



การประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนในประเทศไทย

โดย

สำนักงาน กสทช และสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ

11-12 พฤศจิกายน 2558

หัวข้อ

- แนะนำ ITU
- บทบาท ITU ในด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย
- ความร่วมมือระหว่าง สำนักงาน กสทช. และ ITU ในโครงการพัฒนารอบดำเนินการเพื่อให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย
- บริการโทรทัศน์ชุมชนในบริบทของนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคม

A faint, light blue watermark of the ITU logo is centered in the background. It features a globe with latitude and longitude lines, and two stylized, curved lines resembling signal waves or orbits passing through the globe.

แนะนำ ITU

องค์การชำนาญพิเศษแห่งสหประชาชาติ



สหประชาชาติ



UNESCO



WHO



ILO



UPU



ICAO



WMO



IMO



IAEA



THE WORLD BANK

WB



UNWTO

UNWTO



FAO



IFAD



UNIDO



WIPO



WFP



IMF



โทรคมนาคมและการสื่อสารสารสนเทศ

150 1865 2015

ก่อตั้งเมื่อ 1865



193 ประเทศสมาชิก (Member States)

567 สมาชิกในกลุ่มอุตสาหกรรม (Sector Members)

159 สมาชิกเข้าร่วม (Associate Members)

60 สมาชิกด้านวิชาการ (Academia Members)

ITU-R: กำหนดตารางคลื่นความถี่ในระดับโลก

และภูมิภาค จัดสรรและบริหารจัดการวงโคจร

ดาวเทียม กำกับดูแลคลื่นความถี่โดยยึดตาม

Radio Regulations จัดประชุม WRC



ITU-T: กำหนดมาตรฐานโทรคมนาคม และ

ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี และการทำงาน

ร่วมกันได้ระหว่างอุปกรณ์และเครือข่าย จัด

ประชุม WTSA

ITU-D: ส่งเสริมและช่วยเหลือในการพัฒนาด้านโทรคมนาคมและ

ไอซีทีของประเทศสมาชิก ประสานการทำงานร่วมกันระหว่างสำนัก

ต่างๆ ของ ITU

สำนักงานใหญ่ นครเจนีวา

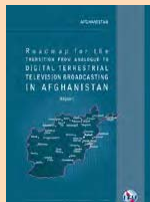
4 สำนักงานภูมิภาค

7 สำนักงานภูมิภาคย่อย



ความช่วยเหลือให้กับประเทศสมาชิกในเรื่อง Digital Broadcasting

แผนเปลี่ยนผ่านการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัลแห่งชาติ
(24 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก)



