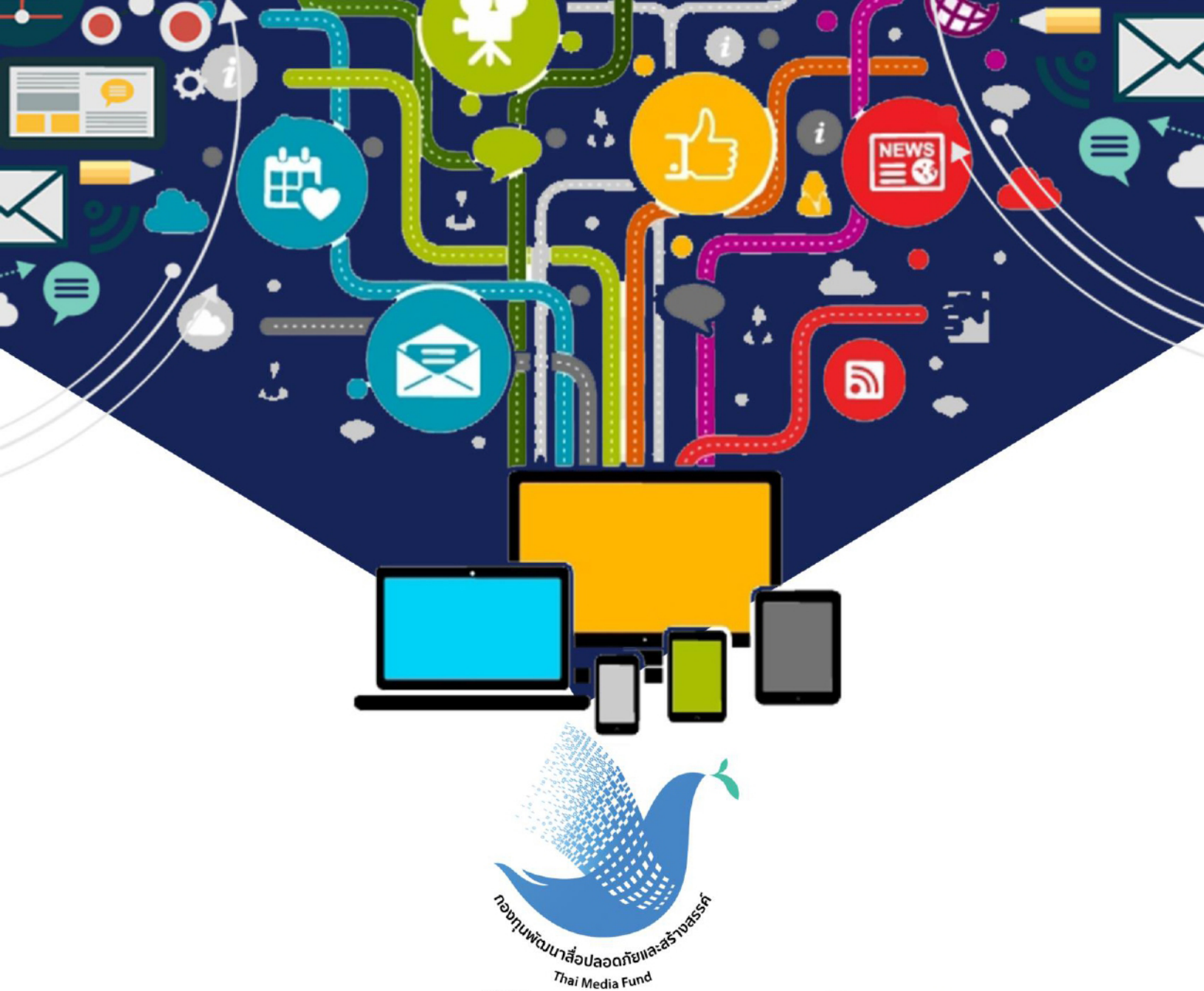




แผนยุทธศาสตร์

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

โดย กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ หลักการและเหตุผล	๒
๑.๒ วัตถุประสงค์.....	๓
๑.๓ ขอบเขตการศึกษา.....	๔
๑.๔ นิยามศัพท์.....	๖
๑.๕ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๗
ส่วนที่ ๒ การจัดทำแผนและรายละเอียด ในการดำเนินการโครงการฯ	๘
๒.๑ การทบทวนวรรณกรรมโดยดำเนินการศึกษาและค้นคว้าแนวทางการวิเคราะห์ทบทวนนโยบาย แผนและยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๙
๒.๑.๑ การบริหารเชิงยุทธศาสตร์	๙
๒.๑.๒ แนวคิดและหลักการในการวางแผนยุทธศาสตร์	๑๑
๒.๑.๓ แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)	๑๕
๒.๑.๔ แนวคิดการยกร่างประเด็นยุทธศาสตร์	๒๑
๒.๑.๕ แนวคิดการประเมินผลยุทธศาสตร์	๒๓
๒.๑.๖ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อในปัจจุบัน	๓๐
๒.๑.๗ กรณีกิจศึกษาแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อ	๔๒
๒.๑.๘ ข้อมูลกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔๙
๒.๒ กรอบแนวคิดในการศึกษา	๕๗
๒.๓ รายละเอียดในการจัดกิจกรรมต่างๆ / การดำเนินการศึกษา	๕๘
๒.๓.๑ การวิจัยเชิงคุณภาพ	๕๘
๒.๓.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ	๖๒
๒.๓.๓ การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล	๖๔

สารบัญ

หน้า

๒.๓.๔ การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรับฟังความ คิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์	๖๕
๒.๔ ตารางแสดงระยะเวลาการดำเนินงานตลอดโครงการ (Gantt chart)	๖๖
ส่วนที่ ๓ การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสื่อในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแผนยุทธศาสตร์อื่นๆของหน่วยงานในด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อนำมาจัดทำ แนวทางที่ชัดเจนและ เป็นรูปธรรม	๗๘
๓.๑ บริบท และสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน	๗๙
๓.๒ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑๑๒
๓.๓ สถานการณ์และบริบทแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์	๑๑๕
ส่วนที่ ๔ การศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑	๑๔๘
๔.๑ นโยบายและแผนระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑๔๙
ส่วนที่ ๕ การรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงาน ตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับ การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑๖๙
๕.๑ ผลการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔	๑๗๑
๕.๒ การประเมินผลการดำเนินงานรายยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕	๑๗๘
ส่วนที่ ๖ ความต้องการในการพัฒนาดำเนินงาน ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒๑๘
๖.๑ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	๒๒๐
๖.๒ พฤติกรรมการรับชมสื่อ	๒๒๖
๖.๓ มุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน	๒๔๓

สารบัญ

หน้า

๖.๔ ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานภายใน ๕ ปีข้างหน้าของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์.....	๒๔๕
--	-----

ส่วนที่ ๗ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนา สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐	๒๕๔
---	-----

๗.๑ การสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึก In Depth Interview คณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการกองทุน ผู้บริหารกองทุน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นเชิงนโยบายเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการปฏิบัติงานของกองทุนฯ ปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติงาน และทิศทางของแผน ยุทธศาสตร์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลแผน ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปีและแผนระดับประเทศอื่นๆ (๕.๕).....	๒๕๕
--	-----

