



รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
สำหรับประเทศไทย

เสนอ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

โดย

สำนักงานบริการวิชาการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

กันยายน 2563

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 กลุ่มเป้าหมาย	3
1.4 ระยะเวลาดำเนินงาน	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 ตัวชี้วัดของโครงการ	5
1.8 กรอบแนวคิด และขั้นตอนการดำเนินงาน	6
1.9 รายการส่งมอบงานสำหรับรายงานผลการดำเนินงาน (Final Report)	9
บทที่ 2 กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน	10
บทที่ 3 สรุปผลการศึกษาตามกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน ผลสำรวจในภูมิภาค และเนื้อหารายการ สำหรับโทรศัพท์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	13
3.1 สรุปผลการศึกษาตามกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน	13
3.2 เนื้อหารายการสำหรับโทรศัพท์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 4 โมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน	50
4.1 แผนธุรกิจของโทรศัพท์ชุมชน	54
4.2 กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน	89
4.3 การสนับสนุนผ่านด้านกฎระเบียบ	97
4.4 สรุปผลการศึกษารูปแบบจำลองทางธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน	101
4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	108
บทที่ 5 หลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทชุมชน	110
5.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล	110
5.2 หลักเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตประกอบกิจการโทรศัพท์ ประเภทบริการชุมชน	112
5.3 การประเมินความเหมาะสมของหลักเกณฑ์โดยการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจำนวน 172 ราย	118
5.4 การประชุมหารือเกี่ยวกับประเด็นในหลักเกณฑ์ที่ต้องได้รับการพิจารณาเพิ่มเติม	121
5.5 การวิเคราะห์ด้านหลักเกณฑ์	126
5.6 สรุป หลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน	134

บทที่ 6 มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ที่เป็นประโยชน์สำหรับ หน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทชุมชน	157
6.1 ขอบเขตของการหารายได้	157
6.2 แนวทางการออกแบบเนื้อหารายการเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดผังรายการที่สามารถทำได้ตาม หลักเกณฑ์	167
6.3 การประเมินความพร้อมในการให้บริการโดยใช้แบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจ พื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template)	184
บทที่ 7 บทวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน	224
บทที่ 8 สรุปผลและข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน.....	230
8.1. สรุปผลโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการ อนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย	230
8.2. ข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการชุมชน	234
บรรณานุกรม.....	244
ภาคผนวก ก. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) และรายงานการถอดบทสัมภาษณ์...	244
ภาคผนวก ข.แนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) และรายงานการประชุมกลุ่มย่อย	254
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามสำหรับการดำเนินการสำรวจเพื่อประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการ	269
ภาคผนวก ง. แบบสอบถามสำหรับการดำเนินการสำรวจความต้องการด้านสื่อของประชาชน ข้อมูลข่าวสาร ของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	283
ภาคผนวก จ. รายชื่อฐานข้อมูล ชมรม สมาพันธ์ สมาคม เครือข่าย และมูลนิธิ สำหรับการสำรวจความพร้อม และความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน	290
ภาคผนวก ฉ. กรอบคำถามที่ใช้ในการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา สื่อชุมชนสื่อสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรศัพท์และ พัฒนาชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบ ดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	302
ภาคผนวก ช. รายงานผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา สื่อชุมชนสื่อสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา กิจการโทรศัพท์และพัฒนาชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบ กิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกอบกิจการ โทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	309
ภาคผนวก ซ. หลักเกณฑ์ คู่มือการจัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย.....	325

การดำเนินโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศ 2) เพื่อจัดทำโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน และจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย และ 3) เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย นำมาใช้ประกอบการจัดทำหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชน และแนวทางกำกับดูแลและสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชนประกอบด้วย การเก็บข้อมูลแบบผสมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ 1) การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จำนวน 15 ท่าน เพื่อข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์เชิงลึก นำไปสู่การดำเนินการสรุปองค์ประกอบ และปัจจัยของการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน แล้วจึงกำหนดเป็นประเด็นในการจัดประชุมกลุ่มย่อยและสำรวจความต้องการของชุมชนในแต่ละภูมิภาค 2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย จำนวนรวม 48 ท่าน การประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 172 ราย และ 3) การสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในทุกมิติ และกระจายไปในพื้นที่ตัวอย่างทั่วถึง โดยแบ่งเป็นภาคละ 100 ตัวอย่าง จากนั้นจึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วมด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสรุปผลการสำรวจความต้องการชุมชนได้ดังนี้

1) ด้านความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จากผลการระดมความเห็นที่พบว่าทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ด้านกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจความตั้งใจ และมีความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้านงบประมาณในการลงทุนที่สูง หากหน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนจะไม่สามารถดำเนินการได้ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการสื่อสารความชัดเจนในด้านงบประมาณในการลงทุน เช่น นำเสนอแนวทางในการเริ่มต้นให้บริการที่ไม่ต้องลงทุนทางเทคนิคที่สูงมาก หรือมีการเอื้อเฟื้อและประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีในการผลิตสื่อร่วมกับสถาบันการศึกษา

2) ด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาต ควรดำเนินการโดยมีแนวทางในการประเมินผลในช่วง 1-2 ปี แรกของการดำเนินงาน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรับรองผู้ที่ขอใบอนุญาต เนื่องจากเป็นการรับรองกันเอง

ภายในชุมชนว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ซึ่งย่อมส่งผลต่อความนิยมของผู้รับสื่อภายในชุมชน

3) ด้านขอบเขตของการหารายได้ ควรมีการสื่อสารด้านการรับการสนับสนุนจากกองทุน มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการรับการบริจาค การใช้เป็นช่องทางการขายของของคนในชุมชน การสนับสนุนด้านการรับจ้างผลิตรายการชุมชนหรือรับผลิตสื่อให้ช่องทางอื่นๆ หรือผลิตงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ หรือมีการประสานความร่วมมือกับสื่อกระแสหลักอื่นๆ ในการเป็นแหล่งข่าวหรือเนื้อหาท้องถิ่นที่สามารถใช้เนื้อหาร่วมกันได้

4) ด้านโครงข่ายในการให้บริการ โดยรวมผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรทัศน์ชุมชน จะยังไม่มีมีความรู้ความเข้าใจด้านโครงข่ายมากนัก จึงควรมีการสื่อสารความรู้ด้านดังกล่าว รวมทั้งแนวทางในการคำนวณค่าเช่าโครงข่ายที่สามารถสื่อสารได้ถึงความเหมาะสมของระดับราคาที่กำหนด

5) ด้านความคุ้มค่าในการให้บริการ ควรมีการนำเสนอผลการศึกษาด้านความคุ้มค่าในแต่ละพื้นที่ เช่น ขอบเขตของการให้บริการในพื้นที่ต่างๆ ควรมีขนาดของกลุ่มเป้าหมายจำนวนอย่างน้อยเท่าใด จึงจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดรายได้ของผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนอย่างยั่งยืน แก่ผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรทัศน์ชุมชน เนื่องจากจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการออกแบบรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมและสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

6) จากผลที่พบว่า ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศได้ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์ จึงสามารถนำไปใช้ในการจัดผังรายได้ว่า ควรนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตใหม่จำนวน 1-3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมมากที่สุด หรือมีการจัดให้มีการรวมตัวของผู้ให้บริการเข้าด้วยกันหลายๆ รายการ รวมเป็น 1 ช่อง

7) จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภทบริการชุมชน พบว่า จากผลด้านการรับรู้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าโทรทัศน์ชุมชนแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล จึงแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนเป็นจุดแข็งและมีความแตกต่างกับรายการที่ถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ผู้สนใจดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถขยายผลในการสื่อสารถึงตำแหน่งในตลาดของโทรทัศน์ชุมชนได้

8) จากผลการสำรวจด้านอุปกรณ์ที่รับชมรายการโทรทัศน์เป็นหลักในชีวิตประจำวันของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ จึงเห็นว่าการดำเนินการด้านโทรทัศน์ชุมชนควรเอื้อและส่งเสริมให้มีการนำเสนอผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลและทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้ครอบคลุมผู้ชมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

9) ด้านพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการตามช่วงเวลาพบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดผังรายการที่จะนำเสนอรายการข่าวและเนื้อหาใหม่ในแต่ละวัน

10) โทรศัพท์ชุมชนควรสื่อสารเรื่องราวในชุมชนที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่สนใจของคนในชุมชน ซึ่งมาจากประเด็นของชุมชนที่ผู้ชมต้องรับรู้ร่วมกัน สื่อของชุมชนต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ และการเป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชนในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม การสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

11) จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อช่วงเวลาในการออกอากาศของโทรศัพท์ชุมชนในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คือช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงมีความเป็นไปได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าว อาจจะต้องเป็นช่วงที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนเลือกนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ หรือข่าวสารในชุมชน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่เสร็จกิจจากการทำกิจกรรมหรือทำงานนอกบ้าน การนำเสนอเนื้อหาของชุมชนในช่วงเวลานี้เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชมได้รับชมเนื้อหารายการของชุมชนได้แบบต่อเนื่อง และในช่วงเวลาอื่นๆ สามารถนำเนื้อหามาฉายซ้ำได้ หรือนำเนื้อหารายการด้านอื่นๆ มานำเสนอได้เช่นกัน

12) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมให้ความเห็นว่า ควรมีโทรศัพท์ชุมชนทั้งช่องทางการออกอากาศโทรศัพท์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลและช่องทางออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงการให้บริการของโทรศัพท์ชุมชน ในขณะเดียวกันก็ตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับชมด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน โดยให้โทรศัพท์ชุมชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลและช่องทางออนไลน์ด้วย เพื่อให้ประชาชนที่เข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้รับชมเนื้อหารายการในชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น โดยสนับสนุนให้เกิดการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนได้ด้วย

ด้านผลการศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศนั้น จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า การแบ่งพื้นที่เชิงภูมิประเทศเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับมิติในการบริหารจัดการที่ครอบคลุมที่สุด โดยสามารถใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรมมาเป็นปัจจัยเสริมในการแบ่งพื้นที่ที่ติดกัน รวมทั้งพิจารณาจากประเด็นเนื้อหาหรือความต้องการหรือความสนใจที่มีร่วมกัน ทั้งนี้จะต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคประกอบ

การจัดทำโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน ได้ใช้แนวทางของ Business Model Canvas มากำหนดเป็นกรอบในการจัดทำโมเดล และได้จัดทำแบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) เพื่อใช้สำหรับผู้ที่มีแนวโน้มจะขอรับใบอนุญาต หรือผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน เพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมเบื้องต้น หรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจการบริการโทรศัพท์ชุมชน ดังแสดงกรอบโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน ได้ใช้แนวทางของ Business Model Canvas ดังนี้

รูปแบบ BMC Template ของโทรศัพท์ชุมชน

The Business Model Canvas

Team or Company Name: โทรศัพท์ชุมชน

Date: 1/01/2020

☒ Alternative Canvas
☐ Primary Canvas

Key Partners • กสทช. • ไทยพีบีเอส/NBT/ช่อง 11 • สสส. • กองทุนสื่อสร้างสรรค์ • เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น กลุ่มสุขภาพ กลุ่มเกษตร กลุ่มเตือนภัย กลุ่มสตรี กลุ่มศาสนา อปท. NGO • นักข่าวพลเมือง กลุ่มสื่ออิสระ • มหาวิทยาลัยท้องถิ่น • หน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต. • ประชาชนชาวบ้าน • ผู้นำศาสนา/ผู้นำชุมชน • กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เช่น เพจดังในพื้นที่ • เคเบิลทีวีในพื้นที่	Key Activities • หาข่าว/ถ่ายทำ • กลั่นกรองข่าว • นำเสนอ/ถ่ายทอด • งานการตลาด • งานบัญชี/ธุรการ • งานซ่อมบำรุง • งาน IT • งานฝึกอบรม	Value Proposition • ข้อมูลจากชุมชน • ข้อมูลถูกต้อง เชื่อถือได้ • ชุมชนมีส่วนร่วม • แบ่งผลกำไรคืนสู่สังคม • แหล่งระดมทุน/ประสานความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ • นำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน • เสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ • ส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชน • เป็นเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน	Customer Relationships • จำคนพื้นที่ในการผลิตสื่อ • ประชุมสมาชิกที่วิชุมชน • เปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ • เปิดช่องรับฟังความคิดเห็น • กิจกรรมกับชาวบ้านในพื้นที่ • การสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน • กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่น การแจกรางวัล • การลงพื้นที่ชุมชนแล้วนำเสนอออกมาเป็นรูปแบบรายการ • จัดกิจกรรมประเพณีหรือกีฬา • ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล	Customer Segments • ชุมชนที่อยู่ในขอบเขต • หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น • วิสาหกิจชุมชน • ธุรกิจการท่องเที่ยว
	Key Resources • สถานี • อุปกรณ์/เครื่องมือ • บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ • เครือข่ายด้านข้อมูล • อาสาสมัคร ภูมิปัญญา แคนนาในพื้นที่		Channels • Social Media • Website • Digital TV • Application, IPTV • Cable TV	

<i>Cost Structure</i> • เงินเดือน/ค่าเดินทาง • ค่าโครงข่าย • ค่าจัดจ้างต่างๆ เช่น การผลิต <i>content</i> • ค่าน้ำ/ค่าไฟ • ค่าใช้จ่ายต่างๆ • ค่าอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา	<i>Revenue Streams</i> • จัดกิจกรรม เช่น <i>camp</i> ต่างๆ • ฝึกอบรมการเป็นนักข่าวในพื้นที่ • รับทุนจากกองทุนของรัฐบาล เช่น สสส. สื่อสร้างสรรค์ • รับทุนจากแหล่งทุนจากต่างประเทศ/องค์กรต่างประเทศ • การรับจ้างผลิตสื่อ/ ขายเนื้อหาให้ช่องรายการอื่นๆ หรือสื่อโทรทัศน์ใบอนุญาตอื่นๆ เช่น เคเบิลท้องถิ่น โทรทัศน์สาธารณะ • ขายข่าว/รายการ • ขายของที่ระลึก การท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน • รายได้จากการให้เช่าสถานที่/อุปกรณ์ • เงินสนับสนุนจาก กสทช. (ระยะแรก) • อื่นๆ เช่น ค่าสมาชิกจากกิจกรรมที่เกิดจากทีวีชุมชน การบริจาค
---	--

ด้านการดำเนินการพิจารณาหลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชนในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้ดำเนินการประเมินหลักเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตเดิม โดยได้นำไปประเมินตามบริบทของสภาพสังคมในปัจจุบัน จากการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มหรือสนใจจะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชนจำนวน 172 ราย อาทิ สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ มูลนิธิรักไทย สื่อท้องถิ่นเมืองแพร่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดห้องหุสสุ สมาคมเพื่อนเยาวชนและพัฒนาสังคมภาคใต้ สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้ สมาคมสื่อวิทยุโทรศัพท์พนังงา-อันดามัน ชมรมสื่อมุสลิมเชียงใหม่ โศควาโปรดักชั่น เป็นต้น โดยผลการสำรวจพบว่าประเด็นที่ต้องดำเนินการทบทวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแรก การแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เองหรือไม่ ด้านที่สอง ประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับทีวีสาธารณะ(ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรศัพท์ชนหรือไม่ และด้านที่สาม ประเด็นการให้บริการโทรศัพท์ชนสำหรับประเทศไทย ควรมีการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนหรือไม่ เมื่อพิจารณาจากสรุปผลการระดมความเห็นต่อประเด็นด้านหลักเกณฑ์ที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม พบว่าโดยภาพรวมของหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรศัพท์ชนตามที่ปรากฏอยู่ใน พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรศัพท์ พ.ศ. 2551 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาต การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรศัพท์ชน ประเภทบริการชุมชน และจากการกำหนดคุณสมบัติ ลักษณะผังรายการ สัดส่วนรายการ และการหารายได้ตามที่กำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 ภาคผนวก ข (2555, 16 ตุลาคม) ไม่มีประเด็นใดที่ต้องได้รับการแก้ไขในสาระสำคัญ

โดยหากพิจารณาของผลการแสดงความเห็นทั้งจากผลการประชุมกลุ่มในระดับภูมิภาค จากการสำรวจความพร้อมของกลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชน และจากผลการประชุมกลุ่มเพื่อวิพากษ์หลักเกณฑ์โดยกลุ่มนักวิชาการ พบว่าสิ่งที่ควรดำเนินการอย่างยิ่งต่อหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรศัพท์ชนนั้น คือการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชนได้มีความรู้ความเข้าใจต่อประเด็นการหารายได้ว่าสิ่งใดสามารถทำได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ และสิ่งใดไม่สามารถทำได้ และด้านการดำเนินการด้านผังรายการที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชนได้มีความรู้ความเข้าใจต่อว่าเนื้อหารายการประเภทใดที่สามารถทำได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์และอยู่ในสัดส่วนประเภทใด

อย่างไรก็ตามจากหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประเด็นที่นำมาทบทวนเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของการดำเนินการให้บริการโทรศัพท์ชนในปัจจุบัน สืบเนื่องจากเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรศัพท์ พ.ศ. 2555 และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ปีที่ทำการศึกษได้แก่ปี พ.ศ. 2563 ขณะที่ปรึกษามีความเห็นต่อประเด็นดังกล่าวดังนี้

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง นั้น คณะที่ปรึกษามีความเห็น ว่า โดยภาพรวมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอยู่แล้ว ดังนั้นประเด็นของการกำหนดสัดส่วนของผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 70 และต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด จึงเป็นกรอบกว้างๆ ที่ผู้ประสงค์ขอรับอนุญาตสามารถดำเนินการได้ จากสรุปผลการศึกษาและความคิดเห็นจากที่ประชุม พบว่าไม่มีประเด็นใดเป็นข้อขัดข้องหรือข้อกังวลต่อสัดส่วนของผังรายการตามที่ได้กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์เดิม

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน นั้น คณะที่ปรึกษามีความเห็น ว่า ในภาพรวมของนิยามของการโฆษณาเชิงพาณิชย์ซึ่งเป็นที่ไม่สามารถกระทำได้ตามหลักเกณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมดีแล้ว และจะช่วยส่งเสริมให้การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถดำเนินการได้โดยมุ่งประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม ประเด็นการหารายได้สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้นยังเป็นประเด็นสำคัญที่สุดที่จะต้องมีการมาตรการและนโยบายเพื่อส่งเสริมและจูงใจให้มีการอุดหนุนผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ นั้น เนื่องจากความเห็นในภาพรวมพบว่าไม่ควรให้การโฆษณาเป็นการหารายได้สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นต่อการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้ซึ่งมีความสอดคล้องกันในแง่ของการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชน คณะที่ปรึกษามีความเห็น ว่าควรกำหนดเป็น แนวทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและอนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเฉพาะได้ โดยจะต้องกำหนดรูปแบบของรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าวให้ชัดเจน ด้านสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอเพื่อหารายได้ให้กับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น โดยภาพรวมมีความเห็นที่สอดคล้องกันในแง่ของการเมืองท้องถิ่นที่เป็นข้อกังวลว่าจะเข้ามาแทรกแซงในรูปแบบของการสนับสนุน ซึ่งเป็นประเด็นที่จะต้องดำเนินการจัดทำแนวทางและวิธีการให้มีความชัดเจน

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่ นั้น จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นที่สอดคล้องกันกับความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้ซึ่งพบว่าการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชน คณะที่ปรึกษาจึงมีความเห็นเช่นเดียวกันว่า ควรกำหนดเป็น แนวทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและอนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเฉพาะได้ โดยจะต้องกำหนด

รูปแบบของรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าวให้ชัดเจน

นอกจากนี้ประเด็นด้านปัจจัยความพร้อมของกลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชุมชน เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญในการให้บริการที่ยั่งยืน จึงเป็นประเด็นที่สำนักงาน กสทช. ควรมีแนวทางสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีการประเมินความพร้อมของตนเองก่อนที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน สามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดความเข้มแข็งของโทรศัพท์ชุมชนมีส่วนประกอบการทำงานเป็นลำดับขั้นตั้งแต่การเสริมฐานรากจนกระทั่งมีความเข้มแข็งพัฒนาทั้ง 1.บุคลากร เป็นผู้ที่ทำงานประจำสถานี และอาสาจากคนในชุมชนที่มีอุดมการณ์ในการทำงาน 2.การบริหารจัดการ เน้นการดึงคนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน เช่น การบริหารจัดการผังรายการร่วมผลิตรายการ บริจาคสมทบทุน 3.การมีส่วนกำหนดเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน ทั้ง เรื่องสิทธิมนุษยชน สิทธิชุมชน 4.การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพการทำงานของตัวตนเองจนสามารถทำงานเชิงด้านเทคนิค คือ การผลิตรายการ การรายงานข่าว ซึ่งเมื่อภาคประชาชนในชุมชนมีทักษะ มีความเข้มแข็งก็จะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่สำคัญ

ด้านข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการชุมชน มีข้อเสนอแนะในสองประเด็นได้แก่ 1) ประเด็นด้านการขอรับใบอนุญาต จากผลการสำรวจความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้มีแนวโน้มในการให้บริการได้ประเมินตนเองว่ามีความสามารถในการผลิตสื่อได้ 1-3 ชม. ต่อวัน เท่านั้น จึงควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตรายการร่วมกันในพื้นที่หรือชุมชน โดยอาจใช้รูปแบบการบริหารจัดการโดยมีศูนย์กลางเป็นแม่ข่ายในการขอรับใบอนุญาต เพื่อรวบรวมกลุ่มผู้สนใจร่วมกันเพื่อขอรับใบอนุญาต มีกำลังการผลิตรายการและนำมารวมกัน เพื่อออกแบบจัดผังรายการที่น่าสนใจและตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายในชุมชน และ 2) ประเด็นด้านความพร้อมของผู้ให้บริการ จากผลการสำรวจความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่พบว่าในปัจจุบันแต่ละกลุ่มมีความพร้อมที่ต่างกัน และยังมีกลุ่มที่ต้องการการสนับสนุนและส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับกิจการโทรศัพท์เป็นอย่างมาก ข้อเสนอแนะต่อประเด็นด้านความพร้อมของผู้ให้บริการ ได้แก่ การจัดลำดับการพัฒนาผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ โดยพิจารณาจากผลการประเมินความพร้อมในการให้บริการตามแบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) ซึ่งควรคัดเลือกกลุ่มผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับสูงเพื่อเป็นผู้เริ่มต้นให้บริการโทรศัพท์ชุมชนเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับกลาง และระดับต่ำ ควรดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจนมีความพร้อมในระดับที่จะเริ่มให้บริการได้

1.1 หลักการและเหตุผล

จากที่ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้คลื่นความถี่ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์มาตั้งแต่ พ.ศ. 2540 ที่บัญญัติหลักการที่สำคัญ กล่าวคือ การให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่ง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรการสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์ สาธารณะ มาจนถึงรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 ทำให้รัฐต้องจัดสรรคลื่นความถี่ให้แก่ชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 โดยชุมชนต้องใช้คลื่นเพื่อทำประโยชน์ต่อสาธารณะ และห้ามมิให้มีการแสวงหากำไรทางธุรกิจ จึงนำมาซึ่งการ ออก โดยกิจการโทรทัศน์ชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องสนองนโยบายนี้ และประกอบกับพระราชบัญญัติองค์กร จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3)¹ พ.ศ. 2562 “มาตรา 49 ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการ ให้ กสทช. จัดให้มีแผนแม่บท กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ ดำเนินการระยะห้าปี โดยในแผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับแผนแม่บท การบริหารคลื่นความถี่ โดยกำหนดให้มี แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการ แนวทางการ อนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และการอนุญาตให้ประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน และมลภาวะสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คลื่นความถี่ และการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ในส่วน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้มีการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสำหรับภาค ประชาชนรวมกันในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้าของความสามารถในการส่งสัญญาณที่จะอนุญาตในแต่ละ ครั้ง และด้านการให้มีการประกาศให้ใช้ระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลในประเทศไทย โดยแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2555 ยุทธศาสตร์ที่ 5.6 การเปลี่ยนผ่าน ไปสู่รับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิตอล ได้กำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ ให้มีการ เริ่มรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิตอลในประเทศไทย ภายใน 4 ปี ดังนั้น กสทช. จึงได้กำหนดกรอบนโยบายแนวทางในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบ ดิจิตอล ในเบื้องต้นกำหนดช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการชุมชน 12 ช่อง (แต่ละเขต บริการ) ทั้งนี้เป็นที่คาดว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาในเชิงสังคม เกิดการ พัฒนาในชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และสร้างพลังของชุมชนให้มีสิทธิมีเสียงในสังคมมากขึ้น ส่งผลให้คนกลุ่มต่าง ๆ ในท้องถิ่นเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นของการรับข่าวสาร เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ความ ต้องการและอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์

นอกจากนี้พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 มาตรา 24) กำหนดให้การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่

¹ [https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พ-ร-บ-จัดสรรคลื่นความถี่ฯ-\(ฉบับ-3\)-พ-ศ-2562.aspx?lang=th-th](https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พ-ร-บ-จัดสรรคลื่นความถี่ฯ-(ฉบับ-3)-พ-ศ-2562.aspx?lang=th-th)

เพื่อกิจการโทรทัศน์ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น ในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และต้องดำเนินการในลักษณะที่มีการกระจายการใช้ประโยชน์โดยทั่วถึงในกิจการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการบริการสาธารณะแก่ประชาชน ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560) และแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2559 - 2563) ได้กำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ให้ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุและคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงประชาชนทุกคนที่มีความรู้ความเข้าใจทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ (Digital Literacy) อีกทั้งการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนมีความสอดคล้องและสนับสนุนกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน การสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน在社会 การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินชีวิต ผู้คนส่วนใหญ่เสพสื่อผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook YouTube หรือ Twitter ซึ่งถ้าดำเนินการโดยชุมชน มุ่งเน้นเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นการดำเนินการโดยไม่มุ่งเน้นผลกำไรหรือเป็นไปในเชิงพาณิชย์ และเป็นการดำเนินงานแบบสมัครใจ โดยมีอาสาสมัครภายในชุมชนนั้นเองเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการ ซึ่งกิจการโทรทัศน์ชุมชนจะมีพื้นที่ให้บริการเฉพาะท้องถิ่น ไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ และโดยทั่วไปแล้วผู้ได้รับใบอนุญาตสามารถดำเนินการได้เพียงหนึ่งสถานีเท่านั้น ดังนั้น กิจการโทรทัศน์ชุมชนจึงมีภาพลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นหรือความเป็นชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและง่ายสำหรับยุคปัจจุบันนี้ โดยโทรทัศน์ชุมชนสามารถสะท้อนความคิดเห็น และการแสดงออกของชุมชนใดชุมชนหนึ่งได้เป็นอย่างดี

สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในต่างประเทศที่ถือเป็นประเทศชั้นนำ อาทิ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา โทรทัศน์ชุมชนในประเทศสหรัฐอเมริกาจะได้ประโยชน์จากกฎ Must-Carry ที่กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เคเบิล ต้องออกอากาศเนื้อหารายการที่เป็นของชุมชน เช่นเดียวกับในประเทศแคนาดาที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เคเบิลต้องอุดหนุนบริการของโทรทัศน์ชุมชน และในประเทศออสเตรเลีย ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเคยได้รับใบอนุญาตให้ออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดิจิตอลได้ (Free-to-Air) แต่เมื่อไม่นานมานี้กระทรวงการสื่อสารของรัฐบาลออสเตรเลียได้ยุติการให้ใบอนุญาตประเภทนี้ และส่งเสริมให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนเผยแพร่รายการผ่านบรอดแบนด์ (หรืออินเทอร์เน็ต) แทน ทางด้านสหราชอาณาจักรนั้น สถานีโทรทัศน์ชุมชนต้องดำเนินการตามกฎหมายโทรทัศน์ท้องถิ่น

ดังนั้น เพื่อให้การสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมในหลายมิติ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ดังกล่าวมีความซับซ้อนและมีความหลากหลายทางวิชาการแตกต่างจากการสำรวจในโครงการอื่น ๆ ทั่วไป ทั้งด้านนิเทศศาสตร์ กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ ตลอดจนความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ซึ่งต้องดำเนิน

โครงการโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีคุณวุฒิ ประสบการณ์ และความรู้ความเข้าใจในเรื่องหลักการสื่อชุมชนและโทรทัศน์ชุมชน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน เพื่อจัดทำโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน (Business Model for suitability Community TV) รวมทั้งจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทาง ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ ชุมชน และแนวทาง มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน จึงต้องทำการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งในการสำรวจครั้งนี้จะเป็นการสำรวจจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนําร่อง อาทิ ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนพะเยา จากสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี จากมูลนิธิสื่อสร้างสุข และโทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง ซึ่งเกิดจากองค์กรภาคีเครือข่ายในพื้นที่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ มาเป็นกรอบในการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนหรือผู้ที่สนใจจะยื่นขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน 4 ครั้ง ซึ่งจะครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อนำมาสร้างโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน นำมาใช้ประกอบการจัดทำหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางกำกับดูแลและสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย รวมทั้ง จัดทำแนวทาง มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน ให้มีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศ

1.2.2 เพื่อจัดทำโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน และจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1.2.3 เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย นำมาใช้ประกอบการจัดทำหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางกำกับดูแลและสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

1.3.1 หน่วยงาน สมาคม มูลนิธิ กลุ่มบุคคลที่ทำประโยชน์สาธารณะที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชน

1.3.2 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์ และพัฒนาชุมชน

- 1.3.3 ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในสถาบันการศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ กฎหมาย และเศรษฐศาสตร์
- 1.3.4 ผู้ประกอบกิจการสื่อชุมชนหรือสื่อสาธารณะ
- 1.3.5 ภาคประชาสังคม

1.4 ระยะเวลาดำเนินงาน

ภายในระยะเวลา 240 วัน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

จากพระราชพระราชบัญญัติ องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 4 ให้พระราชบัญญัติ คำว่า “ชุมชน” หมายความว่า กลุ่มประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยในแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะในเมืองหรือในชนบท และให้หมายความรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความสนใจร่วมกันและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือสื่อสารถึงกันได้ โดยมีผลประโยชน์ด้านสังคม และวัฒนธรรมเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ทำกิจกรรมอันชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้²

ดร.เมอร์เรย์ กรีน ผู้เชี่ยวชาญจากไอทียู ให้นิยาม “โทรทัศน์ชุมชน” ว่าต้องดำเนินการโดยมีหลักการของโทรทัศน์ชุมชนคือ เป็นของชุมชน ควบคุมโดยชุมชน และดำเนินการโดยชุมชน โทรทัศน์ชุมชนไม่ใช่ธุรกิจที่แสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์ (แต่สามารถหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินงานของสถานี่เท่านั้น) โทรทัศน์ชุมชนจัดตั้งเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น โดยสถานี่โทรทัศน์ชุมชนแต่ละสถานี่จะมีใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนได้เพียงหนึ่งใบอนุญาตเท่านั้น (สำหรับประกอบกิจการในท้องถิ่นของตน) โดยทั่วไปสถานี่โทรทัศน์ชุมชนดำเนินการโดยอาสาสมัคร รวมถึงการผลิตเนื้อหารายการจะใช้อาสาสมัครเป็นหลัก และโดยหลักการแล้ว ชุมชนมีความเป็นนิติบุคคล หรืออีกนัยหนึ่งชุมชนได้รับการรับรองทางกฎหมาย ซึ่งสามารถบริหารและดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนตามจุดประสงค์ของชุมชนได้ โทรทัศน์ชุมชนต้องไม่เป็นของผู้หนึ่งผู้ใด หรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด ต้องไม่เป็นของบริษัท และต้องไม่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรของรัฐ³

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 กำหนดนิยามของ กิจการบริการชุมชน เอาไว้ว่า คือบริการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะแต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ⁴

² พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. (2553, 19 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก. หน้า 3.

³ สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). *รายงานการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

⁴ ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. (2555, 16 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง. หน้า 49.

ดังนั้น คำนิยาม “**โทรทัศน์ชุมชน**” สำหรับ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทยในครั้งนี้ คือ “การให้บริการโทรทัศน์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะและเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะต้องดำเนินการโดยเป็นของชุมชน และควบคุมโดยชุมชนที่จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล สมาคม หรือมูลนิธิ หรือโดยกลุ่มคนในท้องถิ่นที่รวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ด้านรายได้จะต้องไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลกำไรในเชิงพาณิชย์ นอกเสียจากการหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินงานของสถานีเท่านั้น โดยไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา⁵ แต่สามารถหารายได้โดยวิธีการรับการอุดหนุน หรือการบริจาค”

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สำนักงาน กสทช. สามารถนำข้อมูลด้านความต้องการในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับในการศึกษาไปใช้ในการจัดทำหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติสำหรับการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

1.6.2 สำนักงาน กสทช. สามารถนำข้อมูลด้านผลการศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศ ไปประกอบการตัดสินใจในการกำหนดหลักเกณฑ์ในการแบ่งพื้นที่ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย

1.6.3 สำนักงาน กสทช. สามารถนำเสนอโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน พร้อมทั้งหลักเกณฑ์ที่เป็นแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในการขออนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเพื่อใช้ประกอบการเตรียมการและประกอบการตัดสินใจที่จะเป็นผู้ให้บริการ

1.6.4 สำนักงาน กสทช. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1.6.5 สำนักงาน กสทช. สามารถกำหนดมิติในการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1.6.6 ชุมชนต่างๆ มีแนวโน้มที่จะได้รับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่จะสามารถกระตุ้นและมีบทบาทในการส่งเสริมความเข้มแข็งในชุมชน

1.7 ตัวชี้วัดของโครงการ

1.7.1 รายงานสรุปความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

⁵ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ให้คำนิยาม “โฆษณา” ว่าโฆษณา ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และการกระทำไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนได้เห็นหรือรับทราบสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในการแสวงหากำไรในทางธุรกิจ

1.7.2 รายงานสรุปความเห็นจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อ ครอบคลุมทั้ง 4 ภูมิภาค ภาคละ 1 ครั้ง จำนวนรวม 4 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมอย่างน้อยจำนวนไม่น้อยกว่า 32 ราย

1.7.3 รายงานสรุปผลการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ “สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น” ครอบคลุม ทั้ง 4 ภูมิภาค จำนวนไม่น้อยกว่า 160 ราย

1.7.4 รายงานสรุปผลสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการ ให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม จำนวนไม่น้อยกว่า 400 ราย

1.7.5 รายงานการประเมินความพร้อมของผู้ที่ประสงค์ขอรับใบอนุญาตโทรศัพท์ชุมชน (ผู้ให้บริการ) โดยใช้แบบสอบถาม

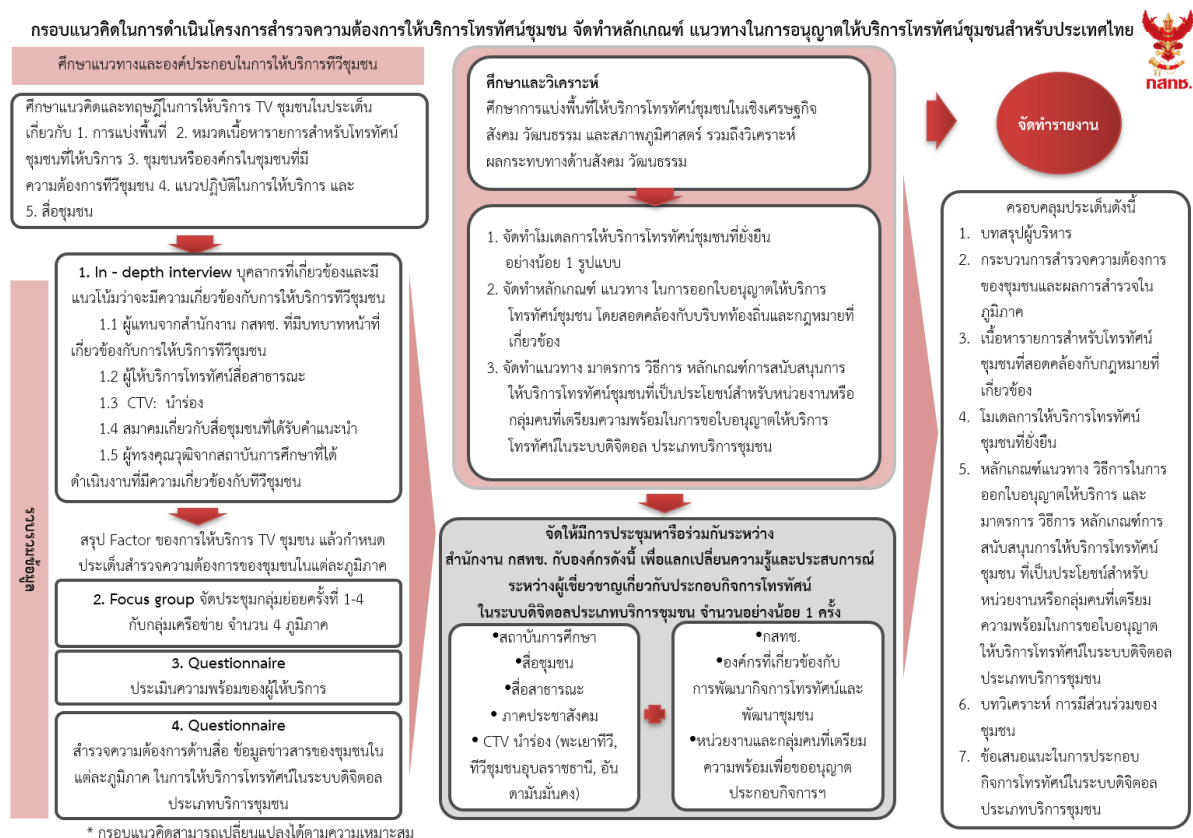
1.7.6 สรุปการจัดการประชุมหารือร่วมกันระหว่าง สำนักงาน กสทช. กับผู้เชี่ยวชาญ และผู้แทนจาก องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน จำนวนอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน

1.7.7 โมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน อย่างน้อยจำนวน 1 รูปแบบ

1.7.8 หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1.8 กรอบแนวคิด และขั้นตอนการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาได้ดำเนินโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการ อนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย โดยมีกรอบแนวคิดในการโครงการสำรวจความ ต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับ ประเทศไทย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการดำเนินโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย มีขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินกิจกรรม

กิจกรรม	ขอบเขตการดำเนินงาน
1. จัดทำรายงานขั้นต้น (Inception Report) ประกอบด้วย รูปแบบ วิธีการดำเนินงาน กิจกรรม ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินงาน	ข้อ 4.1
2. กำหนดกรอบประเด็นคำถาม และจัดทำเป็นร่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	
3. สรุป Factor ภายใต้การให้บริการโทรทัศน์ชุมชน แล้วกำหนดประเด็นในการสำรวจความต้องการของชุมชนในแต่ละภูมิภาค	ข้อ 4.2
4. ลงพื้นที่รวบรวมและสำรวจความต้องการของชุมชนในแต่ละภูมิภาค และจัดประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และประเมินความพร้อม ศักยภาพในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละพื้นที่	ข้อ 4.2-4.3

กิจกรรม	ขอบเขตการดำเนินงาน
5. สำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	ข้อ 4.3
6. ดำเนินการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน จากผู้บริโภคไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง	ข้อ 4.3
7. เก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหา และแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาการประกอบกิจการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และตัวแทนวิชาชีพสื่อมวลชน	ข้อ 4.3
8. ศึกษาเอกสารเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชนที่ได้รับใบอนุญาตในแต่ละสถานี	ข้อ 4.3
9. รวบรวมข้อมูลการประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	ข้อ 4.3
10. ศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสภาพภูมิศาสตร์ รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม	ข้อ 4.4
11. จัดทำโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืนอย่างน้อย 1 รูปแบบ	ข้อ 4.5
12. จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ข้อ 4.6
13. จัดทำแนวทาง มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขออนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	ข้อ 4.7
14. จัดให้มีการประชุมหารือร่วมกันระหว่าง สำนักงาน กสทช. กับองค์กรดังนี้ เพื่อแลกเปลี่ยนความและประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเภทกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน จำนวนอย่างน้อย 1 ครั้ง	ข้อ 4.8
15. จัดการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน หน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	ข้อ 4.8
16. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ ประกอบด้วย บทสรุปผู้บริหาร รายละเอียดของกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชนและผลการสำรวจในภูมิภาค เนื้อหารายการสำหรับโทรทัศน์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โมเดลการให้บริการโทรทัศน์	ข้อที่ 4.9

กิจกรรม	ขอบเขตการดำเนินงาน
ชุมชนที่ยั่งยืน หลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ หลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการในการออกใบอนุญาตให้บริการ และมาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการ โทรศัพท์ชุมชน ที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทชุมชน บทวิเคราะห์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน	

1.9 โครงสร้างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

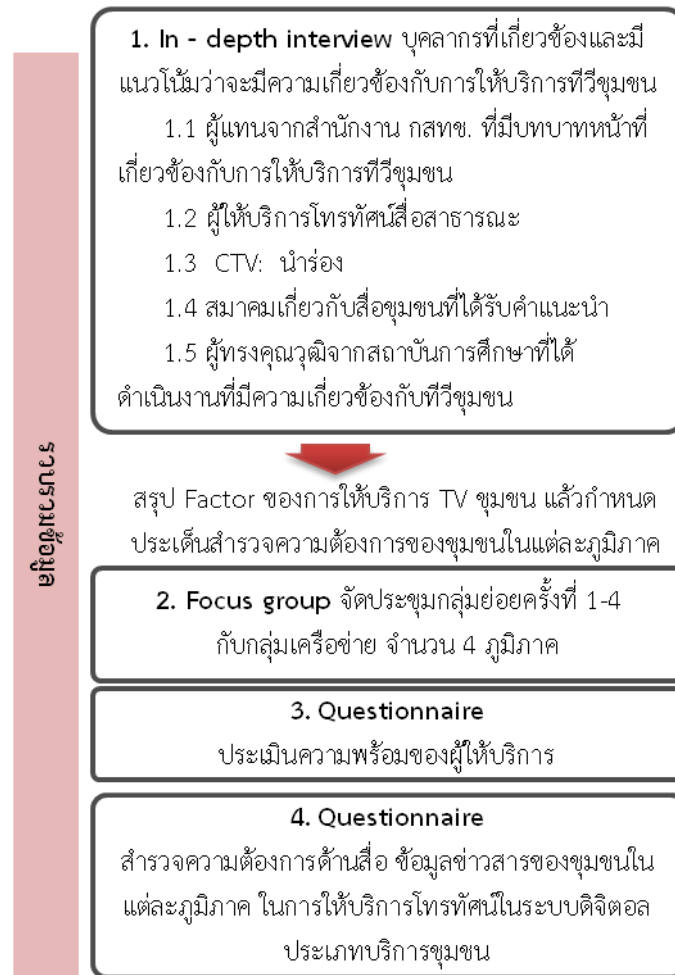
รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย มีโครงสร้างรายงานดังนี้

- 1.9.1 บทสรุปผู้บริหาร
- 1.9.2 กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน
- 1.9.3 สรุปผลการศึกษาตามกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน ผลสำรวจในภูมิภาค และเนื้อหารายการสำหรับโทรศัพท์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 1.9.4 โมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน
- 1.9.5 หลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทชุมชน
- 1.9.6 มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทชุมชน
- 1.9.7 บทวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน
- 1.9.8 สรุปผลและข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน

บทที่ 2 กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน

กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน

กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชนประกอบด้วยการเก็บข้อมูลโดยวิธีการทั้ง 4 ประเภท มีรายละเอียดและกรอบในการเก็บข้อมูลดังนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน

1 การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จำนวน 15 ท่าน โดยดำเนินการในเดือนที่ 2 ของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1 ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- 1.2 ผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ
- 1.3 ผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนาร่อง ได้แก่ พะเยาทีวี โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง
- 1.4 สมาคมที่เกี่ยวข้องด้านสื่อชุมชน ที่ได้รับคำแนะนำจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ข้างต้น

1.5 ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ชุมชน

ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก นำไปสู่การดำเนินการสรุปองค์ประกอบ และปัจจัยของการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน แล้วจึงกำหนดเป็นประเด็นในการจัดประชุมกลุ่มย่อยและสำรวจความต้องการของชุมชนในแต่ละภูมิภาค (ครอบคลุมข้อกำหนดขอบเขตงานข้อที่ 4.2)

2. การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อ โดยดำเนินการในเดือนที่ 2 ของโครงการ จำนวนรวม 32 ท่านขึ้นไปซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนที่จะรวบรวมได้จากการต่อยอดข้อมูลในขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่

2.1 กลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ

2.2 กลุ่มเครือข่ายภาคอีสาน

2.3 กลุ่มเครือข่ายภาคกลาง

2.4 กลุ่มเครือข่ายภาคใต้

เมื่อสิ้นสุดการจัดประชุมกลุ่มย่อย ที่ปรึกษาทำการสรุปข้อมูลที่ได้รับและวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการ และสำรวจความต้องการด้านสื่อข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชนต่อไป (ครอบคลุมข้อกำหนดขอบเขตงานข้อที่ 4.2)

3. การประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม โดยดำเนินการในเดือนที่ 3 ของโครงการ (ครอบคลุมข้อกำหนดขอบเขตงานข้อที่ 4.3) ดำเนินการโดยสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจากกลุ่มเป้าหมายคือ “สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น” โดยกำหนดเป้าหมายจำนวนรวม 200 ราย และกำหนดตัวชี้วัดของผลลัพธ์คือสามารถดำเนินการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจากกลุ่มเป้าหมายคือ “สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น” เป้าหมาย จำนวนร้อยละ 80 จากเป้าหมายจำนวนรายชื่อรวม 200 ราย

4. การสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน โดยดำเนินการในเดือนที่ 2 ของโครงการ โดยใช้แบบสอบถาม (ครอบคลุมข้อกำหนดขอบเขตงานข้อที่ 4.3) โดยได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในทุกมิติ และกระจายไปในพื้นที่ตัวแทนอย่างทั่วถึง โดยแบ่งเป็นภาคละ 100 ตัวอย่าง จากนั้นจึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภควิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการกำหนดคำถามคัดกรองเพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่มีการรับชมรายการโทรศัพท์บนโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามภูมิภาค โดยยึดหลักการแบ่งพื้นที่ตามสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรศัพท์ดิจิทัลทั้ง 39 สถานีหลัก สุ่มพื้นที่ตัวแทนแบบเจาะจง (Purposive sampling) ภูมิภาคละ 2 สถานีหลัก รวมพื้นที่ 8 สถานีหลัก ได้แก่

ภาคเหนือ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและตามภูมิภาคเหนือตอนบน และภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ เชียงใหม่ และนครสวรรค์ จังหวัดละ 50 คน รวม 100 คน

ภาคกลาง เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ กาญจนบุรี และระยอง จังหวัดละ 50 คน รวม 100 คน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและและตามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ อุตรธานี และขอนแก่น จังหวัดละ 50 คน รวม 100 คน

ภาคใต้ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ นครศรีธรรมราช และสงขลา จังหวัดละ 50 คน รวม 100 คน

บทที่ 3 สรุปผลการสำรวจความต้องการโทรศัพท์ชุมชน

การศึกษาตามกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน ผลสำรวจในภูมิภาค และเนื้อหารายการสำหรับโทรศัพท์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปผลดังแสดงตามกระบวนการในการเก็บข้อมูล 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้ 4 ขั้นตอนคืออะไร หมายถึงวิธีการ??

3.1 สรุปผลการศึกษาตามกระบวนการสำรวจความต้องการชุมชน

3.1.1 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

ในการดำเนินการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยนั้น มีหลายภาคส่วนที่มีบทบาทและมีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ทั้งด้านหน่วยงานที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียงวิทยุ และโทรศัพท์ สื่อสาธารณะ ผู้ประกอบการโทรศัพท์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่อง หน่วยงาน สมาคม มูลนิธิ กลุ่มบุคคลที่ทำประโยชน์สาธารณะ และสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ชุมชน ซึ่งที่ปรึกษาทำการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ตั้งแต่วันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2563 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1.1 ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายที่ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) จำนวนรวม 15 ท่าน ได้แก่

- 1) ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ได้แก่
 - 1.1) คุณณัฏฐ์นัฏ กำจรกิจการ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรศัพท์ (ปส.)
และ ผู้อำนวยการสำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และ
เครื่องวิทยุคมนาคม (ขส.)
 - 1.2) คุณสมบัติ ลีลาพตะ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรศัพท์ (มส.)
 - 1.3) คุณนิพนธ์ จงวิจิต
ตำแหน่ง สำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา (ทบ.)
 - 1.4) คุณปริดา วงศ์สุตินา
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีในกิจการกระจายเสียงและโทรศัพท์ (ทส.)
 - 1.5) คุณพสุ ศรีหิรัญ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรศัพท์ (วส.)

2) ผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ ได้แก่

2.1) รศ.วิลาสินี พิพิธกุล

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือ ไทยพีบีเอส

2.2) คุณทัศนีย์ ผลชานิโก

ตำแหน่ง รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

3) ผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่อง ได้แก่ พะเยาทีวี โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง

3.1) คุณชัยวัฒน์ จันธิมา

ตำแหน่ง ผู้แทนสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (พะเยาทีวี)

3.2) คุณสุชัย เจริญมุขยพันธ์

ตำแหน่ง ผู้แทนมูลนิธิสื่อสร้างสุข (โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี)

3.3) คุณประสาร สถานสถิตย์

ตำแหน่ง ผู้จัดการโครงการมูลนิธิริรักษ์ไทย สำนักงานกระบี่ (โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง)

4) ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชน ได้แก่

4.1) อาจารย์กรกฎ จำเนียร

ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

4.2) อาจารย์ธีระพล อันมัย

ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

4.3) ผศ.ดร.ภัทรา บุรารักษ์

ตำแหน่ง อาจารย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

4.4) อาจารย์ ขวัญชีวา ไตรพิริยะ

ตำแหน่ง อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

4.5) อาจารย์ อังคณา พรหมรักษา

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้อมูลที่ได้รับจากการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกมาดำเนินการสรุปองค์ประกอบ และปัจจัยของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน แล้วจึงกำหนดเป็นประเด็นในการจัดประชุมกลุ่มย่อยและสำรวจความต้องการของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ในขั้นตอนแรก ที่ปรึกษาได้นำเสนอเป็นภาพรวมของการสรุปแนวคิดจากทุกกลุ่มดังนี้

3.1.1.2 สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

1) ปัจจัยเชิงนโยบาย

ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าขอบเขต หรือการจำกัดความ ‘บริการโทรทัศน์ชุมชน’ โดยกฎหมายแม่บทที่มีการปรับใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นยังคงคลุมเครือ จำกัด และไม่สอดคล้องกับสภาพตลาดในปัจจุบัน ที่ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทมากกว่าในอดีต ส่งผลให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ชุมชนในบริบทของประเทศไทยยังคงประสบปัญหาด้านการให้บริการในหลายมิติ เนื่องจากขาดกฎหมายเพื่อการกำกับดูแลอย่างครอบคลุม อาทิเช่น

1.1) ความหมายของขอบเขตพื้นที่การบริการทางเทคนิค (Coverage area) ในเชิงกฎหมาย ซึ่งไม่ครอบคลุมถึงการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเชิงปฏิบัติจริง และอาจส่งผลต่อการศึกษา และปรับใช้แนวทางการส่งเสริมบริการโทรทัศน์ชุมชนในอนาคต

1.2) เกณฑ์การออกใบอนุญาตที่ยังคงมีช่องโหว่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการเลือกประกอบกิจการเพื่อผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มากกว่าการเป็นบริการเพื่อชุมชน

1.3) เกณฑ์การกำหนดจำนวน และประเภทใบอนุญาตที่ไม่สอดคล้องกับศักยภาพของบริการโครงข่าย เช่น สัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการต่อโครงข่าย หรือเกณฑ์การอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชน (กำหนดจำนวนที่แน่นอน)

1.4) ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ เนื่องจากความสัมพันธ์กันระหว่างกฎหมายแม่บท และบริบทดั้งเดิมในแต่ละเขตพื้นที่ เช่น สภาพตลาด (เศรษฐกิจในชุมชน) อัตราการแข่งขัน และรูปแบบการบริการที่เหมาะสม เป็นต้น

1.5) ต้นทุนการประกอบกิจการ ทรัพยากรด้านโครงข่าย รวมถึงขอบเขตวิธีการเข้าถึงโดยกลุ่มประชากรในพื้นที่ กล่าวคือ ผู้ประกอบการในแต่ละเขตพื้นที่มีระดับความพร้อมในการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการส่วนตัวของผู้บริโภค ดังนั้น การมีกฎหมายแม่บทที่ครอบคลุมความแตกต่างดังกล่าวคือสิ่งจำเป็น

ด้านกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่องมีความเห็นไปในทางเดียวกันกับกลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ โดยเฉพาะในแง่ของการมีกฎหมายเพื่อการกำกับดูแล และเกณฑ์การอนุมัติการประกอบกิจการที่ชัดเจน ครอบคลุม และมุ่งเน้นการส่งเสริม และพัฒนาประสิทธิภาพการบริการของบริการโทรทัศน์ชุมชน โดยไม่แทรกแซง และสนับสนุนการหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือส่วนตัวเป็นหลัก เช่นเดียวกันนี้ กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่องเชื่อว่าการประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชน ควรเป็นไปในลักษณะของการกำกับดูแลโดยกลุ่มเครือข่ายในท้องถิ่น ที่มีความเข้าใจในความต้องการ และบริบทพื้นฐานในเขตพื้นที่มากที่สุด อีกทั้งการมีเครือข่ายชุมชนท้องถิ่นยังส่งผลให้เกิดการมีระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับรูปแบบการบริการ ‘ที่เหมาะสม’ กับท้องถิ่นมากกว่าการกำกับดูแลโดยหน่วยงานรัฐ

ในภาพรวม ปัจจัยข้างต้นส่งผลให้รูปแบบการบริการโทรทัศน์ชุมชนมีความแตกต่างกันไปตามบริบทพื้นฐานของแต่ละเขตพื้นที่ ซึ่งเป็นการยากต่อการกำกับดูแลอย่างทั่วถึงโดยกฎหมายแม่บทฉบับปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นการยากในการทำการศึกษ และปรับใช้แนวทางการส่งเสริมบริการโทรทัศน์ชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกันในทุกเขตพื้นที่การบริการ สุดท้าย ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลให้เกิดการตัดขาดความสัมพันธ์ระหว่างบริการโทรทัศน์ชุมชน และประชากรในเขตพื้นที่ เนื่องจากประชากรไม่รู้สึถึงความจำเป็นในการพึ่งพาบริการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งไม่ตอบสนองต่อความต้องการของทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภคท้องถิ่น

2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ‘บริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยคือ สิ่งที่ควรมี และรักษาไว้’ เนื่องจากการเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างชุมชน ในขณะเดียวกัน ด้วยระบบการดำเนินงาน รูปแบบการบริการ และการกำกับดูแล อุตสาหกรรมโทรทัศน์ชุมชนในประเทศกำลังประสบปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริการในหลายด้าน อาทิเช่น

2.1) การขาดการสนับสนุน และการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านกฎหมายเพื่อการกำกับดูแล และส่งเสริมให้มีบริการโทรทัศน์ชุมชน

2.2) การขาดเงินทุนเพื่อประกอบกิจการ ทั้งในแง่ของรูปแบบการหารายได้ที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้ และรูปแบบการจัดทำเนื้อหาเพื่อออกอากาศที่มีต้นทุน และความเสี่ยง (ในการขาดทุน) สูง เนื่องจากบริบทพื้นฐานของบริการโทรทัศน์ชุมชนในความเข้าใจของทั้งภาครัฐ และประชากร ว่าเป็นรูปแบบการบริการที่ไม่เน้นการลงทุน

2.3) ความเข้าใจในจุดประสงค์ของการมีบริการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งเป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากการขาดการลงทุน และการผลักดันอย่างเหมาะสม ส่งผลให้บริการโทรทัศน์ชุมชนไม่ได้รับความนิยมมากนัก

ปัญหาข้างต้นก่อให้เกิดความต้องการ และความคาดหวังจากบริการโทรทัศน์ชุมชนที่แตกต่างกันไปในกลุ่มประชากรในแต่ละเขตพื้นที่ กล่าวคือ ด้วยบริบทพื้นฐานของประเทศไทย บริการโทรทัศน์ชุมชนไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกนัยหนึ่ง แรงสนับสนุนจากภาคประชาชน ปัจจุบันไม่สามารถประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนในระยะยาวได้ เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และรูปแบบการบริการดั้งเดิมที่ยังคงมีการปรับใช้อยู่ในปัจจุบัน

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรศึกษาและปรับใช้แนวทางหรือกฎหมายที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาศักยภาพของบริการโทรทัศน์ชุมชนให้มีประสิทธิภาพเพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค พร้อมกันนั้น ภาครัฐควรส่งเสริม และกระตุ้นให้ประชากรในทุกเขตพื้นที่เข้าใจถึงผลประโยชน์จากการมีบริการโทรทัศน์ชุมชน โดยเฉพาะรูปแบบการบริการแบบ MOU จนถึงในระดับที่บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถดำเนินไปได้อย่างมั่นคง โดยไม่ต้องพึ่งพาแรงสนับสนุนจากภาครัฐ กล่าวคือ ภาครัฐควรปลูกฝัง

ความต้องการในบริการโทรทัศน์ หรือผลักดันให้บริการโทรทัศน์ชุมชนกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มประชากร

ด้านกลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ เชื่อว่าบริการโทรทัศน์ชุมชนคือสิ่งที่ดี และสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับประเทศได้อย่างหลากหลาย อาทิเช่น การเป็นช่องทางกลางในการสื่อสาร และส่งต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างประชาชนในประเทศ อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบทพื้นฐานของประเทศ โดยเฉพาะด้านภูมิศาสตร์ การจัดตั้งสถานีเพื่อบริการโทรทัศน์ชุมชนโดยเฉพาะยังมีข้อจำกัด ดังนั้น การร่วมงาน (พืงพา) และการให้ความช่วยเหลือโดยอุตสาหกรรมโทรทัศน์สาธารณะ และหน่วยงานภาครัฐคือสิ่งจำเป็น ทั้งในแง่ของแหล่งเงินทุน การเป็นพันธมิตรเชิงธุรกิจ และการมอบโอกาสการเติบโตอย่างมั่นคง

3) ปัจจัยภายนอก ในแง่ของการส่งเสริมให้เกิดบริการโทรทัศน์ชุมชน

ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. มีความเห็นโดยจำแนกเป็นสองด้านได้แก่

3.1) มุมมองในมิติของผู้ประกอบการ และชุมชน:

ผู้เริ่มต้นการประกอบกิจการควรเป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ที่มีความเข้าใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเขตพื้นที่ได้อย่างตรงจุด ร่วมกันกับการสอดแทรกข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่บุคคลควรมีคือ ความตั้งใจ และยึดมั่นในการทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การมีบุคคลใด ๆ แม้เพียงไม่กี่บุคคลประสบความสำเร็จ หมายถึงโอกาสการประสบความสำเร็จ และการเติบโตของบริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย เนื่องจากความสำเร็จดังกล่าวจะกระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน และการพัฒนาศักยภาพเพื่อการดึงดูดกลุ่มผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จดังกล่าวขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะความพร้อมด้านเงินทุนประกอบกิจการ ดังนั้น ในระยะเริ่มต้น แรงสนับสนุนร่วมกันระหว่างประชากรในชุมชนคือสิ่งจำเป็นเพื่อความสามารถในการประกอบกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด อาทิเช่น การเริ่มต้นผลิตเนื้อหารายการ และนำเสนอผ่านช่องรายการอินเทอร์เน็ตอย่าง YouTube หากไม่มีต้นทุนเพียงพอที่จะนำเสนอผ่านช่องรายการโทรทัศน์ หรือเลือกการนำเสนอผ่านช่องรายการโทรทัศน์เคเบิล ที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า

สุดท้าย เมื่อมีทรัพยากรเพียงพอ การร่วมมือกันเช่าช่องสัญญาณเพื่อการออกอากาศผ่านช่องโทรทัศน์หลักของประชากรในชุมชนคือทางเลือกที่สมเหตุสมผล ทั้งในแง่ของเงินทุน บุคลากร และการกำกับดูแล อีกทั้งยังเป็นทางเลือกที่ภาครัฐสามารถให้การสนับสนุนได้ นอกจากนี้ การเช่าช่องสัญญาณในลักษณะดังกล่าวยังถือเป็นการเปิดโอกาสการร่วมงานกับชุมชนในภูมิภาคอื่น ๆ อีกด้วย เช่น การซื้อขายเนื้อหารายการเพื่อการออกอากาศ เพื่อการขยายฐานผู้บริโภค หรือการแบ่งปันโครงข่าย เพื่อลดภาระด้านค่าใช้จ่าย เป็นต้น

3.2) มุมมองในมิติของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:

สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การมีกฎหมายเพื่อการกำกับดูแลที่ครอบคลุมบริการโทรทัศน์ชุมชนในทุกเขตพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน ผ่านการวางแผน และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดทำแผนธุรกิจ (Business Model) ที่มีรายละเอียดครอบคลุมถึงแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐ อาทิ การ

ผลักดันรูปแบบกิจการในท้องถิ่น (Local Authorities Model) การสร้างความร่วมมือร่วมกันกับหน่วยงานในพื้นที่ (อบต. หรือ อบจ.) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ สถาบันการศึกษา หรือผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจอื่น) รวมถึงการให้ความช่วยเหลือในฐานะรัฐบาล เช่น การเป็นตัวแทนเจรจากับผู้ประกอบการโครงข่าย การออกกฎหมายลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการระดับชุมชน การมอบทุนหรือรางวัลเพื่อกระตุ้น และส่งเสริมการประกอบกิจการ เป็นต้น

ด้านกลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศนสื่อสารมวลชน มีแนวคิดที่ว่าปัญหาด้านเทคโนโลยีก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการกิจการโทรทัศนชุมชน เนื่องจากข้อจำกัดด้านการจัดหา และจัดสรรทรัพยากร รวมถึงความชำนาญในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านการทำความเข้าใจบริบทพื้นฐาน และการหาแนวทางร่วมในการดำเนินงาน ที่สอดคล้องกับความต้องการของทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ก็เป็นอีกหนึ่งข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการกิจการโทรทัศนชุมชน เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถหาข้อสรุป ในการกำหนดเกณฑ์ที่เป็นกลาง และบริหารจัดการการประกอบธุรกิจทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกันได้ (ตามศักยภาพของแต่ละประเภทธุรกิจ เช่น เงินทุน ขอบเขตพื้นที่บริการ กลุ่มเป้าหมาย และรูปแบบการบริการ เป็นต้น)

4) ปัจจัยด้านกระบวนการในการดำเนินงาน

ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมธุรกิจบริการโทรทัศนชุมชน โดยใช้การอ้างอิงผ่านมุมมอง และภาระหน้าที่ของกลุ่มบุคลากรเป็นหลัก ได้แก่

4.1) แนวทางการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ควรเป็นไปในลักษณะที่ชัดเจน ครอบคลุม (ในทางกฎหมาย) และบริหารจัดการทุกกระบวนการดำเนินงานอย่างเท่าเทียม ผ่านการพิจารณาจากบริบทพื้นฐานของชุมชนในแต่ละเขตพื้นที่ของประเทศในหลากหลายมิติ ตัวอย่างเช่น การศึกษาแนวทางการแบ่งเขตพื้นที่ และการจัดสรรโครงข่ายเพื่อการออกอากาศให้มีความสอดคล้องกับทั้งศักยภาพของเทคโนโลยี ความสามารถของผู้ประกอบการ ความต้องการของผู้บริโภคโดยหน่วยงานภาครัฐ ร่วมกันกับการพิจารณาหาหรือความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือ หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่เหมาะสม หรือแม้แต่การผลักดันช่องรายการโทรทัศนชุมชนในระดับที่กว้างขึ้น (ผ่านช่องรายการหลัก) เป็นต้น

4.2) แนวทางการส่งเสริมจากชุมชน และผู้ประกอบการ ควรเป็นไปในลักษณะที่มุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด เพื่อทั้งการวางรากฐานการประกอบกิจการ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมและผู้บริโภคในพื้นที่ รวมถึงความมั่นคงของธุรกิจ และผลประโยชน์ในระยะยาว ดังนั้น ชุมชน และผู้ประกอบการในชุมชนควรร่วมกันปรึกษาหารือ เพื่อการจัดทำแนวทางการประกอบกิจการที่สอดคล้องกับทั้งความต้องการ และบริบทพื้นฐานในเขตพื้นที่ชุมชน รวมถึงระบบการดำเนินงาน และการดูแลรักษาในระยะยาว กล่าวคือ หากชุมชนพร้อมใจกันยกผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมเป็นที่ตั้ง การมีบริการโทรทัศนชุมชนที่มีประสิทธิภาพสามารถเกิดขึ้น และคงอยู่ได้ในระยะยาว

กลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศนสื่อสารมวลชน มองว่ากระบวนการในการดำเนินงานโทรทัศนชุมชนนั้น การให้การช่วยเหลือจากภาครัฐคือสิ่งที่จำเป็น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ และการสร้างความมั่นคงภายในชุมชน โดยภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านของเงินทุน การให้ความรู้ หรือการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ไปจนถึงการอำนวยความสะดวกในด้านอุปกรณ์ ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น เพื่อให้อุตสาหกรรมโทรทัศนในระดับชุมชนสามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมั่นคงในระยะยาว ผ่านกระบวนการบริหารจัดการที่เป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐไม่ควรแทรกแซงแนวทางการประกอบกิจการ โดยเฉพาะในมิติที่เกินขอบเขตอำนาจของรัฐ ซึ่งในกรณีนี้ กฎหมายเพื่อการกำกับดูแลที่ครอบคลุม และชัดเจน คือสิ่งที่จำเป็นที่สุด

กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศนชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนาร่อง มองว่าหน่วยงานภาครัฐควรให้การช่วยเหลือในลักษณะของการเป็นแหล่งเงินทุน การเป็นผู้ประสานการร่วมงานระหว่างชุมชน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเป็นผู้จัดหา จัดสรร และอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ อาทิเช่น การจัดหาอุปกรณ์ หรือการจัดฝึกอบรมทักษะความชำนาญให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ เป็นต้น อีกทั้งภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ผลลัพธ์จากการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของชุมชนในระดับประเทศ เพื่อสร้างรากฐานทางธุรกิจให้มั่นคงในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ทุก ๆ รูปแบบการสนับสนุนดังกล่าว ไม่ควรมีผลประโยชน์จากภาครัฐ กลุ่มนายทุน และหน่วยงานอื่น ๆ เกี่ยวข้อง นอกจากผลประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโทรทัศนในชุมชนเท่านั้น

5) ปัจจัยด้านผลผลิตของโทรทัศนชุมชน

ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. มีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่าหากอุตสาหกรรมโทรทัศนชุมชนสามารถเกิดขึ้น (เติบโต) และคงอยู่ได้อย่างมั่นคง และมีประสิทธิภาพ เชื่อว่าทุกภาคส่วนของประเทศไทยจะได้รับผลประโยชน์ในหลายมิติ อาทิ

5.1) ภาคชุมชน

- ความเข้มแข็งภายในชุมชน จากความร่วมมือร่วมใจที่พร้อมทำงานร่วมกัน
- การรักษา รวมถึงการเพิ่มความนิยมของรูปแบบขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการนำเสนอในช่องรายการโทรทัศน
- การเติบโตของสภาพเศรษฐกิจภายในชุมชน ผ่านโอกาส และการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้นในหลายสายงาน
- อิทธิพล โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ที่ส่งผลต่อเนื่องไปยังโอกาสในการต่อยอดธุรกิจประเภทอื่น ๆ โดยประชากรในชุมชน

5.2) ภาครัฐ

- การเติบโต หรือการขยายตัวของสภาพเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้บริโภคในระดับชุมชนมีความมั่นคง และกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดช่องทางการต่อยอดเชิงพาณิชย์ในลักษณะอื่น ๆ
- ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน และภาครัฐ จากการร่วมมือในด้านต่าง ๆ

- ขอบเขตการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร หรือการดำเนินธุรกิจในลักษณะต่าง ๆ ที่กว้างมากขึ้น เนื่องจากประชากรมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อ

5.3) ภาคอื่น ๆ เช่น สำนักงาน กสทช.

- การขยายตัวของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะในระดับชุมชน
- ระบบการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การเกิดขึ้นของช่องทางสื่อที่มีคุณภาพ
- ผลประโยชน์ต่อเนื่องไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ผ่านโอกาสเชิงพาณิชย์ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การเพิ่มจำนวนโครงข่ายเพื่อการออกอากาศ หรือการจัดสรรมัลติเพล็กซ์ (MUX) เป็นต้น

กลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ มีความเห็นว่าหากผู้ที่เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนสามารถบรรลุแนวทางการสนับสนุนบริการโทรทัศน์ชุมชนให้เกิดขึ้น และดำเนินไปอย่างมั่นคงได้ อุตสาหกรรมสื่อ และเศรษฐกิจของประเทศไทยสามารถ (จะ) เติบโต และสร้างผลประโยชน์มากมายให้กับประเทศไทยอย่างมากมาย ตั้งแต่การมีชุมชนท้องถิ่นที่เข้มแข็ง, กลุ่มประชากรที่มีความรู้ และความสามารถจากการเข้าถึงได้อย่างอิสระ, แนวทางการรักษา และนำเสนอรูปแบบวัฒนธรรมท้องถิ่น, และอิทธิพลทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมสื่อ ที่มีเนื้อหารายการ และรูปแบบการดำเนินงานที่หลากหลาย และสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้

กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชนโดยรวมแล้ว จะมีความคิดเห็นต่อบริการโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบุคลากรจากกลุ่มอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาได้เน้นย้ำเพิ่มเติมถึง ‘ข้อเสีย’ หรือข้อจำกัดของการมีบริการโทรทัศน์ในระดับชุมชน (ในเชิงการศึกษา) ว่าเป็นรูปแบบธุรกิจที่ยากต่อการบริหารจัดการอย่างมั่นคงในระยะยาว เนื่องจาก

- บุคลากรในท้องถิ่นขาดทักษะ และความชำนาญด้านเทคโนโลยี
- ประเภทเนื้อหารายการ (ในความสนใจของชุมชน) และรูปแบบการรับสื่อที่มีความเฉพาะเจาะจงค่อนข้างสูง ส่งผลให้เนื้อหารายการที่ผลิตขึ้นอาจไม่มีความน่าสนใจ หรือดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว

- ความพร้อมในการกำกับดูแล และบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะปัญหาด้านเงินทุน การจัดหาอุปกรณ์ หรือความขัดแย้งในผลประโยชน์ระหว่างประชากรในชุมชน รวมถึงความรู้สึกตัดขาด (ไม่เห็นความสำคัญ) จากสื่อในระดับชุมชนจากกลุ่มประชากรรุ่นใหม่

- องค์ความรู้ การตีความ หรือความเข้าใจสื่อในเชิงวิชาการของชุมชนยังมีความจำกัด ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการนำเสนอที่สร้างความเข้าใจผิด หรือความแตกแยกระหว่างประชากรได้

ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาจึงเป็นไปในลักษณะของการสนับสนุนให้มีบริการโทรทัศน์ชุมชน ผ่านการพึ่งพา หรือการเป็นบริการในลักษณะของการทำธุรกิจเชิงพันธมิตรร่วมกันกับสื่อสาธารณะ ร่วมกันกับสถาบันศึกษามากกว่า กล่าวคือ บุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อ

สาธารณะ และวิชาการควรแบ่งปันองค์ความรู้ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสื่อแก่กลุ่มประชากรในระดับชุมชน ผ่านการร่วมงาน การนำเสนอ หรือการสื่อสารผ่านสื่อหลัก เพื่อให้กลุ่มประชากรในระดับชุมชนได้มีโอกาสเรียนรู้ และฝึกฝนทักษะความชำนาญที่สามารถนำไปใช้ต่อยอดได้อย่างถูกต้องในอนาคต

2.2.1.3 ข้อเสนอแนะจากผลการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

จากผลการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ประกอบด้วยบุคลากรจากกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ผู้ให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ผู้ประกอบการโทรศัพท์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่อง สมาคมที่เกี่ยวข้องด้านสื่อชุมชน และผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1) ด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาต ควรต้องปรับปรุงให้สอดคล้องและมีความทันสมัย เช่นมีความครอบคลุมการให้บริการที่มีการออกอากาศทางสื่อใหม่ ควรมีการควบคุมปริมาณใบอนุญาตในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน และมีการสื่อสารแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

2) ด้านความชัดเจนเกี่ยวกับขอบเขตของการหารายได้ โดยควรกำหนดเป็นแนวทางหรือมีการจัดทำความร่วมมือด้านแหล่งที่มาของรายได้ให้แก่ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน เช่น ให้สิทธิประโยชน์แก่หน่วยงานที่เลือกประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านช่องทางโทรศัพท์ชุมชน เนื่องจากการดำเนินงานที่ไม่แสวงผลกำไร

3) ด้านโครงข่ายในการให้บริการ ยังต้องดำเนินการหาความชัดเจนในแง่ของหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งพื้นที่ โดยควรดำเนินการให้สัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านเทคนิคที่ควรจะต้องสอดคล้องกันเนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินการทั้งในฝั่งของผู้ให้บริการโครงข่าย และในฝั่งของผู้ประกอบการโทรศัพท์ชุมชน

4) ด้านความคุ้มค่าในการให้บริการ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านความคุ้มค่าในแต่ละพื้นที่ เช่น ขอบเขตของการให้บริการในพื้นที่ต่างๆ ควรมีขนาดของกลุ่มเป้าหมายจำนวนอย่างน้อยเท่าใด จึงจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดรายได้ของผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อการดำเนินการโทรศัพท์ชุมชนอย่างยั่งยืน

3.1.2 สรุปความเห็นจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค

การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจากผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค โดยจะทำการสรุปข้อมูลที่ได้รับและวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการ และสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต่อประเภทบริการชุมชนต่อไป

กลุ่มเป้าหมายในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ครั้งที่ 1-4 คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนที่จะรวบรวมได้จากการต่อยอดข้อมูลในขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยที่ปรึกษาดำเนินการจัดประชุมกลุ่มโดยมีผู้เข้าร่วมรวม 48 ท่าน (ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ข) ได้แก่

กลุ่มเครือข่าย	กำหนดการ	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม
กลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ	วันที่ 3 มีนาคม 2563	11 ท่าน
กลุ่มเครือข่ายภาคอีสาน	วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563	7 ท่าน
กลุ่มเครือข่ายภาคกลาง	วันที่ 9 มีนาคม 2563	14 ท่าน
กลุ่มเครือข่ายภาคใต้	วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563	16 ท่าน

ที่ปรึกษานำข้อมูลที่ได้รับจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) มาดำเนินการสรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนที่มีต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน แล้วจึงนำไปร่วมกำหนดเป็นแนวคำถามในการประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถามซึ่งผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย ที่ปรึกษาได้นำเสนอเป็นภาพรวมจำแนกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ภูมิภาคดังนี้

3.1.2.1 สรุปประเด็นจากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเครือข่ายด้านสื่อชุมชน 4 ภูมิภาค

1) ความคิดเห็นต่อหลักการของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชน แสดงความคิดเห็นต่อหลักการของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนว่า โทรทัศน์ชุมชนมาช้าเกินไป เนื่องจากปัจจุบันกระแสรับชมสื่อโทรทัศน์ได้เบนไปทางสื่อดิจิทัลอย่างมาก อย่างไรก็ตาม โทรทัศน์ชุมชนควรดำเนินการควบคู่กับ OTT เนื่องจากแม้ว่าโทรทัศน์ภาคพื้นดินไม่ค่อยมีคนรับชมแล้ว แต่สื่อ OTT TV ยังมีปัญหาเรื่องความเสถียรของระบบ จึงยังคงสามารถใช้โทรทัศน์ชุมชนเป็นช่องทางหลักได้ และการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนมีคุณค่าในแง่เป็นโอกาสในการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาในชุมชน โดยชุมชนเอง เป็นพื้นที่แสดงความคิดเห็นของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเป็นเสน่ห์ของการมีสื่อชุมชนที่สื่อกระแสหลักไม่มี ทำให้เกิดเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานในชุมชน และชุมชนยังมีโอกาสในการนำเสนอความใกล้ชิดท้องถิ่น เช่น การใช้ภาษาถิ่นนำเสนอ ชุมชนสามารถนำเสนอข้อมูลในพื้นที่ที่ถูกต้อง เช่น ชื่อบุคคล ชื่อตำบล ชื่ออำเภอ (สื่อ

กระแสหลักอ่านชื่อเฉพาะของชุมชนไม่ถูกต้อง) เป็นช่องทางในการเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม และเป็นช่องทางในการสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

ด้านค่านิยม กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องต้องการความชัดเจนของขอบเขตคำว่า ชุมชน เช่น ชุมชนเมือง หรือนอกเมือง ซึ่งหากการร่างหลักเกณฑ์การให้บริการโทรทัศนชุมชนมีรูปแบบเหมือนกับการบริหารจัดการใบอนุญาตวิทยุชุมชน จะทำให้ประสบปัญหาในการดำเนินการเช่นเดียวกันกับวิทยุชุมชน และมีนิยามและแนวปฏิบัติในช่องทางการหารายได้ที่ชัดเจน

ด้านการให้บริการโทรทัศนชุมชนจะมีความยั่งยืนได้ ควรมี 3 หน่วยงานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ สถาบันวิชาการ ชุมชน และหน่วยงานท้องถิ่น

2) การระดมความคิดเห็นด้านความพร้อมในการให้บริการโทรทัศนชุมชน

2.1) จุดแข็งของการให้บริการ

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนและสื่อชุมชน แสดงความคิดเห็นต่อจุดแข็งของการให้บริการโทรทัศนชุมชนโดยรวมว่า

ด้านเนื้อหา มีกลุ่มที่พร้อมให้บริการ โดยมีการย่อยเนื้อหาที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยใช้ข้อดีที่มีกลุ่มคนในท้องถิ่นที่รวมตัวกันอยู่แล้ว เช่น กลุ่มที่รวมตัวกันในสังคมออนไลน์ สามารถนำเสนอเรื่องราวน่าสนใจในชุมชน เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน มีโครงข่ายชุมชนจำนวนมาก เป็นพื้นที่ทำงานของชุมชน มีหลักสูตรชุมชน (ชุมชนสอนกันเอง) โดยไม่มีเงื่อนไขเวลาเป็นข้อจำกัด จุดแข็งของพื้นที่ในการแสดงตัวตนของคนในชุมชน (คุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่น) และเป็นพื้นที่แสดงองค์ความรู้ชุมชน (เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ของชาติ)

ด้านกลุ่มเป้าหมายที่จะให้บริการ มีเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ใช้ภาษา เนื้อหาชาติพันธุ์ที่เข้าถึงได้ง่าย

ด้านประโยชน์ สามารถต่อยอดขบวนการองค์กรชุมชน จากการทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงชุมชน เป็นช่องทางการนำเสนอสัญญาประชาคมทำให้ผู้นำมีความรับผิดชอบต่อกำพูด เป็นจุดที่เชื่อมโยงกับช่องทางสื่ออื่น ๆ เป็นโอกาสในการนำเสนอผลงานของชุมชน และเป็นช่องทางที่เป็นกลไกสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

นอกจากนี้ยังมีจุดแข็งที่มีสถาบันการศึกษาจำนวนมากที่จะช่วยส่งเสริมการให้บริการโทรทัศนชุมชน

2.2) กลุ่มเป้าหมายของการให้บริการ

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนและสื่อชุมชน แสดงความคิดเห็นต่อกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการว่า ได้แก่ กลุ่มในชุมชนเอง ผู้ผลิตสื่อหรือคนที่มีศักยภาพในการผลิตสื่อในท้องถิ่นในชุมชนนั้น ๆ ผู้นำชุมชน ราษฎรชาวบ้าน ผู้นำศาสนา สื่อหรือองค์กรที่มีการผลิตสื่อในพื้นที่นั้น ๆ กลุ่มผู้ให้การสนับสนุน กลุ่มคนนอกชุมชน (ไม่เพียงแคในจังหวัด) กลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ , กลุ่มเกษตร , คนพื้นถิ่น , กลุ่มเฒ่า , กลุ่มกะเหรี่ยง , กลุ่มควน , ชาวเขา ผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย (รับฟังเสียงสะท้อน / ร้องเรียน) สถาบันการศึกษา กลุ่มหน่วยงานท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ เด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่

2.3) ช่องทางที่จะทำการให้บริการ

ด้านช่องทางที่จะทำการให้บริการนั้น กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นว่า ได้แก่ ช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เนื่องจากมองว่าเป็นช่องทางที่สร้างความรู้สึกอบอุ่น และเสนอเนื้อหาได้ครอบคลุม อีกทั้งแนวโน้มของคนต่างจังหวัดยังนิยมดูโทรทัศน์ภาคพื้นดินอยู่ นอกจากนี้การเสริมด้วยช่องทางดิจิทัล (OTT) ที่ปัจจุบันยังมีข้อดีเรื่องความเสถียรของระบบ แต่ก็ได้ประโยชน์ในด้านของประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ย้ายไปอยู่นอกท้องถิ่นเดิมยังสามารถรับรู้และเข้าถึงเรื่องราวในชุมชนได้ นอกจากนี้ยังมีความต้องการนำเสนอหากรัฐบาลสามารถจัดสรรและสนับสนุนคลื่นความถี่ (MUX) และยังสามารถนำเสนอเนื้อหาผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่น และโทรทัศน์ดาวเทียมได้

2.4) แนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ระดมความคิดเห็นด้านแนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการว่า สามารถทำได้โดยวิธีการที่หลากหลาย ได้แก่ การมีของแจกจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล การทำกิจกรรมประเภทกีฬา เช่น การแข่งขันฟุตบอล การแข่งขันเรือพาย การสร้างเนื้อหาที่คนในท้องถิ่นมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเนื้อหา เช่น มีการเล่าเรื่องประเพณีต่างๆ เล่าเรื่องราวจากชุมชน การจัดกิจกรรมตามประเพณีท้องถิ่น การสร้างเวทีเรียนรู้ เวทีแลกเปลี่ยน และติดตามแนวทางการแก้ปัญหาประเด็นในชุมชน การสร้างความสัมพันธ์จากการให้ความช่วยเหลือในเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ การสร้างรายการจากการพูดคุยกับคนในชุมชน และการให้ความสำคัญกับทุกเครือข่าย ทุกกลุ่ม เช่น กลุ่มชายแดน

2.5) รูปแบบรายได้

ด้านรูปแบบรายได้นั้น กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นว่า กลุ่มที่เริ่มต้นควรเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่จะทำ มีการรับการสนับสนุนจากกองทุน รับการบริจาคจากประชากรในพื้นที่ เป็นช่องทางการขายของของคนในชุมชนแล้วทำการหักรายได้ส่วนเกินที่เป็นกำไรกลับสู่ชุมชน ดำเนินกิจกรรมที่สามารถให้ชุมชนเป็นทรัพยากรในการหารายได้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวท้องถิ่น หารายได้จากการรับจ้างผลิตรายการชุมชนหรือรับผลิตสื่อให้ช่องทางอื่นๆ หรือผลิตงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กสทช. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รับดำเนินการโครงการต่างๆของ กรมการพัฒนาชุมชน (พช.) การหารายได้จากคนที่เป็สมาชิก และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE)

2.6) ทรัพยากรหลักในการให้บริการ

ด้านทรัพยากรหลักในการให้บริการ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นว่าประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

- ☐ เงินทุนในการดำเนินการ
- ☐ การพัฒนาบุคลากร
- ☐ ค่าเช่าโครงข่าย
- ☐ อุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตสื่อ

- ☐ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ
- ☐ บุคลากรด้านการบริหารจัดการ
- ☐ สถานที่ดำเนินการ
- ☐ ค่าจัดทำ Application หรือเครื่องมือในการดำเนินการส่งรายการทางสื่อใหม่
- ☐ กลุ่มคนที่มีความเข้าใจพื้นที่ เพื่อออกแบบเนื้อหาให้ตรงความต้องการของคนในชุมชน
- ☐ สถาบันการศึกษาในพื้นที่

2.7) Model ธุรกิจ

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นต่อ Model ธุรกิจ ที่เหมาะสมกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนว่า สามารถดำเนินการได้ในรูปแบบของการจัดตั้งเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความรับผิดชอบได้ตามกฎหมาย ได้แก่ รูปแบบ Social Enterprise การตั้งเป็นองค์กรกลางของท้องถิ่น เช่น สมาคมนักข่าว การรวมกลุ่มที่ทำกิจกรรมในชุมชน รูปแบบนิติบุคคล สมาคมฯ ชมรม มูลนิธิ รูปแบบวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชน (คนในชุมชนถือหุ้น) และรูปแบบการระดมทุน

2.8) พันธมิตรในการให้บริการ

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นต่อพันธมิตรในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยรวมว่าสามารถจัดกลุ่มได้ทั้ง ภาคหน่วยงานรัฐ ภาคประชาชน และภาคธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาคหน่วยงานรัฐ ได้แก่ องค์กรจากภาครัฐ กรมประชาสัมพันธ์ หน่วยงานท้องถิ่น ทั้งระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด

ภาคประชาชนและภาคประชาสังคม ได้แก่ ภาคศาสนา ภาคประชาสังคม NGO ภาคสื่อ เครือข่ายคนทำงานโทรทัศน์ภาคประชาชนแต่ละจังหวัด กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เช่น เพจดังในพื้นที่ TPBS กลุ่มประเด็นเฉพาะในพื้นที่ เช่น กลุ่มการเกษตร กลุ่มคนรุ่นใหม่

ภาคธุรกิจ ได้แก่ เครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน ห้างสรรพสินค้า เคเบิลทีวี ดาวเทียม

ภาคการศึกษา ได้แก่ สถาบันการศึกษา กลุ่มนักศึกษานิเทศศาสตร์

2.9) โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการให้บริการในมุมมองของท่าน

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นด้านโครงสร้างค่าใช้จ่ายในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนว่ามีองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 2 ความเห็นด้านโครงสร้างค่าใช้จ่ายในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ด้านทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิตรายการ	ด้านเครื่องมือ / สาธารณูปโภค
ค่าบุคลากร สวัสดิการสำหรับบุคลากร จัดอบรมความรู้ ฝ่ายหารายได้	งบประมาณในการทดลองให้บริการ ค่าเดินทาง ค่าสนับสนุนเนื้อหาจากชุมชนและการทำงานร่วมกับพันธมิตร	เครื่องมือ ค่าสถานที่ ค่าน้ำ ค่าไฟ

ด้านทรัพยากรมนุษย์	ด้านการผลิตรายการ	ด้านเครื่องมือ / สาธารณูปโภค
	ต้นทุนในการผลิตรายการ ค่าโครงข่าย ค่าสาธารณูปโภค	

3) ประเด็นของความต้องการให้มีการสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในประเด็นต่อไปนี

3.1) การกำหนดนโยบาย / กลยุทธ์ / กำกับ / ส่งเสริม

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในสี่ด้านโดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1) การกำหนดนโยบาย กลยุทธ์

3.1.1.1) นโยบายที่เกิดจากส่วนกลาง ควรมีลักษณะของหลักเกณฑ์ที่ทำให้ได้จริง และสามารถเกิดขึ้นได้จริง

3.1.1.2) เสนอให้มีการทดลองใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่

3.1.1.3) ส่งเสริมนโยบายการกำกับดูแลตนเองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3.1.1.4) ลดเงื่อนไขจากส่วนกลาง ให้ชุมชนมีโอกาสในการออกแบบและ

แก้ไขหลักเกณฑ์

3.1.1.5) ส่งเสริมระเบียบวิธีการที่เอื้อต่อชุมชน ไม่เอื้อต่อกลุ่มธุรกิจ

3.1.1.6) มีหลักเกณฑ์กำหนดสัดส่วนการหารายได้ , สัดส่วนการขอรับ

บริจาค

3.1.2) การกำกับ

3.1.2.1) มีผู้รับผิดชอบในการกำกับด้านเนื้อหา

3.1.2.2) ด้านการป้องกันการแทรกแซงจากรัฐ

3.1.2.3) กระบวนการทำงานด้านนโยบาย ควรเป็นการกำกับดูแลแต่ไม่เป็นการควบคุมผู้ให้บริการมากเกินไป

3.1.3) การส่งเสริม

3.1.3.1) ด้านการหารายได้, การเปิดโอกาสให้ระดมทุน

3.1.3.2) ด้านการขยายช่องทางเพิ่มเติมสู่สื่อใหม่

3.1.3.3) กองทุนสื่อ (กทปส.) ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

3.1.3.4) การสนับสนุนให้เกิดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน

3.1.3.5) สนับสนุนการทำงานประเด็นในชุมชน

3.1.3.6) นโยบายสนับสนุนสัญญาณอินเทอร์เน็ต และ WIFI ฟรี สำหรับ
ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

3.1.3.7) ส่งเสริมเครื่องมือ งบประมาณ และบุคลากรในการให้บริการ
โทรศัพท์ชุมชน

3.1.3.8) สนับสนุนให้เกิดสภาโทรศัพท์ชุมชน

3.2) การฝึกอบรม/พัฒนา

ด้านการฝึกอบรม/พัฒนา กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและ
สื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.2.1) ด้านการผลิตเนื้อหา

3.2.2) ด้านการถอดบทเรียนจากแหล่งเนื้อหาในชุมชน

3.2.3) การจัดทำ Business Model ที่ยั่งยืน

3.2.4) การประกอบกิจการในรูปแบบ Social Enterprise

3.2.5) การพัฒนาทักษะการผลิตเนื้อหาโทรศัพท์ชุมชนแก่บุคลากร เช่น ด้าน
เทคโนโลยี ทักษะการใช้อุปกรณ์ เนื้อหาด้านกฎหมาย เนื้อหาด้านจริยธรรมสื่อ

3.2.6) อบรมหลักเกณฑ์ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ในด้านการดำเนินการด้าน
งบประมาณ และการหารายได้

3.3) การจัดสรรทุนสนับสนุน

ด้านการจัดสรรทุนสนับสนุน กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะ
และสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.3.1) การสนับสนุนจากกองทุน กทปส. ในระยะ 3-5 ปีแรก ของการเริ่มต้น
ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

3.3.2) รัฐให้การสนับสนุนทุน เช่น กทปส. , กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

3.3.3) การจัดสรรทุน ถึงแม้รัฐให้การสนับสนุนทุนแต่ต้องไม่ครอบงำแนวคิด
ของการดำเนินการ

3.3.4) ควรสนับสนุนทุนโดยกำหนดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ เช่น หมวด
ค่าตอบแทน หมวดค่าจ้าง

3.3.5) เปิดโอกาสให้สื่อท้องถิ่นที่ดำเนินการอยู่ในขณะนี้ ได้แก่ วิทยุชุมชน
เคเบิลทีวี สามารถเข้าถึงกองทุนเพื่อเริ่มให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

3.3.6) การกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนของการมีผู้สนับสนุน (SPONSER) ที่
สามารถดำเนินการได้

3.4) การรับรองมาตรฐาน

ด้านการรับรองมาตรฐาน กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้

- 3.4.1) มาตรฐานด้านจริยธรรมสื่อที่มีการลงมือกำกับดูแลอย่างจริงจัง
- 3.4.2) มาตรฐานด้านการกำกับดูแลเนื้อหาที่นำออกอากาศทาง OTT
- 3.4.3) การออกแบบข้อตกลงในพื้นที่ เช่น ธรรมนูญชุมชน
- 3.4.4) ผู้ได้รับใบอนุญาตโทรทัศน์ชุมชนควรมีการดำเนินการด้านการขึ้นทะเบียนสื่อ
- 3.4.5) ใบรับรองภาษาถิ่น, ใบอนุญาตผู้สื่อข่าวท้องถิ่น
- 3.4.6) ต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการ
- 3.4.7) มีมาตรฐานบริการในด้านเทคโนโลยีการส่งและรับคลื่น (HD , 4k)
- 3.4.8) ดำเนินการให้มีคู่มือองค์กร