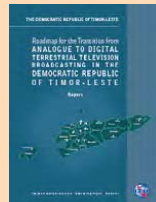
Afghanistan



Bangladesh



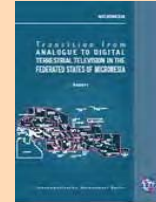
Kiribati



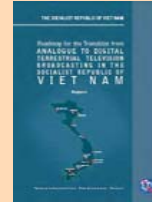
Timor-Leste



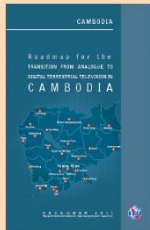
Maldives



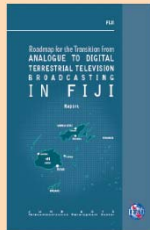
Micronesia



Vietnam



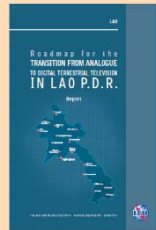
Cambodia



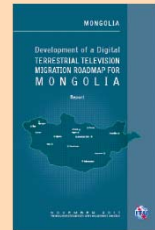
Fiji



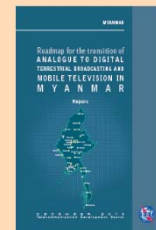
Indonesia



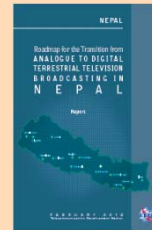
Lao PDR



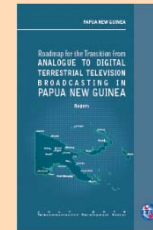
Mongolia



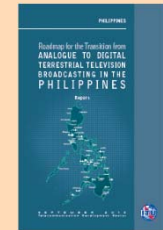
Myanmar



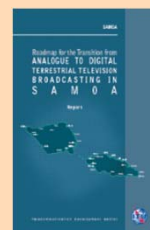
Nepal



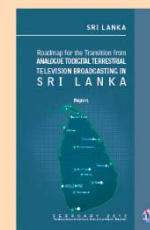
PNG



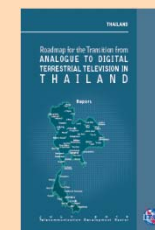
Philippines



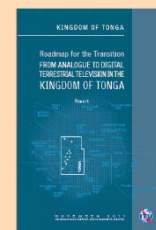
Samoa



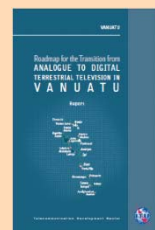
Sri Lanka



Thailand



Tonga



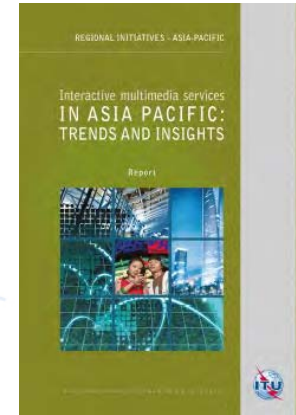
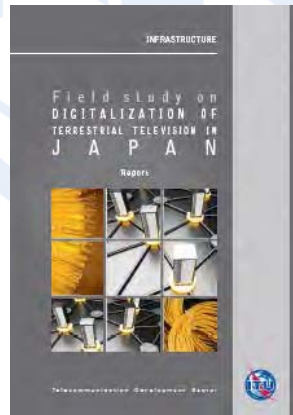
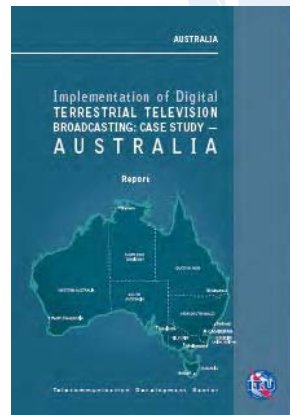
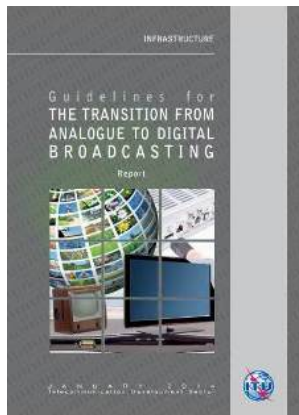
Vanuatu

Bhutan | Nauru | Solomon Islands

- สร้างศักยภาพบุคลากร มากกว่า 700 คน ใน 30 ประเทศ

รายงานและสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดย ITU

- คู่มือแนวทางการเปลี่ยนผ่านการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัล
- กรณีศึกษา เรื่องกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
 - ประเทศออสเตรเลีย
 - ประเทศญี่ปุ่น
 - ประเทศไทย
- แนวโน้มและความเข้าใจเรื่องบริการสื่อผสมแบบโต้ตอบ (Interactive Multimedia Services) ในเอเชียแปซิฟิก



พันธมิตร





บทบาท ITU ในด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

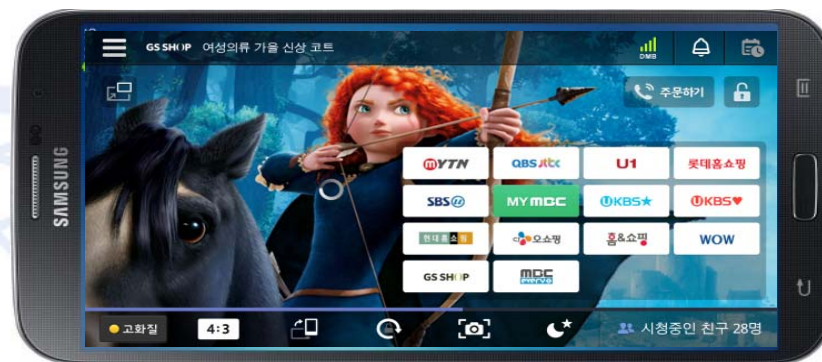
แผนการเปลี่ยนผ่านการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จาก ระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัล



แผนการจัดให้มีบริการวิทยุในระบบดิจิทัล



การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดให้มีบริการโทรทัศน์เคลื่อนที่





ความร่วมมือระหว่าง สำนักงาน กสทช. และ ITU ใน
โครงการพัฒนารอบดำเนินการเพื่อให้บริการโทรทัศนชุมชนในประเทศไทย

