเพื่อนำเสนอข่าว และแสดงความคิดเห็น รวมทั้งมีหน้าที่หลีกเลี่ยงการนำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นด้วยความไม่สะอาดทางวาจาใน 4 ลักษณะ ดังนี้

1. การกล่าวคำเท็จ

เมื่อรู้อย่างไร ไม่กล่าวไปอย่างนั้น

เมื่อไม่รู้ ก็กล่าวว่า รู้

เมื่อรู้ ก็กล่าวว่า ไม่รู้

เมื่อไม่เห็น ก็กล่าวว่า เห็น

เมื่อเห็น ก็กล่าวว่า ไม่เห็น

เพราะเหตุตนเอง ผู้อื่น หรือเห็นแก่อาณัติ ก็กล่าวเท็จทั้งที่รู้อยู่

2. การกล่าวคำส่อเสียด

เมื่อฟังข้อเท็จจริงจากฝ่ายนี้แล้วไปบอกฝ่ายโน้น เพื่อทำลายฝ่ายนี้ หรือฟังข้อเท็จจริงจากฝ่ายโน้นแล้ว มาบอกฝ่ายนี้ เพื่อทำลายฝ่ายโน้น เป็นผู้ทำคนที่สามัคคีกันให้แตกกัน หรือทำคนที่แตกกันแล้วให้แตกกันยิ่งขึ้น พอใจ ยินดี เพลิดเพลินในการแตกกันเป็นพวก และเป็นผู้กล่าววาจาที่กระทำให้แตกกัน เป็นพวก

3. การกล่าวคำหยาบ

การกล่าวคำกล้าแข็ง แสบเผ็ดต่อผู้อื่น กระทบกระเทียบผู้อื่น แวดล้อมอยู่ด้วยความโกรธ และไม่เป็นไปเพื่อสมาน

4. การกล่าวคำเพ้อเจ้อ

การกล่าวไม่ถูกกาล ไม่กล่าวตามจริง กล่าวไม่อิงอรรถ ไม่อิงธรรม กล่าววาจาไม่มีที่ตั้ง อาศัย ไม่ถูกกาลเทศะ ไม่มีจุดจบ และไม่ประกอบด้วยประโยชน์

ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้ตนได้รับวิบากแห่งกรรมใน 4 ลักษณะ กล่าวคือ

ถูกกล่าวด้วยคำไม่จริง หากสื่อมวลชน
คนใดกล่าวคำเท็จ

แตกต่างจากมิตร หากสื่อมวลชนคนใด
กล่าวคำส่อเสียด

ได้ฟังเสียงที่ไม่น่าพอใจ หากสื่อมวลชน
คนใดกล่าวคำหยาบ และ

วาทะที่ไม่มีใครเชื่อถือ หากสื่อมวลชน
คนใดกล่าวคำเพ้อเจ้อ

เมื่อสื่อมวลชนเลือกลักษณะ เวลา
และวิธีการนำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็น
โดยหลีกเลี่ยงการกล่าวคำพูดที่ไม่สมควรทั้ง 4
ลักษณะแล้ว เมื่อนั้น การทำหน้าที่ของสื่อมวลชน
คนนั้น ก็เป็นไปตามธรรมเนียมจากพระโอษฐ์ของ
ตถาคต จึงไม่อาจถูกวิญญูชนคนใดติเตียนได้โดย
ธรรมเนียมนั้น

ถึงที่สุด เมื่อการนำเสนอข่าวหรือแสดง
ความคิดเห็นจบลง สื่อมวลชนจะต้องประเมิน
ผลจากการทำหน้าที่อีกครั้ง ถ้าพิจารณาแล้ว
รู้สึกว่ วาจิกรรรมที่เรากะทำแล้วนี้เ็นไปเพือ
เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เ็น
วาจิกรรรมที่เป็นอกุศล มีทุกขเป็นกำไร มีทุกข
เป็นวิบาก สื่อมวลชนพึงเปิดเผยความผิดพลาด
ต่อประชาชนแล้วสำรวมระวังเพื่อป้องกันมิให้
มีการนำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นอย่าง
เดียวกันนั้นอีก

ในทางกลับกัน ถ้าสื่อมวลชนพิจารณา
แล้วรู้สึกว่ วาจิกรรรมที่เรากะทำแล้วนี้เ็นไป
เพื่อเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น หรือทั้งสองฝ่าย เ็น
วาจิกรรรมที่เป็นกุศล มีสุขเป็นกำไร มีสุขเป็นวิบาก
สื่อมวลชนนั้นพึงอยู่ด้วยปิตีและปราโมทย์ต่อไป

ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นผู้มีอิทธิพลต่อ

การขึ้นนำสังคม สื่อมวลชนจึงต้องมีความกล้าหาญ
ที่จะกล่าวสรรเสริญบุคคลที่ควรสรรเสริญ และ
กล่าวติเตียนบุคคลที่ควรติเตียนตามที่เป็นจริง
โดยกาลอันควร ขนานแล้วขนานอีก ชี้อโทษแล้ว
ช้อโทษอีกไม่มีหยุด เพื่อรักษาผลประโยชน์ของชาติ
ในฐานะผลประโยชน์ของประชาชน

ความรู้เท่าทันสื่อ : มาตรฐานขั้นต่ำ (ที่ควรจะเป็น)



สื่อมวลชนมีเสรีภาพในการนำเสนอ
ข่าวและแสดงความคิดเห็นตามกฎหมาย ส่วน
ประชาชนก็มีเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
และความคิดเห็นของสื่อมวลชนผ่านช่องทางใน
การสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นสถานีวิวิทยุกระจายเสียง
และสถานีวิวิทยุโทรทัศน์โดยเมื่อประชาชนฟังข่าว
และความคิดเห็นของสื่อมวลชนแล้ว ประชาชน
ต้องพิจารณาเนื้อหาของข่าว ความคิดเห็น รวมทั้ง
ลักษณะของข่าว เวลาในการนำเสนอข่าว และวิธี
การนำเสนอข่าวโดยแยกแยะก่อนแล้วจึงถือเอา
ว่าจริงและปฏิบัติตาม การที่ประชาชนจะรู้เท่าทัน

สื่อได้นั้น จะต้องอาศัยธรรมวินัยจากพระโอษฐ์
ของตถาคตทั้ง 4 ประการ เป็นเครื่องมือวินิจฉัย
ดังนี้

1. กาลามสูตร

เมื่อฟังข่าว หรือความคิดเห็นผ่าน
สื่อมวลชนแล้ว อย่าเพิ่งถือเอาว่าจริง เพราะเหตุ
สักว่า

ฟังตาม ๆ กันมา

กระทำตาม ๆ กันมา

เล่าลือกันอยู่

มีที่อ้างในปฏิภม

การใช้เหตุผลทางตรรกศาสตร์

การใช้เหตุผลทางนัยะสันนิษฐาน

การตรึกตามอาการ

ทนต่อการเพ่งแห่งทิฐิ

ฟังดูน่าเชื่อ

ผู้พูดเป็นครูของตน

แต่เมื่อเราได้ใคร่ครวญและรู้ด้วย
ตนเองว่า ข่าวและความคิดเห็นที่รับฟังนั้น เป็น
อกุศล มีโทษ วิทยุชนคติเตยน ปฏิบัติตามแล้ว
เป็นไปเพื่อความทุกข์ไม่เป็นประโยชน์เกื้อกูล ฟัง
ปฏิเสธข่าวหรือความคิดเห็นนั้นเสีย

ในทางกลับกัน เมื่อเราได้ใคร่ครวญ
และรู้ด้วยตนเองว่า ข่าวและความคิดเห็นที่รับฟัง
นั้น เป็นกุศล ไม่มีโทษ วิทยุชนสรรเสริญ ปฏิบัติ
ตามแล้วเป็นไปเพื่อความสุข เป็นประโยชน์เกื้อกูล
พึงรับข่าวหรือความคิดเห็นเหล่านั้นไว้เพื่อปฏิบัติ
ตามต่อไป

2. ปฏิจ্ঞสมุปบาท

เมื่อฟังข่าว หรือความคิดเห็นผ่าน
สื่อมวลชนแล้ว ให้ทำไว้ในใจโดยแยบคายว่า

เมื่อสิ่งนี้มี สิ่งนี้จึงมี

เพราะความเกิดขึ้นแห่งสิ่งนี้ สิ่งนี้จึง
เกิดขึ้น

เมื่อสิ่งนี้ไม่มี สิ่งนี้จึงไม่มี

เพราะความดับไปแห่งสิ่งนี้ สิ่งนี้จึงดับไป

เมื่อทำไว้ในใจโดยแยบคายอย่างนี้แล้ว

เราย่อมทราบเหตุและผลของข่าวและความคิดเห็น
ที่รับฟังนั้น

3. สัจจานุรักษณา

เมื่อฟังข่าว หรือความคิดเห็นผ่าน
สื่อมวลชนแล้ว อย่าเพิ่งสันนิษฐานโดยส่วนเดียว
ว่า “อย่างนี้เท่านั้นจริง อย่างอื่นเปล่า” แม้ว่าตน
จะเชื่อ ชอบใจ ตรัสรู้ไปตามเหตุผลที่แวดล้อม
และกระทั้ง มีข้อยุติที่ทนต่อการเพ่งพินิจด้วย
ความเห็นเรียบร้อยแล้ว มิฉะนั้น เราย่อมไม่อาจ
ตามรักษาไว้ซึ่งความจริงจากข่าวหรือความคิดเห็น
ของสื่อมวลชนได้