๗.๒ การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความเห็นและข้อเสนอแนะของบุคลากรของกองทุนต่อการ ปฏิบัติงานอย่างน้อย ๔ ครั้ง ครอบคลุมร้อยละ ๘๐ ของบุคลากรทั้งสำนักงานเป็นอย่างน้อย และกลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างน้อย ๑ ครั้ง เพื่อจัดทำร่างนโยบายแผนและยุทธศาสตร์ (๕.๖).....	๒๗๒
---	-----

๗.๓ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาผลการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกและผลการจัด ประชุมกลุ่มย่อยการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพกองทุนโดยใช้ทฤษฎีและเครื่องมือที่เหมาะสมต่อ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนเพื่อ ทบทวนและจัดทำร่างนโยบายแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์พุทธศักราช ๒๕๖๐ ถึง ๒๕๗๐ (๕.๗).....	๒๘๖
--	-----

๗.๔ จัดประชุมนำเสนอร่างนโยบายแผนและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อรับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจากหน่วยงาน ภายในและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องโดยมีผู้ร่วมประชุมอย่างน้อย ๕๐ คนจำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง (๕.๘).....	๒๙๓
---	-----

๗.๕ แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐	๒๙๕
---	-----

๗.๖ การถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์พ. ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๐สู่การปฏิบัติงานประจำปีตามแนวทาง การ บริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของสำนักงานกพร. และระบบงบประมาณแบบ e-budgeting พร้อม กำหนดแนวทางการประเมินผลการแผนงานโครงการตามยุทธศาสตร์ (๕.๙).....	๓๐๗
--	-----

สารบัญ

หน้า

บรรณานุกรม.....	๓๔๔
-----------------	-----

บทสรุปผู้บริหาร

ภายใต้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ เพื่อกำหนดทิศทาง หรือแนวทางการดำเนินงานขับเคลื่อนงานของกองทุนฯ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ของสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งได้มีการทบทวนแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน และจำเป็นต้องมีการศึกษาทบทวนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และนโยบายของรัฐบาล และสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุน มาตรา ๕ อีกทั้งจำเป็นต้องคำนึงถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทั้งนี้ ขั้นตอนของการจัดทำยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ เริ่มจากการรวบรวม ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสื่อในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ รวมถึงนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พร้อมทั้งรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และได้มีการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการกองทุนฯ ผู้บริหารกองทุนฯ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อการปฏิบัติงาน จำนวน ๔ ครั้ง และร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้ยื่นขอรับทุน) กับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แยกตามประเภทโครงการที่ยื่นขอ (รวม ๔ ประเภท) จำนวน ๒ ครั้ง ในขณะเดียวกันได้มีการสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ครอบคลุม ๖ ภูมิภาค และ ๑ กลุ่มจังหวัด ซึ่งได้นำผลการศึกษาทั้งหมด ข้างต้นมาวิเคราะห์ประเมินศักยภาพของกองทุนฯ รวมถึงวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ และจัดทำยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

จากผลการทบทวนและประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ พบว่า ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ สามารถตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ในภาพรวม โดยยุทธศาสตร์ทั้ง ๔ สามารถตอบสนองต่อพันธกิจได้อย่างครบถ้วน โดยพบว่า

พันธกิจที่ ๑ ส่งเสริม สนับสนุน ภาครัฐเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต และพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ซึ่งจะพบว่ามี การดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์การ เนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่ม มากขึ้น อีกทั้งส่งผลให้บรรลุวิสัยทัศน์ ในส่วนของคำว่า “ประชาชนเข้าถึง” และ “นิเวศสื่อที่ดี” จากการ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพจำนวนมากและมีการเผยแพร่ หลากหลายช่องทางไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อที่มีเนื้อหา ปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

พันธกิจที่ ๒ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์ จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างทั่วถึง ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศ สื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจะพบว่ามี การดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบสนอง เป้าประสงค์เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัย และการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมของสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี อีกทั้งส่งผลให้บรรลุวิสัยทัศน์ ในส่วนของคำว่า “เข้าถึง” “เข้าใจ” และ “นิเวศสื่อที่ดี” จากการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและ นิเวศสื่อจำนวนมาก และมีการเผยแพร่หลากหลายไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง มีการสร้างเครือข่ายเพื่อ ขยายความรู้ โดยเน้นที่เยาวชนให้สามารถเข้าใจสื่อที่ดีและมีประโยชน์ได้ ส่งผลให้ประชาชนสามารถ เข้าถึงสื่อที่ดี เข้าใจสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์

พันธกิจที่ ๓ ส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทัน และเฝ้าระวังสื่อ ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการ คัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อซึ่งจะพบว่ามี การดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบ ต่อเป้าประสงค์เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการ รู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ อีกทั้งส่งผลให้บรรลุวิสัยทัศน์ ในส่วนของคำว่า “ฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและ สร้างสรรค์” และ “นิเวศสื่อที่ดี” จากการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่าง หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทัน และร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์

อีกทั้งได้มีการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงนโยบายและแผน และความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ทั้งยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนา และเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทาง

สังคม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ และแผนในระดับรองลงมา ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้ ประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ แผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี ของกระทรวงวัฒนธรรม ตลอดจนแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕)

และในการศึกษาบริบทและสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของประเด็นภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กรของสื่อ หรือผู้ผลิตสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และไม่สามารถควบคุมได้ สามารถจำแนก ได้ดังนี้ บริบททางด้านการเมือง ทั้งความขัดแย้งทางการเมือง ความพยายามการควบคุมสื่อโดยรัฐบาล และปรากฏการณ์ Hate Speech หรือถ้อยคำสร้างความเกลียดชังทางการเมือง บริบททางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการแข่งขันในยุคดิจิทัล ทั้งรายได้ของทีวีดิจิทัลที่ และมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อต่างๆ บริบททางด้านสังคม อันได้แก่ ความเหลื่อมล้ำของผู้สูงอายุและสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้พิการ ซึ่งสื่อต่างๆ จะต้องสร้างความหลากหลายและสร้างความเข้าถึงให้กับกลุ่มคนเหล่านี้ บริบททางด้านการศึกษา ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ไทยมีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้น และรูปแบบของการเรียนรู้ได้เปลี่ยนผ่านสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น บริบทด้านประชากร โดยเฉพาะประเด็นด้านความหลากหลายทางช่วงวัย บริบทด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และดิจิทัล ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากในอดีต รวมถึงบริบทด้านสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือ COVID-๑๙ ที่ส่งผลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันตามความปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งบริบทและสถานการณ์เหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

อีกทั้ง ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร และ สทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนฯ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า จุดเด่นของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่ ทักษะของบุคลากร และรูปแบบการนำองค์กรของผู้บริหารกองทุน อย่างไรก็ตามกองทุนมีประเด็นที่ต้องพัฒนาอยู่หลายประเด็น เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร ระบบการทำงานภายในองค์กร รวมไปถึงการสื่อสารแผนยุทธศาสตร์ลงสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน นอกจากนี้ในส่วนของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม พบว่า ประเด็นที่เป็นโอกาสที่เอื้อต่อการดำเนินงานของกองทุนมีอยู่หลายประเด็น เช่น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเกิดขึ้นของนวัตกรรมต่างๆ อย่างรวดเร็วและทันสมัย การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของรูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีบางประเด็นที่เป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานของกองทุน เช่น มีแหล่งงบประมาณสนับสนุนเพียงแหล่งเดียว สื่อไม่ปลอดภัยและไม่