ขอบเขตโครงการ

1. กรณีศึกษา รวมถึงนโยบายและการกำกับดูแล, เทคโนโลยี, เนื้อหา, มาตรการเพื่อส่งเสริมการให้บริการ, ปัญหา อุปสรรค โอกาส และบทเรียนที่ได้รับ เช่น ประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย
2. กรอบดำเนินการเพื่อแนะนำบริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย รวมถึง
 - ❖ นโยบายและการกำกับดูแล
 - ❖ เทคโนโลยี
 - ❖ กรอบดำเนินการด้านการออกใบอนุญาต
 - ❖ มาตรการเพื่อส่งเสริมการให้บริการ
3. แนวปฏิบัติ/ข้อเสนอแนะเพื่อจัดตั้งการทดลองการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย
4. การพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร ซึ่งรวมถึง
 - ❖ การประชุมกลุ่มเฉพาะ
 - ❖ การอบรมเชิงปฏิบัติการ
 - ❖ สัมมนา

ประชุมหารือผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดอุบลราชธานี



ประชุมหารือผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดพะเยา



สื่อชุมชน (Community Media)

สื่อชุมชน คือการดำเนินการ

- ❖ ภายในชุมชน
- ❖ เพื่อชุมชน
- ❖ เกี่ยวกับชุมชน
- ❖ และโดยชุมชน

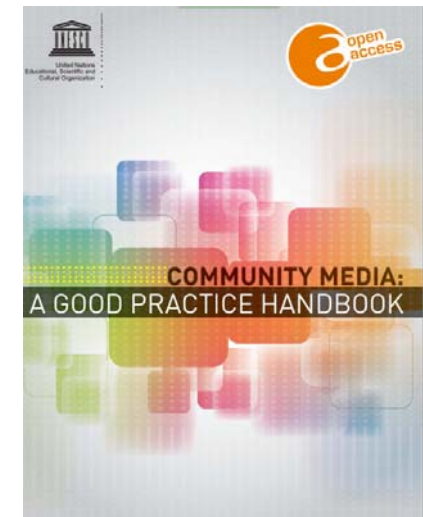
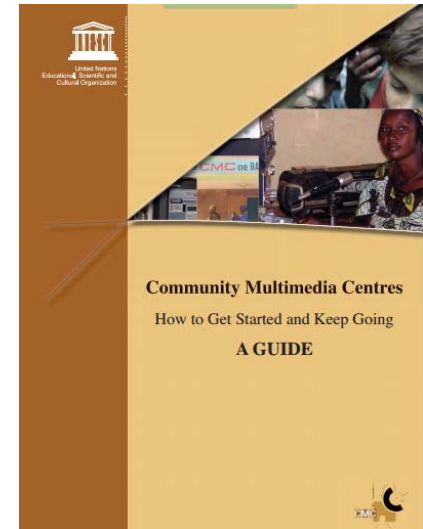


ปรัชญาของสื่อชุมชน

- ❖ ตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารของชุมชน
- ❖ เป็นอิสระ เป็นสื่อประชาสังคม ที่ดำเนินการเพื่อสังคมและไม่หวังผลกำไร
- ❖ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสาธารณะ สร้างความเข้มแข็งด้านวัฒนธรรมและภาษาถิ่น และเป็นกระบอกเสียงของชนกลุ่มน้อยหรือผู้ด้อยโอกาส
- ❖ เป็นส่วนสำคัญของระบบนิเวศของสื่อพหุนิยม

คำจำกัดความของ “ชุมชน” = ???

คำจำกัดความของ “สื่อชุมชน” = ???



Community Media

Community broadcasting is broadcasting which is for, by and about the community, whose ownership and management is representative of the community, which pursues a social development agenda, and which is non-profit.

- African Charter on Broadcasting 2001

Noting that community media, taking the form of broadcasting and/or other electronic media projects, as well as print format, may share to a greater or lesser extent some of the following characteristics: independence from government, commercial and religious institutions and political parties; a not-for-profit nature; voluntary participation of members of civil society in the devising and management of programmes; activities aiming at social gain and community benefit; ownership by and accountability to the communities of place and/or of interest which they serve; commitment to inclusive and intercultural practices.

- 2009 Council of Europe Declaration

Community radio and television are private entities with public objectives. They are managed by various types of non-profit social organisations. Their fundamental characteristic is the participation of the community, in ownership as well as programming, management, operation, financing and evaluation. They are independent and non-governmental media that do not depend on or are part of political parties or private firms.