4. สัลเลชธรรม

เมื่อฟังข่าว หรือความคิดเห็นผ่าน
สื่อมวลชนแล้ว เราพึงขุดเกลาค้นเองว่า

เมื่อผู้อื่นพูดเท็จ เราจักเว้นขาดจากการ
พูดเท็จ

เมื่อผู้อื่นพูดส่อเสียด เราจักเว้นขาด
จากการพูดส่อเสียด

เมื่อผู้อื่นพูดคำหยาบ เราจักเว้นขาด
จากการพูดคำหยาบ

เมื่อผู้อื่นพูดเพ้อเจ้อ เราจักเว้นขาด
จากการพูดเพ้อเจ้อ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มักโกรธ เราจักเป็นผู้ไม่
มักโกรธ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ผูกโกรธ เราจักเป็นผู้ไม่
ผูกโกรธ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ลบหลู่คุณ เราจักเป็น
ผู้ไม่ลบหลู่คุณ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้แข่งดี เราจักเป็นผู้ไม่
แข่งดี

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ริษยา เราจักเป็นผู้ไม่
ริษยา

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ตระหนี่ เราจักเป็นผู้ไม่
ตระหนี่

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้โอ้อวด เราจักเป็นผู้ไม่
โอ้อวด

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มีมารยา เราจักเป็น
ผู้ไม่มีมารยา

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้กระด้าง เราจักเป็นผู้ไม่
กระด้าง

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ดูหมิ่นท่าน เราจักเป็น
ผู้ไม่ดูหมิ่นท่าน

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ว่ายาก เราจักเป็น
ผู้ว่าว่าง

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มีมิตรชั่ว เราจักเป็น
ผู้มีมิตรดี

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ประมาท เราจักเป็นผู้ไม่
ประมาท

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ไม่มีสัทธา เราจักเป็น
ผู้มีสัทธา

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ไม่มีหิริ เราจักเป็นผู้มีหิริ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ไม่มีโอตตปปะ เราจัก
เป็นผู้มีโอตตปปะ

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มีสุตะน้อย เราจักเป็นผู้
มีสุตะมาก

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้ขี้เกียจ เราจักเป็น
ผู้ปรารถนาความเพียร

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มีสติหลงลืม เราจักเป็น
ผู้มีสติตั้งมั่น

เมื่อผู้อื่นเป็นผู้มีปัญญาทึบ เราจัก
เป็นผู้ถึงพร้อมด้วยปัญญา

หากประชาชนใช้หลักกาลามสูตร
ปฏิจจสมุปบาท สัจจานุรักขณา และสัลเลข
ธรรม เป็นเครื่องมือวินิจฉัยข่าวหรือความคิดเห็น
ผ่านสื่อมวลชนแล้ว ย่อมเป็นการยากที่ประชาชน
จะตกเป็นเหยื่อของความไม่รู้ ดังนั้น ธรรม 4
อย่างนี้ จึงเอื้อประโยชน์ต่อความรู้เท่าทันสื่อของ
ประชาชน

วิธีการศึกษา

บทความนี้ถูกเขียนขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือ
ในการพัฒนาและกำกับดูแลการประกอบ
กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ในมิติ
นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ และการจัดการในหัวข้อ
การกำกับดูแลเนื้อหา และการคุ้มครองผู้บริโภค
และเป็นเครื่องมือที่สื่อมวลชนในสถานีวิทยุ
กระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ สามารถ
นำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบวิชาชีพ โดย
ศึกษาข้อมูลจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร
ไทย พุทธศักราช 2550 รัฐธรรมนูญแห่งราช-
อาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พ.ศ. 2557
และประกาศ คสช. ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหมวด
ธรรมวินัยจากพระโอษฐ์ของตถาคตที่ปรากฏใน
พระไตรปิฎก

บทสรุป

นอกจากสื่อมวลชนจะมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้แล้ว สื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่รักษาผลประโยชน์ของชาติ นำเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นตามสัจยจริง อย่างอ่อนหวาน ประกอบด้วยประโยชน์ ด้วยเมตตาจิต และควรใช้เวลา รวมทั้งเว้นขาดจากการกล่าวคำเท็จ คำส่อเสียด คำหยาบ และคำเพ้อเจ้อ เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอข่าวหรือการแสดงความคิดเห็นที่สร้างความเกลียดชัง หรือยุยงให้ประชาชนที่มีความคิดเห็นทางการเมืองแตกต่างกัน ทำร้ายหรือฆ่ากันในที่สุด

ขณะเดียวกัน ประชาชนก็มีเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมีสิทธิเรียกร้องเพื่อมิให้ตนถูกปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจากสื่อกระแสหลักและสื่อทางเลือก รวมทั้งจะต้องรู้เท่าทันข่าว และความคิดเห็นที่สื่อมวลชนแต่ละคนนำเสนอ เพื่อบริโภคสื่ออย่างแยกคาง และการเพื่อมิให้ตนต้องตกเป็นเหยื่อของสื่อเหล่านั้น ๆ เอง เพียงเพราะความไม่รู้

นั่นจึงเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทั้งสื่อมวลชนและประชาชนจะต้องเรียนรู้สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของกันและกันภายใต้องค์ความรู้ทางนิติศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ยิ่งไปกว่านั้น ประชาชนจะต้องรู้เท่าทันสื่อ ในฐานะที่สื่อมี

อิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งทางเจริญและทางเสื่อมของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ทั้งที่เป็นสื่อกระแสหลัก สื่อทางเลือก และสื่อเฉพาะกิจ ที่กำลังถาโถมเข้าและ ความคิดเห็นเข้าไปสู่ประชาชนในยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม อันจะเป็นช่องทางหนึ่งในการคุ้มครองให้ประชาชนเสพสื่อที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เห็นสมควรนำธรรมนูญจากพระโอษฐ์ของตถาคตที่ปรากฏในพระไตรปิฎก มาใช้เป็นแม่แบบในการยกร่างจริยธรรมแห่งการประกอบวิชาชีพว่าด้วย “สิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่” ตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ และเห็นสมควรเผยแพร่ธรรมนูญนั้นเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้ประชาชนรู้จักสิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ของสื่อ และมี “ความรู้เท่าทันสื่อ”

บรรณานุกรม

- กองตำราคณะธรรมทาน. อริยสัจจากพระโอษฐ์ ภาคปลาย. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร : ธรรมทานมูลนิธิ, 2552.
- มูลนิธิพุทธโสธร. พุทธวจน ปฐมธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : คิว พรินท์แมเนจเม้นท์, 2553.



020



รุก ล้วง ลึก: กลวิธีการสัมภาษณ์ บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทาง เลือกใหม่ภายใต้กรอบจริยธรรมวิชาชีพ

อรวี บุณนาค

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ช่องทางเลือกใหม่ภายใต้หลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ เก็บข้อมูลจากรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสที่เผยแพร่ทางช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ ได้แก่ โทรทัศน์ระบบดาวเทียม โทรทัศน์ระบบสายเคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิตอล และสื่ออินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ช่องทางเลือกใหม่มีความสัมพันธ์กับหลักจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ (1) การนำเสนอข้อเท็จจริงของข้อมูล (2) การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน

และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ประกอบด้วย การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว การแสดงการดูถูกเหยียดหยาม และการไม่ให้ความเป็นธรรมกับบุคคลที่สาม (3) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (4) การปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง ประกอบด้วย การคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่มีความรุนแรง และการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ เพศวิถี หรือเพศสัมพันธ์ และ (5) การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง ประกอบด้วย การวิพากษ์ การประณาม ดูถูกเหยียดหยาม และการสื่อสารที่ทำให้รู้สึกถึงการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย การนิยามบุคคลในเชิงลดคุณค่าและการตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลบและการสื่อสารแสดงนัยของการกีดกันออกจากสังคม

