



รายงานฉบับสมบูรณ์

การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ
และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์
ประจำปี 2568

เสนอต่อ
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

จัดทำโดย
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทสรุปผู้บริหาร

ในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อสารมวลชนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและลึกซึ้ง อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย กำลังเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน นับตั้งแต่การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลในช่วง ปี พ.ศ. 2556–2563 ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินต้องเผชิญกับแรงกดดันหลายมิติพร้อมกัน ทั้งจากการแข่งขันของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งข้ามชาติที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด การหดตัวของรายได้โฆษณา การเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคสู่รูปแบบ On-demand ตลอดจนความไม่แน่นอนด้านนโยบายที่เกี่ยวข้อง การจัดสรรใบอนุญาตใหม่ซึ่งกำลังจะสิ้นสุดอายุในปี พ.ศ. 2572 ในขณะเดียวกัน ความคาดหวังของสังคมต่อบทบาทของโทรทัศน์ในการเป็นสื่อสาธารณะที่ส่งเสริมการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชนก็มีความสำคัญยิ่งขึ้น สภาพการณ์เหล่านี้ล้วนเรียกร้องให้หน่วยงานกำกับดูแลอย่าง คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีข้อมูลเชิงประจักษ์และการวิเคราะห์เชิงนโยบายที่ครอบคลุมและทันต่อสถานการณ์

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้บัญญัติให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เป็นประจำทุกปีตามมาตรา 72 แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว พร้อมทั้งกำหนดให้รายงานผลดังกล่าวต้องเสนอต่อรัฐสภาตามมาตรา 76 และเปิดเผยต่อสาธารณชนผ่านระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ เพื่อสร้างความถ่วงดุลในการตรวจสอบองค์กรอิสระและสร้างความมั่นใจว่าการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ดำเนินไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติ

ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานด้านกิจการโทรทัศน์จึงได้ว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการ **โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568** ภายใต้กรอบงบประมาณที่ได้รับจัดสรรจากคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ระยะเวลาดำเนินการ 240 วัน นับตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2568 ถึงวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2569 โดยกำหนดประเด็นหลักในการติดตามและประเมินผล 3 ประเด็น

โดยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการดำเนินการของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท และแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง โดยคณะที่ปรึกษาได้นำ กรอบการประเมินแบบ CIPPI (CIPPI Evaluation Model) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลัก ประกอบด้วย การประเมินบริบท (Context Evaluation) การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) การประเมินผลผลิต (Output Evaluation) และการประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) ร่วมกับการประเมินภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) มาใช้ศึกษาผลการดำเนินการและการบริหาร รวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการสำรวจที่ปรึกษาได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) อย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบ ประกอบด้วย การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเปรียบเทียบกรอบแนวทางและรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานกำกับดูแลในต่างประเทศอย่างน้อย 2 ประเทศ การจัดการประชุมกลุ่มย่อยในพื้นที่ส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานครและปริมณฑล) จำนวน 4 ครั้ง ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียจากทุกภาคส่วนรวมมากกว่า 80 คน การจัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group Discussion) ใน 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 5 ครั้ง รวมผู้เข้าร่วมมากกว่า 250 คน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านไม่น้อยกว่า 25 คน และการสำรวจด้วยแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย รวมจำนวนไม่น้อยกว่า 6,000 ชุด ครอบคลุมทั้ง 6 พื้นที่ทั่วประเทศ

โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 1 ทั้ง 4 มิติย่อย ได้แก่ โครงสร้างการแข่งขัน ตลาดโฆษณา เทคโนโลยีใหม่ และพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถสรุปภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลประจำปี 2568 ได้ว่า อุตสาหกรรมนี้กำลังเผชิญกับการบรรจบกันของแรงกดดัน (Convergence of Pressures) หลายด้านพร้อมกันในระยะเวลาที่เหลือน้อยกว่า 4 ปีก่อนหมดอายุใบอนุญาตแรงกดดันดังกล่าวประกอบด้วย รายได้โฆษณาที่ลดลงต่อเนื่องถึงร้อยละ 44 ในช่วง 9 ปีและเม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแข่งขันโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในปี 2567 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำให้แพลตฟอร์ม OTT กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน ความจำเป็นที่อุตสาหกรรมต้องลงทุนปรับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับ 5G Broadcasting ในช่วงที่กำลังคืนทุนจากการลงทุนรอบเดิม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดแรงงานที่ฟรีแลนซ์เพิ่มจากร้อยละ 15 เป็นร้อยละ 40 ภายใน 7 ปี

จุดแข็งที่โดดเด่นของ กสทช. ในปี 2568 คือการมีมติเชิงนโยบายที่สำคัญหลายรายการ ได้แก่ การรับทราบฉกาทศกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 จำนวน 2 ทางเลือก (13 หรือ 17 ช่องรายการ) การทดสอบระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลในพื้นที่จริง การกำหนดมาตรฐาน iDTV เพื่อรองรับพฤติกรรมการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต และการเห็นชอบในหลักการ Roadmap กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2569-2573 ซึ่งสะท้อนถึงการดำเนินงานเชิงรุกของ กสทช. ในการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตาม ช่องว่างสำคัญที่พบจากการวิเคราะห์ คือ ความเป็นนโยบายระดับหลักการของมาตรการหลายรายการที่ยังไม่แปลงสู่แผนปฏิบัติการที่มีกรอบเวลา งบประมาณ และตัวชี้วัดชัดเจน ทั้ง Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ ที่ยังไม่ประกาศใช้อย่างเป็นทางการ มาตรการพัฒนาบุคลากรในช่วงเปลี่ยนผ่านที่ยังอยู่ในระดับเจตนารมณ์ และ Sandbox ทดสอบ 5G Broadcasting ที่ยังไม่มีกำหนดเวลา ในขณะที่นาฬิกานับถอยหลังสู่ปี 2572 เดินอยู่ตลอดเวลา ความล่าช้าในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติมีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกวันที่ผ่านไป

ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ภาวะสุญญากาศการกำกับดูแล ระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ที่ทำให้เกิดการแข่งขันในสนามที่ไม่เท่าเทียม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องแบกรับภาระต้นทุนการดำเนินงานสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าโครงข่าย MUX ข้อกำหนดสัดส่วนเนื้อหา และมาตรฐานการเข้าถึงสำหรับผู้พิการ ในขณะที่แพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติซึ่งเป็นคู่แข่งโดยตรงไม่ต้องแบกรับภาระเหล่านี้ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนถึงความ

จำเป็นในการปรับกรอบการกำกับดูแลให้รองรับระบบนิเวศสื่อที่หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียว ไม่ใช่กำกับแต่ละแพลตฟอร์มแบบแยกส่วนดังเช่นที่เป็นอยู่

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดจากประเด็นที่ 1 คือ กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่เหลือน้อยกำลังกลายเป็นกลุ่มเปราะบางโดยปริยาย เนื่องจากผู้ชมในวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ย้ายไปสู่สื่อออนไลน์และ OTT แล้ว ทำให้ฟรีทีวีภาคพื้นดินมีฐานผู้ชมหลักเป็นผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดบ้าน และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายความว่า ทิศทางนโยบายหลังปี 2572 จะไม่ใช่เพียงการตัดสินใจเชิงธุรกิจหรือเทคนิค แต่เป็นการตัดสินใจด้านสวัสดิการสังคมที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มประชากรที่เปราะบางที่สุดของประเทศ

ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 2 ทั้ง 4 มิติย่อย ได้แก่ คุณภาพสัญญาณ และการเข้าถึง สัดส่วนผังรายการและความหลากหลายเนื้อหา คุณภาพเนื้อหาจากภาครัฐ และกลไก EWS สำหรับกลุ่มเปราะบาง สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า กสทช. มีความก้าวหน้าที่วัดได้ในเชิงปริมาณและโครงสร้างทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความครอบคลุมสัญญาณ MUX ที่ร้อยละ 95.6 การที่ผู้ประกอบการ 17 ใน 25 ช่องจัดทำบริการ SL/CC/AD เกินสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด และการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปฏิบัติตามสัดส่วนผังรายการที่ได้รับอนุมัติ ทว่าข้อมูลเชิงประจักษ์จากทุกช่องทาง ทั้งการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) 5 ภูมิภาค และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ต่างชี้ตรงกันว่า ความก้าวหน้าเชิงปริมาณเหล่านั้นยังไม่ได้แปลงเป็นประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้นสำหรับประชาชนส่วนใหญ่

หัวใจของช่องว่างนี้คือความแตกต่างระหว่างการมีสิ่งนั้นอยู่ กับสิ่งนั้นทำงานได้จริง โดยคะแนนประเมินจากผู้บริโภค ที่ต่ำกว่า 3.0 ในทุกมิติของทุกภูมิภาค ทั้งความน่าเชื่อถือ ความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัย ความน่าสนใจของเนื้อหาการศึกษา และความเหมาะสมของบริการภาษามือและคำบรรยาย โดยไม่ใช่ผลจากการขาดนโยบายหรือกฎหมาย แต่เกิดจากช่องว่างระหว่างการออกแบบนโยบายกับความต้องการจริงของผู้รับสาร ซึ่งสะท้อนว่ากลไกการกำกับดูแลในปัจจุบันมีความครอบคลุมทางปริมาณ แต่ยังไม่มีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการรับประกันคุณภาพ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง

ประเด็นที่พบซ้ำในทุกมิติย่อยคือ กลุ่มประชากรที่ตกหล่นจากระบบมากที่สุดได้แก่ ผู้สูงอายุที่พึ่งพาโทรทัศน์เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลข่าวสารแต่ขาดเนื้อหาที่ออกแบบมาสำหรับพวกเขาโดยเฉพาะ ผู้พิการที่ระบบ SL/CC/AD ยังไม่ครอบคลุม ในภาวะวิกฤตและไม่ถูกบูรณาการเข้ากับระบบ EWS และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลที่ยังเผชิญจุดบอดสัญญาณทั้งจากสภาพภูมิประเทศและข้อจำกัดทางกฎหมายในพื้นที่ป่าสงวน ทั้งสามกลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มที่ร้องเรียนหรือส่งเสียงได้ง่าย จึงมักถูกมองข้ามในระบบกำกับดูแลที่วัดผลจากสถิติการร้องเรียน

ในมิติของเนื้อหา สัญญาณที่น่ากังวลที่สุดคือแนวโน้มที่เนื้อหาเพื่อสาธารณประโยชน์หดตัวลงในเชิงพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นรายการสำหรับเด็กที่ลดลงต่อเนื่อง 3 ปี รายการสารคดีที่ขาดเงินทุนสนับสนุน และรายการสำหรับกลุ่มเฉพาะที่ผู้ประกอบการไม่มีแรงจูงใจเพียงพอที่จะผลิตในสถานะที่รายได้โฆษณาหดตัว ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่า กลไกตลาดในอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวไม่สามารถรับประกันการมีอยู่ของเนื้อหาสาธารณะที่สังคมต้องการได้ ซึ่งสร้างความจำเป็นที่ กสทช. ต้องพัฒนาทั้งกลไกแรงจูงใจและกลไกบังคับที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดของประเด็นนี้ คือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐไม่ใช่สินค้าทางการตลาดธรรมดา แต่เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้คนทุกกลุ่มพึงได้รับ โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤต หากระบบโทรทัศน์ไม่สามารถส่งข้อมูลเตือนภัยถึงกลุ่มเปราะบางได้ทันทีที่ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ชมเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง หรือไม่สามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ห่างไกลได้เลย ความล้มเหลวดังกล่าวไม่ใช่เพียงปัญหาเชิงเทคนิคหรือธุรกิจ แต่คือความล้มเหลวเชิงสาธารณะที่มีต้นทุนทางมนุษย์ ซึ่ง กสทช. ในฐานะองค์กรกำกับดูแลเพื่อประโยชน์สาธารณะ มีพันธกิจโดยตรงที่ต้องรับผิดชอบ

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 3 ทั้ง 3 มิติย่อย ได้แก่ การประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและ การจัดทำ Roadmap การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์ และการปรับปรุงข้อกฎหมายและวาระค้างพิจารณา สามารถสรุปได้ว่า ข้อสังเกตของวุฒิสภาในการประชุมเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการศึกษาของคณะที่ปรึกษาในทุกประเด็น กล่าวคือ อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านที่ต้องการการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ชัดเจน รวดเร็ว และครอบคลุม แต่กลไกการพิจารณาของ กสทช. ยังไม่สามารถตอบสนองได้ทันกับความเร่งด่วนของสถานการณ์

ในมิติการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและ การจัดทำ Roadmap กสทช. มีมติเชิงนโยบายที่มีทิศทางชัดเจน ทั้งการรับทราบฉันทมติโครงสร้างช่องรายการ 2 ทางเลือก คือ 13 หรือ 17 ช่อง และการให้ความเห็นชอบหลักการ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 อย่างไรก็ตาม Roadmap ที่สมบูรณ์พร้อมรายละเอียดหลักเกณฑ์การประมวลหรือการต่ออายุใบอนุญาต มาตรการรองรับผู้ประกอบการที่ออกจากอุตสาหกรรม และแนวทางคุ้มครองกลุ่มเปราะบางในช่วงเปลี่ยนผ่าน ยังไม่ได้รับการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ ความไม่แน่นอนดังกล่าวทำให้ภาคอุตสาหกรรมไม่สามารถวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนนำไปสู่ความตึงเครียดถึงขั้นที่สมาคมทีวีดิจิทัลเตรียมฟ้องร้องศาลปกครองในช่วงปลายปี 2568

ในมิติการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และและกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์ กสทช. แสดงจุดยืนที่มีหลักการในการยืนยันสิทธิเสรีภาพสื่อตามรัฐธรรมนูญมาตรา 35 ควบคู่กับการสร้างกลไก Self-regulation ผ่านประกาศส่งเสริมการรวมกลุ่มวิชาชีพ ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 11 มกราคม 2568 และคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชน (Ethical Guideline for Broadcasting) แนวทางดังกล่าวถูกต้องตามหลักการ แต่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นที่ยังไม่ปรากฏหลักฐานว่าองค์กรวิชาชีพยื่นจดแจ้งและดำเนินการตามประกาศแล้ว นอกจากนี้ ช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายเนื้อหาอย่างเข้มงวด กับแพลตฟอร์ม OTT ที่ยังไม่มีกรอบกำกับดูแลเนื้อหาในมาตรฐานเดียวกัน ยังคงเป็นปัญหาเชิงระบบที่วุฒิสภาและภาคอุตสาหกรรมต่างให้ความสำคัญ

ในมิติปรับปรุงข้อกำหนดและวาระค้างพิจารณา ข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดคือ วาระที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและสาธารณะสูงสุด ได้แก่ National Streaming Platform และ OTT Regulation Framework กลับเป็นวาระที่ค้างพิจารณายาวนานที่สุดโดยถูกเลื่อนในเกือบทุกรอบการประชุม ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของกระบวนการประชุมที่ขาดกลไกจัดลำดับความสำคัญของวาระตามผลกระทบต่อสาธารณะ ทำให้วาระสำคัญถูกดองอยู่ในคิวเดียวกับวาระประจำที่มีนัยน้อยกว่า

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดจากประเด็นที่ 3 คือ ความล่าช้าในการตัดสินใจไม่ใช่เรื่องที่เป็นกลาง (Neutral) เพราะในทุกวันที่ผ่านไปโดยที่ Roadmap ยังไม่ชัดเจน ผู้ประกอบการก็หยุดลงทุน บุคลากรก็ขาดข้อมูลในการวางแผนอาชีพ และกลุ่มเปราะบางที่พึ่งพาฟรีทีวีก็ยังไม่ทราบว่าสิทธิในการรับชมโทรทัศน์ของตน จะได้รับการคุ้มครองอย่างไรหลังปี 2572 บริบทนี้ทำให้การตอบสนองต่อข้อสังเกตของวุฒิสภาไม่ใช่เพียงพันธกิจทางกฎหมาย แต่คือการแสดงความรับผิดชอบต่อทุกภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนดังกล่าว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช.

ประเด็นที่ 1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.1 โครงสร้างการแข่งขันและบุคลากร ควรเร่งจัดทำและประกาศ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 ปี ก่อนใบอนุญาตเดิมจะหมดอายุ เพื่อให้ผู้ประกอบการวางแผนได้ทัน พร้อมบูรณาการกับกระทรวงแรงงานและสถาบันต่างๆ จัดทำโปรแกรม Reskilling และ Upskilling ช่วยเหลือแรงงานที่ได้รับผลกระทบจากการลดช่องรายการ

1.2 การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันกับแพลตฟอร์ม OTT โดยเสนอให้ลดต้นทุนค่าโครงข่าย (MUX) สำหรับทีวีที่เน้นประโยชน์สาธารณะ ปรับบทบาทกองทุน กทปส. มุ่งเน้นสนับสนุนการสร้างเนื้อหาพรีเมียมท้องถิ่น (Local Content) ทบทวนกฎจำกัดโฆษณาเพื่อเปิดทางให้รูปแบบใหม่ๆ เช่น Branded Content รวมถึงร่วมมือกับกระทรวงการคลังเพื่อออกมาตรการภาษีดึงดูดการลงทุนและจ้างงานจากสตาร์ทอัพต่างชาติ

1.3 เทคโนโลยีใหม่และโครงข่าย โดยควรจัดทำ Spectrum Roadmap ที่ระบุชัดเจนถึงการจัดสรรคลื่น UHF ล่วงหน้า 3 ปี ใช้งบกองทุน กทปส. หรือ USO เพื่อสนับสนุนเครื่องรับสัญญาณและอุปกรณ์ให้กลุ่มเปราะบางเพื่อป้องกัน Digital Divide และมีมาตรการจูงใจทางภาษีสำหรับผู้ผลิตสมาร์ตโฟน 5G Broadcast

1.4 การกำกับดูแลและแพลตฟอร์มดิจิทัล ควรเร่งบังคับใช้ OTT Regulation Framework เพื่อสร้างมาตรฐานการแข่งขันที่เป็นธรรม และพัฒนา National Streaming Platform ให้พร้อมใช้งานภายในปี 2569

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.1 การรับสัญญาณของกลุ่มเปราะบาง ควรจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และ Helpdesk เฉพาะเพื่อช่วยผู้สูงอายุในการปรับอุปกรณ์ รวมถึงร่วมมือกับหน่วยงานป่าไม้และอุทยานเพื่อแก้ปัญหาจุดบอดสัญญาณ (Dead Zone) ในพื้นที่ห่างไกล

2.2 ความหลากหลายของผังรายการ ควรนำเกณฑ์ประเมินคุณค่าทางสังคม (Social Credit) และดัชนีความหลากหลายของเนื้อหามาใช้จริง แทนการวัดแค่เวลาออกอากาศ กำหนดสัดส่วนเนื้อหาท้องถิ่นในสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และผลักดันไปสู่โครงสร้างการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) โดยให้องค์กรวิชาชีพมีส่วนร่วมตรวจสอบ

2.3 เนื้อหาการศึกษาและข้อมูลภาครัฐ โดยวัดผลสัมฤทธิ์ของรายการการศึกษาจากความเข้าใจของผู้ชม ปรับมาตรฐานเนื้อหาภาครัฐให้เข้าถึงง่าย ใช้งบกองทุน กทปส. ผลิตรายการเด็ก รวมถึงกำหนด KPI บังคับให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำบริการสำหรับผู้พิการ ทั้งคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) เสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และล่ามภาษามือ อย่างเป็นรูปธรรม

2.4 ระบบเตือนภัยพิบัติ (EWS) ควรบังคับใช้ระบบ EWS ระดับประเทศด้วยมาตรฐาน Common Alert Protocol (CAP) โดยต้องออกแบบให้มี CC, AD และล่ามภาษามือแบบ Real-time ทันทีเมื่อมีการแจ้งเตือนภัย และเสนอให้ใช้กองทุน กทปส. พัฒนาระบบ AI แจ้งเตือนแบบรวมศูนย์ เพื่อลดต้นทุนให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

3.1 ความชัดเจนในการจัดทำ Roadmap และสิทธิการเข้าถึง ควรต้องระบุรูปแบบการอนุญาตหลังปี 2572 ให้ชัดเจนว่าจะเป็นการประมูลหรือจัดแจ้ง จำนวนกี่ช่อง และมีเกณฑ์ใด เพื่อลดความตึงเครียดของอุตสาหกรรม พร้อมทั้งรับประกันสิทธิการเข้าถึงทีวีฟรีของกลุ่มเปราะบางในทุกแพลตฟอร์มหลังปี 2572

3.2 การคุ้มครองผู้บริโภคและภัยออนไลน์ ควรต้องกำกับสื่อออนไลน์ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมระดับเดียวกับโทรทัศน์ และมีกลไกเฝ้าระวังที่ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม

3.3 การปรับปรุงกฎหมายและการบริหารงานของ กสทช ควรรวบรวมกฎหมายการสื่อสาร 3 ฉบับ (พ.ศ. 2488, 2544, 2551) ให้บูรณาการรองรับยุคหลอมรวมสื่อ มีการปรับกระบวนการประชุม กสทช. โดยแบ่งวาระเป็น ส่วนสำคัญ-ประจำ และกำหนด Deadline วาระสำคัญ รวมถึงพิจารณาแก้กฎหมายเพื่อแยกผู้ใช้คลื่นความถี่ (MUX) ออกจากผู้ประกอบการด้านเนื้อหา (ช่องทีวี) และนำกลไก Delegated Authority มาใช้ โดยมอบอำนาจให้องค์กรวิชาชีพช่วยกำกับดูแลเนื้อหาตามเกณฑ์ และให้ กสทช. เป็นผู้ตัดสินชั้นอุทธรณ์ เพื่อลดภาระการตรวจสอบของ กสทช.

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการดำเนินการและการบริหารงาน ของสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

ประเด็นที่ 1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.1 ผลักดันระบบการทำงานและการรวมกลุ่มวิชาชีพ ควรทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนในการสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของสมาคมวิชาชีพสื่อ ผู้ผลิตรายการ และตัวแทนผู้ให้บริการสตรีมมิ่งอย่างเป็นระบบ เพื่อนำนโยบาย Co-regulation ไปสู่การปฏิบัติในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานทางจริยธรรมร่วมกัน (Code of Conduct)

1.2 พัฒนาระบบ Cross-platform Measurement ให้เป็นมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยควรสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลกลาง (Audience Data Infrastructure) ที่เชื่อมโยงข้อมูลพฤติกรรมผู้ชมจากโทรทัศน์ OTT และ Social Media เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันในการวัดผลได้เทียบเท่าแพลตฟอร์มโลก

1.3 จัดทำระบบติดตามตลาดโฆษณาสื่อรายไตรมาสที่เปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อให้สำนักงาน กสทช. สามารถปรับมาตรการสนับสนุนได้ทันทั่วทั้งตามสถานการณ์ตลาด และช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่มีทรัพยากรด้านการวิจัยตลาดมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ

1.4 เร่งดำเนินโครงการ Sandbox ทดสอบ 5G Broadcasting ในพื้นที่นำร่อง เพื่อเก็บข้อมูลจริง ด้านเทคนิค ต้นทุน และการยอมรับของผู้บริโภค ก่อนนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในระดับประเทศ

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.1 จัดทำฐานข้อมูลกลางการร้องเรียนด้านคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลที่แยกออกจากการร้องเรียนด้านโทรคมนาคม เพื่อให้สำนักงาน กสทช. สามารถติดตามแนวโน้มปัญหาได้อย่างเป็นระบบ และใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวางแผนขยายโครงข่ายและแก้ไขจุดบอดสัญญาณในระดับประเทศ

2.2 การพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียนเชิงรุกร่วมกับภาคประชาชน โดยควรดำเนินการสร้างและพัฒนากลไกการรับเรื่องร้องเรียนเชิงระบบร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้กระบวนการคุ้มครองสิทธิของประชาชนมีความรวดเร็ว เท่าทันต่อสถานการณ์ และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในบริบทดิจิทัลปัจจุบัน

2.3 บริหารและจัดสรรงบประมาณอุดหนุนการเข้าถึงสื่อ โดยควรรับผิดชอบการบริหารจัดการงบประมาณที่ได้รับการอนุมัติ เพื่อนำไปอุดหนุนเชิงรุกให้เกิดการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Captioning) บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และล่ามภาษามือ ทั้งในช่องทีวีดิจิทัลและบริการวิดีโอออนดีมานด์ (VOD)

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

3.1 ควรจัดทำรายงานความคืบหน้าวาระค้างพิจารณาที่มีผลกระทบต่อสาธารณะและเผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายเดือน เพื่อสร้างความโปร่งใสและแรงกดดันจากสาธารณชนที่ช่วยเร่งรัดการพิจารณาได้อย่างเป็นระบบ

3.2 ควรติดตามและรายงานต่อสาธารณะถึงความคืบหน้าของการจัดตั้งองค์กรวิชาชีพตามประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มฯ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่วัดได้ เช่น จำนวนองค์กรที่จัดตั้ง จำนวนเรื่องที่องค์กรวิชาชีพวินิจฉัย และผลการบังคับใช้จริยธรรมโดยองค์กรเหล่านั้น เพื่อให้ระบบ Self-regulation มีความน่าเชื่อถือและโปร่งใส

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	3
1.4 ระยะเวลาดำเนินงาน	7
1.5 ระยะเวลาการส่งมอบ	7
บทที่ 2 ศึกษา ค้นคว้า รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริง	8
2.1 ข้อมูลบริบทที่สำคัญ	8
2.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	8
2.1.2 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตามอำนาจหน้าที่ ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผน แม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นต้น	18
2.1.3 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์ในประเด็นต่างๆ	22
2.1.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. นโยบายและแผนปฏิบัติการของ สำนักงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์	27
2.1.5 รวบรวม ศึกษา และทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. เคยดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติก็ตาม	47
2.1.6 รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง	49
2.1.7 เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิงได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตามตรวจสอบและ ประเมินผลดังกล่าว เช่น ข่าว บทความวิชาการ เป็นต้น	51
2.1.8 ศึกษาเปรียบเทียบกรอบแนวทาง และรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานกำกับดูแล ในต่างประเทศ	60
2.1.9 บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. (กตป.)	67
2.2 ข้อมูลข้อเท็จจริง	73
2.2.1 ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และ ทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน	73
2.2.2 ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลาย ในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่ม ประชาชน	84
2.2.3 ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ต่อวุฒิสภา	88

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	90
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	90
3.2 ระเบียบวิธีการศึกษา	92
3.2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	92
3.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	94
3.2.3 ประเด็นสำคัญในการสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริง	95
3.2.4 เครื่องมือในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล	96
3.3 หลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล	107
3.4 รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน	111
3.5 โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา	112
3.6 รูปแบบการดำเนินการจัดประชุม และการสัมภาษณ์เชิงลึก	113
บทที่ 4 ผลการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	116
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย ณ กรุงเทพมหานคร และ/หรือปริมณฑล	116
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)	129
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	144
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย	159
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	191
5.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์	191
5.2 การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance)	200
5.3 การวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI	230
5.4 การวิเคราะห์ความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ	291
5.5 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์	293
เอกสารอ้างอิง	302

สารบัญภาพ

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 2.1 วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580 จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	10
ภาพที่ 2.2 ความเชื่อมโยงระหว่างหมุดหมายการพัฒนาหลักกับเป้าหมายหลักจาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	13
ภาพที่ 2.3 ภูมิทัศน์ดิจิทัลประเทศไทย จาก นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	16
ภาพที่ 2.4 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ด้านกิจการโทรทัศน์	32
ภาพที่ 2.5 สัดส่วนพฤติกรรมการดูสื่อดิจิทัลตามช่วงอายุ	79
ภาพที่ 2.6 สัดส่วนพฤติกรรมการดูย้อนหลังตามช่วงอายุ	79
ภาพที่ 2.7 สัดส่วนพฤติกรรมการดูคลิปสั้นหรือไฮไลต์ตามช่วงอายุ	80
ภาพที่ 2.8 สัดส่วนพฤติกรรมการรับชมผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งตามช่วงอายุ	80
ภาพที่ 2.9 สรุปพฤติกรรมการรับชมรายการทีวีตามกลุ่มอายุ	81
ภาพที่ 2.10 พฤติกรรมการดูทีวีควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่น	82
ภาพที่ 2.11 ตัวขับเคลื่อนการรับรู้และเข้าถึงคอนเทนต์แยกตามอายุ	82
ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	90
ภาพที่ 3.2 โครงสร้างบุคลากร	112
ภาพที่ 4.1 ภูมิภาคที่พำนักของกลุ่มตัวอย่าง	160
ภาพที่ 5.1 การประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มต่อ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย: ด้านการกำกับดูแล	201
ภาพที่ 5.2 กสทช. ร่วมสังเกตการณ์การทดสอบระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ในระบบเปิดผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่มีการใช้งานจริง	208
ภาพที่ 5.3 สถิติการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการให้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แยกตามประเภทเรื่องร้องเรียน ในปี 2568	211
ภาพที่ 5.4 การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะต่อ (ร่าง) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2569 – 2573)	219

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของยุทธศาสตร์ระหว่างแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) และ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ฉบับปรับปรุง	28
ตารางที่ 2.2 แสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ของ กสทช. ในปี 2568	32
ตารางที่ 2.3 แสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ของ สำนักงาน กสทช. ในปี 2568	41
ตารางที่ 2.4 สรุปข่าวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ กสทช. ในช่วงปี 2568	52
ตารางที่ 2.5 แสดงภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์โดย Nielsen Thailand	75
ตารางที่ 2.6 แสดงการเปรียบเทียบมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาและอัตราการเติบโต (2568-2569)	75
ตารางที่ 2.7 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน	76
ตารางที่ 3.1 แสดงการแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม	94
ตารางที่ 3.2 แสดงแนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	96
ตารางที่ 3.3 แสดงแนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย	97
ตารางที่ 3.4 แสดงประเด็นในการศึกษาและที่มาในการออกแบบสอบถาม	100
ตารางที่ 3.5 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน	111
ตารางที่ 3.6 วิธีการบริหารและการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปรึกษา	112
ตารางที่ 3.7 ตำแหน่งและระยะเวลาการทำงานของบุคลากรที่ปรึกษา	113
ตารางที่ 3.8 แสดงวันและเวลาในการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting)	114
ตารางที่ 3.9 แสดงวันและเวลาในการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)	115
ตารางที่ 4.1 แสดงวันและเวลาในการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting)	116
ตารางที่ 4.2 แสดงวันและเวลาในการจัดการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)	129
ตารางที่ 4.3 แสดงชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และหน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก	144
ตารางที่ 4.4 แสดงการแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม	159
ตารางที่ 4.5 แสดงพื้นที่พำนักของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค	160
ตารางที่ 4.6 แสดงพื้นที่พำนักของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	161
ตารางที่ 4.7 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามเพศ	162
ตารางที่ 4.8 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามอายุเจนเนอเรชั่น	163
ตารางที่ 4.9 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา	164
ตารางที่ 4.10 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	165
ตารางที่ 4.11 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ	166
ตารางที่ 4.12 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามประเภทของโทรทัศน์ที่บ้าน	167
ตารางที่ 4.13 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน	168
ตารางที่ 4.14 แสดงพฤติกรรมการรับชมรายการภาพรวมทุกภูมิภาค	170

สารบัญตาราง (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	170
ตารางที่ 4.16 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในภาคกลาง	171
ตารางที่ 4.17 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในภาคเหนือ	172
ตารางที่ 4.18 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในภาคใต้	172
ตารางที่ 4.19 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	173
ตารางที่ 4.20 แสดงพฤติกรรมกรรมการร่วมรายการในภาคตะวันออก	174
ตารางที่ 4.21 แสดงด้านอุปกรณ์และช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการ	175
ตารางที่ 4.22 แสดงด้านรูปแบบการรับชม	176
ตารางที่ 4.23 แสดงด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม	177
ตารางที่ 4.24 แสดงด้านความเต็มใจในการจ่ายเพื่อรับชม	179
ตารางที่ 4.25 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาภาพรวมทุกภูมิภาค	181
ตารางที่ 4.26 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	182
ตารางที่ 4.27 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคกลาง	182
ตารางที่ 4.28 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคเหนือ	183
ตารางที่ 4.29 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคใต้	184
ตารางที่ 4.30 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	185
ตารางที่ 4.31 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคตะวันออก	185
ตารางที่ 4.32 แสดงด้านคุณภาพสัญญาณ	187
ตารางที่ 4.33 แสดงด้านปัญหาที่พบในการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	187
ตารางที่ 4.34 แสดงด้านประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.	189
ตารางที่ 5.1 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	193
ตารางที่ 5.2 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	194
ตารางที่ 5.3 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	195
ตารางที่ 5.4 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (2567)	197
ตารางที่ 5.5 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)	198
ตารางที่ 5.6 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์	199

สารบัญตาราง (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 5.7 สรุปผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล	227
ตารางที่ 5.8 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์เทียบกับโฆษณาดิจิทัล พ.ศ. 2558-2567	233
ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน ระหว่างสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมกับสื่อออนไลน์ และ OTT	233
ตารางที่ 5.10 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม	235
ตารางที่ 5.11 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์เทียบกับสื่อดิจิทัล พ.ศ. 2558-2567	238
ตารางที่ 5.12 มูลค่าเม็ดเงินโฆษณาและอัตราการเติบโต ปี 2568-2569	239
ตารางที่ 5.13 มูลค่าโฆษณาของแพลตฟอร์มดิจิทัลหลักในประเทศไทย ปี 2565 และคาดการณ์ปี 2569	239
ตารางที่ 5.14 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์ และ OTT ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน	240
ตารางที่ 5.15 การเปรียบเทียบเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์	244
ตารางที่ 5.16 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่าย	245
ตารางที่ 5.17 พฤติกรรมการรับชมสื่อโทรทัศน์และดิจิทัลรายเจเนอเรชัน ปี 2568	250
ตารางที่ 5.18 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT Streaming และ Cross-media หลังปี 2572	252
ตารางที่ 5.19 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ	258
ตารางที่ 5.20 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านสัดส่วนผังรายการ ความหลากหลายของเนื้อหา การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม	263
ตารางที่ 5.21 ผลการประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลภาครัฐ จำแนกรายภูมิภาค	267

สารบัญตาราง (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 5.22 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน	268
ตารางที่ 5.23 ผลการประเมินความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัยและความเหมาะสมของบริการภาษามือ/คำบรรยาย จำแนกรายภูมิภาค	272
ตารางที่ 5.24 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ	274
ตารางที่ 5.25 การเปรียบเทียบฉกทัศน์โครงสร้างช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลหลังปี 2572	278
ตารางที่ 5.26 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap	279
ตารางที่ 5.27 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และและกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์	284
ตารางที่ 5.28 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย และติดตามวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา	288

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ สร้างความถ่วงดุลให้มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช. กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานขึ้นคณะหนึ่ง ประกอบด้วยกรรมการ 5 ด้าน ตามความเชี่ยวชาญ ได้แก่ (1) ด้านกิจการกระจายเสียง (2) ด้านกิจการโทรทัศน์ (3) ด้านกิจการโทรคมนาคม (4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ (5) ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ให้คณะกรรมการมีอำนาจในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เป็นประจำทุกปี คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน 5 ด้าน ให้มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 คือ ติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผล ให้ กสทช. ทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภา พร้อมรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีของ กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงาน ดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร โดยการประเมินดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียประกอบด้วย โดยคณะกรรมการอาจมอบหมายให้หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินผลเพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงาน

ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น การแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง แม้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (MUX) จะรายงานว่ามีการขยายโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่เกือบทั้งหมดของประเทศตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า ผู้ชมจำนวนมากยังคงเลือกชมโทรทัศน์ผ่านระบบดาวเทียมมากกว่าผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องระหว่างข้อมูลด้านโครงข่ายกับพฤติกรรมผู้รับชมจริง

ปัญหานี้มีสมมติฐานสำคัญว่า สัญญาณภาคพื้นดินอาจยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงหรือการรับชมจริง โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ที่มีภูมิประเทศซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่าการติดตั้งและใช้งานทีวีภาคพื้นดินมีความยุ่งยากหรือไม่เสถียร ต่างจากการรับชมผ่านจานดาวเทียมที่ติดตั้งง่ายและเชื่อว่ามีสัญญาณเสถียรมากกว่า ดังนั้น แม้ในเชิงเทคนิค MUX จะยืนยันว่าครอบคลุมตามมาตรฐาน แต่ความเชื่อมั่นและ

ประสบการณ์ผู้รับชมกลับบ่งชี้ถึง ความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพการเข้าถึง ซึ่งนำไปสู่การตั้งคำถามต่อความเพียงพอ และคุณภาพสัญญาณของระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และอาจกระทบต่อการวางนโยบายที่วิจิตรหลังปี พ.ศ. 2572 (ค.ศ. 2029) จึงเป็นความท้าทายของ กสทช. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแล ตลอดจนส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรม และเป็นประโยชน์สูงสุดกับประชาชน วิสัยทัศน์ของ กสทช. ในการมองภูมิทัศน์อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันและอนาคต กสทช. มีการกำหนดแนวทาง นโยบาย การปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร มีการดำเนินการในการกำกับดูแลสื่อให้มีคุณภาพ เป็นประโยชน์แก่ประชาชนและประเทศชาติ การส่งเสริมและพัฒนาที่เอื้อต่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ที่สอดคล้องต่อการดำเนินงานตาม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) (ฉบับปรับปรุง)

ดังนั้น ในฐานะผู้ที่ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลด้านกิจการโทรทัศน์ ตระหนักถึงความสำคัญที่จะต้องติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายของ กสทช. ที่สำคัญประจำปี 2568 ในด้านกิจการโทรทัศน์ เพื่อติดตามตามนโยบายและแผนการดำเนินงาน ที่มีความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. การกำกับดูแล และการส่งเสริมการประกอบกิจการโทรทัศน์ ภายใต้ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) (ฉบับปรับปรุง) ในด้านการติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางที่วิจิตรหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน และ การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน จึงเห็นควรจ้างหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568

ทั้งนี้ นอกจากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีประเด็นข้อสังเกตจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปีต่อวุฒิสภาเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 ซึ่งเป็นประเด็นหัวข้อที่วุฒิสภาให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องรายงานต่อวุฒิสภา จึงถือเป็นเรื่องอื่นๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้รัฐสภาทราบตามมาตรา 73 (4) ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางที่วิจิตรหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.2.2 เพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

1.2.3 เพื่อนำเสนอผลการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการเพื่อการพัฒนาการกำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ของประเทศ

1.2.4 เพื่อนำเสนอประเด็นข้อสังเกตจากวุฒิสภาตามมาตรา 73 (4) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งเป็นประเด็นที่วุฒิสภาให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องรายงานให้รัฐสภาทราบ ประกอบด้วย ประเด็นการจัดสรรใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

ภายหลังหมดอายุในปี 2572 รวมถึงการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหา และประเด็นวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

การจ้างที่ปรึกษาดำเนินการ ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ จึงกำหนดประเด็นหลักในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล จำนวน 3 ประเด็น ประกอบด้วย

- ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

- ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

- ประเด็นที่ 3 ประเด็นข้อสังเกตจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปีต่อวุฒิสภาเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 ซึ่งเป็นประเด็นหัวข้อที่วุฒิสภาให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องรายงานต่อวุฒิสภา จึงถือเป็นเรื่องอื่นๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้รัฐสภาทราบ ตามมาตรา 73 (4) ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกอบด้วย ประเด็นการจัดสรรใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ภายหลังหมดอายุในปี 2572 รวมถึงการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหา และประเด็นวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา

ทั้งนี้ จึงได้กำหนดขอบเขตของการดำเนินงาน ดังนี้

1.3.1 การจัดทำรายงานผลการศึกษารายงาน (Inception Report)

1.3.1.1 จัดการประชุมเริ่มต้น ที่ปรึกษาต้องจัดการประชุมเริ่มต้น (Kick Off Meeting) ระหว่างที่ปรึกษากับกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านกิจการโทรทัศน์ กรรมการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษา กรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดขั้นต้น ก่อนการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนไม่น้อยกว่า 15 คน ประกอบด้วยที่ปรึกษากับกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ทั้งนี้ที่ปรึกษาเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการประชุมและค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุม อัตราค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติว่าด้วยค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายอื่นในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. พ.ศ. 2563

1.3.1.2 จัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) ดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan) อย่างละเอียด ประกอบด้วย

ก. การกำหนดระเบียบวิธีการศึกษา และขอบเขตการดำเนินงาน

ข. หลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล โดยพิจารณากรอบการประเมิน จากอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. เลขาธิการ กสทช. แผนแม่บทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. แผนปฏิบัติการของ สำนักงาน กสทช. แผนงาน/โครงการความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและดิจิทัล และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นองค์กรกำกับดูแลที่ดี เป็นต้น

ค. รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน

ง. โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา

จ. รูปแบบการดำเนินการจัดประชุม การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

ฉ. กรอบระยะเวลาการส่งมอบผลงาน

1.3.2 การจัดทำรายงานความก้าวหน้า (Progress Report)

1.3.2.1 การเตรียมการ และการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆที่เกี่ยวข้อง ที่ปรึกษาต้องรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงและศึกษาบริบทที่สำคัญต่อการดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล โดยครอบคลุมตามประเด็นที่กำหนดทั้ง 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

(1) รวบรวมบริบทที่สำคัญ

ก. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ข. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นต้น

ค. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. นโยบายและแผนปฏิบัติการของ สำนักงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

ง. รวบรวม ศึกษา และทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. เคยดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติก็ตาม (ถ้ามี)

จ. รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

ฉ. เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิงได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลดังกล่าว เช่น ข่าว บทความวิชาการ เป็นต้น (ถ้ามี)

ช. ศึกษาเปรียบเทียบกรอบแนวทาง และรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานกำกับดูแลในต่างประเทศอย่างน้อย 2 ประเทศ

(2) รวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง ดังนี้

▪ ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

ก. วิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงานบุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

ข. ติดตามเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

ค. ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย (transmitter, repeater, fiber backhaul)

ง. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

■ ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

ก. ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

ข. สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

ค. ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

ง. กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง

■ ประเด็นที่ 3 ประเด็นข้อสังเกตจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปีต่อวุฒิสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568 ซึ่งเป็นประเด็นหัวข้อที่วุฒิสภาให้ความสำคัญ และจำเป็นต้องรายงานต่อวุฒิสภา จึงถือเป็นเรื่องอื่นๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้รัฐสภาทราบ ตามมาตรา 73 (4) ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

1.3.2.2 เก็บรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย

(1) วางแผนเพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง ตามหลักวิชาการและระเบียบวิธีวิจัยอย่างเหมาะสม ประกอบด้วย

(1.1) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

(1.2) ระบุประเด็นสำคัญในการสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงฯ

(1.3) ระบุเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

(1.4) จัดทำร่างเอกสาร/ออกแบบแบบสำรวจข้อมูลข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย

(1.5) กำหนดรูปแบบ และวิธีการจัดประชุมให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้รับข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะครอบคลุมทุกมิติ

(2) จัดการประชุมกลุ่มย่อย ในพื้นที่ส่วนกลาง โดยจัดประชุมภายนอกสำนักงาน กสทช. ณ กรุงเทพมหานคร และ/หรือปริมณฑล จำนวน 4 ครั้ง

■ ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน จำนวน 2 ครั้ง โดยมีผู้เข้าประชุมครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน

■ ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน จำนวน 2 ครั้ง โดยมีผู้เข้าประชุมครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน

(3) จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ส่วนภูมิภาค จำนวน 5 ครั้ง ประกอบด้วย ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมฯ ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 50 คน

(4) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) รวมไม่น้อยกว่า 25 คน ประกอบด้วย 1) กสทช. หรือผู้แทน เลขาธิการ กสทช. หรือผู้แทน ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค และ 2) ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ใน 5 ภูมิภาค

(5) เก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย โดยทำการออกแบบ จัดทำแบบสอบถาม และสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ประกอบด้วยภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 1,000 ชุด รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 5,000 ชุด

1.3.3 การจัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)

1.3.3.1 ผลการสำรวจข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง (จากแบบสอบถาม) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย ผลการประชุม เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) และผลการสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงจากแบบสอบถาม

1.3.3.2 นำเสนอข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จากการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. โดยสอดคล้องกับประเด็น ที่ทำการศึกษา

1.3.3.3 ความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิง เทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ

1.3.3.4 จัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ครอบคลุมรายละเอียด ตามขอบเขตการดำเนินการทั้งหมด โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ สรุปเป็นข้อเท็จจริง ข้อสังเกต และ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการจัดประชุมเสวนาตามข้อ 4.3.3 มาปรับปรุงเพิ่มเติมในรายงานฉบับสมบูรณ์ โดยจัดทำในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์ จำนวน 10 ชุด พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบี แฟลชไดรฟ์ จำนวน 1 ชุด

1.3.4 การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

1.3.4.1 จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน และเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ โดยดำเนินการดังนี้

(1) จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน และเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ ในกรุงเทพมหานคร หรือปริมณฑล จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนรวมไม่น้อยกว่า 100 คน

(2) จัดเตรียมนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่สาธารณะ โดยมีเนื้อหาที่สื่อสารเข้าใจง่าย ในรูปแบบนิทรรศการ

(3) จัดทำวิดีโอ (Video) นำเสนอภาพรวมภารกิจ การดำเนินงาน ของ กตป. และ จากผลการศึกษาทั้งหมดความยาวไม่น้อยกว่า 5 นาที จำนวน 1 ชุด

(4) จัดให้มีการถ่ายทอดสดผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.3.4.2 จัดทำ E book เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์

1.3.4.3 จัดทำสรุปผลการศึกษาในรูปแบบ Pocket book ขนาด A5 จำนวน 150 เล่ม ปกพิมพ์สี่สี กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม เคลือบพีวีซี สปอร์ตยูวี เนื้อหาพิมพ์ 4 สี จำนวนไม่น้อยกว่า 150 หน้า กระดาษปอนด์ 100 แกรม และเข้าเล่มแบบไสกาว

1.3.4.4 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ในรูปแบบเอกสารสิ่งพิมพ์จำนวน 20 เล่ม พร้อมอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ (.doc .pdf) บรรจุลงยูเอสบีแฟลชไดรฟ์ จำนวน 5 ชุด โดยที่ปรึกษาต้อง ดำเนินการออกแบบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ให้มีรูปแบบที่น่าสนใจเรียบร้อยสวยงาม

ภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหาสาระ และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย ดังนี้

- (1) ปกใช้กระดาษอาร์ตพิมพ์สี เคลือบ PVC ด้าน ขนาดไม่ต่ำกว่า 190 แกรม
- (2) เนื้อด้านในใช้กระดาษถนอมสายตา ขนาดไม่ต่ำกว่า 75 แกรม พิมพ์สี
- (3) การเข้าเล่มใช้วิธีไสกาว

1.4 ระยะเวลาการดำเนินการ

ที่ปรึกษาจะต้องดำเนินงานตามขอบเขตที่กำหนดให้แล้วเสร็จภายใน 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

1.5 ระยะเวลาการส่งมอบ

ที่ปรึกษาจะต้องส่งมอบผลงานและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับว่าได้ดำเนินการอย่างครบถ้วนถูกต้อง โดยที่ปรึกษาจะต้องส่งมอบงานเป็นงวด ดังนี้

1.5.1 งวดงานที่ 1 รายงานผลการศึกษาขั้นต้น (Inception Report) ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตของงานข้อ 1.3.1 ส่งมอบภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

1.5.2 งวดงานที่ 2 รายงานความก้าวหน้า (Progress Report) ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตของงานข้อ 1.3.2 ส่งมอบภายใน 150 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

1.5.3 งวดงานที่ 3 (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตของงานข้อ 1.3.3 ส่งมอบภายใน 180 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

1.5.4 งวดงานที่ 4 จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน และเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ E book, Pocket book และรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ครอบคลุมเนื้อหาตามขอบเขตของงานข้อ 1.3.4 ส่งมอบภายใน 240 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

บทที่ 2

ศึกษา ค้นคว้า รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริง ที่สามารถนำมาใช้ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการและการบริหารงาน

2.1 ข้อมูลบริบทที่สำคัญ

2.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐ แผนปฏิรูปประเทศ
นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน
ที่บังคับใช้ครอบคลุมมาถึงปี 2568 มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. คลื่นความถี่ และกิจการโทรทัศน์
อย่างชัดเจน โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่ มาตรา 60 อันได้แก่

มาตราที่ 60 รัฐต้องรักษาไว้ซึ่งคลื่นความถี่และสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม อันเป็น
สมบัติของชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติและประชาชน การจัดให้มีการใช้ประโยชน์จาก
คลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง ไม่ว่าจะใช้เพื่อส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม หรือ
เพื่อประโยชน์อื่นใด ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ
รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วย ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ รัฐต้อง
จัดให้มีองค์กรของรัฐที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อรับผิดชอบ และกำกับกำกับการดำเนินการเกี่ยวกับ
คลื่นความถี่ให้เป็นไปตามวรรคสอง ในการนี้ องค์กรดังกล่าวต้องจัด ให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหา
ประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรมหรือสร้างภาระแก่ ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่
รบกวนกัน รวมตลอดทั้งป้องกันการกระทำที่มีผล เป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูล
หรือข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด
ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึง สิทธิของประชาชนทั่วไป รวมตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำ
ที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ

ในปี 2568 ได้มีความเคลื่อนไหวสำคัญในเชิงกฎหมายที่เชื่อมโยงระหว่าง "รัฐธรรมนูญ" และ
"กสทช." โดยตรง นั่นคือการเปิดรับฟังความคิดเห็นเพื่อแก้ไขกฎหมายหลักของ กสทช. ความเคลื่อนไหวและ
ประเด็นสำคัญทางกฎหมายที่ต้องจับตามองซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากรัฐธรรมนูญการปฏิรูปกฎหมาย กสทช.
ตามมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญ โดย ช่วงต้นปี 2568 (กุมภาพันธ์ - มีนาคม) ทางรัฐสภาได้เปิดรับฟังความ
คิดเห็นต่อ ร่างพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ (ฉบับที่ ..) พ.ศ. เพื่อปรับปรุงบทบาทและ
อำนาจหน้าที่ของ กสทช. ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและเทคโนโลยีปัจจุบัน โดยกระบวนการนี้เป็นไปตาม
หลักมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญที่บังคับให้รัฐต้องจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องก่อนตรา
กฎหมายทุกฉบับ ซึ่งรวมถึง การกำกับดูแลเนื้อหาและผังรายการ โดย กสทช. ยังคงใช้อำนาจตามกรอบ
รัฐธรรมนูญในการอนุมัติผังรายการโทรทัศน์และออกแนวปฏิบัติการออกอากาศให้เหมาะสมกับสถานการณ์
บ้านเมืองอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ รัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าว ยังมีการกำหนดบทบัญญัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ
ดำเนินงานของ กสทช. และภาคประชาสังคมในหลายมาตรา ดังนี้

มาตรา 41 บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิ

- (1) ได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ
- (2) เสนอเรื่องราวร้องทุกข์ต่อหน่วยงานของรัฐและได้รับแจ้งผลการพิจารณาโดยรวดเร็ว
- (3) ฟ้องหน่วยงานของรัฐให้รับผิดชอบเนื่องจากการกระทำหรือการละเว้นการกระทำของข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยงานของรัฐ

มาตรา 56 รัฐต้องจัดหรือดำเนินการให้มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึงตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โครงสร้างหรือโครงข่ายขั้นพื้นฐานของกิจการสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของรัฐอันจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนหรือเพื่อความมั่นคงของรัฐ รัฐจะกระทำด้วยประการใดให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของเอกชนหรือทำให้รัฐเป็นเจ้าของน้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดมิได้

การจัดหรือดำเนินการให้มีสาธารณูปโภคตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง รัฐต้องดูแลมิให้มีการเรียกเก็บค่าบริการจนเป็นภาระแก่ประชาชนเกินสมควร

การนำสาธารณูปโภคของรัฐไปให้เอกชนดำเนินการทางธุรกิจไม่ว่าด้วยประการใด ๆ รัฐต้องได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงการลงทุนของรัฐ ประโยชน์ที่รัฐและเอกชนจะได้รับและค่าบริการที่จะเรียกเก็บจากประชาชนประกอบกัน

มาตรา 59 รัฐต้องเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นคงของรัฐหรือเป็นความลับของทางราชการตามที่กฎหมายบัญญัติ และต้องจัดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารดังกล่าวได้โดยสะดวก

มาตรา 61 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

มาตรา 71 รัฐพึงเสริมสร้างความเข้มแข็งของครอบครัวอันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของสังคม จัดให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสม ส่งเสริมและพัฒนากิจการเสริมสุขภาพเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่แข็งแรงและมีจิตใจเข้มแข็ง รวมตลอดทั้งส่งเสริมและพัฒนากิจการให้ไปสู่ความเป็นเลิศและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน

รัฐพึงส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นพลเมืองที่ดี มีคุณภาพและความสามารถสูงขึ้น

รัฐพึงให้ความช่วยเหลือเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ยากไร้ และผู้ด้อยโอกาสให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และคุ้มครองป้องกันมิให้บุคคลดังกล่าวถูกใช้ความรุนแรงหรือปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม รวมตลอดทั้งให้การบำบัด ฟื้นฟูและเยียวยาผู้ถูกกระทำการดังกล่าว

ในการจัดสรรงบประมาณ รัฐพึงคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกันของเพศวัยและสภาพของบุคคล ทั้งนี้ เพื่อความเป็นธรรม

มาตรา 77 รัฐพึงจัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น และยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพโดยไม่ชักช้าเพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่ประชาชน และดำเนินการให้ประชาชนเข้าถึงตัวกฎหมายต่าง ๆ ได้โดยสะดวก และสามารถเข้าใจกฎหมายได้ง่ายเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง

ก่อนการตรากฎหมายทุกฉบับ รัฐพึงจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายอย่างรอบด้านและเป็นระบบ รวมทั้งเปิดเผยผลการรับฟังความคิดเห็นและการวิเคราะห์นั้นต่อประชาชน และนำมาประกอบการพิจารณาในกระบวนการตรากฎหมายทุกขั้นตอน เมื่อกฎหมายมีผลใช้บังคับแล้ว รัฐพึงจัดให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายทุกกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย เพื่อพัฒนากฎหมายทุกฉบับให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

รัฐพึงใช้ระบบอนุญาตและระบบคณะกรรมการในกฎหมายเฉพาะกรณีที่กำหนดหลักเกณฑ์การใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ของรัฐและระยะเวลาในการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่บัญญัติไว้ในกฎหมายให้ชัดเจน และพึงกำหนดโทษอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง

2) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ซึ่งภาครัฐจะต้องนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ "ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" ได้กำหนดการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ไว้



ภาพที่ 2.1 วิสัยทัศน์ประเทศไทย 2580 จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

ทั้งนี้เอกสารยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของประเทศ จะไม่ได้ระบุคำว่า "กสทช." ลงไปตรง ๆ ในฐานะตัวองค์กร เนื่องจากยุทธศาสตร์ชาตินั้นการวางกรอบ เป้าหมายระดับมหภาค แต่ได้กำหนด ประเด็นยุทธศาสตร์และทิศทางโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ซึ่งเป็นภารกิจหลัก (Core Mandate) ของ กสทช. ไว้อย่างชัดเจน ได้แก่

ประเด็นที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยในส่วนของ "โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและดิจิทัล" มีการระบุประเด็นการบริหารจัดการคลื่นความถี่ ซึ่งยุทธศาสตร์ ชาติกำหนดให้ประเทศต้องมีโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมที่ทันสมัยและครอบคลุม ซึ่ง กสทช. นำมาแปลง เป็นแผนปฏิบัติการในการจัดสรรคลื่นความถี่ (เช่น การประมูลคลื่น 5G/6G และคลื่นความถี่ต่ำ-กลาง) เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) รวมถึงการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดย กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการกำกับดูแลให้เกิดการลงทุนโครงข่ายสายเคเบิลใยแก้วนำแสง ขยายช่องสัญญาณ (Bandwidth) และการพัฒนากิจการดาวเทียมสื่อสารและวงโคจรดาวเทียมให้ เกิดประโยชน์สูงสุดเชิงพาณิชย์และบริการสาธารณะ

ประเด็นที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมที่เชื่อมโยงกับ บทบาทของ กสทช. ในการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) จากการจัดให้มีบริการโทรคมนาคม พื้นฐานโดยทั่วถึง (Universal Service Obligation: USO) ยุทธศาสตร์ชาติมุ่งเน้นให้ประชาชนทุกคนเข้าถึง บริการของรัฐและโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียม กสทช. จึงขับเคลื่อนผ่านโครงการเน็ตประชารัฐ หรือ การขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไปยังพื้นที่ห่างไกล (Zone C และ Zone C+) โรงเรียน ชุมชน และ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) อีกทั้งยังต้องจัดให้มีการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเปราะบาง โดย กสทช. กำกับดูแลและอุดหนุนให้สถานีโทรทัศน์มีบริการเพื่อคนพิการและผู้สูงอายุ เช่น บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description), คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และล่ามภาษามือ

ประเด็นที่ 3 ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล โดยความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) ที่กสทช. ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ให้บริการโทรคมนาคม และเครือข่ายมือถือในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล บูรณาการร่วมกับหน่วยงานความมั่นคงเพื่อป้องกัน การโจมตีทางไซเบอร์ รวมถึงการจัดการปัญหาภัยการเงินและคอลเซ็นเตอร์ ตามที่ กสทช. ออกมาตรการ จัดระเบียบซิมการ์ด (Sim Registration) และการสกัดกั้นสัญญาณโทรศัพท์บริเวณแนวชายแดน เพื่อลดปัญหา อาชญากรรมทางเทคโนโลยีตามเป้าหมายด้านความมั่นคงของประเทศ

3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

มีสถานะเป็นแผนระดับที่ 2 ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญในการแปลงยุทธศาสตร์ชาติไปสู่การปฏิบัติ และใช้เป็นกรอบสำหรับการจัดทำแผนระดับที่ 3 เพื่อให้การดำเนินงานของภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องสามารถ สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ได้

ในการกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ได้อาศัยหลักการและแนวคิด 4 ประการ ดังนี้

1. หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสืบสาน รักษา ต่อยอดการพัฒนาตามหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างมีเหตุผล ความพอประมาณ ภูมิคุ้มกัน บนฐานของความรู้ คุณธรรม และความเพียร โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับสถานการณ์และเงื่อนไข ระดับประเทศและระดับโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ และศักยภาพของทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสมดุลในมิติ

ต่าง ๆ ทั้งความสมดุลระหว่างการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศกับความสามารถในการพึ่งตนเองได้อย่างมั่นคง ความสมดุลของการกระจายโอกาสเพื่อลดความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มคนและพื้นที่ และความสมดุลทางธรรมชาติเพื่อให้คนอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการบริหารจัดการองค์การต่าง ๆ ของประเทศให้พร้อมรับกับความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายนอกและภายในประเทศ นอกจากนี้ในการวางแผนและการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติต้องอาศัยองค์ความรู้ทางวิชาการที่รอบด้านและพิจารณาด้วยความรอบคอบ ควบคู่กับการยึดถือผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมเป็นที่ตั้ง และมุ่งมั่นผลักดันให้การพัฒนাবรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. การสร้างความสามารถในการ “ล้มแล้ว ลุกไว” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ระดับ ประกอบด้วย 1) การพร้อมรับ หรือ ระดับ “อยู่รอด” ในการแก้ไขข้อจำกัดหรือจุดอ่อนที่มีอยู่ ซึ่งเป็นผลให้ประชาชนประสบความยากลำบากในการดำรงชีวิต หรือทำให้ประเทศมีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกและภายใน รวมถึงการสร้างความพร้อมในทุกกระบวนในการรับมือกับสภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นให้สามารถฟื้นคืนสู่ภาวะปกติได้อย่างรวดเร็ว 2) การปรับตัว หรือ ระดับ “พอเพียง” ในการปรับเปลี่ยนปัจจัยที่จำเป็นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ในระดับครอบครัว ชุมชน พื้นที่ และประเทศ รวมถึงปรับทิศทาง รูปแบบ และแนวทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ และ 3) การเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน หรือ ระดับ “ยั่งยืน” ในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในมิติต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความสามารถของบุคคลและสังคมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งเพื่อสนับสนุนให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

3. เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติโดยกำหนดทิศทางการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของแนวคิด “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” มุ่งเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ทั้งในมิติของการมีปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานที่เพียงพอ การมีสภาพแวดล้อมที่ดี การมีปัจจัยสนับสนุนให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การมีโอกาสนี้จะใช้ศักยภาพของตนในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี และการมุ่งส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีไปยังคนรุ่นต่อไป

4. การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การให้บริการ และการบริโภคเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่า อย่างยั่งยืน” ซึ่งหมายถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวหน้าพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการยกระดับกิจกรรมการผลิตและการให้บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย 5 เป้าหมายหลักและ 13 หมายเหตุ ที่มีความสอดคล้องกัน แสดงดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ความเชื่อมโยงระหว่างหมวดหมายการพัฒนา กับเป้าหมายหลัก
จาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

โดยหมวดหมายที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. และการดำเนินกิจการโทรทัศน์ กำหนดไว้ในหมวดหมายที่ 6 คือ ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัลของอาเซียน ซึ่งสนับสนุนเป้าหมายหลัก 3 เป้าหมาย คือ

เป้าหมายหลักที่ 1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม

เป้าหมายหลักที่ 2 การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ และ

เป้าหมายหลักที่ 5 การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่

4) พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560

เป็นพระราชบัญญัติที่เกิดขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในด้านดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งส่งผลต่อฐานความรู้และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจต่างมีความต้องการนำระบบเทคโนโลยีด้านดิจิทัลดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ เพื่อประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับหรือการพัฒนาในการแข่งขันทางธุรกิจของภาคเอกชน แต่ประเทศไทยยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในด้านดิจิทัลอย่างเป็นระบบที่จะสามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศครอบคลุมการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและการวางโครงสร้างสารสนเทศอย่างเป็นระบบเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานและส่งเสริมกิจกรรมในด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ (จุลนิติ, 2560)

โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ กสทช. และการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ดังต่อไปนี้

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“ดิจิทัล” หมายความว่า เทคโนโลยีที่ใช้วิธีการนำสัญลักษณ์ศูนย์และหนึ่งหรือสัญลักษณ์อื่นมาแทนค่าสิ่งทั้งปวง เพื่อใช้สร้าง หรือก่อให้เกิดระบบต่างๆ เพื่อให้มนุษย์ใช้ประโยชน์

“ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” หมายความว่า ระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีการติดต่อสื่อสาร การผลิต การอุปโภคบริโภค การใช้สอย การจำหน่ายแจก การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ การคมนาคมขนส่ง การโลจิสติกส์ การศึกษา การเกษตรกรรม การอุตสาหกรรม การสาธารณสุข การเงินการลงทุน การภาษีอากร การบริหารจัดการข้อมูล และเนื้อหาหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมอื่นใด หรือการใด ๆ ที่มีกระบวนการหรือการดำเนินงานทางดิจิทัลหรือทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม กิจการโทรคมนาคม กิจการสื่อสารดาวเทียม และการบริหารคลื่นความถี่ โดยอาศัยโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งเทคโนโลยีที่มีการหลอมรวม หรือเทคโนโลยีอื่นใดในทำนองเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน

มาตรา 15 ให้คณะกรรมการเฉพาะด้านตามมาตรา 13 (1) และ (2) แต่ละคณะ ประกอบด้วย

(1) กรรมการคนหนึ่งในการคณะกรรมการ ที่คณะกรรมการแต่งตั้ง เป็นประธานกรรมการ

(2) กรรมการซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งจากผู้แทนหน่วยงานต่างๆ ดังต่อไปนี้หน่วยงานละหนึ่งคนเป็นกรรมการ

(ก) คณะกรรมการเฉพาะด้านตามมาตรา 13 (1) ได้แก่ ผู้แทนกระทรวงกลาโหม ผู้แทนกระทรวงการคลัง ผู้แทนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้แทนกระทรวงพลังงาน ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ ผู้แทนกระทรวงมหาดไทย ผู้แทนกระทรวงอุตสาหกรรม ผู้แทนสำนักงานงบประมาณ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ผู้แทนคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ผู้แทนธนาคารแห่งประเทศไทย ผู้แทนสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) และผู้แทนสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

มาตรา 24 กองทุนประกอบด้วยเงินและทรัพย์สิน ดังต่อไปนี้

(3) เงินที่ได้รับจากการจัดสรรคลื่นความถี่ ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยให้สำนักงาน กสทช. จัดสรรให้ในอัตราร้อยละสิบห้าของรายได้จากการจัดสรรคลื่นความถี่ดังกล่าว

(4) เงินที่ได้รับการจัดสรรจากรายได้ของสำนักงาน กสทช. ตามมาตรา 65 (1) และ (2) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เว้นแต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย โดยให้สำนักงาน กสทช. จัดสรรให้ในอัตราร้อยละสิบห้าของเงินรายได้ของสำนักงาน กสทช. ดังกล่าว

(5) เงินที่ กสทช. โอนให้กองทุนตามมาตรา 25

มาตรา 25 ให้ กสทช. มีอำนาจมอบหมายให้สำนักงานเป็นผู้ดำเนินการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมตามแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการ

โทรคมนาคม ทั้งหมดหรือบางส่วนแทน กสทช. ได้ และเมื่อ กสทช. ได้มอบหมายดังกล่าวแล้วให้โอนเงินที่เรียกเก็บจากผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมเพื่อนำไปใช้ดำเนินการสนับสนุนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมตามแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมดังกล่าวให้กองทุนตามความจำเป็น และให้สำนักงานใช้เงินดังกล่าวเฉพาะเพื่อค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจการที่ได้รับมอบหมาย

5) นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)

ได้มีการประกาศใช้นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตามบทบัญญัติมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ทำหน้าที่เป็นแผนแม่บทหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

โดยมาตรา 5 และมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560 ได้ระบุถึงแนวทางการใช้นโยบายฯ ไว้ดังนี้

มาตรา 5 เพื่อให้การพัฒนาดิจิทัลเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นส่วนรวม ให้คณะรัฐมนตรีจัดให้มีนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ขึ้นตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

การประกาศใช้และการแก้ไขปรับปรุงนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ให้ทำเป็นประกาศพระบรมราชโองการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เมื่อมีการประกาศใช้นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแล้วหน่วยงานของรัฐต้องดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของตนให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติดังกล่าว

มาตรา 6 นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีเป้าหมายและแนวทางอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(1) การดำเนินการและการพัฒนาให้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยวิธีการอย่างหนึ่งอย่างใดที่ทำให้สามารถใช้ร่วมกันหรือเชื่อมโยงกันได้หรือวิธีอื่นใดที่เป็นการประหยัดทรัพยากรของชาติและเกิดความสะดวกต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี

(2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งต้องครอบคลุมโครงข่ายการติดต่อสื่อสาร แพร่เสียง แพร่ภาพในทุกรูปแบบไม่ว่าจะอยู่ในภาคพื้นดินพื้นน้ำในอากาศ หรืออวกาศ และเป้าหมายในการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และประโยชน์ของประชาชน

(3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีระบบการให้บริการหรือแอปพลิเคชันสำหรับประยุกต์ใช้งานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

(4) การส่งเสริมให้เกิดมาตรฐานหรือกฎเกณฑ์ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลให้สอดคล้องกันเพื่อให้การทำงานระหว่างระบบสามารถทำงานเชื่อมโยงกันได้อย่างมีความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน รวมตลอดทั้งทำให้ระบบหรือการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ และแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีหลักประกันการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของประชาชนอย่างเท่าเทียม ทั่วถึง และเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติ

(5) การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาให้เกิดอุตสาหกรรมและนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลการพัฒนาให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างหรือเผยแพร่เนื้อหาผ่านทางสื่อที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความมั่นคงของประเทศ

(6) การส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและพัฒนากำลังคน ให้เกิดความพร้อมและความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานของรัฐและเอกชน ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งสร้างความตระหนักและรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศอื่นส่งเสริมและสนับสนุนให้ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

(7) การพัฒนาลังข้อมูลและฐานข้อมูลดิจิทัล การบริหารจัดการความรู้ รวมทั้งการส่งเสริมเพื่อให้มีระบบที่เป็นศูนย์แห่งการเรียนรู้และให้บริการข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ซึ่งเอื้อต่อการนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัย

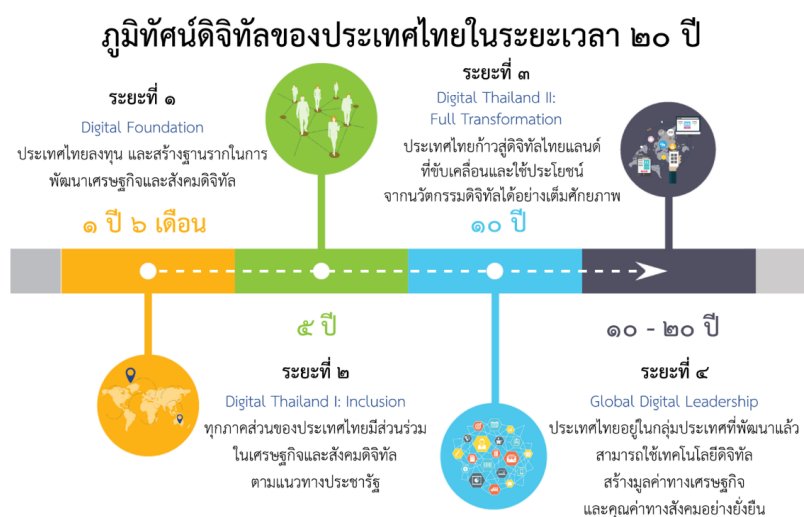
การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศไทย มุ่งเน้นการพัฒนาระยะยาวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แต่เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นในการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จึงกำหนดภูมิทัศน์ดิจิทัลหรือทิศทางการพัฒนาและเป้าหมายออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 (1 ปี 6 เดือน) Digital Foundation ประเทศไทยลงทุนและสร้างฐานรากในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

ระยะที่ 2 (5 ปี) Digital Thailand Inclusion ทุกภาคส่วนของประเทศไทยมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลตามแนวประชารัฐ

ระยะที่ 3 (10 ปี) Full Transformation ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “ดิจิทัลไทยแลนด์” ที่ขับเคลื่อนและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพ

ระยะที่ 4 (10 -20 ปี) Global Digital Leadership ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2.3 ภูมิทัศน์ดิจิทัลประเทศไทย จาก นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)

โดยการดำเนินงานของ กสทช ในปี 2568 จะอยู่ในระยะที่ 3 Full Transformation ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “ดิจิทัลไทยแลนด์” ที่ขับเคลื่อนและใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลได้อย่างเต็มศักยภาพ ทั้งนี้นโยบายฯ ได้มีการกำหนดทิศทางในมิติต่างๆ ในระยะที่ 3 ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์ของ กสทช. ไว้ดังต่อไปนี้

มิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประเทศไทยจะมีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ทันสมัยทัดเทียมประเทศที่พัฒนาแล้ว และโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจะกลายเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่นเดียวกับถนนไฟฟ้า ประปา ด้วยโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบใช้สายที่เข้าถึงทุกบ้าน และรองรับการหลอมรวม (Convergence) มีบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่สามารถเข้าถึงได้ในทุกสถานที่ ทุกเวลา สำหรับผู้ใช้หรือทุกสรรพสิ่งที่ต้องการเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคมหลัก จะมีเส้นทางเชื่อมต่อกับต่างประเทศด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลายรองรับปริมาณความต้องการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างไม่จำกัด ระยะทางและความเร็วจะไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเชื่อมโยงโครงข่ายระหว่างประเทศ ข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะถูกเก็บไว้ที่ศูนย์ข้อมูลบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงและโยกย้ายได้ตลอดเวลาโดยไม่ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีและผู้ให้บริการ ระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงแบบดิจิทัลจะถูกหลอมรวม โดยส่งผ่านสื่อหลายรูปแบบด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลาย ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

มิติด้านสังคม ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ และคนพิการ สามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ของภาครัฐได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนมีการรวบรวมและแปลงข้อมูล องค์ความรู้ของประเทศ ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่าย สะดวก และสร้างสรรค์ พร้อมกับสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์และเผยแพร่ สร้างจุดยืนของประเทศไทย นำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาจัดเก็บและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวในขณะเดียวกันประชาชนสามารถรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารอ่านออกเขียนได้ทางดิจิทัล มีทักษะการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีส่วนร่วมในการกำหนดออกแบบ พัฒนา และขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ

มิติด้านทุนมนุษย์ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างกำลังคนทางด้านดิจิทัลเป็นงานต่อเนื่องระยะยาวที่จะเห็นผลในช่วง 10-20 ปีหากมีการเตรียมความพร้อมอย่างเหมาะสม ประเทศไทยจะสามารถสร้างงานที่มีคุณค่าสูง ด้วยการพัฒนาทักษะของกำลังคนทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับสูง (Advanced Digital Skill) เพื่อให้สามารถผลิตกำลังคนทางด้านดิจิทัลที่เพียงพอสอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ ในระยะนี้ทักษะและวิชาชีพที่มุ่งตอบสนองการทำงานรูปแบบใหม่จะเป็นที่ต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะกำลังคนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายของการประยุกต์ใช้ระบบอัตโนมัติและอุปกรณ์อัจฉริยะ ประเทศไทยจะมีระบบนิเวศของการทำงานรูปแบบใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Workplace Ecology) เป็นแกนกลางสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคม โดยไม่ยึดติดกับสถานที่และเวลา (Mobility Workplace) มีการใช้ประโยชน์ร่วมกันในรูปแบบของระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) รวมถึงมีกำลังคนรุ่นใหม่ที่มีทักษะดิจิทัลระดับสูง และเป็นทักษะเฉพาะด้านที่ผสมผสานองค์ความรู้อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล

มิติด้านความเชื่อมั่น มีกฎหมาย/กฎระเบียบที่เอื้อต่อเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลในระยะยาว (10 ปี) ประเทศไทยมีกฎหมาย/ระเบียบที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการค้า การทำธุรกรรมดิจิทัล และต้องมีการทบทวนกฎหมาย กฎระเบียบ กติกาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจโลกอย่างแท้จริง

2.1.2 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แผนแม่บทตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เป็นต้น

การดำเนินการกิจด้านกิจการโทรทัศน์ของ กสทช. มิได้เกิดขึ้นอย่างไร้ทิศทางแต่ถูกกำหนดโดย โครงสร้างทางกฎหมายและนโยบายที่ทำหน้าที่เป็นกรอบกำกับการปฏิบัติงานใน 2 ระดับสำคัญ ได้แก่ 1. ระดับฐานอำนาจ คือ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งเป็น กฎหมายแม่บทที่บัญญัติอำนาจหน้าที่และเจตนารมณ์ในการจัดสรรทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์ สาธารณะ และ 2. ระดับยุทธศาสตร์ คือ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง) ซึ่งเปรียบเสมือนแผนที่นำทาง (Roadmap) ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้สอดคล้อง กับความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล

1) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการประเมินผลนโยบาย/การกำกับการดูแลกิจการโทรทัศน์ ได้แก่

(1) การกำหนดให้มีแผนแม่บทเป็นกรอบ 5 ปี และยึดประโยชน์สาธารณะ เป็นแกน

มาตรา 49 กำหนดให้ กสทช. จัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางระยะ 5 ปี และกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำเพื่อประโยชน์สาธารณะ/ภาคประชาชน รวมกัน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของความสามารถในการส่งสัญญาณที่จะอนุญาตในแต่ละครั้ง ประเด็นนี้เป็นฐานสำคัญ ในการประเมินว่าการจัดสรร/กำกับการดูแล สนองประโยชน์สาธารณะจริงเพียงใด (ราชกิจจานุเบกษา, 2553, มาตรา 49)

(2) กลไกคุ้มครองผู้บริโภคและระบบร้องเรียน

มาตรา 31 กำหนดให้ กสทช. มีหน้าที่ตรวจสอบมิให้มีการเอาเปรียบผู้บริโภค และแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาเรื่องร้องเรียนและภารกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเชื่อมตรงกับ การประเมินประสิทธิภาพการรับเรื่องร้องเรียน/การเยียวยา/ความเป็นธรรม (ราชกิจจานุเบกษา, 2553, มาตรา 31)

(3) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล/ความเป็นส่วนตัวในการสื่อสาร (มิติบริการหลอมรวม)

มาตรา 32 ให้อำนาจ กสทช. กำหนดมาตรการคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับข้อมูล ส่วนบุคคล สิทธิในความเป็นส่วนตัว และเสรีภาพในการสื่อสาร (บริบทโทรคมนาคม) ซึ่งมีนัยต่อกิจการ โทรทัศน์ ในยุคบริการหลอมรวม (Converged Services) โดยเฉพาะเมื่อการรับชมและการโฆษณาพึ่งพา ข้อมูลผู้ชมมากขึ้น (ราชกิจจานุเบกษา, 2553, มาตรา 32)

(4) กลไกถ่วงดุล : การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของ กสทช.

กฎหมายกำหนดให้การติดตาม/ประเมินผลต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริง/ข้อมูล และรับฟัง ความเห็นผู้มีส่วนได้เสีย พร้อมกำหนดให้เผยแพร่รายงานผ่านระบบสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. ซึ่งเชื่อม กับแนวคิด Stakeholder Participation/Participatory Evaluation ของโครงการ (ราชกิจจานุเบกษา, 2553, มาตรา 72)

2) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)

แผนแม่บทฯ ทำหน้าที่เป็น “เข็มทิศเชิงนโยบาย” และ “กรอบตัวชี้วัดระดับแผน” สำหรับการกำกับการดูแลและการพัฒนากิจการโทรทัศน์ โดยแผนฯ ฉบับที่ 2 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 20 สิงหาคม 2563 และ ฉบับปรับปรุงประกาศ ณ วันที่ 21 มิถุนายน 2566 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงฯ, 2566)

โดยแผนแม่บทฉบับนี้ ประกอบไปด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินการด้านวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์คือยุทธศาสตร์ที่ 2 -4 ดังนี้

2.1) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล โดยเป้าหมายเพื่อมีการกำกับดูแลบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับการผลิตเนื้อหาเทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพการให้บริการในกิจการโทรทัศน์ให้เป็นมาตรฐานสากล

โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

- 1) ศึกษาวิเคราะห์แนวทางการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในกิจการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการตอบมิติที่หลากหลายทางสังคมมากขึ้น
- 2) ประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบของทางเลือกการจัดสรรทรัพยากรในกิจการเพื่อการตอบมิติทางสังคมอย่างเหมาะสม
- 3) สร้างความเข้าใจกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องถึงเหตุผล ความจำเป็น ความเหมาะสมของทางเลือกการจัดสรรทรัพยากรในกิจการ
- 4) ติดตาม วิเคราะห์ สรุปผลการทดลองการใช้เทคโนโลยีทางเลือกในกิจการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มทางเลือกอื่น
- 5) การศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหาภาคส่วนที่เหมาะสมสำหรับอนาคตกิจการโทรทัศน์ไทย
- 6) การทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบการกำกับดูแลที่เอื้อต่อการสร้างความเท่าเทียมในการแข่งขันข้ามแพลตฟอร์ม
- 7) การศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับดูแลแพลตฟอร์มผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
- 8) การสื่อสารสร้างความเข้าใจร่วมกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- 9) การทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้ผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ แข่งขันได้
- 10) การพัฒนามาตรการสนับสนุนเนื้อหาให้แข่งขันได้ในระดับสากล
- 11) ผลักดันให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยนการผลิตเนื้อหาระหว่างผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดเทศกาลทุก 2-3 ปี
- 12) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวก (Ease of doing business)
- 13) สร้างความร่วมมือกับภาคส่วนในอุตสาหกรรมเพื่อร่วมผลักดันการพัฒนาช่องทาง (Portal) การเข้าถึงบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- 14) มีมาตรการในการกำหนดให้อุปกรณ์ Connected TV หรืออุปกรณ์อื่นในประเทศไทยมีการติดตั้งช่องทางการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- 15) สร้างรูปแบบของการบริหารจัดการและแบ่งบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนร่วมกับภาคอุตสาหกรรม
- 16) ยกระดับกลไกการตรวจสอบคุณภาพเนื้อหาบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (cross platform monitoring) และสร้างระบบการสะสมเครดิตเชิงสังคมจากเนื้อหา (social credit)

2.2) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิ เสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นยุทธศาสตร์ในเชิงรุก เหมาะสมต่อสถานการณ์ บนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่งเสริมการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม รวมถึงส่งเสริมให้มีเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายในมิติทางสังคม คุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการรับรู้เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลอย่างเท่าเทียม

โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

- 1) ออกแบบและจัดทำแผนการจัดหาติดตั้งอุปกรณ์การตรวจสอบเนื้อหากิจการกระจายเสียง พร้อมทั้งจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ตรวจสอบเนื้อหาของกิจการกระจายเสียง
- 2) ศึกษาและพัฒนาระบบการสะสมเครดิตเชิงสังคมจากเนื้อหา (Social Credit) ในกิจการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ควบคุมกับการสร้างความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินการ
- 3) จัดเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร ในการติดตามการนำเสนอเนื้อหาเชิงประเด็น (Issue-based) หรือตามบริบท (Event-based) ที่ส่งผลกระทบกว้างขวางทางสังคมพร้อมจัดทำข้อเสนอ
- 4) จัดให้มีทุนและกิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือขององค์กรวิชาชีพในการผลักดันกลไกการกำกับดูแลกันเองที่เป็นระบบ เป็นที่รับรู้ และมีประสิทธิภาพ
- 5) พัฒนาแนวปฏิบัติสำหรับผู้รับใบอนุญาตบนพื้นฐานของกฎหมายและมาตรฐานทางจริยธรรม (Code of Conduct) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล
- 6) สนับสนุนบริการชุมชน/ท้องถิ่นผ่านช่องทางที่หลากหลาย ช่องทางวิทยุ-โทรทัศน์ออนไลน์รวมถึงโครงข่ายในการให้บริการ
- 7) ส่งเสริมการผลิตรายการที่มีประโยชน์ ตรงตามความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีโอกาสน้อยในสังคม เช่น คนพิการ กลุ่มเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์ ฯลฯ
- 8) สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการผลิตรายการผ่านช่องทางที่หลากหลาย
- 9) ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพและหลากหลายในมิติทางสังคม
- 10) ออกแบบมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้การกำกับดูแลสัญญาการให้บริการในลักษณะหลอมรวมเป็นไปตามมาตรฐาน เป็นธรรมกับผู้ให้บริการ และมีการเก็บข้อมูลสถิติที่จำเป็น
- 11) ให้ความสำคัญกับการกำกับการให้บริการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะบริการควบ เช่น สัญญา ราคา คุณภาพ
- 12) กระชับเวลาการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนและสื่อสารสร้างความเข้าใจถึงกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนและลักษณะของเรื่องร้องเรียนที่เอื้อต่อการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว
- 13) ออกแบบกระบวนการสร้างเครือข่าย รวมถึงกลไกพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นระบบ

- 14) สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีการกำหนดรูปแบบ แนวทาง และมีการทำงานร่วมกัน
- 15) ทำการสำรวจระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในมิติต่าง ๆ รวมถึงมิติความเป็นธรรมจากการใช้บริการ เพื่อการปรับปรุง
- 16) ปรับปรุงแผนการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมการเข้าถึง รับรู้ ใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารอย่างรู้เท่าทันของประชาชนตามเป้าหมายทุกภาคส่วน รวมถึงจัดให้มีการเสริมสร้างสมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital Competency) ของประชาชน
- 17) สร้างพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการร่วมมือกันดำเนินมาตรการตามแผนการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม
- 18) สนับสนุนการให้ทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ของคนพิการผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส ผ่านกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

2.3) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล โดยมีการใช้ระบบการอนุญาตบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

- 1) สำรวจความต้องการของผู้เกี่ยวข้องและผู้ให้บริการเพื่อนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในระบบการอนุญาต
- 2) จัดหาผู้เชี่ยวชาญและทีมงานที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนระบบการอนุญาตไปสู่ความเป็นดิจิทัล
- 3) มีผู้รับผิดชอบที่เหมาะสมในการจัดทำฐานข้อมูลกลาง
- 4) มีแผนการพัฒนาระบบอนุญาตและฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลอย่างชัดเจน
- 5) มีระเบียบสำนักงาน กสทช. เพื่อรองรับการใช้งานระบบฐานข้อมูลกลาง และมาตรการรักษาความปลอดภัย
- 6) ศึกษา วิเคราะห์ กำหนดแนวทาง เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล
- 7) ส่งเสริมผู้เกี่ยวข้องให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากระบบอนุญาตและฐานข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล

3) แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (2567)

เป็นแผนแม่บทที่เกิดจากการปรับปรุงแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงการใช้งานด้านความมั่นคงของรัฐตามความจำเป็น และเพื่อให้สอดคล้องกับข้อบังคับวิทยุฉบับ ค.ศ. 2024 (Radio Regulations Edition of 2024) ของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศรวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายการใช้คลื่นความถี่ในปัจจุบันและอนาคตของประเทศ

ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติและแนวทางการประเมินผล กสทช. เพื่อให้การบริหารคลื่นความถี่ตามแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่บรรลุเป้าหมาย และสามารถติดตามประเมินผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรายละเอียดมีดังนี้

- ให้ กสทช. นำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ไปสู่การปฏิบัติ โดยให้มีการจัดทำแผนความถี่วิทยุ หลักเกณฑ์การใช้คลื่นความถี่ รวมทั้งแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ที่สอดคล้องกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ฉบับนี้ มีระยะเวลา ๒ ปี นับแต่วันที่แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่มีผลใช้บังคับ พร้อมทั้งจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการอย่างเพียงพอ ตลอดจนประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ให้ กสทช. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และต้องปรับปรุงแผนแม่บทดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการบริหารคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างน้อยทุก ๒ ปี

2.1.3 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์ในประเด็นต่างๆ

ในการติดตามตรวจสอบและประเมินผลนโยบายที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 มีประกาศ ระเบียบ กสทช. ที่สำคัญ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเด็น ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกกำกับดูแลที่สำคัญในแต่ละประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1: การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตและกำกับดูแลโครงข่าย (MUX) และสิ่งอำนวยความสะดวก

เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่กำหนดให้การจัดสรรคลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน (ราชกิจจานุเบกษา, 2553) กสทช. จึงได้ออกประกาศเพื่อแยกโครงสร้างการประกอบกิจการ (Structural Separation) ออกเป็นระดับโครงข่ายและบริการ ดังนี้

1.1) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (Network)

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตโครงข่าย (MUX) มีหน้าที่บำรุงรักษาและปรับปรุงโครงข่ายให้มีประสิทธิภาพพร้อมให้บริการตลอดเวลา และต้องจัดทำข้อเสนอการใช้หรือเชื่อมต่อโครงข่ายเพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตรายอื่นเข้าใช้บริการได้อย่างเท่าเทียม

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ทำหน้าที่เป็น เกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำ (Baseline/Criteria) ในการประเมินว่า ปัญหาจุดบอดสัญญาณ (Dead Zone) ในปัจจุบัน เกิดจากข้อจำกัดของตัวประกาศ/แผนบริการเดิม หรือเกิดจากหย่อนประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ MUX เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงเงื่อนไขโครงข่ายให้พร้อมรองรับอุตสาหกรรมหลังปี 2572

1.2) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (Facility)

สาระสำคัญของประกาศ: กำกับดูแลการให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่ดิน อาคาร เสา และสายอากาศ โดยผู้รับใบอนุญาตต้องเปิดเผยข้อมูลการใช้สิ่งอำนวยความสะดวก กสทช. ทุกไตรมาส

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนการใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Infrastructure Sharing) เพื่อลดต้นทุนอุตสาหกรรมตามแนวทางยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

2) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสัญญาณและสิทธิในการรับชมขั้นพื้นฐาน

2.1) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (Must Carry)

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดหน้าที่ให้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ (ทั้งระบบภาคพื้นดินและระบบผ่านดาวเทียม) ต้องส่งผ่านสัญญาณโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป เพื่อให้ประชาชนสามารถรับชมได้โดยตรงอย่างต่อเนื่อง โดยห้ามมีการเปลี่ยนแปลง ทำซ้ำ หรือดัดแปลง ผังรายการหรือเนื้อหารายการในระหว่างการส่งผ่านสัญญาณ ซึ่งผู้ให้บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปต้องให้บริการตามผังรายการที่มีเนื้อหาเดียวกันในทุกช่องทาง และห้ามเรียกเก็บค่าบริการ ค่าตอบแทน หรือค่าใช้จ่ายใดๆ จากประชาชนผู้ใช้บริการ

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นเครื่องมือทางกฎหมายหลักในการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารขั้นพื้นฐาน ได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ไม่ว่าจะรับชมผ่านแพลตฟอร์มใด และใช้เป็นบรรทัดฐานในการติดตามตรวจสอบ "ความต่อเนื่องของสัญญาณ" และประสิทธิภาพของผู้ให้บริการโครงข่ายในการรักษาคุณภาพการเข้าถึงบริการโทรทัศน์ของประชาชน

2.2) ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานทางเทคนิคของเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Connected TV)

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดเกณฑ์มาตรฐานเทคนิคให้เครื่องรับโทรทัศน์หรืออุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Connected TV) ต้องรองรับการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อแก้ไขปัญหาการรับสัญญาณในจุดบอด (Dead Zone)

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นตัวชี้วัดความพร้อมของ กสทช. ในการวาง Roadmap เพื่อยกระดับการเข้าถึงเนื้อหาผ่านช่องทางไฮบริด (Hybrid) และรักษาความต่อเนื่องของสัญญาณหลังหมดอายุใบอนุญาต

3. วิเคราะห์นัยสำคัญทางกฎหมายต่อทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572

ภายใต้แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง) และแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) กสทช. มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่ย่าน UHF (470-694 MHz) อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกฎหมายระดับรองและระเบียบที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน ดังนี้

3.1) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงฯ

สาระสำคัญของแนวทาง: เป็นกรอบนโยบายที่อยู่ระหว่างกระบวนการรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการสิ้นสุดใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2572 มุ่งเน้นการกำหนดฉากทัศน์ (Scenarios) โครงสร้างอุตสาหกรรม และทิศทางการกำกับดูแลในอนาคตเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นตัวชี้วัดความสามารถของ กสทช. ในการดำเนินงานเชิงรุกเพื่อป้องกัน “สภาวะสุญญากาศทางนโยบาย” (Policy Vacuum) โดยผลการประเมินจะสะท้อนถึงความชัดเจนของไหม้ไลน์การจัดสรรคลื่นความถี่ย่าน UHF ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดระหว่างภารกิจบริการสาธารณะและกิจการโทรคมนาคม

3.2) แนวทางการทดสอบเทคโนโลยีใหม่ผ่าน Regulatory Sandbox

สาระสำคัญของแนวทาง: อาศัยฐานอำนาจตาม ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อการทดลองหรือทดสอบเป็นการชั่วคราว เพื่อเปิดพื้นที่ให้มีการทดลองเทคโนโลยี 5G Broadcasting และการส่งสัญญาณระดับความคมชัดสูงพิเศษ (4K) โดยยกเว้นกฎระเบียบบังคับบางประการเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมจริง

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ทำหน้าที่เป็นกลไกประเมินความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์และการลงทุน (Feasibility Evaluation) ข้อมูลที่ได้จากการทดลองจะถูกนำมาใช้เป็นฐานความรู้ (Evidence-based) ในการยกร่างมาตรฐานทางเทคนิคและหลักเกณฑ์การอนุญาตฉบับใหม่ ให้เท่าทันต่อการหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence) ตามที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์

ประเด็นที่ 2: การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

1) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลาย

1.1) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างชัดเจน โดยกิจการบริการสาธารณะและบริการชุมชนต้องมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และกิจการทางธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน (Baseline) ในการประเมินความหลากหลายและความน่าสนใจของเนื้อหา รวมถึงสัดส่วนเนื้อหาเพื่อการศึกษาตามที่ระบุใน TOR

1.2) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่มีประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568

สาระสำคัญของประกาศ: ออกตามความในมาตรา 52 แห่ง พ.ร.บ. ประกอบกิจการฯ เพื่อสร้างกลไกและปัจจัยสนับสนุนทุนให้เอื้อต่อการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นเครื่องมือประเมินบทบาทเชิงรุกของ กสทช. ในการส่งเสริมระบบนิเวศเนื้อหาคุณภาพ นอกเหนือจากการกำกับดูแลตามปกติ

2) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองเด็ก เยาวชน และการจัดระดับความเหมาะสม

2.1) การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (Rating)

สาระสำคัญของประกาศ: กสทช. กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับระดับความเหมาะสมตามภาคผนวก ก เช่น รายการสำหรับเด็กปฐมวัย (ป) อายุ 3-5 ปี หรือรายการสำหรับเด็ก (ด) อายุ 6-12 ปี (สำนักงาน กสทช., 2556) และได้มีการออกแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมเพื่อเป็นคู่มือให้ผู้ผลิตรายการควบคุมเนื้อหาตามพฤติกรรม ความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (สำนักงาน กสทช., 2556ข)

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ใช้ประเมินประสิทธิภาพและความเท่าทันของกติกา โดยพิจารณาว่าเกณฑ์การพิจารณาเนื้อหาและสัญลักษณ์ Rating ในปัจจุบัน ยังสอดคล้องกับบริบทพฤติกรรมและการเสพสื่อและความเปราะบางของเยาวชนในยุคดิจิทัลหรือไม่ รวมถึงเป็นการตรวจสอบระบบการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ของผู้ประกอบการภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ

2.2) ช่วงเวลาเพื่อเด็กและเยาวชน

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อยวันละ 60 นาที ระหว่างเวลา 16.00 – 18.00 น. ในวันธรรมดา และ 07.00 – 09.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพื่อคุ้มครองการเข้าถึงเนื้อหาที่เหมาะสมของกลุ่มเปราะบาง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงช่วงเวลา 18.00 - 22.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่มีจำนวนผู้รับชมสูงและเด็กอาจรับชมอยู่ด้วย

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: เป็นเกณฑ์เชิงเวลา (Temporal Criterion) ในการประเมินเพื่อปกป้องกลุ่มเปราะบาง นัยสำคัญของการประเมินคือการตรวจสอบความเข้มงวดในการควบคุมเม็ดเงินโฆษณาหรือเนื้อหาแฝงในช่วงเวลาดังกล่าว

3) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของคณพิการและกลุ่มเปราะบาง

3.1) ประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้ และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ 4 พ.ศ. 2567)

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดหน้าที่พื้นฐานให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำบริการเพื่อการเข้าถึง 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ บริการล่ามภาษามือ (SL) บริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) และ บริการเสียงบรรยายภาพ (AD) ในรายการประเภทข่าวสารหรือสาระประโยชน์ตามสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยในฉบับแก้ไขเพิ่มเติมปี 2563 และ 2567 ได้มีการขยายขอบเขตให้ครอบคลุมรายการประเภทอื่น ๆ เพื่อสร้างความเสมอภาคในการรับชมและลดข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ประกาศฉบับนี้ทำหน้าที่เป็น ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพ (KPIs) ด้านความเท่าเทียม (Inclusivity) ซึ่งเป็นเกณฑ์ตัดสินหลักในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของ กสทช. ด้านการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Inclusion) สำหรับกลุ่มเปราะบางตามที่ยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทกำหนดไว้

3.2) มาตรฐานทางเทคนิคและคุณภาพบริการ (อาศัยอำนาจตามประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดทำล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสำหรับการให้บริการโทรทัศน์)

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดเกณฑ์มาตรฐานทางเทคนิคที่จับต้องได้เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพจริง เช่น ขนาดของกรอบล่ามภาษามือต้องไม่น้อยกว่า 1 ใน 12 ของหน้าจอโทรทัศน์ เพื่อให้มองเห็นท่าทางได้ชัดเจน และกำหนดให้ ความถูกต้องของคำบรรยายแทนเสียงแบบสด (Live Captioning) ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 เพื่อให้ผู้พิการทางการได้ยินรับสารได้ถูกต้องแม่นยำ

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ทำหน้าที่เป็น ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Quality Indicator) ที่ยกระดับการประเมินจากการพิจารณาเพียง “ปริมาณรายการ” ไปสู่ “ประสิทธิภาพในการใช้งานจริง” ช่วยให้ผู้ประเมินมีบรรทัดฐานที่ชัดเจนในการตรวจสอบมาตรฐานทางเทคนิคของสถานีโทรทัศน์ในปัจจุบัน

4) ประกาศที่เกี่ยวข้องกับระบบแจ้งเตือนภัยและบริการสาธารณะ

4.1) ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติงานของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในกรณีเกิดภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน พ.ศ. 2555

สาระสำคัญของประกาศ: กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการทุกรายมีหน้าที่ประสานความร่วมมือกับรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อออกอากาศแจ้งข่าวหรือเตือนภัยให้ประชาชนทราบทันทีเมื่อได้รับการร้องขอ โดยต้องจำแนกข้อมูลเป็นระดับเพื่อทราบ เพื่อการเฝ้าระวัง และเพื่อการแจ้งเตือน นอกจากนี้ ยังบังคับให้ต้องจัดทำบริการที่เข้าถึงได้สำหรับคณพิการและคณด้อยโอกาสควบคู่ไปกับการแจ้งเตือนปกติ เช่น การล่ามภาษามือ อักษรวิ่ง หรือการใช้สัญลักษณ์สีตามมาตรฐานที่หน่วยงานรัฐกำหนด

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินประสิทธิภาพของกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัย และเป็นบรรทัดฐานในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสู่ประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและทั่วถึงในภาวะวิกฤต

4.2) การพัฒนาระบบ EWS

สาระสำคัญของนโยบาย: ภายใต้นโยบายและแผนการดำเนินงานที่สำคัญของ กสทช. ประจำปี 2568 - 2569 กสทช. มุ่งเน้นการส่งเสริมระบบการเตือนภัยพิบัติผ่านโครงข่ายโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยเปลี่ยนมาใช้มาตรฐานสากล Common Alert Protocol (CAP) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลแจ้งเตือนระหว่างหน่วยงาน (เช่น ปก. และ กสทช.) มีเอกภาพ รวดเร็ว และแม่นยำ ระบบนี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นช่องทางเสริมที่ช่วยปิดช่องว่างของระบบ Cell Broadcast โดยสามารถส่งข้อมูลเตือนภัยไปยังประชาชนในพื้นที่ห่างไกลได้ทันทีขณะรับชมโทรทัศน์

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ใช้ประเมินความพร้อมเชิงระบบ (System Readiness Evaluation) โดยผลการประเมินจะชี้ให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรคทางเทคนิคในการหลอมรวมมาตรฐาน CAP เข้ากับโครงข่ายเดิม รวมถึงข้อจำกัดด้านโครงสร้างงบประมาณและบุคลากรที่ส่งผลต่อการขยายผลการใช้งานในระดับประเทศ

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

ในการติดตามตรวจสอบและประเมินผลตาม ประเด็นที่ 3 ข้อสังเกตจากวุฒิสภาด้านการจัดสรรใบอนุญาตและการกำกับเนื้อหา ซึ่งอ้างอิงจากรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567 ที่นำเสนอต่อที่ประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 มีประเด็นข้อสังเกตและทิศทางเชิงนโยบายที่ทำหน้าที่เป็นกรอบบริบทสำคัญในการประเมินผลปี 2568 ดังนี้

1) การดำเนินการเกี่ยวกับการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัล

สาระสำคัญของข้อสังเกต: วุฒิสภาแสดงความกังวลต่อความไม่ชัดเจนของหลักเกณฑ์การประมูลหรือทิศทางนโยบายภายหลังการสิ้นสุดใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2572 ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในการวางแผนธุรกิจและการลงทุนของภาคเอกชน นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะให้ กสทช. เร่งทบทวนโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อ ลดต้นทุนค่าบริการโครงข่าย (MUX) ซึ่งปัจจุบันถือเป็นภาระงบประมาณที่หนักและส่งผลต่อความสามารถในการอยู่รอดของผู้ประกอบการ

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ข้อสังเกตนี้ทำหน้าที่เป็นโจทย์บังคับเชิงบริบทภายนอก (External Mandate) ที่สะท้อนความต้องการของประชาชนผ่านกลไกสภา นัยสำคัญคือผู้ประเมินต้องใช้ประเด็นนี้เป็นฐานในการตรวจสอบความคืบหน้าของ กสทช. ในการจัดทำ Roadmap ที่ทีวีดิจิทัล ว่าจะมีความชัดเจนของโมเดลและสามารถป้องกันการเกิดสภาวะสุญญากาศทางนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

2) ประสิทธิภาพในการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหา โดยเฉพาะเรื่องปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

สาระสำคัญของข้อสังเกต: วุฒิสภาตั้งข้อสังเกตถึงประสิทธิภาพและความโปร่งใสของมาตรการกำกับดูแลเนื้อหาในยุคหลอมรวมสื่อ โดยเฉพาะความล่าช้าของวาระการประชุมที่ค้างพิจารณาซึ่งมีผลผูกพันต่ออุตสาหกรรม โดยเน้นย้ำถึงการสร้างดุลยภาพระหว่างการใช้อำนาจรัฐตาม มาตรา 37 แห่ง พ.ร.บ.

ประกอบกิจการฯ พ.ศ. 2551) กับการส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมผ่าน กลไกการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ขององค์กรวิชาชีพให้มีความเข้มแข็งและเท่าทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

นัยสำคัญต่อการประเมินผล: ชี้ให้เห็นถึงมิติ การประเมินคุณภาพทางนโยบาย (Policy Balance Evaluation) นัยสำคัญคือผู้ประเมินจะต้องวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการบังคับใช้กฎหมายควบคู่ไปกับการประเมินสัมฤทธิ์ผลของ ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ (พ.ศ. 2567) ว่าสามารถยกระดับจริยธรรมและคุณภาพเนื้อหาในสถานการณ์จริงได้ดีกว่าการใช้อำนาจบังคับทางปกครองเพียงอย่างเดียวหรือไม่

2.1.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการดำเนินการตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงาน กสทช. นโยบายและแผนปฏิบัติการของ สำนักงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

สำนักงาน กสทช. มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน และขับเคลื่อนนโยบาย กสทช. และสำนักงาน กสทช. ให้บรรลุตามเป้าประสงค์ที่กำหนด โดยเชื่อมโยงและถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์มาสู่การปฏิบัติ ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงมีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ฉบับปรับปรุง และแผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) อันมีรายละเอียดดังนี้

2.1.4.1 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ด้านกิจการโทรทัศน์

เดิม สำนักงาน กสทช. ได้มีการประกาศใช้แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ที่มีการประกาศลงราชกิจจานุเบกษาและมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 20 สิงหาคม 2563 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการระยะ 5 ปี แต่หลังจากมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง กสทช. ชุดใหม่เมื่อเดือนเมษายน 2565 จึงมีการปรับปรุงแผนแม่บทดังกล่าวเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อบริบทแวดล้อมที่มีความเป็นดิจิทัลมากขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประกาศเป็น **แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) (ฉบับปรับปรุง)** ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2566 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน 2566 เป็นต้นมา

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) (ฉบับปรับปรุง) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการกระจายเสียงของประเทศ ไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในโลกดิจิทัล อย่างมีประสิทธิภาพ และยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล ทั้งนี้ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ในฉบับปรับปรุง มีความแตกต่างไปจากฉบับก่อนหน้า ในรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของยุทธศาสตร์ระหว่างแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) และ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ฉบับปรับปรุง

ยุทธศาสตร์	แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568)	แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) (ฉบับปรับปรุง)
ยุทธศาสตร์ที่ 1	การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย	การพัฒนากิจการกระจายเสียงของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล
ยุทธศาสตร์ที่ 2	การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่	การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล
ยุทธศาสตร์ที่ 3	การกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน	การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ
ยุทธศาสตร์ที่ 4	การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล	การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล

จากตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ฉบับปรับปรุง มีการปรับปรุงยุทธศาสตร์ที่ 1 - 3 ให้สามารถตอบสนองต่อบริบทแวดล้อมที่มีความเป็นดิจิทัลมากขึ้น โดยทั้งนี้ในส่วนของกิจการโทรทัศน์จะเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 และ 3 เป็นสำคัญ อันมีรายละเอียดของยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล: มุ่งเน้นการพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีการกำกับดูแล บนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับการผลิตเนื้อหา เทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพการให้บริการในกิจการโทรทัศน์ให้เป็นมาตรฐานสากล ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

1) ศึกษาวิเคราะห์แนวทางการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในกิจการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการตอบมิติที่หลากหลายทางสังคมมากขึ้น

2) ประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบของทางเลือกการจัดสรรทรัพยากรในกิจการเพื่อการตอบมิติทางสังคมอย่างเหมาะสม

3) สร้างความเข้าใจกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องถึงเหตุผล ความจำเป็น ความเหมาะสมของทางเลือกการจัดสรรทรัพยากรในกิจการ

4) ติดตาม วิเคราะห์ สรุปผลการทดลองการใช้เทคโนโลยีทางเลือกในกิจการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มทางเลือกอื่น

- 5) การศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหาภาคีที่ที่เหมาะสมสำหรับอนาคตกิจการโทรทัศน์ไทย
- 6) การทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบการกำกับดูแลที่เอื้อต่อการสร้างความเท่าเทียมในการแข่งขันข้ามแพลตฟอร์ม
- 7) การศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับดูแลแพลตฟอร์มผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
- 8) การสื่อสารสร้างความเข้าใจร่วมกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- 9) การทบทวนปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้ผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ แข่งขันได้
- 10) การพัฒนามาตรการสนับสนุนเนื้อหาให้แข่งขันได้ในระดับสากล
- 11) ผลักดันให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยนการผลิตเนื้อหาระหว่างผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดเทศกาลทุก 2 - 3 ปี
- 12) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวก (Ease of doing business)
- 13) สร้างความร่วมมือกับภาคส่วนในอุตสาหกรรมเพื่อร่วมผลักดันการพัฒนาช่องทาง (Portal) การเข้าถึงบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- 14) มีมาตรการในการกำหนดให้อุปกรณ์ Connected TV หรืออุปกรณ์อื่นในประเทศไทย มีการติดตั้งช่องทางการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
- 15) สร้างรูปแบบของการบริหารจัดการและแบ่งบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนร่วมกับภาคอุตสาหกรรมยกระดับกลไกการตรวจสอบคุณภาพเนื้อหาบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย (Cross Platform Monitoring) และสร้างระบบการสะสมเครดิตเชิงสังคมจากเนื้อหา (Social Credit)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในโลกดิจิทัล อย่างมีประสิทธิภาพ : มุ่งเน้นการส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี กำกับดูแลโดยมุ่งเน้นความมีประสิทธิภาพในเชิงรุก เหมาะสมต่อสถานการณ์ บนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่งเสริมการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม รวมถึงส่งเสริมให้มีเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายในมิติทางสังคม คุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการรับรู้ เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลอย่างเท่าเทียม ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

- 1) ออกแบบและจัดทำแผนการจัดหาติดตั้งอุปกรณ์การตรวจสอบเนื้อหาบริการกระจายเสียง พร้อมทั้งจัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ตรวจสอบเนื้อหาของกิจการกระจายเสียง
- 2) ศึกษาและพัฒนาระบบการสะสมเครดิตเชิงสังคมจากเนื้อหา (Social Credit) ในกิจการทัศน์เพื่อส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินการ
- 3) จัดเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากรในการติดตามการนำเสนอเนื้อหาเชิงประเด็น (Issue-based) หรือตามบริบท (Event-based) ที่ส่งผลกระทบกว้างขวางทางสังคม พร้อมจัดทำข้อเสนอ
- 4) จัดให้มีทุนและกิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือขององค์กรวิชาชีพในการผลักดันกลไกการกำกับดูแลกันเองที่เป็นระบบ เป็นที่รับรู้ และมีประสิทธิภาพ

- 5) พัฒนาแนวปฏิบัติสำหรับผู้รับใบอนุญาตบนพื้นฐานของกฎหมายและมาตรฐานทางจริยธรรม (Code of Conduct) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล
- 6) สนับสนุนบริการชุมชน/ท้องถิ่นผ่านช่องทางที่หลากหลาย ช่องทางวิทยุ-โทรทัศน์ ออนไลน์ รวมถึงโครงข่ายในการให้บริการ
- 7) ส่งเสริมการผลิตรายการที่มีประโยชน์ ตรงตามความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีโอกาสน้อยในสังคม เช่น คนพิการ กลุ่มเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์ ฯลฯ
- 8) สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการผลิตรายการผ่านช่องทางที่หลากหลาย
- 9) ส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจในการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพและหลากหลายในมิติทางสังคม
- 10) ออกแบบมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้การกำกับดูแลสัญญาการให้บริการในลักษณะหลอมรวมเป็นไปตามมาตรฐาน เป็นธรรมกับผู้ให้บริการ และมีการเก็บข้อมูลสถิติที่จำเป็น
- 11) ให้ความสำคัญกับการกำกับการให้บริการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะบริการควบ เช่น สัญญาราคา คุณภาพ
- 12) กระชับเวลาการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนและสื่อสารสร้างความเข้าใจถึงกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนและลักษณะของเรื่องร้องเรียนที่เอื้อต่อการแก้ปัญหาที่รวดเร็ว
- 13) ออกแบบกระบวนการสร้างเครือข่าย รวมถึงกลไกพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นระบบ
- 14) สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีการกำหนดรูปแบบแนวทาง และมีการทำงานร่วมกัน
- 15) ทำการสำรวจระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในมิติต่าง ๆ รวมถึงมิติความเป็นธรรมจากการใช้บริการ เพื่อการปรับปรุง
- 16) ปรับปรุงแผนการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมให้มีเนื้อหาครอบคลุมการเข้าถึง รับรู้ ใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารอย่างรู้เท่าทันของประชาชนตามเป้าหมายทุกภาคส่วน รวมถึงจัดให้มีการเสริมสร้างสมรรถนะด้านดิจิทัล (Digital Competency) ของประชาชน
- 17) สร้างพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการร่วมมือกันดำเนินมาตรการตามแผนการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม
- 18) สนับสนุนการให้ทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ของคนพิการ ผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส ผ่านกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

สำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) โดยมีการเชื่อมโยงแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) เพื่อให้ยุทธศาสตร์สำนักงานมีความสอดคล้องกับบริบทประเทศไทยและนำองค์กรไปสู่ภาพในอนาคต (Vision) คือ "สำนักงาน กสทช. เป็นองค์กรกำกับดูแลชั้นนำในระดับสากล เพื่อพัฒนากิจการสื่อสารเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนและประเทศอย่างยั่งยืน"

โดยยุทธศาสตร์ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) ที่เกี่ยวข้องกับการกิจการโทรทัศน์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง

กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ คือ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุมประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

โดยกลยุทธ์ย่อยที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 และ กลยุทธ์ที่ 3 รายละเอียดมีดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: เสริมสร้างศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงสนับสนุนกระบวนการพิจารณากำหนดแนวทางในการกำกับดูแลผู้ให้บริการที่ยังไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. เพื่อผลประโยชน์ของชาติและให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภายในประเทศ กลยุทธ์ที่ 1 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

- 1) สนับสนุน กสทช. ในการกำหนดนโยบายการพัฒนากิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป
- 2) ทบทวนและปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและระบบนิเวศของอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 3) พัฒนาการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงศึกษาแนวทางการกำกับดูแลผู้ให้บริการที่ยังไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช.
- 4) ส่งเสริมให้เกิดการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เพื่อเพิ่มทางเลือกในการรับบริการให้แก่ประชาชน และสนับสนุนผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในประเทศในการให้บริการที่ยังไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช.
- 5) ดำเนินการตามแผนต่าง ๆ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 3: พัฒนากลไกในการกำกับดูแลด้านเนื้อหาส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนากลไกในการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และเพื่อปรับปรุงแนวทางในการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้สามารถเข้าถึงบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบและได้รับบริการอย่างเป็นธรรม กลยุทธ์ที่ 3 มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

- 1) จัดทำแนวทางกำกับดูแลเนื้อหาที่รองรับสภาพการณ์ของสังคมและเทคโนโลยี และพัฒนากลไกอุปกรณ์ หรือเครื่องมือการติดตามประเมินผลการกำกับดูแลเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ
- 2) สนับสนุนและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพสร้างสรรค์หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 3) ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน และส่งเสริมให้มีเครือข่ายเฝ้าระวังภาคีเครือข่ายภาคประชาชน และส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค/ประชาชนที่มีความเข้มแข็ง

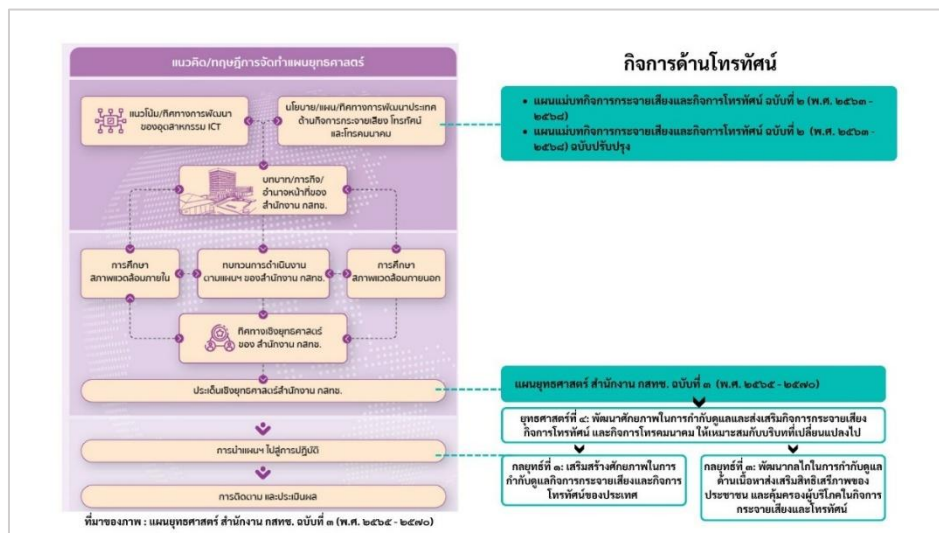
4) ส่งเสริม สนับสนุนและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดกลไกการกำกับดูแลกันเองที่มีประสิทธิภาพ

5) จัดทำแผนสนับสนุนการเข้าถึงบริการด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และสนับสนุนการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การเผยแพร่รายการโทรทัศน์

6) ดำเนินการตามแผนต่างๆ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

7) เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

จากการอธิบายข้างต้น สามารถสรุปความเชื่อมโยงระหว่างแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ด้านกิจการโทรทัศน์ ได้ดังภาพที่ 2.1 ซึ่งจะถูกนำไปใช้เป็นกรอบสำหรับการสรุปข้อมูลผลการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ในหัวข้อต่อไป



ภาพที่ 2.4 ความเชื่อมโยงระหว่างแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ด้านกิจการโทรทัศน์

2.1.4.2 รายงานผลการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์ ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช.