3.5) การขึ้นทะเบียนและใบอนุญาต

ด้านการขึ้นทะเบียนและใบอนุญาต กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้

- 3.5.1) ควรดำเนินการประกอบกับการประเมินผลการดำเนินการจากชุมชนตามระยะเวลาที่กำหนด
- 3.5.2) ควรมีการขึ้นทะเบียนประเภทนำร่องประกอบกับแนวปฏิบัติในการติดตามและประเมินผล
- 3.5.3) ควรใช้ระบบที่ผู้ดำเนินการด้านสื่อมีส่วนร่วมในการรับรองตนเอง (คล้ายกันกับระบบของเกษตรอินทรีย์)
- 3.5.4) กำหนดแนวทางให้กลุ่มชุมชนที่มีการลงทะเบียนกฎหมายรับรอง มีสิทธิ์ขึ้นทะเบียนใบอนุญาต
- 3.5.5) ควรกำหนดให้สภาชุมชนหรือสภาพลเมืองมีส่วนร่วมในการอนุมัติและตรวจสอบผู้ที่ดำเนินการขอรับใบอนุญาต
- 3.5.6) หลังจากการได้รับใบอนุญาตควรมีเกณฑ์การประเมินผลงานที่เป็นที่ประจักษ์อย่างน้อย 2 ปี

3.6) การควบคุมจริยธรรม/การรับเรื่องร้องเรียน

ด้านการควบคุมจริยธรรม/การรับเรื่องร้องเรียน กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้

- 3.6.1) กำกับโดยกำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนสื่อชุมชน
- 3.6.2) มีแนวปฏิบัติเพื่อปกป้องสื่อชุมชนจากการขึ้นนำของผู้มีอำนาจในชุมชน
- 3.6.3) กำกับดูแลขอบเขตของการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอเนื้อหา
- 3.6.4) การร้องเรียน สามารถดำเนินการร่วมกับประชาสัมพันธ์จังหวัดในการกำกับดูแล

- 3.6.5) ควรกำหนดให้ความผิดในบางประเภทเป็นประเภทอาญา
- 3.6.6) ควรสร้างแนวปฏิบัติในการตรวจสอบเนื้อหา
- 3.6.7) ส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลตนเอง (องค์กรชุมชน) และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนแสดงความเห็น (เห็นด้วย / คัดค้าน / ร้องเรียน)
- 3.6.8) ควรมีกรอบจริยธรรมระดับภูมิภาค และ ประกาศเป็นข้อบังคับ
- 3.6.9) สร้างธรรมนูญกลางชุมชน
- 3.6.10) มีกระบวนการ และเงื่อนไขในการรับเรื่องร้องเรียน สามารถดำเนินการโดยสมาชิกชุมชนร่วมเป็นหูเป็นตา
- 3.6.11) สร้างกระบวนการที่ผู้ให้บริการสามารถควบคุมเนื้อหาที่มีความรุนแรงด้วยตนเองได้ (Self regulation)
- 3.6.12) เสนอรูปแบบการทำงานของกองบรรณาธิการ เพื่อควบคุมด้านจริยธรรม
- 3.6.13) ด้านการร้องเรียน เสนอแนวทางให้ผู้ถูกร้องเรียนเข้าร่วมกิจกรรมอบรมแทนการปรับเป็นเงิน
- 3.7) การจัดซื้อรายการและการบริหารผังรายการส่วนกลาง
 - ด้านการจัดซื้อรายการและการบริหารผังรายการส่วนกลาง กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 3.7.1) กำหนดแนวปฏิบัติด้านสัดส่วนเนื้อหาชุมชนและเนื้อหาจากส่วนกลาง
 - 3.7.2) กสทช. ควรเป็นผู้สนับสนุนรายการที่เป็นเนื้อหาจากส่วนกลาง จัดทำคลังเนื้อหากลางที่แต่ละชุมชนสามารถดึงมานำเสนอได้ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถมีเนื้อหาในการให้บริการในจำนวนที่มากพอที่จะดึงดูดกลุ่มผู้ชมได้
 - 3.7.3) กำหนดให้มีเนื้อหาจากบริบทชุมชนอื่นๆบ้าง
 - 3.7.4) กำหนดให้มีคณะกรรมการช่องโทรทัศน์ชุมชนเป็นผู้เลือกช่องรายการ
 - 3.7.5) ด้านสัดส่วนรายการควรถูกกำหนดโดยผลการสำรวจความต้องการของชุมชน
 - 3.7.6) มีหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการกำหนดเนื้อหาที่ออกอากาศได้ และออกอากาศไม่ได้
 - 3.7.7) กสทช. สามารถสนับสนุนรายได้ให้ชุมชน เช่น ชื้อเวลาของชุมชนออกอากาศอุดหนุนสื่อคุณภาพที่เกิดจากผู้ผลิตสื่อในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนชิ้นงานดี ๆ ในพื้นที่
 - 3.7.8) เสนอให้หน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุนช่วงเวลาของชุมชน โดยสามารถคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายในการอุดหนุนชุมชนได้
- 3.8) การตรวจสอบงบการเงิน
 - ด้านการตรวจสอบงบการเงิน กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้
 - 3.8.1) กำกับดูแลให้มีการยื่นงบการเงิน
 - 3.8.2) ต้องการอบรมด้านการจัดทำงบการเงิน

3.8.3) ฝ่ายการเงินภายใน

3.8.4) ผู้ตรวจสอบบัญชีภายนอก

3.8.5) องค์การสาธารณะประโยชน์ร่วมตรวจสอบ รับรองโดยหน่วยงานของรัฐ

3.8.6) กลุ่มอิสระ บุคคลทั่วไป มีโอกาสเข้าถึงในการตรวจสอบ

4) การแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ต่อการแบ่งโดยใช้หลักการทั้ง 4 ประเภท

4.1) แบ่งโดยใช้พื้นที่ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก

โดยรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมองว่าไม่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ให้บริการ เนื่องจากไม่สามารถแบ่งได้เนื่องจากไม่มีความชัดเจนว่าจะสามารถแบ่งตามพื้นที่เศรษฐกิจแบบใด

4.2) แบ่งโดยใช้ปัจจัยทางสังคมเป็นหลัก

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนทุกท่านมองว่าไม่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ให้บริการ เนื่องจากไม่สามารถแบ่งได้เนื่องจากไม่มีความชัดเจนว่าจะสามารถแบ่งตามปัจจัยทางสังคมด้านใด

4.3) แบ่งโดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน มีความเห็นร่วมกันว่ามีความยากเนื่องจากผู้คนจากแต่ละวัฒนธรรมมีการเคลื่อนย้ายถิ่น ดังนั้นหากต้องการสื่อเพื่อวัฒนธรรม สามารถดำเนินการโดยจัดเป็นรายการ 1 รายการ ต่อ 1 ช่องก็เพียงพอ

4.4) แบ่งโดยใช้ภูมิประเทศเป็นหลัก

โดยรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมีความต้องการให้แบ่งโดยใช้เขตจังหวัดเป็นหลัก และมีความเห็นเพิ่มเติมว่าเนื่องจากยังไม่มีหลักเกณฑ์ในการแบ่งพื้นที่ที่ชัดเจน ดังนั้นรูปแบบการแบ่งโดยใช้ภูมิประเทศ มีความเป็นไปได้มากที่สุด เนื่องจากเงื่อนไขด้านทรัพยากร และโครงข่ายชั้นพื้นฐาน (การจัดสรร MUX)

อย่างไรก็ตามบางพื้นที่สามารถแบ่งได้ทั้งพื้นที่เศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม และแบ่งโดยใช้วัฒนธรรม เช่น พื้นที่จังหวัดราชบุรี

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น มีความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนว่าขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ และนโยบายการดำเนินการการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน หากจะให้แบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนตามสถานการณ์ขณะนี้ รูปแบบที่น่าจะเป็นไปได้คือ แบ่งโดยใช้ภูมิประเทศ เช่น กลุ่มภาคใต้ตอนบน กลุ่มภาคใต้ตอนล่าง หรือขึ้นอยู่กับกลุ่มหรือบุคคลที่ยื่นขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

นอกจากนี้จากข้อมูลการนำเสนอจากผลการศึกษาที่ กสทช. ได้มีการแบ่งพื้นที่จำนวน 39 เขต ตามการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ผู้เข้าร่วมประชุมมีความเห็นว่า น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด เพราะมีการจัดสรรทรัพยากรแล้ว เป็นพื้นที่ให้บริการที่ผ่านการศึกษามาแล้ว และมีแนวโน้มที่จะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้ทันที ยกตัวอย่าง ภาคเหนือที่สามารถดำเนินการได้ทั้งพื้นที่จังหวัดพะเยาและพื้นที่จังหวัดเชียงราย ภาคกลางสามารถดำเนินการได้ทั้งพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

5) แนวโน้มมุมมองต่อการที่จะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนให้ความเห็นต่อแนวโน้มและมุมมองต่อการที่จะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนดังนี้

ทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ด้านกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจมีความตั้งใจและความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้าน งบประมาณในการลงทุนที่สูง หากหน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนจะไม่สามารถดำเนินการได้

กลุ่มเครือข่ายภาคอีสานโดยรวมยังมีข้อพิจารณาเพิ่มเติมในการพิจารณาว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชุมชนหรือไม่โดยการแนวทางที่ชัดเจนในด้านต่อไปนี้

☐ การสนับสนุนให้มีการออกอากาศช่องทางอื่นร่วมด้วย

☐ นิยาม “การแสวงหารายได้ที่ไม่มุ่งเน้นเชิงพาณิชย์หรือกำไร” ในคำนิยามการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนยังไม่มี ความชัดเจน

☐ ความชัดเจนด้านโครงข่าย เช่น ค่าเช่า

อย่างไรก็ตามกลุ่มเครือข่ายภาคอีสานมองว่าการใช้คำว่าโทรศัพท์ชุมชนนั้นโดยรวมมีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าเคเบิลท้องถิ่น และผู้ประกอบการเคเบิลท้องถิ่นมองว่าปัจจุบันมีการเสนอเนื้อหาท้องถิ่นอยู่แล้ว หากมีโทรศัพท์ชุมชนก็จะร่วมมือกันด้านสนับสนุนค่าเนื้อหาจากโทรศัพท์ชุมชนเพื่อนำมาออกอากาศทางเคเบิล เนื่องจากเนื้อหาชุมชนนั้นสามารถเสริมความนิยมให้กับเคเบิลได้

3.1.2.2 ข้อเสนอแนะจากผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อ ใน 4 ภูมิภาค

จากผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1) ความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จากผลการระดมความเห็นที่พบว่าทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ด้านกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจมีความตั้งใจและความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้าน งบประมาณในการลงทุนที่สูง หากหน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนจะไม่สามารถดำเนินการได้ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการสื่อสารความชัดเจนในด้านงบประมาณในการลงทุน เช่น นำเสนอแนวทางในการเริ่มต้นให้บริการที่ไม่ต้องต้นทุนทางเทคนิคที่สูงมาก หรือมีการเอื้อเฟื้อและประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีในการผลิตสื่อร่วมกับสถาบันการศึกษา

2) ด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาต ควรดำเนินการโดยมีแนวทางในการประเมินผลในช่วง 1-2 ปีแรกของการดำเนินงาน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรับรองผู้ที่ขอใบอนุญาต เนื่องจากเป็นการรับรองกันเองภายในชุมชนว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ซึ่งย่อมส่งผลต่อความนิยมของผู้รับสื่อภายในชุมชน

3) ด้านขอบเขตของการหารายได้ ควรมีการสื่อสารด้านการรับการสนับสนุนจากกองทุน มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการให้บริการบริจาค การใช้เป็นช่องทางการขายของของคนในชุมชน การสนับสนุนด้านการรับจ้างผลิตรายการชุมชนหรือรับผลิตสื่อให้ช่องทางอื่นๆ หรือผลิตงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ หรือมีการประสานความร่วมมือกับสื่อกระแสหลักอื่นๆ ในการเป็นแหล่งข่าวหรือเนื้อหาท้องถิ่นที่สามารถใช้เนื้อหา ร่วมกันได้

4) ด้านโครงข่ายในการให้บริการ โดยรวมผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรทัศน์ชุมชน จะยังไม่มีความรู้ความเข้าใจด้านโครงข่ายมากนัก จึงควรมีการสื่อสารความรู้ด้านดังกล่าว รวมทั้งแนวทางในการคำนวณค่าเช่าโครงข่ายที่สามารถสื่อสารได้ถึงความเหมาะสมของระดับราคาที่กำหนด

5) ด้านความคุ้มค่าในการให้บริการ ควรมีการนำเสนอผลการศึกษาด้านความคุ้มค่าในแต่ละพื้นที่ เช่น ขอบเขตของการให้บริการในพื้นที่ต่างๆ ควรมีขนาดของกลุ่มเป้าหมายจำนวนอย่างน้อยเท่าใด จึงจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดรายได้ของผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนอย่างยั่งยืน แก่ผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรทัศน์ชุมชน เนื่องจากจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการออกแบบรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมและสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

3.1.3 สรุปผลการสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

3.1.3.1 ขั้นตอนการดำเนินการสำรวจเพื่อประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ของผู้ให้บริการ

การประเมินความพร้อมของผู้ให้บริการมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และนำผลการศึกษาที่ได้จัดทำเป็นแนวทางสู่การกำหนดนโยบายในการจัดทำหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ซึ่งดำเนินการโดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ดำเนินการออกแบบสอบถามเพื่อประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยนำข้อมูลที่ได้รับจากขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยมาเป็นข้อมูลประกอบในข้อคำถาม (ดังแสดงแบบสอบถามฉบับเต็มในภาคผนวก ค)

2) การรวบรวมฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่จะสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ที่ปรึกษาดำเนินการรวบรวมรายชื่อ กลุ่มดำเนินกิจกรรม สมาคม มูลนิธิ และนิติบุคคลที่มีแนวโน้มว่าจะมีความสนใจและมีศักยภาพบริการโทรทัศน์ชุมชน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลที่จะดำเนินการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 รายชื่อ (ดังแสดงในภาคผนวก จ)

3) รายงานผลการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม โดยสามารถรายงานผลได้จำนวน 172 ราย จากเป้าหมายรายชื่อจำนวน 200 ราย ซึ่งเป็นไปตามตัวชี้วัดของโครงการ ข้อ 1.7.3 สามารถดำเนินการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจากกลุ่มเป้าหมายคือ “สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น” ดังจะได้นำเสนอสรุปผลการสำรวจดังนี้

3.1.3.2 การสรุปผลการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม

จากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถามสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1) ด้านความสนใจในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนโดยรวมมีความสนใจในระดับร้อยละ 55.8 ซึ่งคิดเป็นครึ่งหนึ่งของปริมาณผู้รับการสำรวจ ซึ่งเหตุผลประกอบทั้งกลุ่มที่แสดงความสนใจและกลุ่มที่ไม่สนใจในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน สามารถจัดกลุ่มของความคิดเห็นได้ดังนี้

กลุ่มที่แสดงความสนใจในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน แสดงเหตุผลประกอบเป็นกลุ่มคำตอบได้ 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ทำงานด้านสื่ออยู่แล้ว มีความพร้อมในการผลิต
- 2) เป็นช่องทางนำเสนอเนื้อหาของหน่วยงาน องค์กร มูลนิธิ สมาคม หรือกลุ่ม
- 3) ต้องการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาชุมชน การดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อ

ท้องถิ่น

- 4) มีความพร้อมด้านแหล่งข้อมูล เนื้อหา
- 5) ต้องการเป็นเครือข่ายผลิตเนื้อหา
- 6) ต้องการพัฒนางานที่ทำอยู่ให้เป็นสื่อที่เข้าถึงชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านกลุ่มที่แสดงความคิดเห็นว่าไม่สนใจในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน แสดงเหตุผลประกอบจัดเป็นกลุ่มคำตอบได้ 8 ด้าน ดังนี้

- 1) ใช้ช่องทางการนำเสนอออนไลน์อยู่แล้ว
- 2) มีช่องทางในการนำเสนอหลักที่ไม่ใช่ทางโทรศัพท์อยู่แล้ว
- 3) ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการทำสื่อโทรศัพท์
- 4) ขาดความพร้อมทางบุคลากร และกำลังในการผลิต
- 5) ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
- 6) ปัจจุบันได้นำเสนอเนื้อหาผ่านโทรศัพท์อยู่แล้ว
- 7) ต้องการอิสระในการนำเสนอเนื้อหา
- 8) มองว่าไม่สามารถอยู่รอดได้

2) ด้านความต้องการการสนับสนุน พบความแตกต่างกันด้านหมวดการสนับสนุน ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมจะมีความต้องการให้ กสทช. สนับสนุนด้านแหล่งทุนในการดำเนินการเป็นลำดับแรก แต่กลุ่ม

มูลนิธิ สมาคม นิติบุคคล มีความต้องการให้ กสทช. สนับสนุนด้านค่าเช่าโครงข่ายเป็นลำดับแรก เนื่องจากกลุ่มกิจกรรมนั้นดำเนินกิจกรรมในวัตถุประสงค์เดิมด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงนัก แต่การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น กลุ่มกิจกรรมมีการรับรู้ว่าจะต้องใช้ต้นทุนในการดำเนินการที่ค่อนข้างสูงจึงมีข้อกังวลด้านดังกล่าวเป็นลำดับแรก

ด้านการสนับสนุนในรูปแบบของกองทุนนั้น ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการ แสดงความต้องการรับการอุดหนุนจากกองทุนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมสูงกว่าร้อยละ 80

3) ด้านความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศ พบว่า ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศได้ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์ หากมีเทศกาลสำคัญ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีประเด็นที่น่าสนใจจะนำมาผลิตรายการได้ก็จะยืดหยุ่นการผลิตรายการออกอากาศตามสถานการณ์ในท้องถิ่น

4) ด้านความคิดเห็นต่อแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน โดยรวมผู้ตอบแบบประเมินมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก ในทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยของระดับความเหมาะสมรวม 3.50 ขึ้นไป) เว้นแต่ด้าน “ไม่สามารถหารายได้จากกำไรโฆษณา”

3.1.3.3 ข้อเสนอแนะจากผลการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม

จากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถามสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1) ด้านความพร้อมในการให้บริการ เมื่อพิจารณาเหตุผลประกอบสำหรับผู้ที่ไม่พร้อมหรือไม่สนใจนั้น สามารถกระตุ้นความสนใจได้โดย จัดให้มีการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการทำสื่อโทรทัศน์ การพัฒนาหรือประสานความร่วมมือด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นข้อกังวลของผู้ดำเนินการที่ยังไม่สนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในขณะนี้

2) ด้านความต้องการการสนับสนุน ควรมีแนวปฏิบัติในการสนับสนุนหรือ เสนอโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับผู้ขอใบอนุญาตที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน เช่น กลุ่มกิจกรรมที่มีการรับรู้ว่าจะต้องใช้ต้นทุนในการดำเนินการที่ค่อนข้างสูง สำนักงาน กสทช. จึงควรสื่อสารถึงการเริ่มต้นประกอบการโดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่ต้นทุนไม่สูง ส่วนกลุ่มมูลนิธิ สมาคม นิติบุคคล ที่มีความต้องการให้ กสทช. สนับสนุนด้านค่าเช่าโครงข่ายเป็นลำดับแรก อาจสามารถสนับสนุนค่าเช่าโครงข่ายในช่วงต้นของการดำเนินกิจการ และด้านการสนับสนุนในรูปแบบของกองทุนนั้น เนื่องจากผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการ แสดงความต้องการรับการอุดหนุนจากกองทุนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมสูงกว่าร้อยละ 80 จึงควรนำเป็นแนวทางในการสื่อสารที่สามารถส่งเสริมให้ผู้สนใจสามารถดำเนินการให้บริการได้จริง

3) จากผลที่พบว่า ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศได้ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์ จึงสามารถนำไปใช้ในการจัดผังรายได้ว่า ควรนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตใหม่จำนวน 1-3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมมากที่สุด หรือมีการจัดให้มีการรวมตัวของผู้ให้บริการเข้าด้วยกันหลายๆ รายการ รวมเป็น 1 ช่อง

4) สืบเนื่องจากข้อกังวลต่อแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ด้าน “ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา” จึงควรมีแนวทางหรือสื่อสารและยกตัวอย่างที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายว่า การดำเนินการอย่างไรที่สามารถดำเนินการได้โดยไม่จัดว่าเข้าข่ายการโฆษณา หรือสามารถยืดหยุ่นให้มีการโฆษณาได้ในสัดส่วนที่สามารถหล่อเลี้ยงผู้ประกอบการได้

นอกเหนือจากนี้ ที่ปรึกษาดำเนินการสรุปข้อเสนอแนะด้านๆ ต่างจากผู้ตอบแบบประเมินที่มีต่อการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช. โดยได้จำแนกเป็น 4 หัวข้อใหญ่และได้วิเคราะห์คำตอบโดยจัดเป็นกลุ่มคำตอบที่อยู่ในหมวดเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงการสรุปข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช.

ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช.

1. ผู้ตอบแบบประเมินต้องการให้ กสทช. ส่งเสริมหรือจัดอบรมเพื่อส่งเสริมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อโทรทัศน์
- 1.2 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายสื่อ
- 1.3 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับออกอากาศทางโทรทัศน์และทางสื่อออนไลน์
- 1.4 การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์สำคัญ
- 1.5 การพัฒนาบุคลากรด้านสื่อ
- 1.6 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการชุมชน การทำสื่อสำหรับชุมชน
- 1.7 การผลิตสื่อตามความต้องการของชุมชน
- 1.8 ไม่สนใจจะทำโทรทัศน์ชุมชน
- 1.9 ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการของโทรทัศน์ชุมชน
- 1.10 การหารายได้ภายใต้เงื่อนไขของโทรทัศน์ชุมชน
- 1.11 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาประเภทต่างๆ

2. ผู้ตอบแบบประเมินให้ความคิดเห็นต่อปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยมองว่าจะต้องได้รับการส่งเสริมในประเด็นดังนี้

- 2.1 ด้านการบริหารองค์กรบุคลากรไม่ชำนาญด้านสื่อโทรทัศน์
 - 2.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านงบประมาณและรายได้ขององค์กร
 - 2.1.2 ความมีส่วนร่วมของชุมชน
 - 2.1.3 เปิดโอกาสให้ผู้ชำนาญการด้านสื่อเข้ามาร่วมบริหารจัดการ
 - 2.1.4 พัฒนาบุคลากรด้านการบริหารโทรทัศน์
 - 2.2 ด้านการพัฒนาบุคลากร
 - 2.2.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ
-

ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช.

- 2.2.2 มีการอบรมเพิ่มความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านสื่อโทรทัศน์
- 2.3 ด้านการปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมายการสื่อสารกฎระเบียบที่มีความชัดเจน
 - 2.3.1 การใช้กฎระเบียบเพื่อควบคุมสื่ออย่างเข้มงวด
 - 2.3.2 การสื่อสารแนวปฏิบัติที่ชัดเจน
 - 2.3.3 การปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยกับสื่อในปัจจุบันที่พัฒนาขึ้น
 - 2.3.4 การยืดหยุ่นสำหรับสื่อประเภทอาสาสมัคร
- 2.4 ด้านกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2.4.1 ให้เป็นไปตามบริบทของชุมชนที่ดำเนินการควบคุมตนเอง
 - 2.4.2 จัดตั้งสภาผู้ชม
 - 2.4.3 สื่อสารสิทธิที่ผู้ชมจะได้รับตามกฎหมาย
- 2.5 ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมและชุมชน
 - 2.5.1 สนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับโทรทัศน์ชุมชน
 - 2.5.2 จัดให้มีผู้แทนจากชุมชนเข้าเป็นกรรมการหรือมีการดำเนินงานร่วมกับโทรทัศน์ชุมชน
 - 2.5.3 มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ชม
- 2.6 ด้านเครือข่ายชุมชน
 - 2.6.1 เพิ่มการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับเครือข่ายเพื่อให้ความเข้มแข็ง
 - 2.6.2 จัดให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหา
- 2.7 ด้านการผลิตรายการ
 - 2.7.1 ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ
 - 2.7.2 การสนับสนุนทุนในการผลิตเนื้อหา
 - 2.7.3 การส่งเสริมทักษะในการผลิตเนื้อหา
 - 2.7.4 การสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา
 - 2.7.5 ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ
- 2.8 ด้านการหารายได้
 - 2.8.1 ต้องการทุนอุดหนุนในระยะเริ่มจัดตั้งสถานี
 - 2.8.2 ต้องการความเปิดกว้างในรูปแบบการหารายได้ โดยมีการกำหนดสัดส่วนของรูปแบบต่างๆ
 - 2.8.3 ต้องการให้มีการโฆษณาได้ โดยควบคุมปริมาณการโฆษณา
- 2.9 ด้านการกำกับ
 - 2.9.1 กสทช. ควรเป็นผู้กำกับดูแล
 - 2.9.2 กำกับดูแลในรูปแบบการส่งเสริมให้สามารถดำเนินการได้
 - 2.9.3 ให้ชุมชนกำกับดูแลตนเอง
- 2.10 ด้านการอนุญาต

ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานด้านโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช.

- 2.10.1 ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์หลักเกณฑ์ที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย
- 2.10.2 ต้องการให้ขั้นตอนการขออนุญาต มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน สามารถดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ได้
- 2.11 ด้านกลไกการรับเรื่องร้องเรียน
 - 2.11.1 มีช่องทางออนไลน์ของส่วนกลางที่สามารถรับเรื่องร้องเรียนได้
 - 2.11.2 จัดตั้งหน่วยงานส่วนกลางที่มีบทบาทในการดำเนินการแก้ปัญหาเมื่อได้รับเรื่องร้องเรียนได้
- 2.12 ด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาของผู้ชม/ผู้รับบริการ
 - 2.12.1 ดำเนินการโดยระบบออนไลน์
 - 2.12.2 ดำเนินการโดยแบบสอบถาม
 - 2.12.3 เปิดช่องทางส่วนกลางให้ผู้ชมเสนอความต้องการ
 - 2.12.4 จัดเวทีรับฟังความต้องการ
 - 2.12.5 ส่วนกลางสนับสนุนการสำรวจเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
 - 2.12.6 ใช้การลงพื้นที่ของผู้ดำเนินการเอง

3. ผู้ตอบแบบประเมินต้องการให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการเพื่อพัฒนาบุคลากร ผู้บริหาร เครือข่าย และอาสาสมัครในกิจการหรือกิจกรรมในแง่มุมดังนี้

- 3.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อโทรทัศน์
- 3.2 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายสื่อ
- 3.3 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับออกอากาศทางโทรทัศน์และทางสื่อออนไลน์
- 3.4 การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์สำคัญ
- 3.5 การพัฒนาบุคลากรด้านสื่อ
- 3.6 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการชุมชน การทำสื่อสำหรับชุมชน
- 3.7 การผลิตสื่อตามความต้องการของชุมชน
- 3.8 ไม่สนใจจะทำโทรทัศน์ชุมชน
- 3.9 ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการของโทรทัศน์ชุมชน
- 3.10 การหารายได้ภายใต้เงื่อนไขของโทรทัศน์ชุมชน
- 3.11 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาประเภทต่างๆ

4. ผู้ตอบแบบประเมินมีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของ กสทช. ดังนี้

- 4.1 ต้องการการสื่อสารด้านกฎระเบียบที่ชัดเจน
- 4.2 การสนับสนุนด้านทุนในระยะเริ่มจัดตั้งสถานี
- 4.3 การปรับกฎเกณฑ์ที่สัมพันธ์กับสื่อใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน
- 4.4 ต้องมีการสนับสนุนการดำเนินงานของผู้จัดทำโทรทัศน์ชุมชนอย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้เมื่อจัดตั้งสถานีแล้ว

3.1.4 สรุปผลการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการ

3.1.4.1 ขั้นตอนการสำรวจความต้องการด้านสื่อของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง กำหนดขอบเขตประชากรเป้าหมายได้แก่ ผู้บริโภครายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประมาณ 20,649,000 ครัวเรือน ที่มีอุปกรณ์รับชมรายการโทรทัศน์⁶ โดยทำการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามานะ (Taro Yamané) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ผลการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนในทุกมิติ และกระจายไปในพื้นที่ตัวแทนอย่างทั่วถึง โดยแบ่งเป็นภาคละ 100 ตัวอย่าง จากนั้นจึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการกำหนดคำถามคัดกรองเพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่มีการรับชมรายการโทรทัศน์บนโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

ตารางที่ 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามภูมิภาค โดยยึดหลักการแบ่งพื้นที่ตามสถานียหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 39 สถานีหลัก เลือกพื้นที่ตัวแทนแบบเจาะจง (Purposive sampling) ภูมิภาคละ 2 สถานีหลัก รวมพื้นที่ 8 สถานีหลัก ได้แก่

ภูมิภาค	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ภาคกลาง	100
1. กาญจนบุรี	
2. ระยอง	
ภาคเหนือ	100
3. เชียงใหม่	
4. นครสวรรค์	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	100
5. อุตรธานี	

⁶ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สรุปผลที่สำคัญการมีอุปกรณ์รับชมโทรทัศน์ในครัวเรือน พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์.

ภูมิภาค	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
6. ขอนแก่น	
ภาคใต้	100
7. นครศรีธรรมราช	
8. สงขลา	
รวม	400

หมายเหตุ : สถานที่ และจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน) อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ภาคเหนือ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและตามภูมิภาคเหนือตอนบน และภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ เชียงใหม่ และนครสวรรค์

ภาคกลาง เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ กาญจนบุรี และระยอง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและและตามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ อุตรธานี และขอนแก่น

ภาคใต้ เลือกพื้นที่ตัวแทนจากการตั้งสถานีหลักในการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลและเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์ มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ได้แก่ นครศรีธรรมราช และสงขลา

ดำเนินการออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชนโดยนำข้อมูลที่ได้รับจากขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยมาเป็นข้อมูลประกอบในข้อคำถาม (ดังแสดงแบบสอบถามฉบับเต็มในภาคผนวก จ) ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) นำเสนอคลิปวิดีโอที่เป็นการสรุปภาพรวมของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน 2) รูปแบบ และพฤติกรรมกรรมการรับชมสื่อในชีวิตประจำวัน 3) ความต้องการโทรทัศน์ชุมชน และ 4) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1.4.2 การสรุปผลการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน

จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชนสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านการรับรู้ การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 441 คน ว่าโทรทัศน์ชุมชนมีความแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลหรือไม่ ซึ่งคำตอบที่ได้จากทุกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าโทรทัศน์ชุมชนแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 78.91 ส่วนที่เห็นว่าไม่แตกต่างกัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 21.09

2) ด้านช่องทางรับข่าวสารในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก รองลงมาเป็นช่องรายการโทรทัศน์ดิจิทัล

3) ด้านอุปกรณ์ที่ใช้รับชมรายการโทรทัศน์เป็นหลักในชีวิตประจำวันของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมผ่านเครื่องรับโทรทัศน์

4) ด้านพฤติกรรมการเลือกรับสื่อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงวัยรับชมรายการประเภทข่าวมากที่สุด หากจะพิจารณาเป็นช่วงวัยจะเห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นจะรับชมรายการบันเทิงมากที่สุด เพราะเป็นช่วงวัยที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารรอบตัวมากเท่ากลุ่มวัยทำงานจนถึงวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป สองกลุ่มนี้จะรับชมรายการข่าวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่เกาะติดสถานการณ์บ้านเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพราะถือว่าอาจมีผลกระทบกับชีวิตของตัวเองในอนาคต

5) ด้านพฤติกรรมการใช้เวลาในการรับชมพบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. มากที่สุด เนื่องจากเป็นเวลาหลังเลิกเรียน เลิกทำงานหรือเป็นเวลาพักผ่อนที่ว่างจากภารกิจต่างๆ ที่ทำมาตลอดทั้งวัน ซึ่งเป็นเวลาที่ทุกคนในครอบครัวอยู่พร้อมหน้าเพื่อรับประทานอาหารร่วมกัน พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตลอดจนใช้เวลาดูโทรทัศน์ร่วมกันในบ้าน และหากดูจากตารางแสดงการรับชมตามช่วงเวลาให้ลึกลงไปแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยการรับชมที่ไล่เลี่ยกัน ตั้งแต่ช่วง 06.01 - 22.00 น. เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาที่บ้านและเปิดโทรทัศน์ระหว่างวันอยู่ตลอด

6) ด้านประเภทรายการที่กลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปคิดว่าควรมีในโทรทัศน์ชุมชนมากที่สุด คือ รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน และรายการถ่ายทอดข่าวชุมชน ส่วนกลุ่มวัยรุ่นมีความต้องการเนื้อหา มากที่สุดในประเภทรายการถ่ายทอดข่าวชุมชนและรายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชนในระดับที่ใกล้เคียงกัน ด้านวัยทำงานมีความต้องการเนื้อหา มากที่สุดในประเภทรายการถ่ายทอดข่าวชุมชน รายการความรู้และภูมิปัญญา และรายการอาหารวิถีชุมชนในระดับที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งแนวโน้มความต้องการรับชมสื่อที่แตกต่างกันนี้สามารถนำไปดำเนินการจัดผังรายการที่สามารถสนองต่อความต้องการ และเวลาที่กลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการใช้เวลารับชมสื่อโทรทัศน์มากที่สุดได้

7) ด้านความเห็นต่อการมีช่องโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นการออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับพื้นที่ ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนมากที่สุด ด้านที่กลุ่มที่แสดงความสนใจน้อยที่สุดก็คือกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปให้ความคิดเห็นมากที่สุดว่าควรมีและควรมีอย่างยิ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในการรับสื่อทางโทรทัศน์ชุมชนนั้นคือวัยผู้ใหญ่ในระดับวัยทำงานขึ้นไป จึงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเนื้อหาและแนวทางในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

8) ด้านเหตุผลที่ควรมีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเหตุผลที่ควรมีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนลำดับแรก พิจารณาจากข้อที่มีผู้ตอบมากที่สุดได้แก่ ด้านที่ 1) สื่อของชุมชน ต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ ลำดับที่ 2 ได้แก่ ด้านที่ 2) การให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชน (นำเสนอเรื่องราวในท้องถิ่นของตัวเอง) ลำดับที่ 3 ได้แก่ ด้านที่ 3) ชุมชนมีความต้องการ มีความสนใจ อยากรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน ลำดับที่ 4 ได้แก่ ด้านที่ 4) เป็นช่องทางในการ

เผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม และ ลำดับที่ 5 ได้แก่ ด้านที่ 5) เป็นช่องทางในการสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

9) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อช่วงเวลาในการออกอากาศของโทรทัศน์ชุมชนในช่วงเวลาใกล้เคียงกันในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น.

3.1.4.3 ข้อเสนอแนะจากผลการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน

จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1) จากผลด้านการรับรู้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าโทรทัศน์ชุมชนแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จึงแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนเป็นจุดแข็งและมีความแตกต่างกับรายการที่ถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ผู้สนใจดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถขยายผลในการสื่อสารถึงตำแหน่งในตลาดของโทรทัศน์ชุมชนได้

2) จากผลการสำรวจด้านอุปกรณ์ที่ใช้รับชมรายการโทรทัศน์เป็นหลักในชีวิตประจำวันของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ จึงเห็นว่าการดำเนินการด้านโทรทัศน์ชุมชนควรเอื้อและส่งเสริมให้มีการนำเสนอผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้ครอบคลุมผู้ชมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

3) ด้านพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการตามช่วงเวลาที่พบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดผังรายการที่จะนำเสนอรายการข่าวและเนื้อหาใหม่ในแต่ละวัน

4) โทรทัศน์ชุมชนควรสื่อสารเรื่องราวในชุมชนที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่สนใจของคนในชุมชน ซึ่งมาจากประเด็นของชุมชนที่ผู้ชมต้องรับรู้ร่วมกัน สื่อของชุมชนต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ และการเป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชนในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม การสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

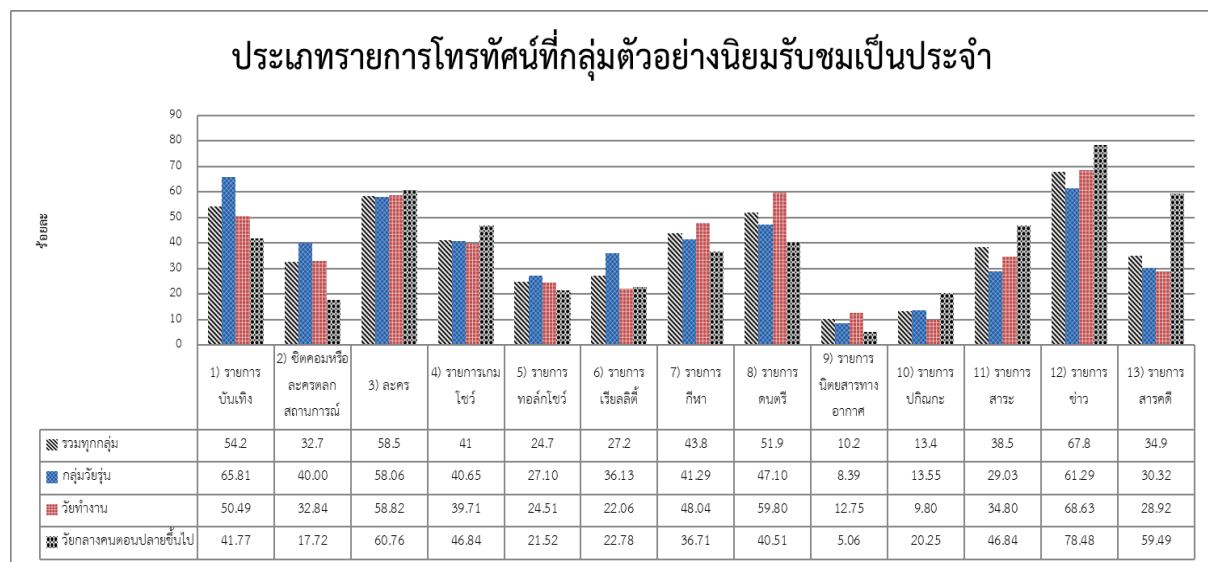
5) จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อช่วงเวลาในการออกอากาศของโทรทัศน์ชุมชนในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คือช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงมีความเป็นไปได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวอาจจะต้องเป็นช่วงที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเลือกนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ หรือข่าวสารในชุมชน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่เสร็จกิจจากการทำกิจกรรมหรือทำงานนอกบ้าน การนำเสนอเนื้อหาของชุมชนในช่วงเวลานี้เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชมได้รับชมเนื้อหารายการของชุมชนได้แบบต่อเนื่อง และในช่วงเวลาอื่นๆ สามารถนำเนื้อหามาฉายซ้ำได้ หรือนำเนื้อหารายการด้านอื่นๆ มานำเสนอได้เช่นกัน

6) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมให้ความเห็นว่า ควรมีโทรทัศน์ชุมชนทั้งช่องทางการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงการให้บริการของโทรทัศน์ชุมชน ในขณะเดียวกันก็ตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับชมด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน โดยให้โทรทัศน์

ชุมชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ด้วย เพื่อให้ประชาชนที่เข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้รับชมเนื้อหารายการในชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น โดยสนับสนุนให้เกิดการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนได้ด้วย

3.2 เนื้อหารายการสำหรับโทรทัศน์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอเนื้อหารายการสำหรับโทรทัศน์ชุมชนที่สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องนั้น ที่ปรึกษาพบว่า จากผลการสำรวจด้านการรับชมรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกันนั้น ปัจจัยด้านช่วงวัยมีความสำคัญกับการเลือกที่จะบริโภคข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท ซึ่งจากการแบ่งประเภทรายการออกเป็น 13 รายการ เพื่อสำรวจความนิยมในการรับชมเป็นประจำของกลุ่มตัวอย่างพบผลความนิยมดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ผลการสำรวจความนิยมประเภทรายการในการรับชมเป็นประจำ

จากแผนภูมิต่างกัน จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงวัยรับชมรายการประเภทข่าวมากที่สุด หากจะพิจารณาเป็นช่วงวัยจะเห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นจะรับชมรายการบันเทิงมากที่สุด เพราะเป็นช่วงวัยที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารรอบตัวมากเท่ากลุ่มวัยทำงานจนถึงวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป สองกลุ่มนี้จะรับชมรายการข่าวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่เกาะติดสถานการณ์บ้านเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เพราะถือว่าอาจมีผลกระทบกับชีวิตของตัวเองในอนาคต

โดยหากพิจารณาประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับชมเป็นประจำในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการประเภทข่าวมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากรายการที่รับชมมากที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 รายการข่าว จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 ลำดับที่ 2 ละคร จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ลำดับที่ 3 รายการบันเทิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 ลำดับที่ 4 รายการดนตรี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ลำดับที่ 5 รายการกีฬา จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ลำดับที่ 6 รายการเกมโชว์ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ลำดับที่ 7 รายการสาระ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 38.5 ลำดับที่ 8 รายการสารคดี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 ลำดับที่ 9 ซิตคอมหรือละครตลก สถานการณ์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ลำดับที่ 10 รายการเรียลลิตี้ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ลำดับที่ 11 รายการทอล์กโชว์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ลำดับที่ 12 รายการปฏิกษะ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ลำดับที่ 13 รายการนิตยสารทางอากาศ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

หากจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างสามลำดับแรกจะพบว่า กลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุ 15-25 ปี) นิยมรับชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ ลำดับที่ 1 คือ รายการบันเทิง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65.81 ลำดับที่ 2 รายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 61.29 และลำดับที่ 3 ละคร คิดเป็นร้อยละ 58.06

กลุ่มวัยทำงาน (ช่วงอายุ 26-40 ปี) นิยมรับชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ ลำดับที่ 1 คือ รายการข่าว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 68.63 ลำดับที่ 2 รายการดนตรี คิดเป็นร้อยละ 59.80 และลำดับที่ 3 ละคร คิดเป็นร้อยละ 58.82

และกลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป) นิยมรับชมรายการโทรทัศน์เป็นประจำ ลำดับที่ 1 คือ รายการข่าว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 78.48 ลำดับที่ 2 ละคร คิดเป็นร้อยละ 60.76 และลำดับที่ 3 รายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 59.49

เมื่อพิจารณาความเห็นในปัจจุบันของกลุ่มผู้ชมว่าการรับชมจากรายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้สื่อได้ในระดับใดนั้น พบคำตอบที่น่าสนใจดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่าการรับชมจากรายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้สื่อได้ในระดับใด

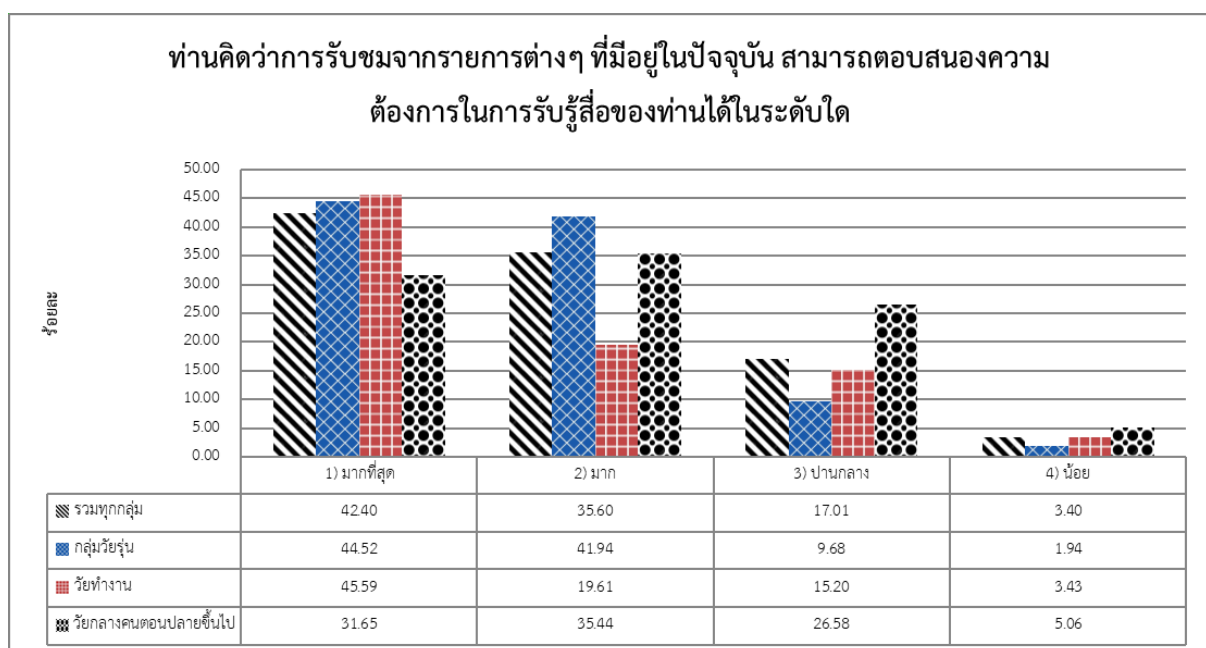
1.ปัจจุบันมีบริการเนื้อหารายการโทรทัศน์ในช่องทางที่หลากหลาย เช่น การรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรทัศน์ YouTube , Line TV , Mello.me , Bugaboo เป็นต้น คิดว่าการรับชมจากรายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้สื่อได้ในระดับใด	คำตอบจำแนกตามกลุ่ม (คน/ร้อยละ)							
	รวมทุกกลุ่ม		กลุ่มวัยรุ่น		วัยทำงาน		วัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) มากที่สุด	187	42.40	69	44.52	93	45.59	25	31.65
2) มาก	157	35.60	65	41.94	40	19.61	28	35.44
3) ปานกลาง	75	17.01	15	9.68	31	15.20	21	26.58
4) น้อย	15	3.40	3	1.94	7	3.43	4	5.06
ไม่ระบุ	7	1.59	3	1.94	33	16.18	1	1.27
รวม	441	100	155	100	204	100	79	100

จากตารางข้างต้น พบว่าผลของกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุรับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชัน โทรศัพท์ สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้เนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจากลำดับคำตอบที่มากที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 ตอบสนองได้มากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 ลำดับที่ 2 ตอบสนองได้มาก จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 ลำดับที่ 3 ตอบสนองได้ปานกลาง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.01 ลำดับที่ 4 ตอบสนองได้น้อย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40

หากจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างจะพบว่า กลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุ 15-25 ปี) รับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรศัพท์ตอบสนองความต้องการเนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ในระดับมากที่สุด โดยลำดับที่ 1 ตอบสนองได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.52 ลำดับที่ 2 ตอบสนองได้มาก คิดเป็นร้อยละ 41.94 ลำดับที่ 3 ตอบสนองได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.68 ลำดับที่ 4 ตอบสนองได้น้อย คิดเป็นร้อยละ 1.94

กลุ่มวัยทำงาน (ช่วงอายุ 26-40 ปี) รับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรศัพท์ตอบสนองความต้องการเนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ในระดับมากที่สุด โดยลำดับที่ 1 ตอบสนองได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.59 ลำดับที่ 2 ตอบสนองได้มาก คิดเป็นร้อยละ 19.61 ลำดับที่ 3 ตอบสนองได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.20 ลำดับที่ 4 ตอบสนองได้น้อย คิดเป็นร้อยละ 3.43

และกลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป) รับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรศัพท์ตอบสนองความต้องการเนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ในระดับมาก โดยลำดับที่ 1 ตอบสนองได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.65 ลำดับที่ 2 ตอบสนองได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.44 ลำดับที่ 3 ตอบสนองได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.58 ลำดับที่ 4 ตอบสนองได้น้อย คิดเป็นร้อยละ 5.06



ภาพที่ 4 ผลการสำรวจการตอบสนองความต้องการในการรับรู้เนื้อหารายการโทรทัศน์

จากแผนภูมิ จะเห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานให้ความเห็นว่า การรับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรทัศน์ อาทิ YouTube , Line TV , Mello.me , Bugaboo เป็นต้น สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้เนื้อหารายการโทรทัศน์ได้ในระดับมากที่สุด แต่เมื่อเทียบกับวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป การรับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรทัศน์สามารถตอบสนองความต้องการได้ในระดับเฉลี่ยปานกลางเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าการรับชมสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตอาจไม่ตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการของคนช่วงวัยนี้

เมื่อสอบถามถึงความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีข่าวสาร เนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่น ชุมชน สังคม หรือเรื่องราวในพื้นที่เป็นการเฉพาะ เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของจังหวัดผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความต้องการหรือไม่ ซึ่งคำตอบที่ได้ปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับท้องถิ่น , ข่าวสาร , วัฒนธรรม และเรื่องราวในพื้นที่เป็นการเฉพาะ

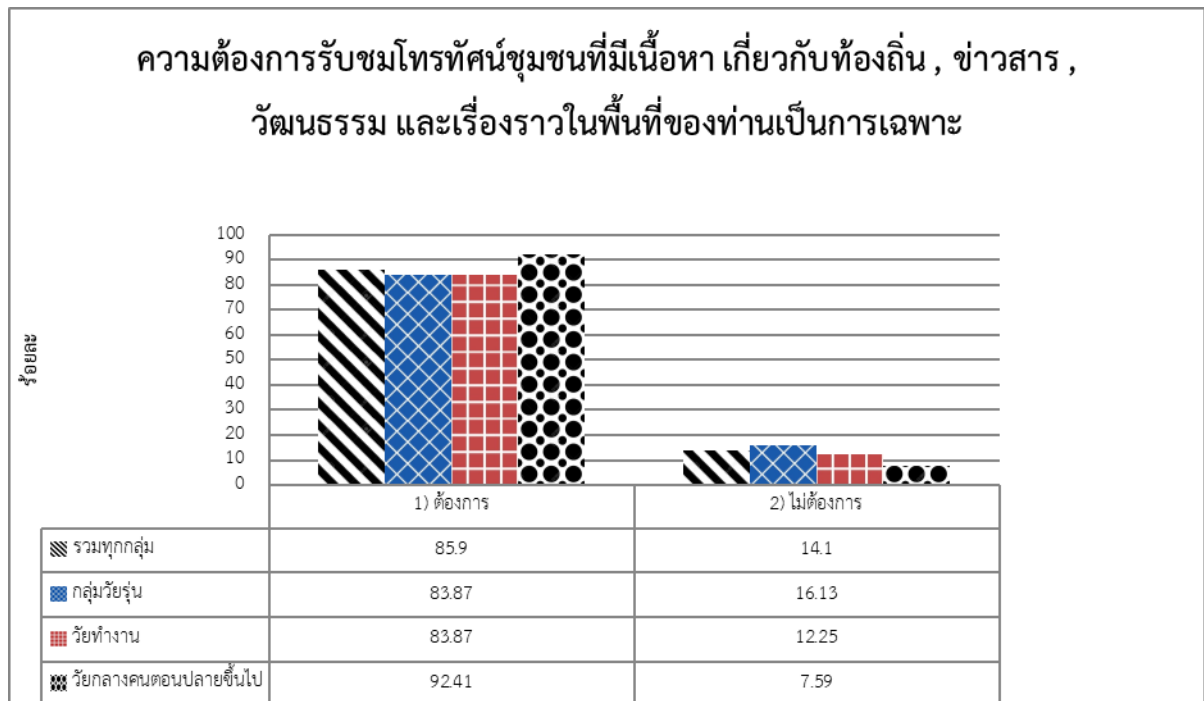
2.ท่านมีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับท้องถิ่น , ข่าวสาร , วัฒนธรรม และเรื่องราวในพื้นที่ของท่านเป็นการเฉพาะ	คำตอบจำแนกตามกลุ่ม (คน/ร้อยละ)							
	รวมทุกกลุ่ม		กลุ่มวัยรุ่น		วัยทำงาน		วัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต้องการ	379	85.90	130	83.87	130	63.73	73	92.41
2) ไม่ต้องการ	62	14.10	25	16.13	25	12.25	6	7.59
รวม	441	100	155	100	155	100	79	100

จากตารางข้างต้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 85.90 และไม่ต้องการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10

หากจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างจะพบว่า กลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุ 15-25 ปี) มีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน คิดเป็นร้อยละ 83.87 และไม่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 16.13

กลุ่มวัยทำงาน (ช่วงอายุ 26-40 ปี) มีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน คิดเป็นร้อยละ 63.73 และไม่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 12.25

และกลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป) มีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน คิดเป็นร้อยละ 92.41 และไม่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 7.59



ภาพที่ 5 ผลการสำรวจความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเฉพาะของท้องถิ่น

จากแผนภูมิ จะเห็นว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงวัย มีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหาเฉพาะของท้องถิ่นมากกว่าคนที่ไม่มีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชน เมื่อพิจารณาให้แต่ละช่วงวัย จะเห็นว่ากลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป จะให้ความสนใจมากกว่ากลุ่มอื่น

เมื่อสอบถามเรื่องความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชน ช่วงวัยจึงมีความสำคัญกับการเลือกที่จะบริโภคข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภทรายการของชุมชน ผู้วิจัยจึงแบ่งประเภทรายการและทำการสำรวจข้อมูลว่าแต่ละช่วงวัยต้องการเนื้อหาประเภทใดมากที่สุด ซึ่งได้ดังตารางที่ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรจะต้องมีในโทรทัศน์ชุมชน

3.หากมีโทรทัศน์ชุมชนให้บริการ ท่านคิดว่าควรจะต้องมีประเภท รายการใดในโทรทัศน์ชุมชน (เลือก ได้ตามที่ท่านเห็นด้วย-ไม่จำกัดข้อ)	คำตอบจำแนกตามกลุ่ม (คน/ร้อยละ)							
	รวมทุกกลุ่ม		กลุ่มวัยรุ่น		วัยทำงาน		วัยกลางคนตอน ปลายขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน	233	52.8	85	54.84	100	49.02	46	58.23
2) รายการถ่ายทอดกีฬาชุมชน	140	31.7	41	26.45	73	35.78	25	31.65
3) รายการถ่ายทอดงานสำคัญใน ชุมชน	159	36.1	47	30.32	84	41.18	26	32.91
4) รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว	163	37.0	53	34.19	78	38.24	31	39.24
5) รายการความรู้และภูมิปัญญา	223	50.6	74	47.74	104	50.98	44	55.7
6) รายการอาหารวิถีชุมชน	222	50.3	82	52.9	105	51.47	34	43.04
7) รายการทอล์กโชว์ในชุมชน	70	15.9	25	16.13	32	15.69	12	15.19
8) รายการดนตรีและเพลง พื้นเมือง	140	31.7	60	38.71	56	27.45	22	27.85
9) รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน	224	50.8	80	51.61	95	46.57	47	59.49
10) รายการศิลปวัฒนธรรม ชุมชน	167	37.9	66	42.58	72	35.29	27	34.18
11) รายการศาสนาในชุมชน	80	18.1	27	17.42	34	16.67	17	21.52
12) รายการการเกษตรชุมชน	177	40.1	61	39.35	77	37.75	37	46.84
13) ภาพยนตร์ ที่ผลิตในชุมชน	58	13.2	32	20.65	10	4.9	9	11.39
14) รายการสร้างเสริมสุขภาพใน ชุมชน	108	24.5	45	29.03	40	19.61	22	27.85
15) รายการสร้างเสริมอาชีพใน ชุมชน	175	39.7	76	49.03	69	33.82	29	36.71
16) รายการเยาวชนและสตรี สิทธิเสรีภาพ	71	16.1	25	16.13	27	13.24	18	22.78
17) รายการเพื่อคนพิการ คน ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน	73	16.6	32	20.65	23	11.27	17	21.52
18) รายการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมในชุมชน	76	17.2	32	20.65	29	14.22	15	18.99

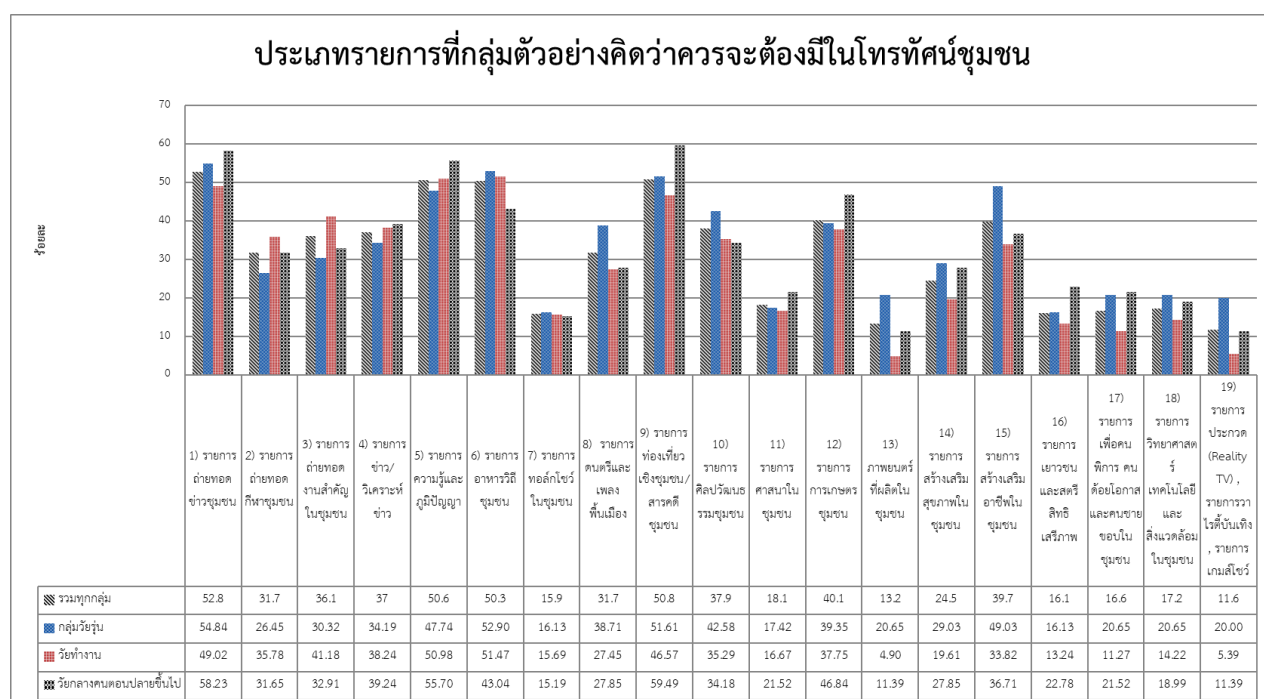
3.หากมีโทรทัศน์ชุมชนให้บริการ ท่านคิดว่าควรจะต้องมีประเภท รายการใดในโทรทัศน์ชุมชน (เลือก ได้ตามที่ท่านเห็นด้วย-ไม่จำกัดข้อ)	คำตอบจำแนกตามกลุ่ม (คน/ร้อยละ)							
	รวมทุกกลุ่ม		กลุ่มวัยรุ่น		วัยทำงาน		วัยกลางคนตอน ปลายขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
19) รายการประกวด (Reality TV) , รายการวาไรตี้บันเทิง , รายการเกมโชว์	51	11.6	31	20	11	5.39	9	11.39
20) รายการอื่นๆ (โปรดระบุ)	4	0.9						

จากตารางข้างต้น พบว่าจากจำนวนในการเลือกตอบแบบสอบถามความต้องการประเภทรายการในโทรทัศน์ชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าประเภทรายการที่ต้องการให้มีมากที่สุด คือ รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน/สารคดีชุมชน รายการความรู้และภูมิปัญญา รายการอาหารวิถีชุมชน โดยเรียงจากคำตอบที่มากที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ลำดับที่ 2 รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน/สารคดีชุมชน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 ลำดับที่ 3 รายการความรู้และภูมิปัญญา จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ลำดับที่ 4 รายการอาหารวิถีชุมชน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ลำดับที่ 5 รายการการเกษตรชุมชน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 ลำดับที่ 6 รายการสร้างเสริมอาชีพในชุมชน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ลำดับที่ 7 รายการศิลปวัฒนธรรมชุมชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ลำดับที่ 8 รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ลำดับที่ 9 รายการถ่ายทอดงานสำคัญในชุมชน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ลำดับที่ 10 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ รายการถ่ายทอดกีฬาชุมชน และรายการดนตรีและเพลงพื้นเมือง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ลำดับที่ 11 รายการสร้างเสริมสุขภาพในชุมชน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ลำดับที่ 12 รายการศาสนาในชุมชน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ลำดับที่ 13 รายการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมในชุมชน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ลำดับที่ 14 รายการเพื่อคนพิการ คนด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ลำดับที่ 15 รายการเยาวชนและสตรี สิทธิเสรีภาพ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ลำดับที่ 16 รายการทอล์กโชว์ในชุมชน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ลำดับที่ 17 ภาพยนตร์ ที่ผลิตในชุมชน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และลำดับที่ 18 รายการประกวด (Reality TV) , รายการวาไรตี้บันเทิง , รายการเกมโชว์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

หากจำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างสามลำดับแรกจะพบว่า กลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุ 15-25 ปี) มีความต้องการประเภทรายการในโทรทัศน์ชุมชนจากมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 54.84 ลำดับที่ 2 รายการอาหารวิถีชุมชน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ลำดับที่ 3 รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน คิดเป็นร้อยละ 51.61

กลุ่มวัยทำงาน (ช่วงอายุ 26-40 ปี) มีความต้องการประเภทรายการในโทรทัศน์ชุมชนจากมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ รายการอาหารวิถีชุมชน คิดเป็นร้อยละ 51.47 ลำดับที่ 2 รายการความรู้และภูมิปัญญา คิดเป็นร้อยละ 50.98 ลำดับที่ 3 รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 49.02

และกลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไป (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป) มีความต้องการประเภทรายการในโทรทัศน์ชุมชนจากมากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน คิดเป็นร้อยละ 59.49 ลำดับที่ 2 รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 58.23 ลำดับที่ 3 รายการความรู้และภูมิปัญญา คิดเป็นร้อยละ 55.7



ภาพที่ 6 ผลการสำรวจประเภทรายการที่คิดว่าควรต้องมีในโทรทัศน์ชุมชน

จากแผนภูมิ จะเห็นว่าประเภทรายการที่กลุ่มวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปคิดว่าควรต้องมีในโทรทัศน์ชุมชนมากที่สุด คือ รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน และรายการถ่ายทอดข่าวชุมชน ส่วนกลุ่มวัยรุ่นมีความต้องการเนื้อหา มากที่สุดในประเภทรายการถ่ายทอดข่าวชุมชนและรายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชนในระดับที่ใกล้เคียงกัน ด้านวัยทำงานมีความต้องการเนื้อหา มากที่สุดในประเภทรายการถ่ายทอดข่าวชุมชน รายการความรู้และภูมิปัญญา และรายการอาหารวิถีชุมชนในระดับที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งแนวโน้มความต้องการรับชมสื่อที่แตกต่างกันนี้สามารถนำไปดำเนินการจัดผังรายการที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการ และเวลาที่กลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการใช้เวลารับชมสื่อโทรทัศน์มากที่สุดได้

บทที่ 4 โมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน

จากนโยบายของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในด้านการบริหารคลื่นความถี่ ที่มุ่งมั่นที่จะจัดสรรอย่างเป็นธรรมและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศและประชาชนชาตินั้น โดยกิจการโทรทัศน์ชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่ตอบสนองนโยบายนี้ และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3)⁷ พ.ศ. 2562 “มาตรา 49 ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการ ให้ กสทช. จัดให้มีแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการระยะห้าปี โดยในแผนดังกล่าวต้องสอดคล้องกับแผนแม่บท การบริหารคลื่นความถี่ โดยกำหนดให้มีแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมแข่งขัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการ แนวทางการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และการอนุญาตให้ประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและมลภาวะสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คลื่นความถี่ และการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ในส่วนกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้มีการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสำหรับภาคประชาชนรวมกันในส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละสิบห้าของความสามารถในการส่งสัญญาณที่จะอนุญาตในแต่ละครั้ง

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์⁸ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2562-2566 ได้มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการขับเคลื่อนที่เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์และพันธกิจเพื่อนำไปสู่เป้าประสงค์ เพื่อให้การดำเนินงานของ กสทช. เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ ตามที่กฎหมายบัญญัติ รวมถึงส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน โดยมีกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 4 ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การกำกับดูแลการประกอบกิจการในด้านเนื้อหาการคุ้มครองผู้บริโภคและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้บริการและการกำกับดูแลที่มุ่งสู่ความเป็นดิจิทัล

แม้ในแผนแม่บทฉบับร่างนี้ ไม่ได้มีส่วนไหนที่กล่าวถึงโทรทัศน์ชุมชนไว้อย่างชัดเจน แต่ได้มีการส่งเสริมให้มีโทรทัศน์สาธารณะสำหรับภูมิภาค ดังระบุในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ ผ่านกลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดบริการโทรทัศน์สาธารณะสำหรับภูมิภาค โดยมีตัวชี้วัด คือ มีการอนุญาตให้หน่วยงานที่มีภารกิจสามารถมีบริการโทรทัศน์สาธารณะสำหรับภูมิภาค แต่เมื่อย้อนกลับไปที่พิจารณาถึงหลักการพื้นฐานในการจัดทำแผนแม่บทฉบับนี้ ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 หลักการ และหนึ่งในหลักการนั้น คือ การมีมาตรการจัดให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสำหรับภาค

⁷ [https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พ-ร-บ-จัดสรรคลื่นความถี่-\(ฉบับ-3\)-พ-ศ-2562.aspx?lang=th-th](https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พ-ร-บ-จัดสรรคลื่นความถี่-(ฉบับ-3)-พ-ศ-2562.aspx?lang=th-th)

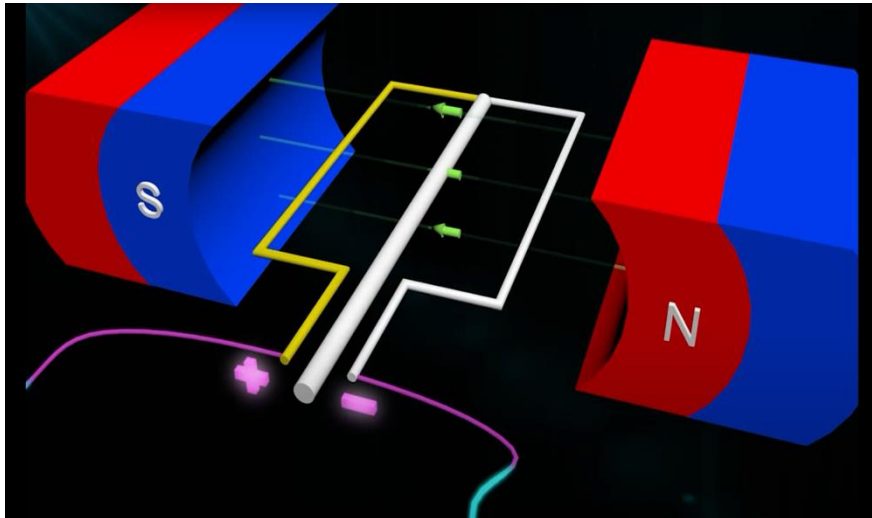
⁸ <http://www.nbtc.go.th/getattachment/Information/MasterPlan/47301/เอกสารแนบ.PDF.aspx>

ประชาชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งในหลักการนี้จะมุ่งส่งเสริมภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่มีความพร้อมให้สามารถขอรับการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือสำหรับภาคประชาชน รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการในการให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งถ้าโทรทัศน์ชุมชนมีผู้ประสงค์และมีความพร้อมในการให้บริการ ก็สามารถสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานในข้อนี้ได้เช่นกัน

จากรายงานการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี 2561 ได้แสดงถึงข้อมูลผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชน ความรู้ที่เกี่ยวกับบริการโทรทัศน์ชุมชน ข้อเสนอแนะในแนวทางและกรอบการกำกับดูแลด้านเทคโนโลยี โครงข่ายการส่งสัญญาณ มาตรการส่งเสริมสนับสนุน รวมทั้งผลการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย โดยใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนจะเช่นเดียวกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะที่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ พื้นที่ที่สามารถรองรับการให้บริการจะมี 39 พื้นที่ ครอบคลุม 77 จังหวัด โดยใน 1 พื้นที่บริการจะมีช่องได้มากที่สุดถึง 12 ช่อง นั่นคือศักยภาพของโครงข่ายที่จะรองรับโทรทัศน์ชุมชนนั้นมีความพอเพียง ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้สนใจในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนซึ่งจะต้องยึดหลักการ ของโทรทัศน์ชุมชนคือ **เป็นของชุมชน ควบคุมโดยชุมชน และดำเนินการโดยชุมชน** โทรทัศน์ชุมชนไม่ใช่ธุรกิจที่แสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์ แต่สามารถหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินงานของสถานีย่อยนั้น โทรทัศน์ชุมชนจัดตั้งเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น โดยสถานีโทรทัศน์ชุมชนแต่ละสถานีจะมีใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนได้เพียงหนึ่งใบอนุญาตเท่านั้น สำหรับประกอบกิจการในท้องถิ่นของตน นอกจากนี้ในรายงานฉบับนี้ยังให้ข้อคิดเห็นเพื่อความเข้าใจในเรื่อง **โทรทัศน์ชุมชน ต้องไม่มุ่งเน้นหาผลกำไรเป็นหลัก** ซึ่งต่างจากสถานีเชิงพาณิชย์ สถานีโทรทัศน์ชุมชนเป็นองค์กรที่ไม่มุ่งแสวงหาผลกำไร มิได้หมายความว่าการทำงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนจะหารายได้และมีกำไรไม่ได้ แต่หมายความว่าหากสถานีมีกำไร กำไรที่ได้นั้นต้องนำมาใช้เพื่อการบริหารจัดการสถานี ห้ามมิให้แจกจ่ายหรือตอบแทนให้กับผู้หนึ่งผู้ใดหรือองค์กรใด ๆ นอกไปจากค่าใช้จ่ายจำเป็นที่ต้องจ่ายอยู่แล้ว และถ้าสถานีโทรทัศน์ชุมชนนั้น ๆ มีการจ้างพนักงานค่าตอบแทนพนักงานดังกล่าวจะต้องไม่สูงไปกว่าอัตราค่าจ้างในตลาดของอุตสาหกรรมเดียวกันในตำแหน่งหน้าที่เดียวกัน

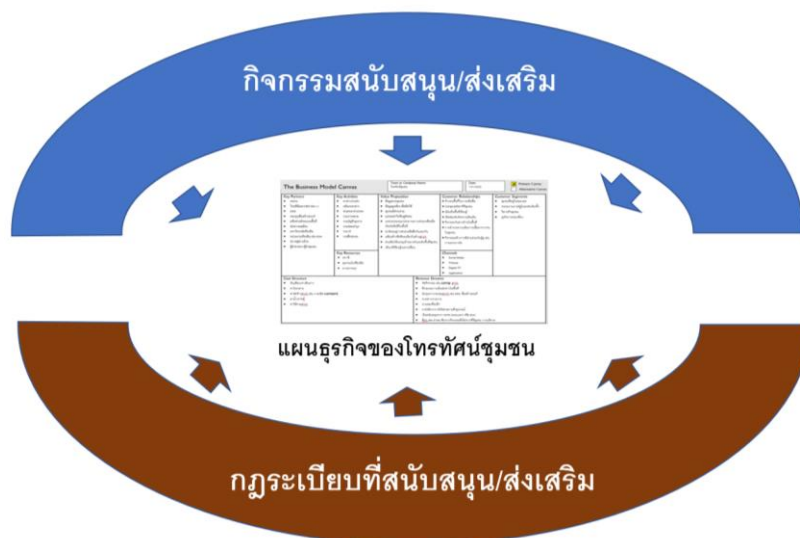
จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น และในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะต้องมีการจัดทำรูปแบบจำลองทางธุรกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืนอย่างน้อย 1 รูปแบบ เป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทยนั้น คือการหารูปแบบทางรูปแบบจำลองทางธุรกิจที่จะทำให้การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนมีความยั่งยืน ซึ่งจากผลการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเครือข่ายด้านสื่อชุมชน 4 ภูมิภาค ได้มีข้อคิดเห็นไว้ว่า การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจะยั่งยืนได้ จะต้องมีการดำเนินงานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ สถาบันวิชาการ ชุมชน และหน่วยงานท้องถิ่น ซึ่งจะการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากการสอบถามเชิงลึก (In - depth interview) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) การสำรวจ (Questionnaire) เพื่อประเมินความ

พร้อมของผู้ให้บริการ และการสำรวจ (Questionnaire) สำรวจความต้องการด้านสื่อของประชาชน ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในครั้งนี้ ทางที่ปรึกษาได้ทำการวิเคราะห์ และได้นำเสนอรูปแบบจำลองทางธุรกิจโดยใช้หลักการทำงานของ “มอเตอร์” ที่ได้ใช้กระแสไฟฟ้าตัดกับสนามแม่เหล็กขั้วบวกและขั้วลบ เพื่อผลักดันให้แกนเหล็กที่อยู่ตรงกลางหมุนได้อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 7 ภาพแรงผลักจากสนามแม่เหล็กและกระแสไฟฟ้า นำไปสู่การหมุนของแกนเหล็ก

จากหลักการดังกล่าว เพื่อให้การบริการโทรทัศน์ชุมชน เกิดการทำงานได้อย่างต่อเนื่องเหมือนแกนเหล็ก เราจะต้องส่งกระแสไฟฟ้าและจัดสนามแม่เหล็กให้เหมาะสม โดยปัจจัยทั้ง 2 เราสามารถปรับให้เข้มหรือเบาได้ ซึ่งจะส่งผลให้แกนเหล็กหมุนเร็วหรือช้าได้ตามที่เราต้องการได้ ดังนั้นรูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ที่ได้เสนอมจะมีลักษณะดังนี้



ภาพที่ 8 ภาพรูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

โดยองค์ประกอบของรูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนี้จะประกอบด้วย แผนธุรกิจของผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนเอง ซึ่งเปรียบเสมือนแกนเหล็กที่จะต้องหมุนและทำหน้าที่ในการให้พลังและแรง

ขับเคลื่อนต่อกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ส่วนสนามแม่เหล็กและกระแสไฟฟ้าที่จะป้อนเข้าเพื่อให้แกนเหล็กหมุนนั้น จะเป็นแรงผลักเชิงบวกและลบที่หน่วยงาน กสทช. และภาครัฐต่างๆ จะช่วยผสมสนามแม่เหล็กนี้ให้เกิดความสมดุลและเหมาะสม ซึ่งจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่จะสนับสนุน และส่งเสริมให้กิจการ ในขณะจำเป็นต้องมีกฎระเบียบต่างๆ ที่จะกำกับ ดูแล สนับสนุนและส่งเสริมให้อยู่ในบริบทที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน ซึ่งในประเด็นดังกล่าว ผู้อำนวยการสำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.) ได้ให้ข้อคิดในการสร้างและรักษาความสมดุลของรูปแบบจำลองไว้ดังนี้ “รูปแบบจำลองในการสร้างความเข้มแข็งในพื้นที่ให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยต้องมองการมีส่วนร่วมในชุมชน มองความเข้มข้นของเนื้อหา ในแง่มุมของการพัฒนาหรือการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน หรือการทำให้ชุมชนยืนหยัดได้อยู่ในสังคม ต้องไม่มีการแฝงผลประโยชน์หรือการถูกรวบงำในมิติต่างๆ ต้องมีความหลากหลายเพียงพอ ทั้งกลุ่มคน กลุ่มอาชีพ กลุ่มประเด็น เน้นการมีส่วนร่วม มิติการบริการชุมชนที่เป็นรูปแบบจำลองทางธุรกิจการพัฒนาทางเทคโนโลยี รูปแบบจำลองทางธุรกิจการพัฒนาในเชิงของพื้นที่ ส่วนขอบเขตของคำว่า ชุมชน ต้องมีความเข้าใจและสื่อสารตรงกัน สร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นระหว่างชุมชนเชิงประเด็น เป็นการสร้างองค์ความรู้ การสร้างการรับรู้ การสร้างความเข้าใจ การเปลี่ยนแปลงไปของวิถีสังคม วิถีชุมชน” และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อ ผศ.ดร. ภัทรา บุรารักษ์ อาจารย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ในด้านการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย ซึ่งให้ข้อคิดเห็นว่าควรจะมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 การส่งเสริมและสนับสนุน (Promotion and support)

- ต้องมีการสนับสนุนและต้องส่งเสริม
- มีหน่วยงานกำกับดูแลและต้องทราบว่ามีความหมายที่เกี่ยวข้องกับ เพื่อเปิดเผยศักยภาพขององค์กรโทรทัศน์ชุมชน

องค์ประกอบที่ 2 หลักการและการปฏิบัติการ (Principles and practices) หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ภายใต้หลักการและวิธีปฏิบัติการของโทรทัศน์ชุมชน ได้แก่

- หลักการของการมีส่วนร่วมการใช้ชุมชนกายภาพเป็นฐานในการทำงาน เช่น การมีข้อเสนอแนะออนไลน์ (ปัจจุบันชีวิตชุมชนต้องปรับตัว) จากการศึกษาตัวอย่างพื้นที่นำร่องในชุมชน พบว่าพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยพื้นที่ที่มีการศึกษาวิจัยจะขัดกับพื้นที่กายภาพไม่ได้
- งานสนับสนุนในการบริหารการสร้างชีวิตชุมชน คือ ต้องมีการบริหารจัดการ เช่น รูปแบบของ Volunteer รูปแบบของ audience เกิดการทำงานในเชิงเครือข่าย เพราะการมีส่วนร่วมในเครือข่ายเป็นลักษณะใด ระดับของ audience จะแยกเป็นประเภทออกไปเช่นกัน

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการขยายเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน ต้องมีเครือข่ายที่หลากหลาย เพื่อสร้างความสมดุลอำนาจ ไม่ให้ใครมีอิทธิพลเหนือกว่ากัน ซึ่งการขยายเครือข่ายคือหลักประกันความยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 4 การผลิตและการเผยแพร่ (Production and distribution) โดยมีเนื้อหาของชีวิตชุมชนตามหลักการจะมีความแตกต่างจากสื่อกระแสหลัก (ต้องศึกษาและอ้างอิงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง)

ซึ่งข้อคิดเห็นเหล่านี้ ทางที่ปรึกษาได้รวบรวมและได้นำเสนออยู่ในรูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนดังกล่าวข้างต้น โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1 รูปแบบจำลองทางธุรกิจของโทรทัศน์ชุมชน

จากรูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนดังกล่าว ในส่วนของแผนธุรกิจของผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งถือเป็นหัวใจหนึ่งเพราะโทรทัศน์ชุมชนจำเป็นต้องดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองให้มากที่สุด ซึ่งจากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 172 ราย พบว่าผู้ที่สนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชน 55.8% โดยผู้ที่สนใจสูงสุดจะเป็นกลุ่มสมาคม 76.92% กลุ่มนิติบุคคล 69.23% และกลุ่มกิจกรรม 52.3% ในขณะที่กลุ่มมูลนิธิมีความสนใจน้อยสุดคือ 43.64% ซึ่งกลุ่มเหล่านี้แม้มีความต้องการและความฝันในการที่จะให้บริการ แต่ความฝันเหล่านั้นจะเป็นจริง เมื่อได้มีการพบทวนบริบทและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจรตามหลักการการพิจารณาแผนธุรกิจ

จากรายงานผลการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2561 ในส่วนโครงการนำร่องโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ 3 แห่ง คือ “ทีวีชุมชนอุบลราชธานี” โดยมูลนิธิสื่อสร้างสุข “โทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี” โดยสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา และ “ทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง” โดยมูลนิธิรักษไทย ซึ่งทั้ง 3 โครงการจะได้รับเงินสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ตั้งแต่มกราคม 2560 ถึง มีนาคม 2562 โดยไม่มีในส่วนของการจัดทำและดำเนินการแผนธุรกิจ เพื่อให้การบริการเกิดความต่อเนื่องได้ และจากรายงานสรุปผลการศึกษาถอดบทเรียนจากการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ (โครงการฯ ที่รับทุนจาก กทปส.) สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล 2562 ได้ให้แนวคิดในการบริหารโทรทัศน์ชุมชน ที่ต้องมีส่วนประกอบ 3 ด้าน คือ

1. การบริหารในส่วนบริบทของชุมชน ที่ต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
2. การบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชน ได้แก่ โครงสร้างองค์กร การบริหารคน การบริหารงาน และการบริหารเงิน/อุปกรณ์

3. การบริหารเป้าหมาย เช่น เป้าหมายของความยั่งยืน เป้าหมายของการผลิตรายการ สร้างสรรค์รายการ และเป้าหมายเพื่อระดมสรรพกำลังของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในชุมชน

โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งจากรายงานฉบับนี้ ได้สรุปปัจจัยไว้ ดังนี้

1. ชุมชนที่ต้องการสื่อสารเรื่องราว
2. เครือข่าย หรือกลุ่มที่แนวทางและแนวคิดร่วมกัน เพื่อการขับเคลื่อนเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร และผลักดันสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

3. นโยบายภาครัฐ

4. เงินทุน/แหล่งรายได้

5. สถานี สถานีที่ตั้ง/สตูดิโอ รวมถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตรายการ

6. บุคลากร ทั้งส่วนประจำ อาสาสมัคร และจิตอาสา

นอกจากนี้ในรายงานสรุปผลการศึกษาลดบทเรียนฉบับนี้ ได้มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ไว้ดังนี้

1. การพัฒนาองค์กรผู้ประกอบการ โดยเฉพาะแนวทางระดมเงินทุนเพื่อให้กิจการต่อเนื่องและยั่งยืน

2. การพัฒนาเนื้อหารายการและผลผลิตอื่นๆ

3. การพัฒนาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชนบนพื้นฐานภาคประชาสังคม ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วม สร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้

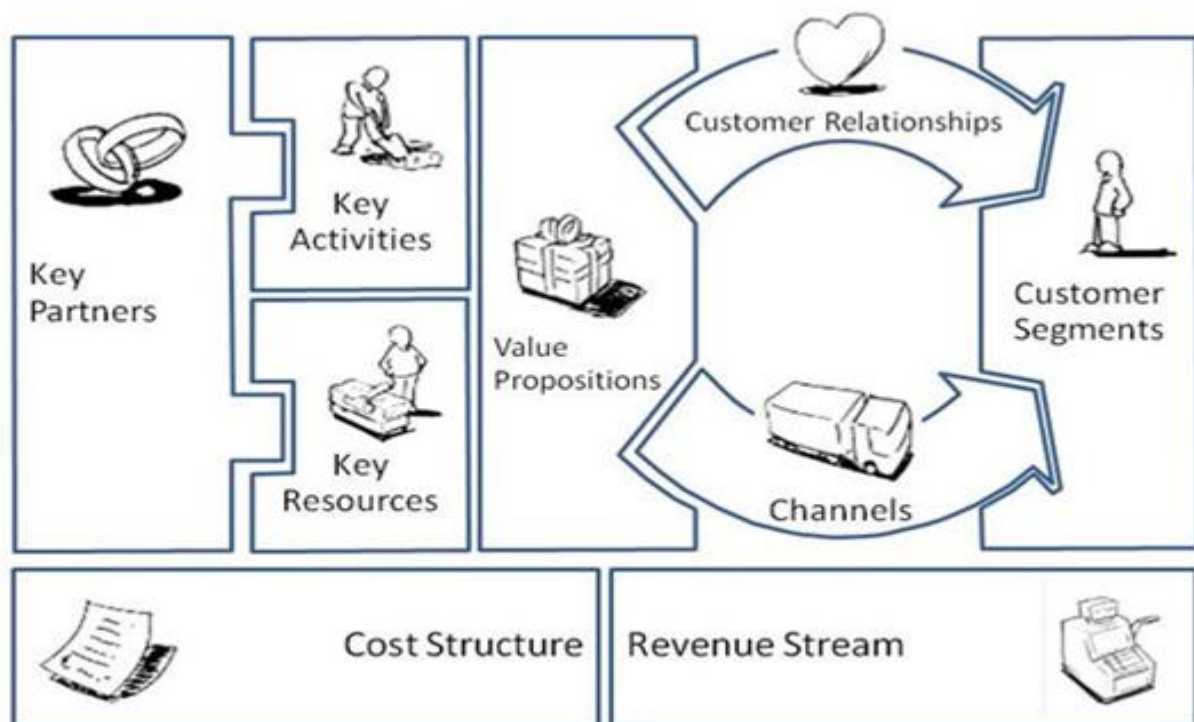
จะเห็นได้ว่าความท้าทายสำหรับโทรทัศน์ชุมชนประการสำคัญ คือ ความสามารถในการจัดหาทุนและรายได้เพื่อการจัดตั้งและดำเนินงานของสถานีฯ เนื่องจากโทรทัศน์ชุมชนไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณาได้ ดังนั้นรูปแบบรายได้ ควรมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจากการศึกษาแนวทางการทำแผนธุรกิจของโทรทัศน์ชุมชน ได้มีข้อสังเกตที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังนี้ “ความจำเป็นของการมีโทรทัศน์ชุมชนต่อประเทศชาติ มีความเป็นไปได้ หากชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ มีศักยภาพเพียงพอต่อกระบวนการทำงานที่จะทำให้เกิดโทรทัศน์ชุมชน ที่เกิดจากความต้องการของชุมชนจริง ๆ หากแต่กฎหมายที่เกี่ยวข้องที่มีออกมาแล้วยังล้าสมัย เมื่อเทียบกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีขณะนี้ ต้องมีแนวทางในการทำ MOU เพื่อสร้างแนวทางร่วมกันในการผลิตรายการ อาจจะมีความเป็นไปได้ หากแต่ที่ผ่านมาชุมชนยังไม่มีศักยภาพในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น หากไม่มีหน่วยงานหรือกองทุนสนับสนุน ก็ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ “ถ้าเขาทำได้ เขาประสบความสำเร็จทุกสถานี ซึ่งต้นแบบตอนนี้ก็ยังไม่ทำไม่ได้” ส่วนหนึ่งเกิดจากกฎหมายไม่ได้เปิดให้ชุมชนหารายได้ หรือมีรายได้เข้ามา หากเสนอหรือแก้ไข ส่วนนี้ต้องเปิดให้ชุมชนสามารถหารายได้ได้ สำหรับกองทุนฯ เคยให้การสนับสนุนนำร่องไป 3 ที่ มีความเห็นว่า ตัวชี้วัดหนึ่งที่จะต้องเกิดขึ้นภายใต้โครงการฯ ที่ได้รับการสนับสนุน คือ ต้องมีแผนธุรกิจ (Business Model) เป้าหมายหนึ่งที่ต้องการให้โทรทัศน์ชุมชนอยู่รอด คือ ชุมชนต้องมีรูปแบบจำลองทางธุรกิจต่อยอด แม้จะมีข้อจำกัดว่าไม่สามารถแสวงหารายได้จากการโฆษณาได้ ภาครัฐระดับท้องถิ่น อาจจะมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดรูปแบบจำลองทางธุรกิจธุรกิจหนึ่ง เช่น Local Authorities Model หน่วยงานอย่าง อบต. หรือ อบจ. อาจจะมีการช่วยกันลงขันสนับสนุนด้วย”

ข้อคิดเห็นจากนักวิชาการที่ได้เข้าร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดแผนธุรกิจ ไว้ดังนี้ “ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ กลุ่มเป้าหมายในการรับชมโทรทัศน์ชุมชน จะต้องเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเวลาว่างในการรับชม และชุมชนต้องมีเนื้อหาเพื่อนำเสนอในโทรทัศน์ชุมชน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายอยากดู เพราะปัจจุบันมีช่องทางการรับชมสื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ แต่ละกลุ่มมีการใช้สื่อที่แตกต่างกันออกไป ชุมชนต้องทราบกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการดูโทรทัศน์ชุมชน กลไกสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมให้เกิดโทรทัศน์ชุมชน ได้ คือ ผู้นำความคิดในชุมชนนั้น ๆ เช่น ผู้นำชุมชนที่มีบทบาทใกล้ชิดชุมชนนั้น ๆ

เข้าใจธรรมชาติของชุมชนนั้น ๆ มากที่สุด มหาวิทยาลัย สามารถสนับสนุนด้านบุคลากรให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี เช่น การเข้าไปถ่ายทอดองค์ความรู้ เริ่มตั้งแต่กระบวนการวางแผนโครงสร้าง ห้องส่ง งานวิจัย กระบวนการผลิตรายการทั้งหมดด้านนิเทศศาสตร์ (PRE-PRO-POST) หน่วยงานที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดโทรทัศน์ชุมชนได้เป็นองค์กรแรก คือ กสทช. ควรเป็นองค์กรแรกที่จะช่วยสนับสนุนด้านโครงสร้างให้กับชุมชนได้ โดยชุมชนสามารถนำเสนอพื้นที่ของเทศบาล อบต. จากสถานที่ที่มีอยู่ หากมีความยั่งยืนในการเกิดโทรทัศน์ชุมชน ก็อาจจะมีเอกชนเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ หรือ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะเข้ามาช่วยสนับสนุน หรือจากกิจการ SME มีรายได้เข้ามาสนับสนุน” และได้ให้ข้อสังเกตในการจัดทำแผนธุรกิจที่จะทำให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถอยู่รอดภายใต้การนำของมหาวิทยาลัย ไว้ดังนี้ “ต้องมีการทำข้อตกลงที่ชัดเจน กฎระเบียบที่ชัดเจน เช่น การประชาสัมพันธ์หลักสูตรหรือการเปิดรับสมัครนักศึกษา สามารถทำได้ไหม การนำเสนอโครงการพัฒนาชุมชนที่มหาวิทยาลัยดำเนินการภายใต้การสนับสนุนจากภาคเอกชนหรือภาครัฐ ความอิสระของมหาวิทยาลัยต่อการบริหารโทรทัศน์ชุมชน การลดหย่อนหรือสนับสนุนงานต่างๆ ของกิจกรรมด้านการศึกษา หรือสังคม ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานท้องถิ่นกับมหาวิทยาลัยในการทำโครงการวิจัยและพัฒนาในพื้นที่ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ต้องเสียให้กับ กสทช. กฎระเบียบด้านการเงิน ฯลฯ ทั้งนี้มหาวิทยาลัยจะมีโครงการพัฒนาร่วมกับชุมชนเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นในด้านการศึกษา การนำปราชญ์ชาวบ้านมาสื่อสาร การค้นคว้าหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของท้องถิ่นเพื่อนำสู่ตลาด การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลสิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาสังคม เช่น ปัญหาในคนพิการ ผู้สูงอายุ ความเหลื่อมล้ำในการครองชีพ การสร้างทางเลือกใหม่ที่แก้ไขปัญหาที่ชุมชนประสบอยู่ไม่ว่าน้ำท่วม ภัยพิบัติ ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ จนชุมชนที่เข้าไปร่วมพัฒนาเกิดการเปลี่ยนแปลงและเติบโต และมหาวิทยาลัยจะต้องไม่ทิ้งกิจกรรมพัฒนากลางคันก่อนที่จะสำเร็จ เพราะจะทำให้ชาวบ้านขาดความมั่นใจและไม่เชื่อใจของอาจารย์ที่เข้าไปทำวิจัย” และ มีข้อคิดเห็นในด้านรายได้ของการบริการโทรทัศน์ชุมชน ไว้ดังนี้ “รายได้ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการได้รับการสนับสนุน รายได้จะมาจากแหล่งใด การบริหารแหล่งที่มาของรายได้ของโทรทัศน์ชุมชนเป็นอย่างไร จากศึกษาวิจัยมี 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. Mix Model ผสมผสานที่มาของรายได้ และ 2. Single Model มาจากแหล่งรายได้เดียว ซึ่งรูปแบบของรูปแบบจำลองทางธุรกิจจะมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการและการอยู่รอด” ดังนั้น อุปสรรคของการทดลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเบื้องต้นที่พบมีดังนี้ “ที่ผ่านมาเป็นการทดลองทำโทรทัศน์ชุมชนกลุ่มหรือบุคคลที่มีส่วนร่วม หรือมีความแอคทีฟตลอดเวลา คือ คนที่มีความต้องการอยากทำงานสื่อ มีจำนวนจำกัด ไม่ทุกคนที่มีความสนใจ ไม่มีช่องทางหลักที่จะรับเรื่องราวในชุมชนไปเผยแพร่หรือกระจายต่อ มีเพียงการทำภายในชุมชนเองเท่านั้น เนื้อหาที่เคยดำเนินการ และได้รับความสนใจเฉพาะคน เฉพาะกลุ่ม คือ เรื่องราวของกลุ่มนั้น ๆ ของคน ๆ นั้น เท่านั้นเองที่ได้รับความสนใจ และตัวอย่างที่พอจะเป็นช่องทางสื่อสารได้ในอุบล เช่น เพจโทรทัศน์ชุมชนที่ดำเนินการโดยคุณสุชัย (พื้นที่ที่นำเสนอเรื่องราวของชุมชน ความใกล้ชิด ความใกล้ชิดที่คนสนใจ) เนื้อหาที่เป็นการนำเสนออย่างเทคโนโลยีที่ล้ำเกินไป ก็ไม่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ และจากการสอนนักศึกษายังพบว่า เป็นการยากที่นักศึกษาที่อยู่ในชุมชน จะเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างโทรทัศน์ชุมชน เพราะเด็กและเยาวชน จะมีความคาดหวัง ความใฝ่ฝันที่จะออกไปเติบโตในธุรกิจสื่อกระแสหลักเป็นส่วนใหญ่” รวมทั้งข้อคิดเห็นจากประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเครือข่ายด้านสื่อชุมชน