สร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก การคืนใบอนุญาตช่องสำหรับเด็ก เป็นต้น ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ในข้างต้น
ขณะที่ปรึกษาได้นำมายกร่างประเด็นยุทธศาสตร์ ภายใต้เทคนิค TOWS Matrix Analysis เพื่อสร้าง
ยุทธศาสตร์และวางทิศทางขององค์กร

ทั้งนี้จากข้อมูลในข้างต้น ที่ปรึกษาได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรชั้นนำเพื่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

พันธกิจ

๑. สนับสนุน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต พัฒนาเนื้อหา
และส่งเสริมผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนาไปสู่สังคมแห่งการ
เรียนรู้
๒. พัฒนาศักยภาพด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะ
การรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป
๓. พัฒนาศูนย์ไปสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงเพื่อการขับเคลื่อนภารกิจด้านสื่อปลอดภัยและ
สร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการผลิต ให้บริการเนื้อหา และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์

๑. ผู้ผลิตสื่อฯ มีความสามารถในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึง และเข้าใจเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มี
คุณภาพได้
๒. จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเด็ก เยาวชน ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสื่อ และเข้าใจเนื้อหาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์

กลยุทธ์

- ๑.๑ พัฒนาสมรรถนะผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ๑.๒ ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย

๑.๓ พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการจำลอง (Media Lab Center) เพื่อเสริมสร้างทักษะการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้ประชาชน และสังคม

เป้าประสงค์

๑.เกิดองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ตัวชี้วัด

๑.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนสังคม (Social impact)

๒.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Digital Platform / เผยแพร่ในวารสารระดับชาติ หรือ นานาชาติ)

กลยุทธ์

๒.๑ พัฒนางค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผ่าน Digital platform

๒.๒ ผลักดันการวิจัยและบริการสังคมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

๒.๓ พัฒนาหลักสูตรสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อและการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่

๒.๔ พัฒนฐานข้อมูลกลางสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Creative Media Hub Database)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป

เป้าประสงค์

๑.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล

๒.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย

๓.มีเครือข่ายและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มผ่านการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล ตามเกณฑ์มาตรฐาน

๒. ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการตรวจสอบข่าวปลอมและเฟ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ตามช่องทางต่างๆ

๓. จำนวนเครือข่ายและกลไกรับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบและแจ้งเตือนประชาชน

๔. จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการตรวจสอบ แก้ไข หรือแจ้งเตือน

กลยุทธ์

๓.๑ ส่งเสริมการเฟ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย การรู้เท่าทันสื่อ และ ความฉลาดทางดิจิทัลให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่ม

๓.๒ การสร้างเครือข่ายและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาเครือข่ายเพื่อการเข้าถึง เผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์เชิงสังคม

เป้าประสงค์

๑. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้รับการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย

๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มได้รับการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๓. มีเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

๑. ร้อยละของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย

๒. ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้

๓. จำนวนผู้เข้าชมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ผลิตจากความร่วมมือของเครือข่ายได้รับการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มของกองทุนฯ

กลยุทธ์

๔.๑ ผลักดันให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถูกประชาชนนำไปประโยชน์อย่างแพร่หลาย

๔.๒ ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้และสื่อสารสังคมเพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๔.๓ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตเนื้อหาด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม

๔.๔ สนับสนุนเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๔.๕ พัฒนาศูนย์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media Center)

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาศูนย์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media Center)

๑. กองทุนฯ มีขีด สมรรถนะสูงในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบการจัดการทุนมนุษย์

๒. ร้อยละของการบริหารจัดการโครงการผู้รับทุนที่สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

๓. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วทั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กลยุทธ์

๕.๑ พัฒนาระบบการจัดการทุนมนุษย์

๕.๒ พัฒนาสมรรถนะบุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพ

๕.๓ พัฒนากลไกการทำงานในเชิงบูรณาการ

๕.๔ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๕.๕ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการสนับสนุนทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่าน e- service

๕.๖ สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศในการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Co-production)

๕.๗ ส่งเสริมการเตรียมการผลิต (pre-production) เพื่อรองรับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อ

๕.๘ ส่งเสริมการจัดการหลังการผลิต (Post- production) กระจาย และเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Distribution and Exhibition)

๕.๙ การบริหารจัดการลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้กับผู้ผลิตสื่อและศิลปิน

เพื่อให้ยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตลอดตัวชี้วัด จึงควรมีแนวทางการดำเนินการยุทธศาสตร์ในกระบวนการติดตามและประเมินผลเพื่อทราบถึงผลการดำเนินของแต่ละตัวชี้วัดว่าบรรลุหรือไม่ ทั้งนี้ การติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์ สามารถแบ่งระยะเวลาได้ ดังนี้

๑.๑ ระยะเร่งด่วน

(๑) ทุกส่วนงานแปลงยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

(๒) มีการแปลงตัวชี้วัดของหน่วยงานไปสู่ตัวชี้วัดรายบุคคล (KPI)

(๓) มีการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล ติดตามและประเมินผล ยุทธศาสตร์เพื่อให้รับทราบผลการดำเนินงานอันประกอบด้วย ความสำเร็จและอุปสรรคปัญหาระหว่างการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนทิศทางหรือรูปแบบในการดำเนินงานที่จะทำให้บรรลุ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๔) มีการรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส

๑.๒ ระยะกลาง

(๑) ทุกส่วนงานรายงานผลการดำเนินงานประจำปี โครงการ ตัวชี้วัดรายไตรมาสผ่าน ระบบการติดตามและประเมินผล

(๒) ติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

(๓) ในระยะเวลาครึ่งหนึ่งหรือสองปีของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์จะต้องมีการประเมินตัวชี้วัด ทั้งนี้อาจจะมีการออกแบบเครื่องมือในการประเมินตัวชี้วัดและดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้ผู้ประเมินจากภายนอก

(๔) ประเมินผลการดำเนินงานในระยะครึ่งแรกเพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ในระยะต่อไป

๑.๓ ระยะยาว

(๑) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของทุกส่วนงาน หลังสิ้นสุดยุทธศาสตร์ เพื่อเสนอคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

(๒) ประเมินผลการดำเนินงานความสำเร็จของการดำเนินงาน วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนปัจจัยความสำเร็จในขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

(๓) จัดทำยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในช่วงระยะถัดไป ร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ ๑

บทนำ

ส่วนที่ ๑

บทนำ

๑.๑ หลักการและเหตุผล

จากสภาพการณ์ของสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้กระบวนการเรียนรู้ของคนในสังคมเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สื่อกลายเป็นแหล่งเรียนรู้แหล่งใหม่ที่สามารถกระตุ้นการรับรู้และดึงดูดความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเด็กและเยาวชน โดยจะเห็นได้ว่ารูปแบบและเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนในสื่อหลายประเภทยังคงมีไม่เพียงพอ รวมถึงการรู้เท่าทันสื่อ ยังไม่เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งในหมู่ประชาชนทั่วไป จึงอาจก่อให้เกิดปัญหาที่กระทบต่อสังคมในมิติทางวัฒนธรรม มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางอาชญากรรม และมิติทางด้านความมั่นคง ทั้งนี้ จากสถานการณ์ดังกล่าวรัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของสื่อซึ่งมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในสังคมยุคปัจจุบัน และมีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อค่านิยม วิถีชีวิต และวัฒนธรรม จึงได้มีการประกาศ “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑” เพื่อกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการดำเนินงานด้านพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพอย่างสร้างสรรค์และไม่เป็นภัยต่อสังคม