ปี 2568

1. ผลการดำเนินงาน ในปี พ.ศ. 2568

1.1 ผลการดำเนินงานของ กสทช. จากรายงานผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ได้มีการระบุถึงผลปฏิบัติงานที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ของ กสทช. ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ของ กสทช. ในปี 2568

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์		
1	การจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และ	จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม จากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบ

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
	การแพร่ภาพและเสียงของประเทศ ไทย (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อเตรียมการรองรับก่อน ใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัลหมดอายุในปี 2572	กิจการโทรคมนาคม หน่วยงานภาครัฐ มูลนิธิ สมาคม นักวิชาการ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น จำนวน 3 ครั้ง ทั้งนี้อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากที่ประชุม กสทช. ก่อนนำเผยแพร่สู่สาธารณะต่อไป
2	การจัดทำรายงานอัตราค่าบริการ ในกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับ สมาชิก (ในระดับชาติ)	รวบรวมอัตราค่าบริการที่ผู้ให้บริการแบบบอกรับ สมาชิกขายหรือเรียกเก็บค่าบริการโดยตรงกับผู้ใช้บริการ ปลายทาง (End User) ในบริการเคเบิลทีวี บริการ โทรทัศน์ดาวเทียม และบริการ IPTV โดยได้มีการ ดำเนินการจัดทำตั้งแต่ปี 2564 จนถึงปัจจุบัน และได้ เผยแพร่อัตราค่าบริการดังกล่าวทางเว็บไซต์สำนักงาน กสทช.
3	การติดตามตรวจสอบเพื่อกำกับ ดูแลผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่	สรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งตามประเด็นย่อย ดังนี้ 3.1) ลงพื้นที่กำกับดูแลผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ สำหรับกิจการที่ไม่ใช้ คลื่นความถี่ (เคเบิลทีวี) จำนวน 4 ครั้ง 3.2) ลงพื้นที่ติดตามกำกับดูแลและตรวจสอบการ ดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจาย เสียงหรือโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต จำนวน 2 ครั้ง
4	การกำหนดมาตรการให้อุปกรณ์ Connected TV หรืออุปกรณ์อื่น ในประเทศไทยรองรับการเข้าถึง กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบน แพลตฟอร์มดิจิทัล	นำหลักการดังกล่าวไปรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มกับ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้เกี่ยวข้อง ในอุตสาหกรรม โดยมีผู้แทนจากบริษัทผลิตเครื่อง รับสัญญาณโทรทัศน์ จำนวน 4 บริษัท เข้าร่วมให้ ความคิดเห็น เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568
การสนับสนุนนโยบายรัฐเพื่อนำบริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ช่วยบรรเทาทุกข์ให้ประชาชนกรณีภัยพิบัติและเหตุฉุกเฉิน		
5	การพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติ หรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ผ่าน โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล	สรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งตามประเด็นย่อย ดังนี้ 5.1) แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาและเตรียมการพัฒนาระบบ แจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5.2) สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบก (ททบ.) จัดงานแถลงข่าวความร่วมมือในการ ทดสอบระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (EWS) เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2568 ซึ่งที่ประชุม กสทช. ครั้งที่

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
		28/2568 (ต่อเนื่อง) เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2568 มีมติอนุญาตให้กองทัพบกโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ดำเนินการทดสอบระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (EWS) ในระบบเปิดผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่มีการใช้งานจริง โดยสถานีที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถานีภาคเหนือ ใช้สถานีเสริมบ้านนาไร่เดียว มีที่ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และสถานีภาคใต้ ใช้สถานีเสริมหลังสวน มีที่ตั้งอยู่ที่ อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ของวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 โดยได้ทดสอบแบบจำกัดพื้นที่ จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 1 สถานี และทดสอบพร้อมกัน 2 สถานี จำนวน 1 ครั้ง ซึ่งถือเป็นการจำลองการแจ้งเตือนทั้งประเทศ 5.3) ที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 38/2568 (ต่อเนื่อง) เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2568 ได้พิจารณารายงานผลการศึกษาและเตรียมการพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และแนวทางการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ระยะต่อไปสำนักงาน กสทช. จะจัดทำแนวทางการดำเนินการสำหรับการแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและแนวทางการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับชาติที่มีความพร้อมในส่วนของอุปกรณ์โครงข่าย
การพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลและส่งเสริม		
6	การรวมกฎหมายแม่บท 3 ฉบับที่ใช้ในการกำกับดูแลกิจการสื่อสาร ได้แก่ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551	เพื่อรองรับการอนุญาตและการกำกับดูแลการประกอบกิจการ รวมทั้งปรับปรุงให้กฎหมายดังกล่าวมีความทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติ และเป็นประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรด้านการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ กำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาโดยคณะอนุกรรมการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
7	ประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	เพื่อจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรมซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2568 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 11 มกราคม 2568
8	ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป (ฉบับที่ 2)	เห็นชอบให้แก้ไขภาคผนวกของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 หรือประกาศ Must Have โดยให้ตัดรายการลำดับที่ 7 การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final) ออกจากประกาศ กสทช.ฯ
9	ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	เห็นชอบร่างประกาศกสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการผลิตและเผยแพร่รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมตามมาตรา 52 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ทั้งนี้ ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2568 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2568
10	การปรับปรุงประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 (ประกาศสิ่งอำนวยความสะดวก)	ดำเนินการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 โดยได้รวบรวมความคิดเห็นที่ได้ มาปรับปรุง (ร่าง) ประกาศฯ และอยู่ระหว่างนำเสนอที่ประชุมคณะทำงานด้านกฎหมายของสำนักงาน กสทช.
แผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ		
11	การจัดทำแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ	โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) ต่อ (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ดังกล่าวจากภาคประชาชน คนพิการ ผู้มีความต้องการหลากหลายผู้รับใบอนุญาต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2568
การส่งเสริมการรวมกลุ่มวิชาชีพและการสร้างกลไกการกำกับดูแลตนเอง		
12	การรับจดทะเบียนองค์กรวิชาชีพ ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการ	สรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งตามประเด็นย่อย ดังนี้

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
	ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาตผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	12.1) จัดทำแนวทางปฏิบัติการจัดแจ้งองค์กรวิชาชีพ ตามประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาตผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 12.2) จัดทำประกาศ สำนักงาน กสทช. ซึ่งได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2568 12.3) จัดประชุมชี้แจง ให้ความรู้ และประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับประกาศ กสทช. 12.4) เปิดให้มีการยื่นความประสงค์ขอจัดแจ้งองค์กรวิชาชีพ ตามประกาศ กสทช. โดยได้มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านเว็บไซต์ของสำนักงาน กสทช.
13	จัดเวทีหารือแนวทางไม่ผลิตซ้ำความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางในสื่อร่วมกับองค์กรวิชาชีพและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จัดขึ้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2568 โดย กสทช. ศาสตราจารย์กิตติคุณ พิรงรอง รามสูต ร่วมประชุมหารือแนวทางในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางที่ถูกนำเสนอซ้ำในสื่อมวลชน
14	จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ "การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้ปฏิบัติงานภายใต้จริยธรรมสื่อ"	จัดอบรมในหัวข้อ "การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล: ความท้าทายภายใต้มาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน" จำนวน 2 ครั้ง
15	จัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting)	คู่มือโดยคณะทำงานพิจารณาแนวทางเสนอแนะด้านเนื้อหา (Recommended Guidelines) ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือกันระหว่างสำนักงาน กสทช. องค์กรวิชาชีพสื่อ และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน
16	จัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็กและแนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง	ดำเนินการภายใต้คณะทำงานร่วมด้านการนำเสนอข่าวเด็ก ข่าวอาชญากรรม และเหตุการณ์ความรุนแรงในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์		
17	มาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค	สรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งตามประเด็นย่อย ดังนี้

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
	ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	17.1) เฝ้าระวังการออกอากาศรายการหรือการโฆษณา ซึ่งมีการดำเนินการกำกับดูแลกรณีโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย หรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 17.2) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสายงานกิจการภูมิภาค เพื่อจัดทำข้อเสนอในการปรับปรุงมาตรการทางปกครองต่อผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและพิจารณาแนวทางการนัยยะเวลาการโฆษณาของผู้รับใบอนุญาตฯ/ผู้ทดลองฯ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ 17.3) ดำเนินการตรวจเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง ระหว่างปี พ.ศ. 2567 - 2568 จำนวนทั้งสิ้น 3,036 ราย พบผู้กระทำความผิดจำนวน 128 ราย 17.4) จัดประชุมทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยใช้หนังสือคู่มือการโฆษณาอย่างไรไม่ให้มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยจัดในพื้นที่ 4 ภาค
18	การพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและการพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ	สรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งตามประเด็นย่อย ดังนี้ 18.1) สร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคสื่อ ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 15 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 600 คน และ 2) ประชาชนทั่วไป จำนวน 15 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 750 คน 18.2) ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรและคู่มือการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ 18.3) จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลายเท่าเทียม และรู้เท่าทัน (พ.ศ. 2568 - 2572) ระยะเวลา 5 ปี และแผนปฏิบัติการฯ ประจำปี 2568

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
		18.4) เสริมสร้างศักยภาพและสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมให้กับเครือข่ายอาสาสมัครเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวนทั้งสิ้น 240 คน จำนวน 4 ครั้ง ใน 4 ภาค 18.5) จัดทำสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ 18.6) จัดทำสื่อ "ซีทคอมสายลมอารมณ์ดี" โดยจัดทำสื่อองค์ความรู้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทและภารกิจของสำนักงาน กสทช. ให้ประชาชนทราบ
การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการและคณต้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์		
19	ติดตามผลการจัดให้มีบริการโทรทัศน์ที่มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียบบรรยายภาพ	พบว่ามีการรับใบอนุญาตฯ ที่ได้จัดทำบริการฯ ในสัดส่วนมากกว่าที่กฎหมายกำหนด จำนวน 17 ราย
20	การปรับปรุงแก้ไขประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม	โดยมีคณะทำงานศึกษาและปรับปรุงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการฯ เพื่อให้เห็นต่อการแก้ไขปรับปรุงประกาศฯ ดังกล่าว โดยได้จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ต่อประเด็นการแก้ไขประกาศดังกล่าว เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2568
21	การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารของคณพิการ	จัดการอบรมการสร้างความรู้ในสิทธิทางการสื่อสารของคณพิการด้านการได้ยินในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์ (ระดับภูมิภาค) จำนวน 2 ครั้ง ให้แก่กลุ่มคณพิการฯ ในพื้นที่ภาคเหนือและกลุ่มคณพิการฯ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
22	การจัดการอบรมการสร้างความรู้ในสิทธิของคณพิการทางการมองเห็น (คนตาบอด) ในการเข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากกิจการโทรทัศน์และการพัฒนาสมรรถนะด้านดิจิทัลและความรู้ความเข้าใจ ในการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัล อย่างมี	จัดโดยร่วมกับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความรู้ของคณพิการทางการเห็น (คนตาบอด) เมื่อวันที่ 21 - 23 พฤษภาคม 2568 ณ จังหวัดสมุทรสาคร

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
	ประสิทธิภาพและปลอดภัย (Digital Competency)	
23	การประเมินคุณภาพบริการล่ามภาษามือทางโทรศัพท์ การประเมินคุณภาพบริการคำบรรยายแทนเสียง การประเมินคุณภาพบริการเสียงบรรยายภาพ	จัดร่วมกับสมาคมล่ามภาษามือแห่งประเทศไทย สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรศัพท์น ข้อ 24
24	การจัดสัมมนาการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเข้มแข็งของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลผ่านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (Digital Inclusion)	เป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนความรู้ของสังคมเกี่ยวกับการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงดิจิทัลผ่านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เกิดการพัฒนา ให้คนทุกคนสามารถเข้าถึงกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมได้อย่างเท่าเทียมกัน (Digital Inclusion) เมื่อวันที่ 19 - 20 มิถุนายน 2568 ณ จังหวัดชลบุรี
25	การพัฒนาคู่มือการจัดและผลิตรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เกี่ยวข้องกับคนพิการ	โดยจ้างที่ปรึกษาดำเนินการศึกษาและพัฒนาคู่มือการจัดและผลิตรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสร้างความรู้ ความเข้าใจของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงผู้จัดและผู้ผลิตรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ให้เข้าใจถึงความพิการและสามารถผลิตรายการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนพิการต่อไป
การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์		
26	การจัดสัมมนา Trusted Media Master Class ความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในสื่อและ Disinformation	เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันประสบการณ์และสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เกี่ยวกับหลักการสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การเคารพความแตกต่างหลากหลาย สร้างความตระหนักถึงผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวปลอม (Fake News) ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) รวมถึงการเผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหารุนแรงหรือละเมิดสิทธิของผู้อื่น เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2568
27	การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการนำเสนอเนื้อหารายการและปลูกฝังความตระหนัก	จัดทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง ณ จังหวัดสงขลา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเชียงใหม่ และ กรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
	ถึงการต่อต้านและเฝ้าระวังการนำเสนอข่าวที่มีความรุนแรงและผลกระทบทางสังคม รวมถึงการนำเสนอข่าวลงข้อมูลบิดเบือนบนพื้นฐานจริยธรรมสื่อและสิทธิพลเมือง	
28	การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสร้างภาคี เครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการนำเสนอเนื้อหารายการและปลูกฝังความตระหนักถึงการต่อต้านและเฝ้าระวังการนำเสนอข่าวที่มีความรุนแรงและผลกระทบทางสังคม รวมถึงการนำเสนอข่าวลงข้อมูลบิดเบือนบนพื้นฐานจริยธรรมสื่อและสิทธิพลเมือง เมื่อ 7 กรกฎาคม 2568
29	การประชุมหารือแนวทางการเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	เพื่อหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหารายการหรือการสื่อสารในภาวะความไม่สงบบริเวณชายแดนไทยในปัจจุบัน เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหารายการข่าวเป็นการสื่อสารเพื่อสันติภาพ ไม่สร้างให้เกิดความขัดแย้งเกลียดชัง อยู่ภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ และกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน และเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2568
30	การสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องรายได้จากการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์และการยื่นชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปี	เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเจตนารมณ์และวัตถุประสงค์ของการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2568 ในรูปแบบออนไลน์
31	การลงพื้นที่สร้างความรู้ความเข้าใจในการนำส่งเงินรายปีเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนา	ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหน้าที่และวิธีการในการนำส่งเงินรายปีเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนาฯ ตลอดจนเปิดโอกาสให้ผู้รับใบอนุญาตได้สอบถามข้อสงสัย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอประเด็นปัญหาที่พบจากการดำเนินงานจริงจำนวน 2 ครั้ง ณ จังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงใหม่
32	การจัดอบรมบุคลากรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	การดำเนินการจัดอบรม อาทิเช่น การจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ : Creative Censorship เป็นต้น

ลำดับที่	ผลงานของ กสทช.	สรุปผลการดำเนินงาน
33	สัมมนา NBTC Competition Forum 2025 "Local Voices, National Impact: Building Thailand's Media Future"	เป็นเวทีแลกเปลี่ยนมุมมองต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมการรับชม โอกาส และความท้าทาย ปัญหา อุปสรรค ข้อจำกัดหรือข้อควรระวังด้านกฎหมายจากกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหา เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2568 ณ กรุงเทพมหานคร

1.2 ผลการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จากรายงานการติดตามความก้าวหน้าผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2568 ภายใต้แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 - 2570) ได้ระบุถึงการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. ในปี 2568 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 แสดงผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ของ สำนักงาน กสทช. ในปี 2568

ลำดับที่	แผนการดำเนินงาน	สรุปผลการดำเนินงาน
1	ดำเนินการจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทยเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจและแผนการลงทุนในอนาคต	■ ประชุมร่วมกับสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภายหลังสิ้นสุดใบอนุญาตในปี 2572 รวมทั้งจัดประชุมฯ เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำร่างแผนที่นำทางฯ ■ มีการพิจารณา เรื่อง การจัดทำข้อมูลฉลากทัศน์ในอนาคตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย การกำกับดูแลและการส่งเสริมการประกอบกิจการโทรทัศน์ และมีมติให้นำกรอบเวลาและแนวทางการดำเนินการในมิติต่าง ๆ ภายใต้กฎหมายปัจจุบัน ไปจัดรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มฯ โดยได้ประมวลผลและวิเคราะห์ความคิดเห็นฯ ที่ได้รับ และปรับปรุง (ร่าง) แผนที่นำทางฯ แล้วเสร็จและเสนอระเบียบวาระ เรื่อง (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และ การแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อเตรียมการรองรับก่อนใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลหมดอายุในปี 2572 ต่อคณะอนุกรรมการพิจารณาอนุญาตด้านกิจการโทรทัศน์แล้ว ซึ่งอยู่ระหว่างนำเสนอต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนนำ (ร่าง) แผนที่นำทางดังกล่าวไปใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการกำหนดทิศทาง นโยบาย และแนวทางการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทยในระยะต่อไป

ลำดับที่	แผนการดำเนินงาน	สรุปผลการดำเนินงาน
2	ดำเนินการสนับสนุนการพัฒนา ระบบแจ้งเตือนภัยผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cell Broadcasting System/ Mobile Alert System) และ โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล	■ จัดตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนา ระบบแจ้งเตือนภัยบนโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ■ มีการทดสอบระบบการแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) บนโครงข่ายเสมือนจริงของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.) ■ มีการประชุมหารือกลุ่มย่อยร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 6 ครั้ง โดยเป็นการประชุมหารือร่วมกับผู้ให้บริการโครงข่ายทั้ง 4 ราย จำนวน 3 ครั้ง การประชุมหารือร่วมกับกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) จำนวน 2 ครั้ง ■ จัดการประชุมหารือเกี่ยวกับแนวทางการทดลองหรือทดสอบการแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่มีการใช้งานจริงร่วมกับ ททบ. และช่องรายการบนโครงข่ายของ ททบ. ทั้ง 11 ช่องรายการ จำนวน 1 ครั้ง
3	สร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคสื่อในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม	■ ดำเนินโครงการสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคฯ และการรู้เท่าทัน สื่อดิจิทัล ■ จัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำเครือข่ายผู้บริโภคเครือข่ายผู้บริโภคสื่อฯ ในระหว่างวันที่ 22 - 23 กรกฎาคม 2568 ■ จัดอบรมสร้างเครือข่ายผู้บริโภคฯ ระดับภูมิภาคในพื้นที่ 5 ภูมิภาค จำนวน 15 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 600 คน
4	ดำเนินโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อ สำรวจและวิเคราะห์การ เปลี่ยนแปลง (Disruption) ทาง เทคโนโลยีและสภาพการแข่งขันใน กิจการโทรทัศน์ รวมถึงผลกระทบ ต่อคุณภาพของเนื้อหารายการ	■ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาแนวทางการส่งเสริมการแข่งขันด้านการประกอบธุรกิจของผู้รับใบอนุญาตในกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนการทบทวนประกาศและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการแข่งขันทั้งกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่และไม่ใช้คลื่นความถี่ รวมถึงการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้อง

2.1.4.3 สรุปวาระการประชุมและมติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่ศึกษา

โดยวาระการประชุมและมติที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1: การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1. ฉากทัศน์อุตสาหกรรมและทิศทางหลังปี 2572 ที่ประชุม กสทช. ได้รับทราบผลการศึกษา "ฉากทัศน์กิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของไทยฯ" ซึ่งระบุถึงความเป็นไปได้ที่จำนวนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินในอนาคตอาจเหลือเพียง 13 หรือ 17 ช่องรายการ โดยแบ่งเป็นบริการสาธารณะ 7 ช่อง และบริการธุรกิจ 6 หรือ 11 ช่อง (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) โดยมีมติรับทราบผลการศึกษาและมอบหมายให้สำนักงาน กสทช. จัดทำข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับจำนวนผู้ประกอบการที่จะยังคงอยู่ในระบบการออกอากาศภาคพื้นดิน (Terrestrial) และปัจจัยสนับสนุน เช่น การลดภาระต้นทุนค่าธรรมเนียมและค่าประมูลคลื่นความถี่

นอกจากนี้ ยังมีมติมอบหมายให้จัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อเตรียมความพร้อมด้านกฎหมายและมาตรการส่งเสริมก่อนใบอนุญาตจะหมดอายุในปี 2572 โดยเน้นการลดภาระต้นทุนค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ค่าธรรมเนียมรายปี และค่าธรรมเนียมเงินสมทบกองทุน USO (ระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568)

2. ความสำเร็จในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับชาติ (National Streaming Platform) กสทช. มีนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงทีวีดิจิทัลผ่านอินเทอร์เน็ตบนแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับชาติ โดยมีแนวทางการสนับสนุนจากกองทุน กทปส. และการจัดทำเกณฑ์การกำกับดูแลให้ครอบคลุมทั้งบริการ BVOD และ VSP โดยกำหนดนโยบายสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) การสนับสนุนงบประมาณจากกองทุน กทปส. (2) การออกประกาศเกณฑ์การให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตภายในกลางปี 2568 (3) การพัฒนาแพลตฟอร์มให้พร้อมใช้งานภายในปี 2569 และ (4) การกำกับดูแลข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (ระเบียบวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 16/2568) อย่างไรก็ตาม วาระดังกล่าวยังคงเป็น เรื่องค้างพิจารณาอย่างต่อเนื่อง โดยที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบในหลักการเพียงบางส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ (Connected TV หรือ iDTV) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหา (ระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 37/2568) โดย กสทช. มีมติเห็นชอบในหลักการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคเพื่อกำหนดมาตรการสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Connected TV) โดยให้ใช้คำนิยามว่า "integrated Digital Television: iDTV" (ระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 37/2568) มติระบุเงื่อนไขสำคัญว่า ผู้ใช้ต้องสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตเพจหน้าจอหลักได้ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงเนื้อหาทีวีดิจิทัลได้อย่างสะดวก และมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำในเอกสารจาก "OTT" เป็น "Streaming" เพื่อให้เกิดความชัดเจนในเชิงกฎหมายและการกำกับดูแล (ระเบียบวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 16/2568)

3. การประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน กสทช. ได้ติดตามการแก้ไขปัญหาคอนาพสัญญาณในพื้นที่จังหวัดพิจิตร ซึ่งพบปัญหาจากโครงข่ายของกองทัพบก และพื้นที่เขตสาทรที่พบว่าสามารถรับชมได้ปกติผ่านการปรับปรุงสายอากาศรับสัญญาณ 14E (ระเบียบวาระที่ 4.15 ครั้งที่ 12/2568)

นอกจากนี้ ยังได้มีมติรับทราบ แผนการบำรุงรักษาเชิงป้องกันสถานีวิทยุคมนาคม ประจำปี 2568 ของผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ทั้ง 4 ราย เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพสัญญาณ (Availability) ให้มีความต่อเนื่องไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 (ระเบียบวาระที่ 4.18 ครั้งที่ 24/2568)

4. ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม ในรอบปี 2568 ยังไม่ปรากฏวาระที่ กสทช. พิจารณาผลกระทบต่อแรงงานและการจ้างงานในอุตสาหกรรมโดยตรง อย่างไรก็ตาม ที่ประชุม กสทช. ได้แสดงความห่วงใยต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อภายใต้ภาคีที่มี การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรุนแรง (Disruption) โดยมีมติเห็นชอบในหลักการของแผนที่นำทาง (Roadmap) ระยะสั้น (ก่อนปี 2572) ที่มุ่งเน้นการ “พัฒนาบุคลากร ขยายทักษะความสามารถของ ผู้ประกอบการรายเดิม และพัฒนาบุคลากรรายใหม่” (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) มาตรการดังกล่าวมุ่งสร้างความพร้อมให้กับนักศึกษาและบุคคลที่จะก้าวเข้าสู่วิชาชีพ ให้มี ทักษะในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป รับชมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น

5. เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT ผลการศึกษาฉันทกษณกิจการ โทรทัศน์ในอนาคตที่ กสทช. พิจารณา ระบุถึงวิกฤตการณ์ด้านรายได้ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ที่สูญเสีย รายได้จากการโฆษณาอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ให้บริการ OTT และแพลตฟอร์มออนไลน์ (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) ภาวะดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อขีดความสามารถใน การแข่งขัน โดยเฉพาะความกังวลว่าผู้ประกอบการธุรกิจอาจไม่สามารถเข้าร่วมการประมูลคลื่นความถี่ในรอบ ใหม่ได้เนื่องจากขาดรายได้หลักมาสนับสนุนการลงทุน

ที่ประชุมได้มีการอภิปรายถึงความไม่เท่าเทียมในการแข่งขันระหว่างทีวีดิจิทัลที่ต้องแบกรับ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เช่น ค่าประมูลคลื่นความถี่และค่าเช่าโครงข่าย (MUX) ในขณะที่ผู้ให้บริการ OTT ระดับโลก (Global Platform) ไม่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายไทยและไม่มีต้นทุนในส่วนนี้ (ระเบียบวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568)

ด้วยเหตุนี้ กสทช. จึงมีข้อเสนอเชิงนโยบายให้มีการพิจารณาแนวทาง “การจัดเก็บรายได้ และภาษี” จากสื่อออนไลน์ให้ใกล้เคียงกับสื่อเดิม รวมถึงการปรับลดกฎระเบียบที่เป็นภาระ (Deregulate) เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันและรักษาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยให้คงอยู่ได้ในอนาคต (ระเบียบวาระที่ 4.24 ครั้งที่ 27/2568)

ประเด็นที่ 2: การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลาย ในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

1. การติดตามสัดส่วนผังรายการและความหลากหลายของเนื้อหา กสทช. ดำเนินการ ตรวจสอบและอนุมัติผังรายการหลักประจำปีของผู้รับใบอนุญาตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการฯ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยพิจารณารายละเอียดเชิงลึก ทั้งชื่อรายการ ประเภทรายการ ระดับความเหมาะสม และแหล่งที่มาของเนื้อหา เพื่อรักษามาตรฐานความ หลากหลายและคุณภาพของรายการที่นำเสนอต่อประชาชน

ซึ่งในปี 2568 มีการพิจารณาอนุมัติผังรายการโทรทัศน์ไม่ใช้คลื่นความถี่จำนวนมาก โดย ในการประชุมครั้งที่ 2/2568 ได้อนุมัติผังรายการรวม 426 ช่องรายการ (ระเบียบวาระที่ 5.1 ครั้งที่ 2/2568) และในการประชุมครั้งที่ 38/2568 ได้อนุมัติเพิ่มเติมอีก 414 ช่องรายการสำหรับปี 2569 (ระเบียบวาระที่ 5.3 ครั้งที่ 38/2568)

สำหรับการกำกับดูแลทีวีดิจิทัลและวิทยุกระจายเสียง กสทช. มีมติเห็นชอบผังรายการหลักประจำปี 2569 ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน 25 ช่องรายการ รวมถึงผู้ประกอบการวิทยุฯ ทั้งประเภทบริการสาธารณะและธุรกิจ โดยกำชับให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติตามสัดส่วนรายการที่ได้รับอนุมัติอย่างเคร่งครัด (ระเบียบวาระที่ 6.2 – 6.4 ครั้งที่ 38/2568) นอกจากนี้ กสทช. ยังได้แสดงบทบาทในการตรวจสอบสัดส่วนเนื้อหาในทางปฏิบัติอย่างจริงจังผ่านการพิจารณาสิทธิประโยชน์ทางค่าธรรมเนียม โดยมีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีในกรณีที่ผู้ประกอบการมีสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่ถึงเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ดังเช่นกรณีของบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (ช่อง อมรินทร์ ทวี เอชดี) ที่ถูกปฏิเสธสิทธิประโยชน์ดังกล่าวเนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่เป็นไปตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 (ระเบียบวาระที่ 4.6 ครั้งที่ 21/2568)

2. การประเมินคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) ที่ประชุม กสทช. มีมติเห็นชอบหลักการและแนวทางสำหรับการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการ (Social Credit) ใน 5 ประเภทรายการ ได้แก่ รายการข่าว ละคร บันเทิง สารคดี และรายการเด็ก โดยกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัด (KPIs) และวิธีการประเมินเชิงคุณภาพ (Qualitative) ร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม (ระเบียบวาระที่ 4.7 ครั้งที่ 7/2568 และวาระที่ 4.10 ครั้งที่ 2/2568) ทั้งนี้ กสทช. ได้มอบหมายให้สำนักงาน กสทช. นำเกณฑ์ดังกล่าวไปหารือร่วมกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์และหน่วยงานภาครัฐเพื่อจัดทำหลักเกณฑ์การสนับสนุน เช่น การลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตหรือค่าธรรมเนียมเงินสมทบกองทุน USO สำหรับผู้ผลิตที่มีคะแนน Social Credit ในระดับสูง

3. การเข้าถึงข้อมูลสำหรับคนพิการและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ กสทช. ติดตามรายงานผลการจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ (SL) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) ของผู้รับใบอนุญาตทั้ง 25 ราย ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ดำเนินการได้ตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด (ระเบียบวาระที่ 5.2 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.32 ครั้งที่ 24/2568)

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นหรือเหตุสุดวิสัย กสทช. ได้พิจารณาเป็นรายกรณี ดังนี้

- เหตุสุดวิสัยและภารกิจรัฐ: สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภาและ NBT ได้รับการยกเว้นในวันที่ต้องถ่ายทอดสดการประชุมรัฐสภาหรือการอภิปรายไม่ไว้วางใจ โดยมีมติให้จัดทำบริการทดแทนในวันหยุดหรือช่วงเวลาอื่นตามสัดส่วนที่ขาดไป (ระเบียบวาระที่ 5.3 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 5.6-5.7 ครั้งที่ 19/2568)

- เหตุภัยพิบัติ: กรณีแผ่นดินไหวเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568 ซึ่งส่งผลกระทบต่อ 6 ช่องรายการ (เช่น Nation TV, ไทยรัฐทีวี, Thai PBS) ที่ประชุมมีมติรับทราบเหตุขัดข้องเนื่องจากต้องรายงานข่าวฉุกเฉิน และเห็นชอบแผนการออกอากาศชดเชย (ระเบียบวาระที่ 5.8 ครั้งที่ 19/2568)

- มาตรการช่วงเปลี่ยนผ่าน: กสทช. มีมติเห็นชอบให้ใช้สัดส่วนการจัดทำบริการสำหรับคนพิการของปี 5 ต่อไปพลางก่อนภายหลังจากวันที่ 4 สิงหาคม 2568 จนกว่าประกาศฉบับใหม่จะมีผลใช้บังคับ เพื่อกຸ້ມครองสิทธิการเข้าถึงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (ระเบียบวาระที่ 5.34 ครั้งที่ 21/2568)

4. ระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (EWS) ที่ประชุมมีมติสำคัญในการพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยแบบบูรณาการ ดังนี้

- Cell Broadcast: อนุมัติกรอบวงเงินสนับสนุนรวมกว่า 1,013 ล้านบาท ให้แก่ AWN, TUC และ NT เพื่อจัดทำระบบ Cell Broadcast Center (CBC) ให้พร้อมแจ้งเตือนภัยถึงประชาชนโดยตรงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ระเบียบวาระที่ 3.1 ครั้งที่ 11/2568)

- ระบบ EWS ผ่านทีวีดิจิทัล: รับทราบรายงานผลการศึกษาความพร้อมของโครงข่าย ซึ่งพบว่า MUX ของกองทัพบกและไทยพีบีเอสมีความพร้อมทางเทคนิคในการเข้าถึงครัวเรือนร้อยละ 95.6 หรือประมาณ 9.8 ล้านครัวเรือน (ระเบียบวาระที่ 4.10 ครั้งที่ 38/2568) โดยมีการทดสอบระบบจริงในพื้นที่ จังหวัดพะเยาและชุมชนเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2568

- ช่องรายการหมายเลข 1: มติเห็นชอบในหลักการให้อนุญาตการใช้ช่องรายการ หมายเลข 1 เป็นช่องทางหลัก (Single Channel) สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการแจ้งเตือนภัยพิบัติ แห่งชาติ (ระเบียบวาระที่ 6.6 ครั้งที่ 10/2568 และวาระที่ 3.2 ครั้งที่ 25/2568)

- มาตรฐาน SOP: อนุมัติขั้นตอนมาตรฐานในการปฏิบัติหน้าที่ (Standard Operating Procedure: SOP) เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการประสานงานระหว่าง กสทช., ปก. และผู้ประกอบการใน ภาวะฉุกเฉิน (ระเบียบวาระที่ 5.31 ครั้งที่ 39/2568)

ประเด็นที่ 3: เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

การดำเนินงานของ กสทช. ในรอบปี 2568 ได้มุ่งเน้นการตอบสนองต่อข้อสังเกตของวุฒิสภา เพื่อให้เกิดความชัดเจนเชิงนโยบายและการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การจัดสรรใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินหลังปี 2572 กสทช. ได้พิจารณาแนวทางการ จัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่และรูปแบบการอนุญาตประกอบกิจการภายหลังสิ้นสุดใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2572 โดยมีมติที่ประชุมเห็นชอบให้จัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างการอนุญาตจากระบบใบอนุญาตเดิมไปสู่ระบบการ จัดแจ้งหรือการขึ้น ทะเบียน รวมถึงการปรับรูปแบบการอนุญาตเป็นผู้ให้บริการเนื้อหา (Service Provider) และผู้ให้บริการ โครงข่าย (Network Provider) (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) ทั้งนี้ กสทช. มีข้อสั่งการให้เร่งกำหนดราคาตั้งต้นหรือหลักเกณฑ์การประมูลให้แล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2571 เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่กระทบต่อการรับชมของประชาชน

2. การตอบข้อปรีกษาหารือของสมาชิกวุฒิสภากรณีสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชน ในการ ประชุม กสทช. ครั้งที่ 8/2568 ที่ประชุมได้พิจารณาแนวทางการตอบข้อซักถามของวุฒิสภา กรณีบทบาทของ สื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการออกหมายจับบุคคลที่มีชื่อเสียง (ระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568) กสทช. มีมติยืนยันหลักการว่า สิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นของ สื่อมวลชนได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 35 ซึ่งผู้ ประกอบวิชาชีพย่อมมีเสรีภาพภายใต้จริยธรรมแห่งวิชาชีพ (ระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568)

นอกจากนี้ กสทช. ได้แสดงจุดยืนในการ ส่งเสริมการกำกับดูแลตนเองขององค์กรวิชาชีพ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานทางจริยธรรมสื่อมวลชนและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตามมาตรา 39 แห่ง พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 (ระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568) ทั้งนี้ กสทช. ได้มีข้อสั่งการเพิ่มเติมให้สำนักงาน กสทช. ระบุมาตราแห่งรัฐธรรมนูญที่คุ้มครองสิทธิ เสรีภาพสื่อให้ชัดเจนในหนังสือตอบ และให้แนบประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการรวมกลุ่มของ องค์กรวิชาชีพเพื่อสร้างความเข้าใจในกลไกการกำกับดูแลที่ถูกต้องแก่ทางวุฒิสภาต่อไป (ระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568)

3. วาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างค้างการพิจารณา ที่ประชุม กสทช. ได้รับข้อสังเกตจากวุฒิสภาเกี่ยวกับความล่าช้าในหลายวาระสำคัญ

3.1 วาระแนวทางการจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงทีวีดิจิทัลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (National Streaming Platform) ซึ่งถูกบรรจุเป็นวาระพิจารณาตั้งแต่ต้นปี 2568 แต่มีการเลื่อนพิจารณาหลายครั้งในเกือบทุกรอบการประชุม (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 13/2568, วาระที่ 4.16 ครั้งที่ 12/2568 และวาระที่ 4.31 ครั้งที่ 33/2568) จนนำไปสู่การทำหนังสือจากกรรมการ กสทช. เพื่อขอให้ประธาน กสทช. เร่งรัดการพิจารณา เนื่องจากมีความกังวลจากภาคอุตสาหกรรมและกระทบต่อไหมไลน์แผนแม่บทกิจการโทรทัศน์

3.2 แนวทางการกำกับดูแลการให้บริการแพร่ภาพแพร่เสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT/Streaming) วาระนี้เป็นเรื่องค้างพิจารณาต่อเนื่องในทุกการประชุม เพื่อรอการเสนอต่อคณะกรรมการร่วมระหว่างหน่วยงานรัฐ (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.18 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 12/2568)

3.3 แนวทางการพักใช้ใบอนุญาตกรณีฝ่าฝืนคำสั่งทางปกครองเกี่ยวกับการหารายได้จากโฆษณา เป็นอีกวาระหนึ่งที่ยังไม่ได้รับการพิจารณาและถูกเสนอบรรจุเป็นเรื่องค้างพิจารณาโดยตลอด (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.15 ครั้งที่ 16/2568 และวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 21/2568)

2.1.5 รวบรวม ศึกษา และทบทวนรายงานผลการศึกษาวิจัยที่มีประเด็นเกี่ยวข้อง ซึ่งสำนักงาน กสทช. เคยดำเนินการศึกษามาแล้ว ทั้งที่ได้นำมาปฏิบัติจนเกิดผลและไม่ได้นำมาปฏิบัติตาม

ในระหว่างปี 2568 ที่ผ่านมา มีการศึกษาและรายงานผลการวิจัย ที่ทาง กสทช. ได้ดำเนินการ มีทั้งการประเมินผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ และการทำงานโดยรวมของ กสทช. แต่สำหรับงานนี้จะนำเฉพาะผลงานที่เกี่ยวข้องกับด้านกิจการโทรทัศน์หรือมีความเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์มารายงานเท่านั้น

1) คู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2568) โดยสำนักงาน กสทช. เนื่องจากสำนักงานฯ เล็งเห็นความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการสื่อหลากหลายแพลตฟอร์ม จึงได้ต่อยอดและปรับปรุงคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting) ฉบับใหม่ขึ้นเพื่อก้าวทันและสอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อ โดยทำตามกรอบรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 โดยมีการพิจารณาเนื้อหาาร่วมกันกับคณะทำงานพิจารณาแนวทางเสนอแนะด้านเนื้อหา (Recommended Guidelines) ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ประกอบด้วย ผู้แทนจากสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ร่วมให้ความเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนฯ พร้อมทั้งพิจารณาการนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานที่ยึดหลักการจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อสารมวลชน โดยมีเนื้อหาเรื่อง หลักการจริยธรรมขององค์กรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, หลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ หลักจริยธรรมขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน ที่จะแยกเรื่องเป็นหมวดที่สำคัญต่าง ๆ ได้แก่

- ความถูกต้อง เที่ยงตรง ครบถ้วน สมดุล และเป็นธรรม
- การเคารพสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคล สิทธิในครอบครัว และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- ความเป็นอิสระทางวิชาชีพ คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม
- การคุ้มครองผู้ชมผู้ฟังจากเนื้อหาที่อ่อนไหวและเป็นอันตราย
- เคารพสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา

- การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณี
- การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของสาธารณชน
- การส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพและความหลากหลาย

2) รายงานอัตราค่าบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกประจำปี 2568 โดยสำนักค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. มีเนื้อหาเรื่อง ภาพรวมโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (ระดับชาติ) ภาพรวมโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (ระดับภูมิภาคและท้องถิ่น) รูปแบบการให้บริการและอัตราค่าบริการเคเบิลทีวี รูปแบบการให้บริการและอัตราค่าบริการโทรทัศน์ดาวเทียม รูปแบบการให้บริการและอัตราค่าบริการ IPTV รูปแบบการให้บริการและอัตราค่าบริการทุกช่องทาง จากรายงานพบว่า อัตราค่าบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกในปี นี้ โดยภาพรวมไม่มีการเปลี่ยนแปลง อย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาทั้งในมิติของราคาและจำนวนช่องรายการ ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ บอกรับสมาชิกเคเบิลทีวียังคงประกอบธุรกิจแบบประคับประคอง พยายามลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น รักษาฐานลูกค้ารายเดิม ด้วยวิธีการจัดหาช่องรายการหรือเนื้อหารายการตามความต้องการของสมาชิก มากยิ่งขึ้น บริการซ่อมบำรุงรักษาระบบโครงข่ายเคเบิลที่รวดเร็ว ตลอด 24 ชั่วโมง และชำระค่าสมาชิก มีความยืดหยุ่น ง่าย สะดวก โดยมีผู้ประกอบการบางรายที่ให้บริการในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือจังหวัด ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เริ่มมีจำนวนสมาชิกดีขึ้นตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ผ่านดาวเทียมและ IPTV มุ่งเน้นการพัฒนา ระบบและทำการตลาดไปสู่บริการ OTT มากขึ้น เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และกลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์ดาวเทียมมีความพยายามทุกวิถีทางใน การรักษาฐานลูกค้าด้วยการพัฒนาบริการไปสู่ OTT เช่นเดียวกับผู้ให้บริการ IPTV อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ในปัจจุบันกลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกต้อง เผชิญกับการแข่งขันจากบริการ OTT และบริการ Streaming อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้งจากผู้ให้บริการ ภายในประเทศและต่างประเทศ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการดั้งเดิมไปสู่รูปแบบการให้บริการ OTT และบริการ Streaming ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในรูปแบบทั้งบริการหลัก ที่มีการเรียกเก็บอัตราค่าบริการและบริการเสริมในลักษณะแถมฟรีไปกับบริการโทรทัศน์แบบ บอกรับสมาชิก เพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น และเมื่อวิเคราะห์เชิงลึกในแต่ละมิติทั้งด้าน เทคโนโลยี การแข่งขันด้านราคา และการกำกับดูแล พบว่าไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อ เทียบกับปีที่ผ่านมา

3) รายงานวิเคราะห์ระดับการแข่งขันในตลาดกิจการโทรทัศน์และตลาดที่เกี่ยวข้อง (2568) โดย ส่วนติดตามสภาพตลาดและส่งเสริมการแข่งขัน สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.) สำนักงาน กสทช. จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพตลาดโทรทัศน์ในประเทศไทยโดยครอบคลุมทั้ง บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ ได้แก่ เคเบิลทีวี โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (IPTV) รวมถึงบริการช่องรายการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายไม่ใช้คลื่นความถี่การวิเคราะห์ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้างตลาด ระดับความกระจุกตัวของการแข่งขัน (HHI) แนวโน้มรายได้ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของผู้ประกอบการ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางของตลาดในอนาคต เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายและแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศให้มีเสถียรภาพและแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล

4) บทความ การสื่อสารนโยบาย OTT ของสำนักงาน กสทช. : กรณีศึกษาพลวัตระหว่างแนวร่วมและยุทธศาสตร์กำกับดูแล โดย ทัดเทพ จันทรมณีกุล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2568) ข้อมูลชี้ว่า กสทช. ค่อย ๆ ปรับโทนการสื่อสารจากการเน้นเพียง “การศึกษาและติดตาม” ไปสู่การเน้น “การแข่งขันที่เป็นธรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม” โดยยังคงรักษาหลักการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นแกนกลาง การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นผ่านกลไกการเรียนรู้เชิงนโยบาย

(policy-oriented learning) ซึ่งได้รับแรงเร้าจากเหตุการณ์สำคัญอย่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งนี้ กสทช. แสดงบทบาทในฐานะคนกลางเชิงนโยบาย (policy broker) โดยนำเสนอยุทธศาสตร์การกำกับดูแลที่หลากหลาย เช่น การกำกับดูแลแบบแบ่งชั้น (tiered regulation) การกำกับดูแลร่วม/การกำกับดูแลโดยผู้ประกอบการ (co-regulation/self-regulation) และการจัดตั้งพื้นที่ทดลองนวัตกรรม (regulatory sandbox)

2.1.6 รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการจากแหล่งอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในระหว่างปี 2568 มีการติดตามและประเมินผลโครงการจากหลากหลายหน่วยงาน โดยมีทั้งการประเมินผลการทำงานของ กสทช. โดยรวม และ กสทช. ด้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก แต่ในที่นี้จะนำเสนอเฉพาะรายงานการติดตามและประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการด้านโทรทัศน์เท่านั้น

1) การสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สัมภาษณ์สมาชิกในครัวเรือนที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 76 ปี ในครัวเรือนส่วนบุคคลทั่วประเทศ ขนาดตัวอย่าง 31,500 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 - 30 ตุลาคม 2568 การสำรวจครั้งนี้ได้ผลสรุปของประชาชนตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ดังนี้

ประชาชนตัวอย่างร้อยละ 83.7 ระบุถึงพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ว่ารับชมรายการโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ในสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมา คือ รับชมทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน ร้อยละ 46.7 ขณะที่ร้อยละ 16.3 ระบุว่าไม่รับชมรายการโทรทัศน์ และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนตัวอย่างในกลุ่มอายุ 58 - 76 ปี ร้อยละ 91.7 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ ในสัดส่วนที่สูงที่สุด โดยประชาชนตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์ในกลุ่มอายุ 18 - 24 ปี และกลุ่มอายุ 25 - 42 ปี ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในสัดส่วนที่สูงที่สุด ขณะที่กลุ่มอายุ 43 - 57 ปี และกลุ่มอายุ 58 - 76 ปี ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ในสัดส่วนที่สูงที่สุด

นอกจากนี้ ผลการสำรวจถึงรับชมเนื้อหารายการฟรี (Free Content) ผ่านทางออนไลน์ พบว่า ประชาชนตัวอย่างร้อยละ 73.6 มีการรับชมในลักษณะดังกล่าว โดยระบุว่ารับชมทุกวัน อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการรับชม คือ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ประเภทรายการที่รับชม คือ รายการข่าว และรับชมผ่านช่องทาง YouTube ในสัดส่วนที่สูงที่สุด ขณะที่ร้อยละ 26.4 ระบุว่าไม่รับชม ๖ และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนตัวอย่างในกลุ่มอายุ 18 - 24 ปี ร้อยละ 88.5 ระบุว่ารับชมเนื้อหารายการฟรี (Free Content) ผ่านทางออนไลน์ ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ขณะที่กลุ่มอายุ 58 - 76 ปี ร้อยละ 51.2 ระบุว่ารับชม ๖ ในสัดส่วนที่ต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่น

2) รายงานฉบับสมบูรณ์ การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบายที่สำคัญ ในด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อติดตามนโยบาย และแผนงาน ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมพัฒนา และกำกับดูแลอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในสภาวะหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ ภายใต้แผนแม่บท กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.ศ. 2563 - 2568) ฉบับปรับปรุง โดยคำนึงถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อกิจการโทรทัศน์ หลังวิกฤตการณ์โควิด 19 โดยผลการวิจัยสามารถสรุปในมิติเชิงเทคโนโลยี คุณภาพ และเศรษฐกิจได้ดังนี้

- มิติเชิงเทคโนโลยี: (1) กสทช. ยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน หลังสิ้นสุดสัญญาในปี 2572 (2) ความไม่แน่นอนของนโยบายของ กสทช. ในการต่อใบอนุญาตทีวี

ดิจิทัลภาคพื้นดิน ทำให้ทีวีดิจิทัลจำเป็นต้องสร้างช่องทางออกอากาศผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (OTT) ทั้งแบบฟรีและบอกรับสมาชิก ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการชมรายการโทรทัศน์มากขึ้น และยังเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ (3) การนำคลื่นความถี่ 3500 MHz มาใช้งานและจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงานผู้รับใบอนุญาต และประชาชน เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนโดยส่วนใหญ่ของประเทศยังชมทีวีดิจิทัลผ่านจานดาวเทียม (4) กสทช. และผู้ประกอบการมีความเห็นตรงกันว่าควรใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาแก้ปัญหา และสามารถลดเวลาในการผลิตรายการสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในอนาคตอาจสามารถจะสร้างบริการเสียงบรรยายภาพ (AD) และบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) ในทันที (Real Time) ได้

- มิติเชิงคุณภาพ: (1) ผู้ชมต้องการรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ ทั้งจำนวนรายการที่มีสาระความรู้ และเนื้อหาที่มีประโยชน์ ปราศจากความรุนแรง มีความน่าเชื่อถือ หรือคำหยาบคาย และกสทช. ควรนำเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สาธารณะ (กทปส.) มาสนับสนุนให้ผู้ผลิตสร้างรายการที่มีสาระเพิ่มมากขึ้น (2) กสทช. และสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชนมีบันทึกข้อตกลง (MOU) ในการดูแลเรื่องร้องเรียนร้องทุกข์ แต่ยังไม่สามารถสร้างกลไกการกำกับดูแลเนื้อหา ร่วมกับสมาคมวิชาชีพสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) นโยบายแพลตฟอร์มออกอากาศบนอินเทอร์เน็ตแห่งชาติ (National Streaming Platform) อาจสร้างความยุ่งยากต่อผู้บริโภคที่รับชมรายการภาคพื้นดินเกินความจำเป็น และความเป็นไปได้ในการสร้างแพลตฟอร์มให้สำเร็จก็เป็นไปได้น้อย (4) การที่จะทำให้รายการโทรทัศน์มีคุณภาพนั้น ควรสนับสนุนและผลักดันด้วยการใช้เงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ของ กสทช. และกองทุนสื่อปลอดภัยสร้างสรรค์ (5) กสทช. ควรให้บรรษัทให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ

- มิติด้านเศรษฐกิจ: (1) การวัดเรตติ้ง (Rating) ในปัจจุบันไม่สะท้อนภาพจริงของอุตสาหกรรม และไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควร (2) การใช้กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ของ กสทช. ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร (3) ทีวีดิจิทัลต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการเนื้อหาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่ผู้ผลิตสินค้าหันไปใช้บริการโฆษณา ซึ่งมีต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำกว่ามาก ผลจึงทำให้ผู้รับใบอนุญาตทีวีดิจิทัลขาดทุน และยุติการออกอากาศไปในที่สุด

3) รายงานฉบับสมบูรณ์ การจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ดิจิทัลประเด็นที่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ให้ความสำคัญ สรุปได้ดังนี้

- ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ได้เฝ้ารอชมตามผังรายการออกอากาศเช่นเดิมอีกแล้วแต่ปรับเปลี่ยนเป็นการเลือกชมรายการตามความต้องการของผู้ชมเอง

- สิ่งที่ผู้ประกอบการ ประชาชน นักวิชาการมีความกังวลและมีความเห็นตรงกัน คือ เรื่องการให้บริการเนื้อหาวิดีโอโดยการสตรีมผ่านอินเทอร์เน็ต (Over-the-Top: OTT) ประเด็นที่ปราศจากการควบคุมไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน ไม่มีหน่วยงานที่ควบคุมกำกับและดูแลโดยเฉพาะในการเผยแพร่

- ในอนาคตหากรัฐบาลมีเป้าหมายให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมกัน รัฐบาลต้องสนับสนุนให้ประชาชนทุกคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตซึ่งในปัจจุบันประชาชนเสียค่าอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 200 - 600 บาท/เดือน

2.1.7 เอกสารจากแหล่งอื่นที่อ้างอิงได้ ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการติดตามตรวจสอบและประเมินผลดังกล่าว เช่น ข่าว บทความวิชาการ เป็นต้น

2.1.7.1 งานวิจัยและบทความวิชาการ

ฐิตียา พจนานพิกษ์ (2567) ศึกษา การศึกษาการจัดจำหน่ายเพื่อเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในช่องทาง Over The Top (OTT) ช่องทางต่าง ๆ ในการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่เรียกว่า windows ซึ่งในปัจจุบันเกิดการจัดจำหน่ายเพื่อเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในช่องทาง OTT หรือ Over The Top เป็น window สำคัญต่อการฉายในโรงภาพยนตร์ หรือบางเรื่องถูกฉายใน OTT เป็น first window มีภาพยนตร์ไทยได้รับทุนผลิตจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม OTT ทำให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม OTT บางรายกลายเป็นสตูดิโอภาพยนตร์ โดยก้าวข้ามกระบวนการจัดจำหน่ายไปที่ขั้นตอนการเผยแพร่ และยังสามารถนำภาพยนตร์ที่เป็นเจ้าของสิทธิไปจัดจำหน่ายสู่พื้นที่หรือ windows อื่นได้ในอนาคต เกิดโอกาสของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยในการมีช่องทางเผยแพร่ภาพยนตร์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งในด้านกฎระเบียบและด้านการส่งเสริมต้องให้สอดคล้องอย่างเข้าใจและเท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลง

เปรมกมล ขจรจตุพร (2566) ศึกษา การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลดิจิทัลรับชั้นธุรกิจจำนวนมากได้พัฒนาช่องทางดิจิทัลเพื่อให้บริการลูกค้าและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังใช้เครื่องมือวิเคราะห์และติดตามความคิดเห็นของผู้บริโภคบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Tracking) เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและผู้นำตลาด โดยใช้เป็นทางเลือกแทนการสำรวจความคิดเห็นแบบดั้งเดิมในการศึกษาทัศนคติและความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

มณีนรัตน์ กำจรกิจการ (2566) ศึกษา หลักเกณฑ์การเข้าสู่ตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย ซึ่งจากการพัฒนาเทคโนโลยีการส่งสัญญาณแพร่ภาพ ส่งผลให้ขอบเขตการให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงในรูปแบบของการให้บริการโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือบริการ OTT TV เติบโตอย่างรวดเร็ว ในประเทศไทยพบว่ามีจำนวนผู้ให้บริการ OTT TV สัญชาติไทย และผู้ให้บริการ OTT TV ต่างประเทศที่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (traditional television) และก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมในด้านการบังคับใช้กฎหมายระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และผู้ให้บริการ OTT TV และเมื่อพิจารณากฎหมายในปัจจุบัน พบว่าปัญหาการเข้าสู่ตลาดเป็นปัญหาสำคัญและเป็นอุปสรรคต่อการกำกับดูแลการให้บริการ OTT TV ในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกประเทศ เนื่องจากรัฐเกรงว่าผู้ประกอบการภายในประเทศอาจเสียเปรียบ หรืออาจได้รับผลประโยชน์จากการแข่งขันทางการค้าน้อยกว่าผู้ประกอบการต่างประเทศ จึงได้มีการออกกฎหมายเพื่อปกป้องหรือคุ้มครองผู้ประกอบการภายในประเทศให้ยังคงความได้เปรียบ ประกอบกับเหตุผลด้านความมั่นคงและการสงวนทรัพยากรคลื่นความถี่เพื่อประโยชน์ของคนในประเทศ

สุปราณี วัฒนสิน (2565) ศึกษา การศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการกิจการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชน พบว่า การสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อจะทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อต้องมีมาตรฐานทางจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยรูปแบบการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนโดยผู้ประกอบการกิจการวิทยุโทรทัศน์ โดยการให้ความรู้ พัฒนาการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้บริโภคสื่อในสถานศึกษา รวมทั้งการจัดกิจกรรมโครงการอบรมการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเป้าหมาย

อริน เจียจันทร์พงษ์ (2563) ศึกษา การสร้างบัณฑิตวารสารศาสตร์เพื่อตอบสนองตลาดแรงงานในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล ตลาดแรงงานต้องการนักวารสารศาสตร์ที่มีคุณลักษณะ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) สมรรถนะในการสร้างเนื้อหาที่มีความลุ่มลึก คือ จับประเด็นได้รวดเร็ว คิดวิเคราะห์ได้ รู้ในเรื่องที่จะเล่าอย่างแตกฉาน คิดประเด็นได้แตกต่าง สามารถสืบค้นรวบรวม จัดระบบ และอธิบายข้อมูลได้ 2)

ความหลากหลายในการนำเสนอ คือ เขียนลำดับเรื่องออกมาให้เข้าใจได้ง่าย รู้เทคโนโลยีเพื่อเล่าเรื่องได้ทุกรูปแบบ สอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค และ 3) คุณภาพการผลิตและเผยแพร่ผลงาน คือ ทำงานได้จริงและทำได้ทันที ปรับตัวให้เข้ามาตรฐานการผลิตชิ้นงานแบบมืออาชีพได้เร็ว และมีความรู้ด้านธุรกิจ การตลาด ทั้งหมดนี้มาคู่กับทัศนคติที่อดทน เปิดกว้าง พร้อมเรียนรู้ และยืดหยุ่น

ประคุณ รุ่งธนวิษฐ์ (2560) ศึกษา ความท้าทายของดิจิทัลทีวีไทยในยุคการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ของประชาชน พบว่า โทรทัศน์ดิจิทัลไทยดำเนินอยู่ท่ามกลางทั้งโอกาสและความท้าทาย ซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญอื่น ๆ เช่น การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ การพัฒนาเนื้อหาและช่องรายการ ตลอดจนบทบาทของนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อทิศทางและความอยู่รอดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลในอนาคต

อริสรา กำธรเจริญ (2559) ศึกษา ภูมิหลังผู้ประกอบการกับความสำเร็ของทีวีดิจิทัล พบว่าผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักในการทำธุรกิจ คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์มาก่อน และกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจทีวีดิจิทัลล้วนแล้วแต่เป็นผู้ประกอบการที่เคยประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์มาก่อน เนื่องจากการเป็นผู้มีประสบการณ์ทำธุรกิจด้านนี้ ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ทราบว่า จะต้องผลิตรายการรูปแบบใดและอย่างไรให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม อีกทั้งยังทราบว่าต้องวางแผนการใช้งบประมาณ และจัดผังการออกอากาศรายการอย่างไร เพื่อให้แข่งขันได้ในทางธุรกิจ รวมทั้งจะอย่างไรเพื่อให้สถานีโดดเด่น แตกต่างจากสถานีคู่แข่งอื่นๆ และที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีฐานผู้ชมเดิมที่ติดตามมาชมรายการที่ช่องทีวีดิจิทัล ทำให้ประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนักเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์

2.1.7.2 ข่าว

ข่าวที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของ กสทช. ในช่วงปี 2568 สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปข่าวที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของ กสทช. ในช่วงปี 2568

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
30 ธ.ค. 68	โพสต์ทูเดย์	กสทช. ถ่วงเวลา แผนทีวีดิจิทัลไม่คืบ หวั่นจอดับ-กลุ่มทุนงาบ โดยกลุ่มผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและสมาคมทีวีดิจิทัล เตรียมยื่นฟ้องศาลปกครอง ต่อ นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธานสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หลังจากมีการดองวาระ "โรดแมปทีวีดิจิทัล" และแผนกำกับดูแลรายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพและเสียงบนอินเทอร์เน็ต (OTT) มานานกว่า 2 ปี และเสนอทางออกให้ กสทช. เร่งตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ด้วยการแสดงความกล้าหาญทางจริยธรรมในการตัดสินใจ ดังนี้ 1. เร่งจัดทำแผนทีวีดิจิทัล 2. แนวทางการออกแบบการประมูลใหม่ ไม่ควรเน้นที่ราคาประมูลสูงเกินไป 3. เพิ่มเงื่อนไขคุ้มครองผู้บริโภค ที่มา : https://www.posttoday.com/business/735811

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
29 ธ.ค. 68	ไทยรัฐ	ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล จ่อฟ้อง ประธานกสทช. ฐานดองวาระแพลตฟอร์มแห่งชาติ ส่งผลอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลอยู่บนความเสี่ยงทางธุรกิจและสัญญาการค้ากับ OTT ทำให้สแกมเมอร์แพร่กระจาย ที่มา : https://www.thairath.co.th/news/governmentpolicy/2904820
24 ธ.ค. 68	ไทยรัฐ	กสทช. เห็นชอบแนวทางพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติบนโครงข่ายทีวีดิจิทัล โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้รับทราบรายงานผลการศึกษาและเตรียมการพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติ หรือ เหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและมีมติเห็นชอบในหลักการสำหรับแนวทางการดำเนินการและแนวทางการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (MUX) ระดับชาติ ที่มีความพร้อมในส่วนของผู้ประกอบการโครงข่าย โดยเป็นการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบ API (Application Programming Interface) และการจัดหาอุปกรณ์เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) มอบหมายให้สำนักงาน กสทช. รับไปดำเนินการ ที่มา: https://www.thairath.co.th/news/governmentpolicy/2903879
12 พ.ย. 68	ไทยรัฐ	สมาคมทีวีออนไลน์ ยื่น กสทช. เร่งเกณฑ์ควบคุม OTT สกัดข่าวปลอม-สแกมเมอร์ โดยสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ นำโดยที่ปรึกษาสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) และเลขาธิการสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ยื่นหนังสือเรียกร้องให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. เร่งพิจารณาการกำกับดูแลบริการแพร่เสียงและแพร่ภาพผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ OTT Regulation Framework ในการประชุม วันที่ 12 พฤศจิกายน 68 หรือ 14 พฤศจิกายน 2568 เพื่อควบคุมดูแลเกี่ยวกับปัญหาข้อมูลเท็จ, การหลอกลวง (Scam), การบิดเบือนข้อมูล และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อดิจิทัลซึ่งได้ทวีความรุนแรงจนกลายเป็นปัญหาระดับโลกที่ต้องมีมาตรการเชิงรุกเพื่อปกป้องประชาชน ที่มา: https://www.thairath.co.th/news/governmentpolicy/2894994

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
14 ต.ค. 68	วันนิวัธ	สมาคมโทรทัศนระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ยื่น 5 ข้อเสนอ ให้ กสทช. ใช้ทำร่างฯ ไรต์แมป โดยเสนอ 5 แนวทาง ดังนี้ 1) หากสิ้นสุดใบอนุญาตในปี 2572 แล้ว สมาคมฯ ขอคัดค้านการประมูลใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการรายเดิม และเสนอให้มีแนวทางการต่ออายุใบอนุญาตเดิมออกไป เพื่อรักษาความต่อเนื่องของอุตสาหกรรม ตามแผนแม่บท กสทช. ฉบับที่ 1 ที่กำหนดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการแพร่ภาพแพร่เสียง 22 ล้านครัวเรือน และเพื่อความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการรายเดิม 2) ปัจจุบันคนดูทีวีดิจิทัลส่วนใหญ่ รับชมผ่านระบบดาวเทียม ซึ่งใช้คลื่นความถี่ย่าน 3,500 MHz ดังนั้น แผนการเปลี่ยนผ่านคลื่น 3,500 MHz และการนำคลื่นความถี่ 3,500 MHz ไปประมูลจะต้องเกิดขึ้นหลังใบอนุญาตปัจจุบันสิ้นสุดลง เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อคนดูทีวีดิจิทัล และต้องมีเงื่อนไขให้ผู้ชนะการประมูลจัดสรรเงินทุนเพื่อชดเชยและสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านของผู้บริโภคจากงาน C-Band ไปสู่ KU-Band ด้วย 3) ในส่วนของกฎ Must-Carry กสทช. จะต้องมี "หน้าที่" ในการทำให้เนื้อหาโทรทัศนดิจิทัล ซึ่งถือเป็นบริการระดับชาติ สามารถเข้าถึงประชาชนได้ 22 ล้านครัวเรือนตามแผนแม่บทเดิม โดยครอบคลุมทุกแพลตฟอร์มที่มีอยู่ ทั้งภาคพื้นดิน (T2), ดาวเทียม (S2) และ OTT โดยที่ผู้ประกอบการไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อ 4) การสนับสนุนบริการโครงข่าย (Mux) โดย กสทช. ปรับระดับความคมชัดของแต่ละสถานีเป็นแบบความคมชัดสูง (HD) และผู้ประกอบการไม่แบกรับภาระค่าบริการโครงข่าย (Mux) และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ภาครัฐหรือ กสทช. จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ทั้งหมด เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทุ่มเทพระกายการไปกับการลงทุนด้านเนื้อหา (Content) ได้อย่างเต็มที่ 5) การผลักดันให้มีการแก้ไขกฎหมายเพื่อความต่อเนื่องจากกรอบกฎหมายในปัจจุบัน และแนวทางการตีความกฎหมายที่แยกระหว่าง "ผู้ใช้คลื่นความถี่" (ให้ Mux เป็นผู้ประมูล) และ "ผู้ประกอบการกิจการด้านเนื้อหา" (ช่องทีวี) เพื่อให้ช่องทีวีไม่ต้องเข้าสู่กระบวนการประมูล ซึ่งอาจต้องให้ กสทช. พิจารณาแนวทางที่เหมาะสม ที่ไม่ต้องรอกการแก้ไข พ.ร.บ. ที่ใช้เวลานาน ที่มา: https://www.one31.net/news/detail/77122
19 ก.ย. 68	เนชั่นทีวี	กมธ.วุฒิสภา ทหารเรือ กสทช. เรือธง อนาคตทีวีดิจิทัล โดยคณะอนุกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ในคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และกิจการโทรคมนาคม วุฒิสภา โดยมี นายสุทนต์ กล้าการขาย ประธานอนุกรรมการฯ เป็นประธานการประชุม พร้อมกรรมการ อนุกรรมการและที่

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
		ปรึกษาได้เชิญ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.พิรงรอง รามสูต กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ด้านกิจการโทรทัศน์ มาชี้แจงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับอนาคตของกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล ที่มา: https://www.nationtv.tv/politic/378967002#google_vignette
11 ก.ย. 68	ไทยพีบีเอส	กสทช. ไฟเขียวอนุมัติแนวทางโรดแมปทีวีดิจิทัล คลอดก่อนสิ้นปี 68 โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีการพิจารณาบทวิเคราะห์ฉากทัศน์ในอนาคตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ และแนวทางในการกำกับดูแลและส่งเสริมการประกอบกิจการโทรทัศน์ของไทย ซึ่งสำนักงาน กสทช. ได้ดำเนินการวิเคราะห์ต่อเนื่องจากผลการศึกษาโครงการจ้างที่ปรึกษาฉากทัศน์กิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของไทยภายใต้สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อที่จะนำไปจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย ทั้งนี้ บอร์ด กสทช. ได้มีมติให้สำนักงาน กสทช. นำบทวิเคราะห์และข้อเสนอต่างๆ ทั้งที่ทางสำนักงานเสนอมา และที่บอร์ดได้อภิปรายระหว่างการประชุม ไปรับฟังความคิดเห็น ซึ่งหากสรุปผลได้ภายในสิ้นปีนี้จะทำให้สามารถเตรียมการได้ทันเวลา ก่อนที่ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ของผู้ให้บริการช่องรายการดิจิทัลทีวีประเภทธุรกิจจะสิ้นสุดลงในเดือน เม.ย. 2572 ที่มา: https://www.thaipbs.or.th/news/content/356436
20 ส.ค.68	มติชนออนไลน์	บอร์ด กสทช. ถกเดือด 2 วันติด กว่า 70 วาระ จับตา ทีวีดิจิทัล-แพลตฟอร์ม OTT คาดพรั้งนี้เคาะ หลังค้างเกือบเดือน โดยวาระที่ว่าด้วยอนาคตของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล มีอยู่ 4 วาระ คือ 1. รายงานการจัดทำข้อมูลฉากทัศน์ในอนาคตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย การกำกับดูแล และการส่งเสริมการประกอบกิจการโทรทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางให้สำนักงาน กสทช. นำไปจัดทำร่างแผนที่นำทางหรือ Roadmap กิจการโทรทัศน์ดิจิทัลที่จะสิ้นสุดใบอนุญาตในเดือนเม.ย. 2572 รวมทั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่สิ้นสุดก่อน 1 ปี 2. การจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือ National Streaming Platform โดยเป็นการรับทราบรายงานผลการศึกษาแนวทางที่เป็นไปได้และเหมาะสมในการจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยจะเป็นการพิจารณาให้ความเห็นชอบในหลักการแนวทางการดำเนินการจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มาจากทางเลือกที่เสนอในรายงานผลการศึกษา

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
		ตลอดจนพิจารณาให้ความเห็นชอบในหลักการต่อแนวทางการกำหนดค่าใช้จ่ายในส่วนของ Multi-CDN Platform ที่เกี่ยวข้อง 3.วาระที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกิจการ OTT คือแนวทางการกำกับดูแลการให้บริการแพร่ภาพและเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการร่วมระหว่างหน่วยงานของรัฐที่ได้มีการประสานงานกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ในการกำกับดูแล OTT ตามพระราชกฤษฎีกาธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลฯ พ.ศ. 2565 4.เป็นการพิจารณาแนวทางการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อรองรับบริบทการหลอมรวมเทคโนโลยี เพื่อให้ความเห็นชอบต่อรายงานแนวทางการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อรองรับบริบทการหลอมรวมเทคโนโลยี ที่มา: https://www.matichon.co.th/economy/news_5331628
17 ส.ค. 68	กรุงเทพธุรกิจ	ธุรกิจทีวี กอดคอเผชิญรายได้ โฆษณาลด! กระเทือนกำไรไตรมาส 2 โดยสื่อดั้งเดิม “ทีวี” เผชิญโจทย์หินต่อเนื่อง ไตรมาส 2 “รายได้โฆษณาฝืดหนัก” ช่องใหญ่ ช่อง 3 ช่องวัน เวอร์คพอยท์ โมโน ทำเงินจากโฆษณา “ลดลง” ถ้วนหน้า ที่มา: https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1194617
6 ก.ค. 68	ไทยพีบีเอส	กสทช. มีมติเสียงข้างมาก 5:1:1 รับรองผลการประมูลคลื่นความถี่ย่าน 850 MHz 1500 MHz 2100 MHz และ 2300 MHz โดยที่ประชุม กสทช. มีมติเสียงข้างมาก 5 เสียง รับรองผลการประมูลคลื่นความถี่ย่าน 850 MHz 1500 MHz 2100 MHz และ 2300 MHz ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่สากลย่าน 850 MHz 1500 MHz 2100 MHz และ 2300 MHz ซึ่งได้มีการประมูลไปเมื่อวันที่ 29 มิ.ย. 2568 โดยมี กสทช. งดออกเสียง 1 เสียง และไม่รับรองผลการประมูล 1 เสียง ที่มา: https://www.thaipbs.or.th/news/content/353978
28 พ.ค. 68	ครอบครัวข่าว 3	สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิตอลฯ ยื่นหนังสือขอขอบคุณประธาน กสทช. พร้อมจี้เร่งให้พิจารณาวาระอนาคตทีวีดิจิทัล ที่ใบอนุญาตจะสิ้นสุดในปี 72 โดยศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.พิรงรอง รามสูต กรรมการ กสทช. เป็นประธานการประชุม ร่วมกับตัวแทนสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิตอล (ประเทศไทย) และตัวแทนจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งประเภทบริการธุรกิจ บริการสาธารณะ ตลอดจนตัวแทนจากโครงข่าย (MUX) ซึ่งในที่ประชุมแจ้งว่า จะมีการบรรจุวาระของทีวีดิจิทัล เป็นวาระเร่งด่วนในการประชุมบอร์ด กสทช. ในวันที่ 28 พ.ค. ทั้งนี้ วาระของทีวีดิจิทัลที่จะมีการพิจารณาในวันนี้ มี 2 วาระ คือ วาระ 4.19 แนว

วันที่	แหล่งข่าว	เนื้อหาข่าว
		ทางการดำเนินการจากผลการศึกษาโครงการจ้างที่ปรึกษาศึกษาฉลากทัศน์ กิจกรรมแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของไทย ภายใต้สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป และวาระ 4.20 แนวทางที่เป็นไปได้และเหมาะสมในการจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงกิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งทั้ง 2 วาระ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางในช่วงเปลี่ยนผ่านของกิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ก่อนการสิ้นสุดใบอนุญาตในเดือนเมษายน พ.ศ. 2572 ที่มา : https://ch3plus.com/news/economy/ch3onlinenews/440493
1 เม.ย. 68	พีพีทีวี	ทีวีดิจิทัล ตบเท้า จี้ กสทช. เคลียร์กติกาให้ใบอนุญาตจบในกลางปี 68 โดย นายกสมาคมโทรทัศน์ระบบ ดิจิตอล (ประเทศไทย) และคณะ นำทัพผู้บริหารระดับสูงของดิจิทัลทีวีเข้าร่วมแสดงจุดยืนรักษาคืน 3500 MHZ พร้อมหน้า ดังนี้ 1. ความล้มเหลวจากการเปลี่ยนผ่านการรับชมโทรทัศน์สู่ระบบภาคพื้นดิน (DVBT) ของ กสทช. ทำให้ระบบการรับชมทีวีของไทยในปัจจุบันรับชมผ่านระบบจานดาวเทียม (DVBC) ถึง 70% ซึ่งในจำนวนนี้รับชมในระบบ C Band ที่ใช้คลื่นความถี่ย่าน 3500 MHZ เป็นส่วนหนึ่งในการรับส่งสัญญาณถึง 60% กสทช. จึงควรดูแลรักษาความถี่นี้ เพื่อผู้ชมทีวีส่วนใหญ่ของประเทศ ต่อไปให้นานที่สุด จนสิ้นสุดอายุของดาวเทียมไทยคม หรือ อย่างน้อยจนสิ้นสุดอายุใบอนุญาต เพื่อทดแทนการรับชมทีวีภาคพื้นดินที่ กสทช. ไม่สามารถขยายจำนวนฐานผู้ชมได้ตามคำชี้ชวน 2. คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคมยังมีเพียงพอต่อการใช้งาน ไม่มีเหตุจำเป็นต้องเร่งประมูลพร้อมกันในคราวเดียว จากการศึกษาแผนงานร่วมกันของผู้ประกอบการโทรคมนาคม ชี้ชัดว่ากระบวนการเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านหากต้องใช้คลื่น 3500MHZ ใช้เวลาประมาณ 2 ปี จึงเป็นเหตุผลสมควรที่สามารถเลื่อนแผนการประมูลคลื่น 3500 MHZ ออกไปก่อน เพื่อให้ไม่กระทบต่อผู้ชมก่อนสิ้นสุดอายุใบอนุญาตของดิจิทัลทีวีปี 2572 3. กสทช. ควรเร่งวางภูมิทัศน์ของระบบทีวีแห่งชาติ หลังจากสิ้นสุดอายุสัมปทานในปี 2572 รวมถึงการออกหลักเกณฑ์การประมูลครั้งต่อไปให้แล้วเสร็จ ภายในกลางปี 2568 เพื่อเห็นภาพรวมในอนาคตของอุตสาหกรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการคงอยู่ของโทรทัศน์แห่งชาติที่ประชาชนสามารถเข้าถึงอย่างสะดวกโดยไม่มีค่าใช้จ่ายอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ที่มา: https://www.pptvhd36.com/wealth/economic/246021

2.1.7.3 รายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่ไม่ใช่ของ กสทช. หนังสือ บทความและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1) รายงานประจำปี 2568 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีการกล่าวถึงผลงานของกองทุนฯ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการด้านโทรทัศน์ ในช่วงปี 2568 เช่น บทความส่งเสริมความรู้ด้านการเปิดรับ และการใช้สื่อของสังคม เพื่อสื่อสารประเด็นเชิงวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสังคมที่มีความเฉพาะด้าน ให้เป็นชิ้นงานสื่อที่เข้าถึงและเข้าใจง่าย กระตุ้นการรับรู้และความสนใจของคนในสังคม ต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสื่อที่เกิดขึ้นในช่วงขณะนั้น เพื่อให้มีการกระตุ้นเตือนสื่อสังคมได้อย่างทันทั่วถึง อันเป็นการเชื่อมโยงองค์ความรู้กับการสื่อสารสาธารณะ บทความเชิงวิชาการที่ต่อยอดจากข้อมูล และงานวิจัยของ Media Alert หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำเสนอในภาษาที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น และการจัดเวทีเสวนา “มองสื่อและสังคมไทย...ทำอย่างไรให้โซเชียลมีเดียขยับ ช้าวปรับ ละครเปลี่ยน” เป็นการนำผลการศึกษเกี่ยวกับคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างรายการข่าว ละคร รวมถึงเทรนด์การสื่อสารในโลกออนไลน์ มาร่วมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และถอดบทเรียน

2) รายงานสถานการณ์ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2568 โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ มีการกล่าวถึงจัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็ก แนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง และคู่มือจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่างสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

โดยแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็ก มี 6 หมวด หมวด 1 คำนิยาม หมวด 2 การรายงานข่าวเด็กในสถานการณ์ทั่วไป หมวด 3 หลักการรายงานข่าวเด็กที่กระทำความผิด หมวด 4 หลักการรายงานข่าวเด็กที่ได้รับผลกระทบหรือเป็นผู้เสียหาย หมวด 5 หลักการรายงานข่าวเด็กที่ต้องการความคุ้มครองพิเศษ หมวด 6 หลักการรายงานข่าวเด็กอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เป็นแนวทางในการสร้างสมดุลระหว่างเสรีภาพในการรายงานข่าวและการคุ้มครองสิทธิเด็กสำหรับสื่อมวลชนทุกแขนง อันนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการรายงานข่าวในสังคมข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างระบบนิเวศสื่อที่ส่งเสริม ปกป้อง คุ้มครองสิทธิเด็กอย่างเหมาะสม

แนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง มี 7 หมวด หมวด 1 คำนิยาม หมวด 2 หลักการทั่วไปในการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง หมวด 3 หลักการรายงานเหตุฆ่าตัวตาย หมวด 4 หลักการรายงานเหตุล่วงละเมิดทางเพศ หมวด 5 หลักการรายงานเหตุกราดยิง หมวด 6 หลักการรายงานเหตุสู้รบ หมวด 7 หลักการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรงอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแนวทางในการสร้างสมดุลระหว่างเสรีภาพในการรายงานข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะกับการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อันนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการรายงานข่าวสำหรับสื่อมวลชนทุกแขนงเพื่อเป็นสื่อกลางในการป้องกัน เตือนภัย ลดผลกระทบจากความรุนแรงของเหตุการณ์ และร่วมสร้างระบบนิเวศสื่อที่ส่งเสริม ปกป้อง คุ้มครองสิทธิมนุษยชนที่ยั่งยืน

คู่มือจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มี 4 หมวด หมวด 1 บทนำ หมวด 2 คำนิยาม หมวด 3 หลักจริยธรรมทั่วไปของสื่อมวลชน และหมวด 4 หลักจริยธรรมขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน

3) บทความ “กำกับดูแล AI อย่างเข้าใจ” โดยศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.พิรงรอง รามสูต กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ด้านกิจการโทรทัศน์ โดยมีการกล่าวถึงความท้าทายในการกำกับดูแล AI และแนวทางการกำหนดนโยบาย AI สำหรับสื่อไทย

โดยมีข้อเสนอแนะในการกำหนดนโยบายสำหรับสื่อไทย ดังนี้

1. สร้างแนวทางการอภิบาลการใช้ AI พร้อมสร้างระบบความรับผิดชอบร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) สำนักงาน กสทช. สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (DGA) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น

2. พัฒนารอบด้านข้อมูลพื้นฐานที่รัดกุมและมีพลวัต เพื่อออกแบบนโยบายและประเมินผลกระทบ

3. พัฒนาวิสัยทัศน์ระยะยาวสำหรับการใช้ AI ในอุตสาหกรรมสื่อและกำหนดแผนและกิจกรรมเพื่อไปสู่เป้าหมายร่วมกัน

4. สร้างพื้นที่ความร่วมมือที่ยั่งยืนและมีโครงสร้างชัดเจนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในภาครัฐและเอกชนตลอดจนการสร้างอำนาจต่อรองร่วมกับภาคีประเทศในเวทีสากล

4) บทความ “การปรับตัวของสื่อในยุค AI: กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรายได้” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีการกล่าวถึงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของ AI โดยแบ่งออกเป็น 4 ลำดับของการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ การผลิต การจัดจำหน่าย การสร้างรายได้ และการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงข้อเสนอต่อการส่งเสริมการพัฒนาการใช้ AI ของสื่อไทย

โดยได้กล่าวถึงข้อเสนอต่อการส่งเสริมการพัฒนาการใช้ AI ของสื่อไทย ไว้ดังนี้

1. ในบริบทของการแข่งขันด้านสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี AI อย่างเข้มข้น จำเป็นอย่างยิ่งที่สื่อไทยต้องปรับทิศทางการใช้ AI จาก “การตามเทคโนโลยี” ไปสู่ “การพัฒนาเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ของตนเอง”

2. AI ควรถูกใช้เพื่อ “ขยายศักยภาพ” ของเนื้อหา ไม่ใช่เพียงลดต้นทุน เช่น การช่วยแปลเนื้อหาให้เข้าถึงกลุ่มชนชาติหรือภาษาท้องถิ่น การจัดทำข่าวเชิงลึกจากฐานข้อมูลสาธารณะ หรือการตรวจสอบข้อเท็จจริงแบบเรียลไทม์ ซึ่งต้องอาศัยทั้ง “ทุน ความรู้ และความร่วมมือ” ในทุกระดับ

5) บทความ “ยุคเปลี่ยนผ่านของทีวีไทย ในวันที่ไม่ใช่ “สื่อกระแสหลัก” อีกต่อไป” โดยบริษัท ดาต้าเซต จำกัด โดยมีการกล่าวถึงภูมิทัศน์โทรทัศน์ดิจิทัลในช่วงปี 2567-2568 โดยบทความประกอบไปด้วยพฤติกรรมของผู้ชมที่ดูโทรทัศน์ผ่านระบบสตรีมมิ่งมากกว่าผ่านจอทีวีหรือระบบสัญญาณภาคพื้นดิน แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ลดลงนำไปสู่สถานการณ์การเลิกจ้างงาน และปรากฏการณ์ที่สถานีโทรทัศน์ได้รับความนิยมทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข่าว รวมถึงการกล่าวถึง Addressable TV ว่าอาจจะเป็นทางรอดใหม่ของโฆษณาทางโทรทัศน์ดิจิทัล เนื่องจาก Addressable TV เปรียบเสมือนการนำเอารูปแบบโฆษณาออนไลน์มาใช้บนจอโทรทัศน์ โดยอาศัยข้อมูลผู้ชมที่รวบรวมได้เพื่อนำเสนอโฆษณาที่โดนใจ แทนที่ทุกบ้านจะเห็นโฆษณาเดียวกันในรายการเดียวกัน Addressable TV จะคัดสรรโฆษณาให้เข้ากับรสนิยมของแต่ละครัวเรือน

2.1.8 ศึกษาเปรียบเทียบกรอบแนวทาง และรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานกำกับดูแลในต่างประเทศ

2.1.8.1 กรณีศึกษาสหราชอาณาจักร

Ofcom (Office of Communications) เป็นหน่วยงานกำกับดูแลด้านการสื่อสารของสหราชอาณาจักร มีบทบาทในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง โทรคมนาคม และบริการสื่อดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ค้ำครองผู้บริโภค และรักษามาตรฐานของเนื้อหาสาธารณะ โดยรับผิดชอบการออกใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการ การจัดสรรคลื่นความถี่ การกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการติดตามและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชน ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องที่ศึกษา สรุปได้ดังนี้

1) ประเด็นด้านอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ทิศทางการพัฒนาและการส่งสัญญาณ ในมิติต่อไปนี้

1.1) มิติโครงสร้างการแข่งขัน ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงาน

สหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับแนวคิดการปรับให้ทันสมัยและการสร้างสมดุลในการแข่งขัน (Modernisation and Rebalancing) เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการสาธารณะ (Public Service Broadcasters: PSBs) และแพลตฟอร์มสื่อระดับโลก ภาครัฐได้ดำเนินนโยบายเชิงรุกผ่านมาตรการจูงใจทางภาษี (Tax Incentives) ภายใต้การดำเนินงานของ British Film Institute (BFI) ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมโทรทัศน์คุณภาพสูง (High-end Television: HETV) มูลค่ากว่า 4.23 พันล้านปอนด์ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการผลิตสื่อ การสร้างงาน และการพัฒนาทักษะแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของภาคสื่อและบันเทิงในระยะยาว

1.2) มิติเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT

แนวโน้มความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์และบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) โดยรายได้ของผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวลดลงร้อยละ 7.5 ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาผ่านโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear Television) หดตัวลงถึงร้อยละ 14 ในทางตรงกันข้าม รายได้จากบริการวิดีโอออนไลน์และบริการวิดีโอแบบบอกรับสมาชิก (Subscription Video-on-Demand: SVoD) กลับขยายตัวร้อยละ 20 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านของพฤติกรรมผู้บริโภคและการเคลื่อนย้ายของเม็ดเงินโฆษณาไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สหราชอาณาจักรได้ตรา Media Act 2024 เพื่อปรับปรุงกรอบกำกับดูแลให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งลดภาระด้านกฎระเบียบที่ล้าสมัยของผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิม และกำหนดให้เนื้อหาของผู้ให้บริการโทรทัศน์สาธารณะ (Public Service Broadcasters: PSBs) มีความโดดเด่นและสามารถเข้าถึงหรือค้นพบได้ง่าย (prominent and easily discoverable) บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ทั้งนี้ ไม่ปรากฏหลักฐานว่าประเทศอังกฤษใช้มาตรการกำหนดสัดส่วนโควตาเนื้อหา หรือเรียกเก็บเงินสมทบจากผู้ให้บริการ OTT ข้ามชาติเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลตลาดสื่อดิจิทัลแต่อย่างใด

1.3) มิติความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการกระจายเสียง

Ofcom ดำเนินบทบาทในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลแบบบูรณาการ (Converged Regulator) ซึ่งกำกับดูแลทั้งกิจการกระจายเสียง โทรคมนาคม และบริการสื่อดิจิทัลภายใต้กรอบนโยบายเดียวกัน ส่งผลให้ทิศทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสื่อของสหราชอาณาจักรมีแนวโน้มเคลื่อนจากระบบการกระจายเสียงแบบดั้งเดิมไปสู่โครงข่ายโทรคมนาคมเป็นหลัก โดยเฉพาะเทคโนโลยี 5G และบรอดแบนด์

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ในบริบทดังกล่าว เทคโนโลยี 5G Broadcasting ได้รับการพิจารณาให้เป็นทางเลือกสำคัญสำหรับการกระจายเนื้อหาในอนาคต เนื่องจากสามารถบูรณาการการส่งสัญญาณกระจายเสียงเข้ากับโครงข่ายโทรคมนาคม พร้อมทั้งเชื่อมโยงมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยของโครงสร้างพื้นฐานและการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีความสอดคล้องกันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ แนวโน้มการเปลี่ยนผ่านของผู้ให้บริการสื่อสารสาธารณะ โดยเฉพาะ BBC สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งสู่การให้บริการผ่านแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก (Internet-first Strategy) เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค โดยมีการคาดการณ์ว่าระบบการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินแบบดั้งเดิม (Digital Terrestrial Television: DTT) อาจทยอยลดบทบาทลงในระยะยาว และมีการอภิปรายเชิงนโยบายเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการยุติการออกอากาศผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินภายในช่วงทศวรรษหน้า

1.4) มิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของบริการ OTT และแนวโน้มการบูรณาการสื่อ (Cross-media)

พฤติกรรมการรับชมสื่อของประชาชนในสหราชอาณาจักรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยสัดส่วนผู้รับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear Television) เป็นประจำทุกสัปดาห์ลดลงเหลือประมาณร้อยละ 75 ขณะที่กลุ่มเยาวชนอายุ 16–24 ปี มีอัตราการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมต่ำกว่ากึ่งหนึ่งของประชากรในช่วงวัยเดียวกัน ในทางตรงกันข้าม บริการสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือบริการ OTT (Over-the-Top) มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ Netflix ซึ่งสามารถเข้าถึงครัวเรือนในสหราชอาณาจักรได้ประมาณร้อยละ 58 สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากการบริโภคสื่อแบบเส้นตรงไปสู่การรับชมแบบตามความต้องการ (On-demand Consumption) ภายใต้บริบทดังกล่าว แนวโน้มการบูรณาการสื่อข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-media Integration) มีความชัดเจนมากขึ้น โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเนื้อหาผ่านช่องทางที่หลากหลายและเชื่อมโยงกันในระบบนิเวศดิจิทัลเดียวกัน เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัล สหราชอาณาจักรได้ประกาศใช้ Online Safety Act 2023 ซึ่งกำหนดกรอบการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลและผู้ให้บริการออนไลน์ให้มีความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากระบบคัดกรองและแนะนำเนื้อหา (Algorithmic Recommendation Systems) การปกป้องผู้เยาว์จากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนการยกระดับมาตรการตรวจสอบอายุผู้ใช้งาน (Age Verification) เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบนิเวศสื่อดิจิทัลในระยะยาว

2) ประเด็นด้านการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายเพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลสำหรับประชาชนทุกกลุ่ม ในมิติต่อไปนี้

2.1) มิติการร้องเรียนด้านคุณภาพสัญญาณและการเข้าถึงบริการของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการเข้าถึงบริการสื่ออย่างเท่าเทียม ภายใต้กรอบการกำกับดูแลของ Ofcom โดยมีกลไกการรับเรื่องร้องเรียนที่เปิดโอกาสให้องค์กรตัวแทนผู้บริโภค รวมถึงองค์กรที่ทำงานด้านผู้พิการและผู้สูงอายุ สามารถสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงบริการสื่อ คุณภาพสัญญาณ และความเหลื่อมล้ำด้านโครงสร้างพื้นฐานระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท เพื่อให้ Ofcom นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดมาตรการแก้ไขในระดับระบบ อันนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการให้บริการและลดช่องว่างในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกกลุ่ม

2.2) มิติการกำกับสัดส่วนผังรายการและการประเมินความหลากหลายของเนื้อหาที่สะท้อนกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

Ofcom ใช้ระบบการออกใบอนุญาตและการกำกับดูแลผู้ประกอบการกระจายเสียงควบคู่กับการประเมินผลด้านบริการสาธารณะ (Public Service Media) เพื่อกำกับให้ผู้ให้บริการจัดสรรเนื้อหาที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างหลากหลาย ครอบคลุมทั้งด้านข่าวสาร การศึกษา วัฒนธรรม และความบันเทิง โดยให้ความสำคัญกับหลักการความหลากหลายและการมีส่วนร่วม (Diversity and Inclusion) ผ่านการกำหนดเงื่อนไขและตัวชี้วัดด้านการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วัฒนธรรม ภูมิภาค และกลุ่มเปราะบางในสังคม เพื่อให้ระบบสื่อสามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะที่ครอบคลุมและเป็นธรรมต่อประชาชนทุกกลุ่ม

2.3) มิตินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหา

การกำกับดูแลคุณภาพของเนื้อหาข่าวสารและรายการเพื่อสาธารณประโยชน์ในสหราชอาณาจักรดำเนินการภายใต้แนวทางการกำกับดูแลร่วม (Co-regulation) ซึ่ง Ofcom ทำหน้าที่กำหนดกรอบมาตรฐาน หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติด้านเนื้อหา ขณะที่ผู้ประกอบการสื่อและองค์กรวิชาชีพมีหน้าที่นำมาตรฐานดังกล่าวไปปฏิบัติและกำกับดูแลตนเอง แนวทางดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้เนื้อหาที่เผยแพร่มีความถูกต้องตามข้อเท็จจริง มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับจริยธรรมวิชาชีพ และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมและเทคโนโลยี ตลอดจนตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4) มิตินกลไกการแจ้งเตือนภัยพิบัติและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

Ofcom กำหนดมาตรฐานด้านการเข้าถึงบริการสื่อสำหรับผู้พิการผ่านข้อกำหนดด้านบริการการเข้าถึงของกิจการโทรทัศน์ (Television Access Services) โดยกำหนดเป้าหมายการให้บริการคำบรรยายแทนเสียง (Subtitles หรือ Closed Captioning) ในสัดส่วนสูงสำหรับรายการโทรทัศน์ การจัดให้มีบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) สำหรับผู้พิการทางการมองเห็น และการให้บริการล่ามภาษามือ (Sign Language) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน นอกจากนี้ ยังมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการสื่อและผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมในการแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉินและภัยพิบัติ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านความปลอดภัยได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม และเท่าเทียม โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้พิการ และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล

3) บทเรียนจากกรณีศึกษาสหราชอาณาจักรสำหรับบริบทของประเทศไทย

ส่วนนี้มุ่งเชื่อมโยงบทเรียนจากกรณีศึกษาการกำกับดูแลสื่อดิจิทัลของสหราชอาณาจักรเข้ากับบริบทของประเทศไทย โดยที่ปรึกษาได้วิเคราะห์ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องการปรับตัวของกฎหมายให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทดิจิทัล แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และการสร้างสมดุลในการแข่งขันทางการตลาด ดังนี้

3.1) ข้อจำกัดทางกฎหมายและความจำเป็นของการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่น ความสำเร็จของ Ofcom ส่วนหนึ่งเกิดจากการมีกรอบกฎหมายที่ทันสมัยและได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น Communications Act 2003, Online Safety Act 2023 และ Media Act 2024 ซึ่งล้วนให้อำนาจหน้าที่และขอบเขตภารกิจที่ชัดเจนในการรับมือกับเทคโนโลยีและรูปแบบบริการใหม่ ๆ บทเรียนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนถึงข้อจำกัดของกรอบกฎหมายไทยที่ยังคงยึดโยงกับกฎหมายพื้นฐานที่มีอายุยาวนาน เช่น พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

กรณีของสหราชอาณาจักรสะท้อนให้เห็นว่า กรอบกฎหมายที่ออกแบบขึ้นในยุคก่อนดิจิทัลไม่สามารถรองรับความซับซ้อนของระบบนิเวศสื่อในปัจจุบันได้อย่างเพียงพอ ประเด็นเชิงนโยบายที่สำคัญสำหรับ

ประเทศไทยจึงไม่ใช่ว่าควรปรับปรุงกฎหมายหรือไม่ แต่เป็นคำถามว่าจะเลือกแนวทางใดในการปรับปรุง ระหว่างการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเดิมเป็นรายประเด็น ซึ่งอาจไม่สามารถตอบโจทย์ในเชิงระบบได้อย่างครบถ้วน กับการตรากฎหมายใหม่ที่ออกแบบมาเพื่อการกำกับดูแลบริการดิจิทัลโดยเฉพาะ และมีขอบเขตครอบคลุมในลักษณะเดียวกับกฎหมาย Online Safety Act ของสหราชอาณาจักร

3.2) พฤติกรรมผู้บริโภคและการกำกับดูแลเชิงรุก (Proactive Regulation) ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจากสหราชอาณาจักรเป็นสัญญาณเตือนที่ชัดเจนถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนผ่านแนวทางการกำกับดูแลของประเทศไทยไปสู่รูปแบบเชิงรุก ข้อมูลจากรายงาน Media Nations 2024 ชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2023 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์รายสัปดาห์ลดลงเหลือร้อยละ 75 และในกลุ่มผู้ชมอายุ 16–24 ปี มีสัดส่วนไม่ถึงครึ่งที่รับชมเป็นประจำ ขณะที่การรับชมแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ เช่น YouTube กลับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

แนวโน้มดังกล่าว สำหรับประเทศไทยมีลักษณะใกล้เคียงกันหรืออาจรวดเร็วกว่า สะท้อนให้เห็นว่าแนวทางการกำกับดูแลแบบเชิงรับ หรือการไล่ตามเทคโนโลยี (Reactive Regulation) ไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อไป การผลักดัน Online Safety Act ของสหราชอาณาจักรจึงถือเป็นตัวอย่างของการกำกับดูแลเชิงคาดการณ์ (Proactive Regulation) ที่มุ่งวางกรอบกติกาล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงก่อนที่ปัญหาจะขยายตัวจนยากต่อการควบคุม

3.3) ชีตความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย การออกกฎระเบียบใหม่ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษาของ Ofcom พบว่า การกำกับดูแลสามารถดำเนินไปควบคู่กับการรักษาและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศได้ หากมีการออกแบบกระบวนการอย่างเหมาะสม โดยแนวทางสำคัญ ได้แก่ การบังคับใช้กฎหมายแบบค่อยเป็นค่อยไป (Phased Implementation) โดยเริ่มจากประเด็นเนื้อหาผิดกฎหมาย ก่อนขยายไปสู่ประเด็นความปลอดภัยของเด็ก

การเปิดกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างกว้างขวาง เพื่อให้กฎเกณฑ์ที่ออกมามีความสมเหตุสมผลและสามารถปฏิบัติได้จริง และการจัดให้มีมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยโดยเฉพาะ เช่น บริการให้คำปรึกษาและคู่มือปฏิบัติที่เข้าใจง่าย ดังนั้นกระบวนการดำเนินงานของ Ofcom สะท้อนหลักการสำคัญว่า การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพไม่จำเป็นต้องขัดขวางการแข่งขัน หากแต่สามารถส่งเสริมการแข่งขันได้ หากมุ่งเน้นความเป็นธรรมของกระบวนการและการสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศ แนวทางการปรึกษาหารืออย่างครอบคลุมและการบังคับใช้แบบค่อยเป็นค่อยไปช่วยลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่านด้านกฎระเบียบ และช่วยป้องกันไม่ให้เกิดตลาดถูกครอบงำโดยแพลตฟอร์มระดับโลกเพียงไม่กี่รายที่มีทรัพยากรเพียงพอในการปฏิบัติตามกฎระเบียบใหม่

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์รูปแบบการกำกับดูแลของ Ofcom ในสหราชอาณาจักร สามารถสรุปบทเรียนเชิงนโยบายที่สำคัญได้ดังนี้

ประการแรก การมีองค์กรกำกับดูแลแบบหลอมรวม (Converged Regulator) ที่รับผิดชอบทั้งโครงข่ายและเนื้อหา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลภูมิทัศน์สื่อยุคดิจิทัลที่มีความเชื่อมโยงและทับซ้อนกันสูง

ประการที่สอง การกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยกฎหมายที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ เช่น กฎหมาย Online Safety Act ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนกระบวนทัศน์เชิงนโยบายจากการกำกับดูแลแบบเดิมไปสู่การกำกับดูแลเชิงระบบ

ประการที่สาม รูปแบบการกำกับดูแลร่วม (Co-regulation) ที่ภาครัฐกำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยอย่างชัดเจน ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทหลักในการนำไปปฏิบัติ เป็นแนวทางที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการคุ้มครองสาธารณะและการส่งเสริมนวัตกรรม

ประการสุดท้าย การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องยึดแนวทางเชิงรุกที่อิงข้อมูลและหลักฐาน ควบคู่กับกระบวนการรับฟังความคิดเห็นอย่างโปร่งใส เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและรักษาสภาพการแข่งขันที่เป็นธรรม

บทเรียนจากสหราชอาณาจักรจึงเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับประเทศไทยในการทบทวนและพัฒนากระบวนการกำกับดูแลสื่อ การนำจุดแข็งของแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างระบบนิเวศสื่อดิจิทัลที่ทันสมัย มีความยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

2.1.8.2 กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา

กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Federal Communications Commission (FCC) เป็นหน่วยงานอิสระที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการสื่อสารมวลชน โทรคมนาคม วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และบริการสื่อสารผ่านคลื่นความถี่ของประเทศ โดยมีการปฏิบัติงานสำคัญในการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภค และสนับสนุนการเข้าถึงบริการสื่อสารของประชาชนอย่างทั่วถึง ภายใต้บริบทการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล FCC มุ่งเน้นการกำกับดูแลเชิงส่งเสริมตลาด (Market-oriented Regulation) ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านบรอดแบนด์และเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ เพื่อรองรับการเติบโตของบริการสื่อสารดิจิทัลและแพลตฟอร์ม OTT โดยให้ความสำคัญกับการรักษาประโยชน์สาธารณะ ความหลากหลายของเนื้อหา และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกกลุ่ม อันเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมสารสนเทศของสหรัฐอเมริกาในระยะยาว ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ประเด็นด้านอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ทิศทางการพัฒนาและการส่งสัญญาณ ในมิติต่อไปนี้

1.1) มิติโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน และแนวโน้มการจ้างงาน

ระบบกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงของสหรัฐอเมริกาตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดเสรีนิยมทางเศรษฐกิจและการแข่งขันเสรีตามกลไกตลาด (Market-Driven Approach) โดย Federal Communications Commission (FCC) ใช้แนวทางกำกับดูแลแบบผ่อนปรน (Light-touch Regulation) และเปิดโอกาสให้ภาคอุตสาหกรรมปรับตัวตามแรงขับเคลื่อนของตลาด ส่งผลให้เกิดการควบรวมกิจการและการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจสื่อขนาดใหญ่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อโครงสร้างแรงงานในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ต้องปรับรูปแบบการผลิตและการเผยแพร่เนื้อหาไปสู่ระบบหลายแพลตฟอร์ม (Multi-platform Production) เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก

1.2) มิติการติดตามเม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อออนไลน์และบริการ OTT

อุตสาหกรรมสื่อของสหรัฐอเมริกาประสบกับปรากฏการณ์ Cord-cutting อย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริโภคยกเลิกบริการเคเบิลและโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกดั้งเดิม แล้วหันไปใช้บริการสตรีมมิงออนไลน์และแพลตฟอร์มวิดีโอผ่านอินเทอร์เน็ต (OVDs และ vMVPDs) มากขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาเคลื่อนย้ายจากสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลในมูลค่าหลายหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม FCC มีข้อจำกัดด้านอำนาจกำกับดูแลบริการ OTT เนื่องจากบริการดังกล่าวถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มบริการข้อมูลข่าวสาร (Information Services) ภายใต้กรอบกฎหมายการสื่อสารของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้การกำกับดูแลด้านเนื้อหา การจัดระดับความเหมาะสม และการควบคุมโฆษณาแตกต่างจากกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

1.3) มิติความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านการกระจายเสียง

ภารกิจสำคัญของ FCC มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและการจัดสรรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) และสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารยุคใหม่ โดยเฉพาะเครือข่าย 5G และ 6G ในภาคกิจการกระจายเสียง สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี ATSC 3.0 หรือ NextGen TV ซึ่งเป็นมาตรฐานการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินยุคใหม่ที่รองรับการเชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ตและบริการดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ ควบคู่กับการดำเนินนโยบายประมูลคลื่นความถี่ (Incentive Auction) เพื่อนำทรัพยากรคลื่นความถี่ไปใช้ประโยชน์ด้านบรอดแบนด์และบริการสื่อสารไร้สายที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.4) มิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของบริการ OTT และแนวโน้มการบูรณาการสื่อ (Cross-media)

การเปลี่ยนผ่านของผู้บริโภคจากการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และบริการสตรีมมิง ส่งผลให้บทบาทของ FCC ในการกำกับดูแลเนื้อหาถูกจำกัดภายใต้หลักเสรีภาพในการแสดงออกตามบทบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญสหรัฐอเมริกาฉบับที่ 1 (First Amendment) ด้วยเหตุนี้ สหรัฐอเมริกาจึงเลือกใช้แนวทางการกำกับดูแลที่เน้นการกำกับดูแลตนเองของอุตสาหกรรม (Self-Regulation) และการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ผู้บริโภค โดยมีการใช้ระบบจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ (TV Parental Guidelines) และเทคโนโลยี V-Chip สำหรับคัดกรองหรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ปกครองและผู้บริโภคสามารถบริหารจัดการการรับชมสื่อได้ด้วยตนเองในสภาพแวดล้อมสื่อที่มีความหลากหลายและเชื่อมโยงกันมากขึ้นในอนาคต

2) ประเด็นด้านการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายเพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลสำหรับประชาชนทุกกลุ่มในมิติต่อไปนี้

2.1) มิติการรณรงค์ด้านคุณภาพสัญญาณและการเข้าถึงบริการของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

Federal Communications Commission ให้ความสำคัญกับการประเมินประสิทธิภาพของโครงข่ายสื่อสารและการเข้าถึงบริการของประชาชนผ่านการจัดทำรายงานวิเคราะห์การแข่งขันในตลาดวิดีโอและโทรคมนาคมเป็นประจำ รวมทั้งเปิดช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพสัญญาณและการให้บริการจากประชาชนโดยตรง นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกายังใช้เครื่องมือเชิงนโยบายระดับชาติ เช่น นโยบายบรอดแบนด์แห่งชาติ (National Broadband Plan) และกองทุนบริการสากล (Universal Service Fund: USF) เพื่อสนับสนุนการขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารไปยังพื้นที่ชนบทและพื้นที่ห่างไกล ตลอดจนลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการสำหรับผู้สูงอายุ ผู้พิการ และประชาชนกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียม

2.2) มิติการกำกับสัดส่วนผังรายการและการประเมินความหลากหลายของเนื้อหาที่สะท้อนกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

ภายใต้หลักการคุ้มครองเสรีภาพในการแสดงออกตามบทบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญสหรัฐอเมริกาฉบับที่ 1 (First Amendment) FCC มีข้อจำกัดในการแทรกแซงเนื้อหาหรือกำหนดสัดส่วนผังรายการโดยตรง อย่างไรก็ตาม หน่วยงานยังคงส่งเสริมความหลากหลายของเนื้อหาและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกลไกกำกับดูแลผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและผู้ให้บริการหลายช่องรายการ (Multichannel Video Programming Distributors: MVPDs) โดยเฉพาะกฎการนำช่องรายการท้องถิ่นเข้าสู่ระบบเผยแพร่ (Must-Carry Rules) ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อรักษาความหลากหลายของแหล่งข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนสถานีท้องถิ่น และส่งเสริมให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ ความต้องการ และบริบทของชุมชนตนเองได้อย่างเหมาะสม

2.3) มิติคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหา

ในด้านเนื้อหาเพื่อการศึกษา สหรัฐอเมริกามีกฎหมายเฉพาะ ได้แก่ Children's Television Act (CTA) ซึ่งกำหนดให้สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์จัดสรรเวลาออกอากาศสำหรับรายการที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาของเด็กและเยาวชน โดยมุ่งให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อประโยชน์สาธารณะควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ขณะที่การรับรองคุณภาพ ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของเนื้อหาข่าวสารอาศัยกลไกการกำกับดูแลตนเองของภาควิชาชีพสื่อ มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ และกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เนื้อหา มีความถูกต้อง ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของสาธารณชนภายใต้สภาพแวดล้อมสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2.4) มิติกลไกการแจ้งเตือนภัยพิบัติและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

สหรัฐอเมริกาพัฒนาระบบการแจ้งเตือนภัยฉุกเฉินระดับชาติผ่านระบบ Emergency Alert System (EAS) ซึ่งดำเนินการร่วมกันระหว่าง FCC และ Federal Emergency Management Agency เพื่อให้สามารถเผยแพร่ข้อมูลเตือนภัยและสถานการณ์ฉุกเฉินไปยังประชาชนได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อกระจายเสียง โทรทัศน์ และโครงข่ายสื่อสารต่าง ๆ นอกจากนี้ FCC ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเข้าถึงสื่อของผู้พิการ โดยกำหนดมาตรฐานด้านคำบรรยายแทนเสียง (Closed Captioning) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) สำหรับผู้พิการทางการได้ยินและการมองเห็น ครอบคลุมทั้งบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เคเบิล โทรทัศน์ดาวเทียม และเนื้อหาวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการสื่อของประชาชนทุกกลุ่ม

3) บทเรียนจากกรณีศึกษาสหรัฐอเมริกาสำหรับบริบทของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์การกำกับดูแลสื่อของ FCC สามารถสรุปบทเรียนเชิงยุทธศาสตร์และนโยบายที่สำคัญสำหรับประเทศไทยได้ดังนี้

3.1) การตระหนักถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำทางกฎหมายและการกำกับดูแล บทเรียนที่เด่นชัดที่สุดจากโมเดลของ FCC คือภาวะสุญญากาศทางกฎหมายที่เกิดจากการแยกส่วนประเภทสื่อ ภายใต้กฎหมายดั้งเดิมที่มีอายุมากกว่าสองทศวรรษ ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินดั้งเดิม (Free-to-Air) ถูกกำกับดูแลเนื้อหาอย่างเข้มงวดและมีต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์สูง ขณะที่ผู้ให้บริการสตรีมมิงออนไลน์ (OTT) ระดับโลกกลับสามารถแข่งขันได้อย่างเสรีโดยแทบไม่มีกฎเกณฑ์ควบคุม บริบทนี้สะท้อนภาพสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทยที่ กสทช. ยังคงใช้อำนาจตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ในการควบคุมเนื้อหาของทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินอย่างเข้มงวด แต่ยังไม่สามารถสร้างกลไกที่เท่าเทียมในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มสตรีมมิงข้ามชาติได้ บทเรียนจากสหรัฐฯ

ชี้ให้เห็นว่า หากประเทศไทยไม่เร่งปรับปรุงกฎหมายแม่บทให้ทันต่อการหลอมรวมทางเทคโนโลยี ที่วิดิจิตัลไทย ซึ่งเป็นสื่อกระแสหลักและเป็นผู้ผลิตเนื้อหาท้องถิ่น (Local Content) จะเผชิญกับภาวะเสียเปรียบทางการแข่งขันอย่างรุนแรงจนอาจนำไปสู่ความล่มสลายของระบบนิเวศสื่อในประเทศ

3.2) ข้อจำกัดของการใช้แนวคิดเสรีนิยมกลไกตลาดในประเทศขนาดเล็ก ปรัชญาของ FCC ที่เน้นการปล่อยให้กลไกตลาดทำงานอย่างเสรี และแทรกแซงให้น้อยที่สุด สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในสหรัฐฯ ให้เติบโตได้ เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นผู้สร้างเทคโนโลยีและเป็นศูนย์กลางทุนวัฒนธรรมโลกที่มีตลาดในประเทศขนาดใหญ่พอที่จะดึงดูดเม็ดเงินโฆษณา อย่างไรก็ตาม สำหรับบริบทของประเทศไทยซึ่งเป็นตลาดขนาดเล็กและเป็นประเทศผู้รับสื่อ (Content Consumer) มากกว่าผู้สร้างแพลตฟอร์ม การปล่อยให้กลไกตลาดเสรีทำงานโดยสมบูรณ์โดยไม่มีมาตรการรัฐช่วยพยุง อาจนำไปสู่ภาวะที่แพลตฟอร์มต่างชาติเข้ามากินเม็ดเงินโฆษณาและทำลายอุตสาหกรรมเนื้อหาท้องถิ่นจนหมดสิ้น กสทช. จึงไม่สามารถนำโมเดลเสรีนิยมสุดโต่งแบบ FCC มาใช้ได้ทั้งหมด แต่จำเป็นต้องรักษาสมดุลในการปกป้องพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของไทย

3.3) การถ่ายโอนความรับผิดชอบและการเสริมสร้างศักยภาพผู้บริโภค แม้ว่า FCC จะมีข้อจำกัดในการใช้อำนาจรัฐควบคุมเนื้อหาออนไลน์เนื่องจากบทบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญฉบับที่ 1 (First Amendment) แต่สหรัฐฯ ได้ทดแทนช่องว่างดังกล่าวด้วยการผลักดันนวัตกรรมและเทคโนโลยีการคัดกรองเนื้อหาโดยผู้บริโภค และสนับสนุนการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ของภาคอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ บทเรียนนี้ชี้ให้เห็นว่า กสทช. ควรเปลี่ยนผ่านบทบาทจากการเป็นผู้เฝ้าตรวจและลงโทษเนื้อหาเชิงรับมาเป็นการบังคับและส่งเสริมให้แพลตฟอร์มต่าง ๆ พัฒนาเครื่องมือควบคุมที่ง่ายและมีประสิทธิภาพสำหรับผู้ปกครอง เช่น Parental Controls พร้อมทั้งเร่งสร้างทักษะความรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล (Media and Digital Literacy) ให้แก่ประชาชน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถปกป้องตนเองและครอบครัวได้ในระบบนิเวศสื่อที่ซับซ้อนที่ยากต่อการควบคุมโดยรัฐ

3.4) ความจำเป็นในการเลือกโมเดลที่เหมาะสมระหว่าง Ofcom และ FCC เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง สหราชอาณาจักร (Ofcom) ที่เน้นการหลอมรวมและการกำกับดูแลร่วม (Co-regulation) เชิงระบบ กับ สหรัฐอเมริกา (FCC) ที่เน้นการแยกส่วนและการควบคุมตนเองตามกลไกตลาด นับเป็นกรอบคิดเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญให้ กสทช. ทบทวนทิศทางของประเทศไทย โครงสร้างกฎหมายของ กสทช. ในปัจจุบันถูกออกแบบมาให้เป็นองค์กรหลอมรวม (Converged Regulator) คล้ายกับ Ofcom แต่ในทางปฏิบัติยังคงมีลักษณะการทำงานแยกส่วนคล้าย FCC การนำจุดแข็งของโมเดล Ofcom ที่เน้นการสร้าง กรอบความปลอดภัยเชิงระบบ และการดึงองค์กรวิชาชีพมาร่วมกำกับดูแล (Co-regulation) อาจเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับความมั่นคงทางวัฒนธรรมและบริบทสังคมไทยมากกว่าการปล่อยอิสระตามกลไกตลาดแบบสหรัฐอเมริกา

2.1.9 บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. (กตป.)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2560) กำหนดให้การใช้คลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ความมั่นคงของรัฐ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วย พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มี

มาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่อนความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด ใช้ประโยชน์จากคลื่อนความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่อนความถี่ ตลอดจนการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่อนความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553)

2.1.9.1 บทบาทและหน้าที่ของ กสทช.

โดยอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่อนความถี่ ตารางกำหนดคลื่อนความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุ แผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมและแผนเลขหมายโทรคมนาคม และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนดังกล่าว แต่แผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- 2) กำหนดการจัดสรรคลื่นความถี่ระหว่างคลื่อนความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม
- 3) กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
- 4) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่อนความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคมในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว ในการนี้ กสทช.จะมอบหมายให้สำนักงานกสทช. เป็นผู้อนุญาตแทน กสทช. เฉพาะการอนุญาตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องวิทยุคมนาคมตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดก็ได้
- 5) กำหนดหลักเกณฑ์การใช้คลื่อนความถี่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และปราศจากการรบกวนซึ่งกันและกัน ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท
- 6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว
- 7) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้เลขหมายโทรคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว
- 8) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้หรือเชื่อมต่อ และหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดอัตราค่าใช้หรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้ลงทุน หรือระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคม โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ
- 9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง

กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

10) กำหนดมาตรฐานและลักษณะพึงประสงค์ทางด้านเทคนิคในการประกอบกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และในกิจการวิทยุคมนาคม

11) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

12) กำหนดมาตรการให้มีการกระจายบริการด้านโทรคมนาคมให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันตามมาตรา 50

(12/1) เรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือใช้ประโยชน์ไม่คุ้มค่าหรือนำมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น ตามที่กำหนดไว้ในแผนซึ่งจัดทำขึ้นตาม (1) จากผู้ที่ได้รับอนุญาตเพื่อนำมาจัดสรรใหม่ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดโดยเงื่อนไขดังกล่าวต้องกำหนดวิธีการทดแทนค่าใช้จ่ายผู้ที่ถูกเรียกคืนคลื่นความถี่โดยให้คำนึงถึงสิทธิของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ในแต่ละกรณีด้วย

13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของประชาชน ในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

14) ดำเนินการในฐานะหน่วยงานอำนาจการของรัฐที่มีอำนาจในการบริหารกิจการสื่อสารระหว่างประเทศกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ หรือกับองค์การระหว่างประเทศอื่น รัฐบาลและหน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาลมอบหมาย รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินการของรัฐเพื่อให้มีดาวเทียมหรือให้ได้มา ซึ่งสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมและประสานงานเกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามแผนซึ่งจัดทำตาม (1) และนโยบาย และแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

(14/1) ดำเนินการให้ได้มาและรักษาไว้ซึ่งสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมอันเป็นสมบัติของชาติ และดำเนินการให้มีการใช้สิทธิดังกล่าวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศชาติและประชาชน ในกรณีที่การรักษาสิทธิดังกล่าวก่อให้เกิดภาระแก่รัฐเป็นประโยชน์ที่จะได้รับ กสทช. อาจสละสิทธิดังกล่าวได้ตามที่กำหนดในแผนการบริหารสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม และให้รายงานคณะรัฐมนตรี พร้อมทั้งประกาศเหตุผลโดยละเอียดให้ประชาชนทราบ ในการดำเนินการให้มีการใช้สิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียมดังกล่าวให้ กสทช. มีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการอนุญาตค่าธรรมเนียม และการยกเว้นค่าธรรมเนียมการอนุญาต รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับผู้ขออนุญาตหรือผู้รับอนุญาตแล้วแต่กรณีจะต้องรับภาระ โดยค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว เมื่อหักค่าใช้จ่ายในการอนุญาตแล้วเหลือเท่าใดให้นำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน

(14/2) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการตามพระราชบัญญัตินี้โดยใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาตเงื่อนไข และค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

15) วินิจฉัยและแก้ไขปัญหาการใช้คลื่นความถี่ที่มีการรบกวนซึ่งกันและกัน

16) ติดตามตรวจสอบและให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

17) กำหนดลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำ กิจกรรมกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน

18) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับกิจกรรมกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุม การประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

19) ออกระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 58

20) อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งเงินที่จะจัดสรรเข้ากองทุนตามมาตรา 52

21) พิจารณาและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนเสนอตามมาตรา ๕๕

22) ให้ข้อมูลและร่วมดำเนินการในการเจรจาหรือทำความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศในเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ กิจกรรมโทรคมนาคม หรือกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง

(22/1) ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของ กสทช. และผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ทั้งนี้ ในส่วนที่เกี่ยวกับดิจิทัลตามที่สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติร้องขอเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และจัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

23) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์และกิจกรรมโทรคมนาคม

24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช.

25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นที่กำหนดลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้ กสทช. รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย

การใช้อำนาจหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ต้องไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายว่าด้วย การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม และกฎหมายว่าด้วยวิทยุคมนาคม บรรดาระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งใด ๆ ที่ใช้บังคับเป็นการทั่วไปเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง กสทช. ต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ทั้งต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน รวมตลอดทั้งป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพ ในการรับรู้หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชนและป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไปรวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งและวรรคห้า มิให้ถือว่าเป็นการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐตามกฎหมาย ว่าด้วยการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐโดย กสทช. มีอำนาจออกระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 58 แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้กำหนดให้ กสทช. สามารถออกกฎหรือประกาศที่เกี่ยวกับการบริหารของสำนักงาน กสทช. เลขานุการ กสทช. ดังต่อไปนี้

มาตรา 58 ให้ กสทช. มีอำนาจออกระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไปการบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณ การเงินและทรัพย์สิน และการดำเนินการอื่นของสำนักงาน กสทช. โดยให้รวมถึงเรื่องดังต่อไปนี้ด้วย

- 1) การแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช. และขอบเขตหน้าที่ของส่วนงานดังกล่าว
- 2) การกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน และค่าตอบแทนอื่นของเลขาธิการ กสทช. พนักงานและลูกจ้างของ สำนักงาน กสทช. ตลอดจนค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายของกรรมการอื่นและอนุกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้
- 3) การคัดเลือกหรือการประเมินความรู้ความสามารถเพื่อประโยชน์ในการบรรจุและแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งหรือการเลื่อนขั้นเงินเดือน หลักเกณฑ์การต่อสัญญาจ้าง และการจ่ายเงินชดเชยกรณีเลิกจ้างเนื่องจากไม่ผ่านการประเมิน
- 4) การบริหารงานบุคคล รวมตลอดทั้งการดำเนินการทางวินัย การอุทธรณ์ และร้องทุกข์
- 5) การรักษาการแทนและการปฏิบัติกรแทน
- 6) การกำหนดรูปแบบและการแต่งกายของพนักงานและลูกจ้างของสำนักงาน กสทช.
- 7) การจ้างและการแต่งตั้งบุคคลเพื่อเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ชำนาญการเฉพาะด้านอันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. รวมทั้งจำนวนและอัตราค่าตอบแทนของตำแหน่งดังกล่าว ทั้งนี้ โดยให้คำนึงถึงการปฏิบัติงานและระยะเวลาการปฏิบัติงานของตำแหน่งนั้นด้วย
- 8) การบริหารและจัดการงบประมาณ ทรัพย์สิน และพัสดุของสำนักงาน กสทช.
- 9) การจัดสวัสดิการหรือการสงเคราะห์อื่นระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 72 ให้ประธานกรรมการเป็นผู้ลงนาม และเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

2.1.9.2 บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.)