4 ภูมิภาคที่ว่า “งานโทรทัศน์ชุมชนเป็นงานของคนเสียสละหรือจิตอาสา ควรทำควบคู่กับ OTT เนื่องจากโทรทัศน์ภาคพื้นดินไม่ค่อยมีคนรับชมแล้ว”

แม้ในปัจจุบันปัจจัยต่างๆ รวมทั้งปัจจัยด้านกฎหมายอาจยังไม่เอื้อต่อการหารายได้ของโทรทัศน์ชุมชนมากนัก รวมทั้งมุมมองปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมา แต่แผนธุรกิจถ้าได้พิจารณาบนเงื่อนไขเช่นนี้ ทางผู้ประกอบการที่ประสงค์จะดำเนินกิจกรรมโทรทัศน์ชุมชนก็ต้องสร้างแผนธุรกิจของตนเอง โดยมุ่งถึงความต่อเนื่องและยั่งยืน ในบริบทดังกล่าวทางที่ปรึกษาได้นำเสนอ Business Model Canvas (BMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการออกแบบรูปแบบจำลองทางธุรกิจธุรกิจผ่านปัจจัย 9 ด้านที่ครอบคลุมส่วนสำคัญๆ ต่อธุรกิจทุกประเภท ผู้ต้นคิดคือ Alexander Osterwalder⁹ ในปี 2004 โดยได้สร้าง Model ที่เปรียบเสมือนการต่อจิ๊กซอ โดยแต่ละชิ้นส่วนที่นำมาต่อใน Model นี้ต่างก็มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กันด้วย จิ๊กซอที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการขายจะประกอบด้วย 9 ส่วน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของแต่ละองค์กร



<http://www.businessmodelgeneration.com/>

ภาพที่ 9 ภาพ Business Model Canvas (BMC)

1. Value Propositions คือ การรู้จุดแข็งของสินค้า/บริการของเรา ส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญมากที่จะต้องคิดให้ได้เป็นอันดับแรก เพราะคุณค่าต่างๆ ที่เราคิดได้สามารถนำมาสร้างเป็นจุดแข็งให้กับธุรกิจ รวมถึงสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจของเราได้เช่นกัน

2. Customer Segment คือ การรู้ว่าสินค้าของเราจะขายให้ใคร ระบุไว้ชัดๆ ไปเลย จะได้กำหนดทิศทางการโปรโมตสินค้าได้ถูกต้อง เราต้องตระหนักไว้เสมอว่า คุณค่าที่เรามีพร้อมที่จะส่งมอบ เราจะส่งมอบให้ใคร เราต้องระบุให้ชัดเจนว่าลูกค้าของเราเป็นใคร เพศอะไร อายุเท่าไร อาชีพอะไร อาศัยอยู่ที่ไหน การใช้

⁹ <https://blog.sellzuki.co.th/business-model-canvas1/>

ชีวิตเป็นอย่างไร ฯลฯ นอกจากนั้นยังต้องตัดสินใจว่า เราจะส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้าเพียงกลุ่มเดียว หรือหลายกลุ่ม

3. Channels คือ การที่เรารู้ว่าลูกค้าของเราคือใครแล้ว ลอง list ช่องทางที่เราจะใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์สินค้าของเราให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ต facebook หนังสือพิมพ์ ฯลฯ เมื่อสินค้าหรือบริการ ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว สิ่งต่อมาที่ควรคำนึงถึงคือช่องทางระหว่างเราในแง่ของการสื่อสาร การสั่งซื้อ การจัดส่ง หรือการดูแลหลังการขาย เรียกได้ว่าเป็นตัวเชื่อมต่อเรากับลูกค้าตั้งแต่กระบวนการแรกจนถึงกระบวนการสุดท้ายของธุรกิจเลยทีเดียว

4. Customer Relationships คือเป็นส่วนที่มีความคล้ายคลึงกับ Channels แต่จะแตกต่างกันตรงที่ Customer Relationships จะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ตอบปัญหาต่างๆ ฯลฯ เราควรให้ความสำคัญกับส่วนนี้ด้วยเพราะว่า จะเป็นการรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความผูกพันกับเรา ซึ่งเป็นผลดีกับเรา เพราะลูกค้าจะนึกถึงเราเป็นอันดับต้นๆ เมื่อต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ หรือเมื่อแนะนำให้เพื่อนและคนรอบข้างมาซื้อสินค้าเรานั่นเอง

5. Revenue Streams เป็นส่วนที่คนทำธุรกิจทุกคนให้ความสำคัญมากที่สุด นั่นก็คือ รูปแบบรายได้ ใน Model นี้ เราต้องตอบให้ได้ว่า รายได้หลักของเรามาจากอะไร เช่น การขายสินค้า การให้บริการ การจัดเก็บรายได้จากระบบสมาชิก ฯลฯ แล้วเรามีรายได้รองจากแหล่งอื่นๆ อีกหรือไม่ เพราะการที่เราระบุแหล่งรายได้ อย่างชัดเจน จะทำให้เรารู้ว่า เราควรเน้นหนักไปในทิศทางใด เพื่อก่อให้เกิดรายได้สูงสุดให้กับธุรกิจ

6. Key Resource คือ ทรัพยากร หรือเรียกว่าๆ ก็คือ สิ่งที่เรามีอยู่และสามารถนำมาสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจได้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ทรัพยากรที่เป็นรูปธรรม เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ คนงาน ฯลฯ และทรัพยากรที่เป็นนามธรรม เช่น “Brand Value หรือ คุณค่าของตราสินค้า” ซึ่งเป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้ แต่มีมูลค่ามหาศาล เป็นต้น ทั้งนี้ การที่เราระบุว่ามีทรัพยากรอะไรบ้าง จะทำให้เราเห็นขีดความสามารถที่เราจะนำมาพัฒนาส่วนต่างๆ ให้กับธุรกิจได้นั่นเอง

7. Key Activities คือสิ่งที่เราต้องทำ นอกจากจะทำให้เรามีระเบียบในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นแล้ว ยังทำให้เราเห็นภาพชัดขึ้น ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ Model ธุรกิจนี้เป็นจริง ตัวอย่างง่ายๆ เช่น กระบวนการผลิต นั่นเอง ซึ่งค่อนข้างจะเป็นส่วนสำคัญ และมีให้เห็นได้ในทุกๆ Model ธุรกิจ

8. Key Partners คือคู่ค้า หรือเพื่อนทางการค้านั่นเอง มีไว้คอยช่วยเหลือ ปกป้องกัน ไปจนถึงเป็นผู้คอยป้อนสินค้าให้เราในราคาแบบมิตรภาพ ที่ถูกกว่าการไปซื้อกับคนอื่น อย่างที่ทุกคนทราบ การทำธุรกิจไม่สามารถดำเนินการโดยไม่มีพันธมิตรได้ อย่างน้อยเราจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้ที่จัดหาทรัพยากรให้เรา ผู้ที่เป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เรา ซึ่งจะเป็นรูปแบบการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

9. Cost Structure คือค่าใช้จ่ายของธุรกิจ จะมีทั้งค่าใช้จ่ายคงที่ที่เราต้องจ่ายเป็นประจำทุกปีหรือทุกเดือน และค่าใช้จ่ายผันแปรที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่เปลี่ยนไป การที่เรารู้ว่าธุรกิจของเราเสียเงินไปกับค่าใช้จ่ายส่วนไหนบ้าง จะทำให้เราวางแผนปรับปรุง+พัฒนาธุรกิจของเราได้ในอนาคตต่อไป

จากรูปแบบจำลองทางธุรกิจดังกล่าว ผู้ที่ประสงค์จะดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนจะทำการศึกษาปัจจัยและข้อจำกัดของตนเองรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ข้างต้นในมุมมองที่รอบด้าน เพื่อนำมาหาข้อสรุปของตนเองว่ามีความพร้อมหรือศักยภาพเพียงพอ โดยเฉพาะผลประโยชน์ด้านต้นทุนและรายรับที่คาดว่าจะเกิด ซึ่งแม้ถ้าผลวิเคราะห์ของตนเองจะไม่สามารถจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากการมีต้นทุนที่สูงเกินรายรับ ซึ่งจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของการศึกษารั้งนี้พบว่าเมื่อมีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การเก็บค่าธรรมเนียมและการลดหย่อนค่าธรรมเนียม ก็จะเกิดขึ้นตามมา 2 ส่วน ได้แก่

1. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปี โดยจะคำนวณบนหลักการของรายได้ ไม่สามารถยกเว้นได้ หากแต่ช่องรายการดังกล่าวจะมีการนำเสนอเนื้อหารายการที่เป็นข่าวสาร สารจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ก็จะสามารถยื่นลดหย่อนได้ตามหลักเกณฑ์
2. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ จะต้องมีการจ่ายในการดำเนินการขึ้นอยู่กับกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่ กสทช. จะกำหนดขึ้น เช่น การชำระค่าธรรมเนียมรายปีใบอนุญาตวิทยุชุมชนในปัจจุบัน (ใบอนุญาตทดลอง) ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี แต่ต้องชำระค่าใบอนุญาตที่มีการขอใบอนุญาตทุกปี

แม้ผลการวิเคราะห์แผนธุรกิจปรากฏว่าไม่สามารถดำเนินการได้ แต่เราอาจได้แนวความคิดอื่นที่คล้ายกันมาช่วยผลักดันเป้าหมายของ “การสื่อสารข้อมูลของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชนเองได้” อาทิเช่นจากข้อคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้กล่าวไว้ว่า “หากมองในส่วนของโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ที่เรารับชมกันอยู่แล้ว เรียกว่า “ฟรีโทรทัศน์” ที่มีช่อง 1-36 เป็นการออกอากาศโดยใช้คลื่นความถี่เช่นเดียวกัน ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการตั้งสถานีส่งสัญญาณ หรือว่าส่งคลื่นความถี่ ซึ่งปัจจุบันฟรีโทรทัศน์ที่เป็นดิจิทัลโทรทัศน์ บทบาทโทรทัศน์ระดับชาติจะจัดหาและผลิตเนื้อหาในลักษณะที่เผยแพร่กันทั่วประเทศ (Nationwide) หากชุมชนมีความประสงค์ที่จะใช้เทคโนโลยีนี้ในการออกอากาศทำได้หรือไม่ คำตอบคือ ทำได้ ภายใต้สิ่งที่ต้องคำนึง คือ ผู้ให้บริการโครงข่ายทุกวันนี้มีอยู่ทั้งหมด 5 โครงข่าย โครงข่ายที่มีอยู่ 5 โครงข่าย มีเพียง 1 โครงข่ายที่มีอุปกรณ์รองรับการให้บริการ Content ในลักษณะภูมิภาค คือ โครงข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ โครงข่ายของ TPBS , ททบ. 5 และ อสมท. อุปกรณ์ต่างๆ ที่ติดตั้งขณะนี้ ยังไม่สามารถรองรับการให้บริการ content ในลักษณะที่สามารถเผยแพร่ทั่วประเทศได้ (Nationwide) ด้วยลักษณะอุปกรณ์โครงข่ายที่มี” และ “หากจะให้เกิดประโยชน์ในระยะยาว และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ เสนอให้ใช้ช่องทาง NBT เป็นหลัก เพราะช่องอื่น ๆ เป็นช่องระดับชาติ แต่ NBT เป็นช่องที่ตอบโจทย์โทรทัศน์ชุมชนได้มากกว่าช่องอื่นๆ”

ในการศึกษารั้งนี้ จากรายงานผลการศึกษาดูงานบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี 2561¹⁰ และ จากรายงานสรุปผลการถอด

¹⁰ รายงานผลการศึกษาดูงานบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 1 มีนาคม 2561

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

บทเรียนจากการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ (โครงการฯ ที่ได้รับทุนจาก กทปส.)¹¹ ทั้ง 3 แห่ง คือ “ทีวีชุมชนอุบลราชธานี” โดยมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ “โทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี” โดยสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา และ “ทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง” โดยมูลนิธิรักไทย ซึ่งทั้ง 3 โครงการได้มีการดำเนินงานบริการโทรทัศน์ชุมชนเพื่อเป็นต้นแบบของงานบริการนี้ ซึ่งจากข้อมูลการถอดบทเรียนนี้ ทำให้เราทราบว่าสถานีดั้งเดิม มีแผนธุรกิจตามหลักของ BMC อย่างไร โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

- องค์กรมีการสร้างคุณค่า (Value) ให้กับสถานีโดยมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงชุมชนไปในทางที่ดีและบางที่ได้ใช้หลักการสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขาของอาจารย์ประเวศ วะสี คือ ชวนกันมาร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ มีการใช้ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นจุดเริ่มในการสร้างความร่วมมือจากชุมชน มีการบริหารงานที่ธรรมาภิบาลและโปร่งใส การเป็นกระบอกเสียงให้กับชุมชนและภาครัฐ ไม่ว่าปัญหาที่ชุมชนประสบเจอ ผลการพัฒนาและความก้าวหน้าของโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เป็นต้น
- ด้านกลุ่มลูกค้า (Customer) จะมุ่งเน้นคนในชุมชนเป็นหลักตามรายจังหวัดที่ได้รับมอบหมาย แต่เนื่องจากเป็นสื่อทาง Internet ซึ่งทำให้กลุ่มอื่นหรือชุมชนในจังหวัดอื่นก็ได้รับข้อมูลและสื่อเหล่านี้ เช่นกัน
- ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ในเบื้องต้นจะสื่อผ่านทาง Fan page, Website, Youtube Channel และบางที่จะมีการสื่อสารผ่าน Application ในโครงการอื่น เช่น สื่อสร้างสรรค์
- ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Customer Relationships) บางสถานีได้มีการเปิดโอกาสให้เครือข่ายได้ปฏิบัติร่วมทั้งการคิดและการผลิต และสนับสนุนให้ร่วมเป็นกองบรรณาธิการ มีการให้ชุมชนได้เป็นส่วนหนึ่งในคณะกรรมการเพื่อเข้าร่วมบริหารและรับทราบผลการดำเนินงาน การปรึกษาหารือ และการหาฉันทามติในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
- ด้านรายได้ (Revenue Streams) บางสถานีได้มีการระดมทุนสนับสนุนจากชุมชน รายได้จาก การผลิตรายการ จากการให้บริการถ่ายทอดสด การให้เช่าสถานที่/อุปกรณ์ การขายของที่ระลึก การจัดถิ่น/ผ้าป่า ซึ่งจะเป็นรายได้ที่นอกเหนือจากเงินทุนจาก กทปส.
- ด้านกิจกรรม (Key Activities) จะเป็นการผลิตและนำเสนอข้อมูลเพื่อออกในช่องทางการสื่อสาร การถ่ายทอดสด การเก็บรวบรวมข้อมูลและความรู้ การช่วยเหลือแบ่งปันเมื่อเกิดเหตุร้ายในพื้นที่ และการนำเสนอข้อมูลด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กร การบริหารผังรายการ การบริหารและจัดการเครือข่ายในพื้นที่ การจัดเวทีสาธารณะ กิจกรรม MOJO (Mobile Journalism) และ Backpack Journalist กิจกรรมเพื่อเผยแพร่ชุดความรู้และการณรงค์ต่างๆ

¹¹ รายงานสรุปผลการศึกษาคัดถอดบทเรียนจากการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ (โครงการฯ ที่ได้รับทุนจาก กทปส.) อรรถศรี ศรีระชา และ วรณพร อังตระกูล พฤศจิกายน 2562 ภารกิจเดิม สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (จส.) สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

- ด้านทรัพยากร (Key Resource) ส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำสื่อ เช่น สถานที่สตูดิโอ อุปกรณ์ถ่าย อุปกรณ์และโปรแกรมตัดต่อ ไฟจัดแสง เครื่องมือสำหรับสลับภาพ เครื่องมิกซ์เสียง ไมโครโฟน หูฟัง ชุดสื่อสาร ฯลฯ รวมทั้งบุคลากรทั้งในด้านการบริหารองค์กร ทางด้านเทคนิค และด้านการประสานงาน
- ด้านพันธมิตร (Key Partners) ส่วนใหญ่จะเป็นมหาวิทยาลัย นักสื่อสารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานต่างๆ ที่มีทุนวิจัยและพัฒนาด้านสื่อ เครือข่ายจิตอาสาทางสังคม และเครือข่ายทางสังคมในพื้นที่
- ด้านรายจ่าย (Cost Structure) จะมีการใช้จ่ายตามเงื่อนไขของระเบียบการรับทุน กทปส.

นอกจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นนี้แล้ว ทางที่ปรึกษายังได้รวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ใช้สำรวจความพร้อมของผู้ประกอบการ และความต้องการของผู้รับชมในชุมชน สามารถสรุปและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Business Model Canvas (BMC) เพื่อใช้เป็นข้อมูล/รูปแบบพื้นฐาน (Template) สำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนใช้ในการนำไปพิจารณาและประยุกต์ใช้กับโทรทัศน์ชุมชนของตนเอง โดยข้อมูล/รูปแบบพื้นฐานนี้ได้รวบรวมตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของการที่จะเข้ามาทำกิจการบริการชุมชนต้องสะอาด (Pure) ยกตัวอย่างเช่น

- ต้องไม่แสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์
- ไม่มีวัตถุประสงค์ในเชิงพาณิชย์
- ต้องมีเจตจำนงที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
- สร้างความเข้มแข็งให้กับพื้นที่
- จะต้องไม่เป็นพรรคการเมือง
- จะต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกระงับทาง การเมือง

นอกจากนี้ ความท้าทายของผู้สนใจประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนนั้น มีหลายปัจจัยที่ต้องคำนึง ดังข้อคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ให้ไว้ดังนี้

- โทรทัศน์ชุมชนจะต้องมีการแข่งขันกัน ต้องแข่งขันให้ได้ว่าโทรทัศน์ชุมชนมีจุดแตกต่างกับโทรทัศน์สาธารณะระดับประเทศอย่างไร
- ผู้ที่สนใจจะต้องทำให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถเข้าถึงตลาดความต้องการในชุมชนนั้นให้ได้
- ผู้ที่สนใจจะต้องผลักดันให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถแสวงหารายได้ได้บ้าง เพราะยังไม่เห็นด้วยกับกฎหมายข้อนี้ที่จะหารายได้จากการโฆษณาไม่ได้ อย่างนี้โทรทัศน์จะอยู่รอดได้อย่างไร
- การมีโฆษณาไม่ได้หมายความว่าเสียหาย โทรทัศน์ระดับชาติยังมีโฆษณาได้
- ในมุมมองของกองทุน หากโทรทัศน์ชุมชนสามารถหารายได้ได้ แสดงว่า เนื้อหารายการของเขามีคุณภาพ โทรทัศน์ชุมชนของเขามีคุณภาพ แบบนี้ควรได้รับการสนับสนุน หากไม่สามารถหารายได้เข้ามาได้เลย แสดงว่าเนื้อหารายการของเขาไม่มีใครสนใจ ไม่มีใครดู ก็จะไปไม่รอด เช่น

โทรทัศน์สาธารณะมีขีดความสามารถในการผลิตเนื้อหารายการที่ดี จึงมีรายได้เพื่อการพัฒนาจะ
ทำให้โทรทัศน์เขามีความอยู่รอด

ดังนั้นการเขียนแผนธุรกิจของโทรทัศน์ชุมชน จึงเป็นเอกสารหนึ่งที่แสดงถึงศักยภาพของผู้สนใจในการ
เข้ามาบริหารโทรทัศน์ชุมชน ในเบื้องต้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ได้มีรายละเอียดของข้อมูล/รูปแบบ
พื้นฐาน (Template) ที่ได้รวบรวมไว้เพื่อให้ผู้สนใจในการประกอบโทรทัศน์ชุมชนได้ศึกษาและพิจารณา มี
ดังนี้

รูปแบบ BMC Template ของโทรทัศน์ชุมชน

The Business Model Canvas

Team or Company Name: โทรทัศน์ชุมชน

Date: 1/01/2020

☒ Alternative Canvas
☐ Primary Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
• กสทช. • ไทยพีบีเอส/NBT/ช่อง 11 • สสส. • กองทุนสื่อสร้างสรรค์ • เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น กลุ่มสุขภาพ กลุ่มเกษตร กลุ่มเตือนภัย กลุ่มสตรี กลุ่มศาสนา อปท. NGO • นักข่าวพลเมือง กลุ่มสื่ออิสระ • มหาวิทยาลัยท้องถิ่น • หน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต. • ประชาชนชาวบ้าน • ผู้นำศาสนา/ผู้นำชุมชน • กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เช่น เพจดังในพื้นที่ • เคเบิลทีวีในพื้นที่	• หาข่าว/ถ่ายทำ • กลั่นกรองข่าว • นำเสนอ/ถ่ายทอด • งานการตลาด • งานบัญชี/ธุรการ • งานซ่อมบำรุง • งาน IT • งานฝึกอบรม	• ข้อมูลจากชุมชน • ข้อมูลถูกต้อง เชื่อถือได้ • ชุมชนมีส่วนร่วม • แบ่งผลกำไรคืนสู่สังคม • แพลตฟอร์มทุน/ประสานความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ • นำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน • เสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ • ส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชน • เป็นเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน	• จ้างคนพื้นที่ในการผลิตสื่อ • ประชุมสมัชชาทีวีชุมชน • เปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ • เปิดช่องรับฟังความคิดเห็น • กิจกรรมกับชาวบ้านในพื้นที่ • การสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน • กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่น การแจกรางวัล • การลงพื้นที่ชุมชนแล้วนำเสนอออกมาเป็นรูปแบบรายการ • จัดกิจกรรมประเพณีหรือกีฬา • ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล	• ชุมชนที่อยู่ในขอบเขต • หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น • วิสาหกิจชุมชน • ธุรกิจการท่องเที่ยว
	Key Resources • สถานี • อุปกรณ์/เครื่องมือ • บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ • เครือข่ายด้านข้อมูล • อาสาสมัคร ภูมิปัญญา แขนงในพื้นที		Channels • Social Media • Website • Digital TV • Application, IPTV • Cable TV	

<i>Cost Structure</i> • เงินเดือน/ค่าเดินทาง • ค่าโครงข่าย • ค่าจัดจ้างต่างๆ เช่น การผลิต <i>content</i> • ค่าน้ำ/ค่าไฟ • ค่าใช้จ่ายต่างๆ • ค่าอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา	<i>Revenue Streams</i> • จัดกิจกรรม เช่น <i>camp</i> ต่างๆ • ฝึกอบรมการเป็นนักข่าวในพื้นที่ • รับทุนจากกองทุนของรัฐบาล เช่น สสส. สื่อสร้างสรรค์ • รับทุนจากแหล่งทุนจากต่างประเทศ/องค์กรต่างประเทศ • การรับจ้างผลิตสื่อ/ ขายเนื้อหาให้ช่องรายการอื่นๆ หรือสื่อโทรทัศน์ใบอนุญาตอื่นๆ เช่น เคเบิลท้องถิ่น โทรทัศน์สาธารณะ • ขายข่าว/รายการ • ขายของที่ระลึก การท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน • รายได้จากการให้เข้าสถานที่/อุปกรณ์ • เงินสนับสนุนจาก กสทช. (ระยะแรก) • อื่นๆ เช่น ค่าสมาชิกจากกิจกรรมที่เกิดจากทีวีชุมชน การบริจาค
--	---

จากการศึกษาข้อมูล ทางที่ปรึกษาได้จัดร่างรูปแบบจำลองทางธุรกิจ ควรมีพื้นฐานองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน โดยผู้สนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชน สามารถประเมินความพร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรทั้ง 9 ส่วน ได้ดังตารางสรุป : BMC Template ของโทรทัศน์ชุมชน ดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ			
6	สามารถนำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน			
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ			
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ดูแล			
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน			
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
3	มีการส่งสื่อ-ข้อมูลออกผ่านหน้าจอทีวี			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				
1	มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน			

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
3	มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ			
4	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ			
5	มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อหนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน			
6	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย			
7	มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตและชุมชน เช่น ห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน			
8	มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ			
9	มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร			
10	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
11	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่น การแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การหาข่าว/นำเสนอข่าวชุมชน			
2	การกลั่นกรองข่าว			
3	การนำเสนอ/ถ่ายทอดสด			
4	การหาแหล่งรายได้			
5	การฝึกอบรม			
6	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ซ่อมบำรุง IT ฯลฯ			
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	สถานีถ่ายทำรายการ			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ			
3	บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ			
4	เครือข่ายด้านข้อมูล			
5	อาสาสมัคร จัดอาสา แคนน่านในพื้นที่			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)			
2	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ			
3	องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ			
4	กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่			

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
5	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
6	ทีวีภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
7	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์			
8	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
9	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่			
10	โทรทัศน์ในระดับประเทศ เช่น TPBS, NBT			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่างๆ			
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ			
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก			
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา เช่น นักข่าวชุมชน			
5	รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด			
6	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ			
7	รายได้จากการผลิตวีดิทัศน์และรายการ			
8	รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต			
9	รายได้จากการเช่าสถานที่/อุปกรณ์			
10	รายได้จากค่าสมาชิก			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าผลิตรายการ			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง			
3	ค่าโครงข่าย			
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา			
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			
7	ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา			

จากรูปแบบ BMC Template รูปแบบจำลองทางธุรกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนดังกล่าว จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ทั้ง 4 ภูมิภาค การประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการ และการสำรวจความต้องการด้านสื่อข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ทางที่ปรึกษาได้แบ่งผู้สนใจในการบริการโทรทัศน์ชุมชน เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน)
2. กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่ไม่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน)
3. กลุ่มชุมชน/กลุ่มองค์กรชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนที่สนใจและรวมตัวเพื่อให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ซึ่งในทั้งกลุ่ม ทางที่ปรึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม โดยการสอบถามผู้สนใจในแต่ละกลุ่ม และได้สรุปรูปแบบแผนธุรกิจในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ผู้สนใจในการประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนได้พิจารณาเบื้องต้นถึงศักยภาพและความสอดคล้องขององค์กรหรือทีมงานตนเองในการที่จะผลักดันงานโทรทัศน์ชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้หรือไม่ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

รูปแบบจำลองทางธุรกิจที่ 1 : กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน)

- **กลุ่มองค์กร** หมายถึง กลุ่มองค์กรที่มารวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน และดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกันอย่างมีขั้นตอนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยมีทั้ง *กลุ่มองค์กรที่แสวงผลกำไร* คือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วน ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ และ *กลุ่มองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร* คือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์เป็นหลัก เช่น สมาคม มูลนิธิ สถาบัน เป็นต้น
- **มูลนิธิ** ตามมาตรา 110 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หมายถึง ทรัพย์สินที่จัดสรรไว้โดยเฉพาะสำหรับวัตถุประสงค์เพื่อการกุศลสาธารณะ การศาสนา ศิลปะ วิทยาศาสตร์ วรรณคดี การศึกษา หรือเพื่อสาธารณประโยชน์อย่างอื่น โดยมีได้มุ่งหาประโยชน์มาแบ่งปันกันและได้จดทะเบียนตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้ และการจัดการทรัพย์สินของมูลนิธิ ต้องมิใช่เป็นการหาผลประโยชน์เพื่อบุคคลใด นอกจากเพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของมูลนิธินั้นเอง โดยมูลนิธิที่ได้จดทะเบียนแล้วจะมีฐานะเป็นนิติบุคคล ตามมาตรา 122 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
- **สมาคม** ตามมาตรา 78 แห่งประมวลกฎหมายแพ่ง หมายถึง การก่อตั้งสมาคมเพื่อกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะต่อเนื่องร่วมกันและมีใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน ต้องมีข้อบังคับและจดทะเบียนตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้ โดยสมาคมที่ได้จดทะเบียนแล้วจะมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามมาตรา 83 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ นอกจากนี้สมาคมยังอาจจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายอื่น ๆ ดังนี้ พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509 พระราชบัญญัติการฉาบฉวยกิจสงเคราะห์ พ.ศ.2517 และพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518

กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคมในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะพื้นฐาน คือ มักจะจากความร่วมมือของเครือข่ายการพัฒนาและภาคส่วนต่าง ๆ ในจังหวัด อาจอยู่ในรูปแบบการบริหารแบบสมาคมหรือมูลนิธิ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อชุมชนในระดับหนึ่ง ซึ่งอาจมีห้องปฏิบัติการด้านโทรทัศน์หรือสตูดิโอ มีการผลิตรายการโทรทัศน์นอกสถานที่ จึงมีอุปกรณ์เครื่องมือที่เกี่ยวข้องสามารถถ่ายทอดจากพื้นที่ในชุมชนห่างไกลได้

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

มีเครือข่ายภาคสังคมที่สามารถดำเนินกิจกรรมและการรณรงค์ต่างๆ ควบคู่กับการสื่อสารข้อมูลชุมชน อาทิเช่น การถ่ายทอดงานประเพณีต่างๆ ในพื้นที่ ตลอดจนงานประกวดการแข่งขันทางวัฒนธรรม การประชุมสัมมนาทางวิชาการต่าง ๆ เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับจังหวัดและอาจถึงในระดับประเทศ เนื่องจากมีทีมงานเฉพาะที่ต้องการเผยแพร่ และสื่อสารความเคลื่อนไหวในกิจกรรมและเหตุการณ์สำคัญทั้งแบบสดและบันทึกจากพื้นที่โดยตรง มีรูปแบบและระบบการบริหารงานเบื้องต้น เช่น มีผู้นำทีม มีผู้ปฏิบัติงานเฉพาะเรื่อง มีผู้จัดทำรายได้รายจ่าย ซึ่งอาจจะมีถึงโครงสร้างคณะกรรมการบริหารสถานี ฝ่ายเทคนิคและเผยแพร่ ฝ่ายข่าวและรายการ ฝ่ายการพัฒนาชุมชนและการมีส่วนร่วม ฝ่ายหาเงินทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น และในการศึกษาครั้งนี้ได้นำองค์กรที่สามารถประยุกต์ใช้รูปแบบจำลองทางธุรกิจทางธุรกิจรูปแบบที่ 1 นี้ ไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ดังองค์กรตัวอย่างนี้

สมาคม/มูลนิธิ : สมาคมสื่อชุมชน จ.พะเยา สถานีโทรทัศน์ชุมชน “พะเยาทีวี”

สำนักงาน : อาคารธรรมราชานุวัตร วัดศรีโคมคำ อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา 56000

Website : www.phayaotv.com

Facebook : www.facebook.com/phayaotv

ดำเนินการโดย : สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (องค์กรสื่อสารสาธารณะระดับชุมชน ไม่แสวงหากำไร ให้บริการข่าวสารเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาท้องถิ่น)

ผู้ให้ข้อมูล : คุณชัยวัฒน์ จันธิมา เลขาธิการสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา

พะเยาทีวีเป็นสื่อชุมชน กำเนิดขึ้นจากความร่วมมือของเครือข่ายการพัฒนาและภาคส่วนต่าง ๆ ในจังหวัดพะเยา โดยสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา และสถาบันปวงผญาพายาว (องค์กรสาธารณประโยชน์) ซึ่งมีแนวคิดสืบสานปณิธานของพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ พระนักปราชญ์ของเมืองพะเยา อดีตเจ้าอาวาสวัดศรีโคมคำ ที่ให้การสนับสนุนอาคารและสถานที่ในวัด เพื่อการดำเนินกิจการต่าง ๆ มากกว่า 10 ปี และก่อตั้งเป็นห้องปฏิบัติการด้านโทรทัศน์ชุมชนหรือสตูดิโอพะเยาทีวีในเวลาต่อมา

สำหรับสตูดิโอเคลื่อนที่โทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี หรือสตูดิโอผลิตรายการโทรทัศน์นอกสถานที่ ประกอบด้วย ห้องผลิตรายการและอุปกรณ์เครื่องมือที่เกี่ยวข้องสามารถถ่ายทอดจากพื้นที่ในชุมชนห่างไกลได้ ถือเป็นอีกหนึ่งบริการที่สำคัญของพะเยาทีวี ซึ่งดำเนินการควบคู่กับสตูดิโอหลักในวัดศรีโคมคำโดยให้บริการกับหน่วยงานองค์กรภาคีเครือข่ายชุมชน อาทิ งานประเพณีเวียนเทียนวัดหลวงน้ำกว๊านพะเยาแห่งเดียวในโลก งานประเพณีเดือน 8 และงานพระราชพิธีสำคัญ ตลอดจนงานประกวดแข่งขันทางวัฒนธรรมเวทีสื่อสารสาธารณะ การประชุมสัมมนาทางวิชาการต่าง ๆ จนเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับจังหวัดและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ เนื่องจากชุมชนต้องการเผยแพร่ และอยากรับทราบความเคลื่อนไหวในกิจกรรมและเหตุการณ์สำคัญแบบสดและตรงจากพื้นที่ โดยจุดเด่น คือ อุปกรณ์และเครื่องมือที่มีต้นทุนต่ำ การให้บริการในราคาไม่แพง แต่คุณภาพเทียบเท่ามืออาชีพ การนำเสนอมีความเป็นสื่อที่ประชาชนเข้าถึงและคุ้นเคยง่าย

โครงสร้างและการบริหารสถานี

1. สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา
2. คณะกรรมการนโยบายพะเยาทีวี

3. คณะกรรมการบริหารสถานี่พะเยาทีวี

- ☐ ฝ่ายบริหารสถานี
- ☐ ฝ่ายเทคนิคและเผยแพร่(สตูดิโอ)
- ☐ ฝ่ายข่าวและรายการ
- ☐ ฝ่ายชุมชนและการมีส่วนร่วม
- ☐ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

การสำรวจความต้องการและสร้างควมมีส่วนร่วมของชุมชน

1. ผู้ชมทั่วไป ได้แก่ ความชื่นชอบและความคิดเห็นจาก Facebook เสียงสะท้อนจากกิจกรรม
2. ชุมชน เครือข่าย และภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ หนังสือเชิญร่วมกิจกรรมถ่ายทอดสด/เผยแพร่ข่าว
3. วิชาการและวิชาชีพ ได้แก่ การเข้าร่วมประชุม วิทยากร การศึกษาดูงาน การฝึกงาน

การพัฒนาเนื้อหารายการ

1. ผลิตเอง (ข่าว / วิเคราะห์ข่าว / สนทนา / รายงาน / สารคดี / ถ่ายทอดสด)
2. ผลิตร่วม (เกษตรจังหวัด / พัฒนาฝีมือแรงงาน)
3. ผลิตโดยสื่อชุมชน ผู้ผลิตท้องถิ่น นักเรียน/นักศึกษา

รูปแบบจำลองทางธุรกิจที่ 1 : เครื่องสำอาง/มูลนิธิ

The Business Model Canvas

สถานีโทรทัศน์ชุมชน “พะเยาทีวี”

Date : 14/06/2020

☒ Alternative Canvas

☐ Primary Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
• กสทช. • เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา, ผู้ด้อยโอกาส,กลุ่มชาติพันธุ์,ปราชญ์ชุมชน,กลุ่มเกษตรกร • เครือข่ายนักวิชาการ • องค์การวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ (สมาคมสื่อมวลชนศึกษา , สมาคมนักข่าวโทรทัศน์) • กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่ • ทีวีภูมิภาค ช่อง 11 • กองทุนสื่อสร้างสรรค์ • สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัยพะเยา • องค์การภาคประชาสังคม • TPBS • ITU • เครือข่ายศาสนาในจังหวัด • จิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัคร	• ประกาศข่าวชุมชน โดย พิธีกรคนดังประจำชุมชน • ประชุมกองบรรณาธิการ • ผลิตรายการ อาทิ รายการสารคดี ฃญาชุมชน คุณค่าวิถีวัฒนธรรม , รายการข่าว พลวัตพลเมือง , รายการเสวนา ช่วงบ้านลานเมือง , พะเยารีวิว (อาชีพ/ของดีชุมชน) ,รายการบันเทิง อาทิ คนตรี (เพลงพะเยา ฃนรงค์รักท้องถิ่น) • ทดลองออกอากาศ • ลงพื้นที่กำหนดประเด็นเนื้อหา/ถ่ายทำ • นำเสนอ/ถ่ายทอด กระจายในชุมชน • จัดเวทีสาธารณะ • ประชุมเครือข่าย/ถอดบทเรียน • จัดทำคู่มือเผยแพร่ • ถ่ายทอดสด อาทิ เล่าข่าวบ้านเฮา ข่าวชุมชนท้องถิ่น (เหตุการณ์สำคัญในพื้นที่)	• ด้านสังคม : เข้าถึงข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ , ความรัก ความเข้าใจ ความสามัคคี , ชุมชนมีส่วนร่วม , พลังสื่อชุมชน • ด้านเศรษฐกิจ : เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และท่องเที่ยวชุมชน , การสร้างสรรคงาน/ขยายการรับรู้ • ด้านการศึกษา : แหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา , แหล่งเรียนรู้อาชีพ การพัฒนาตนเอง • ด้านความมั่นคง : การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายการพัฒนาแก้ภาคส่วนต่างๆ (แหล่งระดมทุน/ประสานความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่) • นำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน • เวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน	• จัดประชุมกองบรรณาธิการ (นิวส์รูม) / เครือข่ายชุมชน • สร้างนักข่าวตัวมด (เยาวชนในชุมชนทำหน้าที่สื่อ) • เปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการวิชาชีพ • กิจกรรมกับชาวบ้านในพื้นที่ (เรื่องเล่าของชุมชน หนุนช่วยสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน) • จัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน / แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย อาทิ ประชาธิปไตยชุมชน • ผลิตรายการต้นแบบร่วมกับนิสิตสาขาการสื่อสาร ม.พะเยา • สร้างห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน • คนพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ • จัดประชุมคณะกรรมการก่อตั้ง • จัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับสถาบันการศึกษา • จัดกิจกรรมอบรมเยาวชน อาทิ ประชาธิปไตยบนมือถือ	• ชุมชนทุกแห่งในพะเยา • เยาวชนในชุมชน • กลุ่มเฉพาะ • หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น • วิสาหกิจชุมชน • ธุรกิจการท่องเที่ยว

• เคเบิลทีวีในพื้นที่	Key Resources • ห้องข่าว (นิวส์รูม) • สถานีถ่ายทอดรายการ (สตูดิโอ) ตั้งอยู่ใจกลางชุมชนทุกแห่ง • อุปกรณ์/เครื่องมือ (กล้องใหญ่ กล้องเล็ก) • บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ • เครือข่ายด้านข้อมูล (คนทำเนื้อหา/คนทำรูปแบบ) • อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่ • รถโมบายเคลื่อนที่ (ถ่ายทอดสด)		Channels • จอเล็ก / บนมือถือ • จอใหญ่ / ดิจิตอลทีวี • จอกระดาน / โรงเรียน • จอกลางแปลง / งานวัด (เปิดให้รับชมทุกพื้นที่นำไปชมถึงบ้าน ถึงวัด)	
Cost Structure • เงินทุนหมุนเวียน (บริหาร) • ต้นทุนทางสังคม (ทรัพยากร) • ต้นทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ • ต้นทุนด้านการผลิตรายการ • ต้นทุนอาสาสมัคร / จิตอาสา	Revenue Streams • รายได้จากการจัดกิจกรรมร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ • ระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ • รับบริจาคผ่านบัญชีและของที่ระลึก • จัดกิจกรรมฝึกอบรมการเป็นนักข่าวในพื้นที่ ขยายเครือข่ายสื่อระดับประเทศ ผลักดันสื่อทีวีชุมชน • รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด • รับทุนจากกองทุน • รายได้จากการผลิตวีดิทัศน์และรายการ • การจัดทำโครงการฯ • การบริการจัดประชุม การอบรม วิทยากร			

จากการศึกษาข้อมูลและตัวอย่างดังกล่าว ทางที่ปรึกษาได้จัดร่างรูปแบบจำลองทางธุรกิจในกลุ่มนี้ ควรมีพื้นฐานองค์กรประกอบทั้ง 9 ส่วน โดยผู้สนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่เป็น กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม ที่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน สามารถประเมินความพร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรทั้ง 9 ส่วน ได้ดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ			
6	สามารถนำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน			
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ			
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล			
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน			
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
3	มีการส่งสื่อ-ข้อมูลออกผ่านหน้าจอทีวี			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
1	มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน			
3	มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ			
4	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ			
5	มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อหนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน			
6	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย			
7	มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตและชุมชน เช่นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน			
8	มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ			
9	มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร			
10	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
11	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องราวร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การนำเสนอข่าวชุมชน			
2	การผลิตรายการ อาทิ รายการสารคดี วัฒนธรรม, รายการข่าว, รายการเสนา, ทีวีอาชีพ/ของดีชุมชน,รายการบันเทิง อาทิ คนตรีเพลงท้องถิ่น			
3	การประชุมกองบรรณาธิการ			
4	การลงพื้นที่กำหนดประเด็นเนื้อหา/ถ่ายทำ			
5	การนำเสนอ/ถ่ายทอดสด เช่น เล่าข่าวชุมชน ข่าวชุมชนท้องถิ่น			
6	การจัดเวทีสาธารณะ			
7	การประชุมเครือข่าย/การถอดบทเรียน			
8	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ตลาด ซ่อมบำรุง IT ฯลฯ			
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	สถานีถ่ายทำรายการ			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ			
3	บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ			
4	เครือข่ายด้านข้อมูล			
5	อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่			
6	รถโมบายเพื่อการถ่ายทอดสด			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
7	โครงข่ายการให้บริการ			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)			
2	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ			
3	องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ			
4	กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่			
5	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
6	ทีวีภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
7	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์			
8	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
9	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่			
10	โทรทัศน์ในระดับประเทศ เช่น TPBS, NBT			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่างๆ			
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ			
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก			
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา เช่น นักข่าวชุมชน			
5	รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด			
6	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ			
7	รายได้จากการผลิตวีดิทัศน์และรายการ			
8	รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต			
9	รายได้จากการเช่าสถานที่/อุปกรณ์			
10	รายได้จากค่าสมาชิก			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าผลิตรายการ			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง			
3	ค่าโครงข่าย			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา			
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			
7	ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา			

รูปแบบจำลองทางธุรกิจที่ 2 : องค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่ไม่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน)

ลักษณะพื้นฐานของกลุ่มนี้ มักจะจากความร่วมมือของเครือข่ายการพัฒนาและภาคส่วนต่าง ๆ ในจังหวัด อาจอยู่ในรูปแบบการบริหารแบบสมาคม หรือมูลนิธิ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อชุมชนในระดับการให้ร่วมมือ แต่ไม่ได้มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ผลิตรายการเอง อาจมีประสบการณ์ในการว่าจ้างในการผลิตสื่อ ไม่มีห้องปฏิบัติการด้านโทรทัศน์หรือสตูดิโอ แต่อาจมีการผลิตสื่อออกสถานที่จากอุปกรณ์สื่อสารเบื้องต้นเช่น Smart Phone มีเครือข่ายภาคสังคมที่สามารถดำเนินกิจกรรมและการรณรงค์ต่างๆ ควบคู่กับการสื่อสารข้อมูลชุมชนเบื้องต้นผ่าน Social Media เช่น Youtube, Facebook, Facebook Live เป็นต้น โดยกิจกรรมที่ถ่ายทอดจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ของทางองค์กรกับพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น การถ่ายทอดงานประเพณีต่างๆ ในพื้นที่วัฒนธรรมเฉพาะ การประชุมสัมมนาต่าง ๆ องค์กรเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับเครือข่ายทางสังคมในระดับจังหวัดและอาจถึงในระดับประเทศ มีรูปแบบและระบบการบริหารงานองค์กรเบื้องต้น เช่น มีผู้นำทีม มีผู้ปฏิบัติงานเฉพาะเรื่อง มีผู้จัดทำรายได้ รายจ่าย ซึ่งอาจจะมีถึงโครงสร้างคณะกรรมการบริหารองค์กร ฝ่ายพัฒนาชุมชนและการมีส่วนร่วม ฝ่ายหาเงินทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เนื่องจากรูปแบบจำลองทางธุรกิจนี้สำหรับองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม ที่ไม่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน รูปแบบแผนธุรกิจในกลุ่มนี้ซึ่งอาจจะยังมีความรู้ความเข้าใจในการทำดำเนินกิจกรรมของโทรทัศน์ชุมชน และในการศึกษาครั้งนี้ได้นำองค์กรที่สามารถประยุกต์ใช้รูปแบบจำลองทางธุรกิจทางธุรกิจรูปแบบที่ 2 นี้ ไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ดังองค์กรตัวอย่างนี้

สมาคม/มูลนิธิ : สมาคมสานพลังช่วยราษฎร์

สำนักงาน : 66 หมู่ที่ 5 ถ.เพชรเกษม ต.ทรายขาว อ. คลองท่อม จ.กระบี่ 81170

โทรศัพท์ : 075-815223 , 095-0320099

ผู้ให้ข้อมูล : คุณอนันต์ เขียวสวด นายกสมาคมฯ

จากการมี พระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม พ.ศ. 2546 และเครือข่ายนักพัฒนาองค์กรชุมชนอิสระเกิดขึ้นอย่างเข้มแข็ง ในด้านการจัดการเศรษฐกิจและทุนชุมชนจุดเน้นขายอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ กลั่นไอความเป็นวิถีชุมชนเกิดขึ้นมาภายในประเทศไทย โดยให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือสื่อสารชุมชน เครือข่ายสื่อต่างๆ เป็นจุดขายและสร้างรายได้จากช่องทางทั้ง Off-line/ Online/ On ground /On air และเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จึงเริ่มมีการพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่ใน

แต่ละท่าน จึงกลายเป็นสมาคมสาน เรียกว่า “สานพลังช่วยราษฎร์” มีผู้ก่อตั้งประมาณ 15 ท่าน ทั้งใน กรุงเทพฯ และต่างจังหวัดประมาณปี 2557 โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ สนับสนุนการขับเคลื่อนกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม ภายใต้พลเมืองดี วิถีประชาธิปไตย สนับสนุนการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน สู่ “สังคมแห่งความสุข จัดการตนเองได้” สนับสนุนการกำหนดรูปแบบ บทเรียน และแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมพลเมืองทุกระดับเพื่อการเรียนรู้ สู่ การเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานที่ผ่านมา

1. ด้านส่งเสริมเศรษฐกิจ สมาคมได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจและทุนชุมชน โดยเข้าไปสนับสนุน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และขยายแนวคิด เจตนารมณ์ เป้าหมายสำคัญของการสนับสนุน การพัฒนาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน ที่มุ่งเน้นให้ “ชุมชนท้องถิ่นมีระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชนที่มั่นคง สามารถพึ่งตนเอง และจัดการตนเองได้อย่างยั่งยืน” เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน สมาคมใช้ระบบการสื่อสารการตลาด คือการนำการสื่อสาร และการตลาดมาร่วมกัน ทำให้มีรูปแบบเป็นกระบวนการที่ผสมผสานกัน ระหว่างกระบวนการสื่อสาร และกระบวนการทางการตลาดไว้ด้วยกันอย่างลงตัวและเพื่อรองรับภูมิทัศน์สื่อ ต้องปรับตัวตาม ทำให้ปัจจุบันมี “สื่อ” หรือ Media หลากหลายช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง Off-line หรือทีวี, Online สารพัดแพลตฟอร์ม และยังมี On ground สร้างกิจกรรมมาช่วยสร้างการรับรู้ การวางแผนซื้อสื่อ จะเทงบไปทางไหน ถึงจะได้ “ผลลัพธ์” คู่คี่กับ “การลงทุน” อันนี้คือแนวคิดการจัดการระบบเศรษฐกิจและทุนแนวใหม่ที่สมาคมกำลังดำเนินการ

2. ด้านสังคม ส่งเสริมความเป็นอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ผ่านเครือข่ายต่างๆ เช่น เครือข่ายสื่อละเลใต้ เครือข่ายผู้หญิงชายแดนใต้ เครือข่ายชาวเลอุรักลาโว้ย เครือข่ายชาวเลมอแกลน เครือข่ายภูเก็ตจัดการตนเอง กลุ่มรักกันตา และอื่นๆตามความเหมาะสม

3. ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกิจกรรมอนุรักษ์ ปกป้องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในท้องถิ่นชุมชน ผ่านเครือข่าย เขา ป่า นา เล

4. ด้านสุขภาวะทางสังคม ส่งเสริมภาวะที่สมบูรณ์ทั้งร่างกายจิตใจ จิตวิญญาณรวมถึงการใช้ชีวิตในสังคมอย่างปกติสุขสะท้อนถึงความเป็นองค์กรรวมอย่างแท้จริงของสุขภาพที่เกื้อหนุน และเชื่อมโยงกันทั้ง 4 มิติ คือ หวังเห็นคนในชุมชนมีสุขภาวะดีครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ กาย จิต ปัญญา และสังคม เป็นต้น

รูปแบบจำลองทางธุรกิจ 2 : เครือสมาคม/มูลนิธิ

The Business Model Canvas

สมาคมสถานพลังช่วยราษฎร์

Date : 18/06/2020

☒ Alternative Canvas
☐ Primary Canvas

Key Partners • กสทช. • ไทยพีบีเอส/NBT/ช่อง 11 • สสส. • กองทุนสื่อสร้างสรรค์ • เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น กลุ่มสุขภาพ กลุ่มเกษตร กลุ่มเดือนภัย กลุ่มสตรี กลุ่มศาสนา อปท. NGO • นักข่าวพลเมือง กลุ่มสื่ออิสระ • มหาวิทยาลัยท้องถิ่น • หน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต. • ประชาชนชาวบ้าน • ผู้นำศาสนา/ผู้นำชุมชน • กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เช่น เพจดังในพื้นที่ • เคเบิลทีวีในพื้นที่	Key Activities • หาข่าว/ถ่ายทำ • กลั่นกรองข่าว • นำเสนอ/ถ่ายทอด • งานการตลาด • งานบัญชี/ธุรการ • งานซ่อมบำรุง • งาน IT • งานฝึกอบรม	Value Proposition • ข้อมูลจากชุมชน • ข้อมูลถูกต้อง เชื่อถือได้ • ชุมชนมีส่วนร่วม • แบ่งผลกำไรคืนสู่สังคม • แหล่งระดมทุน/ประสานความช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ • นำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน • เสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ • ส่งเสริมให้บรรลุปเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชน • เป็นเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน	Customer Relationships • จ้างคนพื้นที่ในการผลิตสื่อ • ประชุมสมัชชาโทรทัศน์ชุมชน • เปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ • เปิดช่องรับฟังความคิดเห็น • กิจกรรมกับชาวบ้านในพื้นที่ • การสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน • กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่นการแจกรางวัล • การลงพื้นที่ชุมชนแล้วนำเสนอออกมาเป็นรูปแบบรายการ • จัดกิจกรรมประเพณีหรือกีฬา • ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล	Customer Segments • ชุมชนที่อยู่ในขอบเขต • หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น • วิสาหกิจชุมชน • ธุรกิจการท่องเที่ยว
	Key Resources • สถานี • อุปกรณ์/เครื่องมือ • บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ • เครือข่ายด้านข้อมูล • อาสาสมัคร ภูมิปัญญา แขนงนำในพื้นที่		Channels • Social Media • Website • Digital TV • Application, IPTV • Cable TV	

รายงานความก้าวหน้าครั้งที่ 2 โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย : โดยสำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หน้า | 78

<i>Cost Structure</i> • เงินเดือน/ค่าเดินทาง • ค่าโครงข่าย • ค่าจัดจ้างต่างๆ เช่น การผลิต content • ค่าน้ำ/ค่าไฟ • ค่าใช้จ่ายต่างๆ • ค่าอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา	<i>Revenue Streams</i> • จัดกิจกรรม เช่น camp ต่างๆ • ฝึกอบรมการเป็นนักข่าวในพื้นที่ • รับทุนจากกองทุนของรัฐบาล เช่น สสส. สื่อสร้างสรรค์ • รับทุนจากแหล่งทุนจากต่างประเทศ/องค์กรต่างประเทศ • การรับจ้างผลิตสื่อ/ ขายเนื้อหาให้ช่องรายการอื่นๆ หรือสื่อโทรทัศน์ใบอนุญาตอื่นๆ เช่น เคเบิลท้องถิ่น โทรทัศน์สาธารณะ • ขายข่าว/รายการ • ขายของที่ระลึก การท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน • รายได้จากการให้เช่าสถานที่/อุปกรณ์ • เงินสนับสนุนจาก กสทช. (ระยะแรก) • อื่นๆ เช่น ค่าสมาชิกจากกิจกรรมที่เกิดจากโทรทัศน์ชุมชน การบริจาค
---	--

การประเมินแหล่งที่มาของรายรับ-รายจ่ายที่จะเกิดขึ้นของสมาคมสานพลังช่วยราษฎร์ เมื่อมีงานบริการที่วิชุมชนเพิ่มขึ้น

Cost Structure	Revenue Streams
- เงินเดือนเจ้าหน้าที่ 5 คน ได้แก่ - โพรดิเวเซอร์ จำนวน 1 คน(18,000 บาท ต่อเดือน - ช่างภาพ จำนวน 1 คน (15,000 บาท ต่อเดือน) - ตัดต่อ จำนวน 1 คน (15,000 บาท ต่อเดือน) - ผู้สื่อข่าว/ผู้ดำเนินรายการ จำนวน 1 คน(15,000 บาทต่อเดือน) - ค่ายานพาหนะ เดินทางลงพื้นที่(เหมาจ่ายเดือนละ 15,000 บาท) - ค่าโครงสร้างให้บริการ(ไม่รวมค่า MUX) (เหมาจ่ายเดือนละ 100,000 บาท) - ค่าอุปกรณ์ ผู้เข้าร่วมรายการในการผลิต content ((เหมาจ่ายเดือนละ 15,000 บาท) - ค่าน้ำ /ค่าไฟ (เหมาจ่ายเดือนละ 10,000 บาท) - ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา(เหมาจ่ายเดือนละ 10,000 บาท)	- ค่าบริการสมาชิกรายเดือน(เฉลี่ย 250,000 บาท/เดือน) - จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่างๆโดยทำหน้าที่เป็นสื่อเผยแพร่ (เฉลี่ย 200,000 บาท/เดือน - รับทุนจากหน่วยงานต่างๆ (เฉลี่ย 200,000 บาท/เดือน) - รับจ้างผลิตสื่อ(เฉลี่ย 50,000 ต่อปี หรือ 4,160 บาท/เดือน) - ขายเนื้อหาให้ช่องรายการอื่นๆหรือสื่อโทรทัศน์ใบอนุญาตอื่นๆ เช่น เคเบิลท้องถิ่น โทรทัศน์สาธารณะ (เฉลี่ย 100,000 บาท ต่อปี หรือ 8,320 บาท/เดือน) - ขายข่าว/รายการ(เฉลี่ย 50,000บาท ต่อปี หรือ 4,160 บาท/เดือน) - จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน บริการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP เป็นรายได้ให้กับชุมชนนั้นๆ(รายได้ชุมชน) (เฉลี่ย 1,000,000บาท ต่อปี หรือ 8,320 บาท/เดือน) - รายได้จากการให้เช่าสถานที่/อุปกรณ์ (เฉลี่ย 50,000 บาท ต่อปี หรือ 4,160 บาท/เดือน) - อื่นๆ เช่น รายได้จากการจัดกิจกรรม(เฉลี่ย 50,000 บาท ต่อปี หรือ 4,160 บาท/เดือน)
สรุป : ด้านรายจ่าย 213,000 บาท/เดือน	สรุป : ด้านรายรับ 483,280 บาท/เดือน

จากการศึกษาข้อมูลและตัวอย่างดังกล่าว ทางที่ปรึกษาได้จัดร่างรูปแบบจำลองทางธุรกิจในส่วนของกิจกรรมหลัก และทรัพยากรหลักในกลุ่มนี้ อาจยังไม่ต้องประเมินในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ แต่ควรมีพื้นฐานองค์กรในด้านกิจกรรมทางเครือข่ายและการพัฒนาด้านสังคมอยู่ในระดับหนึ่งหรืออาจเทียบเท่ากับกลุ่มรูปแบบจำลองทางธุรกิจ 1 ดังนั้นองค์ประกอบในแผนธุรกิจทั้ง 9 ส่วน ในเบื้องต้น ควรประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ			
6	สามารถนำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน			
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ			
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุปเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล			
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน			
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				
1	มีการจัดประชุมร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน			
3	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ			
4	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย			
5	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
6	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วม เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การนำเสนอข้อมูลชุมชน ผ่านช่องทางที่องค์กรมี			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
2	การประชุมร่วมกับชุมชน ชาวบ้าน			
3	การลงพื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน			
4	การจัดเวทีสาธารณะ			
5	การประชุมเครือข่าย/การถอดบทเรียน			
6	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ตลาด IT ฯลฯ			
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	พนักงานผู้นำกลุ่ม และกระบวนกร			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือสื่อสารเบื้องต้น เช่น มือถือ คอมพิวเตอร์			
3	เครือข่ายด้านข้อมูล			
4	อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ			
2	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
3	สื่อภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
4	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์			
5	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
6	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ			
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ			
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก			
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา			
5	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าดำเนินการกิจกรรม			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการกิจกรรม			
3	ค่าโครงข่าย			
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา			
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			

รูปแบบจำลองทางธุรกิจที่ 3 : กลุ่มชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนที่สนใจและรวมตัวเพื่อให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ในปัจจุบันองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน/หมู่บ้าน/ตำบล ได้มีบทบาทสำคัญในการเป็นแกนกลาง การขับเคลื่อนงานพัฒนาด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาระบบการออม/กองทุนชุมชน การพัฒนาสวัสดิการชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและพัฒนาระบบที่ยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน/วิสาหกิจชุมชน การฟื้นฟูวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น การแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยที่ดินทำกิน ฯลฯ ในระดับนโยบาย การพัฒนาทั้งในส่วนกลางของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรพัฒนาเอกชน ต่างก็มีทิศทางการส่งเสริมให้ชุมชนเป็นหลักในการพัฒนา มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของชุมชน ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่กลุ่มชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนที่จะมีศักยภาพในการที่จะบริหารงานบริการโทรทัศน์ชุมชนได้

- **ชุมชน** ตาม พ.ร.บ. สภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551¹² หมายความว่ากลุ่มประชาชนที่รวมตัวกันโดยมีผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ร่วมกันเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนกัน หรือทำกิจกรรมอันชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน หรือดำเนินการอื่นๆ อันเป็นประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีระบบบริหารจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้ ชุมชน จึงหมายถึงกลุ่ม/องค์กรชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน ในความหมายโดยทั่วไป
- **กลุ่มชุมชน**¹³ จะมีลักษณะเป็นการรวมกลุ่มทางสังคมที่มีสิ่งร่วมกัน (commonality) เช่น สังคม, ศาสนา, ค่านิยม, ประเพณี หรืออัตลักษณ์เป็นจุดร่วมกัน โดยการรวมกันจะตั้งอยู่ภายในบริเวณทางภูมิศาสตร์บริเวณหนึ่ง เช่น ประเทศ หมู่บ้าน เมือง ย่าน หรือในพื้นที่เสมือนผ่านแพลตฟอร์มในการติดต่อสื่อสารด้านความสัมพันธ์ร่วมกัน และอาจขยายออกนอกความสัมพันธ์ทางเครือญาติ โดยกลุ่มชุมชนอาจรวมถึงกลุ่มขนาดเล็ก ถึงกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ชุมชนรัฐ ชุมชนระหว่างประเทศ เป็นต้น
- **องค์กรชุมชน** ตาม พ.ร.บ. สภาองค์กรชุมชน พ.ศ.2551 หมายความว่า กลุ่มคนที่มีระบบการจัดการที่สมาชิกของชุมชนจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ พัฒนาอาชีพ เพิ่มรายได้ พัฒนาที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม หรือพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่ม
- **เครือข่ายองค์กรชุมชน**¹⁴ หมายความว่า เครือข่ายองค์กรชุมชนที่มีการรวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ของเครือข่ายองค์กรชุมชนในกลุ่มนั้น โดยเครือข่าย¹⁵ จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีหลักการ

¹² <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%CA77/%CA77-20-2551-a0001.htm>

¹³ <https://th.wikipedia.org/wiki/ชุมชน>

¹⁴ คู่มือการรับรองสถานภาพการเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กรมหาชน) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีนาคม 2558

¹⁵ วีระศักดิ์ เครือเทพ 2550, เครือข่าย: นวัตกรรมการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ข้อตกลง และแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน เป็นความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันซึ่งแลกเปลี่ยนความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านทางผู้นำหรือสมาชิกของกลุ่มที่ทำงานร่วมกัน มีอุดมการณ์ มีค่านิยมและเป้าหมายร่วมกัน การเรียนรู้บางอย่างรับจากภายนอก และปรับประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเครือข่ายนั้น

- **สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)** ซึ่งมีบทบาทตามพระราชกฤษฎีกา การจัดตั้งสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) มาตรา 8(4) ในการให้การรับรองสถานภาพการเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อให้หน่วยงานและองค์กรสาธารณะต่างๆ ยอมรับสถานะบทบาทขององค์กรชุมชนในการร่วมพัฒนา พร้อมทั้งมีข้อมูลองค์กรชุมชนที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานร่วมกันขององค์กรชุมชนและหน่วยงานต่างๆ โดยคุณสมบัติองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนที่จะได้รับการรับรองสถานภาพ จะประกอบด้วย
 1. การเป็นองค์กรที่มีการก่อตั้งโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ชัดเจน
 2. การมีวัตถุประสงค์ เป้าหมายของการรวมตัวกันเพื่อการพัฒนา
 3. การเป็นองค์กรที่มีกติกาและระบบการบริหารจัดการองค์กรที่เปิดเผย โปร่งใส
 4. การมีคณะกรรมการที่มาจากการเลือกของสมาชิก ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลองค์กร
 5. การมีแผนงาน การดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรที่ต่อเนื่อง
- **วิสาหกิจชุมชน**¹⁶ จะมีลักษณะของการรวมกลุ่มเพื่อการผลิต การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเอง ชุมชน และระหว่างชุมชน

ทั้งกลุ่มชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน และวิสาหกิจชุมชน จากประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 กำหนดว่าผู้ขอรับใบอนุญาตสามารถเป็นกลุ่มคนในท้องถิ่นจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน และกลุ่มคนเหล่านี้จะการทำงานร่วมกันและมีความสัมพันธ์กันในระดับหนึ่ง รวมทั้งความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน แต่จะไม่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ผลิตรายการเอง อาจมีประสบการณ์ในการว่าจ้างในการผลิตสื่อ ไม่มีห้องปฏิบัติการด้านโทรทัศน์ แต่อาจมีการผลิตสื่อเบื้องต้นจากอุปกรณ์ Smart Phone มีกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายภาคสังคมในพื้นที่บ้าง แต่จะอยู่ในเฉพาะประเด็นที่กลุ่มเกี่ยวข้อง อาจมีรูปแบบและการบริหารกลุ่มที่ไม่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่ม มีการจัดทำรายได้ รายจ่ายเบื้องต้น เพื่อสื่อสารและตรวจสอบกันภายในกลุ่ม และเป็นไปตามที่มาตรฐานระบบการจัดการวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม¹⁷ ที่ประกอบไปด้วย 5 หมวด ดังนี้

¹⁶ http://www.nonthaburi.doae.go.th/community_01_001.html

¹⁷ <https://sakeo.cdd.go.th/about-us/vision-mission>

หมวดที่ 1 การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก

- 1.1 ด้านโครงสร้างองค์กร
- 1.2 ด้านการนำองค์กร
- 1.3 ด้านการสื่อสาร ทบทวน และติดตาม
- 1.4 ด้านความสามารถและการฝึกอบรมการทำงาน

หมวดที่ 2 ด้านการนำองค์กร

- 2.1 ด้านตลาดและลูกค้า
- 2.2 ด้านการรับคำสั่งซื้อ

หมวดที่ 3 การบริหารจัดการด้านการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต

- 3.1 ด้านการจัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต
- 3.2 ด้านการผลิตสินค้า
- 3.3 ด้านเครื่องมือ/อุปกรณ์และสถานที่ผลิต
- 3.4 ด้านบรรจุและจัดส่ง

หมวดที่ 4 การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน

- 4.1 ด้านรายรับ-รายจ่าย
- 4.2 ด้านต้นทุนและกำไร
- 4.3 ด้านการเงินของกลุ่ม
- 4.4 ด้านทรัพย์สินและหนี้สิน

หมวดที่ 5 การปรับปรุงและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน

- 5.1 พัฒนาด้านการเรียนรู้ขององค์กร/พนักงาน
- 5.2 พัฒนาด้านเทคนิคและฝีมือการผลิต
- 5.3 พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
- 5.4 พัฒนาปรับปรุงธุรกิจ
- 5.5 พัฒนาด้านเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน
- 5.6 พัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน
- 5.7 พัฒนาด้านการพึ่งตนเอง
- 5.8 การอนุรักษ์ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น

 วิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับเขต ปี 2562 		 วิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับเขต ปี 2562 	
ชื่อ	วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี	ชื่อ	วิสาหกิจชุมชนบ้านยายกะเลาะจันกร์ จังหวัดสมุทรสาคร
ประธานกลุ่ม	นางจารุณี นุชนี	ประธานกลุ่ม	นางมาเรียม กองบัว
ติดต่อ	เลขที่ 47 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี	ติดต่อ	เลขที่ 3/6 หมู่ 4 ตำบลนาโคก อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
โทร	087-499-5464	โทร	081-793-9822
มาตรฐานที่ได้รับ	GAP	มาตรฐานที่ได้รับ	เครื่องหมาย อย., GMP, มาตรฐานอาหารฮาลาล
กิจกรรม	 ปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษ	กิจกรรม	 ผลิตภัณฑ์ ไข่เค็มพอกโคลนทะเล อาหารทะเลแปรรูป

 วิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับเขต ปี 2562 		 วิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับเขต ปี 2562 	
ชื่อ	วิสาหกิจชุมชนส่งเสริมอาชีพชุมชนเกาะกอก จังหวัดระยอง	ชื่อ	วิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย จังหวัดขอนแก่น
ประธานกลุ่ม	นายสำราญ กิ้วยบรวร	ประธานกลุ่ม	นางสุภาณี ภูแล่นกี
ติดต่อ	เลขที่ 24/29 ซอยเนินพระ 2 ถนนรอกยหา ตำบลเนินพระ อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง	ติดต่อ	เลขที่ 46 หมู่ที่ 2 บ้านหัวฝาย ตำบลบ่อแดง อำเภอนบพิตำ จังหวัดขอนแก่น
โทร	081-615-8766	โทร	089-623-5156
มาตรฐานที่ได้รับ	เครื่องหมาย อย. และ GMP	มาตรฐานที่ได้รับ	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย (ตราสัญลักษณ์พระราชทาน), ผลิตภัณฑ์ OTOP และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
กิจกรรม	 ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ลูกประคบ ไรซ์เบอร์รี่สับเบียร์	กิจกรรม	 ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และการทอผ้า

ภาพที่ 10 ตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับเขต ปี 2562

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ทั้งจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ทั้ง 4 ภูมิภาค การประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนของผู้ให้บริการ และการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค คณะที่ปรึกษายังไม่สามารถค้นหากลุ่มชุมชน กลุ่มเครือข่ายองค์กรชุมชน และ/หรือวิสาหกิจชุมชนที่มีความประสงค์ในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มชุมชน กลุ่มเครือข่ายองค์กรชุมชน และ/หรือวิสาหกิจชุมชน เหล่านี้ ยังไม่ได้เข้าใจในบริบทของโทรศัพท์ชุมชนว่าจะเป็นประโยชน์หรือมีผลกระทบเชิงบวกกับกลุ่มชุมชน กลุ่มเครือข่ายองค์กรชุมชน และ/หรือวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างไร รวมทั้งอาจมีมุมมองว่าเทคโนโลยีที่จะใช้ดำเนินการกิจการโทรศัพท์ชุมชนมีความซับซ้อน และยากต่อการเข้าใจหรือนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งอาจต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้และได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์ก่อน ดังนั้นทางที่ปรึกษาจึงยังไม่มีตัวอย่างกลุ่มชุมชน กลุ่มเครือข่ายองค์กรชุมชน และ/หรือวิสาหกิจชุมชน ที่ทำรูปแบบจำลองทาง

ธุรกิจในกลุ่มนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตามจากคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มชุมชน กลุ่มเครือข่ายองค์กรชุมชน และ/หรือ วิสาหกิจชุมชน รูปแบบจำลองทางธุรกิจทางด้านการบริการโทรทัศนชุมชนในกลุ่มนี้ อาจจะไม่มีการประกอบการ การทำสื่อระดับโทรทัศน์ แต่อาจมีการประกอบการในการทำสื่อผ่าน Smart phone และการสื่อสารผ่าน Social Media แต่กลุ่มนี้มักจะมีฐานการขับเคลื่อนในชุมชนในด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นองค์กรประกอบในแผนธุรกิจเบื้องต้นทั้ง 9 ส่วน จะมีด้านคุณค่าที่ชัดเจน ส่วนทางด้านอื่นคงต้องมีการเตรียมและปรับกระบวนการทำงานให้มีคุณลักษณะที่ สอดคล้องกับองค์ประกอบในแผนธุรกิจให้มากขึ้น ซึ่งองค์ประกอบในแผนธุรกิจที่สามารถใช้ในการประเมินความ พร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรทั้ง 9 ส่วน มีดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถนำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
6	สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ดูแล			
2	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
3	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
4	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				
1	มีการจัดประชุมร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
3	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วม เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การนำเสนอข้อมูลชุมชน ผ่านช่องทางที่องค์กรมี			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
2	การประชุมเครือข่าย			
3	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ตลาด IT ฯลฯ			
4	การประสานงานด้านการตลาด			
5	การขายและการจัดส่งสินค้า			
6	การดูแลด้านการผลิตและคุณภาพ			
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	พนักงานผู้นำกลุ่ม และกระบวนกร			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือสื่อสารเบื้องต้น เช่น มือถือ คอมพิวเตอร์			
3	อุปกรณ์และเครื่องมือด้านการผลิต			
4	สถานที่ในการผลิต			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายกลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ			
2	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
3	สื่อภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
4	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์และบริการ			
2	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ			
	รายได้จากการระดมทุน อาทิ ค่าสมาชิก หุ้น			
3	รายได้จากทุนการสนับสนุนกิจกรรมชุมชนและวิสาหกิจชุมชนและกองทุนต่าง ๆ			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าดำเนินการกิจกรรม			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการกิจกรรม			
3	ค่าโครงข่าย			
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			

ซึ่งจากตัวอย่างรูปแบบจำลองทางธุรกิจของทั้ง 3 รูปแบบจำลองทางธุรกิจ จะเห็นได้ว่าการจัดทำแผนธุรกิจ ส่วนของการสร้างคุณค่า และส่วนของกลุ่มเป้าหมายคนดูนั้นเป็นส่วนสำคัญที่ผู้ประสงค์จะดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนจะต้องทำให้ชัดเจน ซึ่งถ้าสามารถสร้างคุณค่าได้มากที่สุด และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะทำให้ชุมชนนั้นเห็นคุณค่า อาทิเช่น ถ้าชุมชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ การนำเสนอการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลสุขภาพ การถอดและถ่ายทอดความรู้ความสามารถที่ผู้สูงอายุสะสมมา เพื่อนำมาก่อให้เกิดประโยชน์กลับสู่ชุมชนให้ได้อย่างชัดเจน การสร้างแรงบันดาลใจและการอยู่อย่าง “เป็น” ของคนวัยนี้ รวมทั้งการอยู่ร่วมกันของคนชรากับเด็กวัยใส เป็นต้น ซึ่งเมื่อคุณค่าและกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกัน การสร้างเนื้อหา ก็จะชัดเจน การพิจารณาในด้านการสร้างความสัมพันธ์ วิธีการสื่อสาร ทรัพยากร และบุคลากร ตลอดจนการหาผู้ที่จะช่วยเหลือได้ ก็จะชัดเจนตามมาเช่นกัน

4.2 กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุน

ในการส่งเสริมและพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งเป็นสื่อสาธารณะในระดับท้องถิ่น ที่มุ่งเน้นด้านการสื่อสารข้อมูลเพื่อชุมชน โดยชุมชนนั้น จากรายงานผลการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี 2561 ได้มีข้อเสนอแนะให้มีการจัดทำแนวทางที่ชัดเจน อาทิเช่น

- แนวทางและวิธีการติดตามการปฏิบัติตามเงื่อนไข เช่น 70% ของเนื้อหาต้องเป็นรายการข่าวและอย่างน้อย 50% ของรายการที่ออกอากาศต้องเป็นการผลิตเนื้อหาโดยชุมชน
- จัดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ รวมทั้งการระบุผังรายการและสัดส่วนรายการต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละห้าสิบของเวลาออกอากาศทั้งหมด
- การกำหนดสิ่งที่ไม่ห้ามให้ออกอากาศ เช่น เนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการลัทธิการปกครอง เนื้อหาที่ลามกอนาจาร เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพ ฯลฯ
- แนวทางการออกอากาศที่ส่งเสริมการคุ้มครองเด็กและเยาวชน คนพิการ และคนด้อยโอกาส
- แนวทางจัดเก็บข้อมูลเพื่อให้ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า 60 วัน
- หลักการที่พึงปฏิบัติของสถานี บนพื้นฐานของการกำกับดูแลตนเอง
- หลักการที่พึงปฏิบัติของสถานีที่มีนโยบายและวิธีจัดการปัญหาและเรื่องทุกข์ร้อนของอาสาสมัคร รวมทั้งการแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนจากผู้ชม
- แนวทางและรูปแบบการกำกับดูแลตนเองของเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน และ/หรือ การกำกับดูแลร่วมกันระหว่างชุมชนกับภาครัฐ
- แนวทางการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลองค์กร

นอกจากนี้ยังได้มีข้อเสนอหัวข้อที่ควรมีในหลักปฏิบัติของสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อการบริหารและดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม เช่น มีความถูกต้อง เสมอภาค ยุติธรรม เคารพในความเห็นที่แตกต่าง เคารพในความเป็นส่วนตัวและสิทธิเด็ก มีความเป็นกลางทางการเมือง ฯลฯ รวมทั้งแนวทางการสร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ไม่ว่าจะในรูปแบบของสภาผู้ชม กลุ่มเครือข่ายชุมชน และกรรมการที่ปรึกษาสถานี แนวทางการพัฒนาบุคลากร การเสนอให้มีศูนย์อบรมด้านสื่อ (Media Training Center) การมีห้องสมุดเนื้อหา และแนวทางการหาทุนเพื่อให้บริการโทรทัศน์ชุมชนอย่างต่อเนื่องไม่ว่าการเก็บค่าสมาชิก การรับเงินอุดหนุนจากคนในชุมชน บริษัท หรือห้างร้านในพื้นที่ ค่าเวลาสำหรับการประกาศต่างๆ เป็นต้น

ในปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่ชุมชนในทุกแห่งของประเทศไทย ยังไม่มีความเข้มแข็งทั้งทางด้านองค์ความรู้ ด้านการจัดการ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจ ผู้แทนสมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (พะเยาทีวี) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของโทรทัศน์ชุมชน ไว้ดังนี้ “สื่อชุมชนพื้นที่จำกัด คนสนใจต้องเฉพาะคนในพื้นที่ คนระดับพื้นเมือง ยังอาศัยสื่อหน้าจอกเป็นหลัก ต้นทุนสูงในการผลิตสื่อสูง เพราะต้องใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือในระดับที่โทรทัศน์ทั่วไปใช้ เนื่องจากการถ่ายด้วยมือถืออาจไม่ได้ทั้งด้านความชัดและเสียง ซึ่งปัจจุบันในแต่ละตอนก็มีค่าใช้จ่ายในหลักหมื่น (ไม่รวมค่าเดินทางและที่พัก) พื้นที่ดูแลน้อย เนื่องจากถ้าทาง กสทช. ให้ดูแลแค่จังหวัดเดียว ซึ่งถ้าขนาดเล็กแบบพะเยา ดังนั้นผู้ที่สนใจสนับสนุน หรือบริจาค รวมทั้งโครงการของภาครัฐก็จะน้อย ดังนั้นควรจัดสรรจังหวัดใหญ่ร่วมกับจังหวัดเล็กด้วย ความชัดเจนของระเบียบของ กสทช. โดยเฉพาะการหาเงินสนับสนุนจากพื้นที่” ผู้แทนมูลนิธิสื่อสร้างสุข (โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี) “โทรทัศน์ชุมชนอาจโดนครอบงำจากนักธุรกิจ ภาครัฐ เป็นเครื่องมือทางการเมือง” ผู้จัดการโครงการมูลนิธิรักษไทย สำนักงานกระบี่ (โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง) “ขาดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน เพราะไม่มีการจัดจ้าง” ดังนั้นถ้าหน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญของการมีโทรทัศน์ชุมชน ก็จำเป็นต้องออกแบบกิจกรรมที่จะเอื้อให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมโทรทัศน์ชุมชนด้วยตนเองได้ จากการศึกษาทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค การประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม และการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม ทางคณะที่ปรึกษาได้ประมวลข้อมูล และขอเสนอแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุน โดยแบ่งเป็น 3 กิจกรรมดังนี้

1. ด้านการกำหนดนโยบาย ทิศทาง ติดตามและประมวลผล การดำเนินกิจกรรมโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งสามารถกำหนดโครงสร้างให้อยู่ในรูปของ “คณะกรรมการนโยบาย” ซึ่งจะเป็นคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อกำกับดูแล และติดตามผลการดำเนินงานทั้งระบบของโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปในทิศทางที่คณะกรรมการนโยบายได้กำหนดขึ้น สามารถแก้ไขปัญหามาตรกต่างๆ ได้โดยคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐและประชาชนเป็นสำคัญ โดยคณะกรรมการนโยบาย ควรมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- กำหนดนโยบายและทิศทางโดยทั่วไปของโทรทัศน์ชุมชน
- คุ้มครองรักษาความเป็นอิสระของโทรทัศน์ชุมชนให้ปลอดจากการแทรกแซง

- ให้ความเห็นชอบแผนการบริหารกิจการโทรทัศน์ชุมชนของคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและทิศทางที่ได้กำหนดไว้
- ควบคุมและติดตามการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย
- กำหนดข้อบังคับด้านจริยธรรมของคณะกรรมการบริหาร และบทลงโทษ
- กำกับดูแลเพื่อให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและคำติชม ตลอดจนข้อร้องเรียนของประชาชน เพื่อให้ได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสมและรวดเร็ว
- แต่งตั้งและถอดถอนคณะกรรมการบริหาร
- กำหนดข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิต และการเผยแพร่รายการของโทรทัศน์ชุมชน
- แต่งตั้งคณะอนุกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน

คณะกรรมการนโยบายของโทรทัศน์ชุมชน ควรประกอบไปด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านการจัดการองค์กร
- ด้านการบริหารจัดการเครือข่ายภาคสาธารณะ
- ด้านสื่อสารมวลชน
- ด้านกฎหมายกฎระเบียบ

ทางด้านนโยบาย เนื่องจากโทรทัศน์ชุมชนเป็นสิ่งที่ไม่เคยมีการดำเนินงานในประเทศไทยมาก่อน ดังนั้นจึงมีผู้รู้และเข้าใจเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ดังนั้นเพื่อจึงต้องมีการดูแลและพัฒนาอย่างใกล้ชิดในระยะแรก เพื่อให้ทั้งผู้ให้บริการและชุมชนได้เข้าใจ และสามารถใช้ประโยชน์จากการมีโทรทัศน์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นทางที่ปรึกษาจึงได้มีข้อเสนอเบื้องต้นในการกำหนดนโยบายไว้ 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 : ระยะการส่งเสริมและพัฒนาเนื้อหาการนำเสนอ (Contents Stage) ซึ่งเป็นระยะเริ่มแรกของผู้ประกอบการทีวีชุมชนที่จะเรียนรู้และเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งในระยะที่ทาง กสทช.จำเป็นต้องดูแลอย่างใกล้ชิด ทั้งการสนับสนุนและช่วยเหลือทั้งทางด้านกฎระเบียบและกิจกรรมส่งเสริมต่างๆ เพื่อให้การดำเนินการของโทรทัศน์ชุมชนสอดคล้องกับความต้องการของทั้งภาครัฐและชุมชนมากที่สุด โดยระยะนี้กระบวนการจัดการอาจจะขึ้นกับส่วนภาครัฐเป็นสำคัญ ซึ่งน้ำหนักและบทบาทต่างๆ อาจเป็น 80:20 คือภาครัฐคอยให้การกำกับและสนับสนุนผ่านกิจกรรมต่างๆ 80% ส่วนผู้ประกอบการและประชาสังคมดำเนินการและสร้างการเรียนรู้ร่วม 20% โดยนโยบายของระยะนี้ อาจใช้เวลาพัฒนาร่วมกันประมาณ 5 ปี

ระยะที่ 2 : ระยะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperation Stage) ซึ่งเป็นระยะที่เครือข่ายของผู้ประกอบการโทรทัศนชุมชน จะนำประสบการณ์และปัญหาต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาวิธีการหรือการแก้ไขในแต่ละสถานการณ์ที่เหมาะสม ซึ่งในระยะนี้ บทบาทภาครัฐและภาคปฏิบัติ คือผู้ประกอบการโทรทัศนชุมชนและประชาสังคม ในชุมชน จะอยู่ในสถานการณ์เป็นผู้ร่วมพัฒนา ดังนั้นบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ ควรจะอยู่ในระดับ 50:50 โดยผู้ประกอบการและสังคมมีส่วนรับผิดชอบและอำนาจการตัดสินใจมากขึ้น เพราะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้กับชุมชนมากกว่าส่วนภาครัฐ จึงมีข้อมูลและข้อเท็จจริงที่สอดคล้องกับบริบทในพื้นที่มากกว่าภาครัฐ โดยนโยบายของระยะนี้ อาจใช้เวลาพัฒนา ร่วมกันประมาณ 5 ปี

ระยะที่ 3 : ระยะของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน (Continual Stage) ซึ่งเป็นระยะที่ผู้ประกอบการโทรทัศนชุมชน จะทำการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน ดังนั้นบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ จะอยู่ที่ผู้ประกอบการและชุมชนมากขึ้น ภาครัฐจะทำหน้าที่เพียงการหนุนเสริมและส่งเสริม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ ดังนั้นบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบควรจะอยู่ในระดับ 20:80 คือภาครัฐมีกิจกรรมเพื่อการสนับสนุนและส่งเสริม 20% และผู้ประกอบการกับชุมชนจะเป็นผู้ดำเนินการและกำหนดแนวทางปฏิบัติเอง 80% ตลอดไป

จากประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเครือข่ายด้านสื่อชุมชน 4 ภูมิภาค ได้มีข้อคิดเห็นด้านแนวทางการกำหนดนโยบาย / กลยุทธ์ / กำกับ / ส่งเสริม โทรทัศนชุมชน ไว้ดังนี้

- ด้านการหารายได้ การเปิดโอกาสให้ระดมทุน ซึ่งจากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศนชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม 172 ราย พบว่า 35.5% จะมีรูปแบบการหารายได้จากเงินบริจาค 30.8% จากเงินสนับสนุนจากรัฐ และ 24.4% จากการผลิตสื่อในงานอีเว้นท์, ผลิตภัณฑ์, ทำคลิปสั้นให้หน่วยงานต่างๆ นอกจากนั้นยังอาจกำหนดนโยบายรูปแบบการหารายได้จากการโฆษณาที่ไม่ขัดต่อ พรบ. รวมทั้งสัดส่วนของระยะเวลาที่สามารถโฆษณาได้ ดังเช่น ผลการศึกษาของ ITU ที่โทรทัศนชุมชนในประเทศออสเตรเลียสามารถโฆษณาได้ไม่เกิน 7 นาทีของแต่ละชั่วโมงการออกอากาศ ประเทศแคนาดาสามารถลงข้อความเชิงพาณิชย์จากสปอนเซอร์โดยต้องไม่เกิน 15 วินาทีต่อข้อความและประกาศได้แค่ชื่อสินค้าหรือบริการ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ให้การสนับสนุนเท่านั้น และประเทศแอฟริกาใต้สามารถหารายได้จากค่าโฆษณาได้ไม่เกิน 8 นาทีต่อชั่วโมง เป็นต้น
- ด้านเนื้อหา ซึ่งจากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศนชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม 172 ราย พบว่ากลุ่มสมาคม/มูลนิธิ/นิติบุคคล มีความพร้อมในการผลิตรายการเพื่อออกอากาศได้ 1-3 ชั่วโมง/วัน ในขณะที่กลุ่มกิจกรรมที่สนใจให้บริการโทรทัศนชุมชน จะมีความพร้อมในการผลิตรายการเพื่อออกอากาศได้ 1-2 วัน/สัปดาห์

- ด้านการป้องกันการแทรกแซงจากรัฐ
- ด้านการขยายช่องทางสู่สื่อใหม่ ซึ่งจากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม 172 ราย พบว่าผู้ให้บริการ 86.6% มีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์/Facebook/Youtube/Instagram/Line/Twitter เป็นต้น ดังนั้นจึงอยากให้มีแนวทางการขยายช่องทางสู่สื่อใหม่ที่ชัดเจน
- กองทุนสื่อ ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- ด้านการส่งเสริมเครื่องมือ งบประมาณ และบุคลากรในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- การสร้างเวทีที่ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ให้คนในชุมชนเข้าใจ เช่น กระบวนการสร้างความเข้าใจว่าทำไมต้องมีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- การสนับสนุนให้เกิดสภาโทรทัศน์ชุมชน
- การสนับสนุนและส่งเสริมผ่านกองทุน กทปส. การมีหลักเกณฑ์กำหนดสัดส่วนการหารายได้ ต่อการขอรับบริจาค
- การส่งเสริมนโยบายการกำกับดูแลตนเอง
- การเสนอให้มีการทดลองใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่

ด้านการบริหารจัดการส่วนกลางของโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งจะมีความรับผิดชอบในการจัดทำและพิจารณาแผนงานส่งเสริมและพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ตลอดจนผลักดันให้เกิดกิจกรรมเหล่านั้น โดยการบริหารจัดการอาจอยู่ในรูปของ “คณะกรรมการบริหารส่วนกลาง” ซึ่งจะคอยกำกับการทำงานของคณะทำงานต่างๆ บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร ควรประกอบด้วย ดังนี้

1. ควบคุมดูแลและดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย
2. กำกับดูแลการปฏิบัติงานของโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นไปตามกฎหมายหรือระเบียบ ข้อบังคับ ที่ได้กำหนดไว้
3. จัดทำแผนการบริหารจัดการส่วนกลางของโทรทัศน์ชุมชน เสนอต่อคณะกรรมการนโยบายเพื่อให้ความเห็นชอบ
4. ประเมินและติดตามคุณภาพของโทรทัศน์ชุมชนว่าเป็นไปตามทิศทางที่กำหนดไว้
5. ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายมอบหมาย

คณะทำงานต่างๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการบริหาร ควรประกอบด้วยกิจกรรม ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมด้านการคัดเลือกผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน
- กิจกรรมด้านการกำกับโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นไปตามนโยบายและกฎระเบียบที่กำหนดไว้
- กิจกรรมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน
- กิจกรรมด้านการพัฒนาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน
- กิจกรรมด้านการรับเรื่องร้องเรียน
- กิจกรรมด้านการควบคุมจริยธรรมสื่อ

ในด้านการบริหารจัดการส่วนกลาง มีความสำคัญมาก ดังที่ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย ตามที่ได้รวบรวมไว้ในภาคผนวก โดยมีข้อคิดเห็นในด้านนี้ ดังนี้ “กสทช. ได้ออกแบบใบอนุญาตประเภทต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดการครอบงำ และป้องกันการเข้ามาเป็นนอมินี ดังนั้น กสทช. จึงทำหน้าที่กลั่นกรองคุณสมบัติของผู้ที่มีความพร้อมดำเนินการกิจการประเภทต่างๆ” และสิ่งที่โทรทัศน์ชุมชนควรได้รับการสนับสนุน ได้แก่ “ในด้านกฎหมายที่ได้กำหนดไว้ว่า รัฐกำหนดให้ กสทช. สนับสนุนชุมชนที่มีคุณภาพ ได้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของรายได้ กสทช. มีงบประมาณสนับสนุนอยู่ และสิ่งที่ กสทช. จะช่วยได้คือ งบประมาณที่เป็นการสนับสนุน (Reward) ให้สถานีนั่น ๆ ไปทำให้สถานีดีขึ้น พัฒนาขึ้น รัฐบาลจัดสรรคลื่นความถี่ไว้ให้อยู่แล้ว ผู้ที่มีความประสงค์ประกอบกิจการชุมชน สามารถใช้งานได้ หากความเห็นในพื้นที่มองว่า กสทช. ต้องให้การสนับสนุน หรือรัฐต้องเป็นหลักในการสนับสนุน จะขัดแย้งกับหลักการของการบริการชุมชนที่ต้องไม่มีรัฐครอบงำ จึงเป็นคำตอบว่า จากประสบการณ์การทดลอง ใบอนุญาตวิทยุชุมชน 10 กว่าปี จึงมีสถานีที่มีศักยภาพและอยู่ได้เพียง 10 กว่าสถานีเท่านั้น กสทช. ทำได้เพียง สนับสนุนทุนได้ไม่เกินกึ่งหนึ่งของรายได้ (ตัวอย่าง สถานีวิทยุที่อยู่ได้ 10 กว่าสถานี แทบไม่ของบประมาณ สนับสนุนเลย เพราะเขาอยู่ได้ด้วยตัวเอง ไม่ต้องทำรายงานส่ง กสทช. ไม่ต้องตอบคำถาม กสทช.)”