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคการแข่งขันทางการตลาดของวงการโทรทัศน์ที่กำลังดำเนินไปอย่างเข้มข้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกใหม่ในการรับชมรายการทางโทรทัศน์ได้หลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่จำกัดอยู่เพียงสื่อโทรทัศน์ช่องกระแสหลักซึ่งผูกขาดโดยช่องฟรีทีวีเพียง 6 ช่อง แต่ในปัจจุบันเมื่อเข้าสู่ยุคการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งนอกจากเพิ่มคุณภาพความคมชัดในการรับชมแล้วยังส่งผลให้ช่องรายการโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นเป็น 48 ช่อง ประกอบกับกระแสการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของโทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลทีวีซึ่งเกิดจากปัจจัยหลัก คือ คุณภาพสัญญาณในการรับชม ความหลากหลายของช่องรายการ ราคาติดตั้งและค่าสมาชิกที่ถูกลงเป็นอย่างมาก ทำให้ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้ติดตั้งเคเบิลทีวีและจานดาวเทียม (รวม True visions) ของไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดดจาก 20% ของจำนวนครัวเรือนทั่วประเทศในปี ค.ศ. 2008 เป็น 64% ในปี ค.ศ. 2012 หรือคิดเป็นการเติบโตเฉลี่ยปีละ 40% (จาตุรนต์ อำไฟ, 2556, ออนไลน์)

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการวางระบบในการรับชมรายการย้อนหลัง เพิ่มช่องทางในการรับชม และสร้างสรรค์รายการในรูปแบบที่แตกต่างไปจากรายการโทรทัศน์ช่องเดิม ๆ ทั้งการเพิ่มความเข้มข้น ความหลากหลาย ความแปลกใหม่ รูปการนำเสนอแบบรายการเจาะลึก เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของผู้บริโภคสื่อ นำไปสู่ความสามารถในการดึงดูดฐานผู้ชมให้มากขึ้น

รายการโทรทัศน์ประเภทรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสเป็นรายการโทรทัศน์ในช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยม โดยมีการปรับรูปแบบการสัมภาษณ์ด้วยการใช้ถ้อยคำภาษา การนำเสนอเนื้อหาในการสัมภาษณ์และกลวิธีการดำเนินการสัมภาษณ์ในลักษณะที่ “แรง” “รุก” “ล้วง” และ “เจาะลึก” กลายเป็นรูปแบบรายการสัมภาษณ์ที่เป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากผู้ชมอย่างล้นหลาม แทนที่รายการสัมภาษณ์ประเภทยกย่อง ให้เกียรติ ชื่นชม และใช้ภาษาเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่ผู้ให้สัมภาษณ์ กระแสความนิยมดังกล่าวปรากฏชัดเจนเมื่อรายการสัมภาษณ์ที่ออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มของสื่อใหม่ ทั้งโทรทัศน์ระบบดาวเทียม โทรทัศน์ระบบสายเคเบิลและโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแพร่กระจายผ่านช่องทางการรับชมที่หลากหลาย นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการยังนำมาเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ยอดนิยมอย่าง YouTube ทำให้ปรากฏจำนวนครั้งของการเข้าชม (views) ถึงหลักแสนและหลักล้าน

แม้ว่ารูปแบบและการใช้ภาษาในรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสแบบ “ถึงพริกถึงขิง” จะ “สะใจ” ผู้ชมบางกลุ่ม และตัวผู้ให้สัมภาษณ์เองก็เข้าใจรูปแบบรายการก่อนตัดสินใจร่วมรายการ และปฏิเสธไม่ได้ว่ากระแสวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบยิ่งทำให้รายการ ตัวพิธีกร ตลอดจนผู้ให้สัมภาษณ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามก็เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมในด้านเนื้อหาและภาษา เข้าข่าย

ละเมิดหลักจริยธรรมด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผู้เขียนจึงสนใจศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ช่องทางเลือกใหม่ในมิติจริยธรรมดังกล่าว ซึ่งเป็นภาพสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของรายการโทรทัศน์ในยุคเปลี่ยนผ่าน เนื่องจากภาษาและตัวบทเป็นกระบอกสะท้อนสังคมได้อย่างชัดเจน

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ช่องทางเลือกใหม่ภายใต้หลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์

3. นิยามศัพท์

3.1 รายการสัมภาษณ์(Interview program) หมายถึง รายการที่ออกอากาศด้วยการเสนอการพูดคุยของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยคนหนึ่งทำหน้าที่ถามแทนผู้ฟังเพื่อถ่ายทอดแนวความคิด ความรู้หรือข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยเสียงของผู้ร่วมรายการไปสู่ผู้ฟังโดยตรง ทั้งนี้ต้องมีวัตถุประสงค์และหัวข้อเรื่องการพูดคุยนั้นอย่างชัดเจน (สุรินทร์ แปลงประสพโชค, 2546: 366)

3.2 ช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ หมายถึง ช่องโทรทัศน์ใหม่ นอกเหนือจากโทรทัศน์ช่องกระแสหลักซึ่งผูกขาดโดยช่องฟรีทีวีเพียง 6 ช่อง คือ ช่อง 3,5,7,9,11 และ TPBS ในที่นี้เก็บข้อมูลจากรายการโทรทัศน์ช่อง One HD ช่อง 2 Starmax และช่อง 8

3.3 บุคคลในกระแส หมายถึง บุคคลสาธารณะที่กำลังตกเป็นข่าวหรือกำลังมีชื่อเสียงโด่งดังจากประเด็นข่าวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ได้รับเชิญมาออกรายการสัมภาษณ์ จึงได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป

4. วิธีการศึกษา

4.1 การเก็บข้อมูล

ผลการศึกษาในบทความนี้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกร โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลที่น่าสนใจมาศึกษา ดังนี้

(1) รูปแบบรายการเป็นการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสที่กำลังตกเป็นข่าวและได้รับความสนใจจากประชาชนในขณะที่ยออกรายการสัมภาษณ์นั้น

(2) เป็นรายการสัมภาษณ์ที่ออกอากาศผ่านแพลตฟอร์มของสื่อใหม่ ได้แก่ โทรทัศน์ระบบดาวเทียม โทรทัศน์ระบบสายเคเบิล โทรทัศน์ระบบดิจิทัลและผู้ผลิตรายการนำมาเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ YouTube

(3) คัดเลือกรายการโทรทัศน์ในตอนยอดนิยมโดยวัดจากจำนวนครั้งของการเข้าชม (views) มากที่สุดในเว็บไซต์ YouTube โดยสำรวจข้อมูลจำนวนครั้งการเข้าชมตั้งแต่จัดรายการ ถึงวันที่ 30 เมษายน 2557

จากการคัดเลือกข้อมูลดังกล่าว ปรากฏรายละเอียดข้อมูลที่ใช้นี้

1. รายการคนดั่งนังเคลียร์

ชื่อพิธีกรผู้ดำเนินการสัมภาษณ์:

ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์

ชื่อบุคคลในกระแสผู้ให้สัมภาษณ์:

สุระ ชีระกุล (นิกกี้)

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ:

ช่อง 2 Starmax

ชื่อบริษัทผู้ผลิต:

บริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน)

2. รายการปากโป้ง

ชื่อพิธีกรผู้ดำเนินการสัมภาษณ์:

กรรชัย กำเนิดพลอย (หนู่ม) และ

พรชิตา ณ สงขลา (เบนซ์)

ชื่อบุคคลในกระแสผู้ให้สัมภาษณ์:

ฮาร์เวิร์ด หวัง และ

อมลวรรณ สิริกิตติรัตน์ (เอมมี)

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ:

ช่อง 8

ชื่อบริษัทผู้ผลิต:

บริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน)

3. รายการ The Naked show โทรทัศน์

ชื่อพิธีกรผู้ดำเนินการสัมภาษณ์:

เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา
(น้ำเน็ก) และ

พัฒนศักดิ์ เรืองจำเนียร (สไปป์กี้)

ชื่อบุคคลในกระแสผู้ให้สัมภาษณ์:

มครินทร์ พุ่มสะอาด (เน วัดดาว)

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ:

ช่อง One HD

ชื่อบริษัทผู้ผลิต: บริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมี่

4. รายการสถานีแสบ

ชื่อพิธีกรผู้ดำเนินการสัมภาษณ์:

คชาภา ตันเจริญ (มดดำ) และ

ศานติ สุคันสนีย์ (โตโต้)

ชื่อบุคคลในกระแสผู้ให้สัมภาษณ์:

ลีนา จังจรรจา (ลีน่าจัง)

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ:

ช่อง One HD

ชื่อบริษัทผู้ผลิต: บริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมี่

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การถ่ายทอดเสียง
สัมภาษณ์เป็นตัวอักษร เป็นข้อมูลส่วนผู้สัมภาษณ์
และผู้ให้สัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลวิธี
การสัมภาษณ์ภายใต้หลักการจริยธรรมของ
ผู้ประกอบการวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์