ตามพระราชบัญญัติ องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 70 กำหนดให้มีคณะกรรมการติดตามและประเมินผล การปฏิบัติงานขึ้นคณะหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 72 กล่าวคือ ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการ และการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. แล้วแจ้งผลให้ กสทช. ทราบภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันสิ้นปีบัญชี และให้ กสทช. นำรายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภาพร้อมรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี ของ กสทช. ตามมาตรา 76 และเปิดเผยรายงานดังกล่าวให้ประชาชนทราบทางระบบเครือข่ายสารสนเทศ ของสำนักงาน กสทช. หรือวิธีการอื่นที่เห็นสมควร โดยการประเมินดังกล่าวต้องอยู่บนพื้นฐานข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ และต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียประกอบด้วย ซึ่งคณะกรรมการอาจมอบหมายให้หน่วยงาน หรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงาน

ประกอบกับ มาตรา 73 กำหนดให้รายงานตามมาตรา 72 อย่างน้อยจะต้องมีเนื้อหา ดังต่อไปนี้

(1) ผลการปฏิบัติงาน ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช.
(2) รายงานข้อเท็จจริงหรือข้อสังเกตจากการปฏิบัติตาม อำนาจหน้าที่ของ กสทช. ในส่วน
ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับนโยบาย ของรัฐบาล พร้อมทั้งความเห็น
และข้อเสนอแนะ

(3) ความเห็นเกี่ยวกับรายงานประจำปี ที่ กสทช. ได้จัดทำขึ้น ตามมาตรา

(4) เรื่องอื่น ๆ ที่เห็นสมควรรายงานให้ กสทช. รัฐสภา หรือประชาชนทราบ

การดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน
แบ่งภารกิจ ออกเป็น 5 ด้าน ตามมาตรา 70 กำหนดคุณสมบัติดังนี้ เป็นผู้ที่มีผลงานหรือความรู้ และมีความ
เชี่ยวชาญหรือ ประสบการณ์เฉพาะด้าน ตามที่ได้รับการคัดเลือกมาจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ได้แก่

(1) ด้านกิจการกระจายเสียง

(2) ด้านกิจการโทรทัศน์

(3) ด้านกิจการโทรคมนาคม

(4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และ

(5) ด้านการส่งเสริมสิทธิ และเสรีภาพของประชาชน

โดยคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ได้ทำการติดตาม ตรวจสอบ และ
ประเมินผลจากการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. จากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสาร กฎหมาย
ระเบียบ หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. แผนปฏิบัติการประจำปี กิจกรรม/
โครงการ และ ผลการดำเนินงานต่าง ๆ ของสำนักงาน กสทช. รวมถึง (ร่าง) รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี
ของ กสทช. ประกอบกับ การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักวิชาการ ระเบียบวิธีวิจัย การจัดรับฟัง
ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย ทั่วทุกภูมิภาค และทำการประเมินผล และหลักธรรมาภิบาล (Good
Governance) เพื่อให้การจัดทำรายงานติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. อยู่บน
พื้นฐานข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องและสมบูรณ์ ก่อนนำเสนอให้ กสทช. และ กสทช. นำ
รายงานดังกล่าวเสนอต่อรัฐสภา ต่อไป

ทั้งนี้ คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานชุดปัจจุบัน ทำหน้าที่ตามตาม
มาตรา 70 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และผู้ได้รับการคัดเลือกได้มีหนังสือแจ้งให้สำนักงานเลขาธิการ
วุฒิสภา ปฏิบัติหน้าที่ที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติทราบว่า ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรา
๗๑ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง
วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และระเบียบวุฒิสภาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการ
ดำเนินการคัดเลือกบุคคลผู้สมควรได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ตาม
พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ข้อ 18 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายชื่อคณะกรรมการ ประกอบด้วย

1. พลตำรวจตรีเอกธัช ลิ้มสง่า ศ.ด้านกิจการกระจายเสียง

2. ดร.พันธ์ศักดิ์ จันทร์ปัญญา ด้านกิจการโทรทัศน์

3. รองศาสตราจารย์ ดร.อุรยา วิสกุล ด้านกิจการโทรคมนาคม

4. พลเอกสิทธิชัย มากบุญขจร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

5. นางสาวอิสราศรัย เครีหงส์ ด้านการส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพของประชาชน

คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานได้กำหนดเป้าประสงค์ในการติดตามตรวจสอบและ ประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เพื่อประโยชน์ ในการปรับปรุง พัฒนาการปฏิบัติงานของ กสทช. ให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลอย่างสูงสุด และเกิดประโยชน์ ต่อประเทศชาติและประชาชนอย่างแท้จริง

2.2 ข้อมูลข้อเท็จจริง

2.2.1 ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และ ทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน สามารถสรุปข้อเท็จจริง แยกตามประเด็นย่อย ดังต่อไปนี้

2.2.1.1 โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงานบุคลากร และ แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทยกำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์ นับตั้งแต่การประมูลใบอนุญาตในปี พ.ศ. 2556 จนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมนี้ผ่านการปรับ โครงสร้างครั้งใหญ่หลายระลอก ทั้งจากปัจจัยภายใน ได้แก่ การแข่งขันด้านเนื้อหาและรายได้โฆษณา ระหว่าง ผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์และ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

การเติบโตของแพลตฟอร์ม Over-The-Top (OTT) เช่น Netflix, YouTube และ TikTok รวมถึงแพลตฟอร์มสตรีมมิงในประเทศ เช่น LINE TV และ AIS Play ได้เปลี่ยนพฤติกรรมการรับชมสื่ออย่างมี นัยสำคัญ จากรายงานของ We Are Social (2566) พบว่าคนไทยใช้เวลาดูวิดีโอออนไลน์เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน เทียบกับการรับชมทีวีที่ลดลงเหลือเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 58 นาทีต่อวัน นับเป็นครั้งแรก ที่สื่อออนไลน์แซงหน้าโทรทัศน์ในแง่เวลาชม ทั้งนี้ สัญญาใบอนุญาตทีวีดิจิทัลที่จะสิ้นสุดในปี พ.ศ. 2572 ยิ่ง ทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดระยะยาว (สำนักงาน กสทช., 2566) ซึ่งปัจจัย ที่กดดันอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลไทยในระยะหลังอย่างมีนัยสำคัญคือการขยายตัวของแพลตฟอร์ม OTT ระหว่าง ประเทศ โดยเฉพาะ Netflix ซึ่งมีสมาชิกในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึง YouTube ที่ครองเวลา รับชมของคนไทยมากกว่าช่องทีวีดิจิทัลรายใดๆ และ TikTok ที่กลายเป็นแพลตฟอร์มหลักสำหรับเนื้อหาวิดีโอ สั้นในกลุ่มผู้ชมอายุต่ำกว่า 35 ปี (We Are Social, 2568) ผู้เล่นเหล่านี้ไม่ต้องแบกรับต้นทุนใบอนุญาต ค่าโครงข่าย และข้อกำหนดด้านเนื้อหาเช่นเดียวกับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ทำให้มีความยืดหยุ่นในการแข่งขัน สูงกว่า

ผลกระทบต่องานที่ชัดเจนที่สุดคือ ในช่วงปี พ.ศ. 2566–2568 คือการเปลี่ยนผ่านจาก การจ้างงานประจำไปสู่รูปแบบที่ยืดหยุ่นมากขึ้น โดยผู้ประกอบการหลายรายลดสัดส่วนพนักงานประจำลง และเพิ่มสัดส่วนการจ้างงานแบบโครงการ (Project-Based Hiring) และการใช้ฟรีแลนซ์ ซึ่งในด้านหนึ่งช่วย ลดต้นทุนคงที่ แต่ในอีกด้านหนึ่งทำให้ความมั่นคงในการทำงานและสวัสดิการของบุคลากรลดลง อย่างมีนัยสำคัญ จากการสำรวจของสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (2567) พบว่า นักข่าวและผู้ผลิตเนื้อหา ในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์กว่า 40% ทำงานในรูปแบบฟรีแลนซ์หรือสัญญาระยะสั้นในปี พ.ศ. 2567 เพิ่มขึ้น จากประมาณ 15% ในปี พ.ศ. 2560 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาดแรงงานใน อุตสาหกรรมนี้อย่างชัดเจน

ปัญหาสำคัญที่บุคลากรในอุตสาหกรรมเผชิญคือช่องว่างระหว่างทักษะที่มีอยู่ กับทักษะ ที่ตลาดต้องการ บุคลากรที่ถูกฝึกมาในระบบการผลิตโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมักขาดทักษะด้านการผลิตเนื้อหา

ดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม (Audience Analytics) และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นทักษะที่ผู้ประกอบการในปัจจุบันต้องการมากที่สุด

จากรายงานของ World Economic Forum (2025) พบว่า ในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลก ตำแหน่งงานที่ต้องการทักษะด้าน AI Data Analytics และ Digital Content Production เติบโตขึ้น 35% ระหว่างปี พ.ศ. 2565–2567 ขณะที่ตำแหน่งงานด้านการผลิตโทรทัศน์แบบดั้งเดิมลดลง 18% ในช่วงเวลาเดียวกัน แนวโน้มนี้สอดคล้องกับสถานการณ์ในประเทศไทยที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเริ่มปรับโครงสร้างองค์กรและความต้องการบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ

ตำแหน่งงานที่มีแนวโน้มลดลงหรือหายไป ได้แก่ พนักงานห้องส่งโทรทัศน์ ช่างเทคนิคอุปกรณ์แพร่ภาพสัญญาณแบบดั้งเดิม ผู้ควบคุมการออกอากาศแบบ Linear Broadcasting และตำแหน่งฝ่ายธุรการในองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติทดแทนได้ ส่วนตำแหน่งงานที่มีแนวโน้มเติบโต ได้แก่ นักผลิตเนื้อหาดิจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม (Multi-Platform Content Creator) นักวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม (Audience Data Analyst) ผู้เชี่ยวชาญด้าน SEO และ Social Media Strategy ผู้ผลิตพอดแคสต์และเนื้อหาเสียง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเนื้อหาด้วย AI (AI-Assisted Content Production) (Deloitte, 2025)

เทคโนโลยี Generative AI เริ่มมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 เป็นต้นมา โดยถูกนำมาใช้ในหลายกระบวนการ เช่น การเขียนสคริปต์เบื้องต้น การตัดต่อวิดีโออัตโนมัติ การผลิตกราฟิกและภาพประกอบ การสร้างคำบรรยายอัตโนมัติ และการวิเคราะห์ผลการตอบรับของรายการ ผู้ประกอบการหลายรายรายงานว่า การนำ AI มาใช้ช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อชั่วโมงลงได้ 20–40% แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้ความต้องการบุคลากรในบางตำแหน่งลดลงด้วย (PwC, 2025)

อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มองว่า AI จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าการทดแทนบุคลากรโดยสมบูรณ์ โดยเฉพาะในงานที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจเชิงบรรณาธิการ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม ซึ่งยังคงต้องการทักษะของมนุษย์อยู่ (Reuters Institute, 2025)

ดังนั้น อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลไทยกำลังเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญที่สุดในช่วงปี พ.ศ. 2568–2572 โดยมีแรงกดดันจากทั้งการหมดอายุใบอนุญาต การแข่งขันจากสื่อออนไลน์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ผลกระทบต่อแรงงานในอุตสาหกรรมมีทั้งมิติของการสูญเสียตำแหน่งงานดั้งเดิมและการเกิดขึ้นของตำแหน่งงานใหม่ที่ต้องการทักษะดิจิทัล

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงนี้คือการวางแผนเชิงรุกทั้งในระดับนโยบายระดับองค์กร และระดับบุคคล เพื่อให้มั่นใจว่าการเปลี่ยนผ่านจากอุตสาหกรรมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมสู่ระบบนิเวศสื่อดิจิทัลจะเกิดขึ้นอย่างราบรื่นและส่งผลกระทบต่อแรงงานน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้

2.2.1.2 เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

เม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์ของไทยลดลงอย่างมีนัยสำคัญและต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก Nielsen Thailand (2568) แสดงให้เห็นว่า งบโฆษณาโทรทัศน์ลดลงจาก 68,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เหลือประมาณ 38,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2567 คิดเป็นการลดลงประมาณ 44% ในช่วง 9 ปี ในทางกลับกัน งบโฆษณาดิจิทัลเติบโตจาก 5,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็นกว่า 32,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2567 และมีแนวโน้มแข่งขันโฆษณาโทรทัศน์อย่างถาวรภายในปี พ.ศ. 2568–2569

นอกจากนี้ โครงสร้างรายได้ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลยังเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยรายได้จากโฆษณาแบบดั้งเดิม (Traditional Advertising) ลดสัดส่วนลง ขณะที่รายได้จากช่องทางใหม่เพิ่มขึ้น ได้แก่ Content Licensing การผลิตเนื้อหาให้แพลตฟอร์ม OTT การจัดอีเวนต์ และ Branded Content ซึ่งบางรายสามารถสร้างรายได้จากช่องทางใหม่เหล่านี้ได้ถึง 20-30% ของรายได้รวม (DAAT, 2568)

ตลาดโฆษณาโทรทัศน์ไทยเคยเป็นแหล่งรายได้หลักที่ใหญ่ที่สุดของอุตสาหกรรมสื่อมาโดยตลอด แต่นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์ลดลงอย่างต่อเนื่องและไม่มีสัญญาณฟื้นตัว โดยสามารถเห็นพัฒนาการได้ดังนี้

ตารางที่ 2.5 แสดงภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์โดย Nielsen Thailand

ปี (พ.ศ.)	เม็ดเงินโฆษณาทีวี (ล้านบาท)	เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัล (ล้านบาท)	สัดส่วนทีวี (%)
2558	68,000	5,000	93%
2560	62,000	11,000	85%
2562	55,000	18,000	75%
2564	46,000	25,000	65%
2566	42,000	32,000	57%
2567	38,000	38,500	50%

ตัวเลขในตารางข้างต้นสะท้อนให้เห็นจุดเปลี่ยนสำคัญในปี พ.ศ. 2567 ที่เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแซงหน้าโฆษณาโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของอุตสาหกรรมสื่อไทย ซึ่งนักวิเคราะห์ประเมินว่าเป็น จุดที่ไม่มีทางหวนกลับ (Point of No Return) สำหรับโครงสร้างตลาดโฆษณา (PwC, 2025) นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรตติ้งข้ามแพลตฟอร์มจาก Nielsen เผยให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระยะเวลาเพียง 1 ปี (ต.ค. 2566 - ต.ค. 2567) โดยสัดส่วนการรับชมผ่านสตรีมมิ่งพุ่งขึ้นเป็น 54% แซงหน้าโทรทัศน์ ดิจิทัลที่ลดลงเหลือ 46% อย่างฉับพลัน

อย่างไรก็ตาม ในปีนี้ พบว่า มีการคาดการณ์ว่า งบโฆษณาดิจิทัลมีแนวโน้มติดลบ 0.3% ในปี 2026 ซึ่งถือเป็นสัญญาณเตือนภัยสำคัญ นอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสงครามแล้ว ปัจจัยหลักเกิดจาก AI Disruption ที่ทำให้นักการตลาดเปลี่ยนกลยุทธ์จากการทุ่มงบซื้อพื้นที่โฆษณา (Paid Media) ไปสู่การลงทุนใน Owned Media และการใช้เครื่องมือ AI เพื่อผลิตคอนเทนต์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น แปรนด์เริ่มให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของเนื้อหา (Content Efficiency) มากกว่าปริมาณการมองเห็นแบบเดิม ดังตารางด้านล่าง

ตารางที่ 2.6 แสดงการเปรียบเทียบมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาและอัตราการเติบโต (2568-2569)

ประเภทสื่อ	มูลค่าปี 2568 (ล้านบาท)	คาดการณ์ปี 2569 (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (YoY)
สื่อดิจิทัล (Digital)	32,247	32,145	-0.3%
สื่อทีวีดิจิทัล (TV)	31,000	29,000	-6.4%

รายงานจาก Reuters Institute (Digital News Report, 2025) ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมดูข่าว (43%) มากกว่าการ อ่านข่าว (32%) โดยมีวิดีโอสั้นเป็นฟอร์แมตหลัก โดยช่องทางในการรับชม 3 อันดับแรกคือ

- Meta (Facebook & Instagram) พบว่า มูลค่าโฆษณาปี 2565 อยู่ที่ 8,493 ล้านบาท และคาดว่าจะลดลงเหลือ 8,289 ล้านบาทในปี 2569

- TikTok: แพลตฟอร์มที่มี ส่วนแบ่งตลาด 21% โดยมูลค่าปี 2565 อยู่ที่ 6,697 ล้านบาท ซึ่ง TikTok ได้เปลี่ยนตัวเองจากแอปพลิเคชันเพื่อความบันเทิงมาเป็นแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาและเป็นแหล่งข่าวหลักของคนรุ่นใหม่

- YouTube คาดการณ์มูลค่าปี 2569 ที่ 3,291 ล้านบาท ยังคงเป็นช่องทางหลักของเนื้อหาขนาดยาว

นอกจากนี้พบ ปรากฏการณ์ ความเชื่อมั่นในตัวบุคคลสูงกว่าสำนักข่าว โดยผลสำรวจ พบว่าคนไทยรู้จักคุณ "กรรชัย กำเนิดพลอย" จากรายการโหนกระแส ถึง 60% สะท้อนว่า Infotainment ได้เข้าครอบงำสื่อกระแสหลัก เครือข่ายสายข่าวได้กลายเป็นผู้กำหนดทิศทางเม็ดเงินโฆษณาแทนบรรณาธิการข่าวแบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ ที่ปรึกษาประมวลผลข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค พบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่ออย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเคลื่อนย้ายของเม็ดเงินโฆษณา ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อจำกัดในมิติต่าง ๆ ได้ดังนี้

ทิศทางการเคลื่อนย้ายเม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ไปยังสื่อออนไลน์

การสูญเสียพื้นที่โฆษณาระดับท้องถิ่นในต่างจังหวัด พบว่า เม็ดเงินโฆษณาระดับท้องถิ่นได้ย้ายเข้าสู่สื่อออนไลน์เกือบทั้งหมด โดยผู้ประกอบการรายย่อย ผลิตภัณฑ์ชุมชน และธุรกิจขนาดเล็กหันไปเลือกใช้ช่องทางอย่างสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook, TikTok หรืออินฟลูเอนเซอร์/คอนเทนต์ครีเอเตอร์ในพื้นที่แทน ขณะที่สื่อดั้งเดิมในท้องถิ่น เช่น เคเบิลทีวีและวิทยุชุมชน ประสบปัญหารายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการซื้อสื่อขององค์กรใหญ่ พบว่า แหล่งรายได้โฆษณาของสื่อทีวีในปัจจุบันส่วนใหญ่มาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรเอกชนรายใหญ่ โดยเปลี่ยนลักษณะจากการโฆษณาสินค้าโดยตรง ไปเป็นการซื้อพื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหาการทำงานเพื่อสังคม (CSR) หรือการซื้อตรงกับส่วนกลางและสถานีหลัก

ตารางที่ 2.7 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน

มิติการเปรียบเทียบ	สื่อโทรทัศน์ดั้งเดิม (Linear TV)	สื่อออนไลน์ และแพลตฟอร์ม OTT
จุดแข็งด้านการโฆษณา	• ความน่าเชื่อถือสูงมาก (Highest Credibility): ผู้บริโภคมองว่าโฆษณาทางทีวีผ่านกระบวนการคัดกรอง กองบรรณาธิการ และมีกลไกกำกับดูแลจากภาครัฐ	• เจาะกลุ่มเป้าหมายแม่นยำ (Targeting): สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงลึกได้ชัดเจน • วัดผลเรียลไทม์(Measurability): ประเมินผลตอบรับได้ทันที • ยืดหยุ่นสูงและต้นทุนต่ำ: เหมาะกับธุรกิจทุกขนาด

มิติการเปรียบเทียบ	สื่อโทรทัศน์ดั้งเดิม (Linear TV)	สื่อออนไลน์ และแพลตฟอร์ม OTT
	มีฐานผู้ชมกลุ่มผู้สูงอายุและประชาชนในต่างจังหวัดอย่างหนาแน่น	
ข้อจำกัดเชิงแข่งขัน	- เสียเปรียบด้านการวัดผลที่เฉพาะเจาะจง - รูปแบบการรับสารเป็นแบบ Passive เสี่ยงต่อการโดนเปลี่ยนช่อง - ปัญหาเชิงโครงสร้างที่ทำให้รายการพึ่งพาดราม่าและโฆษณาเกินจริงเพื่อดึงเรตติ้ง ซึ่งลดทอนคุณค่าของสื่อ	- ปัญหาข่าวปลอม (Fake News), พาดหัวลวง (Clickbait) และคอนเทนต์ขาดการตรวจสอบ - ความน่าเชื่อถือของตัวสินค้าต่ำกว่าโฆษณาบนโทรทัศน์
กลุ่มสินค้าที่ยังสร้างยอดขายได้ดี	สินค้าขายตรง (Direct TV), อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลัก (ผู้สูงอายุ) มีความเข้าใจและเชื่อถือสูง	สินค้าแฟชั่น, สินค้าตามกระแส และสินค้าท้องถิ่นที่เน้นความสะดวกในการจัดส่งซื้อทันที

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อ

จากผลการสนทนากลุ่มในทุกภูมิภาคพบประเด็นที่น่าสนใจว่า แม้ว่าผู้บริโภคจะใช้เวลาไปกับสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นและนิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพราะความสะดวก แต่ความเชื่อถ้อยยังคงมีแนวโน้มไปที่สื่อโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ปริมาณโฆษณาบนโทรทัศน์ที่มากเกินไปและการค้นรายการบ่อย ส่งผลให้ผู้ชมเกิดความรำคาญและเปลี่ยนไปรับสื่อออนไลน์ที่กระชับและสั้นกว่า

2.2.1.3 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย (transmitter, repeater, fiber backhaul)

การพัฒนาเทคโนโลยี 5G Broadcasting (หรือ 5G Broadcast) ในช่วงปี 2568 ถึงปัจจุบันถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และโทรคมนาคม เทคโนโลยีนี้ช่วยให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนสามารถรับชมคอนเทนต์สด วิดีโอความละเอียดสูง หรือรับการแจ้งเตือนภัยพิบัติได้โดยตรงผ่านสัญญาณวิทยุกระจายเสียง โดยไม่ต้องใส่ซิมการ์ด ไม่ต้องต่ออินเทอร์เน็ต และไม่เสียค่าดาวน์ (ผ่านมาตรฐาน 3GPP FeMBB - Further Enhanced Multimedia Broadcast Multicast Service)

ความเคลื่อนไหว สถานการณ์ความเป็นไปได้ และแนวโน้มการลงทุนในระบบโครงข่าย (Transmitter, Repeater, Fiber Backhaul) มีรายละเอียดดังนี้

1. สถานการณ์และความเป็นไปได้ในภาพรวม ในระดับสากลและในประเทศไทย ปี 2568 ถือเป็นช่วงเปลี่ยนจากขั้นทดสอบ (Trial) ไปสู่ การเริ่มใช้งานจริงเชิงพาณิชย์ (Commercial Deployment) ในหลายพื้นที่ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

- ประเด็นที่ 1 การจัดสรรคลื่นความถี่ คลื่นความถี่หลักที่ใช้สำหรับ 5G Broadcast คือ คลื่นความถี่ย่าน UHF (470–694 MHz) ซึ่งเดิมที่เป็นย่านของทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน (DTT) การเปลี่ยนผ่านนี้ ช่วยแก้ปัญหาคลื่นความถี่แออัดและเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงของผู้ชม

- ประเด็นที่ 2 การขับเคลื่อนในไทย สำนักงาน กสทช. ร่วมมือกับผู้ให้บริการโครงข่าย ทีวีดิจิทัล (MUX) และผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลก ดำเนินโครงการทดลองทดสอบระบบ 5G Broadcast อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการหมดอายุสัมปทานทีวีดิจิทัลในอนาคต และปรับตัวเข้าสู่ยุคการหลอมรวมสื่อ (Convergence)

- ประเด็นที่ 3 นิเวศวิทยาของอุปกรณ์ (Ecosystem) บริษัทด้านชิปเซ็ตขนาดใหญ่ ได้แก่ QUALCOMM Incorporated ได้ฝั่งเทคโนโลยีรองรับ 5G Broadcast เข้าไปในชิปประมวลผลสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องซื้ออุปกรณ์เสริม มีผลต่อการใช้งานของประชาชน

2. การลงทุนในระบบโครงข่าย (Network Infrastructure Investment) การปรับปรุงโครงข่ายกระจายสัญญาณทีวีดิจิทัลเดิมให้รองรับ 5G Broadcast มีการลงทุนและการเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคใน 3 ส่วนหลัก ดังนี้

2.1 Transmitter (เครื่องส่งสัญญาณ) มีการอัปเดตซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ สถานีส่งสัญญาณโทรทัศน์เดิมไม่จำเป็นต้องรื้อถอนทั้งหมด แต่เป็นการลงทุนเปลี่ยนเครื่องส่งสัญญาณตัวใหม่หรืออัปเดต Exciter/Modulator ให้รองรับรูปแบบสัญญาณ 5G NR-Based Mixed Mode อีกทั้งมีโมเดลการลงทุนแบบ High-Power High-Tower (HPHT) ผู้ให้บริการโครงข่ายเลือกลงทุนบนเสาส่งเดิมที่มีกำลังส่งสูงและโครงสร้างสูงอยู่แล้ว ทำให้สามารถกระจายสัญญาณครอบคลุมพื้นที่เป็นวงกว้าง (รัศมีหลายสิบกิโลเมตร) ได้อย่างคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการตั้งเสาสัญญาณโทรทัศน์พหุสื่อใหม่

2.2 Repeater / Gap Filler (เครื่องทวนสัญญาณ) การแก้ปัญหาสัญญาณอับ (Urban Canyons) เนื่องจากพฤติกรรมผู้ใช้เปลี่ยนมารับชมบนสมาร์ตโฟนขณะเคลื่อนที่หรืออยู่ภายในอาคาร (Indoor) การลงทุนในระบบ Repeater หรือ Small Cells จึงจำเป็นมากในเขตเมืองใหญ่ที่มีตึกสูงหนาแน่นเพื่ออุดรอยต่อของสัญญาณ (Gap Filling) รวมถึงเทคโนโลยี Smart Repeaters ที่มีการนำระบบสะท้อนและขยายสัญญาณอัจฉริยะมาใช้ร่วมกับโครงข่ายแบบ SFN (Single Frequency Network) เพื่อให้ความถี่เดียวกันส่งสัญญาณได้ต่อเนื่องโดยไม่เกิดสัญญาณรบกวนกันเอง

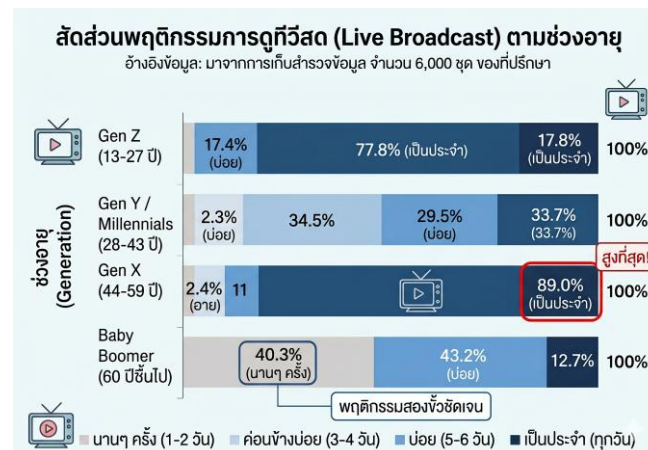
2.3 Fiber Backhaul (โครงข่ายเส้นใยนำแสงเชื่อมโยง) ความต้องการแบนด์วิดท์ที่เสถียร เนื้อหาที่ส่งผ่าน 5G Broadcast ไม่ได้มีแค่ทีวีช่องปกติ แต่รวมถึงวิดีโอ 4K/8K, บริการ Data Streaming และระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติแบบเรียลไทม์ โครงข่ายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างศูนย์ควบคุมการออกอากาศ (Master Control) ไปยังสถานีส่งสัญญาณ (Transmitter Sites) ทั่วประเทศ จึงต้องพึ่งพา Fiber Optic ความเร็วสูงและการแชร์โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Sharing) เพื่อลดต้นทุนการลงทุนมหาศาล จึงเกิดความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโครงข่ายทีวี (Broadcasters) และผู้ให้บริการโทรคมนาคม (Telcos) ในการเข้าใช้สาย Fiber Backhaul ร่วมกัน

2.2.1.4 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจำนวน 6,000 ชุด ของที่ปรึกษา สามารถเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคการเปิดรับและตอบสนองต่อสื่อตามช่วงเจนเนอเรชั่น ได้ดังนี้

1) พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์กระแสหลักและการรับชมย้อนหลัง

1.1) การรับชมโทรทัศน์เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast)



ภาพที่ 2.5 สัดส่วนพฤติกรรมการดูสดความช่วงอายุ

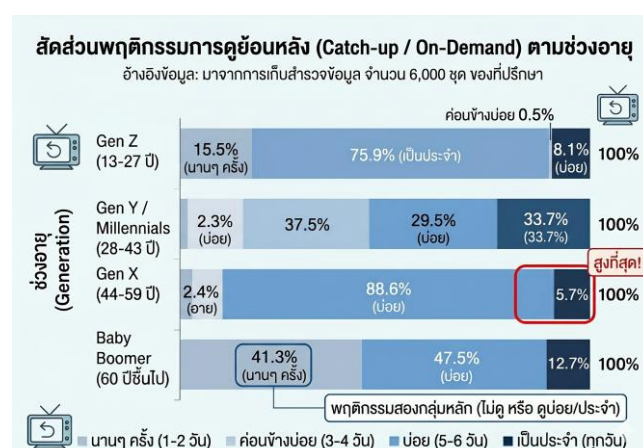
■ Generation X (อายุ 44-59 ปี): เป็นกลุ่มประชากรที่ยังยึดโยงอยู่กับการชมโทรทัศน์ถ่ายทอดสดสูงที่สุด (89.0% รับชมเป็นประจำทุกวัน) สะท้อนให้เห็นว่าหน้าจอดั้งเดิมยังเป็นศูนย์กลางความบันเทิงของคนวัยนี้

■ Generation Z (อายุ 13-27 ปี): แม้จะเป็นกลุ่มดิจิทัลโดยกำเนิด แต่กลับมีสัดส่วนการเปิดรับโทรทัศน์ถ่ายทอดสดสูงถึง 77.8% เป็นอันดับสอง ซึ่งมักสัมพันธ์กับการรับชมคอนเทนต์สดที่ต้องเกาะกระแส เช่น การถ่ายทอดสดกีฬา หรือรายการข่าวเรียลไทม์

■ Baby Boomer (อายุ 60 ปีขึ้นไป): มีลักษณะการเปิดรับที่แตกต่าง แบ่งเป็นกลุ่มที่รับชมสดบ่อย 5-6 วัน/สัปดาห์ (43.2%) และกลุ่มที่ไม่เปิดชมถ่านทอดสดเลยคือเพียง 1-2 วัน/สัปดาห์ (40.3%) ซึ่งส่วนหลังนี้ย้ายระบบไปสู่แพลตฟอร์มอื่นเรียบร้อยแล้ว

■ Generation Y (อายุ 28-43 ปี): มีพฤติกรรมกระจายตัวเฉลี่ยในทุกระดับความถี่ แสดงถึงความยืดหยุ่นและการเปิดรับทางเลือกสื่อที่หลากหลายที่สุด

1.2) การรับชมโทรทัศน์เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand)

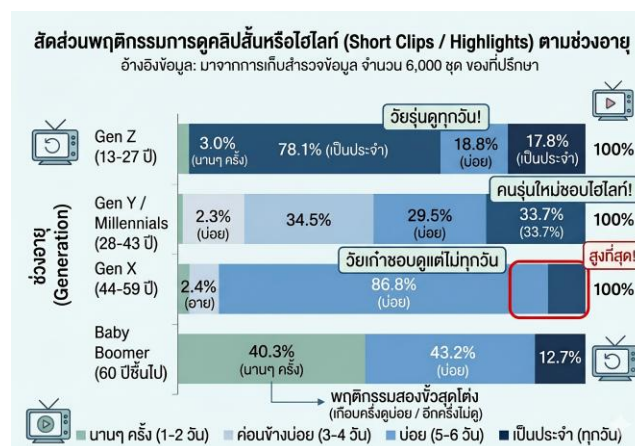


ภาพที่ 2.6 สัดส่วนพฤติกรรมการดูย้อนหลังตามช่วงอายุ

- Generation Z: รับชมย้อนหลังเป็นประจำทุกวันสูงถึง 75.9% สะท้อนวิถีชีวิตแบบยืดหยุ่นที่ต้องการ ควบคุมเวลาและคอนเทนต์ ด้วยตนเอง (Time-shifting)
- Generation X และ Generation Y: มีแนวโน้มชอบดูย้อนหลังเช่นกัน แต่อยู่ในระดับความถี่ บ่อย คือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ (Gen X = 88.6%, Gen Y = 56.4%) เป็นการเลือกชมตามช่วงเวลาว่างหลังภารกิจการทำงาน

2) ความถี่การรับชมคลิปสั้นและแพลตฟอร์มสตรีมมิง

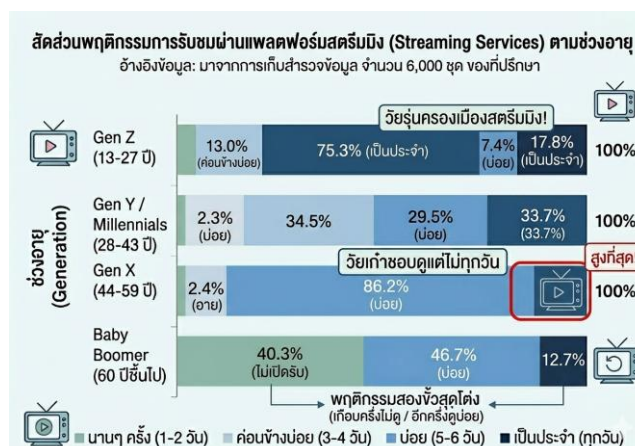
2.1) การรับชมคลิปสั้น/ไฮไลท์ประจำวัน (Short Clips / Highlights)



ภาพที่ 2.7 สัดส่วนพฤติกรรมการดูคลิปสั้นหรือไฮไลท์ตามช่วงอายุ

- Generation Z: เป็นผู้นำการเสพคอนเทนต์สั้นอย่างเด่นชัด มีพฤติกรรมดูคลิปไฮไลท์สั้น ๆ ทุกวันสูงถึง 78.1% เนื่องจากสอดคล้องกับช่วงความสนใจ (Attention Span) ที่สั้นลง
- Generation X: แม้จะชอบดูโทรทัศน์ถ่ายทอดสด แต่พฤติกรรมการเสพคลิปสั้นย้อนหลังก็สูงเช่นกัน โดยจะจุกตัวอยู่ที่ความถี่บ่อย 5-6 วันต่อสัปดาห์ (84.4%)
- Baby Boomer: พฤติกรรมจะจุกตัวอย่างชัดเจนในระดับปานกลางคือ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ (83.8%)

2.2) การเปิดรับแพลตฟอร์มสตรีมมิง/OTT

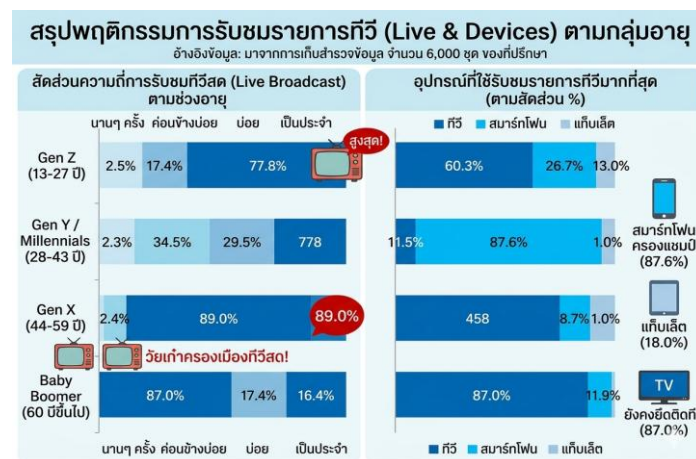


ภาพที่ 2.8 สัดส่วนพฤติกรรมการรับชมผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิงตามช่วงอายุ

- Generation Z: ใช้งานแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งอย่างหนักหน่วงที่สุด (75.3% ทุกวัน)
- Generation X: ปรับตัวเข้าสู่ระบบสตรีมมิ่งในเกณฑ์สูงมาก (86.2% รับชมบ่อย 5-6 วันต่อสัปดาห์) แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสพภาพยนตร์หรือซีรีส์แบบมาราธอนในวันหยุด
- Baby Boomer: พฤติกรรมแบ่งออกเป็นสองฝั่งอย่างเด่นชัด คือกลุ่มที่ดูบ่อย 5-6 วัน (46.7%) ยอมรับเทคโนโลยี และกลุ่มที่ไม่เปิดรับแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเลย (40.3%)

3) อุปกรณ์หลักในการรับชมและการจัดการเวลา

3.1) อุปกรณ์หลักที่ใช้ (Screen Preferences)

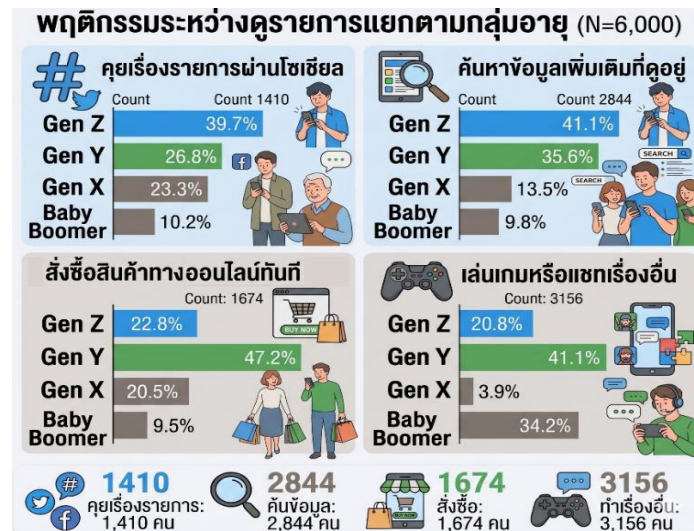


ภาพที่ 2.9 สรุปพฤติกรรมรับชมรายการทีวีตามกลุ่มอายุ

- หน้าจอโทรทัศน์ดั้งเดิม/Smart TV: ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่ม Gen X (90.3%), Baby Boomer (87.0%) และยังคงรักษาสัดส่วนในกลุ่ม Gen Z ได้ถึง 60.3% ผ่านจอ Smart TV ในที่พักอาศัย
- หน้าจอสมาร์ทโฟน (Mobile-First): เป็นหน้าจอหลักอันดับหนึ่งของ Generation Y สูงสุดถึง 87.6% เน้นความคล่องตัวและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ตอบสนองแบบส่วนตัว

3.2) พฤติกรรมการดูทีวีควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่น (Multi-Screen/Second Screen)

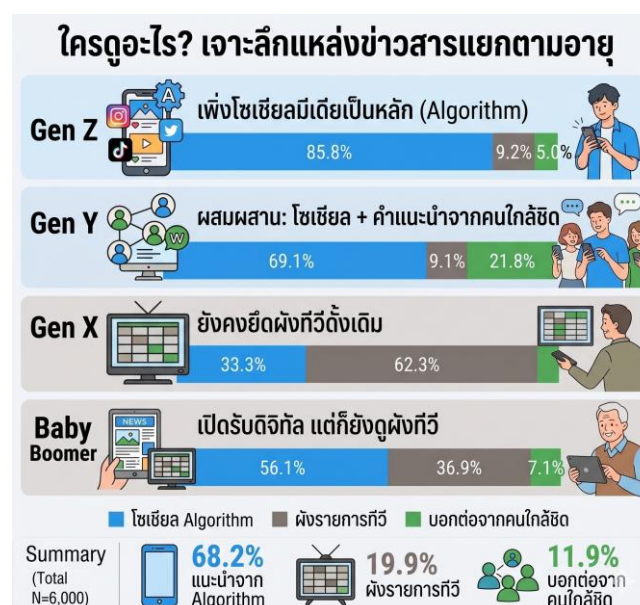
Screen)



ภาพที่ 2.10 พฤติกรรมการดูทีวีควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่น

- กลุ่ม ตั้งใจดูควบคู่กับหาข้อมูลรายการไปด้วย (รวม 2,844 คน): กลุ่ม Gen Z ครองสัดส่วนสูงสุด (39.7%) มักเปิดทีวีจอใหญ่ทิ้งไว้ แล้วใช้สมาร์ทโฟนเช็คแฮชแท็กบนโซเชียลมีเดียหรือร่วมพูดคุยออนไลน์ไปพร้อมกัน
- กลุ่ม เปิดทีวีทิ้งไว้เป็นเสียงแบ็กกราวด์แต่สมาธิอยู่ที่อื่น (รวม 3,156 คน): เป็นพฤติกรรมที่มีกลุ่มตัวอย่างทำรวมกันมากที่สุด โดยมี Gen Y (41.1%) และ Baby Boomer (34.2%) ครองสัดส่วนสูงสุด สะท้อนว่าโทรทัศน์กลายเป็นสื่อสร้าง ความอบอุ่น/แก้เหงาภายในบ้าน ขณะที่สมาธิจริงจังก่ถูกดึงไปที่หน้าจอมือถือเพื่อเล่นเกมหรือแชทไลน์แทน

4) ตัวขับเคลื่อนการรับรู้และเข้าถึงคอนเทนต์ (Information Gatekeepers)



ภาพที่ 2.11 ตัวขับเคลื่อนการรับรู้และเข้าถึงคอนเทนต์แยกตามอายุ

■ Generation Z (13-27 ปี) โลกของ Algorithm: สูงถึง 85.8% เลือกชมคอนเทนต์ตามระบบแนะนำของ AI และกระแสนโซเซียลมีเดีย มีเพียง 9.2% ที่เปิดดูตามผังรายการทีวีดั้งเดิม

■ Generation Y (28-43 ปี) ผสมผสานดิจิทัลและการบอกต่อ: ฟังหา Algorithm เป็นหลัก (69.1%) แต่เป็นเจนเนอร์ชันที่มีสัดส่วนของ Word of Mouth หรือการบอกต่อแนะนำจากคนใกล้ชิดสูงสุด (21.8%)

■ Generation X (44-59 ปี) ผสมผสานสองโลก: ใช้การเลื่อนเปิดหน้าจอทีวีเพื่อดูผังรายการไปเรื่อย ๆ สูงสุดถึง 62.3% แต่ก็กลับมาฟังหา Algorithm ออนไลน์ในการขึ้นนำด้วย (27.5%)

■ Baby Boomer (อายุ 60 ปีขึ้นไป) จุดเปลี่ยนสู่อัลกอริทึมผู้สูงวัย: แม้จะยังดูผังรายการ (36.9%) แต่ผู้สูงอายุยุคปัจจุบันรับอิทธิพลจาก Algorithm และการแชร์ต่อบนกลุ่มโซเซียลมีเดีย/LINE สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถึง 56.1%

ทั้งนี้ เมื่อนำข้อมูลเชิงปริมาณมาขยายผลผ่านการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปพฤติกรรมและการเติบโตของ OTT ดังนี้ :

1) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในฐานะ ผู้เลือกเสพอย่างอิสระ (Active Consumer)

ผู้บริโภคในทุกภูมิภาคขยายบทบาทจากเดิมที่เป็นฝ่ายรับสารทางเดียว (Passive Audience) ไปสู่การเป็น ผู้เลือกและสร้างคอนเทนต์ด้วยตนเอง (Active Content Creator) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเครื่องเดียวช่วยให้ประชาชนในต่างจังหวัดกลายเป็นนักข่าวท้องถิ่น สามารถไลฟ์สดเหตุการณ์หรือทำรายการส่วนตัวได้ ส่งผลให้ความจำเป็นในการพึ่งพาช่องทีวีดั้งเดิมลดลง คอนเทนต์ประเภทข่าวสารเร่งด่วน (Breaking News) ถูกโอนย้ายไปอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook Live และ TikTok เนื่องจากความรวดเร็วที่เหนือกว่าอย่างเห็นได้ชัด

2) การยอมรับ OTT และ Streaming ในฐานะ โครงสร้างหลัก (OTT Integration)

ผลจากการสนทนากลุ่ม สะท้อนว่า แพลตฟอร์ม OTT และ Streaming ไม่ใช่สื่อทางเลือก อีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินชีวิตประจำวัน หากสัญญาณระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินขัดข้อง ผู้บริโภคพร้อมที่จะสลับไปรับชมผ่านออนไลน์หรือแอปพลิเคชันทันทีโดยไม่มี การรอคอย นอกจากนี้ พฤติกรรมการดูทีวีสดจะคงอยู่เฉพาะรายการที่เน้น การยืนยันข้อเท็จจริง หรือความบันเทิงมวลชนขนาดใหญ่ เช่น ข่าวค่ำ การถ่ายทอดสดกีฬา หรือรายการประกาศผลรางวัล

3) ผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันและเม็ดเงินโฆษณา

3.1) การสูญเสียเงินโฆษณาระดับท้องถิ่น แพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาชิงส่วนแบ่งการตลาดโฆษณาของธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) และสินค้าชุมชนไปจากสื่อท้องถิ่น (เคเบิลทีวีและวิทยุชุมชน) จนหมดสิ้น เนื่องจากออนไลน์สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายเชิงพื้นที่และวัดผลยอดขายได้ทันที

3.2) ทีวีกระแสหลักกับบทบาท ทรูปรับความน่าเชื่อถือ แม้เม็ดเงินขายตรงจะไหลไปสู่ออนไลน์ แต่โฆษณาทางทีวียังคงได้รับความไว้วางใจสูงสุดจากผู้บริโภค (โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ) เนื่องจากมองว่าผ่านการคัดกรองจากภาครัฐและกองบรรณาธิการ สถานีโทรทัศน์จึงปรับตัวจากการขายสินค้าตรง ไปเป็นการขายพื้นที่โฆษณาภาพลักษณ์องค์กร (Corporate CSR) หรือดีลตรงจากส่วนกลาง

แนวโน้มหลังปี 2572

เมื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สิ้นสุดกรอบเวลาสัมปทานเดิมและเทคโนโลยีเปลี่ยนผ่านเต็มรูปแบบ หลังปี 2572 จากผลการสำรวจซึ่งปริมาณและคุณภาพในประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภค พบประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประการคือ

1. จุดสิ้นสุดของการแบ่งแยกทีวี VS ออนไลน์ การแข่งขันจะไม่ใช้การต่อสู้ระหว่างแพลตฟอร์ม แต่จะหลอมรวมกัน คอนเทนต์จะถูกผลิตภายใต้แนวคิด Single Content, Multi-Platform Distribution ผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิมและเคเบิลท้องถิ่นจำต้องผันตัวเป็นผู้ให้บริการแอปพลิเคชันและอินเทอร์เน็ตทีวี (Internet-based Television) เพื่อดึงดูดผู้ชมกลุ่ม Gen Z และ Gen Y ที่เคลื่อนย้ายหน้าจอไปตามบริบทรอบตัว

2. การจัดสรรบทบาทหน้าที่เด่นชัด Linear TV (โทรทัศน์กระแสหลัก) ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สร้างความน่าเชื่อถือระดับชาติ (National Trust) เน้นการเตือนภัยสาธารณะ การถ่ายทอดสดเหตุการณ์สำคัญ วาระแห่งชาติ และคอนเทนต์ที่เน้นความบันเทิงร่วมของครอบครัว OTT & Streaming ทำหน้าที่ตอบสนองความบันเทิงเฉพาะบุคคลเชิงลึก (Hyper-personalization) และตอบโจทย์ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่ต้องการความคมชัดสูงและไม่มีการค้นโฆษณาที่รบกวนรอรหัส

3. ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและสวัสดิการพื้นฐาน ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแสดงความกังวลว่า แม้แนวโน้มจะไปสู่ออนไลน์ แต่กลุ่มผู้พิการ ผู้สูงอายุในชนบท และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ยังคงพึ่งพาทีวีดั้งเดิม เป็นหลัก เนื่องจากข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและความซับซ้อนของอุปกรณ์อัจฉริยะ ภาครัฐจึงจำเป็นต้องคงบทบาททีวีไว้ในฐานะ สวัสดิการขั้นพื้นฐานของรัฐ เพื่อป้องกันการตกหล่นข้อมูลข่าวสารที่สำคัญหลังปี 2572

2.2.2 ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน
สามารถสรุปข้อเท็จจริงแยกตามประเด็นย่อย ดังต่อไปนี้

2.2.2.1 คุณภาพสัญญาณ และปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

1) ด้านของคุณภาพสัญญาณ ตามรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568 ได้ระบุว่า กสทช. มีการลงพื้นที่ติดตามกำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต โดยพบว่าบางสถานีเสริมตั้งอยู่บนภูเขาสูงชัน การเดินทางในการเข้าถึงพื้นที่ ค่อนข้างลำบากโดยเฉพาะช่วงฤดูฝน เช่น สถานีเขาควหา แต่ทั้งนี้ซึ่งทางสถานีมีแผนและจัดทำถังเจ้าหน้าที่ผลัดเปลี่ยนเวร ในการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและบำรุงดูแลรักษาอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ จึงไม่พบว่ามีเหตุขัดข้องที่กระทบต่อการออกอากาศ เช่นเดียวกับสถานีเสริมอื่น ๆ เช่น สถานีในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดเพชรบุรี ที่มีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน จึงไม่พบว่ามีเหตุขัดข้องที่กระทบต่อการออกอากาศ

2) ด้านของประชาชนในการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัล จากรายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่าประชาชนตัวอย่างร้อยละ 83.7 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ โดยประชาชนตัวอย่างที่รับชม ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ในสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมา คือ รับชมทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ร้อยละ 46.7 ขณะที่ร้อยละ 16.3 ระบุว่าไม่รับชมรายการ

โทรทัศน์เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนตัวอย่างในกลุ่มอายุ 58 – 76 ปี ร้อยละ 91.7 ระบุว่า รับชมรายการโทรทัศน์ ในสัดส่วนที่สูงที่สุด โดยประชาชนตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์ในกลุ่มอายุ 18 - 24 ปี และกลุ่มอายุ 25 – 42 ปี ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชันในสัดส่วนที่สูงที่สุด ขณะที่กลุ่มอายุ 43 – 57 ปี และกลุ่มอายุ 58 – 76 ปี ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม ในสัดส่วนที่สูงที่สุด

ทั้งนี้ ประชาชนตัวอย่างร้อยละ 73.6 ระบุว่ารับชมเนื้อหารายการฟรี (Free Content) ผ่านทางออนไลน์โดยประชาชนตัวอย่างที่รับชม ระบุว่ารับชมทุกวัน อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการรับชม คือ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ประเภทรายการที่รับชม คือ รายการข่าว และรับชมผ่านช่องทาง YouTube ในสัดส่วนที่สูงที่สุด ขณะที่ร้อยละ 26.4 ระบุว่าไม่รับชม เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุ พบว่า ประชาชนตัวอย่าง ในกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี ร้อยละ 88.5 ระบุว่ารับชมเนื้อหารายการฟรี (Free Content) ผ่านทางออนไลน์ ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ขณะที่กลุ่มอายุ 58 – 76 ปี ร้อยละ 51.2 ระบุว่ารับชม ในสัดส่วนที่ต่ำกว่ากลุ่มอายุอื่น

นอกจากนี้ ในปี 2568 สำนักงาน กสทช. ได้มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน การเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชน เช่น การกำหนดมาตรการให้อุปกรณ์ Connected TV หรืออุปกรณ์ อื่นในประเทศไทยรองรับการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยสำนักงาน กสทช. ได้ ดำเนินการจัดทำหลักการในการปรับปรุงเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรฐานทางเทคนิคเพื่อกำหนดมาตรการสำหรับ เครื่องรับโทรทัศน์หรืออุปกรณ์ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Connected TV) ให้รองรับการเข้าถึงกิจการ โทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยได้นำหลักการดังกล่าวไปปรับปรุงความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มกับ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม โดยมีผู้แทนจากบริษัทผลิต เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ จำนวน 4 บริษัท เข้าร่วมให้ความคิดเห็น รวมถึง ยังได้ดำเนินการจัดทำหลักการ ในการปรับปรุงเนื้อหาของประกาศ เรื่อง มาตรฐานทางเทคนิคของเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ภายหลังการประชุมรับฟังความคิดเห็นฯ โดยอยู่ระหว่างการพิจารณาของที่ประชุม กสทช. และการจัดทำแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยร่วมกับหา วิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) ต่อ (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ดังกล่าวจากภาคประชาชน คนพิการ ผู้มีความต้องการหลากหลาย ผู้รับใบอนุญาต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้รับความเห็นครอบคลุมและสมบูรณ์ทั้งในมิติเชิงพื้นที่ และมิติทางสังคม สอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชนทุกภาคส่วน

3) ด้านการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะผู้พิการ พบว่า ไทยพีบีเอสในฐานะสื่อสาธารณะที่ ได้นำนวัตกรรมพิเศษบน VIPA แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง มาแนะนำภายในงาน วันคนพิการ ครั้งที่ 56 ประจำปี 2568 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2568 อาทิ Big Sign ภาษามือใหญ่เต็มจอ บริการเสียงบรรยายภาพ หรือ Audio Description (AD), บริการคำบรรยายแทนเสียง หรือ Close Caption (CC) ที่สามารถรับชมได้กับคอนเทนต์ที่หลากหลายทั้งละครซีรีส์ วาไรตี้ รวมถึงบริการใหม่ คือ ภาษามือ ภาษาเพลง ที่ไทยพีบีเอสจัดทำขึ้น เพื่อให้คนพิการทางการได้ยิน ได้เข้าถึงโลกของเสียงเพลงอย่างเข้าใจ นอกจากนี้ ยังมีนวัตกรรม AI Voice อ่านให้ฟัง ด้วยเสียง AI เสมือนมีผู้ประกาศตัวจริงมาอ่านให้ฟัง ช่วยให้ คนตาบอดและทุกคนเข้าถึงข่าวสารได้ง่ายขึ้นผ่านทางเว็บไซต์ของสถานี

ในขณะเดียวกัน กสทช. ก็ได้มีการดำเนินการเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัลของ ประชาชนกลุ่มเปราะบางเช่นเดียวกัน เช่น การปรับปรุงแก้ไขประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครอง สิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

โดยได้จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ต่อประเด็นการแก้ไขประกาศฯ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2568 ณ กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้แทนสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย ผู้แทนสมาคมสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย อาจารย์จากสถาบันการศึกษา และผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ จำนวน 25 ช่องรายการ เข้าร่วมการประชุมฯ

2.2.2.2 สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

1) สัดส่วนผังรายการ ตามรายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 พบว่าสัดส่วนตามการรับรู้ของประชาชนและเป็นประเภทรายการที่ผู้ชมรับชมสูงสุด ประกอบด้วย รายการข่าว รายการวาไรตี้ ละคร/ซีรีส์ ภาพยนตร์ และรายการกีฬา โดยทั้งนี้ สามารถแบ่งอันดับได้ ตามพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ดังนี้

- การรับชมรายการโทรทัศน์ตามผังรายการที่ออกอากาศ มีประเภทรายการที่ผู้ชมรับชม 5 อันดับแรก คือ รายการข่าว ร้อยละ 90.8 ละคร/ซีรีส์ ร้อยละ 71.0 รายการวาไรตี้ ร้อยละ 46.5 ภาพยนตร์ ร้อยละ 30.6 และรายการกีฬา ร้อยละ 25.2 ตามลำดับ

- ในขณะที่การรับชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง มีประเภทรายการที่ผู้ชมรับชม 5 อันดับแรก คือ ละคร/ซีรีส์ ร้อยละ 70.2 รายการข่าว ร้อยละ 63.4 รายการวาไรตี้ ร้อยละ 48.3 ภาพยนตร์ ร้อยละ 34.2 และรายการกีฬา ร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

2) ความหลากหลายของเนื้อหาและการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม ตามรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568 ได้ระบุว่า กสทช. มีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องต่อการผลิตเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม รวมถึงกำกับและดูแลเนื้อหาเพื่อคนกลุ่มดังกล่าว เช่น การจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting) โดยคณะกรรมการพิจารณาแนวทางเสนอแนะด้านเนื้อหา (Recommended Guidelines) ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือกันระหว่างสำนักงาน กสทช. องค์การวิชาชีพสื่อและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ทั้งนี้ ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนฯ แล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2568 ซึ่งได้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ไปยังผู้รับใบอนุญาต องค์การวิชาชีพสื่อ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะกรรมการฯ สภาผู้แทนราษฎร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ กรมกิจการเด็กและเยาวชน เป็นต้น

2.2.2.3 ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

การติดตามและประเมินผลเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะในปัจจุบัน ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงปริมาณผู้ชมหรือเรตติ้ง (Rating) เพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนา ดัชนีชี้วัดคุณภาพสื่อ (Media Quality Rating: MQR) ขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือประเมินใน 3 มิติหลัก ได้แก่ มิติด้านรูปแบบและเนื้อหา (ประกอบด้วยปัจจัยด้านจริยธรรม การส่งเสริมทักษะการคิด และความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย) มิติด้านผู้ดำเนินรายการ และ มิติด้านเทคนิคการนำเสนอ โดยเฉพาะเนื้อหาทางการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งต้องสอดคล้องกับแนวทางของสำนักงาน กสทช. ปี 2556 ที่กำหนดมิติเนื้อหาที่ควรส่งเสริม 6 ด้าน เช่น การคิดวิเคราะห์ คุณธรรมจริยธรรม และการยอมรับความหลากหลายในสังคม (Oranop na Ayutthaya & Yuwakosol, 2022).

ในด้านความถูกต้องและความทันสมัย หน่วยงานภาครัฐได้นำนวัตกรรม Social Listening และ Social Monitoring มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดตามความคิดเห็นของประชาชนในเชิงลึกแบบทันสถานการณ์ (Real-time) เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการสื่อสารให้ตรงความต้องการและลดความล่าช้าในการรายงานผล (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2568). นอกจากนี้ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในยุคสื่อหลอมรวม สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเป็นวิดีโอสั้นหรือคลิปผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น TikTok เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนพฤติกรรมไปรับชมสื่อออนไลน์มากขึ้น (Raweng, 2025). พร้อมทั้งมีการควบคุมคุณภาพโดยเน้นรายการสดเพื่อความเป็นปัจจุบันและคัดกรองเนื้อหาไม่ให้มีการนำข้อมูลเก่ามาออกอากาศซ้ำ (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2568) อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดเรื่องปริมาณรายการเด็กที่ลดลงหลังการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเนื่องจากภาวะการแข่งขันสูงและต้นทุนการผลิตที่สูง (Oranop na Ayutthaya & Yuwakosol, 2022).

2.2.2.4 กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง

กลไกการแจ้งเตือนภัยพิบัติของประเทศไทยมีการบูรณาการระบบ Emergency Warning System (EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นระบบเสริมที่ช่วยปิดช่องว่างของระบบ Cell Broadcast โดยสามารถส่งข้อมูลภาพและเสียงเตือนภัยไปยังประชาชนที่ไม่มีโทรศัพท์มือถือหรืออยู่ในพื้นที่ห่างไกลได้ทันทีขณะรับชมโทรทัศน์ (Thairath, 2025). ระบบนี้ใช้มาตรฐานสากล Common Alert Protocol (CAP) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เช่น กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) และสำนักงาน กสทช. เพื่อให้การแจ้งเตือนมีเอกภาพและครอบคลุมทุกช่องทาง (Money & Banking, 2025; Thairath, 2025)

ในปีงบประมาณ 2568 สำนักงาน กสทช. ได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาและเตรียมการพัฒนาระบบ EWS โดยเฉพาะ และได้จัดทำรายงานผลการศึกษาเสนอต่อเลขาธิการ กสทช. รับทราบเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ ได้มีการทดสอบระบบในสภาพการใช้งานจริง (ระบบเปิด) 2 ครั้ง ได้แก่ ครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2568 ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก และครั้งที่สองเมื่อวันที่ 12-13 พฤศจิกายน 2568 ณ จังหวัดพะเยา (สำนักงาน กสทช., 2568) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลยังอยู่ในระยะพัฒนาและทดสอบ และยังไม่ได้เปิดใช้งานในระดับประเทศ

สำหรับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ สำนักงาน กสทช. อยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) ประกาศหลักเกณฑ์เพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณาพิการให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาค (Digital Inclusion) โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการนำเสนอระเบียบวาระเข้าสู่ที่ประชุม กสทช. เพื่อพิจารณาเห็นชอบ ก่อนนำไปจัดรับฟังความคิดเห็นสาธารณะต่อไป (สำนักงาน กสทช., 2568; Association of Digital Television Broadcasting [Thailand], 2026)

กลไกสำคัญประกอบด้วยการจัดให้มี บริการล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD) (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2568). รวมถึงการใช้กองทุน USO (Universal Service Obligation) สนับสนุนบริการโทรคมนาคมพื้นฐานและบริการศูนย์ถ่ายทอดการสื่อสารสำหรับผู้พิการ (TTRS) เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2568). แม้ในปัจจุบันจะยังพบความเสี่ยงเรื่องจำนวนรายการที่มีบริการเหล่านี้ยังไม่ครบถ้วนตามสัดส่วนที่กำหนดเนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร แต่หน่วยงาน

ภาครัฐได้บรรจุเป็นแผนปรับปรุงการควบคุมภายในเพื่อจัดซื้อบริการและผลิตรายการ AD และ CC เพิ่มขึ้นให้เพียงพอตามมาตรฐาน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2568)

2.2.3 ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

จากการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) วันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568 ได้มีการพิจารณารายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567 และรายงานการติดตามตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 (ตามมาตรา 72 และมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553) สามารถแบ่งข้อเสนอแนะอันมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ออกเป็น 2 กลุ่ม

2.2.3.1 ความเห็นและข้อเสนอแนะจากสมาชิกวุฒิสภา

1) ประเด็นการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัล และการจัดทำ Roadmap

- การดำเนินการเกี่ยวกับการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัล และการประมูลคลื่นวิทยุชุมชนที่กำลังจะเกิดขึ้น จะมีมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างไร เนื่องจากต้นทุนโครงข่ายทีวีดิจิทัลมีค่าบริการที่สูง ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยตรง กสทช. ควรเร่งปรับโครงสร้างใหม่หรือหาทางแก้ไขโดยการลดต้นทุน
- กรณีใบอนุญาตสัมปทานโทรทัศน์ที่จะหมดอายุในปี 2572 แต่ กสทช. ยังไม่มีออกหลักเกณฑ์การประมูล ส่งผลกระทบต่อการวางแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ จึงควรจัดทำ Roadmap สำหรับโทรทัศน์ดิจิทัลให้ชัดเจน

2) ประเด็นปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

- บทบาทของ กสทช. ในการกำกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ที่มีวัตถุประสงค์ในการบรรลุสิทธิบริการขั้นพื้นฐานทุกคนเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาส มีการดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และควรเร่งขยายโครงการสร้างความรู้ให้กับประชาชน
- ประชาชนยังพบปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและบริการโทรคมนาคม โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล กรณีส่งผลกระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่ประชาชนสะท้อนว่าหน่วยงานยังมีการกำกับดูแลไม่เพียงพอ

3) ประเด็นปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

ควรมีการประชาสัมพันธ์ระดับชาติผ่านโทรทัศน์วิทยุ โซเชียลมีเดีย รวมถึงชุมชนเล็ก ๆ และพื้นที่ชายแดน โดยเน้นเนื้อหาเรื่องภัยคุกคามออนไลน์ วิธีป้องกันแก๊งคอลเซ็นเตอร์ รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการเมื่อเกิดความเสียหายขึ้น

4) ประเด็นการปรับปรุงข้อกำหนด

ควรมีการปรับปรุงกฎหมายด้านการสื่อสาร อันได้แก่ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2488 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พ.ศ. 2551 โดยบูรณาการเป็นฉบับเดียว

2.2.3.1 ข้อเสนอแนะจาก กตป. ที่นำเสนอในที่ประชุมฯ

กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน (กตป.) ได้นำเสนอรายงานต่อที่ประชุมวุฒิสภา ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ สรุปได้ดังนี้

1) รายงานข้อเท็จจริงและข้อสังเกตจากการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช.

กตป. ได้รายงานข้อเท็จจริงด้านกิจการโทรทัศน์ในที่ประชุมฯ ว่า พฤติกรรมผู้ชมเปลี่ยนไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลและสตรีมมิง (streaming) ในขณะที่โอทีที (OTT) ยังไม่มีการกำหนดกฎหมายที่ชัดเจนเพื่อควบคุมด้านเนื้อหา ราคา และโฆษณา อันเป็นข้อกังวลของสาธารณะ ประชาชนให้ความสำคัญกับ ๕ เรื่องหลัก ได้แก่ คุณภาพความสร้างสรรค์ของรายการ การเรียนรู้ตลอดชีวิต การส่งเสริมความเป็นไทย การสื่อสาร ในภาวะฉุกเฉิน และการเข้าถึงที่เท่าเทียมกัน

โดยกตป. ได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ระยะ ดังนี้

- ข้อเสนอแนะระยะสั้น ควรสนับสนุนงบประมาณผลิตรายการคุณภาพ ลดขั้นตอน การขอทุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ขยายตลาดคอนเทนต์(content) ไทย จัดโครงสร้างอินเทอร์เน็ต ฟรี และเพิ่มบุคลากรที่เชี่ยวชาญ

- ข้อเสนอแนะระยะยาว ควรกำหนดทิศทางเนื้อหา ลงทุนพัฒนาเอไอเพื่อช่วยผู้พิจารณา กำหนดมาตรฐานเรตติง (rating) ข่าว การปรับปรุงกฎหมายโอทีที และจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมโทรทัศน์

2) เรื่องอื่นที่เห็นสมควรรายงานให้ กสทช. รัฐสภา หรือประชาชนทราบ

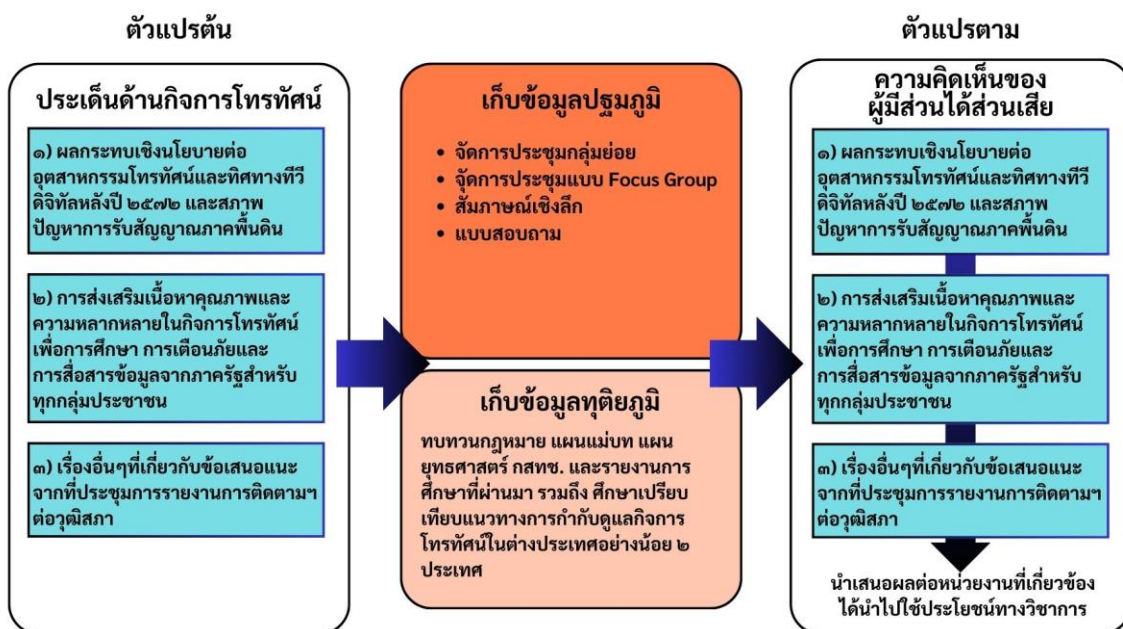
กตป. ได้รายงานเรื่องอื่น ๆ อันเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในที่ประชุมฯ ว่า ด้านกิจการโทรทัศน์พบว่า กสทช. ยังขาดนโยบายชัดเจนเรื่องทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 ๒๕๗๒ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโอทีที (OTT) รวมถึงการจัดสรรคลื่น 3,500 เมกะเฮิร์ตซ์ อาจจะกระทบผู้ชมซีแบนด์ (C-band) ในพื้นที่ห่างไกล ส่วนมาตรการช่วยกลุ่มเปราะบางยังขาดทรัพยากรและเครื่องมือ

โดยกตป. ได้นำเสนอข้อเสนอแนะในประเด็นดังกล่าวว่า กสทช. ควรเร่งปรับกฎหมาย ศึกษา แนวทางการบริหารจัดการทีวีดิจิทัลซึ่งใกล้ครบกำหนด สัมปทาน การใช้วัดกรรมเอไอ ล่ามภาษามือ และระบบบรรยายแบบเรียลไทม์ (real time) สนับสนุนบริการเพื่อกลุ่มเปราะบาง และพัฒนากลไกกำกับดูแลด้านจริยธรรมและข้อร้องเรียนให้โปร่งใส

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ประจำปี 2568 ครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ที่บูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถตรวจสอบยืนยันผลซึ่งกันและกันได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบแนวคิดในการศึกษาใช้กรอบการประเมิน CIPPI (Context – Input – Process – Product – Impact) ซึ่งเป็นแนวทางการประเมินผลนโยบายสาธารณะที่ครอบคลุมทั้งบริบท กระบวนการ และผลลัพธ์ โดยนำมาประยุกต์ใช้ในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานของ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ประกอบด้วย

3.1.1 C (Context) บริบทและสภาพแวดล้อม มิตินี้ศึกษาสภาพการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่กำหนดทิศทางของกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ครอบคลุม 4 กรอบหลัก

1) กรอบกฎหมายและนโยบายระดับสูงสุด ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 โดยเฉพาะมาตรา 60 ที่บัญญัติให้คลื่นความถี่เป็นสมบัติของชาติ และกำหนดให้มีองค์กรอิสระกำกับดูแล พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) และ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)

2) กรอบกำกับดูแลของ กสทช. ได้แก่ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ นโยบายและแผนปฏิบัติการ

สำนักงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ และประกาศ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง เช่น ประกาศว่าด้วยการกำกับดูแลเนื้อหา การเผยแพร่ Must Carry และสิทธิคนพิการในการรับชมโทรทัศน์

3) บริบทอุตสาหกรรม ครอบคลุมภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะ การเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจากการรับชมแบบ Linear TV สู่ OTT และ Streaming การหดตัวของเม็ดเงินโฆษณาในโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ความท้าทายของ MUX ในการขยายโครงข่าย และแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting

4) บริบทเร่งด่วนเฉพาะปี 2568 ได้แก่ การที่ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินกำลังจะสิ้นสุดในปี 2572 ซึ่งเหลือเวลาอีกเพียง 4 ปี และข้อสังเกตจากวุฒิสภาในการประชุมวันที่ 22 กันยายน 2568 ที่กำหนดให้เป็นประเด็นบังคับในการศึกษาครั้งนี้

3.1.2 I (Input) ข้อมูลนำเข้าและทรัพยากร มิตินี้ครอบคลุมข้อมูลและองค์ความรู้ที่นำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ ประกอบด้วย

1) ข้อมูลเอกสารและวรรณกรรม ได้แก่ การทบทวนรายงานผลการศึกษาที่ กสทช. และสำนักงาน กสทช. เคยจัดทำ รายงานการติดตามและประเมินผลในปีก่อนหน้า งานวิจัยจากสถาบันวิชาการ บทความวิชาการ และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์

2) การเปรียบเทียบต่างประเทศ ตาม TOR กำหนดให้ศึกษาอย่างน้อย 2 ประเทศ ในรายงานฉบับนี้ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบโมเดลการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในต่างประเทศ เพื่อนำบทเรียนมาใช้ประกอบการประเมินสภาพการณ์ในไทย

3) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ถือเป็น Input คุณภาพสูงจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง จำนวนไม่น้อยกว่า 25 คน ประกอบด้วย กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค ผู้ประกอบการ นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการโทรทัศน์ใน 5 ภูมิภาค

3.1.3 P (Process) กระบวนการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล มิตินี้แสดงกระบวนการที่ปรึกษาดำเนินการจริงในภาคสนาม ประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก ดังนี้

1) การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) จำนวน 4 ครั้ง ณ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งตามประเด็น ครั้งที่ 1-2 สำหรับประเด็นที่ 1 เรื่องทีวีดิจิทัลและสัญญาณภาคพื้นดิน และครั้งที่ 3-4 สำหรับประเด็นที่ 2 เรื่องเนื้อหาคุณภาพ โดยผู้เข้าร่วมแต่ละครั้งไม่น้อยกว่า 20 คน ประกอบด้วยตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการ องค์กรวิชาชีพ และนักวิชาการ

2) การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) จำนวน 5 ครั้ง ครอบคลุม 5 ภูมิภาค ได้แก่ เชียงใหม่ ฉะเชิงเทรา อุดรธานี ภูเก็ต และระยอง ในแต่ละครั้งมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 50 คน และแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มย่อยตามลักษณะผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ กลุ่มหน่วยงาน กสทช. เขต และผู้ประกอบการ กลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการกิจสาธารณะ กลุ่มประชาชนเปราะบาง และกลุ่มประชาชนผู้รับชมทั่วไป

3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ดำเนินการใน 5 ภูมิภาค รวมไม่น้อยกว่า 25 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ตามแนวคิดของ Patton (2002) เน้นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านระบบนิเวศโทรทัศน์ดิจิทัล เทคโนโลยีโทรคมนาคม และการปฏิบัติงานในระดับภูมิภาค

4) การสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) เก็บข้อมูลใน 5 ภูมิภาค พื้นที่ละ 1,000 ชุด รวมไม่น้อยกว่า 5,000 ชุด โดยแบบสอบถามครอบคลุม 5 ส่วน ได้แก่ ตัวแปรบริบทและพื้นที่ ตัวแปรพื้นฐาน ตัวแปรสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ตัวแปรด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค การประเมินคุณภาพเนื้อหา และคุณภาพสัญญาณ ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงด้วย Cronbach's Alpha ≥ 0.88

3.1.4 P (Product) ผลผลิตจากการศึกษา มิตินี้ครอบคลุมผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด แบ่งตาม 3 ประเด็นการศึกษา ดังนี้

1) ประเด็นที่ 1 ผลการติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 รวมถึงสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน ครอบคลุมการวิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขัน เม็ดเงินโฆษณา ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

2) ประเด็นที่ 2 ผลการติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน ครอบคลุมคุณภาพสัญญาณ สัดส่วนผังรายการ ความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และกลไกการเตือนภัย

3) ประเด็นที่ 3 รายงานการวิเคราะห์ประเด็นข้อสังเกตจากวุฒิสภา ว่าด้วยการจัดสรรใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลภายหลังหมดอายุในปี 2572 และการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหาพร้อมข้อเสนอแนะต่อรัฐสภาตามมาตรา 73 (4)

3.1.5 I (Impact) ผลกระทบและการนำไปใช้ประโยชน์ มิตินี้แสดงการนำผลผลิตไปใช้ประโยชน์จริงใน 3 ระดับ ดังนี้

1) ระดับนโยบาย ข้อเสนอแนะจากการศึกษาถูกนำเสนอต่อ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. เพื่อใช้ปรับปรุงนโยบาย กฎระเบียบ และแผนปฏิบัติการด้านกิจการโทรทัศน์

2) ระดับนิติบัญญัติ ผลการศึกษาถูกรายงานต่อวุฒิสภาและรัฐสภาผ่านกระบวนการตามมาตรา 73 และมาตรา 76 แห่ง พ.ร.บ. กสทช. เพื่อสนับสนุนการตรวจสอบองค์กรอิสระโดยฝ่ายนิติบัญญัติ

3) ระดับสาธารณะ รายงานถูกเผยแพร่ผ่านระบบเครือข่ายสารสนเทศของสำนักงาน กสทช. พร้อม Pocket Book 150 เล่ม และ E-book เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไปเข้าถึงองค์ความรู้ด้านกิจการโทรทัศน์ และนำไปใช้เป็นฐานในการพัฒนาการกำกับดูแลต่อไป

3.2 ระเบียบวิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2658 ทีมที่ปรึกษากำหนดวิธีการศึกษา เพื่อนำไปสู่การนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเข้าสู่กระบวนการรวบรวม และวิเคราะห์ประเมินผล สรุปผลข้อมูล และจัดทำรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลตามนโยบาย กสทช. ที่สำคัญในด้านกิจการโทรคมนาคมต่อไป ทีมที่ปรึกษาจะทำการประเมินแบบ CIPPI Model เนื่องจากเป็นกระบวนการศึกษาที่มีความสมบูรณ์ สามารถศึกษาข้อมูลที่เกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์การศึกษา และครอบคลุมประเด็นในการศึกษาได้ โดยทีมที่ปรึกษาให้ความสำคัญกับเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้นมีความแม่นยำ และนำไปสู่การสะท้อนผลการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรของการศึกษารั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักตามลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ ได้แก่ ประชากรสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ และประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

1.1) ประชากรสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ หมายถึง บุคคลและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศกิจการโทรทัศน์ไทยในฐานะผู้กำหนดนโยบาย ผู้กำกับดูแล ผู้ประกอบกิจการ และผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มย่อย ดังนี้

1.1.1) กลุ่มที่ 1 ผู้กำกับดูแล ได้แก่ คณะกรรมการ กสทช. เลขาธิการ กสทช. ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. และเจ้าหน้าที่ กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค

1.1.2) กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบกิจการ ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) บริษัทผลิตเนื้อหา และผู้ประกอบการ OTT

1.1.3) กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์สื่อ เทคโนโลยีโทรคมนาคม และกฎหมายมหาชน

1.1.4) กลุ่มที่ 4 ภาคประชาสังคม ได้แก่ ตัวแทนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค สมาคมวิชาชีพสื่อ มูลนิธิที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานด้านการศึกษา สาธารณสุข และการจัดการภัยพิบัติ

1.1.5) กลุ่มที่ 5 กลุ่มเปราะบาง ได้แก่ ตัวแทนผู้สูงอายุ ผู้พิการทางการได้ยิน ผู้พิการทางการมองเห็น และผู้พิการทางร่างกาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของนโยบาย

1.2) ประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย ครอบคลุมทุกภูมิภาคและทุกประเภทของที่อยู่อาศัยทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล ซึ่งสามารถรับชมโทรทัศน์และมีประสบการณ์โดยตรงกับคุณภาพสัญญาณและเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

2.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

2.1.1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 25 คน ประกอบด้วย 1) กสทช. หรือผู้แทน เลขาธิการ กสทช. หรือผู้แทน ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค และ 2) ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ใน 5 ภูมิภาค

2.1.2) ผู้เข้าร่วมการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) จำนวนไม่น้อยกว่า 50 คน ต่อครั้ง รวม 5 ครั้งใน 5 ภูมิภาค ประกอบด้วย 1) สำนักงาน กสทช. เขต หรือ ภาค และ หน่วยงานของรัฐ ผู้ประกอบกิจการด้านกิจการโทรทัศน์ อาทิ วีทีดีจีตอล หรือเคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม หรือ IPTV 2) หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนในการกิจต่างๆ เช่น การศึกษา สาธารณสุข การเตือนภัย การดูแลกลุ่มเปราะบาง เป็นต้น 3) กลุ่มประชาชนเปราะบาง คือ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และเยาวชน และ 4) กลุ่มประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ดิจิทัล

2.1.3) ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อย จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คนต่อครั้ง รวม 4 ครั้ง ประกอบด้วย ตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ตัวแทนผู้ประกอบการ องค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรที่เกี่ยวข้อง และ/หรือผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง

2.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

จากข้อกำหนดของ TOR ที่ระบุว่า ให้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัยของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 1,000 ชุด รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 5,000 ชุด ทั้งนี้ทีมที่ปรึกษาจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ 6,000 ชุด แบ่งเป็น 6 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ละ 1,000 ชุด ทั้งนี้เพื่อให้การวิเคราะห์สามารถเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพมหานครกับพื้นที่ภาคกลางได้ เนื่องจากพฤติกรรมการรับชมและการบริโภคสื่อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ขนาดตัวอย่างดังกล่าวมีความ

เพียงพอตามหลักสถิติที่กำหนดโดย Cochran (1977) สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจในระดับภูมิภาคที่ต้องการความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 3\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 3.1 แสดงการแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

พื้นที่	ประเภทการวิจัย	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคกลาง	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคเหนือ	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคใต้	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคตะวันออก	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
รวมทั้งสิ้น		6,000 ชุด

3.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1) การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ตามแนวคิดของ Patton (2002) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังต่อไปนี้

1.1) ด้านบทบาทและสถานภาพ ผู้ให้ข้อมูลต้องเป็นผู้บริหารระดับสูง ผู้กำหนดนโยบายระดับภูมิภาค หรือผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน หรือนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐ สถาบันการศึกษา หรือองค์กรสื่อสารมวลชน

1.2) ด้านบริบทเชิงพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลต้องมีพื้นที่ปฏิบัติงานหรือขอบเขตความรับผิดชอบในภูมิภาค เพื่อให้สะท้อนข้อเท็จจริงและพลวัตของสื่อในระดับท้องถิ่นได้อย่างครบถ้วน

1.3) ด้านความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ผู้ให้ข้อมูลต้องมีประสบการณ์การทำงานหรือการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศโทรทัศน์ดิจิทัล สื่อสารมวลชน เทคโนโลยีโทรคมนาคม หรือการกำกับดูแลกิจการสื่อไม่น้อยกว่า 5 ปี

สำหรับการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการสนทนาเฉพาะกลุ่มและการประชุมกลุ่มย่อย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามคุณลักษณะที่กำหนด (Criterion-Based Purposive Sampling) โดยแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมออกเป็น 4 กลุ่มย่อยที่มีลักษณะใกล้เคียงกันภายในกลุ่ม (Homogeneous Groups) เพื่อให้เกิดพลวัตในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2) การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลแบบสอบถามใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1) ขั้นที่ 1 การแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งประชากรออกเป็น 6 ชั้นภูมิตามพื้นที่ภูมิศาสตร์ และแบ่งย่อยระหว่างพื้นที่เขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล

2.2) ขั้นที่ 2 การกำหนดโควตา (Quota Sampling) กำหนดโควตาตามตัวแปรประชากรศาสตร์หลัก ได้แก่ เพศ กลุ่มอายุตาม Generation และระดับการศึกษา

2.3) ขั้นที่ 3 การสุ่มแบบบังเอิญเชิงระบบ (Systematic Random Sampling) เข้าถึงผู้ตอบแบบสอบถามรายบุคคลตามโควตา โดยมีระบบการตรวจสอบคุณสมบัติขั้นต้นก่อนการเก็บข้อมูล

3.2.3 ประเด็นสำคัญในการสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริง การสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงของโครงการนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้ง 3 ประเด็นตามที่กำหนดในขอบเขตของงาน ดังนี้

1) ประเด็นที่ 1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572

1.1) โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลในปัจจุบัน ผลกระทบต่อแรงงานบุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

1.2) แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวีเทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อประเมินทิศทางและศักยภาพในการแข่งขัน

1.3) ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ โดยเฉพาะ 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย (เช่น Transmitter, Repeater, Fiber Backhaul)

1.4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

1.5) สภาพปัญหาการรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ทั้งเชิงเทคนิคและเชิงพื้นที่ (Dead Zone, Coverage Gap)

2) ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลาย

2.1) สภาพปัญหาการร้องเรียนด้านคุณภาพสัญญาณ และการวิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

2.2) สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภทและการประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

2.3) คุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ

2.4) กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการด้วยล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และเสียงบรรยายภาพ (Audio Description)

3) ประเด็นที่ 3 ข้อสังเกตจากวุฒิสภา จากการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568

3.1) ประเด็นการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

3.2) ประเด็นปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

3.3) ประเด็นปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

3.4) ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย

3.5) วาระการประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณาและมีนัยสำคัญต่อทิศทางกิจการโทรทัศน์

3.2.4 เครื่องมือในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

1) เครื่องมือในการศึกษา โครงการนี้ใช้เครื่องมือการวิจัย 5 ประเภท ที่ออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1) แบบบันทึกการทบทวนเอกสาร (Documentary Review Form) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ นโยบาย รายงาน และวรรณกรรม

1.2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview Form) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับนโยบาย เทคโนโลยี และประสบการณ์ตรงจากผู้มีส่วนได้เสียหลัก ภายใต้ประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงแนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ประเด็น	แนวคำถามสัมภาษณ์
ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน	
ก. วิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม	■ ทักษะแบบใดที่แรงงานทีวีดิจิทัลไทยยังขาดแคลน และ กสทช. ควรจับตาในการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรอย่างไรเพื่อให้อุตสาหกรรมอยู่รอดผู้ประกอบการมีแนวทางบริหารจัดการแรงงานอย่างไร ■ แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม และทิศทางการปรับตัวในอุตสาหกรรมที่ท่านอยู่เป็นอย่างไร
ข. ติดตามเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน	■ ในมุมมองของท่านในปี 2568 หากเปรียบเทียบความคุ้มค่า (ROI) ระหว่างโฆษณบนหน้าจอทีวีกับแพลตฟอร์ม OTT และ/หรือ แพลตฟอร์ม Online เป็นอย่างไร และโมเดลรายได้แบบ Hybrid (ที่เป็นการผสมผสานระหว่าง Ads และ Subscription) ในอนาคตจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด ■ โครงสร้างอุตสาหกรรมในอนาคตควรมีการปรับกฎระเบียบอย่างไร เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ระหว่างทีวีดิจิทัลไทยกับแพลตฟอร์มข้ามชาติ (Global OTT)
ค. ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย (Transmitter, Repeater, Fiber backhaul)	■ สถานการณ์ MUX เป็นอย่างไร และเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น 5G Broadcast มีความเป็นไปได้แค่ไหน ■ หลังปี 2572 คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการโทรทัศน์ควรถูกจัดสรรอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ระหว่างการรักษาฟรีทีวีกับการนำไปใช้ในกิจการโทรคมนาคม (5G/6G)
ง. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572	■ ท่านคาดการณ์ว่าแนวทางพฤติกรรมผู้ชมของทีวีภาคพื้นดินจะเปลี่ยนไปอย่างไร ภายใต้การเติบโตของ OTT และ Streaming ■ ในยุค Cross-media ที่เนื้อหาต้องไหลลื่นไปทุกหน้าจอ ความท้าทายที่สุดในการผลิตคอนเทนต์เพื่อให้คนยังอยากเปิดโทรทัศน์ หรือรับชมผ่านระบบการออกอากาศภาคพื้นดิน คืออะไร
ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน	
ก. ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการ	■ เทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาคพื้นดินของโทรทัศน์ดิจิทัล ในปัจจุบันตอบโจทย์การครอบคลุมการเข้าถึงของประชาชนเพียงใด

ประเด็น	แนวคำถามสัมภาษณ์
เข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุและผู้พิการ	■ ในปี 2568 สถานการณ์การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุและผู้พิการ เป็นอย่างไร ■ หลังปี 2572 หากมีการลดจำนวนสถานีสัญญาณภาคพื้นดินลง หรือมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกอากาศของทีวีดิจิทัล หน่วยงานของท่านจะมีแนวทางอย่างไร
ข. สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม	■ ด้านโครงสร้างและสัดส่วนผังรายการสาระ เทียบกับรายการบันเทิงในผังรายการเป็นอย่างไร ■ แนวทางการกำหนดเนื้อหาในทีวีดิจิทัล ท่านมีคำแนะนำอย่างไร
ค. ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน	■ ท่านคิดว่าในปี 2568 การนำเสนอเนื้อหารายการมีความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษาอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาให้ดีขึ้น ■ การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน มีความครอบคลุมหรือไม่ อย่างไร และท่านมีแนวทางต่อการจัดการกับปัจจัยดังกล่าวอย่างไรบ้าง ■ ในความเห็นของท่าน มีเทคโนโลยีอะไรบ้าง ที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ ท่านมีข้อเสนอแนะให้มีแนวทางการดำเนินการเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างไร
ง. กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัย ภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง	■ ในปี 2568 การส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ เป็นอย่างไร ■ สัดส่วนของการสร้างความเท่าเทียมกันนี้มีสัดส่วนเป็นอย่างไร และท่านคิดว่าเพียงพอหรือไม่ หรือต้องการให้มีการจัดสรรคุณภาพของการสื่อสารนี้เพิ่มเติมอย่างไรบ้าง

1.3) แบบการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) เพื่อกระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่ม และรวบรวมมุมมองที่หลากหลาย ภายใต้ประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงแนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย

ประเด็น	แนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย
ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน	
ก. วิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม	■ ปัจจัยสำคัญในการทำงานธุรกิจของผู้ประกอบการและผู้ผลิตเนื้อหาในปี 2568 ■ จากสภาวะเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการมีแนวทางการบริหารจัดการแรงงานอย่างไร ■ ทักษะแบบใดที่แรงงานทีวีดิจิทัลไทยยังขาดแคลน และ กสทช. ควรมีบทบาทในการส่งเสริมพัฒนา บุคลากรอย่างไรเพื่อให้อุตสาหกรรมอยู่รอด

ประเด็น	แนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย
	■ แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม และทิศทางการปรับตัวในอุตสาหกรรมที่ท่านอยู่เป็นอย่างไร ■ การใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะ AI มาปรับใช้ในอุตสาหกรรม มีผลต่อการจ้างงานในอุตสาหกรรมอย่างไรบ้าง
ข. ติดตามเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน	■ ในมุมมองของท่านในปี 2568 หากเปรียบเทียบความคุ้มค่า (ROI) ระหว่างโฆษณบนหน้าจอทีวีกับ แพลตฟอร์ม OTT และ/หรือ แพลตฟอร์ม Online เป็นอย่างไร และโมเดลรายได้แบบ Hybrid (ที่เป็นการ ผสมผสานระหว่าง Ads และ Subscription) ในอนาคตจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด ■ โครงสร้างอุตสาหกรรมในอนาคตควรมีการปรับกฎระเบียบอย่างไร เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ระหว่างทีวี ดิจิทัลไทยกับแพลตฟอร์มข้ามชาติ (Global OTT) ■ เทคโนโลยีการวัดเรตติ้งแบบ Cross-platform หรือความสามารถในการเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (Targeted Ads) บนทีวีดิจิทัล จะเข้ามาช่วยกอบกู้ความสามารถในการแข่งขันได้หรือไม่ และท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง
ค. ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย (Transmitter, Repeater, Fiber backhaul)	■ สถานการณ์ MUX เป็นอย่างไร ครอบคลุมพื้นที่แค่ไหน เมื่อเปรียบเทียบกับดาวเทียมเป็นอย่างไร ทั้งคุณภาพและต้นทุน ■ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น 5G Broadcast มีความเป็นไปได้แค่ไหนในบริบทของไทย คัดค้านการลงทุนใหม่ สำหรับผู้ประกอบการหรือไม่ ■ การลงทุนในระบบโครงข่าย (Transmitter, Repeater, Fiber backhaul) ควรคำนึงถึงอะไรบ้างเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและคุ้มค่ากับทุกฝ่าย และรัฐ/กสทช. ควรต้องสนับสนุนอย่างไร ■ หลังปี 2572 คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการโทรทัศน์ควรจัดสรรอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ระหว่าง การรักษาฟรีทีวีกับการนำไปใช้ในกิจการโทรคมนาคม (5G/6G)
ง. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572	■ ท่านคาดการณ์ว่าแนวทางพฤติกรรมผู้ชมของทีวีภาคพื้นดินจะเปลี่ยนไปอย่างไร ภายใต้การเติบโตของ OTT และ Streaming ■ ในยุค Cross-media ที่เนื้อหาต้องไหลลื่นไปทุกหน้าจอ ความท้าทายที่สุดในการผลิตคอนเทนต์เพื่อให้คน ยังอยากเปิดโทรทัศน์หรือรับชมผ่านระบบการออกอากาศภาคพื้นดินคืออะไร
ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน	
ก. ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุและผู้พิการ	■ เทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาคพื้นดินของโทรทัศน์ดิจิทัล ในปัจจุบันตอบโจทย์การครอบคลุมการเข้าถึง ของประชาชนเพียงใด ■ จากข้อมูลการร้องเรียนในปัจจุบัน พื้นที่จุดบอดสัญญาณ (Dead Zone) ส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะภูมิประเทศแบบใด และมีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไร

ประเด็น	แนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย
	■ หลังปี 2572 หากมีการลดจำนวนสถานีส่งสัญญาณภาคพื้นดินลง หรือมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการ ออกอากาศของทีวีดิจิทัล หน่วยงานของท่านจะมีแนวทางอย่างไร เพื่อให้ประชาชนยังสามารถเข้าถึง เนื้อหาของทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ไม่มียินเทอร์เน็ต ■ ในปี 2568 สถานการณ์การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และผู้พิการ เป็นอย่างไร – ในปี 2568 ปัญหาสำหรับประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุและผู้พิการ การเข้าถึงทีวีดิจิทัลคืออะไร ■ หลังปี 2572 หากมีการลดจำนวนสถานีส่งสัญญาณภาคพื้นดินลง หรือมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกอากาศของทีวีดิจิทัล ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร สำหรับประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุและผู้ พิการ ยังสามารถเข้าถึงทีวีดิจิทัล
ข. สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม	■ ด้านโครงสร้างและสัดส่วนผังรายการ - ในปี 2568 สัดส่วนรายการสาระ/การศึกษา เทียบกับรายการบันเทิงในผังรายการของท่านเป็น อย่างไร และอะไรคือข้อจำกัดหลักที่ทำให้ไม่สามารถเพิ่มสัดส่วนรายการเชิงสาระให้มีความ น่าสนใจทัดเทียมกับรายการบันเทิงได้ - หากพิจารณาจากผังรายการในภาพรวมทั้งอุตสาหกรรม ท่านมองว่ามีการกระจุกตัวของเนื้อหา ประเภทใดมากเกินไป และมีประเภทรายการใดที่หายไป หรือมีสัดส่วนน้อยเกินกว่าความจำเป็น พื้นฐานของประชาชน ■ เนื้อหาบนหน้าจอทีวีดิจิทัลในปัจจุบัน ได้สะท้อนตัวตนและความต้องการของกลุ่มคนอย่างทั่วถึงแล้ว หรือไม่ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง/ผู้พิการ กลุ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่น กลุ่มช่วงวัย ■ แนวทางการกำหนดเนื้อหาในทีวีดิจิทัล เพื่อให้มีความหลากหลายและเท่าเทียม ท่านมีคำแนะนำอย่างไร
ค. ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน	■ ท่านคิดว่าในปี 2568 การนำเสนอเนื้อหารายการมีความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของ เนื้อหาทางการศึกษาอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไรต่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาให้ดีขึ้น ■ การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน มีความครอบคลุมหรือไม่ อย่างไร หากไม่ครอบคลุม ท่านคิดว่ามีสาเหตุมาจากอะไร และท่านมีแนวทางต่อการจัดการกับปัจจัยดังกล่าวอย่างไรบ้าง ■ ในความเห็นของท่าน มีเทคโนโลยีอะไรบ้าง ที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำ หรือช่วยเพิ่มเติมสัดส่วนการเข้าถึง ให้เพิ่มมากขึ้นในประเด็นการศึกษา และกลุ่มประชาชนที่หลากหลาย (ทั้งผู้พิการ/ผู้สูงอายุ/ชาติพันธุ์) และท่านมีข้อเสนอแนะให้มีแนวทางการดำเนินการเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีดังกล่าวอย่างไร
ง. กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัย พิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสาร	■ ในปี 2568 มีการกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ เป็น อย่างไร

ประเด็น	แนวคำถามการประชุมกลุ่มย่อย
ข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง	■ ในปี 2568 มีการกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ ได้แก่ ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง เป็นอย่างไร และท่านคิดว่า ครอบคลุมหรือไม่ ■ สัดส่วนของการสร้างความเท่าเทียมกันนี้มีสัดส่วนเป็นอย่างไร และท่านคิดว่าเพียงพอหรือไม่ หรือต้องการให้มีการจัดสรรคุณภาพของการสื่อสารนี้เพิ่มเติมอย่างไรบ้าง ■ ในปี 2568 มีการศึกษาเรื่องการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการที่น่าสนใจบ้างอย่างไร

1.4) แบบการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) เพื่อกระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่ม และรวบรวมมุมมองที่หลากหลาย โดยจะใช้แนวทางของข้อคำถามเช่นเดียวกับการประชุมกลุ่มย่อย

1.5) แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ของประชาชนในเชิงปริมาณ แบบสอบถามได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ตารางที่ 3.4 แสดงประเด็นในการศึกษาและที่มาในการออกแบบสอบถาม

หัวข้อ	ข้อย่อย	หลักการในการออกแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1		
1.1 ตัวแปรด้านพื้นที่และบริบททางสังคม (Geographic & Contextual)		
1. ภูมิภาคที่พำนัก	■ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ■ ภาคกลาง ■ ภาคเหนือ ■ ภาคใต้ ■ ภาคตะวันออก ■ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ตาม TOR ข้อ 4.2.2. เก็บรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย เก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย โดยทำการออกแบบ จัดทำแบบสอบถามและสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ประกอบด้วย ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภูมิภาคละไม่น้อยกว่า 1,000 ชุด รวมจำนวนทั้งสิ้นไม่น้อยกว่า 5,000 ชุด *ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้น พฤติกรรมการรับชมและการบริโภคสื่อแตกต่างจากพื้นที่อื่นที่มิได้ศึกษาจึงได้แยกกลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครออกจากพื้นที่ภาคกลาง
2. พื้นที่พำนัก	ในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล	ต้องการวิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงในพื้นที่ห่างไกล ระหว่างเมือง และชนบท โดยที่ปรึกษาจะนำตัวแปร "พื้นที่พำนัก" มาไขว้ (Cross-tab) กับ "คุณภาพสัญญาณ" ตอบประเด็นที่ 2 ก. ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหา

หัวข้อ	ชื่อย่อ	หลักการในการออกแบบสอบถาม
		การเข้าถึง ของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ
3. ลักษณะที่อยู่อาศัย	■ บ้านเดี่ยว ■ ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม ■ คอนโดมิเนียม/หอพัก	เพื่อวิเคราะห์ปัญหาเรื่องการติดตั้งเสาอากาศหรือการใช้ระบบส่วนกลาง
1.2 ตัวแปรพื้นฐาน (Core Demographics) ตัวแปรเหล่านี้ใช้เพื่อแยกแยะกลุ่มผู้ชม (Audience Segmentation) ตามมาตรฐานสากล ^{1 2}		
4. เพศ	■ ชาย ■ หญิง ■ LGBTQ+	เพื่อดูความสนใจในประเภทเนื้อหาที่ต่างกัน
5. อายุ	■ Gen Z (13-27 ปี) ■ Gen Y / Millennials (28-43 ปี) ■ Gen X (44-59 ปี) ■ Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป)	แบ่งตาม Generation เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม Generation ต่าง ๆ
6. ระดับการศึกษา	■ ต่ำกว่าปริญญาตรี ■ ปริญญาตรี ■ สูงกว่าปริญญาตรี	เพื่อประเมินความสามารถในการเข้าถึงและทำความเข้าใจเนื้อหาทางการศึกษาและข้อมูลภาครัฐ
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	■ ต่ำกว่า 15,000 บาท (กลุ่มฐานราก/แรงงานขั้นต่ำ) ■ 15,001 – 30,000 บาท (กลุ่มเริ่มมีกำลังซื้อ/ชนชั้นกลางระดับต้น) ■ 30,001 – 50,000 บาท (กลุ่มชนชั้นกลาง/กลุ่มเป้าหมายหลักของ OTT) ■ 50,001 – 100,000 บาท (กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง/Mass Premium) ■ มากกว่า 100,000 บาท ขึ้นไป (กลุ่ม High-end)	เพื่อ วิเคราะห์ ความสามารถในการจ่าย (Affordability) สำหรับบริการ OTT หรือเคเบิลทีวี

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2567). โครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567, สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.).

² Forge, S., Cave, M., Srinuan, C., Srisaracam, S., Oranop, C., Tambini, D., Treerat, N., Bohlin, E., Chaiwat, T., & Micova, S. B. (2567). A Study on the Future of Television Broadcast / Audio-Visual Sector in Thailand under a Rapidly Changing Digital Evolution. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).

หัวข้อ	ชื่อย่อ	หลักการในการออกแบบสอบถาม
1.3 สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Inclusion Variables) จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง³ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปกำหนดนโยบายหรือปรับปรุงบริการให้ตรงจุด (Inclusion & Accessibility) และสามารถตอบประเด็นที่ 2 ก. ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึง ของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ		
8. กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ	■ ผู้สูงอายุ; ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ผู้สูงอายุวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ■ ผู้พิการ; ผู้พิการทางการเห็น ผู้พิการทางการได้ยิน ผู้พิการทางร่างกาย/การเคลื่อนไหว ■ บุคคลทั่วไป	กลุ่มเป้าหมายเฉพาะแบ่งได้ 2 มิติคือ 1. การแบ่งย่อยกลุ่มผู้พิการ เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อทีวีของแต่ละกลุ่มต่างกันอย่างสิ้นเชิง การประเมินคุณภาพสัญญาณและเนื้อหาจึงต้องการข้อมูลเฉพาะกลุ่ม ดังนี้ ผู้พิการทางการเห็น: เพื่อประเมินความต้องการบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description - AD), ผู้พิการทางการได้ยิน: เพื่อประเมินความต้องการล่ามภาษามือ (Sign Language) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption - CC), ผู้พิการทางร่างกาย/การเคลื่อนไหว: เพื่อประเมินความสะดวกในการใช้งานอุปกรณ์ (Remote Control/Set-top Box) 2. การแบ่งย่อยกลุ่มผู้สูงอายุ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและความต้องการข้อมูลภาครัฐจะต่างกันตามช่วงวัย ได้แก่ ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี): กลุ่มนี้มักยังใช้สมาร์ทโฟนและโซเชียลมีเดียได้ดี (Active Aging) มักสนใจเนื้อหาการเตรียมตัวหลังเกษียณหรือสิทธิประโยชน์ ขณะที่ผู้สูงอายุวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป): มักพึ่งพาการดูทีวีแบบ Linear (ตามผังรายการ) เป็นหลัก และอาจมีข้อจำกัดด้านสายตาหรือการได้ยินเพิ่มขึ้น สำหรับการวิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึง (Accessibility Gap) ในพื้นที่ห่างไกลและกลุ่มเปราะบาง ที่ปรึกษาต้องการทราบปัญหาว่าเกิดจาก "เข้าถึงไม่ได้" เป็นเพราะ "ไม่มีสัญญาณทีวี" (ปัญหาทางเทคนิค) หรือ "ไม่มีล่ามภาษามือ" (ปัญหาทางเนื้อหา) การประเมินการสื่อสารข้อมูลภาครัฐ ได้แก่ เนื้อหาการเตือนภัยสำหรับผู้พิการทางการเห็นต้องเน้นเสียงชัดเจน ในขณะที่ผู้พิการทางการได้ยินต้องการกราฟิกหรืออักษรวิ่งที่อ่านง่าย การแยกกลุ่มจะช่วยให้ประเมินได้ว่าการสื่อสารนั้น มีประสิทธิภาพจริง สำหรับทุกคนหรือไม่ สำหรับแนวโน้มในอนาคต การแบ่งกลุ่มดังกล่าว จากงานวิจัยพฤติกรรมการรับชมของสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นฐานผู้ชมหลัก (Mass Audience) ของทีวีดิจิทัลในอนาคต⁴

³ อ้างถึงแล้วใน ¹

⁴ Ofcom. (2024, July 31). Media Nations UK 2024.

หัวข้อ	ชื่อย่อ	หลักการในการออกแบบสอบถาม
1.4 ตัวแปรด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อวิเคราะห์ "ความสามารถในการเข้าถึง" (Accessibility) และ "ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล" (Digital Divide) โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลและกลุ่มเปราะบาง		
9. ประเภทของโทรทัศน์ที่บ้าน Television Device Type	■ ระบบภาคพื้นดิน ■ ระบบดาวเทียม ■ ระบบเคเบิลทีวี ■ ระบบผ่านอินเทอร์เน็ต	เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมของอุปกรณ์ในครัวเรือน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมแบบ Linear vs On-demand แบ่งออกเป็น 1) โทรทัศน์แบบเดิม (Analog TV) เชื่อมต่อกับกล่องรับสัญญาณ (Set-top Box) การแปลความหมายโดยนัย โดยกลุ่มนี้ มักรับชมผ่านเสาอากาศหรือจานดาวเทียมเป็นหลัก เป็นกลุ่มที่อาจเข้าถึงบริการ OTT ได้ยากหากไม่มีอุปกรณ์เสริม 2) ขณะที่ผู้รับชมแบบสมาร์ททีวี (Smart TV) การแปลความหมายโดยนัยคือ ความสามารถในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในตัว มีแอปพลิเคชัน เช่น YouTube, Netflix ซึ่งสะท้อนถึงกลุ่มที่มีความพร้อมในการรับชมแบบ Hybrid 3) ขณะที่ผู้รับชมผ่าน อินเทอร์เน็ตทีวี / กล่องแอนดรอยด์ (Internet TV / Android Box) การแปลความหมายโดยนัยเป็นกลุ่มที่ใช้โทรทัศน์ทั่วไปแต่เปลี่ยนให้เป็นสมาร์ททีวีผ่านกล่อง ซึ่งมักจะรับชมเนื้อหาผ่านออนไลน์เป็นหลัก
10. ช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน (Internet Connectivity)	■ มีอินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ■ ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) ■ ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือ ■ ไม่มีอินเทอร์เน็ต	ช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน เช่น มีอินเทอร์เน็ตบ้าน Fixed Broadband นับเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงสุดในการรับชมแบบความคมชัดสูง (4K/HD) และเข้าถึงเนื้อหาการศึกษาออนไลน์ได้ต่อเนื่อง ขณะที่กลุ่มคนที่ใช้แค่อินเทอร์เน็ตมือถือ นัยมักมีข้อจำกัดเรื่องปริมาณข้อมูล (Data Cap) และความเสถียรของสัญญาณ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการดูทีวีผ่านมือถือมากกว่าหน้าจอใหญ่ ขณะที่กลุ่มไม่มีอินเทอร์เน็ต นัยกลุ่มที่พึ่งพา "โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน" (Terrestrial TV) 100% หากสัญญาณทีวีเข้าไม่ถึง หรือคุณภาพสัญญาณไม่ดี กลุ่มนี้จะถูกตัดขาดจากข้อมูลภาครัฐทันที^{5 6}
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคโทรทัศน์ เพื่อวิเคราะห์ประเด็น พฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 ของผู้ชมในแต่ละภูมิภาค		
11.-15. พฤติกรรมผู้ชมทีวี	■ อุปกรณ์และช่องทางหลักที่ใช้รับชม (Multi-platform Access)	เพื่อวิเคราะห์ให้เห็น มิติ ดังนี้

⁵ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2567). โครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567, สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.).

⁶ Forge, S., Cave, M., Srinuan, C., Srisaracam, S., Oranop, C., Tambini, D., Treerat, N., Bohlin, E., Chaiwat, T., & Micova, S. B. (2567). A Study on the Future of Television Broadcast / Audio-Visual Sector in Thailand under a Rapidly Changing Digital Evolution. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).

หัวข้อ	ชื่อย่อ	หลักการในการออกแบบสอบถาม
	ข้อ 11 ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านช่องทางใดบ้าง ■ รูปแบบการรับชม (Viewing Habits) ข้อ 12 ลักษณะการดูของท่านเป็นแบบใด ■ พฤติกรรมหน้าจอที่สอง (Second Screen Engagement) ข้อ 13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม ข้อ 14 ■ ท่านทราบข่าวสารหรือตัดสินใจดูรายการต่างๆ จากแหล่งใด ■ ความเต็มใจในการจ่ายเพื่อรับชม ข้อ 15 ท่านมีการสมัครสมาชิกแบบชำระเงินเพื่อรับชมเนื้อหาทีวี/วิดีโอหรือไม่	การกระจายตัวของผู้ชม (Audience fragmentation) : จากรายงานผู้ชมของสหราชอาณาจักร⁷พบว่า คนดูไม่ได้หายไปไหน แต่ กระจายกระจาย อยู่ตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลากับแพลตฟอร์ม YouTube และ TikTok มากขึ้น ช่วงความสนใจ (Attention Span) : การถามเรื่องรูปแบบการรับชม (Viewing Habits) จะช่วยในการวิเคราะห์ทฤษฎีการติดต่อเนื้อหาให้เข้ากับพฤติกรรมคนยุคปัจจุบัน คุณค่าทางสังคมของการแบ่งปันข้อมูล (Social Currency)⁸: แนวคิด Social Currency อธิบายว่าผู้คนมักแบ่งปันข้อมูลหรือเนื้อหาที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์และคุณค่าทางสังคมของตน โดยสะท้อนว่าทีวียังมีพลังในการสร้าง "บทสนทนาในสังคม" (Social Conversation) หรือไม่ ซึ่งสำคัญมากต่อประเด็นเนื้อหาการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ
ส่วนที่ 3 การประเมินคุณภาพเนื้อหา ตาม ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน		
16. การประเมินคุณภาพเนื้อหา	ประเมินเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ (ระดับคะแนน 1-5) ได้แก่ ■ ความถูกต้อง: ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านทีวีมีความน่าเชื่อถือเพียงใด ■ ความทันสมัย: การแจ้งเตือนภัย (เช่น ภัยพิบัติ, ข่าวปลอม) มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์หรือไม่	เพื่อประเมินความคุ้มค่าของการใช้คลื่นความถี่สาธารณะในการให้บริการสังคม (Public Service) ที่ปรึกษาได้แบ่งออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ: ในยุคที่มีข่าวปลอม (Fake News) แพร่ระบาด ผลการประชุมกลุ่มย่อยและผลการสนทนากลุ่ม พบว่าโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่ประชาชนเชื่อถือสูงสุด โดยโทรทัศน์ยังรักษาหน้าที่ "ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร" (Gatekeeper) ที่นำเสนอผ่านทางหน้าจอโทรทัศน์ ความทันสมัย (การเตือนภัย): จากข้อเสนอแนะจากผลการประเมินเมื่อปี 2567⁹ ได้ ระบุถึงความจำเป็นในการใช้ทีวีเป็นช่องทางหลักในการแจ้งเตือนภัยพิบัติและ

⁷ Ofcom. (2024, July 31). Media Nations UK 2024.

⁸ Berger, J. (2013). Contagious: Why things catch on. Simon & Schuster.

⁹ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2567). โครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567, สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.).

หัวข้อ	ชื่อย่อ	หลักการในการออกแบบสอบถาม
	■ ความน่าสนใจ: รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาทางการศึกษามีความดึงดูดใจเพียงใด ■ การเข้าถึง: เนื้อหาภาครรัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่มหรือไม่	ข้อมูลฉุกเฉิน ดังนั้นความรวดเร็วเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนโยบายความปลอดภัยสาธารณะ ความน่าสนใจ (เนื้อหาการศึกษา): เพื่อวิเคราะห์ว่าเนื้อหาทางการศึกษาถูกปรับปรุงให้ทันต่อพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนไปหรือไม่ หากนำเสนอไม่น่าสนใจ ผู้ชมมีแนวโน้มจะย้ายไปรับข้อมูลข่าวสารจากแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นแทน การเข้าถึง (Accessibility Features): เนื่องจากการเข้าถึงเป็นไปตามตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2563 ว่าด้วยการจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มเปราะบาง
ส่วนที่ 4 คุณภาพสัญญาณและการร้องเรียน ตามประเด็นที่ 2 ก.ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ		
ข้อ 17 -19 คุณภาพสัญญาณและการร้องเรียน	■ คุณภาพสัญญาณภาพและเสียงในพื้นที่ ■ ปัญหาที่พบในการเข้าถึง ■ ประสิทธิภาพการเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.	เพื่อตรวจสอบความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Gap) ดังนี้ คุณภาพสัญญาณ (ชัดเจน/ขาดหาย): จากข้อเสนอแนะจากผลการประเมินเมื่อปี 2567¹⁰ ระบุถึงข้อร้องเรียนเรื่องโครงข่ายทีวีดิจิทัล (MUX) ที่อาจไม่ครอบคลุมในบางจุด ดังนั้นที่ปรึกษาจึงออกแบบสอบถามเพื่อผู้ตอบหากพบปัญหาจะช่วยระบุพื้นที่ที่มีปัญหา (Dead Zone) ได้จริง อุปสรรคด้านอุปกรณ์ (ความยากในการใช้งาน): จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เทคโนโลยีที่ซับซ้อนขึ้นเป็นอุปสรรคต่อผู้สูงอายุ (Digital Divide) ข้อมูลนี้จะช่วยเสนอแนะให้มีการออกแบบบริบทหรือกล่องที่ใช้ใช้งานง่ายขึ้น (Universal Design)¹¹ ช่องทางการร้องเรียน: เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกลไกคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของ กสทช. ว่าเข้าถึงง่ายและแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ ตามตัวชี้วัดในรายงานประจำปี
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อหาแนวทางพัฒนา (Foresight) สำหรับอนาคต รายงาน Future of Television Broadcast 2024 ของสหราชอาณาจักร¹² เสนอว่าภาครัฐอาจต้องปรับโมเดลการสื่อสารไปสู่ระดับ 5G หรือแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งร่วม (Shared Streaming Platform) ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้จริงจะช่วยยืนยันว่าประชาชนพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงนี้หรือไม่		

¹⁰ อ้างอิงแล้วใน ⁹

¹¹ Forge, S., Cave, M., Srinuan, C., Srisaracam, S., Oranop, C., Tambini, D., Treerat, N., Bohlin, E., Chaiwat, T., & Micova, S. B. (2567). A Study on the Future of Television Broadcast / Audio-Visual Sector in Thailand under a Rapidly Changing Digital Evolution. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).

¹² Ofcom. (2024, July 31). Media Nations UK 2024.

2) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา หลังจากที่ได้สร้างเครื่องมือขึ้น จะนำเครื่องมือต่าง ๆ ไปตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือ โดยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวนอย่างน้อย 3 ราย เพื่อวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence – IOC) ของข้อคำถามทุกข้อ โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \Sigma R/N$$

เมื่อ ΣR แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่า ข้อคำถามข้อนั้นสามารถนำไปใช้ได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

นอกจากนี้ในส่วนของการสอบถามได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพอีก 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) รวมไปถึงความชัดเจนของคำถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สามารถให้คำตอบต่อการวิจัยครั้งนี้ได้

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ปรึกษาได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) กับผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัท (Cronbach' Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปรากฏว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัท (Cronbach' Alpha Coefficient) ส่วนของพฤติกรรมกำหนดยุทธศาสตร์ มีค่าเท่ากับ .932 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือสูงมาก ขณะที่ส่วนการประเมินคุณภาพเนื้อหา มีค่าเท่ากับ .885 ซึ่งอยู่ในระดับที่มีค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือสูง

3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โครงการใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานผ่าน 4 ช่องทาง ดังนี้

3.1) การทบทวนเอกสาร ดำเนินการตลอดระยะเวลาโครงการ รวบรวมจากราชกิจจานุเบกษา เว็บไซต์สำนักงาน กสทช. ฐานข้อมูลวิชาการ รายงานประจำปี และเอกสารจากองค์กรกำกับดูแลสื่อต่างประเทศ

3.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการโดยทีมที่ปรึกษา ใช้เวลา 45-90 นาทีต่อครั้ง บันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียงหรือบันทึกวิดีโอโดยได้รับความยินยอม ถอดความเพื่อการวิเคราะห์ พร้อมผ่านกระบวนการ Member Checking

3.3) การสนทนาเฉพาะกลุ่มและการประชุมกลุ่มย่อย ดำเนินการโดยทีม Moderator และ Note-Taker บันทึกทั้งเสียงและการจดบันทึก จัดทำสรุปผลภายใน 7 วัน

3.4) การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ดำเนินการระหว่างวันที่ 1 มีนาคม – 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2569 ใช้รูปแบบผสมระหว่าง Face-to-Face Interview และ Self-Administered ผ่านระบบออนไลน์

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เปรียบเทียบ (Comparative Critical Analysis) ผ่าน 3 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นการลดข้อมูล (Data Reduction) จัดหมวดหมู่และกำหนดรหัสข้อมูล (Thematic Coding) เพื่อสกัดประเด็นสำคัญจากการถอดความและบันทึกการประชุม
- ขั้นการนำเสนอข้อมูล (Data Display) จัดทำตาราง ผัง และสรุปประเด็นเพื่อให้มองเห็นรูปแบบและความสัมพันธ์ของข้อมูล
- ขั้นการสรุปผลและตรวจสอบ (Conclusion Drawing and Verification) ตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ข้ามแหล่งข้อมูล ระหว่างการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการทบทวนเอกสาร

4.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) พร้อมการวิเคราะห์ตารางไขว้ (Cross-tabulation Analysis) เพื่อเปรียบเทียบผลระหว่างกลุ่ม เช่น การไขว้ระหว่าง 'พื้นที่พำนัก' และ 'คุณภาพสัญญาณ' เพื่อวิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการโทรทัศนระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท โดยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS)

3.3 หลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล

การกำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลอ้างอิงจากกรอบการประเมินผลนโยบายสาธารณะที่ครอบคลุม ซึ่งมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ดังนี้

3.3.1 กรอบอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ใช้บทบัญญัติแห่ง พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

3.3.2 กรอบแผนแม่บทและนโยบาย กสทช. ประเมินความสอดคล้องและความก้าวหน้าของการดำเนินงานเทียบกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563–2568) ฉบับปรับปรุง โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน และแนวทางการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศนของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีผลวัดสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล

3.3.3 กรอบแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประเมินความสอดคล้องระหว่างผลการดำเนินงานจริงกับแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของสำนักงาน กสทช. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยพิจารณาทั้งตัวชี้วัดเชิงผลลัพธ์ (Outcome Indicators) และเชิงผลกระทบ (Impact Indicators) ตลอดจนความสอดคล้องกับแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศนโดยตรง

3.3.4 กรอบความสอดคล้องกับแผนระดับชาติ ประเมินความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายกิจการโทรทัศนของ กสทช. กับแผนระดับชาติ 3 ระดับ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) เป็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยเฉพาะการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล

(Digital Divide) และด้านความมั่นคง เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามรูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล ในลักษณะของความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity)

■ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ในประเด็นการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ และ

■ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580) ในมิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน มิติด้านสังคม มิติด้านทุนมนุษย์ และมิติด้านความเชื่อมั่น

3.3.5 กรอบธรรมาภิบาลองค์กรกำกับดูแลที่ดี อ้างอิงหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (GG Framework) ซึ่งประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ และ 10 หลักการย่อย ดังนี้

1) การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ประกอบด้วย

1.1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดเกิดผลิตภาพที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและบังเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม ทั้งนี้ต้องมีการลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวก และลดภาระค่าใช้จ่าย ตลอดจนยกเลิกภารกิจที่ล้าสมัยและไม่มีความจำเป็น

1.2) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องมีส่วนร่วมทุกฝ่าย ยุทธศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ มีการวางแผนเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและอยู่ในระดับที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน สร้างกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน มีการจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ รวมถึงมีการติดตามประเมินผลและพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด สร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม

2) ค่านิยมประชาธิปไตย (Democratic Value) ประกอบด้วย

2.1) ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องสามารถตอบคำถามและชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัย รวมทั้งต้องมีการจัดวางระบบการรายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ตามเป้า หมายถึง กำหนดไว้ต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและการให้ทุนให้โทษ ตลอดจนมีการจัดเตรียมระบบการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

2.2) เปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา รวมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้ให้ประชาชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนวางระบบให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นไปโดยง่าย

2.3) หลักนิติธรรม (Rule of Law) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องใช้อำนาจของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝ่ายต่าง ๆ

2.4) ความเสมอภาค (Equity) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกด้านชายหญิง ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม และอื่น ๆ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงโอกาสความเท่าเทียมกันของการเข้าถึงบริการสาธารณะของกลุ่มบุคคลผู้ด้อยโอกาสในสังคมด้วย

3) ประชาธิปไตย (Participatory State) ประกอบด้วย

3.1) การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ (Participation/Consensus Oriented) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้งเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิด แก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงานและร่วมตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ต้องมี ความพยายามในการแสวงหาฉันทามติหรือข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจะต้องไม่มีข้อคัดค้านที่หาข้อยุติไม่ได้ในประเด็นที่สำคัญ

3.2) การกระจายอำนาจ (Decentralization) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการควรมีการ มอบอำนาจและกระจายความรับผิดชอบในการตัดสินใจและ การดำเนินการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการโอนถ่ายบทบาทและภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาคส่วนอื่น ในสังคม

4) ความรับผิดชอบทางการบริหาร (Administrative Responsibility) ประกอบด้วย

4.1) คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics) หมายถึง ในการปฏิบัติราชการต้องมี จิตสำนึกความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็น ไปอย่างมีศีลธรรม คุณธรรม และตรงตามความคาดหวัง ของสังคม รวมทั้งยึดมั่นในค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรมสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน และจรรยาบรรณวิชาชีพ ตลอดจนคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ของระบบราชการไทย 8 ประการ

3.3.6 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโดยใช้รูปแบบการประเมินแบบ CIPPI (CIPPI Evaluation Model) การประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ใช้ควบคู่กับการบริหารโครงการ เพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการแบ่งแยกบทบาทระหว่างฝ่ายประเมินกับฝ่าย บริหาร กล่าวคือฝ่ายประเมินมีหน้าที่ระบุ จัดทำ นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้กับฝ่ายบริหาร ส่วนฝ่ายบริหารมี หน้าที่นำผลการประเมินที่ได้รับมาประกอบการตัดสินใจและบ่งชี้ผลลัพธ์ของการดำเนินงานเพื่อดำเนิน กิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการประเมินใน 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. การประเมินบริบท (Context Evaluation) เป็นการประเมินก่อนการดำเนินการต่าง ๆ ของ โครงการว่า องค์กรมีการประเมินหรือพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ ประเด็นปัญหา และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ หรือไม่ โครงการหรือแผนงานต่าง ๆ ขององค์กร สามารถสนองปัญหาหรือความต้องการจำเป็นที่แท้จริงหรือไม่ วัตถุประสงค์ของโครงการชัดเจน เหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร หรือนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ของชาติหรือไม่ เป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในแง่ของโอกาสที่จะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ หรือไม่ เป็นต้น

2. การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึง ความเป็นไปได้ของการดำเนินงานขององค์กร ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินงาน เช่นงบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เวลา รวมทั้งเทคโนโลยีและแผนการดำเนินงาน เป็นต้น รวมถึงการ พิจารณาว่าแผนปฏิบัติงาน หรือขั้นตอนการดำเนินงานมีความเหมาะสมหรือไม่ ระยะเวลาที่ใช้ในการ ดำเนินการต่าง ๆ เหมาะสมหรือพอเพียงสำหรับการดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลหรือไม่

3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการศึกษาต่อจากการประเมินบริบท และปัจจัยนำเข้าว่า กระบวนการดำเนินงานเป็นไปตามแผนการนำโครงการไปปฏิบัติ การจัดองค์การและการ

บริหารทรัพยากรมนุษย์ การนำและการควบคุม และกำหนดการที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ เป็นการประเมินผลเพื่อค้นหาข้อบกพร่อง จุดอ่อน หรือจุดแข็งของกระบวนการบริหารจัดการโครงการที่จะนำโครงการไปสู่การบรรลุเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ว่ามีประสิทธิผล เกิดประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เป็นการประเมินระหว่างการทำงานโครงการ เพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการตรวจสอบกิจกรรม เวลาทรัพยากรที่ใช้ในโครงการภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ โดยมีการบันทึกไว้เป็นหลักฐานทุกขั้นตอน การประเมินกระบวนการนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการค้นหาจุดเด่น หรือจุดแข็ง (Strengths) และจุดด้อย (Weakness) ของนโยบาย/แผนงาน/โครงการ มักจะไม่สามารถศึกษาได้ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการแล้ว การประเมินกระบวนการจะมีบทบาทสำคัญในเรื่องการให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นระยะๆ เพื่อการตรวจสอบการดำเนินของโครงการโดยทั่วไป การประเมินกระบวนการมีจุดมุ่งหมายเพื่อการหาข้อบกพร่องของโครงการ ในระหว่างที่มีการปฏิบัติการ หรือการดำเนินงานตามแผนนั้น และเพื่อหาข้อมูลต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของโครงการ ตลอดจนการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการดำเนินงานของโครงการ

4. การประเมินผลผลิต (Output Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการ หรือความต้องการ/ เป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบเลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการและการประเมินผลผลลัพธ์ (Outcomes) ของนโยบาย / แผนงาน / โครงการโดยอาศัยข้อมูลจากการประเมินสถานะแวดล้อม ปัจจัยเบื้องต้นและกระบวนการร่วมด้วย

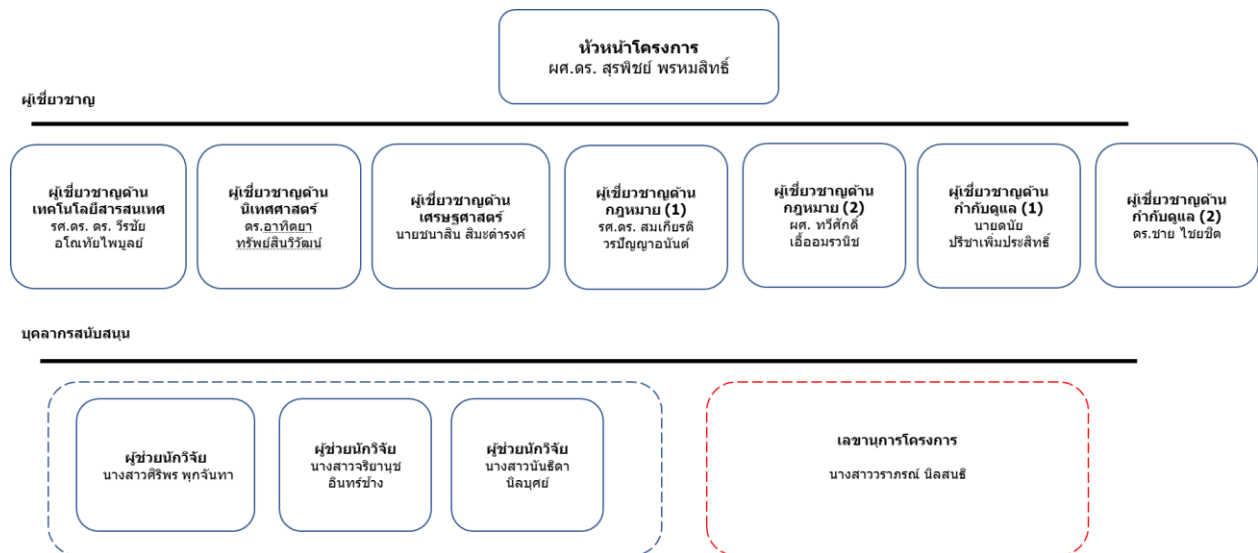
5. การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) เป็นการประเมินผลโครงการ ภายหลังจากการสิ้นสุดการดำเนิน โครงการหรือแผนงาน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลจากการมีโครงการหรือปัจจัยอื่น ๆ รวมถึงการตั้งคำถามถึงผู้รับผลประโยชน์ ว่าจะได้รับผลประโยชน์ที่เกินกว่าความต้องการนั้นมีอะไรบ้าง โดยสิ่งที่ได้รับเกินกว่าความต้องการนั้น ไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือลบล้วนเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้น

3.4 รายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.5 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน และระยะเวลาการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน (Project Plan)	เดือน							
	1	2	3	4	5	6	7	8
รายละเอียดตามขอบเขตงาน								
1. การจัดทำรายงานผลการศึกษารายงานเบื้องต้น (Inception Report)								
1.1 จัดการประชุมเริ่มงาน								
1.2 จัดทำแผนการดำเนินงาน (Project Plan)								
ส่งมอบงานงวดที่ 1 : รายงานผลการศึกษารายงานเบื้องต้น (24 มกราคม 2569)								
2. การจัดทำรายงานความก้าวหน้า (Progress Report)								
2.1 การเตรียมการ และการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงต่างๆที่เกี่ยวข้อง								
(1) รวบรวมบริบทที่สำคัญ								
(2) รวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง								
2.2 เก็บรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสีย								
(1) วางแผนเพื่อสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง								
(2) จัดการประชุมกลุ่มย่อย ในพื้นที่ส่วนกลาง ณ กรุงเทพมหานคร และ/หรือบริเวณชานเมือง จำนวน 4 ครั้ง								
(3) จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ในพื้นที่ส่วนภูมิภาค จำนวน 5 ครั้ง								
(4) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)								
(5) เก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย								
ส่งมอบงานงวดที่ 2 : รายงานความก้าวหน้า (24 พฤษภาคม 2569)								
3. การจัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)								
3.1 ผลการสำรวจข้อมูลที่เป็นข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง								
3.2 นำเสนอข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์								
3.3 ความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์								
3.4 จัดทำ (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report)								
ส่งมอบงานงวดที่ 3 : (ร่าง) รายงานฉบับสมบูรณ์ (23 มิถุนายน 2569)								
4. การจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)								
4.1 จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน และเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ								
(1) จัดการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงาน ไม่น้อยกว่า 100 คน								
(2) จัดเตรียมนิทรรศการเพื่อการเผยแพร่สาธารณะ								
(3) จัดทำวิดีโอ (Video) นำเสนอภาพรวมภารกิจดำเนินงาน ของ กสทช.								
(4) จัดให้มีการถ่ายทอดสดผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ								
4.2 จัดทำ Ebook เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์								
4.3 จัดทำสรุปผลการศึกษาในรูปแบบ Pocket book ขนาด A5								
4.4 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)								
ส่งมอบงานงวดที่ 4 : รายงานฉบับสมบูรณ์ (22 ธันวาคม 2569)								

3.5 โครงสร้างบุคลากรของที่ปรึกษา



ภาพที่ 3.2 โครงสร้างบุคลากร

ตารางที่ 3.6 วิธีการบริหารและการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปรึกษา

บุคลากร	ตำแหน่ง	ประสบการณ์ (ปี)	รายละเอียดการทำงาน
ผศ.ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์	หัวหน้าโครงการ	๒๔	บริหารโครงการ วางแผน และติดตามความคืบหน้าของโครงการ ศึกษาปัญหา พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาให้งานบรรลุเป้าหมาย กำหนดวิธีการและแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการให้บุคลากรดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ควบคุมคุณภาพของงาน บริหารทรัพยากรของโครงการ บริหารความเสี่ยง และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของโครงการ
รศ.ดร.วีรชัย โอโธทัยโพธิ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	๒๔	- ศึกษาวิจัย วิเคราะห์ และดำเนินการตามขอบเขตงาน ๔.๑-๔.๔
ผศ.ดร.อาทิตย์ยา ทรัพย์สินวิวัฒน์	ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์	๑๙	- ดำเนินการแก้ไขปัญหา ลดความเสี่ยงของการดำเนินโครงการให้บรรลุเป้าหมาย
นายชนาสัน สิมะดำรงค์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์	๒๘	- ดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินผล เพื่อรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินงานของโครงการ
รศ.ดร. สมเกียรติ วรปัญญาอนันต์	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย คนที่ ๑	๔๑	- บริหารงบประมาณโครงการให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
ผศ.ทวีศักดิ์ เอื้ออมรรณิษ	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย คนที่ ๒	๒๓	- ตรวจสอบคุณภาพ ปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นชอบของคณะกรรมการ
นายดนัย ปรีชาเพิ่มประสิทธิ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านกำกับดูแล คนที่ ๑	๒๒	
ดร.ชาย ไขยชิต	ผู้เชี่ยวชาญด้านกำกับดูแล คนที่ ๒	๑๔	
นางสาวศิริพร พุกจันทา	ผู้ช่วยนักวิจัย (๑)	๒๙	สนับสนุนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล
นางสาวรียานูช อินทร์ช้าง	ผู้ช่วยนักวิจัย (๒)	๑๘	แก้ไข ปรับปรุง คุณภาพของรายงานให้สอดคล้องและผ่านความเห็นชอบ
นางสาวนันธิดา นิลบุญ	ผู้ช่วยนักวิจัย (๓)	๒๒	ประสานงานระหว่างหน่วยงานและคณะที่ปรึกษา
นางสาววารกรณ์ นิลสนธิ	เลขานุการโครงการ	๙	สนับสนุนการจัดเอกสารรายงาน และการประสานงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3.7 ตำแหน่งและระยะเวลาการทำงานของบุคลากรที่ปรึกษา

		ระยะเวลา (เดือน)							
รายชื่อ	ตำแหน่ง	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘
บุคลากรหลัก									
๑. ผศ.ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์	หัวหน้าโครงการ	■	■	■	■	■	■		
๒. รศ.ดร.วีรชัย อโณทัยไพบูลย์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	■	■	■	■	■	■	■	
๓. ผศ.ดร.อาทิตย์ ทรัพย์สินวิวัฒน์	ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์	■	■	■	■	■	■		
๔. นายชนาสิน สิมะคำรงค์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์	■	■	■	■	■	■		
๕. รศ.ดร. สมเกียรติ วรรณานันต์	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย คนที่ ๑	■	■	■	■	■	■		
๖. ผศ.ทวิศักดิ์ เอื้ออมรวิช	ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย คนที่ ๒	■	■	■	■	■	■		
๗. นายดนัย ปรึกษาเพิ่มประสิทธิ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านกำกับดูแล คนที่ ๑	■	■	■	■	■	■		
๘. ดร.ชาย ไซยชิต	ผู้เชี่ยวชาญด้านกำกับดูแล คนที่ ๒	■	■	■	■	■	■		
บุคลากรสนับสนุน									
๙. นางสาวศิริพร พุกจันทา	ผู้ช่วยนักวิจัย (๑)	■	■	■	■	■	■	■	
๑๐. นางสาวจริยานุช อินทร์ช้าง	ผู้ช่วยนักวิจัย (๒)	■	■	■	■	■	■	■	
๑๑. นางสาวนันธิดา นิลบุศย์	ผู้ช่วยนักวิจัย (๓)	■	■	■	■	■	■	■	
๑๒. นางสาววราภรณ์ นิลสนธิ	เลขานุการโครงการ	■	■	■	■	■	■	■	■

3.6 รูปแบบการดำเนินการจัดประชุม และการสัมภาษณ์เชิงลึก

รูปแบบการดำเนินการจัดประชุม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.6.1 การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting)

1) วัตถุประสงค์: เพื่อรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียและผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ส่วนกลาง โดยเน้นกลุ่มที่มีบทบาทในเชิงนโยบายและการประกอบกิจการ

2) จำนวนครั้งในการจัดประชุม: จำนวน 4 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 และ 2 สำหรับประเด็นที่ 1 ครั้งที่ 3 และ 4 สำหรับประเด็นที่ 2

3) สถานที่ในการจัดประชุม: กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในพื้นที่ที่ปรึกษาจัดประชุมที่ โรงแรมมารี ดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ครั้ง

4) ผู้เข้าร่วม: จำนวนไม่น้อยกว่า 20 คนต่อครั้ง ประกอบด้วย ตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการ องค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรที่เกี่ยวข้อง

5) กระบวนการ: ช่วงที่ 1 นำเสนอข้อมูลพื้นฐานและกรอบประเด็น (30 นาที) ช่วงที่ 2 อภิปรายกลุ่มตามประเด็น Round Table (90 นาที) และช่วงที่ 3 นำเสนอสรุปผลและแลกเปลี่ยนข้ามกลุ่ม (30 นาที) โดยที่ปรึกษาดำเนินการจัดรูปแบบการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในรูปแบบตัว U (U Shape) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการประชุมสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษาได้อย่างครบถ้วน โดยที่ปรึกษาจะเป็นผู้ดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยและสรุปตามประเด็นการศึกษา

6) ผลลัพธ์: รายงานสรุปผลการประชุมแต่ละครั้ง พร้อมเอกสารประกอบและรายชื่อผู้เข้าร่วม

ตารางที่ 3.8 แสดงวันและเวลาในการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting)

ที่	กิจกรรม	วันที่	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย
1	ประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 1 (ประเด็น 1)	12 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	ผู้ประกอบการ MUX นักวิชาการ
2	ประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 2 (ประเด็น 1)	19 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	ผู้ประกอบการ นักวิชาการ OTT
3	ประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 3 (ประเด็น 2)	26 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	ผู้ผลิตเนื้อหา นักวิชาการ กลุ่ม เปราะบาง
4	ประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 4 (ประเด็น 2)	5 มีนาคม 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	หน่วยงานเตือนภัย กสทช.

3.6.2 การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

1) วัตถุประสงค์: เพื่อรวบรวมข้อมูลและมุมมองจากผู้มีส่วนได้เสียในระดับภูมิภาค ครอบคลุมความหลากหลายของบริบทพื้นที่และกลุ่มประชากร

2) จำนวนครั้งและพื้นที่ในการจัดประชุม: จำนวน 5 ครั้ง ใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ภาคกลาง (จังหวัดฉะเชิงเทรา) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี) ภาคใต้ (จังหวัดภูเก็ต) และภาคตะวันออก (จังหวัดระยอง)

3) ผู้เข้าร่วม: จำนวนไม่น้อยกว่า 50 คนต่อครั้ง แบ่งเป็น 4 กลุ่มย่อย ประกอบด้วย 1) สำนักงาน กสทช. เขต หรือ ภาค และ หน่วยงานของรัฐ ผู้ประกอบกิจการด้านกิจการโทรทัศน์ อาทิ ทีวีสจิจิตอล หรือเคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม หรือ IPTV 2) หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนในการกิจต่างๆ เช่น การศึกษา สาธารณสุข การเตือนภัย การดูแลกลุ่มเปราะบาง เป็นต้น 3) กลุ่มประชาชนเปราะบาง คือ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และเยาวชน และ 4) กลุ่มประชาชนทั่วไปผู้รับชมโทรทัศน์ดิจิทัล

4) กระบวนการ: ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง มี Moderator 4 คน และผู้ช่วยบันทึก 2 คน ดำเนินการถอดความและวิเคราะห์ผลภายหลัง โดยที่ปรึกษาจะจัดรูปแบบการประชุมโดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ โดยเริ่มจากการบรรยายโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ จะมีการจัดรูปแบบการประชุมแบบห้องเรียน เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมการประชุมได้รับฟังการบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา และหลังจากนั้นจะแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมการประชุมออกเป็น 4 กลุ่มย่อย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีโอกาส แลกเปลี่ยนความรู้ และนำเสนอข้อเสนอแนะในประเด็นที่ศึกษา และตอนสุดท้ายของการประชุมจะเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมนำเสนอความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา

5) แนวทางดำเนินการ: แบ่งกลุ่มย่อยให้มีลักษณะใกล้เคียงกัน (Homogeneous) เพื่อให้เกิดพลวัตในการแลกเปลี่ยน และจัดสภาพแวดล้อมที่ผู้เข้าร่วมรู้สึกสะดวกใจในการแสดงความคิดเห็น

6) ผลลัพธ์: รายงานสรุปผลการประชุมแต่ละครั้ง พร้อมเอกสารประกอบและรายชื่อผู้เข้าร่วม

ตารางที่ 3.9 แสดงวันและเวลาในการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ที่	กิจกรรม	วันที่	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย
1	Focus Group ภาคเหนือ	12 มีนาคม 2569	โรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่	ผู้มีส่วนได้เสียภาคเหนือ
2	Focus Group ภาคกลาง	16 มีนาคม 2569	โรงแรมชั้นธารา จังหวัดฉะเชิงเทรา	ผู้มีส่วนได้เสียภาคกลาง
3	Focus Group ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2 เมษายน 2569	โรงแรมอัมมาน ยูนิค จังหวัดอุดรธานี	ผู้มีส่วนได้เสียภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
4	Focus Group ภาคใต้	10 เมษายน 2569	โรงแรมเดอะ พาโก้ จังหวัดภูเก็ต	ผู้มีส่วนได้เสียภาคใต้
5	Focus Group ภาคตะวันออก	28 เมษายน 2569	โรงแรมแทมมารินด์ จังหวัดระยอง	ผู้มีส่วนได้เสียภาค ตะวันออก

3.6.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

1) รูปแบบ: สัมภาษณ์รายบุคคลหรือกลุ่มเล็ก 2–3 คน ใช้เวลา 45–90 นาที ทั้งในรูปแบบ Face-to-Face และออนไลน์ผ่านระบบประชุมทางไกล บันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียงหรือบันทึกวิดีโอโดยได้รับความยินยอม ถอดความและจัดเก็บตามมาตรฐาน Data Processing Agreement (DPA) ที่ตกลงกับสำนักงาน กสทช.