ในด้านการบริหารและกำกับเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์ชุมชน ได้มีข้อคิดเห็นดังนี้ “อาจมีทั้งในรูปแบบผังรายการ ซึ่งเป็นแบบที่เห็นในโทรทัศน์ทั่วไป และแบบไม่มีผังรายการ เช่น การบริหารกลุ่มรายการในพื้นที่สนใจซึ่ง อาจเป็นข่าวหรือกลุ่มสาระประโยชน์ที่เปิดมุมมองใหม่ๆ หรือเหตุการณ์ร้อน เช่น การป้องกันจากโรค Covid19 เป็นต้น รวมทั้งการเปิดช่องทางสื่อในแต่ละช่องทางอื่นที่ไม่เฉพาะหน้าจอ ควรมีการกำหนดจริยธรรมและระเบียบ จริยธรรมสื่อของโทรทัศน์ชุมชนให้ชัด การมี Style Book การมีจุดยืนที่ไม่สามารถขาดได้ในการดำเนินกิจกรรม เช่น การไม่ได้รับการรักษาความอิสระไม่ได้รับการแทรกแซงทั้งจากนายทุน การเมือง หรืออิทธิพล มีกลไกรับข้อ ร้องเรียน เช่น คณะอนุกรรมการรับเรื่องร้องเรียน มีการทำ Forum ประจำปี เพื่อทบทวนและนำข้อร้องเรียน/ ปัญหาที่พบมาปรับแก้แนวทางปฏิบัติใหม่ ควรมีคณะกรรมการคัดเลือกผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่มีศักยภาพ และในการคัดจาก Profile ซึ่งอาจใช้เกณฑ์ ด้านความเป็นอิสระ คุณค่าของความเป็นโทรทัศน์ชุมชนที่หน่วยงาน จะสร้างมีอะไรบ้าง และสิ่งที่โทรทัศน์ชุมชนจะสูญเสียไม่ได้มีอะไรบ้าง วิธีการรักษาความเป็นอิสระ สายสัมพันธ์ ระหว่างโทรทัศน์ชุมชนกับการเมือง/อิทธิพลและเชิงพาณิชย์ แนวทางการรักษาคุณค่าหลักของโทรทัศน์ชุมชน (ทางไทยพีบีเอส จะมีสถาบันสื่อสาธารณะซึ่งอาจช่วยในการ set เกณฑ์การประเมินผู้ประกอบการว่ามีศักยภาพใน การทำโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ได้หรือไม่ รวมทั้งการร่วมให้ข้อคิดเห็นในการกำหนดแนวและกฎระเบียบให้ชัดเจน โดยเฉพาะความเป็นอิสระโทรทัศน์ชุมชน” และ “ลักษณะเนื้อหาที่คาดหวังว่าคนในชุมชนจะได้รับประโยชน์ เช่น นักเรียนในชุมชนจะได้ดูรายการเกี่ยวกับการศึกษาทุกเช้า (ติวฟรี) และสามารถนำเสนอเนื้อหาตอบโจทย์ชุมชน โดยเฉพาะ โดยไม่หวังผลกำไร แต่สมาชิกทุกคนต้องช่วยกันดูแล หากเปรียบเทียบ สัดส่วนของเนื้อหาที่การ ให้บริการโทรทัศน์เป็นสาธารณะ จะกำหนดสัดส่วนความรู้ 70/30 % กรณีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ควรจะ กำหนดสัดส่วนเรื่องราวเกี่ยวกับในชุมชน 70% อีก 30% อาจจะเป็นเรื่องราวภายนอกชุมชน (ความรู้รอบตัว) การจัดการด้านจริยธรรมมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสื่อที่ใกล้ชิดชุมชน จะเป็นตัวอย่างให้กับชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้ เนื่องจากเป็นเรื่องราวใกล้ตัว จึงจำเป็นต้องมีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียน สร้างและสื่อสารมาตรการของ

การมีคุณธรรม จริยธรรม โดยมีแบบอย่างจากส่วนกลางนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชน เช่น มาตรฐานวิชาชีพ สื่อมวลชน”

นอกจากนี้ ถ้าชุมชนไม่พร้อมที่จะดำเนินกิจกรรมโทรทัศน์ชุมชน ไม่ว่าจะเกิดจากอุปสรรคหรือปัจจัยใดๆ ในข้อคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ข้อเสนอแนะดังนี้ “กสทช. ต้องกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อมให้เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในการขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน” และ “ด้านงบประมาณ จังหวัดหรือท้องถิ่น ควรมีส่วนจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนด้วยทุนของหน่วยงานเอง หากแต่ กสทช. หรือ กองทุนฯ มีความเป็นไปได้ที่จะช่วยสามารถสนับสนุน ประมาณ 10 - 20% และ จากแผนการศึกษาของสถานีต้นแบบที่ผ่านมา พบว่า เป็นไปไม่ได้ที่ กสทช. หรือกองทุนฯ จะให้การสนับสนุนได้ตลอดไป” ในขณะที่ทางผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่อง ได้แก่ พะเยาทีวี โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง ได้มีข้อเสนอทักษะที่ผู้ประกอบการควรได้รับการส่งเสริม เช่น ทักษะการผลิตเนื้อหา ทักษะพื้นฐานด้านเครือข่ายสังคม เช่น การเป็น Facilitator การเป็นผู้นำภาคสังคม การสร้างจิตสำนึกของจิตอาสา การเขียนโครงการพัฒนาชุมชน การบริหารโครงการภาคสังคม การสร้างแรงจูงใจภาคสังคม และการสร้างการเปลี่ยนแปลงภาคสังคม ฯลฯ และทักษะด้าน Social Media เป็นต้น และจากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเครือข่ายด้านสื่อชุมชน 4 ภูมิภาค ได้มีข้อเสนอหัวข้อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนา ไว้ดังนี้

- ด้านการผลิตเนื้อหาประเภทสาระบันเทิง
- ด้านการถอดบทเรียนจาก วิทย์ชุมชน Youtube Net Idol
- การจัดทำ Business Model ที่ยั่งยืน
- การประกอบกิจการแบบ Social Enterprise
- พัฒนาทักษะแก่บุคลากร ด้านเทคโนโลยี ทักษะการใช้อุปกรณ์ เนื้อหาด้านกฎหมาย เนื้อหาด้านจริยธรรมสื่อ
- อบรมหลักเกณฑ์ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- อบรมหลักเกณฑ์การดำเนินการด้านงบประมาณ
- หลักสูตรการจัดหารายได้
- เสริมทักษะการผลิตเนื้อหาชุมชน
- ส่งเสริมกระบวนการผลิตแบบมีอาชีพ

นอกจากนี้ จากการศึกษาการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม 172 ราย พบว่าผู้ต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน มีความต้องการการสนับสนุนในด้านการหาแหล่งทุนสนับสนุน 59.3% ด้านอุปกรณ์การผลิตรายการ 46.5% ด้านการพัฒนาบุคลากร 45.9% และด้านค่าเช่าโครงข่าย 45.3% ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถช่วยให้คณะกรรมการบริหารโทรทัศน์ชุมชน สามารถนำไปกำหนดทิศทางและกิจกรรมการสนับสนุนผู้ประกอบการฯ ต่อไป โดยกระบวนการพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องเป็น กสทช. ที่จะต้องดำเนินการ เพราะอาจเป็นหน่วยงานอื่นที่

เกี่ยวข้อง หรือสถาบันการศึกษาที่มีเนื้อหาและแนวทางการฝึกอบรมในด้านนี้อยู่แล้ว โดย กสทช.หรือคณะกรรมการบริหารอาจจะสนับสนุนหรือผลักดันให้เกิดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพเหล่านี้ขึ้น

ด้านเครือข่ายโทรทัศนชุมชน ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการโทรทัศนชุมชนโดยอาศัยอยู่ในรูปของ **“เครือข่ายโทรทัศนชุมชน”** ที่เชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และจากการประเมินการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศนชุมชนของผู้ให้บริการโดยใช้แบบสอบถาม 172 ราย พบว่าโดยส่วนใหญ่ 42.4% ของผู้ต้องการให้บริการโทรทัศนชุมชนจะคำนึงว่าเครือข่ายด้านข้อมูล (กลุ่มคนที่มีความเข้าใจพื้นที่ เพื่อออกแบบเนื้อหาให้ตรงความต้องการของคนในชุมชน) เป็นทรัพยากรที่สำคัญลำดับแรกที่ต้องมีในการทำสื่อ และ 41.3% คือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ ในประเด็นด้านเครือข่าย ได้มีข้อคิดเห็นจากผู้อำนวยการสำนักงานการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม (ขส.) ได้ให้ไว้ดังนี้ “การผลักดันนโยบายสนับสนุนโครงข่ายลักษณะต่างๆ ที่จะทำให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกันได้ โดยไม่ต้องมีการลงทุนเพิ่ม หรือสนับสนุนกระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนที่มีความต้องการโทรทัศนชุมชน” โครงสร้างการทำงานของเครือข่ายโทรทัศนชุมชนจะอยู่ในรูปแบบอิสระที่เครือข่ายจะบริหารจัดการกันเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- สะท้อนปัญหาของเครือข่ายโทรทัศนชุมชน
- สะท้อนปัญหาของชุมชนในแต่ละแห่ง เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
- ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายโทรทัศนชุมชนให้เข้มแข็ง
- ใช้เป็นแนวทางการปกป้องสื่อชุมชน เพื่อรักษาความเป็นกลางและความเป็นอิสระ
- กำกับดูแลโทรทัศนชุมชนด้วยกันเองให้สอดคล้องกับจริยธรรม และกฎข้อบังคับต่างๆ

นอกจากเครือข่ายโทรทัศนชุมชนแล้ว จากข้อคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้มีข้อสังเกตที่น่าสนใจ ดังนี้ “โทรทัศนชุมชนสามารถเป็นเครือข่ายร่วมกับโทรทัศนสาธารณะ (เช่น โทรทัศนต้นแบบทั้ง 3 แห่ง ก็เป็นเครือข่ายของสื่อสาธารณะไทยพีบีเอสที่ทำงานร่วมกันอยู่เดิม) รวมทั้งโทรทัศนชุมชนสามารถเป็น Stake holder ของโทรทัศนสาธารณะได้ สามารถร่วมกับโทรทัศนสาธารณะในการเป็น Partner ในระดับพื้นที่จนถึงการเป็น Co-production เช่นการร่วมกันจัดทำสารคดี การ Share value สามารถวางแผนยุทธศาสตร์ร่วมกัน แชร่เป้าาร่วม เช่น การกำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และสามารถร่วมกันในการ share resource เช่น กรณีที่โทรทัศนชุมชนขาดเครื่องมือ อุปกรณ์ รวมทั้งเทคนิคต่างๆ โดยโทรทัศนชุมชนอาจมีกำลังคนบนพื้นที่ และทรัพยากรทางปัญญาในพื้นที่ เป็นต้น กิจกรรมการส่งเสริมการรวมตัวของเครือข่าย (networking relationship) เช่นการให้พื้นที่ในการเจอกัน รวมทั้งการฝึกอบรมก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือสร้างเครือข่าย การบริหารเครือข่าย การพัฒนา engagement (การเพิ่มพื้นที่การเจอกัน) และ Empowerment (การเสริมศักยภาพ/การฝึกอบรม/การสร้างแรงจูงใจ) การกำหนดเป้าาร่วมเป็น roadmap การพัฒนาจนอาจรวมตัวของสมาพันธ์โทรทัศนชุมชน การบริหารในรูปแบบ Social Enterprise ในพื้นที่ การสร้างเป้าาร่วมกันจนอาจถึงการมีคณะทำงานร่วมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ร่วมกำหนดไว้ การบริหารงานแบบโปรเจคร่วม เป็นต้น” รวมทั้งข้อคิดเห็นอีกประเด็นหนึ่ง ดังนี้ “ความสัมพันธ์กันในเชิงการทำงานลักษณะเครือข่าย เช่น การแบ่งปันทรัพยากร โทรทัศนชุมชนสามารถใช้

ช่องทางโทรทัศน์สาธารณะได้ การทำหน้าที่โทรทัศน์ภูมิภาคกรมประชาสัมพันธ์ สามารถทำหน้าที่โทรทัศน์ชุมชนได้ เพราะตรงกับคุณสมบัติที่ กสทช. กำหนดไว้ เช่น การมีคณะกรรมการที่สามารถดำเนินการให้เกิดโทรทัศน์ชุมชนชัดเจน เพียงแต่กรมประชาสัมพันธ์ยังไม่ได้เชิญคณะกรรมการภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามา เพราะยังเป็นเพียงการดำเนินการของกรมประชาสัมพันธ์เพียงหน่วยงานเดียว หากจะเกิดการปรับโครงสร้างสภาพจากโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์มาเป็นโทรทัศน์ชุมชน โทรทัศน์ชุมชนสามารถเอื้อการทำงานให้กับโทรทัศน์สาธารณะซึ่งกันและกันได้ เพราะสัดส่วนของเนื้อหาโทรทัศน์สาธารณะมาจากชุมชน หากมีการทำงานร่วมกันจะเกิดขึ้นในรูปแบบเครือข่ายไม่ใช่ลักษณะคู่แข่ง เช่น การเปิดช่วงเวลาให้ชุมชนมีโอกาสนำเสนอในช่องทางโทรทัศน์สาธารณะ มีเนื้อหาชุมชนร่วมนำเสนอ โทรทัศน์สาธารณะมีเนื้อหาและพื้นที่กว้างกว่าโทรทัศน์ชุมชน โทรทัศน์สาธารณะสามารถครอบคลุมการนำเสนอได้ดีกว่า การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนควรใช้ช่องทางโทรทัศน์สาธารณะให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน ไม่ควรใช้ทรัพยากรซ้ำซ้อน”

4.3 การสนับสนุนผ่านด้านกฎระเบียบ

การสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชนผ่านกระบวนการกำหนดกฎหมาย กฎระเบียบนั้น มีความสำคัญมาก เพราะอาจเป็นทั้งปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้ โดยเบื้องต้นจากรายงานผลการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ปี 2561 ได้มีข้อเสนอแนะในเรื่องการพัฒนาด้านกฎระเบียบ อาทิเช่น ควรมีกฎการให้ใบอนุญาตพร้อมเงื่อนไขในการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่โปร่งใส รวมทั้งองค์ประกอบเบื้องต้นของคณะกรรมการของสถานีโทรทัศน์ชุมชน ข้อควรปฏิบัติพร้อมตัวอย่างในการกำกับดูแลเนื้อหารายการ หลักในการจัดการปัญหาและการแก้ไขข้อพิพาทและข้อร้องเรียนที่ชัดเจน แนวทางในการจัดทำรายได้ เป็นต้น และจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้มีข้อคิดเห็นในประเด็นนี้ ไว้ดังนี้ “กฎหมายว่าด้วยเรื่องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ได้แก่ โทรทัศน์ชุมชนแบบใช้คลื่นความถี่ ประกอบด้วย 2 หลักการที่เกี่ยวข้องดังนี้

หลักการแรก คือ นโยบายด้านการให้บริการและทิศทางของโทรทัศน์ชุมชน (กฎหมายยังไม่มีนโยบาย) ที่ผ่านมา กฎหมายหลักได้กล่าวถึงเพียงการใช้คลื่นความถี่ที่นำไปใช้สำหรับบริการชุมชน ซึ่งกฎหมายเดิมระบุไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 เมื่อมีการแก้ไขกฎหมายใหม่ ระบุว่า กสทช. ต้องจัดสรรคลื่นความถี่บริการสาธารณะและชุมชน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของการออกใบอนุญาตในแต่ละครั้ง เช่น กสทช. ต้องทำแผนความถี่ ใบอนุญาตจำนวน 10 สถานี 10 ช่อง (กสทช. จะต้องระบุสัดส่วนว่าสามารถออกใบอนุญาตให้กับชุมชนจำนวนเท่าใด ใบอนุญาตสาธารณะจำนวนเท่าใด ใน 10 ช่อง) โดยมีสำนักที่เกี่ยวข้องได้แก่ สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ทส.) ซึ่งอยู่ระหว่างจัดทำสัดส่วนดังกล่าว

หลักการสอง หลักเกณฑ์การอนุญาตผู้ที่มีความประสงค์ในการขอใบอนุญาตโทรทัศน์ชุมชน ใครจะสามารถขอใบอนุญาตได้ บุคคลประเภทใด ชุมชนลักษณะใด ซึ่งยังไม่มีหลักเกณฑ์กำหนด”

นอกจากนี้ยังมีข้อคิดเห็นในด้านกฎหมายเพิ่มเติมไว้ดังนี้ “เนื่องจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์ชุมชนมีมานานมาก แต่ขณะนี้ เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้มองว่า ประชาชนมีทางเลือกในการรับสื่อได้หลายช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Social Media จึงทำให้เกิดคำถามว่า ยังจะต้องผลักดันให้เกิดโทรศัพท์ชุมชนหรือไม่ พรบ. กสทช. ในบทบาทของกองทุนวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับมาตรา 51 และ มาตรา 52 มีวัตถุประสงค์ดำเนินการให้ประชาชน ตลอดจนส่งเสริมให้ชุมชนและส่งเสริมผู้ประกอบการบริการชุมชน ได้รับการบริการกระจายเสียง บริการโทรศัพท์ บริการโทรคมนาคม ตามมาตรา 51 อย่างทั่วถึง ภายใต้ พรบ. ดังกล่าว ยังระบุว่า การสนับสนุนชุมชนที่มีคุณภาพต้องเป็นการอุดหนุนการดำเนินงานของสถานที่ไม่ใช่สนับสนุนรายการใดรายการหนึ่งเป็นการเฉพาะ และต้องไม่เกินกึ่งหนึ่งของรายได้ ในส่วนนี้ คือ สามารถใช้งบสนับสนุนจากกองทุนได้ (อ้างอิงหลักเกณฑ์การสนับสนุน)” และ “การกำหนดกฎระเบียบในทางปฏิบัติของโทรศัพท์ชุมชนให้ชัดเจน และการส่งเสริมให้โทรศัพท์ชุมชนสามารถดำเนินการในระยะเริ่มแรกจนถึงความยั่งยืน ไม่ว่าในด้านงบประมาณที่อยู่ในรูปทุนวิจัย การฝึกอบรม หรือช่วยเหลือในด้านการสร้างเครือข่ายสังคมให้แข็งแรง” และผู้ประกอบการโทรศัพท์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนาร่อง ได้แก่ พะเยาทีวี โทรศัพท์ชุมชนอุบลราชธานี โทรศัพท์ชุมชนอันดามันมั่นคง ได้ให้ข้อคิดเห็นในส่วนของโทรศัพท์ชุมชนที่ต้องระมัดระวัง โดยอาจป้องกันด้วยการกำหนดกฎหมาย กฎระเบียบที่ชัดเจน ไว้ดังนี้ “เนื้อหาที่นำเสนอต้องมีการดูแลให้ใกล้ชิดในด้านคุณภาพและจริยธรรม ความขัดแย้งต่างๆ ในพื้นที่ เช่น ข้อมูลด้านทุจริต ปัญหาด้านการโดนฟ้อง ดังนั้นสื่อชุมชนควรเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ไม่เกี่ยวกับงานทุจริต” ผู้แทนมูลนิธิสื่อสร้างสุข (โทรศัพท์ชุมชนอุบลราชธานี) “การแทรกแซงจากนักการเมืองและนายทุน” ผู้จัดการโครงการมูลนิธิริษัทไทย สำนักงานกระบี่ (โทรศัพท์ชุมชนอันดามันมั่นคง) “เนื้อหาที่นำเสนอ อาจมีผลกระทบเชิงลบได้ เช่น การนำเสนอการไม่ให้มีร้านเหล้ารอบมหาลัย ทำให้คนนำเสนอโดนข่มขู่”

จากข้อคิดเห็นดังกล่าว จะเห็นว่าประเด็นด้านกฎหมายยังมีหลายส่วนที่ต้องพิจารณา โดยจากการศึกษาครั้งนี้ทางที่ปรึกษาได้มีข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย โดยจัดกลุ่มกฎหมายเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการให้ใบอนุญาต ซึ่งเป็นส่วนที่ต้องการความชัดเจน โดยเฉพาะด้านกฎกติกาต่าง ๆ ซึ่งควรประกอบด้วย
 - หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน
 - คุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับใบอนุญาต
 - ค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมทั้ง กรณีการละเว้น เช่น ใบอนุญาตและเงื่อนไขการทดลองให้บริการ เป็นต้น
 - ใบอนุญาตเฉพาะต่างๆ เช่น ใบอนุญาตการเป็นนักข่าวประจำท้องถิ่น ใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศข่าวที่ใช้ภาษาท้องถิ่น ฯลฯ
2. กลุ่มการกำกับดูแลเนื้อหาและบริการ ซึ่งเป็นระเบียบขั้นพื้นฐานที่ใช้ในการกำกับการทำงานของโทรศัพท์ชุมชนภายหลังการได้รับใบอนุญาต ซึ่งควรประกอบด้วย
 - ระเบียบด้านการบริหารโทรศัพท์ชุมชน ซึ่งรวมทั้งโครงสร้างและเงื่อนไขการปฏิบัติงาน
 - ระเบียบด้านการบริหารด้านการเงิน ซึ่งรวมทั้งความชัดเจนในด้านการหารายได้

- ระเบียบด้านการบริหารจริยธรรมและธรรมาภิบาล พร้อมหลักการและตัวอย่างที่ควรพึงปฏิบัติ
 - ระเบียบวิธีการจัดการข้อพิพาทและเรื่องร้องเรียน ซึ่งจะหลักปฏิบัติในการจัดการกับปัญหาและเรื่องร้องเรียนในด้านต่างๆ เช่น จากผู้ชมรายการ จากอาสาสมัคร หรือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนต่างๆ
3. กลุ่มด้านการส่งเสริม ซึ่งเป็นระเบียบที่ช่วยให้การทำงานของโทรทัศน์ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งในเบื้องต้น อาจประกอบด้วย
- ระเบียบการรับเงินจากการดำเนินกิจกรรมของโทรทัศน์ชุมชน
 - ระเบียบการรับเงินจากโครงการให้ภาครัฐ และส่วนบริหารท้องถิ่น
 - ระเบียบวิธีการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และพื้นที่สถานีเพื่อการหารายได้

คณะกรรมการนโยบาย

- กำหนดนโยบายและทิศทาง
- คุ้มครองความเป็นอิสระให้ปลอดจากการแทรกแซง
- พิจารณาและเห็นชอบแผนการบริหารโทรศัพท์ชุมชน
- ควบคุมและติดตามให้เป็นไปตามนโยบาย
- กำหนดจริยธรรมและบทลงโทษคณะกรรมการบริหาร
- แต่งตั้งและถอดถอนคณะกรรมการบริหาร
- กำหนดจริยธรรมของโทรศัพท์ชุมชน
- แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาและรับเรื่องร้องเรียน

คณะกรรมการบริหารส่วนกลาง

- ควบคุม/ดูแล/ส่งเสริมโทรศัพท์ชุมชนให้เป็นไปตามนโยบาย
- กำกับให้เป็นไปตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่กำหนดไว้
- จัดทำแผนการบริหารจัดการส่วนกลางของโทรศัพท์ชุมชน
- ประเมินและติดตามคุณภาพของโทรศัพท์ชุมชน
- ดำเนินการตามที่คณะกรรมการนโยบายมอบหมาย

เครือข่ายโทรศัพท์ชุมชน

- สะท้อนปัญหาของเครือข่ายโทรศัพท์ชุมชน
- สะท้อนปัญหาของชุมชน เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วม
- ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายโทรศัพท์ชุมชนให้เข้มแข็ง
- ปกป้องสื่อชุมชน เพื่อรักษาความเป็นกลางและความเป็นอิสระ
- กำกับดูแลโทรศัพท์ชุมชนด้วยตนเองให้สอดคล้องกับจริยธรรมและกฎข้อบังคับต่างๆ

ด้านสนับสนุน/ ส่งเสริม



ด้านการอนุญาต

- หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน
- คุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับใบอนุญาต
- ค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมทั้ง กรณีการละเว้น เช่น ใบอนุญาตและเงื่อนไขการทดลองให้บริการ เป็นต้น
- ใบอนุญาตเฉพาะต่างๆ เช่น นักข่าวประจำท้องถิ่น ผู้ประกาศข่าวที่ใช้ภาษาท้องถิ่น ฯลฯ

ด้านการกำกับ

- ระเบียบการบริหารโทรศัพท์ชุมชน โครงสร้าง และการปฏิบัติงาน
- ระเบียบการบริหารด้านการเงิน ความชัดเจนในการหารายได้
- ระเบียบการบริหารจริยธรรมและธรรมาภิบาล หลักการและตัวอย่าง
- ระเบียบการจัดการข้อพิพาทและเรื่องร้องเรียนต่างๆ ทั้งจากผู้ชมรายการ อาสาสมัคร หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนต่างๆ

ด้านกฎระเบียบ/ กำกับ/ส่งเสริม

ด้านการส่งเสริม

- ระเบียบการรับเงินจากการดำเนินกิจกรรมของโทรศัพท์ชุมชน
- ระเบียบการรับเงินจากโครงการภาครัฐ และส่วนบริหารท้องถิ่น
- ระเบียบวิธีการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และพื้นที่สถานีเพื่อการหารายได้

แบบจำลองการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต

ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย : โดยสำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

4.4 สรุปผลการศึกษารูปแบบจำลองทางธุรกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน

1. รูปแบบจำลองทางธุรกิจของแผนธุรกิจของโทรทัศน์ชุมชนตามแนวทาง Business Model Canvas ได้มีข้อเสนอไว้ 3 รูปแบบ คือ กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน) กลุ่มองค์กร/สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม (ที่ไม่มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน) และกลุ่มชุมชนเครือข่ายองค์กรชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนที่สนใจและรวมตัวเพื่อให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยคุณลักษณะพื้นฐานขององค์กรที่แต่ละกลุ่มแบบจำลองทางธุรกิจพึงจะมี สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภท	คุณลักษณะ	แบบจำลองทางธุรกิจรูปแบบที่ 1	แบบจำลองทางธุรกิจรูปแบบที่ 2	แบบจำลองทางธุรกิจรูปแบบที่ 3	
				ชุมชน/เครือข่ายองค์กรชุมชน	วิสาหกิจชุมชน
สมาคม/มูลนิธิ	สมาคม/มูลนิธิด้านการพัฒนาสังคม	+	+	-	-
	มีประสบการณ์ด้านสื่อชุมชน	+	+	+	+/-
	มีอุปกรณ์/เครื่องมือ/สถานที่ที่สนับสนุนการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชน	+	-	-	-
	มีบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านโทรทัศน์ชุมชนและ/หรือสื่อสาธารณะ	+	-	-	-
	มีเป้าหมายองค์กรที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชน	+	+	+	+
คุณสมบัติชุมชน/องค์กรชุมชน/เครือข่ายองค์กรชุมชน	เป็นองค์กรที่มีการก่อตั้งโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ชัดเจน	+	+	+	+
	มีวัตถุประสงค์ เป้าหมายของการรวมตัวกันเพื่อการพัฒนา	+	+	+	+
	เป็นองค์กรที่มีกติกาและระบบการบริหารจัดการองค์กรที่เปิดเผย โปร่งใส	+	+	+	+
	มีคณะกรรมการที่มาจากการเลือกของสมาชิก ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลองค์กร	+	+	+	+
	มีแผนงาน การดำเนินกิจกรรม เพื่อการพัฒนาและการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรที่ต่อเนื่อง	+	+	+	+/-

ประเภท	คุณลักษณะ	แบบจำลอง ทางธุรกิจ รูปแบบที่ 1	แบบจำลอง ทางธุรกิจ รูปแบบที่ 2	แบบจำลองทางธุรกิจ รูปแบบที่ 3	
				ชุมชน/ เครือข่าย องค์กร ชุมชน	วิสาหกิจ ชุมชน
คุณสมบัติวิสาหกิจชุมชน	มีโครงสร้างองค์กร	+	+	+	+
	มีทิศทางการนำองค์กร	+	+	+	+
	มีการสื่อสาร ทบทวน และติดตาม	+	+	+	+
	มีการฝึกสอนการทำงาน	+/-	+/-	+/-	+
	มีการทำตลาดและลูกค้าเป้าหมาย	+/-	+/-	+/-	+
	มีรายได้สม่ำเสมอ	+/-	+/-	+/-	+
	มีการจัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต	+/-	+/-	+/-	+
	มีการผลิตสินค้า	+/-	+/-	+/-	+
	มีเครื่องมือ/อุปกรณ์และสถานที่เพื่อการผลิต	+/-	+/-	+/-	+
	มีการบรรจุและจัดส่ง	+/-	+/-	+/-	+
	มีรายรับ-รายจ่าย	+	+	+/-	+
	มีการคิดต้นทุนและกำไร	+/-	+/-	+/-	+
	มีบัญชีด้านการเงินของกลุ่ม	+	+	+/-	+
	มีการพัฒนาด้านการเรียนรู้ขององค์กร/พนักงาน	+/-	+/-	+/-	+
	มีการพัฒนาด้านเทคนิคและฝีมือการผลิต	+/-	+/-	+/-	+
	มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	+/-	+/-	+/-	+
	มีการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจ	+/-	+/-	+/-	+
	มีการพัฒนาด้านเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน	+/-	+/-	+/-	+
	มีการพัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน	+/-	+/-	+	+

ประเภท	คุณลักษณะ	แบบจำลองทางธุรกิจ รูปแบบที่ 1	แบบจำลองทางธุรกิจ รูปแบบที่ 2	แบบจำลองทางธุรกิจ รูปแบบที่ 3	
				ชุมชน/ เครือข่าย องค์กร ชุมชน	วิสาหกิจ ชุมชน
	มีการพัฒนาด้านการพึ่งตนเอง	+	+	+	+
	มีการอนุรักษ์ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น	+	+	+	+

หมายเหตุ: + หมายถึง มี - หมายถึง ไม่มี +/- หมายถึง มีหรือไม่มีก็ได้

2. แบบจำลองทางธุรกิจตาม BMC ของทั้ง 3 กลุ่ม โดยมีองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วนจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันตามคุณลักษณะของแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจการบริการโทรทัศน์ชุมชน และในแต่ละรูปแบบจำลองทางธุรกิจจะมีความเหมาะสมกับศักยภาพขององค์กรในแต่ละกลุ่ม โดยมีแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรทัศน์ชุมชน (BMC Template) ที่ผู้ต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนควรพิจารณาความพร้อมเบื้องต้น ดังนี้

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ, สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ			
6	สามารถนำเสนอสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน			
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ			
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล			
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน			
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อสารผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
3	มีการส่งสื่อ-ข้อมูลออกผ่านหน้าจอทีวี			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				
1	มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน			
3	มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ			
4	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ			
5	มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อหนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน			
6	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย			
7	มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตและชุมชน เช่นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน			
8	มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ			
9	มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร			
10	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
11	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การหาข่าว/นำเสนอข่าวชุมชน			
2	การกลั่นกรองข่าว			
3	การนำเสนอ/ถ่ายทอดสด			
4	การหาแหล่งรายได้			
5	การฝึกอบรม			
6	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ซ่อมบำรุง IT ฯลฯ			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	สถานีถ่ายทำรายการ			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ			
3	บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ			
4	เครือข่ายด้านข้อมูล			
5	อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)			
2	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ			
3	องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ			
4	กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่			
5	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
6	ทีวีภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
7	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์			
8	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
9	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่			
10	โทรทัศน์ในระดับประเทศ เช่น TPBS, NBT			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่างๆ			
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ			
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก			
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา เช่น นักข่าวชุมชน			
5	รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด			
6	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ			
7	รายได้จากการผลิตวิดีโอทัศน์และรายการ			
8	รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต			
9	รายได้จากการเช่าสถานที่/อุปกรณ์			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
10	รายได้จากค่าสมาชิก			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าผลิตรายการ			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง			
3	ค่าโครงข่าย			
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา			
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			
7	ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา			

3. รูปแบบจำลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน จะประกอบด้วย 3 ส่วน คือแผนธุรกิจของโทรทัศน์ชุมชนที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาและจัดทำด้วยตนเอง และส่วนที่ต้องผลักดันจากภาครัฐ อีก 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 กิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริม ซึ่งจะประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

- งานด้านนโยบาย/ทิศทาง
- งานด้านบริหาร/กำกับ/ส่งเสริม
- งานด้านเครือข่าย

ส่วนที่ 2 กิจกรรมด้านกฎระเบียบสำหรับการกำกับ/ส่งเสริม ซึ่งจะประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

- งานด้านการอนุญาต
- งานด้านการกำกับ
- งานด้านการส่งเสริม

4. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนในงานด้านการนโยบาย/ทิศทาง ซึ่งจะประกอบด้วย การกำหนดนโยบาย ทิศทาง การติดตาม และการประเมินผลความสำเร็จในนโยบาย โดยควรกำหนดโครงสร้างอยู่ในรูปของ “คณะกรรมการนโยบาย” ที่มีอำนาจหน้าที่ในการ

- กำหนดนโยบายและทิศทางโดยทั่วไปของโทรทัศน์ชุมชน
- การคุ้มครองรักษาความเป็นอิสระของโทรทัศน์ชุมชนให้ปลอดจากการแทรกแซงใด ๆ
- การให้ความเห็นชอบแผนการบริหารกิจการโทรทัศน์ชุมชนของคณะกรรมการบริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและทิศทางที่ได้กำหนดไว้
- การควบคุมและติดตามการดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย
- การกำหนดข้อบังคับด้านจริยธรรมของกรรมการบริหารและบคลากร

- การกำกับดูแลเพื่อให้ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและคำติชม ตลอดจนข้อร้องเรียนของประชาชน เพื่อให้ได้รับการพิจารณาอย่างเหมาะสมและรวดเร็ว
- การแต่งตั้งและถอดถอนคณะกรรมการบริหาร
- การกำหนดข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิต และการเผยแพร่รายการของโทรทัศน์ชุมชน
- การแต่งตั้งคณะกรรมการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากประชาชน

5. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนในงานด้านงานบริหาร/กำกับ/ส่งเสริม ควรกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการในรูปของ **“คณะกรรมการบริหารส่วนกลาง”** ซึ่งควรมีบทบาทหน้าที่

- ในการควบคุมดูแลและดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการนโยบาย
- การกำกับดูแลการปฏิบัติงานของโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นไปตามกฎหมายหรือระเบียบ ข้อบังคับ ที่ได้กำหนดไว้
- การจัดทำแผนการบริหารจัดการส่วนกลางของโทรทัศน์ชุมชน เสนอต่อคณะกรรมการนโยบาย เพื่อให้ความเห็นชอบ
- การประเมินและติดตามคุณภาพของโทรทัศน์ชุมชนว่าเป็นไปตามทิศทางที่กำหนดไว้
- การพัฒนาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน
- การดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการนโยบายมอบหมาย

6. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนในงานด้านเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน โดยควรมีโครงสร้างการทำงานของเครือข่ายที่อยู่ในรูปแบบอิสระที่เครือข่ายจะบริหารจัดการกันเอง เช่น สมัชชาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- สะท้อนปัญหาของเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน
- สะท้อนปัญหาของชุมชนในแต่ละแห่ง เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
- ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชนให้เข้มแข็ง
- ใช้เป็นแนวทางการปกป้องสื่อชุมชน เพื่อรักษาความเป็นกลางและความเป็นอิสระ
- กำกับดูแลโทรทัศน์ชุมชนด้วยกันเองให้สอดคล้องกับจริยธรรม และกฎข้อบังคับต่างๆ

7. กิจกรรมด้านกฎระเบียบ สำหรับการกำกับและการส่งเสริม ที่ประกอบด้วย 3 ด้าน โดย **งานด้านการอนุญาต** ซึ่งจะประกอบด้วยการดูแลด้านกฎระเบียบ อาทิเช่น

- หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
- คุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับใบอนุญาต
- ค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น รวมทั้ง กรณีการละเว้น เช่น ใบอนุญาตและเงื่อนไขการทดลองให้บริการ เป็นต้น

- ใบอนุญาตเฉพาะต่างๆ เช่น ใบอนุญาตการเป็นนักข่าวประจำท้องถิ่น ใบอนุญาตการเป็นผู้ประกาศข่าวที่ใช้ภาษาท้องถิ่น ฯลฯ

8. งานด้านการกำกับ ซึ่งจะประกอบด้วยการดูแลด้านเนื้อหาและบริการ โดยจะเป็นกฎระเบียบขั้นพื้นฐานที่ใช้ในการกำกับการทำงานของโทรทัศน์ชุมชนภายหลังการได้รับใบอนุญาต ซึ่งควรประกอบด้วย

- ระเบียบด้านการบริหารโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งรวมทั้งโครงสร้างและเงื่อนไขการปฏิบัติงาน
- ระเบียบด้านการบริหารด้านการเงิน ซึ่งรวมทั้งความชัดเจนในด้านการหารายได้
- ระเบียบด้านการบริหารจริยธรรมและธรรมาภิบาล พร้อมหลักการและตัวอย่างที่ควรพึงปฏิบัติ
- ระเบียบวิธีการจัดการข้อพิพาทและเรื่องร้องเรียน ซึ่งจะเป็นหลักปฏิบัติในการจัดการกับปัญหาและเรื่องร้องเรียนในด้านต่างๆ เช่น จากผู้ชมรายการ จากอาสาสมัคร หรือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนต่างๆ

9. งานด้านการส่งเสริม ซึ่งเป็นกฎระเบียบที่ช่วยให้การทำงานของโทรทัศน์ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งในเบื้องต้น อาจประกอบด้วย

- ระเบียบการรับเงินจากการดำเนินกิจกรรมของโทรทัศน์ชุมชน
- ระเบียบการรับเงินจากโครงการให้ภาครัฐ และส่วนบริหารท้องถิ่น
- ระเบียบวิธีการใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และพื้นที่สถานที่เพื่อการหารายได้

4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ในการทำงานของคณะกรรมการบริหารส่วนกลาง ซึ่งจะมีภาระงานที่มาก จึงจำเป็นต้องมีการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อผลักดันการกำกับ/การส่งเสริม และการพัฒนางานบริการโทรทัศน์ชุมชน โดยในเบื้องต้นคณะที่ปรึกษาได้มีข้อเสนอแนะว่าควรมีคณะทำงานดังต่อไปนี้

- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการคัดเลือกผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน
- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการกำกับโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นไปตามนโยบายและกฎระเบียบที่กำหนดไว้
- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน
- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการพัฒนาเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน
- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการรับเรื่องร้องเรียน
- คณะทำงานในกิจกรรมด้านการควบคุมจริยธรรมสื่อ ฯลฯ

2. ในการพัฒนาเครือข่ายฯ และผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน สิ่งที่คุณให้บริการควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา อาทิเช่น ด้านการผลิตเนื้อหาทั้งด้านข่าวสารและสาระบันเทิง ด้านการถอดบทเรียนจากชุมชนเพื่อการนำสู่การนำเสนอ การจัดทำ Business Model ที่เติบโตและยั่งยืน การประกอบธุรกิจแบบ Social Enterprise การพัฒนาทักษะแก่บุคลากรด้านเทคโนโลยี ทักษะการใช้อุปกรณ์ เนื้อหาด้านกฎหมาย เนื้อหาด้านจริยธรรม

สื่อ การอบรมหลักเกณฑ์ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การอบรมหลักเกณฑ์การดำเนินการด้านงบประมาณ การจัดการรายได้ที่สอดคล้องกับกฎระเบียบ การเสริมทักษะและกระบวนการผลิตแบบมืออาชีพ เป็นต้น โดยหน่วยงานที่ควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชน ได้แก่

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการแก้ปัญหาต่าง ๆ จากการนำเสนอเรื่องราวภายในชุมชน เช่น ปัญหาภัยแล้ง ปัญหาการเกษตร
- สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ที่มีอยู่ในชุมชนอาจจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการหารายได้การจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน
- องค์กรที่อยู่ในสถาบันการศึกษาหลายสาขาวิชา เช่น อาจารย์นิเทศศาสตร์เข้าไปช่วยให้ข้อมูลกับชุมชนในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ ชุมชนอยากทำอะไร ทำอย่างไร ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา หรืออบรมการลำดับเนื้อหาให้มีคุณภาพและน่าสนใจ
- หน่วยงานที่ส่งเสริมด้านคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เช่น สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย สมาคมนักสื่อสารชุมชน สมาคมสื่อมวลชน ฯลฯ
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อสาธารณะ เช่น สถาบันสื่อสาธารณะ ไทยพีบีเอส สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ สถานีช่อง 11 ฯลฯ
- หน่วยงานที่ดูแลผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด หรือกรมประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่แนะนำชุมชนเสนอผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

3. องค์ประกอบของรูปแบบจำลองทางธุรกิจเหล่านี้ จะช่วยในการเป็นกรอบของการทำงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน แต่ผลสัมฤทธิ์ของรูปแบบจำลองทางธุรกิจยังขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายส่วนเป็นอันมาก โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ได้สรุปถึงความสำเร็จจะขึ้นกับปัจจัยการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน โดยอย่างน้อยควรจะมีส่วนร่วมจากหน่วยงานแรกที่จะช่วยเหลือได้ คือ หน่วยงานระดับจังหวัด หน่วยงานในระดับท้องถิ่นที่จะต้องเห็นความสำคัญว่าโทรทัศน์ชุมชนยังจำเป็นอยู่ เช่น อบต. อบจ. โดย กสทช. ควรสนับสนุนหรือสำรองคลื่นความถี่ไว้ให้กับโทรทัศน์ชุมชน อย่างน้อย 20-30% และการค้นหาชุมชนที่มีขีดความสามารถแม้จะเคยมีการนำร่องไปแล้วแต่ก็ยังไม่มีความถี่ที่เกิดขึ้นจริงในโครงการนำร่องนั้น ซึ่งรวมทั้งรูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมกับทางมหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือหน่วยงานธุรกิจชุมชน เช่น นักธุรกิจในห้องร้านช่วยกันสนับสนุน อันเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้การบริการโทรทัศน์ชุมชนมีการเติบโตและยั่งยืนได้

บทที่ 5 หลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

ประเภทชุมชน

ตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 บัญญัติคำว่า “ชุมชน หมายความว่า กลุ่มประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยในแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะในเมืองหรือในชนบท และให้หมายความรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความสนใจร่วมกันและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือสื่อสารถึงกันได้ โดยมีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ทำกิจกรรมอันชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้”¹⁸ โดยส่งเสริมให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ตามสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของคลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะในแต่ละพื้นที่ของการอนุญาตประกอบกิจการ และตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 กำหนดนิยามของ กิจการบริการชุมชน เอาไว้ว่า คือบริการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ และได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ สำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้ประสงค์จะประกอบกิจการได้ทราบล่วงหน้าเกี่ยวกับคุณสมบัติ ของผู้ขอรับใบอนุญาต วิธีการขอรับใบอนุญาต หลักเกณฑ์ ในการออกใบอนุญาต เอกสารหลักฐานหรือข้อมูลที่ต้องใช้ในการอนุญาต วิธีการพิจารณาในการออกใบอนุญาต ระยะเวลาการพิจารณาอนุญาตและขอบเขตการอนุญาตให้ประกอบกิจการดังกล่าว รวมทั้งเงื่อนไข อื่นที่จำเป็นสำหรับการประกอบกิจการ

5.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตไว้ ดังนี้

1. ผู้ขอรับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทยและไม่อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตมาแล้วยังไม่ครบสามปี (มาตรา 8)
2. ผู้ขอรับใบอนุญาต นอกจากมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 8 แล้ว ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้
 - (1) บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาตต้องมีสัญชาติไทย
 - (2) ไม่มีกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาตที่เคยเป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันของผู้รับใบอนุญาตอื่น ซึ่งถูกเพิกถอนใบอนุญาตอันเป็นผลมาจากการบริหารกิจการของผู้นั้นและระยะเวลาการถูกเพิกถอนใบอนุญาตยังไม่ครบกำหนดสามปี (มาตรา 14)

¹⁸ พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. (2553, 19 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก. หน้า 3.

และตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาต หมวด 1 ข้อ 7¹⁹ ระบุว่าผู้ขอรับใบอนุญาตนอกจากจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 8 มาตรา 14 มาตรา 15 และมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 แล้ว ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามเพิ่มเติม ดังนี้

(1) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย หรือถูกพิทักษ์ทรัพย์ตามคำสั่งศาล หรือถูกศาลมีคำสั่งให้ฟื้นฟูกิจการตามกฎหมายว่าด้วยล้มละลาย

(2) กรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาตต้องไม่เป็นบุคคลที่มีรายชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อบุคคลที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเห็นว่าไม่สมควรเป็นผู้บริหาร ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(3) ผู้ขอรับใบอนุญาต กรรมการ ผู้จัดการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาต ต้องไม่เคยถูกศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุดว่ามีโทษทางอาญาซึ่งเป็นความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กฎหมายว่าด้วยวิทยุคมนาคม กฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า กฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสาร กฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายว่าด้วยยาเสพติด ความผิดมูลฐานตามกฎหมายฟอกเงิน ความผิดเกี่ยวกับเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการเสนอราคาต่อหน่วยงานของรัฐและความผิดตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ภายในระยะเวลาสองปีก่อนการยื่นขอรับใบอนุญาต

ซึ่งผู้ขอรับใบอนุญาตต้องส่งเอกสารหลักฐานและข้อมูลที่เป็นเพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาตามหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาตที่ระบุในหมวด 1 ข้อ 9 ดังต่อไปนี้

(1) เอกสารหลักฐานของผู้ขอรับใบอนุญาต

(1.1) สำเนาเอกสารแสดงการจัดตั้งนิติบุคคล เช่น กฎหมายจัดตั้ง หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล สมาคม มูลนิธิ บัญชีผู้ถือหุ้น หนังสือบริคณห์สนธิและข้อบังคับนิติบุคคล สมาคม มูลนิธิ

(1.2) สำเนาเอกสารแสดงการจัดตั้งกลุ่มคน เช่น หลักฐานเชิงประจักษ์ในการรวมตัว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มคน

(1.3) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันนิติบุคคล

(1.4) หนังสือมอบอำนาจตามกฎหมายพร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านของผู้มอบอำนาจและผู้รับมอบอำนาจ ในกรณีที่มีการมอบอำนาจให้ดำเนินการแทน

(2) เอกสารเกี่ยวกับสถานีย่อยให้แสดงข้อมูลและรายละเอียดบ้านเลขที่ ชื่ออาคาร หมายเลขห้อง ถนน ซอย แขวงหรือตำบล เขตหรืออำเภอ จังหวัด รหัสไปรษณีย์ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร พร้อมทั้งพิกัดที่ตั้ง (ละติจูดและลองจิจูด โดยให้แสดงค่าเป็นทศนิยม 6 ตำแหน่ง) ทั้งนี้ หากมิใช่สถานที่ที่ผู้ยื่นแบบคำ

¹⁹ ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. (2555, 16 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง. หน้า 49.

ขอมีกรรมสิทธิ์อยู่จะต้องมีเอกสาร หนังสือ หรือสัญญาเช่า และหรือเอกสารหรือหลักฐานที่แสดงการให้ใช้ โดยมีระยะเวลาเช่าหรือให้ใช้ไม่น้อยกว่าสองปี ซึ่งได้มีการรับรองความถูกต้องของข้อมูลโดยผู้ยื่นแบบคำขอ

(3) ข้อมูลด้านการบริหารจัดการสถานี่ ตามภาคผนวก ง

(3.1) ผังโครงสร้างการบริหารจัดการสถานี่

(3.2) ข้อมูลนิติบุคคล ซึ่งอย่างน้อยต้องแจ้งข้อมูล ดังนี้

(3.2.1) รายชื่อ ที่อยู่ และสัญชาติของบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาต และของกรรมการ

(3.2.2) รายชื่อ ที่อยู่และสัญชาติของผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นอันเป็นทุนแต่ละรายและสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวทั้งหมดของผู้ขอรับใบอนุญาตนั้น พร้อมสิทธิออกเสียงลงคะแนนของผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นอันเป็นทุนแต่ละรายตามกฎหมายหรือตามข้อบังคับหรือตามข้อตกลงของผู้ขอรับใบอนุญาต

(3.3) ข้อมูลกลุ่มคน ซึ่งอย่างน้อยต้องแจ้งข้อมูล ดังนี้

(3.3.1) รายชื่อ ที่อยู่ และสัญชาติของคนในกลุ่มคนทุกคน

(3.3.2) รายชื่อ ที่อยู่ และสัญชาติของผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้ขอรับใบอนุญาต

(4) ข้อมูลแผนการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตามภาคผนวก จ

(5) ข้อมูลแผนประกอบกิจการ แนวทางการพัฒนากิจการ ตามภาคผนวก ฉ

(6) รูปแบบ ประเภทการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ โดยต้องแสดงรายละเอียดส่วนรายการ รายการ รายชื่อข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิในทางทรัพย์สินทางปัญญา การหารายได้ของผู้ให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ตามภาคผนวก ช

(7) ข้อมูลระบบหรือวิธีการที่จะใช้เป็นช่องทางการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ตามภาคผนวก ซ.

(8) ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตามภาคผนวก ฌ

(9) ขอบเขตพื้นที่การให้บริการ เช่น จังหวัดหรือภูมิภาค

(10) ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการที่ผ่านมาที่สอดคล้องกับงบการเงิน

(11) ข้อมูลแผนการลงทุน และแผนการจัดหาเงินทุน

(12) ข้อมูลการประมาณการฐานะการเงินในอนาคต

(13) ข้อมูลอื่นใดตามที่คณะกรรมการกำหนด

5.2 หลักเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน

การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน ได้กำหนดคุณสมบัติ ลักษณะผังรายการ สัดส่วนรายการ และการหารายได้ ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 ภาคผนวก ข (2555, 16 ตุลาคม)มีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 ด้านคุณสมบัติ

5.2.1.1 ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน จะต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนสามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยต้องแสดงให้เห็นถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงกิจกรรมที่แสดงการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนมาอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี และต้องมีหลักฐานที่ชัดเจนของการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ จากชุมชนที่รับบริการ

1) ซึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อรวมกันอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี ดังต่อไปนี้

- (1) การสร้างเสริมประชาธิปไตยและกระจายอำนาจสู่ชุมชน
- (2) การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ
- (3) การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน
- (4) การลดปัญหาความยากจนในชุมชนและการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ
- (5) การสร้างธรรมาภิบาล และสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบในชุมชน
- (6) การส่งเสริมให้เกิดการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ อนามัย กีฬา การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดำรงชีวิต
- (7) การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและภัยธรรมชาติ
- (8) การสร้างเสริมสันติภาพและการบรรเทาความขัดแย้ง
- (9) การเสริมพลังให้กับผู้หญิง คนพิการ ชนกลุ่มน้อยและคนด้อยโอกาส
- (10) การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
- (11) การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- (12) การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ
- (13) การเปิดพื้นที่หรือเป็นเวทีในการแสวงหาทางออกสำหรับปัญหาที่ชุมชนประสบ กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

2) หลักฐานการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ จากชุมชนที่รับบริการ

- (1) การมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมจัดตั้ง กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานี การบริจาคเงินให้สถานีและการอุดหนุนทางการเงินแก่สถานีที่ไม่ใช่ในรูปแบบของการโฆษณาหรือการสนับสนุนรายการ
- (2) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารหรือดำเนินงานของสถานีในด้านต่าง ๆ

(3) การมีส่วนร่วมในการจัดรายการ เช่น การจัดให้อาสาสมัครในชุมชนเข้ามาร่วมจัดรายการ หรือร่วมรายการ การเปิดให้สถานีเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ในชุมชน และตัวเชื่อมโยงความร่วมมือต่างๆ ในชุมชนผ่านเนื้อหาที่ออกอากาศ

(4) การมีส่วนร่วมในลักษณะอื่นๆ เช่น การจัดเวทีประจำปีเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ฟังในชุมชนเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนา การบริหารจัดการ และการจัดทำรายการของสถานี การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ฟังของสถานีเพื่อเฝ้าระวังเนื้อหาที่ออกอากาศ การจัดให้มีหน่วยรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการที่ออกอากาศ และการประชาสัมพันธ์สถานีให้เป็นที่รู้จักในชุมชน เป็นต้น

5.2.1.2 บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทย

5.2.1.3 ไม่มีกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนที่เคยเป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการบริการชุมชนอื่น ซึ่งถูกเพิกถอนใบอนุญาตอันเป็นผลมาจากการบริหารกิจการของผู้นั้น

5.2.1.4 กรรมการสถานี ผู้อำนวยการสถานี จะต้องไม่เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ

5.2.2 ผังรายการและสัดส่วนรายการ

5.2.2.1 ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

5.2.2.2 กรณีที่ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการมีภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเองที่ไม่ใช่ภาษาราชการสามารถนำเสนอรายการต่างๆ ของสถานีเป็นภาษาท้องถิ่นได้โดยให้มีการประกาศชื่อสถานีและเวลาด้วยภาษาราชการทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ

5.2.2.3 รายการข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชน แล้วแต่กรณีซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหา เหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ และรายการสาระประโยชน์ หมายถึง รายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชนผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นสุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ประชาธิปไตย ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึงให้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะหรือชุมชนนั้นๆ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

5.2.2.4 ให้ผู้ขอรับใบอนุญาตแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ โดยให้มีรายละเอียดตามภาคผนวก ข นอกเหนือจากที่ได้แสดงข้อมูลตามข้อ 9 (6)

และตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาต ต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการดังต่อไปนี้

1) เพลงชาติไทย ออกอากาศทุกวัน วันละสองครั้ง ในเวลา 8.00 น. และเวลา 18.00 น.

2) ข่าวในพระราชสำนัก กิจการกระจายเสียง ออกอากาศทุกวัน ในเวลาระหว่าง 19.00 - 20.30 น. และ กิจการโทรทัศน์ ออกอากาศทุกวัน ในเวลาระหว่าง 19.00 - 20.30 น. ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นทำให้ไม่สามารถออกอากาศข่าวในพระราชสำนักได้ในเวลาปกติ ให้ออกอากาศในระหว่างเวลา 19.00 - 22.00 น. ได้ การออกอากาศข่าวตาม (2) ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การขอพระราชทานพระมหากรุณาตามที่สำนักพระราชวังกำหนดหรือตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

5.2.2.5 ให้ผู้รับใบอนุญาต จัดให้มีการให้บริการเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของชนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป โดยอาจจัดให้มีบริการกระจายเสียงที่ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลาหรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีล่ามภาษามือบริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียงหรือบริการในรูปแบบอื่นใดที่ทำให้คนพิการและคนด้อยโอกาสเข้าถึงหรือรับรู้การให้บริการได้สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ ในเวลาออกอากาศอย่างน้อยวันละหกสิบนาทีนอกจากนี้ การออกอากาศรายการเพื่อเป็นการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดสรรเวลาสำหรับการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ดังนี้

1) ให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อยวันละหกสิบนาทีระหว่างช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. ของทุกวัน และระหว่างช่วงเวลา 07.00 - 09.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ในระหว่างช่วงเวลา 18.00 - 22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านผู้รับชมสูง ซึ่งเด็กและเยาวชนอาจรับชมอยู่ด้วย ให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและจะไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคมของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ คณะกรรมการอาจประกาศกำหนดหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัดส่วนและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมสำหรับรายการดังกล่าวเพิ่มเติมได้รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนตามนั้น จะต้องเป็นรายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ ป หรือ ด หรือ ท ตามภาคผนวก ก หรือตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2) ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับระดับความเหมาะสมของรายการและกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศตามความเหมาะสมของรายการแต่ละประเภท ดังนี้

(ก) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ น13 ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 20.30 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป

(ข) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ น18 หรือรายการที่มีลักษณะตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 22.00 น. ของทุกวันและให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป

(ค) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ ฉ ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 24.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป โดยให้รวมถึงรายการดังต่อไปนี้ด้วย

- (1) มีการกระทำซึ่งอาจเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือยั่วยุทางเพศ หรือแสดงถึงความรุนแรงทางเพศหรือการล่วงละเมิดทางเพศ หรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบในทางเพศหรือมีเนื้อหาทางเพศ หรือการแต่งกายที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาพ เสียงเนื้อหาและพฤติกรรมต่าง ๆ
- (2) การใช้ภาษา หรือมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรุนแรง หรือนำไปสู่ความรุนแรงทารุณโหดร้าย ที่ก่อให้เกิดผลต่อความรู้สึกทางจิตใจอย่างรุนแรง
- (3) การนำเสนอที่ก่อให้เกิดการอคติ การเลือกปฏิบัติ การกระทำอันขัดต่อหลักมนุษยธรรมละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- (4) การใช้ภาษา หรือมีพฤติกรรมที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ
- (5) มีการกล่าวอ้างหรือจงใจให้เชื่อว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีอำนาจพิเศษหรือความสามารถพิเศษเหนือธรรมชาติ
- (6) ชี้นำหรือให้ข้อมูลหรือแสดงออกเพื่อจงใจหรือสนับสนุนให้เกิดการเล่นการพนันทั้งนี้ การออกอากาศรายการที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการจัดทำเนื้อหารายการโดยต้องไม่ขัดกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องคณะกรรมการอาจกำหนดการจัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับระดับความเหมาะสมของรายการและกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศตามความเหมาะสมของรายการในแต่ละประเภทกิจการเพิ่มเติมได้

5.2.3 การหารายได้

5.2.3.1 การประกอบกิจการบริการชุมชน ห้ามมิให้หารายได้จากการโฆษณา แต่อาจมีรายได้จากการบริจาค การอุดหนุนของสถานี หรือรายได้ทางอื่นซึ่งมิใช่การโฆษณาให้สถานี โดยการบริจาค การอุดหนุนจะต้องสะท้อนถึงเงื่อนไขของการได้รับการทดลองประกอบกิจการบริการชุมชน และไม่มีการแทรกแซง ไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารสถานี หรือไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อทิศทางการดำเนินงาน การผลิตรายการและเนื้อหารายการที่ออกอากาศ

5.2.3.2 การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้บริจาคต้องระบุถึงชื่อหรือองค์กรให้ชัดเจนแต่จะต้องแยกส่วนจากเนื้อหารายการ ทั้งนี้ จะต้องไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนเชิงพาณิชย์

5.2.3.3 การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ความเห็นจากผลการสำรวจความคิดเห็นด้านต่อประเด็นการหารายได้

1. *ความเห็นจากที่ประชุม Focus Group สัมภาษณ์:* กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน ให้ความเห็นเห็นว่า กลุ่มที่เริ่มต้นควรเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพที่จะทำ มีการรับการสนับสนุนจากกองทุน รับการบริจาคจากประชากรในพื้นที่ เป็นช่องทางหารายได้ของคนในชุมชนแล้วทำการหารายได้ส่วนเกินที่เป็นกำไรกลับสู่ชุมชน ดำเนินกิจกรรมที่สามารถให้ชุมชนเป็นทรัพยากรในการหารายได้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวท้องถิ่น หารายได้จากการรับจ้างผลิตรายการชุมชนหรือรับผลิตสื่อให้ช่องทางอื่นๆ หรือผลิตงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กสทช. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รับดำเนินการโครงการต่างๆของ กรมการพัฒนาชุมชน (พช.) การหารายได้จากคนที่เป็สมาชิก และการดำเนินกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE)

2. *ความเห็นจากการประชุมหารือ กลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน กลุ่มนักวิชาการ และสถาบันการศึกษา:* ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่าควรมีโฆษณาแต่ต้องมีจุดยืนขององค์กร เพราะถ้ามีการเป็นโฆษณของผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่เอื้อประโยชน์ให้กับชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ต้องเป็นสิ่งที่มีความค่าในพื้นที่และไม่ทำลายสังคม สิ่งสำคัญคือ ต้องมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าสิ่งใดโฆษณาได้และสิ่งใดโฆษณาไม่ได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลควรให้นิยามที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ว่าควรเป็นอย่างไร อาทิ โฆษณาประเภทสร้างสรรค์ หรือโฆษณาที่ไม่มีนัยยะทางการเมืองแอบแฝง เป็นต้น

ประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ควรเป็นประเภทโฆษณาที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ หรือรายได้ให้กับชุมชนในเขตพื้นที่เป็นหลัก กล่าวคือ แม้ประเภทโฆษณาอาจจำกัด แต่ขอบเขตหรือบริบทในทางปฏิบัติจริงควรมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยน แก้ไข หรือปรับปรุงให้เข้ากับความต้องการของประชาชนในแต่ละช่วงเวลาได้

หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในแง่ของการลงทุนเพื่อการจัดทำโฆษณาในระยะเริ่มแรก เนื่องจากการดำเนินงานในลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องใหม่ ประชาชนในเขตพื้นที่ยังไม่มีศักยภาพมากเพียงพอ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐไม่ควรกลายเป็นผู้เล่นหลัก หรือครอบครองอิทธิพลในตลาดไม่ว่าในกรณีใด ๆ ที่นอกเหนือจากการสนับสนุนโดยไม่แสวงหาผลกำไรเท่านั้น

แนวทางการดำเนินงานควรเป็นไปในลักษณะของการลดเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐลงเรื่อย ๆ กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกภาครัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก ในขณะเดียวกัน ประชาชนที่มีศักยภาพมากพอก็ร่วมทำการลงทุนควบคู่ไปด้วย และในระยะยาวประชาชนกลุ่มนี้ควรกลายเป็นผู้ลงทุนหลัก หรือเป็นบุคคลหลักที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง หรือการดำเนินงานในลักษณะใด ๆ เท่านั้น และสุดท้ายแล้ว การโฆษณาควรเป็นหนึ่งในช่องทางการหารายได้เพิ่มเติมของผู้ประกอบการเท่านั้น โดยไม่ควรถูกยึดเป็น ‘รูปแบบการหารายได้หลัก’ เพื่อป้องกันการมุ่งเน้นการให้บริการเพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์เท่านั้น (เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมเท่านั้น) อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาปรับใช้กฎหมายเพื่อการกำกับดูแลด้านการเซ็นเซอร์อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กันไปด้วย

5.3 การประเมินความเหมาะสมของหลักเกณฑ์โดยการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

การดำเนินการพิจารณาหลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้ดำเนินการประเมินหลักเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตเดิม โดยได้นำไปประเมินตาม บริบทของสภาพสังคมในปัจจุบัน จากการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการ โทรทัศน์ชุมชนจำนวน 172 ราย ซึ่งได้รับผลการประเมินดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงการสรุปความคิดเห็นต่อแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการ วิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ทั้ง 22 ด้าน

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
คุณสมบัติสำหรับผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน			
1. ผู้ขอใบอนุญาตจะต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคล ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของภาครัฐ	4.00	1.16	มีความเหมาะสมมาก
2. ผู้ขอใบอนุญาตเป็นกลุ่มคนในท้องถิ่นจำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนต้องสามารถแสดงหลักฐานเชิง ประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในด้านต่าง ๆ	3.88	1.15	มีความเหมาะสมมาก
3. การประกอบกิจการ ต้องมีวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหากำไรในทาง ธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน	3.93	1.21	มีความเหมาะสมมาก
4. การยื่นขอประกอบกิจการต้องแสดงให้เห็นถึงหลักฐาน เชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนครอบคลุม กิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่าสองปี เช่น การสร้างเสริมประชาธิปไตยและ กระจายอำนาจสู่ชุมชน การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้าน ต่างๆ การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน ฯลฯ	3.85	1.08	มีความเหมาะสมมาก
5. หลักฐานเชิงประจักษ์ของการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ จากชุมชนที่รับบริการ เช่น การมีส่วนร่วมในความเป็น เจ้าของ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมจัดตั้ง กำหนด นโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานี	3.90	1.13	มีความเหมาะสมมาก

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
6. การให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเป็นคณะกรรมการบริหารหรือดำเนินงานของสถานี่ในด้านต่าง ๆ	3.89	1.19	มีความเหมาะสมมาก
7. การจัดให้อาสาสมัครในชุมชนเข้าร่วมจัดรายการ หรือร่วมรายการ การเปิดให้สถานี่เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ในชุมชน และตัวเชื่อมโยงความร่วมมือ	4.42	0.93	มีความเหมาะสมมาก
8. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในลักษณะอื่นๆ เช่น การจัดเวทีประจำปีเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ฟังในชุมชนเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาสถานี่	4.36	0.88	มีความเหมาะสมมาก
9. บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทย	4.41	1.09	มีความเหมาะสมมาก
10. ไม่เป็นบุคคลผู้มีอำนาจที่เคยเป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันของผู้ประกอบกิจการวิสาหกิจกระจายเสียง กิจการบริการชุมชนอื่นถูกเพิกถอนใบอนุญาตอันเป็นผลมาจากการบริหารกิจการ	3.89	1.24	มีความเหมาะสมมาก
11. กรรมการสถานี่ ผู้อำนวยการสถานี่ จะต้องไม่เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภาสมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ	4.24	1.10	มีความเหมาะสมมาก

ผังรายการและสัดส่วนรายการ

12. ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	4.05	1.02	มีความเหมาะสมมาก
13. ต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด	3.98	1.08	มีความเหมาะสมมาก
14. สามารถนำเสนอรายการต่าง ๆ ของสถานี่เป็นภาษาท้องถิ่นได้โดยให้มีการประกาศชื่อสถานี่และเวลาด้วยภาษาราชการทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ	4.11	1.07	มีความเหมาะสมมาก
15. ผู้ขอรับใบอนุญาตแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ โดยละเอียดตามที่ กสทช. ระบุ	3.64	1.14	มีความเหมาะสมมาก

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
การหารายได้			
16. ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา	3.02	1.35	มีความเหมาะสม
17. การหารายได้มาจากการบริจาค การอุดหนุนของสถานีหรือรายได้ทางอื่นที่ไม่ใช่การโฆษณา	3.45	1.31	มีความเหมาะสม
18. การรับบริจาค การอุดหนุนจะต้องเป็นไปในรูปแบบการสนับสนุนส่งเสริมให้สถานีดำเนินงานได้ โดยไม่ขัดต่อการประกอบกิจการบริการชุมชน	3.98	1.16	มีความเหมาะสมมาก
19. ผู้บริจาคไม่มีการแทรกแซง ไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารสถานี หรือไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อทิศทางการดำเนินงานการผลิตรายการและเนื้อหารายการที่ออกอากาศ	4.16	1.22	มีความเหมาะสมมาก
20. การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้บริจาคต้องระบุถึงชื่อหรือองค์กรให้ชัดเจนแต่จะต้องแยกส่วนจากเนื้อหารายการ	3.93	1.20	มีความเหมาะสมมาก
21. การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้บริจาคจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนเชิงพาณิชย์	3.69	1.31	มีความเหมาะสมมาก
22. การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ	4.54	0.97	มีความเหมาะสมมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมด้านความคิดเห็นต่อแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ทั้ง 22 ด้าน พบว่าได้ค่าเฉลี่ยของความเหมาะสมมากเป็นส่วนใหญ่ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดสามลำดับแรกซึ่งเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านที่ 22. การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ($\bar{X}=4.54$, $S.D.=0.97$) ด้านที่ 7. การจัดให้อาสาสมัครในชุมชนเข้ามาร่วมจัดรายการ หรือร่วมรายการ การเปิดให้สถานีเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ในชุมชน และตัวเชื่อมโยงความร่วมมือ ($\bar{X}=4.42$, $S.D.=0.93$) ด้านที่ 9. บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทย ($\bar{X}=4.41$, $S.D.=1.09$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดสามลำดับสุดท้ายโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านที่ 15. ผู้ขอรับใบอนุญาตแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ โดยละเอียดตามที่ กสทช. ระบุ ($\bar{X}=3.64$, $S.D.=1.14$) ด้านที่ 17. การหารายได้มาจากการบริจาค การอุดหนุนของสถานี หรือรายได้ทางอื่นที่ไม่ใช่การโฆษณา ($\bar{X}=3.45$, $S.D.=1.31$) ด้านที่ 16. ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา ($\bar{X}=3.02$, $S.D.=1.35$)

เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่าผู้ตอบแบบประเมินเห็นว่าด้านกองทุนวิจัยและพัฒนาของ กสทช. มีความเหมาะสมมากที่สุด เพราะสามารถใช้เป็นทุนในการดำเนินงานของโทรทัศน์ชุมชนได้ ส่วนด้านการจัดให้มีอาสาสมัครในชุมชนเห็นว่ามีค่าเฉลี่ยเหมาะสมมาก เนื่องจากการมีอาสาสมัครในชุมชนจะทำให้สถานีดำเนินงานได้ด้วยตัวของชุมชนเอง และด้านผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทยเห็นว่ามีค่าเฉลี่ยเหมาะสมเช่นกัน

เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบประเมินเห็นว่าการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัตว์ส่วนรายการ ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัตว์ส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง ส่วนด้านการหารายได้จากการบริจาค การอุดหนุนของสถานีหรือรายได้ทางอื่นที่ไม่ใช่การโฆษณา เห็นว่า กสทช. อาจต้องแนะนำแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนให้โทรทัศน์ชุมชนดำเนินงานต่อไปได้ และสุดท้ายด้านไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา เห็นว่าอาจต้องพิจารณาให้รอบคอบ เนื่องจากควรกำหนดด้านการโฆษณา ให้ชัดเจนลงไปว่าสิ่งไหนควรหรือไม่ควรนำเสนอออกสื่อ และผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นมาว่า การนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่

5.4 การประชุมหรือเกี่ยวกับประเด็นในหลักเกณฑ์ที่ต้องได้รับการพิจารณาเพิ่มเติม

เมื่อได้รับประเด็นในหลักเกณฑ์ที่ยังต้องการการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน ที่ปรึกษาจึงดำเนินการนำไปจัดทำเป็นประเด็นสำหรับใช้ในการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา สื่อชุมชนสื่อสารสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการ โทรทัศน์และพัฒนาชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ ซึ่งได้รับผลการประเมินดังนี้

5.4.1 มุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัตว์ส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบ กำหนดประเภทเนื้อหา สัตว์ส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง

ผู้ที่สนใจจะขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ชุมชนเป็นผู้ออกแบบและกำหนดเนื้อหาเอง เพราะเป็นเรื่องราวชุมชน และพัฒนามาจากนักสื่อสาร ชุมชน นักข่าวพลเมือง ผลิตสื่อเรื่องราวต่าง ๆ ในระดับ Onground และสำนักงาน กสทช. ควรมีช่องทางการเผยแพร่สาธารณะให้แก่ชุมชนในรูปแบบของ Online , On Air โดยมีสัดส่วนเนื้อหาของชุมชนร้อยละ 70 บ้านเมืองร้อยละ 20 ต่างประเทศร้อยละ 10 โดยให้สำนักงาน กสทช. สนับสนุนด้านความรู้เรื่องเนื้อหาที่อาจขัดต่อกฎหมายและจรรยาบรรณ หากจำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์มาควบคุม ก็ควรเป็นไปเพื่อป้องกันความเสียหายต่อสาธารณะ และเพื่อส่งเสริมให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถให้บริการเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

ประการแรก สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ควรมีการกำหนดให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเป็น ‘บริการหลัก’ (ของสาธารณะชน) เช่นเดียวกับกับบริการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ หรือสื่อหลักประเภทอื่น ๆ ประชาชน และผู้บริโภคในเขตพื้นที่ควรเป็นบุคคลที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบ รายละเอียด หรือประเภทของเนื้อหารายการ และผังรายการของช่องรายการต่าง ๆ มากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบ และถือเป็นผู้สร้างอิทธิพล (ให้เกิดบริการโทรทัศน์ชุมชนในเขตพื้นที่ขึ้น) โดยตรง อีกทั้งยังเป็นบุคคลที่เป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของบริการโทรทัศน์ชุมชนในระยะยาวอีกด้วย

อีกทั้งประชาชน และผู้บริโภคในเขตพื้นที่ถือเป็นบุคคลที่มีความเข้าใจในบริบทท้องถิ่นมากที่สุด รวมถึงมีแรงจูงใจในการทำเพื่อท้องถิ่น โดยไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มากเท่ากับบุคคล หรือหน่วยงานอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ประชาชนหรือแม้แต่ผู้นำชุมชนในแต่ละพื้นที่มีความ ‘ต้องการส่วนตัวที่แท้จริง’ ต่างกัน (แม้จะมีรูปแบบวัฒนธรรมที่คล้าย หรือเหมือนกัน) ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรเป็นผู้ประสานงานในลักษณะที่คอยส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการเข้าถึง และการผลิตสื่อของประชาชนในทุกเขตพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน และให้สิทธิ์การบริหารจัดการ หรือกำหนดแนวทางการดำเนินกิจการโทรทัศน์ชุมชนที่ยืดหยุ่นแก่ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อประสิทธิภาพในการปรับใช้ และคงกิจการไว้ได้ในระยะยาว อีกปัจจัยสำคัญคือ การส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ตระหนัก หรือสามารถให้เหตุผลได้ว่าประโยชน์ หรือข้อดีจากการให้สิทธิ์เต็มที่แก่ประชาชนในท้องถิ่นคืออะไร เป็นอย่างไร หรือสามารถต่อยอดได้อย่างไร รวมถึงจะรักษาไว้อย่างไร กล่าวคือ ดีกว่าการให้หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมได้อย่างไร

5.4.2 มุมมองต่อประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับทีวีสาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ผู้ที่สนใจจะขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

มองว่าไม่ควรมีโฆษณาในเชิงพาณิชย์ แต่ควรมีการโฆษณาเพื่อเอื้อประโยชน์และขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นของผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ต้องเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่ไม่ทำลายสังคมหรือชุมชน และมองว่าหลักเกณฑ์เรื่องช่วงเวลา 8 นาที ต่อ 1 ชั่วโมง แม้จะเป็นสิ่งที่ควรมีเกณฑ์ดังกล่าวไว้ แต่ไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญเท่ากับว่า การโฆษณานั้น เป็นไปเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจครอบครัวหรือชุมชนหรือไม่ เช่น หากมีครอบครัวที่ทำกะปิแกง ก็ควรที่จะสามารถซื้อโฆษณาขายกะปิของครอบครัวได้อย่างตรงไปตรงมา มากกว่าการต้องหลีกเลี่ยงด้วยการทำรายการชวนชิมกะปิเป็นร้อยรายการเพื่อให้กะปิเป็นที่รู้จัก

สิ่งสำคัญคือ ต้องมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าสิ่งใดโฆษณาได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม และสิ่งใดโฆษณาไม่ได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม และควรมีช่องทางสำหรับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นได้ เช่น การสนับสนุนจาก องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ และองค์กรภาคประชาชน

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

ข้อกำหนดในลักษณะนี้ถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ดี แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลควรให้นิยามที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ว่าเป็นอย่างไร อาทิ โฆษณาประเภทสร้างสรรค์ หรือโฆษณาที่ไม่มีนัยทางการเมืองแอบแฝง เป็นต้น

ประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ควรเป็นประเภทโฆษณาที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ หรือรายได้ให้กับชุมชนในเขตพื้นที่เป็นหลัก กล่าวคือ แม้ประเภทโฆษณาอาจจำกัด แต่ขอบเขตหรือบริบทในทางปฏิบัติจริงควรมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยน แก้ไข หรือปรับปรุงให้เข้ากับความต้องการของประชาชนในแต่ละช่วงเวลาได้

หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในแง่ของการลงทุนเพื่อการจัดทำโฆษณาในระยะเริ่มแรก เนื่องจากการดำเนินงานในลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องใหม่ ประชาชนในเขตพื้นที่ยังไม่มีศักยภาพมากเพียงพอ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐไม่ควรกลายเป็นผู้เล่นหลัก หรือครอบครองอิทธิพลในตลาดไม่ว่าในกรณีใด ๆ ที่นอกเหนือจากการสนับสนุนโดยไม่แสวงหาผลกำไรเท่านั้น

แนวทางการดำเนินงานควรเป็นไปในลักษณะของการลดเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐลงเรื่อย ๆ กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกภาครัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก ในขณะเดียวกัน ประชาชนที่มีศักยภาพมากพอก็ร่วมทำการลงทุนควบคู่ไปด้วย และในระยะยาวประชาชนกลุ่มนี้ควรกลายเป็นผู้ลงทุนหลัก หรือเป็นบุคคลหลักที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง หรือการดำเนินงานในลักษณะใด ๆ เท่านั้น

และสุดท้ายแล้ว การโฆษณาควรเป็นหนึ่งในช่องทางการหารายได้เพิ่มเติมของผู้ประกอบการเท่านั้น โดยไม่ควรถูกยึดเป็น ‘รูปแบบการหารายได้หลัก’ เพื่อป้องกันการมุ่งเน้นการให้บริการเพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์เท่านั้น (เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมเท่านั้น) อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาปรับใช้กฎหมายเพื่อการกำกับดูแลด้านการเซ็นเซอร์อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กันไปด้วย

5.4.3 การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย หากสามารถมีโฆษณาได้ ควรกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาอย่างไร

5.4.3.1 สิ่งที่สามารถนำเสนอได้

ผู้ที่สนใจจะขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เห็นว่า ควรเป็นโฆษณาที่อยู่ภายใต้ขอบเขตดังนี้

- สินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นเท่านั้น
- โลโก้ / แบนเนอร์
- สิ่งที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น ชุมชน ประเทศชาติ
- สิ่งที่เป็นประโยชน์ ไม่ผิดกฎหมาย

- ผลิตภัณฑ์ของครอบครัว ชุมชน วิสาหกิจชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือบริการในท้องถิ่น ทั้งจากผู้ผลิตในระดับชุมชนและผู้ผลิตอื่น ๆ นอกชุมชน โดยที่ไม่เข้าเกณฑ์ต้องห้าม

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

เห็นว่า ควรเป็นโฆษณาที่อยู่ภายใต้ขอบเขตดังนี้

- ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของประชาชนในเขตพื้นที่ (มีความเป็นท้องถิ่น)
- ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม หรือกิจกรรมของประชาชนในเขตพื้นที่
- ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ หรือต่อยอดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในเขตพื้นที่
- ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าหรือบริการหรือกลุ่มวิสาหกิจภายในชุมชนในทางใด ๆ
- ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ปลุกฝัง และส่งเสริมการพัฒนาเด็ก และเยาวชนในเขตพื้นที่
- รูปแบบการโฆษณาควรเป็นไปในลักษณะของการแฝงความคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมความรู้ การต่อยอด หรือการสร้างคุณค่าให้กับประชาชนควบคู่ไปด้วย (ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การโฆษณาเพื่อการซื้อขายเพียงอย่างเดียว)
- สินค้า OTOP จากทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้า และผลิตภัณฑ์ของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งปลอดภัย และไม่ผิดกฎหมาย
- การประชาสัมพันธ์พื้นที่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวให้กับบุคคลภายนอก

5.4.3.2 สิ่งที่น่าเสนอไม่ได้

ผู้ที่สนใจจะขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

- ขาดความรับผิดชอบแฝงการพนันและปัญหาสังคม
- คุณลักษณะพิเศษของสินค้า
- สิ่งผิดกฎหมายเช่น บุหรี่, แอลกอฮอล์
- สิ่งขัดต่อวิถีจารีต และเป็นไปตามเงื่อนไขของสำนักงาน กสทช.
- สิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ และ / หรือ ผิดกฎหมาย
- ผลิตภัณฑ์อาหารและยา ที่ผิดกฎหมาย ไม่ผ่านการรับรองจาก ออย.หรือการนำเสนอสิ่งที่มีลักษณะหมิ่นเหม่เป็นการหลอกลวงผู้บริโภค
- การหาเสียงทางการเมือง เว้นแต่เป็นการแถลงนโยบายและผลงานตามที่กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์

- สินค้า บริการ ที่เข้าเกณฑ์ต้องห้ามที่จะได้ระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
- เรื่องการเมือง และขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

เห็นว่า สิ่งที่น่าเสนอไม่ได้อยู่ภายใต้ขอบเขตดังนี้

- โฆษณาที่มีนัยทางการเมือง หรือผลประโยชน์ส่วนตัวแอบแฝง
- โฆษณาที่มุ่งเน้นการต้อยอดธุรกิจที่ไม่มีความโปร่งใส
- โฆษณาที่มุ่งเน้นการขายตรง โดยไม่มีคำแนะนำ คำเตือน หรือคำอธิบายที่ชัดเจน และครอบคลุมอย่างเพียงพอ (การคุ้มครองผู้บริโภค)
- โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมายไม่ว่าในทางใด ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์
- โฆษณาชวนเชื่อ
- โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการที่มีกลุ่มทุน หรือนักการเมืองท้องถิ่น ที่มีอิทธิพลทั้งในระดับชุมชน และระดับประเทศเป็นเจ้าของ หรือเกี่ยวข้องไม่ว่ากรณีใดๆ

5.4.4 การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย การนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่

ผู้ที่สนใจจะขอรับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

สามารถทำได้ แต่ต้องมีกระบวนการออกแบบสัดส่วนของเวลา และควรเปิดช่องทางตลาดสาธารณะสู่การแลกเปลี่ยนที่ครอบคลุมทั้งประเทศ

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

สามารถทำได้ และเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ควรสนับสนุนให้เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ เพื่อที่ทั้งประชาชน ผู้บริโภค และผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จะสามารถมีพื้นที่ในการสร้างรายได้ให้กับตนเองมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบัน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐนั้นไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง รวมถึงในบางกรณี การช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐนั้นไม่สามารถสร้างประโยชน์ได้จริงในทางปฏิบัติ_อีกทั้งในปัจจุบันนี้ ทั้งประชาชน ผู้บริโภค และผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตเนื้อหาหารายการสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ได้ด้วยตัวเอง แต่ขาดเพียง ‘ช่องทางหลักที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขาย’ อย่างถูกต้อง เป็นระเบียบ และปลอดภัย

ซึ่งรูปแบบของเนื้อหาหารายการควรมีรูปแบบที่มีความเฉพาะเจาะจง สามารถรับรู้ได้ทันทีที่รับชมว่าเป็นเนื้อหาหารายการเกี่ยวกับท้องถิ่น และไม่ทับซ้อนกับเนื้อหาหารายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์สาธารณะ เพื่อผลประโยชน์ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งยังถือเป็นการช่วยรักษาอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น และส่งเสริม ‘ความเป็นต้นฉบับ’ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนออกแบบรูปแบบการนำเสนอ การส่งเสริมการหารายได้ในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม (คล้ายวิธีนำเสนอแบบบังฮาซัน อาหารทะเลตากแห้ง) หรืออาจมีนำเสนอแบบขายกันตรง ๆ หรือนำเสนอเนื้อหา นำมาก่อนแล้วมาขายตรงในช่วงท้ายได้เช่นกัน (คล้ายกลวิธีในยูทูบ) อาจเชิญนักคิดที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่สถานี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้แปลกและแตกต่างไปจากช่องทางอื่น

5.5 การวิเคราะห์ด้านหลักเกณฑ์และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

การดำเนินการวิเคราะห์ด้านหลักเกณฑ์และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ที่ปรึกษาได้จำแนกเป็น 2 แนวทาง ลำดับแรกคือ การทบทวนหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย โดยดำเนินการวิเคราะห์เพิ่มเติมต่อเนื่องจากผลการดำเนินการจากรายงานการศึกษาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) ลำดับที่สองคือการแยกประเด็นการด้านหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ ที่โดยเป็นประเด็นสำหรับการวิพากษ์เพิ่มเติมโดยได้มาจากขั้นตอนการประเมินความเหมาะสมของหลักเกณฑ์โดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจำนวน 172 ราย ซึ่งมีประเด็นที่ต้องได้รับการวิพากษ์เพิ่มเติมเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของการดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในปัจจุบัน สืบเนื่องจากเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ปีที่ทำการศึกษาได้แก่ปี พ.ศ. 2563

5.5.1 การวิเคราะห์หลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย การทบทวนหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ที่ปรึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์เพิ่มเติมต่อเนื่องจากผลการดำเนินการจากรายงานการศึกษาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) และดำเนินการวิเคราะห์เพิ่มเติมต่อเนื่องจากหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ดังได้แสดงผลการศึกษาของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) โดยจำแนกเป็นหัวข้อ การพัฒนาบุคลากร การให้ใบอนุญาต เงื่อนไขใบอนุญาต การติดตามและประเมินผลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งการศึกษาของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) เป็นแนวทางสำหรับการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงแสดงการวิเคราะห์ต่อเนื่องของที่ปรึกษาในแง่มุมมองของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับใบอนุญาตปกติ ในกรอบข้อความตามลำดับ

5.5.1.1 การพัฒนาบุคลากร²⁰

การศึกษาการให้บริการโทรทัศนชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) กล่าวว่า กิจกรรมโทรทัศนชุมชนเป็นการให้บริการในระบบดิจิทัลซึ่งมีรายละเอียดมากรวมถึงอุปกรณ์และระบบต่าง ๆ ที่ใช้ก็มีความซับซ้อน เพื่อให้การทดลองบริการโทรทัศนชุมชนประสบความสำเร็จ สำนักงาน กสทช. ควรจะต้องพิจารณาการพัฒนาบุคลากรด้านการดำเนินกิจการโทรทัศนชุมชนและโดยเฉพาะสำหรับผู้ทดลองให้บริการ โดยอาจพิจารณาร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือผู้ประกอบการกิจการโทรทัศนในระบบดิจิทัลที่มีอยู่ จัดตั้งศูนย์อบรมด้านสื่อ (Media Training Centre) เพื่อพัฒนาบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยต้องมีแผนที่ครอบคลุมการฝึกอบรมภาคปฏิบัติในหัวข้อสำคัญดังนี้

- (1) การทำวิจัยเรื่องการรับชมและปฏิสัมพันธ์กับชุมชน (ซึ่งรวมถึงเรื่องช่วงและระยะเวลาการรับชมเนื้อหาที่น่าสนใจ และสภาชุมชนต่าง ๆ)
- (2) การผลิตเนื้อหารายการโทรทัศนแบ่งออกเป็น
 - ก) ขั้นตอนการทำงานและกระบวนการทำงาน
 - ข) ระบบการสำรองข้อมูลและการบำรุงรักษา
 - ค) สิทธิและการจัดการเนื้อหา
- (3) การออกอากาศโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (DTTB) และการเผยแพร่เนื้อหา ซึ่งรวมถึง
 - ก) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับความถี่และการวางแผนโครงข่าย
 - ข) การกำหนดค่าโครงสร้างโครงข่าย

ข้อมูลจากการสำรวจความพร้อมในการให้บริการจากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าสำนักงาน กสทช. ควรดำเนินการส่งเสริมหรือจัดอบรมเพื่อส่งเสริมการให้บริการโทรทัศนชุมชนในเนื้อหาดังนี้

- 1.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อโทรทัศน
- 1.2 ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายสื่อ
- 1.3 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อสำหรับออกอากาศทางโทรทัศนและทางสื่อออนไลน์
- 1.4 การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์สำคัญ
- 1.5 การพัฒนาบุคลากรด้านสื่อ
- 1.6 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการชุมชน การทำสื่อสำหรับชุมชน
- 1.7 การผลิตสื่อตามความต้องการของชุมชน
- 1.8 ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการของโทรทัศนชุมชน
- 1.9 การหารายได้ภายใต้เงื่อนไขของโทรทัศนชุมชน
- 1.10 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาประเภทต่างๆ

²⁰ สำนักงานกิจการโทรทัศนในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาดูงานบริการโทรทัศนชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศนชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

5.5.1.2 การให้ใบอนุญาตทดลอง²¹

การศึกษาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) กล่าวว่า การออกใบอนุญาตทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ขั้นตอนเตรียมการก่อนขอรับใบอนุญาต

เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับสำนักงาน กสทช. และผู้ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน (ทดลอง) ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ปรึกษา ITU มีข้อเสนอแนะว่า สำนักงาน กสทช. ควรจัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจพิเศษที่จะมีหน้าที่สนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชนโดยเฉพาะ (NBTC CTV Support Unit) โดยในหน่วยนี้จะประกอบไปด้วย

(1) เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. และผู้มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการออกใบอนุญาต เรื่องกิจการโทรทัศน์ ทั้งในด้านการดำเนินงานด้านเทคนิค และด้านบริหารจัดการ ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา หน่วยงานสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชนดังกล่าวจะเป็นตัวหลักในการดำเนินการตามแผนการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแผนการดำเนินงานสำหรับการให้ใบอนุญาตจริง โดยที่การออกใบอนุญาตจริงจะกระทำได้ก็ต่อเมื่อสิ้นสุดการทดลองให้บริการแล้วเท่านั้น หน่วยงานสนับสนุนดังกล่าวยังจะมีหน้าที่ช่วยตรวจสอบแบบคำร้องขอรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การสนับสนุนสถานที่ทั้งในและนอกพื้นที่ การตรวจสอบติดตามการดำเนินงานของผู้ได้รับใบอนุญาตว่าเป็นไปตามเงื่อนไขและข้อกำหนดในใบอนุญาตหรือไม่ นอกจากนี้หน่วยงานสนับสนุนดังกล่าวจะร่วมประเมินความเป็นไปได้และความยั่งยืนของการดำเนินกิจการโทรทัศน์ชุมชนอีกด้วย

ส่วนหนึ่งของการออกใบอนุญาตทดลองและบริหารจัดการงบประมาณสำหรับการทดลองให้บริการ หน่วยงานสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชนของสำนักงาน กสทช. ยังควรจะต้องจัดทำรายการตรวจสอบ (check list) สำหรับใช้ในการประเมินผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตรายการตรวจสอบนี้ควรต้องรวมถึงหัวข้อเรื่องแผนการดำเนินงาน (เช่นเดียวกับแผนธุรกิจของกิจการเชิงพาณิชย์) นอกจากนี้หน่วยงานสนับสนุนดังกล่าวยังควรจะต้องมีรายการตรวจสอบสำหรับการติดตามประเมินผลให้บริการ และนำเสนอข้อควรปรับปรุงถ้าจำเป็น สำนักงาน กสทช. ควรจะต้องตกลงกับผู้ให้บริการโครงข่ายระดับชาติในเรื่องการเชื่อมต่อสัญญาณสำหรับให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ในกรณีที่เลือกใช้โครงข่ายระดับชาติโดยข้อตกลงนี้ควรรวมถึงกำหนดทางเทคนิคต่าง ๆ เช่น multiplex loading, Logical Channel Number, ข้อมูล SDI, การเชื่อมต่อ SD/MPEG และค่าธรรมเนียมการใช้โครงข่าย โดยการกำหนดค่าธรรมเนียมนี้ควรต้องพิจารณาด้วยว่าเป็นการทดลองให้บริการและช่องสัญญาณนั้นยังว่างอยู่ นั่นหมายความว่าค่าธรรมเนียมควรจะต้องไม่สูงเกินไป ในกรณีที่เลือกใช้โครงข่ายท้องถิ่นซึ่งจำเป็นต้องมีการออกใบอนุญาตสำหรับผู้ให้บริการโครงข่ายของมัลติเพล็กซ์ที่ 6 ก่อนนั้น ผู้ให้บริการโครงข่ายดังกล่าวจะต้องเปิดเผยอัตราค่าบริการ (ค่าเช่าใช้โครงข่าย) และต้องได้รับการอนุมัติ กสทช.