ขั้นตอนที่ 3 การสรุป อภิปรายผลและ
ข้อเสนอแนะ

5. ผลการศึกษา

ผู้เขียนศึกษาพฤติกรรมการสัมภาษณ์บุคคล
ในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่
โดยวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาและภาษาที่ใช้
ดำเนินการสัมภาษณ์ภายใต้มิติหลักจริยธรรมและ
แนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบการวิชาชีพกระจาย-
เสียงและโทรทัศน์ หลักการดังกล่าวเป็นไปตาม
พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และ
กำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
มาตรา 27 (18) ประกอบกับพระราชบัญญัติการ

ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพ ตลอดจนควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม (กสทช., 2557: 12)

ผลการศึกษาทวิวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ภายใต้กรอบจริยธรรมขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปรากฏผลดังนี้

(1) การนำเสนอข้อเท็จจริงของข้อมูล

หลักจริยธรรมขั้นพื้นฐานของสื่อมวลชนคือการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารด้วยความรอบคอบ จากผลการศึกษาทวิวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่พบว่า ในบางครั้งพิธีกรตั้งคำถามในลักษณะการถามโดยการกล่าวอ้างแหล่งที่มาอย่างไม่เฉพาะเจาะจง หมายถึง การที่พิธีกรถามโดยกล่าวอ้างถึงแหล่งที่มาของประเด็นข่าวที่นำไปสู่ข้อคำถามนั้น ๆ โดยไม่ได้ระบุเจาะจงแหล่งข่าวว่าเป็นบุคคลใดและไม่ปรากฏการกล่าวอ้างพยานหรือหลักฐานที่ชัดเจน เป็นลักษณะการกล่าวอ้าง

ลอย ๆ เท่านั้น ตัวอย่างเช่น

หนุ่ม : ล่าสุด มีคลิปเสียงเสียงหนึ่งที่คุณไปป่าวประกาศว่า เป็นคลิปที่คุณพูดกับผู้จัดการเรื่องที่คุณมีอะไรกับผู้ชายคนนั้นคนนั้น แล้วจะเอาคลิปนี้ไปขายให้หนักข่าว

เอมมี : คลิปอะไร เอมมีไม่มีผู้จัดการ ไม่มีเลย

หนุ่ม : คนเค้าพูดกันมากี่เลยต้องมาถาม (รายการปากโป้ง)

จากตัวอย่างพิธีกรกล่าวอ้างแหล่งที่มาอย่างไม่เฉพาะเจาะจง โดยใช้คำสรรพนามบุรุษที่สามโดยไม่ได้ชี้เฉพาะบุคคล คือคำว่า “เค้า” แต่ไม่ได้ระบุว่าใคร แม้ว่าการกล่าวอ้างเป็นการแสดงให้เห็นว่าพิธีกรไม่ได้ตั้งคำถามเอง แต่เป็นคำถามที่มาจากผู้อื่นก็ตาม แต่การกล่าวอ้างในลักษณะดังกล่าวนี้ก็แสดงให้เห็นว่าไม่มีหลักฐานที่ชัดเจนหรือนำหนักเพียงพอในการสนับสนุนแหล่งข้อมูล ทำให้เป็นการลดทอนความน่าเชื่อถือของประเด็นที่น่าเสนอ

(2) การเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

การดำเนินรายการสัมภาษณ์ของพิธีกรเป็นการนำเสนอข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อมวลชนไปสู่การรับรู้ของสาธารณชน ดังนั้นพิธีกรและผู้ผลิตรายการต้องตระหนักถึงความสำคัญของการเคารพในหลักสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ทั้งของผู้ให้สัมภาษณ์และผู้ที่ถูกพาดพิงถึง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเนื้อหาและภาษาในรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ช่องทางเลือก

ใหม่ปรากฏการละเมิดหลักสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

(2.1) การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว การถามเรื่องส่วนตัวในเชิงลึก โดยเฉพาะการถามเรื่องเพศและการมรณัม ซึ่งประเด็นเรื่องเพศและการมรณัมมักไม่ได้รับการยอมรับให้เป็นหัวข้อที่หยิบยกมาพูดคุยในสังคมไทยภายใต้บริบทเรื่องค่านิยมและวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นประเด็นที่ไม่เหมาะสมที่จะนำมาเผยแพร่ในสื่อสาธารณะ แต่จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ ปรากฏการนำประเด็นเรื่องเพศและการมรณัมมานำเสนอ พูดคุย ถามตอบอย่างตรงไปตรงมาและลงรายละเอียดแบบเจาะลึก ปรากฏถ้อยคำบ่งชี้เรื่องเพศและการมรณัมทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งนี้แม้ว่าการถามเรื่องเพศและการมรณัมจะเข้าข่ายการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เนื่องจากเป็นเรื่องส่วนตัวที่ผู้ให้สัมภาษณ์อาจเกิดความอึดอัดใจในการตอบหรือให้ข้อมูล แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ข้อมูลกลับพบว่าคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏทั้งความเต็มใจให้ข้อมูลเชิงลึกและการบอกรับไม่ตอบคำถาม ตัวอย่างเช่น

ยังศักดิ์ : ผู้หญิงที่เดินเข้ามา เธอก็ให้ระบายความใคร่ เธอก็ยินดีจะแจกจ่ายน้ำ

นิกกี้ : ผมก็ไม่ได้ให้ ผมก็ดูคนด้วย ผมก็ต้องโดนด้วย หน้าต้องสวย นมต้องใหญ่ ผมก็ชอบคนสวย ถ้าไม่โดนก็ไม่ว่า

ยังศักดิ์ : คอนเน็กซ์ของคุณคือการมีเพศสัมพันธ์แบบปรีๆ ไข่ม้อยะ

นิกกี้ : คือการเอากันแบบไม่จายตั้งค์ มันก็ฟรีตลอดครับ

ยังศักดิ์ : วงการบันเทิงมีใครบ้างที่เสร็จคุณ

นิกกี้ : ผมขอไม่บอกได้มั๊ยครับ ผมค่อนข้างจะให้เกียรติเพศตรงข้าม ให้เค้าไปดีเถอะครับ (รายการคนดั่งนังเคลียร์)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าพิธีกรยกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการมีเพศสัมพันธ์มาถามผู้ให้สัมภาษณ์อย่างตรงไปตรงมา มีการลงรายละเอียดการถามอย่างเจาะลึกไปถึงเรื่องส่วนตัว ทั้งใช้คำที่มีความหมายโดยนัย แต่ก็จัดเป็นคำที่ในสังคมยังไม่ยอมรับให้ใช้ผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นจึงสังเกตได้ว่าคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏทั้งความเต็มใจให้ข้อมูลเชิงลึกและการบอกรับไม่ตอบคำถาม ทั้งนี้ การไม่ตอบคำถามข้อหลังนั้นอาจมีสาเหตุมาจากผู้ให้สัมภาษณ์เกรงว่าจะเป็นการพาดพิงและละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลที่เอ่ยถึงอีกทอดหนึ่ง

(2.2) การแสดงการดูถูกเหยียดหยาม พิธีกรใช้กลวิธีการถามในเชิงดูถูกเหยียดหยามผู้ให้สัมภาษณ์ ประเด็นที่พิธีกรยกมากล่าวส่งผลให้ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม แสดงการดูหมิ่น ไม่ให้เกียรติผู้ให้สัมภาษณ์ ตัวอย่างเช่น

ยังศักดิ์ : เคยได้ระดับนางเอกกับเค้าบ้างมั๊ยหรือได้แม่ค้า

นิกกี้ : (ขยับตัว) โห ผมก็พระเอกเก่า นะอาจารย์

(รายการคนดั่งนังเคลียร์)

จากตัวอย่างเนื้อความที่พิธีกรยกมา

นั้นเป็นเรื่องที่แสดงการดูถูกดูหมิ่น ไม่ให้เกียรติผู้ให้สัมภาษณ์ โดยดูถูกถึงสถานภาพทางสังคมคืออาชีพของผู้หญิงที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงคู่สาวด้วย คำถามดังกล่าวทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงอวัจนภาษาว่ารู้สึกอึดอัดและได้ตอบกลับมาว่าตนก็เคยเป็นพระเอกมาก่อน แสดงนัยความหมายว่าผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการจะแสดงให้เห็นถึงสถานภาพทางสังคมของตนว่าไม่ได้ต่ำต้อยแต่อย่างใด

(2.3) การไม่ให้เป็นธรรมกับบุคคลที่สาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏกลวิธีการถามพาดพิงบุคคลที่สาม คือ พิจารณาถามโดยกล่าวพาดพิงบุคคลที่สาม ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข้างต้นดังกล่าว จัดเป็นกลวิธีที่ละเมิดมารยาททางสังคมและเป็นการไม่ให้เป็นธรรมกับบุคคลที่สามที่กล่าวถึง เนื่องจากเป็นบุคคลที่ไม่อยู่ในกลุ่มสนทนา และไม่มีโอกาสเป็นผู้ชี้แจงหรือให้ข้อมูลโดยตรง ตัวอย่างเช่น