2) ผู้เข้าร่วม: จำนวนไม่น้อยกว่า 25 คน ครอบคลุม กสทช./ผู้แทน เลขาธิการ กสทช./ผู้แทน ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตภูมิภาค และผู้ประกอบการ/ผู้มีส่วนได้เสียใน 5 ภูมิภาค

3) ผลลัพธ์: ผลการสัมภาษณ์ผ่านกระบวนการ Member Checking โดยตรวจสอบความถูกต้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

บทที่ 4

ผลการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ประจำปี 2568 ครั้งนี้ ทางที่ปรึกษาได้มีการออกแบบวิธีการ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้เครื่องมือแบบผสมผสาน โดยมีการใช้กิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 4 กิจกรรม ได้แก่ 1) การประชุมกลุ่มย่อย 2) การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก และ 4) การสำรวจเชิงปริมาณ เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกันโยบาย โดยมีรายละเอียดผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย ณ กรุงเทพมหานคร และ/หรือปริมณฑล จำนวน 4 ครั้ง

การจัดการประชุมกลุ่มย่อย ที่ปรึกษาได้จัดประชุมที่ โรงแรมอมารี ดอนเมือง ทั้ง 4 ครั้ง ประกอบด้วย ครั้งที่ 1 วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2569 และครั้งที่ 2 วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2569 สำหรับการเก็บข้อมูลประเด็นที่ 1 ส่วนครั้งที่ 3 วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2569 และครั้งที่ 4 วันที่ 5 มีนาคม 2569 สำหรับการเก็บข้อมูลประเด็นที่ 2 โดยที่ปรึกษาเป็นผู้เชิญหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม อาทิเช่น ตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ตัวแทนผู้ประกอบการ องค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรที่เกี่ยวข้อง และ/หรือผู้มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวนผู้เข้าประชุมกลุ่มย่อย ทั้งสิ้น 127 คน โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงวันและเวลาในการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting)

ที่	กิจกรรม	วันที่	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน ผู้เข้าร่วม (คน)
1	ครั้งที่ 1 (ประเด็น 1)	12 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	1. ผู้ประกอบการ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2. ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล (MUX) 3. บริษัทที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี 5G Broadcasting และโครงข่าย 4. นักวิชาการ 5. นักวิชาชีพ ผู้ผลิตเนื้อหา ผู้ทำงาน ในอุตสาหกรรม 6. กสทช. 7. ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ	32
2	ครั้งที่ 2 (ประเด็น 1)	19 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	1. ผู้ประกอบการ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2. นักวิชาการ 3. นักวิชาชีพ ผู้ผลิตเนื้อหา ผู้ทำงาน ในอุตสาหกรรม 4. นักวิชาชีพ ด้านโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ 5. กสทช. 6. ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ	30

ที่	กิจกรรม	วันที่	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน ผู้เข้าร่วม (คน)
3	ครั้งที่ 3 (ประเด็น 2)	26 กุมภาพันธ์ 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	1. ผู้ประกอบการ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2. นักวิชาการ 3. นักวิชาชีพ ผู้ผลิตเนื้อหา ผู้ทำงาน ในอุตสาหกรรม 4. ผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาและความ หลากหลาย 5. ตัวแทนผู้สูงอายุ และผู้พิการ 6. กสทช. 7. ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ	30
4	ครั้งที่ 4 (ประเด็น 2)	5 มีนาคม 2569	โรงแรมอมารี ดอนเมือง	1. ผู้ประกอบการ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 2. นักวิชาการ 3. นักวิชาชีพ ผู้ผลิตเนื้อหา ผู้ทำงาน ในอุตสาหกรรม 4. หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการ ส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ 5. ตัวแทนผู้สูงอายุ และผู้พิการ 6. ตัวแทนหน่วยงานด้านการศึกษา 7. กสทช. 8. ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ	35

การรับฟังความคิดเห็นการประชุมกลุ่มย่อย แบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน และ 2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน แต่ทั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมผลที่พบว่ามีข้องเกี่ยวกับประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะจากวุฒิสภา จากการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เพิ่มเติมด้วยเช่นกัน

โดยสามารถสรุปภาพรวมรายละเอียดจากการประชุมกลุ่มย่อยในแต่ละรายประเด็นดังนี้ (รายละเอียดของผลการประชุมกลุ่มย่อยแต่ละครั้ง รายชื่อ และภาพประกอบการประชุม แสดงในภาคผนวก)

1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.1) โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

1.1.1 โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้กฎหมายและการแข่งขันที่เข้มข้น โดยเฉพาะการเติบโตของบริการ OTT และแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ส่งผลให้

เกิดความแตกต่างด้านต้นทุนและภาระหน้าที่ระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ดั้งเดิมกับแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลยังคงต้องแบกรับต้นทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดดูแลจากภาครัฐ ขณะที่แพลตฟอร์มออนไลน์มีความคล่องตัวสูงกว่าและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรงผ่านระบบดิจิทัล

รายได้จากโฆษณาทีวีมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสื่อโทรทัศน์ ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาถูกย้ายไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำ วัดผลได้แบบเรียลไทม์ และมีต้นทุนที่ยืดหยุ่นกว่า ส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ต้องปรับตัวสู่รูปแบบธุรกิจใหม่ เช่น การทำ Cross-platform Media การสร้างรายได้จากลิขสิทธิ์คอนเทนต์ การทำ T-Commerce และการพัฒนาแพ็คเกจโฆษณาแบบ Omnichannel เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ประกอบการจำนวนมากสะท้อนความกังวลต่อความไม่ชัดเจนของแนวทางหลังปี 2570-2571 ซึ่งเป็นช่วงสิ้นสุดใบอนุญาตเดิมของทีวีดิจิทัล หลายฝ่ายมองว่ายังขาดความชัดเจนด้านนโยบายและแผนรองรับในอนาคต ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนระยะยาว การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ และการวางแผนด้านบุคลากร นอกจากนี้ ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับทิศทางของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ว่าจะสามารถแข่งขันกับแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลกได้มากน้อยเพียงใดในระยะต่อไป

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหา ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียที่สามารถกระจายได้อย่างรวดเร็ว แม้ว่าจะมีกฎหมายรองรับ แต่กระบวนการบังคับใช้ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ส่งผลกระทบโดยตรงต่อรายได้และแรงจูงใจในการผลิตเนื้อหาคุณภาพของผู้ประกอบการ

1.1.2) แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

การปรับโครงสร้างองค์กร อุตสาหกรรมสื่อมีแนวโน้มลดจำนวนพนักงานประจำ และหันไปใช้รูปแบบการจ้างงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อควบคุมต้นทุนและรองรับความไม่แน่นอนของตลาด การจ้างงานแบบโครงการจะมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะในสายงานผลิตคอนเทนต์ การถ่ายทอดสด และงานด้านดิจิทัล บุคลากรจำเป็นต้องมีทักษะแบบ Multi-skill สามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่ภายในคนเดียว เช่น การถ่ายทำ ตัดต่อ ถ่ายทอดสด และบริหารแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่กัน หลายองค์กรเริ่มใช้ AI และระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยลดขั้นตอนการทำงาน เช่น การตัดต่อเบื้องต้น การสร้างกราฟิกข่าว หรือการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม ส่งผลให้โครงสร้างองค์กรมีขนาดเล็กลง แต่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางมากขึ้น

ทักษะที่ยังขาดแคลน ผู้เข้าร่วมประชุมสะท้อนว่า แรงงานบางสายงานยังคงขาดแคลนและมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสื่อในอนาคต ได้แก่

- ช่างกล้องและผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสงเชิงศิลป์ ที่สามารถผลิตภาพและงานภาพเคลื่อนไหวคุณภาพสูงได้
- นักเขียนบทโทรทัศน์และนักสร้างสรรค์เนื้อหา ที่สามารถออกแบบ Storytelling ให้เหมาะกับผู้ชมหลายแพลตฟอร์ม
- วิศวกรระบบกระจายเสียงและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิค เช่น RF Engineer ซึ่งยังคงมีบทบาทสำคัญต่อระบบโครงข่ายการออกอากาศ
- ผู้เชี่ยวชาญด้าน LED, Virtual Production และเทคโนโลยี Immersive Media ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตคอนเทนต์ยุคใหม่

■ บุคลากรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงาน (Resilience) สามารถเรียนรู้ทักษะใหม่ ปรับตัวกับเทคโนโลยี และทำงานข้ามสายงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

■ ผู้เชี่ยวชาญด้าน Data Analytics และ AI Content Optimization ซึ่งจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชมและออกแบบคอนเทนต์เฉพาะบุคคล

ผลกระทบจาก AI พบว่าถูกนำมาใช้ในงานด้านสื่อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งงานตัดต่อเบื้องต้น การเขียนข่าวสั้น การสร้างคำบรรยาย การพากย์เสียง และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม ทำให้ตำแหน่งงานสนับสนุนบางส่วนมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากระบบอัตโนมัติสามารถทำงานซ้ำ ๆ ได้รวดเร็วและมีต้นทุนต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม งานด้านการคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์เชิงลึก และการกำหนดทิศทางเนื้อหา ยังคงต้องอาศัยมนุษย์ โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ความละเอียดอ่อนทางสังคม และการผลิตข่าวสารสาธารณะ หลายฝ่ายมองว่า AI จะเป็นเครื่องมือเสริม มากกว่าการทดแทนมนุษย์ทั้งหมด ดังนั้นบุคลากรในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้าน AI Literacy และเรียนรู้การทำงานร่วมกับเทคโนโลยี กระบวนการตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูลจาก AI ยังคงมีความสำคัญ ทำให้ในหลายขั้นตอนยังจำเป็นต้องมี Human-in-the-loop เพื่อควบคุมคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และมาตรฐานวิชาชีพสื่อ โดยเฉพาะในเนื้อหาข่าวสารและรายการที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ

1.2) เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

ประเด็นเม็ดเงินโฆษณาระหว่างสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และ OTT เป็นประเด็นสำคัญที่สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่อไทยอย่างชัดเจน ทั้งในมิติของรายได้ รูปแบบการแข่งขัน พฤติกรรมผู้บริโภค ต้นทุนการผลิต กติกาการกำกับดูแล และบทบาทของ กสทช. ในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมสื่อยุคใหม่

ภาพรวมจากข้อมูลจากผู้เข้าร่วมประชุมสะท้อน พบว่าเม็ดเงินโฆษณารวมของประเทศอยู่ที่ประมาณ 100,000 - 120,000 ล้านบาทต่อปี โดยสื่อโทรทัศน์ยังคงถือสัดส่วนสำคัญประมาณร้อยละ 40 แต่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สื่อดิจิทัลและออนไลน์มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 และเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี แนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า เม็ดเงินโฆษณากำลังเคลื่อนย้ายจากสื่อดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มที่สามารถวัดผลได้แบบเรียลไทม์ มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถเชื่อมโยงกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ละเอียดมากขึ้น โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ วิดีโอแพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดีย และ OTT ที่สามารถเช็คพฤติกรรมผู้บริโภคได้มากกว่าโทรทัศน์

อย่างไรก็ตาม การลดลงของเม็ดเงินโฆษณาทางโทรทัศน์ไม่ได้หมายความว่าโทรทัศน์หมดความสำคัญ หากแต่บทบาทของโทรทัศน์กำลังเปลี่ยนจาก สื่อหลักเพียงช่องทางเดียว ไปสู่การเป็นสื่อหลักด้านความน่าเชื่อถือและการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โทรทัศน์ยังมีจุดแข็งในเชิงความน่าเชื่อถือ เป็นสื่อที่ผู้บริโภคจำนวนมากยังเชื่อถือ โดยเฉพาะในประเด็นข่าว เหตุการณ์วิกฤต กีฬา รายการสด และข้อมูลสาธารณะที่ต้องการความถูกต้องน่าเชื่อถือ ขณะเดียวกัน โทรทัศน์ยังมีบทบาทสำคัญในกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มประชาชนในต่างจังหวัด และกลุ่มเปราะบางที่ยังพึ่งพาการรับชมผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

ในทางตรงกันข้าม สื่อออนไลน์และ OTT มีความได้เปรียบในมิติของการวัดผลและประสิทธิภาพเชิงการตลาด ผู้ลงโฆษณาในปัจจุบันไม่ได้ต้องการเพียงการสร้างการรับรู้เท่านั้น แต่ต้องการเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน เช่น การคลิก การแสดงความคิดเห็น การแชร์ การติดตาม การซื้อสินค้า หรือการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค แพลตฟอร์มออนไลน์จึงตอบโจทย์เรื่องการติดตามผู้บริโภคได้ดีกว่า เพราะสามารถ

วัดผลได้ทันที ทำ Targeted Advertising ได้ละเอียด และปรับแผนการสื่อสารตามข้อมูลผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

แนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมจึงไม่ใช่การแข่งขันแบบทีวีกับออนไลน์ ในลักษณะเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นการแข่งขันในระบบนิเวศสื่อแบบ Cross-platform ที่ลูกค้าและเอเจนซี่ต้องการแพ็คเกจการสื่อสารที่เชื่อมโยงหลายแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน โทรศัพท์อาจทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างภาพจำ และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ขณะที่ออนไลน์และ OTT ทำหน้าที่ขยายผล สร้างปฏิสัมพันธ์ เก็บข้อมูลผู้บริโภค และปิดการขาย การวางตำแหน่งเช่นนี้จะทำให้โทรศัพท์ยังสามารถรักษาบทบาทในห่วงโซ่การสื่อสารได้ แต่ต้องไม่อยู่ในรูปแบบเดิมที่พึ่งพาเรตติ้งหน้าจอเพียงอย่างเดียว

อีกประเด็นสำคัญคือรูปแบบรายได้ของ OTT ที่กำลังเปลี่ยนไปสู่โมเดลแบบผสม หรือ Hybrid Model เช่น บริการรับชมฟรีที่มีโฆษณา บริการแบบสมัครสมาชิก และบริการสตรีมมิงฟรีที่สนับสนุนรายได้ด้วยโฆษณา โมเดลเหล่านี้ทำให้โครงสร้างเม็ดเงินโฆษณากระจายตัวมากขึ้น และบางส่วนไม่ไหลกลับเข้าสู่ระบบโทรศัพท์แบบเดิม ในขณะเดียวกัน OTT ยังสามารถส่งโฆษณาให้ตรงกับผู้ชมแต่ละกลุ่มได้ดีกว่าโทรศัพท์ทั่วไป จึงทำให้แพลตฟอร์ม OTT มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

ความท้าทายสำคัญของอุตสาหกรรมโทรศัพท์ไทยไม่ได้อยู่ที่เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่ความไม่สมดุลด้านกฎระเบียบระหว่างผู้ประกอบการโทรศัพท์ดั้งเดิมกับแพลตฟอร์มออนไลน์และ OTT ผู้ประกอบการโทรศัพท์ต้องอยู่ภายใต้กฎกำกับหลายด้าน เช่น เวลาโฆษณา การควบคุมเนื้อหา ผังรายการ การตรวจสอบถ้อยคำหรือการนำเสนอสินค้า ขณะที่แพลตฟอร์มออนไลน์และ OTT โดยเฉพาะแพลตฟอร์มข้ามชาติ ยังไม่ได้อยู่ภายใต้กรอบกำกับเดียวกัน ความไม่สมดุลนี้ทำให้ต้นทุนและข้อจำกัดในการแข่งขันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และทำให้ผู้ประกอบการโทรศัพท์ไทยเสียเปรียบในเชิงธุรกิจ

ประเด็นเร่งด่วนอีกประการหนึ่ง คือ ระบบการวัดผลผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา ปัจจุบันการพึ่งพา TV Rating เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการอธิบายพฤติกรรมผู้ชมในยุค Cross-media เพราะผู้ชมไม่ได้รับชมเนื้อหาผ่านหน้าจอโทรศัพท์เพียงช่องทางเดียวอีกต่อไป เนื้อหาโทรศัพท์จำนวนมากถูกรับชมผ่าน YouTube, Facebook, TikTok, OTT, เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มของสถานีเอง ดังนั้น การวัดผลควรพัฒนาไปสู่การวัดผลข้ามแพลตฟอร์มเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับตัว

จากการประชุมยังพบอีกว่า วัฒนธรรมการรับชมแบบ On-demand กลายเป็นพฤติกรรมปกติของผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้ยึดติดกับอุปกรณ์โทรศัพท์อีกต่อไป แต่ยังรับชมเนื้อหาโทรศัพท์ผ่านอุปกรณ์อื่น เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตทีวี การรับชมแบบ Real-time ยังมีความสำคัญเฉพาะบางประเภทเนื้อหา เช่น ข่าวด่วน เหตุการณ์วิกฤต กีฬา รายการสด หรือปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผู้ชมต้องการรับรู้พร้อมกัน ขณะที่เนื้อหาบันเทิงทั่วไปต้องแข่งขันกับคอนเทนต์ออนไลน์จำนวนมากที่เข้าถึงง่ายและมีรูปแบบหลากหลายกว่า

อุตสาหกรรมโทรศัพท์จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาไปสู่ Hybrid Content Strategy กล่าวคือ ไม่ผลิตเนื้อหาเพื่อออกอากาศทางทีวีเพียงเวอร์ชันเดียว แต่ต้องออกแบบตั้งแต่ต้นให้สามารถแตกเป็นเนื้อหาหลายรูปแบบ เช่น เวอร์ชันเต็มสำหรับโทรศัพท์ คลิปสั้นสำหรับโซเชียลมีเดีย เบื้องหลังสำหรับออนไลน์ คอนเทนต์ชวนมีส่วนร่วมสำหรับ TikTok หรือ Reels และเนื้อหาเชิงลึกสำหรับ OTT วิธีคิดนี้จะช่วยเพิ่มมูลค่าของเนื้อหาเดิม ลดการพึ่งพารายได้จากโฆษณาทีวีเพียงช่องทางเดียว และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ให้แก่ผู้ผลิตเนื้อหา

1.3) ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบ โครงข่าย

สรุปเนื้อหาสำคัญจากมุมมองจากภาควิชาการและวิชาชีพเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางเทคนิค ความคุ้มค่าในการลงทุน และแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรคลื่นความถี่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะโดยมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1.3.1) ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและวิวัฒนาการของ 5G Broadcasting ในทางวิชาการ เทคโนโลยี 5G Broadcasting หรือ LTE-based Terrestrial Broadcast ถูกนิยามว่าเป็นการหลอมรวมระหว่างเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงและระบบโทรคมนาคมเข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ จุดเด่นสำคัญที่นักวิชาการให้ความสำคัญคือความสามารถในการส่งสัญญาณภาพและเสียงคุณภาพสูงไปยังสมาร์ทโฟนโดยตรงโดยไม่ต้องพึ่งพาอินเทอร์เน็ต ไม่ต้องใส่ซิมการ์ด และไม่มีค่าใช้จ่ายด้านข้อมูลสำหรับผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นการทลายข้อจำกัดเดิมของระบบ DVB-T2 ที่เน้นการรับชมผ่านหน้าจอโทรทัศน์ภายในบ้านเป็นหลัก นอกจากนี้ เทคโนโลยีนี้ยังช่วยลดปัญหาความแออัดของข้อมูล (Data Congestion) ในโครงข่ายโทรคมนาคมเมื่อมีผู้ชมรายการสดพร้อมกันจำนวนมาก เช่น การถ่ายทอดสดกีฬาหรือเหตุการณ์สำคัญระดับชาติ อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของนักวิชาชีพ ความเป็นไปได้ทางเทคนิคต้องควบคู่ไปกับ "ความพร้อมของระบบนิเวศ" (Ecosystem) โดยเฉพาะในส่วนของผู้ประกอบการรับสัญญาณหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้ว่าสถานีส่งสัญญาณจะสามารถปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีได้ แต่หากผู้ผลิตอุปกรณ์รายใหญ่ของโลกไม่บรรจุชิปเซ็ตหรือเปิดฟังก์ชันรับสัญญาณ 5G Broadcast ในเครื่องที่จำหน่ายในไทย เทคโนโลยีนี้ก็อาจไม่สามารถเข้าถึงประชาชนในวงกว้างได้ ดังนั้น ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแล ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลกจึงเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จในเชิงปฏิบัติ

1.3.2) ยุทธศาสตร์การลงทุนและการระดมทุนของผู้ให้บริการโครงข่าย ประเด็นการลงทุนในระบบโครงข่ายถือเป็นความท้าทายหลักที่นักวิชาชีพให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ในปัจจุบันได้ลงทุนในระบบ DVB-T2 ไปเป็นจำนวนมากและยังอยู่ระหว่างการคืนทุน การเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีใหม่หลังปี 2572 จำเป็นต้องมีการลงทุนใหม่ทั้งในส่วน of ระบบ Core Network และเครื่องส่งสัญญาณที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ในสถานะที่รายได้จากการโฆษณาในอุตสาหกรรมทีวีลดลงอย่างต่อเนื่อง การจะให้ผู้ประกอบการแบกรับต้นทุนการลงทุนใหม่ทั้งหมดเพียงลำพังจึงเป็นไปได้ยากในเชิงธุรกิจ นักวิชาการนำเสนอทางออกในรูปแบบของ "การใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน" (Infrastructure Sharing) เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการลงทุน โดยเสนอให้มีการบูรณาการเสาส่งสัญญาณและอุปกรณ์ร่วมกันระหว่างภาคบรอดแคสต์และโทรคมนาคม ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนรวมของประเทศได้มหาศาล นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอให้ภาครัฐสนับสนุนเงินทุนผ่านกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) หรือกองทุน USO เพื่ออุดหนุนการเปลี่ยนผ่านอุปกรณ์ส่งสัญญาณและเครื่องรับสัญญาณสำหรับประชาชนในช่วงเริ่มต้น

1.3.3) การบริหารจัดการคลื่นความถี่ย่าน UHF และความมั่นคงของอุตสาหกรรมสื่อ ความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรคลื่นความถี่ย่าน UHF (470-694 MHz) ระหว่างกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมเป็นประเด็นที่ทั้งสองฝ่ายให้ความสำคัญ ในมุมมองนักวิชาการ การรักษาคลื่นย่านนี้ไว้สำหรับ 5G Broadcasting คือการรักษาสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารขั้นพื้นฐานของประชาชนอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง หากปล่อยให้คลื่นความถี่ทั้งหมดถูกโอนย้ายไปสู่ภาคโทรคมนาคมเพื่อทำธุรกิจ 5G Unicast เพียงอย่างเดียว อาจนำไปสู่ภาวะ "ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล" (Digital Divide) เนื่องจากประชาชนผู้มีรายได้น้อยอาจไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสำคัญได้หากต้องจ่ายค่าอินเทอร์เน็ต ทางฝั่งนักวิชาชีพ

มองว่า การมีแผนแม่บทการใช้คลื่นความถี่ (Spectrum Roadmap) ที่ชัดเจนก่อนปี 2572 เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนธุรกิจและการลงทุนในระยะยาวได้อย่างมั่นใจ ความไม่แน่นอนทางนโยบายถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การทดลองเทคโนโลยีใหม่ชะงักงัน ดังนั้น กสทช. จึงควรเป็นแกนกลางในการกำหนดสัดส่วนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดความสมดุลระหว่างการหารายได้จากการประมูลเพื่อโทรคมนาคม และการรักษาพื้นที่สำหรับการให้บริการสาธารณะผ่านเทคโนโลยีการแพร่ภาพยุคใหม่

1.3.4) พฤติกรรมผู้บริโภคและการปรับตัวของเนื้อหารายการ (Content) ข้อสรุปที่เด่นชัดจากการประชุมคือ "เทคโนโลยีเป็นเพียงท่อส่งสัญญาณ แต่สิ่งที่ดึงดูดผู้ชมคือเนื้อหา" ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพเห็นตรงกันว่า พฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันต้องการความสะดวกสบายในการรับชมได้ "ทุกที่ ทุกเวลา และบนทุกอุปกรณ์" ความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสัญญาณเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับว่าสถานีโทรทัศน์จะสามารถผลิตเนื้อหาที่ตอบโจทย์เฉพาะเจาะจง (Personalized Content) และการโต้ตอบ (Interactive) ได้มากน้อยเพียงใด ในส่วนของนักวิชาชีพในอุตสาหกรรมสื่อตั้งข้อสังเกตว่า 5G Broadcasting จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ "ฟรีทีวี" สามารถแข่งขันกับแพลตฟอร์ม OTT ระดับโลกได้ โดยอาศัยจุดแข็งเรื่องความหน่วงต่ำ (Low Latency) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าการชมผ่าน YouTube หรือ Facebook Live ในขณะที่มีคนรับชมพร้อมกันจำนวนมาก นอกจากนี้ระบบ 5G Broadcast ยังมีศักยภาพในการเป็นโครงข่ายหลักสำหรับการแจ้งเตือนภัยพิบัติแห่งชาติ (Emergency Warning System) ซึ่งเป็นภารกิจสำคัญของบริการสาธารณะที่อินเทอร์เน็ตทั่วไปอาจล้มเหลวได้ในภาวะวิกฤต

1.3.5) บทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลและแผนการดำเนินงานในอนาคต ความต้องการที่ชัดเจนที่สุดจากทุกภาคส่วนคือการจัดทำ Sandbox หรือพื้นที่ทดลองทดสอบเทคโนโลยี 5G Broadcasting ในพื้นที่นำร่อง นักวิชาการเสนอว่าควรมีการทดลองทั้งในแง่เทคนิคการส่งสัญญาณและการยอมรับของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายก่อนปี 2572 นอกจากนี้ กสทช. ต้องทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระดับสูงเพื่อดึงผู้ประกอบการโครงข่าย เจ้าของคอนเทนต์ และผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มาหารือร่วมกัน เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจ (Business Model) ใหม่ที่ทุกฝ่ายสามารถอยู่รอดได้ ในส่วนของการลงทุนโครงข่ายอนาคต นักวิชาชีพเสนอให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเช่าใช้โครงข่าย (MUX Rental) และการกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรม การสนับสนุนจากภาครัฐในด้านภาษีหรือมาตรการจูงใจสำหรับการนำเข้าอุปกรณ์ที่รองรับเทคโนโลยีใหม่ จะเป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านที่รวดเร็วขึ้น

ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยี 5G Broadcasting ในประเทศไทยมีความชัดเจนในมิติของความจำเป็นเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการคงอยู่ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในยุคดิจิทัล แต่มีความท้าทายสูงในมิติของความคุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์และความพร้อมของเครื่องรับสัญญาณ การลงทุนโครงข่ายในอนาคตไม่ควรเป็นการรื้อถอนระบบเดิมทิ้งทั้งหมด แต่ต้องเป็นการต่อยอดอย่างมีกลยุทธ์ผ่านการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันและการแบ่งปันทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จคือ "แผนแม่บทที่จับต้องได้" จากหน่วยงานกำกับดูแลที่ต้องเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันนี้ เพื่อให้ปี พ.ศ. 2572 ไม่ใช่จุดสิ้นสุดของทีวีดิจิทัล แต่เป็นจุดเริ่มต้นของยุค "โทรทัศน์บนหน้าจอพกพา" ที่ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ฟรีและเท่าเทียม ตามหลักการของการให้บริการสาธารณะขั้นพื้นฐานอย่างแท้จริง

1.4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

ผลจากการประชุมกลุ่มย่อยฯ สะท้อนตรงกันว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคหลังยุคโควิด-19 เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน ผู้ชมจำนวนมากไม่ได้เลิกดูทีวี แต่เปลี่ยนวิธีการรับชมจากเดิมที่เคยรับชมผ่านตารางผังรายการ มาเป็นการเลือกดูเนื้อหาตามความต้องการของตนเองในช่วงเวลาที่สะดวก ซึ่งกลายเป็นวัฒนธรรมการบริโภคสื่อรูปแบบใหม่ของสังคมไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่

ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับ ความสะดวก ความรวดเร็ว และการเลือกควบคุมเนื้อหาได้ด้วยตนเองมากขึ้น ส่งผลให้แพลตฟอร์ม Streaming และ OTT สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมดังกล่าวได้ดีกว่าระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ผู้ชมไม่จำเป็นต้องรอชมรายการตามเวลาที่สถานีกำหนดอีกต่อไป แต่สามารถเลือกรับชมย้อนหลัง ชำนิโฆษณา หรือเลือกดูเฉพาะเนื้อหาที่ตนสนใจได้ทันที ทำให้แนวคิดเรื่อง Prime Time หรือช่วงเวลาทองของโทรทัศน์เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

อย่างไรก็ตาม แม้ OTT และ Streaming จะเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ผลการประชุมสะท้อนว่า โทรทัศน์ยังไม่ได้หมดบทบาทในระบบสื่อไทย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ ประชาชนในต่างจังหวัด และกลุ่มเปราะบางที่ยังเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์ดิจิทัลได้จำกัด โทรทัศน์ภาคพื้นดินยังคงเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงข่าวสาร ข้อมูลสาธารณะ และการสื่อสารในภาวะวิกฤต ขณะเดียวกัน ในช่วงที่เกิดเหตุการณ์สำคัญ เช่น ภัยพิบัติ ขวาค่วน เหตุการณ์ระดับชาติ หรือการแข่งขันกีฬาขนาดใหญ่ ผู้บริโภคจำนวนมากยังคงกลับมารับชมผ่านโทรทัศน์ เนื่องจากมองว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ทั่วไป

สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนว่า ในอนาคตโทรทัศน์อาจไม่ได้ทำหน้าที่เป็น สื่อบันเทิงหลักเหมือนในอดีต แต่จะเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็น Public Infrastructure Medium หรือสื่อโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ที่มีหน้าที่ด้านความน่าเชื่อถือ การสื่อสารในภาวะวิกฤต การแจ้งเตือนภัย การสร้างความเข้าใจรวมของสังคม และการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ขณะที่ OTT และ Streaming จะทำหน้าที่เป็น Personalized Consumption Medium หรือสื่อเพื่อการบริโภคเฉพาะบุคคล ที่เน้นประสบการณ์เฉพาะกลุ่ม ความยืดหยุ่น และการตอบสนองต่อความสนใจของผู้ชมแต่ละคน

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหา ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในยุคใหม่ไม่สามารถออกแบบเนื้อหาเพื่อออกอากาศเพียงหน้าจอเดียวได้อีกต่อไป แต่จำเป็นต้องคิดตั้งแต่ต้นว่า เนื้อหาจะถูกนำไปใช้อย่างไรในหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน เช่น เวอร์ชันเต็มสำหรับโทรทัศน์ คลิปสั้นสำหรับ TikTok หรือ Reels เนื้อหาเบื้องหลังสำหรับ YouTube และการสื่อสารแบบ Interactive สำหรับ Social Media ดังนั้น การผลิตเนื้อหาในยุคหลังปี 2572 จะไม่ได้แข่งขันกันเฉพาะเรื่องเรตติ้ง แต่แข่งขันกันที่ Engagement หรือความสามารถในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ดังนั้น แนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 จะไม่ใช่เพียงการนำเนื้อหาเดียวกันไปเผยแพร่หลายช่องทาง แต่คือการออกแบบประสบการณ์สื่อแบบเชื่อมโยง ที่ผู้ชมสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างแพลตฟอร์มได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ดูรายการผ่านทีวี แล้วไปติดตามคลิปเพิ่มเติมในออนไลน์ หรือร่วมกิจกรรมผ่านโซเชียลมีเดียต่อทันที แนวคิดนี้จะทำให้เส้นแบ่งระหว่าง ทีวี ออนไลน์ และ OTT ค่อย ๆ เลือนหายไป และเปลี่ยนเป็นการแข่งขันกันในฐานะ =ระบบนิเวศของเนื้อหา

อีกประเด็นที่หลายคนกังวลคือ การที่กฎหมายและระบบกำกับดูแลยังตามไม่ทัน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ปัจจุบันกิจการโทรทัศน์ยังอยู่ภายใต้กฎระเบียบจำนวนมาก ทั้งด้านเวลาโฆษณา ผังรายการ และการควบคุมเนื้อหา ขณะที่แพลตฟอร์ม OTT และแพลตฟอร์มข้ามชาติยังไม่ได้ถูก

กำกับในมาตรฐานเดียวกัน ทำให้เกิดความไม่สมดุลในการแข่งขัน และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้ ระบบการวัดผลผู้ชมแบบเดิมยังไม่สามารถสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างแท้จริง เนื่องจากผู้ชมไม่ได้รับชมเนื้อหาผ่านโทรทัศน์เพียงช่องทางเดียวอีกต่อไป การใช้ TV Rating เพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ Landscape ของอุตสาหกรรมหลังปี 2572 จำเป็นต้องพัฒนาระบบ Cross-platform Measurement ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากโทรทัศน์ OTT Social Media และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสะท้อนพฤติกรรมผู้ชมอย่างรอบด้าน อีกทั้ง กสทช. ควรมีบทบาทในการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลของอุตสาหกรรม เช่น การจัดตั้งระบบข้อมูลกลางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนา Cross-platform Rating หรือการสนับสนุน National Platform ที่สามารถเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มอำนาจการแข่งขันในระยะยาว

โดยสรุป การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 สะท้อนว่า อุตสาหกรรมสื่อไทยกำลังเข้าสู่ยุคใหม่ที่ผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของระบบสื่ออย่างแท้จริง ผู้ชมไม่ได้ต้องการเพียงเนื้อหาที่ดี แต่ต้องการประสบการณ์ที่ยืดหยุ่น เข้าถึงง่าย มีส่วนร่วมได้ และตอบสนองต่อความสนใจเฉพาะบุคคล ขณะเดียวกัน โทรทัศน์ยังคงมีบทบาทเชิงสาธารณะและความน่าเชื่อถือที่สำคัญต่อสังคมไทย

2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.1) ภาพรวมสาระสำคัญ

จากการประชุมครั้งที่ 3 และครั้งที่ 4 พบข้อคิดเห็นร่วมสำคัญว่า คุณภาพสื่อ/เนื้อหาในบริบทกิจการโทรทัศน์และสื่อสาธารณะ มิได้พิจารณาเพียงการมีเนื้อหาหรือการมีเทคโนโลยีรองรับเท่านั้น หากแต่ต้องพิจารณาอย่างเป็นระบบตลอดห่วงโซ่การสื่อสาร ตั้งแต่ (1) การเข้าถึงได้จริงของประชาชน (ด้านสัญญาณ อุปกรณ์ และการติดตั้ง) (2) ความเข้าใจและการนำสารไปใช้ประโยชน์ได้จริง (3) ความรวดเร็วและความชัดเจนของสารในภาวะวิกฤต และ (4) การรองรับประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้พิการ กลุ่มเปราะบาง และสังคมสูงวัย ทั้งนี้ มีการย้ำว่าโจทย์สำคัญของระบบสื่อสารสาธารณะไทยในปัจจุบันคือ การทำให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เข้าใจง่าย เข้าถึงได้จริง ทันทั่วถึง และใช้งานได้กับประชาชนทุกกลุ่ม

2.2) ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ และปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

2.2.1) ภาพปัญหาการรับสัญญาณในทางปฏิบัติ ผู้แทนสถานีโทรทัศน์สะท้อนว่า ในทางปฏิบัติยังมีข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับชมไม่ได้ หรือรับชมได้บางช่องอย่างต่อเนื่อง แม้ฝ่ายผู้ส่งสัญญาณจะยืนยันว่าโครงข่ายหรือระดับสัญญาณโดยรวมเพียงพอตามเกณฑ์แล้วก็ตาม โดยปัญหาที่พบเป็นประจำ ได้แก่ (1) รับได้บางช่องแต่รับอีกช่องไม่ได้ (2) เมื่อปรับทิศทางเสาหรือจูนเพื่อรับช่องหนึ่งได้กลับทำให้อีกช่องหาย และ (3) ผู้ใช้จำนวนมากไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์ได้ด้วยตนเอง ขณะที่สถานีไม่สามารถวิเคราะห์สาเหตุจากระยะไกลได้ เนื่องจากไม่ทราบสภาพแวดล้อมจริงของบ้านผู้ใช้

สาระสำคัญที่ได้รับการเน้นย้ำคือ แม้การปล่อยสัญญาณจากต้นทางอาจครอบคลุมตามเกณฑ์ แต่การรับสัญญาณได้จริง ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมจำนวนมาก เช่น ตำแหน่งอาคาร ทิศทางเสา สิ่งกีดขวาง ความสูงต่ำของพื้นที่ และชนิดอุปกรณ์รับสัญญาณ

2.2.2) ข้อจำกัดของระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินดิจิทัล (DTT)

ผู้เข้าร่วมประชุมหลายฝ่ายเห็นสอดคล้องกันว่า ข้อจำกัดของระบบ DTT ในปัจจุบัน มีได้อยู่ที่แนวคิดของระบบ หากแต่เป็นข้อจำกัดเชิงการใช้งานจริง โดยเฉพาะ (1) เสออากาศแบบภายในอาคาร (indoor) มีความไม่เสถียร (2) คอนโดมีเนียม ทาวน์เฮ้าส์ อาคารสูง และพื้นที่ที่มีสิ่งกีดขวางรับสัญญาณได้ยาก และ (3) บางครัวเรือนจำเป็นต้องติดตั้งเสออากาศภายนอก (outdoor) และเดินสายเพิ่ม ซึ่งมีค่าใช้จ่ายและความยุ่งยาก ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่าเป็นปัญหาเดิมที่ถูกกล่าวถึงต่อเนื่องหลายปี และแทบไม่ปรากฏการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่ชัดเจน กล่าวคือ ครัวเรือนที่รับสัญญาณได้ยังคงรับได้ ขณะที่ครัวเรือนที่รับไม่ได้ยังคงประสบปัญหาเดิม

2.2.3) แนวโน้มพฤติกรรมผู้ชมและความเสี่ยงต่อการเลิกใช้งานระบบฟรีทีวี

ผู้แทนบางสถานีให้ความเห็นว่า ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ DTT ลดลงในบางพื้นที่ มิใช่เพราะปัญหาลี้คลาย แต่เกิดจากผู้ชมจำนวนมากย้ายไปใช้แพลตฟอร์มอื่น เช่น ดาวเทียม IPTV และ OTT/อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะในต่างจังหวัดยังพบการพึ่งพาจานดาวเทียมเป็นหลัก ขณะที่ครัวเรือนผู้สูงอายุยังรับชมผ่านระบบเดิมอยู่มาก ส่วนครัวเรือนคนรุ่นใหม่มักเปลี่ยนไปใช้ระบบอินเทอร์เน็ตที่สะดวกกว่า จากข้อคิดเห็นดังกล่าวเกิดข้อสังเกตสำคัญว่า หากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีไม่ถูกบริหารจัดการอย่างรอบคอบ ประชาชนบางส่วนอาจไม่มีการใช้งานระบบฟรีทีวี และเปลี่ยนสู่แพลตฟอร์มเชิงพาณิชย์หรือ OTT มากขึ้น

2.2.4) ข้อเสนอเรื่อง Roadmap และการช่วยเหลือในการใช้งานหรือการติดตั้ง

ผู้เข้าร่วมหลายฝ่ายเห็นตรงกันว่า ปัญหาในระดับครัวเรือนมีได้อยู่ที่ราคาอุปกรณ์เพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นปัญหาการติดตั้งและการช่วยเหลือเชิงการใช้งานโดยเฉพาะกรณีผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังและไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์ได้เอง จึงมีข้อเรียกร้องให้ (1) ประกาศ Roadmap ล่วงหน้า (2) สื่อสารต่อประชาชนอย่างเป็นระบบ (3) กำหนดช่วงเปลี่ยนผ่านที่สมเหตุสมผล และ (4) จัดให้มีมาตรการช่วยเหลือหรือเยียวยา รวมถึงกำหนดบทบาทของหน่วยงานกำกับและผู้ประกอบการให้ชัดเจน

2.2.5) สิทธิของประชาชนในการเข้าถึงฟรีทีวีในกรณีไม่มีอินเทอร์เน็ต

ที่ประชุมตั้งคำถามสำคัญว่า หากประชาชนไม่มีอินเทอร์เน็ตหรือไม่สามารถเข้าถึงบริการออนไลน์ ประชาชนยังมีสิทธิและโอกาสเข้าถึงฟรีทีวีได้มากนักน้อยเพียงใด โดยมีข้อคิดเห็นว่ในต่างจังหวัดยังมีประชาชนจำนวนหนึ่งพึ่งพาจานดาวเทียมเป็นหลัก หากไม่มีดาวเทียมและระบบภาคพื้นดินรับสัญญาณได้ไม่ดี ประชาชนอาจไม่มีทางเลือก นอกจากนี้ นักวิชาการและผู้เข้าร่วมบางส่วนชี้ว่าสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการสาธารณะ เป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ คนจน คนพิการ และพื้นที่ห่างไกล ไม่ควรถูกทำให้หลุดจากระบบเพียงเพราะเทคโนโลยีเปลี่ยนผ่าน

2.3) สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

2.3.1) ความเหมาะสมของสัดส่วนผังรายการและข้อสังเกตเรื่องเนื้อหาสาธารณะ

ในที่ประชุมมีการพิจารณาประเด็นความเหมาะสมของสัดส่วนผังรายการ โดยเฉพาะรายการเด็ก เยาวชน สารคดี และเนื้อหาสาธารณะ ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่าในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา รายการประเภทเด็ก เยาวชน และสารคดีลดลงอย่างชัดเจน รวมถึงรายการบางประเภทที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมลดลงด้วย

2.3.2) ข้อเรียกร้องเรื่องกลไกสนับสนุน

หลายฝ่ายเสนอว่า หากหน่วยงานกำกับหรือภาครัฐต้องการให้มีรายการเด็ก สารคดี หรือรายการคุณภาพมากขึ้น จำเป็นต้องมีกลไกสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม เช่น เงินสนับสนุนที่ชัดเจน กติกาที่เป็นธรรม การลดขั้นตอนการขอทุน และกลไกขอชดเชยให้ผู้ประกอบการที่รับภาระด้านสาธารณะ

2.4) คุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.4.1) กลุ่มประชาชนเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างทั่วถึง

ผู้เข้าร่วมหลายฝ่ายเห็นสอดคล้องกันว่า ในภาพรวมเกี่ยวกับคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา ไม่ใช่ปัญหาหลัก เนื่องจากเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์หรือสื่อภาครัฐมักผ่านกระบวนการคัดกรองอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญคือ (1) การทำให้เนื้อหาไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับ (2) การทำให้ผู้รับสารเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง และ (3) การทำให้เนื้อหาเข้าถึงประชาชนที่มีข้อจำกัดด้านอุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต ภาษา การอ่าน หรือข้อจำกัดทางร่างกาย

2.4.2) ความเสี่ยงของการเข้าถึงเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต

มีข้อสังเกตว่า สื่อการศึกษาและสื่อสาธารณะจำนวนมากย้ายไปอยู่บนออนไลน์มากขึ้น บางส่วนแทบไม่ได้ผ่านโทรทัศน์แล้ว แม้จะสอดคล้องกับยุคสมัย เกิดข้อกังวลถึงประชาชนที่ไม่มีอุปกรณ์หรืออินเทอร์เน็ตจะเข้าถึงอย่างไร รวมถึงกรณีที่มีอุปกรณ์แต่ไม่มีทักษะใช้งาน จึงมีข้อเสนอว่าการออกแบบสื่อสาธารณะควรคำนึงถึงการใช้งานหลายช่องทาง ไม่ใช่เพียงย้ายทั้งหมดไปออนไลน์เท่านั้น

2.4.3) เนื้อหาที่ควรส่งเสริมในสื่อการศึกษา/สื่อสาธารณะ

ผู้เข้าร่วมเสนอว่า สื่อการศึกษาและสื่อสาธารณะควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาทักษะชีวิตมากขึ้น เช่น การปฐมพยาบาล CPR เพศศึกษา การป้องกันภัย การรู้เท่าทันข่าวปลอม และ Disability Awareness รวมถึงวิธีช่วยเหลือคนเปราะบางอย่างถูกต้อง โดยย้ำว่าเนื้อหาเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม มิได้จำกัดเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

2.5) กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

2.5.1) ภาพรวมระบบเตือนภัย ควรมีหลายช่องทางและสามารถทำงานร่วมกัน

ผู้เข้าร่วมอธิบายว่าระบบเตือนภัยของไทยในปัจจุบันประกอบด้วยหลายช่องทาง เช่น ระบบเตือนภัยผ่านโทรทัศน์ (EWS) การแจ้งเตือนผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ (Cell Broadcast) ระบบเตือนภัยตามจุดเสียงหรือพื้นที่ และช่องทางอื่น เช่น SMS เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และการประกาศจากหน่วยงานท้องถิ่น โดยมีข้อสรุปว่าไม่สามารถพึ่งพาช่องทางใดช่องทางหนึ่งเพียงช่องทางเดียวได้ และควรใช้แนวทางการสื่อสารแบบหลายช่องทาง

2.5.2) เสนอแนวคิดข้อความสองชั้น

ที่ประชุมเสนอแนวคิดข้อความสองชั้น ได้แก่ (1) ข้อความสั้นมากสำหรับการแจ้งเตือนเบื้องต้นผ่านช่องทางจำกัด (เช่น Cell Broadcast On-air จอเตือน) ที่ตอบคำถามหลัก ได้แก่ เกิดอะไร ที่ไหน ระดับไหน และต้องทำอะไรตอนนี้ และ (2) ข้อความละเอียดสำหรับเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นที่ให้รายละเอียดพื้นที่ย่อย แนวทางอพยพ ระยะเวลา ผลกระทบ และข้อมูลต่อเนื่อง

2.5.3) ปัญหาการปฏิบัติจริงในการแจ้งเตือนภัย

จากประสบการณ์ของผู้ประกาศข่าว สถานีโทรทัศน์และผู้ที่เกี่ยวข้อง พบปัญหาหลัก ได้แก่ (1) ข้อความจากหน่วยงานภาครัฐยาวเกินไปและเต็มไปด้วยศัพท์เทคนิค (2) ความเร็วในการส่งสารไม่เพียงพอในเหตุการณ์บางประเภท (3) ระดับความรุนแรงไม่ชัดเจนพอสำหรับการตัดสินใจของสื่อ

(4) สื่อยังต้องตรวจสอบซ้ำจากหลายแหล่งทำให้เสียเวลา และ (5) หลังแจ้งเตือนแล้วประชาชนยังไม่ทราบว่าต้องปฏิบัติอย่างไร

2.5.4) ข้อเสนอเชิงระบบส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน

ที่ประชุมสังเคราะห์ข้อเสนอสำคัญ ได้แก่

- จัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลภัยพิบัติ/เหตุฉุกเฉินเพื่อรวบรวม ตรวจสอบ และส่งต่อข้อความมาตรฐานเดียว ให้สื่อทุกช่องทาง เพื่อลดการตรวจสอบซ้ำและลดความสับสน
- พัฒนาระบบข้อความให้เหมาะกับข้อจำกัดของแต่ละช่องทาง
- กำหนดระบบสีที่แสดงระดับความรุนแรงที่ใช้ร่วมกัน และเชื่อมกับการปฏิบัติที่ชัดเจน โดยไม่ซับซ้อนเกินไป
- ปรับข้อความให้เป็นภาษาที่เป็นมนุษย์ (humanized) ไม่เป็นราชการเกินไป สั้น กระชับ และใช้ได้ทันที
- พัฒนามาตรฐานการเข้าถึงสำหรับผู้พิการเป็นส่วนหนึ่งของระบบเตือนภัย ตั้งแต่การออกแบบ ได้แก่ ภาษามือ คำบรรยาย เสียงแจ้งเตือน เสียงบรรยายภาพ อินโฟกราฟิก และภาษาง่าย
- จัดให้มีแพลตฟอร์มข้อมูลกลางแบบเรียลไทม์เพื่อให้สื่อและประชาชนติดตามสถานการณ์ต่อเนื่อง ลดความสับสน และลดข้อมูลเท็จ

■ เสนอให้องค์กรสื่อพิจารณาจัดตั้งทีมภัยพิบัติภายในองค์กร ประกอบด้วย ฝ่ายข่าว ฝ่ายกราฟิก ฝ่ายเทคนิค ผู้ประสานหน่วยงานรัฐ และผู้ดูแลการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้การรายงานภาวะวิกฤตมีความพร้อมและเป็นระบบ

2.5.5) การเข้าถึงของผู้พิการและข้อจำกัดการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึง

ผู้แทนกลุ่มผู้พิการสะท้อนว่า ความต้องการมีใช้เพียงการมี Closed Caption (CC) หรือ Audio Description (AD) ตามเกณฑ์ขั้นต่ำ แต่ต้องการการดูแลร่วมกันกับสมาชิกในครอบครัว และการรับชมในเวลาเดียวกับผู้ชมทั่วไป รวมถึงการเข้าถึงคอนเทนต์ที่หลากหลาย โดยไม่ถูกผลักไปช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมหรือถูกแยกไปยังช่องเฉพาะ นอกจากนี้ ยังมีการสะท้อนว่า กลุ่มคนหูหนวกหากไม่มีล่ามหรือบริการที่เข้าใจได้มักเลิกดูและหันไปใช้มือถือหรือ YouTube แทน ขณะที่ผู้สูงอายุจำนวนมากอ่าน Caption เป็นหลัก ต้องการตัวอักษรขนาดใหญ่และอ่านง่าย และบางรายอ่านช้าไม่ทัน จึงเห็นได้ว่าบริการ Closed Caption (CC) Audio Description (AD) รวมถึงภาษามือ ยังสำคัญต่อสังคมสูงวัยในอนาคต

ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ได้อธิบายถึงประเด็นการผลิต CC และ AD โดยเฉพาะในรายการบันเทิงใช้เวลาและแรงงานมาก มีขั้นตอนตั้งแต่ถอดเทป เขียนบทบรรยาย จัดวางตำแหน่ง ประทับเสียง/ภาพ ตรวจสอบหลายรอบ และผ่านกระบวนการ QC ภายใน ในบางกรณีใช้เวลา 10-14 วันต่อตอน หรือยาวนานกว่านั้น นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากร ซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ที่มีค่าลิขสิทธิ์สูง รวมถึงข้อจำกัดด้านลิขสิทธิ์ที่ไม่เปิดให้ดัดแปลงหรือใส่บริการเสริมบางประเภท อีกทั้งสถานีข่าวมีข้อจำกัดเฉพาะจากการผลิตรายการสด และกึ่งสด จึงเสนอว่าการกำหนดสัดส่วนบริการเพื่อการเข้าถึงควรคำนึงถึงประเภทช่อง ไม่ควรใช้สูตรเดียวกันทั้งหมดมีการเสนอว่า หากต้องการก้าวข้ามปัญหาซ้ำซาก อาจต้องใช้กองทุนและงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีกลาง เช่น AI Closed Caption และ AI Audio Description เพื่อให้ทุกช่องใช้ร่วมกัน ลดการลงทุนซ้ำซ้อน อย่างไรก็ตาม สถานีหลายฝ่ายย้ำว่า AI ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะภาษาไทยและรายการที่ซับซ้อน ความผิดพลาดบางรูปแบบอาจยอมรับไม่ได้เพราะทำให้ความหมายเปลี่ยน จึงมีข้อเสนอให้ทดลองใช้ (pilot) กับผู้ใช้งานจริง โดยให้ผู้พิการหรือผู้ใช้งาน เป็นผู้ประเมินระดับความผิดพลาดที่รับได้ และกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมกับคอนเทนต์ประเภทต่าง ๆ

3) ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะของวุฒิสภาจากรายงานประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568

3.1) ประเด็นการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.1.1) ความไม่ชัดเจนของนโยบายหลังปี 2572 โดยกลุ่มผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและนักวิชาชีพ สะท้อนความกังวลว่าการขาด Roadmap และแผนแม่บทที่ชัดเจนหลังสิ้นสุดใบอนุญาต ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ได้

3.1.2) การลดต้นทุนโครงข่าย โดยกลุ่มนักวิชาการ เสนอทางออกเพื่อลดต้นทุนแก่ผู้ประกอบการโดยการทำให้ Infrastructure Sharing (ใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน) ระหว่างบรอดแคสต์และโทรคมนาคม และเสนอให้ภาครัฐใช้กองทุน กทปส. หรือ USO เพื่ออุดหนุนการเปลี่ยนผ่าน

3.1.3) มาตรการช่วยเหลือช่วงเปลี่ยนผ่าน โดยผู้เข้าร่วมประชุมหลายฝ่าย เช่น ผู้ประกอบการโทรทัศน์, กสทช., นักวิชาการ เรียกร้องให้มีการประกาศ Roadmap ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ และมีมาตรการช่วยเหลือประชาชน (โดยเฉพาะผู้สูงอายุ) ในการติดตั้งอุปกรณ์ใหม่หากมีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี

3.2) ประเด็นปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.2.1) ปัญหาคุณภาพสัญญาณและอุปกรณ์รับสัญญาณ โดยกลุ่มผู้แทนสถานีโทรทัศน์ระบุว่ายังมีข้อร้องเรียนเรื่องการรับสัญญาณไม่ได้ในบางพื้นที่ และปัญหาความไม่เสถียรของเสาอากาศภายในอาคาร ซึ่งครัวเรือนจำนวนมากไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์ได้เอง

3.2.2) สิทธิการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบาง โดยกลุ่มนักวิชาการและผู้เข้าร่วมประชุมบางส่วน เน้นย้ำว่ากลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ คนยากจน คนพิการ และผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล (ซึ่งพึ่งพาทีวีดาวเทียมเป็นหลัก) ต้องมีสิทธิเข้าถึงฟรีทีวีเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร แม้ในกรณีที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตก็ตาม ไม่ควรถูกทิ้งไว้ข้างหลังจากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี

3.2.3) ปัญหาการเข้าถึงของผู้พิการ โดยตัวแทนกลุ่มผู้พิการ สะท้อนว่าคนหูหนวกมักเลิกดูทีวีหากไม่มีล่ามภาษามือ และผู้สูงอายุต้องการคำบรรยาย (CC) ขนาดใหญ่ ในขณะที่กลุ่มผู้แทนสถานีโทรทัศน์ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึง ทั้ง CC และ AD มีข้อจำกัดด้านต้นทุน เวลา และบุคลากรสูงมาก จึงมีการเสนอจากที่ประชุมให้พัฒนาระบบ AI กลางมาช่วยเพื่อลดความซ้ำซ้อน

3.3) ประเด็นปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

กลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม จากหลากหลายภาคส่วน เสนอว่าสื่อสาธารณะควรให้ความสำคัญกับการผลิตเนื้อหาทักษะชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นประโยชน์ในการป้องกันภัยคุกคามให้แก่ประชาชน ผู้เข้าร่วมประชุม กล่าวว่า "ส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อให้ประชาชนแยกแยะได้ว่าข้อมูลใดเป็นของจริง ข้อมูลใดสร้างจาก AI"

3.4) ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.4.1) ความไม่สมดุลของกฎหมายระหว่างทีวีและสื่อออนไลน์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ ชี้ให้เห็นปัญหาความไม่สมดุลในการแข่งขัน เนื่องจากทีวีดิจิทัลอยู่ภายใต้การกำกับดูแลกฎหมายที่เข้มงวด เช่น ผังรายการ เวลาโฆษณา เป็นต้น ในขณะที่แพลตฟอร์มออนไลน์และ OTT ข้ามชาติไม่ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบเดียวกัน จึงควรมีการปรับปรุงกติกาให้มีความเท่าเทียม

3.4.2) การปรับปรุงกฎระเบียบด้านโครงข่าย โดยกลุ่มนักวิชาชีพ เสนอให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเช่าใช้โครงข่าย (MUX Rental) และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจจริงของอุตสาหกรรม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ครั้ง

การจัดการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ส่วนภูมิภาค ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค ในแต่ละครั้ง ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 สำนักงาน กสทช. เขต หรือ ภาค และหน่วยงานของรัฐ ผู้ประกอบกิจการด้านกิจการโทรทัศน์ อาทิ ทีวีดิจิทัล หรือเคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม หรือ IPTV กลุ่มที่ 2 หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนในการกิจต่าง ๆ เช่น การศึกษา สาธารณสุข การเตือนภัย กลุ่มที่ 3 กลุ่มประชาชนเปราะบาง ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และเยาวชน และกลุ่มที่ 4 กลุ่มประชาชนทั่วไปผู้รับชมโทรทัศน์ดิจิทัล รวมจำนวนผู้เข้าร่วมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 305 คน โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงวันและเวลาในการจัดการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ที่	กิจกรรม	วันที่	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน ผู้เข้าร่วม (คน)
1	Focus Group ภาคเหนือ	12 มีนาคม 2569	โรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่	ผู้มีส่วนได้เสียภาคเหนือ	97
2	Focus Group ภาคกลาง	16 มีนาคม 2569	โรงแรมชั้นธารา จังหวัด ฉะเชิงเทรา	ผู้มีส่วนได้เสียภาคกลาง	55
3	Focus Group ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2 เมษายน 2569	โรงแรมอัมมาน ยูนิค จังหวัดอุดรธานี	ผู้มีส่วนได้เสียภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	50
4	Focus Group ภาคใต้	10 เมษายน 2569	โรงแรมเดอะ พาโก้ จังหวัดภูเก็ต	ผู้มีส่วนได้เสียภาคใต้	50
5	Focus Group ภาคตะวันออก	28 เมษายน 2569	โรงแรมแทมมารินด์ จังหวัดระยอง	ผู้มีส่วนได้เสียภาค ตะวันออก	53

การรับฟังความคิดเห็นจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้อง ทั้ง 5 ภูมิภาค แบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน 2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน และทั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมผลที่พบว่ามีความเกี่ยวข้องกับ 3) ประเด็นที่ 3 ข้อสังเกตจากวุฒิสภา จากการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เพิ่มเติมด้วยเช่นกัน

สามารถสรุปภาพรวมรายละเอียดจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องในแต่ละรายประเด็นดังนี้ (รายละเอียดของผลการสนทนาเฉพาะกลุ่มแต่ละครั้ง รายชื่อ และภาพประกอบการประชุม แสดงในภาคผนวก)

1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.1) วิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงานบุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีผลกับการแข่งขันและการปรับตัวของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกำลังคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้อีกหลายภาคส่วน โดยแบ่งเป็นโครงสร้างการแข่งขันและการปรับตัวของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและผลกระทบต่อแรงงานและบุคลากรในอุตสาหกรรมปัจจุบัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1) โครงสร้างการแข่งขันและการปรับตัวของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล จากการฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ทั้ง 5 ภูมิภาค พบว่าโครงสร้างการแข่งขันเปลี่ยนผ่านจากรูปแบบเดิม ไปสู่สมรรถภูมิออนไลน์และแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันอย่างเต็มรูปแบบ โดยเม็ดเงินโฆษณาได้ไหลออกจากสื่อทีวีและวิทยุแบบเดิมไปสู่ออนไลน์เกือบทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นต้องปรับตัวเชิงรุกเพื่อความอยู่รอด โดยข้อมูลจากพื้นที่สรุปประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

- เม็ดเงินโฆษณาย้ายไปออนไลน์ 100% โดยเม็ดเงินโฆษณาเคลื่อนย้ายจากทีวีและวิทยุไปสู่ออนไลน์อย่างสิ้นเชิง ทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นพึ่งพารายได้จากรายย่อยได้น้อยมาก โดยผู้ประกอบการด้านสื่อและตัวแทน อสมท.ภูเก็ต ได้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าต้องปรับตัวและใช้จ่ายให้ตรงจุด ตรงกับกลุ่มของผู้ชมที่ปรับตัวอย่างชัดเจน

- การแก้ปัญหาของธุรกิจเคเบิลท้องถิ่นอยู่รอดได้ด้วยระบบสมาชิกและการเตรียมแอปพลิเคชัน เคเบิลทีวีท้องถิ่นไม่ได้พึ่งพารายได้จากเม็ดเงินโฆษณาเป็นหลัก แต่ใช้โมเดลบอกรับสมาชิก (Subscription) โดยซื้อลิขสิทธิ์รายการเด่น เช่นการถ่ายทอดสดฟุตบอล มาดึงดูด และเตรียมความพร้อม โดยสร้างแอปพลิเคชันไว้รองรับทันทีหากฟรีทีวีภาคพื้นดินยุติลงหลังปี 2572 โดยผู้ประกอบการจังหวัดอุดรธานีได้ให้ข้อมูลถึงแนวทางการปรับตัวซึ่งสอดคล้องกับพื้นที่จังหวัดระยอง

- สมรรถภูมิโทรทัศน์เน้นที่เนื้อหารายการ กลุ่มผู้บริโภคทั้งผู้สูงอายุ นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทุกภาคเห็นตรงกันว่าปัจจุบันรับชมเนื้อหาที่ตนสนใจ เช่น ซีรีส์เกาหลี โดยไม่สนใจว่าจะอยู่ช่องไหน นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุมีพฤติกรรม "เปิดทีวีควบคู่กับการเล่นมือถือไปพร้อมกัน"

1.1.2) ผลกระทบต่อแรงงานและบุคลากรในอุตสาหกรรมปัจจุบัน การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีแบบกะทันหันหรือความไม่ชัดเจนเชิงนโยบายหลังปี 2572 กำลังสร้างผลกระทบต่อแรงงานและบุคลากรสายสื่อสารเดิมอย่างรุนแรง ทั้งในแง่ของความมั่นคงในอาชีพและรายได้ ได้แก่

- กลุ่มช่างเทคนิคและคนติดตั้งจานดาวเทียม/เสาสัญญาณ นับเป็นกลุ่มที่น่าห่วง หากรัฐยกเลิกโครงข่ายเดิมโดยไม่มีโครงสร้างพื้นฐานใหม่รองรับอย่างเป็นระบบ แรงงานช่างติดตั้งในท้องถิ่นที่สะสมทักษะความรู้จะได้รับผลกระทบและเดือดร้อนในอาชีพทันที

■ กลุ่ม Stringer (นักข่าวอิสระ/ผู้สื่อข่าวภูมิภาค) กำลังเผชิญปัญหาความมั่นคงในอาชีพขั้นวิกฤต เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ช่องใหญ่ ๆ ลดการจ้างงานหรือลดการซื้อข่าวจากท้องถิ่นลง แรงงานกลุ่มนี้จึงมีรายได้ลดลงอย่างมาก และต้องปรับตัวหันมาคิดประเด็นและนำเสนอข่าวด้วยตนเองเพื่อความอยู่รอด

■ ภาวะ Skills Gap หรือภาวะเด็กจบใหม่เรียนมาไม่ตรงยุค ผู้ประกอบการสะท้อนว่าเด็กที่เรียนจบสายสื่อสารหรือนิติศาสตร์ในปัจจุบันยังมีทักษะที่ไม่พร้อมใช้งาน เนื่องจากสถาบันการศึกษายังคงสอนในระบบบอณาโลกหรือเทคโนโลยีเก่า สวนทางกับหน่วยงานจริงที่ต้องใช้ทักษะดิจิทัลและออนไลน์

1.2) ติดตามเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

ในประเด็นนี้มี 2 กลุ่มที่เกี่ยวข้อง คือ 1) กลุ่มคนทำงานสื่อ 2) ผู้ชม โดยแบ่งย่อยเป็น 4 กลุ่มวงสนทนา ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานรัฐและกำกับดูแล กลุ่มผู้สูงอายุและเยาวชน กลุ่มผู้พิการและประชาชนทั่วไป และกลุ่ม อสม.และผู้นำชุมชน โดยสามารถสรุปข้อมูลจากประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มดังนี้

1.2.1) สถานการณ์เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี ภาพรวมพบว่า แม้ผู้ชมจะรู้สึกว่าการโฆษณามีโฆษณามากเกินไป แต่สื่อทีวียังคงรักษาความน่าเชื่อถือไว้ได้สูงสุด โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและประชาชนในต่างจังหวัด โดยภาคกลาง พบว่า ผู้บริโภคยังคงให้ความเชื่อถือโฆษณาทางโทรทัศน์สูง โดยมองว่าสินค้าที่ได้ออกทีวี คือ สินค้าที่ผ่านการคัดกรองแล้ว ส่งผลให้โฆษณาประเภทขายตรง อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์สุขภาพยังสามารถสร้างยอดขายได้ ในขณะที่ภาคเหนือ พบว่า ผู้ชมสะท้อนปัญหาเชิงลบต่อโฆษณาทีวีอย่างชัดเจน โดยมองว่ามีปริมาณโฆษณาค้นบ่อยเกินไป และมีการโฆษณาเกินจริง โดยเฉพาะกลุ่มอาหารเสริมและความงาม ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเบื่อหน่าย ภาคใต้ พบว่า ผู้บริโภคใช้ทีวีเพียงเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) เท่านั้น นอกจากนี้ ผู้ชมยังมองว่าโฆษณาทีวีมีกลิ่นอายเกินจริง และดาราดาราเซเลบไม่ได้ใช้สินค้าจริง ส่วนภาคตะวันออก พบว่า โทรทัศน์ทำหน้าที่เหมือนสื่อประจำบ้านที่เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน โดยผู้บริโภคยังมองว่าโฆษณาในทีวีมีความปลอดภัยและผ่านการตรวจสอบแล้ว ส่งผลให้อาหารเสริมและสินค้าขายตรงยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และสุดท้ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า เมื่อมีโฆษณาค้น ผู้ชมมีพฤติกรรมเปลี่ยนช่องหนี ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ต้องหันมาใช้วิธีการโฆษณาแฝง (Tie-in) ในรายการแทน เพื่อความอยู่รอด นอกจากนี้ กลุ่มเยาวชนยังมองว่าโฆษณาทีวียึดเยื้อ ไม่น่าสนใจ และขาดความสร้างสรรค์

1.2.2) สถานการณ์เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวีเทียบกับสื่อออนไลน์ พบว่า เม็ดเงินโฆษณาไหลไปสู่สื่อออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนจากการดูทีวีแล้วโทรสั่งซื้อ มาเป็นการหาข้อมูลและซื้อผ่านออนไลน์แทน โดยภาคกลาง พบว่า เม็ดเงินโฆษณาเคลื่อนย้ายไปออนไลน์ตามพฤติกรรมผู้ชมวัยทำงานและเยาวชนที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นหลัก เนื่องจากออนไลน์สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้แม่นยำและวัดผลได้แบบเรียลไทม์ ภาคเหนือ พบว่า สื่อออนไลน์เป็นช่องทางแรกในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพราะรวดเร็วและตอบสนองได้ทันที ในขณะที่ทีวีถูกลดบทบาทลงเป็นเพียงช่องทางยืนยันข้อเท็จจริง และเพื่อกรองข่าวปลอมจากออนไลน์ ภาคใต้ พบว่า เม็ดเงินโฆษณาระดับท้องถิ่นย้ายไปสื่อออนไลน์เกือบทั้งหมด ธุรกิจขนาดเล็กเลือกจ้างคอนเทนต์ครีเอเตอร์ในพื้นที่ หรือลงโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Tiktok เพราะต้นทุนต่ำกว่าและยืดหยุ่นกว่า ผู้สูงอายุเองก็หันมาตัดสินใจซื้อสินค้าจาก

ร็วผู้ใช้งานจริง และการเปรียบเทียบราคาในออนไลน์ มากกว่าเชือพร็เซนต์ร็ในท็ว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผสมผสาน คือ ดูโฆษณาจากท็วให้เกิดความสนใจ แล้วจึงไปค่นหาร็วและสั่งซื้อผ่าน แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Shopee, TikTok Shop นอกจากนี้ วิดีโอสั้นในออนไลน์ยังกระตุ้นให้เกิดการซื้อ แบบฉับพลันได้ดีกว่าท็ว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า เกิดพฤติกรรมการดูสองหน้าจอ (Second Screen) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ ที่เปิดท็วทิ้งไว้แต่สายตาร้อง Smartphone ทำให้การตัดสินใจซื้อและเม็ดเงินโฆษณา ไปจบที่การ Live ขายของในออนไลน์

1.2.3) สถานการณ์เม็ดเงินโฆษณาในสื่อท็วเทียบกับ OTT ผู้ชมให้ความสำคัญ กับแพลตฟอร์ม OTT เช่น YouTube, Netflix หรือแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งอื่น ๆ ในแง่ของความเป็นส่วนตัวและการรับชมแบบตามสั่ง (On-demand) โดยภาคกลาง พบว่า ผู้บริโภคเลือก OTT เพราะความสะดวกและความต่อเนื่อง หากสัญญาณท็วขัดข้อง ผู้ชมจะไม่รอ แต่จะสลับไปดูผ่านโทรศัพท์มือถือทันที ทำให้อินเทอร์เน็ต กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลักแทนท็ว ส่วนภาคเหนือ พบว่า ผู้ชมหันไปบริโภค OTT เพราะนำเสนอเนื้อหาที่ สั้น กระชับ ตรงประเด็น และตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้ดีกว่า ภาคใต้ พบว่า แม้ผู้ชมจะย้ายไปดู OTT เพื่อหลีกเลี่ยงโฆษณาท็วที่มากเกินไป แต่ก็ยังมีความกังวลว่าแพลตฟอร์ม OTT และออนไลน์ขาดการกำกับ คุแลที่ดี ทำให้เต็มไปด้วยเนื้อหาหรือโฆษณาที่ขาดการตรวจสอบ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า เยาวชนและวัยทำงาน เติบโตมากับ OTT ทำให้ไม่คุท็วแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม ประชาชนมองว่าพร็ท็ว คือ บริการสาธารณะ จึงไม่เต็มใจที่จะต้องจ่ายค่าสมาชิก (Subscription) เพิ่มเติมเพื่อดู OTT ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มเยาวชนและนักศึกษาออมจ่ายเงินค่าสมาชิกแพลตฟอร์ม OTT เพื่อหลีกเลี่ยงการดูโฆษณา

1.2.4) สรุบทิศทางและความสามารถในการแข่งขันของโฆษณาทางโทรทัศน์ พบว่า โทรทัศน์ยังมีจุดแข็งที่สื่อออนไลน์ทดแทนไม่ได้ แต่ต้องมีการปรับตัวเชิงบูรณาการ โดยพบว่า ภาคกลาง มองว่า ท็วต้องสร้างความแตกต่างด้วยการผลิตเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่แพลตฟอร์มระดับโลกไม่มี เพื่อดึงดูดผู้ชมและโฆษณากลับมา ภาคเหนือ มองว่า ท็วสามารถแข่งขัน ได้ในคอนเทนต์ประเภท ข่าว อาหาร สุขภาพ เกษตร กีฬา และ Soft power ภาคใต้ มองว่า ทิศทางของท็ว จะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อหลักในภาวะวิกฤต หรือภัยพิบัติ แต่ทั้งนี้ควรนำเสนอรายการที่เป็นประโยชน์ต่อ วิถีชีวิตประจำวันให้มากขึ้น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มองว่า ท็วยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงในรายการที่ต้องการ ประสบการณ์รับชมร่วมกันทางสังคมผ่านจอใหญ่ เช่น กีฬาหรือรายการที่เป็นกระแสดังประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มองว่า โทรทัศน์ต้องเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอโฆษณาให้ สั้น กระชับ สนุก และ เชื่อมโยงเนื้อหาเข้ากับแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ (Cross-platform) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม On-demand ของคนยุคใหม่

- 1.2.5) ประเด็นสำคัญอื่น ๆ ที่พบจากการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้
- ภาคกลาง พบความกังวลเรื่องเส้นแบ่งที่คลุมเครือระหว่างเนื้อหารายการกับ โฆษณา (เช่น การทำ Tie-in ในรายการข่าว) ทำให้ผู้สูงอายุแยกแยะไม่ออก และหลงเชื่อจนส่งผลกระทบต่อ สุขภาพและภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือน
 - ภาคเหนือ แสดงความเห็นเกี่ยวกับปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบสื่อไทย ที่ต้องพึ่งพาโฆษณา นำไปสู่การสร้างคอนเทนต์แบบเน้นใช้อารมณ์มากกว่าข้อเท็จจริงเพื่อดึงเรตติ้ง ทำให้ มาตรฐานวิชาชีพสื่อตกต่ำลง
 - ภาคใต้ มีเสียงเรียกร้องจากประชาชนให้หน่วยงานรัฐเข้ากำกับคุแลสื่อ ออนไลน์และ OTT อย่างเข้มงวด เพื่อให้มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภคใกล้เคียงกับสื่อ โทรทัศน์

- ภาคตะวันออก แสดงความเห็นเกี่ยวกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางในพื้นที่ชนบทที่อินเทอร์เน็ตยังไม่เสถียร โทรศัพท์ยังคงทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลข่าวสารที่รัฐต้องคงไว้

- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงความเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของสื่อท้องถิ่น เช่น เคเบิลทีวี ที่เลิกพึ่งพารายได้จากเม็ดเงินโฆษณา แต่หันไปใช้โมเดลธุรกิจแบบเก็บค่าสมาชิก (Subscription) แทนเพื่อความอยู่รอด

1.3) ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย

จากการประชุมกลุ่มย่อยภูมิภาคพบปัญหาที่พบจากพื้นที่และประเมินความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.3.1) สภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดินในปัจจุบันและพฤติกรรมผู้บริโภค

- ความครอบคลุมและอุปสรรคทางกายภาพ ในพื้นที่ภูเก็ตซึ่งเป็นเมือง Smart City สัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมีความครอบคลุมภาพรวมประมาณ 90% แต่ยังมีปัญหาในเชิงเทคนิคเรื่องจุดอับสัญญาณตามบริเวณภูเขาของพื้นที่ ซึ่งตรงกับข้อมูลของฉะเชิงเทรา ระยอง ที่สะท้อนปัญหาของพื้นที่ที่มีอุปสรรคสำคัญจากภูมิศาสตร์ เช่น พื้นที่ภูเขา หรือท่ามกลางที่ประชาชนทั่วไปมองว่าครอบคลุมที่ประมาณ ร้อยละ 50-60 ของพื้นที่

- ปัญหาความเสถียรของสัญญาณ กลุ่มนักศึกษาในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สะท้อนว่า สัญญาณอินเทอร์เน็ตในบางพื้นที่มีปัญหา "แค่หันพลิกตัวสัญญาณก็หาย" อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้บริโภคพร้อมจะค้นหาสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่าสัญญาณทีวีภาคพื้นดิน เนื่องจากคอนเทนต์บนออนไลน์ตอบโจทย์มากกว่า ดังที่ กลุ่ม อสม. เชียงใหม่ ให้ข้อมูลว่า หากพบปัญหาขัดข้องของสัญญาณโทรศัพท์จะไม่มี การติดตามให้ช่างมาดูแล ต่างจากสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ต้องติดต่อในทันที

- ผู้รับสารกลุ่มสุดท้ายของโทรศัพท์ ทุกจังหวัดเห็นตรงกันว่า กลุ่มคนที่ยังดูทีวีภาคพื้นดินหรือฟรีทีวีเป็นหลัก คือ "ผู้สูงอายุและผู้วัยติดบ้าน" ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่และวัยทำงานย้ายไปพึ่งพาโทรศัพท์มือถือและออนไลน์เป็นหลักแล้ว

1.3.2) ความเป็นไปได้ต่อเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G/6G Broadcasting และ Internet TV

- การมาถึงของเทคโนโลยีอนาคต ทางฝั่งเทคนิคและสื่อสารมวลชนในพื้นที่ อย่างภูเก็ตรับรู้ถึงแนวโน้มการมาของเทคโนโลยี 6G ว่าส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงแน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่สามารถประเมินผลกระทบต่ออัตราการจ้างงานที่ชัดเจนได้ เนื่องจากหน้าตาของเทคโนโลยีใหม่และแผนรับรองจาก กสทช. ยังไม่มีความชัดเจน

- การเปลี่ยนผ่านไปสู่ Internet TV / แพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน ผู้ประกอบการเคเบิลท้องถิ่นในอุดรธานีมีการปรับตัวโดยเตรียมพัฒนาแอปพลิเคชันไว้รองรับ หากฟรีทีวีถูกลดบทบาทหรือย้ายแพลตฟอร์มหลังปี 2572 อย่างไรก็ดี มีความกังวลว่าหากเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบ Internet TV เต็มรูปแบบ จะกลายเป็น "ภาระค่าอินเทอร์เน็ต" ของประชาชน โดยกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีรายได้ต่ำจะไม่สามารถแบกรับได้ และเรียกร้องให้รัฐเข้ามาอุดหนุนค่าอินเทอร์เน็ตหรือจัดให้มีระบบพื้นฐานที่ฟรี ซึ่งสอดคล้องกับจังหวัดเชียงใหม่ ระยองและฉะเชิงเทราด้วย

■ ข้อเสนอแนะระบบส่งสัญญาณ 3 รูปแบบเพื่อความมั่นคง กลุ่มตัวแทนในพื้นที่เสนอว่า ไม่ควรทิ้งระบบส่งสัญญาณพื้นฐานแบบเดิม เช่น ดาวเทียม หรือการกระจายเสียงแบบเดิม เนื่องจากในพื้นที่เสี่ยงภัยพิบัติอย่างภูเก็ต หากเกิดวิกฤตแล้วอินเทอร์เน็ตล่ม ระบบดาวเทียมจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานเดียวที่ยังส่งสัญญาณเตือนภัยเข้าถึงประชาชนได้ จึงควรแบ่งเป็น 3 ระบบ คือ 1) ระบบพื้นฐานเพื่อรับข่าวสารรัฐฟรี 2) ระบบสนับสนุนกลุ่มเปราะบาง/คนจน (แจกกล่อง/ดูฟรี) และ 3) ระบบสมัครรับข้อมูลเพิ่ม (Top-up) ที่ผู้บริโภคจ่ายเอง

1.3.3) การลงทุนในระบบโครงข่าย (Transmitter, Repeater, Fiber Backhaul) และผลกระทบต่อแรงงาน

■ ความจำเป็นของโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการและกลุ่มเทคนิคในพื้นที่ระบุว่า หาก กสทช. จะเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีโทรทัศน์หลังปี 2572 จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานใหม่ที่เข้ามารองรับอย่างชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันระบบสัญญาณ ผัง และเสาอากาศต่าง ๆ ยังผูกอยู่กับรูปแบบเดิม หากยกเลิกโดยไม่มีโครงข่ายใหม่รองรับอย่างเป็นระบบ แรงงานในอุตสาหกรรมติดตั้งจานและสายส่งสัญญาณจะได้รับผลกระทบและเดือดร้อนอย่างรุนแรง

■ ปัญหาการขาดแคลนและทักษะแรงงานด้านเทคนิค

◆ ความไม่สอดคล้องของการศึกษา ผังผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้สะท้อนว่าเด็กจบใหม่สายสื่อสาร/นิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน "เรียนมาไม่ตรงยุค" สถาบันการศึกษายังคงสอนระบบอนาล็อกหรือเทคโนโลยีเก่า ทำให้เด็กมาทำงานจริงในระบบดิจิทัล/ออนไลน์ใหม่ไม่ได้

◆ ข้อเสนอการ Upskill และดึงกลไกท้องถิ่นมาดูแลโครงข่าย มีข้อเสนอให้ กสทช. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เช่น กลุ่มวิทยาลัยอาชีวศึกษา(สายช่างไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์) เพื่ออัปสเกลทักษะด้านเทคโนโลยีใหม่ และดึงเด็กกลุ่มนี้รวมถึงช่างฝ่ายเทคนิคของเทศบาลในพื้นที่เข้ามาเป็นพาร์ทเนอร์ในการดูแลรักษาอุปกรณ์โครงข่าย เช่น ดูแลระบบซ่อมบำรุงกล่อง Transmitter หรือ Repeater ในชุมชน ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาบริการหลังการขายที่ปัจจุบันประชาชนไม่รู้จะติดต่อใครเวลามีปัญหาเรื่องสัญญาณทีวี

1.4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

จากการสนทนากลุ่ม สรุปประเด็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคการเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media ดังนี้

1.4.1) ในการรับชมโทรทัศน์ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสะท้อนการย้ายแพลตฟอร์มจากโทรทัศน์ดั้งเดิมไปสู่ออนไลน์และมีมือถือ แต่มีบริบทในแต่ละพื้นที่ที่น่าสนใจ โดยภาคกลางพบว่า โทรทัศน์ถูกลดบทบาทลงเป็นเพียงสื่อที่เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ป่วย และแม่บ้านระหว่างทำกิจกรรมอื่น ขณะที่เยาวชนไม่ดูโทรทัศน์โดยตรงแล้ว นอกจากนี้ยังพบว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลที่ซับซ้อน ทำให้ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งค่อย ๆ เลิกดูทีวีและหันไปใช้ออนไลน์ที่ใช้งานง่ายกว่า ในขณะที่ ภาคเหนือพบจุดเด่นด้านพฤติกรรมการรับข่าวสารในภาวะฉุกเฉิน เช่น น้ำท่วม หมอกควัน ที่ผู้บริโภคจะรับรู้จากเพจข่าวท้องถิ่นหรือ Facebook Live ก่อนเสมอ เพราะรวดเร็วกว่า แล้วจึงใช้โทรทัศน์เพื่อยืนยันข้อเท็จจริงและติดตามเชิงลึก ผู้ชมยังเลือกดูเฉพาะรายการที่ใช้ประโยชน์ได้จริง ส่วนภาคใต้และภาคตะวันออกพบพฤติกรรมคล้ายคลึงกันคือกลุ่มคนรุ่นใหม่และเยาวชนรับชมผ่านสมาร์ทโฟนแบบ On-demand โดยไม่ยึด

ติดกับผังรายการหรือช่อง ส่วนโทรทัศน์จะถูกใช้เฉพาะดูกิจกรรมที่เป็นกระแส กีฬา ข่าวด่วน หรือกิจกรรมครอบครัว และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า เยาวชนไม่ได้สนใจว่าเนื้อหาจะมาจากทีวีหรือทางสื่อออนไลน์ แต่เลือกรับชมจากความตรงใจและคุณภาพของเนื้อหาเป็นหลัก ทำให้เส้นแบ่งระหว่างโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์เลือนหายไป

1.4.2) การเติบโตของ OTT ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกมองเห็นภาพตรงกันว่า แพลตฟอร์ม OTT เช่น YouTube, TikTok, Netflix, iQIYI ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่มากกว่าทีวี เพราะอัปเดตเร็วกว่า ให้ประสบการณ์ที่ดีกว่า และให้อิสระในการควบคุมการรับชมด้วยตนเอง ในขณะที่ ภาคกลาง การเติบโตของ OTT ไม่ได้จำกัดแค่คนรุ่นใหม่ แต่ผู้สูงอายุเองก็เริ่มติดซีรีส์ออนไลน์ ผ่านการกดเข้าดูโฆษณาที่ปรากฏในแพลตฟอร์มดิจิทัลและนิยมดูซีรีส์สั้นแนวตลกผ่านมือถือหรือสมาร์ตทีวี ส่วนภาคใต้ ประเมินว่า OTT จะกลายเป็นพื้นที่หลักของคนเน็ตเฉพาะกลุ่มและความบันเทิง ส่วนโทรทัศน์จะเหลือจุดแข็งแค่ข่าวด้านความน่าเชื่อถือ

1.4.3) การเติบโตของ Streaming รูปแบบการจ่ายเงินเพื่อรับชมแบบ Streaming สะท้อนมุมมองที่แตกต่างกันในแต่ละภาค โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มนักศึกษาทุกคนมีบริการแบบ Subscription อย่างน้อยหนึ่งแพลตฟอร์ม และยินดีจ่ายเงินเพื่อหลีกเลี่ยงโฆษณา ในขณะที่ ภาคใต้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าระบบ Streaming ตอบโจทย์ แต่ยังไม่ต้องการจ่ายค่าสมาชิกระยะยาว โดยนิยมสมัครใช้งานเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ ตามความต้องการมากกว่า ส่วนภาคตะวันออก มองว่าระบบ Subscription จะเติบโตเนื่องในกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่กลุ่มผู้สูงอายุยังไม่มีความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน เพราะมองว่าทีวีควรเป็นบริการพื้นฐานที่เข้าถึงฟรี

1.4.4) แนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 ทุกภูมิภาคสะท้อนทิศทางว่า สื่อหลังปี 2572 จะไม่ใช้การแข่งขันกันแพ้ชนะ แต่จะเป็นการทำงานร่วมกันแบบ Cross-platform และ Cross-media โดยภาคกลางและภาคเหนือ พบว่าพฤติกรรมนี้เกิดขึ้นแล้วในชีวิตประจำวัน เช่น ดูข่าวจากมือถือแต่เปิดโทรทัศน์เพื่อเช็คข้อมูลซ้ำ หรือดูโทรทัศน์ไปพร้อมๆ กับการค้นหาข้อมูลในมือถือ ในขณะที่ภาคใต้ การใช้ Cross-media ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงพาณิชย์ เช่น ดูโฆษณาทางโทรทัศน์ แต่ตัดสินใจซื้อผ่านออนไลน์ ส่วนภาคตะวันออก มองว่าผู้บริโภคจะใช้ Cross-media เพื่อการตรวจสอบข้อมูล โดยเฉพาะการนำข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมาย้อนตรวจสอบกับทีวีเพื่อหลีกเลี่ยงข่าวปลอม ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือขยายขอบเขต Cross-media ไปถึงการศึกษา โดยครูใช้ YouTube สอนคู่กับสื่อเดิม รวมถึงผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นเริ่มปรับตัวสร้างแอปพลิเคชันของตนเอง เพื่อรองรับผู้บริโภคที่ดูผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

- 1.4.5) ประเด็นสำคัญอื่น ๆ ที่พบจากการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้
- ความน่าเชื่อถือของทีวีและภัยจากออนไลน์ โดยภาคกลาง พบว่า ผู้สูงอายุยังมีความเชื่อมั่นต่อโฆษณาทางทีวีสูงมาก และมักสั่งซื้ออาหารเสริมจากทีวีโดยเชื่อว่าผ่านการตรวจสอบแล้ว แม้ลูกหลานจะห้ามปราม
 - ภาคตะวันออก มองว่าโทรทัศน์ยังมีความสำคัญสูงในแง่ความน่าเชื่อถือและกระบวนการคัดกรอง เมื่อเทียบกับสื่อออนไลน์ที่เต็มไปด้วยข่าวปลอมและ AI
 - ความเสี่ยงด้านโครงสร้างพื้นฐานและภัยพิบัติ พบว่า ภาคใต้มีความกังวลเรื่องอินเทอร์เน็ตล่มในพื้นที่ภูเขาหรือช่วงพายุ จึงเสนอว่าโทรทัศน์ภาคพื้นดินและดาวเทียมยังจำเป็นมากสำหรับช่วงภัยพิบัติ (เช่น สึนามิ) สอดคล้องกับ ภาคเหนือ ที่เสนอว่าระบบเตือนภัยควรออกพร้อมกันทุกแพลตฟอร์ม และมีหลายภาษาพร้อมระบบสี/เสียง/สัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย

■ ความต้องการด้านเนื้อหา (Content) พบว่า ภาคเหนือ ต้องการให้สื่อ
นำเสนอเนื้อหาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น อาชีพ, สังคมผู้สูงอายุ, การเงิน สอดคล้องกับภาคกลาง ที่เรียกร้อง
พื้นที่สำหรับรายการท้องถิ่น วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชุมชน

2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลาย ในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.1) ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชน ในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม พบข้อมูลดังนี้

2.1.1) ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ พบว่า ทุกภูมิภาคประสบปัญหา
สัญญาณไม่เสถียร ภาพกระตุก สัญญาณขาดหาย หรือจอต่าในช่วงที่มีพายุ ฝนตก หรือสภาพอากาศแปรปรวน
รวมถึงมีจุดบอดสัญญาณในพื้นที่ห่างไกลสถานีส่ง แต่ทั้งนี้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคกลาง และตะวันออก
มักจะพบจุดบอดหลักในบริเวณภูเขา หรือพื้นที่ชายแดน ในขณะที่ภาคใต้ มักจะพบจุดบอดในพื้นที่เกาะ และ
มีปัญหาหะบบล่ม

2.1.2) ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล พบว่า ทุกภูมิภาคมีความ
กังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ครอบคลุม สัญญาณไม่
เสถียร และจะสร้างภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่
กลุ่มตัวอย่างมองว่า การเข้าถึงยังมีความเหลื่อมล้ำสูงระหว่างเมืองและชนบท พื้นที่ห่างไกลมักมีโครงสร้าง
พื้นฐานที่ไม่เสถียร ทำให้สื่อวิทยุยังคงมีบทบาทสำคัญมากกว่าโทรทัศน์ในบางพื้นที่ เช่นเดียวกับภาคใต้และ
ภาคตะวันออก ที่มองว่าความแตกต่างระหว่างของพื้นที่ คือ ภูเขาและเกาะที่ห่างไกล ยังมีข้อจำกัดในการ
เข้าถึง

2.1.3) ปัญหาการเข้าถึงของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุในทุกภูมิภาคขาดทักษะ
ด้านเทคโนโลยี ค่อนข้างกับการใช้เสาอากาศ หรือกล่องรับสัญญาณแบบเดิม รวมถึงยังพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่
ใช้ทีวีรุ่นเก่าและมักใช้วิธีแก้ปัญหาแบบดั้งเดิม เช่น ถอดปลั๊กเมื่อฝนตกเพื่อป้องกันฟ้าผ่า รวมถึงยังมีความกังวล
สูงว่าระบบออนไลน์จะซับซ้อนเกินไปและสร้างภาระค่าใช้จ่าย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเสนอแนะ
เพิ่มเติมว่าควรมีการตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อช่วยแนะนำการใช้งาน

2.1.4) ปัญหาการเข้าถึงของผู้พิการ พบว่า ทุกภูมิภาคสะท้อนไปในทางเดียวกันว่า
ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการล่ามภาษามือ คำบรรยาย และเสียงบรรยายภาพ ทำให้ผู้พิการ
ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาได้อย่างเท่าเทียม และต้องการให้มีปรับปรุงการเข้าถึงให้ครอบคลุมและเท่าเทียมยิ่งขึ้น

2.1.5) ประเด็นผู้รับสารกลุ่มสุดท้ายของโทรทัศน์ โดยทุกจังหวัดที่สำรวจเห็นตรงกัน
ว่า กลุ่มคนที่ยังดูทีวีภาคพื้นดินหรือฟรีทีวีเป็นหลัก คือ "ผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดบ้าน" ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่
และวัยทำงานย้ายไปพึ่งพาโทรศัพท์มือถือและออนไลน์เป็นหลักแล้ว

2.2) สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึง การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม พบข้อมูลดังนี้

2.2.1) สัดส่วนผังรายการที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างทุกภูมิภาคมองว่าปัจจุบัน
มีรายการข่าวที่นำเสนออาชญากรรม ความรุนแรง ละครที่มุ่งเน้นความขัดแย้ง และโฆษณาขายสินค้าและ

อาหารเสริมจำนวนมากเกินไป และต้องการให้เพิ่มรายการสารคดี ความรู้ ทักษะชีวิต และรายการสำหรับเด็ก และเยาวชน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้ ต้องการให้มีรายการเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่ภาคกลางต้องการให้มีรายการตลกคลายเครียด

2.2.2) ความหลากหลายของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ดิจิทัลสำหรับคนทุกกลุ่มพบว่าทุกภูมิภาคตอบตรงกันว่า ในปัจจุบันเนื้อหารายการขาดความหลากหลายและไม่เพียงพอต่อคนทุกกลุ่ม เนื้อหาวนเวียนแค่ข่าวกับความบันเทิงและขาดรายการสำหรับเด็ก โดยภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเสนอเพิ่มเติมว่าเนื้อหารายการยังไม่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขาดรายการส่งเสริมประวัติศาสตร์ของแต่ละภูมิภาค ส่วนด้านของความหลากหลายทางเพศ ทุกภูมิภาคตอบใกล้เคียงกันว่า การนำเสนอเรื่อง LGBTQ+ มักกระจุกตัวอยู่แค่ซีรีส์บอยเลิฟ (BL) และเกิร์ลเลิฟ (GL) และเกิดความกังวลว่าอาจทำให้ผู้ชมที่เป็นเยาวชนเกิดพฤติกรรมเลียนแบบโดยที่ยังไม่เข้าใจ

2.2.3) ความหลากหลายของเนื้อหาสำหรับคนกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ ผู้สูงอายุพบว่าแต่ละภูมิภาคสะท้อนใกล้เคียงกันว่าเนื้อหาสำหรับคนกลุ่มเปราะบางยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมหลักของโทรทัศน์ดิจิทัลในปัจจุบันที่ต้องทนดูข่าวอาชญากรรมที่ทำให้เครียด และขาดรายการด้านสุขภาพหรือการใช้ชีวิต เช่น รายการด้านกฎหมาย รายการเกี่ยวกับการเตือนภัยเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ในขณะที่ผู้พิการก็ขาดเนื้อหารายการที่สะท้อนปัญหา แนวทางแก้ไข และความต้องการอย่างตรงไปตรงมารวมถึงขาดพื้นที่สื่อที่เปิดให้แสดงตัวตนอย่างแท้จริง

2.3) ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม พบข้อมูลดังนี้

2.3.1) คุณภาพเนื้อหาข่าวและการสื่อสารข้อมูลสาธารณะ

■ ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่า ข่าวโทรทัศน์ยังคงเป็นประเภทเนื้อหาที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด และยังถูกมองว่ามีความน่าเชื่อถือสูงกว่าข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั่วไป อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมในทุกพื้นที่แสดงข้อกังวลร่วมกันหลายประการเกี่ยวกับคุณภาพของข่าว

■ ในด้านความถูกต้องและความเป็นกลาง ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่ ฉะเชิงเทรา อุดรธานี ภูเก็ต และระยอง สะท้อนตรงกันว่า ข่าวโทรทัศน์จำนวนหนึ่งมีลักษณะใส่ความเห็น อารมณ์ และกรอบตรามาเข้าไปมากเกินไป จนในสายตาของผู้เข้าร่วมกลุ่มนักวิชาการและนักวิชาชีพ ข่าวโทรทัศน์จำนวนมากได้กลายเป็น "รายการเล่าข่าว" มากกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างเคร่งครัด ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตยังชี้ให้เห็นปัญหาเพิ่มเติมว่า เมื่อเกิดความผิดพลาดของข้อมูลในข่าว กระบวนการแก้ไขและแจ้งต่อสาธารณะยังไม่ชัดเจน ทำให้ประชาชนที่รับรู้ข่าวผิดนั้นไปก่อนหน้าไม่ทราบว่ามีกรแก้ไขแล้ว ส่งผลต่อความรับผิดชอบของสื่อในระยะยาว

■ ในด้านความทันสมัยและความกระชับ ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่วิจารณ์ตรงกันว่า ข่าวโทรทัศน์มีลักษณะ "น้ำเยอะกว่าเนื้อ" กล่าวคือ มีการนำเสนอข้อมูลเดิมซ้ำหลายรอบในหลายช่วงเวลา โดยไม่มีการอัปเดตสาระใหม่ ผู้เข้าร่วมกลุ่มนักศึกษาจากอุดรธานีระบุอย่างชัดเจนว่า รูปแบบการพาดหัวข่าวที่เกินจริงในบางกรณีไม่ตรงกับเนื้อหา ทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน ขณะที่ผู้เข้าร่วมจากระยองเสนอว่าข่าวควรติดตามประเด็นให้ถึงที่สุด โดยเฉพาะประเด็นที่กระทบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย แทนที่จะรายงานเพียงเหตุการณ์เบื้องต้นแล้วปล่อยให้หายไป

■ ในด้านความน่าสนใจและการคัดเลือกประเด็น ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่ เชียงตรา และอุดรธานี สะท้อนว่า ข่าวด้านหลายช่องเน้นประเด็นดราม่า ความขัดแย้ง และเรื่องส่วนตัวมากกว่า ประเด็นที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ กลุ่มนักวิชาการจากเชียงใหม่ชี้ให้เห็นว่าข่าวเชิงนานาชาติยังไม่แข็งแรงพอ ทำให้ชาวไทยไม่ค่อยถูกอ้างอิงในระดับสากล

2.3.2) คุณภาพเนื้อหาทางการศึกษาและการสร้างความรู้สาธารณะ

■ ในด้านเนื้อหาเชิงการศึกษา ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ยังเห็นว่ารายการประเภท สารคดี รายการท่องเที่ยว รายการเกษตร และรายการอาหาร เป็นประเภทเนื้อหาที่ได้รับการชื่นชมมากที่สุด เพราะนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน กลุ่มชุมชนและผู้ชมทั่วไปมองว่าคุณภาพวัดจากประโยชน์ ใช้สอยจริง เช่น รายการที่ดูแล้วนำไปทำอาหารตามได้ ปลูกผักตามได้ หรือเดินทางตามได้ อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่า เนื้อหาเชิงการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชนยังมีน้อยเมื่อเทียบกับ ความต้องการ ผู้เข้าร่วมจากกระยองเสนอให้เพิ่มรายการที่ช่วยพัฒนาทักษะ เช่น เกมโชว์ความรู้ รายการ วิทยาศาสตร์ รายการกีฬา หรือรายการที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ โดยออกแบบให้สนุกและเข้าถึงเด็กได้จริง กลุ่มตัวแทนผู้พิการและหน่วยงานดูแลจากกระยองยังให้ข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า รายการเกมโชว์บางรูปแบบ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเด็กพิเศษหรือกลุ่มเปราะบางในฐานะกิจกรรมพัฒนาทักษะการสื่อสารได้

■ ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับเนื้อหาการเตรียมความพร้อม ล่วงหน้าของสังคม โดยเห็นว่าสื่อโทรทัศน์และการสื่อสารสาธารณะไม่ควรทำหน้าที่เพียง "แจ้งเมื่อเกิดเหตุ" แต่ควรมีบทบาทในการสร้างความรู้และความเข้าใจล่วงหน้าในประเด็นที่สังคมพอคาดการณ์ได้ เช่น ช่วงฤดูฝน พื้นที่เสี่ยงน้ำท่วม หรือปัญหา PM2.5 เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสปรับตัวก่อนสถานการณ์จะกลายเป็นวิกฤต

2.3.3) การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ ความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ และการนำไปใช้ได้จริง

■ ผู้เข้าร่วมทุกพื้นที่ยังมองว่าข้อมูลจากภาครัฐมีความสำคัญและมีน้ำหนัก ในสายตาประชาชน โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตที่สังคมต้องการจุดอ้างอิงร่วม อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สะท้อนออกมา อย่างชัดเจนจากทุกพื้นที่ คือ คุณค่าของข้อมูลภาครัฐไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่า "มีการสื่อสาร" หรือไม่ หากขึ้นอยู่กับว่า เนื้อหานั้นชัดเจนพอ เข้าใจง่ายพอ น่าเชื่อถือเพียงใด และสามารถนำไปใช้ได้จริงแค่ไหน

■ ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่ไม่เข้าถึงข้อมูลได้จำกัด ต้องการข้อมูลที่ "แปลแล้ว" ให้ประชาชนเข้าใจได้ ไม่ใช่เพียงข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงเท่านั้น กล่าวคือ ต้องมีการอธิบายว่าข้อมูลนั้นมีผลต่อชีวิตของผู้รับสารอย่างไร และควรปฏิบัติตัวอย่างไรต่อไป โดยไม่ต้องไปหา คำอธิบายเพิ่มเติมจากที่อื่น ผู้เข้าร่วมจากกระยองเสริมว่า หากข้อมูลภาครัฐออกซ้ำเกินไป ข่าวลือหรือข้อมูลที่ ไม่ตรวจสอบจากสื่อออนไลน์จะแพร่กระจายเข้ามาแทนที่ก่อน ทำให้ภาครัฐต้องตามแก้ข้อมูลภายหลัง

■ ผู้เข้าร่วมจากหลายพื้นที่จึงเสนอให้มีแหล่งข้อมูลกลางหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่ชัดเจนในระดับพื้นที่เมื่อเกิดเหตุสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลทางการออกมารวดเร็ว เป็นชุดเดียวกัน และ สื่อสามารถนำไปเผยแพร่ต่อได้โดยไม่เกิดความคลาดเคลื่อน

2.3.4) ปัญหาโฆษณา: ขอร้องเรียนที่สอดคล้องกันมากที่สุดทุกพื้นที่

■ หากพิจารณาจากทุกพื้นที่ที่รวมกัน ประเด็นที่ผู้เข้าร่วมสะท้อนตรงกันมากที่สุด และมีน้ำหนักที่สุด คือ ปัญหาเรื่องโฆษณา ซึ่งถูกวิจารณ์ใน 3 ชั้นพร้อมกัน

◆ ปริมาณโฆษณามากเกินไป ยาวเกินไป และคั่นบ่อยเกินไป จนกระทบต่อ ความต่อเนื่องของการรับชม

◆ คุณภาพและความจริงใจ การขายของที่แทรกอยู่ในเนื้อหารายการจน
เส้นแบ่งระหว่างสาระกับการตลาดไม่ชัดเจน ทำให้ผู้ชมรู้สึกว้าวุ่นไม่จริงใจ

◆ ผลกระทบต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง
เช่น อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์ความงาม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของผู้สูงอายุหรือผู้ชมที่เชื่อถือข้อมูลจาก
โทรทัศน์ได้ง่าย

■ ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่ ฉะเชิงเทรา อุตรดิตถ์ ภูเก็ต และระยองต่างสะท้อน
ตรงกันว่า เมื่อโฆษณายาวหรือบ่อยเกินไป ผู้ชมจะเปลี่ยนช่อง หรือย้ายไปรับชมเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์ม
ออนไลน์แทน ซึ่งสามารถข้ามโฆษณาได้ ทำให้โฆษณาไม่ได้เป็นเพียงความรำคาญ แต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ
การรักษฐานผู้ชมของโทรทัศน์

2.3.5) ละคร ซีรีส์ และรายการบันเทิง

■ มุมมองต่อละครและซีรีส์สะท้อนความแตกต่างระหว่างวัยอย่างชัดเจน
ในทุกพื้นที่ กลุ่มผู้สูงอายุและผู้ชมดั้งเดิมมองว่าละครไทยมีความซ้ำมากเกินไป ทั้งในแง่ของการรีเมค การรีรัน
และโครงเรื่องที่คาบคานได้ ขณะที่เยาวชนและกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ไม่ได้ปฏิเสธเนื้อหาโทรทัศน์ แต่เลือกรับชมผ่าน
แพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่า

■ ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตเปรียบเทียบละครไทยกับซีรีส์ต่างประเทศอย่าง
ตรงไปตรงมา โดยมองว่าซีรีส์จีนหรือเกาหลีมีความหลากหลายของเรื่องเล่า คุณภาพการผลิต และ
การสอดแทรกความรู้หรือแรงบันดาลใจมากกว่า ผู้เข้าร่วมจากหลายพื้นที่ยังมีข้อกังวลเรื่องความเหมาะสมของ
เนื้อหาบางประเภท เมื่อเด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

■ รายการประเภทสารคดี รายการท่องเที่ยว รายการอาหาร และเกมโชว์
บางประเภทได้รับคำชื่นชมจากผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ โดยเฉพาะรายการที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
สร้างแรงบันดาลใจ หรือส่งเสริมการเรียนรู้

2.3.6) ข้อเสนอแนะและข้อเสนอเบื้องต้น

■ ทบทวนรูปแบบการจัดวางโฆษณาและการควบคุมโฆษณาที่อวดอ้างเกินจริง
โดยเฉพาะสินค้าอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์ความงาม

■ ส่งเสริมให้ชาวโทรทัศน์กระชับขึ้น ลดความยึดถือ ลดการวนซ้ำ และ
ลดการพึ่งพาตราหมา พร้อมพัฒนาความเป็นกลางและการคัดกรองข้อมูลให้เข้มแข็งขึ้น

■ กำหนดแนวทางให้สื่อสื่อสารการแก้ไขข้อผิดพลาดต่อสาธารณะอย่างชัดเจน
เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือในระยะยาว

■ พัฒนาการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และตอบคำถามของ
ประชาชนได้จริง ไม่ใช่เพียงแจ้งให้รับรู้แต่ช่วยให้ "รู้ว่าต้องทำอะไรต่อ"

■ เพิ่มเนื้อหาเชิงการศึกษา สุขภาพ เกษตร และรายการสำหรับเด็กและเยาวชน
ที่ตอบโจทย์ความต้องการจริง

■ ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาเชิงป้องกันและการเตรียมความพร้อมล่วงหน้า
อย่างต่อเนื่อง

2.4) กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ลำภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง

จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม พบข้อมูลดังนี้

2.4.1) โทรศัพท์ไม่ใช่ช่องทางแรกในการรับรู้ภัยอีกต่อไป

■ ข้อค้นพบที่ชัดเจนและสอดคล้องกันที่สุดจากการประชุมทั้ง 5 พื้นที่ คือ เมื่อเกิดเหตุภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉินจริง ประชาชนจำนวนมากรับรู้เหตุการณ์จากช่องทางอื่นก่อนโทรศัพท์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ ข้อความแจ้งเตือน Facebook เพจข่าวออนไลน์ เพจประชาสัมพันธ์จังหวัด หรือการบอกต่อกันในชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน คนวัยทำงาน และผู้ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ

■ ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่อธิบายว่าที่มักช้ากว่าเหตุการณ์จริง โดยเฉพาะในเหตุแผ่นดินไหว ผู้เข้าร่วมจากพะเยาและเชียงรายว่า ในจังหวัดเกิดเหตุทันที คนส่วนใหญ่ไม่ได้เปิดทีวีแต่จะหยิบโทรศัพท์ก่อนเพราะอยู่ใกล้ตัวกว่า ส่วนผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตและระยองชี้ว่า ลำดับของการรับรู้ภัยในชีวิตจริงได้เปลี่ยนไปอย่างชัดเจนแล้ว และการออกแบบระบบเตือนภัยที่ยังตั้งต้นจากสมมติฐานว่าประชาชนจะรับรู้ผ่านโทรศัพท์ก่อนจึงคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

2.4.2) บทบาทใหม่ของโทรศัพท์: จากการแจ้งก่อน สู่การยืนยันและอธิบาย

■ แม้โทรศัพท์จะไม่ใช่วิธีแรก แต่ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ที่ยังไม่ได้มองว่าโทรศัพท์หมดบทบาท ตรงกันข้าม หลายกลุ่มยังเห็นว่าโทรศัพท์มีความสำคัญในอีกบทบาทหนึ่ง คือการเป็น "สื่อที่ช่วยยืนยันข้อเท็จจริง" "สื่อที่ให้รายละเอียด" และ "สื่อที่ช่วยอธิบายสถานการณ์" โดยเฉพาะเมื่อข้อมูลจากช่องทางอื่น มีลักษณะสั้น รวดเร็ว หรือกระจัดกระจายเกินไป

■ ผู้เข้าร่วมจากพะเยาสะท้อนว่า หลังจากเห็นข้อมูลในมือถือหรือออนไลน์แล้ว ยังต้องการใช้โทรศัพท์หรือแบรนด์ข่าวของสถานีโทรศัพท์เพื่อตรวจสอบว่าข่าวจริงหรือไม่ ดูข้อมูลที่เป็นทางการ ติดตามความคืบหน้า และรับข้อมูลที่ช่วยตัดสินใจ เช่น จุดเกิดเหตุ เส้นทางเสี่ยง และการเตรียมตัว ผู้เข้าร่วมจากระยองเสริมว่า โทรศัพท์ไม่จำเป็นต้องแข่งกับมือถือในเรื่องความเร็ว แต่ควรทำในสิ่งที่มือถือทำได้ไม่สมบูรณ์ คือ การรวบรวมข้อมูล ให้รายละเอียด และอธิบายบริบทของสถานการณ์

2.4.3) ปัญหาหลักของระบบเตือนภัยผ่านโทรศัพท์ โดยจากทุกพื้นที่ พบข้อจำกัดสำคัญที่สอดคล้องกันของระบบเตือนภัยผ่านโทรศัพท์ ดังนี้

■ ความล่าช้าของข้อมูล ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ระบุตรงกันว่าข้อมูลจากโทรศัพท์มักมาหลังจากที่ประชาชนรับรู้เหตุจากช่องทางอื่นไปแล้ว โดยเฉพาะในเหตุการณ์เฉียบพลัน เช่น แผ่นดินไหว หรือน้ำท่วมฉับพลัน

■ ข้อมูลกว้างเกินไป ไม่เจาะพื้นที่ ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่และระยอง สะท้อนชัดว่า สิ่งที่ประชาชนต้องการคือข้อมูลเชิงพื้นที่ เช่น เขตไหนน้ำท่วม เส้นทางใดใช้ได้ หรือพื้นที่ใดควรหลีกเลี่ยง แต่โทรศัพท์มักสื่อสารในระดับประเทศหรือระดับภาคที่กว้างเกินไป จนประชาชนในพื้นที่ไม่แน่ใจว่าข้อมูลนั้นเกี่ยวข้องกับตนเองหรือไม่

■ ประชาชนไม่ได้อยู่หน้าจอโทรศัพท์ตลอดเวลา ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่า แม้โทรศัพท์จะมีการแจ้งเตือน แต่หากประชาชนไม่ได้เปิดโทรศัพท์ในเวลานั้น ก็ไม่ได้รับข้อมูลอยู่ดี ต่างจากโทรศัพท์มือถือที่อยู่กับตัวตลอดเวลา ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตชี้ว่า การออกแบบระบบที่ยังตั้งต้นจากสมมติฐาน "สื่อเดียว" นั้นไม่สอดคล้องกับสภาพการใช้ชีวิตที่ผู้คนใช้หลายหน้าจอพร้อมกัน

■ รูปแบบการแจ้งเตือนปัจจุบันไม่ดึงดูดความสนใจเพียงพอ ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่าตัวอักษรวิ่งด้านล่างจอซึ่งเป็นรูปแบบหลักในปัจจุบัน ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอเนื่องจากผู้ชมอาจอ่านไม่ทัน ไม่สังเกตเห็น หรือไม่รู้ว่าเป็นข้อความฉุกเฉินจริงหรือเป็นข้อความประกอบรายการทั่วไป ผู้เข้าร่วมจากอุดรธานีสะท้อนตรงไปตรงมาว่า "มองเห็นแต่ไม่ได้อ่าน"

■ ข้อมูลยังไม่พอสำหรับการตัดสินใจ แม้จะมีการแจ้งเตือน แต่ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตและระยองสะท้อนว่า เนื้อหาที่ส่งออกมาบอกเพียงว่า "เกิดอะไรขึ้น" ยังไม่ตอบคำถามที่ประชาชนต้องการรู้จริง เช่น เกิดที่ไหน ส่งผลกับพื้นที่ใดบ้าง รุนแรงเพียงใด และควรทำอะไรต่อ

2.4.4) รูปแบบการเตือนภัยที่ผู้เข้าร่วมต้องการ จากทุกพื้นที่ มีแนวทางร่วมที่ชัดเจนว่า ผู้เข้าร่วมต้องการให้การเตือนภัยมีสถานะพิเศษ เด่นชัดกว่าเนื้อหาการประกาศ และช่วยให้ประชาชนตัดสินใจได้ทันที ข้อเสนอที่ปรากฏในทุกพื้นที่ ได้แก่

■ การตัดรายการและขึ้นข้อมูลฉุกเฉินทันที: ผู้เข้าร่วมจากอุดรธานี ภูเก็ต และระยองเสนอว่าหากเป็นเหตุฉุกเฉินสำคัญ ควรตัดรายการและขึ้นข้อมูลเต็มจอ ไม่จำกัดอยู่ที่ตัวอักษรวิ่งด้านล่าง

■ ระบบระดับสีเพื่อสื่อความรุนแรง: ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่ ภูเก็ต และระยองเสนอตรงกันว่า ควรมีระบบสี เช่น แดง เหลือง เขียว เพื่อให้ผู้รับสารสามารถประเมินความรุนแรงและตัดสินใจได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความข้อมูลซับซ้อน

■ ข้อความสั้น กระชับ ใช้ภาษาง่าย ไม่ทับศัพท์วิชาการ: ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่เห็นตรงกันว่าข้อความเตือนภัยควรสั้น ตรงไปตรงมา และเข้าใจได้ทันที

■ มีองค์ประกอบหลายรูปแบบพร้อมกัน: ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่และระยองเสนอให้มีทั้งสี เสียง ข้อความ และสัญลักษณ์เฉพาะ เพื่อเข้าถึงผู้ชมที่มีข้อจำกัดต่างกัน

■ ระบุพื้นที่เฉพาะเจาะจง: ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่ ภูเก็ต และระยอง เน้นว่าการเตือนควรบอกได้ว่าพื้นที่ใด อำเภอใด หรือเส้นทางใดได้รับผลกระทบ เพื่อให้ประชาชนประเมินว่าตนเองเกี่ยวข้องหรือไม่

■ ข้อมูลที่นำไปสู่การปฏิบัติ: ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ต้องการให้การเตือนบอกด้วยว่าควรทำอะไร ไม่ใช่เพียงบอกว่าเกิดอะไรขึ้น

■ การออกพร้อมกันในหลายช่อง: ผู้เข้าร่วมจากฉะเชิงเทรา ภูเก็ต และระยองเสนอให้มีระบบตัดข้อมูลเตือนภัยพร้อมกันในหลายช่องหลัก เพราะประชาชนแต่ละคนรับชมช่องต่างกัน

2.4.5) การสื่อสารแบบหลายช่องทาง: ความจำเป็นและการทำงานร่วมกัน

■ ข้อสรุปร่วมที่ชัดเจนจากทุกพื้นที่ คือ ไม่มีช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์การเตือนภัยได้ครบถ้วนเพียงลำพัง ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่เสนอให้บูรณาการที่วิกับโทรศัพท์มือถือ วิทยุ แพลตฟอร์มออนไลน์ และเครือข่ายในชุมชน ผู้เข้าร่วมจากฉะเชิงเทราชี้ว่าเครือข่ายคนกลาง เช่น ครอบครัว อสม. ผู้ดูแล และชุมชน ยังมีบทบาทสำคัญมากในการทำให้ข้อมูลไปถึงประชาชนจริง

■ โทรศัพท์มือถือเหมาะสมกับความเร็วและความใกล้ชิดตัวประชาชน โทรศัพท์ที่เหมาะสมกับการให้รายละเอียด ยืนยันข้อมูล และอธิบายสถานการณ์ ช่องทางท้องถิ่นและเพจประชาสัมพันธ์จังหวัดเหมาะสมกับข้อมูลเฉพาะพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลกลางที่ถูกต้องและรวดเร็วพอที่สื่อสารสามารถนำไปเผยแพร่ต่อได้ทันที ทั้งหมดต้องเชื่อมกันอย่างเป็นระบบ

2.4.6) การเข้าถึงของผู้พิการ ผู้สูงอายุ และกลุ่มเปราะบาง ประเด็นการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบางเป็นข้อค้นพบที่มีน้ำหนักมากในทุกพื้นที่ ผู้เข้าร่วมสะท้อนตรงกันว่ากลุ่มเหล่านี้ยังเป็นกลุ่มที่ระบบสื่อสารปัจจุบันเสี่ยงจะทิ้งไว้ข้างหลังมากที่สุด เนื่องจากจำนวนหนึ่งยังพึ่งพาโทรศัพท์เป็นช่องทางรับข้อมูลหลัก ไม่ได้ใช้หลายแพลตฟอร์ม และไม่มีโอกาสตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง

■ ผู้พิการทางการได้ยิน ตัวแทนคนพิการจากเชียงใหม่สะท้อนอย่างชัดเจนว่าควรมีล่ามภาษามือแบบ real-time ในช่วงเตือนภัยและการแจ้งเตือนภัย ไม่ควรจำกัดอยู่เพียงบางรายการ เพราะ

ในภาวะวิกฤตการเข้าถึงข้อมูลคือเรื่องจำเป็นต่อความปลอดภัย ผู้เข้าร่วมจากระยองยืนยันเช่นกันว่าระบบปัจจุบันยังไม่รองรับผู้พิการทางการได้ยินอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงเหตุฉุกเฉินที่ต้องการข้อมูลด่วน

- ผู้พิการทางสายตา ผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่มองว่าหากมีการแจ้งที่ชัดเจนและทันเวลา ระบบเสียงยังช่วยให้เข้าถึงได้ในระดับหนึ่ง แต่หากข้อมูลมาซ้ำเกินไปก็ไม่ตอบโจทย์ ผู้เข้าร่วมจากฉะเชิงเทราชี้ว่าต้องการการเตือนภัยที่มีเสียงชัดเจนและบอกได้ว่าเกิดอะไรขึ้น ภัยไปถึงไหน และควรปฏิบัติตัวอย่างไร

- ผู้สูงอายุ ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่าผู้สูงอายุที่อยู่บ้านยังพึ่งพาโทรศัพท์มากกว่ากลุ่มอื่น แต่หลายคนอาจต้องพึ่งลูกหลานหรือคนในบ้านช่วยบอกต่อ ผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตเน้นว่าสำหรับผู้สูงอายุที่รับข้อมูลจากโทรศัพท์เป็นหลักและไม่สามารถค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่นได้ เนื้อหาต้องถูกออกแบบให้เข้าใจง่ายและไม่ต้องตีความต่ออีกมาก เพราะหากข้อมูลสั้นเกินไปหรือเป็นนามธรรม กลุ่มนี้ จะไม่สามารถประเมินสถานการณ์ได้เอง

- ผู้ป่วยติดเตียงและผู้เปราะบางในพื้นที่ห่างไกล ผู้เข้าร่วมจากฉะเชิงเทราชี้ว่า ผู้ป่วยติดเตียงมักไม่ได้รับข้อมูลโดยตรงจากสื่อ แต่ต้องอาศัยผู้ดูแลหรือคนในชุมชนเป็นผู้รับข่าวแล้วส่งต่ออีกทอดหนึ่ง ส่วนผู้เข้าร่วมจากเชียงใหม่เสนอให้วิทยุท้องถิ่น เครือข่ายชุมชน และช่องทางในพื้นที่สำหรับกลุ่มที่เข้าถึงโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตได้ไม่เท่ากัน โดยผู้เข้าร่วมจากภูเก็ตสรุปหลักการสำคัญไว้ว่า การเข้าถึงของกลุ่มเปราะบางไม่ควรถูกมองเป็น "ฟังก์ชันเสริม" ที่มาพิจารณาทีหลัง แต่ควรเป็นเกณฑ์ตั้งต้นของการออกแบบระบบสื่อสารทั้งหมด เพราะในภาวะวิกฤต คุณภาพของระบบไม่ได้วัดจากว่าคนส่วนใหญ่เข้าใจหรือไม่ แต่วัดจากว่าคนที่เข้าใจยากที่สุดยังมีโอกาสรับรู้และตัดสินใจได้หรือไม่

2.4.7) บริบทเฉพาะพื้นที่ที่ส่งผลต่อความต้องการการเตือนภัย นอกจากข้อค้นพบร่วมข้างต้น ยังมีบริบทเฉพาะพื้นที่ที่ส่งผลต่อความต้องการด้านการเตือนภัยอย่างชัดเจน

- เชียงใหม่: การมีชาวต่างชาติและผู้ใช้ภาษาอื่นจำนวนหนึ่ง ทำให้ผู้เข้าร่วมเสนอว่าการเตือนภัยไม่ควรยึดภาษาไทยอย่างเดียว ควรมีภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นเสริมตามความเหมาะสม นอกจากนี้ สภาพภูมิประเทศที่หลากหลายทำให้ภัยพิบัติอย่างแผ่นดินไหว น้ำท่วม พายุ และหมอกควัน มีลักษณะเฉพาะพื้นที่ที่ต้องการข้อมูลเจาะจง

- ระยอง: ในฐานะพื้นที่อุตสาหกรรมและเขต EEC ผู้เข้าร่วมเน้นว่าระบบเตือนภัยต้องครอบคลุมภัยจากโรงงาน สารเคมี ไฟไหม้ และระเบิด ไม่ใช่เพียงภัยธรรมชาติ ยังมีการกล่าวถึงภัยเฉพาะพื้นที่ เช่น ช้างป่าในอำเภอกาญจนบุรี ซึ่งต้องการระบบแจ้งเตือนระดับท้องถิ่นที่แม่นยำมากกว่าการประกาศระดับประเทศ

- อุตรดิตถ์: กลุ่มผู้ชมดั้งเดิม โดยเฉพาะผู้สูงอายุและ อสม. ยังพึ่งพาโทรศัพท์และวิทยุเป็นหลัก โดยมีบทบาทสำคัญในการนำข้อมูลไปส่งต่อในชุมชน ขณะที่กลุ่มเยาวชนและคนวัยทำงานใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางแรก

2.4.8) ข้อสรุปและข้อเสนอแนะเบื้องต้น ด้านกลไกการเตือนภัยและการสื่อสารสาธารณะ

- พัฒนารูปแบบการแจ้งเตือนภัยให้มีสถานะพิเศษ เด่นชัดกว่าตัวอักษรวิ่ง เช่น การตัดรายการ การขึ้นข้อมูลเต็มจอ และการใช้ผู้ประกาศหรือผู้สื่อข่าวรายงาน

- นำระบบระดับสีมาใช้เพื่อสื่อความรุนแรงของภัย และออกแบบข้อมูลให้สั้นชัด ลดภาระการตีความของผู้รับสาร

- กำหนดแนวทางสำหรับการตัดสินใจทุกช่องหลักในภาวะฉุกเฉินจริง เพื่อให้ประชาชนไม่ว่าจะดูช่องใดอยู่ก็รับข้อมูลได้
- พัฒนาการแจ้งเตือนให้มีข้อมูลเชิงพื้นที่มากขึ้น ระบุจังหวัด อำเภอ หรือพื้นที่เสี่ยงให้ชัดเจน
- บูรณาการบทบาทของโทรทัศน์กับโทรศัพท์มือถือ วิทยุ แพลตฟอร์มออนไลน์ และเครือข่ายในพื้นที่ให้ทำงานร่วมกันเป็นระบบ
- จัดให้มีแหล่งข้อมูลกลางหรือผู้ให้ข้อมูลหลักที่ชัดเจนในระดับพื้นที่เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน เพื่อให้ข้อมูลทางการออกมาทันเวลาและป้องกัน fake news
- ด้านการเข้าถึงของผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง 1) ส่งเสริมล่ามภาษามือแบบ real-time ในช่วงเตือนและการแจ้งเตือนภัย ไม่จำกัดเพียงบางรายการ 2) เพิ่มคำบรรยายแทนเสียงในรายการข่าวและการแจ้งเตือนภัย 3) ออกแบบสัญญาณเตือนภัยให้มีความสอดคล้องกัน ทั้งสี เสียง ข้อความ ภาพ และภาษามือ เพื่อเข้าถึงผู้ชมที่มีข้อจำกัดต่างกัน 4) ออกแบบเนื้อหาการแจ้งเตือนโดยตั้งต้นจากผู้รับสารที่มีข้อจำกัดมากที่สุด ไม่ใช่เพิ่มเติมช่องทางเฉพาะภายหลัง และ 5) พิจารณาบทบาทของสื่อชุมชน วิทยุท้องถิ่น และเครือข่ายคนกลางในชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบสื่อสารภัยพิบัติ โดยเฉพาะสำหรับผู้ป่วยติดเตียง ผู้สูงอายุในพื้นที่ห่างไกล และผู้ที่เข้าถึงสื่อได้จำกัด

3) ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องข้อเสนอแนะของวุฒิสภาจากรายงานประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568

3.1) ประเด็นการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.1.1) การเตรียมพร้อมหากฟรีทีวีลดบทบาท โดยกลุ่มผู้ประกอบการเคเบิลท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก ให้ข้อมูลว่าได้เริ่มปรับตัวโดยใช้โมเดลเก็บค่าสมาชิก และเตรียมสร้างแอปพลิเคชันรองรับไว้แล้ว หากฟรีทีวีภาคพื้นดินยุติลงหลังปี 2572

3.1.2) ผลกระทบต่อแรงงานภาค Roadmap โครงข่าย โดยกลุ่มผู้ประกอบการและตัวแทนช่างเทคนิคในพื้นที่ สะท้อนว่า หาก กสทช. ยกเลิกโครงข่ายทีวีเดิมโดยไม่มีโครงสร้างพื้นฐานใหม่ที่ชัดเจนรองรับ จะส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อแรงงานช่างติดตั้งจานดาวเทียมและเสาสัญญาณในท้องถิ่น

3.2) ประเด็นปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.2.1) ยังคงมีจุดบอดสัญญาณในพื้นที่ห่างไกล โดยกลุ่มประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสียจากทั้ง 5 ภูมิภาค ระบุตรงกันว่ายังมีปัญหาจุดบอดสัญญาณในพื้นที่ภูเขา พื้นที่ชายแดน และเกาะที่ห่างไกล รวมถึงกังวลว่าหากเปลี่ยนไปใช้ระบบอินเทอร์เน็ตทีวี จะสร้างภาระค่าใช้จ่ายและก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท

3.2.2) ข้อจำกัดของผู้สูงอายุ โดยกลุ่มผู้สูงอายุและตัวแทนชุมชนจากทั้ง 5 ภูมิภาค สะท้อนว่าผู้สูงอายุขาดทักษะเทคโนโลยี ค้นคว้าอุปกรณ์เดิม และกลัวความซับซ้อนของออนไลน์ โดย กลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออก เสนอให้รัฐตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อช่วยแนะนำการใช้งาน