²¹ สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

ก่อน หรืออีกทางหนึ่งคือนำต้นทุนโครงข่ายมารวมไว้ในประมาณด้านการลงทุน (CAPEX) ของโครงการทดลอง ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนซึ่งในกรณีนี้ กสทช. จะต้องร่างกฎการเข้าถึงโครงข่ายซึ่งอาจรวมถึงกำหนด ค่าธรรมเนียมไว้ด้วย

สำนักงาน กสทช. ในฐานะที่เป็นผู้จัดสรรคลื่นความถี่และให้ใบอนุญาตทดลองบริการ โทรทัศน์ชุมชน รวมถึงเป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณ (บางส่วน) สำหรับการทดลอง จำเป็นที่สำนักงาน กสทช. จะต้องสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชนเพื่อให้แน่ใจว่าการ ประสานงานและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการเป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงการติดตามตรวจสอบ ค่าใช้จ่ายในการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

สำนักงาน กสทช. ควรจะต้องจัดฝึกอบรมให้กับผู้ร่วมโครงการทดลองให้บริการโทรทัศน์ ชุมชนด้วย ควรจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมโทรทัศน์ชุมชน (CTV Media Training Centre) เพื่อให้ความรู้ด้านการ ผลิตรายการโทรทัศน์และความรู้ด้านโครงข่ายโทรทัศน์ในหลายปีที่ผ่านมา ไทยพีบีเอสได้ร่วมกับประชาชนและ นักข่าวพลเมืองพัฒนาบุคลากรในด้านสื่อ สำนักงาน กสทช. จึงควรพิจารณาร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรทัศน์ ประเภอบริการสาธารณะ ในการจัดฝึกอบรมผู้ให้บริการ (ทดลองโทรทัศน์ชุมชน) นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. ยังอาจร่วมมือกับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลระดับชาติจัดตั้ง 'ห้องสมุดเนื้อหา' เพื่อเป็นแหล่งรวบรวม เนื้อหาสาธารณะ ซึ่งอาจเปิดให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถใช้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

(2) การพิจารณาให้ใบอนุญาตทดลองรวมถึงคุณสมบัติและการประเมินผลซึ่งจะระบุไว้ในขั้นตอน การขอรับใบอนุญาต

ผู้เข้าร่วมทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชน (ผู้ได้รับใบอนุญาตทดลอง) ควรมาจากการคัดเลือก ของสำนักงาน กสทช. ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกตามมาตรฐานทั่วไปหรือการคัดเลือกแบบเป็นขั้น ผู้ขอรับ ใบอนุญาตจะต้องผ่านเกณฑ์คุณสมบัติขั้นต่ำ ซึ่งหลังจากนั้นจะเป็นการคัดเลือกผู้ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่มีคุณสมบัติ ความพร้อม และแผนงานที่ดีที่สุด โดยใช้เกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ล่วงหน้าโดย กสทช. ในการคัดเลือกรอบ ที่สองนี้จำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจน หลักเกณฑ์ดังกล่าวอาจรวมถึงการประเมินความตั้งใจและ ความสามารถด้านการเงินของผู้ขอรับใบอนุญาต โดยพิจารณาว่าผู้ขอรับใบอนุญาตมีทุนที่จะร่วมสนับสนุนการ ดำเนินงานเท่าใด (ไม่ใช่หวังพึ่งทุนสนับสนุนจากรัฐหรือจากภายนอกเพียงอย่างเดียว) อย่างไรก็ตามหลักเกณฑ์ การคัดเลือกนี้ขึ้นอยู่กับ กสทช. เป็นผู้กำหนด ซึ่งประเด็นที่ควรจะต้องพิจารณาจากผู้ขอรับใบอนุญาต อย่างน้อยควรจะต้องรวมถึง

1. การสนับสนุนจากชุมชน
2. ชีตความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่
3. ความสามารถในการอยู่รอด
4. ความหลากหลายของเนื้อหารายการ
5. ธรรมาภิบาลและความน่าเชื่อถือ
6. ความสามารถในการปฏิบัติตามกฎข้อบังคับต่าง ๆ ได้

(1) เกณฑ์คุณสมบัติขั้นต่ำ ที่ปรึกษา ITU มีข้อเสนอแนะต่อ สำนักงาน กสทช. ว่าควรพิจารณาให้ใบอนุญาตทดลองให้แก่ผู้ขอรับที่จดทะเบียนเป็นองค์กรหรือนิติบุคคลถูกต้องตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นรูปแบบสมาคมหรือมูลนิธิ ผู้ขอรับใบอนุญาตจะต้องสามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ได้ว่ามีความพร้อมที่จะดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งรวมถึงเอกสารแสดงผลงานที่ผ่านมา เช่น การดำเนินงานด้านชุมชน การผลิตสื่อชุมชน หรือการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนมาก่อนหน้านี้ และที่สำคัญเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติจะต้องเน้นย้ำเรื่องการไม่แสวงหาผลกำไร การไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐ หรือมีความสัมพันธ์ใด ๆ ทางการเมืองหรือกับกลุ่มการเมือง โดยพิจารณาประกาศ กสทช. อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เกณฑ์คุณสมบัติขั้นต่ำควรจะประกอบด้วย

- (1) โครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการของผู้ขอรับใบอนุญาต
- (2) ประวัติและผลงานของสมาชิกในคณะกรรมการและในทีมผู้บริหาร
- (3) นโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร
- (4) แหล่งเงินทุนในปัจจุบัน (ซึ่งสอดคล้องกับประกาศ กสทช. เรื่องการสนับสนุนทางการเงินสำหรับบริการสื่อชุมชน)
- (5) หลักปฏิบัติ ความรับผิดชอบและการจัดการกับข้อร้องเรียนต่าง ๆ
- (6) หลักฐานเชิงประจักษ์ในการสนับสนุนงานชุมชน อ้างอิงจาก ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ภาควนวก ข

เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ภาควนวก ข

(2) เกณฑ์การประเมิน สำนักงาน กสทช. อาจพิจารณาเกณฑ์ในการประเมินตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- (1) ข้อเสนอผังรายการ มีความสร้างสรรค์และมีความหลากหลาย และเหมาะสมกับความสนใจในชุมชนนั้น ๆ นอกจากนี้รายการที่เสนอควรจะต้องแตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ที่มีอยู่แล้ว
- (2) ข้อเสนอกิจกรรมในชุมชนและการมีปฏิสัมพันธ์ (หัวข้อที่ 7.4) และตรงกับความต้องการของคนในชุมชนหรือไม่
- (3) ข้อเสนอกระบวนการผลิตและการจัดทำเนื้อหารายการอย่างเป็นมืออาชีพ
- (4) หลักฐานเชิงประจักษ์ในการสนับสนุนทางการเงินสำหรับการดำเนินงานของสถานี โดยควรจะต้องแสดงให้เห็นความสามารถด้านการเงิน สำหรับการดำเนินงานภายหลังเสร็จสิ้นการทดลองให้บริการด้วย
- (5) หลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงแหล่งทุนทั้งจากผู้ขอรับใบอนุญาตเองและจากภาครัฐ ที่ให้การสนับสนุนการทดลองบริการนี้ ว่าเพียงพอกับรายจ่ายทั้งด้านทุนและด้านดำเนินการ (CAPEX และ OPEX) และรวมถึงภายหลังเสร็จสิ้นการทดลองให้บริการด้วย

ข้อมูลจากการผลึกษาในขั้นตอนการจัดทำโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน ที่ปรึกษา มีข้อเสนอแนะว่าควรปรับใช้แบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรทัศน์ชุมชน (BMC Template) เพื่อใช้สำหรับประเมินผู้ที่มีแนวโน้มจะขอรับใบอนุญาต หรือผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้

ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยพิจารณาจากความพร้อมตามองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน ว่าผู้ยื่นขอรับใบอนุญาต รายใดที่มีความพร้อมในระดับสูง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากการจัดทำแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของ โทรศัพท์ชุมชนเพื่อใช้ในการยื่นขอรับใบอนุญาต

5.5.1.3 เงื่อนไขใบอนุญาต²²

การศึกษาการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดย สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) ได้เสนอแนวทางการกำกับบริการโทรศัพท์ชุมชนไว้ซึ่งควร นำมาใช้กับผู้ให้บริการในช่วงทดลองด้วย โดยคำนึงถึงว่าผู้ได้รับใบอนุญาตทดลองนี้มีแนวโน้มจะเป็นผู้ ให้บริการต่อไปในอนาคต แนวทางดังกล่าวที่สำคัญๆ สรุปได้ตามข้างล่างนี้

(1) หมวด 2 หลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาต

ก) ผู้รับใบอนุญาตสามารถประกอบกิจการโทรศัพท์ ประเภทบริการชุมชน ได้เพียง 1 สถานี เท่านั้น และสามารถขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง ประเภทบริการชุมชนในพื้นที่เดียวกันได้ ในทางกลับกันผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเสียงประเภทบริการชุมชนก็สามารถขอรับใบอนุญาตประกอบ กิจการโทรศัพท์ประเภทบริการชุมชนในพื้นที่เดียวกันได้เช่นกัน

ข) ใบอนุญาตทดลองให้บริการ อาจมีระยะเวลาอนุญาต 1 ปี และสามารถขอใหม่ได้

ค) ผู้ได้รับใบอนุญาตทดลองให้บริการสามารถออกอากาศผ่านทางโครงข่ายโทรศัพท์ ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลได้

ง) คณะกรรมการจะประเมินผลการให้บริการของผู้ได้รับอนุญาตทดลองให้บริการภาย หลังจาก 6 เดือนนับตั้งแต่วันได้รับใบอนุญาต

(2) หมวด 3 ธรรมชาติของโทรศัพท์ชุมชน ระบุว่าผู้ได้รับใบอนุญาตจะรายงานผลการ ดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอต่อสำนักงาน กสทช.

(3) หมวด 4 สถานีโทรศัพท์ชุมชนไม่แสวงหาผลกำไร ระบุว่าผู้ที่ได้รับใบอนุญาตสามารถ แสวงหารายได้โดยการประกาศชื่อของผู้บริจาคหรือผู้ให้การสนับสนุนออกอากาศได้ โดยการประกาศนี้จะต้อง ไม่อยู่ในรูปแบบโฆษณา และควรเป็นการประกาศเพียงแค่ชื่อหรือรายละเอียดติดต่อของผู้บริจาคหรือผู้ให้การ สนับสนุน

(4) หมวด 5 หน้าที่ของผู้รับใบอนุญาต

ก) ข้อปฏิบัติด้านเนื้อหารายการ

ข) ผู้รับใบอนุญาตมีหน้าที่ต้องเสนอหลักปฏิบัติ (Code of Practice) ของสถานีต่อ สำนักงาน กสทช.

²² สำนักงานกิจการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาบริการโทรศัพท์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการ โทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

(5) หมวด 6 การขอคืนใบอนุญาต

ก) ผู้ได้รับใบอนุญาตอาจขอคืนใบอนุญาตก่อนสิ้นสุดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตในกรณีที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของผู้ได้รับใบอนุญาตไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

ข) คณะกรรมการจะรับคืนใบอนุญาตได้ก็ต่อเมื่อได้มีการตรวจสอบอย่างละเอียดถึงการดำเนินงานของผู้ได้รับใบอนุญาตและหลักฐานเชิงประจักษ์ที่มีอยู่

ค) ในกรณีที่คณะกรรมการรับคืนใบอนุญาต คณะกรรมการมีสิทธิเปิดรับใบสมัครจากผู้ขอรับใบอนุญาตรายอื่นได้

(6) หมวด 7 การทบทวนแก้ไขหลักเกณฑ์ ระบุว่าคณะกรรมการอาจทบทวนการแก้ไขหลักเกณฑ์ในประกาศฉบับนี้ได้ตามความเหมาะสม โดยเฉพาะในกรณีที่มีปัญหาต่อการพัฒนากิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ จากการดำเนินการวิเคราะห์ประเด็นด้านหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ที่ปรึกษาได้นำเสนอข้อมูลที่เป็นประเด็นสำหรับการวิพากษ์เพิ่มเติมจากหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประเด็นที่นำมาทบทวน โดยได้มาจากขั้นตอนการประเมินความเหมาะสมของหลักเกณฑ์โดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจำนวน ซึ่งมีประเด็นที่ต้องได้รับการวิพากษ์เพิ่มเติมเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของการดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในปัจจุบัน สืบเนื่องจากเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ปีที่ทำการศึกษได้แก่ปี พ.ศ. 2563 โดยประเด็นที่ทำการทบทวนมีดังนี้

1) การแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง

2) ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)”

3) การกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้

4) การนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

ซึ่งที่ปรึกษาได้นำเสนอผลการทบทวนในหัวข้อที่ 5.5.2

5.5.1.4 การติดตามและประเมินผลการทดลองบริการโทรทัศน์ชุมชน²³

การศึกษาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) กล่าวถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินการของผู้ทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชน รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับอนาคต

²³ สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

1. วัตถุประสงค์ของการทดลองและการติดตาม เพื่อให้การติดตามและประเมินผลการทดลองบริการโทรทัศน์ชุมชนเป็นผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จำเป็นต้องออกแบบเครื่องมือที่ใช้ติดตามและประเมินผล หน่วยงานสนับสนุนกิจการโทรทัศน์ชุมชน (CTV support unit) ควรจะต้องลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบและติดตามรวมถึงประเมินผลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละพื้นที่ซึ่งผลสำรวจที่ได้รับจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอข้อควรปรับปรุงและสิ่งที่สามารถช่วยเหลือได้ ในการนี้หน่วยสนับสนุนโทรทัศน์ชุมชนควรจะต้องทำรายการตรวจสอบให้เป็นมาตรฐานโดยรายการตรวจสอบนี้อาจรวมถึงหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1) การปฏิบัติตามเงื่อนไขใบอนุญาต ยกตัวอย่างเช่น 70% ของเนื้อหาต้องเป็นรายการข่าวและอย่างน้อย 50% ของรายการที่ออกอากาศต้องเป็นการผลิตเนื้อหาโดยชุมชน

2) กระบวนการและขั้นตอนการผลิตเนื้อหาและการออกอากาศรวมถึงการจัดหาทุน

3) หน้าที่ความสามารถของระบบต่างๆสำหรับการผลิตเนื้อหารายการ

4) การมีปฏิสัมพันธ์และรับฟังความเห็นจากชุมชนรวมถึงการรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ

2. การประเมินผลการทดลองและการดำเนินการในอนาคต ระยะเวลาสำหรับการทดลองให้บริการมีระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งปี ดังนั้นผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชน (ซึ่งต้องผ่านการทดลองให้บริการมาก่อน) จะได้รับใบอนุญาตก็ต่อเมื่อ

(1) ผู้เข้าร่วมการทดลองผ่านเกณฑ์การประเมินผลงานจากสำนักงาน กสทช.

(2) การกำหนดแผนธุรกิจซึ่งรวมถึงแผนการเงิน ซึ่งได้รับการอนุมัติจากสำนักงาน กสทช.. โดยระบุทรัพยากรทางการเงินที่ผู้ให้บริการเป็นผู้จัดหาเอง

(3) รายละเอียดแผนการใช้โครงข่ายและแผนการให้บริการซึ่งได้รับการอนุมัติจากสำนักงาน กสทช. โดยมีการระบุถึงพื้นที่ที่จะให้บริการ จำนวนช่องรายการในแต่ละพื้นที่และลักษณะความร่วมมือกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ ในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน

(4) มีการออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการโครงข่ายมัลติเพล็กซ์ที่ 6 รวมถึงการประกาศค่าธรรมเนียมการเข้าใช้โครงข่าย

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ จากผลการประชุมกลุ่ม 4 ภูมิภาค พบว่าด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาตควรดำเนินการโดยมีแนวทางในการประเมินผลในช่วง 1-2 ปีแรกของการดำเนินงาน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรับรองผู้ที่ขอใบอนุญาต เนื่องจากเป็นการรับรองกันเองภายในชุมชนว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ซึ่งย่อมส่งผลต่อความนิยมของผู้รับสื่อภายในชุมชน

5.5.2 การทบทวนประเด็นจากหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

การดำเนินการวิเคราะห์ประเด็นด้านหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้นำเสนอข้อมูลที่เป็นประเด็นสำหรับการวิพากษ์เพิ่มเติมจากหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประเด็นที่นำมาทบทวน โดยได้มาจากขั้นตอนการประเมินความเหมาะสมของหลักเกณฑ์โดยวิธีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจำนวน 172 ราย ซึ่งมีประเด็นที่ต้องได้รับการวิพากษ์เพิ่มเติมเพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของการดำเนินการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในปัจจุบัน สืบเนื่องจากเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่ง ณ ปัจจุบัน ปีที่ทำการศึกษได้แก่ปี พ.ศ. 2563 โดยประเด็นที่ทำการทบทวนมีดังนี้

1) การแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง

2) ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)”

3) การกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้

4) การนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

การนำเสนอแนวคิดต่อประเด็นดังกล่าว ที่ปรึกษาได้นำข้อคิดเห็นจากทั้ง 4 แหล่งข้อมูลที่ได้แสดงความเห็นต่อประเด็นดังกล่าว และจะได้เสนอมุมมองจากที่ปรึกษาในลำดับถัดไป โดยที่มาของแหล่งความคิดเห็นต่อการทบทวนหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่

1) แนวคิดจากรายงานการศึกษาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองให้บริการสำนักงาน กสทช. โดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU)

2) ความเห็นจากขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จำนวน 15 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย

2.1) ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

2.2) ผู้ให้บริการโทรทัศน์สาธารณะ

2.3) ผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนำร่อง ได้แก่ พะเยาทีวี โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง

2.4) สมาคมที่เกี่ยวข้องด้านสื่อชุมชน ที่ได้รับคำแนะนำจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ข้างต้น

2.5) ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชน

3) ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน กลุ่มนักวิชาการ และสถาบันการศึกษา จากขั้นตอนการประชุมหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ภายใต้ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

การดำเนินการวิเคราะห์ประเด็นด้านหลักเกณฑ์ในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้นำเสนอข้อมูลของหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ประเด็นที่ปรึกษานำเสนอโดยจำแนกตามแหล่งข้อมูล และทำการสรุปเป็นความเห็นของคณะที่ปรึกษาโดยการบรรยายได้ตาราง โดยสรุปรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 สรุปความเห็นจากการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
มีการกล่าวถึงผังรายการในแง่มุมมองของธรรมาภิบาลองค์กรโดยผู้บริหารสถานี มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานของสถานีและการบริหารสถานแบบวันต่อวันโดยรวมถึงหน้าที่บรรณาธิการสถานี การจัดผังรายการแบบรายสัปดาห์หรือแบบรายเดือนซึ่งสำหรับโทรทัศน์ชุมชน แล้วหน้าที่เหล่านี้จำเป็นต้องมีการทำงานร่วมกัน	<u>1.ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษามี</u> เห็นว่าควรยึดหลักเกณฑ์ใบอนุญาต กสทช. หากจะเปิดโทรทัศน์ชุมชน ที่ระบุสัดส่วนรายการประเภทใดจำนวนสัดส่วนแต่ละประเภท เพื่อความอยู่รอด ถูกต้องตามกฎหมาย <u>2.กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนมีความ</u> ต้องการให้มีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) กำหนดแนวปฏิบัติด้านสัดส่วน	พะเยาทีวีให้ความคิดเห็นว่าสถานีดำเนินงานแบบมีกองบรรณาธิการร่วม ส่วนใหญ่เนื้อหาเป็นเรื่องของคนในชุมชน ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อหารายการออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) สิ่งที่ชุมชนต้องการรับชม 2) สิ่งที่มีความสำคัญและมีผลกระทบกับชุมชนหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์กับชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่ชุมชนต้องรับรู้ 3) งานสร้างสรรค์ของชุมชนที่อยากนำเสนอ ซึ่งเนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาของเหตุการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวของชุมชน	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่า ประการแรก สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ควรมีกาหนดให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเป็น ‘บริการหลัก’ (ของสาธารณะชน) เช่นเดียวกับกับบริการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ หรือสื่อหลักประเภทอื่น ๆ ประชาชน และผู้บริโภคในเขตพื้นที่ควรเป็นบุคคลที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบ รายละเอียด หรือประเภทของเนื้อหารายการ และผังรายการของช่องรายการต่าง ๆ มากที่สุด รูปแบบการ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
กับชุมชนอย่างใกล้ชิดและเป็นไปตามหลักปฏิบัติของสถานี (Code of Practice)	เนื้อหาชุมชนและเนื้อหาจากส่วนกลาง 2) สัดส่วนรายการควรถูกกำหนดโดยผลการสำรวจความต้องการของชุมชน <u>3.กลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์สาธารณะ</u> มีความเห็นว่าอาจมีทั้งในรูปแบบผังรายการ ซึ่งเป็นแบบที่เห็นในโทรทัศน์ทั่วไป และแบบไม่มีผังรายการ เช่น การบริหารกลุ่มรายการที่พื้นที่สนใจซึ่งอาจเป็นข่าวหรือกลุ่มสาระประโยชน์ที่เปิดมุมมองใหม่ๆ หรือเหตุการณ์ร้อน เช่น การป้องกันจากโรค Covid19 เป็นต้น รวมทั้งการเปิดช่องทางสื่อในแต่ช่องทางอื่นที่ไม่เฉพาะหน้าจอ สามารถนำเสนอเนื้อหาตอบโจทย์ชุมชนโดยเฉพาะ โดยไม่หวังผลกำไร แต่สมาชิกทุกคนต้องช่วยกันดูแล	ผู้เข้าร่วมประชุมบางส่วนให้ความคิดเห็นว่าควรให้ผู้บริการโทรทัศน์ชุมชนออกแบบเนื้อหาและสัดส่วนรายการได้อย่างมีอิสระโดยสอดคล้องกับสังคมของแต่ละพื้นที่ หรืออาจกำหนดเนื้อหาที่เกี่ยวกับชุมชนร้อยละ 70 บ้านเมืองร้อยละ 20 ต่างประเทศร้อยละ 10 (หากมีรายการดนตรีชุมชน ละครชุมชน หรือภาพยนตร์สั้นชุมชน จะเป็นการยกระดับให้กับทั้งชุมชนและเกิดความภาคภูมิใจว่าชุมชนสามารถสร้างผลผลิตรายการออกอากาศได้เหมือนกับระดับประเทศหรือระดับสากล) หรือสำนักงาน กสทช. ออกประกาศประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ และเมื่อชุมชนมีข้อเสนอปรับแก้ไข ควรรับพิจารณาแก้ไขเหมือนกรณีโทรทัศน์ดิจิทัลและออกประกาศปรับปรุงฉบับใหม่ให้	นำเสนอ กฎ Must-carry หรือข้อกำหนดในช่วงเวลา Prime-time ควรเป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนไม่ว่าในกรณีใด ๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบ และถือเป็นผู้สร้างอิทธิพล (ให้เกิดบริการโทรทัศน์ชุมชนในเขตพื้นที่ขึ้น) โดยตรง อีกทั้งยังเป็นบุคคลที่เป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของบริการโทรทัศน์ชุมชนในระยะยาวอีกด้วย อีกทั้งประชาชน และผู้บริโภคในเขตพื้นที่ถือเป็นบุคคลที่มีความเข้าใจในบริบทท้องถิ่นมากที่สุด รวมถึงมีแรงจูงใจในการทำเพื่อท้องถิ่น โดยไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มากเท่ากับบุคคล หรือหน่วยงานอื่น ๆ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
		เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าสำนักงาน กสทช. เป็นผู้กำกับเนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายและจรรยาบรรณสื่อ กับชุมชนเท่านั้น หากจำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์มาควบคุมก็ควรเป็นไปเพื่อป้องกันความเสียหายต่อสาธารณะ และเพื่อส่งเสริมให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถให้บริการเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนแต่ละที่ได้อย่างแท้จริง โดยรวมสรุปประเด็นในการแสดงความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่ลงความคิดเห็นว่า ส่วนใหญ่เนื้อหาเป็นเรื่องราวของคนในชุมชนที่ต้องการรับรู้และต้องการนำเสนอผ่านสื่อ เรื่องของการจัดผังรายการจึงไม่ใช่ประเด็นที่น่าเป็นห่วงสำหรับการจัดทำโทรทัศน์ชุมชน เพราะเกือบร้อยละ 100 เป็น	อย่างไรก็ตาม ประชาชน หรือแม้แต่ผู้นำชุมชนในแต่ละพื้นที่มีความ ‘ต้องการส่วนตัวที่แท้จริง’ ต่างกัน (แม้จะมีรูปแบบวัฒนธรรมที่คล้าย หรือเหมือนกัน) ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรเป็นผู้ประสานงานในลักษณะที่คอยส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการเข้าถึง และการผลิตสื่อของประชาชนในทุกเขตพื้นที่อย่างเท่าเทียมกัน และให้สิทธิการบริหารจัดการ หรือกำหนดแนวทางการดำเนินกิจการโทรทัศน์ชุมชนที่ยืดหยุ่นแก่ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อประสิทธิภาพในการปรับใช้ และคงกิจการไว้ได้ในระยะยาว อีกปัจจัยสำคัญ คือ การส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ตระหนัก หรือสามารถ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
		เรื่องราวของชุมชนทั้งสิ้น	ให้เหตุผลได้ว่าประโยชน์ หรือข้อดีจากการให้สิทธิเต็มที่แก่ประชาชนในท้องถิ่นคืออะไร เป็นอย่างไร หรือสามารถต่อยอดได้อย่างไร รวมถึงจะรักษาไว้ได้อย่างไร กล่าวคือ ดีกว่าการให้หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมได้อย่างไร

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เองนั้น คณะที่ปรึกษามีความเห็นว่ โดยภาพรวมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอยู่แล้ว ดังนั้นประเด็นของการกำหนดสัดส่วนของผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 70 และต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด จึงเป็นกรอบกว้างๆ ที่ผู้ปฏิบัติสามารถทำได้อยู่แล้ว และไม่มีประเด็นใดจากผลการศึกษาที่สื่อถึงข้อขัดข้องหรือข้อกังวลต่อสัดส่วนของผังรายการตามที่ได้ปรากฏในหลักเกณฑ์

ตารางที่ 10 สรุปความเห็นจากการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชน ประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรศัพท์ชน

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชน ประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรศัพท์ชน			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรศัพท์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
สำนักงาน กสทช. ควรพิจารณาออกข้อแนะนำในการประกอบกิจการให้บริการโทรศัพท์ชน โดยระบุความแตกต่างระหว่างการหารายได้จากโฆษณาและการหารายได้จาก การสนับสนุน สถานี ตัวอย่างเช่น การประกาศชื่อบุคคลหรือบริษัทที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนสถานี รวมถึงการแสดงผลสัญลักษณ์ตราของบริษัทหรือเว็บไซต์อาจทำได้ แต่ไม่สามารถแสดงภาพสินค้าหรือประกาศเกี่ยวกับสินค้าของ	<u>1. กลุ่มผู้ดำเนินงานจากสำนักงาน กสทช. มีความเห็นว่า</u> 1) ต้องสอบถามความร่วมมือที่จะเกิดขึ้น ระหว่าง สถานี โทรศัพท์ ระดับประเทศ ที่จะทำรายการของชุมชนสามารถนำไปออกอากาศได้ โดยต้องมีกระบวนการพัฒนา เนื้อหารายการ เพื่อให้สถานีในชุมชนนั้น หรือโทรศัพท์ชนนั้น ๆ มีเวลาในการออกอากาศ และมีส่วนแบ่งรายได้จากการโฆษณา 2) หากมีกิจกรรมในโทรศัพท์ชน ต้องมีค่าโฆษณา เพราะเป็นสิ่งที่ต้องมีการแลกเปลี่ยนกัน	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่าควรมีโฆษณาตามระเบียบแต่ต้องมีจุดยืนขององค์กร เพราะถ้ามีควรเป็นการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่เอื้อ ประโยชน์ให้กับชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ต้องเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและไม่ทำลายสังคม สำหรับหลักเกณฑ์เรื่องช่วงเวลา 8 นาที ต่อ 1 ชั่วโมง แม้จะเป็นสิ่งที่ควรมีเกณฑ์ดังกล่าวไว้ แต่ไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญ เท่ากับว่า การโฆษณานั้นเป็นไปเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจรอบครัว หรือชุมชนหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น มีครอบครัวผลิตและจัดจำหน่ายกะปิ	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่าข้อกำหนดในลักษณะนี้ถือเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ดี แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแล ควรให้นิยามที่ชัดเจนเกี่ยวกับประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ว่าควรเป็นอย่างไร อาทิ โฆษณาประเภทสร้างสรรค์ หรือโฆษณาที่ไม่มีนัยยะทางการเมืองแอบแฝง เป็นต้น ประเภท ‘โฆษณา’ ที่สามารถทำการออกอากาศได้ควรเป็นประเภทโฆษณาที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ หรือรายได้ให้กับชุมชนในเขตพื้นที่เป็นหลัก กล่าวคือ แม้ประเภทโฆษณาอาจจำกัด แต่ขอบเขต หรือบริบทในทางปฏิบัติจริงควรมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยน แก้ไข หรือปรับปรุงให้เข้ากับความต้องการของประชาชนในแต่ละ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้าน“ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
บริษัทได้ ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนอาจแสวงหารายได้ทางอื่น เช่น ค่าสมาชิกโดยสมัครใจ (2) การอุดหนุนจากกลุ่มคนในชุมชนหรือบริษัท ห้างร้าน (3) คอนเสิร์ตหรืองานการกุศลต่างๆ (เช่น งาน บุญ งานทอดผ้าป่า) หรือการแข่งขันเล่นเกมส์ และงานแฟร์ (4) ค่าเวลาสำหรับการประกาศเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆในชุมชน (5) ค่าประกาศต่างๆที่ร้องขอโดยบุคคลในชุมชน เช่น ประกาศเรื่องการเกิด การตาย งานแต่งงาน งานครบรอบ เป็น	3) ผู้ที่สนใจจะต้องผลักดันให้โทรทัศน์ชุมชนสามารถหารายได้ได้บ้าง เพราะยังไม่เห็นด้วยกับกฎหมายข้อนี้ที่จะหารายได้จากการโฆษณาไม่ได้ อย่างนี้โทรทัศน์จะอยู่รอดได้อย่างไร และการมีโฆษณาไม่ได้หมายความว่าเสียหาย ที่ระดับชาติยังมีโฆษณาได้ หากโทรทัศน์ชุมชนสามารถหารายได้ได้ แสดงว่า เนื้อหารายการ ของเขามีคุณภาพ โทรทัศน์ชุมชนของเขามีคุณภาพ แบบนี้ควรได้รับการสนับสนุน *อย่างไรก็ตามมีแนวคิดที่ไม่สนับสนุนให้มีการหารายได้โดยมีความเห็นว่าหากผู้ที่มีความสนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เป็นผู้ผลิตสื่อ	ควรโฆษณาจำหน่ายกะปิ ของครอบครัวได้อย่างตรงไปตรงมา มากกว่าการหลีกเลี่ยงด้วยการทำรายการชวนชิมกะปิเพื่อให้กะปิเป็นที่รู้จัก สิ่งสำคัญคือ ต้องมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าสิ่งใดโฆษณาได้และสิ่งใดโฆษณาไม่ได้ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม	ช่วงเวลาได้ หน่วยงานภาคควรให้การสนับสนุนในแง่ของการลงทุนเพื่อการจัดทำโฆษณาในระยะเริ่มแรก เนื่องจากการดำเนินงานในลักษณะนี้ถือเป็นเรื่องใหม่ ประชาชนในเขตพื้นที่ยังไม่มีศักยภาพมากเพียงพอ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐไม่ควรกลายเป็นผู้เล่นหลัก หรือครอบครองอิทธิพลในตลาดไม่ว่าในกรณีใด ๆ ที่นอกเหนือจากการสนับสนุนโดยไม่แสวงหาผลกำไรเท่านั้น แนวทางการดำเนินงานควรเป็นไปในลักษณะของการลดเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐลงเรื่อย ๆ กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกภาครัฐเป็นผู้ลงทุนหลัก ในขณะเดียวกัน ประชาชนที่มีศักยภาพมากพอก็ร่วมทำการลงทุนควบคู่ไปด้วย และในระยะยาวประชาชนกลุ่มนี้ควรกลายเป็นผู้ลงทุนหลัก หรือเป็นบุคคลหลักที่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้าน“ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับให้บริการโทรทัศน์ชุมชน			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
ต้น	อิสระในพื้นที่ แต่มีความต้องการหารายได้ ยังมีความเป็นธุรกิจ หรือยังอยากจะเป็นกระบอกเสียงอยู่ ก็ไม่เหมาะที่จะทำกิจการบริการชุมชน ทั้งนี้ กิจการบริการชุมชนไม่ได้ปิดกัน หากแต่รัฐได้จัดสรรส่วนงาน (segment) และกำหนดบทบาทแต่ละส่วนงานไว้ในการใช้งานคลื่นความถี่ไว้แล้ว 2.ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษามีความเห็นว่ 1) หากการดำเนินกิจกรรมโทรทัศน์ชุมชนภายใต้มหาวิทยาลัยต้องไม่โฆษณามหาวิทยาลัย เพื่อนักศึกษา 2) หากการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชน ไม่ได้มีการแสวงหารายได้ หรือไม่สามารถหาโฆษณาเข้ามาได้		เปลี่ยนแปลง หรือการดำเนินงานในลักษณะใด ๆ เท่านั้น และสุดท้ายแล้ว การโฆษณาควรเป็นหนึ่งในช่องทางการหารายได้เพิ่มเติมของผู้ประกอบการเท่านั้น โดยไม่ควรถูกยึดเป็น ‘รูปแบบการหารายได้หลัก’ เพื่อป้องกันการมุ่งเน้นการให้บริการเพื่อผลประโยชน์เชิงพาณิชย์เท่านั้น (เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมเท่านั้น) อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาปรับใช้กฎหมายเพื่อการกำกับดูแลด้านการเซ็นเซอร์อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กันไปด้วย

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ประเด็นด้าน“ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรศัพท์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรศัพท์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการ สถาบันการศึกษา
	โทรศัพท์ชุมชน จะถือเป็นภาระของชุมชนมากกว่า <u>3.กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนมีความเห็นว่า ในการจัดตั้งโทรศัพท์ชุมชน ภาครัฐควรจะต้องเตรียมความชัดเจนในการอยู่ได้โดยไม่มีการโฆษณา</u> <u>4.กลุ่มผู้ให้บริการโทรศัพท์สื่อสาธารณะ</u> มีความเห็นว่าในระยะเริ่มต้น โทรศัพท์ชุมชนควรจะต้องมีการเตรียม - แผนดำเนินการเชิงธุรกิจ เช่น แนวทางการหารายได้บนหลักการไม่โฆษณา		

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับโทรทัศน์สาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน นั้น คณะที่ปรึกษามีความเห็นว่ ในภาพรวมของนิยามของการโฆษณาเชิงพาณิชย์ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกระทำได้ตามหลักเกณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมแล้ว และจะช่วยส่งเสริมให้การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถดำเนินได้โดยมุ่งประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม ประเด็นการหารายได้สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น ยังเป็นประเด็นสำคัญที่สุดที่จะต้องมีการและนโยบายเพื่อส่งเสริมและจูงใจให้มีการอุดหนุนผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ตารางที่ 11 สรุปความเห็นจากการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาที่สามารถนำเสนอได้ และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
สำนักงาน กสทช. ควรพิจารณาออกข้อแนะนำในการประกอบกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยระบุความแตกต่างระหว่างการหารายได้จากโฆษณาและการหารายได้จากการสนับสนุนสถานี ตัวอย่างเช่น การประกาศชื่อบุคคลหรือบริษัทที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนสถานี รวมถึง	<u>1. กลุ่มผู้ดำเนินงานจากสำนักงาน กสทช. มีความเห็นว่า</u> <u>2. ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษามี</u> ความเห็นว่หากมีความยั่งยืนในการเกิดโทรทัศน์ชุมชน ก็อาจจะมีเอกชนเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ หรือ หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะเข้ามาช่วยสนับสนุน หรือ	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่สิ่งที่สามารถนำเสนอได้ต้องเป็นสิ่งที่เป็ประโยชน์ต่อชุมชนและไม่ผิดกฎหมายอาทิ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนในท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน การบริการและการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสามารถขึ้นตราสินค้า โลโก้ ป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นได้เพื่อส่งเสริม	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่ 1) เป็นประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของประชาชนในเขตพื้นที่ ซึ่งมีความเป็นท้องถิ่น 2) ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม หรือกิจกรรมของประชาชนในเขตพื้นที่ 3) ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
การแสดงสัญลักษณ์ตราของบริษัทหรือเว็บไซต์อาจทำได้ แต่ไม่สามารถแสดงภาพสินค้าหรือประกาศเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทได้ ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนอาจแสวงหารายได้ทางอื่น เช่น ค่าสมาชิกโดยสมัครใจ (2) การอุดหนุนจากกลุ่มคนในชุมชนหรือบริษัท ห้างร้าน (3) คอนเสิร์ตหรืองานการกุศลต่างๆ (เช่นงานบุญ งานทอดผ้าป่า) หรือการแข่งขันเล่นเกมส์ และงานแฟร์ (4) ค่าเวลาสำหรับการประกาศเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆในชุมชน (5) ค่าประกาศต่างๆที่ร้องขอโดยบุคคลในชุมชน เช่น ประกาศเรื่องการเกิด การตาย งานแต่งงาน งาน	จากกิจการ SME มีรายได้เข้ามาสนับสนุน ผลประโยชน์กลับคืนสังคม <u>3.กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนมี</u> ความเห็นว่าเป็นดำเนินการเชิงธุรกิจด้านแนวทางการหารายได้บนหลักการไม่โฆษณา <u>4.กลุ่มผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ</u> มีความเห็นว่าควรศึกษาจาก SE: Social Enterprise ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้เปิดโอกาส แต่ยังอยู่ในระหว่างประกาศกฎหมายลูก เพราะเป็นแนวทางในการหารายได้และคืน	เศรษฐกิจชุมชน	จัดทำ หรือต่อยอดโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในเขตพื้นที่ 4) ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าหรือบริการหรือกลุ่มวิสาหกิจภายในชุมชนในทางใด ๆ 5) ประเภทโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ปลุกฝัง และส่งเสริมการพัฒนาเด็ก และเยาวชนในพื้นที่ โดยรูปแบบการโฆษณาควรเป็นไปในลักษณะของการเผยแพร่วิชาคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมความรู้ การต่อยอดหรือการสร้างคุณค่าให้กับประชาชนควบคู่ไปด้วย (ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การโฆษณาเพื่อการซื้อขายเพียงอย่างเดียว) อาทิ สินค้า OTOP สินค้าและผลิตภัณฑ์ของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งปลอดภัย และ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
ครบรอบ เป็นต้น			ไม่ผิดกฎหมาย และการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์พื้นที่หรือสถานที่ท่องเที่ยวให้กับบุคคลภายนอกได้ทราบ
		ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่าสิ่งที่ไม่สามารถนำเสนอได้ คือ สิ่งที่ผิดกฎหมาย เช่น การโฆษณาที่แฝงการพนัน บุหรี่ แอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือการนำเสนอสิ่งที่มีลักษณะหมิ่นเหม่เป็นการล่อลวงผู้บริโภค เป็นต้น และการนำเสนอเพื่อหาเสียงทางการเมืองเว้นแต่เป็นการแถลงนโยบายและผลงานตามที่กำหนดไว้	ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิดเห็นว่าสิ่งที่ไม่สามารถนำเสนอได้ ดังนี้ โฆษณาที่มีนัยยะทางการเมืองหรือผลประโยชน์ส่วนตัวแอบแฝงหรือมุ่งเน้นการต่อยอดธุรกิจที่ไม่มี ความโปร่งใส การโฆษณาที่มุ่งเน้นการขายตรง โดยไม่มีคำแนะนำ คำเตือน หรือคำอธิบายที่ชัดเจน และครอบคลุมอย่างเพียงพอ (การคุ้มครองผู้บริโภค) โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมายไม่ว่าในทางใด ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ โฆษณาชวน

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศนชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศนและพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
			เชื่อ โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่มีกลุ่มทุน หรือนักการเมืองท้องถิ่น ที่มีอิทธิพลทั้งในระดับชุมชน และระดับประเทศเป็นเจ้าของ หรือเกี่ยวข้องไม่ว่ากรณีใด ๆ

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้และสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ นั้น เนื่องจากความเห็นในภาพรวมพบว่าไม่ควรให้การโฆษณาเป็นการหารายได้สำหรับการให้บริการโทรทัศนชุมชน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นต่อการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้ซึ่งมีความสอดคล้องกันในแง่มุมของการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชน คณะที่ปรึกษามีความเห็นว่าการกำหนดเป็น แนวทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและอนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเฉพาะได้ โดยจะต้องกำหนดรูปแบบของรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าวให้ชัดเจน

ด้านสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอเพื่อหารายได้ให้กับการให้บริการโทรทัศนชุมชนนั้น โดยภาพรวมมีความเห็นที่สอดคล้องกันในแง่มุมของการเมืองท้องถิ่นที่เป็นข้อกังวลว่าจะเข้ามาแทรกแซงในรูปแบบของการสนับสนุน ซึ่งเป็นประเด็นที่จะต้องดำเนินการจัดทำแนวทางและวิธีการให้มีความชัดเจนต่อไป

ตารางที่ 12 สรุปความเห็นจากการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
ได้กล่าวถึงการหารายได้จากการสนับสนุนสถานีทางอื่น คือค่าเวลาสำหรับการประกาศเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆในชุมชน และค่าประกาศต่างๆที่ร้องขอโดยบุคคลในชุมชน เช่น ประกาศเรื่องการเกิด การตาย งานแต่งงาน งานครบรอบ เป็นต้น	<u>1. กลุ่มผู้ดำเนินงานจากสำนักงาน กสทช. มีความเห็นว่า</u> เป้าหมายหนึ่งที่ต้องการให้โทรทัศน์ชุมชนอยู่รอด คือ ชุมชนต้องมีโมเดลต่อยอด แม้จะมีข้อจำกัดว่าไม่สามารถแสวงหารายได้จากการโฆษณาได้ <u>2. ผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษามี</u> ความเห็นว่าเป็นว่า 1) ต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่แล้วแล้วคือเนื้อหาในชุมชนที่มีความเข้มแข็ง เช่น มีสินค้า OTOP ถือเป็นชุมชนที่มีความพร้อมทางเนื้อหา <u>3. กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนและสื่อชุมชนมี</u>	ผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่เห็นสมควรว่าสามารถทำได้ เพื่อให้โทรทัศน์ชุมชนได้ทำหน้าที่เพื่อชุมชนโดยแท้จริงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและควรกำหนดเป็นภารกิจหลักที่ต้องกระทำและต้องมีกระบวนการออกแบบสัดส่วนของเวลาให้ชัดเจน	ผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่เห็นสมควรว่าสามารถทำได้ และเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ควรสนับสนุนให้เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ เพื่อที่ทั้งประชาชน ผู้บริโภค และผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จะสามารถมีพื้นที่ในการสร้างรายได้ให้กับตนเองมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบัน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐนั้นไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง รวมถึงในบางกรณีการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐนั้นไม่สามารถสร้างประโยชน์ได้จริงในทางปฏิบัติ อีกทั้งในปัจจุบันนี้ ทั้งประชาชน ผู้บริโภค และ

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
	ความเห็นว่าเป็นบทบาทของทีวีชุมชน จะไม่ใช่แค่สื่อ แต่ต้องทำกิจกรรมกับชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วม และต้องลงไปขับเคลื่อนในพื้นที่ด้วย เช่น การส่งเสริมให้ชาวบ้านเข้มแข็งในด้านการหารายได้เสริม การทำเกษตรกรรมที่ยั่งยืน การประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของภาครัฐ การรณรงค์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่		ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตเนื้อหารายการ สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ได้ด้วยตัวเอง แต่ขาดเพียง ‘ช่องทางหลักที่เป็นศูนย์กลางในการซื้อขาย’ อย่างถูกต้อง เป็นระเบียบ และปลอดภัย รูปแบบของเนื้อหารายการควรมีรูปแบบที่มีความเฉพาะเจาะจง สามารถรับรู้ได้ทันทีที่รับชมว่าเป็นเนื้อหารายการเกี่ยวกับท้องถิ่น และไม่ทับซ้อนกับเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์สาธารณะ เพื่อผลประโยชน์ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งยังถือเป็นการช่วยรักษาอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น และส่งเสริม ‘ความเป็นต้นฉบับ’ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน

ความเห็นเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ มาตรการ วิธีการ และแนวทางในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่			
แนวคิดจากผลการศึกษาของ ITU	ความเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	ความเห็นจากกลุ่มภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรศัพท์และพัฒนาชุมชน	ความเห็นจากกลุ่มนักวิชาการสถาบันการศึกษา
			นอกจากนี้ ยังควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนออกแบบรูปแบบการนำเสนอ การส่งเสริมการขายรายได้ในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม (คล้ายวิธีนำเสนอแบบบังฮาชั้นอาหารทะเลตากแห้ง) หรืออาจมีนำเสนอแบบขายกันตรง ๆ หรือนำเสนอเนื้อหามาก่อนแล้วมาขายตรงในช่วงท้ายได้เช่นกัน (คล้ายกลวิธีในยูทูบ) อาจเชิญนักคิดที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่สถานี ปีละ 1 ครั้ง เพื่อพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้แปลกและแตกต่างไปจากช่องทางอื่น

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่นั้น จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นที่สอดคล้องกันกับความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาด้านสิ่งที่สามารถนำเสนอได้ซึ่งพบว่า การให้บริการโทรศัพท์ชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมสินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชน ขณะที่ปรึกษาจึงมีความเห็นเช่นเดียวกันว่า ควรกำหนดเป็น แนวทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและอนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเฉพาะได้ โดยจะต้องกำหนดรูปแบบของรายได้ที่จะเกิดขึ้น จากกิจกรรมดังกล่าวให้ชัดเจน

จากผลการระดมความเห็นต่อประเด็นด้านหลักเกณฑ์ที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมนั้นสามารถสรุปแนวทางต่อประเด็นดังกล่าวได้ดังนี้

5.5.1 มุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง โดยภาพรวมพบว่าชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ เพื่อนำมาเสนอกับ กสทช. เอง เนื่องจากโดยธรรมชาติของการดำเนินงาน ชุมชนย่อมมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาบริบทท้องถิ่นมากที่สุด รวมถึงมีแรงจูงใจในการทำเพื่อท้องถิ่น โดยไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว อยู่แล้ว

5.5.2 มุมมองต่อประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับทีวีสาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยภาพรวมพบว่าไม่ควรมีโฆษณาในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากจะทำให้วัตถุประสงค์ของการดำเนินการเบี่ยงเบนไป โดยหากมีการโฆษณานั้นควรเป็นประเภทโฆษณาที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ หรือรายได้ให้กับชุมชนในเขตพื้นที่เป็นหลักเท่านั้น

5.5.3 ด้านข้อคิดเห็นต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย โดยมีการนำเสนอเนื้อหา ด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนนั้น ความคิดเห็นโดยภาพรวมมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าสามารถดำเนินการได้ และควรส่งเสริมเป็นอย่างยิ่ง

5.6 สรุป หลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

เมื่อพิจารณาจากสรุปผลการระดมความเห็นต่อประเด็นด้านหลักเกณฑ์ที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมดังแสดงในข้อ 5.5 นั้น แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมของหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนตามที่ปรากฏอยู่ใน พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาต การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน และจากการกำหนดคุณสมบัติ ลักษณะผังรายการ สัดส่วนรายการ และการหารายได้ ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 (2555, 16 ตุลาคม) ภาคผนวก ข เอาไว้นั้น ไม่มีประเด็นใดที่ต้องได้รับการแก้ไขในสาระสำคัญ

โดยหากพิจารณาของผลการแสดงความคิดเห็นทั้งจากผลการประชุมกลุ่มในระดับภูมิภาค จากการสำรวจความพร้อมของกลุ่มผู้มีความรู้และเข้าใจที่จะให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และจากผลการประชุมกลุ่มเพื่อวิพากษ์หลักเกณฑ์โดยกลุ่มนักวิชาการ พบว่าสิ่งที่ควรดำเนินการอย่างยิ่งต่อหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น คือการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีความรู้และเข้าใจที่จะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจต่อประเด็นการหารายได้ว่าสิ่งใดสามารถทำได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ และสิ่งใดไม่สามารถทำได้ และด้านการดำเนินการด้านผังรายการที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีความรู้และเข้าใจที่จะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจต่อว่าเนื้อหารายการประเภทใดที่สามารถทำได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์และอยู่ในสัดส่วนประเภทใด

นอกจากนี้ประเด็นด้านปัจจัยความพร้อมของกลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชุมชน เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่สำคัญในการให้บริการที่ยั่งยืน จึงเป็นประเด็นที่สำนักงาน กสทช. ควรมีแนวทางสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีแนวโน้มว่าจะให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีการประเมินความพร้อมของตนเองก่อนที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

อย่างไรก็ตามที่ปรึกษาได้ทบทวนหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 ภาคผนวก ข (2555, 16 ตุลาคม) ด้านการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน ได้กำหนดคุณสมบัติ ลักษณะผังรายการ สัดส่วนรายการ และการหารายได้ ประกอบกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังแสดงในกล่องข้อความดังนี้

5.6.1 ด้านคุณสมบัติ

5.6.1.1 ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน จะต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนสามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยต้องแสดงให้เห็นถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงกิจกรรมที่แสดงการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนมาอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี และต้องมีหลักฐานที่ชัดเจนของการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ จากชุมชนที่รับบริการ

1) ซึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อรวมกันอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี ดังต่อไปนี้

- (1) การสร้างเสริมประชาธิปไตยและกระจายอำนาจสู่ชุมชน
- (2) การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ
- (3) การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน
- (4) การลดปัญหาความยากจนในชุมชนและการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ
- (5) การสร้างธรรมาภิบาล และสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบในชุมชน
- (6) การส่งเสริมให้เกิดการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ อนามัย กีฬา การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดำรงชีวิต

- (7) การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและภัยธรรมชาติ
- (8) การสร้างเสริมสันติภาพและการบรรเทาความขัดแย้ง
- (9) การเสริมพลังให้กับผู้หญิง คนพิการ ชนกลุ่มน้อยและคนด้อยโอกาส
- (10) การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
- (11) การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- (12) การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

(13) การเปิดพื้นที่หรือเป็นเวทีในการแสวงหาทางออกสำหรับปัญหาที่ชุมชนประสบ กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

2) หลักฐานการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ จากชุมชนที่รับบริการ

(1) การมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมจัดตั้ง กำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานี การบริจาคเงินให้สถานีและการอุดหนุนทางการเงินแก่สถานีที่ไม่ใช่ในรูปแบบของการโฆษณาหรือการสนับสนุนรายการ

(2) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารหรือดำเนินงานของสถานีในด้านต่าง ๆ

(3) การมีส่วนร่วมในการจัดรายการ เช่น การจัดให้อาสาสมัครในชุมชนเข้ามาร่วมจัดรายการ หรือร่วมรายการ การเปิดให้สถานีเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ในชุมชน และตัวเชื่อมโยงความร่วมมือต่างๆ ในชุมชนผ่านเนื้อหาที่ออกอากาศ

(4) การมีส่วนร่วมในลักษณะอื่นๆ เช่น การจัดเวทีประจำปีเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ฟังในชุมชนเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนา การบริหารจัดการ และการจัดทำรายการของสถานี การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ฟังของสถานีเพื่อเฝ้าระวังเนื้อหาที่ออกอากาศ การจัดให้มีหน่วยรับเรื่องร้องเรียนและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการที่ออกอากาศ และการประชาสัมพันธ์สถานีให้เป็นที่รู้จักในชุมชน เป็นต้น

5.6.1.2 บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทย

5.6.1.3 ไม่มีกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนที่เคยเป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการบริการชุมชนอื่น ซึ่งถูกเพิกถอนใบอนุญาตอันเป็นผลมาจากการบริหารกิจการของผู้นั้น

5.6.1.4 กรรมการสถานี ผู้อำนวยการสถานี จะต้องไม่เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ

5.6.2 ผังรายการและสัดส่วนรายการ

5.6.2.1 ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด

5.6.2.2 กรณีที่ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการมีภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเองที่ไม่ใช่ภาษาราชการสามารถนำเสนอรายการต่างๆ ของสถานีเป็นภาษาท้องถิ่นได้โดยให้มีการประกาศชื่อสถานีและเวลาด้วยภาษาราชการทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ

5.6.2.3 รายการข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชน แล้วแต่กรณีซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหา เหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับ

ท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ และรายการสาระประโยชน์ หมายถึงรายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชนผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นสุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ประชาธิปไตย ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึงให้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะหรือชุมชนนั้นๆ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

5.6.2.4 ให้ผู้ขอรับใบอนุญาตแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ โดยให้มีรายละเอียดตามภาคผนวก ข นอกเหนือจากที่ได้แสดงข้อมูลตามข้อ 9 (6)

และตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาต ต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการดังต่อไปนี้

- 1) เพลงชาติไทย ออกอากาศทุกวัน วันละสองครั้ง ในเวลา 8.00 น. และเวลา 18.00 น.
- 2) ข่าวในพระราชสำนัก กิจการกระจายเสียง ออกอากาศทุกวัน ในเวลาระหว่าง 19.00 - 20.30 น. และ กิจการโทรทัศน์ ออกอากาศทุกวัน ในเวลาระหว่าง 19.00 - 20.30 น. ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นทำให้ไม่สามารถออกอากาศข่าวในพระราชสำนักได้ในเวลาปกติ ให้ออกอากาศในระหว่างเวลา 19.00 - 22.00 น. ได้ การออกอากาศข่าวตาม (2) ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การขอพระราชทานพระมหากฤษฎาตามที่สำนักราชเลขาธิการกำหนดหรือตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

5.6.2.5 ให้ผู้รับใบอนุญาต จัดให้มีการให้บริการเพื่อส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคณาพิการและคณาด้วยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป โดยอาจจัดให้มีการกระจายเสียงที่ออกอากาศรายการอ่านหนังสือเต็มเวลาหรือบริการโทรทัศน์ที่จัดให้มีล่ามภาษามือบริการคำบรรยายเป็นอักษรวิ่ง หรือบริการคำบรรยายเป็นเสียงหรือบริการในรูปแบบอื่นใดที่ทำให้คณาพิการและคณาด้วยโอกาสเข้าถึงหรือรับรู้การให้บริการได้สำหรับรายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารสาธารณะ ในเวลาออกอากาศอย่างน้อยวันละหกสิบนาทีก่อนจากนี้ การออกอากาศรายการเพื่อเป็นการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดสรรเวลาสำหรับการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ดังนี้

- 1) ให้ผู้รับใบอนุญาตที่ใช้คลื่นความถี่ต้องจัดให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อยวันละหกสิบนาทีก่อนจากนี้ระหว่างช่วงเวลา 16.00 - 18.00 น. ของทุกวัน และระหว่างช่วงเวลา 07.00 - 09.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ในระหว่างช่วงเวลา 18.00 - 22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง ซึ่งเด็กและเยาวชนอาจรับชมอยู่ด้วย ให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและจะไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคมของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ คณะกรรมการอาจประกาศกำหนดหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัดส่วนและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมสำหรับรายการดังกล่าวเพิ่มเติมได้รายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนตามนั้น จะต้องเป็นรายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ ป หรือ ด หรือ ท ตามภาคผนวก ก หรือตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2) ให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับระดับความเหมาะสมของรายการและกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศตามความเหมาะสมของรายการแต่ละประเภท ดังนี้

(ก) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ น13 ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 20.30 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป

(ข) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ น18 หรือรายการที่มีลักษณะตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 22.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป

(ค) รายการที่มีระดับความเหมาะสมของรายการในระดับ ฉ ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลา ก่อน 24.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป โดยให้รวมถึงรายการดังต่อไปนี้ด้วย

(1) มีการกระทำซึ่งอาจเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือยั่วยุทางเพศ หรือแสดงถึงความรุนแรงทางเพศหรือการล่วงละเมิดทางเพศ หรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบในทางเพศหรือมีเนื้อหาทางเพศ หรือการแต่งกายที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการใช้ภาพ เสียงเนื้อหาและพฤติกรรมต่าง ๆ

(2) การใช้ภาษา หรือมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรุนแรง หรือนำไปสู่ความรุนแรงทารุณโหดร้าย ที่ก่อให้เกิดผลต่อความรู้สึกทางจิตใจอย่างรุนแรง

(3) การนำเสนอที่ก่อให้เกิดการอคติ การเลือกปฏิบัติ การกระทำอันขัดต่อหลักมนุษยธรรมละเมิดสิทธิมนุษยชน หรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

(4) การใช้ภาษา หรือมีพฤติกรรมที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ

(5) มีการกล่าวอ้างหรือจูงใจให้เชื่อว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมีอำนาจพิเศษหรือความสามารถพิเศษเหนือธรรมชาติ

(6) ชื่นนำหรือให้ข้อมูลหรือแสดงออกเพื่อบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้เกิดการเลียนแบบทั้งนี้ การออกอากาศรายการที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการจัดทำเนื้อหารายการโดยต้องไม่ขัดกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องคณะกรรมการอาจกำหนดการจัดทำผังรายการให้สอดคล้องกับระดับความเหมาะสมของรายการและกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศตามความเหมาะสมของรายการในแต่ละประเภทกิจการเพิ่มเติมได้

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านผังรายการและสัดส่วนรายการ คณะที่ปรึกษามีความเห็นว่าการพิจารณาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้นมิควรดูประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอยู่แล้ว ดังนั้นประเด็นของการกำหนดสัดส่วนของผังรายการ ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 70 และต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด จึงเป็นกรอบกว้างๆ ที่ผู้ปฏิบัติสามารถทำได้อยู่แล้ว และไม่มีประเด็นใดจากผลการศึกษาที่สื่อถึงข้อขัดข้องหรือข้อกังวลต่อสัดส่วนของผังรายการตามที่ได้ปรากฏในหลักเกณฑ์

5.6.3 การหารายได้

5.6.3.1 การประกอบกิจการบริการชุมชน ห้ามมิให้หารายได้จากการโฆษณา แต่อาจมีรายได้จากการบริจาค การอุดหนุนของสถานี หรือรายได้ทางอื่นซึ่งมิใช่การโฆษณาให้สถานี โดยการบริจาค การอุดหนุน จะต้องสะท้อนถึงเงื่อนไขของการได้รับการทดลองประกอบกิจการบริการชุมชน และไม่มีการแทรกแซง ไม่มีอิทธิพลต่อการบริหารสถานี หรือไม่ส่งผลกระทบใดๆ ต่อทิศทางการดำเนินงาน การผลิตรายการและเนื้อหา รายการที่ออกอากาศ

5.6.3.2 การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้บริจาคต้องระบุถึงชื่อหรือองค์กรให้ชัดเจนแต่จะต้องแยกส่วนจากเนื้อหารายการ ทั้งนี้ จะต้องไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนเชิงพาณิชย์

5.6.3.3 การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ

จากผลการศึกษาด้านความคิดเห็นต่อประเด็นด้านการหารายได้

ที่ปรึกษามีข้อเสนอแนะด้านความชัดเจนของการหารายได้ ซึ่งนำไปสู่การจัดทำสื่อเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการหารายได้ที่ชัดเจนซึ่งได้นำเสนอในบทที่ 6 และด้านการหารายได้ที่มีความคาบเกี่ยวกับการโฆษณา ในแง่มุมของการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชน ขณะที่ปรึกษามีความเห็นว่าควรกำหนดเป็น แนวทางหรือวิธีการในการส่งเสริมและอนุญาตให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ รวมทั้งวัฒนธรรมของชุมชนเป็นการเฉพาะได้ โดยจะต้องกำหนดรูปแบบของรายได้ที่จะเกิดขึ้นจากกิจกรรมดังกล่าวให้ชัดเจน

บทที่ 6 มาตรการ วิธีการ หลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ที่เป็น ประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภทชุมชน

การดำเนินการจัดทำมาตรการ วิธีการ และหลักเกณฑ์การสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภทชุมชนนั้น ที่ปรึกษาได้ทำการวิเคราะห์ประเด็นที่มีความต้องการให้สำนักงาน กสทช. สนับสนุน ซึ่งในเบื้องต้นที่ปรึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของการสนับสนุนประเด็นด้านขอบเขตของการหารายได้ และแนวทางในการออกแบบผังรายการ และการส่งเสริมให้ประเมินความพร้อมของตนเอง ซึ่งตามหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น กลุ่มเป้าหมายของการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ที่เป็นหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภทชุมชนนั้น ได้แสดงความเห็นที่สอดคล้องกันต่อประเด็นขอบเขตและนิยามของการหารายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถดำเนินได้อย่างยั่งยืน และยังแสดงความเห็นต่อการจัดผังรายการอย่างสอดคล้องกันเช่นเดียวกันว่าควรมีการกำหนดค่าอธิบายหรือยกตัวอย่างให้ชัดเจนต่อนิยามของรายการ

ดังนั้นจึงได้ดำเนินการจัดทำมาตรการ วิธีการ และหลักเกณฑ์ในการสนับสนุนการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลประเภทชุมชน โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นคู่มือสำหรับการพิจารณาประกอบกับการเตรียมความพร้อมของหน่วยงานหรือกลุ่มคนดังกล่าว เพื่อให้มีความเข้าใจและได้ศึกษาตัวอย่างการปรับใช้ ที่มีการตีความจากหลักเกณฑ์แล้ว เช่น กิจกรรมใดที่สามารถทำได้ และกิจกรรมใดที่ไม่สามารถทำได้ ดังแสดงตามลำดับดังต่อไปนี้

6.1 ขอบเขตของการหารายได้

การดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการหารายได้สำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชนนั้น ประเด็นสำคัญที่จะส่งผลต่อความยั่งยืนของผู้ให้บริการคือ รายได้ของสถานี ซึ่งตามหลักเกณฑ์ของใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชนนั้น กล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการหารายได้ดังนี้

คำนิยาม “โทรทัศน์ชุมชน” สำหรับ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทยในครั้งนี้ คือ “การให้บริการโทรทัศน์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะและเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะต้องดำเนินการโดยเป็นของชุมชน และควบคุมโดยชุมชน ที่จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล สมาคม หรือมูลนิธิ หรือโดยกลุ่มคนในท้องถิ่นที่รวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งให้กับ

ชุมชน ด้านรายได้จะต้องไม่มุ่งเน้นการแสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์ นอกเสียจากการหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินงานของสถานี่เท่านั้น โดยไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา²⁴ แต่สามารถหารายได้โดยวิธีการรับการอุดหนุน หรือการบริจาค” ดังนี้²⁵

“โฆษณา” หมายความว่า โฆษณาตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และการกระทำไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนได้เห็นหรือรับทราบสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในการแสวงหากำไรในทางธุรกิจ โดยให้หมายความรวมถึงการโฆษณาตามหลักเกณฑ์ว่าด้วยการกำกับดูแลการโฆษณาที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

“รายได้” หมายความว่า รายได้จากการให้บริการของผู้รับใบอนุญาต ค่าสมาชิก ค่าการโฆษณา ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของผู้รับใบอนุญาต

“การบริจาค” หมายความว่า การให้เงิน ทรัพย์สิน หรือสิ่งอื่นใดที่มีใช้การสนับสนุนรายการใด โดยเฉพาะ โดยไม่มีการกำหนดเงื่อนไขการให้ซึ่งอาจเกิดจากการเชิญชวน ระดมทุน เป็นต้น

“การอุดหนุน” หมายความว่า การให้เงิน ทรัพย์สิน หรือสิ่งอื่นใด โดยต้องไม่มีวัตถุประสงค์ที่ขัดต่อการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต หรือการอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ แล้วแต่กรณี ทั้งนี้สำหรับกิจการบริการชุมชนจะต้องมีใช้การสนับสนุนรายการใดโดยเฉพาะ

สำนักงาน กสทช. จึงควรจัดทำแนวปฏิบัติที่มีการแสดงตัวอย่างของการหารายได้รูปแบบต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้ नियามของการหารายได้ในแต่ละหมวดที่ชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้ขอรับใบอนุญาตได้มีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการหารายได้ ดังนี้

²⁴ ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ให้คํานิยาม “โฆษณา” ว่าโฆษณาตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และการกระทำไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนได้เห็นหรือรับทราบสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในการแสวงหากำไรในทางธุรกิจ

²⁵ ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. (2555, 16 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง. หน้า 48.

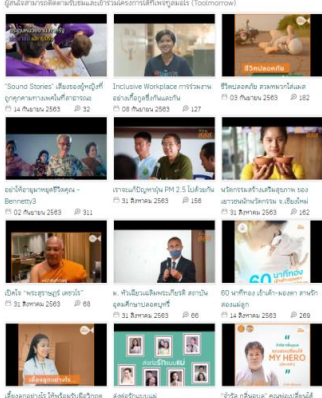
ตารางที่ 13 ตัวอย่างการหารายได้หมวดที่ไม่สามารถทำได้ และหมวดที่สามารถทำได้

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
การโฆษณา	- โฆษณาโลโก้ผู้สนับสนุนสถานี  - โฆษณาโดยนำเสนอเนื้อหาเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน หรือ ธุรกิจชุมชน โดยไม่เข้าข่ายการโฆษณา 	- โฆษณาที่มีสินค้าวางในรายการ 

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
การบริจาค		
การเชิญชวน		

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
การระดมทุน		
การอุดหนุน		

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจกรรมกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ	 ภาพตัวอย่างจากเว็บไซต์ https://btfp.nbtc.go.th/works/detail/1013 สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563	
จัดกิจกรรม เช่น <i>camp</i> ต่างๆ		

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
จัดการฝึกอบรมการเป็นนักข่าวในพื้นที่		
รับทุนจากกองทุนของรัฐ	 ภาพตัวอย่างรับทุนจากกองทุนของรัฐบาล เช่น กองทุนสื่อของ สสส. สื่อสร้างสุข จาก https://www.thaihealth.or.th/Multimedia.html สืบค้น	

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
	ข้อมูลวันที่ 15 กันยายน 2563	
รับทุนจากแหล่งทุนจากต่างประเทศ/ องค์กรต่างประเทศ		
การรับจ้างผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยงานภาครัฐ		

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
จำหน่ายเนื้อหาและผลิตสื่อให้ช่องรายการอื่นๆหรือสื่อโทรทัศน์ ใบอนุญาตอื่นๆ เช่น เคเบิลท้องถิ่น โทรทัศน์สาธารณะ	 	

การหารายได้	ตัวอย่างที่สามารถทำได้	ตัวอย่างที่ไม่สามารถทำได้
จำหน่ายของที่ระลึก		
การให้เช่าสถานที่/อุปกรณ์ อื่นๆ เช่น ค่าสมาชิกจากกิจกรรมที่เกิดจากทีวี ชุมชน		

6.2 แนวทางการออกแบบเนื้อหารายการเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดผังรายการที่สามารถทำได้ตามหลักเกณฑ์

เมื่อพิจารณาข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางในการจัดผังรายการสำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ที่จะต้องเป็นไปตามที่หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์กำหนดไว้ คือจะต้องมีสัดส่วน²⁶ดังนี้

“ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ โดยต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคนในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่าร้อยละห้าสิบของเวลาออกอากาศทั้งหมด”

“กรณีที่ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการมีภาษาท้องถิ่นเป็นของตนเองที่ไม่ใช่ภาษาราชการสามารถนำเสนอรายการต่างๆ ของสถานีเป็นภาษาท้องถิ่นได้โดยให้มีการประกาศชื่อสถานีและเวลาด้วยภาษาราชการทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ”

“รายการข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชน แล้วแต่กรณีซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหา เหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ”

“รายการสาระประโยชน์ หมายถึง รายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชนผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นสุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ประชาธิปไตย ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึงให้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะหรือชุมชนนั้นๆ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น”

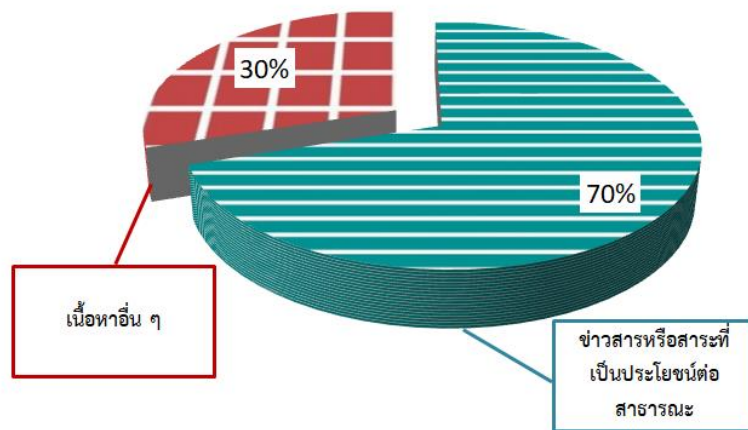
สำนักงาน กสทช. จึงควรจัดทำแนวปฏิบัติที่มีการแสดงตัวอย่างของรายการประเภทต่างๆ ที่อยู่ภายใต้ नियามของรายการในแต่ละหมวดที่ชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้ขอรับใบอนุญาตได้มีความรู้ความเข้าใจในการในจัดผังรายการ ดังนี้

²⁶ ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. (2555, 16 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง. ภาคผนวก ข หน้า 4.



สัดส่วนรายการสำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์

ประเภทกิจการบริการชุมชน คิดเป็นร้อยละ



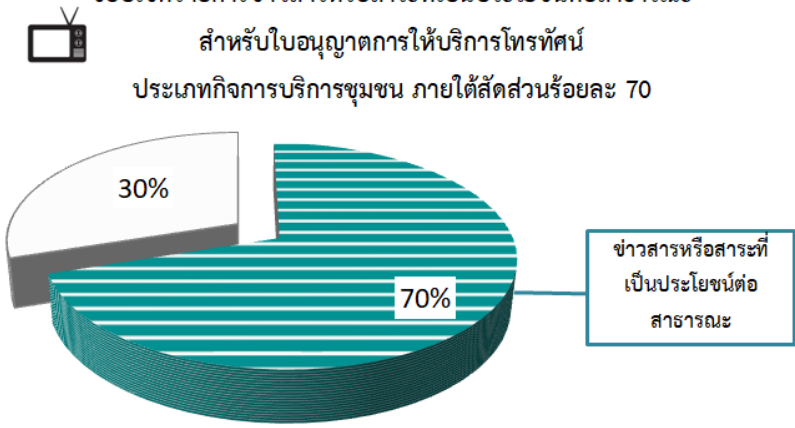
ภาพที่ 11 สัดส่วนของการจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์

พ.ศ. 2555 จำแนกตามประเภทรายการ

6.2.1 การจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

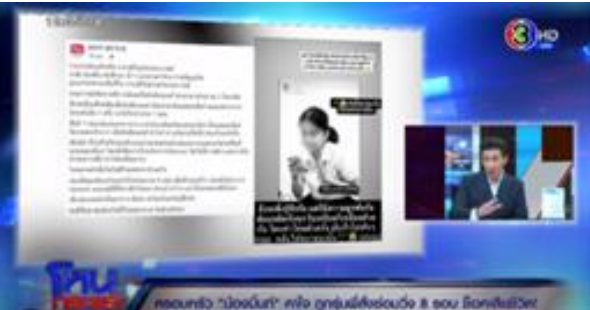
การจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยกำหนดสัดส่วนร้อยละ 70 เมื่อพิจารณาตามนิยามของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามที่หลักเกณฑ์กำหนดสามารถแสดงตัวอย่างของรายการได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ตัวอย่างรายการตามนิยามของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ภายใต้ สัดส่วนร้อยละ 30

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
ขอบเขตรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 70 	
หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชน แล้วแต่กรณีซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหา เหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ”	หมายถึงรายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน ให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชน ผู้ฟัง มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นสุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ประชาธิปไตย ประเพณีวัฒนธรรม เป็นต้น รวมถึงให้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะหรือชุมชนนั้นๆ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น
ตัวอย่างรายการที่จัดอยู่ในรายการประเภทข่าวสาร	ตัวอย่างรายการที่จัดอยู่ในรายการสาระประโยชน์
1. รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น 	1. รายการที่สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่ประชาชนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างกัน เช่น 

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
 ภาพตัวอย่าง รายการข่าว 3 มิติ (11 กันยายน 2563) ช่วง เป็ดไหม้ไลน์ นักเตะบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ขวอูซเบกิสถาน ติดโควิด-19. จาก https://www.youtube.com/watch?v=tzVL3Y0jtyo สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563 	ภาพตัวอย่าง จากพะเยาทีวี วีรชุมชน จาก www.youtube.com/watch?v=MNeLrqOd0as สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563 2. รายการที่มีเนื้อหาให้การศึกษา ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อประชาชนผู้ฟัง เช่น  
 ภาพตัวอย่าง รายการไทยรัฐนิวส์โชว์ คนข่าวตัวจริง เล่าข่าวถึงใจ (13 กันยายน 2563) จาก 	ภาพตัวอย่าง รายการทุกทิศทั่วไทย เรียนรู้ปลูกไม้ผล ในกระถาง : ชุมชนทั่วไทย (28 มี.ค. 62) จาก www.youtube.com/watch?v=8fxJJhyHOUg สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563 3. รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นสุขภาพ เช่น

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
www.youtube.com/watch?v=rb_lO8pc88k&t=6977s สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563 2. รายการเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น   ภาพตัวอย่าง รายการข่าวช่องวัน ช่วงจัดชุดทุกความจริง – เลี้ยงหมาไม่มีโทษ ช่อง one31. จาก https://www.youtube.com/watch?v=CyCLc6Jq9xo สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563 3. รายการเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่เกิดขึ้นโดยเน้นเหตุการณ์ในชุมชน เช่น 	 ภาพตัวอย่าง รายการ “พบหมอรามาฯ” พบกับช่วง “คุยข่าวเมาท์กับหมอ” จาก www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/home/ondemand/พบหมอรามาฯ-ซอกแซก สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563 4. รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็น สิ่งแวดล้อม เช่น  ภาพตัวอย่าง รายการ Green Think : ขวดน้ำพลาสติก สร้างบ้านและปัญหาปูฉนวน จาก https://youtu.be/p4-drt195qw สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
 ภาพตัวอย่าง รายการ Thai PBS News หลังคา อุโมงค์ทางลอดรถไฟทางคู่เชื่อม จ.สระบุรี และ จ. นครราชสีมา ถล่ม คนงานบาดเจ็บ 10 คน ภาพข่าว จาก https://news.thaipbs.or.th/content/296175 สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563	  ภาพตัวอย่าง รายการสมุดโคจร On The Way ม่วน แนน แม่ริม - เชียงใหม่ ทางช่อง 3SD(28) จาก www.youtube.com/watch?v=eW7k3jhQ28 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563
4. รายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มี ความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม เช่น   ภาพตัวอย่าง รายการ โทนกระแส ข่าวครอบครัว "น้องมินท์" คาใจ ลูกรุ่นพี่สั่งซ่อมวัง 8 รอบ ช็อค เสียชีวิต ตอนที่ 761 (24 สิงหาคม 2563) จาก https://www.youtube.com/watch?v=FD5cbE-8Qu4 สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563	5. รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับ ชุมชน ในประเด็น เศรษฐกิจ เช่น   ภาพตัวอย่าง รายการมหาอำนาจบ้านนา : ปลา

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
5. รายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมือง ทั้งในระดับชาติ เช่น  ภาพตัวอย่าง รายการ TNN World Today ทรัมป์ เปรย จะนั่งเก้าอี้ประธานสหรัฐฯ 3 สมัย จาก https://www.youtube.com/watch?v=kLjOhynrjSg สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563	ดุกบักอูย (27 ต.ค. 62) จาก www.youtube.com/watch?v=Uqjf4Cp-Ciw สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563 6. รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็น ประชาธิปไตย เช่น 
ภาพตัวอย่าง รายการ TNN World Today (14 กันยายน 2563) จาก https://www.youtube.com/watch?v=PSGSFrX9abk สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563 6. รายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมือง ในระดับท้องถิ่น เช่น 	 ภาพตัวอย่างรายการห้องเรียนรัฐธรรมนูญ ตอนที่ 23 "ประชาธิปไตยโดยตรง" จาก https://youtu.be/DP8MLootma8 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563  รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็น ประเพณีวัฒนธรรม เช่น

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
	ภาพตัวอย่าง พะเยาทีวี ทีวีชุมชน จาก www.youtube.com/watch?v=MNeLrqOd0as สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563 7. รายการที่มีเนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาในระดับชุมชน ในประเด็นอื่นๆ เช่น เชิงท่องเที่ยวชุมชน เช่น    ภาพตัวอย่าง รายการสมุดโคร On The Way – เกาะหมาก ทางช่อง 28 (3SD) จาก www.youtube.com/watch?v=PiNcyPN0vIw สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 8. รายการที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เช่น
	

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
ภาพตัวอย่าง รายการคุยข่าวเช้า หัวข้อ คนแก่เดือดร้อน เลื่อนจ่ายเบี้ยยังชีพ (12 กันยายน 2563) จาก https://www.youtube.com/watch?v=gKHwlklr13U สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563 7. รายการที่มีเนื้อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ เช่น	ภาพตัวอย่าง จากพะเยาทีวี ทีวีชุมชน จาก www.youtube.com/watch?v=MNeLrqOd0as สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
ภาพตัวอย่าง รายการนโยบาย By ประชาชน กับประเด็น "เพิ่มกฎหมายจัดระเบียบจิตสำนึกสาธารณะ" (14 มิถุนายน 2562) จาก www.youtube.com/watch?v=R1Mi6lpmtrM สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563 ภาพตัวอย่าง รายการเดี่ยวवलไมค์ ช่อง 23 เวิร์คพอยท์ รอบไต้หวัน หัวข้อ ชี้เหล้าหรือเจ้าชู้ รอบไต้หวัน/เดี่ยวवलไมค์ ไทยแลนด์ จาก www.dailymotion.com/video/x6gzzbm สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2563 8. การนำเสนอเนื้อหารายการดังกล่าวสามารถ	

รายการข่าวสาร	รายการสาระประโยชน์
ดำเนินการโดยใช้รูปแบบแล้วแต่กรณีซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าวสด เล่าข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนาปัญหา เหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น  ภาพตัวอย่าง รายการถามตรงๆ กับจอมขวัญ ถกประเด็นร้อนการเมือง ฟัง 2 มุม จาก สมาชิกวุฒิสภา และแกนนำจากคณะประชาชนปลดแอก หลังจากชุมนุมใหญ่ โดย "คณะประชาชนปลดแอก" จาก https://www.youtube.com/watch?v=blogSAw--kk&pp=QABIAA%3D%3D สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563	

6.2.2 การจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการอื่นๆ ภายใต้อัตราส่วนร้อยละ 30

การจัดผังรายการตามหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ประเภทรายการอื่นๆ ภายใต้อัตราส่วนร้อยละ 30 เมื่อพิจารณาตามนิยามที่หลักเกณฑ์กำหนด ซึ่งหมายความว่ารายการอื่นๆที่ไม่อยู่ในหมวดของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะสามารถแสดงตัวอย่างของรายการได้ดังนี้

ตารางที่ 15 ตัวอย่างรายการตามนิยามของรายการประเภทรายการอื่นๆ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 30

รายการอื่นๆ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 30							
ขอบเขตรายการประเภทอื่นๆ สำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 30 <table border="1"> <caption>ข้อมูลจากกราฟพาย</caption> <thead> <tr> <th>ประเภทรายการ</th> <th>สัดส่วนร้อยละ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>เนื้อหาอื่น ๆ (Other content)</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>รายการประเภทอื่นๆ (Other program types)</td> <td>70%</td> </tr> </tbody> </table> เมื่อพิจารณารายการประเภทอื่นๆ ภายใต้สัดส่วนร้อยละ 30 เมื่อพิจารณาตามนิยามที่หลักเกณฑ์กำหนด ซึ่งหมายถึงรายการอื่นๆที่ไม่อยู่ในหมวดของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สามารถแสดงตัวอย่างของรายการได้ดังนี้		ประเภทรายการ	สัดส่วนร้อยละ	เนื้อหาอื่น ๆ (Other content)	30%	รายการประเภทอื่นๆ (Other program types)	70%
ประเภทรายการ	สัดส่วนร้อยละ						
เนื้อหาอื่น ๆ (Other content)	30%						
รายการประเภทอื่นๆ (Other program types)	70%						
1. (ยกตัวอย่าง รายการเพลง)	ภาพตัวอย่างจาก www.youtube.com/watch?v=HpRfEvbeBrk&t=223s สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 ภาพตัวอย่างรายการนักผจญเพลง ตอน "ตามรอย" จาก www.youtube.com/watch?v=Cm9m0lzN5eA สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563						

รายการอื่นๆ ภายใต้อัตลักษณ์ร้อยละ 30	
	 ภาพตัวอย่างรายการตลาดใจ LIVE สด จาก www.youtube.com/watch?v=FTKiZwBLYEE สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 
2. (ยกตัวอย่าง รายการละคร)	ภาพตัวอย่างรายการฟ้ามีตา ตอนตู้แบ่งปัน จาก www.youtube.com/watch?v=0K8UVPYky1U สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 
3. (ยกตัวอย่าง รายการต่างๆ จากส่วนกลาง)	ภาพตัวอย่างรายการข่าวในพระราชสำนัก จาก www.royaloffice.th สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563

รายการอื่นๆ ภายใต้อัตลักษณ์ร้อยละ 30



ภาพตัวอย่างเพลงชาติไทย จาก
www.youtube.com/watch?v=6gOr72J_7wk
 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563



4. (ยกตัวอย่าง รายการต่างประเทศ)

ภาพตัวอย่างภาพจาก
www.smmsport.com/reader/news/271097
 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563



ภาพตัวอย่างภาพจาก
<https://youtu.be/TbeUMFS3gEA> สืบค้นเมื่อวันที่
 1 กันยายน 2563

รายการอื่นๆ ภายใต้วงสัสดส่วนร้อยละ 30	
	
5. (ยกตัวอย่าง รายการถ่ายทอดต่างๆ)	ภาพตัวอย่างจาก www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/124752 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563 
6. (ยกตัวอย่าง รายการเสริมความรู้ งานประดิษฐ์ และสิ่งที่สามารถมาประยุกต์ใช้ชีวิตประจำวัน)	ภาพตัวอย่างรายการ จาก www.youtube.com/watch?v=2DScofOLow สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563  ภาพตัวอย่างรายการ จาก www.youtube.com/watch?v=eTcuKjXP_p0 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563

รายการอื่นๆ ภายใต้อัตราส่วนร้อยละ 30



7. (ยกตัวอย่าง รายการส่งเสริมอาชีพ)

ภาพตัวอย่างรายการ จาก
www.youtube.com/watch?v=uiVC5xoBCYw
 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563



รายการอื่นๆ ภายใต้วงสัสด่วนร้อยละ 30



8. (ยกตัวอย่าง รายการกีฬา)

ภาพตัวอย่างรายการ จาก
www.youtube.com/watch?v=OeueXRV6oLQ
 สั้บคั่นเมื่อวันทึ่ 1 กั่นยายน 2563



6.3 การประเมินความพร้อมในการให้บริการโดยใช้แบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template)

แบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) ได้จัดทำขึ้นตามโครงสร้างของโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน ที่ใช้แนวคิด Business Model Canvas (BMC) เป็นโครงสร้างสำหรับการเขียนแผนธุรกิจของโทรศัพท์ชุมชน เพื่อแสดงถึงศักยภาพของผู้สนใจในการเข้ามาบริหารโทรศัพท์ชุมชน โดยสามารถปรับใช้เป็นแบบประเมินสำหรับผู้ที่มีแนวโน้มจะขอรับใบอนุญาต หรือผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน เพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจการบริการโทรศัพท์ชุมชน โดยแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) ที่ผู้ต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนควรพิจารณาความพร้อมเบื้องต้นแสดงดังนี้

ตารางที่ 16 แบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template)

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)				
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ต้องเชื่อถือได้			
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน			
3	สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้			
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง			
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ			
6	สามารถนำเสนอสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี			
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน			
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ			
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุปเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม			
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)				
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ดูแล			
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น			
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน			
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว			
ช่องทางสื่อสาร (Channels)				
1	มีช่องทางสื่อสารผ่านหน้าจอมือถือ			
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่			
3	มีการส่งสื่อ-ข้อมูลออกผ่านหน้าจอทีวี			
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)				
1	มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน			
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน			
3	มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ			
4	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ			
5	มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อหนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน			
6	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย			
7	มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตและชุมชน เช่นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน			
8	มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ			
9	มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร			
10	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน			
11	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์			
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)				
1	การหาข่าว/นำเสนอข่าวชุมชน			
2	การกลั่นกรองข่าว			
3	การนำเสนอ/ถ่ายทอดสด			
4	การหาแหล่งรายได้			
5	การฝึกอบรม			
6	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ซ่อมบำรุง IT ฯลฯ			
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)				
1	สถานีถ่ายทอดรายการ			
2	อุปกรณ์/เครื่องมือ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ			

ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
3	บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ			
4	เครือข่ายด้านข้อมูล			
5	อาสาสมัคร จัดอาสา แคนนำในพื้นที่			
พันธมิตรหลัก (Key Partners)				
1	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)			
2	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ			
3	องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ			
4	กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่			
5	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่			
6	ทีวีภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่			
7	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์			
8	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย			
9	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่			
10	โทรทัศน์ในระดับประเทศ เช่น TPBS, NBT			
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)				
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ			
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ			
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก			
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา เช่น นักข่าวชุมชน			
5	รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด			
6	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ			
7	รายได้จากการผลิตวีดิทัศน์และรายการ			
8	รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต			
9	รายได้จากการเช่าสถานที่/อุปกรณ์			
10	รายได้จากค่าสมาชิก			
รายจ่าย (Cost Structure)				
1	ค่าผลิตรายการ			
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง			

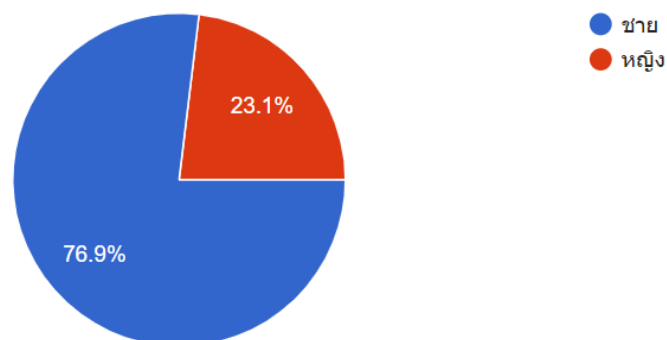
ลำดับ	องค์ประกอบ	มี	มีบ้าง	ไม่มี
3	ค่าโครงข่าย			
4	ค่าบริการองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม			
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา			
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ			
7	ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา			

ในการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา สื่อชุมชนสื่อสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน ที่ปรึกษาได้รวบรวมผลการตอบแบบประเมินของผู้เข้าร่วม โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการตอบ (ร่าง) แบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ของกลุ่มชุมชนหรือสื่อที่มีความสามารถในการผลิตสื่อในชุมชน และมีความต้องการขอใบอนุญาตทำโทรทัศน์ชุมชน ในวันพุธที่ 2 กันยายน 2563 เวลา 13.00 - 16.00 น. ณ ชั้น 1 หอประชุมสำนักงาน กสทช. ในรูปแบบจำลองทางธุรกิจควรมีพื้นฐานองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน โดยผู้สนใจให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเมินความพร้อมเบื้องต้น เพื่อแสดงถึงศักยภาพของผู้สนใจขอใบอนุญาตโทรทัศน์ชุมชน จำนวน 13 ท่าน สรุปรายละเอียดตามดังนี้

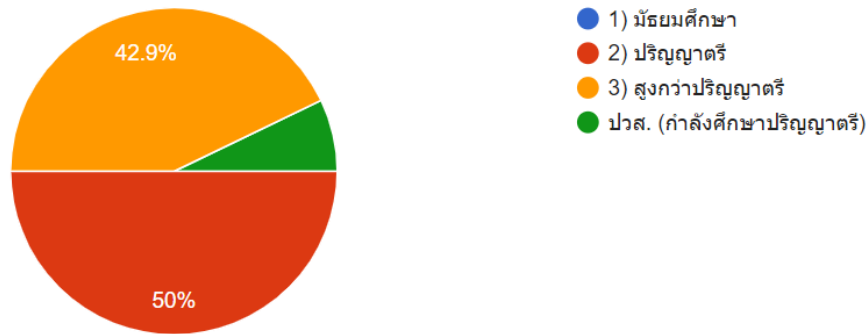
1. สรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการประกอบกิจการ

1.1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม : ด้านเพศของกลุ่มชุมชนหรือสื่อที่มีความสามารถในการผลิตสื่อในชุมชน และมีความต้องการขอใบอนุญาตทำโทรทัศน์ชุมชน



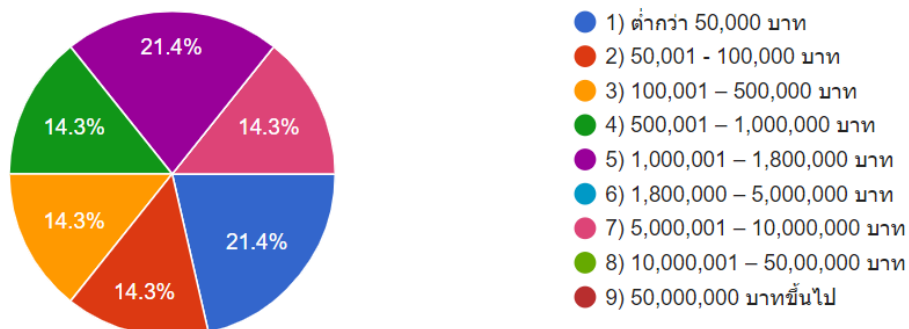
จากแผนภูมิ แสดงเพศของผู้ตอบแบบประเมินมีสัดส่วนที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 76.9 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 23.1

1.2 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม : ระดับการศึกษาของกลุ่มชุมชนหรือสื่อที่มีความสามารถในการผลิตสื่อในชุมชน และมีความต้องการขอใบอนุญาตทำโทรทัศน์ชุมชน



จากแผนภูมิ แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่ 2 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่ 3 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 7.1

1.3 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม : ทุนจดทะเบียน ทุนหมุนเวียนของกิจการ หรือต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมของท่านต่อปีของกลุ่มชุมชนหรือสื่อที่มีความสามารถในการผลิตสื่อในชุมชน และมีความต้องการขอใบอนุญาตทำโทรทัศน์ชุมชน

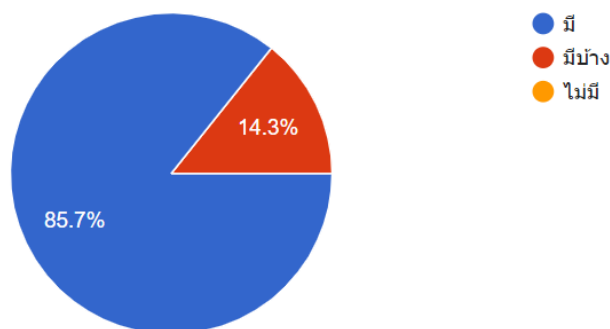


จากแผนภูมิ แสดงทุนจดทะเบียน ทุนหมุนเวียนของกิจการ หรือต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมต่อปีของผู้ตอบแบบประเมินมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มีค่ามากที่สุด ดังนี้ ลำดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 ลำดับ ได้แก่ 1) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปีต่ำกว่า 50,000 บาท และ 2) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปี 1,000,001 - 1,800,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.4 ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 ลำดับ ได้แก่ 1) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปี 50,001 - 100,000 บาท 2) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปี 100,001 - 500,000 บาท 3) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปี 500,001 - 1,000,000 บาท และ 4) ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.3

2. สรุปผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

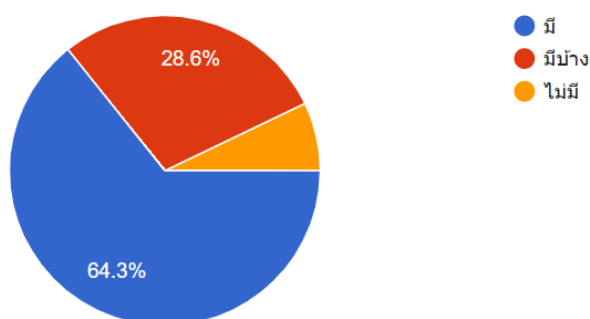
2.1 องค์ประกอบที่ 1 ด้านการสร้างคุณค่า (Value)