นอกจากนั้น ปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ทุกส่วนราชการดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ซึ่งมีการจำแนกแผนเป็น ๓ ระดับ ได้แก่ แผนระดับที่ ๑ คือ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ ๒ ประกอบด้วย แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๓ ประเด็น แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนความมั่นคงแห่งชาติ และแผนระดับที่ ๓ หมายถึง แผนที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของแผนระดับที่ ๒ และแผนระดับที่ ๑ ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และดิจิทัล ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากในอดีต รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันตามความปกติใหม่ (New Normal) อันมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ หรือ COVID-๑๙ รวมทั้งโรคติดเชื้ออุบัติใหม่ และโรคติดเชื้ออุบัติซ้ำที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต เพื่อให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๔ โดยมาตรา ๕ กำหนดให้ กองทุนฯ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ (๑) รณรงค์ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๒) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๓) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อสื่อใน

การพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคม (๔) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๕) ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัยอบรมพัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๖) ส่งเสริมบุคคล องค์กร ชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๗) ดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

ซึ่งจากวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกองทุนฯ จะเห็นได้ว่ากองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีบทบาทในการสนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรมสื่อแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มเนื้อหาที่เป็นทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้มากขึ้น การขับเคลื่อนประเด็นที่เป็นประโยชน์สู่การมีส่วนร่วมของคนในสังคมได้ พร้อมทั้งสร้างฐานความรู้ด้านต่างๆ ในการสนับสนุนการสร้างสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเตรียมความพร้อมในการผลักดันการรู้เท่าทันสื่อเข้าสู่ระบบการศึกษารวมถึงการสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อและการสื่อสารของไทยในเชิงลึกและองค์ความรู้เกี่ยวกับการชี้วัดระดับการรู้เท่าทันสื่อ และสร้างพลเมืองที่ไหวรู้ต่อการเฝ้าระวังทำงานแบบเครือข่ายเข้มแข็งและเคลื่อนไหวผ่านสื่อสารสาธารณะ

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เริ่มต้นดำเนินการมาตั้งแต่ ๒๗ มีนาคม ๒๕๕๔ ซึ่งในปี ๒๕๖๓ ระยะเวลา ๕ ปีเศษ โดยในช่วงที่ผ่านมากองทุนฯ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ และได้กำหนดทิศทาง หรือแนวทางการดำเนินงานขับเคลื่อนงานของกองทุนฯ โดยใช้แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวมาเป็นระยะเวลา ๓ ปี ดังนั้น คณะที่ปรึกษาจึงเล็งเห็นความจำเป็นต้องมีการศึกษาทบทวนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สำหรับนำไปกำหนดทิศทางการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุน มาตรา ๕ ให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมสามารถตอบสนองนโยบายรัฐบาลและยุทธศาสตร์ชาติ และสถานการณ์และบริบทที่อาจเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อทบทวนและประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑.๒.๒ เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ

๑.๒.๓ เพื่อนำเสนอแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และแนวทางการบูรณาการแผนการดำเนินงานระดับประเทศร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๑.๓ ขอบเขตการศึกษา

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

คณะที่ปรึกษาจะมีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ ๓ ประเด็น ได้แก่

๑) การศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ หลักการ กระบวนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ การประเมินผลยุทธศาสตร์ ตลอดจนรูปแบบการจัดทำยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่มีภารกิจหรือบทบาทหน้าที่คล้ายคลึงกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๒) การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ทบทวนและประเมินผลแผนยุทธศาสตร์ และผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เช่น นโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ผลการสำรวจประเมินความพึงพอใจการสนับสนุนงบประมาณกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับภาคีที่ร่วมการดำเนินงานเพื่อขอรับทุนสนับสนุนเงินโครงการหรือกิจกรรมในช่วงระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา ผลการประเมินการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ เป็นต้น

๓) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย และยุทธศาสตร์ระดับประเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) รวมถึงสถานการณ์ของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยเชิงคุณภาพ การดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

๑. การสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการกองทุนฯ ผู้บริหารกองทุนฯ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังความคิดเห็นเชิงนโยบายเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของกองทุนฯ ผลการปฏิบัติงานของกองทุนฯ ปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติงาน และทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ

๒. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ๑) บุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๔ ครั้ง ๒) กลุ่มผู้ยื่นขอรับทุน โดยแบ่งตามประเภทโครงการที่ยื่นขอ ประกอบด้วย ๑) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว) ๒) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อประชาชนและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ) ๓) ด้านการวิจัยและขับเคลื่อนสังคม และ ๔) ด้านส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ จำนวนด้านละ ๑๐ โครงการ รวมทั้งหมด ๔๐ โครงการ จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อระดมความคิดเห็น สอบถามถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่กระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๓. การจัดประชุมผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างน้อย ๕๐ คน ประกอบด้วย ๑) กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) ผู้บริหาร และบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๓) กรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปรึกษา และอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และ รับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

๑. การสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อสอบถามความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยกลุ่มประชากร ประกอบด้วย คือ ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวนทั้งสิ้น ๒,๘๐๐ คน ครอบคลุม ๖ ภูมิภาค และ ๑ กลุ่มจังหวัด ซึ่งจำแนกเป็นภูมิภาคละ ๔๐๐ คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) และวิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection)

๓.๓.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

๑. การจัดสนทนากลุ่มและจัดประชุมผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ โดยดำเนินการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

๒. การสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อสอบถามความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยได้มีการกระจายกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศตามสัดส่วนประชากร ประกอบด้วย ๖ ภูมิภาค และ ๑ กลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย ๑) ภาคกลาง

๒) ภาคใต้ ๓) ภาคตะวันตก ๔) ภาคตะวันออก ๕) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๖) ภาคเหนือ และ ๗) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

๓.๓.๔ ขอบเขตระยะเวลา

โครงการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาทบทวนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทที่เกี่ยวข้อง กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีระยะเวลา ๑๘๐ วัน นับตั้งแต่วันที่ลงนามในสัญญา

๑.๔ นิยามศัพท์

๑.๔.๑ แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ หมายถึง ทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ขององค์การ (Corporate Goal) ทั้งนี้ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์นั้น จะต้องประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ที่จะทำให้ภารกิจนั้น บรรลุผลสำเร็จ พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดผลสำเร็จของภารกิจเหล่านั้น

๑.๔.๒ แผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หมายถึง แผนปฏิบัติการประจำปีของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่แสดงให้เห็นถึงภารกิจที่จะดำเนินการในแต่ละปี ภายใต้กรอบแผนยุทธศาสตร์ ๕ ปี

๑.๔.๓ วิสัยทัศน์ หมายถึง ภาพที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในอนาคตของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริงในปัจจุบัน

๑.๔.๔ พันธกิจ หมายถึง ขอบเขต ภารกิจ บทบาทหน้าที่ ทั้งที่เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ รวมทั้งที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์