3.3.3) ข้อจำกัดของผู้พิการในภาวะวิกฤต โดยตัวแทนผู้พิการ จากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระบุว่าต้องการล่ามภาษามือแบบ Real-time และระบบแจ้งเตือนที่ใช้ทั้งสี เสียง และสัญลักษณ์พร้อมกัน เพื่อให้ผู้พิการเข้าถึงข้อมูลภัยพิบัติได้อย่างเท่าเทียม

3.3.4) ข้อจำกัดของกลุ่มผู้ป่วยติดเตียง โดยตัวแทนประชาชนและชุมชน จากภาคกลางและภาคเหนือ ระบุว่าผู้ป่วยติดเตียงเข้าถึงทีวีได้ยาก ต้องพึ่งพาระบบเครือข่ายบุคคลกลางในชุมชน เช่น อสม. หรือวิทยุท้องถิ่น ในการส่งต่อข้อมูล

3.3) ประเด็นปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.3.1) ทวิตเตอร์เป็นเครื่องมือกรองข่าวปลอม โดยกลุ่มประชาชนทั่วไป จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระบุว่าพฤติกรรมว่า มักนำข้อมูลข่าวสารหรือภัยพิบัติที่ได้รับจากโซเชียลมีเดีย มาตรวจสอบข้อเท็จจริงกับสื่อโทรทัศน์เพื่อป้องกันการหลงเชื่อข่าวปลอม (Fake News)

3.3.2) ปัญหาภัยจากโฆษณาหลอกลวง โดยกลุ่มประชาชนทั่วไป จากภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ แสดงความกังวลอย่างมากต่อโฆษณาอาหารเสริมหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพในทีวีที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ซึ่งผู้สูงอายุมักหลงเชื่อและสั่งซื้อจนเกิดผลกระทบต่อสุขภาพและทรัพย์สิน นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุยังมองว่าการเปลี่ยนผ่านการรับสื่อไปสู่โลกออนไลน์จะมาพร้อมกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่ทวีความรุนแรงขึ้น ทั้งปัญหาจากมิจฉาชีพและแก๊งคอลเซ็นเตอร์ รัฐจึงจำเป็นต้องมีระบบความปลอดภัยมารองรับ

3.4) ประเด็นการปรับปรุงกฎหมาย

กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงความเห็นไปในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับกฎเรื่องการควบคุมมาตรฐานสื่อออนไลน์ โดยกลุ่มประชาชนจากภาคใต้ มีเสียงเรียกร้องให้หน่วยงานของรัฐเข้ามากำกับดูแลสื่อออนไลน์และ OTT อย่างเข้มงวดมากขึ้น เพื่อให้มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภคใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่กลุ่มครู ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการสื่อท้องถิ่น มีทรรศนะที่สอดคล้องกันว่าการขาดกฎหมายและข้อบังคับในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำและเสียเปรียบของสื่อดั้งเดิมในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) กสทช. หรือผู้แทนเลขาธิการ กสทช. หรือผู้แทน ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค และ 2) ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ใน 5 ภูมิภาค รวมจำนวนผู้สัมภาษณ์เชิงลึกทั้งสิ้น 26 คน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง และหน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง-หน่วยงาน	ภูมิภาค
ตัวแทน กสทช. หรือผู้แทน เลขาธิการ กสทช. ส่วนกลาง			
1	คุณราตรี จุลศิริ	ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของผู้บริโภค สำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค	กสทช.
ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขตพื้นที่ภูมิภาค และผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ใน 5 ภูมิภาค			
2	คุณบุศรา ผาชีว	นักวิชาการตรวจสอบและปฏิบัติการ	ภาคกลาง

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง-หน่วยงาน	ภูมิภาค
3	คุณมัทธนียา มากสมบูรณ์	สำนักงาน กสทช. เขต 14	ภาคกลาง
4	รศ.ดร.ดวงพร ภูผะกา	(ตัวแทน ผู้อำนวยการเขต 14)	ภาคกลาง
5	รศ.ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	ผู้อำนวยการส่วนบริหารกิจการโทรทัศน์ ภาคกลาง จังหวัดกาญจนบุรี (NBT กาญจนบุรี)	ภาคกลาง
6	อ.ณรงค์ศักดิ์ พุดผือก	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์	ภาคกลาง
7	คุณมนต์ชัย ณ ลำพูน	ผู้อำนวยการสำนักงาน กสทช. ภาค 3	ภาคเหนือ
8	คุณปาณณิศา ไชยพรหม	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ (NBT เชียงใหม่)	ภาคเหนือ
9	ผศ.ดร.ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์	คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ภาคเหนือ
10	รศ.ดร.อุกฤษฏ์ มั่นคง	ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ภาคเหนือ
11	คุณระพีพร เพ็ชรเจริญ	ผู้สื่อข่าวสังกัด TV9 เดลินิวส์ และมติชน ประจำจังหวัดน่าน	ภาคเหนือ
12	คุณเกียรติศักดิ์ โบพรหม	รักษาการผู้อำนวยการสำนักงาน กสทช. เขต 42	ภาคใต้
13	คุณฐชนม์พรหม สมสุข	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ต (NBT ภูเก็ต)	ภาคใต้
14	ผศ.เจริญเนตร แสงดวงแข	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	ภาคใต้
15	อ.ณฤมล แสงดวงแข	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	ภาคใต้
16	คุณอรุณี วิทิพย์รอด	หัวหน้าศูนย์เดลินิวส์ภาคใต้ตอนบน (สุราษฎร์ธานี)	ภาคใต้
17	คุณอรรถพล รัตนวิทย์	ผู้อำนวยการส่วนผู้บริโภคและประโยชน์สาธารณะ สำนักงาน กสทช. ภาค 1	ภาคตะวันออก
18	คุณสฤษฎี จารุสันติสุข	ผู้อำนวยการส่วนบริหารกิจการโทรทัศน์ จ.จันทบุรี (NBT จันทบุรี)	ภาคตะวันออก
19	ผศ.ดร.พรรณพิลาศ กุลดิลก	รองคณบดีฝ่ายการจัดการศึกษาและสื่อสารองค์กร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	ภาคตะวันออก
20	อ.ดร.ธนวัชร จริยะภูมิ	คณะวิทยาศาสตร์ พลังงานและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง	ภาคตะวันออก
21	คุณนก มนต์อ่อน	ผู้สื่อข่าว ประจำจังหวัดระยอง	ภาคตะวันออก
22	คุณบัณฑิต สีเทา	ผู้อำนวยการสำนักงาน กสทช. เขต 24	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน
23	คุณปิยะพงษ์ เคนทวย	หัวหน้าฝ่ายรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี (NBT อุบล) ได้รับมอบหมายแทนผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน
24	ผศ.ดร.ปณิสญา อธิจิตตา	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน
25	รศ.ดร.กฤษณะพงศ์ พันธุ์ศรี	คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน
26	คุณยุทธนา เกียรติดำเนินงาม	หัวหน้าศูนย์ข่าวเดลินิวส์ภาคอีสานตอนบน (กาฬสินธุ์)	ภาคตะวันออก เฉิงเหิน

การสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหา

การรับสัญญาณภาคพื้นดิน 2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน และทั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมผลที่พบว่ามีเกี่ยวข้องกับ 3) ประเด็นที่ 3 ข้อสังเกตจากวุฒิสภา จากการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568 เพิ่มเติมด้วยเช่นกัน

สามารถสรุปภาพรวมรายละเอียดจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องในแต่ละรายประเด็นดังนี้ (รายละเอียดของผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และภาพประกอบการสัมภาษณ์แสดงในภาคผนวก)

1) ประเด็นที่ 1 การติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

1.1) โครงสร้างการแข่งขันของประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อติดตามและประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ และการวิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขัน แรงงาน และแนวโน้มการจ้างงาน พบข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในประเด็นย่อย ดังนี้

1.1.1) โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล โดยในการสัมภาษณ์นักวิชาการและนักวิชาชีพมีการมองสถานะโครงสร้างการแข่งขันในระบบนิเวศทีวีดิจิทัล ดังต่อไปนี้

- สถานะการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เสียเปรียบเมื่อเทียบกับแพลตฟอร์ม OTT เนื่องจากทีวีดิจิทัลอยู่ภายใต้กฎหมายและการกำกับดูแลที่เข้มงวดของ กสทช. ในขณะที่แพลตฟอร์มต่างชาติไม่มีภาระต้นทุนด้านใบอนุญาตและกฎระเบียบที่เหมือนกันจึงมีการเสนอให้มีการปรับกฎระเบียบที่เท่าเทียมเพื่อเพิ่มโอกาสการแข่งขันของทีวีดิจิทัลมากขึ้น

- สถานะสัญญาณภาคพื้นดินนโยบายสืบเนื่องจากความไม่ชัดเจนของแผนแม่บทหลังปี 2572 ส่งผลให้ธุรกิจถูกมองว่าเป็น Sunset Business ทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่น มูลค่าหุ้นในตลาดลดลง และผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้ และเริ่มมองหาโอกาสใหม่เพื่อความอยู่รอดมากขึ้น

- การปรับตัวสู่ Conceptual TV มีนักวิชาการเสนอให้เปลี่ยนนิยามจากทีวีที่เป็นเครื่องรับสัญญาณ (Physical) ไปสู่ทีวีเชิงแนวคิด National Television ที่เนื้อหาต้องเข้าถึงได้ทุกอุปกรณ์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อรักษาบทบาทการเป็นสื่อหลักที่น่าเชื่อถือ เพราะบริบทของการรับชมและสถานการณ์ทางเทคโนโลยีได้เปลี่ยนไปอย่างมากแล้ว

- ต้นทุนแฝงจากการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายสูงในการตรวจจับการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหาบนออนไลน์ บางรายจ่ายถึง 17 ล้านบาทต่อปี แต่กระบวนการทางกฎหมายกลับล่าช้าจนไม่ทันต่อความเสียหาย

1.1.2) ผลกระทบต่อแรงงานและบุคลากร

- การปรับทักษะสู่การเป็น "เปิด" (Multiskilling) แรงงานยุคใหม่จำเป็นต้องมีทักษะรอบด้านมากกว่าความเชี่ยวชาญเพียงอย่างเดียว เช่น ช่างภาพต้องเข้าใจการตลาด หรือโปรดิวเซอร์ต้องมีความรู้ด้านกฎหมายและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้สามารถบริหารจัดการกองถ่ายขนาดเล็กได้

■ วิฤตความยืดหยุ่น (Resilience) ในบุคลากรรุ่นใหม่ พบปัญหาแรงงานรุ่นใหม่ขาดความอดทนต่อแรงกดดัน และมีอัตราการเปลี่ยนงานสูง เพื่ออัปเดตฐานเงินเดือน นอกจากนี้ยังพบช่องว่างด้านทักษะการนำเสนอและการสื่อสารในกลุ่มบุคลากรสายเทคนิค และไม่สามารถอัปสเกลได้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

■ การขาดแคลนบุคลากรเชี่ยวชาญเฉพาะทาง แม้จะต้องการคนเก่งรอบด้านแต่อุตสาหกรรมกลับขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานเชิงศิลปะระดับสูง เช่น นักเขียนบทโทรทัศน์ (ที่สามารถดึงดูดใจได้), Lighting Designer และ Sound Engineer

■ การรุกคืบของ AI ด้วยสถานการณ์ที่ AI เริ่มเข้ามาทดแทนแรงงานในสายสนับสนุน เช่น บัญชี HR แอดมิน และนักวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงงานด้านโปรดักชันบางส่วน เช่น การสร้างสตอรี่บอร์ด ทำให้คนทำงานต้องยกระดับไปสู่การเป็นมนุษย์ผู้กำกับ AI แทนการทำงานซ้ำ ๆ

1.1.3) แนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

■ การลดขนาดองค์กร ผู้ประกอบการมีแนวโน้มลดจำนวนพนักงานประจำลงให้เหลือ "ทีมที่เล็กที่สุด" เพื่อควบคุมต้นทุน โดยจะจ้างงานในลักษณะ Freelance หรือ On-the-job เป็นรายโครงการมากขึ้น

■ คนรุ่นใหม่ไม่เลือกสถานี่โทรทัศน์ บัณฑิตจบใหม่ไม่มองว่าสถานี่โทรทัศน์เป็นตัวเลือกอันดับแรกในการทำงาน แต่สนใจไปเป็น Content Creator ในบริษัทออนไลน์หรือแบรนด์ต่าง ๆ มากกว่า

■ การพึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติ อุตสาหกรรมไทยยังขาดแคลนวิศวกรที่เข้าใจระบบรากฐาน และต้องพึ่งพาอุปกรณ์รวมถึงซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในราคาสูง

1.1.4) สภาพปัญหาและการประเมินการรับสัญญาณภาคพื้นดิน (MUX)

■ ความครอบคลุมยังไม่ทั่วถึง แม้จะมีสถานีส่ง 168 สถานีครอบคลุมประชากร 95.6% แต่ในทางปฏิบัติ พื้นที่ห่างไกลและพื้นที่บางส่วนของเมืองใหญ่ เช่น ขอนแก่น ยังรับสัญญาณได้ไม่ครบถ้วน คาดว่าครอบคลุมจริงเพียง 50-60%

■ ความสำคัญเชิงความมั่นคง แม้แนวโน้มจะเปลี่ยนไปสู่ Internet TV แต่โครงข่ายภาคพื้นดิน (Terrestrial) ยังคงมีความจำเป็นสูงสุดในเชิง ความมั่นคงและการเตือนภัยเนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตมีความเปราะบางต่อภัยพิบัติ เช่น สายไฟเบอร์ขาดหรือไฟดับ

■ ทิศทางเทคโนโลยีใหม่ มีความพยายามศึกษาการนำเทคโนโลยี HBBTV (Hybrid) และ DVB-I มาใช้เพื่อเชื่อมต่อสัญญาณอากาศกับอินเทอร์เน็ต รวมถึงความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting ที่สามารถส่งสัญญาณเข้าสมาร์ตโฟนได้โดยไม่ต้องใช้ดาต้าอินเทอร์เน็ต แต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องอุปกรณ์รองรับและต้นทุนการลงทุนใหม่

2.1.2) เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาชีพ และสื่อมวลชน พบว่า

1.2.1) ปัจจุบัน ทิศทางของเม็ดเงินโฆษณากำลังเปลี่ยนผ่านจากสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมไปสู่สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTT อย่างชัดเจน ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค สาเหตุสำคัญเกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปใช้สื่อดิจิทัลและสมาร์ตทีวีมากขึ้น ส่งผลให้แบรนด์

และผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคยุคใหม่

1.2.2) สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTT มีข้อได้เปรียบสำคัญในด้านการทำ Data-driven Marketing ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำในระดับบุคคล รวมถึงสามารถวัดผลการสื่อสารและติดตามผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ได้แบบเรียลไทม์ ทำให้ผู้ลงโฆษณาสามารถประเมินประสิทธิภาพของงบประมาณที่ใช้ไปได้อย่างชัดเจน แตกต่างจากสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมที่แม้จะมีจุดแข็งด้านความน่าเชื่อถือและการเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก แต่กลับมีข้อจำกัดด้านความยืดหยุ่นและการเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

1.2.3) ในระดับภูมิภาค พบว่าผู้ประกอบการท้องถิ่นจำนวนมากเริ่มลดการใช้งบประมาณผ่านสื่อโทรทัศน์และหันไปใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนที่ยืดหยุ่นกว่า เข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่ม และสามารถวัดผลได้รวดเร็ว นอกจากนี้ ธุรกิจท้องถิ่นยังนิยมใช้บริการของ Content Creator หรือ Influencer ในพื้นที่ เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคในชุมชนโดยตรง เนื่องจากสามารถสร้างความใกล้ชิด ความน่าเชื่อถือ และสะท้อนบริบทของพื้นที่ได้ดีกว่าสื่อดั้งเดิม ขณะเดียวกัน องค์กรขนาดใหญ่ หน่วยงานภาครัฐ และแบรนด์ระดับประเทศ ยังคงใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อส่วนกลางอยู่ แต่ลักษณะการซื้อสื่อได้เปลี่ยนไปสู่การบริหารผ่านสำนักงานใหญ่หรือเอเจนซีส่วนกลางมากขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาที่กระจายสู่สถานีหรือสื่อท้องถิ่นลดลงอย่างต่อเนื่อง

1.2.4) จากแนวโน้มดังกล่าว ทำให้สถานีโทรทัศน์หลายแห่งเริ่มปรับตัวเข้าสู่รูปแบบ Omnichannel และ Cross-platform มากขึ้น โดยไม่พึ่งพารายได้จากค่าโฆษณาแบบเดิมเพียงอย่างเดียว แต่ขยายไปสู่ธุรกิจ T-Commerce การจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านหน้าจอของตนเอง การผลิตคอนเทนต์เพื่อจำหน่ายลิขสิทธิ์ให้แพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาแพ็คเกจโฆษณาที่สามารถสื่อสารได้พร้อมกันทั้งโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ภายใต้งบประมาณเดียว

1.2.5) ในส่วนของแพลตฟอร์ม OTT เอง ก็เริ่มมีการปรับโมเดลธุรกิจจากระบบสมาชิกแบบ Subscription ไปสู่รูปแบบ Advertising-based Video on Demand หรือ AVOD มากขึ้น โดยเปิดให้รับชมฟรีหรือมีค่าใช้จ่ายในราคาที่ต่ำลง แลกกับการมีโฆษณาคั่นระหว่างการรับชม โมเดลดังกล่าวทำให้ OTT เริ่มมีลักษณะใกล้เคียงกับโทรทัศน์ดั้งเดิม แต่ยังคงได้เปรียบในด้านการรับชมแบบ On-demand และการใช้ AI วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อเลือกโฆษณาให้เหมาะสมกับความสนใจของผู้ชมแต่ละรายได้อย่างแม่นยำ

1.2.6) ภาพรวมทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า การแข่งขันของอุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบันไม่ได้อยู่ที่จำนวนช่องทางเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการแข่งขันด้านข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภค ความแม่นยำในการสื่อสาร และความสามารถในการวัดผลเชิงธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เม็ดเงินโฆษณาค่อย ๆ เคลื่อนย้ายจากสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมไปสู่สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTT อย่างต่อเนื่องในอนาคต

1.3) ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และการลงทุนในระบบโครงข่าย

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาชีพ และสื่อมวลชน พบว่า

1.3.1) สถานการณ์การเปลี่ยนผ่านเชิงสถาปัตยกรรมเทคโนโลยี (Technological Architecture Transition) ในยุคที่กำลังเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมที่ผูกติดกับเครื่องรับสัญญาณ

(Linear/Traditional TV) ไปสู่ระบบโครงข่ายที่มุ่งเน้นความน่าเชื่อถือของเนื้อหาโดยไม่จำกัดประเภทอุปกรณ์รับปลายทาง (Device-Agnostic) โดยอาศัยเทคโนโลยีการหลอมรวม

1.3.2) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพทางด้านเทคโนโลยี ได้มีการกล่าวถึงศักยภาพและข้อจำกัดของเทคโนโลยี 5G Broadcasting ที่มีการประเมินเทคโนโลยีเป้าหมายสำหรับอนาคต ที่มองสถานการณ์การกระจายสัญญาณแบบ Data-free (Point-to-Multipoint: PTM) ซึ่งผู้ชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้โดยไม่สูญเสียปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ความท้าทายเชิงระบบ คือ การพึ่งพาระบบของฮาร์ดแวร์ภายนอก ได้แก่ การรองรับของชิปเซตในสมาร์ตโฟนยุคปัจจุบันที่ยังไม่ครอบคลุมและความคุ้มค่าในการลงทุนอัปเกรดสถานีฐานของผู้ให้บริการโทรคมนาคม

1.3.3) นักวิชาการโทรคมนาคมได้กล่าวถึงสถาปัตยกรรมโครงข่ายแบบไฮบริด (Hybrid Network Infrastructure) ในระยะเปลี่ยนผ่าน เทคโนโลยี HBBTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) และมาตรฐาน DVB-I เป็นแนวทางที่มีความเป็นไปได้สูงสุดในเชิงเทคนิค เนื่องจากการผสมรวมระหว่างโครงข่ายภาคพื้นดินเดิม (Terrestrial) และโครงข่าย IP (Broadband) ช่วยให้สามารถส่งมอบบริการเสริมทางข้อมูล (Interactive Services) และการรับชมย้อนหลัง (Video on Demand) ผ่าน Smart TV ได้โดยไม่ต้องรื้อถอนโครงสร้างพื้นฐานเดิมทั้งหมด โดยในความท้าทายในการบริหารจัดการโครงข่าย การลงทุน และการจัดสรรคลื่นความถี่

1.3.4) นอกจากนี้ยังมีกล่าวถึงการจัดสรรคลื่นความถี่และการอพยพโครงข่าย ที่มีแนวโน้มการเรียกคืนคลื่นความถี่ความถี่ต่ำและกลาง เช่น 600 MHz และ 3500 MHz เพื่อจัดสรรให้แก่กิจการโทรคมนาคม (5G/6G IMT) อันส่งผลกระทบโดยตรงต่อแบนด์วิธ (Bandwidth) ของโครงข่ายดิจิทัลทีวีเดิม ทำให้จำเป็นต้องมีมาตรการทางเทคนิคเพื่อรองรับการอพยพโครงข่าย (Network Migration) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการผ่านดาวเทียมระบบ C-Band ซึ่งเสี่ยงต่อปัญหาสัญญาณรบกวน

1.3.5) มีการนำเสนอประเด็นประสิทธิภาพเชิงต้นทุนของโครงสร้างพื้นฐาน โดยปัจจุบันโครงข่ายดิจิทัลทีวี (MUX) มีการครอบคลุมของประชากร สูงถึง 95.6% ผ่านสถานีส่ง 168 สถานี แต่ไม่สอดคล้องกับหลักการทางเศรษฐศาสตร์ จากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (OPEX) ที่สูงในการบำรุงรักษาอุปกรณ์ส่งสัญญาณ (Transmitter) และสถานีทวนสัญญาณ (Repeater) อันสวนทางกับรายได้ของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับการสนทนากลุ่มของประชาชนในภูมิภาคที่ไม่พร้อมจ่ายสำหรับค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้น

1.3.6) นักวิชาการด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมเสนอแนวคิดการรวมศูนย์โครงข่ายและการพึ่งพาเทคโนโลยี อันได้แก่

- National Mux เสนอเชิงนโยบายในการควบรวมโครงข่าย MUX จาก 5 ราย ให้เหลือเพียงโครงข่ายแห่งชาติรายเดียว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนในระบบ Fiber Backhaul และอุปกรณ์กระจายสัญญาณ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนเชิงโครงสร้างได้อย่างมีนัยสำคัญ

- Technological Sovereignty เป็นข้อเสนอจากนักวิชาการโทรคมนาคมในพื้นที่ภูมิภาค ที่เสนอให้มีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาอุปกรณ์โทรคมนาคมขั้นพื้นฐานภายในประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติ และลดภาระค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์และการซ่อมบำรุงในระยะยาว

1.3.7) เป้าหมายการทำงานที่มุ่งสู่ความเสถียรของโครงข่ายภาคพื้นดินในมิติด้านความมั่นคงและการเตือนภัย ประกอบด้วย

- Terrestrial Network Resiliency แม้แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคจะเคลื่อนย้ายไปสู่ระบบ Internet TV (IPTV) แต่ในเชิงวิชาการด้านความมั่นคง โครงข่ายภาคพื้นดิน

(Terrestrial Broadcast) ยังคงเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทานต่อภัยพิบัติ สูงกว่าระบบ IP เนื่องจากไม่ประสบปัญหาช่องสัญญาณหนาแน่น (Network Congestion) หรือระบบล่มในกรณีที่เกิดกระแสไฟฟ้าดับเป็นวงกว้าง

■ การเข้าถึงเชิงพื้นที่ จากข้อมูลการรับฟังความคิดเห็น สภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดินในพื้นที่ห่างไกล โดยเฉพาะพื้นที่ภูเขาและชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังคงมีช่องว่างของการเข้าถึง เนื่องจากการวางโครงข่ายสายนำสัญญาณ และสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงปลายทาง โครงข่ายดิจิทัลที่วิภาคพื้นดินจึงยังเป็นเครื่องมือหลักของรัฐในการกระจายข้อมูลข่าวสารและระบบเตือนภัยพิบัติแห่งชาติ ที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

1.4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT และ Streaming รวมถึงแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาชีพ และสื่อมวลชน พบว่า

1.4.1) ผู้ชมในปัจจุบันต้องการควบคุมทุกอย่างได้เอง อยากรู้อยากเห็นแบบ On-demand และคาดหวังให้เนื้อหาถูกออกแบบมาเพื่อความสนใจของตนเองโดยเฉพาะ รวมถึงต้องตอบสนองแบบเรียลไทม์ด้วย อีกประเด็นคือสมาธิของผู้บริโภคสั้นลง เพราะผู้คนคุ้นชินกับ Short-form Content มากขึ้น แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ชมในปัจจุบันไม่ได้ต้องการเป็นเพียงผู้รับสารแบบ Passive Audience อีกต่อไป แต่ต้องการมีส่วนร่วมกับคอนเทนต์ เช่น การเลือกตอนจบของซีรีส์หรือการโต้ตอบกับเนื้อหาระหว่างรับชม กลายเป็น Active Audience มากขึ้น

ในขณะที่ ตัวแทนของ กสทช. จากสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวถึงประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติมว่า ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป โดยส่วนใหญ่ไม่ได้ดูโทรทัศน์แบบดั้งเดิมแล้ว แต่เปลี่ยนไปดูรายการทีวีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Cross-media) เช่น YouTube ทั้งนี้ กสทช. ตระหนักถึงการเติบโตของ OTT จึงได้จัดทำร่างแผน Roadmap ด้านการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับสื่อ OTT ซึ่งมีแผนการดำเนินงานยาวไปจนถึงช่วงปี พ.ศ. 2569 – 2572

1.4.2) อีกแนวโน้มสำคัญคือ สภาวะ Subscription Fatigue หรือ ภาวะเหนื่อยหน่ายและอึดอัดของผู้บริโภคที่เกิดจากการต้องจ่ายค่าบริการหรือสมัครสมาชิกรายเดือนมากเกินไป โดยปัจจุบันผู้บริโภคสมัครใช้บริการสตรีมมิงหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน แต่ในอนาคต เมื่อมีข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจและค่าบริการที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคอาจเริ่มมองหาแพ็คเกจแบบ Bundle หรือหันไปใช้บริการแบบ AVOD (Advertising-based Video on Demand) ที่ยอมรับการดูโฆษณาเพื่อแลกกับการรับชมฟรีหรือจ่ายในราคาที่ต่ำลง ซึ่งแตกต่างจากช่วงที่ผ่านมา ที่ผู้คนยอมจ่ายเงินเพื่อหลีกเลี่ยงโฆษณา แต่เมื่อจำนวนแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นมากเกินไป ผู้บริโภคอาจไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้อีกต่อไป

1.4.3) พบว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ มีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นแนวโน้มหลังปี 2572 ถ้าสถานียังไม่มีการปรับตัวก็อาจจะส่งผลทำให้สถานีโทรทัศน์นั้นไม่สามารถอยู่ได้ โดยการออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องปรับตัวนำเสนอเนื้อหาออนไลน์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆตอนนี้มีแอปพลิเคชันเป็นของตัวเอง เหมือนเตรียมปูทางไปสู่การทำเนื้อหาออนไลน์ ซึ่งส่วนหนึ่งอาจจะมาจากเหตุผลที่ยังไม่ทราบจะต่อไปอนุญาตหรือจะมีหลักเกณฑ์อย่างไรออกมา

1.4.4) ด้าน OTT จะก้าวข้ามข้อจำกัดเดิมไปอย่างมาก โดยมี AI เป็นปัจจัยสำคัญในระบบนิเวศของสื่อสตรีมมิง ในอนาคต AI จะไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแนะนำคอนเทนต์ที่ผู้ชมอาจสนใจเท่านั้น

แต่ยังสามารถสร้างเนื้อหา ปรับบทสนทนา หรือแม้แต่เปลี่ยนโทนสีของภาพให้สอดคล้องกับอารมณ์และความชอบของผู้ชมแต่ละคนได้แบบเรียลไทม์ระหว่างการรับชม

1.4.5) ในระดับประเทศ อาจได้เห็นการเกิดขึ้นของ National Streaming Platform ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการสร้างแพลตฟอร์มระดับชาติ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและลดการพึ่งพาแพลตฟอร์มข้ามชาติรายใหญ่ นอกจากนี้ สตรีมมิ่งจะไม่ได้จำกัดอยู่เพียงบนหน้าจอมือถือหรือโทรทัศน์อีกต่อไป แต่จะขยายไปสู่ Device รูปแบบใหม่ เช่น แว่น AR/VR หรือ Virtual Environment ที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมของภาพยนตร์หรือซีรีส์ได้เสมือนจริงมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะกลายเป็นแนวโน้มสำคัญในอนาคตอันใกล้

1.4.6) เรื่อง Cross-media เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมสื่อและการตลาด แต่ในปัจจุบันไม่ได้หมายถึงเพียงการนำคอนเทนต์เดียวกันไปเผยแพร่ในหลายช่องทางเท่านั้น หากแต่พัฒนาไปสู่แนวคิด Omnichannel อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นแนวคิดที่วงการการตลาดพูดถึงมาตั้งแต่ยุค Marketing 4.0 จนปัจจุบันพัฒนาไปสู่ Marketing 7.0 แล้ว ตัวอย่างเช่น ผู้ชมกำลังรับชมซีรีส์เกาหลีผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง แล้วพบว่านางเอกสวมแว่นตาที่น่าสนใจ ผู้ชมสามารถกดหรือสแกนหน้าจอเพื่อสั่งซื้อสินค้าได้ทันที สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า Cross-media ในอนาคตจะไม่ได้เป็นเพียงการเชื่อมโยงคอนเทนต์ แต่เป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์ การค้า และข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ขณะเดียวกัน แปรนัยจะสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมข้ามแพลตฟอร์มมาวิเคราะห์ เพื่อวางโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงช่วงเวลา และตรงบริบทมากที่สุด ตามแนวคิด Right Media, Right Time ซึ่งช่วยลดความสูญเปล่าทางการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4.7) อย่างไรก็ตาม เมื่อสื่อมีลักษณะ Cross-platform และซับซ้อนมากขึ้น การกำกับดูแลก็จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย หน่วยงานภาครัฐอาจไม่สามารถตรวจสอบเนื้อหาแบบรายเฟรมได้อีกต่อไป แต่จะต้องเปลี่ยนบทบาทไปสู่การกำหนดมาตรฐานและกลไกกำกับดูแลระดับแพลตฟอร์ม เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในภาพรวมแทน

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว กสทช. จึงได้ดำเนินการในเรื่อง การพัฒนาทักษะพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) และหลักสูตรรู้เท่าทันสื่อ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดย กสทช. ให้ความสำคัญอย่างมากกับการให้ความรู้ประชาชนในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ โดยได้พัฒนาหลักสูตรที่ช่วยเสริมสร้างทักษะการเป็นพลเมืองดิจิทัล หรือที่เรียกว่าหลัก "8 ทักษะ" ซึ่งสอนให้ประชาชนรู้จักจัดการเวลาหน้าจอ ดูแลข้อมูลส่วนบุคคล และรู้จักวิธีป้องกันภัยในโลกออนไลน์ อีกทั้งยังยังออกแบบคู่มือที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มวัย รวมถึงคนพิการ ผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design for Learning: UDL) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนได้จริง

2) ประเด็นที่ 2 การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

2.1) ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ วิเคราะห์ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

จากการสัมภาษณ์ผู้แทน กสทช. ภูมิภาค ทั้ง 5 ภูมิภาค พบว่า

2.1.1) ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า แทบไม่มีการร้องเรียนเรื่องคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลจากประชาชนเลย โดยปัญหาการร้องเรียนส่วนใหญ่มักไป

กระจุกตัวอยู่ที่เรื่องคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และสายสื่อสาร แต่ทั้งนี้ บริบทที่ทำให้ไม่มีการร้องเรียนมีความแตกต่างกันเล็กน้อยในแต่ละพื้นที่ กล่าวคือภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ทำให้การส่งสัญญาณไม่มีอุปสรรค ในขณะที่ภาคใต้มีโครงข่ายสัญญาณที่มีความครอบคลุมพื้นที่สูงถึงร้อยละ 90 ส่วนภาคตะวันออก แม้ไม่มีเรื่องร้องเรียนคุณภาพทีวีดิจิทัล แต่ก็มีเรื่องร้องเรียนการโฆษณาบนเคเบิลทีวี หรือการขอให้เจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบสัญญาณเป็นรายกรณี

2.1.2) ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล พบว่าในทุกภูมิภาคมีจุดหรือพื้นที่ที่สัญญาณโครงข่ายโทรศัพท์ดิจิทัลภาคพื้นดินเข้าไม่ถึง ประชาชนยังคงต้องพึ่งพาการติดตั้งจานดาวเทียม หรือจานดำ ในการรับชมโทรทัศน์แทน โดยภาคเหนือพบปัญหาใหญ่ที่สุด เพราะภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงชันซ้อนทำให้เกิดจุดบอดสัญญาณจำนวนมาก รวมถึงมีปัญหาข้อจำกัดทางกฎหมายในพื้นที่ป่าสงวนหรืออุทยานแห่งชาติที่ภาครัฐไม่สามารถเข้าไปตั้งเสาหรือลากสายไฟได้ ชาวบ้านจึงต้องใช้โซลาร์เซลล์ และแบตเตอรี่ ในขณะที่ภาคใต้และภาคตะวันออก มีปัญหาจุดบอดสัญญาณประปราย โดยภาคใต้จะพบตามบริเวณหุบเขา

2.1.3) ปัญหาการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัลของผู้สูงอายุ พบว่าปัญหาหลักของกลุ่มผู้สูงอายุในภาพรวม ไม่ใช่เรื่องของโครงข่ายเทคโนโลยี แต่เป็นความท้าทายด้านพฤติกรรม的开รับสื่อ และการรู้เท่าทันสื่อ กสทช. จึงต้องมุ่งเน้นนโยบายการส่งเสริมสิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ของกลุ่มเปราะบาง

2.1.4) ปัญหาการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัลของผู้พิการ พบว่าเสียงสะท้อนหรือการเรียกร้องความต้องการจากผู้พิการในระดับภูมิภาคที่ยังมีน้อยหรือไม่มีเลย แต่ทั้งนี้ ภาคตะวันออกผู้อำนวยการฯ มองว่าเสียงสะท้อนความต้องการในระดับภูมิภาคยังไม่ดังพอ และเสนอว่าควรนำช่อง MUX ที่ว่างมาทำเป็นช่องสำหรับผู้พิการตลอด 24 ชั่วโมง

2.1.5) กลยุทธ์ของกสทช. ส่วนภูมิภาคในการลดปัญหาการเข้าถึงโทรทัศน์ดิจิทัล ในภูมิภาค ทั้งนี้ทุกภูมิภาคเผชิญข้อจำกัดด้านกำลังคนและอำนาจหน้าที่เหมือนกัน แต่มีความพยายามนำเครื่องมือ เทคโนโลยีและกระบวนการทำงานเชิงรุก มาประยุกต์ใช้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยภาคกลางเน้นแก้ปัญหาด้วยตนเองโดยให้ประชาชนใช้แอปพลิเคชัน DTT (Digital TV) ในการติดตามสัญญาณด้วยตัวเอง ภาคใต้ เน้นงานวิศวกรรมเชิงรุก โดยจัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ทุกเดือนเพื่อใช้เครื่องมือสุ่มตรวจวัดคุณภาพความแรงของสัญญาณ (MUX) ตามบ้านเรือน ส่วนภาคตะวันออกมีการบูรณาการข้ามสายงาน โดยร่วมมือกับสาธารณสุขจังหวัดเพื่อมอนิเตอร์โฆษณาผิดกฎหมาย และส่งเสริมให้ประชาชนรับข่าวสารผ่านโครงข่ายเน็ตประชารัฐ (USO Net) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเน้นการตรวจสอบมาตรฐานเทคนิคการแพร่คลื่น และภาคเหนือ ใช้ยุทธศาสตร์การเป็นหูเป็นตาให้ส่วนกลาง โดยลงพื้นที่สำรวจความต้องการบนดอยและป่าสงวน จากนั้นประสานผู้ว่าราชการฯ และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อสะท้อนปัญหาไปบูรณาการหาทางออกร่วมกับส่วนกลาง เป็นต้น

2.2) สัดส่วนผังรายการแต่ละประเภท และประเมินความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หรือ NBT ภูมิภาค ทั้ง 5 ภูมิภาค ที่มีพันธกิจสำคัญร่วมกันคือมีบทบาทในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน โดยพบว่า

2.2.1) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ภูมิภาค มีการกำหนดผังรายการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันภายใต้กรอบระเบียบของ กสทช. และนโยบายจากส่วนกลาง โดย เน้นรายการประเภทสาระความรู้ ข่าวสาร และข้อมูลท้องถิ่นเป็นหลัก สัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70 และมีสัดส่วนที่มากกว่ารายการบันเทิง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจในการดำเนินนโยบายของรัฐบาล มีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ คือ กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศมีความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่สู่สาธารณะ มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ทั้งนี้ สถานีที่มีสัดส่วนผังรายการที่โดดเด่น คือ ภาคเหนือ ที่มีความชัดเจนในการตั้งอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเน้นเนื้อหาท้องถิ่นมากถึง ร้อยละ 50-60 และใช้การผสมผสานภาษากลางและภาษาถิ่นอย่างละครึ่ง เช่นเดียวกับภาคใต้ที่ลักษณะผังรายการถูกจัดวางตามวิถีชีวิตคนได้ เช่น รายการธรรมะและการเกษตรในช่วงเช้าตรู่ และรายการข่าวท้องถิ่นในช่วงสาย ในขณะที่ภาคกลางและภาคตะวันออก พบว่าความบันเทิงจะถูกสอดแทรกอยู่ในรายการสาระ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งถือเป็นการทำงานภายใต้ภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์

2.2.2) รายการที่ได้รับความนิยมในภูมิภาค ในประเด็นรายการที่ได้รับความนิยมภาคใต้ พบว่า รายการเกี่ยวกับการแจ้งเตือนภัยพิบัติและพยากรณ์อากาศได้รับความนิยมและมีความน่าเชื่อถือสูงมาก เนื่องจากส่งผลกระทบต่ออาชีพประมงและการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงรายการคุยข่าวภาษาถิ่น เช่น "ไม้ข่าวฉาวเทือน" ก็ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่ ภาคตะวันออก พบว่า ข่าวท้องถิ่น สก๊อปข่าวชุมชน และรายการท่องเที่ยวได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงกับสถานการณ์ความมั่นคงชายแดน ซึ่งเมื่อนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์มียอดผู้ชมสูงถึงหลักล้าน ส่วน ภาคเหนือ พบว่า รายการสดในช่วงเช้า 08.00-09.00 น. ที่มีรูปแบบวไรตี้ข่าวและสนทนาประเด็นท้องถิ่น โดยเฉพาะการใช้ภาษาถิ่น ได้รับความนิยมชื่นชอบจากผู้ชม เพราะสร้างความรู้สึกลึกซึ้งและเป็นกันเอง ทางด้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าประชาชนมักใช้ช่องทางของสถานีโทรทัศน์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากโลกออนไลน์ โดยเฉพาะข่าวสารด้านภัยพิบัติเพื่อป้องกันข่าวลวง

2.2.3) ความหลากหลายของเนื้อหาสำหรับคนทุกกลุ่ม ในประเด็นความหลากหลายของเนื้อหา ภาคใต้ พบว่าผู้บริหารมองว่าความหลากหลายของเนื้อหาไม่เพียงพอสำหรับผู้ชม เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระเบียบราชการและบุคลากร ทำให้ข้าราชการคนเดียวต้องรับหน้าที่จัดรายการหลายรูปแบบ (เช่น รายการเด็ก ศาสนา ท่องเที่ยว) ทำให้ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและขาดแรงดึงดูด ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า การสร้างเนื้อหาขาดความเป็นอิสระและขาดความหลากหลาย เนื่องจากมักได้รับนโยบายผูกเงิน ทำให้ไม่สอดคล้องกับผังรายการปกติและจำนวนบุคลากรที่มีจำกัด ส่วนภาคกลางและภาคตะวันออก พบว่า มีพยายามกระจายเนื้อหาตามยุทธศาสตร์ของกรมฯ แต่ด้วยทรัพยากรบุคคลและงบประมาณที่จำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างสรรค์รายการคุณภาพสูงได้เต็มที่ ในขณะที่ ภาคเหนือ พบว่าพยายามขยายเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกกลุ่มวัย ผ่านรายการเด่นที่เชิญหน่วยงานและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในสถานี แต่ส่วนใหญ่ยังคงตอบโต้ตามโครงการยุทธศาสตร์ของส่วนกลางเป็นหลัก

2.2.4) ความหลากหลายของเนื้อหาสำหรับคนกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ในประเด็นเนื้อหาสำหรับกลุ่มเปราะบาง ภาคใต้ พบว่า มีรายการเฉพาะ เช่น "ใจแกร่ง" สำหรับผู้พิการ มีการทำ AD (Audio Description) และคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption - CC) ตามข้อกำหนด แต่ผู้บริหารมีข้อสังเกตว่า นโยบายการบังคับเพิ่มสัดส่วนบริการเหล่านี้ อาจไม่ตอบโจทย์เพราะไม่มีการศึกษาที่ชัดเจนว่า ผู้พิการรู้วิธีการเข้าถึงหรือได้ประโยชน์จากฟังก์ชันบนโทรทัศน์หรือไม่และมีปริมาณเป็นอย่างไร ในขณะที่ภาคกลางและภาคตะวันออก พบว่า มีการจัดทำ AD และ CC แต่ถือเป็นภาระงานที่หนักเกินไป เนื่องจาก

ขาดแคลนบุคลากร (บางแห่งมีผู้รับผิดชอบเพียงคนเดียว) จึงมีข้อเสนอแนะให้ใช้เทคโนโลยี AI หรือระบบแปลอัตโนมัติเข้ามาช่วยลดภาระงานและเพิ่มความสามารถในการรับชมตลอด 24 ชั่วโมง ในขณะที่ภาคเหนือพบว่า มีรายการบริการสำหรับผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส เช่น รายการ "สุขภาพดีกับหมอสมดุล" ทว่าในการแปลล่ามภาษามือท้องถิ่นนั้นประสบปัญหาด้านงบประมาณ และหาล่ามที่มีใบประกอบวิชาชีพได้ยาก ทางด้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า มีการผลิต AD และ CC ในเนื้อหาของตนเองและส่งออกอากาศตามเกณฑ์ แต่ในกรณีเหตุภัยพิบัติระดับประเทศ สถานีภูมิภาคไม่มีอำนาจในการจัดการล่ามภาษามือเอง ต้องใช้วิธีรับสัญญาณและล่ามภาษามือจากส่วนกลางเป็นหลัก

2.2.5) วิสัยทัศน์ในการวางผังรายการในอนาคต โดยภาคใต้พบว่า มีการเตรียมความพร้อมรับมือการถดถอยของทีวีดิจิทัล โดยการสร้าง "ห้องส่งออนไลน์" (Online Studio) ขนาดเล็กเพื่อให้ผู้สื่อข่าวสามารถเล่าข่าวฉุกเฉินและเตือนภัยลงบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้ทันที โดยไม่ต้องรอคิวผังรายการหลักของสถานีภูมิภาค รวมถึงสนับสนุนแนวคิดหากมีการยุบรวม NBT ให้เหลือช่องเดียวในอนาคต ในขณะที่ภาคตะวันออกและภาคกลางพบว่า มุ่งเน้นยุทธศาสตร์แบบคู่ขนาน (O2O: On-air, Online, On-ground) โดยติดต่อข่าวที่ออกอากาศทางทีวีไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์รวมถึงมีการปรับลดโทนความเป็นทางการของข่าวลง เพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมคนยุคใหม่มากขึ้น และเสนอให้มีการบูรณาการข้อมูลภัยพิบัติให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลเดียว เพื่อความรวดเร็ว ส่วนภาคเหนือพบว่า มีวิสัยทัศน์มุ่งเน้นการขยายฐานผู้ชมไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์เช่นกัน เนื่องจากค้นพบว่าคลิปที่ถูกตัดจาก NBT มีความน่าเชื่อถือสูงกว่าคลิปทั่วไป ทั้งนี้ ต้องการแก้ปัญหาข้อจำกัดทางเทคนิค โดยผลักดันให้ช่องภูมิภาคถูกนำไปบรรจุไว้ในกล่องรับสัญญาณทีวี ของบริษัทเอกชนเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้ครอบคลุมขึ้น ทางด้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า เสนอวิสัยทัศน์เชิงโครงสร้าง โดยแนะนำให้รวมทีวีภูมิภาคทั้งระบบเป็นช่องเดียวและแบ่งสัดส่วนให้แต่ละจังหวัดรับผิดชอบผลิตเฉพาะรายการเด่นของตนเอง เพื่อแก้ไขปัญหาบุคลากรไม่พอและทำให้รายการมีความสดใหม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าเดิม

2.3) ประเมินคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่และผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ใน 5 ภูมิภาค พบข้อค้นพบร่วมที่สำคัญ ดังนี้

2.3.1) การกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหาโทรทัศน์ไม่ได้อยู่ในอำนาจหน้าที่หลักของหน่วยงานระดับภูมิภาค โดยสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ส่วนกลางเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง ส่วนหน่วยงานระดับภูมิภาคทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสัญญาณในเชิงเทคนิคและตรวจสอบเนื้อหาวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่เป็นหลัก

2.3.2) โครงสร้างการกำกับดูแลเนื้อหาในระดับภูมิภาค โดยเจ้าหน้าที่จากเขต 14 ปราจีนบุรี (ภาคกลาง) อธิบายให้เห็นถึงการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจนว่า "การตรวจสอบเนื้อหาการคุ้มครองผู้บริโภค ที่เขตทำ ณ ตอนนี้ เป็นการฟังสถานีวิทยุ FM AM... ในส่วนของทีวีจะเป็นทางส่วนกลางอีกส่วนหนึ่งในการกำกับ" ในทำนองเดียวกันกับผู้อำนวยการสำนักงาน กสทช. เขต 24 อุดรธานี (ภาคอีสาน) ระบุว่า ณ ปัจจุบันสำนักงานเขตไม่มีห้องตรวจสอบเนื้อหาโทรทัศน์ในพื้นที่ "ณ ปัจจุบันยังไม่มี" ต่างจากส่วนกลางที่มีห้อง War Room ในการมอนิเตอร์เนื้อหา ส่วนผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 (ภาคเหนือ) ยืนยันในทิศทางเดียวกันว่าการร้องเรียนด้านเนื้อหาโทรทัศน์ดิจิทัลและทีวีดาวเทียมในพื้นที่แทบไม่มีเลย "ในส่วนทีวีเนี่ยไม่มีเลย" เนื่องจากการมอนิเตอร์สัญญาณทีวีดิจิทัลสามารถดำเนินการจากส่วนกลางในกรุงเทพมหานครได้

สำหรับภาคใต้ เขต 42 ภูเก็ต มีเจ้าหน้าที่ส่วนตรวจสอบเนื้อหาและคุ้มครองผู้บริโภคเพียง 2 คน ซึ่งต้องรับผิดชอบทั้งการตรวจสอบเนื้อหาวิทยุ การรับร้องเรียน และการจัดระเบียบสายสื่อสาร ผู้บริหารเขต 42 กล่าวว่า "งานหนักมาก"

2.3.3) การตรวจสอบเนื้อหาวิทยุและโฆษณาเกินจริงในพื้นที่ โดยแม้การตรวจสอบเนื้อหาโทรทัศน์จะเป็นของส่วนกลาง แต่หน่วยงานระดับภูมิภาคมีอำนาจในการตรวจสอบเนื้อหาวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ได้ โดยเขต 42 ภูเก็ต มีการสุ่มตรวจและบันทึกเสียงเพื่อวิเคราะห์ว่าเนื้อหาที่มีการโฆษณาเกินจริง หรือฝ่าฝืนเงื่อนไขใบอนุญาตหรือไม่ ผู้บริหารอธิบายว่า "ก็จะสุ่มตรวจ สุ่มตัว ดูเนื้อหาในช่วงนั้นว่า มันผิดหรือไม่ผิด" โดยสิ่งที่พบเป็นประจำ ได้แก่ โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีลักษณะเกินจริงสำหรับกรณีโฆษณาอาหารเสริมเกินจริงทางโทรทัศน์ดาวเทียม ผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่า ซึ่งเคยทำงานในส่วนกลางชี้แจงว่า กสทช. ต้องประสานงานกับสาธารณสุขจังหวัดซึ่งเป็นผู้ถือกฎหมายด้านยาและอาหาร โดยอธิบายว่า "ถ้าสุ่มเสียงอะ เราก็รวบรวมแล้วก็แจ้งข้อเท็จจริงไปที่สาธารณสุข แล้วเขาก็สาธารณสุขเขาเป็นคนถือกฎหมายเลย" ซึ่งหมายความว่า กสทช. เองไม่มีอำนาจสั่งให้หยุดออกอากาศโดยตรงหากเนื้อหา ยังไม่ได้รับการยืนยันว่าผิดกฎหมายจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3.4) ความต้องการสำรวจเนื้อหาที่ตอบโจทย์ประชาชน ผลการสัมภาษณ์ พบว่าไม่มีหน่วยงาน กสทช. ระดับภูมิภาคแห่งใดที่เคยดำเนินการสำรวจความต้องการเนื้อหาของประชาชนในพื้นที่อย่างเป็นทางการเป็นระบบ เจ้าหน้าที่เขต 14 ระบุอย่างตรงไปตรงมาว่า "ไม่เคยสำรวจ" เกี่ยวกับว่าคนในพื้นที่ต้องการเนื้อหาแบบใด ส่วนผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 สะท้อนว่า "ถ้าเกิดว่าในอนาคตอยากจะให้ไปค้นหาความต้องการและปัญหาของประชาชนในประเด็นนี้ ก็อาจจะต้องไปในแนวนั้น" ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการทำงานในปัจจุบันยังเป็นเชิงรับ (Reactive) มากกว่าเชิงรุก ทั้งนี้ ผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่า มองว่าการสื่อสารในยุคดิจิทัลต้องปรับวิธีการ โดยระบุว่า "เราก็ต้องตระหนัก ต้องปรับวิธีการอบรมเนื้อหาที่จะอบรม ให้มันไปสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มันเปลี่ยนไปแล้วก็การรับรู้ของประชาชน" รวมถึงเน้นย้ำว่าสิ่งที่ประชาชนต้องการรับรู้ในยุคนี้ คือการป้องกันภัยจากแพลตฟอร์มออนไลน์และสแกมเมอร์ ซึ่ง กสทช. มุ่งองค์ความรู้ในฐานะผู้กำกับดูแลโทรคมนาคมที่สามารถให้ข้อมูลแก่ประชาชนได้

ในขณะที่ตัวแทน กสทช. จากสำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภค ได้กล่าวถึงประเด็นเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน ในอีกมุม ดังนี้

2.3.5) กสทช. ไม่ได้มุ่งเน้นที่ภัยพิบัติ แต่มุ่งเน้น "การเตือนภัยเกี่ยวกับการรับและใช้สื่อ" โดยได้จัดทำหลักสูตรและการให้ความรู้ประชาชนเพื่อประเมินความถูกต้องของเนื้อหา และเตือนภัยให้ระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ภาพความรุนแรงต่อสัตว์ หรือการโฆษณาขายของออนไลน์ที่หลอกลวงหรือใช้คำโฆษณาเกินจริง เช่น เครื่องสำอางที่อ้างสรรพคุณเกินจริง เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มรู้เท่าทันและไม่กระทำผิดกฎหมายโดยไม่รู้ตัว

โดยเน้นย้ำว่าผู้ชมโทรทัศน์ต้องรู้สิทธิของตนเองและรู้จักวิธีรับมือเมื่อพบเห็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เนื้อหาที่ผิดกฎหมาย หรือเมื่อถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ประชาชนสามารถเรียกร้องสิทธิหรือแจ้งปัญหาได้โดยตรงไปยังสถานีโทรทัศน์ช่องนั้นๆ หรือแจ้งผ่านช่องทางสายด่วนรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. หมายเลข 1200 เพื่อให้เกิดการตรวจสอบและแก้ไขปัญหา

2.3.6) นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงบทบาทของผู้ปกครองและการใช้สัญลักษณ์จัดระดับความเหมาะสมของรายการ ว่าเพื่อปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในโทรทัศน์ กสทช. ได้ส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับระบบการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ เช่น สัญลักษณ์

ด., น.13+, 18+ แต่ทั้งนี้ผู้ปกครองควรต้องมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้คัดกรองเนื้อหา และให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดเมื่อบุตรหลานรับชมรายการที่มีความเสี่ยงในเรื่องของความรุนแรง ภาษา หรือเรื่องเพศ

2.4) กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ เช่น ล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่และผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ใน 5 ภูมิภาค พบข้อค้นพบสำคัญด้านกลไกการเตือนภัยและการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ 3 ประการ ดังนี้ (1) ระบบ Cell Broadcast ผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางที่พร้อมใช้งานจริงที่สุดในขณะนี้ (2) วิทยุกระจายเสียง มี SOP สำหรับภัยพิบัติที่ชัดเจน และ (3) ระบบเตือนภัยผ่านทีวีดิจิทัลยังอยู่ในระยะพัฒนาและทดสอบ ทั้งหมดสรุปได้ดังนี้

2.4.1) ระบบ Cell Broadcast: ช่องทางหลักที่พร้อมใช้งาน โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระยอง อธิบายถึงสถานะระบบ Cell Broadcast ว่า "ปัจจุบันสิ่งที่ชัดเจนที่ทางภาครัฐมีอยู่ตอนนี้ ก็คือ Cell Broadcast นะครับ ที่มากับโทรศัพท์มือถือ" โดยมีกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) เป็นผู้บริหารระบบหลัก ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากผู้อำนวยการ กสทช. เขต 24 อุตรธานี ที่ระบุว่า "ฝั่งของโทรคมก็จะเป็น Cell Broadcast นะครับ ที่ ปภ. เขาเป็นเจ้าภาพ เขาก็จะส่ง Cell Broadcast มาแล้วก็จะแจ้งเตือนมาให้เราในพื้นที่" และผู้บริหาร กสทช. เขต 42 ภูเก็ต ยืนยันว่า "ทางระบบเขาทำไว้เรียบร้อยแล้วครับ... เวลาเกิดเหตุ ทาง ปภ. เขาก็กระจายข้อมูลว่าพื้นที่ไหนที่เป็นเหตุภัยพิบัติ"

2.4.2) วิทยุกระจายเสียง: โครงข่ายหลักที่มี SOP ชัดเจน วิทยุกระจายเสียงเป็นช่องทางที่มีระเบียบปฏิบัติในการเตือนภัยที่ชัดเจนที่สุดในระดับภูมิภาค ผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระยอง อธิบายว่า "ในเรื่องของวิทยุกระจายเสียงก็มี มีเอสโอพีแล้วว่า เวลาที่เกิดภัยพิบัติเนี่ย สถานีวิทยุ ต้องปฏิบัติตัวยังไง ต้องรับฟังข่าวจากไหน ต้องกระจายข่าวจากไหน" ในทำนองเดียวกัน เจ้าหน้าที่เขต 14 ปราจีนบุรี ชี้แจงกระบวนการว่า "จะเป็นการประสานงานระหว่าง ปภ. กับสถานีวิทยุ... ปภ. เป็นคนแจ้งเตือนลงมา... เราจะต้องแจ้งข้อความ SMS ไปที่ให้สถานีวิทยุ เป็นการกำกับดูแลของเขต เป็นการออกอากาศ" ในขณะที่ผู้อำนวยการ กสทช. เขต 24 อุตรธานี อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงสร้างของ SOP ด้านวิทยุว่า "ผู้ประกอบการวิทยุธุรกิจเขาจะต้องไปเกาะสัญญาณ ที่ สวท. นะครับ ถ่ายทอดสัญญาณตัวนี้ออกไปนะครับ" ซึ่งหมายความว่าสถานีวิทยุมีหน้าที่ถ่ายทอดสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สวท.) เป็นช่องทางสำรองในภาวะฉุกเฉิน

2.4.3) วิทยุสมัครเล่น: โครงข่ายสำรองในพื้นที่ โดยผู้อำนวยการ กสทช. เขต 24 อุตรธานี ระบุว่าวิทยุสมัครเล่นเป็นโครงข่ายสำรองที่มีความสำคัญในกรณีที่โครงข่ายหลักล้มเหลว "วิทยุสมัครเล่น... จะเป็นกำลังสำคัญที่ดีในการกรณีที่มันไม่สามารถติดต่อประสานงานได้" โดยสำนักงาน กสทช. สนับสนุนเครื่องรีฟิเตอร์ให้แก่อำเภอต่างๆ และในอนาคตมีแผนจะปรับระบบเป็นดิจิทัลและเชื่อมต่อกับส่วนกลาง

2.4.4) ทีวีดิจิทัล: ระบบเตือนภัยยังอยู่ระยะพัฒนา โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระยอง ซึ่งมีประสบการณ์ด้านอุปกรณ์ทีวีดิจิทัลจากส่วนกลาง อธิบายสถานะของระบบเตือนภัยผ่านทีวีดิจิทัลว่า "เข้าใจว่ามีการทดสอบในการแทรกเนื้อหาของการเตือนภัยเป็นข้อความวิ่งนะครับ... แต่ว่าอาจจะกำลังพัฒนาระบบที่เป็นฟีเจอร์หลักของทีวีดิจิทัลที่จะทำในส่วนนี้ให้เป็นผลนะครับ" ขณะที่เจ้าหน้าที่เขต 14 ปราจีนบุรี ยืนยันว่าปัจจุบันยังไม่มี การเชื่อมต่อระบบเตือนภัยเข้ากับการออกอากาศทางทีวีดิจิทัลในพื้นที่ภาคกลางที่รับผิดชอบ

2.4.5) ข้อกังวลเรื่องระบบสำรองในภัยพิบัติ โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่าแสดงความกังวลต่อประเด็นที่ครอบคลุมกว่าสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยกล่าวว่า "สิ่งที่ผมมองว่าถ้ามันเกิดกรณีภัยพิบัติที่สัญญาณเหล่านี้มันล่มไป ประชาชนจะมีอะไรที่จะสำหรับการสื่อสารกับภาครัฐในการขอความช่วยเหลือ" โดยอ้างอิงกรณีน้ำท่วมขนาดใหญ่ว่าเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความล่าช้าของการช่วยเหลือที่ไม่ควรเกิดขึ้น และแสดงความต้องการที่จะ "ทำให้มันเกิดระบบสำรองนอกจากเครือข่ายโทรศัพท์เครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่" นอกจากนี้ ยังพบข้อจำกัดเฉพาะในพื้นที่ชายแดน โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่านโยบายต่อต้านสแกมเมอร์บังคับให้ต้องลดความสูงเสาสัญญาณบริเวณชายแดน ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพการรับสัญญาณของประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวโดยตรง

2.4.6) การเตือนภัยและกลุ่มที่เข้าถึงได้ยาก โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 (ภาคเหนือ) สะท้อนถึงปัญหาของประชาชนในพื้นที่ภูเขาที่ยังขาดโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร โดยกล่าวว่า "ทีวีของเขา ก็เขาก็ดูแลผ่านดาวเทียม ต้องใช้จานดำ ใช้แบตเตอรี่" หมายความว่าในพื้นที่ที่ไม่มีไฟฟ้าและไม่มีสัญญาณโทรศัพท์ ประชาชนยังต้องพึ่งพาจานดาวเทียมและแบตเตอรี่ในการรับชมโทรทัศน์ ซึ่งทำให้การเตือนภัยผ่านช่องทางมาตรฐานไม่สามารถเข้าถึงได้ สำหรับชาวประมงในภาคตะวันออก ผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ชี้ว่า "เรือเตือนภัยของเรือที่ออกทะเลไปแล้วเนี่ย เขายังมีช่องความถี่วิทยุที่เขาจะใช้เตือนภัยกับ อาจจะ เป็นของ ศรชล. (ศูนย์อำนวยการรักษาผลประโยชน์ของชาติทางทะเล) หรือเจ้าท่า" ซึ่งเป็นช่องทางเฉพาะของกลุ่มที่ไม่ใช่ระบบ กสทช. โดยตรง

2.4.7) การอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่าซึ่งเคยดูแลเรื่องมาตรฐานอุปกรณ์ทีวีดิจิทัลในส่วนกลาง อธิบายถึงกรอบกำกับที่มีอยู่ว่า "การออกมาตรฐานทางเทคนิคของ กสทช. ที่ผ่านมาเพื่อให้ประชาชนผู้พิการนะครับ เช่น ต้องมี Audio Description ต้องกลุ่มรีโมทต้องมีตัวสัญลักษณ์ที่เพื่อกับคนพิการทางสายตา" โดยระบบดังกล่าวบังคับใช้ในกระบวนการจดทะเบียนอุปกรณ์รับสัญญาณทีวีดิจิทัลก่อนนำเข้าจำหน่าย สำหรับภาษามือในโทรทัศน์ ผู้อำนวยการ กสทช. เขต 24 อุดรธานี ระบุว่ามียุทธศาสตร์ส่งเสริมสิทธิ โดย "เรื่องของกระจายเสียงโทรทัศน์ก็จะเป็น ให้มีภาษามือ นะครับ ก็สถานีโทรทัศน์หลัก ก็เน้นไปที่สถานีหลักๆ เฉพาะรายการเฉพาะช่วง ก็อาจจะเป็นช่วงข่าว" ในขณะที่ผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 ระบุว่ามองว่าการแก้ปัญหาการเข้าถึงสื่อของผู้พิการจำเป็นต้องเริ่มจากการทำให้เสียงของผู้พิการได้รับการรับฟังในกระบวนการนโยบายอย่างแท้จริง โดยกล่าวว่า "น่าจะต้องทำให้เสียงของเขาดังมากกว่าเดิมก่อน... ปัจจุบันนี้เสียงของเขาเนี่ย ก็ยังไม่ดัง ไม่ว่าเขาอาจจะต้องการอย่างนั้นอย่างนี้ แต่ว่ามันอยู่ในมุมที่แคบๆ เล็กๆ ของเขา" พร้อมเสนอแนะว่าควร "มีองค์กรที่จะไปรวบรวมความต้องการของเขาเนี่ยขึ้นมา แล้วก็มาพูดในเวทีใหญ่ให้ชัดเจนมากกว่านี้" ขณะที่สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้บริหารคนเดียวกันตั้งข้อสังเกตว่าประชาชนกลุ่มนี้ซึ่งอาจไม่คล่องด้านดิจิทัลอาจต้องพึ่งพาโทรทัศน์ดาวเทียมเป็นหลัก โดยเสนอทางเลือกว่า "ก็ต้องเป็นเน็ตเวิร์กอื่น... ดาวเทียมทีวีดาวเทียมนะครับ" ส่วนผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 (ภาคเหนือ) สะท้อนว่าไม่เคยมีผู้พิการมาร้องเรียนหรือแจ้งความต้องการต่อสำนักงานอย่างเป็นทางการเลย ซึ่งอาจไม่ได้หมายความว่าไม่มีปัญหา แต่อาจเป็นเพราะประชาชนกลุ่มนี้ยังไม่รู้ว่าจะสามารถติดต่อ กสทช. ได้ สอดคล้องกับข้อสังเกตของผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 ที่ว่า "ถ้าเราไปเจอเขาหลัง รู้แล้ว เขายู่มานานจนเขาชิน เขาก็เลยว้า เอ้ย อยู่ๆ ไปจี้ หนอๆ อยู่ๆ"

3) ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะของวุฒิสภาจากรายงานประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568

3.1) ประเด็นการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.1.1) สภาวะสูญญากาศทางนโยบาย โดยกลุ่มนักวิชาการและนักวิชาชีพ ให้ความเห็นว่าการไม่ชัดเจนของแผนแม่บทหลังปี 2572 ทำให้ทีวีดิจิทัลถูกมองว่าเป็น Sunset Business นักลงทุนขาดความเชื่อมั่น และกระทบต่อการวางแผนระยะยาว โดยกล่าวว่า "สภาวะสูญญากาศทางนโยบาย (Policy Vacuum) สืบเนื่องจากความไม่ชัดเจนของแผนแม่บทหลังปี ๒๕๗๒ ส่งผลให้ธุรกิจถูกมองว่าเป็น Sunset Business ทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่น มูลค่าหุ้นในตลาดลดลง และผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้"

3.1.2) การรวบรวมโครงข่ายเพื่อลดต้นทุน โดยกลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม เสนอเชิงนโยบายให้รวบรวมโครงข่าย MUX จาก 5 รายให้เหลือเพียงรายเดียว (National MUX) เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนและลดต้นทุนเชิงโครงสร้างของประเทศ

3.2) ประเด็นปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.2.1) อุปสรรคทางภูมิศาสตร์และกฎหมาย โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 3 (ภาคเหนือ) ระบุว่าปัญหาการเข้าถึงในพื้นที่ภูเขาหรือป่าสงวน เกิดจากข้อจำกัดทางกฎหมายที่รัฐไม่สามารถเข้าไปตั้งเสาหรือลากสายไฟได้ ประชาชนกลุ่มนี้จึงยังต้องพึ่งพาทีวีดาวเทียมและโซลาร์เซลล์

3.2.2) การผลักดันช่องสำหรับผู้พิการ โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 (ภาคตะวันออก) เสนอว่าควรนำช่อง MUX ที่ว่างมาจัดทำเป็นช่องสำหรับผู้พิการตลอด 24 ชั่วโมง และเสนอว่าควรมีองค์กรที่รวบรวมเสียงของผู้พิการมาสะท้อนในระดับนโยบายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2.3) ปัญหาต้นทุนบริการเพื่อการเข้าถึง โดยผู้อำนวยการสถานี NBT ภูมิภาค (ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้) ระบุว่าการจัดทำคำบรรยายแทนเสียงและเสียงบรรยายภาพ เป็นภาระงานที่หนักเนื่องจากขาดแคลนงบประมาณและบุคลากร จึงเสนอให้ใช้ AI เข้ามาช่วย

3.3) ประเด็นปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.3.1) การมุ่งเน้นทักษะพลเมืองดิจิทัล โดยตัวแทน กสทช. ส่วนกลาง (สำนักบริหารเรื่องเรียนฯ) ระบุว่า กสทช. ให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ประชาชนในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ โดยพัฒนาหลักสูตร "8 ทักษะ" พลเมืองดิจิทัล เพื่อสอนให้ประชาชนจัดการข้อมูลส่วนบุคคล รู้จักวิธีรับมือโฆษณาหลอกลวง และป้องกันภัยจากสแกมเมอร์ในโลกออนไลน์

3.3.2) บทบาท กสทช. ในการให้ความรู้ โดยผู้บริหาร กสทช. ภาค 1 (ภาคตะวันออก) เสนอว่า กสทช. ควรปรับปรุงแบบการอบรมให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะการดึงองค์ความรู้ด้านโทรคมนาคมไปสอนประชาชนเรื่องการป้องกันภัยจากแพลตฟอร์มออนไลน์และสแกมเมอร์ โดยกล่าวว่า "สิ่งที่ประชาชนต้องการรับรู้ในยุคนี้ คือ การป้องกันภัยจากแพลตฟอร์มออนไลน์และสแกมเมอร์ ซึ่ง กสทช. มีองค์ความรู้ในฐานะผู้กำกับดูแลโทรคมนาคมที่สามารถให้ข้อมูลแก่ประชาชนได้"

3.4) ประเด็นการปรับปรุงข้อกำหนด

สามารถสรุปประเด็นย่อย ได้ดังนี้

3.4.1) การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ที่ล่าช้า โดยกลุ่มนักวิชาการและนักวิชาชีพ ระบุว่าผู้ประกอบการโทรทัศนมีต้นทุนแฝงมหาศาลในการตรวจจัดการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหาบนออนไลน์ แต่กระบวนการทางกฎหมายล่าช้ามากจนไม่ทันต่อความเสียหาย โดยกล่าวว่า "ทีวีดิจิทัลอยู่ภายใต้กฎหมายและการกำกับดูแลที่เข้มงวดของ กสทช. ในขณะที่แพลตฟอร์มต่างชาติไม่มีภาระต้นทุนด้านใบอนุญาตและกฎระเบียบที่เหมือนกันจึงมีการเสนอให้มีการปรับกฎระเบียบที่เท่าเทียมเพื่อเพิ่มโอกาสการแข่งขันของทีวีดิจิทัลมากขึ้น"

3.4.2) การปรับกติกา OTT โดยกลุ่มนักวิชาการและตัวแทน กสทช. ส่วนกลาง ระบุถึงการเติบโตของสื่อสตรีมมิง ซึ่ง กสทช. ได้จัดทำร่างแผน Roadmap ด้านการกำกับดูแลสื่อ OTT (ปี 2569–2572) เพื่อปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดความเท่าเทียมในการแข่งขันและคุ้มครองผู้บริโภค

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัยของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค

การเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตามระเบียบวิธีวิจัย โดยทำการออกแบบ จัดทำแบบสอบถาม และสำรวจข้อมูลข้อเท็จจริงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนได้เสียและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภูมิภาค ในพื้นที่ที่ปรึกษาได้มีการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 6 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ละ 1,000 ชุด รวมทั้งสิ้น 6,000 ชุด เนื่องจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล นั้นพฤติกรรมการรับชมและการบริโภคสื่อแตกต่างจากพื้นที่อื่น ที่ปรึกษาจึงได้แยกกลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครออกจากพื้นที่ภาคกลาง โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงการแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

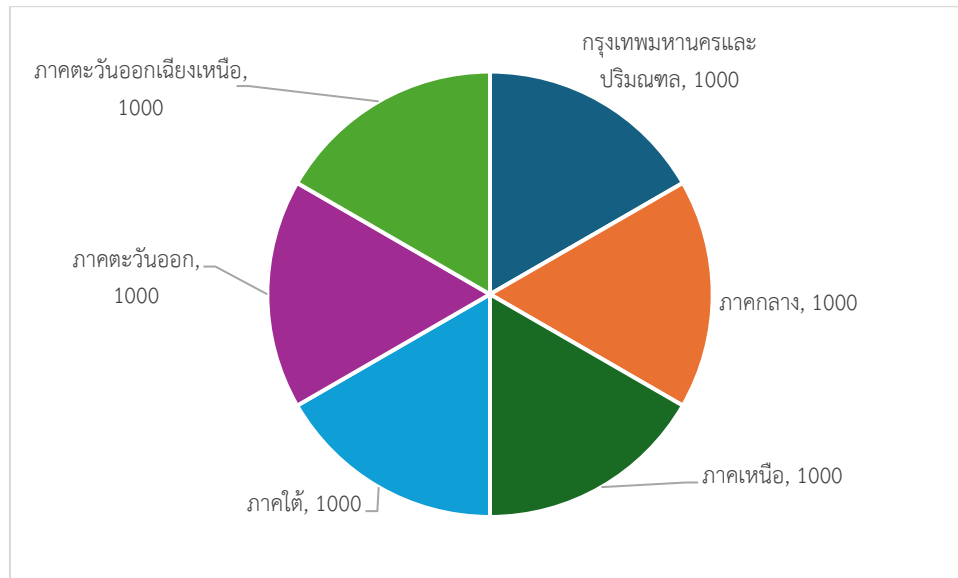
พื้นที่	ประเภทการวิจัย	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคกลาง	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคเหนือ	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคใต้	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคตะวันออก	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	เชิงปริมาณ (แบบสอบถาม)	1,000 ชุด
รวมทั้งสิ้น		6,000 ชุด

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลใน 5 ส่วน คือ 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมผู้บริโภคโทรทัศน์ 3) การประเมินคุณภาพเนื้อหา 4) คุณภาพสัญญาณ

และการร้องเรียน และ 5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อหาแนวทางพัฒนา (Foresight) สำหรับอนาคต ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะพื้นที่ และลักษณะประชากร

ภูมิภาคที่พำนักและพื้นที่พำนัก



ภาพที่ 4.1 ภูมิภาคที่พำนักของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพำนักอยู่ 6 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนทั้งสิ้น พื้นที่ละ 1,000 ชุด รวมทั้งหมด 6,000 ชุด และเมื่อแบ่งตามพื้นที่พำนัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกภูมิภาคอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลหรือพื้นที่เมืองและนอกเขตเทศบาลอย่างละครึ่ง ดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงพื้นที่พำนักของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	พื้นที่พำนัก	
	ในเขตเทศบาล/พื้นที่เมือง	นอกเขตเทศบาล
ภาคกลาง	550 (55%)	450 (45%)
ภาคเหนือ	502 (50.2%)	498 (49.8%)
ภาคใต้	499 (49.9%)	501 (50.1%)
ภาคตะวันออก	509 (50.9%)	491 (49.1%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	558 (50.8%)	442 (44.2%)

หมายเหตุ: ไม่รวมพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่พำนักในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.6 แสดงพื้นที่พำนักของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ภูมิภาค	ลักษณะที่อยู่อาศัย		
	บ้านแนวราบ	อาคารชุดพักอาศัย	อาคารพาณิชย์
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	513 (51.3%)	419 (41.9%)	68 (6.8%)
ภาคกลาง	638 (63.8%)	319 (31.9%)	43 (4.3%)
ภาคเหนือ	832 (83.2%)	116 (11.6%)	52 (5.2%)
ภาคใต้	602 (60.2%)	358 (35.8%)	40 (4.0%)
ภาคตะวันออก	773 (77.3%)	177 (17.7%)	50 (5.0%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	680 (68.0%)	265 (26.5%)	55 (5.5%)

จากตารางข้างต้น สามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 51.3 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 41.9 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 6.8 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 63.8 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 31.9 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 4.3 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 83.2 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 11.6 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 5.2 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 60.2 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 35.8 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 4.0 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 77.3 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 17.7 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 5.0 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 68.0 อาศัยอยู่ในบ้านแนวราบ รองลงมาร้อยละ 26.5 อาศัยในอาคารชุดพักอาศัย และส่วนที่เหลือร้อยละ 5.5 อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์

ตารางที่ 4.7 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามเพศ

ภูมิภาค	เพศ		
	ชาย	หญิง	LGBTQ+
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	445 (44.5%)	495 (49.2%)	63 (6.3%)
ภาคกลาง	376 (37.6%)	513 (51.3%)	111 (11.1%)
ภาคเหนือ	372 (37.2%)	512 (51.2%)	116 (11.6%)
ภาคใต้	356 (35.6%)	504 (50.4%)	140 (14.0%)
ภาคตะวันออก	371 (37.1%)	517 (51.7%)	112 (11.2%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	391 (39.1%)	493 (49.3%)	116 (11.6%)
ภาพรวม	2311 (38.5%)	3031 (50.5%)	658 (11.0%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค เป็นเพศหญิงเกินครึ่ง ร้อยละ 50.5 รองลงมาเพศ ชาย ร้อยละ 38.5 ส่วนที่เหลือ LGBTQ+ ร้อยละ 11 โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

- 1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 49.5 เพศหญิง รองลงมาร้อยละ 44.5 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 6.3 LGBTQ+
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 51.3 เพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 37.6 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.1 LGBTQ+
- 3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 51.2 เพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 37.2 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.6 LGBTQ+
- 4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 50.4 เพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 35.6 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 14.0 LGBTQ+
- 5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เกินครึ่งร้อยละ 51.7 เพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 37.1 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.2 LGBTQ+
- 6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกือบครึ่งร้อยละ 49.3 เพศหญิง รองลงมา ร้อยละ 39.1 เพศชาย และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.6 LGBTQ+

ตารางที่ 4.8 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามอายุเจนเนอเรชั่น

ภูมิภาค	เจนเนอเรชั่น			
	Gen Z (13-27 ปี)	Gen Y (28-43 ปี)	Gen X (44-59 ปี)	Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป)
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	274 (27.4%)	399 (39.9%)	119 (11.9%)	208 (20.8%)
ภาคกลาง	351 (35.1%)	390 (39.0%)	71 (7.1%)	188 (18.8%)
ภาคเหนือ	288 (28.8%)	370 (37.0%)	79 (7.9%)	263 (26.3%)
ภาคใต้	287 (28.7%)	420 (42.0%)	78 (7.8%)	215 (21.5%)
ภาคตะวันออก	287 (28.7%)	366 (36.6%)	82 (8.2%)	265 (26.5%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	338 (33.8%)	364 (36.4%)	78 (7.8%)	220 (20.0%)
ภาพรวม	1825 (30.4%)	2309 (38.5%)	507 (8.5%)	1359 (22.7%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 38.5 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 30.4 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 22.7 และ ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 8.5 ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายกลุ่มอายุของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 39.9 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 35.1 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 20.8 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 39.0 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 27.4 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 18.8 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 37.0 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 28.8 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 26.3 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 42.0 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 28.7 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 21.5 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 36.6 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 28.7 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 26.5 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Gen Y (28-43 ปี) ร้อยละ 36.4 รองลงมา กลุ่ม Gen Z (13-27 ปี) ร้อยละ 33.8 ถัดมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer (60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 20.0 และส่วนที่เหลือเป็นกลุ่ม Gen X (44-59 ปี) ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา

ภูมิภาค	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	337 (33.7%)	445 (44.5%)	218 (21.8%)
ภาคกลาง	287 (28.7%)	556 (55.6%)	157 (15.7%)
ภาคเหนือ	360 (36.0%)	471 (47.1%)	169 (16.9%)
ภาคใต้	342 (34.2%)	486 (48.6%)	172 (17.2%)
ภาคตะวันออก	338 (33.8%)	440 (44.0%)	222 (22.2%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	306 (30.6%)	521 (52.1%)	173 (17.3%)
ภาพรวม	1970 (32.8%)	2919 (48.7%)	1111 (18.5%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.7 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 32.8 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 18.5 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.5 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 33.7 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 21.8 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่ร้อยละ 55.6 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 28.7 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 15.7 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.1 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 36.0 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 16.9 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.6 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 34.2 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 17.2 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 33.8 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 22.2 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.1 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 30.6 จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 17.3 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.10 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

ภูมิภาค	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	200 (20.0%)	487 (48.7%)	313 (31.3%)
ภาคกลาง	215 (21.5%)	539 (53.9%)	246 (24.6%)
ภาคเหนือ	262 (26.2%)	468 (46.8%)	270 (27.0%)
ภาคใต้	216 (21.6%)	509 (50.9%)	275 (27.5%)
ภาคตะวันออก	226 (22.6%)	440 (44.0%)	334 (33.4%)
ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	202 (20.2%)	472 (47.2%)	326 (32.6%)
ภาพรวม	1321 (22.0%)	2915 (48.6%)	1764 (29.4%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 20.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 22.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ร้อยละ 48.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 31.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 20.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่ร้อยละ 53.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 24.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 21.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 46.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 27.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 26.2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 50.9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 27.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 21.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ร้อยละ 44.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 33.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 22.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.2 จบปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 32.6 จบการศึกษาดำรงปริญญาตรี ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 20.2 จบการศึกษามากกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.11 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ภูมิภาค	กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ					
	ผู้สูงอายุ		ผู้พิการ			คนทั่วไป
	ผู้สูงอายุวัย ตอนต้น (60-69 ปี)	ผู้สูงอายุ วัยตอนกลาง ถึงปลาย (70 ปีขึ้นไป)	พิการ ทางการ มองเห็น	พิการทางการ ได้ยิน	พิการทางการ เคลื่อนไหว	
กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	97 (9.7%)	98 (9.8%)	6 (0.6%)	8 (0.8%)	267 (26.7%)	524 (52.4%)
ภาคกลาง	89 (8.9%)	88 (8.8%)	7 (0.7%)	6 (0.6%)	185 (18.5%)	625 (62.5%)
ภาคเหนือ	157 (15.7%)	98 (9.8%)	7 (0.7%)	11 (1.1%)	207 (20.7%)	516 (51.6%)
ภาคใต้	98 (9.8%)	100 (10.0%)	22 (2.2%)	10 (1.0%)	202 (20.2%)	568 (56.8%)
ภาคตะวันออก	101 (10.1%)	154 (15.4%)	8 (0.8%)	14 (1.4%)	212 (21.2%)	511 (51.1%)
ภาคตะวันออกเฉียง เหนือ	101 (10.1%)	99 (9.9%)	7 (0.7%)	8 (0.8%)	258 (25.8%)	527 (52.7%)
ภาพรวม	643 (10.7%)	637 (10.6%)	61 (1.0%)	57 (1.0%)	1331 (22.2%)	3271 (54.5%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 54.5 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 22.2 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 10.7 ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ถัดไป ร้อยละ 10.6 เป็นผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 1.0 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น และผู้พิการทางการได้ยินเท่ากัน โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาค ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.4 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 26.7 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 9.8 เป็นผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ถัดไปร้อยละ 9.7 ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ต่อไปร้อยละ 0.8 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.6 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น ตามลำดับ

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ส่วนใหญ่ร้อยละ 62.5 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 18.5 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 8.9 เป็นผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ถัดไปร้อยละ 8.8 ผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ต่อไปร้อยละ 0.7 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.6 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน ตามลำดับ

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 51.6 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 20.7 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 15.7 เป็นผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ถัดไปร้อยละ 9.8 ผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ต่อไปร้อยละ 1.1 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.7 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น ตามลำดับ

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ ส่วนใหญ่ร้อยละ 56.8 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 20.2 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 10.0 เป็นผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ถัดไปร้อยละ 9.8 ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ต่อไปร้อยละ 2.2 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 1.0 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน ตามลำดับ

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ร้อยละ 51.1 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 21.2 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 15.4 เป็นผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ถัดไปร้อยละ 10.1 ผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ต่อไปร้อยละ 1.4 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.8 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น ตามลำดับ

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.7 เป็นบุคคลทั่วไป รองลงมา ร้อยละ 25.8 เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกาย ต่อมาร้อยละ 10.1 เป็นผู้สูงอายุวัยตอนต้น (60-69 ปี) ถัดไปร้อยละ 9.9 ผู้สูงวัยตอนกลางและตอนปลาย (70 ปีขึ้นไป) ต่อไปร้อยละ 0.8 เป็นผู้พิการทางการได้ยิน และส่วนที่เหลือ ร้อยละ 0.7 เป็นผู้พิการทางการมองเห็น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามประเภทของโทรทัศน์ที่บ้าน

ภูมิภาค	ประเภทของโทรทัศน์ที่บ้าน			
	ระบบภาคพื้นดิน	ระบบดาวเทียม	ระบบเคเบิลทีวี	ระบบผ่านอินเทอร์เน็ต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	599 (59.9%)	593 (59.3%)	530 (53.0%)	866 (86.6%)
ภาคกลาง	610 (61.0%)	574 (57.4%)	618 (61.8%)	850 (85.0%)
ภาคเหนือ	578 (57.8%)	623 (62.3%)	618 (61.8%)	799 (79.9%)
ภาคใต้	630 (63.0%)	626 (62.6%)	626 (62.6%)	852 (85.2%)
ภาคตะวันออก	634 (63.4%)	570 (57.0%)	561 (56.1%)	855 (85.5%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	622 (62.2%)	622 (62.2%)	626 (62.6%)	848 (84.8%)
ภาพรวม	3673 (61.2%)	3608 (60.1%)	3579 (59.7%)	5070 (84.5%)

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ และร้อยละเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบที่บ้านมีระบบ

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 84.5 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 61.2 รับชมผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ต่อมาร้อยละ 60.1 ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบดาวเทียม (Satellite TV) และร้อยละ 59.7 ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบเคเบิลทีวี โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 86.6 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 59.9 รับชม

ผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ต่อมาร้อยละ 59.3 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบดาวเทียม (Satellite TV) และร้อยละ 53.0 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบเคเบิลทีวี

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 85.0 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 61.8 มีระบบเคเบิลทีวี ต่อมาร้อยละ 61.0 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) และร้อยละ 57.4 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบดาวเทียม (Satellite TV)

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 79.9 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 62.3 มีระบบดาวเทียม (Satellite TV) ต่อมา ร้อยละ 61.8 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบเคเบิลทีวี และร้อยละ 57.8 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV)

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 85.2 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 63.0 รับชมผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) และร้อยละ 62.6 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบดาวเทียม (Satellite TV) และระบบเคเบิลทีวี

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 85.5 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 63.4 รับชมผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ต่อมาร้อยละ 57.0 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบดาวเทียม (Satellite TV) และร้อยละ 56.1 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบเคเบิลทีวี

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งมีรับชมโทรทัศน์ผ่านทุกระบบ โดยร้อยละ 84.8 มีระบบรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) ได้แก่การรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ตทีวีมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 62.6 มีระบบเคเบิลทีวี ต่อมา ร้อยละ 62.2 ครั้วเรือนของกลุ่มตัวอย่างมีระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) และระบบดาวเทียม (Satellite TV)

ตารางที่ 4.13 แสดงด้านลักษณะประชากรจำแนกตามช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน

ภูมิภาค	ช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน		
	อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi)	ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data)	ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือ
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	125 (12.5%)	165 (16.5%)	710 (71.0%)
ภาคกลาง	140 (14.0%)	98 (9.8%)	762 (76.2%)
ภาคเหนือ	191 (19.1%)	113 (11.3%)	696 (69.5%)
ภาคใต้	141 (14.1%)	111 (11.1%)	748 (74.8%)

ภูมิภาค	ช่องทางการรับอินเทอร์เน็ตที่บ้าน		
	อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi)	ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data)	ใช้อินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือ
ภาคตะวันออก	139 (13.9%)	115 (11.5%)	748 (74.8%)
ภาคตะวันออก เฉิงเหวอ	142 (14.2%)	111 (11.1%)	747 (74.7%)
ภาพรวม	878 (14.6%)	713 (11.9%)	4409 (73.5%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 73.5 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 14.6 มีอินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.9 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 71.0 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 16.5 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) ส่วนที่เหลือร้อยละ 12.5 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) เท่านั้น

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 76.2 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 14.0 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 9.8 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) เท่านั้น

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 69.5 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 19.1 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.3 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) เท่านั้น

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 74.8 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 14.1 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.1 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) เท่านั้น

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 74.8 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 14.1 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.1 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) เท่านั้น

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉิงเหวอ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 74.7 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและใช้อินเทอร์เน็ตมือถือมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 14.2 ใช้อินเทอร์เน็ตบ้าน (Fixed Broadband / Wi-Fi) ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.1 ใช้เฉพาะอินเทอร์เน็ตมือถือ (Mobile Data) เท่านั้น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคหรือผู้ชมโทรทัศน์

ตารางที่ 4.14 แสดงพฤติกรรมการรับชมรายการภาพรวมทุกภูมิภาค

พฤติกรรมการรับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลา ออกอากาศ	0 (0.0)	658 (11.0)	901 (15.0)	1619 (27.0)	2822 (47.0)	6000 (100.0)	3.10	1.024	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	936 (15.6)	218 (3.6)	2551 (42.5)	2295 (38.5)	6000 (100.0)	3.03	1.021	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือ ไฮไลท์	0 (0.0)	876 (14.6)	0 (0.0)	2136 (35.6)	2988 (49.8)	6000 (100.0)	3.21	1.020	มาก
เน้นดูผ่าน แพลตฟอร์มสตรีมมิง	658 (11.0)	683 (11.4)	278 (4.6)	2106 (35.1)	2275 (37.9)	6000 (100.0)	2.78	1.348	มาก

จากตารางข้างต้น พบว่า ภาพรวมทุกภูมิภาคกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการทุกลักษณะอยู่ในระดับมาก โดยเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะช่วงสำคัญหรือคลิปสั้น ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มาก (3.21) รองลงมาคือ เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast) ได้แก่ รับชมผ่านหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวีหรือดูไลฟ์สดผ่านแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้นๆ (3.10) ถัดมาคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ได้แก่ เลือกดูเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ (3.03) และ เน้นดูผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการทีวีปกติ ตามลำดับ (2.78) โดยสามารถอธิบายพฤติกรรมการรับชมกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงพฤติกรรมการรับชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พฤติกรรมการ รับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลา ออกอากาศ	0 (0.0)	95 (9.5)	132 (13.2)	244 (24.4)	529 (52.9)	1000 (100.0)	3.21	1.000	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	138 (13.8)	31 (3.1)	425 (42.5)	406 (40.6)	1000 (100.0)	3.10	.990	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือ ไฮไลท์	0 (0.0)	126 (12.6)	0 (0.0)	363 (36.3)	511 (51.1)	1000 (100.0)	3.26	.974	มากที่สุด

พฤติกรรมกร รับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูผ่าน แพลตฟอร์มสตรีม มิง	95 (9.5)	101 (10.1)	43 (4.3)	412 (41.2)	349 (34.9)	1000 (100.0)	2.82	1.278	มาก

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีพฤติกรรมกรรับชมรายการลักษณะเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะช่วงสำคัญหรือคลิปสั้น ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มากที่สุด (3.26) รองลงมาคือ เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast) ได้แก่ รับชมผ่านหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวีหรือดูไลฟ์สดผ่านแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.21) ถัดมาคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ได้แก่ เลือกดูตามเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ (3.10) และ เน้นดูผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการทีวีปกติ ตามลำดับ (2.82)

ตารางที่ 4.16 แสดงพฤติกรรมกรรับชมรายการในภาคกลาง

พฤติกรรมกรรับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นาน ๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลา ออกอากาศ	0 (0.0)	94 (9.4)	142 (14.2)	297 (29.7)	467 (46.7)	1000 (100.0)	3.14	.983	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	151 (15.1)	47 (4.7)	409 (40.9)	393 (39.3)	1000 (100.0)	3.04	1.021	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือ ไฮไลท์	0 (0.0)	141 (14.1)	0 (0.0)	325 (32.5)	534 (53.4)	1000 (100.0)	3.25	1.018	มาก
เน้นดูผ่านแพลตฟอร์ม สตรีมมิง	94 (9.4)	95 (9.5)	57 (5.7)	318 (31.8)	436 (43.6)	1000 (100.0)	2.91	1.308	มาก

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคกลาง มีพฤติกรรมกรรับชมรายการลักษณะเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะช่วงสำคัญหรือคลิปสั้น ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มาก (3.25) รองลงมาคือ เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast) ได้แก่ รับชมผ่านหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวี หรือดูไลฟ์สดผ่านแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.14) ถัดมาคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ได้แก่ เลือกดูตามเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ (3.04) และเน้นดูผ่าน

แพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการที่วิพากษ์ ตามลำดับ (2.91)

ตารางที่ 4.17 แสดงพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการในภาคเหนือ

พฤติกรรมกรรมการรับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นานๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลา ออกอากาศ	0 (0.0)	152 (15.2)	145 (14.5)	258 (25.8)	445 (44.5)	1000 (100.0)	3.00	1.095	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	197 (19.7)	35 (3.5)	406 (40.6)	362 (36.2)	1000 (100.0)	2.93	1.087	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือ ไฮไลท์	0 (0.0)	187 (18.7)	0 (0.0)	342 (34.2)	471 (47.1)	1000 (100.0)	3.10	1.100	มาก
เน้นดูผ่าน แพลตฟอร์มสตรีมมิง	152 (15.2)	110 (11.0)	45 (4.5)	336 (33.6)	357 (35.7)	1000 (100.0)	2.64	1.442	มาก

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือ มีพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการลักษณะเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะช่วงสำคัญหรือคลิปสั้น ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มาก (3.10) รองลงมาคือ เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast) ได้แก่ รับชมผ่านหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวี หรือดูไลฟ์สดผ่านแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.00) ถัดมาคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ได้แก่ เลือกดูตามเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ (2.93) และเน้นดูผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการที่วิพากษ์ ตามลำดับ (2.64)

ตารางที่ 4.18 แสดงพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการในภาคใต้

พฤติกรรมกรรมการรับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่ เปิดรับ	นานๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้าง บ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็น ประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลา ออกอากาศ	0 (0.0)	105 (10.5)	195 (19.5)	260 (26.0)	440 (44.0)	1000 (100.0)	3.04	1.027	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	148 (14.8)	36 (3.6)	455 (45.5)	361 (36.1)	1000 (100.0)	3.03	.995	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือ ไฮไลท์	0 (0.0)	141 (14.1)	0 (0.0)	386 (38.6)	473 (47.3)	1000 (100.0)	3.19	1.001	มาก

พฤติกรรมกำรรับชม	ควมถึในกำรเปิดรับต้อสัปดาห์					รวม	ค้ำเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ควมหมย
	ไม่เปิดรับ	น่นๆครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้งบอย (3-4 วัน)	บอย (5 - 6 วัน)	เป็นประจ้ (ทุกวัน)				
เน้นดูผ่นแพลตฟอร์มสตรีมมิง	105 (10.5)	159 (15.9)	43 (4.3)	332 (33.2)	361 (36.1)	1000 (100.0)	2.69	1.374	มก

จกตารงข้งต้น พบว่ กลุ่มตัวอย่างในภคไต้ มีพฤติกรรมกำรรับชมรยการลักษณะเน้นดูคลิปลั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะข่งส้คัญหรือคลิปลั้น ๆ ผ่นโซเชี่ยลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มก (3.19) รองลงมคือ เน้นดูสดตมเวลออกอวกศ (Live Broadcast) ไ้แก่ รับชมผ่นหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวี หรือดูไลฟ์สดผ่นแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.04) ถัดมคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ไ้แก่ เลือกดดูตมเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่นแพลตฟอร์มต่ง ๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถนัโทรทัศน์ (3.03) และเน้นดูผ่นแพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภพยนตร์ ซีรีส์ หรือรยการผ่นแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผ่งรยการทีวีปกติ ตมลำดับ (2.69)

ตารงที่ 4.19 แสดงพฤติกรรมกำรรับชมรยการในภคตะวันออก

พฤติกรรมกำรรับชม	ควมถึในกำรเปิดรับต้อสัปดาห์					รวม	ค้ำเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ควมหมย
	ไม่เปิดรับ	น่นๆครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้งบอย (3-4 วัน)	บอย (5 - 6 วัน)	เป็นประจ้ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตมเวลออกอวกศ	0 (0.0)	106 (10.6)	135 (13.5)	292 (29.2)	467 (46.7)	1000 (100.0)	3.12	1.006	มก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	145 (14.5)	33 (3.3)	444 (44.4)	378 (37.8)	1000 (100.0)	3.06	.994	มก
เน้นดูคลิปลั้นหรือไฮไลท์	0 (0.0)	139 (13.9)	0 (0.0)	377 (37.7)	484 (48.4)	1000 (100.0)	3.21	.999	มก
เน้นดูผ่นแพลตฟอร์มสตรีมมิง	106 (10.6)	102 (10.2)	39 (3.9)	385 (38.5)	368 (36.8)	1000 (100.0)	2.81	1.317	มก

จกตารงข้งต้น พบว่ กลุ่มตัวอย่างในภคตะวันออก มีพฤติกรรมกำรรับชมรยการลักษณะเน้นดูคลิปลั้นหรือไฮไลท์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะข่งส้คัญหรือคลิปลั้น ๆ ผ่นโซเชี่ยลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มก (3.21) รองลงมคือ เน้นดูสดตมเวลออกอวกศ (Live Broadcast) ไ้แก่ รับชมผ่นหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวี หรือดูไลฟ์สดผ่นแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.12) ถัดมคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ไ้แก่ เลือกดดูตมเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่นแพลตฟอร์มต่ง ๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถนัโทรทัศน์ (3.06) และเน้นดูผ่น

แพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการทีวีปกติ ตามลำดับ (2.81)

ตารางที่ 4.20 แสดงพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

พฤติกรรมกรรมการรับชม	ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์					รวม	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	ไม่เปิดรับ	นานๆ ครั้ง (1-2 วัน)	ค่อนข้างบ่อย (3-4 วัน)	บ่อย (5 - 6 วัน)	เป็นประจำ (ทุกวัน)				
เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ	0 (0.0)	106 (10.6)	152 (15.2)	268 (26.8)	474 (47.4)	1000 (100.0)	3.11	1.019	มาก
เน้นดูย้อนหลัง	0 (0.0)	157 (15.7)	36 (3.6)	412 (41.2)	395 (39.5)	1000 (100.0)	3.05	1.029	มาก
เน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลต์	0 (0.0)	142 (14.2)	0 (0.0)	343 (34.3)	515 (51.5)	1000 (100.0)	3.23	1.015	มาก
เน้นดูผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง	106 (10.6)	116 (11.6)	51 (5.1)	323 (32.3)	404 (40.4)	1000 (100.0)	2.80	1.355	มาก

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการลักษณะเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลต์ (Short Clips / Highlights) กล่าวคือ รับชมเฉพาะช่วงสำคัญหรือคลิปสั้น ๆ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook Reels, YouTube Shorts, X มาก (3.23) รองลงมาคือ เน้นดูสดตามเวลาออกอากาศ (Live Broadcast) ได้แก่ รับชมผ่านหน้าจอทีวีปกติ, เคเบิลทีวี หรือดูไลฟ์สดผ่านแอปพลิเคชัน ณ เวลานั้น ๆ (3.11) ถัดมาคือ เน้นดูย้อนหลัง (Catch-up / On-Demand) ได้แก่ เลือกดูตามเวลาที่ตัวเองสะดวก ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น YouTube, แอปพลิเคชันของสถานีโทรทัศน์ (3.05) และเน้นดูผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิง (Streaming Services): รับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Netflix, Viu, Disney+ Hotstar ไม่ได้เน้นผังรายการทีวีปกติ ตามลำดับ (2.80)

อย่างไรก็ดี จากการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานและเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะ ตามโครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 คุณกนกพร ประสิทธิ์ผล ผู้อำนวยการสำนักสื่อดิจิทัล ไทยพีบีเอส ตั้งข้อสังเกตจากประเด็นเรื่องการรับชมคลิปสั้นที่เพิ่มมากขึ้น ระบุว่า แม้คลิปสั้นจะสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ผลิตได้ง่าย และเข้าถึงผู้ชมได้รวดเร็ว แต่ยังมีข้อควรพิจารณาอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากการผลิตเนื้อหาแบบสั้นใช้อุปกรณ์และระยะเวลาไม่มาก ทำให้มีผู้ผลิตและปริมาณเนื้อหา มากกว่าเนื้อหาเชิงสารคดีหรือบทวิเคราะห์ขนาดยาว การที่คลิปสั้นเป็นเทรนด์มันมีมุมที่จริงจัง ตอบโจทย์คนในยุคที่ต้องการใช้ชีวิตเร่งด่วน แต่ต้องมองอีกด้านหนึ่งของพฤติกรรมผู้ชม การรับชมเนื้อหาแบบสั้นอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลต่อความสามารถในการติดตามประเด็นอย่างลึกซึ้งหรือไม่ โดยเฉพาะสมาธิในการอ่าน การวิเคราะห์ และการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม และอาจจะทำให้คนดูเสถียรภาพแบบฉาบฉวยมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาสั้นอาจมีพื้นที่ไม่เพียงพอสำหรับการอธิบายบริบท เหตุผล และรายละเอียดของประเด็นที่ซับซ้อน

ข้อคิดเห็นดังกล่าวสะท้อนว่า ตัวเลขความนิยมของคลิปสั้นไม่ควรถูกตีความเฉพาะในฐานะความต้องการโดยธรรมชาติของผู้ชม แต่ควรพิจารณาด้วยว่าเป็นผลจากการออกแบบระบบและนโยบายการจัดลำดับการมองเห็นของแพลตฟอร์มมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 4.21 แสดงด้านอุปกรณ์และช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการ

ภูมิภาค	อุปกรณ์และช่องทางหลักที่ใช้รับชม		
	โทรทัศน์	สมาร์ทโฟน	แท็บเล็ต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	496 (49.6%)	461 (46.1%)	43 (4.3%)
ภาคกลาง	477 (47.7%)	466 (46.6%)	57 (5.7%)
ภาคเหนือ	523 (52.3%)	432 (43.2%)	45 (4.5%)
ภาคใต้	475 (47.5%)	482 (48.2%)	43 (4.3%)
ภาคตะวันออก	539 (53.9%)	422 (42.2%)	39 (3.9%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	497 (49.7%)	452 (45.2%)	51 (5.1%)
ภาพรวม	3007 (50.1%)	2715 (45.3%)	278 (4.6%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 50.1 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ ยกเว้นภาคใต้ ที่กลุ่มตัวอย่างรับชมผ่านทางสมาร์ทโฟน รองลงมา ร้อยละ 45.3 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟนมากที่สุด ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.6 รับชมผ่านแท็บเล็ต โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.5 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 46.1 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟน ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.3 รับชมผ่านแท็บเล็ต

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.7 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 46.6 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟน ส่วนที่เหลือร้อยละ 5.7 รับชมผ่านแท็บเล็ต

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 52.3 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 43.2 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟน ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.5 รับชมผ่านแท็บเล็ต

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 48.2 รับชมผ่านทางสมาร์ทโฟน รองลงมา ร้อยละ 47.5 รับชมรายการผ่านทางโทรทัศน์ ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.3 รับชมผ่านแท็บเล็ต

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งร้อยละ 53.9 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 42.2 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟน ส่วนที่เหลือร้อยละ 3.9 รับชมผ่านแท็บเล็ต

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ช่องทางหลักที่ใช้รับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.7 รับชมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 45.2 รับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟน ส่วนที่เหลือร้อยละ 5.1 รับชมผ่านแท็บเล็ต

ตารางที่ 4.22 แสดงด้านรูปแบบการรับชม

ภูมิภาค	รูปแบบการรับชม			
	ติดแชนแนล	ค้นหาข้อมูล	สั่งซื้อสินค้า	เล่นเกมหรือแชท
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	245 (16.1%)	476 (31.2%)	281 (18.4%)	524 (34.3%)
ภาคกลาง	233 (15.3%)	482 (31.6%)	290 (10.0%)	518 (34.0%)
ภาคเหนือ	227 (15.1%)	461 (30.7%)	273 (18.2%)	539 (35.9%)
ภาคใต้	229 (15.2%)	479 (31.8%)	276 (18.3%)	521 (34.6%)
ภาคตะวันออก	236 (15.6%)	472 (31.2%)	276 (18.3%)	528 (34.9%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	240 (15.8%)	474 (31.2%)	278 (18.3%)	526 (34.7%)
ภาพรวม	1410 (15.5%)	2844 (31.3%)	1674 (18.4%)	3156 (34.7%)

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.7 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับรายการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.3 ขณะรับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.4 ขณะรับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.5 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแชนแนล (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.3 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับรายการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.2 ขณะรับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.4 ขณะรับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 16.1 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแชนแนล (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.0 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.6 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 15.3 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแฮชแท็ก (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook และส่วนที่เหลือร้อยละ 10.0 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา ตามลำดับ

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 35.9 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 30.7 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.2 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.1 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแฮชแท็ก (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.6 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.8 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.3 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.2 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแฮชแท็ก (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.9 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.2 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.3 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.6 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแฮชแท็ก (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 34.7 มีรูปแบบขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการที่ชม รองลงมา ร้อยละ 31.2 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ดูอยู่ เช่น ประวัตินักแสดง ข้อมูลสินค้าในโฆษณา เป็นต้น ถัดมาร้อยละ 18.3 ขณะที่รับชมโทรทัศน์ จะสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ/โฆษณา และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.8 ขณะที่รับชมโทรทัศน์จะติดแฮชแท็ก (#) พูดคุยเกี่ยวกับรายการใน X (Twitter) หรือ Facebook ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม

ภูมิภาค	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม		
	ผังรายการบนหน้าจอทีวี	กระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย	การบอกต่อจากคนใกล้ชิด
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	211 (21.1%)	651 (65.1%)	138 (13.8%)
ภาคกลาง	192	700	108

ภูมิภาค	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม		
	ผังรายการบนหน้าจอทีวี	กระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย	การบอกต่อจากคนใกล้ชิด
	(19.2%)	(70.0%)	(10.8%)
ภาคเหนือ	211 (21.1%)	675 (67.5%)	114 (11.4%)
ภาคใต้	190 (19.0%)	697 (69.7%)	113 (11.3%)
ภาคตะวันออก	199 (19.9%)	677 (67.7%)	124 (12.4%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	191 (19.1%)	693 (69.3%)	116 (11.6%)
ภาพรวม	1194 (19.9%)	4093 (68.2%)	713 (11.9%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชม ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.2 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 19.9 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.9 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth) โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.1 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 21.1 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.8 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.0 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 19.2 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 10.8 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.5 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 21.1 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.4 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 69.7 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 19.0 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.3 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 67.7 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 19.0 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 12.4 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 69.3 เลือกรับชมจากกระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย รองลงมา ร้อยละ 19.1 เลือกรับชมจากการเลื่อนผังรายการบนหน้าจอทีวี และส่วนที่เหลือร้อยละ 11.6 เลือกรับชมจากการบอกต่อจากคนใกล้ชิด (Word of mouth)

ตารางที่ 4.24 แสดงด้านความเต็มใจในการจ่ายเพื่อรับชม

ภูมิภาค	การสมัครสมาชิกแบบชำระเงินเพื่อรับชมเนื้อหาทีวี/วิดีโอ		
	ไม่เคยจ่าย รับชมฟรี	ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา	ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	173 (17.3%)	522 (52.2%)	305 (30.5%)
ภาคกลาง	179 (17.9%)	502 (50.2%)	319 (31.9%)
ภาคเหนือ	194 (19.4%)	503 (50.3%)	303 (30.3%)
ภาคใต้	177 (17.7%)	502 (50.2%)	321 (32.1%)
ภาคตะวันออก	172 (17.2%)	524 (52.4%)	304 (30.4%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	174 (17.4%)	505 (50.5%)	321 (32.1%)
ภาพรวม	1069 (17.8%)	3058 (51.0%)	1873 (31.2%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ความเต็มใจในการจ่ายเพื่อรับชม ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 51.0 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 31.2 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.8 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.2 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 30.5 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.3 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.2 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 31.9 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.9 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.3 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 30.3 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 19.4 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.2 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 32.1 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.7 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.4 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 30.4 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.2 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50.5 ยินดีจ่ายเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) รองลงมา ร้อยละ 32.1 ยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium/Early Access) และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.4 ไม่เคยจ่าย รับชมฟรีที่มีโฆษณาเท่านั้น

อย่างไรก็ดี จากการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานและเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะตามโครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญ ด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ผู้ร่วมเสวนาทั้ง 2 คนได้แก่ คุณณกพร ประสิทธิ์ผล ผู้อำนวยการสำนักสื่อดิจิทัล ไทยพีบีเอส และคุณเดีย วรตังตระกูล ได้ให้ข้อเสนอเกี่ยวกับประเด็นการวัดผลของ Streaming ไว้ว่า การวัดช่องทางการดูออนไลน์ หรือ Streaming อันนั้นเป็นการวัดแบบระดับโลก (Global) อาจจะทำให้รู้สึกว่าคุณดูดิจิทัลน้อยลง ซึ่งทางคุณเดีย วรตังตระกูล ตั้งข้อสังเกตว่าข้อมูลนี้ไม่น่าจะเป็นข้อมูลแทนประชาชนทั้งประเทศ เพราะยังมีประชาชนอีกเยอะที่ไม่มีเงินในการจ่ายและยังอยากดูฟรี รวมถึงการเข้าถึงทีวีสาธารณะ และต้องให้ข้อมูลอย่างชัดเจนว่า methodology คืออะไร กำลังวัดอยู่บนฐานอะไร เพราะหากตัวเลขนี้ทางเอเจนซีได้ไป อาจจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ในการวางแผนซื้อโฆษณา

ด้านตัวแทนภาคประชาชนระบุว่า ปัจจุบันสมัครใช้บริการ Netflix และ Viu หรือจ่ายเงินค่า Streaming โดยมีเหตุผลหลักคือความชื่นชอบในการรับชมซีรีส์ มิได้สมัครเพื่อรับชมข่าว กีฬา หรือเนื้อหาประเภทอื่นเป็นสำคัญ สะท้อนว่า เนื้อหาเฉพาะประเภทและความต่อเนื่องของรายการเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ชมยินดีชำระค่าบริการ

ด้านดร. สุภชาญ ตรัยตรึงศ์สกุล ระบุว่า สมัครใช้บริการ YouTube เนื่องจากต้องเดินทางระหว่างกรุงเทพมหานครกับจังหวัดนครปฐมเป็นประจำ และใช้ช่วงเวลาดังกล่าวรับฟังข่าวย้อนหลัง เหตุผลสำคัญในการสมัครคือไม่ต้องการรับฟังโฆษณาจำนวนมาก และต้องการเลือกรับชมเนื้อหาตามเวลาที่สะดวก โดยไม่ต้องรอฟังการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์

ซึ่งจากผลงานวิจัยจะมีระบุการเก็บข้อมูล จำนวนประชากร และระเบียบวิธีวิจัย แต่ด้วยการดึงข้อมูลตัวเลขในการนำเสนอ อาจจะเป็นช่วงระยะเวลาสั้น ๆ จึงอาจจะทำให้ข้อมูลในการนำเสนอในเวทีเสวนาเกิดข้อถกเถียงประเด็นเรื่องการเก็บข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

นอกจากนี้ คุณณกพร ประสิทธิ์ผล ผู้อำนวยการสำนักสื่อดิจิทัล ไทยพีบีเอส ยังได้อธิบายแนวคิด National OTT Streaming Platform ในลักษณะของ “Netflix ของไทย” ซึ่งไม่ได้มีเป้าหมายเพียงรวบรวมช่องโทรทัศน์ไวบนอินเทอร์เน็ต แต่ควรเป็นพื้นที่สำหรับเนื้อหาคุณภาพ ที่ผลิตโดยคนไทย และช่วยรักษาสีชาติในทรัพย์สินทางปัญญาให้อยู่กับผู้ผลิตหรือระบบอุตสาหกรรมภายในประเทศ แพลตฟอร์มดังกล่าวอาจรวบรวมสารคดี ผลงานสร้างสรรค์ของคนไทย เนื้อหาการฝึกอบรมและเตรียมสอบ การเรียนภาษาอังกฤษ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และชุดความรู้อื่นที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ผู้ประกอบการโทรทัศน์จึงไม่ได้รอความชัดเจนเชิงนโยบายเพียงอย่างเดียว แต่กำลังปรับตัวเข้าสู่ OTT แล้ว เนื่องจากไม่สามารถหยุดการดำเนินงานเพื่อรอ Roadmap ได้ อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ OTT มีทั้งโอกาส ปัญหา และอุปสรรค จึงจำเป็นต้องมีนโยบายสนับสนุนระบบนิเวศของผู้ผลิตเนื้อหาไทยควบคู่กัน

คุณเดีย วรตังตระกูล เลขาธิการสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) เสริมว่า ความสำเร็จของ National Streaming Platform ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการสร้างระบบทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ การจัดวาง การค้นพบ และการเข้าถึงของผู้ชม หากสร้างแพลตฟอร์มแล้วประชาชนไม่สามารถค้นพบหรือไม่มีแรงจูงใจให้ใช้งาน การลงทุนดังกล่าวย่อมไม่บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น National OTT Streaming Platform ควรได้รับการพัฒนาในฐานะโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเนื้อหาไทย โดยครอบคลุมทั้ง

เทคโนโลยี การบริหารสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา การจัดการข้อมูลผู้ชม การค้นพบเนื้อหา ประสบการณ์ผู้ใช้ และการเข้าถึงของประชาชนทุกกลุ่ม

ส่วนที่ 3 การประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ

3.1 ด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหา ทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ สามารถอธิบายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาภาพรวมทุกภูมิภาค

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านทีวีมีความน่าเชื่อถือ	401 (6.7)	2345 (39.1)	2074 (34.6)	1180 (19.7)	0 (0.0)	6000 (100.0)	2.67	.865	น้อย
2. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์	635 (11.6)	2449 (40.8)	2856 (47.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	6000 (100.0)	2.36	.680	น้อย
3. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ	1557 (26.0)	3918 (65.3)	525 (8.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	6000 (100.0)	1.83	.563	น้อย
4. เนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม	2989 (49.8)	1220 (20.3)	1347 (20.3)	444 (7.4)	0 (0.0)	6000 (100.0)	1.87	1.002	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า ภาพรวมทุกภูมิภาคกลุ่มตัวอย่างประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐอยู่ในระดับน้อย โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับน้อย (2.67) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.36) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อยในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.87) และเห็นด้วยน้อยรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.83) ตามลำดับ โดยความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านทีวีมีความน่าเชื่อถือ	65 (6.5)	385 (38.5)	353 (35.3)	197 (19.7)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.68	.861	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์	109 (10.9)	419 (41.9)	472 (47.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.32	.671	น้อย
3. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ	248 (24.8)	650 (65.0)	102 (10.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.85	.574	น้อย
4. เนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม	509 (50.9)	210 (21.0)	214 (21.4)	67 (6.7)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.84	.983	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐอยู่ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (2.68) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.32) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อยรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.85) และเห็นด้วยน้อยในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคกลาง

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านทีวีมีความน่าเชื่อถือ	73 (7.3)	399 (39.9)	325 (32.5)	203 (20.3)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.66	.882	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์	117 (11.7)	392 (39.2)	491 (49.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.33	.685	น้อย

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
3. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ	257 (25.7)	657 (65.7)	86 (8.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.83	.560	น้อย
4. เนื้อหาภาคภูมิการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม	198 (19.8)	224 (22.4)	224 (22.4)	77 (7.7)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.88	1.009	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคกลางประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (2.66) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.37) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อย ในประเด็นเนื้อหาภาคภูมิการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.88) และเห็นด้วยน้อย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคเหนือ

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านทีวีมีความน่าเชื่อถือ	68 (6.8)	383 (38.3)	343 (34.3)	206 (20.6)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.69	.874	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์	111 (11.0)	420 (42.0)	469 (46.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.36	.673	น้อย
3. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ	270 (27.0)	648 (64.8)	85 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.82	.560	น้อย
4. เนื้อหาภาคภูมิการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม	499 (49.9)	202 (20.2)	224 (22.4)	74 (7.4)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.88	1.004	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (2.69) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.36) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อย ในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.88) และเห็นด้วยน้อย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคใต้

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจาก หน่วยงานรัฐผ่านทีวี มีความน่าเชื่อถือ	68 (6.8)	390 (39.0)	356 (35.6)	186 (18.6)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.66	.856	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัย รวดเร็วทันเหตุการณ์	116 (11.6)	418 (41.8)	466 (46.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.35	.678	น้อย
3. รูปแบบการ นำเสนอเนื้อหา การศึกษาดึงดูดใจ	258 (25.8)	661 (66.1)	81 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.82	.555	น้อย
4. เนื้อหาภาครัฐมี การใช้ภาษามือหรือ คำบรรยายแทนเสียง ที่เหมาะสมสำหรับ ทุกกลุ่ม	483 (48.3)	196 (19.6)	244 (24.4)	77 (7.7)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.92	1.014	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (2.66) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.35) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อย ในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.92) และเห็นด้วยน้อย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคตะวันออก

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจาก หน่วยงานรัฐผ่านทีวี มีความน่าเชื่อถือ	63 (6.3)	388 (38.8)	351 (35.1)	198 (19.8)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.68	.860	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัย รวดเร็วทันเหตุการณ์	113 (11.3)	398 (39.8)	489 (48.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.38	.679	น้อย
3. รูปแบบการ นำเสนอเนื้อหา การศึกษาดึงดูดใจ	257 (25.7)	653 (65.3)	90 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.83	.565	น้อย
4. เนื้อหาภาครัฐมี การใช้ภาษามือหรือ คำบรรยายแทนเสียง ที่เหมาะสมสำหรับ ทุกกลุ่ม	498 (49.8)	215 (21.5)	209 (20.9)	78 (7.8)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.87	1.001	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับ ปานกลาง (2.68) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.38) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อยในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสม สำหรับทุกกลุ่ม (1.87) และเห็นด้วยน้อย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพเนื้อหาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
1. ข้อมูลจาก หน่วยงานรัฐผ่านทีวี มีความน่าเชื่อถือ	64 (6.4)	401 (40.1)	346 (34.6)	190 (19.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.66	.856	ปานกลาง
2. การแจ้งเตือนภัย รวดเร็วทันเหตุการณ์	129 (12.9)	402 (40.2)	469 (46.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	2.34	.695	น้อย
3. รูปแบบการ นำเสนอเนื้อหา การศึกษาดึงดูดใจ	267 (26.7)	652 (65.2)	81 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.81	.560	น้อย

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย เลขคณิต	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				
4. เนื้อหาภาครัฐมี การใช้ภาษามือหรือ คำบรรยายแทนเสียง ที่เหมาะสมสำหรับ ทุกกลุ่ม	499 (49.9)	199 (19.9)	232 (23.2)	70 (7.0)	0 (0.0)	1000 (100.0)	1.87	.998	น้อย

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐ โดยเห็นว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรศัพท์มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง (2.66) รองลงมาเห็นว่า การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ อยู่ในระดับน้อย (2.34) ถัดมาคือ เห็นด้วยน้อยในประเด็นเนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียง (Captions) ที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม (1.81) และเห็นด้วยน้อย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ (1.87) ตามลำดับ

อย่างไรก็ดี จากการประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานและเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะตามโครงการการจ้างที่ปรึกษาเพื่อติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลในประเด็นที่สำคัญ ด้านกิจการโทรศัพท์ประจำปี 2568 ที่เปิดโอกาสให้เกิดการวิพากษ์ ทางด้านดร. สุภชาญ ตรีรัตน์สกุล เห็นว่า การขยายตัวของแพลตฟอร์มออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว และประชาชนให้ความสนใจในการรับชม จึงเสนอเพิ่มเติมว่า ภารกิจของ กสทช. จะมีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากต้องพิจารณาทั้งผู้ให้บริการ เนื้อหา ช่องทาง และผลกระทบต่อผู้ใช้ จึงควรมีกระบวนการและขอบเขตความรับผิดชอบที่ชัดเจนในการกำกับดูแลผู้ให้บริการและคุ้มครองประชาชน เพราะหน้าที่ของ กสทช. อาจจะต้องทำงานหนักขึ้น และต้องมีกระบวนการที่ชัดเจนในการดูแลผู้บริโภคและควบคุมคอนเทนต์ แม้การควบคุมเนื้อหาทั้งหมดบนอินเทอร์เน็ตจะเป็นเรื่องยาก แต่หน่วยงานกำกับดูแลควรพิจารณากลไกที่สามารถดำเนินการได้จริง เช่น การกำหนดช่องทางรับผิดชอบต่อผู้ใช้ การรับเรื่องร้องเรียน การจัดการเนื้อหาที่สร้างความเสียหาย และการกำหนดมาตรฐานด้านการเข้าถึง

ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณกนกพร ประสิทธิ์ผล และคุณเดีว วรตั้งตระกูล ที่เห็นว่าระบบออนไลน์มีทั้งโอกาสและเนื้อหาที่ไม่มีคุณภาพจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการโทรศัพท์ซึ่งอยู่ภายใต้ระบบใบอนุญาตต้องปฏิบัติตามมาตรฐานและความรับผิดชอบที่ชัดเจน การกำกับดูแลจึงควรลดความไม่เท่าเทียมระหว่างผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้กติกาแพลตฟอร์มซึ่งให้บริการในตลาดเดียวกันแต่ยังไม่อยู่ภายใต้ภาระที่เทียบเคียงกัน

ส่วนที่ 4 คุณภาพสัญญาณและการร้องเรียน

ตารางที่ 4.32 แสดงด้านคุณภาพสัญญาณ

ภูมิภาค	คุณภาพสัญญาณ	
	ชัดเจนดี	สัญญาณขาดหายบางช่วง
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	856 (85.6%)	144 (14.4%)
ภาคกลาง	852 (85.2%)	148 (14.8%)
ภาคเหนือ	846 (84.6%)	154 (15.4%)
ภาคใต้	828 (82.8%)	172 (17.2%)
ภาคตะวันออก	855 (85.5%)	145 (14.5%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	846 (84.6%)	154 (15.4%)
ภาพรวม	5083 (84.7%)	917 (15.3%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ด้านคุณภาพสัญญาณการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 84.7 สัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.3 สัญญาณขาดหายบางช่วง โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

- 1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.6 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 14.4 สัญญาณขาดหายบางช่วง
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.2 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 14.8 สัญญาณขาดหายบางช่วง
- 3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.6 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.4 สัญญาณขาดหายบางช่วง
- 4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.8 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 17.2 สัญญาณขาดหายบางช่วง
- 5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่ ร้อยละ 85.5 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 14.5 สัญญาณขาดหายบางช่วง
- 6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.6 คุณภาพสัญญาณชัดเจนดี และส่วนที่เหลือร้อยละ 15.4 สัญญาณขาดหายบางช่วง

ตารางที่ 4.33 แสดงด้านปัญหาที่พบในการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ภูมิภาค	ปัญหาที่พบในการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล		
	สัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล	อุปกรณ์รับสัญญาณใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ	ขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	283	694	167

ภูมิภาค	ปัญหาที่พบในการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล		
	สัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล	อุปกรณ์รับสัญญาณใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ	ขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก
	(24.7%)	(60.7%)	(14.6%)
ภาคกลาง	288 (25.1%)	701 (61.1%)	159 (13.9%)
ภาคเหนือ	313 (27.1%)	688 (59.6%)	153 (13.3%)
ภาคใต้	314 (26.8%)	709 (60.5%)	149 (12.7%)
ภาคตะวันออก	289 (25.2%)	703 (61.4%)	153 (13.4%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	292 (25.3%)	717 (62.1%)	145 (12.6%)
ภาพรวม	1779 (25.7%)	4212 (60.9%)	926 (13.4%)

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 60.9 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล่องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 25.7 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.4 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 60.7 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล่องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 24.7 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 14.6 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 61.1 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล่องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 25.1 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.9 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 59.6 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล่องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 27.1 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.3 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 60.5 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล่องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 26.8 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ทางไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 12.7 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 61.4 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล้องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 25.2 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ห่างไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 13.4 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างประสบปัญหาการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลร้อยละ 62.1 เนื่องมาจากอุปกรณ์รับสัญญาณ (เช่น กล้องรับสัญญาณ) ใช้งานยากสำหรับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ รองลงมา ร้อยละ 25.3 ประสบปัญหาจากสัญญาณไม่ครอบคลุมพื้นที่ห่างไกล และส่วนที่เหลือร้อยละ 12.6 ประสบปัญหาการรับชมเนื่องจากขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก

ตารางที่ 4.34 แสดงด้านประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

ภูมิภาค	ประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.	
	เคย	ไม่เคย
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	6 (0.6%)	994 (99.4%)
ภาคกลาง	1 (0.1%)	999 (99.9%)
ภาคเหนือ	6 (0.6%)	994 (99.4%)
ภาคใต้	4 (0.4%)	996 (99.6%)
ภาคตะวันออก	1 (0.1%)	999 (99.9%)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5 (0.5%)	995 (99.5%)
ภาพรวม	23 (0.4%)	5977 (99.6%)

จากตารางข้างต้น ภาพรวมทุกภูมิภาค พบว่า ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.6 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.4 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. โดยสามารถอธิบายกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.4 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.6 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

2) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคกลาง ส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.9 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.1 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

3) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.4 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.6 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

4) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคใต้ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.6 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.4 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

5) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.9 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.1 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

6) กลุ่มตัวอย่างที่พำนักอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เกินครึ่ง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.5 ไม่เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.5 เคยมีประสบการณ์การเคยแจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช.