2.1.1 สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ต้องเชื่อถือได้



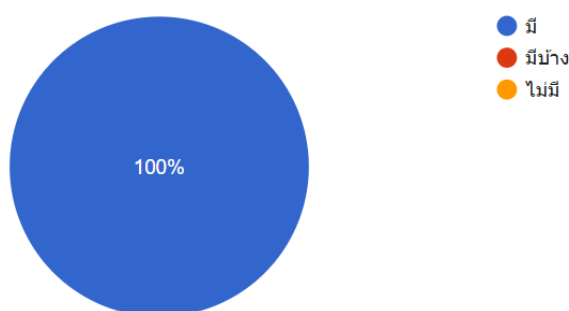
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ต้องเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 85.7 และมีบ้างความสามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.1.2 สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน



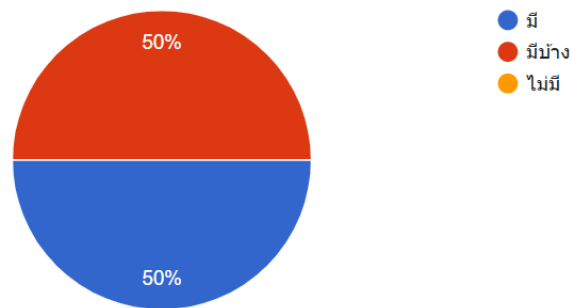
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชนได้ คิดเป็นร้อยละ 64.3 มีบ้างที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่มีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.1.3 สามารถสร้างสรรค์งาน/ขยายการรับรู้



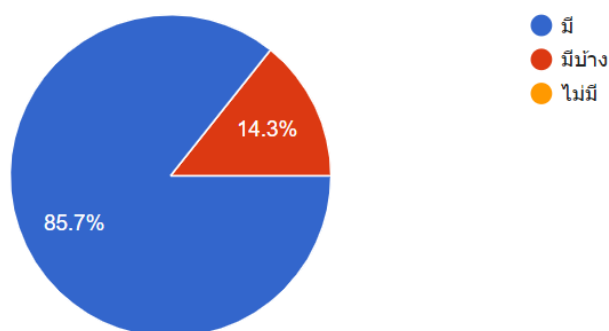
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินพบว่า ตนเองมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานและขยายการรับรู้ให้กับผู้บริโภคได้ โดยคิดเป็นร้อยละ 100 แสดงให้เห็นว่าสื่อชุมชนมีความสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนและสร้างการรับรู้ในระดับชุมชนได้อย่างแท้จริง

2.1.4 สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง



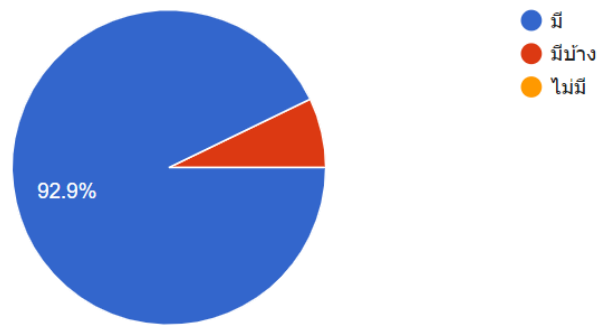
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ ประเมินว่าตนเองมีความสามารถในการเป็นแหล่งฝึกงานให้กับสถาบันการศึกษา สามารถแหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาชุมชนด้านสื่อได้ และอีกกึ่งหนึ่งมีบ้างที่เป็นแหล่งฝึกงานให้กับสถาบันการศึกษา สามารถแหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาชุมชนด้านสื่อ โดยคิดเป็นร้อยละ 50

2.1.5 สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ



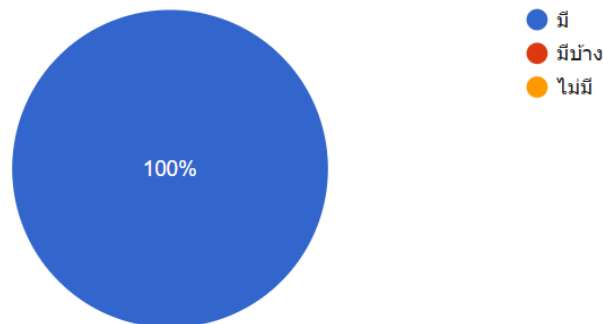
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ และสนับสนุนข้อมูลให้กับเครือข่าย รวมทั้งระดมทุนและคอยประสานความช่วยเหลือได้ คิดเป็นร้อยละ 85.7 และมีบ้างความสามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ และสนับสนุนข้อมูลให้กับเครือข่าย รวมทั้งระดมทุนและคอยประสานความช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.1.6 สามารถนำเสนอสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี



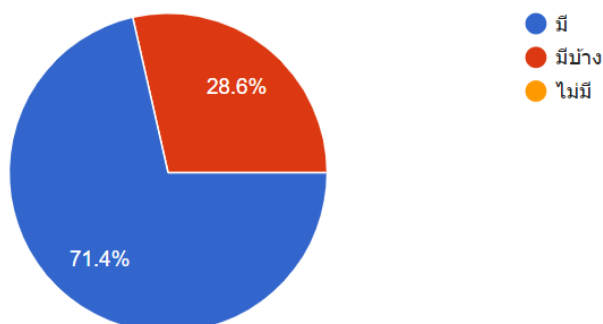
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถนำเสนอสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนเกิดความเข้าใจและมีสามัคคีกันในกลุ่มได้ คิดเป็นร้อยละ 92.9 และมีบ้างที่สามารถนำเสนอสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนเกิดความเข้าใจและมีสามัคคีกันในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.1.7 สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน



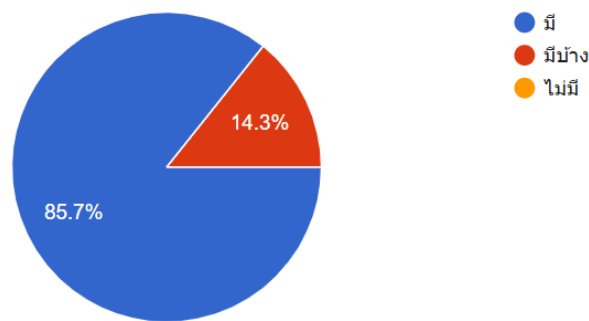
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินพบว่า ตนเองมีความสามารถในการสร้างเวทีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ได้ โดยคิดเป็นร้อยละ 100 แสดงให้เห็นว่าสื่อชุมชนสามารถเป็นสื่อกลางให้กับคนในชุมชนได้มาแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างดีเยี่ยม

2.1.8 สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่าง ๆ



จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถในการเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่าง ๆ ให้กับชุมชนได้ คิดเป็นร้อยละ 71.4 และมีบ้างที่สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่าง ๆ ให้กับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.6

2.1.9 สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม



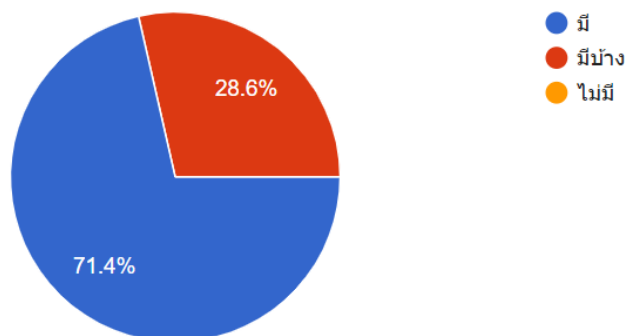
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างคุณค่า (Value) หรือแสดงจุดแข็งของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีความสามารถในการส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้ คิดเป็นร้อยละ 85.7 และมีบ้างที่สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 14.3

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 1 ด้านการสร้างคุณค่า (Value) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนเกินร้อยละ 70 จำนวน 8 ประเด็นจาก 9 ประเด็น โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการสามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนด้านที่ประเมินว่ายังมีความพร้อมไม่ถึงร้อยละ 70 ได้แก่ ด้านความพร้อมในการสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน โดยมีผู้ตอบว่ามีความพร้อมคิดเป็นร้อยละ 64.3

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมกับชุมชนในบทบาทของการเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งฝึกงาน รวมทั้งการมีบทบาทในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน

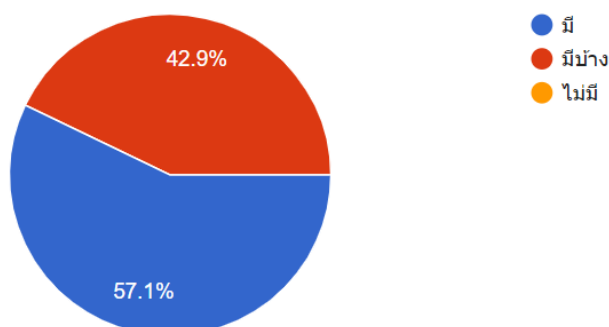
2.2 องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)

2.2.1 กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล



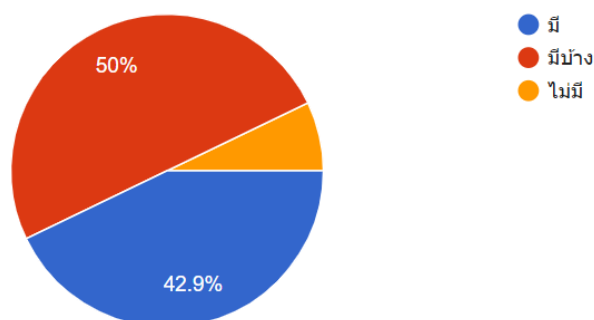
จากแผนภูมิ แสดงด้านการจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล คิดเป็นร้อยละ 71.4 และมีบ้างที่กลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล คิดเป็นร้อยละ 28.6

2.2.2 กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน



จากแผนภูมิ แสดงด้านการจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเฉลี่ยมีความใกล้เคียงกัน ซึ่งพบว่าตนเองมีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และมีบ้างที่กลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.9

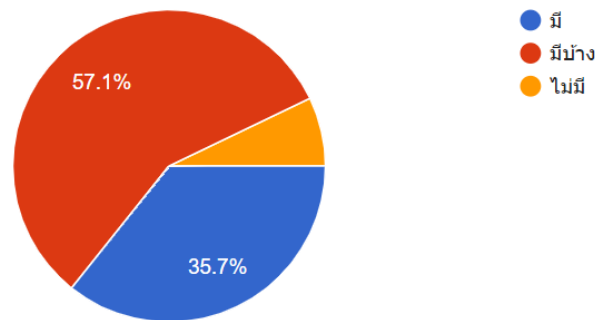
2.2.3 หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น



จากแผนภูมิ แสดงด้านการจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเฉลี่ยมีสามคำตอบลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กลุ่มผู้รับบริการเป็นหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 50 ประเมินตนเองว่ามีกลุ่มผู้รับบริการเป็น

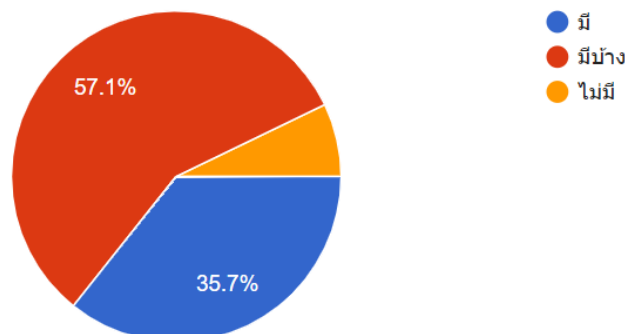
หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 42.9 และประเมินตนเองว่าไม่มีกลุ่มผู้รับบริการเป็นหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.2.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน



จากแผนภูมิ แสดงด้านการจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเฉลี่ยมีสามคำตอบลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือห้างร้านในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ประเมินตนเองว่ามีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือห้างร้านในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และประเมินตนเองว่าไม่มีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือห้างร้านในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.2.5 กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว



จากแผนภูมิ แสดงด้านการจำแนกกลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเฉลี่ยมีสามคำตอบลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 57.1 ประเมินตนเองว่ามีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 35.7 และประเมินตนเองว่าไม่มีกลุ่มผู้รับบริการเป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.1

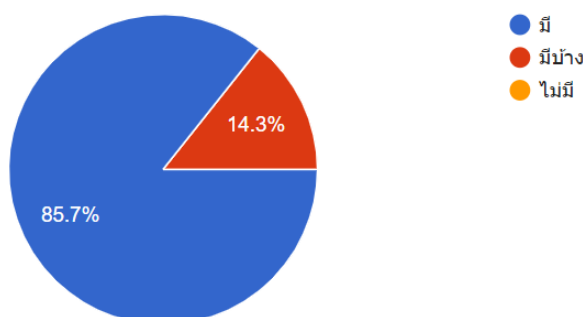
จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments) เกินร้อยละ 70 จำนวน 1 ประเด็นจาก 5 ประเด็น ได้แก่ด้านกลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ที่ดูแล และด้านที่มีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 1 ประเด็นได้แก่ ด้านกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ซึ่งในภาพรวมผู้ตอบแบบประเมินยังไม่มีเตรียมความพร้อมในการจำแนกกลุ่มลูกค้าในระดับกลุ่มย่อยใน

ชุมชนมากนัก ซึ่งด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 และ ความพร้อมด้านกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นในการจำแนกลูกค้าระดับหน่วยย่อยในชุมชนเพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อประโยชน์ในการรับการอุดหนุนจากหน่วยย่อยต่างๆ ในชุมชน

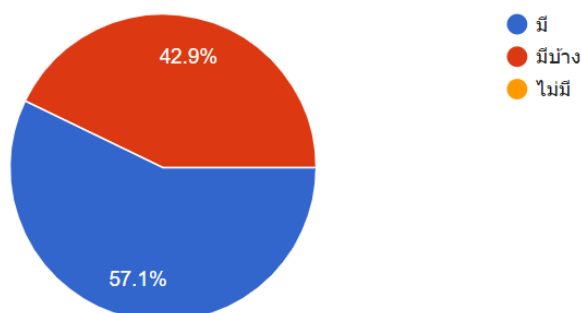
2.3 องค์ประกอบที่ 3 ด้านช่องทางสื่อสาร (Channels)

2.3.1 มีช่องทางสื่อสารผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ



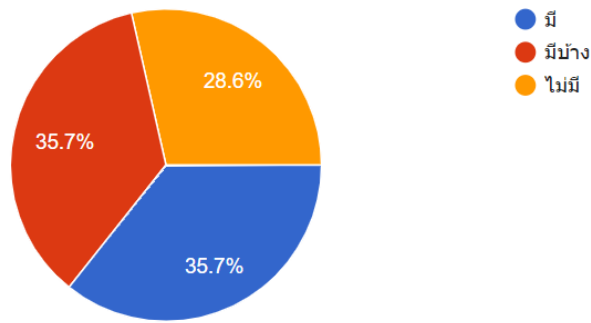
จากแผนภูมิจากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยส่วนใหญ่พบว่า ตนเองมีการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 85.7 และมีบ้างที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.3.2 มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่



จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมินโดยเฉลี่ยพบว่า ตนเองมีการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านการทำกิจกรรมบนพื้นที่ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และมีบ้างที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านการทำกิจกรรมบนพื้นที่ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.9

2.3.3 มีการส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์



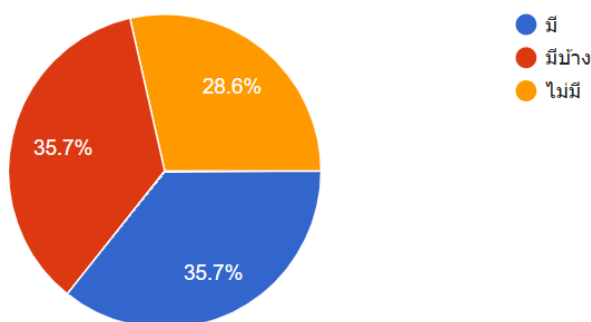
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่ามีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีการส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์ และมีบ้างที่ส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนประเมินตนเองว่าไม่มีการส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์เลย คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 3 ด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) เกินร้อยละ 80 จำนวน 1 ประเด็นจาก 3 ประเด็น ได้แก่ด้านมีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอโทรทัศน์มือถือ และด้านที่มีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 1 ประเด็นได้แก่ ด้าน 2 มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่ โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรเร่งดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสื่อเพื่อออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

2.4 องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

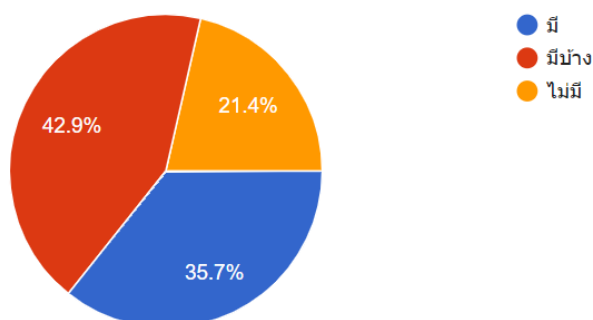
2.4.1 มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน



จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่ามีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีการจัด

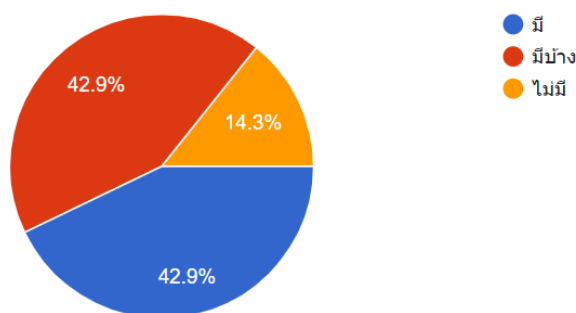
ประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน และมีบ้างที่จัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนประเมินตนเองว่าไม่มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชนเลย คิดเป็นร้อยละ 28.6

2.4.2 มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน



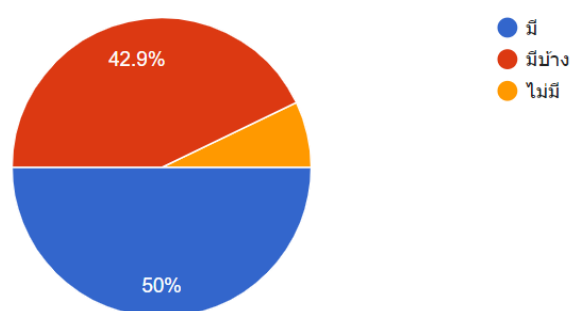
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่ามีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ส่วนประเมินตนเองว่ามีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และประเมินตนเองว่าไม่มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชนเลย คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.4.3 มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ



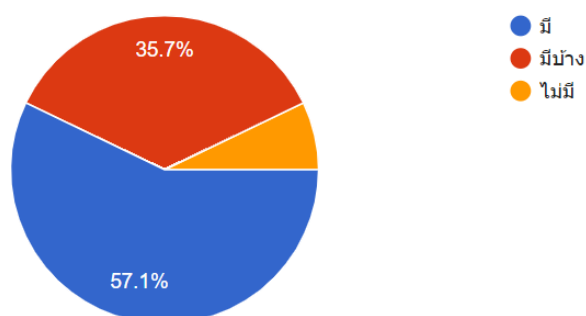
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่ามีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ และประเมินว่ามีบ้างที่สร้างนักข่าวในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 42.9 ส่วนประเมินตนเองว่าไม่มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่เลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.4.4 มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ



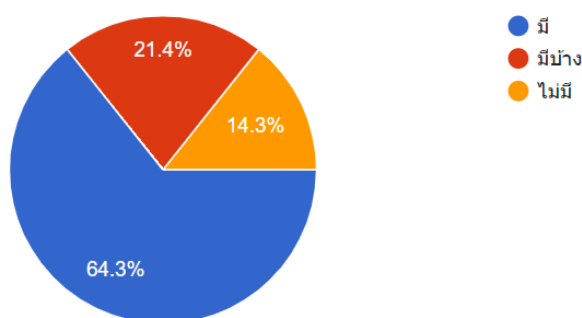
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่เปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.4.5 มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน



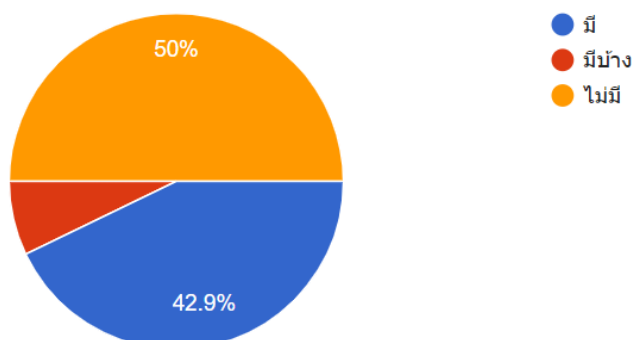
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่จัดกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชนเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.4.6 มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย



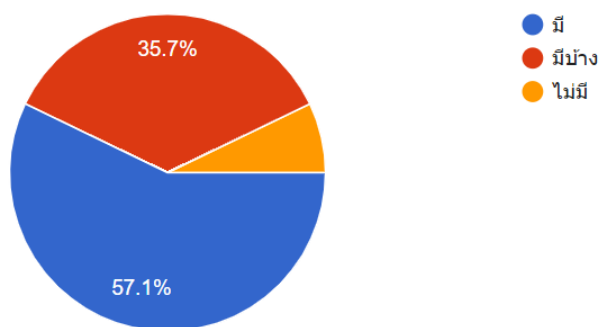
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 64.3 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่จัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 1.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายเลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.4.7 มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษาและคนชุมชน เช่น จัดให้สถานีเป็นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน



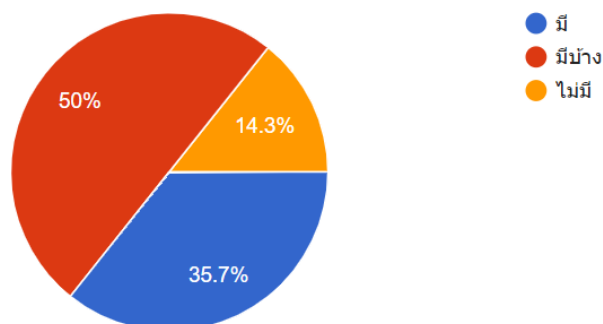
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษาและคนชุมชน คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษาและคนชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษาและคนชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.4.8 มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ



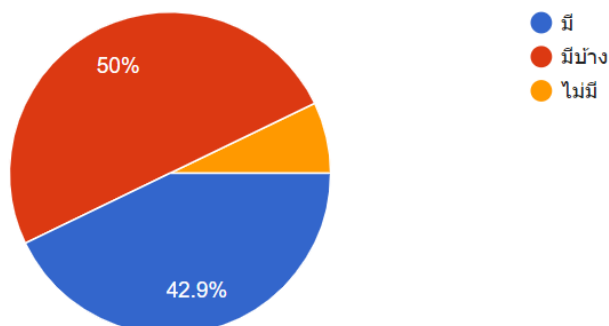
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.4.9 มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร



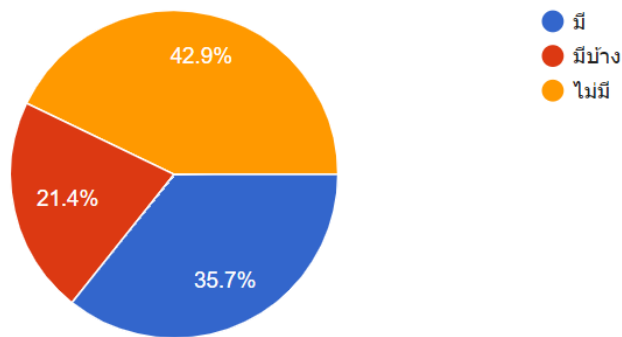
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีบ้างที่จัดประชุมคณะกรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองที่มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหารเลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.4.10 มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน



จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีบ้างที่จัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่าการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชนเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.4.11 มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม เช่น การแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์



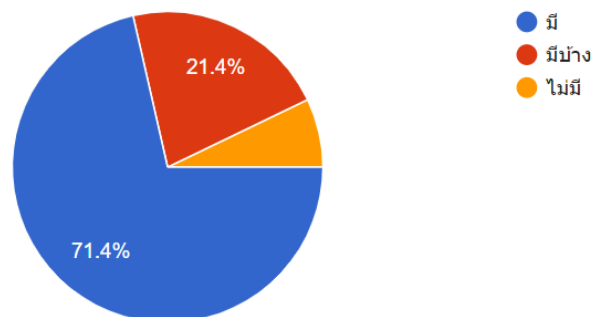
จากแผนภูมิ แสดงด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมเลย คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม คิดเป็นร้อยละ 21.4

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) พบว่า โดยภาพรวมไม่มีประเด็นใดที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมเกินร้อยละ 70 โดยปรากฏประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 4 ประเด็นจาก 11 ประเด็น ได้แก่ ด้านการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ ด้านมีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน ด้านมีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย และด้านมีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านการผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษาและคนชุมชน เช่น จัดให้สถานีเป็นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชนโดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 และ ความพร้อมด้าน 11 มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม เช่น การแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศนชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการโทรทัศนชุมชน และจะสามารถส่งผลต่อความยั่งยืนของการให้บริการโทรทัศนชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมความรู้ด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการให้บริการโทรทัศนชุมชนที่จะต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่จะต้องมีที่มาจากความต้องการของชุมชน

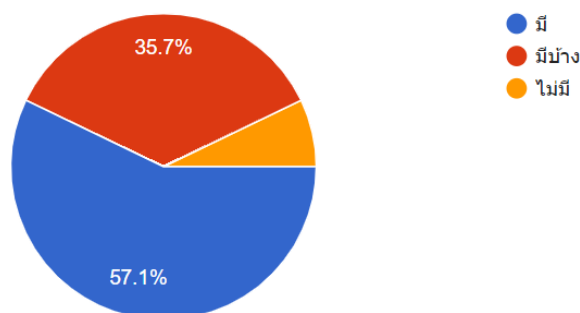
2.5 องค์ประกอบที่ 5 ด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)

2.5.1 การหาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชน



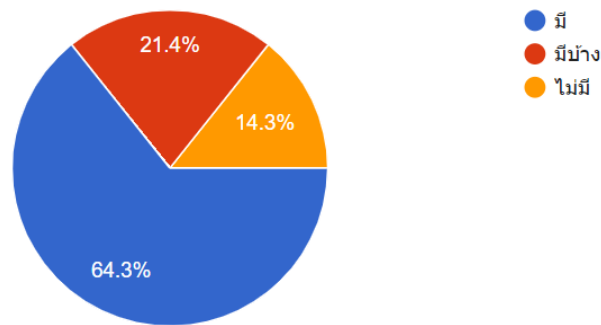
จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เรียงลำดับจากข้อที่ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการหาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่หาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการหาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชนเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.5.2 การกลั่นกรองข่าว



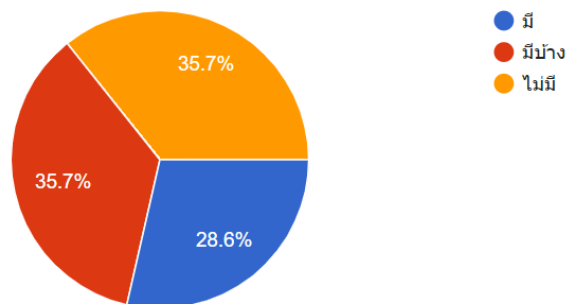
จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เรียงลำดับจากข้อที่ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการกลั่นกรองข่าว คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่การกลั่นกรองข่าว คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการกลั่นกรองข่าวเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.5.3 การนำเสนอรายการถ่ายทอดสด



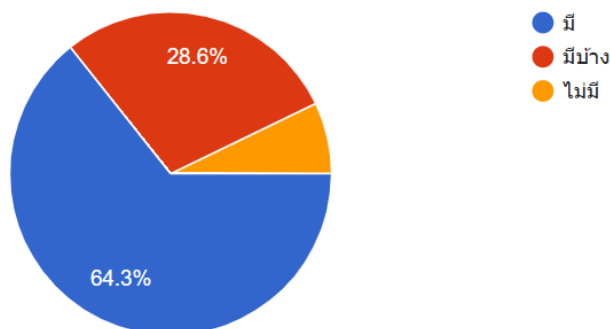
จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เรียงลำดับจากข้อที่ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการนำเสนอรายการถ่ายทอดสด คิดเป็นร้อยละ 64.3 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่นำเสนอรายการถ่ายทอดสด คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการนำเสนอรายการถ่ายทอดสดเลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.5.4 การหาแหล่งรายได้



จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) พบว่า ค่าเฉลี่ยจากการหาแหล่งรายได้มีความใกล้เคียงกัน โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ได้แก่ ผู้ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่หาแหล่งรายได้ และไม่มีแหล่งรายได้เลย ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนผู้ประเมินตนเองว่ามีการหาแหล่งรายได้ คิดเป็นร้อยละ 28.6 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการหาแหล่งรายได้ของสื่อชุมชนหายากกว่ารายได้ที่มาในเชิงพาณิชย์

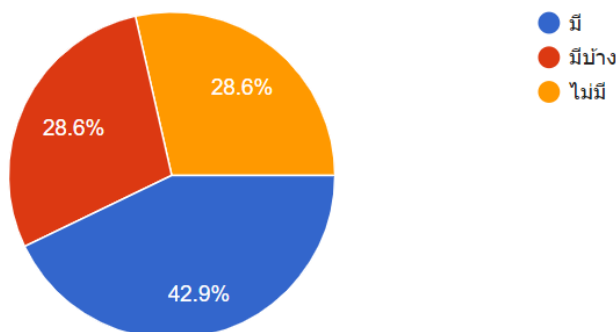
2.5.5 การฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชน



จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เรียงลำดับจากข้อที่ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชน คิด

เป็นร้อยละ 64.3 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่จัดฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีการฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชนเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.5.6 การบริหารภายในองค์กร เช่น บริหารจัดการธุรการทั่วไป จัดการบัญชี งานซ่อมบำรุง เป็นต้น



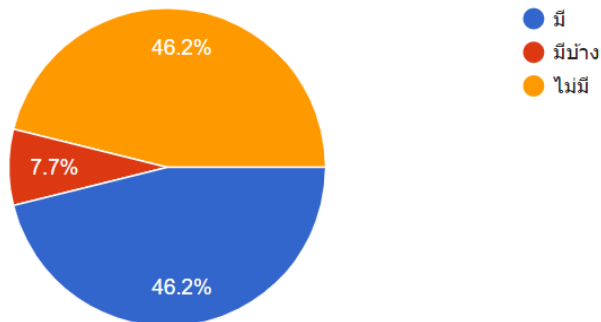
จากแผนภูมิ แสดงด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เรียงลำดับจากข้อที่พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีการบริหารภายในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือประเมินตนเองว่ามีบ้างที่บริหารภายในองค์กร และไม่มีการบริหารภายในองค์กรเลย คิดเป็นร้อยละ 28.6 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อชุมชนยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กรที่เป็นปัจจัยหลักทำให้โทรศัพท์ชุมชนอยู่รอด

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนองค์กรประกอบที่ 5 ด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เกินร้อยละ 70 จำนวน 1 ประเด็นจาก 7 ประเด็น คือประเด็นความพร้อมในการหาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชน ประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการกลั่นกรองข่าว ด้านการนำเสนอรายการถ่ายทอดสด และด้านการฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชน ส่วนด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการหาแหล่งรายได้ โดยคิดเป็นร้อยละ 28.6 ความพร้อมด้านการบริหารภายในองค์กร เช่น บริหารจัดการธุรการทั่วไป จัดการบัญชี งานซ่อมบำรุง โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมหลัก ซึ่งประเด็นความพร้อมด้านการหาแหล่งรายได้นั้น เป็นประเด็นเร่งด่วนที่ต้องเร่งทำความเข้าใจ รวมทั้งมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนที่ชัดเจน ลำดับถัดมาการให้ความรู้ด้านการบริหารภายในองค์กรนั้นเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจำเป็นต้องมีความพร้อมก่อนที่จะเริ่มดำเนินการ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่จะชี้วัดความยั่งยืนของการให้บริการ

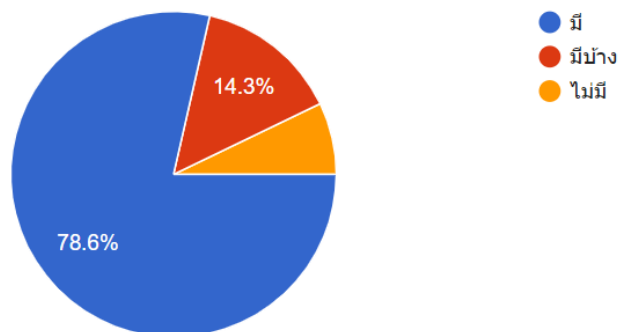
2.6 องค์ประกอบที่ 6 ด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources)

2.6.1 สถานีถ่ายทำรายการ



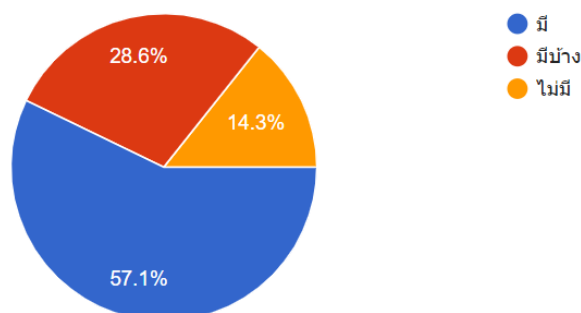
จากแผนภูมิ แสดงด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีสถานีสำหรับถ่ายทำรายการ และมีบ้างสำหรับสถานีถ่ายทำรายการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 46.2 ส่วนประเมินตนเองว่าไม่มีสถานีสำหรับถ่ายทำรายการ คิดเป็นร้อยละ 7.7

2.6.2 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผลิตรายการ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ



จากแผนภูมิ แสดงด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผลิตรายการ คิดเป็นร้อยละ 78.6 ส่วนประเมินตนเองว่ามีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผลิตรายการบ้าง คิดเป็นร้อยละ 14.3 และประเมินตนเองว่าไม่มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผลิตรายการเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

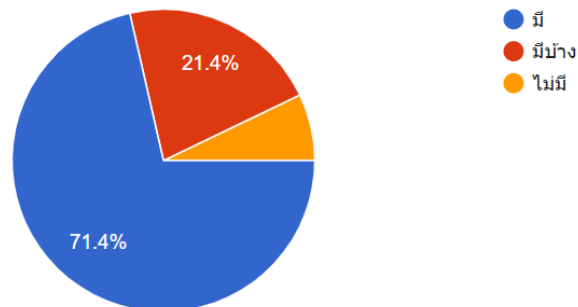
2.6.3 บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ



จากแผนภูมิ แสดงด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีบุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ คิดเป็นร้อยละ 57.1 ส่วนประเมิน

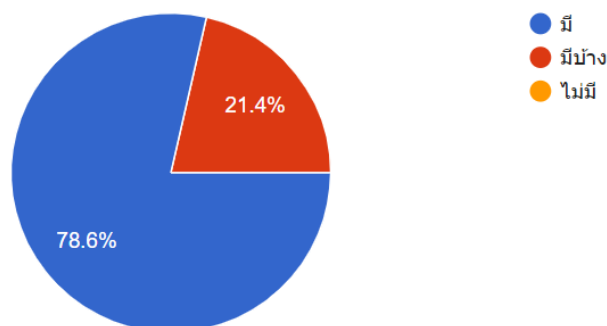
ตนเองว่ามีบุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อบ้าง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และประเมินตนเองว่าไม่มีบุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อเลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.6.4 เครือข่ายด้านข้อมูล



จากแผนภูมิ แสดงด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีเครือข่ายด้านข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 71.4 ส่วนประเมินตนเองว่ามีเครือข่ายด้านข้อมูลบ้าง คิดเป็นร้อยละ 21.4 และประเมินตนเองว่าไม่มีเครือข่ายด้านข้อมูลเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.6.5 อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่



จากแผนภูมิ แสดงด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีอาสาสมัคร จิตอาสา และแกนนำในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 78.6 และประเมินตนเองว่ามีอาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่บ้าง คิดเป็นร้อยละ 21.4 แสดงให้เห็นว่าทุกพื้นที่ที่มีอาสาสมัครในการทำงานด้านสื่อชุมชน

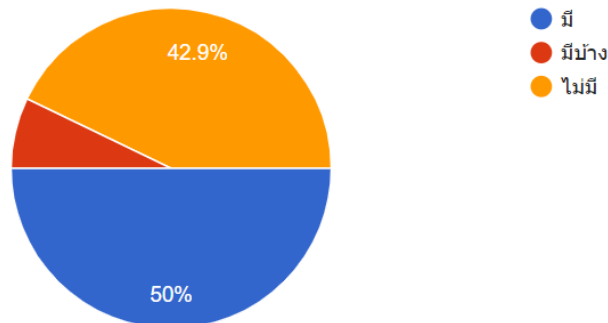
จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน องค์ประกอบที่ 6 ด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) เกินร้อยละ 70 จำนวน 4 ประเด็นจาก 5 ประเด็น โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านสถานีถ่ายทอดรายการ โดยคิดเป็นร้อยละ 46.2

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีเครือข่ายหรือการสนับสนุนด้านสถานที่ ที่จะใช้เป็นสถานีถ่ายทอดรายการ เช่น การดำเนินการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หรือผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรศัพท์ในใบอนุญาต

ประเภทอื่น เช่น เคเบิลท้องถิ่น เพื่อให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้ทดลองดำเนินการและจะได้นำเป็นต้นแบบในการดำเนินสถานีถ่ายทอดรายการด้วยตนเองได้ต่อไป

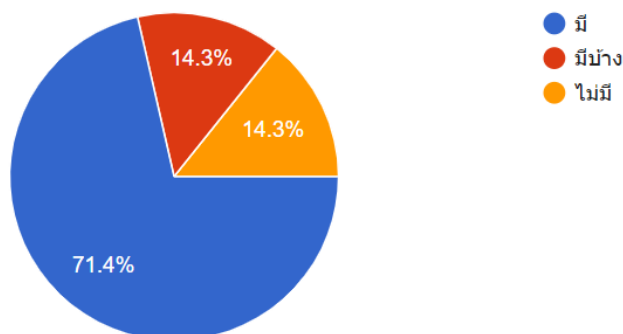
2.7 องค์ประกอบที่ 7 ด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners)

2.7.1 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)



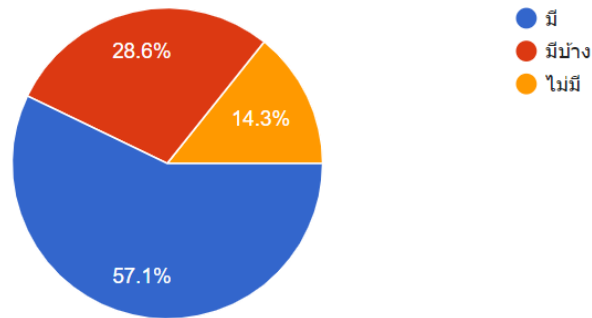
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีสำนักงาน กสทช. เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่าไม่มีสำนักงาน กสทช. เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีบ้างที่สำนักงาน กสทช. เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.7.2 เครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ



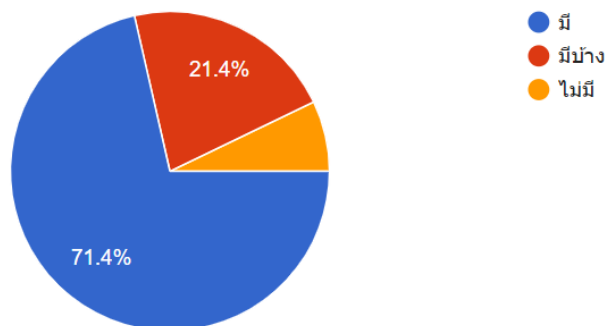
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีเครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยประเมินตนเองว่ามีเครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่บ้างที่เป็นพันธมิตรหลัก และไม่มีเครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่เลย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 14.3

2.7.3 องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ เป็นต้น



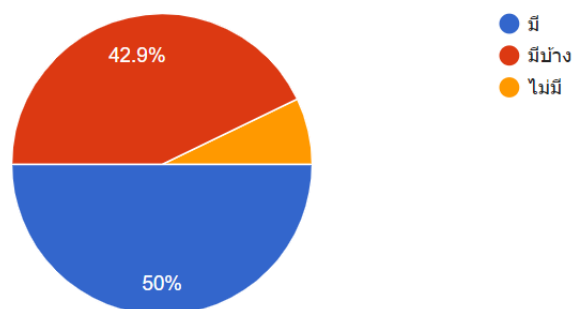
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีองค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีองค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์บ้างเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีองค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์เป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.7.4 กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่



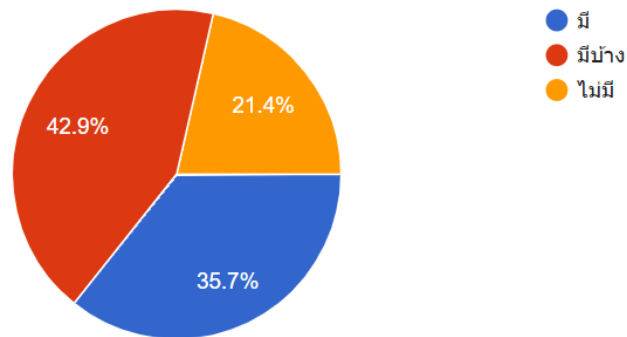
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่บ้างเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.7.5 กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่



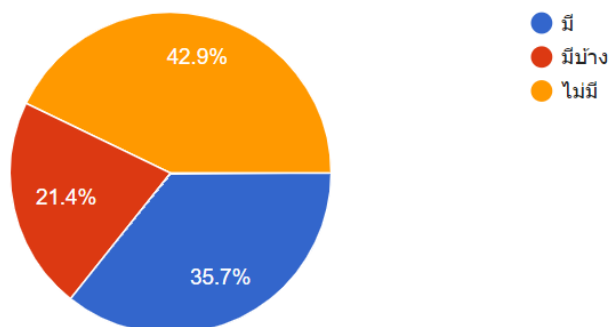
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีกลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีกลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่บ้างเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีกลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.7.6 โทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่



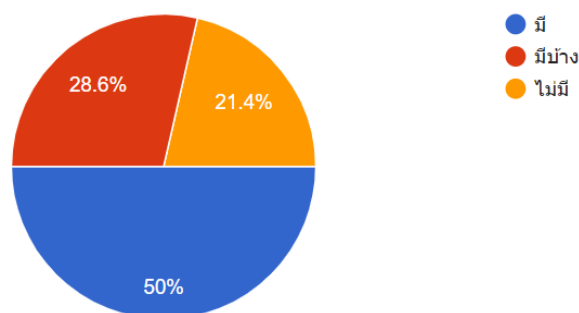
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีโทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่บ้างเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีโทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีโทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.7.7 กองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์



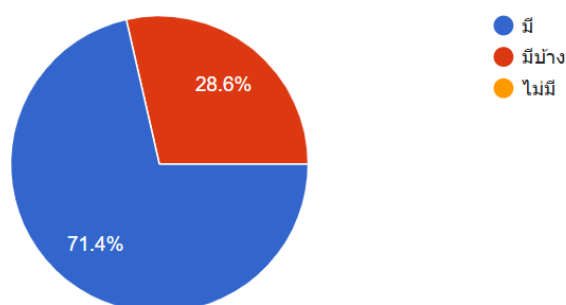
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.7.8 สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย



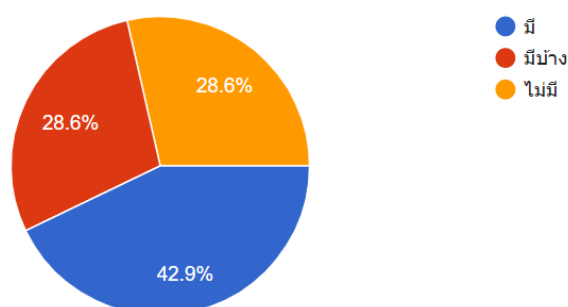
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีสถาบันการศึกษาเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่สถาบันการศึกษาเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีสถาบันการศึกษาเป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.7.9 กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่



จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ประเมินตนเองว่ามีกลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 71.4 และประเมินตนเองว่ามีบ้างที่กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่เป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 28.6 แสดงให้เห็นว่าทุกพื้นที่มีกลุ่มอาสาสมัครเป็นพันธมิตรในการทำงานสื่อสาร ซึ่งเป็นได้ทั้งอาสาสมัครด้านการผลิตข่าว เป็นแหล่งข่าว หรืออาสาทำงานพื้นที่ชุมชน เป็นต้น

2.7.10 สื่อสาธารณะ เช่น ไทยพีบีเอส หรือเอ็นบีทีส่วนภูมิภาค



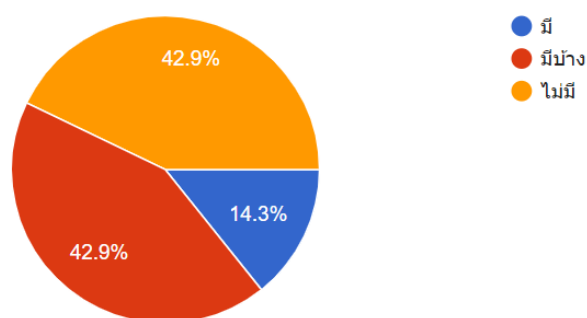
จากแผนภูมิ แสดงด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีสื่อสาธารณะเป็นพันธมิตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ประเมินตนเองว่ามีสื่อสาธารณะบ้างที่เป็นพันธมิตรหลัก และประเมินตนเองว่าไม่มีสื่อสาธารณะเป็นพันธมิตรหลักเลย คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 7 ด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) เกินร้อยละ 70 จำนวน 3 ประเด็น จาก 10 ประเด็น ได้แก่ มีความพร้อมกับพันธมิตรด้าน ด้านเครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่ ด้านองค์กรวิชาชีพ ด้านกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่ และด้านกลุ่มจิตอาสา/กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่ ประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ มีความพร้อมกับพันธมิตรด้านสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ และสถาบันการศึกษา โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมกับพันธมิตรด้านโทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมกับพันธมิตรด้านกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 และ ความพร้อมกับพันธมิตรด้านสื่อสาธารณะ เช่น ไทยพีบีเอส หรือเอ็นบีทีส่วนภูมิภาค โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้เชื่อมโยงเครือข่ายกับพันธมิตร เช่น โทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่ สื่อสาธารณะ และกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เนื่องจากเป็นพันธมิตรที่มีความใกล้ชิดและสามารถสนับสนุนองค์ความรู้ให้แก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.8 องค์ประกอบที่ 8 ด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams)

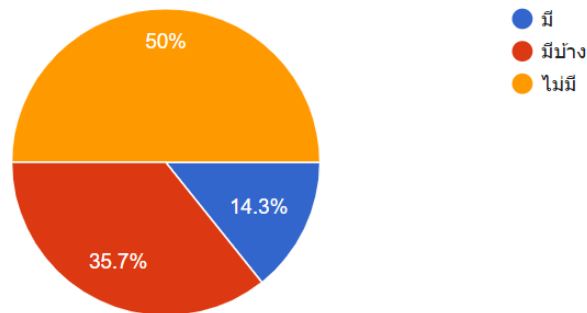
2.8.1 รายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ



จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า การประเมินตนเองเรื่องการหารายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ มีความเฉลี่ยเท่ากัน คือ ประเมินตนเองว่ามีบ้างที่หารายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัด

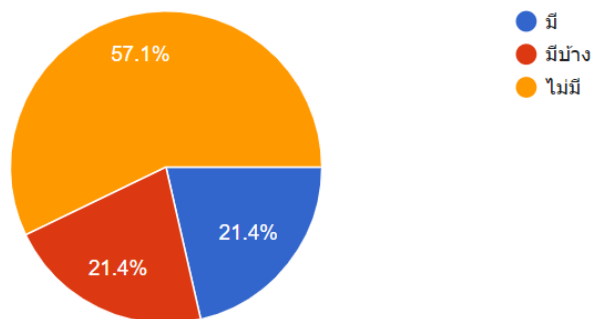
กิจกรรม และประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 42.9 ส่วนประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.8.2 รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ



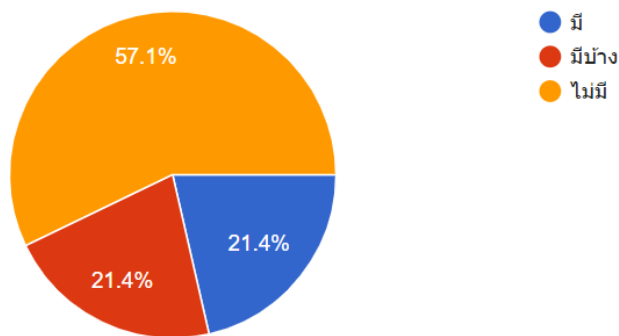
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการระดมทุน คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการระดมทุน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการระดมทุน คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.8.3 รายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก



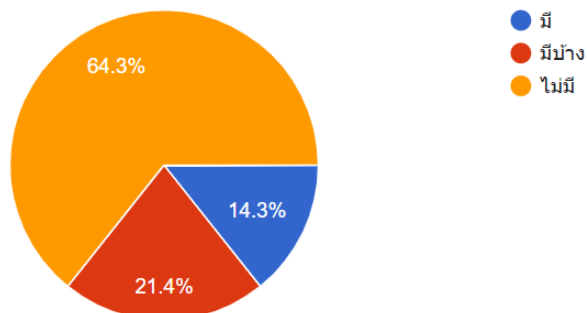
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ การประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก และประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.4

2.8.4 รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมความรู้ด้านการสื่อสาร เช่น อบรมนักข่าวชุมชน



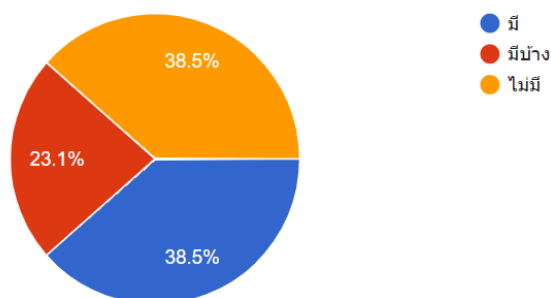
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมความรู้ด้านการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ การประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมความรู้ด้านการสื่อสาร และประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรมความรู้ด้านการสื่อสาร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.4

2.8.5 รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสดรายการ



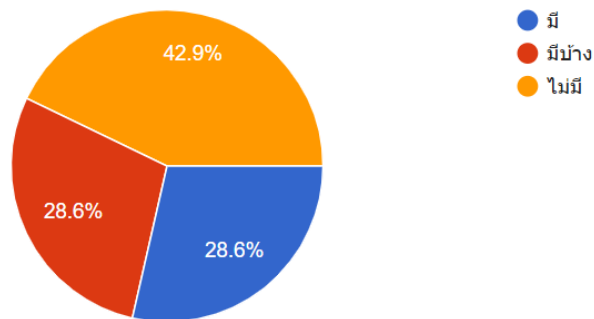
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสดรายการ คิดเป็นร้อยละ 64.3 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสดรายการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสดรายการ คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.8.6 รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่าง ๆ



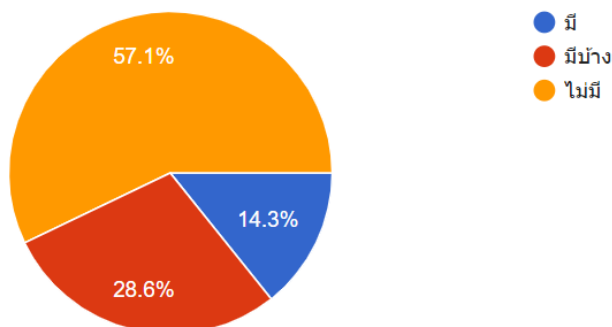
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ค่าเฉลี่ยการประเมินตนเองเรื่องรายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่าง ๆ มีความใกล้เคียงกัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากันสำหรับผู้ประเมินตนเองว่ามีรายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่าง ๆ และประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนประเมินตนเองว่ามีบ้างที่รับรายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 23.1

2.8.7 รายได้จากการผลิตวิดีโอทัศน์และรายการ



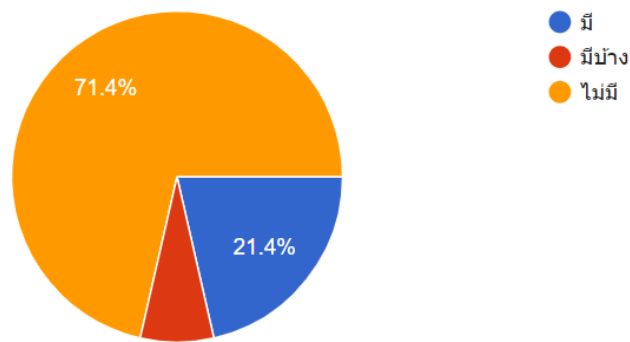
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการผลิตวิดีโอทัศน์และรายการ คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ การประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการผลิตวิดีโอทัศน์และรายการ และประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการผลิตวิดีโอทัศน์และรายการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.6

2.8.8 รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต



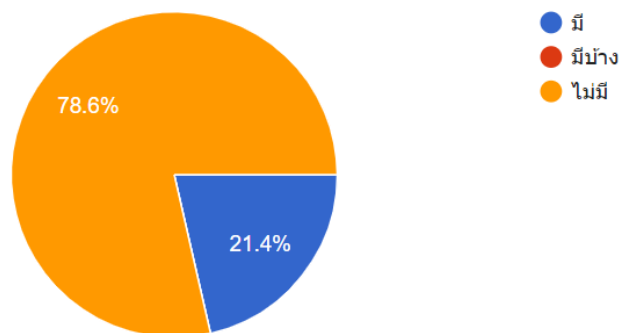
จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.8.9 รายได้จากการเช่าสถานที่หรืออุปกรณ์สถานที่



จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายได้จากการเช่าสถานที่หรืออุปกรณ์สถานที่ คิดเป็นร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีรายได้จากการเช่าสถานที่หรืออุปกรณ์สถานที่ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีบ้างที่ได้รายได้จากการเช่าสถานที่หรืออุปกรณ์สถานที่ คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.8.10 รายได้จากค่าสมาชิก



จากแผนภูมิ แสดงด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า การหารายได้จากค่าสมาชิกจากผู้ประเมินตนเองนั้น มีการประเมินว่าตนเองไม่มีการหารายได้จากค่าสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 78.6 และการประเมินว่าตนเองมีการหารายได้จากค่าสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 21.4

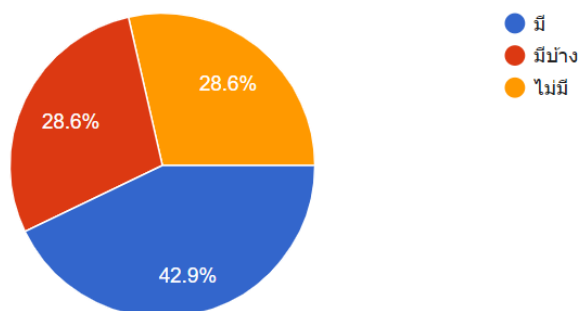
จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนองค์ประกอบที่ 8 ด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) พบว่า โดยภาพรวมไม่มีประเด็นใดเลยที่กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 ยกตัวอย่างเช่น ความพร้อมด้านรายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความพร้อมด้านรายได้จากการระดมทุน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความพร้อมด้านรายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.4 เป็นต้น

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเป็นการเร่งด่วนด้านช่องทางรายได้สำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยสามารถจำแนกเป็นการดำเนินการเพื่อหาช่องทางการสนับสนุนเงินทุน และการดำเนินการเพื่อส่งเสริมความรู้ความสามารถในการหารายได้ภายใต้หลักเกณฑ์ที่

สามารถกระทำได้ และควรส่งเสริมให้มีความสามารถในการใช้ช่องทางการหารายได้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงเมื่อช่องทางใดช่องทางหนึ่งหดหายไป

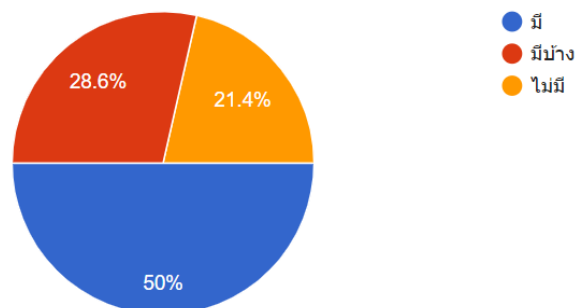
2.9 องค์ประกอบที่ 9 ด้านรายจ่าย (Cost Structure)

2.9.1 ค่าผลิตรายการ



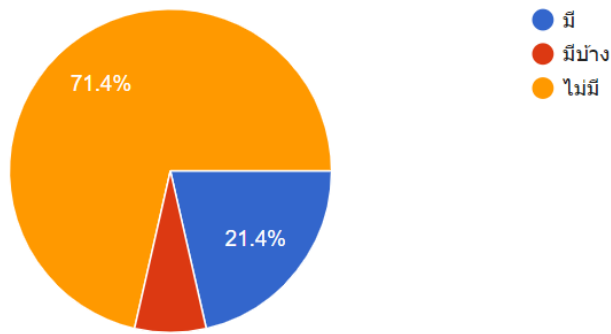
จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าผลิตรายการ คิดเป็นร้อยละ 42.9 ลำดับที่สองมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ การประเมินตนเองว่ามีบ้างที่เกิดรายจ่ายจากค่าผลิตรายการ และประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าผลิตรายการ คิดเป็นร้อยละ 28.6

2.9.2 ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง



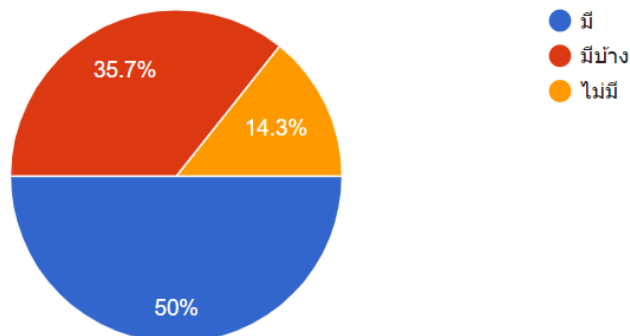
จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรทัศน์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีบ้างที่เกิดรายจ่ายจากค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง คิดเป็นร้อยละ 21.4

2.9.3 ค่าโครงข่าย



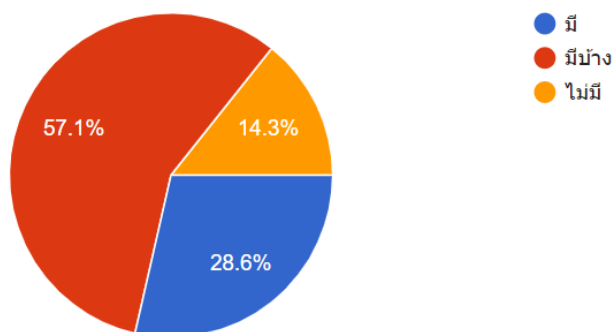
จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าโครงข่าย คิดเป็นร้อยละ 71.4 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าโครงข่าย คิดเป็นร้อยละ 21.4 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายบ้างจากค่าโครงข่าย คิดเป็นร้อยละ 7.1

2.9.4 ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม



จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าบริหารองค์กร คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายบ้างจากค่าบริหารองค์กร คิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าบริหารองค์กร คิดเป็นร้อยละ 14.3

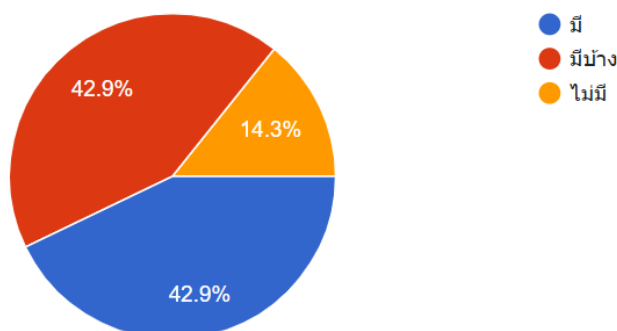
2.9.5 ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา



จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายบ้างจากค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา คิดเป็นร้อยละ 57.1 ลำดับที่สองประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจาก

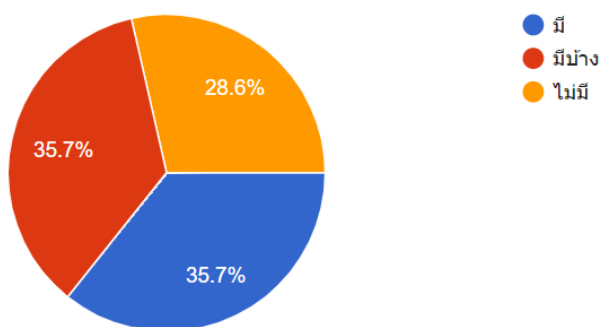
ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา คิดเป็นร้อยละ 28.6 และลำดับที่สามประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.9.6 ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ



จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยการตอบประเมินเท่ากัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด และประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายบ้างจากค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 42.9 และลำดับสองประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด คิดเป็นร้อยละ 14.3

2.9.7 ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา



จากแผนภูมิ แสดงด้านรายจ่าย (Cost Structure) ของโทรศัพท์ชุมชนของผู้ตอบแบบประเมิน โดยเฉลี่ยมีความใกล้เคียงกัน ซึ่งเรียงลำดับการประเมินจากมากที่สุด พบว่า ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยการตอบประเมินเท่ากัน ได้แก่ ประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายจากค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา และประเมินตนเองว่ามีรายจ่ายบ้างจากค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา โดยค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 35.7 และลำดับสองประเมินตนเองว่าไม่มีรายจ่ายจากค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน องค์ประกอบที่ 9 ด้านรายจ่าย (Cost Structure) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านรายจ่าย (Cost Structure) เกินร้อยละ 50 จำนวน 2 ประเด็นจาก 7 ประเด็น คือ มีความพร้อมด้านรายจ่ายสำหรับค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง และด้านค่าบริหารองค์กร โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ

ละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านค่าผลิตรายการ โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านค่าโครงข่าย โดยคิดเป็นร้อยละ 21.4 ความพร้อมด้านค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา โดยคิดเป็นร้อยละ 28.6 ความพร้อมด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้าน ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7

ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ด้านค่าผลิตรายการที่ไม่ต้องใช้งบประมาณสูงมากนัก เช่น การถ่ายทำโดยกล้องขนาดเล็กแต่มีคุณภาพเพียงพอที่จะเผยแพร่ด้วยความละเอียดระดับมาตรฐานได้ และควรมีมาตรการส่งเสริมด้านค่าโครงข่ายเนื่องจากการให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยสามารถดำเนินการด้วยการบูรณาการงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงหรืองบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

ตารางที่ 17 สรุปผลการตอบแบบประเมินความพร้อม 9 ด้าน ในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

องค์ประกอบ	สรุปผลการตอบแบบประเมิน
องค์ประกอบที่ 1 ด้านการสร้างคุณค่า (Value)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 1 ด้านการสร้างคุณค่า (Value) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านการสร้างคุณค่าให้กับชุมชนเกินร้อยละ 70 จำนวน 8 ประเด็นจาก 9 ประเด็น โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการสามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนด้านที่ประเมินว่ายังมีความพร้อมไม่ถึงร้อยละ 70 ได้แก่ ด้านความพร้อมในการสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน โดยมีผู้ตอบว่ามีความพร้อมคิดเป็นร้อยละ 64.3 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมกับชุมชนในบทบาทของการเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งฝึกงาน รวมทั้งการมีบทบาทในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน
องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments) เกินร้อยละ 70 จำนวน 1 ประเด็นจาก 5 ประเด็น ได้แก่ด้านกลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ดูแลและด้านที่มีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 1 ประเด็นได้แก่ ด้านกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ซึ่งในภาพรวมผู้ตอบแบบประเมินยังไม่มีเตรียมความพร้อมในการจำแนกกลุ่มลูกค้าในระดับกลุ่มย่อยในชุมชนมากนัก ซึ่งด้านที่ได้รับการประเมินว่ามี

องค์ประกอบ	สรุปผลการตอบแบบประเมิน
	ความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 และ ความพร้อมด้านกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นในการจำแนกลูกค้าระดับหน่วยย่อยในชุมชนเพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อประโยชน์ในการรับการอุดหนุนจากหน่วยย่อยต่างๆ ในชุมชน
องค์ประกอบที่ 3 ด้านช่องทางสื่อสาร (Channels)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 3 ด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านช่องทางสื่อสาร (Channels) เกินร้อยละ 80 จำนวน 1 ประเด็นจาก 3 ประเด็น ได้แก่ด้านมีช่องทางสื่อผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ และด้านที่มีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 1 ประเด็น ได้แก่ ด้าน2 มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่ โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการส่งสื่อหรือข้อมูลข่าวสารออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรเร่งดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสื่อเพื่อออกอากาศผ่านหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน
องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) พบว่า โดยภาพรวมไม่มีประเด็นใดที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมเกินร้อยละ 70 โดยปรากฏประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 4 ประเด็นจาก 11 ประเด็น ได้แก่ ด้านการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนด้านวิชาการและฝึกวิชาชีพ ด้านมีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชุมชนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน ด้านมีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย และด้านมีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านการผลิตรายการร่วมกับนิสิตนักศึกษา

องค์ประกอบ	สรุปผลการตอบแบบประเมิน
	และคนชุมชน เช่น จัดให้สถานเป็นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านมีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมด้านมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชนโดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 และ ความพร้อมด้าน11 มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม เช่น การแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และจะสามารถส่งผลต่อความยั่งยืนของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมความรู้ด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่จะต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่จะต้องมีที่มาจากความต้องการของชุมชน
องค์ประกอบที่ 5 ด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 5 ด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านกิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities) เกินร้อยละ 70 จำนวน 1 ประเด็นจาก 7 ประเด็น คือประเด็นความพร้อมในการหาแหล่งข่าวและนำเสนอข่าวในชุมชน ประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการกลั่นกรองข่าว ด้านการนำเสนอรายการถ่ายทอดสด และด้านการฝึกอบรมความรู้ให้กับคนในชุมชน ส่วนด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านการหาแหล่งรายได้ โดยคิดเป็นร้อยละ 28.6 ความพร้อมด้านการบริหารภายในองค์กร เช่น บริหารจัดการธุรการทั่วไป จัดการบัญชี งานซ่อมบำรุง โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมหลัก ซึ่งประเด็นความพร้อมด้านการหาแหล่งรายได้ นั้น เป็นประเด็นเร่งด่วนที่ต้องเร่งทำความเข้าใจ รวมทั้งมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนที่ชัดเจน ลำดับถัดมาการให้ความรู้ด้านการบริหารภายในองค์กรนั้นเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจำเป็นต้องมีความพร้อมก่อนที่จะเริ่มดำเนินการ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่จะชี้วัดความยั่งยืนของการให้บริการ
องค์ประกอบที่ 6 ด้านทรัพยากรหลัก	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 6 ด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคน

องค์ประกอบ	สรุปผลการตอบแบบประเมิน
(Key Resources)	ที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านทรัพยากรหลัก (Key Resources) เกินร้อยละ 70 จำนวน 4 ประเด็นจาก 5 ประเด็น โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านสถานีถ่ายทอดรายการ โดยคิดเป็นร้อยละ 46.2 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีเครือข่ายหรือการสนับสนุนด้านสถานที่ ที่จะใช้เป็นสถานีถ่ายทอดรายการ เช่น การดำเนินการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หรือผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ในใบอนุญาตประเภทอื่น เช่น เคเบิลท้องถิ่น เพื่อให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้ทดลองดำเนินการและจะได้นำเป็นต้นแบบในการดำเนินสถานีถ่ายทอดรายการด้วยตนเองต่อไป
องค์ประกอบที่ 7 ด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 7 ด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านพันธมิตรหลัก (Key Partners) เกินร้อยละ 70 จำนวน 3 ประเด็นจาก 10 ประเด็น ได้แก่ มีความพร้อมกับพันธมิตรด้าน ด้านเครือข่ายภาคประชาสังคมบนพื้นที่ ด้านองค์กรวิชาชีพ ด้านกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่ และด้านกลุ่มจิตอาสา/กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่ ประเด็นที่ประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ มีความพร้อมกับพันธมิตรด้านสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ และสถาบันการศึกษา โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมกับพันธมิตรด้านโทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ความพร้อมกับพันธมิตรด้านกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์ โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 และ ความพร้อมกับพันธมิตรด้านสื่อสาธารณะ เช่น ไทยพีบีเอส หรือเอ็นบีทีส่วนภูมิภาค โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้เชื่อมโยงเครือข่ายกับพันธมิตร เช่น โทรทัศน์ภูมิภาคและเคเบิลทีวีในพื้นที่ สื่อสาธารณะ และกองทุนวิจัยและการพัฒนาจากองค์กรต่าง ๆ เนื่องจากเป็นพันธมิตรที่มีความใกล้ชิดและสามารถสนับสนุนองค์ความรู้ให้แก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้เป็นอย่างดี
องค์ประกอบที่ 8 ด้านช่องทางรายได้	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน องค์ประกอบที่ 8 ด้านช่องทางรายได้ (Revenue Streams) พบว่า โดยภาพรวมไม่มี

องค์ประกอบ	สรุปผลการตอบแบบประเมิน
(Revenue Streams)	ประเด็นใดเลยที่กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อม เกินร้อยละ 50 ยกตัวอย่างเช่น ความพร้อมด้านรายได้จากการจัดกิจกรรมหรือร่วมจัดกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความพร้อมด้านรายได้จากการระดมทุน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ความพร้อมด้านรายได้จากการรับบริจาคหรือขายของที่ระลึก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.4 เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเป็นการเร่งด่วนด้านช่องทางรายได้สำหรับผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยสามารถจำแนกเป็นการดำเนินการเพื่อหาช่องทางระดมทุน และการดำเนินการเพื่อส่งเสริมความรู้ความสามารถในการหารายได้ภายใต้หลักเกณฑ์ที่สามารถกระทำได้ และควรส่งเสริมให้มีความสามารถในการใช้ช่องทางหารายได้ที่หลากหลาย เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงเมื่อช่องทางใดช่องทางหนึ่งหายไป
องค์ประกอบที่ 9 ด้านรายจ่าย (Cost Structure)	จากผลการตอบแบบประเมินความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน องค์ประกอบที่ 9 ด้านรายจ่าย (Cost Structure) พบว่า โดยภาพรวม กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตในการให้เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนประเมินตนเองว่ามีความพร้อมด้านรายจ่าย (Cost Structure) เกินร้อยละ 50 จำนวน 2 ประเด็นจาก 7 ประเด็น คือ มีความพร้อมด้านรายจ่ายสำหรับค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง และด้านค่าบริหารองค์กร โดยด้านที่ได้รับการประเมินว่ามีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ความพร้อมด้านค่าผลิตรายการ โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้านค่าโครงข่าย โดยคิดเป็นร้อยละ 21.4 ความพร้อมด้านค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัครหรือจิตอาสา โดยคิดเป็นร้อยละ 28.6 ความพร้อมด้านค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 ความพร้อมด้าน ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา โดยคิดเป็นร้อยละ 35.7 ดังนั้นการดำเนินงานของสำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้มีความรู้ด้านค่าผลิตรายการที่ไม่ต้องใช้งบประมาณสูงมากนัก เช่น การถ่ายทำโดยกล้องขนาดเล็กแต่มีคุณภาพเพียงพอที่จะเผยแพร่ด้วยความละเอียดระดับมาตรฐานได้ และควรมีมาตรการส่งเสริมด้านค่าโครงข่ายเนื่องจากการให้บริการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยสามารถดำเนินการด้วยการบูรณาการงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงหรืองบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

บทที่ 7 บทวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

หากพิจารณาในแง่ของการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน การให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนได้อย่างหลากหลายแง่มุม โดยประเด็นที่ชุมชนสามารถเข้ามีส่วนร่วมได้ด้วยนั้น สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

7.1 การมีส่วนร่วมของประชาชน

ความสำเร็จของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนจำเป็นต้องมีความเป็นรูปธรรมของการมีส่วนร่วม (Participation) จากประชาชนในชุมชนและกลุ่มคนจากภาคส่วนต่างๆที่เข้ามาร่วมกันทำงานในลักษณะเครือข่าย ทั้งนี้ภายใต้หลักการของโทรทัศน์ชุมชนคือ เป็นของชุมชน ควบคุมโดยชุมชน และดำเนินการโดยชุมชน²⁷ หมายรวมถึงการเข้ามาเกี่ยวข้องของในการผลิตจากประชาชนและสาธารณะ การจัดการระบบการสื่อสาร ซึ่งมีปฏิบัติการในหลายระดับของการผลิต ทั้งการตัดสินใจเลือกและการวางแผนการผลิต โดยในระดับของการผลิต (the production level) ชุมชนสามารถจัดการด้วยตนเอง (Self-management) บริหารอำนาจของการตัดสินใจภายในองค์กรสื่อ และมีอำนาจเต็มในการกำหนดนโยบายและแผนของการสื่อสาร (Policies and Plans) การผลิตและการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน

ในประเด็นดังกล่าวนี้ อิทธิพลของสื่อชุมชนสามารถนำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาชุมชนได้ ถ้าได้รับการบริหารจัดการและเตรียมกระบวนการกำกับและดูแลที่มีประสิทธิภาพ

7.1.1 การเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่าการในหลายพื้นที่มีกลุ่มที่มีศักยภาพหลากหลายกลุ่มทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ในภาคเหนือ จังหวัดราชบุรี และเพชรบุรีที่มีการรวมตัวกันทำงานด้านสื่อชุมชนอยู่แล้วแต่ยังไม่ได้ดำเนินการเป็นทางการ ไม่มีรูปแบบผังรายการต่อเนื่อง แต่จากการได้มีประสบการณ์เริ่มทำงานทำให้มีการทดลองผลิตรายการและเริ่มมีรูปแบบการดำเนินการที่เห็นเป็นรูปธรรมโดดเด่น ต่างมีเจตนารมณ์ในการเข้าเป็นเจ้าของสื่อชุมชน หรือสามารถเข้าร่วมผลิตรายการได้ ส่วนตัวอย่างจากกลุ่มพะเยาทีวี อันดามันมั่นคง และทีวีอุบลราชธานี ตัวอย่างแนวปฏิบัติให้กับพื้นที่อื่นๆที่มีระดับความพร้อมแตกต่างกันไปเพราะสะท้อนหลักการมีส่วนร่วมที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ

7.1.2 การเข้ามามีส่วนในการเริ่มต้นสร้างเครือข่าย

ที่ปรึกษาได้พบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่าการเริ่มต้นควรเริ่มงานในลักษณะการสร้างเครือข่ายในการทำงานเพื่อสร้างให้เห็นตัวบุคคลทำงานด้านการสื่อสารในพื้นที่ สร้างพื้นที่หรือเวทีรวบรวมผู้ที่มีระดับความสนใจที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จะมีองค์ประกอบจากประชาชนในพื้นที่ บุคคลหรือองค์กรจากภายนอก เครือข่ายเสริมทักษะด้านการสื่อสาร เครือข่ายทุนสนับสนุน งบประมาณดำเนินการในระยะตั้งต้น เท่าที่ผ่านมาเป็นการ

²⁷ เมอร์เรย์ กรีน ผู้เชี่ยวชาญจากไอบียู

ดำเนินการของ กสทช. กองทุนสื่อ หรือการเสริมทักษะโดยกลุ่มสื่อสารสาธารณะอาทิสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ในกรณีเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชนโครงการนำร่องทั้ง 3 แห่งได้มีการดำเนินการตามหลักคิดการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาดำเนินงานทำให้ชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ โดยมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการคิดงาน การผลิตเนื้อหาโดยมีการกำหนดให้คนในชุมชน เริ่มเข้ามามีบทบาท ทั้งกระบวนการร่วมกลุ่มในรูปแบบตัวแทนคณะกรรมการบริหารในทีวีชุมชนเพื่อเสนอแนะและขับเคลื่อนแนวความคิดการทำงานของทีมชุมชน จนนำไปสู่การกำหนดแนวทางการนำเสนอประเด็นซึ่งทำให้เกิดการตื่นตัวในกลุ่มผู้ผลิตสื่อในชุมชน นักวิชาการ และ เครือข่ายทางสังคมต่างๆเป็นอย่างยิ่ง อาทิ การเริ่มต้นของทีวีชุมชนอันดามันมั่นคงเมื่อปี พ.ศ.2559 ที่เริ่มต้นจากการทำงานประสานเครือข่ายต่างๆ อาทิ มูลนิธิธีรภัยไทย มูลนิธิอันดามัน คามินฟาร์ม ศูนย์ประสานงานท่องเที่ยวชุมชนเกาะคอเขา ชมรมกู้ชีพกู้ภัยบางไทร สำนักสงฆ์สวนวาง วิทยาลัยชุมชนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และไทยพีบีเอส โดยหลักการมีส่วนร่วมสร้างให้เกิดการสื่อสารแนวระนาบโดยระยะทดลองนำเสนอผ่านทางเพจ Facebook ทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง หรือ secured Andaman community tv ซึ่งทางกลุ่มใช้เวลาเพียง 2 ปีแรกเท่านั้นในการปรับตัวและเริ่มเรียนรู้ในการทำงานเต็มรูปแบบมากขึ้นด้วยตัวเอง

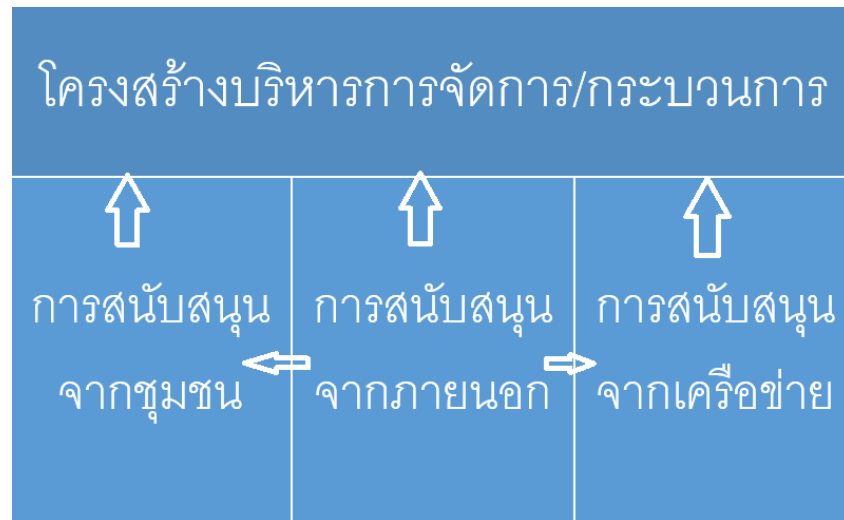
ในช่วงการเริ่มสร้างเครือข่ายพวกเขาได้มีส่วนร่วมในกระบวนการที่ได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิการสื่อสาร หลักการโทรทัศน์ชุมชน การถ่ายวิดีโอ การสัมภาษณ์ และการตัดต่อ เป็นต้น โดยกระบวนการเรียนรู้ที่ดำเนินอย่างต่อเนื่อง “ทำให้คนในชุมชนจะใช้เครื่องมือชิ้นนี้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และตระหนักถึงสิทธิในการสื่อสารของตนเอง”(ผศ.ดร.อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์ อาจารย์สาขาวิชานิติศาสตร์ ม.ราชภัฏภูเก็ต)

รูปแบบการมีส่วนร่วมในระยะแรกเริ่มจะเป็นเครือข่ายที่มาจากภายนอกที่หาพื้นที่ทำงานร่วมกับชุมชน บุคคลที่มีศักยภาพ และเมื่อสร้างความเข้มแข็ง เสริมศักยภาพในการผลิตสื่อ การทำงานให้กับเครือข่ายในระดับหนึ่งการดำเนินการจะเริ่มพัฒนาสู่การทำงานของเครือข่ายในชุมชนอย่างเต็มรูปแบบผ่านการเรียนรู้หนุนเสริมร่วมกัน เช่นเดียวกับการเข้ามามีส่วนร่วมของทีวีพะเยาเป็นการเริ่มจากเครือข่ายภาคประชาสังคมรวมกลุ่มทดลองผลิตรายการร่วมกับเครือข่ายในท้องถิ่น โดยมีสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สนับสนุนทักษะด้านสื่อ มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาในพื้นที่หนุนเสริมองค์ความรู้และวิทยาการให้ความรู้ทักษะวิชาชีพชุมชนเป็นองค์ประกอบในการกำหนดประเด็น เนื้อหาในการนำเสนอ การศึกษาพบว่าเงื่อนไขสำคัญในระยะแรกของทีวีพะเยาไม่ใช่เป็นเพียงการทำงานเฉพาะกลุ่มคณะทำงานของชุมชนเท่านั้นแต่มีการสนับสนุนงานทั้งการจัดเวทีสาธารณะในชุมชน การฝึกอบรมให้กับชุมชนและการระดมทุน

ในขณะที่ทีวีอุบลภาคประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นเพราะมีรากฐานมาจากการสื่อสารจากกลุ่มสื่อภาคประชาชน ประกอบด้วยกลุ่มหลากหลายอาทิ เยาวชนชาติพันธุ์กวย หลังจากนั้นเครือข่ายขยายออกไปหลากหลายกลุ่ม เตรียมความพร้อมร่วมกับชุมชน 7 แห่ง ใน 3 จังหวัด ออกอากาศผ่านทีวีออนไลน์และเคเบิลทีวี ในขณะที่องค์ประกอบด้านกรรมการทีวีชุมชนที่เป็นตัวแทนของหลายภาคส่วนเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมให้ความเห็นต่อการทำงานด้วย ส่วนการหนุนเสริมของมหาวิทยาลัย ในพื้นที่ เรียนรู้ร่วมกับชุมชน และหนุน

เสริมงานวิชาการ เช่น ข้อมูลจากงานวิจัย หรือการติดตามประเมินผล ในขณะนั้น กสทช.สนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพเครือข่ายในระยะเริ่มต้น ในรูปแบบต่างๆ เช่น

1.จัดอบรม ร่วมเป็นวิทยากร



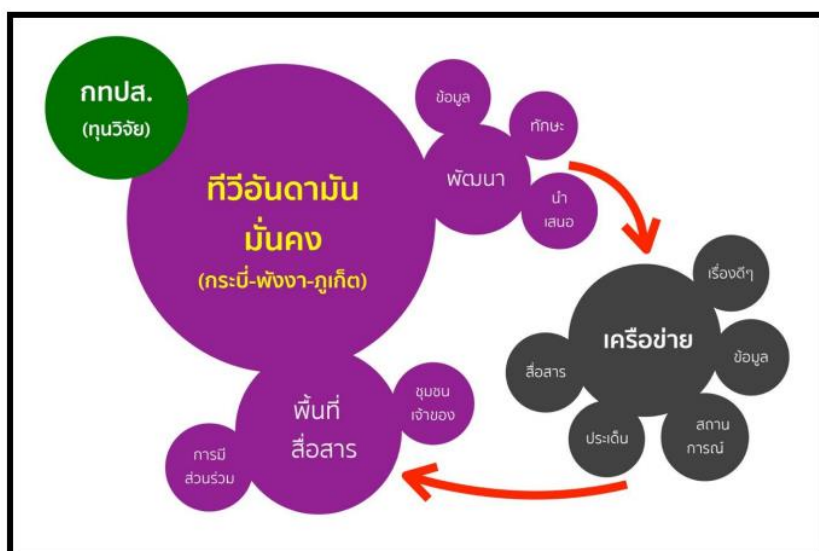
ภาพที่ 12 แผนภาพการประสานการมีส่วนร่วมของเครือข่าย

2. การจัดเวทีสาธารณะในชุมชน การฝึกอบรมด้านสื่อให้กับชุมชนสนับสนุนประสานองค์กรต่างๆ

3.การให้องค์ความรู้ ให้การเรียนรู้ด้านการระดมทุน

กล่าวโดยสรุปการเริ่มต้นเครือข่ายจำเป็นต้องมีส่วนร่วมจากหลากหลายฝ่าย ซึ่งลำพังเพียง คณะทำงานประจำคงทำได้ สำเร็จได้ยาก สังเกตได้ว่ากลุ่มคนที่เข้ามาเป็นเครือข่ายทีวีชุมชนของทั้งสาม แห่งความคล้ายคลึงกัน โดยมาจากกลุ่ม กลุ่มสื่อท้องถิ่น ถิ่น กลุ่มนักวิชาและสถาบันการศึกษา กลุ่มภาค ประชาสังคม กลุ่มอาชีพกลุ่มธุรกิจท้องถิ่น ถิ่น กลุ่มศาสนา ส่วนที่ทีวีชุมชนแต่ละแห่งจะมีสัดส่วนของกลุ่มที่มา เป็นเครือข่ายมากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับศักยภาพของคณะทำงานซึ่งประเภทของเครือข่ายส่งผลต่อการ ทำงานของทีวีชุมชนที่แตกต่างกัน

กรณีของทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง เป็นตัวอย่างของกลุ่มคนที่ร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ อาทิ ไทยพีบีเอส มูลนิธิรักไทย มูลนิธิอันดามัน และ ภูเก็ตพังงา ที่เริ่มต้นจากการพยายามแก้ไขปัญหาในชุมชนของตนเอง การ เริ่มต้นดังกล่าวประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เสนอข้อเท็จจริงที่ ชุมชนอยากนำเสนอเช่นประเด็นภัยพิบัติ การ จัดการทรัพยากร จากนั้นมีการขยายการมีส่วนร่วมไปสู่สถาบันการศึกษาในชุมชนเข้าร่วม โดยมี มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต วิทยาลัยชุมชนพังงากลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะคอเขา และภูเก็ตบางทรายรวมทั้งหมด 8 องค์กร ร่วมก่อตั้งทีวีชุมชนโดยได้รับการสนับสนุนจาก กสทช. เนื้อหาในระยะแรกเน้นการจัดการภัยพิบัติ สารคดี ชุมชนผ่านช่องทางเพจอันดามันมั่นคง



ภาพที่ 13 การเริ่มต้นของการตั้งเครือข่ายการมีส่วนร่วมก่อตั้งทิวอันดามันมั่นคง

ชุมชนอันดามันได้เรียนรู้การประสานงานโดยได้มีการประสานกับมูลนิธิริรักษ์ไทย โดยได้เริ่มเรียนรู้การออกแบบรายการ และการจัดผังรายการ รวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ที่สนใจงานด้านการสื่อสาร

7.1.3 การร่วมกำหนดนโยบายการทำงาน

ในการทำงานระดับเครือข่ายที่วิชุมชนสามารถเข้ามาทำงานในรูปแบบการกำหนดนโยบายการทำงานร่วมกันได้ อาทิ การ กำหนดผังรายการที่เหมาะสม การกำหนดเวลาการออกอากาศ เนื้อหาที่ชุมชนต้องการ กลุ่มผู้ผลิตควรมาจากที่ใด การประสานเนื้อหาข้อมูลในการทำงาน รวมไปถึงการประเมินผลรายการที่เป็น การกำหนดจากชุมชนจะยิ่งทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นในการทำงาน อาทิ กลุ่มพะเยาที่วิสามารถมีรูปแบบ คณะกรรมการทำงานต่อเนื่อง การกำหนดรูปแบบการหารายได้

7.2 การมีส่วนร่วมในการผลิตงาน

เป้าหมายระดับชุมชน ควรต้องมี สิ่งที่คาดหวังคือ ชุมชนมีข้อมูลเป็นของตัวเองในการสื่อสาร เลือก ประเด็นการสื่อสาร ผลิตเนื้อหาเอง และเลือกแหล่งข่าวที่จะนำเสนอเองได้ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงาน ราชการในการให้ข้อมูลเท่านั้นเพื่อดูว่าตอบโจทย์ชุมชนมากน้อยเพียงใด รายละเอียดดังนี้

1. ทักษะในการทำงานในฐานะกองบรรณาธิการ
2. ทักษะย่อยข้อมูล
3. ทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอกองบรรณาธิการ
4. ทักษะในการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ

ที่ปรึกษาพบว่าส่วนใหญ่เมื่อประชาชนในชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในระยะแรกที่มีการอบรมทักษะ ส่วนร่วม สามารถผลิตชิ้นงานที่เล่าเรื่องในชุมชนตนเองได้อย่างน่าสนใจ เช่น กระบวนการผลิตข้าวของชุมชน วัดในชุมชนที่มีเรื่องเล่าพิเศษเฉพาะถิ่น เป็นต้น

กรณีพะเยาทีวีได้พบว่าผู้ที่มีโอกาสในการฝึกการทำงานในทีวีชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ใน รูปแบบต่างๆ ทั้ง 1. การออกแบบเนื้อหารายการใช้กระบวนการมีส่วนร่วม โดยการประชุมกองบรรณาธิการ ร่วมเพื่อออกแบบรายการ วางแผนการผลิตรายการและกำหนดผังรายการ เนื้อหารายการครอบคลุมทั้ง 13 ประเด็นตามแบบจำลองโทรทัศน์ชุมชนที่ได้ศึกษาโดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.กำหนด 3. มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมสาธารณะ การ ถ่ายทอดสดเพื่อประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนและบริจาคเงินทุนในโอกาสต่าง ๆ การจัดนิทรรศการและการ อบรมให้ความรู้ด้านการผลิตสื่อชุมชน

-ทักษะในการผลิตรายการและทักษะการบริหาร

การมีส่วนร่วมของชุมชนได้พบว่าแต่ละโครงการนำร่องสามารถเรียนรู้ได้ในระยะเวลา 1-2 ปีเท่านั้น เพราะคนในชุมชนมีโอกาสได้พัฒนาตัวเอง 1.พวกเขาสามารถหารูปแบบ แนวทางที่เหมาะสมกับพื้นที่ อาทิจ กระบี่ พังงา ภูเก็ต ต่างเน้นการจัดการภัยพิบัติชุมชน ประเด็นวัฒนธรรมชุมชน อาหาร ที่ท่องเที่ยว รวมถึงวิถีชีวิต 2. รูปแบบรายการที่มีทั้งบันเทิงเทป และรายการสดโดยมีตารางการนำเสนอของแต่ละสถานีสลับ ช่วงเวลาในเนื้อหาเดียวกันที่แบ่งปันกัน เช่น พังงาออกอากาศวันพุธ กระบี่ออกอากาศวันพฤหัสบดี เป็นต้น

เมื่อรวมตัวเป็นเครือข่ายที่แข็งแกร่งในระดับหนึ่งแล้ว ชุมชนสามารถดำเนินการได้เอง โดยในส่วนของ พะเยาทีวีมีศักยภาพบริหารจัดการองค์กรได้อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็น 1) กลุ่มคนในรูปแบบสมาคมที่ไม่ แสวงหากำไร มีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานเครือข่ายต่าง ๆ เข้ามาร่วมกิจกรรมและจัดหาทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ 2) คณะกรรมการนโยบายมาจากการสรรหาโดยเครือข่ายและภาคส่วนต่าง ๆ มีบทบาท เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำในการบริหารจัดการ และ 3) คณะทำงานบริหารสถานีประกอบด้วยฝ่ายบริหาร สถานี ฝ่ายเทคนิคและเผยแพร่ ฝ่ายข่าวและรายการ ฝ่ายชุมชนและการมีส่วนร่วม และฝ่ายวิจัยและพัฒนา เพื่อผลิตเนื้อหาบริการชุมชน

อันตามันมันคงจะเน้นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเนื่องจากปัญหาในพื้นที่ของเครือข่ายมีร่วมกัน อาทิจ ปัญหาภัยพิบัติที่บางพื้นที่อาจไม่เคยเผชิญกับภัยพิบัติใหญ่ๆ ส่วนรูปแบบการ บริหารมีสองระดับคือ คณะกรรมการพัฒนาอันตามันมันคงเป็นตัวแทนของเครือข่าย 10 องค์กร และคณะทำงานระดับชุมชนที่มี ศักยภาพในการป้อนข้อมูล

ทีวีชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีมีศักยภาพการผลิตรายการที่หลากหลายเนื้อหา อาทิจ ข่าวท้องถิ่น ราคาพืชผล พยากรณ์อากาศ ข่าวอุบัติเหตุ การ์ตูน เพลง เป็นต้น ผ่านช่องทางวีเคเบิลทีวี, ทีวีออนไลน์, Facebook Live หรือ Youtube นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ เพื่อต่อยอด สินค้าท้องถิ่นอันเป็นการสะท้อนศักยภาพของการพัฒนาการทำงานของเครือข่ายสถานีนำร่องได้อย่างชัดเจน

7.3. ความสามารถบริหารจัดการตนเอง

ที่วิชุมชนต้องทำให้ชุมชน ประชาชน เกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ไม่ต้องรอภาครัฐฝ่ายเดียว มีอำนาจต่อรองทางสังคม เปรียบเสมือนเป็นห้องเรียนอากาศ ให้ชาวบ้านทำงานร่วมกับองค์กรอิสระ จากการศึกษาได้พบว่ารูปแบบโครงสร้างองค์กรที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายที่ประสานการทำงานจะเป็นการเสริมพลังให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีอำนาจจัดการตนเองได้มากขึ้นทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขการไม่ถูกรอบงำจากฝ่ายใด การได้มีพื้นที่ทดลองในการทำให้ประชาชนในชุมชนเข้าร่วมในการทำงานรูปแบบต่างๆกัน อาทิ คณะกรรมการระดับนโยบาย คณะกรรมการบริหาร หรือการคัดเลือกบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากชุมชน หรือคนทำงานที่เข้าร่วมงาน โครงการนำร่องส่วนใหญ่เป็นการทำงานของกองบรรณาธิการที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย นอกจากนี้มีรูปแบบที่ออกแบบเฉพาะเช่น อาสาสมัครให้เข้ามามีส่วนร่วมได้ การจัดกิจกรรมรวม อาทิ เปิดตัวพะเยาทีวีชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน มีการสนับสนุนเงินทุน และการร่วมเป็นวิทยากรอบรมที่ส่วนนี้ยังจำเป็นต้องได้รับการหนุนเสริมจาก กสทช.เพิ่มขึ้น ศักยภาพ เวลา

นอกจากนี้จากการกำหนดบทบาทหน้าที่ของพะเยาทีวีชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนชุมชนโดยการกระตุ้นในประชาชนมีความเข้มแข็งใน ทั้งในมุมของการเป็นผู้รับสารที่ได้รับการเสริมศักยภาพ สะท้อนความต้องการของตนเอง กระทั่งการนำเสนอถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ของชุมชนเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าขององค์ความรู้และวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้น ให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเองนำสู่ความมั่นใจในการมีส่วนร่วม และความเชื่อมั่น

กล่าวโดยสรุปการมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดความเข้มแข็งของทีวีชุมชนมีส่วนประกอบการทำงานเป็นลำดับขั้นตั้งแต่การเสริมฐานรากจนกระทั่งมีความเข้มแข็งพัฒนาทั้ง 1.บุคลากร เป็นผู้ที่ทำงานประจำสถานีและอาสาจากคนในชุมชนที่มีอุดมการณ์ในการทำงาน 2.การบริหารจัดการ เน้นการดึงคนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน เช่น การบริหารจัดการผังรายการ ร่วมผลิตรายการ บริจาคสมทบทุน 3.การมีส่วนกำหนดเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน ทั้ง เรื่องสิทธิมนุษยชน สิทธิชุมชน 4.การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพการทำงานของตัวเองจนสามารถทำงานเชิงด้านเทคนิค คือ การผลิตรายการ การรายงานข่าว ซึ่งเมื่อภาคประชาชนในชุมชนมีทักษะ มีความเข้มแข็งก็จะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่สำคัญ

8.1. สรุปผลโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

การดำเนินโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย สามารถสรุปผลของการดำเนินโครงการได้ดังนี้

8.1.1 จากผลการดำเนินการโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน สามารถสรุปผลการสำรวจตามแนกตามขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอนได้ดังนี้

8.1.1.1 ผลการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

จากผลการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ประกอบด้วยบุคลากรจากกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ผู้ให้บริการโทรทัศน์สื่อสารสาธารณะ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับเป็นกลุ่มนาร่อง สมาคมที่เกี่ยวข้องด้านสื่อชุมชน และผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาที่ได้ดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชน สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาต ควรต้องปรับปรุงให้สอดคล้องและมีความทันสมัย เช่น มีความครอบคลุมการให้บริการที่มีการออกอากาศทางสื่อใหม่ ควรมีการควบคุมปริมาณใบอนุญาตในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน และมีการสื่อสารแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

2) ด้านความชัดเจนเกี่ยวกับขอบเขตของการหารายได้ โดยควรกำหนดเป็นแนวทางหรือมีการจัดทำความร่วมมือด้านแหล่งที่มาของรายได้ให้แก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เช่น ให้สิทธิประโยชน์แก่หน่วยงานที่เลือกประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านช่องทางโทรทัศน์ชุมชน เนื่องจากเป็นการดำเนินงานที่ไม่แสวงผลกำไร

3) ด้านโครงข่ายในการให้บริการ ยังต้องดำเนินการหาความชัดเจนในแง่ของหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งพื้นที่ โดยควรดำเนินการให้สัมพันธ์กับปัจจัยทางเทคนิคที่ควรจะต้องสอดคล้องกันเนื่องจากจะส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินการทั้งในฝั่งของผู้ให้บริการโครงข่าย และในฝั่งของผู้ประกอบการโทรทัศน์ชุมชน

4) ด้านความคุ้มค่าในการให้บริการ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านความคุ้มค่าในแต่ละพื้นที่ เช่น ขอบเขตของการให้บริการในพื้นที่ต่างๆ ควรมีขนาดของกลุ่มเป้าหมายจำนวนอย่างน้อยเท่าใด จึงจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดรายได้ของผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนอย่างยั่งยืน

8.1.1.2 สรุปผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อ ใน 4 ภูมิภาค จากผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ครั้งที่ 1-4 กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้านสื่อใน 4 ภูมิภาค สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จากผลการระดมความเห็นที่พบว่าทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ด้านกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจมีความตั้งใจ และมีความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้าน งบประมาณในการลงทุนที่สูง หากหน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนจะไม่สามารถดำเนินการได้ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการสื่อสารความชัดเจนในด้านงบประมาณในการลงทุน เช่น นำเสนอแนวทางในการเริ่มต้นให้บริการที่ไม่ต้องต้นทุนทางเทคนิคที่สูงมาก หรือมีการเอื้อเฟื้อและประสานความร่วมมือด้านเทคโนโลยีในการผลิตสื่อร่วมกับสถาบันการศึกษา

2) ด้านเกณฑ์การออกใบอนุญาต ควรดำเนินการโดยมีแนวทางในการประเมินผลในช่วง 1-2 ปีแรกของการดำเนินงาน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรับรองผู้ที่ขอใบอนุญาต เนื่องจากเป็นการรับรองกันเองภายในชุมชนว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ซึ่งย่อมส่งผลต่อความนิยมของผู้รับสื่อภายในชุมชน

3) ด้านขอบเขตของการหารายได้ ควรมีการสื่อสารด้านการรับการสนับสนุนจากกองทุน มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการรับการบริจาค การใช้เป็นช่องทางการขายของของคนในชุมชน การสนับสนุนด้านการรับจ้างผลิตรายการชุมชนหรือผลิตสื่อให้ช่องทางอื่นๆ หรือผลิตงานให้กับหน่วยงานภาครัฐ หรือมีการประสานความร่วมมือกับสื่อกระแสหลักอื่นๆ ในการเป็นแหล่งข่าวหรือเนื้อหาท้องถิ่นที่สามารถใช้เนื้อหา ร่วมกันได้

4) ด้านโครงข่ายในการให้บริการ โดยรวมผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรศัพท์ชุมชน จะยังไม่มีความรู้ความเข้าใจด้านโครงข่ายมากนัก จึงควรมีการสื่อสารความรู้ด้านดังกล่าว รวมทั้งแนวทางในการคำนวณค่าเช่าโครงข่ายที่สามารถสื่อสารได้ถึงความเหมาะสมของระดับราคาที่กำหนด

5) ด้านความคุ้มค่าในการให้บริการ ควรมีการนำเสนอผลการศึกษาด้านความคุ้มค่าในแต่ละพื้นที่ เช่น ขอบเขตของการให้บริการในพื้นที่ต่างๆ ควรมีขนาดของกลุ่มเป้าหมายจำนวนอย่างน้อยเท่าใด จึงจะเพียงพอที่จะทำให้เกิดรายได้ของผู้ให้บริการที่เพียงพอต่อการดำเนินการโทรศัพท์ชุมชนอย่างยั่งยืน แก่ผู้มีความสนใจที่จะประกอบการโทรศัพท์ชุมชน เนื่องจากจะได้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินการออกแบบรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมและสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

8.1.1.3 จากการประเมินความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนของผู้ให้บริการ โดยใช้แบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านความพร้อมในการให้บริการ เมื่อพิจารณาเหตุผลประกอบสำหรับผู้ที่ไม่พร้อมหรือไม่สนใจนั้น สามารถกระตุ้นความสนใจได้โดย จัดให้มีการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการทำสื่อโทรศัพท์ การ

พัฒนาหรือประสานความร่วมมือด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นข้อกังวลของผู้ดำเนินการที่ยังไม่สนใจให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในขณะนี้

2) ด้านความต้องการการสนับสนุน ควรมีแนวปฏิบัติในการสนับสนุนหรือ เสนอโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับผู้ขอใบอนุญาตที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน เช่น กลุ่มกิจกรรมที่มีการรับรู้ว่าจะต้องใช้ต้นทุนในการดำเนินการที่ค่อนข้างสูง สำนักงาน กสทช. จึงควรสื่อสารถึงการเริ่มต้นประกอบการโดยเลือกใช้เทคโนโลยีที่ต้นทุนไม่สูง ส่วนกลุ่มมูลนิธิ สมาคม นิติบุคคล ที่มีความต้องการให้ กสทช. สนับสนุนด้านค่าเช่าโครงข่ายเป็นลำดับแรก อาจสามารถสนับสนุนค่าเช่าโครงข่ายในช่วงต้นของการดำเนินกิจการ และด้านการสนับสนุนในรูปแบบของกองทุนนั้น เนื่องจากผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการ แสดงความต้องการรับการอุดหนุนจากกองทุนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมสูงกว่าร้อยละ 80 จึงควรนำเป็นแนวทางในการสื่อสารที่สามารถส่งเสริมให้ผู้สนใจสามารถดำเนินการให้บริการได้จริง

3) จากผลที่พบว่า ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศได้ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์ จึงสามารถนำไปใช้ในการจัดผังรายได้ว่า ควรนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตใหม่จำนวน 1-3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมมากที่สุด หรือมีการจัดให้มีการรวมตัวของผู้ใช้บริการเข้าด้วยกันหลายๆ รายการ รวมเป็น 1 ช่อง

4) สืบเนื่องจากข้อกังวลต่อแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรศัพท์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ด้าน “ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา” จึงควรมีแนวทางหรือสื่อสารและยกตัวอย่างที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายว่า การดำเนินการอย่างไรที่สามารถดำเนินการได้โดยไม่จัดว่าเข้าข่ายการโฆษณา หรือสามารถยืดหยุ่นให้มีการโฆษณาได้ในสัดส่วนที่สามารถหล่อเลี้ยงผู้ประกอบการได้

8.1.1.4 ผลการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิตอลประเภทบริการชุมชน จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิตอลประเภทบริการชุมชน สามารถสรุปเป็นได้ดังนี้

1) จากผลด้านการรับรู้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าโทรศัพท์ชุมชนแตกต่างกับโทรศัพท์ในระบบดิจิตอล จึงแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนเป็นจุดแข็งและมีความแตกต่างกับรายการที่ถ่ายทอดผ่านโทรศัพท์ในระบบดิจิตอล ผู้สนใจดำเนินกิจการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสามารถขยายผลในการสื่อสารถึงตำแหน่งในตลาดของโทรศัพท์ชุมชนได้

2) จากผลการสำรวจด้านอุปกรณ์ที่ผู้รับชมรายการโทรศัพท์เป็นหลักในชีวิตประจำวันของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรศัพท์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรศัพท์ผ่านเครื่องรับโทรศัพท์ จึงเห็นว่าการดำเนินการด้านโทรศัพท์ชุมชนควรเอื้อและส่งเสริมให้มีการนำเสนอผ่านช่องทางโทรศัพท์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลและทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้ครอบคลุมผู้ชมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

3) ด้านพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามรับชมรายการตามช่วงเวลาพบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดผังรายการที่จะนำเสนอรายการข่าวและเนื้อหาใหม่ในแต่ละวัน

4) โทรทัศน์ชุมชนควรสื่อสารเรื่องราวในชุมชนที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชน ซึ่งมาจากประเด็นของชุมชนที่ผู้ชมต้องรับรู้ร่วมกัน สื่อของชุมชนต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ และการเป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชนในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม การสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

5) จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อช่วงเวลาในการออกอากาศของโทรทัศน์ชุมชนในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คือช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงมีความเป็นไปได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวอาจจะต้องเป็นช่วงที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนเลือกนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ หรือข่าวสารในชุมชน เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่เสร็จกิจจากการทำกิจกรรมหรือทำงานนอกบ้าน การนำเสนอเนื้อหาของชุมชนในช่วงเวลานี้เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชมได้รับชมเนื้อหารายการของชุมชนได้แบบต่อเนื่อง และในช่วงเวลาอื่นๆ สามารถนำเนื้อหามาฉายซ้ำได้ หรือนำเนื้อหารายการด้านอื่นๆ มานำเสนอได้เช่นกัน

6) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมให้ความเห็นว่า ควรมีโทรทัศน์ชุมชนทั้งช่องทางการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงการให้บริการของโทรทัศน์ชุมชน ในขณะเดียวกันก็ตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับชมด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน โดยให้โทรทัศน์ชุมชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ด้วย เพื่อให้ประชาชนที่เข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้รับชมเนื้อหารายการในชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น โดยสนับสนุนให้เกิดการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนได้ด้วย

8.1.2 จากผลการดำเนินการพิจารณาหลักเกณฑ์ แนวทาง วิธีการ ในการออกใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้ดำเนินการประเมินหลักเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตเดิม โดยได้นำไปประเมินตามบริบทของสภาพสังคมในปัจจุบัน จากการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนจำนวน 172 ราย โดยผลการสำรวจพบว่ามีประเด็นที่ต้องดำเนินการทบทวน 3 ด้านได้แก่ ด้านแรก การแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เองหรือไม่ ด้านที่สอง ประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับทีวีสาธารณะ(ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน หรือไม่ และด้านที่สาม ประเด็นการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ควรมีการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนหรือไม่ เมื่อพิจารณาจากสรุปผลการระดมความคิดเห็นต่อประเด็นด้านหลักเกณฑ์ที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม พบว่าโดยภาพรวมของหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนตามที่ปรากฏอยู่ใน พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง

กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการขอรับใบอนุญาต การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชน และจากการกำหนดคุณสมบัติ ลักษณะผัง รายการ สัดส่วนรายการ และการหารายได้ ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2555 (2555, 16 ตุลาคม) ภาคผนวก ข เอาไว้ นั้น ไม่มีประเด็นใดที่ต้อง ได้รับการแก้ไขในสาระสำคัญ

โดยหากพิจารณาของผลการแสดงความเห็นทั้งจากผลการประชุมกลุ่มในระดับภูมิภาค จากการสำรวจ ความพร้อมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าจะให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และจากผลการประชุมกลุ่มเพื่อวิพากษ์ หลักเกณฑ์โดยกลุ่มนักวิชาการ พบว่าสิ่งที่ควรดำเนินการอย่างยิ่งต่อหลักเกณฑ์ และแนวทางวิธีการในการ ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนนั้น คือการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มี ความรู้ความเข้าใจต่อประเด็นการหารายได้ว่าสิ่งใดสามารถทำได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ และสิ่งใดไม่สามารถ ทำได้ และด้านการดำเนินการด้านผังรายการที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีความรู้ความเข้าใจต่อว่าเนื้อหาหารายการประเภทใดที่สามารถทำได้ถูกต้องตาม หลักเกณฑ์และอยู่ในสัดส่วนประเภทใด

นอกจากนี้ประเด็นด้านปัจจัยความพร้อมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เป็นปัจจัย เบื้องต้นที่สำคัญในการให้บริการที่ยั่งยืน จึงเป็นประเด็นที่สำนักงาน กสทช. ควรมีแนวทางสนับสนุนให้กลุ่มผู้ มีส่วนได้ส่วนเสียจะให้บริการโทรทัศน์ชุมชนได้มีการประเมินความพร้อมของตนเองก่อนที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

8.1.3 จากผลการดำเนินการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน สามารถ สรุปได้ว่า สรุปการมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดความเข้มแข็งของโทรทัศน์ชุมชนมีส่วนประกอบการทำงานเป็น ลำดับขั้นตั้งแต่การเสริมฐานรากจนกระทั่งมีความเข้มแข็งพัฒนาทั้ง 1.บุคลากร เป็นผู้ที่ทำงานประจำสถานี และอาสาจากคนในชุมชนที่มีอุดมการณ์ในการทำงาน 2.การบริหารจัดการ เน้นการดึงคนเข้ามามีส่วนร่วมใน การทำงาน เช่น การบริหารจัดการผังรายการ ร่วมผลิตรายการ บริจาคสมทบทุน 3.การมีส่วนกำหนดเนื้อหา หลักที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน ทั้ง เรื่องสิทธิมนุษยชน สิทธิชุมชน 4.การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ศักยภาพการทำงานของตัวเองจนสามารถทำงานเชิงด้านเทคนิค คือ การผลิตรายการ การรายงานข่าว ซึ่งเมื่อ ภาคประชาชนในชุมชนมีทักษะ มีความเข้มแข็งก็จะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่สำคัญ

ดังนั้นเมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำ หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

1) ด้านผลสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน พบว่า ด้านความพร้อมในการให้บริการโทรทัศน์ ชุมชน จากผลการระดมความเห็นที่พบว่าทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่ม เครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ด้านกลุ่ม เครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจมีความตั้งใจและมีความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้าน งบประมาณในการลงทุนที่สูง และผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการ ออกอากาศได้ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์

และจากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรศัพท์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน พบว่า จากผลด้านการรับรู้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่า โทรศัพท์ชุมชนแตกต่างกับโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล จึงแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนเป็นจุดแข็งและมีความแตกต่างกับรายการที่ถ่ายทอดผ่านโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ด้านอุปกรณ์ที่ใช้รับชมรายการ โทรศัพท์เป็นหลักในชีวิตประจำวันของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรศัพท์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรศัพท์ผ่านเครื่องรับโทรศัพท์ ด้านช่วงเวลาที่เหมาะสมในการให้บริการ พบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรศัพท์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น.

และด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมให้ความเห็นว่า ควรมีโทรศัพท์ชุมชนทั้งช่องทางทางอากาศโทรศัพท์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับชมแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงการให้บริการของโทรศัพท์ชุมชน ในขณะเดียวกันก็ตอบสนองพฤติกรรมของผู้รับชมด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน โดยให้โทรศัพท์ชุมชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ด้วย เพื่อให้ประชาชนที่เข้าถึงช่องทางออนไลน์ได้รับชมเนื้อหารายการในชุมชน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น โดยสนับสนุนให้เกิดการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนได้ด้วย

2) ด้านผลการศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศนั้น จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า การแบ่งพื้นที่เชิงภูมิประเทศเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับมิติในการบริหารจัดการที่ครอบคลุมที่สุด โดยสามารถใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรมมาเป็นปัจจัยเสริมในการแบ่งพื้นที่ที่ติดกัน รวมทั้งพิจารณาจากประเด็นเนื้อหาหรือความต้องการหรือความสนใจที่มีร่วมกัน ทั้งนี้จะต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิคประกอบ

3) การจัดทำโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่ยั่งยืน ได้ใช้แนวทางของ Business Model Canvas มากำหนดเป็นกรอบในการจัดทำโมเดล และได้จัดทำแบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) เพื่อใช้สำหรับผู้ที่มีแนวโน้มจะขอรับใบอนุญาต หรือผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน เพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมเบื้องต้น หรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจการบริการโทรศัพท์ชุมชน โดยสามารถนำไปประกอบการจัดทำหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชน และแนวทางกำกับดูแลและสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยด้วยการจัดทำเป็นสื่อเพื่อให้ความรู้ในการแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) สำหรับผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนและจัดทำเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้ประเมินตนเอง

8.2. ข้อเสนอแนะในการประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการชุมชน

การดำเนินโครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย มีข้อเสนอแนะสำหรับจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ดังนี้

1) ด้านผลสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จากผลที่พบว่า ด้านความพร้อมในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จากผลการระดมความเห็นที่พบว่าทุกกลุ่มที่เข้าร่วม ประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเครือข่ายภาคใต้ และกลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ มีความพร้อมในการจะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ด้านกลุ่มเครือข่ายภาคกลาง โดยส่วนใหญ่มีความสนใจความตั้งใจและความพร้อมระดับหนึ่ง แต่มีข้อกังวลด้านงบประมาณในการลงทุนที่สูง หากหน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนจะไม่สามารถดำเนินการได้ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. จึงควรดำเนินการสื่อสารความชัดเจนในด้านงบประมาณในการลงทุน

จากผลที่พบว่า ผู้ที่มีความสนใจในการให้บริการมีความสามารถในการผลิตรายการออกอากาศได้ ประมาณ 1-3 ชั่วโมง/วัน และ 1-2 วัน/สัปดาห์ จึงสามารถนำไปใช้ในการจัดผังรายการได้ว่า ควรนำเสนอเนื้อหาที่ผลิตใหม่จำนวน 1-3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมมากที่สุด หรือมีการจัดให้มีการรวมตัวของผู้ให้บริการเข้าด้วยกันหลายๆ รายการ รวมเป็น 1 ช่อง

จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาคในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน พบว่า จากผลด้านการรับรู้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นพ้องกันว่าโทรทัศน์ชุมชนแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล จึงแสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดเรื่องราวในชุมชนเป็นจุดแข็งและมีความแตกต่างกับรายการที่ถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ผู้สนใจดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถขยายผลในการสื่อสารถึงตำแหน่งในตลาดของโทรทัศน์ชุมชนได้

จากการสำรวจความต้องการด้านสื่อ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้รับชมรายการโทรทัศน์เป็นหลักในชีวิตประจำวัน ของช่วงอายุกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone) และช่วงอายุวัยกลางคนตอนปลายขึ้นไปส่วนใหญ่จะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ จึงเห็นว่าการดำเนินการด้านโทรทัศน์ชุมชนควรเอื้อและส่งเสริมให้มีการนำเสนอผ่านช่องทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้ครอบคลุมผู้ชมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

ด้านช่วงเวลาที่เหมาะสมในการให้บริการ พบว่า ทุกช่วงวัยนิยมรับชมโทรทัศน์ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดผังรายการที่จะนำเสนอรายการข่าวและเนื้อหาใหม่ในแต่ละวัน ด้านเนื้อหาโทรทัศน์ชุมชนควรสื่อสารเรื่องราวในชุมชนที่เป็นจุดเด่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชน ซึ่งมาจากประเด็นของชุมชนที่ผู้ชมต้องรับรู้ร่วมกัน สื่อของชุมชนต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ และการเป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชนในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม การสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน

2) ด้านการจัดทำโมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน ที่ได้ใช้แนวทางของ Business Model Canvas มากำหนดเป็นกรอบในการจัดทำโมเดล และได้จัดทำแบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทาง

ธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) เพื่อใช้สำหรับผู้ที่มีแนวโน้มจะขอรับใบอนุญาต หรือผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชน โดยมีองค์ประกอบทั้ง 9 ส่วน เพื่อใช้ในการประเมินความพร้อมเบื้องต้นหรือการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจการบริการโทรศัพท์ชุมชน โดยสามารถนำไปประกอบการจัดทำหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชน และแนวทางกำกับดูแลและสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยด้วยการจัดทำเป็นสื่อเพื่อให้ความรู้ในการแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) สำหรับผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนและจัดทำเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีความสนใจเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนได้ประเมินตนเอง

3) ด้านการจัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ประเด็นด้านการขอรับใบอนุญาต

3.1) จากผลการสำรวจความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้ที่มีแนวโน้มในการให้บริการได้ประเมินตนเองว่ามีความสามารถในการผลิตสื่อได้ 1-3 ชม. ต่อวัน เท่านั้น ข้อเสนอแนะต่อประเด็นดังกล่าว จึงควรมีการสนับสนุนให้ใช้หลักเกณฑ์ที่เอื้อให้มีรูปแบบแม่ข่ายในการขอใบอนุญาต เพื่อเป็นการรวมกลุ่มผู้ขอรับใบอนุญาตให้กำลังการผลิตเพียงพอที่จะสามารถจัดผังรายการได้มากเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายในชุมชน

3.2) ประเด็นด้านความพร้อมของผู้ให้บริการ

จากผลการสำรวจความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่พบว่าในปัจจุบันแต่ละกลุ่มมีความพร้อมที่ต่างกัน และยังมีกลุ่มที่ต้องการการสนับสนุนและส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับกิจการโทรศัพท์เป็นอย่างมาก ข้อเสนอแนะต่อประเด็นด้านความพร้อมของผู้ให้บริการได้แก่ การจัดลำดับการพัฒนาผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับสูง ระดับกลาง และระดับต่ำ โดยพิจารณาจากผลการประเมินความพร้อมในการให้บริการตามแบบประเมินความพร้อมตามแบบจำลองทางธุรกิจพื้นฐานของโทรศัพท์ชุมชน (BMC Template) ซึ่งควรคัดเลือกกลุ่มผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับสูงเพื่อเป็นผู้เริ่มต้นให้บริการโทรศัพท์ชุมชนเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ให้บริการที่มีความพร้อมในระดับกลาง และระดับต่ำ ควรดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนจนมีความพร้อมในระดับที่จะเริ่มให้บริการได้

4. ข้อเสนอแนะให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์จากการบังคับใช้กฎหมาย กฎเกณฑ์และประกาศของ กสทช.

จากผลการวิเคราะห์ด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน สำหรับสำนักงาน กสทช. นั้น ประเด็นปัญหาที่สมควรได้รับการพิจารณาแก้ไข หรือพิจารณาให้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในระดับนโยบาย เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนที่เกิดขึ้นได้อย่างสัมฤทธิ์ผลนั้น ที่ปรึกษามีข้อเสนอแนะให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์จากการบังคับใช้กฎหมาย กฎเกณฑ์และประกาศของ กสทช. ที่เกี่ยวเนื่องกับหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาต ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันการให้บริการในระบบโครงข่ายดิจิทัลนั้นมีข้อจำกัดด้านค่าเช่าโครงข่ายที่สูง ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านค่าเช่าโครงข่ายเป็นปัจจัยอุปสรรคหลักในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ซึ่งมีข้อจำกัดด้านการหารายได้และมีแนวโน้มว่าการหารายได้นั้นจะสามารถใช้เพียงพอสำหรับการทั่วไปภายในบริหารสถานเท่านั้น ในขณะที่ค่าเช่าโครงข่ายมีแนวโน้มว่าจะเป็น

ค่าใช้จ่ายที่สูงเกินครึ่งของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด ดังนั้นควรทบทวนกฎหมายเพื่อให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปในประเด็นด้านผู้รับภาระด้านค่าเช่าโครงข่าย

ในปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 77 ประกอบกับมาตรา 258 ค. ด้านกฎหมาย (1) และ (3) ได้วางหลักการในเรื่องการตรากฎหมาย กฎเกณฑ์และการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายภายหลังโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การตรากฎหมายเป็นไปโดยละเอียดรอบคอบ ไม่สร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายภายหลัง เมื่อกฎหมายมีผลใช้บังคับแล้วเพื่อพัฒนากฎหมายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป และการเข้าถึงบทบัญญัติของกฎหมายของประชาชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 ที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายภายหลัง เมื่อกฎหมายมีผลใช้บังคับแล้วเพื่อพัฒนากฎหมายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเป้าหมายของการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย คือ

1) เพื่อให้มีกฎหมายเท่าที่จำเป็น โดยยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็น ล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพเพื่อไม่ให้เป็นการแก่ประชาชน

2) เพื่อพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ

3) เพื่อลดความซ้ำซ้อนและขัดแย้งกันของกฎหมาย

4) เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม

5) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ด้วยอำนาจของรัฐธรรมนูญและพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 ซึ่งได้กำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย โดยกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับกับหน่วยงานของรัฐทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือในรูปแบบอื่นใด และไม่ว่าจะเป็นองค์กรในฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ หรือเป็นองค์กรอิสระ หรือองค์กรอัยการ มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายนี้ ดังนั้น กสทช.และสำนักงาน กสทช. ก็เข้าข่ายหน่วยงานของรัฐที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวด้วย

ดังนั้น กสทช.และสำนักงาน กสทช. รวมถึงแต่ละส่วนงานและสำนัก ซึ่งรวมถึงสำนักค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จะมีหน้าที่ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายในระดับพระราชบัญญัติ และกฎเกณฑ์ลำดับรอง เช่น ประกาศต่างๆของ กสทช. ที่ตนเองมีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมายว่ากฎหมายและกฎเกณฑ์ลำดับรองเหล่านั้นเข้าข่ายหมดความจำเป็น ล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมหรือไม่ อย่างไร เพราะว่าเข้าข่าย “กฎ” ที่จะต้องจัดให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ ไปพร้อมกับกฎหมายแม่บทในระดับพระราชบัญญัติ เพราะเป็นกฎที่มีผลให้เกิดภาระแก่ประชาชน หรือการไม่ปฏิบัติตามจะมีผลให้ต้องได้รับโทษหรือเสียสิทธิ หรือกระทบต่อสถานะของบุคคล

หากประเมินแล้วพบว่ากฎหมายฉบับนั้นยังมีความจำเป็น ไม่ล้าสมัย หน่วยงานจะต้องมีการประเมินต่อไปว่า มาตรการในกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายในปัจจุบันบรรลุวัตถุประสงค์ของการตรากฎหมายหรือไม่ หรือมีลักษณะเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพของ ประชาชน หรือไม่ หรือส่งผลกระทบต่ออื่นอันก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนหรือไม่

แต่หากประเมินแล้วพบว่ากฎหมายและกฎเกณฑ์ลำดับรองที่หน่วยงานของตนรับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมายนั้นหมดความจำเป็น ล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชน หรือมีผลกระทบต่ออื่นอันก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนหรือการบังคับใช้กฎหมายไม่เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของการตรากฎหมายแล้ว กสทช.และสำนักงาน กสทช. ก็จะต้องดำเนินการเพื่อให้มีการยกเลิก ปรับปรุง หรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายหรือกระบวนการบังคับใช้กฎหมายนั้นต่อไป

จากหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 เมื่อนำมาปรับใช้กับการศึกษาในเรื่องนี้ พบว่าสำนักค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางที่สามารถผลักดันให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายหรือประกาศ กสทช. ที่พบว่าไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับบริบทของเทคโนโลยีและการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ซึ่งเป็นกฎที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ให้มีความสมดุลทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น ไม่ก่อให้เกิดภาระแก่เอกชนเกินสมควร รวมถึงส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ชาวไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ท่ามกลางแนวโน้มการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงสูงขึ้นเรื่อยๆ และสภาพภูมิทัศน์สื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยคนรุ่นใหม่หันมารับชมเนื้อหารายการจากผู้ให้บริการ OTT มากขึ้นเรื่อยๆ โดยหลักของพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวกำหนดให้ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย และให้ดำเนินการประเมินผลที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายและกฎที่ออกตามกฎหมายนั้นในคราวเดียวกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสำคัญเพื่อให้ส่งเสริมและลดข้อจำกัดของกฎหมายด้านการแข่งขันเนื้อหารายการ กล่าวคือ การยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็น ล้าสมัย หรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ การพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับหลักสากล การลดความซ้ำซ้อนและขัดแย้งกันของกฎหมายและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

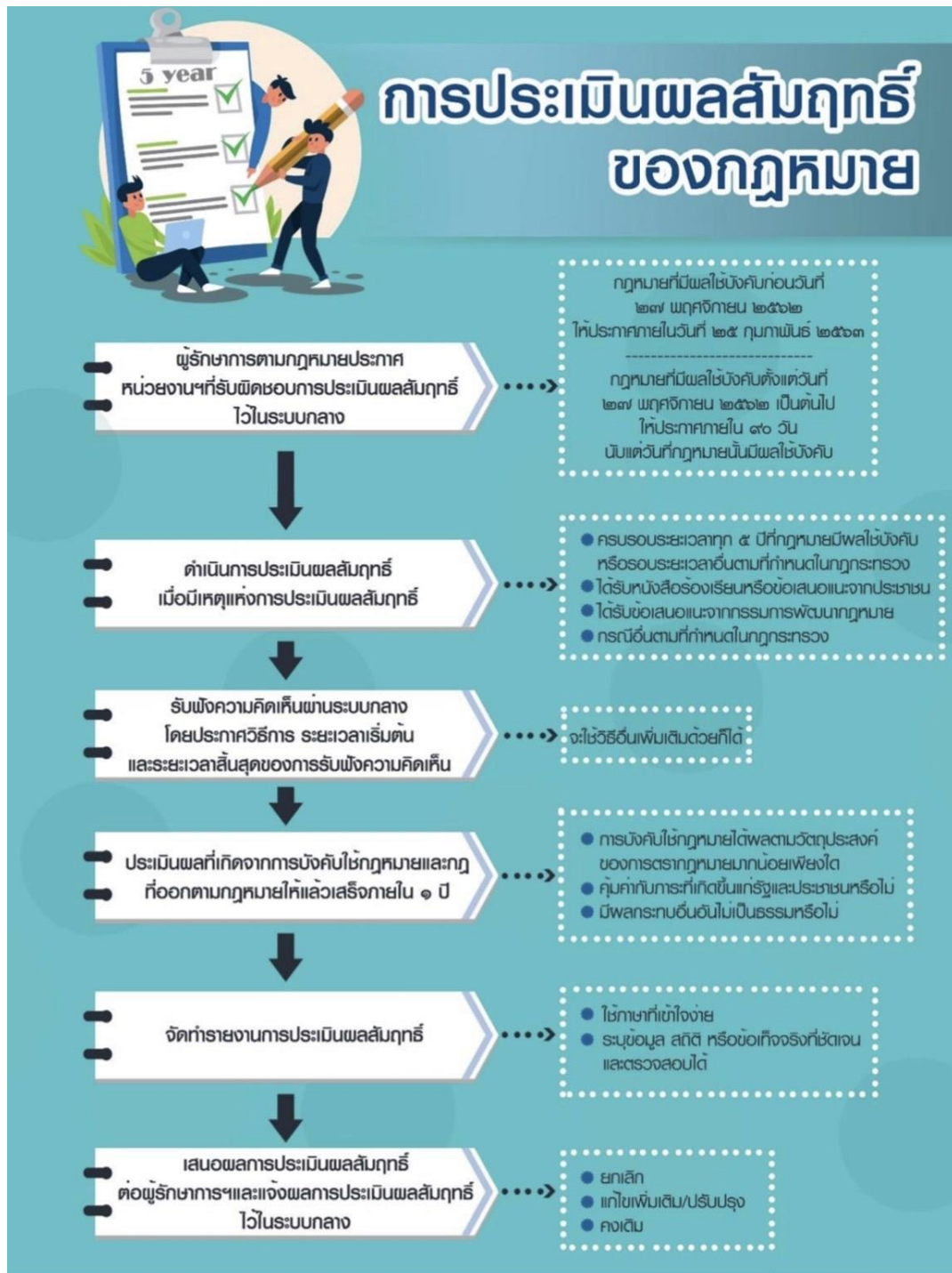
ในส่วนของระยะเวลาในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายนั้น ตามกฎหมายดังกล่าวกำหนดให้กระทำอย่างน้อยทุก 5 ปี นับแต่วันที่กฎหมายนั้นมีผลใช้บังคับ โดยตามกฎหมายกระทรวงกำหนดรอบระยะเวลาการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 กำหนดให้การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายที่มีผลใช้บังคับอยู่ก่อนวันที่ 27 พฤศจิกายน 2562 ให้กระทำครั้งแรกไม่ช้ากว่าห้าปีนับแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

นอกจากการดำเนินการตามกำหนดเวลาดังกล่าวข้างต้นแล้ว การดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายสามารถเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ กสทช. เห็นว่ากฎนั้นก่อให้เกิดภาระแก่ประชาชนหรือการไม่ปฏิบัติตามจะมีผลให้ต้องได้รับโทษหรือเสียสิทธิหรือกระทบต่อสถานะของบุคคลอย่างร้ายแรง กสทช.อาจให้ดำเนินการ

ประเมินผลสัมฤทธิ์เฉพาะภูมินั้นเป็นการเฉพาะ หรือการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายอาจเกิดขึ้นในกรณีที่ คณะกรรมการพัฒนากฎหมายเห็นเองแล้วแจ้งให้ กสทช. ดำเนินการก็ได้

กระบวนการในการประเมินผลสัมฤทธิ์ต้องดำเนินการโดยรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งหมายถึง หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบกิจการและผู้บริโภค เป็นต้น และประเด็นสำคัญที่ต้อง คำนึงถึง คือ หลักความได้สัดส่วนระหว่างประโยชน์ที่ได้รับจากการบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายเทียบกับภาระของประชาชนและทรัพยากรที่ใช้ในการบังคับการตามกฎหมาย โดยหลักความได้สัดส่วนในที่นี้ หมายถึง หลักความเหมาะสมและหลักความจำเป็นระหว่างองค์กรผู้บังคับกฎหมายกับองค์กรเอกชน และ หากปรากฏจากผลการประเมินผลสัมฤทธิ์ว่า กฎหมายใดมิได้ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของการ ตรากฎหมายนั้น หรือไม่คุ้มค่ากับภาระที่เกิดขึ้นแก่รัฐหรือประชาชน หรือมีผลกระทบอื่นอันก่อให้เกิด ความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนอย่างร้ายแรง กสทช. ในฐานะหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบจะต้อง ดำเนินการเพื่อให้มีการยกเลิก ปรับปรุง หรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายนั้นให้ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตาม วัตถุประสงค์ของการตรากฎหมายนั้นโดยทันที ซึ่งแนวทางดังกล่าวนี้สามารถนำมาใช้พัฒนากฎหมายและ กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ และประเด็นอื่นๆที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ ของผู้ประกอบธุรกิจทั้ง 6 กลุ่มธุรกิจได้

ข้อดี ของพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 คือ กฎหมายฉบับนี้เป็นการกำหนดกระบวนการและขั้นตอนตามในการประเมินผลสัมฤทธิ์ของ กฎหมายอย่างเป็นระบบอย่างชัดเจน และมีการเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจและประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ และจะเป็นช่องทางสำคัญในการนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ ประกาศต่างๆของ กสทช. ที่เป็นอุปสรรคกับการประกอบอาชีพเช่นกิจการโทรทัศน์ หรือมีความ ล้าสมัย ไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ รวมไปถึงไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มความสามารถในการ แข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจไทยได้ ตามที่กำหนดไว้ใน มาตรา 30 ของ พระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำ ร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562 (ดังได้แสดงหลักเกณฑ์ คู่มือการจัดทำ รายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย ในภาคผนวก ข)



ภาพที่ 14 แสดงขั้นตอนการการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย²⁸

²⁸คำอธิบายสาระสำคัญของพระราชบัญญัติหลักเกณฑ์การจัดทำร่างกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย พ.ศ. 2562
<https://lawreform.go.th/uploads/files/1576035519-p7uer-5h0s1.pdf>

- สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาดูงานบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.
- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. (2553, 19 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก. หน้า 3.
- สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักงาน กสทช. (2561). รายงานการศึกษาดูงานบริการโทรทัศน์ชุมชน และแนวทางการทดลองให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. (2555, 16 ตุลาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 129 ตอนพิเศษ 157 ง. หน้า 49.
- อรศรี ศรีระชา และ วรณพร อึ้งตระกูล, (2562). รายงานสรุปผลการศึกษาดูงานจากพัฒนา วิทยุโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ (โครงการฯ ที่ได้รับทุนจาก กทปส.). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล, สำนักงาน กสทช.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) และรายงานการถอดบทสัมภาษณ์

- แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องและมีแนวโน้มว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน
- กำหนดการในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
- รายงานการถอดบทสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัย

“โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

หมายเหตุ : ประเด็นคำถามอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

คำนิยาม “โทรศัพท์ชุมชน” สำหรับ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน
จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยในครั้งนี้ คือ
“การให้บริการโทรศัพท์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะและเป็นประโยชน์ตามความ
ต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะต้องดำเนินการ
โดยเป็นของชุมชน และควบคุมโดยชุมชนที่จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล สมาคม หรือมูลนิธิ ด้านรายได้
จะต้องไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลกำไรในเชิงพาณิชย์ นอกเสียจากการหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการ
ดำเนินงานของสถานี่เท่านั้น”

คำชี้แจง :

- (1) แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงาน หลักการและวิธีการบริหาร
การให้บริการโทรศัพท์ชุมชน รูปแบบบริการและรูปแบบรายการที่ออกอากาศ และข้อเสนอแนะ
เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน ตามมุมมองของท่าน
- (2) โปรดตอบแบบสัมภาษณ์ทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะไม่มีผล
ผูกพันใดๆ ต่อท่านทั้งสิ้น และจะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

โดยสำนักงาน กสทช. ร่วมกับ สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อ-สกุล.....โทรศัพท์.....

อีเมล.....อายุ.....ปี เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ระดับการศึกษา ☐ 1) ปริญญาตรี ☐ 2) ปริญญาโท ☐ 3) ปริญญาเอก

ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ : กลุ่มที่ 1 กลุ่มคณะทำงาน กสทช.ที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ท่านมีความเห็นต่อการให้บริการโทรทัศนชุมชน

- ☐ ความจำเป็นของการมีโทรทัศนชุมชนต่อประชาชนในพื้นที่
- ☐ ความจำเป็นของการมีโทรทัศนชุมชนต่อประเทศชาติ
- ☐ ลักษณะโทรทัศนชุมชนที่ควรจะเป็นในความคิดของท่าน
- ☐ สิ่งที่เป็นความท้าทายของการจัดตั้งโทรทัศนชุมชนในประเทศไทย

2. ปัจจัยภายนอก

- ☐ สิ่งที่คุณสนใจจะประกอบโทรทัศนชุมชนควรจะต้องมีหรือต้องเตรียมตัวอะไรบ้าง
- ☐ สิ่งทางโทรทัศนชุมชนควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ
- ☐ สิ่งที่คุณสนใจในพื้นที่จะต้องสนับสนุนโทรทัศนชุมชน
- ☐ หน่วยงานใดบ้างที่ควรจะมีส่วนร่วมในการจัดตั้งโทรทัศนชุมชน

3. ปัจจัยด้านกระบวนการในการดำเนินงาน

- ☐ มีกระบวนการอะไรบ้างที่ภาครัฐจำเป็นต้องจัดเตรียมเพื่อส่งเสริมโทรทัศนชุมชนรวมทั้งการจัดแบ่งพื้นที่การบริการที่เหมาะสม
- ☐ มีกระบวนการอะไรบ้างที่ทางผู้ต้องการดำเนินการโทรทัศนชุมชนจะต้องดำเนินการด้วยตนเอง
- ☐ มีกระบวนการอะไรบ้างที่ทางพื้นที่หรือชุมชนจะต้องดำเนินการเพื่อส่งเสริมโทรทัศนชุมชน
- ☐ มีกระบวนการอย่างไรบ้างที่จะทำให้โทรทัศนชุมชนอยู่รอด

4. ปัจจัยด้านผลผลิตของโทรทัศนชุมชน

- ☐ สิ่งที่คุณสนใจในพื้นที่ควรจะได้รับจากการมีกิจกรรมของโทรทัศนชุมชน
- ☐ สิ่งที่คุณสนใจ กสทช. ควรจะได้รับจากการมีโทรทัศนชุมชน
- ☐ สิ่งที่คุณสนใจ รัฐบาล ควรจะได้รับจากการมีโทรทัศนชุมชน

5. ข้อเสนอแนะต่อ สำนักงาน กสทช. เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการให้บริการโทรทัศนชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ : กลุ่มที่ 2 กลุ่มโทรศัพท์ชุมชนนาร่อง

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ท่านมีความเห็นต่อการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

โทรศัพท์ชุมชนควรมีลักษณะอย่างไร

- ☐ อุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของโทรศัพท์ชุมชน
- ☐ ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และผู้ประกอบการโทรศัพท์ชุมชนเป็นอย่างไร
- ☐ ข้อดีข้อเสียของการมีโทรศัพท์ชุมชน

2. ปัจจัยภายนอก

- ☐ ปัจจัยหรือทรัพยากรอะไรบ้างที่ผู้ประกอบการควรมี ก่อนการดำเนินกิจกรรมโทรศัพท์ชุมชน
- ☐ ในการจัดตั้งโทรศัพท์ชุมชน ภาครัฐควรจะต้องเตรียมอย่างไรบ้าง
- ☐ เพื่อให้โทรศัพท์ชุมชนอยู่รอด ผู้ประกอบการต้องได้รับการสนับสนุนอย่างไรจากชุมชน รัฐ และองค์กรอิสระต่างๆ
- ☐ จุดที่ควรจะต้องระมัดระวังในการดำเนินกิจกรรมโทรศัพท์ชุมชน

3. ปัจจัยด้านกระบวนการในการดำเนินงาน

- ☐ กิจกรรมที่โทรศัพท์ชุมชนควรจะต้องดำเนินการ
- ☐ อุปสรรคที่พบในการดำเนินกิจกรรมของโทรศัพท์ชุมชน
- ☐ เพื่อการอยู่รอดของโทรศัพท์ชุมชน ควรดำเนินงานอย่างไร
- ☐ เนื้อหาสื่อ ควรมีระบบการบริหารจัดการอย่างไร

4. ปัจจัยด้านผลผลิตของโทรศัพท์ชุมชน

- ☐ ความสำเร็จของโทรศัพท์ชุมชน ควรเป็นอย่างไร
- ☐ สังคมและชุมชนควรได้อะไรจากการมีโทรศัพท์ชุมชน
- ☐ จากประสบการณ์ที่ผ่านมา โทรศัพท์ชุมชนจะอยู่รอดได้อย่างไร
- ☐ สิ่งที่จะทำให้โทรศัพท์ชุมชนเข้มแข็งและมีศักยภาพ ควรจะต้องดำเนินการอย่างไร ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ

5. ข้อเสนอแนะต่อ สำนักงาน กสทช. เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ : กลุ่มที่ 3 กลุ่มสื่อสาธารณะ

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ท่านมีความเห็นต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

- ☐ โทรทัศน์ชุมชนมีความสำคัญต่อสังคมไทยอย่างไร
- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรจะมีความสัมพันธ์กับโทรทัศน์สาธารณะอย่างไร
- ☐ ขอบเขตและความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์ชุมชนกับโทรทัศน์สาธารณะควรเป็นอย่างไร
- ☐ แนวทางและรูปแบบของโทรทัศน์ชุมชนที่เหมาะสมกับประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

2. ปัจจัยภายนอก

- ☐ สิ่งที่โทรทัศน์สาธารณะจะช่วยส่งเสริมโทรทัศน์ชุมชนได้อย่างไรบ้าง
- ☐ ในระยะเริ่มต้น โทรทัศน์ชุมชนควรจะต้องมีการเตรียมอะไรบ้าง
- ☐ ในระยะการรักษาการอยู่รอด โทรทัศน์ชุมชนควรจะต้องมีการเตรียมอย่างไรบ้าง
- ☐ ภาครัฐ ภาคสังคม ควรจะส่งเสริมและสนับสนุนโทรทัศน์ชุมชนอย่างไร

3. ปัจจัยด้านกระบวนการในการดำเนินงาน

- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรมีกระบวนการทำงานอย่างไร
- ☐ การบริหารจัดการด้านเนื้อหาควรเป็นอย่างไร
- ☐ การบริหารจัดการด้านจริยธรรมควรเป็นอย่างไร
- ☐ การบริหารด้านเครือข่ายทั้งในระดับเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชน เครือข่ายสังคม และความสัมพันธ์กับโทรทัศน์สาธารณะควรเป็นอย่างไร

4. ปัจจัยด้านผลผลิตของโทรทัศน์ชุมชน

- ☐ เนื้อหาของโทรทัศน์ชุมชนที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อสังคมควรมีลักษณะอย่างไร
- ☐ การดูแลและกำกับด้านคุณภาพเนื้อหารายการ ควรเป็นอย่างไร
- ☐ ผลสัมฤทธิ์ของการมีโทรทัศน์ชุมชนที่ควรเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาวควรเป็นอย่างไร
- ☐ โทรทัศน์สาธารณะควรจะได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างกับการมีโทรทัศน์ชุมชน

5. ข้อเสนอแนะต่อ สำนักงาน กสทช. เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ : กลุ่มที่ 4 กลุ่มสมาคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อชุมชน และผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ท่านมีความเห็นต่อการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

- ☐ ในความคิดของท่าน โทรทัศน์ชุมชนควรมีลักษณะอย่างไร
- ☐ จุดอ่อน-จุดแข็ง-โอกาส-สิ่งคุกคาม ที่มีต่อโทรทัศน์ชุมชนเป็นอย่างไร
- ☐ สถานะของสังคมไทยในปัจจุบัน โทรทัศน์ชุมชนมีความสำคัญอย่างไร
- ☐ โทรทัศน์ชุมชนจะสร้างความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยได้อย่างไร

2. ปัจจัยภายนอก

- ☐ ในการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนควรได้รับการเตรียมการอย่างไรบ้าง
- ☐ ชุมชนและเครือข่ายที่โทรทัศน์ชุมชนดูแล จะต้องได้รับการเตรียมการอะไรบ้าง
- ☐ องค์กรที่จะมาเข้ารับการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน ควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง
- ☐ กิจกรรมพื้นฐาน อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พื้นฐานที่องค์กรที่จะเข้ารับการจัดตั้งควรมีอะไรบ้าง

3. ปัจจัยด้านกระบวนการในการดำเนินงาน

- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรมีกิจกรรมหลักอะไรบ้าง
- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรมีกิจกรรมรองอะไรบ้าง
- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรมีการดำเนินงานอย่างไรเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- ☐ โทรทัศน์ชุมชนควรมีการควบคุมกำกับอย่างไรเพื่อให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับจริยธรรมสื่อ

4. ปัจจัยด้านผลผลิตของโทรทัศน์ชุมชน

- ☐ ผลการดำเนินงานของโทรทัศน์ชุมชนควรบรรลุเป้าหมายอะไรบ้าง
- ☐ เนื้อหาของโทรทัศน์ชุมชนควรมีกลุ่มใดบ้าง
- ☐ สิ่งที่ชุมชนควรจะได้รับจากการมีโทรทัศน์ชุมชนคืออะไรบ้าง
- ☐ ภาครัฐและสังคม ควรจะได้รับผลกระทบอย่างไรบ้างจากการดำเนินงานของโทรทัศน์ชุมชน

5. ข้อเสนอแนะต่อ สำนักงาน กสทช. เพื่อการส่งเสริมพัฒนาการการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

กำหนดการในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กำหนดการในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ลำดับ	วันนัดสัมภาษณ์	เวลาสัมภาษณ์	สถานที่	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง-หน่วยงาน	วิธีการสัมภาษณ์
1	2 ก.พ. 2563	15.00-16.00 น.	-	คุณประสาร สถานสถิตย์	ผู้จัดการโครงการมูลนิธิรักษไทย สำนักงาน กระบี่ (โทรศัพท์ชุมชนอันดามันมั่นคง)	โทรศัพท์
2	2 ก.พ. 2563	16.00-17.00 น.	-	คุณสุชัย เจริญมุขยันท	มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ (โทรศัพท์ชุมชน อุบลราชธานี)	โทรศัพท์
3	3 ก.พ. 2563	10.00-11.00 น.	-	คุณชัยวัฒน์ จันธิมา	สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (พะเยาทีวี)	โทรศัพท์
4	3 ก.พ. 2563	13.00-14.00 น.	-	คุณกรกฎ จำเนียร	อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช	โทรศัพท์
5	6 ก.พ. 2563	10.00-11.00 น.	-	คุณธีระพล อันมัย	อาจารย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	โทรศัพท์
6	5 ก.พ. 2563	09.30-10.30 น.	-	ผศ.ดร.ภัทรา บุรารักษ์	อาจารย์ มหาวิทยาลัยพะเยา	โทรศัพท์
7	6 ก.พ. 2563	14.00-15.00 น.	-	ขวัญชีวา ไตรพิริยะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ	โทรศัพท์
8	11 ก.พ. 2563	15.00-16.00 น.	ชั้น 20 อาคารเอ็กซิม แบงค์	คุณพสุ ศรีธีรัญญ	ผู้อำนวยการ สำนักนโยบายและวิชาการ กระจายเสียงและโทรทัศน์ (วส.)	นัดหมายตาม สถานที่
9	12 ก.พ. 2563	10.00-11.00 น.	ชั้น 20 อาคารเอ็กซิม แบงค์	คุณปริตา วงศ์ชุดินา	ผู้อำนวยการ สำนักวิศวกรรมและ เทคโนโลยีในกิจการกระจายเสียงและ โทรทัศน์ (ทส.)	นัดหมายตาม สถานที่
10	13 ก.พ. 2563	10.00-11.00 น.	ชั้น 6 อาคารไอ-ทาว เวอร์	คุณนิพนธ์ จงวิจิต	ผู้อำนวยการ สำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา (ทบ.)	นัดหมายตาม สถานที่

ลำดับ	วันนัดสัมภาษณ์	เวลาสัมภาษณ์	สถานที่	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง-หน่วยงาน	วิธีการสัมภาษณ์
11	21 ก.พ. 2563	13.00-14.00 น.	Thai PBS	รศ.วิลาสินี พิพิธกุล	ผู้อำนวยการ องค์การกระจายเสียงและ แพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai PBS)	นัดหมายตาม สถานที่
12	21 ก.พ. 2563	16.30-17.00 น.	ชั้น 20 อาคารเอ็กซิม แบงก์	คุณสมบัติ ลีลาพตะ	ผู้อำนวยการ สำนักกฎหมายกระจายเสียง และโทรทัศน์ (มส.)	นัดหมายตาม สถานที่
13	13 มี.ค. 2563	09.00-10.00 น.	ห้อง 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์	คุณมนิรัตน์ กำจรกิจการ	ผู้อำนวยการ สำนักการอนุญาตประกอบ กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ปส.)	นัดหมายตาม สถานที่
14			ห้อง 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์	คุณมนิรัตน์ กำจรกิจการ	ผู้อำนวยการ สำนักการอนุญาตประกอบ กิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม (ขส.)	นัดหมายตาม สถานที่
15	23 มี.ค. 2563	14.00-15.00 น.	ห้อง 211 B ชั้น 2 ตึก กลาง กรม ประชาสัมพันธ์	คุณทัศนีย์ ผลชานิกโก	รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์	นัดหมายตาม สถานที่

รายงานการถอดบทสัมภาษณ์

Link และ Qrcode สำหรับการเข้าถึงรายงานการถอดบทสัมภาษณ์

https://drive.google.com/file/d/1eWFgnPWkNhRbAGpHd9EsPYy9ygMi1nV_/view?usp=sharing



ภาคผนวก ข

แนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) และรายงานการประชุมกลุ่มย่อย

(Focus group) ครั้งที่ 1-4

- แนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ครั้งที่ 1-4 กับกลุ่มเครือข่ายจำนวน 4 ภูมิภาค
- รายงานการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ครั้งที่ 1-4
- เอกสารลงทะเบียนประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ครั้งที่ 1-4



แนวคำถามสำหรับการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

“โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต ให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

หมายเหตุ : ประเด็นคำถามอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

คำนิยาม “โทรศัพท์ชุมชน” สำหรับ โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทยในครั้งนี้ คือ

“การให้บริการโทรศัพท์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะและเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีผลประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรมเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะต้องดำเนินการโดยเป็นของชุมชน และควบคุมโดยชุมชนที่จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล สมาคม หรือมูลนิธิ ด้านรายได้จะต้องไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลกำไรในเชิงพาณิชย์ นอกเสียจากการหารายได้เพื่อจุดประสงค์ในการดำเนินงานของสถานีย่อยนั้น”

1. ดำเนินการระดมความคิดเห็นด้านความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในประเด็นต่อไปนี้

- 1.1 จุดแข็งของการให้บริการ
- 1.2 กลุ่มเป้าหมายของการให้บริการ
- 1.3 ช่องทางที่จะทำการให้บริการ
- 1.4 แนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
- 1.5 รูปแบบรายได้
- 1.6 ทรัพยากรหลักในการให้บริการ
- 1.7 Model ธุรกิจ
- 1.8 พันธมิตรในการให้บริการ
- 1.9 โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

2. ดำเนินการระดมความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่จะสนับสนุนการให้บริการโทรศัพท์ชุมชนในประเด็นต่อไปนี้

- 2.1 การกำหนดนโยบาย / กลยุทธ์ / กำกับ / ส่งเสริม
- 2.2 การฝึกอบรม/พัฒนา
- 2.3 การจัดสรรทุนสนับสนุน
- 2.4 การรับรองมาตรฐาน
- 2.5 การขึ้นทะเบียนและใบอนุญาต
- 2.6 การควบคุมจริยธรรม/การรับเรื่องร้องเรียน

2.7 การจัดซื้อรายการและการบริหารผังรายการส่วนกลาง

2.8 การตรวจสอบงบการเงิน

3. ดำเนินการระดมความเห็นเกี่ยวกับการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน (เชื่อมโยงวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านศึกษาการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเชิงภูมิประเทศ)

3.1 มุมมองของท่านต่อการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยใช้พื้นที่ทางเศรษฐกิจเป็นหลักในการแบ่ง

3.2 มุมมองของท่านต่อการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยใช้ปัจจัยทางสังคมเป็นหลักในการแบ่ง

3.3 มุมมองของท่านต่อการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลักในการแบ่ง

3.4 มุมมองของท่านต่อการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนโดยใช้ภูมิประเทศเป็นหลักในการแบ่ง

4. ดำเนินการระดมความเห็นเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคที่มีแนวโน้มว่าจะมีความสามารถและมีความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

4.1 ให้ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มเสนอรายชื่อตามความคิดเห็นส่วนบุคคล

4.2 ให้ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มพิจารณารายชื่อสมาคม มูลนิธิและนิติบุคคลในภูมิภาคที่คณะทำงานจัดเตรียมไว้แล้วระดมความคิดเห็นโดยทำการเลือกกลุ่มเป้าหมายในภูมิภาคที่มีแนวโน้มว่าจะมีความสามารถและมีความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

- รายงานการถอดบทสัมภาษณ์การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group)
“โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาต
ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

1. กลุ่มเครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ห้องราชพฤกษ์ 3 ชั้น 1

โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์คอนเวนชั่น เซนเตอร์ (Avani) จ. ขอนแก่น

2. กลุ่มเครือข่ายภาคใต้

วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุมชื่นจิต ชั้น 6 โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่ จ.สงขลา

3. กลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ

วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องเม้งราย 2 ชั้น M โรงแรมฮอลิเดย์อินน์ จ. เชียงใหม่

4. กลุ่มเครือข่ายภาคกลาง

วันที่ 9 มีนาคม 2563 ณ ห้องประชุม 212 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิม กรุงเทพมหานคร

Link และ Qrcode สำหรับ Download และเข้าถึงรายงานการถอดบทสัมภาษณ์

<https://drive.google.com/file/d/19CdLQdA6FCPyRkXmO-7jQi4g6l7mj2NP/view?usp=sharing>



เอกสารลงทะเบียนประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ครั้งที่ 1-4



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

ณ ห้องประชุมราชพฤกษ์ ๓ ชั้น ๑ โรงแรม อวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์

วันอังคาร ที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	กมล หอมกลิ่น	ผู้ผลิตสารคดีไทยพีบีเอส	
2	กิตติศักดิ์ ชินแสง	มูลนิธิชุมชนขอนแก่นทศวรรษหน้า	
3	ขวัญจิต โพธิ์กระสังข์	นักข่าวสื่อพลเมือง	
4	ชาญชัย จินตะนกุล	บ.อุบลราชธานี โสภณเคเบิลทีวี จำกัด	
5	ดอกไม้ สมผล	อาร์ดี เคเบิลทีวีมหาสารคาม จำกัด	
6	สันติ ศรีมันตะ	สันติสุขเฮ้าส์ (ผู้ผลิตสื่ออิสระ)	
7	สุระศักดิ์ สามสี	สันติสุขเฮ้าส์ (ผู้ผลิตสื่ออิสระ)	
		สถานีโทรทัศน์เคชอุคมทีวี	



ภาพการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเครือข่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ห้องราชพฤกษ์ 3 ชั้น 1
โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซนเตอร์ (Avani) จ. ขอนแก่น



ณ ห้องประชุมชินจิต ชั้น 6 โรงแรม เขื่อนทارا หาดใหญ่

Shw ๒๐๐ วันศุกร์ ที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	ประสาร สดาสติย์	โครงการมูลนิธิรักไทย สำนักงานกระบี่ (โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง)	วิ. ท.
2	เจริญพงศ์ พรหมศรี	สมาคมเพื่อนเยาวชนและพัฒนาสังคม สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้	จร. นว. นว. นว.
3	ณัฐ ไซยวานิช	เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์	นค.
4	อพิเชษฐ์ สุขแก้ว	สมาคมสื่อพลเมือง	ปจ.
5	รศ.กรกฎ จำเนียร	สมาคมสื่อพลเมือง มร. นค.ศรีธรรมฯ ๑๕.	ปจ.
6	ทวีศักดิ์ ปิยะวิสุทธิกุล	สมาคมสื่อวิทยุโทรทัศน์พังงา อันดามัน	ปจ.
7	นิตยา ราชานา	สมาคมสื่อวิทยุโทรทัศน์พังงา อันดามัน (เลขาสมาคม)	ปจ.
8	ปรีชญา พงกษาวาส	สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ดจ.
9	ภาณุเทพ ปานหมี่	สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	จน.
10	เฉลิมขวัญ มากศรี	เครือข่าย สภาผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอส ภาคใต้	
11	อารียา สังทอง	เครือข่าย สภาผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอส ภาคใต้	
12	สุธาสินี แก้วอัมพร	เครือข่าย สภาผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอส ภาคใต้	
13	อัษฎา บุบบงค์	เครือข่าย สภาผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอส ภาคใต้	
14	เจมิเนาะ เหมันต์	เครือข่าย สภาผู้ชมผู้ฟังไทยพีบีเอส ภาคใต้	เจมิเนาะ เหมันต์
15	ณัฐพร จำเนียร	มร. นค.ศรีธรรมฯ	ณัฐพร จำเนียร



ภาพการประชุมกลุ่มย่อยกลุ่มเครือข่ายภาคใต้
วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุมชินจิต ชั้น 6 โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่ จ.สงขลา



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

ณ ห้องเม้งราย 2 ชั้น M โรงแรมฮอลิเดย์อินน์เชียงใหม่

วันอังคาร ที่ 3 มีนาคม 2563

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	ชัยวัฒน์ จันธิมา,	สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (พะเยาทีวี)	
2	อภิชาติ พรหมเทศ X	สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา (พะเยาทีวี)	
3	อนุพงษ์ ตาจีนะ,	ลำปางแซนแนล	
4	ศิริพร พรหมสุกัล	ลำปางแซนแนล	
5	ชูชาติ อุทัยชิต,	นายกสมาคม สื่อท้องถิ่นเมืองพระร่วง	
6	ชัชวาล ทองดีเลิศ	ประธานมูลนิธิสืบสานล้านนา	
7	เลิศ ชัยคำ	ชมรมสื่อมุสลิม เชียงใหม่	
8	ชุมพล ศรีสมบัติ	ชมรมสื่อมุสลิม เชียงใหม่	
9	สมโรจน์ สำราญชลารัตน์,	ประธานเครือข่ายองค์กรชุมชนจังหวัดแพร่	
10	ธีระพัฒน์ เอื้ออารีวรกุล	เคเบิลเชียงใหม่ (เจริญเคเบิลทีวี)	
11	จักรพรรดิ แสนภูธร,	แสนภูธรกรุ๊ป เชียงราย	
12	รมณ ภัทรทองคำดี	แสนภูธรกรุ๊ป เชียงราย	



ภาพการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเครือข่ายภาคเหนือ
วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องเม้งราย 2 ชั้น M โรงแรมฮอติเดย์อินน์ จ. เชียงใหม่



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

วันจันทร์ ที่ 9 มีนาคม 2563 เวลา 13.00 – 16.30 น.

ณ ห้องประชุม 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์ อารีย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	อ.ดร. ศักดิ์ คุ้มชัย	ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการโครงการ	ศักดิ์ คุ้มชัย
2	ดร.ณิพนธ์ ประดิษฐ์นวลเลิศ	ที่ปรึกษาโครงการ	ณิ
	ดร.วสันต์ มนต์ไพโรจน์ดรรชนี	นักวิจัย	วสันต์
	ภัทรมณ ทนไถแก้ว	นักวิจัย	ภัทรมณ ทนไถแก้ว
	จุฑามณี อโรรสเกษม	ผู้ช่วยนักวิจัย	จุฑามณี อโรรสเกษม



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

สัปดาห์ที่ ๑ -

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

วันจันทร์ ที่ 9 มีนาคม 2563 เวลา 13.00 – 16.30 น.

ณ ห้องประชุม 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์ อารีย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
	น.ส. วรรณพร อัครระกูล	นิติกรปฏิบัติการระดับกลาง	วรรณพร
	นางสาว รัชฎา		รัชฎา
	ท.ร. จักรกานต์ จันทนสมบูรณ์	ผู้อำนวยการกองบริหารข้อมูล	จก
	อ.ร. ธีระชาติ ธีระชาติ	ผ.อ.	อ.ร.



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศนชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศนชุมชนสำหรับประเทศไทย”

วันจันทร์ ที่ 9 มีนาคม 2563 เวลา 13.00 – 16.30 น.

ณ ห้องประชุม 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์ อารีย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
1	ผศ.ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์	กรรมการและเลขาธิการ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา	
2	คุณพรหมมินทร์ กัณธิยะ	ผู้อำนวยการ สำนักงานเครือข่ายลดอุบัติเหตุ (สคอ.)	
3	คุณสุพนธ์ กล้าการชาย	นายกสมาคมสื่อซอสะอาด	
4	คุณญาณินท์ เรืองศิริ	กรรมการ สมาคมสื่อซอสะอาด (ตัวแทน)	
5	คุณธวัชชัย ดวงนภา (เป็กษ์)	กรรมการผู้จัดการ หจก.ห้องหุ่นสุข จำกัด	
6	คุณสุตารัตน์ สาโรจน์จิตติ	ผู้ผลิตรายการ หจก.ห้องหุ่นสุข จำกัด	
7	คุณณัฐธีร์ อังค์สุวรรณเมธ	เลขานุการ สมาคมพระพุทธศาสนาเพื่อสันติภาพ ,คณะกรรมการผู้จัดการใจ นาธานเทรนนิง //ผู้ช่วยผู้ว่าการภาค 3350 โรตารีสากล	
8	คุณสฤณี เอกยะติ (แป๊ะโก)	นายกสมาคมสื่อวิทยุโทรทัศน์ศรีอยุธยา	
9	คุณพัฒนกุล พ่วงทอง	นายกสมาคมสถานวิทยุและโทรทัศน์ จังหวัดราชบุรี	
10	คุณธนพล ทองดอนพัว	ช่างเทคนิค สมาคมสถานวิทยุและโทรทัศน์ จังหวัดราชบุรี	
11	คุณชัยยุทธ บัวคลี	ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุคุณช่วยกัน สุพรรณบุรี	
12	คุณวิจิตร บัวคลี	ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุบัวคลีเรดิโอ สุพรรณบุรี	



การประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group)

ภายใต้โครงการ “โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

วันจันทร์ ที่ 9 มีนาคม 2563 เวลา 13.00 – 16.30 น.

ณ ห้องประชุม 211 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิมแบงก์ อารีย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ
13	คุณสุกฤดี บัวคลี	ช่างเทคนิค สถานีวิทยุบัวคลีเรดิโอ สุพรรณบุรี	
14	คุณมณฑล วงศ์พรามาต	ผู้อำนวยการ บริษัท 2555 มีเดีย จำกัด	
15	คุณนฤมล เทียงเกตุ	ผู้ช่วยบรรณาธิการ นสพ.สื่อตะวันตก/หนังสือพิมพ์ข่าวภาค7 (จ.ราชบุรี)	
16	คุณสวัสดิ์ รูปแก้ว	ผู้อำนวยการ สถานีสื่อภาคประชาชน (วิทยุชุมชน 99.25 FM)	
17	คุณอรุณี ไสตรงรุ่งเรืองสี	รองผู้อำนวยการ สถานีสื่อภาคประชาชน (วิทยุชุมชน 99.25 FM)	
18	คุณทวีป มาลัย	หนังสือพิมพ์รักถิ่น จ.สมุทรสาคร	



ภาพการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเครือข่ายภาคกลาง
วันที่ 9 มีนาคม 2563 ณ ห้องประชุม 212 ชั้น 21 อาคารเอ็กซิม กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามสำหรับการดำเนินการสำรวจ (Questionnaire) เพื่อประเมินความพร้อมของ
ผู้ให้บริการ



(ร่าง) แบบสอบถาม

“โครงการสำรวจความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน จัดทำหลักเกณฑ์
แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย”

หมายเหตุ : ประเด็นคำถามอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน และนำผลการศึกษาที่ได้จัดทำเป็นแนวทางสู่การกำหนดนโยบายในการจัดทำหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย
2. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

โดย สำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ก่อนตอบแบบสอบถามกรุณามอง VDO อธิบายเรื่องโทรทัศน์ชุมชน :

<https://youtu.be/IDii7se55E4>

ท่านสามารถศึกษารายงานการศึกษาดูงานบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองการให้บริการ
โทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย เพิ่มเติมได้ที่ :

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/610700000001.pdf>

ข้อมูลเบื้องต้น :

ชื่อกลุ่ม/มูลนิธิ/สมาคม/องค์กร/นิติบุคคล/กิจการ.....

ชื่อ Website (ถ้ามี).....

ที่อยู่.....จังหวัด.....

โทรศัพท์.....อีเมล.....

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม :

ชื่อ-สกุล.....โทรศัพท์.....

อีเมล.....อายุ.....ปี

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

ตำแหน่ง.....

ระดับการศึกษา

☐ 1) มัธยมศึกษา ☐ 2) ปริญญาตรี ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 4) อื่นๆ.....

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการประกอบกิจการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน

1. กลุ่ม/มูลนิธิ/สมาคม/องค์กร/นิติบุคคล/กิจการ ของท่าน สร้างความเข้มแข็งในชุมชนครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- ☐ 1) การสร้างเสริมประชาธิปไตยและกระจายอำนาจสู่ชุมชน
- ☐ 2) การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ
- ☐ 3) การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน
- ☐ 4) การลดปัญหาความยากจนในชุมชนและการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ
- ☐ 5) การสร้างธรรมาภิบาล และสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบในชุมชน
- ☐ 6) การส่งเสริมให้เกิดการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ อนามัย กีฬา การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร ภูมิปัญญา ท้องถิ่น การดำรงชีวิต
- ☐ 7) การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและภัยธรรมชาติ
- ☐ 8) การสร้างเสริมสันติภาพและการบรรเทาความขัดแย้ง
- ☐ 9) การเสริมพลังให้กับผู้หญิง คนพิการ ชนกลุ่มน้อยและคนด้อยโอกาส
- ☐ 10) การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
- ☐ 11) การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- ☐ 12) การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ
- ☐ 13) การเปิดพื้นที่หรือเป็นเวทีในการแสวงหาทางออกสำหรับปัญหาที่ชุมชนประสบ กิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น
- ☐ 14) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ทุนจดทะเบียน ทุนหมุนเวียนของกิจการ หรือต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมของท่านต่อปี

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ต่ำกว่า 50,000 บาท | ☐ 2) 50,001 - 100,000 บาท |
| ☐ 3) 100,001 - 500,000 บาท | ☐ 4) 500,001 - 1,000,000 บาท |
| ☐ 5) 1,000,001 - 1,800,000 บาท | ☐ 6) 1,800,000 - 5,000,000 บาท |

- ☐ 7) 5,000,001 – 10,000,000 บาท ☐ 8) 10,000,001 – 50,000,000 บาท
- ☐ 9) 50,000,000 บาทขึ้นไป ☐ 10) อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ระยะเวลาที่ท่านประกอบกิจการหรือกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ (ระบุจำนวน.....เดือน.....ปี)
-
4. กิจการหรือกิจกรรมของท่านมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการด้านใดบ้าง
-
-
5. ท่านมีการเผยแพร่เนื้อหาของกิจการหรือกิจกรรมผ่านช่องทางใดบ้าง
- ☐ ยังไม่มีการเผยแพร่
- ☐ ช่องรายการดิจิทัลโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน) โปรดระบุชื่อ
-
- ☐ โทรทัศน์ระบบเคเบิล TV โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ โทรทัศน์ผ่าน ระบบดาวเทียม (จานรับสัญญาณ) โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ โทรทัศน์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สายอินเทอร์เน็ตและกล่องรับสัญญาณ) โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ รายการวิทยุกระจายเสียง โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ หนังสือพิมพ์ / สื่อสิ่งพิมพ์ โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ ผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ / Facebook / Youtube / Instagram / Line / Twitter เป็นต้น
- โปรดระบุชื่อ.....
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. จำนวนบุคลากรในกิจการหรือกิจกรรมท่าน อาจให้ระบุพนักงานประจำ พนักงานอาสาสมัคร (ถ้ามี)
- 6.1 บุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำ จำนวน.....คน
- 6.2 บุคลากรที่ปฏิบัติงานแบบอาสาสมัคร จำนวน.....คน
- 6.3 บุคลากรที่จ้างแบบชั่วคราวจำนวน.....คน
7. ท่านมีที่มาของรายได้ในการดำเนินกิจการหรือกิจกรรมของท่านอย่างไร
- ☐ ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ☐ ได้รับการสนับสนุนจากท้องถิ่น
- ☐ รับบริจาค ☐ ค่าสมาชิกจากผู้ชม
- ☐ หารายได้เองจากโฆษณา ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
8. ท่านมีความสนใจในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชนหรือไม่

- ☐ มีความสนใจ เนื่องจาก.....
- ☐ ไม่มีความสนใจ เนื่องจาก.....

9. ท่านต้องการให้ กสทช. สนับสนุนด้านใดบ้าง

- ☐ ค่าเช่าโครงข่าย ☐ การพัฒนาบุคลากร ☐ อุปกรณ์การผลิตรายการ
- ☐ แหล่งทุนสนับสนุน ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านมีความเห็นว่าค่าเช่าโครงข่ายสำหรับออกอากาศโทรทัศน์ชุมชน (Multiplex : MUX) ที่เหมาะสมสำหรับท่านอยู่ในอัตราเดือนละเท่าใด สำหรับพื้นที่ออกอากาศต่อ 1 ช่อง ครอบคลุมพื้นที่ 1-2 จังหวัด

- ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท
- ☐ 10,001 ถึง 30,000 บาท
- ☐ 30,001 ถึง 60,000 บาท
- ☐ 60,001 ถึง 100,000 บาท
- ☐ 100,001 บาท ถึง 300,000 บาท
- ☐ มากกว่า 300,000 บาท
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. หากการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสามารถรับการสนับสนุนด้านการเงินจากกองทุนของ กสทช. (กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส)) โดยตามกฎหมายสามารถรับการสนับสนุนได้ไม่เกินร้อยละ 50 ของรายได้ในการดำเนินกิจการหรือกิจกรรม ในระยะทดลองให้บริการเป็นเวลา 1 ปี ท่านมีความสนใจในการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนหรือไม่ (กรุณาระบุเหตุผล)

- ☐ มีความสนใจ เนื่องจาก.....
- ☐ ไม่มีความสนใจ เนื่องจาก.....

12. ท่านมีความสนใจในการเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ท่านมีความพร้อมในการผลิตเนื้อหาออกอากาศคิดเป็นปริมาณประมาณเท่าใด โปรดระบุ

- ☐ 1) ออกอากาศ ชั่วโมง ต่อ วัน
- ☐ 2) ออกอากาศ วัน ต่อ สัปดาห์

ส่วนที่ 2 : การประเมินความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

คำชี้แจง หากพิจารณาประเด็นหลักด้านความพร้อมในการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน กิจกรรมหรือกลุ่มกิจกรรมของท่านมีลักษณะหรือมีเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้อย่างไรโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน

ประเด็น

1. จุดแข็งของการให้บริการ

- ☐ ชุมชนเป็นเจ้าของ ร่วมกันรับผิดชอบและตรวจสอบความถูกต้อง
- ☐ สามารถเชื่อมโยงกับช่องทางสื่ออื่น ๆ
- ☐ ผู้บริโภคต้องการการสื่อสารจากระดับท้องถิ่น
- ☐ มีเครือข่ายสนับสนุนด้านเนื้อหาท้องถิ่น
- ☐ มีเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง
- ☐ อาสาสมัคร/ชุมชน ผลิตเนื้อหาเองและนำเสนอเอง
- ☐ มีเนื้อหาในชุมชนเป็นจำนวนมาก พร้อมให้บริการ เนื้อหาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย
- ☐ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน
- ☐ เป็นช่องทางในการเสนอนโยบายชุมชน / สัญญาประชาคม นำออกมาสื่อสาร
- ☐ เป็นกลไกการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน
- ☐ ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของชุมชน
- ☐ เกิดความรัก ความสามัคคีกันในชุมชน
- ☐ สร้างการรับรู้ให้คนที่อยู่ไกลบ้านมีโอกาสรับรู้ข่าวสารในชุมชน
- ☐ เข้าถึงกลุ่มคนและกลุ่มชุมชนเฉพาะ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มศาสนา
- ☐ การนำเสนอเกิดผลลัพธ์เชิงบวกมหาศาล จากการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสร้างความ

ยอมรับที่เป็นประเด็นภายในชุมชน

- ☐ ชุมชนสอนการทำงานกันเอง โดยไม่มีเงื่อนไขเวลาเป็นข้อจำกัด
- ☐ จุดแข็งของพื้นที่ในการแสดงตัวตนของคนในชุมชน (คุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่น)
- ☐ กระบวนการสร้างความเข้าใจ สู่ความเป็นชุมชนเข้มแข็ง
- ☐ การสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างถิ่นฐาน ให้คนในชุมชน
- ☐ มีระบบฐานข้อมูลชุมชน
- ☐ มีเวทีสาธารณะ

2. กลุ่มเป้าหมายของการให้บริการ

- ☐ คนในชุมชน ระดับท้องถิ่น ชุมชน สังคม
- ☐ คนในตำบล อำเภอ จังหวัด
- ☐ คนนอกชุมชน (ไม่เพียงแคในจังหวัด)

ประเด็น
☐ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน สตรี คนพิการ ☐ กลุ่มทางศาสนา ☐ กลุ่มคนที่เน้นด้านสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ☐ กลุ่มอาชีพปากท้อง เช่น การเกษตร การประมง ☐ หน่วยงานท้องถิ่น ☐ สถาบันการศึกษา (โรงเรียน , มหาวิทยาลัย) ☐ กลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ , คนชายขอบ , กลุ่มเอดส์ , กลุ่มกะเหรี่ยง , กลุ่มควน , ชาวเขา
3. ช่องทางที่จะทำการให้บริการ ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชน ☐ โทรศัพท์ภาคพื้นดิน สื่อดิจิตอล ดาวเทียม ☐ เคเบิล TV ☐ สื่อสาธารณะ เช่น Thai PBS/ NBT /กองทัพบก5 ☐ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ☐ เวทีสาธารณะ ☐ ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ / Facebook / Youtube / Instagram / Line / Twitter
4. แนวทางการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ☐ สร้างความสัมพันธ์จากการให้ความช่วยเหลือ อาทิ น้ำท่วม ☐ สร้างเวทีเรียนรู้ เวทีแลกเปลี่ยน และติดตามแนวทางการแก้ปัญหาประเด็นในชุมชน ☐ ใช้วิธีการพูดคุยกับคนในชุมชน นำเสนอออกมาในรูปแบบรายการ ☐ ให้ข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ สร้างวาทกรรมพื้นที่สู่การเปลี่ยนแปลงชุมชน ☐ ให้ความสำคัญกับทุกเครือข่าย ทุกกลุ่ม เช่น กลุ่มชายแดน ☐ จัดกิจกรรมประเพณีหรือกีฬา เช่น งานกีฬา การแข่งขันเรือพาย ☐ แจกของแถมจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ตามเทศกาล
5. รูปแบบรายได้ ☐ การบริจาค การอุดหนุน ☐ ระดมทุนจากการจัดกิจกรรม ☐ ขายเนื้อหา/รายการในพื้นที่ให้กับสื่อต่าง ๆ ☐ ผลิตสื่อในงานอีเว้นท์ , ผลิตสบู , ทำคลิปลั่น ให้หน่วยงานต่าง ๆ ☐ การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ☐ ผลิตของที่ระลึกจำหน่าย ☐ สร้างกองทุนจัดการรายได้ ☐ รายได้ที่เกิดจากภาษีบาป 1 เพอร์เซ็นต์

ประเด็น
☐ สร้างรายได้จากกลุ่มพันธมิตร ☐ รายได้จากการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ☐ กิจกรรม/กิจกรรมเพื่อสังคม (SE)
6. ทรัพยากรหลักในการให้บริการ ☐ สถานที่ดำเนินการ ☐ อุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตสื่อ ☐ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ ☐ บุคลากรที่มีความสามารถในการผลิตสื่อ ☐ เครือข่ายด้านข้อมูล (กลุ่มคนที่มีความเข้าใจพื้นที่ เพื่อออกแบบเนื้อหาให้ตรงความต้องการของคนในชุมชน)
7. Model ธุรกิจ ☐ รูปแบบนิติบุคคล ☐ สมาคม ☐ ชมรม ☐ มูลนิธิ ☐ สร้าง model ธุรกิจ ร่วมกับเอกชน ☐ กิจกรรมเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) ☐ ดูตาม Model ของการพัฒนา อบต. ท้องถิ่น
8. พันธมิตรในการให้บริการ ☐ กลุ่มสื่ออิสระ ☐ เครือข่ายภาคสังคม เช่น กลุ่มสุขภาพ กลุ่มเกษตร กลุ่มเตือนภัย กลุ่มสตรี กลุ่มศาสนา อปท. NGO ฯลฯ ☐ สภาผู้ชมผู้ฟัง TPBS ☐ เคเบิลทีวีในพื้นที่ ☐ กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เช่น เพจดังในพื้นที่ ☐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด ☐ สถาบันการศึกษา เช่น กลุ่มนักศึกษานิเทศศาสตร์
9. โครงสร้างค่าใช้จ่ายในการให้บริการ ☐ ความพร้อมด้านค่าโครงข่าย ☐ ความพร้อมด้านต้นทุนการผลิตเนื้อหา ☐ ความพร้อมด้านสถานที่ น้ำ ไฟฟ้า

ประเด็น
☐ ความพร้อมด้านบุคลากรดำเนินการ
☐ ค่าสาธารณูปโภค

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นต่อหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน

หากพิจารณาแนวปฏิบัติเบื้องต้นของหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน ท่านมีความเห็นว่ามีเหมาะสมสำหรับกิจการหรือกิจกรรมของท่านและมีข้อเสนออย่างไร

ประเด็น	เหมาะสมมากที่สุด (5)	เหมาะสมมาก (4)	เหมาะสม (3)	ไม่ค่อยเหมาะสม (2)	ไม่เหมาะสม (1)	*หากไม่เหมาะสม โปรดระบุ
คุณสมบัติสำหรับผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ประเภทกิจการบริการชุมชน						
1. ผู้ขอใบอนุญาตจะต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของภาครัฐ						
2. ผู้ขอใบอนุญาตเป็นกลุ่มคนในท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนต้องสามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในด้านต่าง ๆ						
3. การประกอบกิจการ ต้องมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน						
4. การยื่นขอประกอบกิจการต้องแสดงให้เห็นถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนครอบคลุมกิจกรรม						

ประเด็น	เหมาะสมมากที่สุด (5)	เหมาะสมมาก (4)	เหมาะสม (3)	ไม่ค่อยเหมาะสม (2)	ไม่เหมาะสม (1)	*หากไม่เหมาะสม โปรดระบุ
ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี เช่น การสร้างเสริมประชาธิปไตยและกระจายอำนาจสู่ชุมชน การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน ฯลฯ						
5. หลักฐานเชิงประจักษ์ของการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ จากชุมชนที่รับบริการ เช่น การมีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของ เช่น การให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วมจัดตั้งกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถานี่						
6. การให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เป็นคณะกรรมการบริหารหรือดำเนินงานของสถานี่ในด้านต่าง ๆ						
7. การจัดให้อาสาสมัครในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดรายการ หรือร่วมรายการ การเปิดให้สถานี่เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ในชุมชน และตัวเชื่อมโยงความร่วมมือ						
8. การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในลักษณะอื่นๆ เช่น การจัดเวทีประจำปีเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ฟังในชุมชนเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาสถานี่						
9. บุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันผู้รับใบอนุญาตประเภทบริการชุมชนต้องมีสัญชาติไทย						
10. ไม่เป็นบุคคลผู้มีอำนาจที่เคยเป็นกรรมการหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการ						

ประเด็น	เหมาะสม มากที่สุด (5)	เหมาะสม มาก (4)	เหมาะสม (3)	ไม่ค่อย เหมาะสม (2)	ไม่ เหมาะสม (1)	*หากไม่ เหมาะสม โปรดระบุ
ผู้ ก พ น ข อ ง ผู้ ป ระ ก อ บ ก ิ จ ก า ร วิทุกระจ่ายเสียง กิจกรรมบริการชุมชนอื่น ถูกเพิกถอนใบอนุญาตอันเป็นผลมาจาก การบริหารกิจการ						
11. กรรมการสถานี ผู้อำนวยการสถานี จะต้องไม่เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภาสมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทาง การเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ						
ผังรายการและสัดส่วนรายการ						
12. ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่ เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่ น้อยกว่าร้อยละ 70						
13. ต้องนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ชุมชนเป้าหมายที่รับบริการและผลิตโดยคน ในชุมชนเป้าหมายที่รับบริการไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด						
14. สามารถนำเสนอรายการต่าง ๆ ของ สถานีเป็นภาษาท้องถิ่นได้โดยให้มีการ ประกาศชื่อสถานีและเวลาด้วยภาษา ราชการทุกต้นชั่วโมงที่ดำเนินรายการ						
15. ผู้ขอรับใบอนุญาตแสดงข้อมูล เนื้อหา รายการ สัดส่วนรายการ โดยละเอียดตามที่ กสทช. ระบุ						
การหารายได้						
16. ไม่สามารถหารายได้จากการโฆษณา						
17. การหารายได้มาจากการบริจาค การ อุดหนุนของสถานี หรือรายได้ทางอื่นที่ ไม่ใช่การโฆษณา						

ประเด็น	เหมาะสม มากที่สุด (5)	เหมาะสม มาก (4)	เหมาะสม (3)	ไม่ค่อย เหมาะสม (2)	ไม่ เหมาะสม (1)	*หากไม่ เหมาะสม โปรดระบุ
18. การรับบริจาค การอุดหนุนจะต้อง เป็นไปในรูปแบบการสนับสนุนส่งเสริมให้ สถานีดำเนินงานได้ โดยไม่ขัดต่อการ ประกอบกิจการบริการชุมชน						
19. ผู้บริจาคไม่มีการแทรกแซง ไม่มี อิทธิพลต่อการบริหารสถานีย หรือไม่ส่งผล กระทบใดๆ ต่อทิศทางการดำเนินงาน การ ผลิตรายการและเนื้อหารายการที่ ออกอากาศ						
20. การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้ บริจาคต้องระบุถึงชื่อหรือองค์กรให้ชัดเจน แต่จะต้องแยกส่วนจากเนื้อหารายการ						
21. การประกาศเกี่ยวกับผู้อุดหนุนหรือผู้ บริจาคจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนเชิงพาณิชย์						
22. การอุดหนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์ สาธารณะ						

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

1. ท่านต้องการให้ กสทช. ส่งเสริมหรือจัดอบรมเพื่อส่งเสริมการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในเนื้อหาประเภทใดบ้าง โปรดยกตัวอย่าง

.....

.....

2. กรุณาให้ความคิดเห็นต่อปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในด้านต่าง ๆ ที่ท่านมองว่าจะต้องได้รับการส่งเสริมในประเด็นดังนี้

2.1) ด้านการบริหารองค์กร

.....

.....

2.2) ด้านการพัฒนาบุคลากร

.....

.....

2.3) ด้านการปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมาย

.....

.....

2.4) ด้านกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค

.....

.....

2.5) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ชมและชุมชน

.....

.....

2.6) ด้านเครือข่ายชุมชน

.....

.....

2.7) ด้านการผลิตรายการ

.....

.....

2.8) ด้านการหารายได้

.....

.....

2.9) ด้านการกำกับ

.....

.....

2.10) ด้านการอนุญาต

.....

.....

2.11) ด้านกลไกการรับเรื่องร้องเรียน

.....

.....

2.12) ด้านการสำรวจความต้องการเนื้อหาของผู้รับบริการ

.....

.....

3. ท่านต้องการให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการเพื่อพัฒนาบุคลากร ผู้บริหาร เครือข่าย และอาสาสมัครใน
กิจการหรือกิจกรรมของท่าน ในแง่มุมใด

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของ กสทช.

.....

.....