๑.๔.๕ ประเด็นยุทธศาสตร์ หมายถึง ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ต้องพัฒนา ต้องมุ่งเน้น ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณาว่าในพันธกิจแต่ละข้อนั้น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ต้องการดำเนินการในประเด็นใดเป็นพิเศษ และหลังจากได้ดำเนินการดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องการให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด

๑.๔.๖ เป้าประสงค์ หมายถึง สิ่งที่กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พยายามจะบรรลุในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ โดยการพิจารณาว่าหากสามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละข้อ ใครเป็นผู้ได้รับ ผลประโยชน์และได้รับประโยชน์อย่างไร

๑.๔.๗ ตัวชี้วัด หมายถึง สิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ว่ากองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้หรือไม่ โดยจะต้องใช้ถ้อยคำที่ชัดเจนและสามารถวัดได้ อย่างเป็นรูปธรรม

๑.๔.๘ ค่าเป้าหมาย หมายถึง ตัวเลขหรือค่าของตัวชี้วัดความสำเร็จที่กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ต้องการบรรลุ โดยในแต่ละตัวชี้วัดจะต้องกำหนดค่าเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าผลการดำเนินการในแต่ละตัวชี้วัดประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวมากน้อยเพียงใด

๑.๔.๙ กลยุทธ์ หมายถึง สิ่งที่กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้ จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้อง พิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่งๆ นั้น มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จและเราจำเป็นต้องทำอย่างไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้

๑.๔.๑๐ โครงการสำคัญ (Flagship project) หมายถึง โครงการสำคัญที่จะต้องดำเนินการภายใต้นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๑.๕ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ๕.๑ ได้ผลการทบทวนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา

๑.๕.๒ ได้แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

๑.๕.๓ ได้แนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และแนวทางการบูรณาการแผนการดำเนินงานระดับประเทศร่วมกับหน่วยงานและภาคเครือข่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนที่ ๒

การจัดทำแผนและรายละเอียด
ในการดำเนินการโครงการฯ

ส่วนที่ ๒

การจัดทำแผนและรายละเอียดในการดำเนินการโครงการฯ

๒.๑ การทบทวนวรรณกรรมโดยดำเนินการศึกษาและค้นคว้าแนวทางการวิเคราะห์ทบทวนนโยบาย แผนและยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ในการทบทวนและประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และจัดทำแผน ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศ อื่นๆ ทางคณะที่ปรึกษาได้มีการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับบริหารเชิงยุทธศาสตร์ การวางแผน ยุทธศาสตร์ แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การยกร่างประเด็นยุทธศาสตร์ การประเมินผล ยุทธศาสตร์ เพื่อนำมาจัดทำและประเมินผลยุทธศาสตร์ ใบเบื้องต้น ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๒.๑.๑ การบริหารเชิงยุทธศาสตร์

การบริหารจัดการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Management) โดยทั่วไป หมายถึง การกำหนด วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Goal) ขององค์กรในระยะสั้น และระยะยาว จากนั้นจึงวางแผนทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานตามพันธกิจ อันนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจก่อให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคแก่องค์กรได้ องค์กรจึงจำเป็นต้อง พิจารณาสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เพื่อหาจุดแข็งหรือจุดอ่อนในการที่จะสามารถหลีกเลี่ยงจาก อุปสรรคหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่นั้นได้ ดังนั้น การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการบริหาร โดยคำนึงถึงลักษณะการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต สภาพแวดล้อม การจัดสรรทรัพยากร การปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ (จิรประภา อัครบวร, ๒๕๕๒)

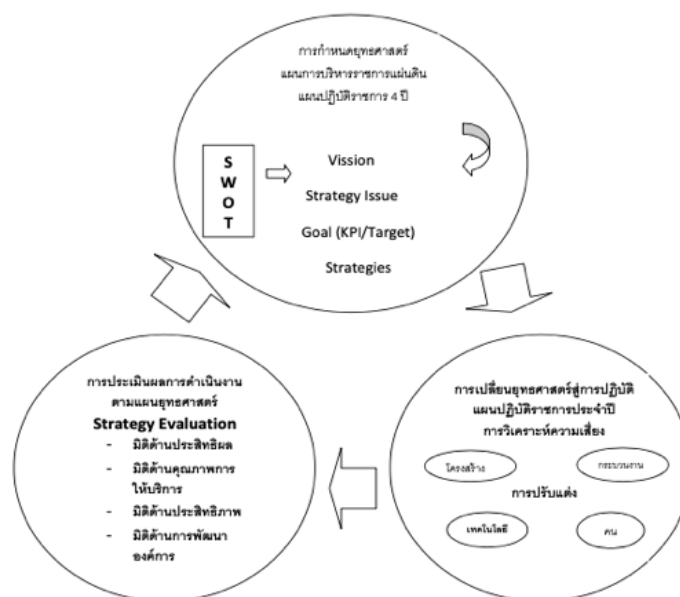
การจัดการเชิงยุทธศาสตร์เป็นศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการ ซึ่งอาจมีความสลับซับซ้อน และยากต่อความเข้าใจ ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้การคิดอย่างเป็นระบบในการกำหนดกรอบของความเป็น องค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในส่วนต่างๆ ของการจัดการเชิงกลยุทธ์และสามารถมองเห็นภาพ ทั้งองค์กรในมุมมองที่เหมาะสมซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารหลีกเลี่ยงการให้ความสนใจในประเด็นปลีกย่อยที่ ไม่จำเป็น (วรารัณ ผลิตประเสริฐ, ๒๕๕๓)

สำหรับ **การบริหารยุทธศาสตร์ภาครัฐ** คือ การบริหารจัดการภาครัฐที่ช่วยให้้องค์การภาครัฐ ตระหนักถึงความสามารถขององค์กร จุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กร โอกาสและอุปสรรคของ องค์กรที่เป็นผลกระทบมาจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ผู้บริหารและพนักงานได้มีการตื่นตัวต่อ

การเปลี่ยนแปลง เห็นโอกาสใหม่ๆ และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานในระดับต่างๆ มีส่วนร่วมในการบริหาร ทำให้ได้พัฒนาความคิด และช่วยลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ (สุพานี สุษฎ์วานิช, ๒๕๕๕: ๙) ทั้งยังช่วยให้องค์การมีทิศทางและแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งจากสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และในท้ายที่สุดจะช่วยให้องค์การมีสมรรถนะสูงและสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร การบริหารยุทธศาสตร์ภาครัฐประกอบไปด้วย การตัดสินใจและการดำเนินการในการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy Formulation) นำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) และการประเมินผลยุทธศาสตร์ (Strategy Evaluation) อย่างไรก็ตาม การบริหารยุทธศาสตร์ภาครัฐที่จะมีประสิทธิภาพได้นั้น ปัจจัยส่วนหนึ่งคือการมีจุดเริ่มต้นที่ดี คือการมีแผนยุทธศาสตร์ภาครัฐที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร องค์ประกอบของแผนยุทธศาสตร์ภาครัฐควรจะต้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกันเพื่อเป็นปัจจัยเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน โดยแผนยุทธศาสตร์ภาครัฐควรจะต้องประกอบไปด้วย