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ ที่ปรึกษาจะสรุปผลเพื่อนำเสนอข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากการปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. โดยสอดคล้องกับประเด็นที่ทำการศึกษา และความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ ตามขอบเขตของงานข้อ 4.2 และ 4.3

การวิเคราะห์การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลในประเด็นที่สำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 โดยใช้ผลการศึกษาจากผลการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 และผลการรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ร่วมกับแผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บท แผนปฏิบัติการของสำนักงาน รวมถึงข้อมูลเอกสาร วรรณกรรม และรายงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์

การนำเสนอผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์

2. การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

3. การวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ

- 3.1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางที่วิดิทัศน์หลังปี 2572 และสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

- 3.2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

- 3.3 ข้อเสนอแนะจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปี ต่อวุฒิสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568

4. การวิเคราะห์ความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ

5. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

5.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงเพื่อดูความสอดคล้องระหว่างแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580) แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (2567) และแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)

แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ในส่วนที่เกี่ยวกับการกิจการโทรทัศน์ มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล
เพื่อเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค
เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศ ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การบริหารและใช้ประโยชน์จากสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม เปิดโอกาสให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ โดยสอดคล้องกับข้อบังคับวิทยุของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ และพันธกรณีระหว่างประเทศ รวมถึงความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศอื่น รัฐบาล และหน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาลมอบหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป
เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ มีดังต่อไปนี้

5.1.1) ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

ตารางที่ 5.1 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน เพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศ ให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน และ ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม กระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน โดยพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม เตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึง	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
บริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง	
ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์ และผลประโยชน์ส่วนรวมมีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.2) ความเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

ตารางที่ 5.2 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
เป้าหมายที่ 1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม มุ่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญ ผ่านการผลักดันส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์พัฒนาการของสังคมยุคใหม่	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ
เป้าหมายที่ 3 การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและเป็นธรรม มุ่งลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งในเชิงรายได้ พื้นที่ ความมั่งคั่ง และการแข่งขันของภาคธุรกิจ ด้วยการสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางและผู้ด้อยโอกาสให้มีโอกาสในการเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและจัดให้มีบริการสาธารณะที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมในทุกพื้นที่ พร้อมทั้งเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของภาคธุรกิจให้เปิดกว้างและเป็นธรรม	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน โดยพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
	กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน
เป้าหมายที่ 5 การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ มุ่งสร้างความรู้พร้อมในการรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเป็นสังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยโรคระบาด และภัยคุกคามทางไซเบอร์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางสถาบันที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างและระบบการบริหารงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีได้อย่างทันเวลามีประสิทธิภาพ และมีธรรมาภิบาล	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล โดยยกระดับธรรมาภิบาลของสำนักงาน กสทช. อย่างยั่งยืน และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแล และส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรี อย่างเป็นธรรม ขยายโครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่ครอบคลุม

5.1.3) ความเชื่อมโยงกับแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)

ตารางที่ 5.3 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)

แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ สร้างให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่ทันสมัย ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ซึ่งการเข้าถึงบริการจะสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา อย่างมีคุณภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน เพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศ ให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน และ ยุทธศาสตร์ที่

แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
	4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริม กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง ไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจ ดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ขยาย โครงข่ายและโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร โทรคมนาคมที่ครอบคลุม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่า เทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนาประเทศไทยที่ ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส และ คนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการ ต่างๆ ของภาครัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะ ผู้ด้อยโอกาส ทั้งด้านพื้นที่และข้อจำกัดด้านร่างกาย สามารถใช้บริการภาครัฐได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้าน พื้นที่ด้านเวลาและด้านภาษา รวมถึงประชาชนทุก คนมีความตระหนักรู้ความเข้าใจ ทักษะในการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ (Digital Literacy)	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการ บริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อ ประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วน ภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการ ประชาชน โดยพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของ สำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชน อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา ศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง ไป ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพและสามารถเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และรู้เท่าทัน กำกับดูแลและส่งเสริมพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพ ของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล สร้างความมั่นคงปลอดภัย การ สร้างความเชื่อมั่น และการคุ้มครองสิทธิให้แก่ ผู้ใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกภาคส่วน เพื่อ ก่อให้เกิดการอำนวยความสะดวก ลดอุปสรรค เพิ่ม ประสิทธิภาพในการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ต่างๆ พร้อมทั้งสร้างแนวทางขับเคลื่อนอย่างบูรณา	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับการพัฒนาธรรมาภิบาล และเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในยุคดิจิทัล เพื่อ เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง และก้าวสู่การเป็น องค์กรดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสามารถตอบสนอง ความต้องการของประชาชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนา ขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และ

แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
การเพื่อรองรับการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลใน อนาคต	กิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของ ประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพ ของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อกำกับ ดูแลและการบริการประชาชน โดยสอดคล้องกับ นโยบายและแผนระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมี คลื่นความถี่ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน

5.1.4) ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (2567)

ตารางที่ 5.4 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (2567)

แผนแม่บท การบริหารคลื่นความถี่ (2567)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคลื่นความถี่อย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเกิด ประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยมียุทธศาสตร์ย่อย คือ 1) ผลักดันให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านคลื่นความถี่ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล 2) ทบทวน กฎระเบียบเกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ โดยเฉพาะการใช้คลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ และ 3) ปรับปรุง ค่าตอบแทนการใช้คลื่นความถี่ให้สะท้อนมูลค่าและ ครอบคลุมความต้องการใช้คลื่นความถี่อย่างเป็น ธรรม และยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มศักยภาพในการ บริหารคลื่นความถี่ โดยการพัฒนาระบบการและ ระบบด้านการบริหารคลื่นความถี่ และสร้างระบบ บริหารคลื่นความถี่ที่บูรณาการให้ได้มาตรฐานสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการ บริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อ ประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วน ภูมิภาค เพื่อกำกับดูแลและการบริการ ประชาชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการบริหารคลื่น ความถี่และกิจการดาวเทียมของประเทศ ให้มี ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายและแผน ระดับชาติที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการมีคลื่นความถี่ที่ เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน การบริหารและใช้ ประโยชน์จากสิทธิในการเข้าใช้วงโคจรดาวเทียม เปิดโอกาสให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติ โดย สอดคล้องกับข้อบังคับวิทยุของสหภาพโทรคมนาคม ระหว่างประเทศ และพันธกรณีระหว่างประเทศ รวมถึงความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศอื่น รัฐบาล และหน่วยงานต่างประเทศ ตามที่อยู่ใน หน้าที่และอำนาจของ กสทช. หรือตามที่รัฐบาล มอบหมาย

5.1.5) ความเชื่อมโยงกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)

ตารางที่ 5.5 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการฯ กับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล มีการกำกับดูแลบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในกิจการโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ และยกระดับการผลิตเนื้อหา เทคโนโลยี ตลอดจนคุณภาพการให้บริการในกิจการโทรทัศน์ให้เป็นมาตรฐานสากล	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อพัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายให้สามารถกำกับดูแลการประกอบกิจการที่เท่าทันระบบนิเวศที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม	ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาขีดความสามารถการบริหารคลื่นความถี่และกิจการดาวเทียม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติและประชาชน และยกระดับศักยภาพของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค เพื่อการกำกับดูแลและการบริการประชาชน โดยพัฒนากระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กสทช. ส่วนภูมิภาค ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อการบริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นยุทธศาสตร์ในเชิงรุก เหมาะสมต่อสถานการณ์ บนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่งเสริมการจัดให้มีบริการกระจายเสียงและบริการโทรทัศน์พื้นฐานโดยทั่วถึง และบริการเพื่อสังคม รวมถึงส่งเสริมให้มีเนื้อหาที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายในมิติทางสังคม คุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูก	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพในการกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป สามารถรองรับการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม รวมถึงกำกับดูแลและส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาและคุณภาพของสื่อที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลาย ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ รวมถึงคุ้มครองผู้บริโภค

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)	แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568
เอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการรับรู้เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลอย่างเท่าเทียม และยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล โดยมีการใช้ระบบการอนุญาตบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ดังการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพความสอดคล้องได้ ดังตารางที่ 5.6

ความเชื่อมโยง		แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568		
		ยุทธศาสตร์ 1	ยุทธศาสตร์ 3	ยุทธศาสตร์ 4
ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน		✓	✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม		✓	✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนา ระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	✓		
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)	เป้าหมายที่ 1 การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม	✓		
	เป้าหมายที่ 3 การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม		✓	✓
	เป้าหมายที่ 5 การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่	✓		✓
นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 - 2580)	ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ		✓	✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล		✓	✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	✓	✓	

ความเชื่อมโยง		แผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568		
		ยุทธศาสตร์ 1	ยุทธศาสตร์ 3	ยุทธศาสตร์ 4
แผนแม่บทการบริหาร คลื่นความถี่ (2567)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง		✓	
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 เพิ่มศักยภาพในการบริหารคลื่นความถี่		✓	
แผนแม่บทกิจการกระจาย เสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานสากล มีพลวัตสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล			✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ		✓	✓
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล			✓

ตารางที่ 5.6 ความเชื่อมโยงแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 กับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์

5.2 การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance)

หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (GG Framework) ซึ่งประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ และ 10 หลักการย่อย ดังนี้

- 1) การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ (Efficiency) ประสิทธิผล (Effectiveness) และการตอบสนอง (Responsiveness)
- 2) ค่านิยมประชาธิปไตย (Democratic Value) ประกอบด้วย ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) เปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) หลักนิติธรรม (Rule of Law) และความเสมอภาค (Equity)
- 3) ประชาธิปไตย (Participatory State) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ (Participation/Consensus Oriented) และการกระจายอำนาจ (Decentralization)
- 4) ความรับผิดชอบทางการบริหาร (Administrative Responsibility) ประกอบด้วย คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics)

การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ในแต่ละประเด็น มีดังต่อไปนี้

5.2.1 การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management)

(1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ การบริหารงานที่ต้องใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดเกิดผลผลิตภาพที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและบังเกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม ทั้งนี้ต้องมีการลดขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวก และลดภาระค่าใช้จ่าย ตลอดจนยกเลิกภารกิจที่ล้าสมัยและไม่มีควมจำเป็น โดยสามารถพิจารณาได้จากพลวัตการขับเคลื่อนใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การลดทอนขั้นตอนและระยะเวลาในระบบปฏิบัติการ 2) การลดภาระต้นทุนในการบริหารจัดการทรัพยากร และ 3) การรื้อถอนภารกิจที่หมดความจำเป็นและไม่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน โดยอาศัยเงื่อนไขในการประเมินที่สำคัญ เช่น คุ้มค่าของผลสัมฤทธิ์เมื่อเทียบกับเป้าหมายและฐานเวลาที่ใช้ไป รวมถึงความสามารถในการปรับตัวผ่านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิธีการปฏิบัติงาน

(1.1) การดำเนินงานเกี่ยวกับโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการที่วิจิตร เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้ดำเนินการจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย พ.ศ. 2569–2573 เพื่อเตรียมรองรับการสิ้นสุดอายุใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในปี 2572 โดยจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 3 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการจัดทำรายงานอัตราค่าบริการในกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และติดตามข้อมูลอุตสาหกรรมเพื่อใช้ประกอบการกำหนดนโยบายด้านกิจการโทรทัศน์ในอนาคต



ภาพที่ 5.1 การประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มต่อ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย: ด้านการกำกับดูแล เมื่อวันที่ วันที่ 3 พฤศจิกายน 2568

กสทช. ยังได้ดำเนินมาตรการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลเชิงอุตสาหกรรมผ่านการจัดทำรายงานอัตราค่าบริการกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกในระบบเคเบิล ดาวเทียม และ IPTV เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายและการกำกับดูแล นอกจากนี้ ยังได้จัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทางกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2569–2573 เพื่อเตรียมความพร้อมด้านกฎระเบียบ การบริหารจัดการคลื่นความถี่ และ

การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมภายหลังการสิ้นสุดอายุใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลในปี พ.ศ. 2572 โดยมุ่งให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบสื่อดิจิทัลในอนาคต

ผลการศึกษา: จากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลของไทยกำลังเผชิญแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของระบบนิเวศสื่อ โดยมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ดิจิทัลลดลงอย่างต่อเนื่องจากประมาณ 68,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 เหลือประมาณ 38,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2567 และมีการคาดการณ์ว่าจะปรับตัวลดลงอีกร้อยละ 6.4 ในปี พ.ศ. 2569 ขณะเดียวกัน ผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภคหันไปเปิดรับเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และบริการสตรีมมิ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งมีสัดส่วนการรับชมสตรีมมิ่งเป็นประจำทุกวันสูงถึงร้อยละ 75.3 และให้ความนิยมต่อเนื้อหาประเภทวิดีโอสั้นในระดับสูง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการเคลื่อนย้ายทั้งความสนใจของผู้บริโภคและเม็ดเงินโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญความท้าทายด้านรายได้และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ทั้งนี้ การดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าวในระดับ การปรับตัวเชิงรุก (Proactive Adaptation) โดยมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องผ่านการจัดทำรายงานอัตรค่าบริการกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ทั้งในระบบเคเบิล ดาวเทียม และ IPTV เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย นอกจากนี้ ยังมีการเตรียมความพร้อมด้านกฎระเบียบผ่านการจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทางกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2569–2573 ซึ่งมุ่งกำหนดทิศทางการบริหารจัดการทรัพยากรคลื่นความถี่และโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภายหลังการสิ้นสุดอายุใบอนุญาตในปี พ.ศ. 2572 อันเป็นความพยายามในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนผ่านสู่สื่อดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต

บทสรุป: ผลการศึกษาสะท้อนว่า กสทช. มีการติดตามสถานการณ์อุตสาหกรรมและเตรียมแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงของกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของเม็ดเงินโฆษณาที่เคลื่อนย้ายไปสู่สื่อดิจิทัลและ OTT อย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญแล้ว การดำเนินงานของ กสทช. ในด้านการจัดทำ Roadmap และการติดตามข้อมูลอุตสาหกรรมถือเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล แต่ในระยะต่อไปจำเป็นต้องพัฒนาฐานข้อมูล การวัดผลผู้ชม และเครื่องมือเชิงนโยบายให้สอดคล้องกับระบบนิเวศสื่อแบบ Cross-platform มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การกำกับดูแลสามารถตอบสนองต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(1.2) การดำเนินงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: จากการศึกษาสิ่งที่ กสทช. ดำเนินการด้านเทคโนโลยีโทรทัศน์ประจำปี 2568 โดยวิเคราะห์จากแผนขับเคลื่อนภารกิจสนับสนุนการให้บริการและการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล (พ.ศ. 2563 - 2568)" และแผนปฏิบัติการสำนักงาน กสทช. ประจำปี 2568 สามารถสรุปการดำเนินงานเพื่อยกระดับเทคโนโลยีโทรทัศน์ ได้ดังนี้

- การส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานเทคโนโลยีการรับชมกสทช. มีนโยบายเชิงรุกในการผลักดันเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของทีวีดิจิทัลด้วยการผลักดันเทคโนโลยี 4K โดยสำนักงาน กสทช. กำหนดนโยบายผลักดันการใช้เทคโนโลยีความละเอียดสูงระดับ 4K ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริการ OTT TV ได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ มีการจัดทำหลักการและร่างประกาศมาตรฐานทางเทคนิค เพื่อกำหนดให้เครื่องรับโทรทัศน์หรืออุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต รองรับการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

- การบริหารจัดการข้อมูลเชิงเทคนิคผ่านระบบดิจิทัล (BCS) กสทช. ได้พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากร คือ การบูรณาการฐานข้อมูลสายงานโทรทัศน์ (Broadcasting Central System: BCS) พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่ครอบคลุมมิติด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี โดยเชื่อมโยงข้อมูลโครงข่าย (MUX) และการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณเข้าสู่ระบบเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และพร้อมใช้งานในการตัดสินใจเชิงนโยบาย และระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณ (DTT Service Area): พัฒนาและบำรุงรักษาหน้าเพจระบบตรวจสอบพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณทีวีดิจิทัล เพื่อให้บริการประชาชนในการค้นหาเสาส่งและทิศทางการหันสายอากาศได้อย่างแม่นยำ

ผลการศึกษา: จากการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่ามีการทดลองเทคโนโลยีใหม่ เช่น 5G Broadcasting และเทคโนโลยีไฮบริด (HBBTV/DVB-I) ซึ่งมีจุดเด่นในการส่งสัญญาณภาพคุณภาพสูงเข้าสู่สมาร์ตโฟนโดยตรงโดยไม่เสียค่าดาต้าอินเทอร์เน็ต ถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนในยุคอุปกรณ์พกพา รวมถึงมีข้อเสนอเชิงวิชาการให้ใช้แนวทางการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน (Infrastructure Sharing) ระหว่างภาคบรอดแคสต์และโทรคมนาคมเพื่อลดต้นทุนรวมของประเทศและลดการลงทุนที่ซ้ำซ้อน

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียพบว่า ต้นทุนค่าเช่าโครงข่าย (MUX) ยังคงเป็นภาระหลักที่กีดกันความสามารถในการลงทุนระยะยาวของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ขณะเดียวกัน ข้อมูลจากการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียยังสะท้อนว่า ความครอบคลุมของโครงข่ายในเชิงเทคนิคอาจยังไม่เท่ากับการเข้าถึงจริงของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ประชาชนในพื้นที่ห่างไกล และประชาชนที่ยังเลือกใช้ระบบดาวเทียมหรือแพลตฟอร์มออนไลน์แทนการรับชมผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

บทสรุป: ภาพรวมการบริหารงานในปี 2568 มีความก้าวหน้าในเชิงเทคนิคและแผนงาน แต่ความท้าทายหลักอยู่ที่ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) และภาระค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตของประชาชน อย่างไรก็ตาม นโยบายลดต้นทุน MUX ยังอยู่ในขั้นของการจัดทำ Roadmap และยังไม่ได้แปลงเป็นมาตรการที่บังคับใช้ได้จริงในปีนี้ จึงจำเป็นต้องติดตามผลการปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดผลเป็นรูปธรรมในปีถัดไป รวมทั้งควรพัฒนาตัวชี้วัดประสิทธิภาพที่สะท้อนทั้งต้นทุนของผู้ประกอบการ คุณภาพโครงข่าย และการใช้ประโยชน์จริงของประชาชน เพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจและมิติประโยชน์สาธารณะ

(2) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) คือ การบริหารงานที่มีวิสัยทัศน์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ปฏิบัติหน้าที่ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและอยู่ในระดับที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน สร้างกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน มีการจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ รวมถึงมีการติดตามประเมินผลและพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยที่ 2 ซึ่งในการประเมิน เช่น ผลการปฏิบัติงานที่บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ และการติดตาม ประเมินผล และแนวทางในการพัฒนา เป็นต้น

(2.1) การดำเนินงานเกี่ยวกับโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้มีการยกระดับประสิทธิภาพของการกำกับดูแลสื่อในเชิงโครงสร้าง เพื่อรองรับการหลอมรวมทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อดิจิทัล โดยผลักดันแนวทางการบูรณาการกฎหมายแม่บทด้านการสื่อสาร 3 ฉบับ ได้แก่ กฎหมายวิทยุคมนาคม กฎหมายโทรคมนาคม และกฎหมายกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อพัฒนารอบการกำกับดูแลที่มีความเชื่อมโยง ไร้รอยต่อ และสอดคล้องกับบริบทของสื่อที่หลอมรวมกันมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านมาตรการสนับสนุนรายการเพื่อสังคมและการพัฒนากลไกด้านเนื้อหาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ในขณะเดียวกัน กสทช. ยังมีมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยเฝ้าระวังการออกอากาศรายการหรือการโฆษณา ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ไม่ถูกต้อง รวมถึงจัดประชุมทำความเข้าใจผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยใช้หนังสือคู่มือการโฆษณาอย่างไรไม่ให้มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จัดในพื้นที่ 4 ภาค ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงความเข้าใจ เรื่อง ความร่วมมือในการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าและบริการ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพหรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ผลการศึกษา: การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อสู่ยุค Cross-media ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปประชาชนเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยประชาชนในภูมิภาครับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตสูงถึงร้อยละ 84.5 และเข้าถึงเนื้อหาผ่านระบบแนะนำอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ร้อยละ 68.2 สะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารไม่ได้จำกัดอยู่เพียงระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมอีกต่อไป อย่างไรก็ตาม แม้ กสทช. จะมีความพยายามในการปรับปรุงโครงสร้างการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับการหลอมรวมทางเทคโนโลยี แต่ผลการสำรวจยังพบว่าประชาชนให้คะแนนความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษาอยู่ในระดับต่ำ ค่าเฉลี่ย 1.83 แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจหรือสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ชมได้อย่างเพียงพอ

บทสรุป: การดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อในระดับการปรับตัวเชิงโครงสร้าง โดยมีความพยายามพัฒนารอบกฎหมายและระบบกำกับดูแลให้รองรับการหลอมรวมของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มสื่อยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในระดับผลลัพธ์ ยังไม่บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ เนื่องจากเนื้อหาสาธารณะและเนื้อหาทางการศึกษาไม่สามารถแข่งขันกับเนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยอัลกอริทึมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ในระยะต่อไป กสทช. ควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ รูปแบบการนำเสนอ และการเผยแพร่เนื้อหาสาธารณะผ่านหลายแพลตฟอร์ม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพของนโยบายด้านประโยชน์สาธารณะในยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

ส่วนด้านการกำกับดูแลการโฆษณาและป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค ผลการศึกษาสะท้อนว่า การดำเนินงานของ กสทช. มีส่วนช่วยส่งเสริมให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดโฆษณาและการแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัล พบว่าประสิทธิภาพของการกำกับดูแลยังเผชิญข้อท้าทายจากความแตกต่างของกฎเกณฑ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ดังนั้น กสทช. อาจจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางกำกับดูแลและระบบติดตามข้อมูลที่สอดคล้องกับบริบทการแข่งขันแบบ Cross-

platform มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมการแข่งขันสามารถบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

(2.2) การดำเนินงานเกี่ยวกับการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ และการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ลงพื้นที่ติดตามกำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ 1) พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ของกองทัพบก โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) รวมถึงสถานีองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 2) จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดเพชรบุรี ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเพชรบุรี ของกรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์หนองปรือ ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จังหวัดกาญจนบุรี โดยทั้งสองครั้งไม่พบว่ามี การแจ้งเหตุขัดข้องที่กระทบต่อการออกอากาศ และมีการดูแลรักษาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ

ผลการศึกษา: จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าแม้ในเชิงวิศวกรรมโครงข่ายจะครอบคลุมประชากรกว่าร้อยละ 95.6 แต่ในทางปฏิบัติจริงยังคงมีจุดบอดสัญญาณ (Dead Zones) ในพื้นที่ห่างไกลและภูมิประเทศซับซ้อน เช่น พื้นที่ภูเขาในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งผลให้ความครอบคลุมของโครงข่ายในเชิงเทคนิคไม่เท่ากับการเข้าถึงจริงของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและประชาชนในพื้นที่ชนบท เช่นเดียวกับผลจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) สะท้อนว่าประสิทธิภาพในการเข้าถึงบริการยังคงเผชิญวิกฤต ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบางในพื้นที่ห่างไกลยังคงต้องพึ่งพาโทรทัศน์ภาคพื้นดินเป็นช่องทางสื่อสารหลักเพียงหนึ่งเดียว แต่กลับเผชิญอุปสรรคจุดบอดสัญญาณ นอกจากนี้ ประชาชนในระดับฐานรากสะท้อนว่าพวกเขาต้องการความช่วยเหลือจากมนุษย์ เช่น ช่างดิจิทัล ชุมชน ในการแก้ไขปัญหาอุปกรณ์ มากกว่าการสื่อสารผ่านระบบอัตโนมัติหรือ Call Center

บทสรุป: เมื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานเชิงเทคนิคกับผลลัพธ์ในพื้นที่ พบว่าประสิทธิภาพของการดำเนินงาน กสทช. บรรลุผลในเชิงยุทธศาสตร์ระดับองค์กร แต่ในระดับพื้นที่ยังไม่ตอบโจทย์บริบทของผู้ใช้งานกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงยังขาดมิติของการเข้าถึงจริง ที่ยังมีความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองและชนบท ดังนั้น กสทช. ควรยกระดับกิจการโทรทัศน์ให้เป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอย่างแท้จริง โดยเร่งอุดช่องว่างจุดบอดสัญญาณ ควบคู่กับการพัฒนากลไกช่างชุมชน เพื่อให้ผู้สูงอายุและประชาชนชายขอบเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม ครอบคลุมถึงสัดส่วนการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จริง ของประชาชนในพื้นที่ห่างไกลและกลุ่มผู้สูงอายุด้วย

(2.3) การดำเนินงานเกี่ยวกับผังรายการ และความหลากหลายของเนื้อหาที่สะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: โดย กสทช. ได้ดำเนินงาน ตามพันธกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ มีการวางแผนเป้าหมายการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและอยู่ในระดับที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของประชาชน สร้างกระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน มีการจัดการความเสี่ยงและมุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ โดยได้มีการดำเนินการปรับปรุงระเบียบ ขอกฎหมาย หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมหรือผลิตเนื้อหา เช่น

ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 2/2568 เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2568 เห็นชอบร่างประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนการผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการผลิตและเผยแพร่รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมตามมาตรา ๕๒ แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2568 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2568

การจัดทำแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นกลุ่มย่อย (Focus Group) ต่อ (ร่าง) แผนพัฒนาฯ ดังกล่าวจากภาคประชาชน คนพิการ ผู้มีความต้องการหลากหลายผู้รับใบอนุญาต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2568 เพื่อให้ได้รับความเห็นครอบคลุมและสมบูรณ์ทั้งในมิติเชิงพื้นที่ และมิติทางสังคม สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนทุกภาคส่วน และดำเนินการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเชิงลึก เพื่อสำรวจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ร่วมกับ ม.ธรรมศาสตร์ จำนวน 6 ครั้ง

ผลการศึกษา: จากการรวบรวมข้อมูลผ่านเครื่องมือวิจัย ทั้งการประชุมกลุ่มย่อย การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม พบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระจายตัวของเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ภาพรวมสัดส่วนผังรายการ พบการกระจุกตัวของเนื้อหา โดยผลสำรวจชี้ว่ารายการที่ประชาชนรับชมสูงสุดคือ รายการข่าว (ร้อยละ 90.8) และละคร/ซีรีส์ (ร้อยละ 71.0) ซึ่งสอดคล้องกับเสียงสะท้อนจากทุกภูมิภาคที่มองว่าผังรายการกระจุกตัวอยู่แต่ข่าวอาชญากรรม ความรุนแรง ข่าวทะเลาะวิวาท และละครตบตีแย่งชิงความรัก ในขณะที่รายการสาระและเชิงสร้างสรรค์ลดลง โดยรายการที่หายไปจากหน้าจอมากที่สุดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาคือ สารคดี รายการเด็ก/เยาวชน และควิซโชว์ สาเหตุหลักมาจากข้อจำกัดด้านต้นทุนและการที่รายการเชิงสาระไม่มีสปอนเซอร์สนับสนุน ทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องแบกรับสถานะขาดทุน จึงแข่งขันเพื่อเรตติ้งและรายได้เป็นหลัก

นอกจากนี้ การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม พบว่าแม้จะมีบริการล่ามภาษามือ (SL) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) แต่ผู้พิการมองว่า เนื้อหาและการเข้าถึงยังไม่เท่าเทียมและจำกัดสิทธิอย่างมาก พวกเขาไม่ยากถูกแบ่งแยกให้ดูแต่สารคดี หรือเอารายการไปออกอากาศซ้ำตอนดึกคือระหว่างช่วง ตี 1-ตี 3 พวกเขาต้องการดูละคร ซิตคอม หรือรายการวาไรตี้แบบเรียลไทม์พร้อมกับครอบครัว ในขณะที่ผู้ประกอบการมองว่าการทำเนื้อหา SL/CC/AD เป็นภาระหนัก ต้นทุนสูง และขาดแคลนบุคลากร (บางแห่งมีผู้รับผิดชอบเพียงคนเดียว) ผลสำรวจประชาชนก็ประเมินว่าเนื้อหาภาครัฐที่มีการใช้ภาษามือ/คำบรรยายยังมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเพียง 1.87 จาก 5 ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุ กล่าวว่ารายการที่ตอบโจทย์ชีวิตหลังเกษียณ สุขภาพกาย-จิต หรือธรรมะ กลับมีน้อยมาก ผู้สูงอายุต้องทนดูข่าวความรุนแรงและข่าวอาชญากรรมที่ทำให้เครียด และตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาแฝงหรือขายอาหารเสริมที่อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ซึ่งแทรกมาในรายการจนขาดความต่อเนื่อง ส่วนรายการเด็ก การ์ตูน และรายการส่งเสริมจินตนาการที่มีคุณภาพ เช่น คดีเด็ด เจ้านกขุนทอง เทเลทัปปี้ หายไปจากจอโทรทัศน์อย่างสิ้นเชิง ทำให้ครูในโรงเรียนไม่สามารถหารายการที่วิเปิดให้เด็กดูได้ ต้องพึ่งพาแพลตฟอร์ม YouTube แทน และเยาวชนมองว่าทีวีเป็นเพียงอุปกรณ์ชาร์จแบตเตอรี่หรือเอาไว้ดูเนื้อหาย้อนหลัง

ในประเด็นเนื้อหาที่สะท้อนความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ผู้เข้าร่วมสนทนามองว่ากลุ่ม LGBTQ+ ยังมีตัวตนในสื่อค่อนข้างน้อยมาก การนำเสนอมักกระจุกตัวอยู่แค่ซีรีส์วาย (ชายรักชาย) และยูริ (หญิงรักหญิง) หรือถูกนำมาสร้างเป็นบทบาทตลกขบขัน ขาดการนำเสนอที่สะท้อนชีวิต ปัญหา และประสบการณ์ที่แท้จริงอย่างธรรมชาติและเท่าเทียม นอกจากนี้ ผู้ใหญ่บางส่วนยังแสดงความกังวลว่าเนื้อหาชาย-ชาย หรือ หญิง-หญิง ในปัจจุบันอาจมีสัดส่วนที่มากเกินไปและไม่เหมาะสมกับช่วงเวลาครอบครัว (Prime time)

บทสรุป: เมื่อนำ สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ มาเปรียบเทียบกับ ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ ในกรอบของธรรมาภิบาลและการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ พบช่องว่างที่สำคัญ ดังนี้

กสทช. ได้แสดงถึงการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ในการกำกับดูแล เช่น มีผู้ประกอบการ 25 ราย ทำบริการ SL/CC/AD ได้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ และมีถึง 17 รายที่ทำได้มากกว่ากฎหมายกำหนด รวมถึงมีความพยายามออกคู่มือไม่ให้ผลิตซ้ำความรุนแรง แต่ในความเป็นจริง ผู้ประกอบการทำโควตาเหล่านี้เพียงผลิตรายการผู้พิการไปไว้ในช่วงเวลาดีก หรือมีเฉพาะในช่วง ขณะที่มีผังรายการหลักยังคงอัดแน่นไปด้วยเนื้อหาดราม่า รุนแรง และโฆษณาสินค้าเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ นโยบายของ กสทช. ไม่สามารถต้านทานกลไกตลาดทุนนิยมสื่อได้ ทำให้ความหลากหลายของเนื้อหาเชิงสาระ เด็ก และผู้สูงอายุ หายไป

กสทช. มีการจัดการรับฟังความเห็น จัดทำคู่มือ และผลักดันแผนการเข้าถึงเนื้อหา ถือเป็นความพยายามที่จะกระจายความเสมอภาค อย่างไรก็ตาม กลุ่มเปราะบางยังคงถูกผลักไปอยู่ชายขอบของผังรายการ ผู้พิการไม่ได้ต้องการเพียงโควตาเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม แต่ต้องการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยการดูแลและรายการปกติตามเวลาจริงได้ กลุ่ม LGBTQ+ ต้องการการนำเสนอที่เป็นมนุษย์ทั่วไป ไม่ใช่แค่ตัวตลกหรือสินค้าในรูปแบบซีรีส์วาย ส่วนเยาวชนและผู้สูงอายุก็ถูกละทิ้งจากโครงสร้างเนื้อหาที่ขาดการส่งเสริมพัฒนาการและคุณภาพชีวิตอย่างตรงจุด

(2.4) การดำเนินงานเกี่ยวกับกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: โดย กสทช. ได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จผ่านโครงการสำคัญ ได้แก่ ระบบการแจ้งเตือนภัยพิบัติ (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัล การพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) และการออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2568 เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาคุณภาพ มาตรการดังกล่าวสะท้อนการขับเคลื่อนเชิงนโยบายที่มุ่งให้กิจการโทรทัศน์ทำหน้าที่มากกว่าการให้บริการเชิงพาณิชย์ แต่ครอบคลุมบทบาทด้านความมั่นคง การสื่อสารสาธารณะ และการส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม



ภาพที่ 5.2 กสทช. ร่วมสังเกตการณ์การทดสอบระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน (Emergency Warning System: EWS) ในระบบเปิดผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่มีการใช้งานจริง เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2568

ผลการศึกษา: ระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลของกองทัพบกและไทยพีบีเอสมีความพร้อมทางเทคนิค ในการเข้าถึงครัวเรือนร้อยละ 95.6 หรือประมาณ 9.8 ล้านครัวเรือน (ระบียบวาระที่ 4.10 ครั้งที่ 38/2568) และมีการทดสอบระบบจริงในพื้นที่จังหวัดพะเยาและชุมพรเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 สำเร็จตามเป้าหมาย ส่วนเกณฑ์ Social Credit ได้รับความเห็นชอบในหลักการสำหรับการประเมินคุณภาพเนื้อหาใน 5 ประเภทรายการหลัก ขณะที่ประกาศหลักเกณฑ์สนับสนุนรายการฯ มีผลบังคับใช้แล้ว ซึ่งสร้างกลไกแรงจูงใจที่เป็นรูปธรรมให้แก่อุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของมาตรการเหล่านี้ยังควรประเมินต่อในระดับผลลัพธ์ต่อผู้รับสารและผู้ประกอบการ เช่น ระบบ EWS แม้มีความพร้อมทางเทคนิค แต่ย้งต้องติดตามว่าประชาชนสามารถรับรู้ เข้าใจ และตอบสนองต่อสารเตือนภัยได้จริงเพียงใด ขณะที่เกณฑ์ Social Credit ยังอยู่ในขั้นหลักการ และยังไม่ปรากฏผลเชิงปฏิบัติที่ชัดเจนต่อการยกระดับคุณภาพเนื้อหาในรอบปี

บทสรุป: กสทช. มีความก้าวหน้าเชิงระบบในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2568 โดยเฉพาะ ด้านความมั่นคงและบริการสาธารณะ ในระดับที่สำคัญ แต่ย้งต้องติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงต่อประชาชน ผู้ประกอบการ และระบบนิเวศสื่อโทรทัศน์ในระยะต่อไป

(3) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การบริหารงานที่ต้องสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ สามารถดำเนินการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด สร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ รวมถึงตอบสนองตามความคาดหวัง/ความต้องการของประชาชนผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ ความสามารถในการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงาน ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

(3.1) การดำเนินงานเกี่ยวกับการตอบสนองต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้ติดตามและแก้ไขปัญหาสัญญาณที่ผู้ชมร้องเรียน รวมถึงการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคการรับชมโทรทัศน์ผ่านการปรับมาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์ (Connected TV/iDTV) โดยจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มร่วมกับผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อปรับปรุงมาตรฐาน ทางเทคนิคให้ทันกับสถานการณ์ นอกจากนี้ การตอบสนองของหน่วยงานกำกับดูแลยังควร

ครอบคลุมทั้งการแก้ไขปัญหา ตามเรื่องร้องเรียน และการดำเนินงานเชิงรุกเพื่อตรวจพบปัญหาก่อนที่จะเกิดผลกระทบต่อประชาชน โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้พิการซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการร้องเรียนหรือสื่อสารปัญหากับหน่วยงานกำกับดูแล

ผลการศึกษา: กสทช. มีมติแก้ไขปัญหาคุณภาพสัญญาณเฉพาะพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ กรณีจังหวัดพิจิตรที่พบปัญหาจากโครงข่ายของกองทัพบก และพื้นที่เขตสาทรที่แก้ไขได้ผ่านการปรับปรุงสายอากาศรับสัญญาณ (ระบียบวาระที่ 4.15 ครั้งที่ 12/2568) นอกจากนี้ เมื่อเกิดเหตุแผ่นดินไหวเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568 กสทช. ตอบสนองรวดเร็วด้วยการพิจารณาให้ยกเว้นข้อกำหนดบริการ SL/CC/AD แก่ผู้ประกอบการ 6 ช่องที่ต้องรายงานข่าวฉุกเฉินอย่างต่อเนื่อง สะท้อนความยืดหยุ่นในการบังคับใช้กฎระเบียบตามสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลเชิงพื้นที่พบว่า การมีจำนวนเรื่องร้องเรียนน้อยไม่ควรถูกตีความว่าไม่มีปัญหาเสมอไป เนื่องจากประชาชนบางส่วนอาจแก้ปัญหาด้วยตนเองโดยเปลี่ยนไปใช้ระบบดาวเทียมอินเทอร์เน็ต หรือแพลตฟอร์ม OTT แทนการร้องเรียนต่อหน่วยงานกำกับดูแล

บทสรุป: กสทช. มีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อปัญหาเฉพาะจุดและภาวะฉุกเฉิน ทั้งในมิติคุณภาพสัญญาณ และมิติการคุ้มครองผู้ชมในเหตุการณ์ภัยพิบัติ แสดงถึงการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว อย่างไรก็ตาม ควรพัฒนาระบบการตอบสนองเชิงรุก เช่น การสำรวจพื้นที่เสี่ยง การติดตามคุณภาพสัญญาณในพื้นที่ห่างไกล การมีช่องทางร้องเรียนที่เหมาะสม กับผู้สูงอายุและผู้พิการ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การตอบสนองไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนเรื่องร้องเรียนเพียงอย่างเดียว

(3.2) การดำเนินงานเกี่ยวกับการตอบสนองต่อปัญหาทางเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: ในส่วนของเทคโนโลยีและสัญญาณ มักพบปัญหาสัญญาณหลุด ดับ หรือกระตุก (Signal Drop & Pixelation) เป็นหัวข้อที่มีการร้องเรียนเข้ามามากที่สุด โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล พื้นที่ชายขอบ หรือพื้นที่ที่มีภูมิประเทศเป็นภูเขา/ป่าหนาแน่น ประชาชนรวมถึงปัญหาสัญญาณรบกวนในช่วงที่สภาพอากาศแปรปรวน เช่น ฝนตกหนัก หรือพายุฤดูร้อน ซึ่งส่งผลต่อโครงข่ายการส่งสัญญาณ (MUX) ในบางจุด อีกทั้งยังพบปัญหาความครอบคลุมของโครงข่าย (Network Coverage) มีการร้องเรียนจากผู้ส่งเรื่องในบางพื้นที่ (เช่น พื้นที่อับสัญญาณในภาคใต้ ภาคเหนือ หรือชุมชนที่ตั้งอยู่ห่างจากสถานีฐานเสริม) ว่ายังไม่สามารถรับชมสัญญาณดิจิทัลทีวีได้อย่างคมชัด หรือเสาหนวดกุ้ง/เสาข้างปลาภายในบ้านไม่สามารถดักจับสัญญาณได้ จำเป็นต้องใช้จานดาวเทียมเข้ามาเสริม ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ดังนั้น กสทช. จึงมีการลงพื้นที่ติดตามกำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ 1) พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ของกองทัพบก โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีเครื่องส่งโทรทัศน์ ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) รวมถึงสถานีองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 2) จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดเพชรบุรี ณ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเพชรบุรี ของกรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์หนองปรือ ของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จังหวัดกาญจนบุรี โดยทั้งสองครั้งไม่พบว่ามีกรณีเหตุขัดข้องที่กระทบต่อการออกอากาศ และมีการดูแลรักษาอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เสมอ

ผลการศึกษา: การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่าได้สะท้อนถึง กสทช. ว่ามีแนวทางการแก้ไขปัญหาเชิงเทคนิคและการกำกับดูแลโครงข่าย (MUX) สำหรับปัญหาสัญญาณหลุด ดับ หรือภาพกระตุกในพื้นที่ต่างๆ กสทช. ได้ดำเนินการตรวจสอบและสั่งการ ดังนี้

- การสั่งการตรวจสอบและซ่อมบำรุง เมื่อได้รับแจ้งปัญหาผ่านสายด่วน 1200 หรือการลงพื้นที่ตรวจสอบ กสทช. จะประสานงานร่วมกับผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ทั้ง 4 ราย (กองทัพบก, กรม

ประชาสัมพันธ์, อสมท. และไทยพีบีเอส) ทันที เพื่อให้เร่งส่งทีมวิศวกรเข้าตรวจสอบสถานีส่งสัญญาณหลักและสถานีฐานเสริม (Gap Filler) ในพื้นที่อับสัญญาณ

- การอนุมัติขั้นตอนมาตรฐานในการปฏิบัติหน้าที่ (SOP) กสทช. ได้มีการพิจารณาและอนุมัติมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure) เพื่อให้การติดตาม ควบคุม และแก้ไขปัญหาทางเทคนิคของสถานีโทรทัศน์และโครงข่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้นเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง

บทสรุป: ในมิติด้านการตอบสนองชี้ให้เห็นว่า แม้ความท้าทายทางกายภาพและสภาพแวดล้อมจะยังคงส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลในหลายพื้นที่ แต่ กสทช. ได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้มีความยืดหยุ่นและฉับไวขึ้น โดยการใช้การประสานงานร่วมกับผู้เช่าโครงข่ายควบคู่ไปกับการวางแผนทางปฏิบัติตามมาตรฐาน SOP เพื่อลดผลกระทบและคุ้มครองสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

(3.3) การดำเนินงานเกี่ยวกับข้อร้องเรียนด้านคุณภาพสัญญาณ แก้ไขปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: เพื่อตอบสนองต่อข้อร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ และการแก้ไขปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล กสทช. ได้ดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคตามกระบวนการภายใต้ข้อกำหนดของประกาศกสทช. เรื่อง การกำหนดขั้นตอนและระยะเวลาแล้วเสร็จในการพิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการรวบรวมข้อเท็จจริงตามประกาศกสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการรวบรวมข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการกระทำความผิดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีโทษทางปกครอง พ.ศ. 2556 จัดทำข้อวิเคราะห์และข้อเสนอต่อ กสทช. เพื่อพิจารณาตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องซึ่งรวมถึงประกาศ กสทช. เรื่อง การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรฐานของสัญญาณการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก พ.ศ. 2556 โดยข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ การรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีทั้งหมด 10 เรื่อง โดยดำเนินการแล้วเสร็จแล้วจำนวน 5 เรื่อง และอยู่ในระหว่างดำเนินการจำนวน 5 เรื่อง ทั้งนี้ กรณีเรื่องที่อยู่ระหว่างดำเนินการเป็นเรื่องที่อยู่ระหว่างผู้รับใบอนุญาตชี้แจงข้อเท็จจริงหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และเรื่องร้องเรียนบางกรณีจำเป็นต้องมีการรวบรวมข้อเท็จจริงทั้งในเชิงเทคนิคที่ต้องพิสูจน์หลักฐาน มีความซับซ้อนหรือการขอวัสดุบันทึกการ เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอต่อ กสทช.

ประเภทการใช้บริการ	จำนวนรวม	ยุติ/ดำเนินการแล้วเสร็จ		อยู่ระหว่างดำเนินการ	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควรหรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญในการที่นำจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค	๔๗	๔๑	๘๗.๒๓	๖	๑๒.๗๗
เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์	๑๔	๑๓	๙๒.๘๖	๑	๗.๑๔
เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการรบกวนการรับส่งหรือแพร่สัญญาณเสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	๑๐	๕	๕๐.๐๐	๕	๕๐.๐๐
เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการตรวจสอบคุณสมบัติและการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาหารายได้ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์	๘	๗	๘๗.๕๐	๑	๑๒.๕๐
เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อสารมวลชนหลายประเภทในการเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อและเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศที่ละเมิดลิขสิทธิ์ เสรีภาพ เสรีวิทยศัขอเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลที่ได้รับการได้รับความเสียหาย	๖	-	-	๖	๑๐๐.๐๐
รวม	๘๕	๖๖	๗๗.๖๕	๑๙	๒๒.๓๕

ภาพที่ 5.3 สถิติการรับและจัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แยกตามประเภทเรื่องร้องเรียน ในปี 2568

ผลการศึกษา: จากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 6,000 ชุดทั่วประเทศ พบสถิติที่น่าสนใจมากกว่า ประชาชนร้อยละ 99.6 "ไม่เคย" แจ้งเรื่องร้องเรียนไปยัง กสทช. มีเพียงร้อยละ 0.4 ที่เคยร้องเรียน โดยมีประชาชนถึงร้อยละ 13.4 ระบุว่า การเข้าถึงที่วิดิจิตัลมีปัญหามาจากการ "ขาดช่องทางการร้องเรียนที่สะดวก" ส่วนมุมมองของหน่วยงาน กสทช. ระดับภูมิภาค: จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ในส่วนภูมิภาคทั้ง 5 ภูมิภาคให้ข้อมูลตรงกันว่า แทบจะไม่มีเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพที่วิดิจิตัลเข้ามาเลย ส่วนใหญ่เป็นการร้องเรียนเรื่องสัญญาณโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตามสาเหตุที่ไม่มีการร้องเรียนนั้น พบว่าข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เผยให้เห็นว่า เมื่อประชาชนประสบปัญหาสัญญาณภาพกระตุก ขาดหาย หรือจอค้างช่วงฝนตก พวกเขาไม่ได้มองว่าต้องไปร้องเรียนหน่วยงานรัฐ แต่มักจะแก้ปัญหาด้วยวิธีดั้งเดิม เช่น ขยับเสาอากาศ ถอดปลั๊กหนีฟ้าผ่า รอให้สัญญาณกลับมาเอง เปลี่ยนไปดูผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ประชาชนในหมู่บ้านไม่เคยนึกถึง กสทช. เมื่อทีวีเสีย แต่จะเรียกหาช่างในพื้นที่หรือพึ่งพาเพื่อนบ้านแทน

บทสรุป: พบช่องว่างที่สำคัญในด้านหลักการตอบสนอง โดย กสทช. มีการวางระบบรับเรื่องร้องเรียนและกำหนดมาตรฐานกรอบเวลาในการพิจารณาอย่างชัดเจน ตลอดจนมีการลงพื้นที่กำกับดูแลและให้ความรู้ผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นการทำหน้าที่ตามระเบียบได้ดี อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าระบบร้องเรียนแบบ ตั้งรับนี้ ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตจริงของประชาชน ตัวเลขร้องเรียนที่ใกล้เคียงศูนย์ไม่ได้แปลว่าไม่มีปัญหาจุดบอดสัญญาณ แต่แปลว่าประชาชนไม่รู้จะร้องเรียนอย่างไร หรือเลือกที่จะทิ้งระบบไปหาแพลตฟอร์มอื่น

5.2.2 ค่านิยมประชาธิปไตย (Democratic Value)

(4) ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) คือ การบริหารงานที่ต้องสามารถตอบคำถามและชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัย รวมทั้งต้องมีการจัดวางระบบการรายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ต่อสาธารณะเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบและการให้คุณให้โทษ ตลอดจนมีการจัดเตรียมระบบการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาและผลกระทบใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การแสดงความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ ต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ ความรับผิดชอบต่อปัญหาสาธารณะ

(4.1) การดำเนินงานที่แสดงถึงความสามารถในการตรวจสอบได้ขององค์กร

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: ปฏิบัติตามมาตรา 72 และมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ในการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อรัฐสภาและเปิดเผยต่อสาธารณะ รวมถึงเปิดรับการตรวจสอบจากคณะกรรมการติดตามและประเมินผล (กตป.) ในฐานะกลไกภายนอก โดยภาระรับผิดชอบในบริบทของการประเมินครั้งนี้ ควรพิจารณาทั้งการรายงานผลตามกฎหมาย และการแสดงให้เห็นว่าข้อสังเกตหรือข้อเสนอแนะจากกลไกตรวจสอบถูกนำไปใช้ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างไร

ผลการศึกษา: กสทช. ได้นำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2567 ต่อวุฒิสภาเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เพื่อรับฟังข้อสังเกตและนำมาปรับปรุงการทำงานในปี 2568 จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้มีส่วนได้เสียให้ความเห็นว่ากระบวนการรายงานมีความสม่ำเสมอ แต่ยังคงกลไกติดตามผลว่า กสทช. ได้นำข้อสังเกตจากวุฒิสภาไปปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด ประเด็นนี้มีความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากข้อสังเกตจากวุฒิสภาเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญของการศึกษา จึงควรมีระบบติดตามผลที่ชัดเจนตั้งแต่ข้อสังเกตที่ได้รับการดำเนินการตอบสนอง หน่วยงานรับผิดชอบ สถานะความก้าวหน้า หลักฐานผลการดำเนินงาน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

บทสรุป: มีกลไกการตรวจสอบถ่วงดุลที่ชัดเจนทั้งจากฝ่ายนิติบัญญัติและผู้ประเมินภายนอก การเพิ่มกลไกรายงานผลการดำเนินงานตามข้อสังเกตวุฒิสภาให้ชัดเจนและสาธารณะจะเสริมความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้องยิ่งขึ้น โดยควรจัดทำตารางติดตามผลข้อสังเกตจากวุฒิสภาในรูปแบบที่ตรวจสอบได้ เช่น ข้อสังเกตจากวุฒิสภา การดำเนินการของ กสทช. สถานะ หลักฐาน ผลลัพธ์/ข้อจำกัด เป็นต้น เพื่อเพิ่มความชัดเจนของภาระรับผิดชอบต่อสาธารณะ

(4.2) การดำเนินงานเกี่ยวกับการกำกับการแข่งขันของผู้ประกอบการที่วิจิตร เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการคุ้มครองผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ : กสทช. ได้ดำเนินมาตรการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพและ ความรับผิดชอบของสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการออกข้อบังคับและสนับสนุนการรวมกลุ่มขององค์กรวิชาชีพ เพื่อกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ภายใต้กรอบจริยธรรมสื่อมวลชน นอกจากนี้ ยังจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรสื่อ เช่น โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “Trusted Media Master Class” เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการตรวจสอบข้อเท็จจริง การรายงานข่าวอย่างรับผิดชอบ และการรับมือกับข่าวปลอม (Fake News) ข่าวบิดเบือน และเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคม

นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดมาตรการและการกำกับดูแลการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยจัดประชุมทำความเข้าใจกับผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณา ให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยใช้หนังสือคู่มือการโฆษณา อย่างไรก็ตามไม่พบลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยจัดในพื้นที่ 4 ภาค

ผลการศึกษา : การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า แม้พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนจะเปลี่ยนผ่านสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น แต่สื่อออนไลน์ยังเผชิญปัญหาการเผยแพร่ข่าวปลอม พาดหัวลวง (Clickbait) และเนื้อหาที่ขาดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพอย่างเพียงพอ ขณะเดียวกัน ผู้เข้าร่วมการศึกษาให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า โทรศัพท์ดั้งเดิมยังคงมีจุดแข็งสำคัญด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากมีกระบวนการคัดกรอง ตรวจสอบข้อเท็จจริง และการกำกับดูแลตามมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจนมากกว่าสื่อออนไลน์ทั่วไป สะท้อนให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือยังคงเป็นคุณค่าหลักที่สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบของสื่อโทรศัพท์ในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ ผลการประชุมกลุ่มย่อย ยังพบอีกว่าสื่อโทรศัพท์ยังคงได้รับการยอมรับในด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและการโฆษณา เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTT ซึ่งสามารถเผยแพร่เนื้อหาและโฆษณาได้อย่างรวดเร็ว แต่มีความท้าทายในการตรวจสอบความถูกต้องและการกำกับดูแล ผู้เข้าร่วมประชุมสะท้อนว่า กิจกรรมโทรศัพท์ยังคงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านการโฆษณาและการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด ขณะที่แพลตฟอร์มออนไลน์จำนวนมากไม่ได้อยู่ภายใต้กรอบกำกับดูแลในระดับเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของภาระหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของเม็ดเงินโฆษณาที่เคลื่อนย้ายจากสื่อโทรศัพท์ไปสู่สื่อดิจิทัล ยังส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรศัพท์ต้องเผชิญแรงกดดันทางธุรกิจมากขึ้น ขณะเดียวกันยังคงต้องรักษามาตรฐานการโฆษณาและการนำเสนอข้อมูลให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายและหลักจริยธรรมวิชาชีพ

บทสรุป : การดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ความท้าทายในระดับ การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงรุก (Proactive Accountability) โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนเพื่อรับมือกับปัญหาข่าวปลอมและข้อมูลที่ขาดการตรวจสอบในสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัล การส่งเสริมระบบกำกับดูแลตนเองควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อช่วยสนับสนุนให้สื่อโทรศัพท์ยังคงรักษาบทบาทในฐานะแหล่งข้อมูลที่ประชาชนเชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวจำเป็นต้องขยายมาตรการดังกล่าวให้ครอบคลุมแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพข้อมูลข่าวสารและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในยุคข้อมูลข่าวสารที่มีความซับซ้อนสูง

นอกจากนี้ กสทช. ยังได้ดำเนินบทบาทด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคผ่านการกำกับดูแลการโฆษณา การเฝ้าระวังการเอาเปรียบผู้บริโภค และการสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสื่อในยุคดิจิทัล พบว่ายังมีความท้าทายในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์และ OTT ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กสทช. ควรพัฒนากลไกกำกับดูแลและติดตามการโฆษณาให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภทมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคและการรับผิดชอบต่อสังคมเป็นไปอย่างเท่าเทียมและมีประสิทธิภาพ

(5) เปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) คือ การบริหารงานที่ต้องปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา รวมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเชื่อถือได้ให้ประชาชนได้ รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนวางระบบให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นไปโดยง่าย โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ กระบวนการการทำงานที่เปิดเผยตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบได้ และชี้แจงได้เมื่อมีข้อสงสัย รวมถึงการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องขององค์กรได้อย่างทั่วถึง

(5.1) การดำเนินงานที่แสดงถึงความโปร่งใสและเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้รักษามาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (ITA) และเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ต่อสาธารณะผ่านช่องทางดิจิทัล รวมถึงการพัฒนากระบวนการข้อมูลและกลไกเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่น มติที่ประชุม ข้อมูลการอนุญาต ข้อมูลการกำกับดูแลคุณภาพสัญญาณ ข้อมูลผังรายการ และข้อมูลมาตรการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพ

ผลการศึกษา: สำนักงาน กสทช. เผยแพร่มติที่ประชุม กสทช. และรายงานอัตราค่าบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกทางเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอตั้งแต่ปี 2564 รวมถึงเผยแพร่ผลการดำเนินงานตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผ่านช่องทางสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม จากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค พบว่าประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงช่องทางการเข้าถึงข้อมูลการกำกับดูแลเหล่านี้ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงช่องว่างด้านการสื่อสารกับสาธารณะ กล่าวได้ว่า กสทช. มีความโปร่งใสเชิงโครงสร้างในระดับหนึ่ง เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลตามช่องทางที่เป็นทางการ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านความโปร่งใสที่ประชาชนใช้ประโยชน์ได้จริง กล่าวคือ ข้อมูลอาจเข้าถึงได้ในเชิงเทคนิค แต่ยังไม่ถูกสื่อสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ค้นหาได้สะดวก และเชื่อมโยงกับประโยชน์ของประชาชนโดยตรง

บทสรุป: กสทช. ปฏิบัติตามเกณฑ์ความโปร่งใสในเชิงโครงสร้างที่กฎหมายกำหนด แต่ควรยกระดับการสื่อสารเชิงรุก เพื่อให้ประชาชนในวงกว้างสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้จริง โดยควรให้ความสำคัญกับธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) ควบคู่กัน กล่าวคือ ข้อมูลที่ใช้ในการกำกับดูแลและประเมินผล เช่น เกณฑ์ Social Credit ข้อมูลคุณภาพสัญญาณ หรือข้อมูลข้อร้องเรียน ควรมีหลักเกณฑ์การจัดเก็บ การเปิดเผย การอธิบายผล และการตรวจสอบที่ชัดเจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการประชาชน และผู้มีส่วนได้เสีย

(5.2) การดำเนินงานที่สะท้อนความโปร่งใสในการกำกับดูแลการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล
เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการคุ้มครองผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ : รายงานการประชุมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ และ การจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง(Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อเตรียมการรองรับก่อนใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลหมดอายุในปี 2572 และ จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม จากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบกิจการโทรคมนาคม หน่วยงานภาครัฐ มูลนิธิ สมาคม นักวิชาการ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น จำนวน 3 ครั้ง ทั้งนี้อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากที่ประชุม กสทช. ก่อนนำเผยแพร่สู่สาธารณะต่อไป

ผลการศึกษา : ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการกำกับดูแลและแนวทางการดำเนินนโยบายหลังปี 2572 เนื่องจากมีผลต่อการวางแผนการลงทุนและการปรับตัวของธุรกิจในระยะยาว โดยเฉพาะในช่วงที่อุตสาหกรรมกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงจากการเติบโตของสื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTT โดยผู้เข้าร่วมประชุมสะท้อนว่าความชัดเจนของข้อมูลเชิงนโยบายและแผนการดำเนินงานในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการและการสร้างความเชื่อมั่นต่อภาคอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ การประชุมกลุ่มย่อย และการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ยังสะท้อนถึงความต้องการให้มีข้อมูลกลางที่เป็นมาตรฐานและสามารถใช้อ้างอิงร่วมกันได้ทั้งอุตสาหกรรม โดยเฉพาะข้อมูลด้าน

การวัดผลผู้ชม การติดตามเม็ดเงินโฆษณา และแนวโน้มการบริโภคสื่อ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินสถานการณ์การแข่งขันและวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทสรุป : กสทช. มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักความโปร่งใสผ่านการเปิดเผยข้อมูล รายงานผลการดำเนินงาน งานวิจัย และการจัดกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หลากหลายภาคส่วน เพื่อประกอบการจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของ ประเทศไทย อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการยังคงต้องการความชัดเจนและการเผยแพร่ ข้อมูลเชิงนโยบายในอนาคตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแนวทางหลังการสิ้นสุดใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในปี 2572 ดังนั้น การสื่อสารข้อมูลเชิงนโยบายและการเผยแพร่ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ จะช่วย เสริมสร้างความโปร่งใส ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมได้มากยิ่งขึ้น

(5.3) การดำเนินงานที่สะท้อนการวางระบบเทคโนโลยีให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลโดยง่าย

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ : กสทช. ได้มุ่งเน้นการขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นหน่วยงานดิจิทัลด้วยการพัฒนาศูนย์ข้อมูลออนไลน์ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อให้ภาคสาธารณะสามารถเข้าถึงข้อมูล ที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบดังกล่าวจะทำงานผ่านการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับฐานข้อมูลกลาง (Broadcasting Central System: BCS) ควบคู่ไปกับการยกระดับกระบวนการ ทำงานภายในด้วยระบบงบประมาณอิเล็กทรอนิกส์ (NBTC e-Budgeting) ซึ่งเข้ามาช่วยสนับสนุนการติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในการใช้จ่ายเงินงบประมาณของ องค์กร นอกจากนี้ กสทช. ยังได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานธรรมาภิบาลข้อมูล (Data Governance) อย่างจริงจัง โดยมีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการข้อมูล การจัดลำดับชั้นความลับ และการรักษาความ ปลอดภัยของข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐานธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐ ยืนยันถึงความ พร้อมในการเป็นองค์กรโปร่งใสที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลอย่างมั่นคงและปลอดภัย

ผลการศึกษา: ข้อสังเกตและประเด็นความท้าทายด้านความโปร่งใส โดยแม้ กสทช. จะมีแผนงาน ที่ชัดเจน แต่จากข่าวและรายงานที่เกี่ยวข้องในช่วงปี 2568 พบข้อร้องเรียนและประเด็นที่กระทบต่อความ โปร่งใสในทางปฏิบัติ ดังนี้

- วาระประชุมที่ค้างค้ำ โดยมีการตั้งข้อสังเกตจากวุฒิสภาและผู้ประกอบการเกี่ยวกับความ ล่าช้าในการพิจารณาหารือสำคัญ เช่น (ร่าง) Roadmap ที่วิดิิจิทัล และเกณฑ์การกำกับดูแล OTT ที่ถูกเลื่อน พิจารณาหลายครั้ง

- วิกฤตความเชื่อมั่นจากผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลแสดงความกังวลและ เตรียมยื่นฟ้องประธาน กสทช. ในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจากการ "ตองวาระ" สำคัญมานานกว่า 2 ปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและการวางแผนลงทุนในอุตสาหกรรม

- ความสมดุลในการใช้อำนาจ มีข้อเสนอแนะให้ กสทช. ปรับบทบาทจากการได้ตรวจสอบ เนื้อหารายขึ้น (ซึ่งอาจถูกมองว่าขาดความโปร่งใสหรือเลือกปฏิบัติ) ไปสู่การกำกับดูแลเชิงระบบและเน้นการ กำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เพื่อความโปร่งใสและเป็นธรรมมากขึ้น

บทสรุป: กสทช. มุ่งสู่การเป็นหน่วยงานดิจิทัลโดยการพัฒนาศูนย์ข้อมูลออนไลน์เชื่อมโยง ฐานข้อมูลกลาง (BCS) ควบคู่กับระบบงบประมาณอิเล็กทรอนิกส์ (NBTC e-Budgeting) และการวางรากฐาน ธรรมาภิบาลข้อมูลเพื่อเพิ่มความโปร่งใสและปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังเผชิญความท้าทายสำคัญ จากปัญหาการระงับการประชุมที่ค้างค้ำล่าช้า โดยเฉพาะการเลื่อนพิจารณาไรต์แมปทีวีดิจิทัลและเกณฑ์กำกับดูแล OTT หลายครั้ง จนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของอุตสาหกรรมสื่อและทำให้กลุ่มผู้ประกอบการเตรียมยื่น

ฟ้องประธาน กสทช. ในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่จากการดองวาระมานานกว่า 2 ปี ภาคส่วนต่างๆ จึงมีข้อเสนอแนะให้ปรับบทบาทจากการตรวจสอบเนื้อหา rays ขึ้น ไปสู่การขับเคลื่อนเชิงระบบผ่านโมเดลการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เพื่อยกระดับความสมดุลในการใช้อำนาจและความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริง

(6) หลักนิติธรรม (Rule of Law) คือ การบริหารงานที่ต้องใช้อำนาจของกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด ด้วยความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝ่ายต่างๆ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การใช้อำนาจของผู้บริหารในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม การบริหารงานด้วยความเป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ

(6.1) การดำเนินงานภาพรวมเกี่ยวกับการใช้อำนาจทางกฎหมายและกฎระเบียบอย่างเหมาะสม
สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. บังคับใช้กฎหมายและประกาศระดับรองอย่างเสมอภาค โดยเฉพาะมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ว่าด้วยสัดส่วนเนื้อหาสาระ และประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ผลการศึกษา: จากข้อมูลข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปี 2568 พบว่า กสทช. แสดงบทบาทการบังคับใช้กฎหมายในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยมีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตกรณีบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด เนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่เป็นไปตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ พ.ศ. 2556 (ระเบียบวาระที่ 4.6 ครั้งที่ 21/2568) นอกจากนี้ ยังติดตามผลการจัดให้มีบริการ SL/CC/AD ของผู้รับใบอนุญาตทั้ง 25 ราย โดยพบว่ามี 17 รายที่จัดทำบริการในสัดส่วนมากกว่าที่กฎหมายกำหนด (ตารางที่ 2.2 ลำดับที่ 19) และดำเนินการตรวจเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายระหว่างปี 2567-2568 รวม 3,036 ราย พบผู้กระทำผิด 128 ราย

บทสรุป: การบังคับใช้กฎหมายมีความเข้มแข็งและเป็นระบบมากขึ้นในปี 2568 ทั้งด้านสัดส่วนเนื้อหาการคุ้มครองผู้บริโภค และการกำกับดูแลโฆษณา สะท้อนถึงการคุ้มครองผลประโยชน์สาธารณะอย่างจริงจัง

(6.2) การดำเนินงานที่สะท้อนการใช้กฎหมายอย่างเหมาะสมในด้านโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการคุ้มครองผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ : สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้ดำเนินมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเข้มงวดผ่านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดตามการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อาจเข้าข่ายโฆษณาเกินจริงหรือผิดกฎหมาย ในช่วงปี พ.ศ. 2567 – 2568 มีการตรวจเฝ้าระวังรายการและโฆษณาจำนวน 3,036 กรณี และดำเนินการลงโทษผู้กระทำผิดจำนวน 128 ราย นอกจากนี้ ยังจัดทำและเผยแพร่คู่มือแนวปฏิบัติด้านการโฆษณาที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดี เพื่อสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ประกอบการและผู้ผลิตสื่อในทุกภูมิภาคของประเทศ

ผลการศึกษา: จากการประชุมกลุ่มย่อย พบว่าผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลยังคงอยู่ภายใต้ข้อกำหนดด้านกฎหมายและการกำกับดูแลที่เข้มงวด ทั้งในด้านการโฆษณา การควบคุมเนื้อหา และเงื่อนไขการประกอบกิจการ ขณะที่ผู้ให้บริการ OTT และแพลตฟอร์มออนไลน์จำนวนมากไม่ได้อยู่ภายใต้กรอบกำกับดูแลในระดับเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างด้านต้นทุน ภาระหน้าที่ และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ

ผู้เข้าร่วมประชุมสะท้อนว่าความไม่สมดุลดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรทัศนในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเห็นว่ากฎหมายและหลักเกณฑ์บางประการยังไม่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจและเทคโนโลยีสื่อในปัจจุบัน โดยเฉพาะการโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การใช้ข้อมูลผู้บริโภค และรูปแบบธุรกิจ Subscription Model ซึ่งยังมีช่องว่างในการกำกับดูแลเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการโทรทัศนภายใต้ระบบใบอนุญาต

ในขณะที่ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังมีความกังวลต่อปัญหาการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเนื้อหาเกินจริงหรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดผ่านสื่อโทรทัศนและวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบจากการสื่อสารเชิงพาณิชย์ดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่น ปัญหานี้ไม่เพียงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ แต่ยังอาจกระทบต่อสุขภาพ เศรษฐกิจครัวเรือน และสิทธิของผู้บริโภคในวงกว้าง สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการกำกับดูแลเนื้อหาโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

บทสรุป: ผลการศึกษาสะท้อนว่า กสทช. มีการดำเนินการตามหลักนิติธรรมผ่านการเฝ้าระวังตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการกำกับดูแลการโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสื่อและการแข่งขันในยุคดิจิทัล พบว่ายังมีความแตกต่างของกรอบกำกับดูแลระหว่างกิจการโทรทัศนและแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้เกิดข้อกังวลเรื่องความเป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้น กสทช. ควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างเท่าเทียม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักนิติธรรมในสภาพแวดล้อมสื่อยุคใหม่

นอกจากนี้ การดำเนินงานของ กสทช. ยังมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ความท้าทายในระดับการคุ้มครองผู้บริโภคเชิงรุก โดยมีการดำเนินมาตรการทั้งในด้านการตรวจสอบ การบังคับใช้กฎหมาย และการส่งเสริมความรู้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม การตรวจเฝ้าระวังและการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดจำนวนมากสะท้อนถึงความจริงจังในการกำกับดูแลเพื่อป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบาง อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการโฆษณาและการหลอมรวมของสื่อดิจิทัลในอนาคตอาจทำให้ความเสี่ยงในการโฆษณาที่ไม่เหมาะสมขยายตัวไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น กสทช. ควรพัฒนากลไกการเฝ้าระวังและคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

(7) ความเสมอภาค (Equity) คือ การบริหารงานที่ต้องให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกด้านชายหญิง ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศ อายุ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม และอื่น ๆ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงโอกาสความเท่าเทียมกันของการเข้าถึงบริการสาธารณะของกลุ่มบุคคลผู้ด้อยโอกาสในสังคมด้วย โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป และผู้มีส่วนได้เสียอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

(7.1) การดำเนินงานภาพรวมเกี่ยวกับการส่งเสริมสิทธิการเข้าถึงสื่อของคนทุกกลุ่ม

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้ดำเนินการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทุกกลุ่มประชากร (Universal Service) โดยกำหนดมาตรฐานบริการ SL/CC/AD ให้ผู้ประกอบการทุกรายปฏิบัติตาม

และจัดสัมมนา Digital Inclusion เมื่อวันที่ 19-20 มิถุนายน 2568 ณ จังหวัดชลบุรี เพื่อส่งเสริมให้ทุกคนเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเท่าเทียม

นอกจากนี้ ยังมีมาตรการส่งเสริมสิทธิการเข้าถึงสื่อของผู้พิการและผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ผ่านการกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ด้านบริการเพื่อการเข้าถึง (Accessibility Services) โดยพบว่า มีสถานีโทรทัศน์จำนวน 17 ช่องที่จัดให้มีบริการภาษามือและคำบรรยายแทนเสียงในสัดส่วนที่สูงกว่าข้อกำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ กสทช. ยังดำเนินกิจกรรมส่งเสริมความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสิทธิในการเข้าถึงสื่อของคณพิการทางการได้ยินและการมองเห็น ผ่านโครงการอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและลดอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนกลุ่มเปราะบาง

ผลการศึกษา: การสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการเข้าถึงสื่อของผู้สูงอายุและผู้พิการอย่างมีนัยสำคัญ โดยประชาชนประเมินว่าการจัดให้มีภาษามือหรือคำบรรยายแทนเสียงในเนื้อหาของภาครัฐอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.87) ขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.9 เห็นว่าอุปกรณ์รับสัญญาณหรือกล่องโทรทัศน์ดิจิทัลมีความซับซ้อนและใช้งานได้ยากสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ สะท้อนถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการดิจิทัล (Digital Divide) ที่ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเข้าถึงสิทธิด้านข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมทางสังคม และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลของประชาชนกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะความกังวลด้านความต่อเนื่องของล่ามภาษามือในรายการข่าวสดและรายการนอกผัง ซึ่งได้รับการยืนยันจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับสมาคมคนตาบอดและคนหูหนวกแห่งประเทศไทย

บทสรุป: การดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ความท้าทายในระดับ การส่งเสริมความเท่าเทียมในการเข้าถึงสื่อ โดยมีการกำกับดูแลและติดตามการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมความตระหนักด้านสิทธิของผู้พิการและผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินจากประชาชนยังสะท้อนว่ามาตรการที่ดำเนินอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานจริงได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในด้านการออกแบบบริการและอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ดังนั้น กสทช. ควรเร่งปรับปรุงหลักเกณฑ์ด้านการเข้าถึงสื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงส่งเสริมแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) ในอุปกรณ์รับสัญญาณ แพลตฟอร์ม Connected TV และบริการสื่อดิจิทัล เพื่อยกระดับความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และสร้างสังคมการสื่อสารที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังในระยะยาว โดยเฉพาะมาตรฐานคุณภาพของบริการ SL/CC/AD จากการกำกับดูแลเชิงปริมาณ คือ สัดส่วนเวลาออกอากาศ ไปสู่การกำกับดูแลเชิงคุณภาพ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลของผู้พิการ ให้ได้อย่างแท้จริง

5.2.3 ประชาธิปไตย (Participatory State)

(8) การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ (Participation/Consensus Oriented)

คือ การบริหารงานที่ต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้งเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิดแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงานและร่วมตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ต้องมีความพยายามในการแสวงหาฉันทามติหรือข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจะต้องไม่มีข้อคัดค้านที่หาข้อยุติไม่ได้ในประเด็นที่สำคัญ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปและผู้มีส่วนได้เสียแสดงความคิดเห็นในประเด็นสำคัญ

(8.1) การดำเนินงานภาพรวมเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้เปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบาย ตั้งแต่กลุ่มผู้ประกอบการ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม ไปจนถึงกลุ่มผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส โดยดำเนินการผ่านรูปแบบการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ และกระบวนการมีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) และการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์



ภาพที่ 5.4 การประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะต่อ

(ร่าง) แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2569 – 2573)
เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2568

ผลการศึกษา: ในปี 2568 กสทช. จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มสำหรับการปรับปรุงประกาศสิทธิคนพิการร่วมกับผู้แทนสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย ผู้รับใบอนุญาต 25 ช่องและนักวิชาการ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2568 จัดประชุม Focus Group ผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ 4 บริษัทสำหรับมาตรฐาน iDTV เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568 จัดประชุม Focus Group สำหรับประกาศสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 และจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นสำหรับ Roadmap กิจการโทรทัศน์จากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอีกไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง กระบวนการเหล่านี้สะท้อนถึงการดำเนินนโยบายบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมที่มีคุณภาพควรมีมากกว่าการเปิดพื้นที่ให้แสดงความคิดเห็น กล่าวคือ ควรมีกลไก Feedback loop ที่แสดงให้ผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่า ข้อคิดเห็นที่เสนอไปได้รับการพิจารณาอย่างไร ถูกนำไปปรับปรุงนโยบายหรือมาตรการใด และมีเหตุผลอย่างไรในกรณีที่ข้อเสนอมิได้ถูกนำไปใช้

บทสรุป: กระบวนการนโยบายของ กสทช. ในปี 2568 มีความยืดหยุ่นกับผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง อย่างกว้างขวาง (Stakeholder Engagement) ซึ่งถือเป็นจุดแข็งในการสร้างความชอบธรรมให้กับมาตรการกำกับดูแล แต่ควรยกระดับจากการมีส่วนร่วมเชิงกระบวนการไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงผลลัพธ์ โดยจัดทำสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ระบุประเด็นที่นำไปปรับปรุง และสื่อสารกลับไปยังผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมฉันทามติและความเชื่อมั่นต่อการกำกับดูแล

(8.2) การดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: โดย กสทช. ได้ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับรับฟังความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้งเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องร่วมคิดแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเนื้อหา เช่น

การจัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็กและแนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง โดยดำเนินการภายใต้คณะทำงานร่วมด้านการนำเสนอข่าวเด็ก ข่าวอาชญากรรม และเหตุการณ์ความรุนแรงในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือกันระหว่างสำนักงาน กสทช. องค์กรวิชาชีพสื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน โดยเมื่อวันที่ ๑๖ กันยายน ๒๕๖๘ ได้ดำเนินการจัดประชุมเพื่อรับฟังความเห็นกลุ่มย่อยต่อ (ร่าง) แนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็กและ (ร่าง) แนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง ณ สำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ ได้จัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็ก และแนวปฏิบัติการรายงานข่าวอาชญากรรมและเหตุการณ์ความรุนแรง แล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2568 ซึ่งได้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ไปยังผู้รับใบอนุญาต องค์กรวิชาชีพสื่อ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การจัดสัมมนา Trusted Media Master Class ความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในสื่อและ Disinformation เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันประสบการณ์และสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เกี่ยวกับหลักการสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การเคารพความแตกต่างหลากหลาย สร้างความตระหนักถึงผลกระทบทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวปลอม (Fake News) ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) รวมถึงการเผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหารุนแรงหรือละเมิดสิทธิของผู้อื่น

การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการนำเสนอเนื้อหารายการและปลูกฝังความตระหนักถึงการต่อต้านและเฝ้าระวังการนำเสนอข่าวที่มีความรุนแรงและผลกระทบทางสังคม รวมถึงการนำเสนอข่าวลวงข้อมูลบิดเบือนบนพื้นฐานจริยธรรมสื่อและสิทธิพลเมือง เพื่อส่งเสริมทักษะในการแยกแยะข่าวปลอม (Fake News) และข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) รวมถึงเสริมสร้างแนวทางในการเฝ้าระวังและต่อต้านข่าวที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสังคมบนพื้นฐานจริยธรรมสื่อและสิทธิพลเมือง ณ พื้นที่ 5 จังหวัด จังหวัดสงขลา จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเชียงใหม่ และ กรุงเทพมหานคร

การประชุมหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหารายการหรือการสื่อสารในภาวะความไม่สงบบริเวณชายแดนไทยในปัจจุบัน เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหารายการข่าวเป็นการสื่อสารเพื่อสันติภาพ ไม่สร้างให้เกิดความขัดแย้ง เกลียดชัง อยู่ภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบและกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชน และเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน รวมถึงการเคารพศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

ผลการศึกษา: จากการเก็บแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม พบปัญหาการกระจุกตัวของเนื้อหาอย่างชัดเจน โดยผู้ชมรับชมรายการข่าวสูงถึงร้อยละ 90.8 และละคร/ซีรีส์ ร้อยละ 71.0 ในขณะที่รายการที่มีความจำเป็นพื้นฐานกลับหายไป ทำให้ไม่สามารถตอบสนองกลุ่มคนแต่ละช่วงวัยได้ ดังนี้

- ผู้ชมกลุ่มผู้สูงอายุ: ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย แต่รายการที่ตอบโจทย์ชีวิตหลังเกษียณ การดูแลสุขภาพกาย-จิต และธรรมะ กลับมีสัดส่วนน้อยมาก ผู้สูงอายุต้องทนดูข่าวอาชญากรรมและความรุนแรงที่ทำให้เครียดและหดหู่

- กลุ่มเด็กและเยาวชน: รายการเด็ก การ์ตูน และรายการส่งเสริมจินตนาการลดลงอย่างมาก เมื่อเทียบกับอดีต เช่น เจ้าหนูขุนทอง, เทเลทัปปี้ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นครูระดับประถมศึกษาสะท้อนว่าไม่

สามารถหารายการทีวีเปิดให้เด็กดูในห้องเรียนได้ จนต้องพึ่งพา YouTube สาเหตุหลักมาจากรายการกลุ่มนี้ "ไม่มีสปอนเซอร์" ทำให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับสถานะขาดทุนและเลิกผลิตไป

บทสรุป: พบว่า กสทช. ได้แสดงความพยายามที่จะตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายตาม และการการพยายามแสวงหาฉันทามติจากกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง ผ่านการออกประกาศหลักเกณฑ์สนับสนุน รายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมเพื่อสร้างแรงจูงใจ แต่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ากลไกตลาดยังคงบีบบังคับให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นแต่รายการข่าวอาชญากรรมและละครเพื่อเรตติ้ง ทำให้กลุ่มเยาวชนและผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งจากผังรายการ ดังนั้น กสทช. ควรนำมาตรการนี้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเร่งด่วน โดยใช้กองทุน กทปส. ให้ทุนอุดหนุนโดยตรง แก่ผู้ผลิตรายการเด็ก สารคดี และรายการผู้สูงอายุ เพื่ออุดช่องว่างทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการของทุกช่วงวัยอย่างแท้จริง

(9) การกระจายอำนาจ (Decentralization) คือ การบริหารงานที่ต้องมีการมอบอำนาจและกระจายความรับผิดชอบในการตัดสินใจและ การดำเนินการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการโอนถ่ายบทบาทและภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาคส่วนอื่น ในสังคม โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การกำหนดภาระหน้าที่ และขอบเขตการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการถ่ายโอนอำนาจการตัดสินใจ และการดำเนินการที่สำคัญโดยมีอิสระตามสมควร

(9.1) การดำเนินงานภาพรวมเกี่ยวกับการกระจายอำนาจขององค์กร

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: การกระจายอำนาจ ของ กสทช. ในมิติการกำกับดูแลและบริการของ กสทช. ทั้งในเชิงยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงพื้นที่ ดังนี้ 1. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์การยกระดับส่วนภูมิภาค กสทช. กำหนดทิศทางใน แผนปฏิบัติการประจำปี 2568 เพื่อกระจายบทบาทการทำงานสู่ระดับพื้นที่ อย่างเป็นรูปธรรม คือ การจัดสรรงบประมาณ ที่จัดสรรงบประมาณรายจ่ายภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 (รวมการบริหารคลื่นความถี่และยกระดับภูมิภาค) จำนวนกว่า 1,060 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.81 ของ งบประมาณสำนักงานทั้งหมด เพื่อขับเคลื่อนภารกิจในระดับพื้นที่รวมถึง การปรับโครงสร้างบุคลากร: มีแนวคิดในการรื้อโครงสร้างบุคลากรทั้งระบบเพื่อถ่ายโอนภารกิจและกำลังคนจากส่วนกลางลงสู่ภูมิภาค เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ กสทช. ยังดำเนินงานอย่างเด่นชัดในเรื่องการกำหนดยุทธศาสตร์มอบอำนาจให้สำนักงาน กสทช. ในระดับภูมิภาค ดำเนินการตรวจสอบและกำกับดูแลผู้ประกอบการในพื้นที่ รวมถึงจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ด้านสิทธิผู้บริโภคและคุ้มครองสื่อในระดับจังหวัด ซึ่งสะท้อนบทบาทของสำนักงาน กสทช. ภูมิภาคในฐานะกลไกเชื่อมต่อระหว่างส่วนกลางกับประชาชนและผู้ประกอบการในพื้นที่

โดยตัวอย่างการดำเนินงาน คือ สำนักงาน กสทช. ภูมิภาคลงพื้นที่กำกับดูแลผู้รับใบอนุญาตโครงข่ายที่ไม่ใช่คลื่นความถี่ (เคเบิลทีวี) จำนวน 4 ครั้ง และลงพื้นที่ตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 2 ครั้ง นอกจากนี้ยังจัดอบรมสร้างความรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคในพื้นที่ 5 ภูมิภาค 15 จังหวัด รวม 600 คน และจัดอบรมสร้างความรู้สิทธิคนพิการในระดับภูมิภาค 2 ครั้ง ครอบคลุมภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษา: อย่างไรก็ตาม จากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า การให้บริการ และการรับเรื่องร้องเรียนในพื้นที่ห่างไกลยังมีช่องว่างที่ต้องการการเสริมสร้างศักยภาพเพิ่มเติม โดยเฉพาะด้านบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือทางเทคนิค ระบบข้อมูล และอำนาจในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาเฉพาะพื้นที่ อย่างทันท่วงที

นอกจากนี้ จากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบประเด็นสำคัญเพื่อส่งเสริมการกระจายอำนาจคือการจัดตั้งโมเดล "ช่างดิจิทัลชุมชน" หรือ "หมอสัญญาณ" โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่าง กสทช. และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) เพื่อสร้างตำแหน่งงานใหม่ในกองช่างเทคโนโลยี ระดับตำบลที่ทำหน้าที่ติดตั้งและดูแลระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทีวีให้แก่ผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบางแทนการพึ่งพา Call Center จากส่วนกลาง โดย กสทช. ควรสนับสนุนงบประมาณและหลักสูตรอาชีพให้กับ สถาบันอาชีวศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างเครือข่ายช่างเทคนิคท้องถิ่นที่เชี่ยวชาญการตั้งค่าระบบที่ซับซ้อน พร้อมทั้งจัดทำ ฐานข้อมูลช่างดิจิทัลภูมิภาค ในรูปแบบฮับบริการชุมชน เพื่อรองรับการจ้างงานแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Gig Economy) ในระดับฐานราก ซึ่งแนวทางนี้จะช่วยลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและสร้างนิเวศสื่อท้องถิ่นที่ยั่งยืนผ่านโครงสร้างพื้นฐานระดับชุมชนอย่างแท้จริง

บทสรุป: การดำเนินงานในระดับภูมิภาคช่วยขยายการคุ้มครองผู้บริโภคและกำกับดูแลสื่อให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น แต่ยังคงต้องเพิ่มความเข้มแข็งของสำนักงานภูมิภาคในการรับมือกับปัญหาเฉพาะพื้นที่อย่างทันทั่วถึง โดยควรพัฒนากลไกสนับสนุนสำนักงาน กสทช. ภูมิภาคให้มีทรัพยากรและระบบข้อมูลที่เพียงพอ รวมถึงกำหนดช่องทางประสานงานระหว่างส่วนกลางกับภูมิภาคให้ชัดเจน

รวมถึง กสทช. ควรมุ่งเน้นการกระจายอำนาจสู่ระดับพื้นที่ตามแผนปฏิบัติการผ่านการจัดสรรงบประมาณยุทธศาสตร์การยกระดับภูมิภาคกว่า 1,060 ล้านบาท ควบคู่กับการปรับโครงสร้างบุคลากรเพื่อถ่ายโอนภารกิจและกำลังคนจากส่วนกลางสู่ภูมิภาคให้เท่าทันเทคโนโลยี ทั้งนี้ จากการสนทนาเฉพาะกลุ่มได้มีข้อเสนอสำคัญในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานระดับชุมชน ด้วยการบูรณาการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถาบันอาชีวศึกษาเพื่อจัดตั้งโมเดล "ช่างดิจิทัลชุมชน" หรือ "หมอสัญญาณ" ในการดูแลระบบเครือข่ายให้แก่ผู้สูงอายุและกลุ่มเปราะบางแทนการพึ่งพาส่วนกลาง พร้อมทั้งเสนอให้จัดทำฐานข้อมูลช่างดิจิทัลภูมิภาค ในรูปแบบฮับบริการชุมชนเพื่อรองรับการจ้างงานแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลและสร้างนิเวศสื่อท้องถิ่นที่ยั่งยืน

(9.2) การดำเนินงานที่สะท้อนการกระจายอำนาจในด้านโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และการคุ้มครองผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ : กสทช. ได้ดำเนินงานโดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่และการกระจายอำนาจเชิงนโยบาย ผ่านการลงพื้นที่ติดตามและกำกับดูแลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและสื่อท้องถิ่นในภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ ผ่านงาน NBTC Competition Forum 2025 ภายใต้แนวคิด “Local Voices, National Impact” เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสื่อท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และภาคประชาชน ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สะท้อนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อในระดับพื้นที่และระดับประเทศ



ภาพที่ 5.5 การสัมมนา NBTC Competition Forum 2025
“Local Voices, National Impact: Building Thailand’s Media Future”
เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2568

ผลการศึกษา: การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อดิจิทัลส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาในระดับท้องถิ่นเคลื่อนย้ายจากสื่อดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อรายได้และความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นและวิทยุชุมชนในภูมิภาคอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านทรัพยากร เทคโนโลยี และศักยภาพในการแข่งขันกับแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ สถานการณ์ดังกล่าวไม่เพียงกระทบต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของสื่อท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังอาจส่งผลกระทบต่อบทบาทของสื่อในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคมในระดับภูมิภาค

บทสรุป: การดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องกับหลักการ การกระจายอำนาจ (Decentralization) และ การกำกับดูแลแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) ในระดับค่อนข้างสูง โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการสื่อท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภูมิภาคเข้ามามีบทบาทในการสะท้อนปัญหาและเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบาย อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของการแข่งขันที่รุนแรงจากแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับโลก การรับฟังความคิดเห็นเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในระยะยาว ดังนั้น กสทช. ควรพัฒนามาตรการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพดิจิทัล การส่งเสริมรูปแบบธุรกิจใหม่ และการสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งรายได้ของสื่อท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนของระบบสื่อในระดับภูมิภาคภายหลังปี พ.ศ. 2572 อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.4 ความรับผิดชอบทางการบริหาร (Administrative Responsibility)

(10) **คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics)** คือ การบริหารงานที่ต้องมีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็น ไปอย่างมีศีลธรรม คุณธรรม และตรงตามความคาดหวังของสังคม รวมทั้งยึดมั่นในค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรมสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน และจรรยาบรรณวิชาชีพ ตลอดจนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของระบบราชการไทย โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการประเมิน อาทิ การปฏิบัติงานโดยมีการคำนึงถึงหลักจริยธรรม หรือการยึดมั่นในค่านิยมสำคัญของเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น

(10.1) การดำเนินงานส่งเสริมจริยธรรมในการแข่งขันของผู้ประกอบการที่วิจิตร หมดเงินโฆษณาในสื่อทีวี และแนวทางคุ้มครองผู้บริโภค

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: กสทช. ได้ดำเนินมาตรการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนผ่านการพัฒนามาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและการคุ้มครองสิทธิของประชาชน โดยร่วมมือกับองค์กรวิชาชีพสื่อในการจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อมวลชนสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ นอกจากนี้ ยังมีการจัดเวทีหารือและพัฒนาแนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเปราะบาง รวมถึงการจัดทำแนวปฏิบัติด้านการรายงานข่าวเด็ก เยาวชน และข่าวอาชญากรรม เพื่อส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาที่เคารพสิทธิส่วนบุคคล ลดผลกระทบจากการผลิตซ้ำความรุนแรง และยกระดับมาตรฐานวิชาชีพสื่อให้สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนและประโยชน์สาธารณะ

รวมถึง มีการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้บริโภคและการพัฒนาและเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ โดย จัดทำสื่อความรู้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ และ จัดทำแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนดำเนินงานภายใต้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ทางดิจิทัลได้อย่างหลากหลายเท่าเทียม และรู้เท่าทัน (พ.ศ. 2568 -2572) ระยะเวลา 5 ปี และแผนปฏิบัติการฯ ประจำปี 2568

ผลการศึกษา: การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมสื่อและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค สื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลบางส่วนมีแนวโน้มพึ่งพาเนื้อหาประเภทตลกขบขัน ความขัดแย้ง ความรุนแรง หรือการนำเสนอข่าวในลักษณะ Infotainment เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมและเพิ่มรายได้จากโฆษณา แนวโน้มดังกล่าวอาจนำไปสู่ความเสี่ยงในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล คัดค้านความเป็นมนุษย์ และสิทธิของกลุ่มเปราะบาง โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ผู้เสียหายจากอาชญากรรม และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความรุนแรง อีกทั้งยังอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนและบทบาทของสื่อในฐานะสถาบันสาธารณะที่มีหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ ผลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) และการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการรับชมเนื้อหาผ่านสื่อออนไลน์ แพลตฟอร์ม OTT และสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาได้จากหลากหลายช่องทาง ส่งผลให้เกิดทั้งโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายและความเสี่ยงจากข้อมูลที่ผิด การโฆษณาแฝง หรือเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยยังสะท้อนว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจรับข้อมูลข่าวสาร โดยสื่อโทรทัศน์ยังได้รับความเชื่อถือในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อออนไลน์บางประเภท อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อในยุคดิจิทัลทำให้ประชาชนจำเป็นต้องมีทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ การตรวจสอบข้อมูล และการใช้วิจารณญาณในการรับสารมากขึ้น เพื่อให้สามารถรับมือกับข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาที่มีความซับซ้อนในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม

บทสรุป: การดำเนินงานของ กสทช. มุ่งสร้างกลไกกำกับดูแลที่รักษาสมดุลระหว่างเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและการพัฒนาแนวปฏิบัติด้านการรายงานข่าวถือเป็นแนวทางสำคัญในการลดผลกระทบจากการแข่งขันเชิงเรตติ้งและการนำเสนอเนื้อหาที่อาจสร้างความเสียหายต่อสังคม อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของสื่อดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยความรวดเร็วและการแข่งขันด้านความสนใจของผู้ชม กสทช. ควรส่งเสริมการบังคับ

ใช้มาตรฐานจริยธรรมให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหา เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของระบบสื่อมวลชนและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะยาว

อีกทั้ง กสทช. ยังมีดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักคุณธรรมและจริยธรรม ผ่านการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ การสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และการผลักดันให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและรับผิดชอบ การดำเนินงานดังกล่าวมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมให้กับประชาชนในยุคที่สื่อและข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนยังคงเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามพัฒนาการของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล ดังนั้น กสทช. ควรดำเนินการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ ตระหนักถึงสิทธิของตนเอง และมีส่วนร่วมในการสร้างสภาพแวดล้อมสื่อที่มีคุณภาพและรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว

(10.2) การดำเนินงานส่งเสริมจริยธรรมในการทำงานของสื่อ

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: ส่งเสริมกลไกการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน (Self-regulation) ผ่านประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2568 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 มกราคม 2568 ตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรการดังกล่าวสะท้อนบทบาทของ กสทช. ในฐานะผู้สนับสนุนระบบนิเวศสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้กลไกกำกับดูแลร่วมระหว่างรัฐ ผู้ประกอบการ องค์กรวิชาชีพ และภาควิชาการ

ผลการศึกษา: สำนักงาน กสทช. ดำเนินการจัดทำแนวปฏิบัติเปิดรับการจดแจ้งองค์กรวิชาชีพตามประกาศดังกล่าว โดยประกาศสำนักงาน กสทช. ลงในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2568 พร้อมจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting) ในลักษณะความร่วมมือระหว่างสำนักงาน กสทช. องค์กรวิชาชีพสื่อ และนักวิชาการ (ตารางที่ 2.2 ลำดับที่ 15) นอกจากนี้ยังจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ "Creative Censorship" เพื่อพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ตารางที่ 2.2 ลำดับที่ 32) และจัดเวทีหารือแนวทางป้องกันการผลิตซ้ำความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางในสื่อเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2568 รวมถึงสัมมนา Trusted Media Master Class ว่าด้วย Disinformation และ Fake News เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2568 อย่างไรก็ตาม ผลสำเร็จของกลไกจริยธรรมไม่ควรวัดจากการมีประกาศ คู่มือ หรือกิจกรรมอบรมเท่านั้น แต่ควรติดตามต่อว่า องค์กรวิชาชีพเข้ามาจดแจ้งและดำเนินการตามประกาศจำนวนเท่าใด มีระบบรับเรื่องและจัดการข้อร้องเรียนเชิงจริยธรรมอย่างไร และกลไกกำกับดูแลกันเองสามารถลดปัญหาเนื้อหาที่ละเมิดจริยธรรม หรือลดการผลิตซ้ำความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางได้จริงเพียงใด

บทสรุป: กสทช. แสดงบทบาทอย่างแข็งขันในฐานะผู้สนับสนุน (Facilitator) ให้เกิดระบบนิเวศสื่อที่รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งการออกกฎระเบียบ การสร้างเครื่องมือ และการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรวิชาชีพ การติดตามว่าองค์กรวิชาชีพจะจดแจ้งและดำเนินการตามประกาศได้จริงจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จในปัดไป จึงควรกำหนดตัวชี้วัดเชิงผลลัพธ์ด้านจริยธรรม เช่น จำนวนองค์กรวิชาชีพที่จดแจ้งกลไกการกำกับดูแลกันเองที่เกิดขึ้นจริง จำนวนกรณีร้องเรียนที่ได้รับการจัดการ และแนวโน้มการปรับปรุง

คุณภาพเนื้อหาหลังมีมาตรการ เพื่อให้หลักคุณธรรมและจริยธรรมสามารถประเมินได้ทั้งในเชิงกระบวนการและผลลัพธ์

(10.2) การดำเนินงานส่งเสริมจริยธรรมในการสร้างหรือผลิตเนื้อหา

สิ่งที่ กสทช. ดำเนินการ: โดย กสทช. ได้ดำเนินงานส่งเสริมจริยธรรมในการสร้างหรือผลิตเนื้อหา ดังนี้

การจัดเวทีหารือแนวทางไม่ผลิตซ้ำความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางในสื่อร่วมกับองค์กรวิชาชีพและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดย โดย กสทช. ศาสตราจารย์กิตติคุณ พิงรรอง รามสูต ร่วมประชุมหารือแนวทางในการจัดการกับเนื้อหาที่มีความรุนแรงต่อกลุ่มเปราะบางที่ถูกนำเสนอซ้ำในสื่อมวลชน โดยที่ประชุมเห็นพ้องควรใช้ทั้งกฎหมายการกำกับดูแลตนเองและสร้างบรรทัดฐานของสังคม ตักย้ำความสำคัญของระบบบรรณาธิการพร้อมชี้เป้าประชาชนสามารถร้องเรียนหรือฟ้องร้องเพื่อรักษาสิทธิได้

การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ "การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้ปฏิบัติงานภายใต้จริยธรรมสื่อ" ในหัวข้อ "การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล : ความท้าทายภายใต้มาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน" โดยจัดขึ้นจำนวน 2 ครั้ง ณ กรุงเทพมหานคร และ จังหวัดชลบุรี

การจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting) โดยคณะทำงานพิจารณาแนวทางเสนอแนะด้านเนื้อหา (Recommended Guidelines) ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ซึ่งเป็นการบูรณาการความร่วมมือกันระหว่างสำนักงาน กสทช. องค์กรวิชาชีพสื่อ และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน โดย ได้ดำเนินการจัดประชุมเพื่อรับฟังความเห็นกลุ่มย่อยต่อ (ร่าง) คู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ณ สำนักงาน กสทช. ทั้งนี้ ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนฯ แล้วเสร็จเมื่อเดือน ตุลาคม 2568 ซึ่งได้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ไปยังผู้รับใบอนุญาต องค์กรวิชาชีพสื่อ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา: จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในทุกภูมิภาค ประชาชนสะท้อนข้อกังวลอย่างหนักต่อมาตรฐานจริยธรรมของสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน ดังนี้

- การผลิตซ้ำความรุนแรงและข่าวอาชญากรรม เนื่องจากประชาชนรังเกียจการนำเสนอข่าวฆาตกรรม ข่าวครอบครัวทะเลาะวิวาท ข่าวชิงทรัพย์ ที่ถูกนำเสนอซ้ำๆ ตลอดทั้งวัน และทุกช่อง ซึ่งนอกจากจะสร้างความตึงเครียดทางอารมณ์แล้ว กลุ่มผู้นำท้องถิ่นและครูยังมองว่าการให้รายละเอียดพฤติกรรมอาชญากรรมมากเกินไปอาจทำให้เยาวชนเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ รวมถึงวิจารณ์รายการข่าวที่กลายเป็น "รายการเล่าข่าว" เน้นขี้ดราม่าและใส่อารมณ์มากกว่าข้อเท็จจริง

- เนื้อหาละครที่ขาดการยกระดับสังคม: ละครโทรทัศน์มักเน้นการตบตี แย่งชิงคนรัก อิจฉาริษยา และใช้ความรุนแรงทางคำพูด ซึ่งสวนทางกับความต้องการของประชาชนที่อยากให้สอดแทรกความรู้ ประวัติศาสตร์ หรือคุณธรรมจริยธรรม

บทสรุป: กสทช. ได้ดำเนินการสอดคล้องกับ หลักคุณธรรม/จริยธรรม (Morality/Ethics) ในเชิงโครงสร้าง โดยพยายามสร้างแนวปฏิบัติ (Guidelines) และหารือเพื่อป้องกันการผลิตซ้ำความรุนแรงต่อเด็กและกลุ่มเปราะบาง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาชี้ชัดว่าในระดับการปฏิบัติจริง อุตสาหกรรมสื่อยังคงพึ่งพาเนื้อหาตลกขบขันและความรุนแรงเพื่อแย่งชิงความสนใจของผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา ซึ่งส่งผลกระทบต่อค่านิยมของเยาวชนและสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ กสทช. จึงควรผลักดันระบบการกำกับดูแลตนเองแบบมีส่วนร่วม (Co-regulation) อย่างเข้มงวด โดยให้องค์กรวิชาชีพสื่อบังคับใช้มาตรฐานทางจริยธรรมร่วมกับบทลงโทษ

ทางสังคม (Social Sanction) และจัดทำระบบคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ปกครองสามารถควบคุมได้ เพื่อปกป้องผู้ชมเยาวชนและรักษามาตรฐานศีลธรรมในสื่อสาธารณะ

การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.7

หลักธรรมาภิบาล	สรุปผลการปฏิบัติงาน
ประสิทธิภาพ	มีดำเนินการจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย พ.ศ. 2569–2573 เพื่อเตรียมรองรับการสิ้นสุดอายุใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในปี 2572 มีการติดตามสถานการณ์อุตสาหกรรมและเตรียมแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงของกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีความก้าวหน้าในเชิงเทคนิคและแผนดำเนินงาน แต่ในระยะต่อไปจำเป็นต้องพัฒนาฐานข้อมูล การวัดผลผู้ชมและเครื่องมือเชิงนโยบายให้สอดคล้องกับระบบนิเวศสื่อแบบ Cross-platform มากยิ่งขึ้น เพื่อให้การกำกับดูแลสามารถตอบสนองต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงต้องรับมือความท้าทายด้านความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ดังนั้น จึงจำเป็นต้องติดตามผลการปรับปรุงกฎระเบียบให้เกิดผลเป็นรูปธรรมในปีต่อไป รวมทั้งควรพัฒนาตัวชี้วัดประสิทธิภาพที่สะท้อนทั้งต้นทุนของผู้ประกอบการ คุณภาพโครงข่าย และการใช้ประโยชน์จริงของประชาชน เพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจและมิติประโยชน์สาธารณะ
ประสิทธิผล	มีความสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อในระดับการปรับตัวเชิงโครงสร้าง และบรรลุผลในเชิงยุทธศาสตร์ระดับองค์กร โดยมีความพยายามพัฒนากฎหมายและระบบกำกับดูแลให้รองรับการหลอมรวมของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มสื่อยุคใหม่ มีการส่งเสริมให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ รวมถึงมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จผ่านโครงการสำคัญ ได้แก่ ระบบการแจ้งเตือนภัยพิบัติ (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัล และ การพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) แต่อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในระดับผลลัพธ์ ยังไม่บรรลุเป้าหมายอย่างสมบูรณ์ เนื่องจากเนื้อหาสาธารณะและเนื้อหาทางการศึกษายังไม่สามารถแข่งขันกับเนื้อหาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยอัลกอริทึม (Algorithm) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเผชิญข้อท้าทายจากความแตกต่างของกฎเกณฑ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ดังนั้น ในระยะต่อไป กสทช. ควรมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพ รูปแบบการนำเสนอ และการเผยแพร่เนื้อหาสาธารณะผ่านหลายแพลตฟอร์ม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิผลของนโยบายด้านประโยชน์สาธารณะในยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น
การตอบสนอง	มีการตอบสนองที่รวดเร็วต่อปัญหาเฉพาะจุดและภาวะฉุกเฉิน ทั้งเรื่องคุณภาพสัญญาณที่ติดตามและแก้ไขปัญหาสัญญาณที่ผู้ชมร้องเรียนตามกระบวนการภายใต้ข้อกำหนดของประกาศ กสทช. มีการลงพื้นที่ติดตามกำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการรับชมโทรทัศน์ผ่านการปรับมาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์ (Connected TV/iDTV) รวมถึงมีการดำเนินการคุ้มครองผู้ชมในเหตุการณ์ภัยพิบัติ แสดงถึง

หลักธรรมาภิบาล	สรุปผลการปฏิบัติงาน
	การบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว อย่างไรก็ตาม ใดก็ดี ควรพัฒนาระบบการตอบสนองเชิงรุก เช่น การสำรวจพื้นที่เสี่ยง การติดตามคุณภาพสัญญาณในพื้นที่ห่างไกล การมีช่องทางร้องเรียนที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและผู้พิการ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากระบบร้องเรียนแบบตั้งรับไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตจริงของประชาชน
การะรับผิตชอบ/สามารถตรวจสอบได้	มีการปฏิบัติตามมาตรา 72 และมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ในการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อรัฐสภาและเปิดเผยต่อสาธารณะ รวมถึงเปิดรับการตรวจสอบจากคณะกรรมการติดตามและประเมินผล (กตป.) ในฐานะกลไกภายนอก รวมถึงยังมีการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพและความรับผิดชอบของสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการออกข้อบังคับและสนับสนุนการรวมกลุ่มขององค์กรวิชาชีพเพื่อกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) แต่ทั้งนี้ควรเพิ่มกลไกรายงานผลการดำเนินงานตามข้อสังเกตวุฒิสภาให้ชัดเจน และสาธารณะจะเสริมความรับผิดชอบให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยควรจัดทำตารางติดตามผลข้อสังเกตจากวุฒิสภาในรูปแบบที่ตรวจสอบได้ เช่น ข้อสังเกตจากวุฒิสภา การดำเนินการของ กสทช. สถานะ หลักฐาน ผลลัพธ์/ข้อจำกัด เป็นต้น เพื่อเพิ่มความชัดเจนของการะรับผิดชอบต่อสาธารณะ ควบคู่ไปกับการวางแผนระยะยาวที่ครอบคลุมแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพข้อมูลข่าวสารและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในยุคข้อมูลข่าวสารที่มีความซับซ้อนสูง
เปิดเผย/โปร่งใส	รักษามาตรฐานการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (ITA) และเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ต่อสาธารณะผ่านช่องทางดิจิทัล รวมถึงการพัฒนาระบบข้อมูลและกลไกเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่น มติที่ประชุม ข้อมูลการอนุญาต ข้อมูลการกำกับดูแลคุณภาพสัญญาณ ข้อมูลผังรายการ และข้อมูลมาตรการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพ รวมถึงพัฒนาศูนย์ข้อมูลออนไลน์ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อให้ภาคสาธารณะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทำงานผ่านการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับฐานข้อมูลกลาง (Broadcasting Central System: BCS) ควบคู่ไปกับการยกระดับกระบวนการทำงานภายในด้วยระบบงบประมาณอิเล็กทรอนิกส์ (NBTC e-Budgeting) ซึ่งเข้ามาช่วยสนับสนุนการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ตลอดจนเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในการใช้จ่ายเงินงบประมาณขององค์กร อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังเผชิญความท้าทายสำคัญจากปัญหาการระดมทุนที่คั่งค้าง จนส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงควรมีการสื่อสารข้อมูลเชิงนโยบายและการเผยแพร่ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ
หลักนิติธรรม	ดำเนินมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเข้มงวดผ่านการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงมีการบังคับใช้กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์อย่างเข้มแข็งและเป็นระบบมากขึ้นในปี 2568 ทั้งด้านสัดส่วนเนื้อหาการคุ้มครองผู้บริโภค และการกำกับดูแลโฆษณาสะท้อนถึงการคุ้มครองผลประโยชน์สาธารณะอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตาม จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมสื่อและการแข่งขันในยุคดิจิทัล พบว่ายังมีความแตกต่างของกรอบกำกับดูแลระหว่างกิจการโทรทัศน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้เกิดข้อกังวลเรื่องความเป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้น กสทช. ควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้

หลักธรรมาภิบาล	สรุปผลการปฏิบัติงาน
	การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างเท่าเทียม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักนิติธรรม ในสภาพแวดล้อมสื่อยุคใหม่
ความเสมอภาค	ดำเนินการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทุกกลุ่มประชากร (Universal Service) โดยกำหนดมาตรฐานบริการ SL/CC/AD ให้ผู้ประกอบการทุกรายปฏิบัติตาม มีมาตรการส่งเสริมสิทธิการเข้าถึงสื่อของผู้พิการและผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ผ่านการกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ด้านบริการเพื่อการเข้าถึง (Accessibility Services) รวมถึงดำเนินกิจกรรมส่งเสริมความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับสิทธิในการเข้าถึงสื่อของคณาธิการทางการได้ยินและการมองเห็น ผ่านโครงการอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินจากประชาชนยังสะท้อนว่ามาตรการที่ดำเนินอยู่ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานจริงได้อย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในด้านการออกแบบบริการและอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่ม ดังนั้น กสทช. ควรเร่งปรับปรุงหลักเกณฑ์ด้านการเข้าถึงสื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีสื่อยุคใหม่ เพื่อยกระดับความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และสร้างสังคมการสื่อสารที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังในระยะยาว
การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ	เปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบาย ตั้งแต่กลุ่มผู้ประกอบการ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม ไปจนถึงกลุ่มผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส โดยดำเนินการผ่านรูปแบบการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ และกระบวนการมีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) และการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่น การประชุมหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหารายการหรือการสื่อสารในภาวะความไม่สงบบริเวณชายแดนไทย เป็นการดำเนินงานที่ยึดโยงกับผู้ได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวาง (Stakeholder Engagement) เป็นจุดแข็งในการสร้างความชอบธรรมให้กับมาตรการกำกับดูแล แต่ควรยกระดับจากการมีส่วนร่วมเชิงกระบวนการไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงผลลัพธ์ โดยจัดทำสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ระบุประเด็นที่นำไปปรับปรุง และสื่อสารกลับไปยังผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมฉันทามติและความเชื่อมั่นต่อการกำกับดูแล
การกระจายอำนาจ	การกระจายอำนาจในมิติการกำกับดูแลและบริการทั้งในเชิงยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงพื้นที่ กระจายบทบาทการทำงานสู่ระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม คือ การจัดสรรงบประมาณที่จัดสรรงบประมาณรายจ่ายภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 18.81 ของงบประมาณสำนักงานทั้งหมด เพื่อขับเคลื่อนภารกิจในระดับพื้นที่รวมถึงการปรับโครงสร้างบุคลากร เพื่อถ่ายโอนภารกิจและกำลังคนจากส่วนกลางลงสู่ภูมิภาค เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แต่ยังคงเพิ่มความเข้มแข็งของสำนักงานภูมิภาคในการรับมือกับปัญหาเฉพาะพื้นที่อย่างทันท่วงที โดยควรพัฒนากลไกสนับสนุนสำนักงาน กสทช. ภูมิภาคให้มีทรัพยากรและระบบข้อมูลที่เพียงพอ รวมถึงกำหนดช่องทางประสานงานระหว่างส่วนกลางกับภูมิภาคให้ชัดเจน
คุณธรรม/จริยธรรม	ดำเนินมาตรการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนผ่านการพัฒนามาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและการคุ้มครองสิทธิของประชาชน โดยร่วมมือกับองค์กรวิชาชีพสื่อในการ

หลักธรรมาภิบาล	สรุปผลการปฏิบัติงาน
	จัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ นอกจากนี้ ยังมีการจัดเวทีหารือและพัฒนาแนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเปราะบาง รวมถึงการจัดทำแนวปฏิบัติด้านการรายงานข่าวเด็ก เยาวชน และข่าวอาชญากรรม เพื่อส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาที่เคารพสิทธิส่วนบุคคล ลดผลกระทบจากการผลิตซ้ำความรุนแรง และยกระดับมาตรฐานวิชาชีพสื่อให้สอดคล้องกับหลักสิทธิมนุษยชนและประโยชน์สาธารณะ รวมถึงส่งเสริมกลไกการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน (Self-regulation) ผ่านประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ อย่่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของสื่อดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยความรวดเร็วและการแข่งขันด้านความสนใจของผู้ชม กสทช. ควรส่งเสริมการบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหา เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของระบบสื่อมวลชนและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะยาว

ตารางที่ 5.7 สรุปผลการปฏิบัติงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ประจำปี 2568 ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

5.3 การวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI

การประเมินแบบ CIPPI (CIPPI Evaluation Model) การประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ใช้ควบคู่กับการบริหารโครงการเพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประเมินใน 5 ด้าน ได้แก่ การประเมินบริบท (Context Evaluation) การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) การประเมินผลผลิต (Output Evaluation) และการประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์การติดตาม และประเมินผลการดำเนินการของ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ 1) ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน 2) การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน และ 3) ข้อเสนอแนะจากภูมิสถาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปี ต่อวุฒิสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568 ดังนี้

5.3.1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

ประกอบไปด้วยประเด็นย่อยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทยกำลังเผชิญกับจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์นับตั้งแต่การประมูลใบอนุญาตในปี พ.ศ. 2556 บริบทความท้าทายในปัจจุบันมีองค์ประกอบ

สำคัญ 3 ประการที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ได้แก่ (1) การหมดอายุใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี พ.ศ. 2572 ซึ่งกำหนดเส้นตายเชิงนโยบายที่ผู้ประกอบการและ กสทช. จำต้องกำหนดทิศทางการอุตสาหกรรมให้ชัดเจนก่อนถึงวันดังกล่าว (2) การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์และ Over-The-Top (OTT) ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียม เนื่องจากแพลตฟอร์ม Netflix, YouTube และ TikTok ไม่ต้องแบกรับต้นทุนใบอนุญาตค่าโครงข่าย MUX และข้อกำหนดด้านเนื้อหาเช่นเดียวกับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล และ (3) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ โดยรายงานของ We Are Social (2566) ชี้ว่าคนไทยใช้เวลาดูวิดีโอออนไลน์เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 26 นาทีต่อวัน ขณะที่การรับชมทีวีสดเหลือเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 58 นาทีต่อวัน นับเป็นครั้งแรกที่สื่อออนไลน์แซงหน้าโทรทัศน์ในแง่เวลาชม

ในมิติตลาดแรงงาน บริบทสำคัญคือการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการจ้างงาน โดยจากการสำรวจของสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (2567) พบว่า นักข่าวและผู้ผลิตเนื้อหาในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์กว่าร้อยละ 40 ทำงานในรูปแบบฟรีแลนซ์หรือสัญญาระยะสั้นในปี พ.ศ. 2567 เพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 15 ในปี พ.ศ. 2560 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านจากการจ้างงานประจำไปสู่รูปแบบที่ยืดหยุ่นมากขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในอาชีพของบุคลากร นอกจากนี้ รายงานของ World Economic Forum (2025) ระบุว่าในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลก ตำแหน่งงานด้าน AI Data Analytics และ Digital Content Production เติบโตขึ้นร้อยละ 35 ระหว่างปี พ.ศ. 2565-2567 ขณะที่ตำแหน่งงานด้านการผลิตโทรทัศน์แบบดั้งเดิมลดลงร้อยละ 18 ในช่วงเวลาเดียวกัน

ทั้งนี้ กรอบนโยบายที่กำกับบริบทการประเมินในประเด็นนี้ ประกอบด้วย พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 มาตรา 49 ที่กำหนดให้ กสทช. จัดสรรคลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนคลื่นความถี่ทั้งหมดให้เป็นกิจการบริการสาธารณะ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง และแผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 ที่อยู่ระหว่างการพิจารณา

กล่าวโดยสรุปคือ บริบทดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยผู้ประกอบการต้องเผชิญแรงกดดันด้านรายได้จากโฆษณาที่ลดลง ขณะเดียวกันต้องรักษาคุณภาพการผลิตเนื้อหาและปฏิบัติตามเงื่อนไขกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ประเด็นโครงสร้างการแข่งขันและผลกระทบต่อแรงงานเป็นประเด็นสำคัญที่ กสทช. จำเป็นต้องติดตามและประเมินผลอย่างใกล้ชิด เพื่อกำหนดทิศทางการโทรทัศน์หลังปี 2572

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 และฉกทศนโครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572 ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจาก Nielsen Thailand (2568) และ DAAT (2568) รายงาน We Are Social (2566, 2568) ว่าด้วยพฤติกรรมการรับชมสื่อในประเทศไทย รายงาน World Economic Forum (2025), PwC (2025), Deloitte (2025) และ Reuters Institute (2025) ว่าด้วยแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรมสื่อและ AI และข้อมูลจากสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (2567)

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ครั้งที่ 1 และ 2 สำหรับประเด็นที่ 1 โดยมีตัวแทนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้าน

แรงงาน และสมาคมวิชาชีพสื่อ รวมผู้เข้าร่วมครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล นักวิชาการ นักวิชาชีพ และสื่อมวลชน และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่มีมิติการประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่อแรงงานและโครงสร้างอุตสาหกรรมรวมอยู่ด้วย

ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สะท้อนทั้งมิติการแข่งขัน รายได้ ต้นทุน การจ้างงาน และความต้องการทักษะแรงงานใหม่ ข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อยสะท้อนว่า ผู้ประกอบการโทรทัศน์ต้องปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อลดต้นทุน เช่น ลดจำนวนพนักงานประจำ เพิ่มการจ้างงานแบบโครงการ และรวมบทบาทหน้าที่ให้บุคลากรหนึ่งคนสามารถทำงานได้หลายขั้นตอน ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมยังต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้าน เช่น ช่างกล้อง ผู้เชี่ยวชาญด้านแสง นักเขียนบท วิศวกรระบบกระจายเสียง RF Engineer ผู้เชี่ยวชาญ LED และ Virtual Production รวมถึงบุคลากรที่มีทักษะยืดหยุ่นและทำงานข้ามสายงานได้ มีความครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และแรงงาน ซึ่งเพียงพอต่อการประเมินทิศทางการแข่งขันและแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัล

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการบริหารจัดการโครงสร้างอุตสาหกรรมและการรองรับผลกระทบต่อแรงงานในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 3 กลไกหลัก

- กลไกที่ 1 การจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 กสทช. อยู่ระหว่างการจัดทำแผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ ระยะกลาง (พ.ศ. 2569-2573) เพื่อกำหนดทิศทางโครงสร้างอุตสาหกรรมหลังการหมดอายุใบอนุญาตในปี 2572 (ระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) ซึ่ง Roadmap ดังกล่าวครอบคลุมทั้งมิติโครงสร้างช่องรายการมิติโครงข่าย และมิติการพัฒนาบุคลากร

- กลไกที่ 2 การกำหนดฉาบทันทีโครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572 กสทช. มีมติรับทราบฉาบทันทีโครงสร้างช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลที่เป็นไปได้หลังปี 2572 ซึ่งมี 2 ทางเลือก ได้แก่ ฉาบทันทีที่ 1 เหลือ 13 ช่องรายการ (ช่องบริการสาธารณะ 7 ช่อง และช่องบริการทางธุรกิจ 6 ช่อง) และฉาบทันทีที่ 2 เหลือ 17 ช่องรายการ (ช่องบริการสาธารณะ 7 ช่อง และช่องบริการทางธุรกิจ 11 ช่อง) (อ้างถึงในระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) การลดลงจาก 22 ช่องในปัจจุบันเป็น 13-17 ช่องมีนัยสำคัญโดยตรงต่อการจ้างงานในอุตสาหกรรม

- กลไกที่ 3 การกำหนดมาตรการพัฒนาบุคลากรในช่วงเปลี่ยนผ่าน Roadmap ระยะสั้น (ก่อนปี 2572) ที่ กสทช. ให้ความเห็นชอบในหลักการ มุ่งเน้นการ "พัฒนาบุคลากร ขยายทักษะความสามารถของผู้ประกอบการรายเดิม และพัฒนาบุคลากรรายใหม่" เพื่อให้มีทักษะในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความต้องการของตลาดดิจิทัล (อ้างถึงในระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวยังอยู่ในระดับหลักการ ยังไม่ได้แปลงเป็นแผนปฏิบัติการที่มีงบประมาณและตัวชี้วัดชัดเจน

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากทุกแหล่งสรุปผลผลิตได้เป็น 4 มิติหลัก

มิติที่ 1 พลวัตของตลาดโฆษณาและโครงสร้างรายได้: จากข้อมูลของ Nielsen Thailand (2568) เม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์ลดลงอย่างต่อเนื่องดังแสดงในตารางที่ 5.8 ซึ่งสะท้อนว่าภายในปี พ.ศ. 2567 ส่วนแบ่ง

รายได้โฆษณาโทรทัศน์ลดลงจากร้อยละ 93 เหลือเพียงร้อยละ 54 ขณะที่โฆษณาดิจิทัลโตจากร้อยละ 46 และมีแนวโน้มจะแซงโฆษณาทีวีอย่างถาวร ในปี พ.ศ. 2568-2569

ตารางที่ 5.8 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์เทียบกับโฆษณาดิจิทัล พ.ศ. 2558-2567

ปี (พ.ศ.)	โฆษณาทีวี (ล้านบาท)	โฆษณาดิจิทัล (ล้านบาท)	สัดส่วนทีวี (%)	สัดส่วนดิจิทัล (%)
2558	68,000	5,000	93	7
2561	58,000	13,000	82	18
2564	48,000	22,000	69	31
2567	38,000	32,000	54	46

ที่มา: Nielsen Thailand (2568)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่า ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มปรับโครงสร้างรายได้ โดยขยายไปสู่ธุรกิจ Content Licensing, T-Commerce, การผลิตเนื้อหาให้แพลตฟอร์ม OTT และ Branded Content ซึ่งบางรายสามารถสร้างรายได้จากช่องทางใหม่เหล่านี้ได้ถึงร้อยละ 20-30 ของรายได้รวม (DAAT, 2568) นอกจากนี้ ในระดับภูมิภาค ผู้ประกอบการท้องถิ่นจำนวนมากลดการซื้อโฆษณาทีวีและหันมาใช้ Influencer และ Content Creator ท้องถิ่นแทน ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาที่กระจายสู่สถานีระดับภูมิภาคลดลงต่อเนื่อง

มิติที่ 2 การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน: จากการวิเคราะห์ในตารางที่ 5.9 และผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบว่า โทรทัศน์ดั้งเดิมยังคงมีจุดแข็งสำคัญคือความน่าเชื่อถือและฐานผู้ชมผู้สูงอายุที่หนาแน่น ขณะที่ OTT มีข้อได้เปรียบอย่างชัดเจนในการทำ Data-driven Marketing และการวัดผลแบบเรียลไทม์ สถานการณ์ที่น่ากังวลคือ OTT กำลังปรับโมเดลธุรกิจจาก Subscription มาเป็น Advertising-based Video on Demand (AVOD) ซึ่งจะทำให้ OTT แข่งขันกับทีวีดั้งเดิมโดยตรงมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ทีวียังคงเสียเปรียบด้านความยืดหยุ่นและการเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ตารางที่ 5.9 การเปรียบเทียบขีดความสามารถในการแข่งขัน ระหว่างสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิมกับสื่อออนไลน์และ OTT

มิติ	สื่อโทรทัศน์ดั้งเดิม (Linear TV)	สื่อออนไลน์ และแพลตฟอร์ม OTT
จุดแข็งด้านโฆษณา	ความน่าเชื่อถือสูง ผ่านกระบวนการคัดกรองและกำกับดูแลจากภาครัฐ มีฐานผู้ชมสูงอายุและต่างจังหวัดหนาแน่น	เจาะกลุ่มเป้าหมายแม่นยำ (Targeting) วัดผลเรียลไทม์ (ROI) ยืดหยุ่นสูง ต้นทุนต่ำ
ข้อจำกัดเชิงแข่งขัน	วัดผลเฉพาะเจาะจงได้ยาก รับสารแบบ Passive เสี่ยงเปลี่ยนช่อง ฟังดราม่าและโฆษณาเกินจริงเพื่อเรตติ้ง	ปัญหา Fake News และ Clickbait ขาดกระบวนการตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือของตัวสินค้าต่ำกว่า
สินค้าที่ยังได้ผล	สินค้าขายตรง อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์สุขภาพ (กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้สูงอายุ)	สินค้าแฟชั่น สินค้าตามกระแส สินค้าท้องถิ่นที่ซื้อสะดวก

ที่มา: รวบรวมจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย (2568)

มิติที่ 3 ผลกระทบต่อแรงงานและการเปลี่ยนแปลงทักษะที่ต้องการ: ผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) พบข้อค้นพบสำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (1) แรงงานยุคใหม่ต้องมี "ทักษะแบบเปิด" (Multiskilling) สูง เช่น ช่างภาพต้องเข้าใจการตลาด โปรดิวเซอร์ต้องรู้กฎหมายและเทคโนโลยีดิจิทัล (2) พบวิกฤตความยืดหยุ่น ในบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีอัตราการเปลี่ยนงานสูง เพื่ออัปเดตเงินเดือน และมีช่องว่างด้านทักษะการนำเสนอในกลุ่มสายเทคนิค (3) แม้ต้องการคนรอบด้าน แต่อุตสาหกรรมกลับขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางระดับสูง เช่น นักเขียนบทโทรทัศน์ที่ดึงผู้ชมไว้ได้ Lighting Designer และ Sound Engineer (4) AI กำลังทดแทนงาน Back-office เช่น พนักงานบัญชี พนักงานด้านทรัพยากรบุคคล หรือพนักงานฝ่ายการจัดการทั่วไป และงานโปรดัคชันบางส่วน เช่น การสร้าง Storyboard ทำให้บุคลากรต้องยกระดับสู่การเป็น "ผู้กำกับ AI" (Human in Charge) และ (5) บัณฑิตใหม่ไม่มองสถานีโทรทัศน์เป็นตัวเลือกอันดับแรก แต่สนใจงาน Content Creator ในบริษัทออนไลน์หรือแบรนด์ต่างๆ มากกว่า

นอกจากนี้ ยังพบว่าตำแหน่งงานที่มีแนวโน้มลดลง ได้แก่ พนักงานห้องส่งโทรทัศน์ ช่างเทคนิค อุปกรณ์แพร่ภาพสัญญาณแบบดั้งเดิม และผู้ควบคุมการออกอากาศแบบ Linear Broadcasting (Deloitte, 2025) ขณะที่ตำแหน่งงานที่เติบโต ได้แก่ นักผลิตเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Multi-Platform Content Creator) นักวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม (Audience Data Analyst) ผู้เชี่ยวชาญ SEO และ Social Media Strategy และผู้เชี่ยวชาญด้าน AI-Assisted Content Production (Deloitte, 2025)

มิติที่ 4 แนวโน้มการจ้างงานและทิศทางหลังปี 2572: ผลการวิเคราะห์จากทุกแหล่งข้อมูลชี้ให้เห็นแนวโน้มเดียวกัน 3 ประการ ได้แก่ (1) Downsizing อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการมีแนวโน้มลดพนักงานประจำให้เหลือ "ทีมที่เล็กที่สุด" และจ้างงานแบบ Freelance หรือ Project-Based มากขึ้น (2) ฉากทัศน์การลดจาก 22 ช่องรายการเหลือ 13-17 ช่องหลังปี 2572 หมายความว่าจะมีผู้ประกอบการที่ต้องออกจากอุตสาหกรรม 5-9 ราย และบุคลากรของช่องเหล่านั้นจะต้องหางานใหม่โดยไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจนในขณะนี้ และ (3) ปรากฏการณ์พึ่งพาเทคโนโลยีต่างชาติ เนื่องจากอุตสาหกรรมไทยยังขาดแคลนวิศวกรที่เข้าใจระบบรากฐาน และต้องพึ่งพาซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศในราคาสูง ซึ่งเป็นความเปราะบางเชิงโครงสร้างในระยะยาว

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นถึงความเสี่ยงเชิงระบบ 3 ระดับที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ได้แก่ ระดับที่ 1 ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของโมเดลธุรกิจทีวีดิจิทัล เนื่องจากรายได้โฆษณาตกลงอย่างต่อเนื่องในขณะที่ต้นทุนการดำเนินงาน (โดยเฉพาะค่าโครงข่าย MUX) ยังคงสูง ระดับที่ 2 ความเสี่ยงด้านทุนมนุษย์ เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีเกิดเร็วกว่าความสามารถในการพัฒนาทักษะของแรงงาน และระดับที่ 3 ความเสี่ยงด้านบริการสาธารณะ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่เหลือน้อยส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดบ้านที่พึ่งพาฟรีทีวีเป็นสวัสดิการสื่อ และจะได้รับผลกระทบโดยตรงหากมีช่องรายการลดลง

แต่อย่างไรก็ดี ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เช่น การส่งเสริมทักษะด้าน Cross-platform Production, Data Analytics, Virtual Production, AI-assisted Production และการทำงานแบบ Multi skills เพื่อให้บุคลากรสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมได้