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามสำหรับการดำเนินการสำรวจ (Questionnaire) สํารวจความต้องการด้านสื่อของประชาชน
ข้อมูลข่าวสารของชุมชนในแต่ละภูมิภาค ในการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน



(ร่าง) แบบสอบถาม เรื่อง “การสำรวจความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชน”

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการในการรับชมโทรทัศน์ชุมชน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาจัดทำเป็นหลักเกณฑ์ และแนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย ของสำนักงาน กสทช. จึงขอความอนุเคราะห์ท่าน ในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นส่วนตัวของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
โดย สำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ก่อนตอบแบบสอบถามกรุณามอง VDO อธิบายเรื่องโทรทัศน์ชุมชน :

<https://youtu.be/MrZPmV5TWfE>

ท่านสามารถศึกษารายงานการศึกษาบริการโทรทัศน์ชุมชนและแนวทางการทดลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย เพิ่มเติมได้ที่ :

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/610700000001.pdf>

คำถามเบื้องต้น :

จาก VDO <http://wow.in.th/RNeD> ที่อธิบายเรื่องโทรทัศน์ชุมชน และหากท่านเคยรับชมโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ เช่น

- พะเยาทีวี (<https://www.facebook.com/phayaotv/>)
- โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี (<https://www.facebook.com/UbonConnect/>)
- โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง

(<https://www.facebook.com/securedandamancommunitytv/>)

ท่านมีความคิดเห็นว่าแตกต่างกับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล เช่น



หรือไม่

☐ 1) ไม่มีความแตกต่าง

☐ 2) มีความแตกต่าง (ทำแบบสอบถามต่อ)

ส่วนที่ 1 : รูปแบบ และพฤติกรรมการรับชมสื่อในชีวิตประจำวัน

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่าน

1. ปัจจุบันท่านรับข่าวสารทั่วไปจากช่องทางใดเป็นหลักในชีวิตประจำวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ช่องรายการดิจิทัลโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน)
- ☐ 2) โทรทัศน์ระบบเคเบิล TV
- ☐ 3) โทรทัศน์ ผ่านระบบดาวเทียม (จานรับสัญญาณ)
- ☐ 4) โทรทัศน์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (รับชมผ่านสายอินเทอร์เน็ตและกล่องรับสัญญาณ)
- ☐ 5) รายการวิทยุกระจายเสียง
- ☐ 6) หนังสือพิมพ์ / สื่อสิ่งพิมพ์
- ☐ 7) ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ / Facebook / Youtube / Instagram / Line / Twitter เป็นต้น
- ☐ 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. อุปกรณ์ที่ท่านใช้รับชมรายการโทรทัศน์ เป็นหลักในชีวิตประจำวันคือ

- ☐ 1) เครื่องรับโทรทัศน์
- ☐ 2) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smart Phone)
- ☐ 3) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
- ☐ 4) คอมพิวเตอร์พกพา (Tablet)
- ☐ 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ท่านนิยมรับชมเป็นประจำ (กรุณาเลือกเพียง 5 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) รายการบันเทิง | ☐ 2) ชิตคอมหรือละครตลกสถานการณ์ |
| ☐ 3) ละคร | ☐ 4) รายการเกมโชว์ |
| ☐ 5) รายการทอล์กโชว์ | ☐ 6) รายการเรียลลิตี้ |
| ☐ 7) รายการกีฬา | ☐ 8) รายการดนตรี |
| ☐ 9) รายการนิตยสารทางอากาศ | ☐ 10) รายการปิกนิก |
| ☐ 11) รายการสาระ | ☐ 12) รายการข่าว |
| ☐ 13) รายการสารคดี | ☐ 14) อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

4. ท่านรับชมโทรทัศน์ในช่วงเวลาใด มากที่สุด

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ 1) 02.01 – 06.00 น. | ☐ 2) 06.01 – 10.00 น. | ☐ 3) 10.01 – 14.00 น. |
| ☐ 4) 14.01 – 18.00 น. | ☐ 5) 18.01 – 22.00 น. | ☐ 6) 22.01 – 02.00 น. |

ส่วนที่ 2 : ความต้องการโทรทัศน์ชุมชนในความคิดเห็นของท่าน

1. ปัจจุบันมีบริการเนื้อหารายการโทรทัศน์ในช่องทางที่หลากหลาย เช่น การรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตหรือแอปพลิเคชันโทรทัศน์ อาทิ YouTube , Line TV , Mello.me , Bugaboo เป็นต้น ท่านคิดว่าการรับชมจากรายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถตอบสนองความต้องการในการรับรู้สื่อของท่านได้ในระดับใด
☐ 1) มากที่สุด ☐ 2) มาก ☐ 3) ปานกลาง ☐ 4) น้อย
2. ท่านมีความต้องการรับชมโทรทัศน์ชุมชนที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับท้องถิ่น , ข่าวสาร , วัฒนธรรม และเรื่องราวในพื้นที่ของท่านเป็นการเฉพาะหรือไม่
☐ 1) ต้องการ (ตอบข้อต่อไป) ☐ 2) ไม่ต้องการ
3. หากมีโทรทัศน์ชุมชนให้บริการ ท่านคิดว่าควรจะต้องมีประเภทรายการใดในโทรทัศน์ชุมชน (เลือกได้ตามที่ท่านเห็นด้วย-ไม่จำกัดข้อ)

☐ 1) รายการถ่ายทอดข่าวชุมชน	☐ 2) รายการถ่ายทอดกีฬาชุมชน
☐ 3) รายการถ่ายทอดงานสำคัญในชุมชน	☐ 4) รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว
☐ 5) รายการความรู้และภูมิปัญญา	☐ 6) รายการอาหารวิถีชุมชน
☐ 7) รายการทอล์กโชว์ในชุมชน	☐ 8) รายการดนตรีและเพลงพื้นเมือง
☐ 9) รายการท่องเที่ยวเชิงชุมชน / สารคดีชุมชน	☐ 10) รายการศิลปวัฒนธรรมชุมชน
☐ 11) รายการศาสนาในชุมชน	☐ 12) รายการการเกษตรชุมชน
☐ 13) ภาพยนตร์ ที่ผลิตในชุมชน	☐ 14) รายการสร้างเสริมสุขภาพในชุมชน
☐ 15) รายการสร้างเสริมอาชีพในชุมชน	☐ 16) รายการเยาวชนและสตรี สิทธิเสรีภาพ
☐ 17) รายการเพื่อคนพิการ คนด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน	
☐ 18) รายการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมในชุมชน	
☐ 19) รายการประกวด (Reality TV) , รายการวไรต์บั่นเท่ง , รายการเกมส์โชว์	
☐ 20) รายการอื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
4. ท่านคิดว่าในเขตพื้นที่ของท่าน ควรมีช่องโทรทัศน์ชุมชน ที่เป็นการออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับพื้นที่หรือจังหวัดของท่านหรือไม่

☐ 1) ควรมีเป็นอย่างยิ่ง	☐ 2) ควรมี
☐ 3) ถ้ามีได้ก็น่าสนใจ	☐ 4) ไม่มีความจำเป็น

5. หากท่านคิดว่าในเขตพื้นที่ของท่าน ควรมีการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน ท่านคิดว่าควรเป็นเพราะเหตุผลใด (เรียงลำดับความคิดเห็น 1-5 ข้อ)

- ☐ 1) สื่อของชุมชนต้องมีความเป็นกลาง ปราศจากการครอบงำ
- ☐ 2) การให้บริการโทรทัศน์ชุมชน เป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชน (นำเสนอเรื่องราวในท้องถิ่นของตัวเอง)
- ☐ 3) ชุมชนมีความต้องการ มีความสนใจ อยากรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชน
- ☐ 4) เป็นช่องทางในการเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม
- ☐ 5) เป็นช่องทางในการสร้างจดหมายเหตุชุมชน / ประวัติศาสตร์ชุมชน
- ☐ 6) เป็นช่องทางในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
- ☐ 7) เป็นช่องทางการร้องเรียน ร้องทุกข์ เช่น เป็นกระบอกเสียงของชุมชน แก้ไขปัญหาให้คนในชุมชน
- ☐ 8) อื่น ๆ โปรดระบุ

6. หากมีโทรทัศน์ชุมชน ท่านคิดว่าควรให้หน่วยงานใดเป็นผู้ดำเนินการ

- ☐ 1) มูลนิธิ ☐ 2) สมาคม ☐ 3) หน่วยงานไม่แสวงหากำไรในท้องถิ่น
- ☐ 4) กลุ่มบุคคลในชุมชน ☐ 5) หน่วยงานทางศาสนา ☐ 6) เครือข่าย/นักกิจกรรม/จิตอาสา/ชมรม
- ☐ 7) สถาบันการศึกษา ☐ 8) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

7. ท่านคิดว่าการออกอากาศของโทรทัศน์ชุมชน ควรออกอากาศช่วงเวลาใดเหมาะสมที่สุด

- ☐ 1) 02.01 – 06.00 น. ☐ 2) 06.01 – 10.00 น. ☐ 3) 10.01 – 14.00 น.
- ☐ 4) 14.01 – 18.00 น. ☐ 5) 18.01 – 22.00 น. ☐ 6) 22.01 – 02.00 น.

8. ท่านคิดว่าโทรทัศน์ชุมชนควรออกอากาศกี่ชั่วโมง

- ☐ 1) ออกอากาศ 3-6 ชั่วโมง ☐ 2) ออกอากาศ 7-12 ชั่วโมง
- ☐ 3) ออกอากาศ 13-18 ชั่วโมง ☐ 4) ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

9. ช่องทางที่ท่านคิดว่ามีความเหมาะสม ที่จะนำมาเป็นช่องหลักของโทรทัศน์ชุมชนที่สุดคือช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) ช่องรายการดิจิทัลโทรทัศน์ (โทรทัศน์ภาคพื้นดิน)
- ☐ 2) โทรทัศน์ระบบเคเบิล TV
- ☐ 3) โทรทัศน์ ผ่านระบบดาวเทียม (จานรับสัญญาณ)
- ☐ 4) โทรทัศน์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สายอินเทอร์เน็ตและกล่องรับสัญญาณ)
- ☐ 5) ช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ / Facebook / Youtube / Instagram / Line / Twitter เป็นต้น
- ☐ 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ท่านคิดว่าการสนับสนุนรายได้ของโทรทัศน์ชุมชนควรเป็นไปในรูปแบบใด

- ☐ 1) การบริจาค ☐ 2) การอุดหนุน
☐ 3) จำเป็นสมาชิก ☐ 4) การโฆษณา
☐ 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน (ให้ระบุว่าตัวอย่างว่าเป็นข้อเสนอเรื่องอะไร)

12. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่จะออกอากาศบนโทรทัศน์ชุมชน

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

13. เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

14. อายุ

- ☐ 1) 15-20 ปี ☐ 2) 21-25 ปี ☐ 3) 26-30 ปี ☐ 4) 31-35 ปี
☐ 5) 36-40 ปี ☐ 6) 41-45 ปี ☐ 7) 46-50 ปี ☐ 8) 51-55 ปี
☐ 9) 56-60 ปี ☐ 10) 61 ปีขึ้นไป

15. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/
ปวช.
☐ 4) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 5) ปริญญาตรี ☐ 6) ปริญญาโท
☐ 7) ปริญญาเอก

16. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา | ☐ 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| ☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน | ☐ 4) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| ☐ 5) รับจ้างอิสระ | ☐ 6) ว่างาน |
| ☐ 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____ | |

17. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) น้อยกว่า 10,000 บาท | ☐ 2) 10,001-20,000 บาท/เดือน |
| ☐ 3) 20,001-30,000 บาท/เดือน | ☐ 4) 30,001-40,000 บาท/เดือน |
| ☐ 5) มากกว่า 40,000 บาท | |

18. สถานภาพ

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|---|
| ☐ 1) โสด | ☐ 2) สมรส | ☐ 3) แยกกันอยู่/หย่าร้าง |
|---------------------------------|----------------------------------|---|

19. ประเภทของที่อยู่อาศัย

- | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|---|--|
| ☐ 1) บ้าน | ☐ 2) คอนโด | ☐ 3) อพาร์ทเมนต์/หอพัก | ☐ 4) อื่น ๆ _____ |
|----------------------------------|-----------------------------------|---|--|

20. เขตที่ตั้งที่อยู่อาศัย

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ 1) ในเขตเทศบาล | ☐ 2) นอกเขตเทศบาล | ☐ 3) อื่น ๆ _____ |
|---|--|--|

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก จ

รายชื่อฐานข้อมูล ขมรม สมาพันธ์ สมาคม เครือข่าย และมูลนิธิ สำหรับการสำรวจความพร้อมและความ
ต้องการให้บริการโทรศัพท์ชุมชน

รายชื่อฐานข้อมูล ชมรม สมาพันธ์ สมาคม เครือข่าย และมูลนิธิ สำหรับการสำรวจความพร้อมและความต้องการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
1	MedeeTV นครศรีธรรมราช	094 498 5971	
2	MGR Online ภาคใต้	074 201 236	Damrong Road, Tambon Ratsada อ.เมืองภูเก็ต 83000
3	THAI CABLE BROADCASTING	098 824 5944	262 ซอยรามคำแหง 2 ซอย 6 แขวงดอกไม้ เขต ประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10250
4	The Federation of Patani Students and Youth - PerMAS	080 137 9438	ปัตตานี
5	UTD Club สื่ออุตรดิตถ์	080 838 5570	อุตรดิตถ์
6	WEVO สื่ออาสา	081 716 9867	เชียงใหม่
7	กรีนพีซ ประเทศไทย	02 357 1921	1371 แคปปิตอล แมนชั่น ชั้น 1 ถนนพหลโยธิน แขวง พญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
8	กลุ่มคลองเตยดีจัง	082 596 4219	คลองเตย กรุงเทพ
9	กลุ่มด้วยใจ	081 809 8609	4/37 หมู่ 7 ต.บานา อ.เมือง จ.ปัตตานี
10	กลุ่มบ้านมุมิน Workshop Art	081 552 4643	49 ซอยพุทธบูชา 36 แยก 8 บางมด กรุงเทพ
11	กลุ่มมานีมานะ	089 467 9909	หาดใหญ่ สงขลา
12	กลุ่มเยาวชนฟ้าสว่าง	081 633 7800	47 หมู่ 4 ตำบลวันยาว อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี
13	กลุ่มรักษ์เขาชะเมา	083 111 2736	ตำบล คลองปูน อำเภอแกลง ระยอง 21170
14	กลุ่มสานฝัน สมาคมสร้างสรรค์ เยาวชนชายแดนภาคใต้	099 407 9626	146/82 ซอยภูเขาทอง หมู่ 6 ต.รูสะมิแล อ.เมือง จ. ปัตตานี
15	เกษตรอินทรีย์บ้านแฮมเมอร์แกนิค โดยมูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย (มกอท)	064 125 5841	59 หมู่ที่ 8 บ้านดอนนาเีย บ้านแฮม พิบูลมังสาหาร อุบลราชธานี 34110
16	เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกภาคอีสาน	089 861 9627	59 หมู่ 2 บ้านดอนแดง ถนนกันทรวิชัย-เขียงยืน ตำบล ศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150
17	เครือข่ายชุมชนเพื่อการปฏิรูปการ สังคมและการเมือง (คปสม.)	088 117 3201	ชุมชนเกร็ดแก้ว อำเภวารินชำราบ จ.อุบลราชธานี
18	เครือข่ายภาคประชาสังคมและ สันติภาพ	086 072 5171	3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
19	เครือข่ายมูลนิธิสิทธิมนุษยชนชาติ มาบเื้อง	038 198 643	114/1 ม.1 ต.หนองบอนแดง อ.บ้านบึง จ.ชลบุรี 20170
20	เครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้า ใหม่	063 937 9222	4/950 ซอยเสรีไทย 57 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม
21	เครือข่ายสื่อมวลชนและศิลปินรักถิ่น ไทย	065 620 1987	427-428 หมู่ 6 ต.บางปลาเกศ อ.ป่าโมก จ.อ่างทอง 14130
22	โครงการเครือข่ายเมืองในเอเชียเพื่อ รับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ	081 084 2148	สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ ต.คอหงส์ อ. หาดใหญ่ จ.สงขลา 90100
23	เจริญเคเบิลทีวี	090 962 9146	19/118 Sukhumvit Suite Tower, 12th Floor, Soi Sukhumvit13, Sukhumvit Rd.,Klongtoeynua, Wattana Bangkok Thailand, 10110
24	ชมรมกลุ่มเด็กรักป่า	083 129 2825	63 หมู่ 3 ต.สำโรง อ.เมือง จ.สุรินทร์ สุรินทร์ 32000
25	ชมรมคนพิการไทยใจอาสา	087 870 6474	2/1 ถ.อุปราชา อ.เมือง จ.อุบลราชธานี เทศบาลนคร อุบลราชธานี 34000
26	ชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม	02 243 8739	538/1 ถนนสามเสน แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
27	ชมรมผู้สื่อข่าวหนังสือและโทรทัศน์ จ. นครราชสีมา	081 760 9826	2/12 ม.1 ต.กลางดง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130
28	ช่องยูทูบ ตาปานิ	086 294 8190	11 นิลดำพอพาร์ทเมนต์ ซอย 45 ถ.เฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ10250
29	เช็คอินเชียงใหม่ Checkin Chiangmai	081 366 1182	เชียงใหม่
30	เดอะอีสานเรคคอร์ด	064 869 5061	
31	ตรังไหมโทรทัศน์	081 089 2511	201/10 หมู่10 ถนนเรียบทางสนามบินตรัง ต.โคกหล่อ อ.เมือง จ.ตรัง 92000
32	ทาเค ซาแนล	094 027 0754	จัดจักร กรุงเทพฯ
33	ทิพย์เคเบิลทีวี	055 713 806	83 ถนนเทศา1 เมือง จ.กำแพงเพชร 62000
34	ที่นี่เชียงใหม่ Fast News	065 604 6398	2/21 ถ.คลองชลประทาน บ้านท่า ป่าตัน อ.เมือง จ. เชียงใหม่
35	โทรทัศน์คนตรัง ดอทคอม	089 650 9233	จังหวัดตรัง
36	โทรทัศน์ชุมชน : Southern TV - โทรทัศน์แดนใต้	061 238 2583	นครศรี นครศรีธรรมราช

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
37	โทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง	081 893 6826	193/3 หมู่ 7 ตำบล ไสไทย อำเภอมืองกระบี่ กระบี่ 81000
38	นักข่าวอิสระ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	062 884 6903	3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
39	บก.สำนักข่าวสร้างสรรค์	086 338 8037 086 6633131	926/149 ถนนเศรษฐกิจ1 ต.มหาชัย อ.เมืองฯ จ.สมุทรสาคร 74000
40	บริษัท เคเบิลทีวี(ชลบุรี) จำกัด	081 782 0721	202/26 หมู่ 5 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
41	บริษัท ซีโทรทัศน์ คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด	0 3931 1749	49/1 ถนนท่าแฉลบ ตำบลตลาด อำเภอมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี 22000
42	บริษัท ดิจิตอล เทเลวิชั่น เน็ทเวิร์ค จำกัด	095 613 3888	4/1 ตรอกสุขสันต์ ถนนมิตรภาพ ต. ในเมือง อ. เมือง จ. นครราชสีมา
43	บริษัท ดี เจ แอดเวอร์ไทซิงแอนด์โปรดักส์ จำกัด ผู้ผลิตสื่อเครือวานร	086 317 4209	194 หมู่ 1 ต.ทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี
44	บริษัท นิวไฮ-เทค เคเบิล เทเลวิชั่น จำกัด	0 2575 0417	48/33 หมู่ 1 ซอย 14 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
45	บริษัท ภูเก็ตเคเบิล จำกัด	095 541 9642	32/2 ถนนทุ่งคา ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอมือง จังหวัดภูเก็ต 83000
46	บริษัท โลเคิล อโลเค้ จำกัด	02 115 9861 081 139 5593	12 ซอยอิน ทามระ3 ถนนสุข ธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
47	บริษัท สมิหลา เคเบิลทีวี จำกัด (Hi Cable TV)	074 211 273	229 ถ.ศรีภูวนารถ ต.หาดใหญ่ อ. หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
48	บริษัท เอ็มวี เทเลวิชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด	086 888 9828	46/88 ซอยนวลจันทร์ 31 ถนนนวลจันทร์ แขวง นวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230
49	ผู้ผลิตสื่อออนไลน์	098 560 6500	-
50	เพจ FB แวรุ่ง ไปไหน	083 194 1943	14 ถนนโสภากิสิย ต.บางนาค อ.เมือง จ.นราธิวาส 96000
51	เพจ Thai Netizen Network	087 504 2221	-
52	เพจ กลุ่มเพื่อนดร.เอก	081 622 6906	-
53	เพจ ที่นั้แปดริ้ว	092 789 2598	450/104 ถนนเทพคุณากรณ์ อ.เมือง จ. ฉะเชิงเทรา
54	เพจ บก.น้ำข่าวออนไลน์	094 281 9876	บ้านข้าวสาร ตำบลโนนสูง อ เมือง อุดรธานี
55	เพจ รู้ทันฝุ่นควันภาคเหนือ	080 491 2888	เชียงใหม่
56	เพจ สกาลมหายใจเชียงใหม่	081 716 9867	จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
57	เพจ สวรรค์ในบ้าน	085 168 0108	กรุงเทพ
58	เพจข่าว Theinsightnews	090 278 1977	จระเข้บัว จตุจักร กรุงเทพฯ
59	โพควา โปรดักชั่น	086 489 2086	อิสริยาพาโคโฮม 11/16 หมู่ 5 บ้านไร่เปิง ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
60	มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ	053 215 676	388 (6) ซอย 17 ถ.นิมมานเหมิน ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
61	มหาวิทยาลัยนวมินทราชิน	085 966 9836	131/6 ถ.ขาว วชิรพยาบาล ดุสิต กทม
62	มูลนิธิกระเจกเงา	097 990 1569	199/1-3 หมู่ 21 ชุมชนเกาะลอย ถ.สิงห์ไคล ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000
63	มูลนิธิกระต่ายในดวงจันทร์	081 869 9744	399 ตำบล สวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง ราชบุรี 70180
64	มูลนิธิกระต้อมพระสิริ	038 730 498	220 หมู่ 7 เมืองพิทยา อำเภอบางละมุง ชลบุรี 20150
65	มูลนิธิกองทุนการศึกษาเพื่อการพัฒนา (EDF)	02 579 9209	เลขที่ 50 อาคาร ส.มก. ชั้น 3 ถ.พหลโยธิน ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
66	มูลนิธิการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน (3 อาร์)	0 2272 5915	333 อาคารเล่าเป้งจวน 1 ชั้น 20 ซี่ แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
67	มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในพระบรมราชูปถัมภ์	0 2282 6734	เลขที่ 214 ถนนนครสวรรค์ แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100
68	มูลนิธิการศึกษาเพื่อการพัฒนา สาขาแม่สอด (FED-MAESOT)	055 533 285	31/14 ซอยร่วมแรง 7 ตำบล แม่สอด อำเภอแม่สอด ตาก 63110
69	มูลนิธิกู้ภัยอุทัยธานี	056 532 503	ตำบลหนองสรวง อำเภอหนองฉาง อุทัยธานี 61110
70	มูลนิธิข้าวขวัญ	035 597 193	ตำบลสระแก้ว อำเภอเมืองสุพรรณบุรี สุพรรณบุรี 72230
71	มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน	086 597 4636	25/25 ชั้น 3 อาคารคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
72	มูลนิธิเจริญเติบโต Thrive World Foundation	061 980 4511	141/22 หมู่ 11 หนองปรือ เมืองพิทยา อำเภอบางละมุง ชลบุรี 20150
73	มูลนิธิชัยพัฒนา	053 452 366	265 หมู่ที่ 6 บ้านเปียงกอก ปองน้ำร้อน อำเภอฝาง เชียงใหม่ 50110
74	มูลนิธิชุมชนไท	02 379 5386	11 ถนนกรุงเทพกรีฑา ซอยบ้านสีส้ม แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ 10240
75	มูลนิธิศุภนิมิต	053 266 426-9	57/7 ซอย 3 ถ.ทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
76	มูลนิธิดำรงชัยธรรม	02 669 9615-6 , 02 669 9711	50 อาคาร จีเอ็มเอ็มแกรมมีเพลส (ชั้น12) ถ.สุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
77	มูลนิธิไทยรักษ์ป่า	0 2998 5000	อาคารเอ็กโก ชั้น 14, 15 เลขที่ 222 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
78	มูลนิธิธารน้ำใจ	0 2721 3999 ต่อ 222-223	107 – 115 ถนนสีพระยา แขวงสีพระยา เขตบางรัก 10500
79	มูลนิธิบ้านเด็กเอเชีย A.C.F	089 266 1756	ตำบล สบเปิง อำเภอแม่แตง เชียงใหม่ 50150
80	มูลนิธิบ้านนกขมิ้น	02 375 2455	89 ซอยเสรีไทย17 ถนนเสรีไทย แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10240
81	มูลนิธิบ้านนกขมิ้น สาขาสุโขทัย	093 140 7714	152/3 ม.10 ต.ทุ่งเสลี่ยม อ.ทุ่งเสลี่ยม จ.สุโขทัย 64150
82	มูลนิธิบ้านพระพร	02 719 7277	600/199-200 ถ.ริมคลองลาดพร้าว แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
83	มูลนิธิบ้านแห่งความหวัง (House of Hope)	044 666 385	175 หมู่ 3 ตำบล หนองกง อำเภอนางรอง บุรีรัมย์ 31110
84	มูลนิธิเบาะแส (Borsae Foundation)	081 404 2002	199/73 หมู่ 1 ต.บึงอีโด อ.ธัญบุรี ปทุมธานี 12130
85	มูลนิธิป้องกันและปราบปรามยาเสพติด	02 704 1250	หมู่ 5 39/2 ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ สมุทรปราการ 10560
86	มูลนิธิปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ	0 2611 5000	989 อาคารสยามทาวเวอร์ TOUR ชั้น 26 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
87	มูลนิธิพะเยาเพื่อการพัฒนา	081 885 3384	91 หมู่ 2 ตำบลสันป่าม่วง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000
88	มูลนิธิพัฒนาชุมชนและเขตภูเขา	085 711 8247	129/1 หมู่ 4 ถ.ป่าจี่ ซ. 4 ต. รอบเวียง อ.เมือง จ. เชียงราย
89	มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ (มพน.)	085 177 7225	77/1 หมู่ 5 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
90	มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	089 965 5781	538/1 ถนนสามเสน แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
91	มูลนิธิพัฒนาอีสาน	044 558 752	100/1 กม.14 ม. 4 ถ.สุรินทร์-สังขะ ต.ตาอึ้ง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000
92	มูลนิธิพิทักษ์สตรีและเด็ก	053 500 791	86/1 หมู่ 9 ตำบลริมปิง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
93	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	02 3933717-8	143/109-111 ม.ปิ่นเกล้าพัฒนา ซอยวัดสุวรรณคีรี ถ.บรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
94	มูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา	099 503 5942	1/204 แสบปีแลนด์แกรนด์วิลล์ ซอยลาดพร้าว 101 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
95	มูลนิธิเพื่อนหญิง	081 869 5193	386/61-62 ซ.รัชดาภิเษก42 ถ.รัชดาภิเษก แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กทม.10900
96	มูลนิธิโพธิ์วัฒนา	089 219 6523	10/1245 หมู่ 6 ถนน นวมินทร์ แขวงคลองฟุ่ม เขต บึงฟุ่ม กรุงเทพฯ 10240
97	มูลนิธิฟรีแลนด์(ฟาร์ม)	044 297 250	ตำบล วังหมี อำเภอวังน้ำเขียว นครราชสีมา 30370
98	มูลนิธิพันธ์อีสาน	095 853 2255	House 144 Mo 4 Kok Yang Chum, Ban Thanong Prasat, Prasat 32140 Surin, Thailand
99	มูลนิธิมิตาจิตธรรมสถาน สุราษฎร์ธานี	077 272 556	ถนนท่าทอง ตำบล ตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี 84000 ประเทศไทย
100	มูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ	062 709 6897 086 801 6453	มูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ 325/1 ซ้างซอยรามคำแหง 155 รามคำแหง Saphan Sung, Bangkok 10240, Thailand
101	มูลนิธิยุวพัฒน์	02 301 1093 (-5)	เลขที่ 1 ซ.พรีเมียร์ 2 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
102	มูลนิธิเยาวชนสัมพันธ์นานาชาติ สาขา วังเจ้า	091 778 0829	150 หมู่1 ซอย ตรอกรวมพล ตำบลเชียงทอง อำเภอวังเจ้า ตาก 63000
103	มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่	0 2278 1828	36/2 ซ.ประดิพัทธ์ 10 ถ.ประดิพัทธ์ แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
104	มูลนิธิรักษ์ไทย สำนักงานกระบี่	086 714 3164	193/3 หมู่ ที่ 7 ตำบล ไสไทย อำเภอเมืองกระบี่ กระบี่ 81000
105	มูลนิธิรักษ์ไทยปัตตานี	081 957 4497	300/114 หมู่บ้าน ออม ทอง ตำบล รุสมิแล อำเภอเมืองปัตตานี ปัตตานี
106	มูลนิธิรามธิบดี	02 201 0182	270 ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
107	มูลนิธิโรงเรียนวัดบุคคโล	02 468 0659	349 ซอย เจริญนคร 63 แขวงบุคคโล เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร
108	มูลนิธิศรีแก้วริยะ	043 393 282	596 หมู่ 2, ถนนมิตรภาพ ศิลา เมือง ขอนแก่น 4000
109	มูลนิธิศึกษาพัฒนาชนบท	053 297 015	514/1 ซอย บ้านต้นแก้ว 1 ตำบล ริมใต้ อำเภอแมริม เชียงใหม่ 50180
110	มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก	02 412 0738	979 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 12 แขวงวัดท่าพระ เขต บางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
111	มูลนิธิศูนย์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาแห่งประเทศไทย	081 282 7900	ต.หน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี 12140
112	มูลนิธิส่งเสริมจริยธรรมปัตตานี	081 271 7636	8/5 หมู่ 1 ตำบลตะลุโบะ อำเภอเมืองปัตตานี ปัตตานี 94000
113	มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน	02 617 1919	6/5 ซอยอารีย์ 5 ถนนพหลโยธิน แขวง สามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
114	มูลนิธิสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน	08 5901 5628	ตึกเพนเทคอสต์ มหาวิทยาลัยพายัพ จ.เชียงใหม่
115	มูลนิธิสถาบันพลังงานทางเลือกแห่งประเทศไทย	02 880 9577- 8	123-124 หมู่ 6 ซอยบรมราชชนนี 39 แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม.10170
116	มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ (มส.ผส.)	02 511 5855	1168 พหลโยธิน 22 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
117	มูลนิธิสมาพันธ์ชมรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพไทย	02 215 0791	สมาพันธ์ชมรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพไทย 795 สเตเดียมวัน ถ.บรรทัดทอง รongเมือง ปทุมวัน กทม. 10330
118	มูลนิธิสร้างสุขมุสลิมไทย	02 218 6193	99 ร่มเกล้า ซอย 6 แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
119	มูลนิธิสมาชีพ	02 530 9204	1111/23 เดอะฮาบีแทท ซ.ลาดพร้าว94 (ปัญจมิตร) แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กทม. 10310
120	มูลนิธิสากลเพื่อคนพิการ สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดชลบุรี	038 202 000	701 หมู่ที่ 3, ตำบลหนองซาก อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี, 20170
121	มูลนิธิสื่อเพื่อการศึกษาของชุมชน	02 690 2711	409 ซ.โรหิตสุข (รัชดาฯ 14) ถ.ประชากรราษฎร์บำเพ็ญ เขตห้วยขวาง กทม. 10310
122	มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน	02 965 4663	เลขที่ 71 ซอย รัตนนิเบศร์ 28 แยก 2 ตำบลบางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
123	มูลนิธิสุขภาพภาคใต้ Southern Health Foundation (SHF)	0 7445 1168	ชั้น 1 อาคารบริหารคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
124	มูลนิธิเสถียรธรรมสถาน	02 519 1119	เลขที่ 23 ถนนวัชรพล รามอินทรา 55 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230
125	มูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน	042 214 114	309/1 หมู่1 บ้านดาด, ตำบลบ้านดาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี, 41000
126	มูลนิธิอะมิรุลมูมินีน เพื่อเด็กกำพร้า3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	073 240 139	15/07 ถ.ลำลูกกา ต.คูคต อ.ลำลูกกา ปทุมธานี 12130
127	มูลนิธิอายิโนะโมะโต๊ะ	02 247 7000 ต่อ 1512	487/1 อาคารศรีอยุธยา ถนนศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท
128	มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก	02 054 6546 ,	เลขที่ 44 อาคารศรีจุลทรัพย์ ชั้น 16 ถนนพระรามที่ 1

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
	สภาการศึกษา	084 904 8785	แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
129	มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอส.)	02 691 0438	409 ซอยโรหิตสุข ถนนประชากรราษฎร์บำเพ็ญ 5 แขวง/ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
130	มูลนิธิอีสานพัฒนา	042 293 507	36 หมู่ 2, ตำบลเมืองเพีย อำเภอกุดจับ จังหวัด อุดรธานี, 41250 41250
131	มูลนิธิอุทกพัฒน์	02 158 0999	อาคารสถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำ (องค์การ มหาชน) เลขที่ 901 ชั้น 6 ถนนงามวงศ์วาน แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
132	มูลนิธิเอ็มพลัส	053 283 108	ตำบลป่าแดด อำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50100
133	มูลนิธิเอ็มเฟรนด์ อุดรธานี	093 396 9458	23 ตำบล บ้านเลื่อม อำเภอเมืองอุดรธานี อุดรธานี 41000
134	มูลนิธิเอสซีจี	02 586 5506	เลขที่ 1 อาคาร 1 ชั้น 1 ถนนปทุมพันธ์ุไทย บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
135	รร.บ้านบาง	081 964 4026	หมู่ที่ 20 ต.หนองหลวง อ.เฝ้าไร่ จ.หนองคาย
136	ร้อยเรื่องเมืองล้านนา	097 979 7879	47/74 ถนนโชตนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300
137	ลีกอร์ โปรดักชั่น-ผู้จัดการ	062 210 2083	
138	ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติมาบเอื้อง	065 864 0165	114/1 หมู่ 1 ซอยหนองบอนแดง 2/3 หนองบอนแดง อำเภอบ้านบึง ชลบุรี 20170
139	ศูนย์อนุรักษ์หิมาลัยศึกษาเพื่อการพัฒนา ท้องถิ่น	090 487 0377	137/270 ม.16 ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย อำเภอกันทรวิชัย 44150
140	ศูนย์ประสานงานหน่วยกู้ภัยใต้เต็กหัว ไทร	075 389 444	อาคารอพปร.เทศบาล หมู่ 1 ต.หัวไทร
141	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงม่อนเงาะ	095 675 3848	ตำบล เมืองเก่า อำเภอแม่แตง เชียงใหม่ 50150
142	ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการ ควบคุมยาสูบ (ศจย.)	064 585 3818	คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล โรงเรียนเรวดี 108 ถนนประดิพัทธ์ แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
143	ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร แม่ฮ่องสอน สำนักวิจัยและพัฒนาการ เกษตรเขตที่ 1	053 684 377	193 หมู่ 5, ตำบลผาป่อง อำเภอเมือง จังหวัด แม่ฮ่องสอน, 58000
144	ศูนย์วิจัยและพัฒนาชาวน้ำมันและพืช น้ำมัน จ.เชียงราย	053 734 140	888 หมู่ 10 ตำบล เวียงพางคำ อำเภอแม่สาย เชียงราย 57130
145	ศูนย์ส่งเสริมการให้และการอาสา ช่วยเหลือสังคม	0 2306 8953-4	ชั้น 3 อาคาร 60 ปี กรมประชาสัมพันธ์ เลขที่ 255 บริเวณสถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
			กรุงเทพมหานคร 10400
146	ศูนย์สถานศึกษาพอเพียง มูลนิธิยุวสถิรคุณ	027877033-4	สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ 173 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
147	ศูนย์สื่อพลเมือง (นครมีเดีย)	081 536 4082	33 หมู่ที่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอ พระพรหม นครศรีธรรมราช 80000
148	ศูนย์สื่อสร้างสรรค์ ภาคตะวันออก (ตะวันออกดีจัง)	093 721 1172	22/10-11 ถนน เทศบาลพัฒนา อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 20140
149	สถานที่ศึกษาพระอภิธรรม วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์	02 224 3843	อภิธรรมโชติกะวิทยาลัย มจร 3 วัดมหาธาตุยุวราชรังสฤษฎิ์ ถ.หน้าพระธาตุ พระบรมมหาราชวัง พระนคร 10200
150	สถานีโทรทัศน์เคชอุดมโทรทัศน์	088 574 2998	อ.เคชอุดม จ.อุบลฯ 34160
151	สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	086 746 0660	15 ถนนกาญจนวนิชย์ ตำบลคลองหอย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112
152	สถาบันพัฒนาการเด็กกราชนครินทร์	053 908 300	196 ม.10 ต.ดอนแก้ว อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่
153	สถาบันยุวทัศน์แห่งประเทศไทย	081 149 6824	1055/79 ชั้น 2 ซอยปรีดิพนมยงค์ 45 ถนนสุขุมวิท71 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
154	สภาองค์กรชุมชนตำบลเนินค้อ จังหวัดระยอง	087 817 8030	70 หมู่ 7 ต.เนินค้อ อ.แกลง จ.ระยอง 21110
155	สภาองค์กรชุมชนตำบลบุพราหมณ์	095 879 5077	215 หมู่ 6 ตำบลบุพราหมณ์ อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี
156	สมาคม/ธุรกิจส่วนตัว	089 256 6155	51/154 ม.1 ต.บางแก้ว อ.นครชัยศรี จ.นครปฐม 73120
157	สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้	086 957 3697	ตำบลเกาะพิทักษ์ อำเภอสรี จังหวัดชุมพร
158	สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย	02 246 3835	85/1-3 ซ.บุญอยู่ ถ.ดินแดง แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
159	สมาคมเคเบิลทีวีและโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย	02 375 2216	67 ถนนเสรีไทย 7 คลองจั่น เขตบางกะปิ กทม 10240
160	สมาคมเครือข่ายสื่อท้องถิ่นเมืองพระร่วง	081 823 4770	85/2 ม.3 ต.ในเมือง อ.สวรรคโลก จ.สุโขทัย 64110
161	สมาคมชุมชนประมงน้ำจืดภาคอีสาน	089 846 5466	จังหวัดศรีสะเกษ
162	สมาคมตระกูลลิ้มสุราษฎร์ธานี	081 083 3201	20/23 ม.4 ถ กาญจนวิถี อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี 84000
163	สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์ จังหวัดเพชรบูรณ์	086 931 9691	234/58 หมู่ 12 ซ.ชิตีไฮม ต.นาजू อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
164	สมาคมประชาสังคมพังกาแห่งความสุข	089 650 7805	45/61 ม.3 ต.ตากแดด อ.เมือง จ.พังกา
165	สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ประเทศไทย)	096 642 1093	45/10 หมู่ที่ 2 ตำบลบางเตย อำเภอสามพราน จังหวัด นครปฐม 73210
166	สมาคมเพื่อเยาวชนและพัฒนาสังคม ภาคใต้ตอนบน	089 963 7611	84/1 ม.7 ต.บ้านเกาะ อ.พรหมคีรี จ.นครศรีธรรมราช
167	สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ท้องถิ่นจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	081 005 8153	116 ม.4 ต.บางสะพาน อ.บางสะพานน้อย 77170
168	สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์สุพรรณบุรี	087 999 6191	52/1 หมู่ 3 ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี 72000
169	สมาคมวีอาร์กซ์พรรณานิคม	098 239 9234	182 หมู่2 ต.ช้างนิง อ.พนัญนิคม จ.สกลนคร
170	สมาคมสตรีอาสาจังหวัดสุราษฎร์ธานี	วิภาดา วาสินธุ์	หมู่ที่ 4 เลขที่ 261 ขุนทะเล ตำบล ขุนทะเล เมือง สุ ราษฎร์ธานี 84100
171	สมาคมสร้างสรรค์ชีวิตและสิ่งแวดล้อม	081 884 4062 08 6117 1991	72/2 หมู่ 15 ซอย 7 ถนนสันโค้งน้อย ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
172	สมาคมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย	02 357 1921	13/8 ถนนบรมราชชนนี แขวงฉิมพลี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
173	สมาคมสื่อซอสะอาด	081 616 6955	18/882 หมู่ที่ 5 ตำบลบางพุท อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
174	สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา	082 151 5944	อาคารธรรมราชานุวัตร วัดศรีโคมคำ อำเภอเมือง พะเยา จังหวัดพะเยา
175	สมาคมสื่อชุมชนภาคใต้ นครศรีธรรมราช	080 626 7805	556/475 ม.5 ต.ปากพูน อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000
176	สมาคมสื่อดิจิทัลเพื่อผู้บริโภค	092 585 9669	58/3 ตลาดพร้าว35 ถนนลาดพร้าว แขวงลาดยาว เขต จตุจักร กทม. 10900
177	สมาคมสื่อมวลชน จังหวัดจันทบุรี	081 949 0128	112 ถ.สุขุมวิท ต.วัดใหม่ อ.เมือง จ.จันทบุรี
178	สมาคมสื่อวิทยุโทรทัศน์พังกา อันดา มั่น	081 536 9619	99 ม.9 ถนนเพชรเกษม ต.โคกกลอย อ.ตะกั่วทุ่ง จ. พังกา 82140
179	สมาคมสื่อสร้างสรรค์ เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว	095 376 9983	22/10-11 ถนนเทศบาลพัฒนา ตำบลพนัสนิคม อำเภอ พนัสนิคม จังหวัดชลบุรี อำเภอพนัสนิคม 20140
180	สหกรณ์การเกษตรปฐวิที่ดินอำเภอ บ่อทอง(คทช.)จำกัด	084 186 5064	88 ม.8 ต.บ่อทอง อ.บ่อทอง จ.ชลบุรี 20270
181	สหทัยมูลนิธิ	02 381 8834	850/33 ซอย ปรีดีพนมยงค์ 36 ถนน สุขุมวิท 71 แขวง คลองตันเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพฯ 10110

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	เบอร์โทรศัพท์	ที่อยู่
182	สำนักกิจกรรมกึ่งกันใบ	085 055 5958	41 หมู่ที่6 ตำบลชัยชุมพล อ.ลับแล จ.อุตรดิตถ์ 53130
183	สำนักข่าว BaaBin Online (บ้าน ออนไลน์)	094 898 4483	
184	สำนักข่าวคนบ้านสวน Bs News อ. เมือง จ.สุโขทัย	080 515 3635	Moo 3 Bansuan Sub-district Mueang Sukhothai, Sukhothai, Thailand 64220
185	สำนักข่าวปฏิรูปที่ดินภาคอีสาน	098 105 6932	501 ต.คอนสาร อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ 36180
186	สำนักข่าวอะลามี่	065 749 7894	บริษัท 246 ถนนประชาร่วมใจ แขวงทรายคลองดินใต้ เขตคลองสามวา กทม.10510
187	สำนักงานเครือข่ายลดอุบัติเหตุ	081 289 0708	ชั้น 1 อาคารราชประชาสมาสัย กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
188	สำนักเลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์ แห่งชาติ	0 2668 9900	538/1 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
189	สำนักสื่อ Wartani	085 446 9085	202/1 ถนนวิสุทธิศุภกิจ10 ตำบลสะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
190	สื่อภาคประชาชน	089 411 1848	79/211 ซ. สุวินทวงศ์ 22 มินบุรี กทม
191	สื่อบ้านนอก	081 277 5527	กาญจนวนิช เทศบาลนครสงขลา
192	สื่อพลเมืองอิสระ	080 197 4447	6/31 หมู่5 ซอยย่าโม บ้านดงอุดม ต.หนองบัว อ.เมือง จ.อุตรธานี
193	สื่อสร้างสรรค์	096 882 2820	26 / 110 ซอยรัชประชา 2 ถนนรัชดา-ประชาชื่น แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ฯ 10900
194	สื่อสร้างสุข	081 878 6440	66 ถ.อุบลตระการ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000
195	เสริมงามพลเมือง	091 851 4169	
196	หจก.ชุมแสงเรดิโอ กรุ๊ป	086 440 7318	189/21 ม.17 ต.เกยไชย อ.ชุมแสง จ.นครสวรรค์
197	หจก.ห้องหุ้สุข	081 290 5168	1737 หมู่ 3 ต.บางพูน อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
198	องค์กรผู้หญิงปาตานี Persatuan Perempuan Patani (PERWANI)	086 959 8827	75/8 ซอย.ศรีปุดรา ถ.สิโรธร เทศบาลนครยะลา 95000
199	อันดามัน ไทม์ - ข่าวเมืองตรัง 10 อำเภอ	088 751 6103	จังหวัดตรัง
200	อุทยานการเรียนรู้แม่ฮ่องสอน	053 613 450	ตำบล จอคำ อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน แม่ฮ่องสอน 58000

ภาคผนวก จ

คำถามที่ใช้ในการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา

สื่อชุมชนสื่อสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนา
ชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยน
ความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
ประเภทบริการชุมชน



แบบแสดงความคิดเห็นต่อโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชนที่ยั่งยืน และ (ร่าง) หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชนสำหรับประเทศไทย

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อขอความคิดเห็นต่อประเด็นที่บรรจุในโมเดลการให้บริการโทรศัพท์ชนที่ยั่งยืน และประเด็นที่ต้องการข้อเสนอแนะในการปรับปรุง (ร่าง) หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรศัพท์ชนสำหรับประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับการให้บริการตามบริบทในปัจจุบัน

จึงขอความอนุเคราะห์ท่าน ในการแสดงความคิดเห็นตามความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็น
โดย สำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. การแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์ชน

1.1 มุมมองของท่านต่อการแบ่งพื้นที่ให้บริการโทรศัพท์ชน ท่านมีความเห็นอย่างไรสำหรับบริบทของประเทศไทยควรแบ่งตามหลักเกณฑ์ทางภูมิศาสตร์หรือแบ่งตามหลักเกณฑ์ทางเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม

.....
กรุณาระบุเหตุผลของท่าน
.....
.....

2. โมเดลการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืน

กรุณาแสดงความเห็นในประเด็นสำรวจที่ต้องการให้ปรับปรุง และประเด็นที่ต้องการให้เพิ่มเติมสำหรับการสำรวจแต่ละด้าน

ลำดับ	องค์ประกอบ	ข้อคิดเห็นที่ต้องการให้ปรับปรุง
ด้านการสร้างคุณค่า (Value)		
1	สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งระดับบุคคลและชุมชนในพื้นที่ที่ถูกต้องเชื่อถือได้	
2	สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชน	
3	สามารถสร้างสรรคงาน/ขยายการรับรู้	
4	สามารถเป็นแหล่งฝึกงานกับสถาบันการศึกษา, แหล่งเรียนรู้อาชีพ และการพัฒนาตนเอง	
5	สามารถให้การสื่อสารด้านภัยพิบัติ , สนับสนุนข้อมูลและเครือข่ายในการจัดการให้ทุกภาคส่วน รวมทั้งการระดมทุนและประสานความช่วยเหลือ	
6	สามารถนำสังคมสู่การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เกิดความเข้าใจและสามัคคี	
7	สามารถสร้างเวทีเรียนรู้/แลกเปลี่ยน	
8	สามารถเสริมสร้างประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ	
9	สามารถส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายในระดับพื้นที่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
ด้านการจำแนกลูกค้า (Customer Segments)		
1	กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่ดูแล	
2	กลุ่มกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน	
3	หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น	
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ห้างร้าน	
5	กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	

ลำดับ	องค์ประกอบ	ข้อคิดเห็นที่ต้องการให้ปรับปรุง
		
ช่องทางสื่อสาร (Channels)		
1	มีช่องทางสื่อสารผ่านหน้าจอมือถือ	
2	มีช่องทางผ่านกิจกรรมบนพื้นที่	
3	มีการส่งสื่อ-ข้อมูลออกผ่านหน้าจอทีวี	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)		
1	มีการจัดประชุมกองบรรณาธิการร่วมกับเครือข่ายชุมชน	
2	มีการสำรวจความต้องการเนื้อหาจากคนในชุมชน	
3	มีการสร้างนักข่าวในพื้นที่ เช่น เยาวชนในชุมชนเพื่อทำหน้าที่สื่อ	
4	มีการเปิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ เชื่อมโยงชุมชนวิชาการ วิชาชีพ	
5	มีกิจกรรมสื่อสารร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อหนุนสินค้าและการท่องเที่ยวชุมชน	
6	มีการจัดเวทีสาธารณะระดับชุมชน/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย	
7	มีการผลิตรายการร่วมกับนิสิตและชุมชน เช่นห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน	
8	มีคนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ	
9	มีการจัดประชุมคณะกรรมการบริหาร	
10	มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ร่วมกับหน่วยงานรัฐและเอกชน	
11	มีกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ดู เช่นการแจกรางวัล การรับเรื่องร้องทุกข์	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
กิจกรรมหลักขององค์กร (Key Activities)		
1	การหาข่าว/นำเสนอข่าวชุมชน	
2	การกลั่นกรองข่าว	

ลำดับ	องค์ประกอบ	ข้อคิดเห็นที่ต้องการให้ปรับปรุง
3	การนำเสนอ/ถ่ายทอดสด	
4	การหาแหล่งรายได้	
5	การฝึกอบรม	
6	การบริหารภายในองค์กร เช่น ธุรการ/บัญชี ซ่อมบำรุง IT ฯลฯ	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
ทรัพยากรหลัก (Key Resources)		
1	สถานีย่ายทำรายการ	
2	อุปกรณ์/เครื่องมือ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ตัดต่อ	
3	บุคลากรด้านสื่อและการผลิตสื่อ	
4	เครือข่ายด้านข้อมูล	
5	อาสาสมัคร จิตอาสา แกนนำในพื้นที่	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
พันธมิตรหลัก (Key Partners)		
1	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)	
2	เครือข่ายสังคมบนพื้นที่ เช่น เครือข่ายผู้ด้อยโอกาส, กลุ่มชาติพันธุ์, ประชาชนชุมชน, กลุ่มเกษตรกร, เครือข่ายศาสนา ฯลฯ	
3	องค์กรวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ เช่น สมาคมสื่อมวลชนศึกษา, สมาคมนักข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ	
4	กลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระในพื้นที่	
5	กลุ่มเครือข่ายสื่อออนไลน์ในพื้นที่ เช่น เพจดังในพื้นที่	
6	ทีวีภูมิภาค และเคเบิลทีวีในพื้นที่	
7	กองทุนวิจัยและพัฒนาต่างๆ เช่น กองทุนสื่อสร้างสรรค์	
8	สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย	

ลำดับ	องค์ประกอบ	ข้อคิดเห็นที่ต้องการให้ปรับปรุง
9	กลุ่มจิตอาสา / กลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่	
10	โทรทัศน์ในระดับประเทศ เช่น TPBS, NBT	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
ช่องทางรายได้ (Revenue Streams)		
1	รายได้จากการจัดกิจกรรม และ/หรือร่วมจัดกิจกรรมกับภาคส่วนต่าง ๆ	
2	รายได้จากการระดมทุน อาทิ จัดพิมพ์ชุดความรู้ จัดนิทรรศการ	
3	รายได้จากการรับบริจาค/ขายของที่ระลึก	
4	รายได้จากการจัดกิจกรรมฝึกอบรม/สัมมนา เช่น นักข่าวชุมชน	
5	รายได้จากการให้บริการถ่ายทอดสด	
6	รายได้จากทุนวิจัยและพัฒนาจากกองทุนต่างๆ	
7	รายได้จากการผลิตวีดิทัศน์และรายการ	
8	รายได้จากการขายเนื้อหาและสื่อที่ผลิต	
9	รายได้จากการเช่าสถานที่/อุปกรณ์	
10	รายได้จากค่าสมาชิก	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	
รายจ่าย (Cost Structure)		
1	ค่าผลิตรายการ	
2	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์และการซ่อมบำรุง	
3	ค่าโครงข่าย	
4	ค่าบริหารองค์กร เช่น ค่าบุคลากร ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าประชุม	
5	ค่าใช้จ่ายในงานอาสาสมัคร/จิตอาสา	
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการตลาด เช่น ค่าเดินทาง ค่าประสานงานต่างๆ	
7	ค่าเสื่อมสภาพอุปกรณ์ในการผลิตเนื้อหา	
	ประเด็นสำรวจที่ต้องการให้เพิ่มเติม	

3. (ร่าง) หลักเกณฑ์ แนวทางในการอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย

3.1 ท่านมีมุมมองต่อการแสดงข้อมูล เนื้อหารายการ สัดส่วนรายการ ว่าควรให้ชุมชนควรเป็นผู้ออกแบบกำหนดประเภทเนื้อหา สัดส่วนรายการ นำมาเสนอกับ กสทช. เอง อย่างไร

.....

.....

3.2 ท่านมีมุมมองต่อประเด็นด้าน “ควรกำหนดให้มีโฆษณาได้โดยคิดเป็นสัดส่วนที่คล้ายกับทีวีสาธารณะ (ไม่เกิน 8 นาที)” สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชน อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3.3 สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย หากสามารถมีโฆษณาได้ ท่านมีมุมมองต่อการกำหนดขอบเขตด้านการโฆษณาอย่างไร

สิ่งที่สามารถนำเสนอได้

.....

.....

.....

.....

สิ่งที่นำเสนอไม่ได้

.....

.....

.....

3.4 ในมุมมองของท่านสำหรับการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนสำหรับประเทศไทย การนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสามารถทำได้หรือไม่

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ช.

รายนามผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุมหารือร่วมกันระหว่างสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา สื่อชุมชนสื่อสาธารณะ ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชนหน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบ ดิจิตอลประเภทบริการชุมชน

รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ครั้งที่ 1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการระดมความคิดเห็นร่วมกันระหว่าง สำนักงาน กสทช. กับองค์กร หน่วยงานและกลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ ในวันพุธที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2563 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ชั้น 1 อาคารหอประชุมสำนักงาน กสทช. (แสดงเอกสารการลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมการประชุมในภาคผนวก) แสดงรายชื่อผู้เข้าร่วมดังตารางที่ 1 ดังนี้

รายชื่อผู้เข้าร่วมการระดมความคิดเห็น วันพุธที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2563 (กลุ่มคนที่เตรียมความพร้อมเพื่อขออนุญาตประกอบกิจการฯ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
สำนักงาน กสทช.		
1	คุณพสุ ศรีหิรัญ	ผู้อำนวยการ สำนักงานการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
2	คุณอรศรี ศรีระชา	ผู้อำนวยการส่วน สำนักกิจการดาวเทียมสื่อสาร
3	คุณพัชอาภา พัฒนสมบูรณ์	สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
4	คุณวรรณพร อึ้งตระกูล	สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย
มหาวิทยาลัยศิลปากร		
1	ดร.สังมา สารวัตร	หัวหน้าโครงการฯ
2	คุณวศิน มหัตนรินทร์กุล	ที่ปรึกษาฯ
3	คุณภัทรมน ทองโนแก้ว	นักวิจัย
4	คุณพิมพ์ประไพ จิตหาญ	นักวิจัย
5	คุณจุฑาพันธ์ อูไรลักษณ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
6	คุณปิยวรรณ นาทุ่งนุ้ย	ทีมวิจัย
คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน สำนักงาน กสทช. (กตป.)		
1	พันเอก ดร.พีรวัส พรหมกลัดพะเนาว์	กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านกิจการโทรคมนาคม
2	ดร.บัณฑิต ตั้งประเสริฐ	กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านกิจการโทรทัศน์
3	คุณสิทธิชัย วุฒิศักดิ์	ผู้ช่วย กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรคมนาคม
4	คุณฉวีนิยา ทองแถม	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรคมนาคม
5	คุณปลื้ม ดวงโกลา	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์
6	คุณพรหมภัสสร อาชะเศียรกุล	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์
สมาคม / มูลนิธิ / นิติบุคคล / กลุ่มบุคคล		

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณเกรียงไกร ชีช่วง	ศูนย์ประสานงานเครือข่ายชนเผ่าพื้นเมืองภาคตะวันตก (กลุ่มชาติพันธุ์ราชบุรี)
2	คุณเจริญพงศ์ พรหมศรี	สมาคมเพื่อนเยาวชนและพัฒนาสังคมภาคใต้ และ สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้
3	คุณกมล หอมกลิ่น	โทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี
4	คุณชัยวัฒน์ จันธิมา	สมาคมสื่อชุมชนจังหวัดพะเยา
5	คุณชาติชาย เหลืองเจริญ	สภาองค์กรชุมชนตำบลเนินค้อ จ.ระยอง
6	คุณชูชาติ อุทัยจิต	สื่อท้องถิ่นเมืองพระร่วง
7	คุณทวีศักดิ์ ปิยะวิสุทธิกุล	สมาคมสื่อวิทยุโทรทัศน์พังงา อันดามัน
8	คุณทินภัทร ภัทรเกียรติทวี	โพควา โปรดักชั่น
9	คุณธวัชชัย ดวงนภา	หจก.ห้องหุ่นสุข จำกัด
10	คุณจุฑารส พรประสิทธิ์	มูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน
11	คุณอรัญญา แซ่ลี	มูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน
12	คุณตรีพล เพชรสุวรรณ	มูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน
13	คุณประสาร สถานสถิตย์	มูลนิธิรักษไทย สำนักงานกระบี่
14	คุณวิวัฒน์ ตามี	มูลนิธิผานวนวัฒนธรรม
15	คุณสุทนต์ กล้าการชาย	สมาคมสื่อช่อสะอาด
16	คุณอนันต์ เขียวสด	สมาคมสานพลังช่วยราษฎร์ จ.กระบี่
17	คุณ ยะห์ อาลี	สื่อปัตตานี
18	คุณฟาตีเมาะห์ ยูนิ	สื่อปัตตานี
19	คุณรอมือละห์ แซเยะ	สื่ออิสระ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ , The Motive
20	ดร.นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
21	ดร.เขวิกา สุขเอี่ยม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ครั้งที่ 2 รายชื่อผู้เข้าร่วมการระดมความคิดเห็นร่วมกันระหว่าง ผู้บริหารสำนักงาน กสทช. สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจการโทรทัศน์และพัฒนาชุมชน ในวันพฤหัสบดี ที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2563 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ชั้น 1 อาคารหอประชุมสำนักงาน กสทช. (แสดงเอกสารการลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมการประชุมในภาคผนวก) แสดงรายชื่อผู้เข้าร่วมดังตารางที่ 2 ดังนี้

รายชื่อผู้เข้าร่วมการระดมความคิดเห็น วันพฤหัสบดี ที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2563 (กลุ่มผู้บริหารสำนักงาน กสทช. และนักวิชาการ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
สำนักงาน กสทช.		
1	คุณกอนก กิจบาลจ่าย	ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์
2	คุณปริตา วงศ์ชุตินาถ	ผู้อำนวยการ สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยี ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
3	คุณอาคม สุวรรณรักษา	ผู้อำนวยการ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม
4	คุณอรศรี ศรีระชา	ผู้อำนวยการส่วน สำนักกิจการดาวเทียมสื่อสาร
5	คุณวันทนี วรรณันท์กุล	ผู้อำนวยการส่วน สำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรทัศน์
6	ดร.จิตติมา ศุภเกษม	ผู้อำนวยการส่วน สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์
7	คุณเอกรินทร์ ยุพาพิน	ผู้อำนวยการส่วน สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม
8	คุณรพีพร บัวหอม	สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยี ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
9	คุณนิธิวุฒิ จีระเรืองรัตนนา	สำนักกองทุนวิจัยและพัฒนา
10	คุณสุเทพ วิลเลิส	เลขานุการ สำนักงาน กสทช. (คุณธวัชชัย)
มหาวิทยาลัยศิลปากร		
1	ดร.สังกมา สารวัตร	หัวหน้าโครงการฯ
2	คุณวศิน มหัตนรินทร์กุล	ที่ปรึกษาฯ
3	คุณภัทรมน ทองโนแก้ว	นักวิจัย
4	คุณพิมพ์ประไพ จิตหาญ	นักวิจัย
5	คุณจุฑาพันธ์ อูไรลักษณ์ิ	ผู้ช่วยนักวิจัย
6	คุณปิยวรรณ นาทุ่งนัย	ทีมวิจัย
คณะกรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน สำนักงาน กสทช. (กตป.)		
1	พันเอก ดร.พีรวัส พรหมกลัดพะเนา	กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านกิจการโทรคมนาคม
2	ดร.บัณฑิต ตั้งประเสริฐ	กรรมการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านกิจการโทรทัศน์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
3	คุณสิทธิชัย วุฒิสักดิ์	ผู้ช่วย กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรคมนาคม
4	คุณณานิยา ทองแถม	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรคมนาคม
5	คุณปลื้ม ดวงโกลา	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์
6	คุณพรหมภัสสร อาชะเศียรกุล	เลขานุการ กตป. กสทช. ด้านกิจการโทรทัศน์
สื่อสาธารณะ		
1	คุณสมเกียรติ จันทรสีมา	ผู้อำนวยการสำนักเครือข่ายสื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS)
2	คุณกิตติศักดิ์ ศรีจรัส	กรมประชาสัมพันธ์
3	คุณจิราภรณ์ มาลาภาณจน์	สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (TPTV)
4	คุณศรัณยพงศ์ จันทร์นุ้ม	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (TV5 HD1)
5	รต.อรุณ มุกจันทร์	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (TV5 HD1)
ผู้ทรงคุณวุฒิ สถาบันการศึกษา		
1	คุณขวัญชีวา ไตรพิริยะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ
2	ดร.เมธาวิณ สาระยาน	ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
3	ดร.วรางคณา นิยมฤทธิ์	นักวิชาการ
4	ผศ.กรกฎ จำเนียร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
5	ผศ.กาญจนา เชี่ยววิทย์การ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
6	ผศ.ดร.นิภากร กำจรเมฆกุล	รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตร่มเกล้า 60
7	ผศ.ดร.ประกอบเกียรติ อัมศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
8	ผศ.ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9	ผศ.ดร.อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
10	รศ.มาลี บุญศิริพันธ์	
11	คุณสมัชชา นิลปัทม์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
12	รศ.สุนันท์ นิลพงษ์	นักวิชาการอิสระ
13	คุณอำพล พงษ์พิพัฒน์	

ภาคผนวก ซ.

หลักเกณฑ์ คู่มือการจัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย

คู่มือการจัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย

คำแนะนำทั่วไป ในการจัดทำรายงานนี้ ให้ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย กระชับ ครบถ้วน และตรงประเด็น และจะต้องระบุข้อมูล สถิติ หรือข้อเท็จจริงที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ ประกอบการให้เหตุผลในการประเมินไว้ด้วย

รายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของ.....	○ ระบุชื่อของกฎหมายที่ประเมินผลสัมฤทธิ์ ซึ่งอาจเป็นพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติ พระราชกำหนด หรือประกาศหรือคำสั่งของคณะปฏิวัติหรือคณะรักษาความสงบแห่งชาติ
------------------------------------	---

ส่วนที่ ๑ : ข้อมูลเบื้องต้น

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
๑. หน่วยงานผู้รับผิดชอบการประเมินผลสัมฤทธิ์	○ ระบุชื่อหน่วยงานของรัฐ (ระดับกรมหรือเทียบเท่า) ที่เป็นผู้รับผิดชอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ตามที่ผู้รักษาการตามกฎหมายหรือนายกรัฐมนตรีประกาศ ในกรณีที่เป็นการดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์ร่วมกันหลายหน่วย ให้ระบุด้วยว่าได้ดำเนินการร่วมกันอย่างไร เช่น หน่วยงานใดเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ หรือมีการแบ่งความรับผิดชอบในการประเมินผลสัมฤทธิ์อย่างไร
๒. หน่วยงานผู้บังคับใช้กฎหมาย	○ ระบุชื่อหน่วยงานของรัฐ (ระดับกรมหรือเทียบเท่า) ทุกหน่วยงานที่เป็นผู้บังคับใช้กฎหมายนี้
๓. ผู้รักษาการตามกฎหมาย	○ ระบุผู้รักษาการตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย ในกรณีที่มีผู้รักษาการหลายคนให้ระบุให้ครบทุกคน
๔. เหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ ☐ ครบรอบระยะเวลาที่กำหนด ☐ ได้รับหนังสือร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้องในเรื่อง (ระบุเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนหรือมีข้อเสนอแนะ) ☐ ได้รับข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการพัฒนากฎหมายในเรื่อง (ระบุเรื่องที่ได้รับการเสนอแนะให้ประเมิน) ☐ อื่น ๆ คือ	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทราบเหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ ○ ให้ระบุเหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ) และอธิบายรายละเอียดที่เกี่ยวข้องโดยสังเขป ในกรณีที่ได้รับหนังสือร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการพัฒนากฎหมาย ให้ระบุเรื่องที่ได้รับการร้องเรียนหรือได้รับข้อเสนอแนะด้วย

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
๕. วันที่มีเหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์..... โดยประเมินผลที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายตั้งแต่วันที่ ถึงวันที่	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทราบวันที่มีเหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ ซึ่งจะมีผลต่อไปถึงกำหนดวันที่หน่วยงานจะต้องประเมินผลสัมฤทธิ์ให้แล้วเสร็จ (ไม่ช้ากว่าหนึ่งปีนับแต่วันที่เหตุที่ต้องประเมินผลสัมฤทธิ์) และเพื่อให้ทราบว่า การประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งนี้เป็นการประเมินผลที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายระหว่างช่วงระยะเวลาใด ○ ให้ระบุวันที่มีเหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔ และระบุวันเริ่มต้นและวันสิ้นสุดของช่วงเวลาที่นำผลการบังคับใช้กฎหมายมาใช้พิจารณาประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งนี้ ○ ในกรณีที่เหตุแห่งการประเมินผลสัมฤทธิ์ คือ ครบรอบระยะเวลาที่กำหนด ➢ กรณีกฎหมายที่มีผลใช้บังคับก่อนวันที่ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ ในการประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งแรก ให้ประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายตั้งแต่วันที่กฎหมายมีผลใช้บังคับถึงวันสิ้นปีปฏิทินของปีก่อนหน้าปีที่ทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ สำหรับในการประเมินครั้งถัดไป ให้ประเมินผลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคมของปีที่ประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งก่อน จนถึงวันที่ครบกำหนดระยะเวลาการประเมินผลสัมฤทธิ์ ➢ กรณีกฎหมายที่มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๒ ให้ประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายตั้งแต่วันที่กฎหมายมีผลใช้บังคับหรือวันที่มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งก่อน จนถึงวันที่ครบกำหนดระยะเวลาการประเมินผลสัมฤทธิ์
๖. รายชื่อกฎที่เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลสัมฤทธิ์ ในรายงานฉบับนี้	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทราบว่าหน่วยงานได้นำผลการบังคับใช้กฎที่ออกตามกฎหมายนี้ฉบับใดบ้างมาพิจารณาในการประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งนี้ ○ ให้ระบุรายชื่อกฎตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง (พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง ประกาศ กระทรวง ข้อบัญญัติท้องถิ่น ระเบียบ ข้อบังคับ หรือบทบัญญัติอื่นที่มีผลบังคับเป็นการทั่วไป โดยไม่มุ่งหมายให้ใช้บังคับแก่กรณีใดหรือบุคคลใดเป็นการเฉพาะ) ที่มีผลให้เกิดการกระทำประชาชน หรือการไม่ปฏิบัติตาม จะมีผลให้ต้องได้รับโทษหรือเสียสิทธิ หรือกระทบต่อสถานะของบุคคล ทุกฉบับสำคัญที่เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลสัมฤทธิ์ในครั้งนี้
๗. รายชื่อกฎที่ดำเนินการประเมินผลสัมฤทธิ์ เป็นการเฉพาะ (ประเมินผลสัมฤทธิ์เป็นรายฉบับ ตามแบบรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎ)	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทราบว่าหน่วยงานได้นำผลการบังคับใช้กฎที่ออกตามกฎหมายนี้ฉบับใดมาประเมินผลสัมฤทธิ์เป็นการเฉพาะตามแบบแนบท้าย ๒ ○ การระบุรายชื่อกฎตามข้อนี้ ให้ระบุเฉพาะกรณีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎเป็นการเฉพาะที่ทำการประเมินในคราวเดียวกับการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย

ส่วนที่ ๒ : การวิเคราะห์ความจำเป็นและผลกระทบของกฎหมาย

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
๘. กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาใด	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ทราบปัญหาหรือความจำเป็นซึ่งเป็นที่มาของการตรากฎหมาย รวมทั้งเป้าหมายที่กฎหมายมุ่งประสงค์ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ความจำเป็นของกฎหมายและการประเมินผลสัมฤทธิ์การบังคับใช้กฎหมาย ○ ให้ระบุวัตถุประสงค์ของกฎหมาย กล่าวคือ ชี้แจงว่ากฎหมายมุ่งประสงค์ที่จะแก้ไขปัญหาใดหรือมีความจำเป็นอย่างไรในการตรากฎหมาย และเป้าหมายที่กฎหมายมุ่งประสงค์ให้เกิดขึ้นคืออะไร (ในกรณีที่วัตถุประสงค์ของกฎหมายมีมากกว่าหนึ่งวัตถุประสงค์ ให้ระบุให้ครบทุกวัตถุประสงค์) ○ ในกรณีที่กฎหมายมีการแก้ไขเพิ่มเติม ให้นำเหตุผลความจำเป็นของการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายทุกครั้งมาพิจารณาด้วย ○ ในกรณีที่กฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อปรับปรุงกฎหมายเดิม ให้นำเหตุผลความจำเป็นของกฎหมายเดิม รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวมาพิจารณาเปรียบเทียบด้วย ○ เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของกฎหมาย ผู้ประเมินอาจพิจารณาจาก : ➢ หลักการและเหตุผลของกฎหมายที่ปรากฏท้ายพระราชบัญญัติ ➢ การศึกษาบทบัญญัติของกฎหมายทั้งฉบับเพื่อวิเคราะห์หาเจตนารมณ์ของกฎหมายนั้น ➢ ข้อเท็จจริงและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่มีการตรากฎหมาย ➢ รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมาย ในกรณีที่กฎหมายมีการจัดทำรายงานดังกล่าว ให้นำเหตุผลความจำเป็นที่ต้องตรากฎหมายที่ปรากฏอยู่ในข้อ ๑ และข้อ ๒ ของรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบมาประกอบการพิจารณาด้วย
๙. มาตรการสำคัญที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ คือ	วัตถุประสงค์ : เพื่อเป็นข้อมูลในการตรวจสอบว่ามาตรการสำคัญที่กำหนดไว้ในกฎหมาย สามารถแก้ไขปัญหาซึ่งเป็นที่มาของการตรากฎหมายและทำให้บรรลุตามเป้าหมายของกฎหมายที่ตั้งไว้ได้จริงหรือไม่ ○ “มาตรการสำคัญที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมาย” คือ มาตรการหรือกลไกที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และกฎที่ออกตามกฎหมายเพื่อใช้แก้ไขปัญหาซึ่งเป็นที่มาของการตรากฎหมาย หรือเพื่อทำให้เกิดผลตามเป้าหมายของกฎหมายที่ตั้งไว้ เช่น

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
	➢ การออกใบอนุญาต การจดทะเบียน การขึ้นทะเบียน และการรับแจ้ง ➢ การกำหนดคุณสมบัติและลักษณะต้องห้ามของบุคคลในการดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนด ➢ การกำหนดหน้าที่ของประชาชนหรือผู้ประกอบการ ➢ การกำหนดหน้าที่ให้แก่หน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ➢ การกำหนดมาตรการส่งเสริมหรือการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ ➢ การกำหนดฐานความผิดและโทษหรือสภาพบังคับที่เป็นผลร้ายแก่บุคคลผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ทั้งนี้ มาตรการสำคัญในกฎหมายแต่ละฉบับอาจมีมากกว่าหนึ่งมาตรการ ให้ระบุทุกมาตรการ ○ การระบุมมาตรการในข้อนี้ ให้อธิบายสาระสำคัญของแต่ละมาตรการโดยสังเขป และหากมีการออกกฎเพื่อกำหนดรายละเอียดของมาตรการให้นำกฎนั้นมาพิจารณาประกอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ด้วย
๑๐. กฎหมายนี้มีบทบัญญัติกำหนดให้ประชาชนต้องกระทำการหรืองดเว้นกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่ากฎหมายนี้จำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของประชาชนในกรณีใดบ้าง ○ ให้ระบุบทบัญญัติในกฎหมายและกฎที่ออกตามกฎหมายที่กำหนดให้ประชาชนต้องกระทำการหรืองดเว้นกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด หรือมีผลเป็นการจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพของประชาชนในลักษณะอื่นใด และอธิบายสาระสำคัญของบทบัญญัตินั้นโดยสังเขป
๑๑. กฎหมายนี้ยังมีความจำเป็นและสอดคล้องกับสภาพการณ์ พัฒนาการของเทคโนโลยี และวิถีชีวิตของประชาชนหรือไม่ เพียงใด	วัตถุประสงค์ : เพื่อวิเคราะห์ว่ากฎหมายนี้ยังมีความจำเป็นหรือไม่ โดยพิจารณาว่าวัตถุประสงค์และมาตรการสำคัญของกฎหมายยังมีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน พัฒนาการของเทคโนโลยี และวิถีชีวิตของประชาชนอยู่หรือไม่ ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่า ➢ สภาพการณ์ด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม หรือวิถีชีวิตของประชาชนในช่วงเวลาที่กฎหมายตราขึ้นมีความแตกต่างจากสภาพการณ์ปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร ➢ ปัญหาหรือความจำเป็นซึ่งเป็นที่มาของการตรากฎหมายนี้ยังคงมีอยู่ในปัจจุบันหรือไม่ ถ้ายังคงมีอยู่ ปัญหาหรือความจำเป็นนั้นมีความรุนแรงที่ลดลง เท่าเดิม มากขึ้น หรือมีความเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร ➢ ผลลัพธ์ที่กฎหมายนี้มุ่งประสงค์ ยังมีมีความจำเป็นและสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน หรือหมดความจำเป็นหรือล้าสมัยไปแล้วหรือไม่ อย่างไร ○ การวิเคราะห์ในเรื่องนี้ให้อ้างอิงหลักฐานเชิงประจักษ์ประกอบด้วย เช่น ข้อมูลสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานภาวะเศรษฐกิจไทยของธนาคารแห่งประเทศไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของสำนักงาน

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
	สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ หรือดัชนีที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ
๑๒. ประโยชน์ที่ประชาชนได้รับจากการมีกฎหมายนี้คืออะไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบผลกระทบเชิงบวกของกฎหมาย โดยวิเคราะห์ว่าประชาชนได้รับประโยชน์จากกฎหมายอย่างไร ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่าประชาชนได้รับประโยชน์จากการมีกฎหมายนี้อย่างไร โดยระบุมาตรการสำคัญหรือบทบัญญัติที่ก่อให้เกิดสิทธิประโยชน์แก่ประชาชนไว้ด้วย ○ ในการตอบคำถามข้อนี้ให้ระบุข้อมูล สถิติ หรือข้อเท็จจริงที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ประกอบด้วย และในกรณีที่มีกฎหมายที่มีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมาย ให้นำข้อมูลที่ปรากฏในข้อ ๖.๓ ของรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบฯ มาประกอบการพิจารณาด้วย
๑๓. กฎหมายนี้ก่อให้เกิดผลดังต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร (ให้พิจารณาตอบเฉพาะประเด็นสำคัญที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของกฎหมาย โดยไม่ต้องตอบทุกประเด็นก็ได้)	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่าเมื่อมีการบังคับใช้กฎหมายแล้ว เกิดผลดังต่อไปนี้หรือไม่ (หน่วยงานสามารถเลือกตอบเฉพาะประเด็นสำคัญที่ตรงกับลักษณะและวัตถุประสงค์ของกฎหมายได้) ○ “เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชน” โดยให้พิจารณาว่าการบังคับใช้มาตรการในกฎหมายนี้ก่อให้เกิดอุปสรรคหรือก่อภาระให้แก่ประชาชนในการดำรงชีวิตหรือประกอบอาชีพหรือไม่ อย่างไร ○ “ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคม” โดยให้พิจารณาว่าการบังคับใช้กฎหมายนี้ส่งผลให้ความแตกต่างของรายได้ระหว่างประชากรที่มีรายได้สูงและประชากรที่มีรายได้ต่ำลดลง สามารถแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาในการดำรงชีวิตของประชากรที่มีฐานะยากจน สร้างความเสมอภาคทางสังคมให้แก่ประชาชนหรือเสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคมหรือไม่ อย่างไร ○ “เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันหรือการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ” โดยให้พิจารณาว่าการบังคับใช้มาตรการสำคัญของกฎหมายนี้ส่งผลให้เกิดการผูกขาดหรือเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจในด้านใดด้านหนึ่งหรือไม่ หรือส่งผลให้ประเทศไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าระหว่างประเทศหรือไม่ อย่างไร ○ “เป็นการพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ” โดยให้พิจารณาว่าการมีหรือการบังคับใช้กฎหมายนี้ ส่งผลให้กฎหมายในเรื่องดังกล่าวมีพัฒนาการไปในทางเดียวกับหลักสากลหรือกฎหมายของต่างประเทศ และมีความสอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นภาคีสมาชิกหรือไม่ อย่างไร

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
	○ “มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือสุขภาพะ หรือผลกระทบอื่นที่สำคัญ” โดยให้พิจารณาจากผลของการบังคับใช้กฎหมายโดยรวมว่าได้ก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกและเชิงลบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพะ อย่างไร นอกจากนี้ หากพบว่าการบังคับใช้กฎหมายนี้ทำให้เกิดผลกระทบอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น และหน่วยงานเห็นว่าเป็นผลกระทบที่สำคัญต่อประเทศ ให้อธิบายรายละเอียดของผลกระทบนั้นด้วย ○ ในการตอบคำถามข้อนี้ ให้อ้างอิงหลักฐานเชิงประจักษ์และผลการศึกษา (ถ้ามี) ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย และในกรณีที่มีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายประกอบการเสนอกฎหมายให้นำข้อมูลที่ปรากฏในข้อ ๖.๓ ของรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบฯ มาประกอบการพิจารณาด้วย
๑๔. มีสถิติการดำเนินคดีและการลงโทษตามกฎหมาย หรือสถิติการปฏิบัติตามและการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายอย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบผลการบังคับใช้ของกฎหมาย โดยวิเคราะห์จากสถิติการดำเนินคดีและการลงโทษตามกฎหมาย และสถิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามและการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย ○ ให้ระบุสถิติที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายภายในรอบระยะเวลาการประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งนี้ ดังต่อไปนี้ ➢ สถิติการดำเนินคดีตามกฎหมาย เช่น จำนวนคดีที่ขึ้นสู่ศาล (ศาลรัฐธรรมนูญ ศาลปกครอง และศาลยุติธรรม) จำนวนคดีที่มีการยกฟ้อง และจำนวนคดีที่มีการลงโทษตามกฎหมาย พร้อมทั้งสรุปประเด็นสำคัญของคำวินิจฉัยที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมาย ➢ สถิติการปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น จำนวนผู้ขออนุญาต จดทะเบียน ขึ้นทะเบียน หรือจดทะเบียน ➢ สถิติการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย เช่น สถิติการเข้าตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ สถิติในการร้องเรียนหรือร้องทุกข์กล่าวโทษ สถิติการใช้มาตรการบังคับทางปกครองโดยหน่วยงาน หรือสถิติข้อหาหรือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสรุปประเด็นสำคัญของการบังคับการหรือข้อหาหรือตามกฎหมาย
๑๕. มีปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายนี้หรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่าการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานมีปัญหาและอุปสรรคหรือไม่และอย่างไร ○ ให้อธิบายว่าในการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานมีปัญหาและอุปสรรคใด และวิเคราะห์ว่าปัญหาหรืออุปสรรคดังกล่าวเกิดขึ้นจากสาเหตุใด เช่น จากบทบัญญัติของกฎหมายหรือกฎที่ออกตามกฎหมายนั้น การขาดงบประมาณและกำลังเจ้าหน้าที่ ปัญหาการบริหารจัดการภาครัฐ หรือสาเหตุอื่นใด ○ ในการตอบคำถามข้อนี้ ให้อ้างอิงหลักฐานเชิงประจักษ์หรือผลการศึกษา (ถ้ามี) ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

ส่วนที่ ๓ : การตรวจสอบเนื้อหาของกฎหมาย

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
๑๖. กฎหมายนี้มีความสัมพันธ์หรือใกล้เคียงกับกฎหมายอื่นหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่ามีกฎหมายอื่นที่มีวัตถุประสงค์ เนื้อหา และมาตรการสำคัญของกฎหมายใกล้เคียงซ้ำซ้อน หรือขัดหรือแย้งกับกฎหมายนี้หรือไม่ เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ว่ากฎหมายและกฎที่ออกตามกฎหมายนี้ยังมีความจำเป็นอยู่หรือไม่ มีความขัดแย้งในเนื้อหาของกฎหมายและในการบังคับใช้กฎหมายระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ หรือไม่ หรือสมควรจะดำเนินการใดเพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกันเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ○ ให้ตรวจสอบและระบุว่ามียกกฎหมายอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์หรือมีมาตรการสำคัญใกล้เคียงกับวัตถุประสงค์หรือมาตรการสำคัญของกฎหมายนี้หรือไม่ และให้อธิบายความใกล้เคียงหรือความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยสังเขป (เช่น ซ้ำซ้อน ขัดแย้ง หรือสนับสนุน) ○ ในกรณีที่มีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายประกอบการเสนอกฎหมายให้นำข้อมูลที่ปรากฏในข้อ ๕ ของรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบฯ มาประกอบการพิจารณาด้วย
๑๗. มีการฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญหรือศาลปกครอง หรือการร้องเรียนต่อผู้ตรวจการแผ่นดิน หรือคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติเกี่ยวกับกฎหมายนี้กี่เรื่องและในประเด็นใด	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่าบทบัญญัติของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายนี้ขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ มีการออกกฎหรือคำสั่งที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐใช้อำนาจตามกฎหมายโดยก่อให้เกิดความเดือดร้อนหรือความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนหรือไม่ โดยตรวจสอบจากสถิติและประเด็นที่มีการฟ้องคดีต่อศาลรัฐธรรมนูญหรือศาลปกครอง หรือสถิติการร้องเรียนต่อผู้ตรวจการแผ่นดินหรือคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ○ ในกรณีที่มีการฟ้องคดีหรือการร้องเรียน ให้ระบุสถิติคดีที่ขึ้นสู่ศาลรัฐธรรมนูญหรือศาลปกครองหรือจำนวนเรื่องที่มีการร้องเรียนต่อผู้ตรวจการแผ่นดินหรือคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ และอาจสรุปประเด็นแห่งคดีหรือเรื่องที่มีการร้องเรียนโดยสังเขป
๑๘. การใช้ระบบอนุญาต ระบบคณะกรรมการดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ และโทษอาญาในกฎหมายนี้ (ถ้ามี) ยังมีความเหมาะสมอยู่หรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการใช้ระบบอนุญาต ระบบคณะกรรมการ การกำหนดให้เจ้าหน้าที่ของรัฐมีดุลพินิจในการออกคำสั่งทางปกครองหรือดำเนินการทางปกครอง และการกำหนดโทษอาญาตามกฎหมายนี้ ○ ให้ตรวจสอบว่าระบบอนุญาต ระบบคณะกรรมการ ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ และโทษอาญา (ถ้ามี) ที่บัญญัติไว้ในกฎหมายนี้มีความสอดคล้องกับหลักการของหมวด ๓ ของพระราชบัญญัติฯ อยู่หรือไม่และอย่างไร

	โดยตรวจสอบจากคำแนะนำของคณะกรรมการพัฒนากฎหมาย เรื่อง การใช้ระบบอนุญาตในกฎหมาย การใช้ระบบคณะกรรมการในกฎหมาย และการกำหนดโทษอาญาในกฎหมายประกอบด้วย
--	--

ส่วนที่ ๔ : การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย

ประเด็น	คำอธิบาย/วัตถุประสงค์
๑๙. การรับฟังความคิดเห็น ☐ ได้รับฟังความคิดเห็นโดยถูกต้องตามข้อ ๕ และข้อ ๖ ของแนวทางการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้ว ☐ ได้รับฟังความคิดเห็นโดยวิธีอื่นนอกจากผ่านระบบกลาง (หากมี โดยระบุทุกวิธี) ผู้เกี่ยวข้องมีความเห็นเกี่ยวกับกฎหมายนี้หรือผลกระทบของกฎหมายนี้อย่างไร.....	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่าหน่วยงานได้ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องโดยถูกต้องตามกระบวนการที่กำหนดในพระราชบัญญัติฯ และแนวทางการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้วหรือไม่ และได้้นำผลการรับฟังความคิดเห็นดังกล่าวมาประกอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้วหรือไม่ อย่างไร ○ ให้องค์กรยืนยันว่าได้ดำเนินการได้รับฟังความคิดเห็นโดยถูกต้องตามข้อ ๕ และข้อ ๖ ของแนวทางการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้ว และหากมีการรับฟังความคิดเห็นโดยวิธีการอื่นที่นอกเหนือไปจากการรับฟังความคิดเห็นผ่านระบบกลาง ให้ระบุวิธีและรายละเอียดการรับฟังความคิดเห็นด้วย ○ ให้สรุปความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับจากการรับฟังความคิดเห็น รวมทั้งการนำความคิดเห็นมาพิจารณาประกอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย
๒๐. ได้นำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายของกฎหมายฉบับนี้ (ถ้ามี) มาประกอบการพิจารณาด้วยแล้วหรือไม่	วัตถุประสงค์ : เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมาย กับข้อมูลที่ปรากฏในรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมาย และพิจารณาว่ากฎหมายนี้นำไปสู่ผลที่ได้คาดการณ์ไว้ในการเสนอร่างกฎหมายหรือไม่ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ○ ให้องค์กรยืนยันว่าได้ นำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายของกฎหมายฉบับนี้มาประกอบการพิจารณาด้วยแล้ว (ในกรณีที่กฎหมายฉบับนั้นมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมาย)
๒๑. หน่วยงานได้ ๒๑.๑ ออกกฎหรือดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ เพื่อที่ประชาชนจะสามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือได้รับสิทธิประโยชน์จากกฎหมายหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อตรวจสอบว่าหน่วยงานได้เตรียมการใดเพื่อบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายหรือดำเนินการใดเพื่อให้ประชาชนสามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือใช้สิทธิประโยชน์จากกฎหมายฉบับนี้ไว้แล้วหรือไม่ ○ ให้องค์กรระบุว่าจะ ➢ ได้ออกกฎหรือดำเนินการตามที่กฎหมายบัญญัติไว้เพื่อที่ประชาชนจะสามารถปฏิบัติตามกฎหมายหรือได้รับสิทธิประโยชน์จากกฎหมายแล้วหรือไม่ โดยอธิบายสาระสำคัญของการดำเนินการโดยสังเขป (โดยเฉพาะการออกกฎที่อยู่ภายใต้บังคับของมาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติฯ)

๒๑.๒ ดำเนินการอื่นเพื่อปฏิบัติตามและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายหรือไม่ อย่างไร	➤ ได้ดำเนินการอื่นเพื่อปฏิบัติตามและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายหรือไม่ โดยอธิบายสาระสำคัญของการดำเนินการนั้นไว้พอสังเขป เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงสิทธิและหน้าที่ตามกฎหมาย การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้กฎหมาย การจัดให้มีระบบบริการประชาชนทางอิเล็กทรอนิกส์ และการเสนอเรื่องต่อคณะรัฐมนตรีให้มิตติที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมาย
๒๒. ผลสัมฤทธิ์ของกฎหมาย ๒๒.๑ กฎหมายนี้มีการบังคับใช้หรือไม่ อย่างไร ๒๒.๒ หากมีการบังคับใช้ เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร ๒๒.๓ ประชาชนมีภาระหรือรัฐมีต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายอย่างไร ๒๒.๔ เกิดผลที่ไม่ได้คาดคิดหรือไม่พึงประสงค์หรือไม่	วัตถุประสงค์ : เพื่อวิเคราะห์ผลการบังคับใช้กฎหมายว่าเกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายหรือไม่ ○ ให้อธิบายว่ากฎหมายนี้มีการบังคับใช้หรือไม่ และบังคับใช้เป็นการทั่วไปหรือบังคับใช้ในลักษณะอื่นใด ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่าหากมีการบังคับใช้กฎหมายนี้ ผลที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายนั้นตรงตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่าประชาชนมีภาระที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างไร โดยในการวิเคราะห์ดังกล่าว ให้วิเคราะห์จากบทบัญญัติในกฎหมายและกฎที่ออกตามกฎหมายที่กำหนดให้ประชาชนต้องกระทำการหรืองดเว้นกระทำการตามที่ได้ระบุไว้ในข้อ ๑๐ ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่ารัฐมีต้นทุนที่เกิดจากการปฏิบัติตามกฎหมายและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายอย่างไร โดยระบุรายละเอียดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการปฏิบัติการและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายภายในรอบระยะเวลาประเมินผลสัมฤทธิ์ครั้งนี้ เช่น งบลงทุนสำหรับค่าอาคารสำนักงานและอุปกรณ์ งบประมาณการดำเนินงาน งบประมาณสำหรับการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ ฯลฯ ○ ให้วิเคราะห์และอธิบายว่าการบังคับใช้กฎหมายเกิดผลอื่นนอกเหนือจากที่หน่วยงานคาดคิดไว้หรือเกิดผลไม่พึงประสงค์หรือไม่ อย่างไร
๒๓. กฎหมายนี้คุ้มค่าหรือได้สัดส่วนเมื่อเทียบประโยชน์ที่ได้รับกับภาระของประชาชนและทรัพยากรที่ใช้ในการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อสรุปผลจากการบังคับใช้กฎหมายในรอบระยะเวลาการประเมินผลสัมฤทธิ์ว่าเกิดความคุ้มค่าหรือไม่ โดยเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ประเทศหรือสังคมได้รับ กับภาระของประชาชนในการปฏิบัติตามกฎหมายและทรัพยากรของรัฐที่ใช้ไปในการบังคับใช้กฎหมาย ○ ให้นำข้อมูลในข้อ ๙ ข้อ ๑๒ ข้อ ๑๓ และ ข้อ ๒๒ มาประกอบการพิจารณาความคุ้มค่าหรือความได้สัดส่วนของกฎหมาย โดยจะอธิบายความคุ้มค่าหรือความได้สัดส่วนดังกล่าวในเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้
๒๔. สมควรยกเลิก แก้ไข ปรับปรุงกฎหมายหรือกฎหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อสรุปผลว่าภายหลังจากที่ได้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้ว สมควรที่จะยกเลิก ปรับปรุงหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายหรือกฎนั้นหรือไม่ และอย่างไร

	○ ในกรณีที่หน่วยงานประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้วเห็นว่ากฎหมายหรือกฎหมายความจำเป็น ไม่ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ ไม่คุ้มค่ากับภาระที่เกิดขึ้นแก่รัฐหรือประชาชน หรือมีผลกระทบอื่นอันก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชน หน่วยงานอาจเสนอให้ยกเลิก แก้ไข หรือปรับปรุงกฎหมายหรือกฎนั้น โดยระบุหลักการหรือสาระสำคัญของการแก้ไขหรือปรับปรุงกฎหมายหรือกฎนั้นไว้ด้วยโดยสังเขป ○ ในกรณีที่หน่วยงานประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายแล้วเห็นว่ากฎหมายหรือกฎหมายไม่ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ หรือไม่คุ้มค่ากับภาระที่เกิดขึ้นแก่รัฐหรือประชาชน หรือมีผลกระทบอื่นอันก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนอย่างร้ายแรง หน่วยงานจะต้องดำเนินการเพื่อให้มีการยกเลิก ปรับปรุง หรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายหรือกฎนั้นโดยทันที (ตามบทบัญญัติมาตรา ๓๕ วรรคสอง)
๒๕. สมควรดำเนินการอื่นเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมาย หรือมีข้อเสนออื่นหรือไม่ อย่างไร	วัตถุประสงค์ : เพื่อให้หน่วยงานพิจารณาว่ามีวิธีการหรือมาตรการอื่นใดนอกเหนือจากการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่สามารถทำให้เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายได้หรือไม่ หรือมีวิธีการอื่นใดที่อาจดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมาย หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย ○ ให้ระบุวิธีดำเนินการหรือข้อเสนออื่น ๆ ที่สมควรนำมาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย หรือในการปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยอธิบายด้วยว่าวิธีดำเนินการหรือข้อเสนออื่นจะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายหรือในการปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมายได้อย่างไร
ลงนามหัวหน้าหน่วยงานของรัฐที่จัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์	○ ให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐที่จัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ ลงนามเพื่อรับรองว่าข้อมูลที่นำมาใช้ในการประเมินผลสัมฤทธิ์เป็นข้อมูลที่หน่วยงานนั้นได้ตรวจสอบและวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนแล้ว ○ ในกรณีที่ผู้รักษาการกำหนดให้หน่วยงานของรัฐหลายหน่วยรับผิดชอบการประเมินผลสัมฤทธิ์ร่วมกัน ให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐทุกหน่วยลงนามในส่วนนี้
- หน่วยงานผู้รับผิดชอบ - เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ - โทร. - อีเมล	○ ให้ระบุหน่วยงานผู้รับผิดชอบและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบการจัดทำรายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ เพื่อประโยชน์ในการติดตามและตรวจสอบของผู้รักษาการหรือผู้เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ หากมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการจัดทำรายงานจากหลายหน่วยงานที่ร่วมกันประเมินผลสัมฤทธิ์ ให้ระบุข้อมูลของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจากทุกหน่วยงาน