๑. วิสัยทัศน์ (Vision) คือ องค์กรเราปรารถนาจะเป็นอะไรหรือจะไปถึงไหนในอนาคต
๒. ค่านิยมร่วม (Shared Value) คือ พฤติกรรมหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่บุคลากรในองค์กรกระทำหรือยึดถือร่วมกันด้วยความสมัครใจ เป็นสิ่งที่ผูกบุคลากรในองค์กรไว้ด้วยกัน และเป็นแรงผลักดันให้องค์การก้าวไปข้างหน้าเพื่อมุ่งสู่วิสัยทัศน์ที่วางไว้
๓. พันธกิจ (Mission) คือ สิ่งที่องค์กรเราทำและเป็นเหตุผลของการดำรงอยู่ขององค์กรเรา ซึ่งพันธกิจเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้เราบรรลุวิสัยทัศน์
๔. ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ นโยบายหรือแผนการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กร โดยคาดหวังว่าหากยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ องค์กรก็จะบรรลุวิสัยทัศน์
๕. เป้าประสงค์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Goal) คือ สิ่งที่ต้องการประสงค์จะเห็นหรือให้เกิดขึ้นหลังจากมีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้ (ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ)
๖. กลยุทธ์ (Tactic) คือ แนวทางการดำเนินงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ โดยคาดหวังว่าหากกลยุทธ์ประสบความสำเร็จ ยุทธศาสตร์จะประสบความสำเร็จ
๗. ตัวชี้วัด (Indicator) คือ เครื่องมือทางการบริหารที่สำคัญที่จะช่วยให้ทราบว่า การดำเนินกลวิธี (โครงการ) กลยุทธ์ (แผนงาน) และยุทธศาสตร์ (แผน) ต่างๆ ได้ไปถึงในจุดใด บรรลุวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย และเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน
๘. ค่าเป้าหมาย (Target) คือ ผลในเชิงปริมาณและ/หรือคุณภาพตามตัวชี้วัด
๙. โครงการ (Project) คือ งานประเภทหนึ่ง (ที่มีกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน) ที่ถูกกำหนดขึ้นในองค์กรเพื่อจะแปลงเจตนารมณ์ในเชิงกลยุทธ์ให้กลายเป็นวิธีการที่จะนำไปสู่

การปฏิบัติอย่างได้ผล ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ (ปกรณ์ ปรียากร, ๒๕๔๘:๑-๒) โดยคาดหวังว่าหากโครงการประสบความสำเร็จ กลยุทธ์จะประสบความสำเร็จ



ภาพที่ ๑ องค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารยุทธศาสตร์ (จิรประภา อัครบวร, ๒๕๕๒)

๒.๑.๒ แนวคิดและหลักการในการวางแผนยุทธศาสตร์

การวางแผนยุทธศาสตร์ หรือการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร โดยกำหนดสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการบรรลุ และกำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบ การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิด จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่รอบด้าน คือ จะต้องคำนึงถึงทั้งสภาพการณ์ที่ต้องการให้เกิด ศักยภาพหรือขีดความสามารถขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

การกำหนดแนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตที่ต้องการให้เกิดจะต้องเป็นระบบ คือ แนวทางที่กำหนดขึ้นจะต้องดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบคำถามหลัก ๓ ประการ คือ

๑. องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?) เป็นการกำหนดแนวทาง หรือทิศทางในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

๒. สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?) ต้องวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนงานดำเนินการที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?) เป็นการบริหารที่มีกำหนดผลการปฏิบัติขององค์กรในระยะที่แน่นอน (อ้างอิงใน ญัฎฐยา สันตระการผล, ๒๕๕๓)

๒.๒.๑ กระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรสมัยใหม่เป็นองค์กรเชิงกลยุทธ์ซึ่งจะต้องมีการนำแนวคิดของการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) มาใช้เพราะการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นรูปแบบการบริหารที่มีกระบวนการเป็นขั้นตอนต่างๆ ที่จะทำให้การบริหารบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การที่องค์กรสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ในระยะยาวไว้ล่วงหน้าได้อย่างชัดเจน การกำหนดพันธกิจให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกำหนดกลยุทธ์เพื่อผลักดันองค์กรให้บรรลุตามพันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้จึงมีความสำคัญอย่างมากที่จะต้องกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ดังนี้

Gordon Judith R. and associates (๑๙๙๐, pp.๑๔๔-๑๕๐ อ้างอิงใน วันชัย มีชาติ, ๒๕๕๔) ได้เสนอว่าในการจัดการเชิงยุทธศาสตร์มีขั้นตอนสำคัญ ๕ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การกำหนดพันธกิจขององค์กร (mission determination) เป็นการกำหนดว่าองค์กรจะมีภารกิจใดเป็นการตอบคำถามว่าองค์กรนั้นตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร หรือแสดงเหตุผลความจำเป็นในการมีองค์กรดังกล่าว การกำหนดพันธกิจขององค์กรจะเป็นการกำหนดสภาพแวดล้อมขององค์กร แสดงถึงความพยายามขององค์กรในภาพรวมว่าต้องการให้เกิดผลใดขึ้น พันธกิจขององค์กรสามารถพิจารณาได้จากพระราชบัญญัติจัดตั้งหน่วยงานในองค์การราชการ และวัตถุประสงค์ขององค์กรในหนังสือบริหารสนธิในหน่วยงานเอกชน พันธกิจขององค์กรเอกชนสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริหาร ซึ่งสามารถกำหนดพันธกิจใหม่หรือเปลี่ยนหน้าที่ได้แต่ต้องการภาครัฐหรือหน่วยงานราชการเปลี่ยนแปลงพันธกิจได้ยากเพราะต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมาย นอกจากนี้หน่วยงานราชการยังเป็นงานบริการสังคม ที่ลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะบ้างเป็นการบังคับใช้กฎหมายบ้าง ทำให้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงพันธกิจได้ การกำหนดพันธกิจในหน่วยงานภาครัฐจะเป็นการทบทวนอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน

๒. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร การวางแผนกลยุทธ์ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและในด้านการปรับตัวขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ๒ ส่วน คือ

๒.๑ สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมเฉพาะ

๒.๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เป็นขั้นตอนสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์ เพราะจะเป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทาง ตลอดจนวิธีการดำเนินงานให้บรรลุทิศทางที่กำหนดไว้ขององค์กร

๓. การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ หลังจากศึกษาพันธกิจและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรแล้ว องค์กรจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กรที่สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร

๔. การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เป็นการกำหนดกลยุทธ์จากการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ประกอบด้วยแผน ๓ ระดับ คือยุทธศาสตร์ในระดับองค์กรโดยรวมซึ่งเรียกว่า corporate level กลยุทธ์ในระดับหน่วยงานย่อย หรือระดับหน่วยธุรกิจ หรือระดับ business – level และแผนระดับปฏิบัติการ หรือ operational - level โดยแผนกลยุทธ์แต่ละระดับจะต้องมีความสัมพันธ์สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในลักษณะความเชื่อมโยงของเป้าหมายและวิธีการปฏิบัติ ดังนั้น หากการกำหนดมีความชัดเจนและเชื่อมโยงกันดีก็จะทำให้การปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามที่ต้องการวางไว้

๕. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกระบวนการในการทำงานขององค์กร และเกี่ยวข้องกับการบริหารงานในมิติต่างๆ เช่น โครงสร้างขององค์กร ระบบการนำในองค์กร ระบบการติดต่อสื่อสารและการควบคุมในองค์กร ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยในการปฏิบัติงานขององค์กรทั้งสิ้น