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.10

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- กรอบนโยบาย ประกอบด้วย พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 มาตรา 49 ที่กำหนดให้ กสทช. จัดสรรคลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนคลื่นความถี่ทั้งหมดให้เป็นกิจการบริการสาธารณะ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง และแผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 ที่อยู่ระหว่างการพิจารณา - บริบทความท้าทายในอุตสาหกรรม เกิดขึ้นพร้อมกัน (1) การหมดอายุใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี พ.ศ. 2572 (2) การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ และ Over-The-Top (OTT) ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เท่า และ (3) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ - บริบทตลาดแรงงาน มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการจ้างงาน ไปสู่รูปแบบฟรีแลนซ์หรือสัญญาระยะสั้นที่ยืดหยุ่นมาก และการเติบโตของตำแหน่งที่ใช้ AI ในการทำงาน
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 และฉกทศน์โครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572 ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจาก Nielsen Thailand (2568) และ DAAT (2568) รายงาน We Are Social (2566, 2568) ว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทย รายงาน World Economic Forum (2025), PwC (2025), Deloitte (2025) และ Reuters Institute (2025) ว่าด้วยแนวโน้มการจ้างงาน ในอุตสาหกรรมสื่อและ AI และ ข้อมูลจากสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (2567) - ผลการประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 1 และ 2 สำหรับประเด็นที่ 1 โดยมีตัวแทนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านแรงงาน และสมาคมวิชาชีพสื่อ รวมผู้เข้าร่วมครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้บริหารผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล นักวิชาการ นักวิชาชีพ และสื่อมวลชน และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่มีมติการประเมินผลกระทบเชิงนโยบายต่อแรงงานและโครงสร้างอุตสาหกรรม
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 เพื่อกำหนดทิศทางโครงสร้างอุตสาหกรรมหลังการหมดอายุใบอนุญาตในปี 2572 - กลไกที่ 2 การกำหนดฉกทศน์โครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572 อันมีนัยสำคัญโดยตรงต่อการจ้างงานในอุตสาหกรรม - กลไกที่ 3 การกำหนดมาตรการพัฒนาบุคลากรในช่วงเปลี่ยนผ่าน Roadmap ระยะสั้น ที่ กสทช. ให้ความเห็นชอบในหลักการ มุ่งเน้นการ "พัฒนาบุคลากร ขยายทักษะความสามารถของผู้ประกอบการรายเดิม และพัฒนาบุคลากรรายใหม่" เพื่อให้มีทักษะในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและความต้องการของตลาดดิจิทัล

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Output Evaluation	- มิติที่ 1 รายได้โฆษณาโทรทัศน์ลดลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการปรับโครงสร้างรายได้ ขยายไปสู่ธุรกิจ Content Licensing, T-Commerce, การผลิตเนื้อหาให้แพลตฟอร์ม OTT และ Branded Content - มิติที่ 2 โทรทัศน์ดั้งเดิมยังคงมีจุดแข็งสำคัญคือความน่าเชื่อถือและฐานผู้ชมผู้สูงอายุที่หนาแน่น แต่อย่างไรก็ดี OTT กำลังปรับโมเดลธุรกิจ มาเป็น Advertising-based Video on Demand (AVOD) ที่สามารถแข่งขันกับทีวีดั้งเดิมโดยตรงมากยิ่งขึ้น - มิติที่ 3 เกิดการเปลี่ยนแปลงทักษะที่ตลาดต้องการ โดยต้องมีทักษะแบบเปิด (Multiskilling) และมีความยืดหยุ่น แต่กลับมีช่องว่างขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางระดับสูง เช่น นักเขียนบทโทรทัศน์ Lighting Designer และ Sound Engineer และ AI กำลังทดแทนงาน Back-office - มิติที่ 4 แนวโน้มการจ้างงานหลังปี 2572 จะมีลักษณะ Downsizing ให้เหลือ ทีมที่เล็กที่สุด และจ้างงานแบบ Freelance หรือ Project-Based รวมถึงความไม่แน่นอนเนื่องจากยังไม่มีแผนรองรับบุคลากรเดิมที่อาจจะถูกเลิกจ้างหลังปี 2572
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบระยะยาว เพราะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดมาตรการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ แต่ยังคงเผชิญความเสี่ยงเชิงระบบ 3 ระดับ คือ ความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของโมเดลธุรกิจทีวีดิจิทัล ความเสี่ยงด้านทุนมนุษย์ เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี และความเสี่ยงด้านบริการสาธารณะ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่เหลืออยู่ส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดบ้าน

ตารางที่ 5.10 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านโครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

2) เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

ตลาดโฆษณาสื่อเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของสุขภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เนื่องจากรายได้โฆษณาเป็นแหล่งทุนหลักในการผลิตเนื้อหาและดำเนินกิจการ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาดโฆษณาในทศวรรษที่ผ่านมาจึงไม่ใช่เพียงปรากฏการณ์ทางธุรกิจ แต่มีนัยสำคัญโดยตรงต่อความสามารถของผู้ประกอบการในการผลิตเนื้อหาคุณภาพและเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะตามพันธกิจที่กฎหมายกำหนด

บริบทสำคัญที่กำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและนักการตลาด โดยผู้ลงโฆษณาหันมาให้ความสำคัญกับ Data-driven Marketing ที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก (Targeting) และวัดผลตอบแทนการลงทุน (ROI) ได้แบบเรียลไทม์ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของสื่อออนไลน์เหนือสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิม ปัจจัยที่ 2 การเติบโตของ AI ในการตลาด โดยนักการตลาดเริ่มเปลี่ยนกลยุทธ์จากการทุ่มงบซื้อพื้นที่โฆษณา (Paid Media) ไปสู่การลงทุนใน Owned Media และการใช้เครื่องมือ AI เพื่อผลิตเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และปัจจัยที่ 3 ปรากฏการณ์ Infotainment Takeover โดยจากรายงาน Reuters Institute (Digital News Report, 2025) พบว่าคนไทยเลือกดูข่าว ร้อยละ 43 มากกว่าอ่านข่าวที่มีจำนวน ร้อยละ 32 โดยมีวิดีโอสั้นเป็นรูปแบบหลัก และครีเอเตอร์

รายบุคคล เช่น รายการโฆษณาซึ่งผู้บริโภคร้อยละ 60 รู้จัก ได้กลายเป็นผู้กำหนดทิศทางเม็ดเงินโฆษณาแทนบรรณาธิการข่าวแบบดั้งเดิม

กรอบนโยบายที่กำกับบริบทการประเมินในประเด็นนี้ ได้แก่ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ว่าด้วยสัดส่วนรายการสาระ และมาตรา 52 ว่าด้วยการสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งในบริบทที่รายได้โฆษณาหดตัว กลไกการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐ (เช่น ประกาศสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมฯ พ.ศ. 2568) มีความสำคัญยิ่งขึ้นในการรักษาแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาสาธารณะ

กล่าวโดยสรุป จากบริบททั้งหมดข้างต้น การติดตามเม็ดเงินโฆษณาและการประเมินผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความอยู่รอดและการปรับตัวของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยในอนาคต

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ที่สะท้อนทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจาก Nielsen Thailand (2568) ที่รายงานพัฒนาการตั้งแต่ปี 2558-2567 และข้อมูล DAAT (Digital Advertising Association Thailand, 2568) ว่าด้วยโครงสร้างรายได้ใหม่ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ข้อมูลคาดการณ์ตลาดโฆษณาปี 2568-2569 จาก PwC (2025) รายงาน Reuters Institute Digital News Report (2025) ว่าด้วยพฤติกรรมรับข่าวสารและการใช้สื่อในประเทศไทย และข้อมูลมูลค่าโฆษณาของแพลตฟอร์มสำคัญ ได้แก่ Meta, TikTok และ YouTube รวมถึงมิติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางการเงินและการสนับสนุนผู้ประกอบการ

ข้อมูลปฐมภูมิ: ประกอบด้วย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล และนักวิชาชีพสื่อ ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่ครอบคลุมมิติพฤติกรรมผู้บริโภค การซื้อสินค้าผ่านสื่อของผู้บริโภค และผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ที่มีตัวแทนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสื่อเข้าร่วม

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับมิติตลาดโฆษณาและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 3 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การสร้างแรงจูงใจทางการเงินผ่านประกาศสนับสนุนรายการสาธารณะ กสทช. ออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ที่ลงราชกิจจานุเบกษา 14 กรกฎาคม 2568 มีผลบังคับใช้ 15 กรกฎาคม 2568 เพื่อสร้างกลไกแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการที่มีรายได้โฆษณาลดลงยังคงผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างต่อเนื่อง และกำลังพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัด Social Credit ที่เชื่อมโยงกับสิทธิประโยชน์ด้านค่าธรรมเนียม

กลไกที่ 2 การบังคับใช้กฎสัดส่วนเนื้อหาเชิงรุก กสทช. ยืนยันบทบาทการกำกับดูแลอย่างจริงจังผ่านมติ ไม่อนุมัติการลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตกรณีมรินทร์ ทีวี เอชดี เนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่ถึง

เกณฑ์ (อ้างอิงจากระเบียบวาระที่ 4.6 ครั้งที่ 21/2568) สะท้อนว่าแม้รายได้โฆษณาจะลดลง กสทช. ยังคงยึดมั่นในกลไกการกำกับดูแลสัดส่วนเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะ

กลไกที่ 3 กระบวนการติดตามและวิเคราะห์ตลาดโฆษณา คณะที่ปรึกษา กตป. ดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิในภูมิภาคต่างๆ ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค และ Sub-group Workshop เพื่อให้ได้ภาพรวมตลาดโฆษณาที่ครอบคลุมทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ซึ่งมักมีพลวัตที่แตกต่างจากตัวเลขระดับมหภาค

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาและความสามารถในการแข่งขันสรุปได้เป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 พลวัตเม็ดเงินโฆษณาในระยะ 9 ปีที่ผ่านมา: จากข้อมูลของ Nielsen Thailand (2568) ดังแสดงในตารางที่ 5.11 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาสื่อโทรทัศน์ลดลงต่อเนื่องจาก 68,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เหลือ 38,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2567 คิดเป็นการลดลงร้อยละ 44 ในช่วง 9 ปี ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลเติบโตจาก 5,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็น 38,500 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2567 โดยในปี พ.ศ. 2567 เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแซงหน้าโฆษณาโทรทัศน์ ซึ่งนักวิเคราะห์ประเมินว่าเป็น "จุดที่ไม่มีทางหวนกลับ" (Point of No Return) สำหรับโครงสร้างตลาดโฆษณา (PwC, 2025)

ตารางที่ 5.11 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์เทียบกับสื่อดิจิทัล พ.ศ. 2558-2567

ปี (พ.ศ.)	โฆษณาทีวี (ล้านบาท)	โฆษณาดิจิทัล (ล้านบาท)	สัดส่วนทีวี (%)	สัดส่วนดิจิทัล (%)
2558	68,000	5,000	93	7
2560	62,000	11,000	85	15
2562	55,000	18,000	75	25
2564	46,000	25,000	65	35
2566	42,000	32,000	57	43
2567 *	38,000	38,500*	50	50

ที่มา: Nielsen Thailand (2568)หมายเหตุ * คือ ปีที่เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแซงหน้าโทรทัศน์เป็นครั้งแรก

มิติที่ 2 ฉากทัศน์ตลาดโฆษณาปี 2568-2569 และ AI Disruption: จากข้อมูลในตารางที่ 5.12 พบสัญญาณเตือนภัยใหม่ที่สำคัญ คือ งบโฆษณาดิจิทัลมีแนวโน้มติดลบร้อยละ 0.3 ในปี พ.ศ. 2569 ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่สื่อดิจิทัลเองก็เผชิญกับการหดตัว สาเหตุหลักเกิดจาก AI Disruption ที่ทำให้นักการตลาดเปลี่ยนจากการซื้อพื้นที่โฆษณา (Paid Media) มาสู่การใช้ AI ผลิตเนื้อหา (Owned Media) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า สำหรับโทรทัศน์ยังคงหดตัวต่อเนื่องร้อยละ 6.4 ในปีเดียวกัน

ตารางที่ 5.12 มูลค่าเม็ดเงินโฆษณาและอัตราการเติบโต ปี 2568-2569

ประเภทสื่อ	มูลค่าปี 2568 (ล้านบาท)	คาดการณ์ปี 2569 (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (YoY)
สื่อดิจิทัล (Digital)	32,247	32,145	-0.3%
สื่อทีวีดิจิทัล (TV)	31,000	29,000	-6.4%

ที่มา: DAAT (2568) และ PwC (2025)

มิติที่ 3 โครงสร้างตลาดโฆษณาดิจิทัลและแพลตฟอร์มหลัก: ตลาดโฆษณาดิจิทัลไทยมีการกระจุกตัวสูง ใน 3 แพลตฟอร์มหลัก ดังแสดงในตารางที่ 5.13 โดย Meta ครองส่วนแบ่งสูงสุด รองลงมาคือ TikTok ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วจากแอปพลิเคชันความบันเทิงมาสู่แพลตฟอร์มค้นหาและแหล่งข่าวของคนรุ่นใหม่ พร้อมกับ YouTube ที่ยังคงเป็นช่องทางหลักของเนื้อหาขนาดยาว ลักษณะการรับชมข้ามแพลตฟอร์มยังสะท้อนว่าระหว่างเดือนตุลาคม 2566 ถึงตุลาคม 2567 สัดส่วนการรับชมผ่านสตรีมมิ่งพุ่งขึ้นเป็นร้อยละ 54 แซงหน้าโทรทัศน์ที่ลดลงเหลือร้อยละ 46 (Nielsen, 2567)

ตารางที่ 5.13 มูลค่าโฆษณาของแพลตฟอร์มดิจิทัลหลักในประเทศไทย ปี 2565 และคาดการณ์ปี 2569

แพลตฟอร์ม	ส่วนแบ่งตลาด (%)	มูลค่าโฆษณาปี 2565 (ล้านบาท)	คาดการณ์ปี 2569 (ล้านบาท)
Meta (Facebook & Instagram)	27	8,493	8,289
TikTok	21	6,697	-
YouTube	10	-	3,291

ที่มา: DAAT (2568) และ Reuters Institute Digital News Report (2025)

มิติที่ 4 ผลกระทบเชิงพื้นที่และโครงสร้างรายได้ที่เปลี่ยนไป: จากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) พบข้อค้นพบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การสูญเสียเม็ดเงินโฆษณาระดับท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการรายย่อย ผลิตภัณฑ์ชุมชน และธุรกิจขนาดเล็กย้ายเข้าสู่สื่อออนไลน์เกือบทั้งหมด Facebook, TikTok และ Influencer ในพื้นที่กลายเป็นทางเลือกหลักแทนสื่อดั้งเดิมในท้องถิ่น ส่งผลให้เคเบิลทีวีและวิทยุชุมชนประสบปัญหารายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง (2) การรวมศูนย์การตัดสินใจซื้อสื่อ โดยองค์กรขนาดใหญ่และหน่วยงานภาครัฐเปลี่ยนลักษณะจากการโฆษณาสินค้าโดยตรงไปเป็นการซื้อพื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหา CSR และซื้อผ่านสำนักงานใหญ่หรือเอเจนซีส่วนกลาง ทำให้เม็ดเงินที่กระจายสู่สถานีระดับภูมิภาคลดลงต่อเนื่อง และ (3) โครงสร้างรายได้ใหม่ของผู้ประกอบการที่ปรับตัว โดยบางรายสามารถสร้างรายได้จาก Content Licensing การผลิตเนื้อหาให้ OTT T-Commerce และ Branded Content ได้ถึงร้อยละ 20-30 ของรายได้รวม (DAAT, 2568) แต่ยังเป็นเพียงผู้ประกอบการส่วนน้อยที่มีทรัพยากรและองค์ความรู้เพียงพอ

ปรากฏการณ์ที่มีนัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ถึงแม้ผู้บริโภคในการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) จะยืนยันว่ายังเชื่อถือโฆษณาโทรทัศน์มากกว่าโฆษณาออนไลน์ แต่ปริมาณโฆษณาที่มากเกินไปและการค้นรายการบ่อย เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้ชมเปลี่ยนไปรับชมสื่อออนไลน์ที่กระชับกว่า สะท้อนให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือที่เหลืออยู่ของโทรทัศน์กำลังถูกทำลายด้วยการบริหารพื้นที่โฆษณาที่ไม่สมดุล

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นความเสี่ยงเชิงระบบที่สำคัญ คือ อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลกำลังเข้าสู่กับดักสองด้าน โดยด้านแรก คือ รายได้โฆษณาตกลงต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการต้องลดการลงทุนในเนื้อหาคุณภาพ แต่การลดคุณภาพยิ่งทำให้ผู้ชมย้ายไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ซึ่งยิ่งทำให้รายได้โฆษณาตกลงต่อ ด้านที่สอง คือ การพึ่งพาโฆษณามากเกินไปจนทำให้รายการถูกคั่นบอยกำลังทำลายความน่าเชื่อถือที่เป็นจุดแข็งเดียวที่เหลืออยู่ของโทรทัศน์

อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายและทิศทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการจัดทำ (ร่าง) Roadmap กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย พ.ศ. 2569–2573 ซึ่งต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดโฆษณาและรูปแบบการแข่งขันในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังช่วยให้ กสทช. และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ความเสี่ยงด้านรายได้จากโฆษณา และความจำเป็นในการพัฒนากลไกกำกับดูแลที่สอดคล้องกับการแข่งขันแบบ Cross-platform อันจะนำไปสู่การกำหนดมาตรการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์ไทยและการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.14

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- กรอบนโยบาย ประกอบด้วย พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ว่าด้วยสัดส่วนรายการสาระ และมาตรา 52 ว่าด้วยการสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งในบริบทที่รายได้โฆษณาหดตัว กลไกการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐ (เช่น ประกาศสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมฯ พ.ศ. 2568) มีความสำคัญยิ่งขึ้นในการรักษาแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาสาธารณะ - บริบทสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและนักการตลาด โดยผู้ลงโฆษณาหันมาให้ความสำคัญกับ Data-driven Marketing ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของสื่อออนไลน์ ปัจจัยที่ 2 การเติบโตของ AI ใน ไปสู่การลงทุนใน Owned Media และการใช้เครื่องมือ AI เพื่อผลิตเนื้อหา และปัจจัยที่ 3 ปรากฏการณ์ Infotainment Takeover คนไทยเลือกดูข่าว โดยมีวิดีโอสั้นเป็นรูปแบบหลัก และครีเอเตอร์รายบุคคลได้กลายเป็นผู้กำหนดทิศทางเม็ดเงินโฆษณาแทนบรรณาธิการข่าวแบบดั้งเดิม
Input Evaluation	- ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจาก Nielsen Thailand (2568) ที่รายงานพัฒนาการตั้งแต่ปี 2558-2567 และข้อมูล DAAT (Digital Advertising Association Thailand, 2568) ว่าด้วยโครงสร้างรายได้ใหม่ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ข้อมูลคาดการณ์ตลาดโฆษณาปี 2568-2569 จาก PwC (2025) รายงาน Reuters Institute Digital News Report

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	(2025) ว่าด้วยพฤติกรรมรับข่าวสารและการใช้สื่อในประเทศไทย และข้อมูลมูลค่าโฆษณาของแพลตฟอร์มสำคัญ ได้แก่ Meta, TikTok และ YouTube รวมถึงมิติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางการเงินและการสนับสนุนผู้ประกอบการ - ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล และนักวิชาชีพสื่อ ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่ครอบคลุมมิติพฤติกรรมการซื้อขายผ่านสื่อของผู้บริโภค และผลการประชุมกลุ่มย่อยที่มีตัวแทนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสื่อเข้าร่วม
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 ออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 เพื่อสร้างกลไกแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการที่มีรายได้โฆษณาลดลงยังคงผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้อย่างต่อเนื่อง และกำลังพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัด Social Credit ที่เชื่อมโยงกับสิทธิประโยชน์ด้านค่าธรรมเนียม - กลไกที่ 2 การบังคับใช้กฏสัดส่วนเนื้อหาเชิงรุก กสทช. ยืนยันบทบาทการกำกับดูแลอย่างจริงจัง สะท้อนว่าแม้รายได้โฆษณาจะลดลง กสทช. ยังคงยึดมั่นในกลไกการกำกับดูแลสัดส่วนเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะ - กลไกที่ 3 กระบวนการติดตามและวิเคราะห์ตลาดโฆษณา คณะที่ปรึกษา กตป. ดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเม็ดเงินโฆษณาจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิในภูมิภาคต่างๆ ผ่านกระบวนการเก็บข้อมูลใน 5 ภูมิภาค เพื่อให้ได้ภาพรวมตลาดโฆษณาที่ครอบคลุมทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ซึ่งมักมีพลวัตที่แตกต่างจากตัวเลขระดับมหภาค
Output Evaluation	- มิติที่ 1 แนวโน้มเม็ดเงินโฆษณาสื่อโทรทัศน์ลดลงต่อเนื่องจาก 68,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เหลือ 38,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2567 และเป็นครั้งแรกที่เม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแซงหน้าโฆษณาโทรทัศน์ ซึ่งนักวิเคราะห์ประเมินว่าเป็นจุดที่ไม่มีทางวนกลับ (Point of No Return) สำหรับโครงสร้างตลาดโฆษณา - มิติที่ 2 งบโฆษณาดิจิทัลมีแนวโน้มติดลบร้อยละ 0.3 ในปี พ.ศ. 2569 ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่สื่อดิจิทัลเองก็เผชิญกับการหดตัว สาเหตุหลักเกิดจาก AI Disruption - มิติที่ 3 ตลาดโฆษณาดิจิทัลไทยมีการกระจุกตัวสูง ใน 3 แพลตฟอร์มหลัก คือ Meta TikTok และ YouTube - มิติที่ 4 โครงสร้างรายได้ที่เปลี่ยนแปลง โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนและธุรกิจขนาดเล็กย้ายเข้าสู่สื่อออนไลน์เกือบทั้งหมด ส่งผลให้เคเบิลทีวีรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง องค์กรขนาดใหญ่และหน่วยงานรัฐซื้อพื้นที่เพื่อนำเสนอเนื้อหา CSR ผ่านเอเจนซี ทำให้เม็ดเงินที่กระจายสู่สถานีระดับภูมิภาคลดลงต่อเนื่อง และโครงสร้างรายได้ใหม่ จาก Content Licensing การผลิตเนื้อหาให้ OTT T-Commerce และ Branded Content
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบทางสังคมได้ เพราะสามารถนำไปใช้สนับสนุนการกำหนดนโยบายและทิศทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 โดยเฉพาะการจัดทำ (ร่าง) Roadmap กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียงของประเทศไทย พ.ศ. 2569–2573 และพัฒนากลไกกำกับดูแลที่สอดคล้องกับการแข่งขันแบบ Cross-platform ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์ไทยและการ

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	คุ้มครองประโยชน์สาธารณะได้อย่างเหมาะสมในอนาคต แต่ยังคงเผชิญความเสี่ยง 2 ด้าน คือ รายได้โฆษณาตลาดต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการต้องลดการลงทุนในเนื้อหาคุณภาพ ผู้ชมจึงย้ายไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ และ การพึ่งพาโฆษณามากเกินไปจนทำลายความน่าเชื่อถือที่เป็นจุดแข็งเดียวสำคัญของโทรทัศน์

ตารางที่ 5.14 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านเม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT ทิศทางและความสามารถในการแข่งขัน

3) ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่าย

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

ในช่วง พ.ศ. 2568 อุตสาหกรรมโทรทัศน์และโทรคมนาคมไทยกำลังเข้าสู่ช่วงการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรคลื่นความถี่ ที่มีนัยสำคัญต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในระยะยาว บริบทหลักที่กำหนดประเด็นนี้ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ประการแรก ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน (DVB-T2) จะหมดอายุในปี 2572 นำมาซึ่งคำถามเชิงโครงสร้างว่าคลื่นความถี่ย่าน UHF (470–694 MHz) ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจะถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรต่อไป ประการที่สอง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการรับชมทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศรับชมทีวีดิจิทัลผ่านระบบดาวเทียม C-Band ซึ่งใช้คลื่นความถี่ย่าน 3,500 MHz ในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60-70 (สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล, 2568) ทำให้แผนการนำคลื่น 3,500 MHz ไปประมูลเพื่อกิจการ 5G ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ชมทีวีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน และประการที่สาม เทคโนโลยี 5G Broadcasting ซึ่งเป็นการหลอมรวมระหว่างเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงและระบบโทรคมนาคม (LTE-based Terrestrial Broadcast) ตามมาตรฐาน 3GPP FeMBB กำลังเปลี่ยนจากขั้นทดสอบ (Trial) สู่การเริ่มใช้งานจริงเชิงพาณิชย์ (Commercial Deployment) ในหลายประเทศ

ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและองค์กรวิชาชีพได้แสดงจุดยืนต่อ กสทช. อย่างชัดเจน โดยสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ยื่น 5 ข้อเสนอต่อ กสทช. เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2568 ที่มีสาระสำคัญ ได้แก่ (1) คัดค้านการประมูลใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการรายเดิมและเสนอให้ต่ออายุใบอนุญาตเดิม (2) เรียกร้องให้เลื่อนแผนการประมูลคลื่น 3,500 MHz ออกไปจนกว่าใบอนุญาตปัจจุบันจะสิ้นสุด เนื่องจากกระบวนการเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านใช้เวลาประมาณ 2 ปี และ (3) กำหนดให้ กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบค่าบริการโครงข่าย (MUX) ทั้งหมดเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทุ่มเงินลงทุนด้านเนื้อหาได้เต็มที่ นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2568 ผู้บริหารระดับสูงของสถานีทีวีดิจิทัลหลายราย นำโดยนายกสมาคมและบริษัท PPTV HD 36 รวมพลังกดดันให้ กสทช. เคลียร์กติกาใบอนุญาต ยืนยันจุดยืนรักษากลิ่น 3,500 MHz ไว้สำหรับผู้ชมทีวีดิจิทัล

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย เอกสารมาตรฐาน 3GPP FeMBB ว่าด้วยเทคโนโลยี 5G Broadcasting รายงานการทดสอบ 5G Broadcast จากสำนักงาน กสทช. ร่วมกับผู้ให้บริการโครงข่าย MUX และผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลก มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ และการปรับรูปแบบใบอนุญาต ข้อเสนอของสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ข้อมูลแผนแม่บทกิจการ

กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง) และแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ประจำปี 2568 ผลการศึกษาเปรียบเทียบโมเดลการกำกับดูแลจากต่างประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร (Ofcom) และสหรัฐอเมริกา (FCC) เพื่อนำบทเรียนเรื่องการกำกับดูแลที่ยืดหยุ่นมาปรับใช้ รวมถึงรายงานข่าวจากสื่อมวลชน (วันนิวส์ และ PPTV HD 36) และรายงาน QUALCOMM Incorporated ว่าด้วยการฝังชิปรองรับ 5G Broadcast ในสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ที่มีนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ วิศวกรรมสื่อสาร นักวิชาชีพด้านโทรทัศน์ และตัวแทนผู้ให้บริการโครงข่าย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร MUX ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล และผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายคลื่นความถี่ และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีมติการสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความคาดหวังของประชาชนต่อทิศทางเทคโนโลยีทีวีหลังปี 2572

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับยุคหลังปี 2572 ในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 4 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การทดสอบระบบ 5G Broadcasting สำนักงาน กสทช. ร่วมมือกับผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัล (MUX) และผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลกดำเนินโครงการทดลองทดสอบระบบ 5G Broadcast อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่มีการทดสอบจริงในพื้นที่จังหวัดพะเยาและชุมพรเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของ 5G Broadcasting และ EWS ใช้โครงข่ายทีวีดิจิทัลเดิมเป็นฐาน

กลไกที่ 2 การจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 กสทช. มีมติเห็นชอบให้จัดทำ (ร่าง) Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ โดยรวมถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการอนุญาตจากระบบใบอนุญาตเดิมไปสู่การจดทะเบียนหรือขึ้นทะเบียน รวมถึงการปรับรูปแบบการอนุญาตเป็นผู้ให้บริการเนื้อหา (Service Provider) และผู้ให้บริการโครงข่าย (Network Provider) อย่างชัดเจน (อ้างอิงระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568 และระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) พร้อมสั่งการให้กำหนดราคาต้นทุนหรือหลักเกณฑ์การประมูลให้แล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2571

กลไกที่ 3 การพัฒนามาตรฐาน iTV/Connected TV กสทช. ดำเนินการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นใหม่ทีรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (iDTV) เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับระบบ HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) ซึ่งเป็นการเชื่อมสัญญาณอากาศกับอินเทอร์เน็ต (อ้างอิงระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 37/2568) โดยจัดประชุม Focus Group กับผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ 4 บริษัทเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568 เพื่อกำหนดเงื่อนไขและมาตรฐาน

กลไกที่ 4 การปรับปรุงประกาศสิ่งอำนวยความสะดวก (Infrastructure Sharing) กสทช. อยู่ระหว่างการปรับปรุงประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 เพื่อส่งเสริมการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน โดยจัดประชุม Focus Group เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เพื่อรวบรวมความคิดเห็นก่อนนำเสนอแก้ไข ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการลดต้นทุนการลงทุนโครงข่ายซ้ำซ้อน

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากทุกแหล่งสรุปได้เป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

มติที่ 1 ความเป็นไปได้ทางเทคนิคและระบบนิเวศของ 5G Broadcasting: จากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ผู้เชี่ยวชาญระบุว่า 5G Broadcasting มีความเป็นไปได้ทางเทคนิคที่ชัดเจน โดยมีจุดแข็งสำคัญ ได้แก่ ผู้ใช้สมาร์ทโฟนสามารถรับชมคอนเทนต์สดโดยไม่ต้องใช้ซิมการ์ด ไม่ต้องต่ออินเทอร์เน็ต และไม่เสียค่าดาวน์โหลดปัญหาความแออัดของข้อมูล (Data Congestion) ในเหตุการณ์ถ่ายทอดสดขนาดใหญ่ มีความหน่วงต่ำ (Low Latency) เหนือกว่า YouTube หรือ Facebook Live และรองรับ EWS ในภาวะวิกฤตที่อินเทอร์เน็ตอาจล้มเหลว อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมของระบบนิเวศ โดยเฉพาะว่าผู้ผลิตอุปกรณ์รายใหญ่จะบรรจุชิปเซ็ตรองรับ 5G Broadcast ในสมาร์ทโฟนที่จำหน่ายในไทยหรือไม่ ซึ่งบริษัท QUALCOMM Incorporated ได้เริ่มฝังเทคโนโลยีดังกล่าวในชิปรุ่นใหม่แล้ว แต่ยังต้องการความร่วมมือจาก OEM และนโยบายรัฐในการสนับสนุน ดังแสดงในตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 การเปรียบเทียบเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์

มิติการเปรียบเทียบ	DVB-T2 (ปัจจุบัน)	5G Broadcasting	OTT/Streaming
การรับสัญญาณ	เสาอากาศ TV ที่บ้าน	สมาร์ทโฟน โดยไม่ต้องใช้ซิมหรืออินเทอร์เน็ต	ต้องใช้อินเทอร์เน็ตและข้อมูล (Data)
การครอบคลุม	สถานีส่ง 168 แห่ง ครอบคลุม 95.6%	สามารถต่อยอดจากโครงสร้างเดิม + HPHT ครอบคลุมได้กว้างขึ้น	พื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
ต้นทุนผู้บริโภค	ฟรี (ซื้อเครื่องรับครั้งเดียว)	ฟรี (เมื่ออุปกรณ์รองรับ)	ต้องจ่ายค่าดาวน์/สมัครสมาชิก
ความพร้อม EWS	ใช้งานได้ระหว่างวิกฤต	สูงสุด: ไม่พึ่งอินเทอร์เน็ต	อ่อนแอ: อินเทอร์เน็ตล้มเหลวในวิกฤต
ความท้าทายหลัก	เสาอากาศซับซ้อน Dead Zone	Ecosystem ผู้ผลิตอุปกรณ์ + ต้นทุนลงทุนใหม่	Digital Divide ผู้ไม่มีอินเทอร์เน็ต

ที่มา: รวบรวมจากผลการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก (2568)

มติที่ 2 ยุทธศาสตร์การลงทุนโครงข่าย 3 ส่วนหลัก: ผลการวิเคราะห์ระบุว่าการลงทุนในโครงข่ายสำหรับ 5G Broadcasting ไม่จำเป็นต้องรื้อถอนระบบ DVB-T2 เดิมทั้งหมด แต่สามารถต่อยอดอย่างมีกลยุทธ์ผ่าน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) Transmitter โดยปรับอัปเกรด Exciter/Modulator ของสถานีส่งสัญญาณเดิมให้รองรับ 5G NR-Based Mixed Mode ด้วยโมเดล High-Power High-Tower (HPHT) ที่ใช้เสาส่งเดิมเป็นฐาน ลดความจำเป็นในการลงทุนสร้างเสาใหม่ (2) Repeater/Gap Filler โดยติดตั้ง Smart Repeaters ในเขตเมืองใหญ่ที่มีตึกสูงหนาแน่น (Urban Canyons) ร่วมกับโครงข่าย SFN (Single Frequency Network) เพื่อให้ความถี่เดียวกันส่งสัญญาณได้ต่อเนื่องโดยไม่รบกวนกัน และ (3) Fiber Backhaul โดยแชร์โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Sharing) กับผู้ให้บริการโทรคมนาคม เพื่อรองรับเนื้อหาวิดีโอ 4K/8K และระบบ EWS แบบเรียลไทม์ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการโครงข่าย MUX ยังคงอยู่ระหว่างการคืนทุนจากการลงทุน DVB-T2 ในรอบแรก การจะให้แบกรับต้นทุนการลงทุนใหม่ทั้งหมดจึงเป็นไปได้ยากในเชิงธุรกิจ

มิติที่ 3 ประเด็นคลื่นความถี่ UHF: ความขัดแย้งระหว่างกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคม: ประเด็นที่ได้รับการอภิปรายมากที่สุดจากทุกภาคส่วน คือการแย่งชิงคลื่นความถี่ย่าน UHF (470-694 MHz) ระหว่างกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcasting) และกิจการโทรคมนาคม (5G/6G Unicast) โดยผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยชี้ว่าหากอนุญาตให้คลื่น UHF ทั้งหมดถูกโอนย้ายไปสู่ภาคโทรคมนาคม 5G Unicast เพียงอย่างเดียว อาจนำไปสู่ภาวะความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล เนื่องจากประชาชนผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบางไม่สามารถจ่ายค่าอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมเนื้อหาได้ การมี Spectrum Roadmap ที่ชัดเจนจาก กสทช. ก่อนปี 2572 จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ไม่ใช่เพียงเพื่อผู้ประกอบการ แต่เพื่อรักษาสิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

มิติที่ 4 ข้อสรุปจากการประชุมกลุ่มย่อย (Key Insights): ประเด็นที่ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพเห็นตรงกัน 4 ประการ ได้แก่ (1) เทคโนโลยีเป็นเพียงท่อดึงสัญญาณ แต่สิ่งที่ดึงดูดผู้ชมคือเนื้อหา ดังนั้นความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพสัญญาณเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับว่าสถานีโทรทัศน์จะผลิตเนื้อหา Personalized Content และ Interactive ได้มากน้อยเพียงใด (2) ความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting ในไทยมีความชัดเจนในมิติของความจำเป็นเชิงยุทธศาสตร์ แต่มีความท้าทายสูงในมิติความคุ้มค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะเรื่องความพร้อมของ Ecosystem และอุปกรณ์ (3) ต้องการ Sandbox หรือพื้นที่ทดลองในพื้นที่นำร่องก่อนปี 2572 เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย และ (4) ปี 2572 ไม่ควรเป็นจุดสิ้นสุดของทีวีดิจิทัล แต่ควรเป็นจุดเริ่มต้นของยุคโทรทัศน์บนหน้าจอพกพา

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นถึงความเร่งด่วนของการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ กสทช. ต้องทำในช่วง 4 ปีก่อนปี 2572 ความล่าช้าในการกำหนด Spectrum Roadmap ไม่ใช่เพียงผลเสียต่อผู้ประกอบการ แต่จะสร้างความไม่แน่นอนให้กับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องวางแผนล่วงหน้า และอาจส่งผลให้ปี 2572 กลายเป็นจุดแตกหักของอุตสาหกรรมแทนที่จะเป็นการเปลี่ยนผ่านที่ราบรื่น

แต่อย่างไรก็ดี ผลการศึกษามีความน่าสนใจไปใช้ประกอบการพิจารณาปรับนโยบายการจัดสรรคลื่นความถี่และมาตรการลดภาระต้นทุนค่าธรรมเนียมให้ผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีใหม่ได้ เทคโนโลยี 5G Broadcast ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความมั่นคงของการสื่อสาร โดยสามารถทำหน้าที่เป็นโครงข่ายหลักสำหรับระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติ (EWS) ที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าอินเทอร์เน็ตในภาวะวิกฤต ในมิติทางสังคม ผลการศึกษาช่วยระบุแนวทางการจ้างงานใหม่ในรูปแบบช่างดิจิทัลชุมชนหรือหอสัญญาณ เพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุและลดช่องว่างทางเทคโนโลยี, บทสรุปเชิงนโยบายชี้ให้เห็นว่ากิจการโทรทัศน์กำลังเปลี่ยนสถานะจากธุรกิจสื่อสู่สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่รัฐต้องประกันสิทธิการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่ายสรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.16

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- ข้อเสนอโดยสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ต่อ กสทช. เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2568 สาระสำคัญ ได้แก่ (1) คัดค้านการประมูลใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการรายเดิมและเสนอให้ต่ออายุใบอนุญาตเดิม (2) เรียกร้องให้เลื่อนแผนการ

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	ประมูลคลื่น 3,500 MHz ออกไปจนกว่าใบอนุญาตปัจจุบันจะสิ้นสุด เนื่องจากกระบวนการเตรียมความพร้อมในการเปลี่ยนผ่านใช้เวลาประมาณ 2 ปี และ (3) กำหนดให้ กสทช. เป็นผู้รับผิดชอบค่าบริการโครงข่าย (MUX) ทั้งหมดเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทุ่มเงินลงทุนด้านเนื้อหาได้เต็มที่ - บริบทประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน (DVB-T2) จะหมดอายุในปี 2572 คลื่นความถี่ย่าน UHF (470-694 MHz) ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจะถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างใดต่อไป (2) ประชาชนรับชมทีวีดิจิทัลผ่านระบบดาวเทียม C-Band ซึ่งใช้คลื่นความถี่ย่าน 3,500 MHz ในสัดส่วนร้อยละ 60-70 ทำให้แผนการนำคลื่นไปประมูลเพื่อกิจการ 5G ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ชมทีวีดิจิทัล (3) 5G Broadcasting ซึ่งเป็นการหลอมรวมระหว่างเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงและระบบโทรคมนาคม (LTE-based Terrestrial Broadcast) ตามมาตรฐาน 3GPP FeMBB กำลังเปลี่ยนจากขั้นทดสอบ (Trial) สู่การเริ่มใช้งานจริงเชิงพาณิชย์ (Commercial Deployment) ในหลายประเทศ
Input Evaluation	- เอกสารมาตรฐาน 3GPP FeMBB ว่าด้วยเทคโนโลยี 5G Broadcasting รายงานการทดสอบ 5G Broadcast จากสำนักงาน กสทช. ร่วมกับผู้ให้บริการโครงข่าย MUX และผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลก มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ และการปรับรูปแบบใบอนุญาต ข้อเสนอของสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ข้อมูลแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (ฉบับปรับปรุง) และแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ประจำปี 2568 ผลการศึกษาเปรียบเทียบโมเดลการกำกับดูแลจากต่างประเทศ รายงานข่าวจากสื่อมวลชน และรายงาน QUALCOMM Incorporated ว่าด้วยการฝังชิปรองรับ 5G Broadcast ในสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ - ผลการประชุมกลุ่มย่อยที่มีนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ วิศวกรรมสื่อสาร นักวิชาชีพด้านโทรทัศน์ และตัวแทนผู้ให้บริการโครงข่าย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร MUX ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล และผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายคลื่นความถี่ และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีมติการสอบถามเกี่ยวกับความรู้และความคาดหวังของประชาชนต่อทิศทางการเทคโนโลยีทีวีหลังปี 2572
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การทดสอบระบบ 5G Broadcasting อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่มีการทดสอบจริงในพื้นที่จังหวัดพะเยา และชุมพรเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของ 5G Broadcasting และ EWS ใช้โครงข่ายทีวีดิจิทัลเดิมเป็นฐาน - กลไกที่ 2 การจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 รวมถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการอนุญาตจากระบบใบอนุญาตเดิมไปสู่การจดทะเบียนหรือขึ้นทะเบียน รวมถึงการปรับรูปแบบการอนุญาตเป็นผู้ให้บริการเนื้อหา (Service Provider) และผู้ให้บริการโครงข่าย (Network Provider) - กลไกที่ 3 ดำเนินการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่ยังรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (iDTV) เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับระบบ HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV) ซึ่งเป็นการเชื่อมสัญญาณอากาศกับอินเทอร์เน็ต

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	- กลไกที่ 4 อยู่ระหว่างการปรับปรุงประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 เพื่อส่งเสริมการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน โดยจัดประชุม Focus Group เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เพื่อรวบรวมความคิดเห็นก่อนนำเสนอแก้ไข ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการลดต้นทุนการลงทุนโครงข่ายซ้ำซ้อน
Output Evaluation	- มิติที่ 1 5G Broadcasting มีความเป็นไปได้ทางเทคนิคที่ชัดเจน โดยมีจุดแข็งสำคัญ ได้แก่ ผู้ใช้สมาร์ตโฟนสามารถรับชมคอนเทนต์สดโดยไม่ต้องต่ออินเทอร์เน็ต ลดปัญหาความแออัดของข้อมูล (Data Congestion) และรองรับ EWS ในภาวะวิกฤตที่อินเทอร์เน็ตอาจล้มเหลว อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมของระบบนิเวศ - มิติที่ 2 ลงทุนในโครงข่ายสำหรับ 5G Broadcasting ไม่จำเป็นต้องรื้อถอนระบบ DVB-T2 เดิมทั้งหมด แต่สามารถต่อยอดอย่างมีกลยุทธ์ผ่าน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ (1) Transmitter โดยปรับอัปเกรด Exciter/Modulator ของสถานีส่งสัญญาณเดิมให้รองรับ (2) ติดตั้ง Smart Repeaters ในเขตเมืองใหญ่ที่มีตึกสูงหนาแน่น ร่วมกับโครงข่าย SFN (Single Frequency Network) (3) แชรโครงสร้างพื้นฐานกับผู้ให้บริการโทรคมนาคม เพื่อรองรับเนื้อหาวิดีโอ 4K/8K และระบบ EWS แบบเรียลไทม์ - มิติที่ 3 ความขัดแย้งระหว่างกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคม โดยหากอนุญาตให้คลื่น UHF ทั้งหมดถูกโอนย้ายไปสู่ภาคโทรคมนาคม 5G Unicast เพียงอย่างเดียว อาจนำไปสู่ภาวะความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล เนื่องจากประชาชนผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มเปราะบางไม่สามารถจ่ายค่าอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมเนื้อหาได้ - มิติที่ 4 ข้อสรุปจากการประชุมกลุ่มย่อย นักวิชาการและนักวิชาชีพเห็นตรงกัน คือ (1) สิ่งที่ต้องดูผู้ชมคือเนื้อหา ดังนั้นความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพสัญญาณเพียงอย่างเดียว (2) ความเป็นไปได้ของ 5G Broadcasting ในไทยมีความชัดเจนในมิติเชิงยุทธศาสตร์ แต่มีความท้าทายในมิติเชิงเศรษฐศาสตร์ (3) ต้องการ Sandbox หรือพื้นที่ทดลองในพื้นที่นำร่องก่อนปี 2572 เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย และ (4) ปี 2572 ควรเป็นจุดเริ่มต้นของยุคโทรทัศน์บนหน้าจอพกพา
Impact Evaluation	ความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบระยะยาว เพราะสามารถนำไปใช้ประกอบการพิจารณา นโยบายการจัดสรรคลื่นความถี่และมาตรการลดภาระต้นทุนค่าธรรมเนียมให้ผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีใหม่ได้ แต่จำเป็นต้องดำเนินการเร่งด่วนก่อนปี 2572 ในการกำหนด Spectrum Roadmap

ตารางที่ 5.16 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่าย

4) พฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT Streaming และ Cross-media หลังปี 2572 การประเมินบริบท (Context Evaluation)

พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนไทยในปี 2568 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างที่เกินกว่าระดับแนวโน้ม ไปสู่การเป็นบรรทัดฐานใหม่ โดยแพลตฟอร์ม OTT และ Streaming ไม่ได้

เป็นเพียงสื่อทางเลือกอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน โดยผู้บริโภคในทุกภูมิภาคระบุว่าหากสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินขัดข้อง จะสลับไปรับชมผ่านออนไลน์หรือแอปพลิเคชันทันทีโดยไม่รอคอย ปรากฏการณ์นี้สะท้อนว่าผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสารทางเดียว (Passive Audience) ไปสู่ผู้เลือกและสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง (Active Content Creator) อย่างสิ้นเชิง

บริบทสำคัญที่กำกับการเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่ มิติที่ 1 การตายของ Prime Time เนื่องจากผู้ชมสามารถเลือกรับชมเนื้อหาตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ทำให้แนวคิดเรื่องช่วงเวลาทองที่เคยกำหนดโครงสร้างรายได้โฆษณาของโทรทัศน์เริ่มเปลี่ยนแปลงไป มิติที่ 2 ช่องว่างในการกำกับดูแล โดยในปัจจุบัน กสทช. มีอำนาจกำกับดูแลเนื้อหาบนโทรทัศน์ภาคพื้นดินอย่างเข้มงวด แต่ไม่มีอำนาจโดยตรงในการกำกับดูแล OTT และแพลตฟอร์มข้ามชาติ เช่น Netflix, YouTube, TikTok ที่ไม่ได้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่วัดจิตลแข่งขันในสนามที่ไม่เท่าเทียม และมิติที่ 3 เส้นแบ่งระหว่างโทรทัศน์ OTT และโซเชียลมีเดียกำลังเลือนหายไป เนื้อหาที่เคยอยู่ในโทรทัศน์กำลังถูกแจกจ่ายในหลายรูปแบบบนหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน

ในเชิงเปรียบเทียบนานาชาติ สหราชอาณาจักรได้ตรา Online Safety Act 2023 ซึ่งให้อำนาจ Ofcom กำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานสร้างและแบ่งปันเนื้อหา (User-Generated Content) บริการสืบค้น และสื่อลามก ทำให้ Linear TV และ OTT ถูกกำกับในมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน ขณะที่สหรัฐอเมริกาเผชิญปัญหาเดียวกับไทย โดย FCC ไม่มีอำนาจตามกฎหมายในการกำกับดูแล OTT เนื่องจากถูกจัดประเภทเป็น Information Services ไม่ใช่ Broadcasting ก่อให้เกิดช่องว่างกฎหมายที่สะท้อนถึงสถานการณ์ในประเทศไทยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังมีบริบทที่พบจากการผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ที่พบว่าปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่ได้เสพสื่อในลักษณะเส้นตรงเป็นหลัก แต่มีพฤติกรรมเปิดรับบริการสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ OTT (Over-the-Top) และ Streaming สูงมาก ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า ครึ่งหนึ่งในทุกภูมิภาคมีการรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดถึงร้อยละ 84.5 ขณะที่การรับชมระบบภาคพื้นดินดั้งเดิมมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้ ผู้บริโภคทุกภูมิภาคมีพฤติกรรมการรับชมรายการในระดับมากโดยเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลต์ (Short Clips / Highlights) เพื่อรับชมเฉพาะช่วงสำคัญ นอกจากนี้ พฤติกรรมการรับชมยังเป็นลักษณะ สื่อคู่ขนาน (Cross-media) โดยร้อยละ 34.7 มักเล่นเกมหรือแชทเรื่องอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับรายการที่ชม และร้อยละ 31.3 ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาที่กำลังดูอยู่ และในประเด็นความเต็มใจในการจ่ายเงิน (Willingness to Pay) ผู้บริโภคในภาพรวมมีเพียงร้อยละ 26.2 เท่านั้นที่ต้องการรับชมฟรีและไม่เคยจ่ายเงิน ขณะที่ประชากรส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินซื้อบริการ Streaming โดยแบ่งเป็นร้อยละ 51.0 ยินดีจ่ายเพื่อหลีกเลี่ยงโฆษณา และร้อยละ 22.8 ยินดีจ่ายเพื่อรับชมเนื้อหาพิเศษหรือก่อนใคร จากบริบทดังกล่าว การติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีส่วนสำคัญต่อการประเมินผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงาน Media Nations 2024 ของ Ofcom (UK) ว่าด้วยพฤติกรรมการรับชมสื่อ รายงาน Reuters Institute Digital News Report (2025) มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ National Streaming Platform iDTV/Connected TV และ OTT Regulation Framework รายงานข่าว

จากสื่อมวลชน ได้แก่ โพสต์ทูเดย์ (30 ธ.ค. 68) และไทยรัฐ (12 พ.ย. 68) ว่าด้วยความคืบหน้าวาระ OTT ของ กสทช. และงานวิจัย มณีรัตน์ กำจรกิจการ (2566) ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเข้าสู่ตลาด OTT TV ในประเทศไทย

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม 6,000 ชุด ใน 5 ภูมิภาค ที่ครอบคลุมตัวแปรพฤติกรรมการรับชมสื่อรายเจเนอเรชัน (สำรวจ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคโทรทัศน์) ผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ที่มีผู้เชี่ยวชาญด้าน สื่อดิจิทัลและนิเทศศาสตร์เข้าร่วม ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีวิธีการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การรับชมและการปรับตัวต่อสื่อดิจิทัล

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและการ กำกับดูแล OTT ในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 4 กลไกหลัก แต่ทั้งนี้ ยังมีบางกลไกที่เป็นวาระสำคัญที่ค้าง พิจารณา

กลไกที่ 1 การพัฒนามาตรฐาน iDTV/Connected TV เพื่อรองรับพฤติกรรมใหม่ กสทช. มีมติ เห็นชอบในหลักการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (iDTV) โดยกำหนดเงื่อนไขสำคัญว่า ผู้ใช้ต้องสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งของแอปพลิเคชันบนหน้าจอหลักได้ ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงเนื้อหาทีวีดิจิทัล (อ้างอิงระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 37/2568) รวมทั้งมีการ ปรับเปลี่ยนถ้อยคำจาก "OTT" เป็น "Streaming" ในเอกสารอย่างเป็นทางการเพื่อให้เกิดความชัดเจนในเชิง กฎหมายและการกำกับดูแล (อ้างอิงระเบียบวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 16/2568)

กลไกที่ 2 กระบวนการหลอมรวมกฎหมายแม่บท 3 ฉบับเข้าด้วยกัน ผ่านคณะกรรมการแก้ไข ปรับปรุงกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบัน รวมถึงมีการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะ กลุ่ม (Focus Group) จากผู้มีส่วนได้เสียจำนวน 3 ครั้งในการจัดทำร่าง Roadmap นอกจากนี้ กสทช. มีการ ลงพื้นที่กำกับดูแลโครงข่ายที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ (เคเบิลทีวี) 4 ครั้ง และติดตามตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก 2 ครั้ง อย่างไรก็ตาม กระบวนการในการกำกับดูแลเนื้อหาในฝั่ง OTT ยังคงเผชิญความท้าทาย เนื่องจากยัง ขาดกลไกการร่วมกำกับดูแล (Co-regulation) ร่วมกับสมาคมวิชาชีพและแพลตฟอร์มอย่างเป็นรูปธรรม

กลไกที่ 3 การพัฒนาแนวทาง National Streaming Platform (วาระค้างพิจารณา) กสทช. มี นโยบายส่งเสริมการเข้าถึงทีวีดิจิทัลผ่านอินเทอร์เน็ตบนแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับชาติ โดยมีนโยบาย 4 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณจาก กทปส. การออกประกาศเกณฑ์บริการผ่านอินเทอร์เน็ตภายในกลางปี 2568 การพัฒนาแพลตฟอร์มให้พร้อมภายในปี 2569 และการกำกับดูแลข้อมูลพฤติกรรมตาม PDPA (อ้างอิง ระเบียบวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 16/2568) อย่างไรก็ตาม วาระดังกล่าวถูกเลื่อน พิจารณาซ้ำแล้วซ้ำเล่าในเกือบทุกกรอบการประชุม ส่งผลให้สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ชูฟ้องศาลปกครองในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ (โพสต์ทูเดย์, 30 ธ.ค. 68)

กลไกที่ 4 การพัฒนา OTT Regulation Framework (วาระค้างพิจารณา) แนวทางการกำกับ ดูแล การให้บริการแพร่ภาพแพร่เสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT Regulation) เป็นวาระที่ค้างพิจารณาในทุกการ ประชุม กสทช. (อ้างอิงระเบียบวาระที่ 4.18 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 12/2568) เนื่องจาก ต้องการเสนอต่อคณะกรรมการร่วมระหว่าง กสทช. และ ETDA ตามพระราชกฤษฎีกาธุรกิจบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลฯ พ.ศ. 2565 และเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2568 สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศ

ไทย) ร่วมกับสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ยื่นหนังสือเรียกร้องให้ กสทช. เร่งพิจารณา OTT Regulation Framework เพื่อควบคุมปัญหา Fake News, Scam และ Disinformation บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากทุกแหล่งสรุปได้เป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 พฤติกรรมการรับชมสื่อรายเจเนอเรชัน: ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม 6,000 ชุดแสดงให้เห็นรูปแบบพฤติกรรมที่ชัดเจนตามกลุ่มอายุ ดังแสดงในตารางที่ 5.17

ตารางที่ 5.17 พฤติกรรมการรับชมสื่อโทรทัศน์และดิจิทัลรายเจเนอเรชัน ปี 2568

พฤติกรรมการรับชม	Gen Z (13-27 ปี)	Gen Y (28-43 ปี)	Gen X (44-59 ปี)	Baby Boomer (60+ ปี)
ดูสดตามผัง (Live Broadcast) ทุกวัน	77.8%	กระจายตัว	89.0%*	43.2% / 40.3%**
ดูย้อนหลัง (On-Demand) ทุกวัน	75.9%*	บ่อย 56.4%	บ่อย 88.6%	ต่ำกว่ากลุ่มอื่น
คลิปสั้น/ไฮไลต์ ทุกวัน	78.1%*	บ่อย	บ่อย 84.4%	ปานกลาง 83.8%
OTT/Streaming ทุกวัน	75.3%*	บ่อย	บ่อย 86.2%	46.7% / 40.3%**
อุปกรณ์หลัก	Smart TV 60.3%	สมาร์ทโฟน 87.6%*	TV/Smart TV 90.3%*	TV/Smart TV 87.0%
ตัวขับเคลื่อนการเลือกชม	Algorithm 85.8% ผังทีวี 9.2% เท่านั้น	Algorithm 69.1% บอกต่อ 21.8%	เปิดผังทีวี 62.3% Algorithm 27.5%	Algorithm/แชร์ 56.1% ผังทีวี 36.9%

ที่มา: ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถาม 6,000 ชุด (2568) หมายเหตุ * = สูงสุดในหมวดนั้น ** = แบ่งเป็น 2 กลุ่มชัดเจน (ดูบ่อยกับดูน้อยมาก)

ข้อค้นพบสำคัญจากตารางข้างต้น ได้แก่ (1) Gen X เป็นกลุ่มที่ยังยึดโยงกับโทรทัศน์ถ่ายทอดสดสูงสุด ร้อยละ 89.0% แต่ยังปรับตัวรับชม On-Demand ในระดับสูงด้วย ร้อยละ 88.6 บ่อย 5-6 วัน/สัปดาห์ สะท้อนพฤติกรรม Dual Screen ที่ดูทั้งสองแบบ (2) Gen Y ดูสดในสัดส่วนสูงกว่าที่คาด ร้อยละ 77.8 แต่เน้นรายการสดที่ต้องเกาะกระแส เช่น กีฬาและข่าวเรียลไทม์ ไม่ใช่ผังรายการปกติ (3) Baby Boomer แบ่งชัดเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ยึดโทรทัศน์ดั้งเดิมและกลุ่มที่ย้ายไปออนไลน์เรียบร้อยแล้ว ทำให้การออกแบบนโยบายเพื่อกลุ่มนี้ต้องรอบคอบมากขึ้น และ (4) ที่น่าตกใจที่สุดคือ Gen Z ดูตามผังทีวีแบบดั้งเดิมเพียงร้อยละ 9.2 เท่านั้น ขณะที่ Algorithm ครองร้อยละ 85.8 ซึ่งหมายความว่าวิถีที่ กสทช. กำกับดูแลสัดส่วนผังรายการในปัจจุบันแทบไม่มีผลต่อเนื้อหาที่ Gen Z เลือกรับชมจริง

มิติที่ 2 การเปลี่ยนบทบาทของโทรทัศน์ในระบบสื่อไทย: ผลการประชุมกลุ่มย่อยและสัมภาษณ์เชิงลึกสะท้อนตรงกันว่าโทรทัศน์กำลังเปลี่ยนบทบาทจากสื่อบันเทิงหลัก ไปสู่ Public Infrastructure Medium หรือสื่อโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ที่มีหน้าที่หลัก ได้แก่ การสื่อสารในภาวะวิกฤต การแจ้งเตือนภัย การสร้างความเข้าใจร่วมของสังคม และการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ขณะที่ OTT จะทำหน้าที่เป็น Personalized Consumption Medium ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล ปรากฏการณ์ เปิดทีวีทิ้งไว้เป็น Background ที่พบในกลุ่มตัวอย่างรวม 3,156 คน ประกอบด้วย Gen Y ร้อยละ 41.1, Baby Boomer

ร้อยละ 34.2 เป็นสัญญาณสำคัญว่าโทรทัศน์กำลังกลายเป็นสื่อสร้างความอบอุ่นในบ้านมากกว่าสื่อที่ผู้ชมตั้งใจรับชม

มิติที่ 3 ช่องว่างการกำกับดูแล OTT เปรียบเทียบนานาชาติ: จากการเปรียบเทียบกรอบกฎหมายของ 3 ประเทศ พบว่าไทยกำลังเผชิญสถานการณ์คล้ายกับสหรัฐอเมริกาที่มีช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ซึ่งสหราชอาณาจักรได้แก้ปัญหาผ่าน Online Safety Act 2023 ที่ให้อำนาจ Ofcom กำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ในมาตรฐานเดียวกัน

อย่างไรก็ดี กสทช. ได้ผลิตเป็นรายงานอัตราค่าบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ และร่างมาตรการสนับสนุนอุปกรณ์ Connected TV เพื่อรองรับการเข้าถึงทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งผ่านการทำ Focus Group กับผู้ผลิตทีวีรายใหญ่ 4 บริษัทแล้ว ขณะที่ผลผลิตด้านการสนับสนุนเทคโนโลยีพบว่า กสทช. มีการผลักดันระบบแจ้งเตือนภัยพิบัติ (Emergency Warning System: EWS) ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน ประสบความสำเร็จในขั้นการทดสอบระบบเปิดในพื้นที่ภาคเหนือและภาคใต้ร่วมกับ ททบ. เป็นที่เรียบร้อย

มิติที่ 4 แนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 และข้อท้าทายสำหรับผู้ผลิตเนื้อหา: การสรุปจากทั้งการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ชี้ตรงกันว่าแนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 ไม่ใช่เพียงการนำเนื้อหาเดียวกันไปเผยแพร่หลายช่องทาง แต่คือการออกแบบประสบการณ์สื่อแบบเชื่อมโยง (Single Content, Multi-Platform Distribution) ที่ผู้ชมเคลื่อนย้ายระหว่างแพลตฟอร์มได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การวัดผลด้วย TV Rating เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป เนื่องจากผู้ชมรับชมเนื้อหาโทรทัศน์ผ่านหลายช่องทาง จำเป็นต้องพัฒนาระบบ Cross-platform Measurement ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากโทรทัศน์ OTT และ Social Media เข้าด้วยกัน

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นถึงความเร่งด่วนของการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง 2 ประการ ได้แก่ ประการแรก ช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ที่ดำเนินต่อไปทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลถูกกำกับอย่างเข้มงวดในขณะที่คู่แข่ง OTT ไม่ถูกกำกับในมาตรฐานเดียวกัน และประการที่สอง การที่วาระ National Streaming Platform และ OTT Regulation ค้างพิจารณา ยาวนานกำลังสร้างความไม่แน่นอนที่ฉุดรั้งการลงทุนและการปรับตัวของอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ดี การดำเนินงานของ กสทช. สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสื่อดั้งเดิม โดยเม็ดเงินโฆษณาเคลื่อนย้ายจากโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และบริการ SVoD อย่างรุนแรง ซึ่งสอดคล้องกับบทเรียนจากสหราชอาณาจักรคือ Ofcom ที่ระบุว่าโฆษณาทีวีดั้งเดิมลดลงร้อยละ 14 ขณะที่ทีวีดีโอออนไลน์โตขึ้นร้อยละ 20 ส่งผลให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไทยเผชิญแรงกดดันด้านรายได้และขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างสาหัส ขณะที่ผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเข้าถึงข้อมูลพบว่า ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้นผ่านบริการ OTT แต่ในทางกลับกันก็เกิดความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม อัลกอริทึมคัดกรองที่สร้างความเกลียดชัง และปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ที่ยังไม่มีเกณฑ์กำกับดูแลที่รัดกุม

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT Streaming และ Cross-media หลังปี 2572 สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.18

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- บริบทสำคัญประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่ มิติที่ 1 ผู้ชมสามารถเลือกรับชมเนื้อหาตามช่วงเวลาที่เหมาะสม มิติที่ 2 ช่องว่างในการกำกับดูแล โดยในปัจจุบัน กสทช. มีอำนาจกำกับดูแลเนื้อหาบนโทรทัศน์ภาคพื้นดินอย่างเข้มงวด แต่ไม่มีอำนาจโดยตรงในการกำกับดูแล OTT และแพลตฟอร์มข้ามชาติ และมิติที่ 3 เส้นแบ่งระหว่างโทรทัศน์ OTT และโซเชียลมีเดียกำลังเลือนหายไป เนื้อหาที่เคยอยู่ในโทรทัศน์กำลังถูกแจกจ่ายในหลายรูปแบบบนหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน - การเปรียบเทียบบริบทกับนานาชาติ สหราชอาณาจักรได้ตรา Online Safety Act 2023 ซึ่งให้อำนาจ Ofcom กำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานและแบ่งปันเนื้อหา บริการสืบค้น และสื่อลามก ทำให้ Linear TV และ OTT ถูกกำกับในมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน ขณะที่สหรัฐอเมริกาเผชิญปัญหาเดียวกับไทย โดย FCC ไม่มีอำนาจตามกฎหมายในการกำกับดูแล OTT เนื่องจากถูกจัดประเภทเป็น Information Services ไม่ใช่ Broadcasting ก่อให้เกิดช่องว่างกฎหมายที่สะท้อนถึงสถานการณ์ในประเทศไทยเช่นกัน
Input Evaluation	- รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงาน Media Nations 2024 ของ Ofcom (UK) ว่าด้วยพฤติกรรมการรับชมสื่อรายงาน Reuters Institute Digital News Report (2025) มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับ National Streaming Platform iDTV/Connected TV และ OTT Regulation Framework รายงานข่าวจากสื่อมวลชน ได้แก่ โพสต์ทูเดย์ (30 ธ.ค. 68) และไทยรัฐ (12 พ.ย. 68) ว่าด้วยความคืบหน้าวาระ OTT ของ กสทช. และงานวิจัย มณีรัตน์ กำจรกิจการ (2566) ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเข้าสู่ตลาด OTT TV ในประเทศไทย - ผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม 6,000 ชุด ใน 5 ภูมิภาค ที่ครอบคลุมตัวแปรพฤติกรรมการรับชมสื่อรายเจเนอเรชัน (สำรวจส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคโทรทัศน์) ผลการประชุมกลุ่มย่อยที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัลและนิเทศศาสตร์เข้าร่วม ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีมติการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมและการปรับตัวต่อสื่อดิจิทัล
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การพัฒนามาตรฐาน iDTV/Connected TV เพื่อรองรับพฤติกรรมใหม่ รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำจาก OTT เป็น Streaming ในเอกสารอย่างเป็นทางการเพื่อให้เกิดความชัดเจนในเชิงกฎหมายและการกำกับดูแล - กลไกที่ 2 กระบวนการหลอมรวมกฎหมายแม่บท 3 ฉบับเข้าด้วยกัน ผ่านคณะอนุกรรมการแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบัน - กลไกที่ 3 การพัฒนาแนวทาง National Streaming Platform (วาระค้างพิจารณา) ส่งเสริมการเข้าถึงทีวีดิจิทัลผ่านอินเทอร์เน็ตบนแพลตฟอร์มดิจิทัลระดับชาติ 4 ด้าน

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณจาก กทปส. การออกประกาศเกณฑ์บริการผ่านอินเทอร์เน็ตภายในกลางปี 2568 การพัฒนาแพลตฟอร์มให้พร้อมภายในปี 2569 และการกำกับดูแลข้อมูลพฤติกรรมตาม PDPA - กลไกที่ 4 การพัฒนา OTT Regulation Framework (วาระค้างพิจารณา) แนวทางการกำกับดูแล การให้บริการแพรรูปภาพแพร่เสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT Regulation)
Output Evaluation	- มิติที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมที่ชัดเจนตามกลุ่มอายุ (1) Gen X เป็นกลุ่มที่ยังยึดโยงกับโทรทัศน์ถ่ายทอดสดสูงสุด แต่ยังปรับตัวรับชม On-Demand (2) Gen Y ดูสัดในสัดส่วนสูง แต่เน้นรายการสดที่ต้องเกาะกระแส (3) Baby Boomer แบ่งชัดเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มที่ยึดโทรทัศน์ดั้งเดิมและกลุ่มที่ย้ายไปออนไลน์เรียบร้อยแล้ว (4) Gen Z ดูตามผังทีวีแบบดั้งเดิมเพียงร้อยละ 9.2 - มิติที่ 2 โทรทัศน์กำลังเปลี่ยนบทบาทจากสื่อบันเทิงหลัก ไปสู่การเป็นสื่อโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ ที่มีหน้าที่หลัก ได้แก่ การสื่อสารในภาวะวิกฤต การแจ้งเตือนภัย การสร้างความเข้าใจร่วมของสังคม และการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม - มิติที่ 3 ไทยกำลังเผชิญสถานการณ์คล้ายกับสหรัฐอเมริกาที่มีช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ซึ่งสหราชอาณาจักรได้แก้ปัญหานี้ผ่าน Online Safety Act 2023 ที่ให้อำนาจ Ofcom กำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ในมาตรฐานเดียวกัน - มิติที่ 4 แนวโน้ม Cross-media หลังปี 2572 ไม่ใช่เพียงการนำเนื้อหาเดียวกันไปเผยแพร่หลายช่องทาง แต่คือการออกแบบประสบการณ์สื่อแบบเชื่อมโยง ที่ผู้ชมเคลื่อนย้ายระหว่างแพลตฟอร์มได้อย่างต่อเนื่อง
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยเม็ดเงินโฆษณาเคลื่อนย้ายจากโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์และบริการ SVoD อย่างรุนแรง รวมถึงสร้างผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเข้าถึงข้อมูล โดย ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้นผ่านบริการ OTT แต่ในทางกลับกันก็เกิดความเสี่ยงจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม อัลกอริทึมคัดกรองที่สร้างความเกลียดชัง และปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ที่ยังไม่มีเกณฑ์กำกับดูแลที่รัดกุม

ตารางที่ 5.18 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT Streaming และ Cross-media หลังปี 2572

**สรุปผลการวิเคราะห์การติดตามและประเมินผล
ด้านผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572
และสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน**

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 1 ทั้ง 4 มิติย่อย ได้แก่ โครงสร้างการแข่งขัน ตลาดโฆษณา เทคโนโลยีใหม่ และพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถสรุปภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลประจำปี 2568 ได้ว่า อุตสาหกรรมนี้กำลังเผชิญกับการบรรจบกันของแรงกดดัน (Convergence of Pressures) หลายด้านพร้อมกันในระยะเวลาที่เหลือน้อยกว่า 4 ปีก่อนหมดอายุใบอนุญาตแรงกดดันดังกล่าวประกอบด้วย รายได้โฆษณาที่ลดลงต่อเนื่องถึงร้อยละ 44 ในช่วง 9 ปีและเม็ดเงินโฆษณาดิจิทัลแข่งขันโทรทัศน์เป็นครั้งแรกในปี 2567 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำให้แพลตฟอร์ม OTT กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานในชีวิตประจำวัน ความจำเป็นที่อุตสาหกรรมต้องลงทุนปรับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับ 5G Broadcasting ในช่วงที่กำลังคืนทุนจากการลงทุนรอบเดิม และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดแรงงานที่ฟรีแลนซ์เพิ่มจากร้อยละ 15 เป็นร้อยละ 40 ภายใน 7 ปี

จุดแข็งที่โดดเด่นของ กสทช. ในปี 2568 คือการมีมติเชิงนโยบายที่สำคัญหลายรายการ ได้แก่ การรับทราบฉันทกติกากิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 จำนวน 2 ทางเลือก (13 หรือ 17 ช่องรายการ) การทดสอบระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลในพื้นที่จริง การกำหนดมาตรฐาน iDTV เพื่อรองรับพฤติกรรมกรรมการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต และการเห็นชอบในหลักการ Roadmap กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2569-2573 ซึ่งสะท้อนถึงการดำเนินงานเชิงรุกของ กสทช. ในการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตาม ช่องว่างสำคัญที่พบจากการวิเคราะห์ คือ ความเป็นนโยบายระดับหลักการของมาตรการหลายรายการที่ยังไม่แปลงสู่แผนปฏิบัติการที่มีกรอบเวลา งบประมาณ และตัวชี้วัดชัดเจน ทั้ง Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ ที่ยังไม่ประกาศใช้อย่างเป็นทางการ มาตรการพัฒนาศักยภาพในช่วงเปลี่ยนผ่านที่ยังอยู่ในระดับเจตนารมณ์ และ Sandbox ทดสอบ 5G Broadcasting ที่ยังไม่มีกำหนดเวลา ในขณะที่นาฬิกานับถอยหลังสู่ปี 2572 เดินอยู่ตลอดเวลา ความล่าช้าในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติมีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกวันที่ผ่านไป

ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ภาวะสุญญากาศการกำกับดูแล ระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ที่ทำให้เกิดการแข่งขันในสนามที่ไม่เท่าเทียม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องแบกรับภาระต้นทุนการดำเนินงานสูง ว่าจะจะเป็นค่าโครงข่าย MUX ข้อกำหนดสัดส่วนเนื้อหา และมาตรฐานการเข้าถึงสำหรับผู้พิการ ในขณะที่แพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติซึ่งเป็นคู่แข่งโดยตรงไม่ต้องแบกรับภาระเหล่านี้ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับกรอบการกำกับดูแลให้รองรับระบบนิเวศสื่อที่หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียว ไม่ใช่กำกับแต่ละแพลตฟอร์มแบบแยกส่วนดังเช่นที่เป็นอยู่

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดจากประเด็นที่ 1 คือ กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ที่เหลือน้อยกำลังกลายเป็นกลุ่มเปราะบางโดยปริยาย เนื่องจากผู้ชมในวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ย้ายไปสู่สื่อออนไลน์และ OTT แล้ว ทำให้ฟรีทีวีภาคพื้นดินมีฐานผู้ชมหลักเป็นผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดบ้าน และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งหมายความว่า ทิศทางนโยบายหลังปี 2572 จะไม่ใช่เพียงการตัดสินใจเชิงธุรกิจหรือเทคนิค แต่เป็นการตัดสินใจด้านสวัสดิการสังคมที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มประชากรที่เปราะบางที่สุดของประเทศ

5.3.2 ผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

ประกอบไปด้วยประเด็นย่อยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) การรื้อเรียนคุณภาพสัญญาณ การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

สถานการณ์สำคัญที่เป็นบริบทของการประเมินในประเด็นนี้ คือความไม่สอดคล้องที่ปรากฏชัดระหว่างตัวเลขการครอบคลุมของโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินดิจิทัล (DTT) กับพฤติกรรมการรับชมจริงของประชาชน แม้ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ทั้ง 4 ราย จะรายงานว่าครอบคลุมครัวเรือนร้อยละ 95.6 ของประเทศ แต่จากรายงานผลการสำรวจการเข้าถึง สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าประชาชนที่รับชมโทรทัศน์ยังคงเลือกรับชมผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียมในสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมาจึงเป็นการรับชมทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ร้อยละ 46.7 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความครอบคลุมในเชิงเทคนิคยังไม่สามารถแปลงเป็นการเข้าถึงจริงในเชิงพฤติกรรมได้

สมมติฐานสำคัญที่รองรับบริบทนี้คือ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งรับรู้ว่าคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินมีความยุ่งยากและไม่เสถียรกว่าการรับชมผ่านจานดาวเทียม ซึ่งติดตั้งง่ายและเชื่อว่ามีสัญญาณเสถียรกว่า ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำด้านคุณภาพการเข้าถึงระหว่างกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระหว่างพื้นที่เมืองกับชนบท ระหว่างกลุ่มอายุที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลกับกลุ่มผู้สูงอายุ และระหว่างผู้มีอุปกรณ์รับสัญญาณที่เหมาะสมกับผู้ที่ไม่มี

บริบทกรอบกฎหมายและมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการประเมินในประเด็นนี้ ได้แก่ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตโครงข่ายมีหน้าที่บำรุงรักษาและปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง รักษามาตรฐานคุณภาพสัญญาณ (Availability) ให้มีความต่อเนื่องไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 และขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ตามแผนบริการที่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ ยังมีบริบทเร่งด่วนสำคัญคือ การที่ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินจะหมดอายุในปี 2572 ซึ่งทำให้ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนมีความสำคัญยิ่งขึ้นในการกำหนดทิศทางนโยบายหลังปี 2572

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการลงพื้นที่ตรวจสอบสถานีเสริมและการบำรุงรักษาโครงข่าย มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาคอนาคุณภาพสัญญาณเฉพาะพื้นที่ รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะที่จัดทำร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วยผลการสนทนากลุ่มเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีตัวแทนประชาชนกลุ่มเปราะบาง ผู้สูงอายุ และผู้พิการเข้าร่วมด้วย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ประจำภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง และผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขต/ภาค รวมถึงผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ครั้งที่ 1 และ 2 สำหรับประเด็นที่ 1 เรื่องทีวีดิจิทัลและสัญญาณภาคพื้นดิน และผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research)

ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุดที่ครอบคลุมตัวแปรคุณภาพสัญญาณและการเข้าถึงของประชาชนตามพื้นที่พำนักและกลุ่มอายุ

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการกำกับดูแลคุณภาพสัญญาณและการเข้าถึงในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 4 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การลงพื้นที่ตรวจสอบสถานีเสริม กสทช. และสำนักงาน กสทช. ภูมิภาคได้ลงพื้นที่ตรวจสอบและกำกับดูแลการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต โดยพบว่าสถานีเสริมบางแห่งตั้งอยู่บนภูเขาสูงชัน เช่น สถานีเขาควหา สถานีในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีความยากลำบากในการเดินทางเข้าถึงโดยเฉพาะช่วงฤดูฝน แต่ผู้ให้บริการมีแผนการบำรุงรักษาและจัดกำลังเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง จึงไม่พบเหตุขัดข้องที่กระทบต่อการออกอากาศ สำนักงาน กสทช. ภูมิภาคลงพื้นที่กำกับดูแลผู้รับใบอนุญาตโครงข่ายไม่ใช้คลื่นความถี่ (เคเบิลทีวี) จำนวน 4 ครั้ง และลงพื้นที่ตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 2 ครั้ง

กลไกที่ 2 การแก้ไขปัญหาสัญญาณเฉพาะจุด กสทช. ได้ติดตามและแก้ไขปัญหาคุณภาพสัญญาณเฉพาะพื้นที่ ที่มีเรื่องร้องเรียน ได้แก่ พื้นที่จังหวัดพิจิตรซึ่งพบปัญหาจากโครงข่ายของกองทัพบก และพื้นที่เขตสาทรในกรุงเทพมหานคร ที่สามารถแก้ไขได้ผ่านการปรับปรุงสายอากาศรับสัญญาณ 14E (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.15 ครั้งที่ 12/2568) สะท้อนให้เห็นถึงการตอบสนองต่อเรื่องร้องเรียนเชิงเทคนิคในระดับเฉพาะจุดได้

กลไกที่ 3 การติดตามมาตรฐาน Availability กสทช. มีมติรับทราบแผนการบำรุงรักษาเชิงป้องกันสถานีวิทยุคมนาคมประจำปี 2568 ของผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ทั้ง 4 ราย เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพสัญญาณให้มีความต่อเนื่องไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.18 ครั้งที่ 24/2568) ซึ่งเป็นการกำกับดูแลเชิงป้องกันที่สำคัญสำหรับรักษาคุณภาพระบบในระยะยาว

กลไกที่ 4 การพัฒนามาตรฐานอุปกรณ์รับสัญญาณ Connected TV/iDTV เพื่อรองรับพฤติกรรม การรับชมที่เปลี่ยนไป กสทช. ดำเนินการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Connected TV) โดยกำหนดให้ใช้คำนิยาม "integrated Digital Television: iDTV" (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 37/2568) และจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มกับผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์ 4 บริษัทเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568 โดยกำหนดเงื่อนไขสำคัญว่าผู้ผลิตต้องสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตเฟชหน้าจอหลักได้ด้วยตนเอง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงที่วิถีดิจิทัลผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมโดยทีมที่ปรึกษาสรุปได้เป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ: ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ภาค/เขตใน 5 ภูมิภาคพบว่า แทบไม่มีการร้องเรียนเรื่องคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินจากประชาชนโดยตรง โดยปัญหาการร้องเรียนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เรื่องคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และสายสื่อสาร ทั้งนี้มีบริบทที่แตกต่างกันตามภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบทำให้การส่งสัญญาณไม่มีอุปสรรค ขณะที่ภาคใต้มีโครงข่ายครอบคลุมสูงถึงร้อยละ 90 แต่ยังมีปัญหาในพื้นที่เกาะและหุบเขา ส่วนภาคตะวันออกมีการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาบนเคเบิลทีวีและการขอให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสัญญาณเป็นรายกรณี อย่างไรก็ตาม

การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ชี้ให้เห็นว่าการไม่มีเรื่องร้องเรียน ไม่ได้หมายความว่าปัญหาได้รับการแก้ไขแล้ว แต่เป็นเพราะผู้ชมจำนวนมากย้ายไปใช้ดาวเทียมหรือ OTT แทน

มิติที่ 2 ปัญหาการเข้าถึงในพื้นที่ห่างไกล: ทุกภูมิภาคยังคงมีพื้นที่ที่สัญญาณโครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินเข้าไม่ถึง ประชาชนต้องพึ่งพาการติดตั้งจานดาวเทียม (จานดำ) ในการรับชมโทรทัศน์แทนภาคเหนือเผชิญปัญหาใหญ่ที่สุดเนื่องจากภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงชัน และมีข้อจำกัดทางกฎหมายในพื้นที่ป่าสงวนหรืออุทยานแห่งชาติที่ภาครัฐไม่สามารถตั้งเสาหรือลากสายได้ ชาวบ้านต้องใช้โซลาร์เซลล์และแบตเตอรี่ ขณะที่ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ในการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ยืนยันตรงกันว่า มีปัญหาสัญญาณไม่เสถียร ภาพกระตุก หรือจอต่าในช่วงที่มีพายุ ฝนตก หรือสภาพอากาศแปรปรวน โดยจุดบอดสัญญาณในภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคกลางพบในบริเวณภูเขาหรือพื้นที่ชายแดน ส่วนภาคใต้พบในพื้นที่เกาะ

มิติที่ 3 ปัญหาการเข้าถึงของผู้สูงอายุ: ผลการวิจัยจากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) และการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) พบว่า ปัญหาหลักของผู้สูงอายุไม่ใช่เรื่องโครงข่ายเทคโนโลยี แต่เป็นความท้าทายด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันเทคโนโลยี ผู้สูงอายุในทุกภูมิภาคขาดทักษะการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล ยังคุ้นเคยกับการใช้เสาอากาศหรือกล่องรับสัญญาณแบบเดิม และแก้ปัญหาแบบดั้งเดิม เช่น ถอดปลั๊กเมื่อฝนตกเพื่อป้องกันฟ้าผ่า มีความกังวลสูงว่าระบบออนไลน์จะซับซ้อนเกินไปและสร้างภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผู้เข้าร่วมจากภาคตะวันออกเสนอว่าควรมีการตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อช่วยแนะนำการใช้งาน นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ชี้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ลำพัง ไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณได้เอง จึงต้องการมาตรการช่วยเหลือเชิงการใช้งานเฉพาะกลุ่ม

มิติที่ 4 ปัญหาการเข้าถึงของผู้พิการ: เสี่ยงสะท้อนหรือการร้องเรียนจากผู้พิการในระดับภูมิภาคยังมีน้อยมาก ผู้บริหาร กสทช. ภาคตะวันออกเสนอว่าควรนำช่อง MUX ที่ว่างมาทำเป็นช่องสำหรับผู้พิการตลอด 24 ชั่วโมง ผลจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคยืนยันว่ายังขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ลำภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ทำให้ผู้พิการไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาได้อย่างเท่าเทียม ข้อค้นพบสำคัญจากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ระบุว่า ที่ประชุมตั้งคำถามว่า “หากประชาชนไม่มีอินเทอร์เน็ต ประชาชนยังมีสิทธิเข้าถึงฟรีทีวีได้มากน้อยเพียงใด” ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความเสี่ยงที่กลุ่มเปราะบางอาจหลุดจากระบบสื่อสารสาธารณะเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนผ่าน

ข้อค้นพบที่มีนัยสำคัญที่สุดจากการวิเคราะห์ข้อมูลทุกช่องทางคือ กลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่เหลืออยู่ส่วนใหญ่ คือ ผู้สูงอายุและผู้ป่วยติดบ้าน ขณะที่คนรุ่นใหม่และวัยทำงานย้ายไปพึ่งพาโทรศัพท์มือถือและออนไลน์เป็นหลักแล้ว สถิติการสำรวจยืนยันว่ากลุ่มอายุ 43–57 ปี และ 58–76 ปี รับชมผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียมในสัดส่วนสูงสุด โดยกลุ่มอายุ 58–76 ปีมีผู้รับชมโทรทัศน์สูงถึงร้อยละ 91.7 สะท้อนให้เห็นว่าฟรีทีวีในประเทศไทยกำลังกลายเป็นสวัสดิการสื่อสำหรับกลุ่มเปราะบางโดยปริยาย

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างเชิงนโยบาย 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่ (1) ช่องว่างระหว่างกรอบการครอบคลุมทางเทคนิคกับการเข้าถึงจริงในเชิงพฤติกรรม (2) ช่องว่างระหว่างระบบการรับเรื่องร้องเรียนกับความต้องการของกลุ่มเปราะบางที่ไม่ได้ร้องเรียนแต่ยังประสบปัญหา และ (3) ช่องว่างระหว่างเทคโนโลยีที่ กสทช. ผลักดัน กับทักษะและความพร้อมของกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งเป็นฐานผู้ชมโทรทัศน์หลักในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม กสทช. สามารถนำผลประโยชน์พหุกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนสู่ออนไลน์ มาใช้อำนาจตามกฎหมายในการจัดทำนโยบายและแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงข่าย DTT และเตรียมรับมือกับการหมดอายุของใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2572 ควบคู่ไปกับการใช้อำนาจกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคใหม่ โดยร่วมมือกับผู้ผลิตโทรทัศน์ในการเร่งรัดและบังคับใช้มาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์แบบ iDTV ให้มีหน้าจออินเทอร์เฟซ (UI) ที่ใช้งานและปรับเปลี่ยนแอปพลิเคชันได้ง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

รวมถึง กสทช. ยังสามารถนำไปพัฒนานโยบายหรือแผนการดำเนินงานในอนาคตด้านการคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง (USO) เช่น การตั้งศูนย์การเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ และบังคับใช้ช่อง MUX ที่ว่างให้เป็นช่องสำหรับผู้พิการที่ให้บริการล่ามภาษามือและเสียงบรรยายภาพตลอด 24 ชั่วโมง

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.19

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- บริบทกรอบกฎหมายและมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการประเมินในประเด็นนี้ ได้แก่ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และบริบทเร่งด่วนสำคัญคือ การที่ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินจะหมดอายุในปี 2572 ซึ่งทำให้ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนมีความสำคัญยิ่งขึ้นในการกำหนดทิศทางนโยบายหลังปี 2572 - บริบททางสังคมที่สำคัญ คือความไม่สอดคล้องระหว่างตัวเลขการครอบคลุมของโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินดิจิทัล (DTT) กับพฤติกรรมการรับชมจริงของประชาชน รวมถึงผลสถิติที่พบว่าประชาชนยังคงเลือกรับชมผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียมสูงที่สุด รองลงมาคือรับชมทางอินเทอร์เน็ต สะท้อนว่าความครอบคลุมในเชิงเทคนิคยังไม่สามารถแปลงเป็นการเข้าถึงจริงในเชิงพฤติกรรมได้
Input Evaluation	- รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568 ในส่วนที่เกี่ยวกับการลงพื้นที่ตรวจสอบสถานีเสริมและการบำรุงรักษาโครงข่าย มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาคุณภาพสัญญาณเฉพาะพื้นที่ รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะที่จัดทำร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีตัวแทนประชาชนกลุ่มเปราะบาง ผู้สูงอายุ และผู้พิการเข้าร่วมด้วย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ประจำภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง และผู้บริหารสำนักงาน กสทช. เขต/ภาค รวมถึงผลการประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 1 และ 2 สำหรับประเด็นที่ 1 เรื่องทีวีดิจิทัลและสัญญาณภาคพื้นดิน และผลการสำรวจเชิงปริมาณ ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุดที่ครอบคลุมตัวแปรคุณภาพสัญญาณและการเข้าถึงของประชาชนตามพื้นที่พำนักและกลุ่มอายุ

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การลงพื้นที่ตรวจสอบและกำกับดูแลการดำเนินการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโทรทัศน์ของผู้รับใบอนุญาต - กลไกที่ 2 ได้ติดตามและแก้ไขปัญหาคุณภาพสัญญาณเฉพาะพื้นที่ที่มีเรื่องร้องเรียนได้แก่ พื้นที่จังหวัดพิจิตรซึ่งพบปัญหาจากโครงข่ายของกองทัพบก และพื้นที่เขตสาทรในกรุงเทพมหานคร สะท้อนให้เห็นถึงการตอบสนองต่อเรื่องร้องเรียนเชิงเทคนิคในระดับเฉพาะจุดได้ - กลไกที่ 3 มีมติรับทราบแผนการบำรุงรักษาเชิงป้องกันสถานีวิทยุคมนาคมประจำปี 2568 ของผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ทั้ง 4 ราย เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพสัญญาณให้มีความต่อเนื่องไม่น้อยกว่าร้อยละ 99.98 ซึ่งเป็นการกำกับดูแลเชิงป้องกันที่สำคัญสำหรับรักษาคุณภาพระบบในระยะยาว - กลไกที่ 4 ดำเนินการปรับปรุงประกาศมาตรฐานทางเทคนิคสำหรับเครื่องรับโทรทัศน์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Connected TV) โดยกำหนดให้ใช้คำนิยาม "Integrated Digital Television: iDTV" และจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มกับผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์
Output Evaluation	- มติที่ 1 ข้อมูลการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ แทบไม่มีการร้องเรียนเรื่องคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินจากประชาชนโดยตรง โดยปัญหาการร้องเรียนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่เรื่องคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และสายสื่อสาร อย่างไรก็ตามการสนทนาเฉพาะกลุ่มชี้ให้เห็นว่าการไม่มีเรื่องร้องเรียน ไม่ได้หมายความว่าปัญหาได้รับการแก้ไขแล้ว แต่เป็นเพราะผู้ชมจำนวนมากย้ายไปใช้ดาวเทียมหรือ OTT แทน - มติที่ 2 ทุกภูมิภาคยังคงมีพื้นที่ที่สัญญาณโครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินเข้าไม่ถึงประชาชนต้องพึ่งพาการติดตั้งจานดาวเทียม (จานดำ) ในการรับชมแทน ผู้เข้าร่วมจากทุกพื้นที่ในการสนทนาเฉพาะกลุ่มยืนยันตรงกันว่า มีปัญหาสัญญาณไม่เสถียร ภาพกระตุก หรือจอต่าในช่วงที่มีพายุ ฝนตก หรือสภาพอากาศแปรปรวน - มติที่ 3 ปัญหาหลักของผู้สูงอายุไม่ใช่เรื่องโครงข่ายเทคโนโลยี แต่เป็นความท้าทายด้านพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อและการรู้เท่าทันเทคโนโลยี ขาดทักษะการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล ยังคุ้นเคยกับการใช้เสาอากาศหรือกล่องรับสัญญาณแบบเดิม ผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณได้เอง จึงต้องการมาตรการช่วยเหลือเชิงการใช้งานเฉพาะกลุ่ม - มติที่ 4 การสนทนาเฉพาะกลุ่มใน 5 ภูมิภาคยืนยันว่ายังขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ลำมภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพ ทำให้ผู้พิการไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาได้อย่างเท่าเทียม
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบระยะยาวในการประเมินความคุ้มค่าของโครงข่าย DTT และเตรียมรับมือกับการหมดอายุของใบอนุญาตทีวีดิจิทัลในปี 2572 ควบคู่ไปกับการใช้อำนาจกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคใหม่ รวมถึงการนำผลไปพัฒนานโยบายหรือแผนการดำเนินงานในอนาคตด้านการคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง (USO) แต่ต้องรับมือกับความท้าทาย 3 ประการ (1) ช่องว่างระหว่างกรอบกฎหมายทางเทคนิคกับการเข้าถึงจริงในเชิงพฤติกรรม (2) ช่องว่างระหว่างระบบการรับเรื่องร้องเรียนกับความต้องการของกลุ่มเปราะบางที่ไม่ได้ร้องเรียนแต่ยังประสบปัญหา และ (3) ช่องว่างระหว่าง

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	เทคโนโลยีที่ กสทช. ผลักดัน กับทักษะและความพร้อมของกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งเป็นฐานผู้ชมโทรทัศน์หลักในปัจจุบัน

ตารางที่ 5.19 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านการร้องเรียนคุณภาพสัญญาณ การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

2) สัดส่วนผังรายการ ความหลากหลายของเนื้อหา การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม การประเมินบริบท (Context Evaluation)

การกำกับดูแลสัดส่วนผังรายการและความหลากหลายของเนื้อหาโทรทัศน์ถือเป็นภารกิจสำคัญของ กสทช. ที่สะท้อนถึงหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนที่กำหนด ซึ่งในทางปฏิบัติกรอบนี้ถูกขับเคลื่อนผ่านประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ที่กำหนดให้กิจการบริการสาธารณะและบริการชุมชนต้องมีสัดส่วนรายการสาระไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และกิจการทางธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

ในบริบทของยุค Algorithm-driven Media ที่ผู้ชมเลือกรับชมตามการแนะนำของระบบ ปัญญาประดิษฐ์มากกว่าการรับชมตามผังรายการที่กำหนดไว้ การมีสัดส่วนผังรายการที่ถูกต้องตามกฎหมายจึงไม่ได้รับประกันว่าเนื้อหานั้นจะถึงมือผู้ชมเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลจากการสำรวจพบว่า Generation Z ร้อยละ 85.8 เลือกชมเนื้อหาตามระบบแนะนำของ AI และกระแสโซเชียลมีเดีย มีเพียงร้อยละ 9.2 ที่เปิดดูตามผังรายการ ขณะที่กลุ่ม Baby Boomer ยังดูผังรายการในสัดส่วนร้อยละ 36.9 สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการออกแบบผังรายการที่มีความหมายต่อผู้ชมในหลากหลายกลุ่มอายุพร้อมกัน

นอกจากนี้ ความท้าทายเชิงโครงสร้างที่สำคัญคือการที่รายการประเภทเด็ก เยาวชน และสารคดีลดลงอย่างชัดเจนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้ประกอบการที่เผชิญการแข่งขันจากแพลตฟอร์ม OTT และต้นทุนที่สูงขึ้น มีแนวโน้มเน้นผลิตเนื้อหาที่ได้รับเรตติ้งสูงและดึงดูดใจได้ทันที มากกว่าลงทุนในเนื้อหาเชิงสาระที่วัดผลทางการเงินได้ยาก ปรากฏการณ์นี้นำไปสู่คำถามสำคัญต่อ กสทช. ว่ากลไกการกำกับดูแลในปัจจุบันเพียงพอที่จะรักษาความหลากหลายของเนื้อหาโทรทัศน์ไว้ได้หรือไม่

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติผังรายการหลักประจำปี ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ลงราชกิจจานุเบกษาวันที่ 14 กรกฎาคม 2568 มีผลบังคับใช้ 15 กรกฎาคม 2568 รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลพฤติกรรมกรับชมรายการโทรทัศน์ตามกลุ่มอายุ (Generation)

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ สำนักงาน กสทช. เขต/ผู้ประกอบการ หน่วยงานภารกิจสาธารณะ กลุ่มประชาชนเปราะบาง และประชาชนทั่วไป ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้อำนวยการ

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ประจำภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ที่มีตัวแทนผู้ประกอบการ นักวิชาการ และองค์กรวิชาชีพสื่อ และการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถามที่ครอบคลุมตัวแปรพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ตามประเภทและช่วงเวลา

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านสัดส่วนผังรายการและความหลากหลายของเนื้อหาในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 5 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การอนุมัติผังรายการหลักประจำปี กสทช. มีมติเห็นชอบผังรายการหลักประจำปี 2569 ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน 25 ช่องรายการ พร้อมกำกับให้ปฏิบัติตามสัดส่วนรายการที่ได้รับอนุมัติอย่างเคร่งครัด (ระเบียบวาระที่ 6.2–6.4 ครั้งที่ 38/2568) นอกจากนี้ยังอนุมัติผังรายการโทรทัศน์ไม่ใช้คลื่นความถี่รวม 426 ช่องรายการ (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.1 ครั้งที่ 2/2568) และ 414 ช่องรายการ สำหรับปี 2569 (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.3 ครั้งที่ 38/2568)

กลไกที่ 2 การบังคับใช้กฎสัดส่วนเนื้อหา กสทช. มีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีกรณีบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (ชอง อมรินทร์ ทีวี เอชดี) เนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่เป็นไปตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ พ.ศ. 2556 (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.6 ครั้งที่ 21/2568) ซึ่งเป็นการบังคับใช้กฎเกณฑ์สัดส่วนเนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม

กลไกที่ 3 การสร้างแรงจูงใจผลิตเนื้อหาสาธารณะ กสทช. ออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ลงราชกิจจานุเบกษา 14 กรกฎาคม 2568 มีผลบังคับใช้ 15 กรกฎาคม 2568 เพื่อสร้างกลไกแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมตามมาตรา 52 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ควบคู่กับการพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) ที่เชื่อมโยงกับมาตรการสนับสนุนการเงิน

กลไกที่ 4 การปรับปรุงประกาศ Must Have กสทช. มีมติเห็นชอบแก้ไขภาคผนวกของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 โดยตัดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final) ออกจากประกาศ สะท้อนให้เห็นถึงการทบทวนรายการที่กำหนดให้เป็นรายการสำคัญแห่งชาติ ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป

กลไกที่ 5 การส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมเนื้อหา สำนักงาน กสทช. ร่วมกับองค์กรวิชาชีพสื่อและนักวิชาการจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2568 และเผยแพร่ไปยังผู้รับใบอนุญาต องค์กรวิชาชีพสื่อ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นสัดส่วนผังรายการและความหลากหลายของเนื้อหาสรุปได้เป็น 4 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 สัดส่วนประเภทรายการจากมุมมองพฤติกรรมผู้ชม: จากรายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ประเภทรายการที่ผู้ชมรับชมตามผังรายการที่ออกอากาศ 5 อันดับแรก ได้แก่ รายการข่าว ร้อยละ 90.8 ละคร/ซีรีส์ ร้อยละ 71.0 รายการวาไรตี้

ร้อยละ 46.5 ภาพยนตร์ ร้อยละ 30.6 และรายการกีฬา ร้อยละ 25.2 สำหรับการรับชมรายการย้อนหลัง ลำดับเปลี่ยนเป็น ละคร/ซีรีส์ ร้อยละ 70.2 รายการข่าว ร้อยละ 63.4 และรายการวาไรตี้ ร้อยละ 48.3 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าโครงสร้างการรับชมยังกระจุกตัวอยู่ใน 3 ประเภทหลักคือ ข่าว ละคร/ซีรีส์ และ รายการวาไรตี้ ขณะที่รายการสาระ สารคดี รายการเด็ก และรายการเพื่อกลุ่มเปราะบาง ไม่ปรากฏในอันดับ ต้นของพฤติกรรมการรับชม

มิติที่ 2 ความสอดคล้องระหว่างผังรายการกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ชม: ผลการสนทนา เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค พบว่า ผู้เข้าร่วมทุกภูมิภาคมองตรงกันว่าปัจจุบันมีรายการข่าวที่ นำเสนออาชญากรรม ความรุนแรง ละครที่มุ่งเน้นความขัดแย้ง และโฆษณาขายสินค้าและอาหารเสริมใน สัดส่วนมากเกินไป ขณะที่รายการที่ผู้ชมต้องการมากขึ้น ได้แก่ รายการสารคดี ความรู้ ทักษะชีวิต และรายการ สำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับการที่รายการประเภทสารคดี รายการท่องเที่ยว รายการเกษตร และ รายการอาหาร ได้รับการชื่นชมมากที่สุดในการสนทนาเฉพาะกลุ่ม เพราะนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงใน ชีวิตประจำวัน

มิติที่ 3 ความหลากหลายของเนื้อหาและการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม: ผู้เข้าร่วมการ สนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ทุกภูมิภาคตอบตรงกันว่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันขาดความ หลากหลายและไม่เพียงพอต่อคนทุกกลุ่ม โดยพบปัญหาการขาดเนื้อหาใน 4 มิติย่อย ได้แก่ (1) อัตลักษณ์ ท้องถิ่น โดยเฉพาะภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก ระบุว่าเนื้อหาการยังไม่ตอบสนองความต้องการ ของกลุ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่นและขาดรายการส่งเสริมประวัติศาสตร์ของแต่ละภูมิภาค (2) กลุ่มเปราะบาง ทุก ภูมิภาคสะท้อนว่าเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมหลักในปัจจุบันยังขาดรายการด้านสุขภาพ กฎหมาย และการเตือนภัยเฉพาะกลุ่ม ขณะที่ผู้พิการขาดพื้นที่สื่อที่สะท้อนปัญหาและความต้องการโดยตรงไปตรงมา (3) เนื้อหาสำหรับเด็กและเยาวชน ที่ลดลงอย่างชัดเจนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และ (4) ความหลากหลายทางเพศ ที่กระจุกตัวในรูปแบบซีรีส์บอยเลิฟ (Boy Love) และเกิร์ลเลิฟ (Girl Love) เพียงรูปแบบเดียว

มิติที่ 4 ผังรายการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะระดับภูมิภาค: จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้อำนวยการสถานี NBT ภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง พบว่า NBT ภาคเหนือมีจุดแข็งด้านการดึงอัต ลักษณ์ท้องถิ่นโดยเน้นเนื้อหาท้องถิ่นมากถึงร้อยละ 50-60 และใช้ภาษาถิ่นควบคู่กับภาษากลาง NBT ภาคใต้ จัดผังรายการตามวิถีชีวิตคนใต้ โดยรายการแจ้งเตือนภัยพิบัติและพยากรณ์อากาศได้รับความนิยมสูงเพราะ ส่งผลกระทบโดยตรงต่ออาชีพประมงและการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดด้านบุคลากรทำให้ข้าราชการ คนเดียวต้องรับผิดชอบรายการหลายรูปแบบ ส่วน NBT ภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าการรับนโยบายฉุกเฉิน จากส่วนกลาง ขัดต่อผังรายการปกติ ทำให้ขาดความสม่ำเสมอ และขาดความหลากหลายด้านเนื้อหา

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นว่า กลไกการกำกับดูแลสัดส่วนผังรายการใน ปัจจุบันยังมีช่องว่างสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ (1) การเน้นการกำกับดูแลเชิงปริมาณ (กำหนดสัดส่วนเวลา ออกอากาศ) โดยยังไม่มีกลไกวัดผลคุณภาพและผลกระทบที่เนื้อหาเหล่านั้นมีต่อผู้ชมจริง และ (2) กลไก แรงจูงใจเดิมที่ใช้อยู่ เช่น การลดหย่อนค่าธรรมเนียม ยังไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่เผชิญแรง กดดันทางธุรกิจผลิตเนื้อหาสาธารณะที่มีคุณภาพสูงในปริมาณที่ตอบสนองความต้องการของสังคม

อย่างไรก็ตาม กสทช. สามารถนำผลไปปรับแผนแม่บทรับยุค AI และการใช้กลไกการเงิน แทรกแซงตลาด โดยจากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนไป กสทช. สามารถนำข้อมูลที่พบว่าผู้ชมกลุ่ม Gen Z ถึงร้อยละ 85.8 หันไปรับชมเนื้อหาตามระบบ Algorithm มาใช้อำนาจในการจัดทำแผนแม่บทฯ และ

พิจารณาความคุ้มค่าของการคงสัดส่วนผังรายการแบบดั้งเดิม รวมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อแก้ไขกฎหมายให้ครอบคลุมบริบทใหม่ในยุคปัญญาประดิษฐ์ ควบคู่ไปกับการแก้ปัญหาความล้มเหลวของกลไกตลาดที่ผู้ประกอบการเน้นผลิตแต่ข่าวและละครเพื่อหวังเรตติ้ง โดย กสทช. ต้องใช้อำนาจในการกำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและจัดสรรเงินกองทุน เพื่อนำเกณฑ์ Social Credit มาผูกกับการลดหย่อนค่าธรรมเนียมรายปี หรือใช้ทุนสนับสนุนผู้ผลิตรายการเด็ก สารคดี และอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยตรง

นอกจากนี้ กสทช. สามารถใช้อำนาจพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการเพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงคลื่นความถี่ เพื่อนำมายกระดับสถานีโทรทัศน์ระดับภูมิภาค (NBT) และส่งเสริมช่องรายการระดับชุมชนให้เข้มแข็ง ซึ่งจะช่วยเติมเต็มเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม กลุ่มเปราะบาง และความหลากหลายทางเพศได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น ตลอดจนต้องใช้อำนาจส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมกันเอง โดยต่อยอดการใช้คู่มือจริยธรรมสื่อที่จัดทำขึ้น ให้เกิดผลในทางปฏิบัติร่วมกับองค์กรสื่ออย่างใกล้ชิด เพื่อแก้ปัญหาความเปราะบางของประชาชนที่มีต่อรายการข่าวอาชญากรรมและความรุนแรง

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านสัดส่วนผังรายการ ความหลากหลายของเนื้อหา การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.20

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- บริบทยุค Algorithm-driven Media ที่ผู้ชมเลือกรับชมตามการแนะนำของระบบ ปัญญาประดิษฐ์มากกว่าการรับชมตามผังรายการที่กำหนดไว้ การมีสัดส่วนผังรายการที่ต้องตามกฎหมายจึงไม่ได้รับประกันว่าเนื้อหานั้นจะถึงมือผู้ชมเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการออกแบบผังรายการที่มีความหมายต่อผู้ชมในหลากหลายกลุ่มอายุพร้อมกัน - กรอบบริบท จากประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ที่กำหนดให้กิจการบริการสาธารณะและบริการชุมชนต้องมีสัดส่วนรายการสาระไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และกิจการทางธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการอนุมัติผังรายการหลักประจำปี ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 ลงราชกิจจานุเบกษาวันที่ 14 กรกฎาคม 2568 มีผลบังคับใช้ 15 กรกฎาคม 2568 รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ตามกลุ่มอายุ - ผลการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ สำนักงาน กสทช. เขต/ผู้ประกอบการ หน่วยงานภารกิจสาธารณะ กลุ่มประชาชนเปราะบาง และประชาชนทั่วไป ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ประจำภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง การประชุมกลุ่มย่อย ที่มีตัวแทนผู้ประกอบการ นักวิชาการ และองค์กรวิชาชีพสื่อ และการสำรวจเชิง

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	ปริมาณ ผ่านแบบสอบถามที่ครอบคลุมตัวแปรพฤติกรรมการรับชมรายการ ตามประเภทและช่วงเวลา
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 กสทช. มีมติเห็นชอบผังรายการหลักประจำปี 2569 ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน 25 ช่องรายการ พร้อมกำกับให้ปฏิบัติตามสัดส่วนรายการที่ได้รับอนุมัติอย่างเคร่งครัด - กลไกที่ 2 กสทช. บังคับใช้กฎเกณฑ์สัดส่วนเนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การมีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีกรณีบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด เนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่เป็นไปตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ พ.ศ. 2556 - กลไกที่ 3 ออกประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2568 เพื่อสร้างกลไกแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมตามมาตรา 52 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ควบคู่กับการพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) - กลไกที่ 4 การปรับปรุงประกาศ Must Have เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 โดยตัดการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายออกจากประกาศ สะท้อนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป - กลไกที่ 5 การส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมเนื้อหา จัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2568 และเผยแพร่ไปยังหน่วยงานเกี่ยวข้อง
Output Evaluation	- มิติที่ 1 สัดส่วนประเภทรายการจากมุมมองพฤติกรรมผู้ชม - มิติที่ 2 เนื้อหารายการข่าวที่น่าเสนออาชญากรรม ความรุนแรง ละครที่มุ่งเน้นความขัดแย้ง และโฆษณาขายสินค้าและอาหารเสริม มีสัดส่วนมากเกินไป ขณะที่รายการที่ผู้ชมต้องการมากขึ้น ได้แก่ รายการสารคดี ความรู้ ทักษะชีวิต และรายการสำหรับเด็กและเยาวชน - มิติที่ 3 เนื้อหารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันขาดความหลากหลายและไม่เพียงพอต่อคนทุกกลุ่ม ขาดใน 4 มิติย่อย ได้แก่ (1) อัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก (2) กลุ่มเปราะบาง ทุกภูมิภาคสะท้อนว่าเนื้อหาสำหรับผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชมหลักในปัจจุบันยังขาดรายการด้านสุขภาพ กฎหมาย และการเตือนภัยเฉพาะกลุ่ม ขณะที่ผู้พิการขาดพื้นที่สื่อที่สะท้อนปัญหาและความต้องการอย่างตรงไปตรงมา (3) เนื้อหาสำหรับเด็กและเยาวชน ที่ลดลงอย่างชัดเจนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และ (4) ความหลากหลายทางเพศที่กระจุกตัวในรูปแบบซีรีส์บอยเลิฟ (Boy Love) และเกิร์ลเลิฟ (Girl Love) เพียงรูปแบบเดียว - มิติที่ 4 ผังรายการของสถานีโทรทัศน์สาธารณะระดับภูมิภาค มีข้อจำกัดด้านบุคลากรทำให้ข้าราชการคนเดียวต้องรับผิดชอบรายการหลายรูปแบบ
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบระยะยาวด้วยการยกระดับสถานีโทรทัศน์ระดับภูมิภาค (NBT) และส่งเสริมช่องรายการระดับชุมชนให้เข้มแข็ง ซึ่งจะช่วยเติมเต็มเนื้อหาทางวัฒนธรรม กลุ่มเปราะบาง และความหลากหลายทางเพศได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	ตลอดจนการจัดทำแผนแม่บทฯ และพิจารณาความคุ้มค่าของการคงสัดส่วนผังรายการแบบดั้งเดิม รวมทั้งเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อแก้ไขกฎหมายให้ครอบคลุมบริบทใหม่ในยุคปัญญาประดิษฐ์ ควบคู่ไปกับการแก้ปัญหาความล้มเหลวของกลไกตลาดที่ผู้ประกอบการเน้นผลิตเนื้อหาเพื่อเรตติ้ง

ตารางที่ 5.20 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านสัดส่วนผังรายการ ความหลากหลายของเนื้อหา การสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

3) คุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

การกำกับดูแลคุณภาพและความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะในปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นเพียงปริมาณผู้ชมหรือเรตติ้ง (Rating) เพียงอย่างเดียว แต่มีการพัฒนาดัชนีชี้วัดคุณภาพสื่อ (Media Quality Rating: MQR) ขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือประเมินใน 3 มิติหลัก ได้แก่ มิติด้านรูปแบบและเนื้อหา (ประกอบด้วยปัจจัยด้านจริยธรรม การส่งเสริมทักษะการคิด และความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย) มิติด้านผู้ดำเนินรายการ และมิติด้านเทคนิคการนำเสนอ โดยเฉพาะเนื้อหาทางการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งต้องสอดคล้องกับแนวทางของสำนักงาน กสทช. ปี 2556 ที่กำหนดมิติเนื้อหาที่ควรส่งเสริม 6 ด้าน เช่น การคิดวิเคราะห์ คุณธรรมจริยธรรม และการยอมรับความหลากหลายในสังคม

กรอบกฎหมายและนโยบายที่กำหนดทิศทางการประเมินในประเด็นนี้ ได้แก่ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนที่กำหนด และประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งกำหนดสัดส่วนรายการสาระประโยชน์ขั้นต่ำ รวมถึงแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง ยุทธศาสตร์ที่ 3 ว่าด้วยการส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ

ในบริบทของยุคสื่อหลอมรวม โทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ที่ประชาชนให้ความไว้วางใจสูงสุด โดยเฉพาะในยุคที่ข่าวปลอม (Fake News) และข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) แพร่ระบาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างไรก็ตาม กสทช. เฝ้าระวังความท้าทายสำคัญในการรักษาความน่าสนใจของเนื้อหาเพื่อให้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมที่หันไปบริโภคสื่อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและคอนเทนต์รูปแบบสั้น (Short-form Content) มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) และการอนุมัติผังรายการหลักประจำปีของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 25 ช่องรายการ รายงานผลการดำเนินงาน กสทช. ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหา ตลอดจน

งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพสื่อโทรทัศน์ในบริบทสื่อดิจิทัล นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐยังได้นำนวัตกรรม Social Listening และ Social Monitoring มาใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามความคิดเห็นของประชาชนแบบทันสถานการณ์ (Real-time) เพื่อใช้วางแผนการสื่อสารให้ตรงความต้องการ

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้เสีย และผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถามในพื้นที่ 5 ภูมิภาค รวมเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งสิ้น 6,000 ชุด

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหาของ กสทช. ในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 3 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การตรวจสอบและอนุมัติผังรายการหลักประจำปี กสทช. ดำเนินการพิจารณาอนุมัติผังรายการหลักประจำปีของผู้รับใบอนุญาตอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณารายละเอียดเชิงลึกทั้งชื่อรายการ ประเภทรายการ ระดับความเหมาะสม และแหล่งที่มาของเนื้อหา ในปี 2568 มีการอนุมัติผังรายการโทรทัศน์ไม่ใช้คลื่นความถี่จำนวน 426 ช่องรายการ (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.1 ครั้งที่ 2/2568) และ 414 ช่องรายการสำหรับปี 2569 (ระเบียบวาระที่ 5.3 ครั้งที่ 38/2568) พร้อมมีมติเห็นชอบผังรายการหลักประจำปี 2569 ของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน 25 ช่องรายการ (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 6.2–6.4 ครั้งที่ 38/2568) โดยกำชับให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติตามสัดส่วนรายการที่ได้รับอนุมัติอย่างเคร่งครัด

กลไกที่ 2 การพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) กสทช. มีมติเห็นชอบหลักการและแนวทางสำหรับการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการใน 5 ประเภทรายการหลัก ได้แก่ รายการข่าวละคร บันเทิง สารคดี และรายการเด็ก โดยกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัด (KPIs) และวิธีการประเมินเชิงคุณภาพร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.7 ครั้งที่ 7/2568 และวาระที่ 4.10 ครั้งที่ 2/2568) ทั้งนี้ กสทช. มอบหมายให้สำนักงาน กสทช. นำเกณฑ์ดังกล่าวไปหารือร่วมกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพื่อเชื่อมโยงกับมาตรการสนับสนุนทางการเงิน เช่น การลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแก่ผู้ผลิตที่มีคะแนน Social Credit ในระดับสูง

กลไกที่ 3 การบังคับใช้กฎเกณฑ์สัดส่วนเนื้อหาในทางปฏิบัติ กสทช. มีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีสำหรับผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่ถึงเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ดังเช่นกรณีของบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด (ช่องอมรินทร์ ทวี เอชดี) ที่ถูกปฏิเสธสิทธิประโยชน์ดังกล่าวเนื่องจากสัดส่วนเนื้อหาไม่เป็นไปตามระเบียบ กสทช. ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ พ.ศ. 2556 (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.6 ครั้งที่ 21/2568) สะท้อนถึงการบังคับใช้กฎเกณฑ์เนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับกระบวนการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหาในทางปฏิบัติ พบว่า สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสาระเป็นวิดีโอสั้นและคลิปผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น TikTok เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนพฤติกรรมไปรับชมสื่อออนไลน์มากขึ้น พร้อมทั้งมีการควบคุมคุณภาพโดยเน้นรายการสดเพื่อความเป็นปัจจุบันและคัดกรองเนื้อหาไม่ให้มีการนำข้อมูลเก่ามาออกอากาศซ้ำ

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างรวม 6,000 ชุดใน 5 ภูมิภาค แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และข้อมูลภาครัฐอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลางทุกมิติ ดังแสดงในตารางที่ 5.21

ตารางที่ 5.21 ผลการประเมินคุณภาพเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลภาครัฐ จำแนกรายภูมิภาค

มิติการประเมิน	กทม.+ ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาคอีสาน	รวม
1. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรศัพท์	2.68	2.66	2.69	2.66	2.68	2.66	2.67
ระดับ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย*
2. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์	2.32	2.33	2.36	2.35	2.38	2.34	2.36
ระดับ	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
3. รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาดึงดูดใจ	1.85	1.83	1.82	1.82	1.83	1.81	1.83
ระดับ	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
4. เนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษาหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม	1.84	1.88	1.88	1.92	1.87	1.87	1.87
ระดับ	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย

หมายเหตุ: คะแนนเต็ม 5 | น้อย = 1.51–2.50 | ปานกลาง = 2.51–3.50

* ตัวเลขรวมทุกภูมิภาค (n = 6,000) แสดงค่า 2.67 ซึ่งแบบสอบถามนี้ใช้เกณฑ์การแปลความน้อย = 1.51–2.67

จากตารางข้างต้น มิติที่ 1 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรศัพท์ ได้คะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุด ในบรรดาทั้ง 4 มิติที่ 2.67 โดยรายภูมิภาคอยู่ระหว่าง 2.66–2.69 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ภาคเหนือมีคะแนนสูงสุดที่ 2.69 สะท้อนว่าโทรศัพท์ยังคงได้รับความไว้วางใจในฐานะ Gatekeeper แต่ระดับดังกล่าวยังไม่สูงเพียงพอในยุคที่สื่อออนไลน์แข่งขัน ด้านการให้ข้อมูล

มิติที่ 2 ความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัย ได้คะแนนเฉลี่ยรวม 2.36 (ระดับน้อย) สะท้อนว่าประชาชนส่วนใหญ่รู้สึว่าการแจ้งเตือนภัยผ่านโทรศัพท์ยังไม่รวดเร็วและทันเหตุการณ์เพียงพอ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคะแนนต่ำสุดที่ 2.34 ซึ่งสอดคล้องกับข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานการส่งสัญญาณในพื้นที่ห่างไกล

มิติที่ 3 ความน่าสนใจของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษา ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดในบรรดาทั้ง 4 มิติ ที่ 1.83 (ระดับน้อย) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคะแนนต่ำสุดที่ 1.81 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าเนื้อหาทางการศึกษาในโทรศัพท์ยังคงใช้รูปแบบการนำเสนอแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 4 ความเหมาะสมของบริการภาษามือและคำบรรยายแทนเสียงสำหรับทุกกลุ่ม ได้คะแนนเฉลี่ย 1.87 (ระดับน้อย) โดยภาคใต้มีคะแนนสูงสุดที่ 1.92

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค โดยผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ปัญหาหลักของเนื้อหาภาครัฐไม่ใช่ด้านความถูกต้อง

หรือคุณภาพข้อมูล เนื่องจากเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ผ่านกระบวนการคัดกรองแล้ว แต่ปัญหาที่สำคัญกว่า ได้แก่ (1) การทำให้เนื้อหาไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับ (2) การทำให้ผู้รับสารเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง และ (3) การทำให้เนื้อหาเข้าถึงประชาชนที่มีข้อจำกัด โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุในชนบทและกลุ่มผู้พิการ

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อชี้ว่าเนื้อหาทางการศึกษา ในโทรทัศน์ยังคงใช้รูปแบบการนำเสนอที่ไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการรับชมที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ ซึ่งคุ้นเคยกับคอนเทนต์รูปแบบสั้น มีการโต้ตอบ และเข้าถึงได้ตามความต้องการ (On-demand) มากกว่าการออกอากาศตามผัง นอกจากนี้ยังพบว่าปริมาณรายการเด็กลดลงหลังการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเนื่องจากภาวะการแข่งขันสูงและต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นข้อกังวลสำคัญด้านคุณภาพและความหลากหลายของเนื้อหาในระยะยาว

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI ข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างสำคัญระหว่างเจตนารมณ์ของกฎหมายและนโยบายในการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพ กับผลลัพธ์ที่ประชาชนได้รับจริงในทุกภูมิภาค คะแนนประเมินที่ต่ำกว่า 3.0 ในทุกมิติของทุกภูมิภาคเป็นสัญญาณที่ กสทช. ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงนโยบายอย่างเร่งด่วน

แต่อย่างไรก็ดี ผลการศึกษานี้สะท้อนกลไกการกำกับดูแลเนื้อหาปัจจุบันเน้นการควบคุมเชิงปริมาณ คือ สัดส่วนเวลาออกอากาศ มากกว่าเชิงคุณภาพ การที่คะแนนความน่าสนใจของเนื้อหาการศึกษาอยู่ในระดับต่ำสุด ทั้ง ๆ ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปฏิบัติตามสัดส่วนผังรายการที่กฎหมายกำหนด ชี้ให้เห็นว่า การมีรายการไม่เท่ากับรายการมีคุณภาพและส่งผลกระทบต่อผู้ชม

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.22

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- กรอบกฎหมายและนโยบายที่กำหนดทิศทางการประเมินในประเด็นนี้ ได้แก่ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 36 ที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนที่กำหนด และประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งกำหนดสัดส่วนรายการสาระประโยชน์ขั้นต่ำ รวมถึงแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง ยุทธศาสตร์ที่ 3 ว่าด้วยการส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ - บริบทของยุคสื่อหลอมรวม โทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมที่หันไปบริโภคสื่อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและคอนเทนต์รูปแบบสั้น

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) และการอนุมัติผังรายการหลักประจำปีของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 25 ช่องรายการ รายงานผลการดำเนินงาน กสทช. ประจำปี 2568 ที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหา ตลอดจนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพสื่อโทรทัศน์ในบริบทสื่อดิจิทัล - ผลการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้เสีย และผลการสำรวจเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามในพื้นที่ 5 ภูมิภาค รวมเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งสิ้น 6,000 ชุด
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 พิจารณาอนุมัติผังรายการหลักประจำปีของผู้รับใบอนุญาตอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณารายละเอียดเชิงลึกทั้งชื่อรายการ ประเภทรายการ ระดับความเหมาะสม และแหล่งที่มาของเนื้อหา ในปี 2568 มีการอนุมัติผังรายการโทรทัศน์ไม่ใช้คลื่นความถี่จำนวน 426 ช่องรายการ และ 414 ช่องรายการสำหรับปี 2569 - กลไกที่ 2 มีมติเห็นชอบหลักการและแนวทางสำหรับการประเมินคุณภาพเนื้อหา รายการใน 5 ประเภทรายการหลัก ได้แก่ รายการข่าว ละคร บันเทิง สารคดี และรายการเด็ก โดยกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัด (KPIs) และวิธีการประเมินเชิงคุณภาพร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม - กลไกที่ 3 การบังคับใช้กฎเกณฑ์สัดส่วนเนื้อหาในทางปฏิบัติ มีมติไม่อนุมัติการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีสำหรับผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด
Output Evaluation	- มติที่ 1 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์ ได้คะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุด สะท้อนว่าโทรทัศน์ยังคงได้รับความไว้วางใจในฐานะ Gatekeeper แต่ระดับดังกล่าวยังไม่สูงเพียงพอในยุคที่สื่อออนไลน์แข่งขัน ด้านการให้ข้อมูล - มติที่ 2 ความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัย สะท้อนว่าประชาชนส่วนใหญ่รู้สึว่าการแจ้งเตือนภัยผ่านโทรทัศน์ยังไม่รวดเร็วและทันเหตุการณ์เพียงพอ - มติที่ 3 ความน่าสนใจของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ชี้ให้เห็นว่าเนื้อหาทางการศึกษาในโทรทัศน์ยังคงใช้รูปแบบการนำเสนอแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเนื้อหาทางการศึกษาไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมรับชมที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ ซึ่งคุ้นเคยกับคอนเทนต์รูปแบบสั้น มีการโต้ตอบ และเข้าถึงได้ตามความต้องการ (On-demand) - มติที่ 4 ความเหมาะสมของบริการภาษามือและคำบรรยายแทนเสียงสำหรับทุกกลุ่ม ได้คะแนนเฉลี่ย 1.87 ในระดับน้อย
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสะท้อนกลไกการกำกับดูแลเนื้อหาปัจจุบันเน้นการควบคุมเชิงปริมาณ คือ สัดส่วนเวลาออกอากาศ มากกว่าเชิงคุณภาพ แต่ก็สะท้อนถึงช่องว่าง

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	สำคัญระหว่างเจตนารมณ์ของกฎหมายและนโยบายในการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพกับผลลัพธ์ที่ประชาชนได้รับจริงในทุกภูมิภาค

ตารางที่ 5.22 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านคุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

4) กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

กลไกการแจ้งเตือนภัยพิบัติของประเทศไทยมีการบูรณาการระบบ Emergency Warning System (EWS) ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นระบบเสริมที่ช่วยปิดช่องว่างของระบบ Cell Broadcast โดยสามารถส่งข้อมูลภาพและเสียงเตือนภัยไปยังประชาชนที่ไม่มีโทรศัพท์มือถือหรืออยู่ในพื้นที่ห่างไกลได้ทันที ขณะที่รับชมโทรทัศน์ ระบบนี้ใช้มาตรฐานสากล Common Alert Protocol (CAP) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เช่น กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (ปภ.) และสำนักงาน กสทช. เพื่อให้การแจ้งเตือนมีเอกภาพและครอบคลุมทุกช่องทาง

ในปี 2568 ประเทศไทยเผชิญกับเหตุการณ์ภัยพิบัติสำคัญที่เป็น stress test โดยตรงต่อกลไก EWS ผ่านโทรทัศน์ คือ เหตุแผ่นดินไหวเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2568 ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล อย่างน้อย 6 ช่องรายการ เหตุการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการมีกลไก EWS ที่พร้อมใช้งาน และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้ กสทช. เร่งพัฒนาระบบดังกล่าวในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2568

กรอบกฎหมายที่สำคัญสำหรับการประเมินในประเด็นนี้ คือ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติงานของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในกรณีเกิดภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน พ.ศ. 2555 ซึ่งกำหนดหน้าที่ออกอากาศแจ้งเตือนเมื่อได้รับการร้องขอ และประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งกำหนดหน้าที่ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำบริการล่าภาษามือ (SL) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) ตามสัดส่วนที่กำหนด

บริบทความท้าทายที่สำคัญคือปรากฏการณ์ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ซึ่งกลุ่มผู้พิการ ผู้สูงอายุในชนบท และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลยังคงพึ่งพาฟรีทีวีดั้งเดิมเป็นช่องทางรับข้อมูลหลัก เนื่องจากข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและความซับซ้อนของอุปกรณ์อัจฉริยะ ทำให้กลุ่มเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงสุดที่จะถูกทิ้งไว้ข้างหลังหากระบบ EWS และบริการเข้าถึงผ่านโทรทัศน์ไม่มีคุณภาพเพียงพอ

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลด้านงบประมาณและทรัพยากรเพื่อการพัฒนา EWS ซึ่งที่ประชุม กสทช. ได้อนุมัติกรอบวงเงินสนับสนุนรวมกว่า 1,013 ล้านบาท ให้แก่ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ 3 ราย ได้แก่ AWN, TUC และ NT เพื่อจัดทำระบบ Cell Broadcast Center (CBC) ให้พร้อมแจ้งเตือนภัยถึง

ประชาชนโดยตรงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 3.1 ครั้งที่ 11/2568) ซึ่งเป็นเม็ดเงินลงทุนขนาดใหญ่ที่สะท้อนความมุ่งมั่นของ กสทช. ในการพัฒนาระบบแจ้งเตือนภัยแบบบูรณาการ นอกจากนี้สำนักงาน กสทช. ได้จัดสรรงบประมาณจากกองทุน กทปส. สำหรับพัฒนาระบบ API และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัล และ (2) ข้อมูลด้านมาตรฐานทางเทคนิค SL/CC/AD ได้แก่ ประกาศสำนักงาน กสทช. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่จำเป็นต้องได้สำหรับการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึง อันได้แก่ ขนาดของกรอบล่ามภาษามือต้องไม่น้อยกว่า 1 ใน 12 ของหน้าจอโทรทัศน์ และความถูกต้องของคำบรรยายแทนเสียงแบบสด (Live Captioning) ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่นำมาใช้เป็นกรอบการติดตามและประเมินผลในการศึกษาครั้งนี้

ด้านข้อมูลปฐมภูมิ คณะที่ปรึกษาจัดเก็บข้อมูลปฐมภูมิสำหรับประเด็นนี้ โดยเฉพาะผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ครั้งที่ 3 และ 4 สำหรับประเด็นที่ 2 เรื่องเนื้อหาคุณภาพ ประกอบด้วยตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้าน EWS และบริการผู้พิการ (2) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคซึ่งมีกลุ่มประชาชนเปราะบาง ผู้สูงอายุ และผู้พิการร่วมด้วย และ (3) การสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุดที่ครอบคลุมตัวแปรการประเมินคุณภาพสัญญาณเตือนภัยและการเข้าถึงบริการสำหรับผู้พิการ

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

การดำเนินงานของ กสทช. ด้านกลไก EWS และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 3 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การพัฒนาและทดสอบระบบ EWS กสทช. ร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.) จัดงานแถลงข่าวความร่วมมือการทดสอบระบบ EWS เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2568 ที่ประชุม กสทช. ครั้งที่ 28/2568 มีมติอนุญาตให้กองทัพบกดำเนินการทดสอบระบบ EWS ในระบบเปิดผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่ใช้งานจริง โดยทดสอบจริงในพื้นที่จังหวัดพะเยา (สถานีเสริมบ้านนาไร่เดียว) และจังหวัดชุมพร (สถานีเสริมหลังสวน) เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 ทดสอบแบบจำกัดพื้นที่ 2 ครั้ง ครั้งละ 1 สถานี และทดสอบพร้อมกัน 2 สถานีจำนวน 1 ครั้ง ซึ่งถือเป็นการจำลองการแจ้งเตือนทั้งประเทศ ผลการศึกษาพบว่า MUX ของกองทัพบกและไทยพีบีเอสมีความพร้อมทางเทคนิคในการเข้าถึงครัวเรือนร้อยละ 95.6 หรือประมาณ 9.8 ล้านครัวเรือน (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 4.10 ครั้งที่ 38/2568) นอกจากนี้ กสทช. มีมติเห็นชอบในหลักการให้ใช้ช่องรายการหมายเลข 1 เป็นช่องทางหลัก (Single Channel) สำหรับแจ้งเตือนภัยพิบัติแห่งชาติ (ระเบียบวาระที่ 6.6 ครั้งที่ 10/2568 และวาระที่ 3.2 ครั้งที่ 25/2568) และอนุมัติขั้นตอนมาตรฐาน (SOP) เพื่อประสานงานระหว่าง กสทช., ปก. และผู้ประกอบการในภาวะฉุกเฉิน (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.31 ครั้งที่ 39/2568)

กลไกที่ 2 การติดตามการให้บริการ SL/CC/AD กสทช. ติดตามรายงานผลการจัดให้มีบริการเพื่อการเข้าถึงของผู้รับใบอนุญาตทั้ง 25 ราย พบว่ามี 17 รายที่จัดทำบริการในสัดส่วนมากกว่าที่กฎหมายกำหนดสำหรับกรณีช้อยกเว้น กสทช. พิจารณาเป็นรายกรณี ได้แก่ กรณีเหตุสุตวิสัยรัฐสภา ที่ NBT และทีวีรัฐสภาถ่ายทอดสด มีมติให้จัดทำบริการทดแทนในวันหยุดตามสัดส่วนที่ขาดไป กรณีแผ่นดินไหว 28 มีนาคม 2568 ที่ 6 ช่องรายการได้รับการยกเว้นเนื่องจากต้องรายงานข่าวฉุกเฉิน และเห็นชอบแผนออกอากาศชดเชย (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.8 ครั้งที่ 19/2568) และมาตรการช่วงเปลี่ยนผ่าน ที่มีมติให้ใช้สัดส่วนปีที่ 5 ต่อไปพลางก่อนภายหลังวันที่ 4 สิงหาคม 2568 จนกว่าประกาศฉบับใหม่จะมีผลบังคับใช้ (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.34 ครั้งที่ 21/2568)

กลไกที่ 3 การปรับปรุงประกาศสิทธิคนพิการ สำนักงาน กสทช. อยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไข ประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการฯ โดยจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็น เฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับผู้แทนสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย ผู้รับใบอนุญาต 25 ช่อง และนักวิชาการ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2568 นอกจากนี้ กสทช. ยังจัดอบรม สร้างความตระหนักรู้สิทธิของคนพิการทางการได้ยิน 2 ครั้ง ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ จัดอบรมร่วมกับสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 21-23 พฤษภาคม 2568 ณ จังหวัดสมุทรสาคร

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการสำรวจด้วยแบบสอบถามในประเด็นที่เกี่ยวข้อง พบคะแนนเฉลี่ยในระดับน้อยทั้ง 2 มิติ ดังแสดงในตารางที่ 5.23

ตารางที่ 5.23 ผลการประเมินความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัยและความเหมาะสมของบริการภาษามือ/คำบรรยาย จำแนกรายภูมิภาค

มิติการประเมิน	กทม.+ ปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาคอีสาน	รวม
1. การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทัน เหตุการณ์	2.32	2.33	2.36	2.35	2.38	2.34	2.36
ระดับ	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
2. เนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษามือ หรือคำบรรยายแทนเสียงที่ เหมาะสม สำหรับทุกกลุ่ม	1.84	1.88	1.88	1.92	1.87	1.87	1.87
ระดับ	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย

หมายเหตุ: คะแนนเต็ม 5 | น้อย = 1.51–2.50 | ปานกลาง = 2.51–3.50

จากตารางข้างต้น การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ได้คะแนนเฉลี่ยรวม 2.36 (ระดับน้อย) ทุกภูมิภาค โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคะแนนต่ำสุดที่ 2.34 สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล ขณะที่ความเหมาะสมของบริการภาษามือและคำบรรยายแทนเสียงได้คะแนนเฉลี่ยรวม 1.87 (ระดับน้อย) ซึ่งเป็นหนึ่งในคะแนนต่ำสุดของการสำรวจทั้งหมด โดยภาคใต้มีคะแนนสูงสุดที่ 1.92 และเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีคะแนนต่ำสุดที่ 1.84

ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้ กสทช. จะมีความคืบหน้าเชิงนโยบายและเทคนิคในปี 2568 แต่ยังไม่สามารถแปลงผลสำเร็จดังกล่าวไปสู่ความรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

ในขณะที่ผลจากการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) พบประเด็นสำคัญ 5 ประการที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการระบุว่าเป็นปัญหาหลักของระบบเตือนภัยผ่านโทรศัพท์ในปัจจุบัน ได้แก่ (1) ข้อความจากหน่วยงานภาครัฐยาวเกินไปและเต็มไปด้วยศัพท์เทคนิค (2) ความเร็วในการส่งสารไม่เพียงพอในเหตุการณ์บางประเภท (3) ระดับความรุนแรงไม่ชัดเจนพอสำหรับการตัดสินใจของสื่อ (4) สื่อยังต้องตรวจสอบซ้ำจากหลายแหล่งทำให้เสียเวลา และ (5) หลังแจ้งเตือนแล้วประชาชนยังไม่ทราบว่าต้องปฏิบัติอย่างไร ที่ประชุมจึงเสนอแนวคิดข้อความสองชั้น ได้แก่ ข้อความสั้นสำหรับ Cell Broadcast และจอเตือนโทรศัพท์ที่ตอบคำถามหลัก เช่น เกิดอะไร ที่ไหน ระดับไหน ต้องทำอะไร และข้อความละเอียดสำหรับเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย

ส่วนผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค พบข้อจำกัดสำคัญที่สอดคล้องกันทุกพื้นที่ คือ (1) ความล่าช้าของข้อมูลโทรทัศน์ที่มักมาหลังจากประชาชนรับรู้จากช่องทางอื่นไปแล้ว โดยเฉพาะในเหตุการณ์เฉียบพลัน เช่น แผ่นดินไหวหรือน้ำท่วมฉับพลัน (2) ข้อมูลกว้างเกินไป ไม่เจาะพื้นที่ผู้ชมจากเชียงใหม่และระยองสะท้อนชัดว่าสิ่งที่ประชาชนต้องการคือข้อมูลเชิงพื้นที่ เช่น เขตไหนน้ำท่วมเส้นทางใดใช้ได้ (3) ประชาชนไม่ได้ดูหน้าจอโทรทัศน์ตลอดเวลา (4) รูปแบบตัวอักษรวิ่งด้านล่างจอไม่ดึงดูดความสนใจเพียงพอ โดยผู้เข้าร่วมจากอุดรธานีสะท้อนตรงไปตรงมาว่า “มองเห็น แต่ไม่ได้อ่าน” และ (5) ข้อมูลยังไม่นำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ผู้ชมต้องการทราบว่าต้องทำอะไร ไม่ใช่เพียงรู้ว่าเกิดอะไรขึ้น

สำหรับประเด็นการเข้าถึงของผู้พิการและกลุ่มเปราะบาง จากการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่ากลุ่มเหล่านี้ยังเป็นกลุ่มที่ระบบสื่อสารปัจจุบันเสี่ยงจะทิ้งไว้ข้างหลังมากที่สุด โดยผู้แทนคนพิการทางการได้ยิน จากเชียงใหม่สะท้อนว่า “ควรมีล่ามภาษามือแบบ real-time ในช่วงด่วน และการแจ้งเตือนภัย ไม่ควรจำกัดอยู่เพียงบางรายการ เพราะในภาวะวิกฤตการเข้าถึงข้อมูลคือเรื่องจำเป็นต่อความปลอดภัย” ผู้เข้าร่วมจากภาคต่าง ๆ ยืนยันว่าระบบปัจจุบันยังไม่รองรับผู้พิการทางการได้ยินอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงเหตุฉุกเฉิน ขณะที่ผู้พิการทางสายตาต้องการการแจ้งเตือนภัยที่มีเสียงชัดเจน และบอกได้ว่าเกิดอะไร ภัยไปถึงไหน และควรปฏิบัติตัวอย่างไร ส่วนผู้สูงอายุที่ไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งอื่นได้ ต้องการเนื้อหาที่ออกแบบให้เข้าใจง่ายและไม่ต้องตีความต่ออีกมาก

ฝ่ายผู้ประกอบการอธิบายถึงข้อจำกัดในการผลิต CC และ AD โดยเฉพาะในรายการบันเทิง ซึ่งมีขั้นตอนตั้งแต่ถอดเทป เขียนบทบรรยาย จัดวางตำแหน่ง ตรวจสอบหลายรอบ และผ่านกระบวนการ QC ภายในบางกรณีใช้เวลา 10–14 วัน ต่อตอน นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากร ซอฟต์แวร์ที่มีค่าไลเซนส์สูง และข้อจำกัดด้านลิขสิทธิ์ ที่ประชุมจึงเสนอให้ใช้กองทุนและงานวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี AI Closed Caption และ AI Audio Description แบบรวมศูนย์เพื่อให้ทุกช่องใช้ร่วมกัน ลดการลงทุนซ้ำซ้อน

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นว่า กสทช. มีความก้าวหน้าในเชิงนโยบายงบประมาณ และโครงสร้างระบบ EWS ในปี 2568 แต่ยังมีช่องว่างสำคัญระหว่างนโยบายกับประสบการณ์ที่ประชาชนและกลุ่มเปราะบางได้รับจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติคุณภาพการใช้งานจริงของบริการ SL/CC/AD และความพร้อมใช้ของระบบ EWS ในภาวะฉุกเฉิน

แต่อย่างไรก็ดี ระบบ EWS ผ่านโทรทัศน์ที่ยังอยู่ในระยะทดสอบ หมายความว่าหากเกิดภัยพิบัติขนาดใหญ่ในขณะนี้ ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่พึ่งพาโทรทัศน์เป็นหลักยังไม่ได้รับการแจ้งเตือนผ่านช่องทางนี้อย่างเต็มรูปแบบ นอกจากนี้ การที่บริการ SL/CC/AD ยังไม่ถูกบูรณาการเข้าในระบบ EWS ตั้งแต่การออกแบบ ทำให้ผู้พิการมีความเสี่ยงสูงสุดที่จะไม่ได้รับข้อมูลฉุกเฉินในรูปแบบที่เข้าถึงได้ในสถานการณ์ที่ต้องการข้อมูลมากที่สุด

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.24

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- กรอบกฎหมายที่สำคัญ คือ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติงานของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในกรณีเกิดภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน พ.ศ. 2555 ซึ่งกำหนดหน้าที่ออกอากาศแจ้งเตือนเมื่อได้รับการร้องขอ และประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของชนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งกำหนดหน้าที่ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำบริการล่ามภาษามือ (SL) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และเสียงบรรยายภาพ (AD) ตามสัดส่วนที่กำหนด - บริบทความท้าทาย คือ ปรากฏการณ์ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ซึ่งกลุ่มผู้พิการผู้สูงอายุในชนบท และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลยังคงพึ่งพาวิธีดั้งเดิมเป็นช่องทางรับข้อมูลหลัก ทำให้กลุ่มเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงสุดที่จะถูกทิ้งไว้ข้างหลังหากระบบ EWS และบริการเข้าถึงผ่านโทรทัศน์ไม่มีคุณภาพเพียงพอ
Input Evaluation	- (1) ข้อมูลด้านงบประมาณและทรัพยากรเพื่อการพัฒนา EWS นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. ได้จัดสรรงบประมาณจากกองทุน กทปส. สำหรับพัฒนาระบบ API และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัล และ (2) ข้อมูลด้านมาตรฐานทางเทคนิค SL/CC/AD ได้แก่ ประกาศสำนักงาน กสทช. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่จำเป็นต้องได้สำหรับการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึง - ผลการศึกษาจาก การประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 3 และ 4 สำหรับประเด็นที่ 2 เรื่อง เนื้อหาคุณภาพ ประกอบด้วยตัวแทนผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้าน EWS และบริการผู้พิการ การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ซึ่งมีกลุ่มประชาชนเปราะบาง ผู้สูงอายุ และผู้พิการร่วมด้วย และ การสำรวจเชิงปริมาณ ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การพัฒนาและทดสอบระบบ EWS กสทช. ร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.) ในระบบเปิดผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่ใช้งานจริง โดยทดสอบจริงในพื้นที่จังหวัดพะเยา (สถานีเสริมบ้านนาไร่เดียว) และจังหวัดชุมพร (สถานีเสริมหลังสวน) และมีมติเห็นชอบในหลักการให้ใช้ช่องรายการหมายเลข 1 เป็นช่องทางหลัก (Single Channel) สำหรับแจ้งเตือนภัยพิบัติแห่งชาติ - กลไกที่ 2 การติดตามการให้บริการ SL/CC/AD จัดให้มีบริการเพื่อการเข้าถึงของผู้รับใบอนุญาตทั้ง 25 ราย พบว่ามี 17 รายที่จัดทำบริการในสัดส่วนมากกว่าที่กฎหมายกำหนด - กลไกที่ 3 การปรับปรุงประกาศสิทธิชนพิการ อยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไขประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของชนพิการฯ โดยจัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับผู้แทนสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย สมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย ผู้รับใบอนุญาต 25 ช่อง และนักวิชาการ
Output Evaluation	- มิติที่ 1 การแจ้งเตือนภัยรวดเร็วทันเหตุการณ์ ได้คะแนนเฉลี่ยระดับน้อยในทุกภูมิภาค พบข้อจำกัดสำคัญทุกพื้นที่ คือ (1) ความล่าช้าของข้อมูลโทรทัศน์ที่มิกมาหลังจากประชาชนรับรู้จากช่องทางอื่นไปแล้ว (2) ข้อมูลกว้างเกินไป ไม่เจาะพื้นที่ (3) ประชาชนไม่ได้ดูหน้าจอโทรทัศน์ตลอดเวลา (4) รูปแบบตัวอักษรวิ่งด้านล่างจอไม่ถึงจุดความสนใจเพียงพอและ (5) ข้อมูลยังไม่นำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ผู้ชมต้องการทราบว่าต้องทำอะไร ไม่ใช่เพียงรู้ว่าเกิดอะไรขึ้น

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	- มิติที่ 2 เนื้อหาภาครัฐมีการใช้ภาษาหรือคำบรรยายแทนเสียงที่เหมาะสมสำหรับทุกกลุ่ม โดยได้คะแนนเฉลี่ยรวม 1.87 ซึ่งเป็นหนึ่งในคะแนนต่ำสุดของการสำรวจทั้งหมด ทุกพื้นที่สะท้อนตรงกันว่ากลุ่มเหล่านี้ยังเป็นกลุ่มที่ระบบสื่อสารปัจจุบันเสียงจะทิ้งไว้ข้างหลังมากที่สุด ระบบปัจจุบันยังไม่รองรับผู้พิการทางการได้ยินอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงเหตุฉุกเฉิน ขณะที่ผู้พิการทางสายตาต้องการการเตือนภัยที่มีเสียงชัดเจน
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสะท้อนความก้าวหน้าในเชิงนโยบาย งบประมาณ และโครงสร้างระบบ EWS ในปี 2568 แต่ยังมีช่องว่างสำคัญระหว่างนโยบายกับประสบการณ์ที่ประชาชนและกลุ่มเปราะบางได้รับจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติคุณภาพการใช้งานจริงของบริการ SL/CC/AD และความพร้อมใช้ของระบบ EWS ในภาวะฉุกเฉิน

ตารางที่ 5.24 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ด้านกลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

สรุปผลการวิเคราะห์การติดตามและประเมินผล

ด้านผลการส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 2 ทั้ง 4 มิติย่อย ได้แก่ คุณภาพสัญญาณและการเข้าถึง สัดส่วนผังรายการและความหลากหลายเนื้อหา คุณภาพเนื้อหาจากภาครัฐ และกลไก EWS สำหรับกลุ่มเปราะบาง สามารถสรุปภาพรวมได้ว่า กสทช. มีความก้าวหน้าที่ได้ในเชิงปริมาณและโครงสร้างทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความครอบคลุมสัญญาณ MUX ที่ร้อยละ 95.6 การที่ผู้ประกอบการ 17 ใน 25 ช่องจัดทำบริการ SL/CC/AD เกินสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด และการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ปฏิบัติตามสัดส่วนผังรายการที่ได้รับอนุมัติ ทว่าข้อมูลเชิงประจักษ์จากทุกช่องทาง ทั้งการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) 5 ภูมิภาค และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ต่างชี้ตรงกันว่า ความก้าวหน้าเชิงปริมาณเหล่านั้นยังไม่ได้แปลงเป็นประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้นสำหรับประชาชนส่วนใหญ่

หัวใจของช่องว่างนี้คือความแตกต่างระหว่างการมีสิ่งนั้นอยู่ กับสิ่งนั้นทำงานได้จริง โดยคะแนนประเมินจากผู้บริโภค ที่ต่ำกว่า 3.0 ในทุกมิติของทุกภูมิภาค ทั้งความน่าเชื่อถือ ความทันสมัยของการแจ้งเตือนภัย ความน่าสนใจของเนื้อหาการศึกษา และความเหมาะสมของบริการภาษามือและคำบรรยาย โดยไม่ใช่ผลจากการขาดนโยบายหรือกฎหมาย แต่เกิดจากช่องว่างระหว่างการออกแบบนโยบายกับความต้องการจริงของผู้รับสาร ซึ่งสะท้อนว่ากลไกการกำกับดูแลในปัจจุบันมีความครอบคลุมทางปริมาณ แต่ยังไม่มีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการรับประกันคุณภาพ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง

ประเด็นที่พบซ้ำในทุกมิติย่อยคือ กลุ่มประชาชนที่ตกหล่นจากระบบมากที่สุดได้แก่ ผู้สูงอายุที่พึ่งพาโทรทัศน์เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลข่าวสารแต่ขาดเนื้อหาที่ออกแบบมาสำหรับพวกเขาโดยเฉพาะ ผู้พิการที่ระบบ SL/CC/AD ยังไม่ครอบคลุม ในภาวะวิกฤตและไม่ถูกบูรณาการเข้ากับระบบ EWS และประชาชนในพื้นที่ห่างไกลที่ยังเผชิญจุดบอดสัญญาณทั้งจากสภาพภูมิประเทศและข้อจำกัดทางกฎหมายใน

พื้นที่ป่าสงวน ทั้งสามกลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มที่ร้องเรียนหรือส่งเสียงได้ง่าย จึงมักถูกมองข้ามในระบบกำกับดูแลที่วัดผลจากสถิติการร้องเรียน

ในมิติของเนื้อหา สัญญาณที่น่ากังวลที่สุดคือแนวโน้มที่เนื้อหาเพื่อสาธารณประโยชน์หดตัวลงในเชิงพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นรายการสำหรับเด็กที่ลดลงต่อเนื่อง 3 ปี รายการสารคดีที่ขาดเงินทุนสนับสนุน และรายการสำหรับกลุ่มเฉพาะที่ผู้ประกอบการไม่มีแรงจูงใจเพียงพอที่จะผลิตในสถานะที่รายได้โฆษณาหดตัว ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่า กลไกตลาดในอุตสาหกรรมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวไม่สามารถรับประกันการมีอยู่ของเนื้อหาสาธารณะที่สังคมต้องการได้ ซึ่งสร้างความจำเป็นที่ กสทช. ต้องพัฒนาทั้งกลไกแรงจูงใจและกลไกบังคับที่เข้มแข็งยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดของประเด็นนี้ คือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐไม่ใช่สินค้าทางการตลาดธรรมดา แต่เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้คนทุกกลุ่มพึงได้รับ โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤต หากระบบโทรทัศน์ไม่สามารถส่งข้อมูลเตือนภัยถึงกลุ่มเปราะบางได้ทันทั่วถึง ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ชมเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง หรือไม่สามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ห่างไกลได้เลย ความล้มเหลวดังกล่าวไม่ใช่เพียงปัญหาเชิงเทคนิคหรือธุรกิจ แต่คือความล้มเหลวเชิงสาธารณะที่มีต้นทุนทางมนุษย์ ซึ่ง กสทช. ในฐานะองค์กรกำกับดูแลเพื่อประโยชน์สาธารณะ มีพันธกิจโดยตรงที่ต้องรับผิดชอบ

5.3.2 ข้อสังเกตจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปี ต่อวุฒิสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568

ประกอบไปด้วยประเด็นย่อยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ประเด็นการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัล และการจัดทำ Roadmap

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

ประเด็นการจัดสรรใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT) ภายหลังหมดอายุในปี 2572 ได้รับการหยิบยกเป็นข้อสังเกตสำคัญในการประชุมวุฒิสภาครั้งที่ 20 (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) เมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568 เมื่อ กสทช. นำเสนอรายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี 2567 ต่อวุฒิสภาตามมาตรา 72 และมาตรา 76 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 คณะกรรมการ กตป. ถือว่าประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องที่ต้องรายงานให้รัฐสภาทราบตามมาตรา 73 (4) ของพระราชบัญญัติเดียวกัน เนื่องจากมีนัยสำคัญต่อสาธารณประโยชน์และความต่อเนื่องของบริการสื่อสารมวลชน

กรอบกฎหมายที่สำคัญสำหรับการจัดสรรใบอนุญาตหลังปี 2572 ประกอบด้วย พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่กำหนดให้การอนุญาตประกอบกิจการต้องผ่านกระบวนการที่คณะกรรมการ กสทช. กำหนด ซึ่งอาจเป็นการประมูลหรือการคัดเลือก และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ที่กำหนดให้การจัดสรรคลื่นความถี่ต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะและการแข่งขันที่เป็นธรรม ในทางปฏิบัติ ใบอนุญาตของช่องรายการทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจทั้ง 15 ช่องจะสิ้นสุดในเดือนเมษายน พ.ศ. 2572 ขณะที่ใบอนุญาตผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) จะสิ้นสุดก่อน 1 ปี กล่าวคือในปี 2571

บริบทความขัดแย้งสำคัญที่กำหนดสถานการณ์นี้คือความเห็นที่แตกต่างกันระหว่าง กสทช. ที่มุ่งปรับโครงสร้างการอนุญาตให้ทันสมัยสอดคล้องกับยุคสื่อหลอมรวม กับผู้ประกอบการที่ต้องการความต่อเนื่อง

และความเป็นธรรมสำหรับรายเดิมที่ลงทุนมาตั้งแต่ปี 2556 โดยในช่วงปี 2568 ความตึงเครียดเพิ่มขึ้นจนถึงขั้นที่สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ประกาศเตรียมฟ้องร้องศาลปกครอง

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ว่าด้วยฉลากทัศนกิจการโทรทัศน์และ Roadmap (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568, วาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568 และวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) รายงานผลการศึกษาโครงการจ้างที่ปรึกษาฉลากทัศนกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของ ไทยภายใต้สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป รายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ระบุว่า กสทช. ยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ใบอนุญาตหลังปี 2572) และรายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา ตลอดจนรายงานข่าวจากสื่อมวลชน ได้แก่ โพสต์ทูเดย์ (30 ธ.ค. 68), ไทยรัฐ (29 ธ.ค. 68), ไทยพีบีเอส (11 ก.ย. 68), เนชั่นทีวี (19 ก.ย. 68), มติชนออนไลน์ (20 ส.ค. 68) และวันนิวส์ (14 ต.ค. 68)

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่สะท้อน ความกังวลของประชาชนต่อทิศทางที่วิดิทัศน์หลังปี 2572 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จาก ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) และผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน และข้อเสนอ 5 ข้อของสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ที่ยื่นต่อ กสทช. เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2568

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการตอบสนองต่อข้อสังเกตของวุฒิสภาและการวาง นโยบาย หลังปี 2572 ดำเนินการผ่าน 4 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การรายงานต่อวุฒิสภาและการรับข้อสังเกต กสทช. ได้นำเสนอรายงานผลการ ปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567 ต่อที่ประชุมวุฒิสภาเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 ตามมาตรา 72 แห่ง พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ซึ่งที่ประชุมวุฒิสภาได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับทิศทางการ จัดสรรใบอนุญาตหลังปี 2572 และวาระที่ค้างพิจารณา ก่อนหน้านั้น คณะอนุกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ในคณะกรรมการการเทคโนโลยีสารสนเทศฯ วุฒิสภา ได้เชิญ กรรมการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ (ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.พิรงรอง รามสูต) มาชี้แจงและแลกเปลี่ยน ความเห็นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2568 (เนชั่นทีวี, 19 ก.ย. 68)

กลไกที่ 2 การกำหนดฉลากทัศนกิจและจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ กสทช. มีมติรับทราบผล การศึกษา ฉากทัศนกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของไทย ซึ่งชี้ถึงความเป็นไปได้ที่จำนวน ผู้ประกอบการที่วิดิทัศน์ภาคพื้นดิน อาจเหลือเพียง 13 หรือ 17 ช่องรายการหลังปี 2572 (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568) และมีมติให้จัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ฯ (พ.ศ. 2569-2573) เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างการอนุญาตจากระบบใบอนุญาตเดิมไปสู่ระบบ การจัดแจ้งหรือการขึ้นทะเบียน รวมถึงการปรับรูปแบบเป็นผู้ให้บริการเนื้อหา (Service Provider) และผู้ ให้บริการโครงข่าย (Network Provider) (ระเบียบวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) โดยกสทช. มีข้อสั่งการให้ เร่งกำหนดราคาตั้งต้นหรือหลักเกณฑ์การประมูลให้แล้วเสร็จภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2571 ทั้งนี้ ไทยพีบี เอสรายงานเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2568 ว่า กสทช. มุ่งหมายให้ Roadmap แล้วเสร็จก่อนสิ้นปี 2568

กลไกที่ 3 การรับฟังข้อเสนอจากผู้มีส่วนได้เสีย กสทช. รับข้อเสนอจากสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) 5 ข้อ ได้แก่ (1) ต่ออายุใบอนุญาตแทนการประมูลใหม่ (2) เลื่อนประมูล 3,500 MHz ออกไปหลังสิ้นสุดใบอนุญาต (3) กำหนด Must-Carry ทุกแพลตฟอร์ม (4) กสทช./รัฐรับผิดชอบค่า MUX ทั้งหมด และ (5) แก้กฏหมายแยก MUX (ผู้ประมูลคลื่น) ออกจากช่องทีวี (Service Provider) (วันนิวส์, 14 ต.ค. 68) พร้อมรับข้อร้องเรียนจากสมาคมฯ ที่จับมือกับสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์เรียกร้องให้เร่งออก OTT Regulation Framework เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2568

กลไกที่ 4 การประชุมวาระสำคัญที่เกี่ยวข้องและวาระค้างพิจารณา กสทช. มีวาระที่ยังค้างพิจารณาและเกี่ยวข้องโดยตรงกับอนาคตของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ แนวทางการจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงทีวีดิจิทัลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (National Streaming Platform) ที่เลื่อนพิจารณาซ้ำในเกือบทุกกรอบการประชุม (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 13/2568, วาระที่ 4.16 ครั้งที่ 12/2568) แนวทางการกำกับดูแล OTT ที่ค้างพิจารณาต่อเนื่อง (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.18 ครั้งที่ 13/2568) และแนวทางการพักใช้ใบอนุญาตกรณีฝ่าฝืนคำสั่งทางปกครองว่าด้วยรายได้โฆษณา (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.15 ครั้งที่ 16/2568 และวาระที่ 4.20 ครั้งที่ 21/2568)

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้เป็น 3 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ฉากทัศน์โครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572: กสทช. กำหนดฉากทัศน์ที่เป็นไปได้ 2 ทางเลือก ดังแสดงในตารางที่ 5.25 โดยทั้งสองฉากทัศน์หมายความว่า จะมีช่องธุรกิจที่ต้องออกจากอุตสาหกรรม 4-9 ช่อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของงานและความหลากหลายของเนื้อหาอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5.25 การเปรียบเทียบฉากทัศน์โครงสร้างช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัลหลังปี 2572

มิติ	ฉากทัศน์ที่ 1: 13 ช่องรายการ (สาธารณะ 7 + ธุรกิจ 6)	ฉากทัศน์ที่ 2: 17 ช่องรายการ (สาธารณะ 7 + ธุรกิจ 11)
จำนวนช่องธุรกิจ	6 ช่อง (ลดจาก 15 เหลือ 6)	11 ช่อง (ลดจาก 15 เหลือ 11)
ผลกระทบต่อแรงงาน	สูงมาก: ช่องออกจากอุตสาหกรรม 9 ช่อง	ปานกลาง: ช่องออกจากอุตสาหกรรม 4 ช่อง
ความหลากหลาย เนื้อหา	ลดลงมาก	พอรักษาไว้ได้
ความยั่งยืนธุรกิจ	สูง: ผู้รอดมีฐานตลาดที่แข็งแกร่ง	ปานกลาง: ยังแข่งขันสูง แต่มากกว่าปัจจุบัน
ความเห็นของสมาคม	ไม่ต้องการ เสนอต่ออายุแทนประมูล	ไม่ต้องการ เสนอต่ออายุแทนประมูล

ที่มา: มิติที่ประชุม กสทช. (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568 และวาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568)

มิติที่ 2 ข้อค้นพบจากรายงานการประเมินปี 2567: รายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ระบุชัดเจนว่า กสทช. ยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินหลังสิ้นสุดสัญญาในปี 2572 และความไม่แน่นอนดังกล่าวทำให้ทีวีดิจิทัลจำเป็นต้องสร้างช่องทางออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT) ทั้งแบบฟรีและบอกรับสมาชิก เพื่อรองรับความไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังระบุถึงความกังวลเรื่องคลื่น 3,500 MHz ที่อาจกระทบผู้ชมผ่านดาวเทียม รายงาน

ฉบับสมบูรณ์ กตป. โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ระบุว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการ ประชาชน และนักวิชาการกังวลตรงกันที่สุดคือ OTT ที่ปราศจากการควบคุมและไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน ซึ่งเชื่อมโยงกับความไม่แน่นอนของใบอนุญาตหลังปี 2572 ด้วย

มติที่ 3 สัญญาเตือนจากภาคอุตสาหกรรม: กรุงเทพมหานครเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2568 ว่าธุรกิจทีวีเผชิญปัญหาหารายได้โฆษณาตลอดต่อเนื่องในไตรมาส 2 โดยช่อง 3 ช่องวัน เวอร์คพอยท์ และโมโนรายได้โฆษณาตกลงถล่มทลาย ความสั่นคลอนทางธุรกิจนี้ทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจในการลงทุนระยะยาว เพราะไม่แน่ใจว่าจะได้รับใบอนุญาตหลังปี 2572 หรือไม่ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนอยู่ในข้อสังเกตของวุฒิสภาที่ต้องการให้ กสทช. แสดงความชัดเจนเชิงนโยบายโดยเร็ว ทั้งนี้ความล่าช้าในการออก Roadmap และวาระที่ค้างพิจารณาต่าง ๆ ทำให้โพสต์ทูเดย์รายงานเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2568 ว่า สมาคมทีวีดิจิทัลเตรียมยื่นฟ้องศาลปกครองต่อประธาน กสทช. ในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หลังจากวาระ Roadmap และ OTT ค้างพิจารณามานานกว่า 2 ปี

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นว่าการขาดความชัดเจนเชิงนโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรใบอนุญาตหลังปี 2572 กำลังสร้างต้นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมใน 3 มิติพร้อมกัน ได้แก่ มิติแรก ต้นทุนด้านการลงทุน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้ มิติที่สอง ต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากบุคลากรในอุตสาหกรรมขาดข้อมูลในการวางแผนอาชีพ และมิติที่สาม ต้นทุนด้านสาธารณประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ยังไม่ทราบว่ายังจะสามารถเข้าถึงโทรทัศน์ฟรีได้หลังปี 2572 หรือไม่

อย่างไรก็ตาม ในทางกฎหมาย กสทช. มีทางเลือกหลัก 2 ทาง ได้แก่ การจัดให้มีการประมูลคลื่นความถี่ใหม่ หรือการกำหนดกระบวนการอื่นที่คณะกรรมการกสทช. เห็นชอบ โดยแนวทางที่ กสทช. กำลังพิจารณา ได้แก่ การแยกบทบาทระหว่างผู้ใช้คลื่นความถี่ และผู้ประกอบการด้านเนื้อหา เป็นแนวทางที่น่าสนใจ เพราะจะลดภาระต้นทุนการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้ผลิตเนื้อหา แต่ต้องการการแก้ไขกฎหมายซึ่งใช้เวลา

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลและ การจัดทำ Roadmap สรุปลงสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.26

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- กรอบกฎหมายที่สำคัญสำหรับการจัดสรรใบอนุญาตหลังปี 2572 ประกอบด้วยพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่กำหนดให้การอนุญาตประกอบกิจการต้องผ่านกระบวนการที่คณะกรรมการ กสทช. กำหนด ซึ่งอาจเป็นการประมูลหรือการคัดเลือก และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ - บริบทความขัดแย้ง คือความเห็นที่แตกต่างระหว่าง กสทช. ที่มุ่งปรับโครงสร้างการอนุญาตให้ทันสมัยสอดคล้องกับยุคสื่อหลอมรวม กับผู้ประกอบการที่ต้องการความต่อเนื่องและความเป็นธรรมสำหรับรายเดิมที่ลงทุนมาตั้งแต่ปี 2556 ที่มีความตึงเครียด

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ว่าด้วยฉากทัศน์กิจการโทรทัศน์และ Roadmap (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568, วาระที่ 4.19 ครั้งที่ 16/2568 และวาระที่ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) รายงานผลการศึกษาโครงการจ้างที่ปรึกษาฉากทัศน์กิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตของไทยภายใต้สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป รายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ระบุว่า กสทช. ยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ใบอนุญาตหลังปี 2572) และรายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตลอดจนรายงานข่าวจากสื่อมวลชน ได้แก่ โพสต์ทูเดย์ (30 ธ.ค. 68), ไทยรัฐ (29 ธ.ค. 68), ไทยพีบีเอส (11 ก.ย. 68), เนชั่นทีวี (19 ก.ย. 68), มติชนออนไลน์ (20 ส.ค. 68) และวันนิวส์ (14 ต.ค. 68) - ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาคที่สะท้อนความกังวลของประชาชนต่อทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) และผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน และข้อเสนอ 5 ข้อของสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) ที่ยื่นต่อ กสทช. เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2568
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การรายงานต่อวุฒิสภาและการรับข้อสังเกต - กลไกที่ 2 การกำหนดฉากทัศน์และจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ ซึ่งชี้ถึงความเป็นไปได้ที่จำนวนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน รวมถึงการปรับรูปแบบเป็นผู้ให้บริการเนื้อหา (Service Provider) และผู้ให้บริการโครงข่าย (Network Provider) - กลไกที่ 3 การรับฟังข้อเสนอจากผู้มีส่วนได้เสีย กสทช. รับข้อเสนอจากสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) 5 ข้อ ได้แก่ (1) ต่ออายุใบอนุญาตแทนการประมูลใหม่ (2) เลื่อนประมูล 3,500 MHz ออกไปหลังสิ้นสุดใบอนุญาต (3) กำหนด Must-Carry ทุกแพลตฟอร์ม (4) กสทช./รัฐรับผิดชอบค่า MUX ทั้งหมด และ (5) แก้กฏหมายแยก MUX (ผู้ประมูลคลื่น) ออกจากช่องทีวี (Service Provider) - กลไกที่ 4 การประชุมวาระสำคัญที่เกี่ยวข้องและวาระค้างพิจารณา
Output Evaluation	- มติที่ 1 ฉากทัศน์โครงสร้างช่องรายการหลังปี 2572 โดยหมายความว่าจะมีช่องธุรกิจที่ต้องออกจากอุตสาหกรรม 4-9 ช่อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการจ้างงานและความหลากหลายของเนื้อหาอย่างมีนัยสำคัญ - มติที่ 2 ข้อค้นพบจากรายงานการประเมินปี 2567 ว่ายังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการให้ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินหลังสิ้นสุดสัญญาในปี 2572 และความไม่แน่นอนทำให้ทีวีดิจิทัลจำเป็นต้องสร้างช่องทางออกอากาศผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT) ทั้งแบบฟรีและบอกรับสมาชิก - มติที่ 3 สัญญาณเตือนจากภาคอุตสาหกรรม ธุรกิจทีวีเผชิญปัญหารายได้โฆษณาลดลงต่อเนื่อง ความสั่นคลอนทางธุรกิจนี้ทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจในการลงทุนระยะยาว เพราะไม่แน่ใจว่าจะได้รับใบอนุญาตหลังปี 2572 หรือไม่
Impact Evaluation	ส่งผลกระทบในแง่ลบเนื่องจากขาดความชัดเจนเชิงนโยบาย 3 มติพร้อมกัน ได้แก่ มิติต้นทุนด้านการลงทุน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้ มิติต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากบุคลากรในอุตสาหกรรมขาดข้อมูลในการวางแผน

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	อาชีพ และมีต้นทุนด้านสาธารณประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ยังไม่ทราบว่ายังสามารถเข้าถึงโทรทัศน์ฟรีได้หลังปี 2572 หรือไม่

ตารางที่ 5.26 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

2) ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์

การประเมินบริบท (Context Evaluation)

ประเด็นการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหาเป็นความตึงเครียดเชิงโครงสร้าง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 35 บัญญัติรับรองสิทธิเสรีภาพของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ และการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร พร้อมรับรองเสรีภาพของบุคคลที่ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในการนำเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ในขณะเดียวกัน มาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 กำหนดเนื้อหาต้องห้ามและภาระหน้าที่ด้านสัดส่วนเนื้อหาที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตาม ทั้งสองหลักการดำรงอยู่ร่วมกันและต้องได้รับการตีความโดยสมดุล ซึ่งเป็นสิ่งที่ กสทช. ต้องรักษาสมดุลในฐานะผู้กำกับดูแล

บริบทที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นในปี 2568 เกิดจากการเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัลและ OTT ที่ทำให้ Fake News ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) และการหลอกลวง (Scam) แพร่กระจายอย่างรวดเร็วโดยไม่ผ่านกลไกกำกับดูแลเนื้อหาเช่นเดียวกับโทรทัศน์ดั้งเดิม ช่องว่างนี้สร้างความไม่เท่าเทียมในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน เนื่องจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องแบกรับต้นทุนการปฏิบัติตามกฎหมายเนื้อหาอย่างเข้มงวด ในขณะที่แพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติเผยแพร่เนื้อหาโดยแทบไม่มีข้อจำกัดด้านเนื้อหาในรูปแบบเดียวกัน บริบทนี้ทำให้วุฒิสภาให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวในการประชุมเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง ยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดให้ กสทช. มีพันธกิจ “การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภค และการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ” โดยมุ่งเน้นการกำกับดูแลเชิงรุกบนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ และการส่งเสริมการกำกับดูแลตนเองขององค์กรวิชาชีพ

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการตอบข้อซักถามวุฒิสภากรณีสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชน (อ้างอิงถึงระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568) รายงานสถานการณ์ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2568 โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ซึ่งรวบรวมผลการจัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็กและข่าวอาชญากรรม คู่มือจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 4 หมวดที่จัดทำร่วมกันระหว่างสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง และสำนักงาน กสทช. งานวิจัยของ สุปรณี วัฒนสิน (2565) ว่าด้วยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการรู้เท่าทันสื่อสำหรับประชาชน และบทเรียนนานาชาติจาก Ofcom UK และ FCC USA ในการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อในยุคหลอมรวม

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค ในมิติที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพเนื้อหาข้อมูลจากภาครัฐ ความน่าเชื่อถือของสื่อ และความตระหนักรู้ต่อภัยคุกคามออนไลน์ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ บรรณาธิการข่าว และผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน และการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด ที่ครอบคลุมตัวแปรความน่าเชื่อถือและคุณภาพเนื้อหาจากโทรทัศน์

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการกำกับดูแลคุณภาพเนื้อหา ในปี 2568 ดำเนินการผ่าน 5 กลไกหลัก

กลไกที่ 1 การตอบข้อซักถามวุฒิสภากรณีสิทธิเสรีภาพสื่อ ในการประชุม กสทช. ครั้งที่ 8/2568 ที่ประชุมได้พิจารณาแนวทางการตอบข้อซักถามของวุฒิสภา กรณีบทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการออกหมายจับบุคคลที่มีชื่อเสียง (ระเบียบวาระที่ 5.12 ครั้งที่ 8/2568) กสทช. มีมติยืนยันหลักการสำคัญว่า สิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 35 ซึ่งผู้ประกอบวิชาชีพย่อมมีเสรีภาพภายใต้จริยธรรมแห่งวิชาชีพ พร้อมสั่งการให้สำนักงาน กสทช. ระบุมาตรการแห่งรัฐธรรมนูญที่คุ้มครองสิทธิเสรีภาพสื่อให้ชัดเจนในหนังสือตอบ และแนบประกาศ กสทช. ว่าด้วยการส่งเสริมการรวมกลุ่มขององค์กรวิชาชีพให้วุฒิสภารับถึงกลไกการกำกับดูแลที่มีอยู่

กลไกที่ 2 การส่งเสริมกลไก Self-regulation ขององค์กรวิชาชีพ กสทช. ออกประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ลงราชกิจจานุเบกษาวันที่ 10 มกราคม 2568 มีผลบังคับใช้ 11 มกราคม 2568 ตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการฯ พ.ศ. 2551 เพื่อให้องค์กรวิชาชีพสื่อจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมและควบคุมดูแลกันเองในอาชีพ ต่อมาสำนักงาน กสทช. ออกประกาศแนวทางปฏิบัติการจัดแจ้งองค์กรวิชาชีพลงราชกิจจานุเบกษาวันที่ 15 ตุลาคม 2568 และเปิดให้ยื่นจดแจ้งองค์กรวิชาชีพ นอกจากนี้ ยังร่วมกับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง จัดทำ “คู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline for Broadcasting)” ซึ่งครอบคลุม 4 หมวด ได้แก่ บทนำ คำนิยาม หลักจริยธรรมทั่วไป และหลักจริยธรรมขั้นพื้นฐาน

กลไกที่ 3 การกำกับดูแลเนื้อหาและโฆษณาเชิงรุก กสทช. ดำเนินการตรวจเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายในกิจการกระจายเสียง ระหว่างปี พ.ศ. 2567-2568 จำนวนทั้งสิ้น 3,036 ราย พบผู้กระทำผิด 128 ราย พร้อมจัดทำคู่มือการโฆษณาอย่างไรไม่ให้มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค และจัดประชุมชี้แจงในพื้นที่ 4 ภาค นอกจากนี้ยังจัดประชุมหารือแนวทางการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและสถานการณ์ชายแดน เพื่อส่งเสริมการสื่อสารเพื่อสันติภาพและไม่สร้างความเกลียดชังเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2568

กลไกที่ 4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านจริยธรรมสื่อ กสทช. ดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างจริยธรรมสื่ออย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สัมมนา Trusted Media Master Class ว่าด้วยหลักการสิทธิมนุษยชน Fake News และ Disinformation เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2568 การอบรมเชิงปฏิบัติการ Creative Censorship ว่าด้วยการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชน การสร้างความเข้าใจแนวปฏิบัติการนำเสนอเนื้อหา และการต่อต้านข่าวลวงข้อมูลบิดเบือน รวม 4 ครั้ง ในจังหวัดสงขลา ขอนแก่น เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร

การอบรม “การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล: ความท้าทายภายใต้มาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน” 2 ครั้ง และสัมมนา Digital Inclusion เพื่อส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลดิจิทัลเมื่อวันที่ 19-20 มิถุนายน 2568 ณ จังหวัดชลบุรี

กลไกที่ 5 การสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคสื่อในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล โดยส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เข้มแข็งระดับภูมิภาค เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการใช้บริการและมีความสามารถในการเลือกรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผลและรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ แสดงความคิดเห็นและรณรงค์ทางสังคมได้อย่างเหมาะสม เช่น การจัดอบรมสร้างเครือข่ายผู้บริโภคเข้มแข็งระดับภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและเข้าใช้สื่อได้อย่างถูกต้อง และเพื่อสร้างความตระหนักรู้จักสิทธิ มีความสามารถในการเลือกรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล รู้เท่าทันสื่อ ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้เป็น 3 มิติหลัก ดังนี้

มิติที่ 1 ผลการดำเนินงานด้านสิทธิเสรีภาพสื่อและ Self-regulation: กสทช. แสดงจุดยืนที่ชัดเจนในการยืนยันสิทธิเสรีภาพสื่อตามรัฐธรรมนูญผ่านมติ กสทช. กรณีการตอบข้อซักถามวุฒิสภา ซึ่งถือเป็นบรรทัดฐานสำคัญที่ยืนยันหลักการว่า กสทช. ไม่ใช่ผู้ตัดสินเนื้อหาข่าวสารโดยตรง แต่เป็นผู้ส่งเสริมกลไกที่สื่อสามารถกำกับดูแลกันเองตามจริยธรรมวิชาชีพ ประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 11 มกราคม 2568 ถือเป็นก้าวสำคัญในการสร้างระบบ Self-regulation ที่สอดคล้องกับหลักการ “Co-regulation” ที่ประเทศประชาธิปไตยสากลใช้กัน อย่างไรก็ตาม ในปี 2568 ยังไม่มีข้อมูลว่ามืองค์กรวิชาชีพยื่นจดแจ้งตามประกาศดังกล่าวแล้วจำนวนเท่าใด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความสำเร็จที่ต้องติดตาม

มิติที่ 2 คุณภาพเนื้อหาและประสิทธิผลของกลไกกำกับดูแล: จากผลการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด พบว่า ประชาชนให้คะแนนความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์ ในระดับ 2.67 จาก 5 คะแนน (ระดับปานกลาง) สะท้อนว่าแม้โทรทัศน์จะยังคงมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อออนไลน์ แต่ความน่าเชื่อถือดังกล่าวยังไม่อยู่ในระดับที่ประชาชนพึงพอใจอย่างเต็มที่ ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ใน 5 ภูมิภาค พบข้อสังเกตสำคัญว่า ปัญหาหลักของคุณภาพข้อมูลในโทรทัศน์ปัจจุบันไม่ได้อยู่ที่ความถูกต้องของข้อเท็จจริง แต่อยู่ที่การเน้นเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจผ่านความรุนแรงและดราม่ามากเกินไป ขณะที่เนื้อหาสร้างสรรค์และเชิงสาระกลับมีน้อย สอดคล้องกับที่วุฒิสภาตั้งข้อสังเกตเรื่องคุณภาพเนื้อหาโทรทัศน์ในการประชุมวันที่ 22 กันยายน 2568

ในมิตินี้ ข้อค้นพบจากงานวิจัยของ สุปราณี วัฒนสิน (2565) ชี้ให้เห็นว่า การสร้างเสริมการรู้เท่าทันสื่อส่งผลให้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมีมาตรฐานทางจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่งหมายความว่า การลงทุนในการพัฒนาบุคลากรด้านจริยธรรมสื่อมีผลระยะยาวต่อคุณภาพเนื้อหา กลไกนี้สอดคล้องกับแนวทางที่ กสทช. ดำเนินการในปี 2568 ผ่านกิจกรรม Trusted Media Master Class และ Creative Censorship

มิติที่ 3 ช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์และ OTT: ข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดจากการวิเคราะห์ คือความไม่สมดุลในกลไกกำกับดูแลเนื้อหาระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมกับ OTT ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล

ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์สัดส่วนเนื้อหา ประกาศต้องห้าม และมาตรฐานโฆษณาที่เข้มงวด ในขณะที่แพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติที่เป็นแหล่ง Fake News, Scam และ Disinformation หลักกลับไม่อยู่ภายใต้อำนาจกำกับดูแลเนื้อหาของ กสทช. โดยตรง บทเรียนจาก Ofcom สหราชอาณาจักรชี้ให้เห็นว่า ควรเปลี่ยนจากการใช้อำนาจตรวจสอบเนื้อหาขึ้นแบบ Reactive ไปสู่การสร้างโครงสร้างการกำกับดูแลร่วม (Co-regulation) กับองค์กรวิชาชีพ และการกระจายอำนาจการกำกับดูแลเนื้อหาบางส่วน (Delegated Authority) ให้กับองค์กรวิชาชีพอิสระ ซึ่งเป็นแนวทางที่ประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ ปี 2568 กำลังเดินตาม

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นว่า กสทช. ดำเนินการด้านการส่งเสริมจริยธรรมสื่อและกลไก Self-regulation อย่างแข็งขันในปี 2568 แต่ยังมีช่องว่างสำคัญระหว่างการมีกลไกกับการบรรลุผลลัพธ์ที่วัดได้จริง โดยเฉพาะในประเด็นคุณภาพเนื้อหาที่ประชาชนยังได้รับข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหา Fake News/Scam บน OTT ที่วุฒิสภาห่วงใยซึ่งยังไม่มีกลไกกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ (มีผล 11 ม.ค. 68) ยังไม่มีรายงานเชิงประจักษ์ว่ามีองค์กรวิชาชีพยื่นจดแจ้งและเริ่มดำเนินการตามประกาศแล้วจำนวนเท่าใด หากกลไก Self-regulation ยังไม่มีองค์กรที่ทำหน้าที่จริง ประกาศดังกล่าวก็จะเป็นเพียงตัวอักษรในราชกิจจานุเบกษา

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใตกรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และและกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์ สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.27

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	- แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563-2568) ฉบับปรับปรุง ยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดให้ กสทช. มีพันธกิจ “การส่งเสริมและกำกับดูแลด้านเนื้อหา การคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เพื่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในโลกดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ” โดยมุ่งเน้นการกำกับดูแลเชิงรุกบนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ และการส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ - บริบทที่ซับซ้อน เกิดจากการเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัลและ OTT ที่ทำให้ Fake News ข้อมูลบิดเบือน (Disinformation) และการหลอกลวง (Scam) แพร่กระจายอย่างรวดเร็วโดยไม่ผ่านกลไกกำกับดูแลเนื้อหาเช่นเดียวกับโทรทัศน์ดั้งเดิม ช่องว่างนี้สร้างความไม่เท่าเทียมในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ที่เกี่ยวข้องกับการตอบข้อซักถามวุฒิสภากรณีสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชน รายงานสถานการณ์ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2568 โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ซึ่งรวบรวมผลการจัดทำแนวปฏิบัติการรายงานข่าวเด็กและข่าวอาชญากรรม คู่มือจริยธรรมสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 4 หมวดที่จัดทำร่วมกันระหว่างสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง และ

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	สำนักงาน กสทช. และบทเรียนนานาชาติจาก Ofcom UK และ FCC USA ในการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อในยุคหลอมรวม - ผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม ใน 5 ภูมิภาค ในมิติที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพเนื้อหาข้อมูลจากภาครัฐ ความน่าเชื่อถือของสื่อ และความตระหนักรู้ต่อภัยคุกคามออนไลน์ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ บรรณาธิการข่าว และผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน และการสำรวจเชิงปริมาณ ผ่านแบบสอบถาม 6,000 ชุด
Process Evaluation	- กลไกที่ 1 การตอบข้อซักถามวุฒิสภากรณีสิทธิเสรีภาพสื่อ กสทช. มีมติยืนยันหลักการสำคัญว่า สิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสารและแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนได้รับความคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 มาตรา 35 ซึ่งผู้ประกอบการวิชาชีพย่อมมีเสรีภาพภายใต้จริยธรรมแห่งวิชาชีพ - กลไกที่ 2 การส่งเสริมกลไก Self-regulation ขององค์กรวิชาชีพ ออกประกาศ กสทช. เรื่อง มาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ - กลไกที่ 3 การกำกับดูแลเนื้อหาและโฆษณาเชิงรุก ดำเนินการตรวจเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายในกิจการกระจายเสียง ระหว่างปี พ.ศ. 2567-2568 จำนวนทั้งสิ้น 3,036 ราย พบผู้กระทำผิด 128 ราย พร้อมจัดทำคู่มือการโฆษณาอย่างไรไม่ให้มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค - กลไกที่ 4 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านจริยธรรมสื่อ กสทช. ดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างจริยธรรมสื่ออย่างต่อเนื่อง การสร้างความเข้าใจแนวปฏิบัติการนำเสนอเนื้อหา และการต่อต้านข่าวลวงข้อมูลบิดเบือน - กลไกที่ 5 การสร้างความตระหนักรู้ด้านสิทธิของผู้บริโภคสื่อในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล โดยส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เข้มแข็งระดับภูมิภาค ด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผลและรู้เท่าทันสื่อ
Output Evaluation	- มิติที่ 1 ผลการดำเนินงานด้านสิทธิเสรีภาพสื่อและ Self-regulation ประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 11 มกราคม 2568 ถือเป็นก้าวสำคัญในการสร้างระบบ Self-regulation ที่สอดคล้องกับหลักการ “Co-regulation” ที่ประเทศประชาธิปไตยสากลใช้กัน - มิติที่ 2 ประชาชนให้คะแนนความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากหน่วยงานรัฐผ่านโทรทัศน์ในระดับ 2.67 ระดับปานกลาง สะท้อนว่าแม้โทรทัศน์จะยังครองความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อออนไลน์ แต่ปัญหาหลักอยู่ที่การเน้นเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจผ่านความรุนแรงและดราม่ามากเกินไป ขณะที่เนื้อหาสร้างสรรค์และเชิงสาระกลับมีน้อย - มิติที่ 3 ช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์และ OTT ความไม่สมดุลในกลไกกำกับดูแลเนื้อหา ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่สัดส่วนเนื้อหาประกาศต้องห้าม และมาตรฐานโฆษณาที่เข้มงวด ในขณะที่แพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติที่เป็นแหล่ง Fake News, Scam และ Disinformation กลับไม่อยู่ภายใต้อำนาจกำกับดูแลเนื้อหาของ กสทช. โดยตรง

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Impact Evaluation	มีความคุ้มค่าและสร้างผลกระทบโดยเฉพาะต่อสื่อและผู้ชม มีการดำเนินการด้านการส่งเสริมจริยธรรมสื่อและกลไก Self-regulation อย่างเข้มข้น แต่ยังมีช่องว่างสำคัญระหว่างกลไกกับการบรรลุผลลัพธ์ที่วัดได้จริง โดยเฉพาะในประเด็นคุณภาพเนื้อหาที่ประชาชนยังได้รับข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง และปัญหา Fake News/Scam บน OTT ที่วุฒิสภาห่วงใยซึ่งยังไม่มีกลไกกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 5.27 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และและกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์

3) ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย และติดตามวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา การประเมินบริบท (Context Evaluation)

ระบบการประชุมและการตัดสินใจของ กสทช. ในฐานะองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญดำเนินการตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 ที่กำหนดให้คณะกรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งและอำนาจการตัดสินใจร่วมกัน ในปี 2568 กสทช. มีการประชุมปกติหลายสิบครั้งและมีวาระการพิจารณา รวมกว่า 70 วาระในบางการประชุม (มติชน, 20 ส.ค. 68) ความหนาแน่นของวาระดังกล่าวในบางกรณีส่งผลให้วาระสำคัญถูกเลื่อนออกไป เนื่องจากขาดเวลาหรือกรรมการบางรายมีความเห็นต่างที่ยังหาข้อตกลงร่วมไม่ได้

วุฒิสภาได้ตั้งข้อสังเกตในการประชุมครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 เกี่ยวกับวาระสำคัญที่ค้างพิจารณา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในยุคสื่อหลอมรวม ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับข้อห่วงใยที่สะสมมาจากภาคอุตสาหกรรม นักวิชาการ และผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนออกมาผ่านสื่อมวลชนหลายสำนักในช่วงปลายปี 2568

บริบทที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ กลไกการตรวจสอบวาระค้างพิจารณาโดยวุฒิสภาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ กำหนดให้มี กสทช. ต้องรายงานต่อรัฐสภาตามมาตรา 72 และมาตรา 76 ซึ่งทำให้วุฒิสภามีอำนาจตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. โดยตรง ในแง่นี้ ข้อสังเกตเรื่องวาระค้างพิจารณาไม่ใช่เพียงการวิจารณ์การทำงาน แต่เป็นกลไกตรวจสอบถ่วงดุลที่กฎหมายให้ไว้

การประเมินปัจจัยป้อน (Input Evaluation)

การดำเนินการประเมินในประเด็นนี้มีข้อมูลนำเข้าจากหลายแหล่ง ได้แก่

ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่ปรากฏรายการวาระเลื่อนพิจารณาซ้ำ รายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ระบุถึงความล่าช้าของนโยบาย National Streaming Platform และรายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ระบุถึงความกังวลของทุกฝ่ายต่อ OTT ที่ปราศจากการควบคุม รวมถึงรายงานข่าวจากสื่อมวลชน ได้แก่ มติชนออนไลน์ (20 ส.ค. 68) ไทยรัฐ (29 ธ.ค. 68) และโพสต์ทูเดย์ (30 ธ.ค. 68) ว่าด้วยวาระค้างพิจารณาและการเตรียมฟ้องศาลปกครอง

ข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย ผลการประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) ที่ผู้ประกอบการสะท้อนความกังวลต่อความล่าช้าในการออก Roadmap และ OTT Regulation Framework ผลการ

สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์และผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายสื่อ และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สะท้อนความไม่แน่นอนของประชาชนต่ออนาคตของโทรทัศน์ภาคพื้นดินหลังปี 2572

การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation)

กระบวนการตรวจสอบวาระค้างพิจารณาดำเนินผ่าน 3 ช่องทางในปี 2568

ช่องทางที่ 1 การตรวจสอบโดยวุฒิสภาในกระบวนการรายงานประจำปี วุฒิสภาได้รับรายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2567 เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 และตั้งข้อสังเกตโดยตรงเกี่ยวกับวาระค้างพิจารณา ทั้งในเรื่อง Roadmap กิจการโทรทัศน์ National Streaming Platform และ OTT Regulation Framework นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ฯ วุฒิสภา ได้เชิญ กรรมการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์มาชี้แจงก่อนหน้านั้นในวันที่ 19 กันยายน 2568 เพื่อซักถามความคืบหน้า

ช่องทางที่ 2 การตรวจสอบภายในโดยกรรมการ กสทช. เมื่อ National Streaming Platform ถูกเลื่อนพิจารณาซ้ำในเกือบทุกรอบการประชุม (เช่น ระเบียบวาระที่ 4.17 ครั้งที่ 13/2568 วาระที่ 4.16 ครั้งที่ 12/2568 และวาระที่ 4.31 ครั้งที่ 33/2568) กรรมการ กสทช. ได้ทำหนังสือถึงประธาน กสทช. เพื่อขอให้เร่งรัดการพิจารณา โดยระบุว่าความล่าช้าส่งผลกระทบต่อ Timeline ของแผนแม่บทกิจการโทรทัศน์ และก่อให้เกิดความกังวลในภาคอุตสาหกรรม

ช่องทางที่ 3 การตรวจสอบจากภาคอุตสาหกรรมผ่านสื่อมวลชน มติชนออนไลน์รายงานเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2568 ว่า กสทช. ถกเถียงกว่า 70 วาระใน 2 วัน โดยมีวาระที่วิพากษ์ที่สำคัญ 4 วาระ ได้แก่ ฉากทัศน์อุตสาหกรรม National Streaming Platform OTT Regulation และแนวทางการอนุญาตเพื่อรองรับการหลอมรวมเทคโนโลยี ต่อมาไทยรัฐรายงานเมื่อ 29 ธันวาคม 2568 ว่าผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเตรียมฟ้องประธาน กสทช. เนื่องจากวาระแพลตฟอร์มแห่งชาติและ OTT ค้างพิจารณา ส่งผลให้อุตสาหกรรมตกอยู่ในสภาวะการกำกวม และโพสต์ทูเดย์รายงานเมื่อวันที่เดียวกันว่า สมาคมทีวีดิจิทัลเตรียมฟ้องศาลปกครองในข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หลังจากวาระ Roadmap และ OTT ค้างพิจารณามานานกว่า 2 ปี

การประเมินผลผลิต (Output Evaluation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปสถานะและผลกระทบของวาระค้างพิจารณาทั้ง 4 วาระ โดยสามารถวิเคราะห์รายวาระ ดังนี้

วาระที่ 1 Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573: แม้ กสทช. จะมีมติรับทราบฉากทัศน์ และมีมติให้จัดทำ Roadmap แล้ว (ระเบียบวาระที่ 4.16 ครั้งที่ 13/2568, 4.19 ครั้งที่ 16/2568 และ 4.12 ครั้งที่ 38/2568) แต่ Roadmap ที่สมบูรณ์พร้อมกรอบเวลาการดำเนินงาน หลักเกณฑ์การประมูล และมาตรการรองรับผู้ประกอบการ ยังไม่ได้รับการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ ความล่าช้ากว่า 2 ปีนี้ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้ บุคลากรในอุตสาหกรรมขาดข้อมูลในการตัดสินใจเรื่องอาชีพ และผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ไม่สามารถวางแผนการอัปเกรดเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วาระที่ 2 National Streaming Platform: รายงาน กตป. ปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒระบุว่า “นโยบายแพลตฟอร์มออกอากาศบนอินเทอร์เน็ตแห่งชาติ (National Streaming Platform) อาจสร้างความยุ่งยากต่อผู้บริโภค ที่รับชมรายการภาคพื้นดินเกินความจำเป็น และความเป็นไปได้ในการสร้างแพลตฟอร์มให้สำเร็จก็เป็นไปได้ยาก” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้แต่วิชาการก็มีข้อกังวลเชิงแนวคิดว่า

National Streaming Platform จะสร้างคุณค่าให้ผู้ชมได้จริงหรือไม่ เมื่อบวกกับความล่าช้าในการพิจารณา ทำให้ Roadmap ของอุตสาหกรรมสูญเสียเป้าหมายที่ชัดเจน

วาระที่ 3 OTT/Streaming Regulation Framework: รายงาน กตป. ปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาระบุชุดว่า “สิ่งที่ผู้ประกอบการ ประชาชน นักวิชาการมีความกังวลและมีความเห็นตรงกันคือ เรื่อง OTT ที่ปราศจากการควบคุม ไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน ไม่มีหน่วยงานที่ควบคุมกำกับและดูแล โดยเฉพาะ” ความล่าช้าในการพิจารณาครั้งนี้ มากกว่า 2 ปีจึงสร้างสัญญาณที่ Fake News, Scam และ Disinformation สามารถแพร่กระจายได้โดยไม่มีกลไกที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลยังคงถูกกำกับดูแลเนื้อหาอย่างเข้มงวดต่อไป

วาระที่ 4 แนวทางพักใช้ใบอนุญาตกรณีฝ่าฝืนคำสั่งโฆษณา: การขาดมาตรการพักใช้ใบอนุญาตที่ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนคำสั่งทางปกครองด้านโฆษณาทำให้กลไกบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ ในปัจจุบัน กสทช. สามารถดำเนินการได้เพียงการออกคำสั่งทางปกครองและปรับ แต่ไม่มีมาตรการที่รุนแรงพอที่จะสร้างแรงยับยั้งที่เพียงพอสำหรับผู้ฝ่าฝืนซ้ำ

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation)

จากผลการวิเคราะห์ด้วยกรอบ CIPPI สะท้อนให้เห็นว่าวาระค้างพิจารณาทั้ง 4 รายการไม่ใช่เพียงปัญหาเชิงกระบวนการประชุม แต่มีผลกระทบเชิงระบบที่ทวีความรุนแรงขึ้นตามเวลาที่ผ่านมา ในแง่ต้นทุนทางเศรษฐกิจ การขาด Roadmap ทำให้อุตสาหกรรมมูลค่าหลายหมื่นล้านบาทขาดทิศทาง ในแง่ต้นทุนทางสังคม การขาด OTT Regulation ทำให้ประชาชนไม่ได้รับการคุ้มครองจากข้อมูลบิดเบือนบนแพลตฟอร์มดิจิทัล และในแง่ต้นทุนทางประชาธิปไตย ความไม่แน่นอนด้านนโยบายสื่อทำให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนเสี่ยงต่อการถูกละเมิดในระยะเปลี่ยนผ่านหลังปี 2572

อย่างไรก็ดี กระบวนการประชุม กสทช. ในปัจจุบันอาจต้องการการปรับปรุงในเชิงโครงสร้างเพื่อให้วาระสำคัญที่มีผลกระทบสูงได้รับการพิจารณาอย่างทันเวลา ไม่ใช่การกำหนดเป็น “วาระค้างพิจารณา” โดยปราศจากการจบเวลาสิ้นสุด ซึ่งอาจหมายความว่าถึงการกำหนด “วาระด่วน” สำหรับเรื่องที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและสาธารณะในวงกว้าง

วิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย และติดตามวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา สรุปสาระสำคัญได้ดังตารางที่ 5.28

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
Context Evaluation	บริบทที่สำคัญ คือ กลไกการตรวจสอบวาระค้างพิจารณาโดยวุฒิสภาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ กำหนดให้มี กสทช. ต้องรายงานต่อรัฐสภาตามมาตรา 72 และมาตรา 76 ซึ่งทำให้วุฒิสภามีอำนาจตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะต่อ กสทช. โดยตรง ในแง่นี้ ข้อเสนอเรื่องวาระค้างพิจารณาไม่ใช่เพียงการวิจารณ์การทำงาน แต่เป็นกลไกตรวจสอบถ่วงดุลที่กฎหมายให้ไว้
Input Evaluation	- มติที่ประชุม กสทช. ปี 2568 ที่ปรากฏรายการวาระเลื่อนพิจารณาซ้ำ รายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่

CIPPI	ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568
	ระบุถึงความล่าช้าของนโยบาย National Streaming Platform และรายงานฉบับสมบูรณ์ กตป. กิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ระบุถึงความกังวลของทุกฝ่ายต่อ OTT ที่ปราศจากการควบคุม รวมถึงรายงานข่าวจากสื่อมวลชน - ผลการประชุมกลุ่มย่อยที่ผู้ประกอบการสะท้อนความกังวลต่อความล่าช้าในการออก Roadmap และ OTT Regulation Framework ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์และผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายสื่อ และผลการสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) ที่สะท้อนความไม่แน่นอนของประชาชนต่อนาคตของโทรทัศน์ภาคพื้นดินหลังปี 2572
Process Evaluation	- ช่องทางที่ 1 การตรวจสอบโดยวุฒิสภาในกระบวนการรายงานประจำปี นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ฯ วุฒิสภา ได้เชิญ กรรมการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์มาชี้แจงก่อนหน้านั้นในวันที่ 19 กันยายน 2568 เพื่อซักถามความคืบหน้า - ช่องทางที่ 2 การตรวจสอบภายในโดยกรรมการ กสทช. เมื่อ National Streaming Platform ถูกเลื่อนพิจารณาซ้ำ เพื่อขอให้เร่งรัดการพิจารณา โดยระบุว่าความล่าช้าส่งผลกระทบต่อ Timeline ของแผนแม่บทกิจการโทรทัศน์ และก่อให้เกิดความกังวลในภาคอุตสาหกรรม - ช่องทางที่ 3 การตรวจสอบจากภาคอุตสาหกรรมผ่านสื่อมวลชน
Output Evaluation	- วาระที่ 1 Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 ยังไม่ได้รับการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ ความล่าช้ากว่า 2 ปีนี้ทำให้ผู้ประกอบการที่วิดิทัศน์ไม่สามารถวางแผนการลงทุนระยะยาวได้ - วาระที่ 2 National Streaming Platform อาจสร้างความยุ่งยากต่อผู้บริโภค ที่รับชมรายการภาคพื้นดินเกินความจำเป็น และความเป็นไปได้ในการสร้างแพลตฟอร์มให้สำเร็จก็เป็นไปได้อย่างยาก - วาระที่ 3 OTT/Streaming Regulation Framework สิ่งผู้ประกอบการ ประชาชน นักวิชาการมีความกังวลและมีความเห็นตรงกัน คือ เรื่อง OTT ที่ปราศจากการควบคุม ไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน ไม่มีหน่วยงานที่ควบคุมกำกับและดูแลโดยเฉพาะ - วาระที่ 4 การขาดมาตรการพักใช้ใบอนุญาตที่ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนคำสั่งทางปกครองด้านโฆษณาทำให้กลไกบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ
Impact Evaluation	สร้างผลกระทบเชิงระบบที่ทวีความรุนแรงขึ้นตามเวลาที่ผ่านไป ในแง่ต้นทุนทางเศรษฐกิจ การขาด Roadmap ทำให้อุตสาหกรรมมูลค่าหลายหมื่นล้านบาทขาดทิศทาง ในแง่ต้นทุนทางสังคม การขาด OTT Regulation ทำให้ประชาชนไม่ได้รับการคุ้มครองจากข้อมูลบิดเบือนบนแพลตฟอร์มดิจิทัล และในแง่ต้นทุนทางประชาธิปไตย ความไม่แน่นอนด้านนโยบายสื่อทำให้สิทธิการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนเสี่ยงต่อการถูกละเมิดในระยะเปลี่ยนผ่านหลังปี 2572

ตารางที่ 5.28 สรุปการวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินการตามประเด็นสำคัญด้านกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2568 ภายใต้กรอบการประเมินแบบ CIPPI ประเด็นการปรับปรุงข้อกฎหมาย และติดตามวาระประชุม กสทช. ที่ยังค้างการพิจารณา

สรุปผลการวิเคราะห์การติดตามและประเมินผล

การดำเนินงานตามข้อสังเกตจากวุฒิสภาในคราวการประชุมชี้แจงรายงานประจำปี

ต่อวุฒิสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 22 กันยายน 2568

จากการวิเคราะห์ประเมินผลด้วยกรอบ CIPPI ในประเด็นที่ 3 ทั้ง 3 มิติย่อย ได้แก่ การประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและ การจัดทำ Roadmap การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุและผู้พิการ และกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์ และการปรับปรุงข้อกำหนดและวาระค้างพิจารณา สามารถสรุปได้ว่า ข้อสังเกตของวุฒิสภาในการประชุมเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการศึกษาของคณะที่ปรึกษาในทุกประเด็น กล่าวคือ อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านที่ต้องการการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ชัดเจน รวดเร็ว และครอบคลุม แต่กลไกการพิจารณาของ กสทช. ยังไม่สามารถตอบสนองได้ทันกับความเร่งด่วนของสถานการณ์

ในมติการประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและ การจัดทำ Roadmap กสทช. มีมติเชิงนโยบายที่มีทิศทางชัดเจน ทั้งการรับทราบฉันทมติโครงสร้างช่องรายการ 2 ทางเลือก คือ 13 หรือ 17 ช่อง และการให้ความเห็นชอบหลักการ Roadmap กิจกรรมโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 อย่างไรก็ตาม Roadmap ที่สมบูรณ์พร้อมรายละเอียดหลักเกณฑ์การประมวลหรือการต่ออายุใบอนุญาต มาตรการรองรับผู้ประกอบการที่ออกจากอุตสาหกรรม และแนวทางคุ้มครองกลุ่มเปราะบางในช่วงเปลี่ยนผ่าน ยังไม่ได้รับการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ ความไม่แน่นอนดังกล่าวทำให้ภาคอุตสาหกรรมไม่สามารถวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนนำไปสู่ความตึงเครียดถึงขั้นที่สมาคมทีวีดิจิทัลเตรียมฟ้องร้องศาลปกครองในช่วงปลายปี 2568

ในมติการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ และกำกับเนื้อหาเพื่อป้องกันภัยคุกคามออนไลน์ กสทช. แสดงจุดยืนที่มีหลักการในการยืนยันสิทธิเสรีภาพสื่อตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 35 ควบคู่กับการสร้างกลไก Self-regulation ผ่านประกาศส่งเสริมการรวมกลุ่มวิชาชีพฯ ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 11 มกราคม 2568 และคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชน (Ethical Guideline for Broadcasting) แนวทางดังกล่าวถูกต้องตามหลักการ แต่ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นที่ยังไม่ปรากฏหลักฐานว่ามืองค์กรวิชาชีพยื่นจดแจ้งและดำเนินการตามประกาศแล้ว นอกจากนี้ ช่องว่างการกำกับดูแลระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมซึ่งอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เนื้อหาอย่างเข้มงวด กับแพลตฟอร์ม OTT ที่ยังไม่มีกรอบกำกับดูแลเนื้อหาในมาตรฐานเดียวกัน ยังคงเป็นปัญหาเชิงระบบที่วุฒิสภาและภาคอุตสาหกรรมต่างให้ความสำคัญ

ในมติปรับปรุงข้อกำหนดและวาระค้างพิจารณา ข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดคือ วาระที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและสาธารณะสูงสุด ได้แก่ National Streaming Platform และ OTT Regulation Framework กลับเป็นวาระที่ค้างพิจารณายาวนานที่สุดโดยถูกเลื่อนในเกือบทุกกรอบการประชุม ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของกระบวนการประชุมที่ขาดกลไกจัดลำดับความสำคัญของวาระตามผลกระทบต่อสาธารณะ ทำให้วาระสำคัญถูกดองอยู่ในคิวเดียวกับวาระประจำที่มีนัยน้อยกว่า

ข้อสังเกตเชิงระบบที่สำคัญที่สุดจากประเด็นที่ 3 คือ ความล่าช้าในการตัดสินใจไม่ใช่วิธีที่เป็นกลาง (Neutral) เพราะในทุกวันที่ผ่านไปโดยที่ Roadmap ยังไม่ชัดเจน ผู้ประกอบการก็หยุดลงทุน บุคลากรก็ขาดข้อมูลในการวางแผนอาชีพ และกลุ่มเปราะบางที่พึ่งพาฟรีทีวีก็ยังไม่ทราบว่าสิทธิในการรับชมโทรทัศน์ของตน จะได้รับการคุ้มครองอย่างไรหลังปี 2572 บริบทนี้ทำให้การตอบสนองต่อข้อสังเกตของวุฒิสภาไม่ใช่เพียงพันธกิจทางกฎหมาย แต่คือการแสดงความรับผิดชอบต่อทุกภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนดังกล่าว

5.4 การวิเคราะห์ความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ

เมื่อนำเสนอการสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์ CIPPI ทั้ง 3 ประเด็น โดยพิจารณาความสอดคล้องของการดำเนินงาน กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ประจำปี 2568 ผ่านกรอบการวิเคราะห์ 3 มิติ ได้แก่ มิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นมิติที่ผลการวิจัย กตป. ปี 2567 โดยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒระบุไว้ว่ายังมีช่องว่างที่ต้องแก้ไข ดังนั้น ผลการศึกษาสามารถสรุปความสอดคล้องต่อการดำเนินงานของ กสทช. ในการส่งเสริมด้านโทรทัศน์ ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี มิติเชิงคุณภาพ และมิติเชิงเศรษฐกิจได้ดังนี้

5.4.1 ทั้งมิติเชิงเทคโนโลยี

ในปี 2568 กสทช. แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าเชิงเทคโนโลยีที่จับต้องได้ใน 3 โครงการหลัก ได้แก่ การทดสอบระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลในพื้นที่จริง (จังหวัดพะเยาและชุมพร) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมทางเทคนิคในการเข้าถึงครัวเรือนร้อยละ 95.6 การเห็นชอบมาตรฐาน iDTV/Connected TV เพื่อรองรับการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต และการดำเนินโครงการทดสอบ 5G Broadcasting ร่วมกับผู้ให้บริการโครงข่ายและผู้ผลิตอุปกรณ์ระดับโลก ทั้งสามโครงการนี้สอดคล้องกับทิศทางเทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสื่อสาร และแสดงถึงการวางรากฐานเทคนิคสำหรับยุคหลังปี 2572

ทั้งนี้ ประเด็น Connected TV และ iDTV มีความสอดคล้องระดับสูงกับพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวคือการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) พบว่า ภาพรวมทุกภูมิภาคมีสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (IPTV/Streaming) สูงที่สุดถึงร้อยละ 84.5 โดยเป็นการรับชมผ่านแอปพลิเคชันหรือสมาร์ททีวี (Connected TV) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมสูงสุดคือ กระแสหรือการแนะนำบนโซเชียลมีเดีย (ร้อยละ 68.2) ไม่ใช่ผังรายการดั้งเดิม ซึ่งการดำเนินงานของ กสทช. มีความสอดคล้องเชิงรุก โดย กสทช. ได้เริ่มกำหนดมาตรการให้อุปกรณ์ Connected TV หรืออุปกรณ์อื่นในประเทศไทยรองรับการเข้าถึงกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล และมีการรับฟังความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) กับผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์รายใหญ่ 4 บริษัทแล้วเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568 เพื่อป้องกันไม่ให้ช่องทีวีดิจิทัลท้องถิ่นถูกอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มต่างชาติบดบัง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ Prominent and easily discoverable ของสหราชอาณาจักร

ในขณะที่ประเด็น 5G Broadcasting มีความสอดคล้องเชิงยุทธศาสตร์ระยะยาวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวคือ การสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ผู้บริโภคมีพฤติกรรม รับชมผ่านอินเทอร์เน็ตสูงมาก โดยร้อยละ 73.5 ใช้ทั้งอินเทอร์เน็ตบ้านและอินเทอร์เน็ตมือถือควบคู่กัน และช่องทางหลักในการรับชมรายการผ่านสมาร์ทโฟนมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 45.3 โดยเฉพาะภาคใต้ที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นจอหลักสูงถึงร้อยละ 48.2 โดยการดำเนินงานของ กสทช.พบว่า สำนักงาน กสทช. อยู่ระหว่างการจัดทำกฎหมายแม่บทหลอมรวม 3 ฉบับเพื่อรองรับการหลอมรวมเทคโนโลยี ทว่าในแง่การผลักดันโครงสร้างพื้นฐานอย่าง 5G Broadcasting อาจต้องเร่งมือให้ทันต่างประเทศ เนื่องจากบทเรียนจากสหราชอาณาจักร (Ofcom) ซึ่งว่าระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (DTT) แบบเดิมจะทยอยลดบทบาทลง และมุ่งสู่แนวทาง Internet-first Strategy เพื่อส่งสัญญาณกระจายเสียงเข้ากับโครงข่ายโทรคมนาคมโดยตรง

อย่างไรก็ตาม ในมิติเชิงเทคโนโลยี ยังพบช่องว่างสำคัญ 2 ประการ ช่องว่างแรกคือ การพัฒนาเทคโนโลยีในแต่ละโครงการยังดำเนินการแยกส่วน ขาดการบูรณาการเชิงระบบที่ตอบคำถามว่าเทคโนโลยีทั้งหมดจะทำงานร่วมกันอย่างไรในระยะหลังปี 2572 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระบบ EWS ที่มีความพร้อมทางเทคนิคสูงยังไม่ถูกบูรณาการกับบริการเข้าถึงสำหรับผู้พิการ (SL/CC/AD) ตั้งแต่ขั้นออกแบบ ขณะที่มาตรฐาน

iDTV ที่ส่งเสริมการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตสวนทางกับความเป็นจริงที่ประชาชนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 ยังรับชมผ่านจานดาวเทียม C-Band ช่องว่างที่สองคือ Spectrum Roadmap ที่ยังไม่ชัดเจนว่าคลื่นความถี่ UHF จะถูกจัดสรรอย่างไรระหว่างกิจการแพร่ภาพและโทรคมนาคม ทำให้ผู้ให้บริการโครงข่ายไม่กล้าลงทุนอัปเกรดระบบให้รองรับ 5G Broadcasting เนื่องจากไม่แน่ใจว่าจะมีโครงข่ายให้ใช้ต่อไปหรือไม่หลังปี 2572

5.4.2 ทั้งมิติเชิงคุณภาพ

ในมิติเชิงคุณภาพ กสทช. ดำเนินงานอย่างเข้มข้นในการสร้างกรอบนโยบายและเครื่องมือส่งเสริมคุณภาพ ทั้งการเห็นชอบหลักการ Social Credit สำหรับ 5 ประเภทรายการหลัก การออกประกาศสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การส่งเสริมกลไก Self-regulation ผ่านประกาศส่งเสริมการรวมกลุ่มวิชาชีพ การจัดทำคู่มือจริยธรรมสื่อสารมวลชน และการพัฒนาบุคลากรผ่านกิจกรรม Trusted Media Master Class และ Creative Censorship มาตรการเหล่านี้แสดงให้เห็นทิศทางที่ถูกต้องในการเปลี่ยนจากการกำกับดูแลเชิงบังคับ (Command-and-Control) ไปสู่การกำกับดูแลแบบมีส่วนร่วม (Co-regulation)

โดยประเด็นการกำกับผังรายการ และความน่าเชื่อถือ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค จากการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) พบว่า ผู้บริโภคเปิดรับสื่อในรูปแบบ ไม่ตามผังการออกอากาศ โดยเน้นดูคลิปสั้นหรือไฮไลต์ผ่านโซเชียลมีเดียเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีเพียงร้อยละ 19.9 เท่านั้นที่เลือกชมรายการจากการเลื่อนผังบนหน้าจอทีวี นอกจากนี้ ผู้บริโภคประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลภาครัฐผ่านทีวีอยู่ในระดับ น้อย (ค่าเฉลี่ย 2.67) ทั้งนี้ การดำเนินงานของ กสทช. พบว่า กสทช. พยายามปรับปรุงประกาศหลักเกณฑ์การสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อาทิการ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 14 กรกฎาคม 2568 เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดเนื้อหารายการคุณภาพ อย่างไรก็ตามการกำกับดูแลผังรายการแบบเดิมเริ่มไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปดูคลิปสั้นออนไลน์ กสทช. จึงควรถอดบทเรียนจาก Ofcom ที่เปลี่ยนผ่านไปสู่การกำกับดูแลความปลอดภัยเชิงระบบ (Online Safety Act) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทดแทนรูปแบบการดำเนินการตรวจสอบเนื้อหารายการขึ้น

อย่างไรก็ตาม ช่องว่างสำคัญในมิตินี้คือ ระยะห่างระหว่างกรอบนโยบายกับผลลัพธ์จริงที่ประชาชนได้รับ เมื่อพิจารณาจากคะแนนประเมินผู้บริโภคที่ยังต่ำกว่า 3.0 ใน 4 มิติ ทั้งความน่าเชื่อถือ ความทันสมัย ความน่าสนใจ และการเข้าถึงสำหรับผู้พิการ สะท้อนว่า กรอบนโยบายใหม่ยังไม่ทันส่งผลต่อประสบการณ์ผู้บริโภคในปี โดยเฉพาะ Social Credit ที่ยังอยู่ในระยะหลักการและยังไม่มีกลไกการนำไปปฏิบัติที่ชัดเจน นอกจากนี้ ช่องว่างที่มีผลระยะยาวที่สุดคือ การที่ OTT และแพลตฟอร์มดิจิทัลซึ่งเป็นช่องทางที่ประชาชนบริโภคเนื้อหาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ยังไม่ถูกรอบคลุมโดยมาตรฐานคุณภาพเนื้อหาชุดเดียวกับโทรทัศน์ ทำให้ความพยายามในการยกระดับคุณภาพเนื้อหาบนโทรทัศน์ได้ผลเพียงครั้งเดียวของระบบนิเวศสื่อที่ประชาชนใช้จริง

5.4.3 ทั้งมิติเชิงเศรษฐกิจ

ในมิติเชิงเศรษฐกิจ กสทช. ดำเนินการที่มีทิศทางสอดคล้องกับความเป็นจริงของตลาดในหลายด้าน ทั้งการวางแผนลดจำนวนช่องรายการจาก 22 เหลือ 13-17 ช่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมมีความยั่งยืนมากขึ้น การส่งเสริมการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน (Infrastructure Sharing) เพื่อลดต้นทุนซ้ำซ้อน และการสร้างกลไกแรงจูงใจใหม่ผ่านประกาศสนับสนุนรายการสาธารณะและ Social Credit ที่เชื่อมโยงกับสิทธิประโยชน์ทางการเงิน ทิศทางดังกล่าวสอดคล้องกับบริบทที่เม็ดเงินโฆษณาโทรทัศน์ลดลงต่อเนื่องจนโฆษณาดิจิทัลแซงหน้าเป็นครั้งแรกในปี 2567

โดยประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นด้านที่เด่นชัดที่สุดของมิติเศรษฐกิจ โดยจากการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) ในปี 2568 คือ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพื่อเลี่ยงโฆษณา (Ad-free) สูงถึงร้อยละ 51.0 และยินดีจ่ายเพื่อดูเนื้อหาพิเศษ/ก่อนใคร (Premium Access) อีกร้อยละ 31.2 มีเพียงร้อยละ 17.8 เท่านั้นที่ไม่เคยจ่ายและยอมรับชมฟรีแบบมีโฆษณา ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบเชิงนโยบายต่อโครงสร้างรายได้ของทีวีดิจิทัลดั้งเดิมที่พึ่งพาค่าโฆษณาเป็นหลัก สอดคล้องกับปรากฏการณ์ Cord-cutting ในสหรัฐอเมริกา และรายงานของสหราชอาณาจักรที่เม็ดเงินโฆษณาทีวีดั้งเดิม (Linear TV) หดตัวลงร้อยละ 14 ขณะที่บริการวิดีโอออนไลน์แบบสมัครสมาชิก (SVoD) ขยายตัวถึงร้อยละ 20 และเมื่อผู้บริโภคในภูมิภาคต่างๆ หันไปดูทีวีผ่านอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 84.5) และชื่นชอบการปฏิสัมพันธ์ข้ามสื่อ เช่น การติดตามแฮชแท็กพูดคุย (ร้อยละ 15.5) หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ทันทีที่เห็นในรายการ (ร้อยละ 18.4) ส่งผลต่อ โครงข่ายภาคพื้นดินแบบเดิม (MUX) จึงเริ่มหมดความจำเป็นในการลงทุนเพิ่มในสายตาผู้ประกอบการ โดยพบว่า การดำเนินงานของ กสทช. ปัจจุบัน กสทช. อยู่ระหว่างจัดทำ (ร่าง) แผนที่นำทาง (Roadmap) กิจการโทรทัศน์ (พ.ศ. 2569 - 2573) เพื่อเตรียมการก่อนใบอนุญาตหมดอายุในปี 2572

ดังนั้น ความสอดคล้องของการดำเนินงาน กสทช. ในมิติเชิงเศรษฐกิจจึงอยู่ที่การพยายามเตรียมแนวทางรองรับการเปลี่ยนผ่านผ่านการจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์และการแพร่ภาพและเสียง เพื่อกำหนดทิศทางก่อนสิ้นสุดใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในปี 2572 โดยมีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ ผู้ประกอบการโทรคมนาคม หน่วยงานรัฐ นักวิชาการ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การจัดทำ Roadmap เพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอ หากไม่มีมาตรการเชิงเศรษฐกิจที่ชัดเจนในการรองรับปัญหาเม็ดเงินโฆษณาลดลง ต้นทุนโครงข่ายสูง และการแข่งขันที่ไม่สมดุลกับแพลตฟอร์มออนไลน์และ OTT ในระยะต่อไป กสทช. จึงควรพิจารณาแนวทางสนับสนุนการปรับตัวของอุตสาหกรรม เช่น การพัฒนาระบบวัดผลแบบ Cross-platform การสร้างมาตรฐานข้อมูลกลางด้านผู้ชมและโฆษณา การทบทวนภาระต้นทุนของผู้ประกอบการ และการกำหนดกติกาที่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์กับแพลตฟอร์มดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม ความไม่สอดคล้องที่สำคัญที่สุดในมิตินี้คือ ขณะที่รายได้ของอุตสาหกรรมกำลังหดตัว ข้อกำหนดด้านการลงทุนและการปฏิบัติตามกฎกลับไม่ได้ลดลงตามสัดส่วน ผู้ประกอบการยังต้องแบกรับต้นทุนค่าโครงข่าย MUX ข้อกำหนดสัดส่วนเนื้อหาสาธารณะ มาตรฐาน SL/CC/AD และมาตรฐาน EWS ในเวลาเดียวกับที่รายได้โฆษณาลดลงถึงร้อยละ 44 ในช่วง 9 ปี ขณะที่คู่แข่งหลักอย่างแพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติไม่ต้องแบกรับภาระดังกล่าวเลย นอกจากนี้ การที่ระบบวัดผลเรตติ้งยังอิงโทรทัศน์ภาคพื้นดินเป็นหลัก โดยไม่ครอบคลุมการรับชมข้ามแพลตฟอร์ม ทำให้ข้อมูลตลาดที่ใช้ตัดสินใจลงทุนทั้งของผู้ประกอบการและนักลงทุนในตลาดยังไม่สะท้อนความเป็นจริงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

5.5 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

กิจการโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นกิจการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนไม่ว่าจะเป็นความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมการใช้ชีวิต โดย กสทช. ได้มุ่งเน้น การกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรทัศน์ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานการแข่งขันเสรีเป็นธรรมตลอดจนส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีคุณภาพอย่างเท่าเทียม อีกทั้งยังได้กำหนดนโยบายเพื่อยกระดับการกำกับดูแลและพัฒนา

กิจการโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงการดำเนินการกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ รองรับกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและฉาทัศน์ของอุตสาหกรรมในระยะต่อไป

จากบทบาทและหน้าที่ของ กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ รวมถึงจากผลการดำเนินการและการบริหารของ กสทช. และจากการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการเก็บข้อมูลด้วย การประชุมกลุ่มย่อย (Small Group Meeting) การสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสำรวจเชิงปริมาณ (Survey Research) รวมถึงข้อสังเกตจากผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568 จึงมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการ และการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการดำเนินการและการบริหารงานของ กสทช.

ประเด็นที่ 1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางการวิดิทัศน์หลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

ก. โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการที่วิดิทัศน์ ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม

- เร่งจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 ให้มีผลบังคับใช้โดยเร็วและประกาศให้ผู้ประกอบการทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 3 ปีก่อนที่ใบอนุญาตจะหมดอายุ เพื่อให้บุคลากรในอุตสาหกรรมมีเวลาวางแผนพัฒนาทักษะและเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

- จัดทำแผนรองรับแรงงานในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการลดจำนวนช่องรายการ โดยเฉพาะ โดยบูรณาการกับกระทรวงแรงงาน สถาบันการศึกษา และสมาคมวิชาชีพสื่อ ในรูปแบบโปรแกรม Reskilling และ Upskilling ที่มีเป้าหมายและตัวชี้วัดชัดเจน

ข. เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT และความสามารถในการแข่งขัน

- พิจารณากำหนดมาตรการลดต้นทุนค่าโครงข่าย (MUX) สำหรับผู้ประกอบการที่ยังคงผลิตเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะ (Public Service Broadcasting) ในสัดส่วนสูง เพื่อลดความได้เปรียบที่ไม่เท่าเทียมระหว่าง OTT ที่ไม่มีภาระโครงสร้างพื้นฐานกับผู้ประกอบการที่วิดิทัศน์

- ปรับเปลี่ยนบทบาทและกลไกการให้ทุนสนับสนุนอุตสาหกรรม กล่าวคือ กสทช. ควรใช้อำนาจในการปรับเปลี่ยนแนวทางการจัดสรรเงินทุนของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) โดยเปลี่ยนผ่านจากการมุ่งสนับสนุนตามภารกิจเดิมมาเน้นการจัดสรรทุนสร้างสรรค์เนื้อหาพรีเมียมท้องถิ่น (Local Content) ในลักษณะเดียวกับโมเดล High-end Television (HETV) ของสหราชอาณาจักร เพื่อพ่วงไม่ให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยถูกกลืนกินโดยแพลตฟอร์มข้ามชาติ

- ทบทวนกฎเกณฑ์การจำกัดโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ให้สมดุลระหว่างการปกป้องผู้บริโภคจากโฆษณาเกินขนาดกับการให้ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่นเพียงพอในการสร้างรายได้ในสภาวะที่ตลาดโฆษณาหดตัว โดยอาจพิจารณาอนุญาตรูปแบบโฆษณาใหม่ที่ไม่ขึ้นรายการ เช่น Branded Content และ Native Advertising

- สร้างภาคีเชิงนโยบายด้านมาตรการภาษี กล่าวคือ กสทช. ควรเป็นแกนหลักในการประสานความร่วมมือระดับนโยบายกับกระทรวงการคลัง เพื่อร่วมกันศึกษาและผลักดันมาตรการจูงใจทางภาษี (Tax Incentives) ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างชาติให้เข้ามาจ้างงานและเช่าพื้นที่ผลิตสื่อในประเทศไทย

ค. ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่าย

- จัดทำ Spectrum Roadmap ระบุอย่างชัดเจนว่าจะจัดสรรคลื่น UHF อย่างไรระหว่าง Broadcasting และ Telecom โดยประกาศให้สาธารณะทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 3 ปีก่อนปี 2572 เพื่อให้ผู้ประกอบการทีวี ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ผลิตอุปกรณ์สามารถวางแผนการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- จัดตั้งกลไกการสนับสนุนทางการเงินผ่านกองทุน กทปส. หรือกองทุน USO สำหรับการอุดหนุนการเปลี่ยนผ่านอุปกรณ์ส่งสัญญาณของ MUX และเครื่องรับสัญญาณสำหรับประชาชนกลุ่มเปราะบาง ในช่วงเปลี่ยนผ่านระหว่าง DVB-T2 สู่ระบบใหม่ เพื่อป้องกัน Digital Divide

- พิจารณารอบกฎหมายและมาตรการจูงใจสำหรับผู้ผลิตสมาร์ทโฟนที่รองรับ 5G Broadcast ในไทย เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีนำเข้า เพื่อเร่งการสร้าง Ecosystem อุปกรณ์ที่เป็นปัจจัยชี้ขาดต่อความสำเร็จ

ง. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT, Streaming และ Cross-media

- เร่งรัดการพิจารณาและบังคับใช้ OTT Regulation Framework โดยกำหนดกรอบเวลาชัดเจน เพื่อให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและแพลตฟอร์ม OTT ข้ามชาติเกิดขึ้นบนพื้นฐานมาตรฐานเดียวกัน โดยอาจศึกษาโมเดล Online Safety Act ของสหราชอาณาจักรที่ครอบคลุม User-Generated Content และ Disinformation

- เร่งรัดการพัฒนา National Streaming Platform ให้พร้อมใช้งานตามกรอบเวลาที่กำหนด (ปี 2569) และออกประกาศเกณฑ์บริการ BVOD/VSP ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการลงทุนในช่องทางการเข้าถึงใหม่ได้

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

ก. การรณรงค์เรียนรู้คุณภาพสัญญาณ ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

- เร่งจัดทำ Roadmap กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินให้ชัดเจนก่อนปี 2572 พร้อมกำหนดมาตรการช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางในการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวและไม่สามารถปรับตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณได้ด้วยตนเอง รวมถึงพิจารณาจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนและช่องทาง Helpdesk เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

- พิจารณาแนวทางการแก้ไขปัญหา Dead Zone เชิงโครงสร้างในพื้นที่ป่าสงวนและอุทยานแห่งชาติ โดยบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมป่าไม้ และกรมอุทยานแห่งชาติ เพื่อกำหนดชื่อยกเว้นหรือกลไกพิเศษที่อนุญาตให้ติดตั้งโครงสร้างพื้นฐานสื่อสารในพื้นที่เหล่านี้ได้

ข. สัดส่วนผังรายการ และความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม

- เร่งรัดการนำเกณฑ์ตัวชี้วัดคุณภาพเนื้อหา (Social Credit) ไปบังคับใช้จริงโดยเพิ่มมิติการวัดผลกระทบต่อผู้ชม เช่น ดัชนีความหลากหลายของเนื้อหา (Content Diversity Index) ที่ครอบคลุมสัดส่วนรายการตามกลุ่มอายุ กลุ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่น และกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้การกำกับดูแลสัดส่วนผังรายการเปลี่ยนจากการวัดปริมาณเวลาออกอากาศไปสู่การวัดคุณค่าทางสังคม

- ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความหลากหลายของกลุ่มประชากร โดยกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำสำหรับรายการภูมิภาค รายการผู้สูงอายุ และรายการเด็กในผังรายการของ

สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ ควบคู่กับการเพิ่มงบประมาณและบุคลากรให้สถานี NBT ภูมิภาคสามารถผลิตเนื้อหาท้องถิ่นได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น

- การเปลี่ยนผ่านกระบวนการกำกับดูแลเนื้อหา (Co-regulation framework) กล่าวคือ กสทช. จะต้องออกนโยบายและวางรากฐานในการเปลี่ยนผ่านจากการใช้อำนาจรัฐตามมาตรา 37 แห่ง พ.ร.บ. ประกอบกิจการฯ ในการเฝ้าตรวจเนื้อหารายชิ้นแบบเดิม ไปสู่การรับรองโครงสร้าง "การกำกับดูแลร่วมกัน" (Co-regulation) โดยกระจายอำนาจการกำกับดูแลบางส่วนให้แก่องค์กรวิชาชีพ และทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลเสถียรภาพในระดับโครงสร้างและระบบความปลอดภัยในภาพรวมเท่านั้น

ค. คุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

- เร่งรัดการนำเกณฑ์ Social Credit ไปบังคับใช้จริงในทางปฏิบัติ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่วัดผลได้ชัดเจนสำหรับเนื้อหาทางการศึกษา เช่น ระดับความเข้าใจของผู้ชม ความสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษา และความสามารถในการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง แทนการวัดเพียงสัดส่วนเวลาออกอากาศ

- พัฒนาแนวทางการผลิตเนื้อหาภาครัฐที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้ชมในยุคดิจิทัล โดยกำหนดมาตรฐานการผลิตเนื้อหาที่เข้าถึงได้ง่าย เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการสื่อสารกับผู้สูงอายุ ผู้มีการศึกษาต่ำ และกลุ่มชาติพันธุ์

- ทบทวนประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการฯ พ.ศ. 2556 ให้ทันสมัย โดยเพิ่มเกณฑ์คุณภาพเนื้อหาในมิติของความน่าสนใจและการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ไม่ใช่เพียงการกำหนดสัดส่วนเวลาออกอากาศเชิงปริมาณ และกำหนดเงื่อนไขใบอนุญาตใหม่เพื่อความเท่าเทียม (Inclusivity) กล่าวคือ ในช่วงการพิจารณาโครงสร้างระบบโทรทัศน์และใบอนุญาตใหม่หลังปี พ.ศ. 2572 กสทช. ต้องกำหนดดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพ (KPIs) และเงื่อนไขแนบท้ายใบอนุญาตที่บังคับให้มีการจัดทำบริการเพื่อผู้พิการ (Accessibility) ทั้งคำบรรยายแทนเสียง (CC), เสียงบรรยายภาพ (AD) และล่ามภาษามือในสัดส่วนที่สูงขึ้น อย่างเป็นรูปธรรม

- สนับสนุนงบประมาณผ่านกองทุน กทปส. อย่างเป็นระบบสำหรับการผลิตเนื้อหาทางการศึกษาที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะรายการเด็กและเยาวชนที่มีปริมาณลดลงหลังการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

ง. กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ

- เร่งรัดการขยายผลระบบ EWS ผ่านโครงข่ายทีวีดิจิทัลสู่ระดับประเทศ โดยกำหนดกรอบเวลาชัดเจนสำหรับการบังคับใช้ให้ผู้รับใบอนุญาตทุกรายมีระบบ EWS ที่พร้อมใช้งาน พร้อมกำหนดมาตรฐาน Common Alert Protocol (CAP) เป็นมาตรฐานเดียวสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลแจ้งเตือนระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้การส่งสัญญาณมีเอกภาพและลดความสับสน

- บูรณาการบริการ SL/CC/AD เข้าในระบบ EWS ตั้งแต่การออกแบบ (Inclusive by Design) ไม่ใช่การเพิ่มเติมภายหลัง โดยกำหนดให้การแจ้งเตือนภัยทุกประเภทต้องมีล่ามภาษามือแบบ real-time คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายพร้อมกัน เพื่อให้ผู้พิการได้รับข้อมูลฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที

- จัดสรรงบประมาณจากกองทุน กทปส. เพื่อพัฒนาระบบ AI Closed Caption และ AI Audio Description แบบรวมศูนย์ให้ผู้ประกอบการทุกช่องสามารถใช้ร่วมกันได้ เพื่อลดต้นทุนการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึง และลดอุปสรรคด้านทรัพยากรที่เป็นข้อจำกัดหลักของผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

ก. การประมวลโทรทัศน์ดิจิทัลและการจัดทำ Roadmap

- ประกาศ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ. 2569-2573 อย่างเป็นทางการและสาธารณะโดยเร็วที่สุด โดยระบุให้ชัดเจนว่ารูปแบบการอนุญาตหลังปี 2572 จะเป็นแบบใด ประมูลหรือจัดแจ้ง จำนวนช่องที่จะอนุญาตมีเท่าใด และหลักเกณฑ์การคัดเลือกคืออะไร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการลงทุนได้ และลดความตึงเครียดในอุตสาหกรรม

- ออกกำหนดการที่ชัดเจนสำหรับการพัฒนา National Streaming Platform ให้มีผลทางปฏิบัติก่อนปี 2572 เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้ชมผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่องแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างใบอนุญาต

ข. การเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

- กำหนดแนวทางเฉพาะสำหรับการคุ้มครองสิทธิการเข้าถึงโทรทัศน์ฟรีของกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น หลังปี 2572 ไม่ว่าจะเป็นการรับชมผ่านภาคพื้นดิน ดาวเทียม หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อให้กลุ่มเหล่านี้ไม่ถูกทิ้งไว้ข้างหลังจากการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี

ค. ปัญหาคอลเซ็นเตอร์และภัยคุกคามออนไลน์

- ออกมาตรการกำกับดูแลสื่อออนไลน์ให้มีมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่ใกล้เคียงกับสื่อโทรทัศน์เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ

- พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ง. การปรับปรุงข้อกำหนด

- พิจารณาข้อเสนอของวุฒิสภาในการปรับปรุงกฎหมายการสื่อสาร 3 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2488 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ให้บูรณาการเป็นฉบับเดียวโดยกรอบกฎหมายใหม่ควรรองรับการกำกับดูแลในยุคหลอมรวมสื่อและให้ครอบคลุมบริการดิจิทัลทุกประเภท

- ปรับปรุงกระบวนการพิจารณาของที่ประชุม กสทช. โดยกำหนดประเภทวาระให้ชัดเจน เช่น วาระด่วน (ต้องพิจารณาในการประชุมรอบถัดไป) วาระสำคัญ (ต้องพิจารณาภายใน 30 วัน) และวาระประจำ (ตามลำดับความสำคัญ) เพื่อป้องกันวาระที่มีผลกระทบสูงถูกเลื่อนออกไปไม่มีกำหนด

- กำหนดกรอบเวลา (Deadline) ที่ชัดเจนสำหรับการพิจารณาวาระสำคัญที่ค้างการพิจารณาแต่ละรายการ โดยเสนอให้ Roadmap กิจการโทรทัศน์ฯ ต้องประกาศใช้ภายในไตรมาส 1 ปี 2569 OTT Regulation Framework ต้องมีกรอบการกำกับดูแลที่ชัดเจนภายในไตรมาส 2 ปี 2569 และ National Streaming Platform ต้องมีแผนพัฒนาที่จับต้องได้ภายในปี 2569 ตามนโยบายที่ประกาศไว้

- พิจารณาจัดตั้งกลไก "Fast-track" สำหรับวาระที่กระทบต่อกรอบเวลาที่กฎหมายกำหนด เช่น วาระที่เกี่ยวข้องกับการหมดอายุใบอนุญาตในปี 2572 และวาระที่เกี่ยวข้องกับการรับรองผลการประมูลที่ต้องดำเนินการตามกำหนดเวลา โดยอาจจัดประชุมพิเศษแยกออกมาเพื่อพิจารณาวาระเหล่านี้โดยเฉพาะ

- พิจารณาแนวทางกฎหมายในการแยก "ผู้ใช้คลื่นความถี่" (MUX) ออกจาก "ผู้ประกอบการด้านเนื้อหา" (ช่องทีวี) อย่างจริงจัง โดยประสานงานกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและสำนักงาน

คณะกรรมการกฤษฎีกา เพื่อประเมินว่าแนวทางดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ภายใต้กรอบกฎหมายที่มีอยู่ หรือต้องแก้ไข พ.ร.บ.

- เร่งรัดการพัฒนากฎการกำกับดูแล OTT (OTT Regulation Framework) ที่บูรณาการมาตรฐานคุณภาพเนื้อหาระหว่างโทรทัศน์ดั้งเดิมและแพลตฟอร์มดิจิทัล ตามแนวทาง Co-regulation ที่ Ofcom ของสหราชอาณาจักรพัฒนาขึ้น เพื่อให้การกำกับดูแลเนื้อหาครอบคลุมทั้งระบบนิเวศสื่อโดยไม่จำกัดเฉพาะโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

- พิจารณาให้มีกลไก "Delegated Authority" โดยมอบอำนาจการกำกับดูแลเนื้อหาบางประเภทให้กับองค์กรวิชาชีพสื่อที่จัดตั้งแล้วดำเนินการตรวจสอบตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด โดยมีระบบอุทธรณ์ที่ กสทช. ทำหน้าที่เป็นองค์กรตัดสินขั้นสุดท้าย ซึ่งจะช่วยลดภาระการตรวจสอบเนื้อหาของ กสทช. ในขณะที่ยังรักษาความชอบธรรมทางกฎหมาย

5.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการดำเนินการและการบริหารงานของสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการกสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์

เมื่อพิจารณาจากบทบาทหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์ ในการสนับสนุนการดำเนินงานของ กสทช. สามารถสรุปข้อเสนอแนะ ตามประเด็นหลัก ได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 อุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

- ผลักดันระบบการทำงานและการรวมกลุ่มวิชาชีพ กล่าวคือ สำนักงาน กสทช. ต้องทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนในการสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของสมาคมวิชาชีพสื่อ ผู้ผลิตรายการ และตัวแทนผู้ให้บริการสตรีมมิ่งอย่างเป็นระบบ เพื่อนำนโยบาย Co-regulation ไปสู่การปฏิบัติในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานทางจริยธรรมร่วมกัน (Code of Conduct). การตรวจเช็คและบังคับใช้มาตรการทางเทคนิคกับแพลตฟอร์ม OTT: สำนักงาน กสทช. ต้องทำหน้าที่กำกับดูแล คอยตรวจสอบ และบังคับให้แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง (OTT) ดำเนินการติดตั้งระบบคัดกรองเนื้อหาและระบบควบคุมโดยผู้ปกครอง (Parental Controls) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างระบบความปลอดภัยทางสื่อให้แก่สังคม

- พัฒนาระบบ Cross-platform Measurement ให้เป็นมาตรฐานอุตสาหกรรม โดย สำนักงาน กสทช. สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลกลาง (Audience Data Infrastructure) ที่เชื่อมโยงข้อมูลพฤติกรรมผู้ชมจากโทรทัศน์ OTT และ Social Media เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันในการวัดผลได้เทียบเท่าแพลตฟอร์มโลก

- จัดทำระบบติดตามตลาดโฆษณาสื่อรายไตรมาสที่เปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อให้ สำนักงาน กสทช. สามารถปรับมาตรการสนับสนุนได้ทันทั่วทั้งที่ตามสถานการณ์ตลาด และช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่มีทรัพยากรด้านการวิจัยตลาดมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ

- เร่งดำเนินโครงการ Sandbox ทดสอบ 5G Broadcasting ในพื้นที่นำร่อง เช่น จังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดในต่างภูมิภาค 1 จังหวัด เพื่อเก็บข้อมูลจริงด้านเทคนิค ต้นทุน และการยอมรับของผู้บริโภค ก่อนนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในระดับประเทศ

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

- จัดทำฐานข้อมูลกลางการร้องเรียนด้านคุณภาพสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลที่แยกออกจากการร้องเรียนด้านโทรคมนาคม เพื่อให้สามารถติดตามแนวโน้มปัญหาได้อย่างเป็นระบบ และใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวางแผนขยายโครงข่ายและแก้ไขจุดบอดสัญญาณในระดับประเทศ

- การพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียนเชิงรุกร่วมกับภาคประชาชน กล่าวคือ สำนักงาน กสทช. ต้องดำเนินการสร้างและพัฒนากลไกการรับเรื่องร้องเรียนเชิงระบบร่วมกับสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อให้กระบวนการคุ้มครองสิทธิของประชาชนมีความรวดเร็ว เท่าทันต่อสถานการณ์ และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในบริบทดิจิทัลปัจจุบัน

- บริหารและจัดสรรงบประมาณอุดหนุนการเข้าถึงสื่อ กล่าวคือ สำนักงาน กสทช. ต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการงบประมาณที่ได้รับการอนุมัติ เพื่อนำไปอุดหนุนเชิงรุกให้เกิดการจัดทำบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Captioning) บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) และล่ามภาษามือ ทั้งในช่องทีวีดิจิทัลและบริการวิดีโอออนไลน์ (VOD)

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อวุฒิสภา

- จัดทำรายงานความคืบหน้าวาระค้างพิจารณาที่มีผลกระทบต่อสาธารณะและเผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นรายเดือน เพื่อสร้างความโปร่งใสและแรงกดดันจากสาธารณชนที่ช่วยเร่งรัดการพิจารณาได้อย่างเป็นระบบ

- ติดตามและรายงานต่อสาธารณะถึงความคืบหน้าของการจัดตั้งองค์กรวิชาชีพตามประกาศ กสทช. ว่าด้วยการรวมกลุ่มฯ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่วัดได้ เช่น จำนวนองค์กรที่จัดตั้ง จำนวนเรื่องฟ้องร้อง วิชาชีพวินิจัย และผลการบังคับใช้จริยธรรมโดยองค์กรเหล่านั้น เพื่อให้ระบบ Self-regulation มีความน่าเชื่อถือและโปร่งใส

อย่างไรก็ดี เนื่องจากการดำเนินงานด้านกิจการโทรทัศน์ของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ดิจิทัล ที่มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่ปรึกษาจึงได้สร้างข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษารั้งนี้ ไปปรับใช้ในการดำเนินงานและการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล

5.5.3 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ดิจิทัล

ประเด็นที่ 1 ผลกระทบเชิงนโยบายต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์และทิศทางทีวีดิจิทัลหลังปี 2572 และประเมินสภาพปัญหาการรับสัญญาณภาคพื้นดิน

ก. โครงสร้างการแข่งขันของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ผลกระทบต่อแรงงาน บุคลากร และแนวโน้มการจ้างงานในอุตสาหกรรม: ผู้ประกอบการควรลงทุนในโปรแกรมพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะด้าน Data Analytics, AI-Assisted Production และ Multi-Platform Content Creation ควบคู่กับการจัดตั้งกองทุนช่วยเหลือพนักงานในกรณีที่ต้องปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อลดผลกระทบทางสังคมจากการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรม

ข. เม็ดเงินโฆษณาในสื่อทีวี เทียบกับสื่อออนไลน์และ OTT และความสามารถในการแข่งขัน: ผู้ประกอบการควรเร่งพัฒนาโมเดลรายได้ที่หลากหลายและไม่พึ่งพาโฆษณาแบบดั้งเดิมเพียงแหล่งเดียว โดยเฉพาะการลงทุนใน Content Licensing และ T-Commerce ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตแม้ในสภาวะที่ตลาดโฆษณารวมหดตัว รวมถึงพิจารณาจัดตั้งกลุ่มพันธมิตรผู้ประกอบการเพื่อต่อกรกับแพลตฟอร์ม OTT ในการแบ่งปันรายได้จากเนื้อหาที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ไทย

ค. ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีใหม่ และการลงทุนในระบบโครงข่าย: ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) และผู้ประกอบการควรเริ่มศึกษาและวางแผนการอัปเกรด Transmitter/Repeater สำหรับ 5G Broadcasting โดยออกแบบให้รองรับการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกับผู้ให้บริการโทรคมนาคม (Infrastructure Sharing) เพื่อลดต้นทุนการลงทุน รวมถึงพัฒนา Content Strategy สำหรับยุค 5G Broadcasting ที่เน้นเนื้อหาที่ต้องการ Low Latency เช่น การถ่ายทอดสดกีฬา ข่าวด่วน และ EWS ซึ่งเป็นจุดแข็งเฉพาะตัวที่ OTT ไม่สามารถแทนที่ได้

ง. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเติบโตของ OTT, Streaming และ Cross-media: ผู้ประกอบการควรลงทุนพัฒนา Cross-media Content Strategy ที่ออกแบบเนื้อหาให้สามารถนำไปใช้ข้ามแพลตฟอร์มได้ตั้งแต่ต้น (Multi-platform by Design) โดยเฉพาะการสร้าง Short-form Content สำหรับ Gen Z ควบคู่กับรายการยาวสำหรับ Gen X และ Baby Boomer เพื่อรักษฐานผู้ชมที่หลากหลายและรักษาความสามารถในการแข่งขันในยุคหลังปี 2572

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรยกระดับคุณภาพคอนเทนต์สู่ระดับพรีเมียม (Premium Content) กล่าวคือ ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายการไทยต้องปรับตัว โดยการเข้าร่วมรับทุนสนับสนุนจาก กทปส. และใช้ประโยชน์จากมาตรการส่งเสริมเพื่อมุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาพรีเมียมท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูง แทนการแข่งขันตัดราคาในตลาดเดิม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับแพลตฟอร์มระดับโลก

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเนื้อหาคุณภาพและความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน

ก. การรื้อเรียนคุณภาพสัญญาณ ปัญหาการเข้าถึงของประชาชนในพื้นที่ห่างไกล เมือง-ชนบท ผู้สูงอายุ และผู้พิการ: ผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ควรพัฒนาระบบรายงานปัญหาสัญญาณที่ประชาชนสามารถแจ้งได้โดยตรงผ่านแอปพลิเคชันที่เข้าถึงง่าย พร้อมระบบ Dashboard สาธารณะแสดงสถานะสัญญาณรายจุดแบบเรียลไทม์ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและลดช่องว่างระหว่างข้อมูลโครงข่ายกับประสบการณ์ผู้รับชมจริง

ข. สัดส่วนผังรายการ และความหลากหลายของเนื้อหา รวมถึงการสะท้อนกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม: ผู้ประกอบการควรพัฒนา "ผังรายการรับผิดชอบต่อสังคม" (Responsible Programming) โดยกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับกลุ่มเปราะบางและกลุ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ พร้อมกับลงทุนพัฒนารูปแบบรายการสาระที่น่าสนใจและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมยุคดิจิทัล เช่น การนำเสนอความรู้และทักษะชีวิตในรูปแบบ Short-form Content ที่ผู้ชมสามารถรับชมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ด้วย ไม่จำกัดเฉพาะการออกอากาศตามผัง

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มและยกระดับการกำกับดูแลตนเอง กล่าวคือ ผู้ประกอบการและสมาคมวิชาชีพสื่อต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการรวมกลุ่มเพื่อจัดทำเกณฑ์มาตรฐานทางจริยธรรมร่วมกัน (Code of Conduct) ยอมรับการกำกับดูแลกันเองและกำกับดูแลร่วมกับรัฐ (Co-regulation) เพื่อรักษาสมดุลระหว่างเสรีภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

ค. คุณภาพ ความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าสนใจของเนื้อหาทางการศึกษา การเตือนภัย และการสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐสำหรับทุกกลุ่มประชาชน: ผู้ประกอบการควรลงทุนในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการศึกษาที่ดึงดูดใจและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ รวมถึงพัฒนาระบบวัดผลกระทบของเนื้อหาที่เกินกว่าตัวเลขเรตติ้ง เช่น การวัดความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ของผู้ชม นอกจากนี้ควรบูรณาการช่องทางโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่กับการออกอากาศทางโทรทัศน์ เพื่อขยายการเข้าถึงเนื้อหาคุณภาพสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายกว่าเดิม รวมถึงมีการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อความสะดวก (Accessibility) ผู้ประกอบการทั้งช่องทีวีดิจิทัลและบริการวิดีโอออนไลน์ ต้องปรับกระบวนการทำงานเพื่อรองรับเงื่อนไขแบบท้ายใบอนุญาต (KPIs) โดยจัดให้มีบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC), เสียงบรรยายภาพ (AD) และล่ามภาษามือในสัดส่วนที่สูงขึ้น เพื่อโอรับความหลากหลายและขยายฐานผู้ชมไปยังกลุ่มผู้พิการทางการได้ยินและการมองเห็นอย่างเท่าเทียม

ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็ควรมีการลงทุนในระบบความปลอดภัยและเครื่องมือของผู้บริโภค สำหรับผู้ประกอบการแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง (OTT) จะต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาและติดตั้งเทคโนโลยีระบบคัดกรองเนื้อหา รวมถึงระบบควบคุมโดยผู้ปกครอง (Parental Controls) ที่ใช้งานง่ายและมีประสิทธิภาพบนแพลตฟอร์มของตนเอง

ง. กลไกการส่งสัญญาณเตือนภัยพิบัติหรือเหตุฉุกเฉิน การสื่อสารข้อมูลจากภาครัฐ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ: ผู้ประกอบการควรพัฒนาระบบการแจ้งเตือนภัยที่สามารถเปิดใช้งาน SL/CC/AD โดยอัตโนมัติในทันทีที่มีการออกอากาศข้อมูลฉุกเฉิน และลงทุนในการฝึกอบรมทีมงานภาวะวิกฤตภายในองค์กร ประกอบด้วย ฝ่ายข่าว ฝ่ายกราฟิก ฝ่ายเทคนิค และผู้ดูแลการเข้าถึงของกลุ่มเปราะบาง เพื่อให้การรายงานภาวะวิกฤตมีความพร้อมและเป็นระบบ นอกจากนี้ควรนำระบบสีแดงระดับความรุนแรงของภัยมาใช้ในรูปแบบการแจ้งเตือน เพื่อให้ผู้ชมสามารถประเมินและตัดสินใจได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความข้อมูลที่ซับซ้อน

ประเด็นที่ 3 เรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากที่ประชุมการรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน กสทช. สำนักงาน กสทช. และเลขาธิการ กสทช. ประจำปี 2567 ประกอบกับมาตรา 72 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ต่อาฒิสภา

องค์กรวิชาชีพสื่อที่ประสงค์จะจัดแจ้งตามประกาศ กสทช. ควรดำเนินการโดยเร็ว พร้อมกำหนดกลไกการรับเรื่องร้องเรียน กระบวนการวินิจฉัย และการเผยแพร่ผลการวินิจฉัยต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส เพื่อให้ระบบ Self-regulation มีความน่าเชื่อถือในสายตาสาธารณชนและสามารถทำหน้าที่เป็นสถาบันกำกับดูแลเนื้อหาที่แท้จริงได้ในระยะยาว นอกจากนี้ควรเร่งจัดทำแนวปฏิบัติด้านการรายงานข่าวในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact-checking) และการแยกแยะข้อเท็จจริงจากความคิดเห็น (Opinion) เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อโทรทัศน์ในภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์และสตรีมมิ่งในต่างประเทศ ประจำปี 2567. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์และนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 6 ด้าน. สืบค้นจาก <https://ndec.bde.go.th/>
- บริษัท ดาต้าเช็ต จำกัด. (2569). รายงานภูมิทัศน์สื่อไทย ปี 2568–2569 (Thailand Media Landscape 2025–2026). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580). (2561, 13 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก, น. 1-74). สืบค้นจาก https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF
- สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย). (2569). 10 แนวโน้ม 'โฆษณาดิจิทัล ปี 2026'. *Marketing Oops!*.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (ม.ป.ป.). คลังกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. สืบค้นจาก <http://www.krisdika.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568ก, 15 ธันวาคม). บอร์ด กสทช. ถกแผนแม่บท USO ฉบับที่ 4 และมาตรการลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/75554.aspx?lang=th-TH>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568ข). แผนความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. สืบค้นจาก <https://www.nbtc.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568ค, 31 มีนาคม). แผนงานการจัดระเบียบสายสื่อสาร และแผนงานการนำสายสื่อสารลงใต้ดิน พ.ศ. 2568 - 2569. สืบค้นจาก <https://www.nbtc.go.th/Business/commu/telecom/rights-of-way/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99-%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%94%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%B2%E0%B8%99/70210.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568ง). รายงานการติดตามความก้าวหน้าผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ สำนักงาน กสทช. ประจำปี 2568 (ภายใต้แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน กสทช. ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2565-2570). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568).

รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2568. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2568).

สำนักงาน กสทช. สืบค้นจาก <https://www.nbtc.go.th>

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2568). ระบบรับฟังความคิดเห็นกฎหมาย รัฐสภา. สืบค้นจาก

<https://www.parliament.go.th/section77>

อปท.นิวส์. (2568). สดข. ทางตัวเลขคาดการณ์เศรษฐกิจดิจิทัลปี 2568 และแนวโน้มการลงทุน Data Center.

สืบค้นจาก <https://www.opt-news.com/news/51336>

Digital Advertising Association of Thailand. (2568). *Thailand digital advertising spend report*

2024–2025. ม.ป.ท.: สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย).

Marketing Oops!. (2569, 14 มีนาคม). Media Landscape 2026: พฤติกรรมผู้บริโภคกำหนดเกมในยุค AI

และ Video-First - ซีรีส์ BL/GL ไทยมาแรง ครองตลาดเอเชีย 53% ขายลิขสิทธิ์กว่า 190 ประเทศ.

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/media-landscape-2026/>

Qualcomm Technologies, Inc. (2566). *5G Broadcast: โอกาสใหม่สำหรับผู้ให้บริการเครือข่ายและผู้ผลิตคอนเทนต์* [White paper]. สืบค้นจาก

<https://www.qualcomm.com/content/dam/qcom/page-assets/documents/5g-broadcast-whitepaper.pdf>

Thai PBS Policy Watch. (2568). *การจัดสรรงบประมาณกองทุนดิจิทัลเพื่อสังคม: มติการอนุมัติเงินทุน*

สนับสนุนโครงการนวัตกรรมดิจิทัล. สืบค้นจาก

<https://policywatch.thaipbs.or.th/policy/government-4>

ภาษาต่างประเทศ

Communications Act of 1934, 47 U.S.C. § 151 et seq. (As amended by the

Telecommunications Act of 1996). Retrieved from

<https://www.fcc.gov/sites/default/files/communications-act-1934.pdf>

Congressional Research Service. (2020). *Competition Among Video Streaming Services*

(Report No. R46545). Washington, DC: Library of Congress.

- Deloitte. (2025). *Media and entertainment industry outlook 2025: Navigating the digital transition*. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/industry/technology-media-telecommunications/media-and-entertainment-industry-outlook.html>
- Federal Communications Commission. (2024). *In the Matter of Amendment of Part 76 of the Commission's Rules (MB Docket No. 14-261: Regulatory Framework for Multichannel Video Programming Distributors)*. Washington, DC: Author.
- International Telecommunication Union. (2025). *Report ITU-R BT.2483-2: Operational and technical aspects of 5G Broadcast*. Retrieved from <https://www.itu.int/pub/R-REP-BT.2483>
- National Association of Broadcasters. (2023). *The Evolution of the Video Marketplace: From Broadcast to Over-the-Top (OTT)*. Legal and Regulatory Policy Division Briefing.
- PwC. (2025). *Global entertainment and media outlook 2025–2029: Thailand perspective*. Retrieved from <https://www.pwc.com/th/en/industries/entertainment-media.html>
- Qualcomm Incorporated. (2026). *About Qualcomm*. Retrieved from <https://www.qualcomm.com/company/about>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>
- We Are Social. (2568). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- World Economic Forum. (2025). *Future of jobs report 2025*. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2025/>