หนู่ม : แม่คุณให้คบกับเอมมีมัย
ผมถามตรง ๆ

ฮาเวิร์ด : ก็คือแม่ก็กลัวจะมีปัญหาขึ้น
อีก สังคมเพื่อนฝูงของผมก็ตำหนิเยอะมาก

(รายการปากโป้ง)

จากตัวอย่างพิจารณาถึงบุคคลที่สามคือมารดาของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งในทางสังคมและวัฒนธรรมไทยจัดว่าบุพการีเป็นบุคคลที่ต้องเคารพนับถือ ผู้เป็นลูกจึงไม่ควรกล่าวถึงบุพการีของตนในทางเสียหาย ในที่นี้ผู้ให้สัมภาษณ์จึงไม่ตอบคำถามอย่างตรงไปตรงมาว่ามารดาของตน

ให้เลิกคบกับคู่รักของตนหรือไม่ แต่กล่าวเลี่ยงในเชิงว่ามารดาแสดงความเป็นห่วงว่าจะเกิดปัญหา และผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ข้อมูลไปถึงบุคคลอื่นนอกเหนือจากมารดา เพื่อไม่ให้เกิดการเพ่งเล็งที่มารดาเกินไป แสดงให้เห็นว่าผู้ให้สัมภาษณ์ไม่เต็มใจในการเอ่ยถึงบุคคลที่สามที่เป็นผู้มีสถานภาพสูงกว่าอย่างบุพการี และเห็นได้ชัดว่ามารดาของผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ได้อยู่ในรายการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จึงไม่มีโอกาสโต้แย้งด้วยตนเอง

(3) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

กิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการกำหนดความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม และนำมาสู่การสร้างภาพตัวแทน บทบาทและความเข้าใจของสมาชิกในสังคมต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้ถูกต้อง บิดเบือนหรือเข้าใจผิดได้ (กสทช., 2557: 28) ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์จึงต้องตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านรายการโทรทัศน์ออกสู่สาธารณะ จากการศึกษาข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรรายการโทรทัศน์ ช่องทางเลือกใหม่พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมิติจริยธรรมในด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ยิ่งศักดิ์ : ต้องเรียนคุณผู้ชมนิดนึงว่าการเสวนาจะออกเรตบน 18 + นิดนึง อะไรที่ไม่เหมาะสม ไม่ควร ต้องรับทราบไว้ โปรดใช้วิจารณญาณกันนิดนึง แล้วก็อธิบายให้เยาวชนฟังว่าเป็นรายการที่ต้องพูดกันตรง ๆ รายการแรก

และรายเดี่ยวของเมืองไทยที่กล้าทำที่ช่อง
สตาร์แม็กซ์คะคุณผู้ชม

(รายการคนดั่งนังเคลียร์)

จากตัวอย่างข้างต้นพิธีกรได้กล่าว
เกริ่นนำเข้าสู่รายการโดยกล่าวเตือนให้ผู้ชมใช้
วิจารณญาณในการรับชมและจัดเรตติ้งรายการ
ของตนว่ามีเนื้อหาเหมาะกับผู้ชมอายุ 18 ปีขึ้นไป
โดยอ้างเหตุผลว่ารูปแบบของรายการเป็นรายการ
ที่พูดตรงและนำเสนอว่าลักษณะดังกล่าวเป็น
จุดเด่นของรายการ ซึ่งเป็นรายการแรกและ
รายการเดียวของประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้ว่า
พิธีกรจะกล่าวเตือนก่อนเข้ารายการ แต่เมื่อ
พิจารณาในมิติจริยธรรมด้านความผิดชอบต่อ
สังคมจะเห็นว่าผู้ประกอบการโทรทัศน์ ซึ่งใน
ที่นี้ได้แก่ ทั้งพิธีกร ผู้ผลิตรายการและผู้เกี่ยวข้อง
ยังคงมีหน้าที่หลักในการแสดงความรับผิดชอบ
ต่อสังคมเมื่อนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมออกสู่
สังคม ทั้งนี้เนื่องจาก “ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก
สื่อ เนื้อหาข่าวสารทั้งในรายการโทรทัศน์และ
วิทยุเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสาธารณะ ผู้ชม
ผู้ฟัง ผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้ประกอบการ
สื่อมีอาจผลักให้เป็นเรื่องของวิจารณญาณ
ในการรับชมของผู้บริโภคแต่ฝ่ายเดียวโดย
ไม่รับผิดชอบอะไร” (กสทช., 2557: 28)

เมื่อพิจารณาเนื้อหาของรายการ
โทรทัศน์ประเภทการสัมภาษณ์บุคคลในกระแส
ในโทรทัศน์ช่องทางเลือกใหม่มักปรากฏเนื้อหา
ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องชู้สาว ความขัดแย้งระหว่าง
บุคคล การซักถามเรื่องเพศ รสนิยมทางเพศ โดย
ไม่ได้อยู่ในลักษณะของความรู้และประโยชน์ต่อ

ผู้บริโภคสื่อ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในช่วงเปิด
รายการและช่วงการดำเนินการสัมภาษณ์จะ
ปรากฏเนื้อหาในทางไม่สร้างสรรค์หรือหมิ่นเหม่
ในเรื่องจริยธรรม แต่พิธีกรก็มักสรุปปิดท้าย
รายการโดยนำเสนอมุมมองที่เป็นประโยชน์
ต่อสังคม หรือแม้ว่าจะใช้ภาษาหรือนำเสนอ
เนื้อหาที่แสดงด้านภาพลักษณ์ด้านลบของผู้ให้
สัมภาษณ์ก็ตาม แต่ตอนปิดท้ายรายการพิธีกร
จะใช้ภาษาและการนำเสนอเนื้อความที่ทำให้ผู้ให้
สัมภาษณ์รู้สึกดีและข้อคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์
ตัวอย่างเช่น

ยิ่งศักดิ์: ทุกคนย่อมมีความคิดเป็นของ
ตนเอง แשרประสบการณ์ที่บนเส้นทางที่ผ่านมา
ซึ่งหลายคนบอกเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีทางเนกาทีฟ
แต่อาจารย์ยิ่งศักดิ์ต้องขอชื่นชม น้องนิกก็ที่กล้า
ออกมาบอกว่าตัวเองผ่านอะไรมาบ้าง และไม่
ต้องการให้น้อง ๆ นำไปเป็นตัวอย่าง ซึ่งหันกลับมา
ประกอบอาชีพสุจริต ถึงสินค้าจะขายเป็นอะไรนั้น
ใครจะไม่ซื้อก็ไม่สนเพราะไม่ได้มีใครมาช่วยเค้า
มีกินมีใช้ เค้าต้องทำด้วยตัวของเค้าเอง อาจารย์
ยิ่งศักดิ์ขออวยพรให้น้องนิกก็ ประสบความสำเร็จ
ถึงแม้จะเริ่มตั้งแต่ 4 เดือน ถึงแม้จะเป็นเรื่องราว
ไม่พันทตรงนั้นนัก ขอให้ประสบความสำเร็จแบบ
สุด ๆ พบกับคนดั่งนังเคลียร์ได้ใหม่คราวหน้า
เดี๋ยวจะส่งออเดอร์ชื่อของเค้านะคะ สวัสดีค่ะ

(รายการคนดั่งนังเคลียร์)

น้ำเน็ก : เราผมเชื่อว่าศักยภาพและสไตล์ของเน วัดดาวสามารถเติบโตในวงการบันเทิงได้ และเราสองคนจะเป็นส่วนหนึ่งที่ร่วมสนับสนุนคุณ (รายการ The Naked show โทรทัศน์)

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่าพิธีกรใช้กลวิธีการกล่าวถ้อยคำที่ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกดี แม้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นบุคคลในกระแสที่มีภาพลักษณ์ด้านลบแต่พิธีกรก็กล่าวชื่นชมโดยนำเสนอแง่มุมด้านบวกของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อคิดให้แก่ผู้ชม ซึ่งเป็นวิธีในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมได้วิธีหนึ่ง

(4) การปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง

รูปแบบของรายการ ภาษาและการนำเสนอเนื้อหาในรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ปรากฏเนื้อหาที่มีความเสี่ยงต่อผลกระทบที่อาจเกิดกับผู้บริโภคสื่อที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนได้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

(4.1) การคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่มีความรุนแรง หมายถึงการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการโทรทัศน์ที่เนื้อหาของรายการมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย ศีลธรรม อบายมุข มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับยาเสพติด พฤติกรรมอันธพาล ซึ่งหัวใจสำคัญคือการนำเสนอดังกล่าวต้องไม่ส่อไปในทางที่สนับสนุนให้เห็นว่าเป็นเรื่องโก้เก๋ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าพิธีกรมีการระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อเยาวชน มีความพยายามจะนำเสนอแง่มุมที่