ในขณะที่ จิรประภา อัครบวร (๒๕๕๒) ได้มีการอธิบายกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ มี ๘ ขั้นตอน ดังนี้

๑) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กร หรือโครงการ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ ต่อการทำงานขององค์กร

๒) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) คือการกำหนดถึงภาพอนาคตสิ่งที่ยอยากให้องค์กรมีลักษณะเช่นใด ซึ่งในการกำหนดวิสัยทัศน์จะต้องกระทำโดยการนำของผู้บริหารระดับสูงและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร การกำหนดวิสัยทัศน์ควรจะทำหลังจากมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามหรือพิจารณาภาวะแวดล้อมภายใน-ภายนอกองค์กรแล้วโดยเฉพาะการพิจารณาพันธกิจ การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์จะช่วยในการเกิดความรับผิดชอบร่วมกันหรือเกิดความมุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจ

๓) การกำหนดพันธกิจ (Mission) คือการกำหนดหน้าที่หรือสิ่งที่องค์กรต้องทำเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ซึ่งในการกำหนดพันธกิจนั้นต้องเริ่มต้นจากการพิจารณาเหตุผลในการจัดตั้งองค์กร สำหรับหน่วยงานราชการจำเป็นต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติการปรับปรุงส่วนราชการและพระราชบัญญัติ

ที่กล่าวถึงการจัดตั้งหน่วยงานกฎหมายและพระราชกฤษฎีกามติคณะรัฐมนตรีที่ระบุถึงหน้าที่ความรับผิดชอบและการให้อำนาจส่วนราชการนั้นๆ ประวัติความเป็นมา บทบาทและผลงานในอดีต ความคาดหวังของประชาชนและฝ่ายการเมือง นโยบายรัฐบาลและสภาพเศรษฐกิจสังคม การเมือง การกำหนดพันธกิจควรทำในรูปคณะทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ และ นักวิชาการภายนอกที่จะสะท้อนทัศนะที่เป็นกลางและมุมมองใหม่ๆ เมื่อยกร่างพันธกิจได้แล้วจะให้ผู้บริหารระดับสูงได้ร่วมพิจารณาให้ความเห็นเพิ่มเติมและหาข้อยุติ

๔) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) ประเด็นยุทธศาสตร์ หมายถึง ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ต้องพัฒนา ต้องมุ่งเน้น ประเด็นยุทธศาสตร์นี้สามารถทำได้โดยการนำพันธกิจแต่ละข้อมาพิจารณาว่าในพันธกิจแต่ละข้อนั้นหน่วยงานต้องการดำเนินการในประเด็นใดเป็นพิเศษ และหลังจากได้ดำเนินการดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ต้องการให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใด ทั้งนี้ ในการจัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ของแต่ละหน่วยงานนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำแผนบริหารราชการแผ่นดินของกระทรวงต้นสังกัดมาเป็นหลักประกอบการพิจารณาด้วย

๕) การกำหนดเป้าประสงค์ (goal) ของแผนยุทธศาสตร์ หมายถึง สิ่งที่หน่วยงานปรารถนาจะบรรลุ โดยต้องนำประเด็นยุทธศาสตร์มาพิจารณาว่า หากสามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละข้อแล้ว ใครเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ และได้รับประโยชน์อย่างไร ยกตัวอย่าง เช่น เป้าประสงค์ของกรมสรรพากร ประการหนึ่ง คือ รัฐมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีเพียงพอในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ จากตัวอย่างนี้ ผู้ได้รับประโยชน์ คือ ภาครัฐ โดยได้ประโยชน์คือ สามารถจัดเก็บภาษีได้มากพอที่จะนำไปพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ได้ นั่นเอง

๖) การสร้างตัวชี้วัด (Key Performance Identification) ตัวชี้วัด หมายถึง สิ่งที่จะเป็นตัวบ่งชี้ว่าหน่วยงานสามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้หรือไม่ ขั้นตอนนี้ เราจะต้องพิจารณาหาปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ดังกล่าว และต้องใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน ทั้งในแง่ของคำจำกัดความและการระบุขอบเขต เช่น “จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการในหนึ่งเดือน” เป็นต้น โดยตัวชี้วัดนี้จะถูกนำมาเป็นหลักในการกำหนดค่าเป้าหมายในลำดับต่อไป

๗) การกำหนดค่าเป้าหมาย (target) ค่าเป้าหมาย หมายถึง ตัวเลขหรือค่าของตัวชี้วัดความสำเร็จ ที่หน่วยงานต้องการบรรลุขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการกำหนด หรือ ระบุไว้ในแผนงานนั้นๆ หน่วยงานต้องการทำอะไร ให้ได้เป็นจำนวนเท่าไร และภายในกรอบระยะเวลาเท่าใด จึงจะถือว่าบรรลุเป้าหมาย เช่น ต้องผลิตนักสังคมสงเคราะห์เพิ่มเป็นจำนวน ๑,๒๕๐ คน ภายในระยะเวลา ๕ ปี เป็นต้น

๘) การกำหนดกลยุทธ์ (strategy) กลยุทธ์ หมายถึง สิ่งที่หน่วยงานจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ โดยกลยุทธ์นี้จะกำหนดขึ้นจากการพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จ (critical success factors) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุเป้าประสงค์ข้อหนึ่งๆ นั้น มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความสำเร็จ และเราจำเป็นต้องทำอย่างไร จึงจะไปสู่จุดนั้นได้

การศึกษาแนวคิดและหลักการในการวางแผนยุทธศาสตร์ จะทำให้คณะที่ปรึกษาเข้าใจและ ทบทวนกระบวนการในการวางแผนยุทธศาสตร์ หรือการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เพื่อ ตัดสินใจและกำหนดทิศทางในอนาคตของยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และแนวทางการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างเหมาะสมและสามารถ กำหนดแนวทางในการบรรลุสภาพการณ์ที่กำหนดบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านอย่างเป็นระบบอีกด้วย

๒.๑.๓ แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

การจะได้มาซึ่งกลยุทธ์จำเป็นต้องเริ่มต้นจากการศึกษาวิเคราะห์ ตรวจสอบ และประเมิน สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบเผยแพร่ให้บุคคล สำคัญภายในองค์กรได้ทราบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อระบุ “ปัจจัยเชิงกลยุทธ์” (Strategic Factors) ทั้งปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายใน ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดอนาคต ขององค์กร สำหรับวิธีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมมีเครื่องมือใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก เช่น SOAR Analysis เป็นกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ ที่เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง โอกาส แรง บันดาลใจ และผลลัพธ์ในเชิงบวกที่จะเกิดขึ้น จะเน้นการค้นหาคำจุดแข็งและโอกาสให้มากที่สุดแล้วเอามา สร้างแรงบันดาลใจ และคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นไปเลย โดยเชื่อว่ายังมีและใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและ โอกาสมากเท่าใด จะสามารถปิดจุดอ่อนหรือพลิกจุดอ่อนเป็นจุดแข็ง รวมทั้งสามารถบริหารความเสี่ยง หรือสร้างโอกาสจากภัยคุกคามได้โดยธรรมชาติได้มากเท่านั้น โดยพบว่าเมื่อมีการนำเครื่องมือ SOAR Analysis มาใช้จะสามารถถึงการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสีย และสามารถได้ข้อมูลและพัฒนากลยุทธ์ ได้ดีขึ้น (Stavos and Hinrichs, ๒๐๐๙) แต่อย่างไรก็ตาม วิธีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่เป็น วิธีวิเคราะห์ที่นิยม ได้แก่ “การวิเคราะห์สวอท” หรือ “SWOT Analysis” เป็นการวิเคราะห์สภาพ องค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญใน การดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ซึ่ง SWOT Analysis ประกอบด้วย S (Strengths) จุดแข็ง W (Weaknesses) จุดอ่อน O (Opportunities) โอกาส T (Threats) อุปสรรค หรือข้อจำกัด อีกนัยหนึ่ง คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