- World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC)

Access and Licensing

Organized communities and non-profit groups have the right to use all available broadcasting and telecommunications technologies

- AMARC

Ensuring that community broadcasting media are not disadvantaged after the transition to the digital environment

- 2009 Council of Europe Declaration

Consideration of the impact on access to the media, and on different types of broadcasters, should be taken into account in planning for a transition from analogue to digital broadcasting. This requires a clear plan for switchover that promotes, rather than limits, public interest broadcasting. Measures should be taken to ensure that digital transition costs do not limit the ability of community broadcasters to operate. Where appropriate, consideration should be given to reserving part of the spectrum for analogue radio broadcasting for the medium-term. At least part of the spectrum released through the 'digital dividend' should be reserved for broadcasting uses.

- Joint Declaration of the special international mandates

Funding and Sustainability

Organized communities and non-profit groups that provide community broadcasting services have the right to assure their economic sustainability, independence and development, through resources such as donations, sponsorships, commercial and public advertising and other legitimate means. All of these will be entirely reinvested for the functioning of the station and the achievement of its goals. Any limitations imposed on the amount of time or quantity of advertising must be reasonable and nondiscriminatory. Community media should present accounts to the community, making their financial management transparent and public.

- AMARC

The possibility of committing funds at national, regional and local level to support the sector, directly and indirectly, while duly taking into account competition aspects

- 2009 Council of Europe Declaration

The existence of public funds with sufficient resources is a key element for establishing and developing community media.

- AMARC

The logo of the Faculty of Nursing (FNU) is centered in the background. It features a globe with a grid of latitude and longitude lines. Overlaid on the globe is a stylized graphic of a person in a dynamic, forward-leaning pose, possibly representing a nurse or a person in motion. The letters 'FNU' are prominently displayed in the center of the globe.

บริการโทรศัพท์ชุมชน ในบริบทของนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคม

กรอบวิสัยทัศน์และเป้าหมายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12



การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และมรดกวัฒนธรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กรอบวิสัยทัศน์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ยุทธศาสตร์ชาติ : กรอบการพัฒนาระยะยาว

“มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

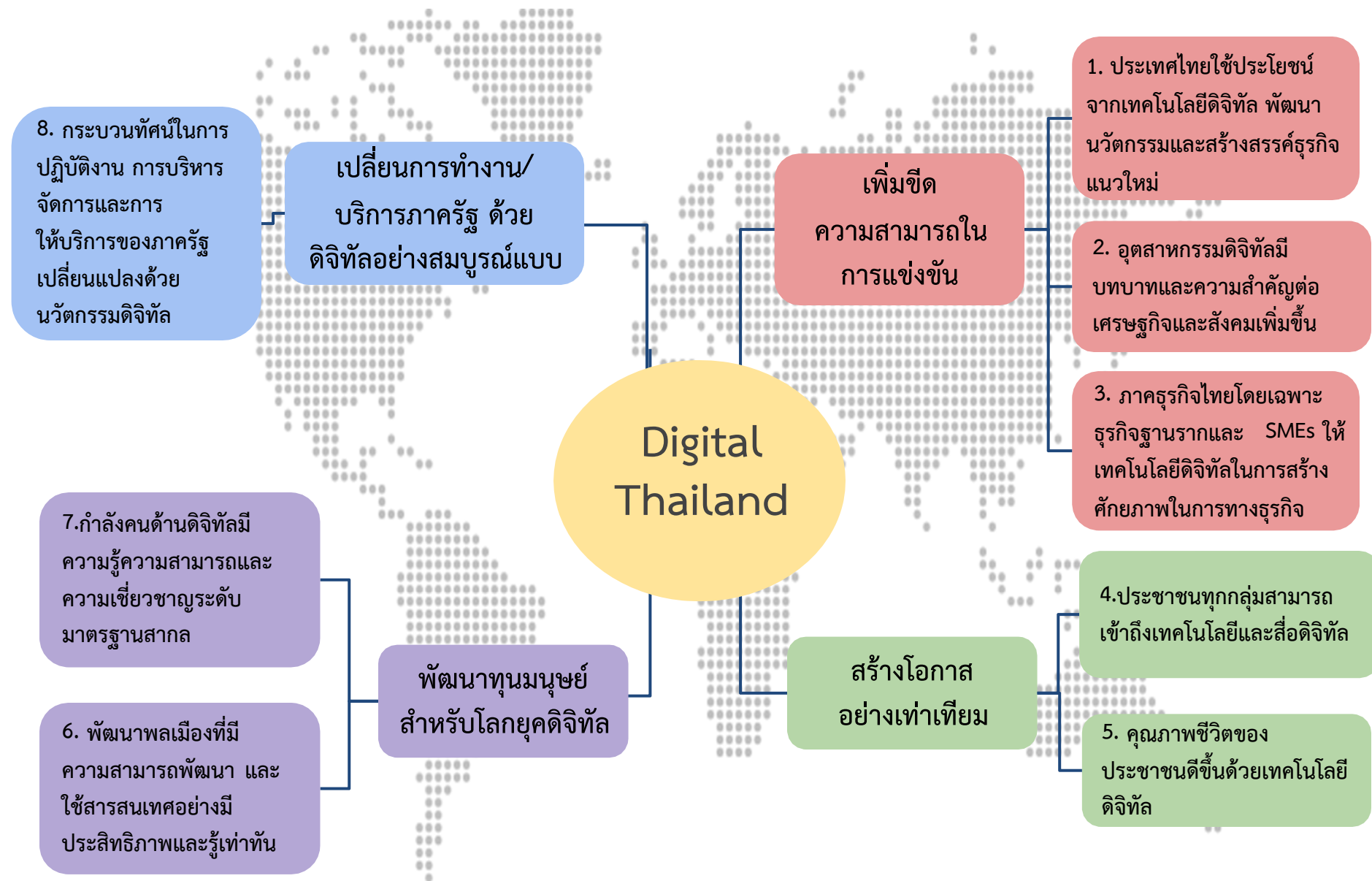
6 ยุทธศาสตร์หลัก

- ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
- ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
- ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม
- ยุทธศาสตร์ด้านการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ



เป้าหมาย DE

วิสัยทัศน์: เพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจและความเท่าเทียมทางสังคมด้วยนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อไปสู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน



ยุทธศาสตร์ Digital Economy

6. การพัฒนากำลังคนดิจิทัล
เตรียมความพร้อมบุคลากรด้านทักษะดิจิทัล เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ

4. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล

การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจเพื่อลดต้นทุนการผลิต/บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจตลอดจนสามารถวางรากฐานการแข่งขันเชิงธุรกิจรูปแบบใหม่ได้ในระยะยาว

5. การพัฒนาสังคมดิจิทัล

การสร้างสังคมคุณภาพที่ประชาชนสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างฉลาดและมีความรับผิดชอบ รวมถึงเข้าถึงสื่อและองค์ความรู้ดิจิทัล และบริการดิจิทัลของรัฐต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ และลดรายจ่าย

3. การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

การพัฒนาบริการดิจิทัลในภาครัฐด้วยการปฏิรูปกระบวนการทำงานภาครัฐให้เป็นดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ลดการใช้กระดาษในทุกมิติ การลดขั้นตอนการดำเนินงานให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการ เพื่อสร้างรากฐานให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมบริการ และการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนและภาคธุรกิจเข้าถึงและนำข้อมูลภาครัฐมาใช้ประโยชน์ และสร้างมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจและสังคมโดยการสร้างบริการต่อยอดจากข้อมูลซึ่งนำไปสู่รูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โดยเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน การสื่อสารดิจิทัล

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์และโครงข่ายให้ทันสมัย มีเสถียรภาพรองรับสถานการณ์วิกฤตและรองรับบริการหลอมรวมในอนาคต รวมถึงการมีบริการบรอดแบนด์ครอบคลุมตอบสนองต่อความต้องการใช้งานในราคาที่เหมาะสม

2. การสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งาน เทคโนโลยีดิจิทัล

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านความมั่นคง ปลอดภัย และมาตรฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความเชื่อมั่นในระบบความมั่นคงปลอดภัยด้านต่างๆ อาทิ ในเรื่องของกฎหมาย กฎ ระเบียบ กติกา มาตรฐานที่เชื่อมโยงกับนานาชาติ การจัดทำใหม่กลไกกำกับดูแลควบคุม เป็นต้น

เป้าหมายรายยุทธศาสตร์ Digital Economy

6. การพัฒนากำลังคนดิจิทัล

- เพิ่มผลิตภาพแรงงานทุกสาขาการผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Non-ICT Professional)
- เพิ่มคุณภาพและปริมาณของบุคลากรในวิชาชีพด้านดิจิทัล (ICT Professional)

4. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล

- เพิ่มสัดส่วน GDP ของ SMEs ต่อ GDP รวม
- เพิ่มขีดความสามารถของ SMEs ด้วยนวัตกรรม
- เป็นหนึ่งในศูนย์กลางธุรกิจดิจิทัลของภูมิภาค