ไม่ให้เยาวชนนำตัวอย่างที่ไม่ดีไปลอกเลียนแบบตัวอย่างเช่น

สไปป์กี้ : ผมจะบอกว่าในศตวรรษนี้คุณถือว่าเป็นนักเลงไอดอลของคนทั้งประเทศเลยนะ ทุกคนจับตาเราอยู่ หลังจากยุค 2499 นี้ได้หายไปนี่ก็ได้เป็นยุคของเน วัดดาว

น้ำเน็ก : หลุดจากแดง ไบเล่ย์ ก็มาเน วัดดาว เอาจัถามดีกว่า ทุกวันนี้ดังชะงั้น รู้สึกไง

เน วัดดาว : รู้สึกดี

น้ำเน็ก : มีเรื่องของผู้ชายคนหนึ่งที่คุณไม่เคยรู้ เค้ดั่งแก๊งขึ้นมา แต่เป็นแก๊งเด็ก ๆ ที่มารวมตัวกันด้วยเหตุผลอะไรก็ตามแต่ เล่าให้ฟังหน่อยว่ามีเด็ก ๆ มาฝากชีวิตไว้กับคุณมันเป็นยังไง

เน วัดดาว : ผมจะมีหลานมีน้องชวนมานั่งเล่นกัน ผมก็ดูแลไว้ มีอะไรก็คอยช่วยเหลือ พอมันอยู่ มันก็รู้สึกดี มีความสุขดีเราไม่กดขี่เด็ก ไม่ข่มเด็ก ไม่ได้เอาเปรียบเด็ก

น้ำเน็ก : เค้กก็มีครอบครัวของเขา แต่มารวมกลุ่มกัน ไม่ได้เป็นเด็กกำพร้า ไม่ได้เป็นเด็กมีปัญหา

เน วัดดาว : ไม่ใช่เป็นเด็กไม่ดีหรือเด็กมีปัญหา ผมจะดูแลเด็กไม่เชื่อไปถามผู้ใหญ่แถวนี้ได้เลย ถ้าเด็กพวกนี้ทำอะไรไม่ดี ต้องมาถึงผมก่อน ผมจะเป็นคนจัดการ เราอย่าไปมองว่าเด็กพวกนี้มีปัญหา เด็กพวกนี้บางทีเค้กก็ไม่รู้จะไปไหน เด็กหาเข้ากินค่า มีเวลาสอนลูกไม่มาก

(รายการ The Naked show โทรทัศน์)

จากตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหัวหน้ากลุ่มผู้มีอิทธิพลมีภาพลักษณ์ของความเป็น

“นักเลง” หรือบางคนมองว่าเป็นกลุ่มอันตราย แต่พิธีกรก็พยายามนำเสนอแง่มุมชีวิตในด้านบวก เพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนมองว่าความเป็นอันตรายเป็นสิ่งโก้เก๋

ยิ่งศักดิ์ : คุณผู้ฟังที่กำลังชมอยู่หน้าจอ เป็นวัยรุ่นเต็มไปหมด อาจมีปาร์ตงปาร์ตี้ คุณช่วยเตือนหน่อยนะจะเป็นกุศลสำหรับชีวิต

นิคกี้ : อย่าปาร์ตี้นะครับ ไม่ดีหรือครับ ที่สำคัญมันแพงมาก ทำให้ชีวิตร้าวฉาน ลองดูนะครับ ถ้าอยากให้ชีวิตบรรลัก็ลองดู

ยิ่งศักดิ์ : ไม่ได้นะจะอย่าไปเชิญชวนให้ไปลอง

(รายการคนดั่งนั่งเคลียร์)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าพิธีกรคำนึงถึงการปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในการนำเสนอประเด็นคำถามที่เกี่ยวกับยาเสพติด พิธีกรจึงขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวเตือนเยาวชนไม่ให้ข้องเกี่ยวกับยาเสพติด อีกทั้งยังมีการเน้นย้ำไม่ให้เชิญชวนไปลองยาเสพติดด้วย

(4.2) การคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ เพศวิถี หรือเพศสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ารายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสในช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ปรากฏเนื้อหาเรื่องเพศ การมีเพศสัมพันธ์ รสนิยมทางเพศสัมพันธ์ โดยนำเสนอด้วยภาษาที่โจ่งแจ้ง ตรงไปตรงมา เสี่ยงต่อผลกระทบที่อาจเกิดกับเด็กและเยาวชนในด้านการเรียน

แบบพฤติกรรมหรือการรับรู้ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมกับช่วงวัย ตัวอย่างเนื้อหาคำถามที่ปรากฏลักษณะดังกล่าวตัวอย่างเช่น

มดดำ : ทุกวันนี้คุณอ้างว่างเปล่า เปลี่ยวเดียวดายทุกวัน คุณเปล่าเปลี่ยวเดียวดาย ทำให้คุณต้องซื้อผู้ชายกิน

ลีน่าจิง : ไม่จริงค่ะ ประจำเดือนไม่มา 4 ปีแล้ว ตายด้านหมดเลย เมื่อวันก่อนมีไอ้แก่เฒ่า ตัดหน้ากลับ โทรเข้ามาถือถือ จะขอเข้ามาช่วยทำงาน โดยไม่คิดตังค์ ขึ้นเลยบอก มาช่วยขายโฆษณา ขึ้นให้เดือนละ 30,000 เขาบอกไม่ใช่ อยากจะมาช่วยทำงานฟรี ๆ ภูเขาไม่ว่าง วางหูใส่แม่งเลย

มดดำ : ทุกวันนี้เลี้ยงเด็กไว้กี่คน เลี้ยงเด็กไว้นอนกี่คน

ลีน่าจิง : ไม่มี บอกแล้วว่าตายด้านแล้ว (สถานีแสบแสบ)

หนุ่ม : คุณไปพูดพาดพิงถึงเค้าด้วย ว่าคุณขายประกันครั้งแรกก็โดนเค้าเคลมเลย

เอมมี : หนุ่มไม่ได้พูดนะจะว่าเค้าเคลมไม่ได้พูด ให้สาบานให้ตายโหงตายห่า

(รายการปากโป้ง)

ยิ่งศักดิ์ : ผู้หญิงที่เดินเข้ามา เธอก็ให้ระบายความใคร่ เธอก็ยินดีจะแจกจ่ายน้ำ

นิคกี้ : ผมก็ได้ให้ ผมก็ดูคนด้วย ผมก็ต้องโดนด้วย หน้าต้องสวย นมต้องใหญ่ ผมก็ชอบคนสวย ถ้าไม่โดนก็ไม่เอา

ยิ่งศักดิ์ : คอนเน็กของคุณคือการมีเพศสัมพันธ์แบบฟรี ๆ ไข่ม้อยะ

นิกกี้ : คือการเอากันแบบไม่จ่ายดังค์
 มันก็ฟรีตลอดครับ

นิกกี้ : ผมทำผลิตภัณฑ์เองทำไมผมจะ
 ดูผู้หญิงไม่ออก ผมทำหนังเอากันทุกวัน

ยิ่งศักดิ์: **ขอประทานโทษค่ะตลอดชีวิต
 ที่เกิดมาทุกลมหายใจ ไม่เคยพ้นเรื่อง ค.ๆ ห.ๆ**

นิกกี้: ก็อาจารย์เชิญผมพูดเรื่อง ค.ๆ
 ห.ๆ อาจารย์เชื่อผม ถ้าเรื่องที่ผมมาชวนคุย
 ถ้ามันไม่สบผมไม่มาหรอก เงินแค่นี้ ผมขายสินค้า
 วันหนึ่งเป็นแสน ผมมาเพราะผมอยากจะมา
 เคลียร์ ผมไม่ต้องออกอีเว้นท์ผมก็ได้เงินเป็นแสน
 ใครโทรมาให้เงินผม ผมไม่รับ ผมไม่มีเวลาทำ
 พวกนี้

(รายการคนดั่งนั่งเคลียร์)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการนำเสนอ
 เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศอย่างชัดเจนผ่านถ้อยคำ
 ภาษาทั้งทางตรงและอ้อมผ่านภาษาทางอ้อมที่สื่อ
 ความหมายถึงการมีเพศสัมพันธ์ ได้แก่ ชื่อผู้ชาย
 กิน โดนเค้าเคลม แจกจ่ายน้ำ เรื่อง ค.ๆ ห.ๆ ซึ่ง
 ความสามารถในการตีความของผู้ชมที่เป็นเด็ก
 และเยาวชนก็เป็นไปตามช่วงวัย ทั้งนี้ กรณีที่
 ตีความหมายไม่ออกแต่เด็กและเยาวชนก็อาจจะ
 นำไปชักถามข้อสงสัยจากผู้อื่น ซึ่งจัดเป็นพฤติกรรม
 ที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์คำตอบ
 ของผู้ให้สัมภาษณ์จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นได้อย่าง
 ชัดเจนถึงเจตนา วัตถุประสงค์และรูปแบบของ
 รายการในตอนนี้ออกอากาศนี้ว่ามุ่งเน้นหัวข้อ
 สนทนาเกี่ยวกับเรื่องเพศ

(5) การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

(Hated Communication) หรือถ้อยคำที่สร้างความ
 ความเกลียดชัง (Hate Speech) หมายถึงปัญหา
 ที่สื่อมวลชนอาจเผลอมีส่วนในการร่วมสร้างความ
 แยกแยะของผู้คนในสังคม คือการแสดงออกต่อ
 บุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมีฐานอคติเกี่ยวกับ
 เชื้อชาติ ชนชั้น ความผิดแผกทางเพศ สถานที่เกิด
 อุดมการณ์ทางการเมือง กลุ่มวัฒนธรรม ศาสนา
 หรือคุณลักษณะอื่นใดที่นำไปสู่การแตกแยกได้
 (กสทช., 2557: 28)

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ถ้อยคำ
 การสื่อสารในรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแส
 ของพิธีกรช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่ไม่ได้เข้าข่าย
 การสื่อสารที่มีส่วนร่วมในการสร้างความแตกแยก
 ของผู้คนในสังคมอย่างรุนแรงถึงขั้นทำให้เกิด
 สถานการณ์ความรุนแรงในสังคม นำไปสู่การ
 แบ่งแยก แยกแยะ หรือสร้างความเกลียดชัง
 ของผู้คนในชาติถึงระดับการนำไปสู่จลาจลหรือ
 สงคราม แต่อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์
 ข้อมูลพบว่า พิธีกรในรายการโทรทัศน์ดังกล่าวมี
 การใช้ถ้อยคำภาษาและเนื้อหาที่ถือเป็นวาทะแห่ง
 ความเกลียดชังปรากฏต่อผู้ให้สัมภาษณ์ ลักษณะ
 การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชังที่พบในรายการ
 สัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องโทรทัศน์
 ทางเลือกใหม่ ปรากฏลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

(5.1) การบริภาษ การประณาม ดูถูก เหยียดหยามและการสื่อสารที่ทำให้รู้สึกถึงการ แบ่งฝักแบ่งฝ่าย

กลวิธีการใช้ภาษาและนำเสนอเนื้อหา
 ในรายการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสในช่อง
 โทรทัศน์ทางเลือกใหม่ปรากฏการบริภาษผู้ให้
 สัมภาษณ์ในลักษณะการประณาม มีเนื้อหา

แสดงการถูกเหยียดหยาม อีกทั้งยังนำเสนอสารที่แสดงถึงการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแบ่งฝ่ายในด้านเพศ อาจทำให้เกิดความแตกแยกในสังคมได้ เนื่องจากพิธีกรไม่ได้กล่าวบริภาษพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์เท่านั้น แต่กล่าวบริภาษในลักษณะที่เหมารวมว่าเป็นพฤติกรรมของเพศชาย ตัวอย่างเช่น

ยังศักดิ์ : สิ่งที่เราต้องเคลียร์กันในวันนี้ นั่นะคุณผู้ชม เรื่องแรกเลย โอ้ย เทียวไปเม้าท์มอยว่าพันดาราหญิงเป็นว่าเล่น โอ๊ะ โอ้ย ขาคูยหรือเปล่าก็ไม่รู้ละคุณผู้ชมคะ เปลอ ๆ แค่นี้ก็มาเม้าท์มอยว่าเรียบร้อย ผู้ชายสมัยนี้ก็ยังนี่นะคุณ ผู้ชมคะนิสัยเป็นอย่างนี้นะคุณผู้ชมเพี้ยนมาก

(รายการคนดั่งนั่งเคลียร์)

ยังศักดิ์ : คุณพระคุณเจ้า คำว่าฟรีของเดี๋ยนหมายถึงคุณจะจ่ายเงินค่าผู้หญิง หมายถึงหลอกแล้วไม่มีความรับผิดชอบ หลอกเอาแบบฟรี ๆ

นิกี้ : ผมไม่เคยจีบผู้หญิง นึกออกมั๊ย ถ้าเราคุยกันรู้เรื่อง เราอยากมีอะไรกัน มันเป็นเรื่องธรรมชาติ เรื่องรับผิดชอบ ผมไม่เคยต้องรับผิดชอบต่อเพราะไม่เคยทำผู้หญิงท้องผมก็สบาย ๆ

ยังศักดิ์ : เลวร้ายมากเลย กำลังเอาจุดเด่นของความเป็นผู้ชายมาบอกว่ายังผู้หญิงก็อยากได้ แล้วมาบอกมีจิตเป็นกุศลให้อั๊นนัฟรี ๆ เป็นบุญเป็นกุศลซะอีก จั๊นเธอคะ

นิกี้ : ผมคิดว่าเรื่องสัมพันธ์มันก็เสียทั้งคู่ ผมเสียน้ำน้ออาจารย์ (รายการคนดั่งนั่งเคลียร์)

จากทั้งสองตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าพิธีกรใช้ภาษาและเนื้อความแสดงการดูหมิ่นและตำหนิผู้ให้สัมภาษณ์ โดยโยงในลักษณะเหมารวมว่าเป็นนิสัยในด้านลบของเพศชาย กลวิธีดังกล่าวอาจเสี่ยงต่อการสร้างความแตกแยกระหว่างเพศได้

(5.2) การนิยามบุคคลในเชิงลดคุณค่าและการตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลบ

การนิยามบุคคลในเชิงลดคุณค่าและการตีตราประทับเหมารวมตายตัวในเชิงลบ หมายถึง การกล่าวถึงบุคคลในลักษณะแสดงความหมายเชิงลบ ทำให้กลายเป็นตัวตลกลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ของบุคคลในลักษณะใช้ถ้อยคำแสดงคุณลักษณะด้านลบเหมือนเป็นการตีตราประทับเหมารวมว่าบุคคลมีพฤติกรรมด้านลบดังกล่าว จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าพิธีกรมักใช้ถ้อยคำในลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ผู้ให้สัมภาษณ์โดยใช้ความความรู้สึกส่วนตัวของตนมาตัดสินหรือวิพากษ์วิจารณ์คำตอบการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งส่วนมากจะเป็นความคิดเห็นเชิงลบในเชิงลดคุณค่าของผู้ให้สัมภาษณ์และแสดงออกถึงการตีตราเหมารวมว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีพฤติกรรมเชิงลบดังกล่าวอย่างแน่นอน ตัวอย่างเช่น

มดดำ : นี่แหละหะคือแขกรับเชิญของเรา ที่วันนี้หลาย ๆ คนอยากให้มากันมากมายเลยนะฮะ ลีน่าจิงกร่างต่ากราดทั่ววงการจัดหนักทั้งไทยและเทศ เหตุแค่อัจฉา...บางทีคุณอาจจะเรียนเยอะ ก็เลยเพี้ยนหนัก คุณรู้สิว่าคุณพูดกับคนอื่นรู้เรื่องมั๊ย

สึนา : รู้เรื่องค่ะ เวลาจัดรายการ คนดูมันชอบความบ้าเรา เพราะมันดูแล้วสะใจ คนดูเค้าชอบความบ้า ถ้าอาจารย์มาพูดแบบนักวิชาการ อาจารย์ในมหาวิทยาลัย คนมันไม่โดน คนดูมันไม่จำ

(รายการสถานีแสนแสบ)

จากตัวอย่าง พิธีกรนิยามผู้ให้สัมภาษณ์ในเชิงลดทอนคุณค่า ใช้ถ้อยคำตัดสินการกระทำหรือพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ตามความรู้สึกส่วนตัวหรือข้อมูลที่พิธีกรมีอยู่ ซึ่งยังไม่มีการพิสูจน์ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ จากเนื้อความที่พิธีกรยกมากล่าวทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์กลายเป็นตัวลดทอนทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ในตัวอย่างนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นนักกฎหมาย อดีตผู้สมัครผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครและสมาชิกวุฒิสภา ที่ปัจจุบันมาจัดรายการที่มีรูปแบบรายการส่วนหนึ่งเป็นการวิพากษ์วิจารณ์บุคคลต่าง ๆ ในเชิงบริภาษ ในกรณีนี้พิธีกรจึงแนะนำผู้ให้สัมภาษณ์โดยนิยามพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์โดยระบุสาเหตุของพฤติกรรมดังกล่าวว่ามาจากความอิจฉา อีกทั้งยังกล่าวลดทอนคุณค่าของผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเนื่องจากเรียนมากจึงมีพฤติกรรมไม่ปกติ พิธีกรถามคำถามในเชิงประเมินว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์สื่อสารกับผู้อื่นไม่รู้เรื่อง

ยิ่งศักดิ์ : ทุกคนมองว่าคุณเป็นแมงดา
ประธานโทษคุณเคยไปขายตัวที่ไหน และขาย
เท่าไรค่ะ