5. การพัฒนาสังคมดิจิทัล

- เพิ่มทักษะในการใช้เทคโนโลยีของประชาชนให้มีความรู้อย่างเท่าทัน
- สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลของประชาชนทุกกลุ่ม
- สร้างระบบการเรียนรู้และสื่อดิจิทัล ที่เอื้อต่อการ เรียนรู้ตลอดชีวิต สำหรับคนทุกกลุ่ม
- มีบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชน

3. การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

- เกิดการบูรณาการข้อมูลและบริการระหว่างหน่วยงาน
- เกิดการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเปิดภาครัฐ
- เพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการทำงานภาครัฐ

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน การสื่อสารดิจิทัล

- มีบริการบรอดแบนด์ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน มีประสิทธิภาพ ในราคาที่เหมาะสม
- เป็นหนึ่งในศูนย์กลางการเชื่อมต่อและ แลกเปลี่ยนข้อมูลของภูมิภาคอาเซียน
- มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารดิจิทัล ที่ทันสมัย มีเสถียรภาพ

2. การสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งาน เทคโนโลยีดิจิทัล

- สร้างความเชื่อมั่นต่อความมั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล และการทำธุรกรรมออนไลน์
- มีมาตรฐานด้านข้อมูลและมาตรฐานเอกสารอิเล็กทรอนิกส์
- มีกฎหมาย กฎ ระเบียบและกติกาที่สอดคล้องและเกื้อหนุนต่อวิถีชีวิตของประชาชนและรูปแบบการ ดำเนินธุรกิจยุคดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การพัฒนาสังคมดิจิทัล (Digital Society)

5.1 เตรียมความพร้อม ของประชาชนในการเข้าสู่ยุค ดิจิทัล

5.1.1 ส่งเสริมทักษะดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส

5.1.2 รมรณรงค์ให้ความรู้ด้านความเท่าทันสื่อยุคดิจิทัล

5.1.3 พัฒนากลไกติดตามข้อมูลข่าวสารออนไลน์ และเฝ้าระวังข้อมูลที่เป็นอันตรายต่อสังคม

5.2 สร้างความเท่าเทียม ในการเข้าถึงเทคโนโลยี ดิจิทัลสำหรับประชาชนทุก กลุ่ม

5.2.1 กำหนดให้มีเทคโนโลยีดิจิทัลหรือเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อสารให้คนพิการ และพัฒนาสื่อดิจิทัลตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล

5.2.2 กำหนดให้สื่อดิจิทัลและบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ของรัฐพัฒนาตามหลักการออกแบบที่เป็นสากล

5.2.3 ปรับเปลี่ยนรูปแบบศูนย์สารสนเทศชุมชนเพื่อให้เป็นศูนย์บริการของชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ

5.3 พัฒนาสื่อดิจิทัล สำหรับการเรียนรู้ตลอด ชีวิต

5.3.1 เร่งรัดให้หน่วยงานของรัฐผลิตและเปิดเผยข้อมูล องค์ความรู้ดิจิทัลเพื่อประชาชน

5.3.2 ส่งเสริมภาคเอกชนและภาคประชาชนผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อประโยชน์สาธารณะ

5.3.3 ส่งเสริมและพัฒนาสื่อดิจิทัลที่รองรับความหลากหลาย และเตรียมพร้อมเข้าสู่สากล

5.3.4 ส่งเสริมและพัฒนาห้องสมุดดิจิทัลและพิพิธภัณฑ์ดิจิทัลระดับประเทศและท้องถิ่น

5.4 ยกระดับการศึกษาไทย ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

5.4.1 บูรณาการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลชายขอบ

5.4.2 พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้แบบเปิด MOOC ที่หลากหลายสำหรับนำเรียนและประชาชน

5.4.3 ส่งเสริมการผลิตสื่อและคลังสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลที่สามารถนำไปต่อยอดได้

5.5 สร้างรายได้และลด รายจ่ายของชุมชนด้วย เทคโนโลยีดิจิทัล

5.5.1 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจชุมชนเพื่อเพิ่มรายได้

5.5.2 จัดให้มีระบบโลจิสติกส์ ครบวงจร เพื่อบริหารจัดการขนส่งสินค้าและวัตถุดิบของชุมชน

5.5.3 เร่งสร้างบริการดิจิทัลของรัฐที่อำนวยความสะดวกและลดรายจ่ายของประชาชน



ขอบคุณครับ