นิกกี้ : ผมเข้าวงการบันเทิงตั้งแต่อายุ 16
รับเงินแสนมาตั้งแต่อายุ 16 จึงไม่จำเป็นต้องขาย

ผมเปลี่ยนรถทุกปี ใครที่เคยซื้อผมมาเลย ผมให้
ล้านหนึ่งเลย ใครที่เคยเป็นแก๊งกวาง มาเลยผมให้
สองล้านเลยเดียวผมเซ็นเช็คให้เอง

(รายการคนดั่งนั่งเคลียร์)

จากตัวอย่างข้างต้นพิธีกรกล่าวหาผู้ให้สัมภาษณ์อย่างรุนแรง โดยระบุการประเมินพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นพฤติกรรมที่ “ทุกคน” ประเมิน เนื้อความในข้อคำถามนิยามผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็น “แมงดา” ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานจัดให้เป็นภาษาปาก หมายถึง ชายที่อาศัยน้ำพักน้ำแรงของผู้หญิง โสเภณีดำรงชีวิต (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556: 925) นับว่าเป็นการกล่าวหาผู้ให้สัมภาษณ์อย่างรุนแรง ตีตราประทับภาพเหมารวมตายตัวในเชิงลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ จากตัวอย่าง พิธีกรได้กล่าวคำขอโทษก่อนเริ่มต้นคำถาม ซึ่งในทางภาษาศาสตร์ตามแนวคิดเรื่องวัจนกรรม การขอโทษนั้น จะมีเงื่อนไขความจริงใจของวัจนกรรมการขอโทษคือ ผู้พูดรู้สึกสำนึกผิดในการกระทำของตนที่ไปละเมิดผู้ฟัง (Searle, 1969) อย่างไรก็ตามจากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่า จากการพิจารณาวัจนภาษาอื่น ๆ ที่พิธีกรแสดงออก ระหว่างการกล่าวขอโทษและถามคำถามนี้ ไม่ปรากฏน้ำเสียงที่แสดงความรู้สึกผิดหรือความไม่สะดวกใจในการถามคำถามแต่อย่างใด และเมื่อหาการถามยังคงถามกล่าวหาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งในตอนต้นก่อนถามและตอนท้ายคำถามอีกด้วย

(5.3) การสื่อสารแสดงนัยของการกีดกันออกจากสังคม

การสื่อสารแสดงนัยของการกีดกันออกจากสังคมหมายถึง การที่พิธีกรยกพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้ให้สัมภาษณ์ขึ้นมากล่าวในลักษณะว่าพฤติกรรมนั้นไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ถูกกีดกันออกจากสังคม การสื่อสารดังกล่าวปรากฏตั้งแต่การเปิดรายการช่วงแนะนำผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหลักการแนะนำบุคคลในการปฏิบัติหน้าที่พิธีกรรายการโทรทัศน์มักจะเสนอแนวทางให้พิธีกรแนะนำผู้ให้สัมภาษณ์โดยยึดหลักการให้เกียรติในฐานะแขกรับเชิญ แต่ในที่นี้รูปแบบรายการเป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญที่เป็นบุคคลในกระแส มีชื่อเสียงในทางลบ พิธีกรจึงใช้ภาษาแนะนำผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยถ้อยคำที่ระบุลักษณะในด้านลบ ซึ่งปรากฏเนื้อความแสดงนัยของการกีดกันผู้ให้สัมภาษณ์ออกจากสังคม ตัวอย่างเช่น

ยิ่งศักดิ์ : วันนี้มีคนที่ไม่อาจารย์ยิ่งศักดิ์นั่งเคลียร์หนึ่งคน **หวังว่าคุณผู้ชมคงจะอดทนและนั่งดูและก็ฟังพฤติกรรมของปูกุขน ไม่อยากจะบอกว่าบางคนแค่เอ่ยชื่อก็หะเหียงคุณผู้ชมคะ ผู้ชายอาร์ย มีพฤติกรรมประมาณนั้นะคุณผู้ชม** สิ่งที่เราต้องเคลียร์กันในวันนี้ะคุณผู้ชม เรื่องแรกเลย โอ้ย เทียวไปเม้าท์มอยว่าพันดาราหญิงเป็นว่าเล่น โอ๊ะ โอ้ย ขาคูหรือเปลาก็ ไม่รู้ นะคุณผู้ชมคะ เผลอ ๆ แค่นั่งคุย ก็มาเม้าท์มอยว่าเรียบบร้อย ผู้ชายสมัยนี้ก็ยั๊นนั่นคุณ ผู้ชมคะนิสัยเป็นอย่างนี้นะคุณผู้ชม เพี้ยนมาก

(รายการคนดังนั่งเคลียร์)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าพิธีกรกล่าวแนะนำผู้ให้สัมภาษณ์โดยเน้นการแสดงตัวตนด้านลบของผู้สัมภาษณ์ พร้อมทั้งระบุอย่างชัดเจนว่าผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมที่ไม่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม พิธีกรใช้รูปภาพแสดงความคาดหวังให้ผู้ชมรายการใช้ความอดทนในการรับรู้พฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ อีกทั้งยังระบุชี้ชัดว่าผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่ทำให้คนบางคนขยะแขยงเพียงแค่อินชื่อ นับเป็นการสื่อสารที่แสดงออกถึงการกีดกันบุคคลออกจากสังคมอย่างชัดเจน

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิเคราะห์ภาษาสัมภาษณ์บุคคลในกระแสของพิธีกรช่องทีวีทางเลือกใหม่พบว่า จุดเด่นของรายการโทรทัศน์ประเภทดังกล่าวนี้คือการใช้ภาษาและเนื้อหาคำถามในการสัมภาษณ์ที่ “แรง” ใช้กลวิธีการดำเนินการสัมภาษณ์ในเชิง “รุก” มีการขอคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ชนิด “ล้วง” ไปถึงเรื่องที่ไม่ควรเผยแพร่ผ่านสื่อสาธารณะ ตลอดจนวิธีการตั้งคำถามอย่างละเอียดแบบเจาะ “ลึก” ซึ่งจากการวิเคราะห์การใช้ถ้อยคำภาษาและเนื้อหาในการสัมภาษณ์ดังกล่าวสามารถสะท้อนจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพของพิธีกรในฐานะผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน แต่รูปแบบรายการดังกล่าวกลับดึงดูดความสนใจจากผู้ชมโทรทัศน์และนำไปต่อยอดเป็นหัวข้อการสนทนาในชีวิตประจำวัน ถูกหยิบยกมาเผยแพร่จนกลายเป็นกระแสสังคม ส่งผลให้รายการตลอดจนตัวพิธีกรได้รับความนิยมมากขึ้น แม้ว่าจะถูกวิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมในมิติจริยธรรม

สื่อมวลชนก็ตาม

อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนกระแสหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิทยุและโทรทัศน์ มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่มวลชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นสามารถสร้างผลกระทบต่อความรู้ (knowledge) ทักษะคติ (attitude) และพฤติกรรมของผู้รับสาร (practice) ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลไปจนถึงการสร้างสาธารณมติในระดับสังคม ซึ่งหากองค์กรสื่อมวลชนคำนึงถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือผลประโยชน์อื่น ๆ มากเกินไป การคำนึงถึงจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพจะถูกกลดความสำคัญลง (กุลนารี เสือโรจน์, 2557: 357) ดังนั้นผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์พึงยึดถือตามแนวทางปฏิบัติที่ได้กำหนดไว้เพื่อธำรงไว้ซึ่งมาตรฐานจรรยาบรรณและจริยธรรมและพันธกิจในการประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์บนพื้นฐานของการนำเสนอทั้งสาระ

ประโยชน์และสาระบันเทิงในการสนับสนุนสังคมให้มีคุณภาพควบคู่คุณธรรม (กลทบ., 2557: 16)

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถเปรียบเทียบจริยธรรมวิชาชีพจากกลวิธีการสัมภาษณ์บุคคลในกระแสระหว่างช่องโทรทัศน์ทางเลือกใหม่เปรียบเทียบกับช่องโทรทัศน์พื้นฐานเดิม

2. สามารถวิเคราะห์เนื้อหาในการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ประเภทดังกล่าว โดยเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาในด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร

บรรณานุกรม

- กุลนารี เสือโรจน์. 2557. **ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จาตุรนต์ อำไพ. 21 พฤศจิกายน 2556. **อนาคตทีวีทางเลือกไทยในยุคเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวี**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: http://www.scbeic.com/THA/document/note_20131121_digital_tv
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการคมนาคมแห่งชาติ. 2557. **คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/570500000006.pdf>
- สุรินทร์ แปลงประสพโชค. 2546. **เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่1-7**. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Searle, J. R. 1969, **Speech Acts**. Cambridge: Cambridge University Press.