๒.๓.๑ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

เป็นการวิเคราะห์สภาพความเป็นจริงขององค์กรว่ามีปัจจัยอะไรเป็นจุดแข็ง (Strength) และ จุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร เพื่อชี้ให้เห็นว่าในการดำเนินงานต่างๆ องค์กรจะมีโอกาสประสบ ความสำเร็จมากน้อยเพียงไร จะมีปัญหาอะไรหรือไม่อย่างไร จะได้ดำเนินการป้องกันแก้ไข

จุดแข็ง (Strength) คือ ส่วนที่ดี ส่วนที่องค์กรทำได้ดี ส่วนที่เป็นความเข้มแข็งขององค์กร ส่วนที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กร ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น หน่วยงานได้รับงบประมาณมากตามที่ต้องการ ผู้บริหารได้รับความไว้วางใจจากนักการเมือง มีระบบการบริหารที่ดี ข้าราชการมีความรู้สูงมีหัวก้าวหน้า มีความสามารถในการทำงานบริหารโครงการให้สำเร็จ ทำงานเป็นทีมปรับตัวได้ดี

จุดอ่อน (Weakness) คือส่วนที่ไม่ดี ส่วนที่ถ่วง ส่วนที่ล้าหลังทำให้องค์กรเสียหาย ส่วนที่ทำให้ภาพลักษณ์องค์กรเสียหาย ซึ่งจะมีลักษณะตรงข้ามกับจุดแข็ง เช่น การขาดการสนับสนุนจากนักการเมือง ข้าราชการมีความรู้ความสามารถจำกัด เครื่องมือระบบงานล้าสมัย

การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กรจะช่วยบ่งบอกถึงขีดความสามารถขององค์กร ช่วยให้เห็นขีดจำกัดเกี่ยวกับทรัพยากรและทักษะที่มีอยู่ในการดำเนินการต่างๆ จำเป็นต้องเตรียมแก้ไขข้อจำกัดและใช้จุดแข็งให้เกิดประโยชน์มากที่สุดในเรื่องนี้ หน่วยงานอาจจัดทำสรุปย่อสังเขปเกี่ยวกับผลงานความสำเร็จและความสามารถต่างๆ ตามลำดับเหตุการณ์ก็จะช่วยให้เห็นภาพและเข้าใจศักยภาพของหน่วยงานได้ถูกต้องชัดเจนขึ้น การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรจะเป็นสิ่งที่ชี้ว่าหน่วยงานมีศักยภาพความสามารถเพียงใดถ้าหากจะเริ่มดำเนินการโครงการใหม่ๆ หรือออกสินค้าตัวใหม่ หน่วยงานนั้นมีโอกาสจะพบกับความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด มีข้อควรแก้ไขอย่างไร ทั้งนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะต้องมีการระดมความคิด วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีรูปแบบหรือ Model ที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในหลายรูปแบบ แต่ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์นี้ คณะผู้จัดทำได้ใช้รูปแบบ Seven-S Framework of McKinsey ซึ่งมาจากตัวย่อของปัจจัยต่างๆ ทั้ง ๗ ปัจจัยด้วยกัน คือ (เอกชัย บุญยาธิฐาน, ๒๕๕๓ หน้า ๗๘-๘๐)

๑) Strategy- กลยุทธ์ หมายถึง แผนที่กำหนดขึ้นเพื่อสร้างหรือคงไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันหรือหาช่องทางอย่างอื่น

- องค์กรของเรามีการนำเอาระบบการบริหารเชิงกลยุทธ์มาหรือไม่
- ระบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ใช้อยู่เข้มแข็งแค่ไหน
- ระบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ใช้อยู่เป็นระบบที่บูรณาการมากน้อยเท่าไร
- เราได้นำผลที่ได้จากการจัดทำกลยุทธ์มาใช้อย่างเต็มที่มากน้อยเพียงไร
- ความมุ่งมั่นของเราที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ มีมากน้อยเพียงไร
- วัตถุประสงค์และตัวชี้วัดได้มีการนำมาใช้อย่างครบถ้วนหรือไม่
- บุคลากรรู้และเข้าใจวิสัยทัศน์มากน้อยเพียงไร
- บุคลากรให้ความสนใจต่อวิสัยทัศน์มากน้อยเพียงไร
- องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดมากน้อยเพียงไร

๒) Structure- โครงสร้าง หมายถึง วิธีการหรือแนวทางที่องค์กรถูกจัดสร้างขึ้น เป็นตัวที่จะบอกว่าใครเป็นหัวหน้าใคร และใครที่จะต้องรายงานใคร คำถามที่มีได้คือ

- โครงสร้างองค์กรของเราเหลือน้อยขึ้นมาน้อยเพียงไร
- โครงสร้างการทำงานมีความชัดเจนมากน้อยเพียงไร
- โครงสร้างการทำงานเกื้อหนุนให้การทำงานเป็นทีมและกระจายอำนาจมากน้อย

แค่ไหน

- ความร่วมมือระหว่างกันในแต่ละแผนกงานมีมากน้อยเพียงไร
- ทีมงานรวมตัวกันและปรับตัวเข้าหากันได้ดีเพียงไร
- สายการบังคับบัญชาเป็นอย่างไร ชัดเจนหรือไม่ชัดเจน
- สายการบังคับบัญชาทำให้บุคลากรต้องรับฟังคำสั่งจากหัวหน้าหลายคนหรือไม่

๓) System- ระบบ หมายถึง กิจกรรมหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานประจำวันที่บุคลากรในองค์กรต้องดำเนินการให้ลุล่วง คำถามที่มีได้คือ

- ระบบงานอะไรที่เป็นหลักขององค์กร เป็นระบบทำงานกันไปวันๆ ตามพื้นฐานการปฏิบัติงานประจำวัน หรือมีระบบที่ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน

- เรามีระบบงานที่เป็นสากลหรือไม่

- ระบบการบริหารจัดการที่มีอยู่ทำให้เราสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากน้อยเพียงไร

- ระบบการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ หรือการบริการมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร งานยังคงผิดพลาดอยู่หรือไม่

- ระบบการเฝ้าติดตามกระบวนการเป็นอย่างไร มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร
- ระบบงานที่จัดทำขึ้นและนำลงปฏิบัติมีประสิทธิภาพน้อยแค่ไหน
- องค์กรได้นำระบบ Competency มาใช้ครบถ้วนแค่ไหน

๔) Shared Value- ค่านิยมร่วม หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรหรือทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรที่ไปในทิศทางเดียวกัน ปัจจุบันถูกนำมาวางไว้ตรงกลาง แสดงว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เท่ากับเป็นเป้าหมายสำคัญที่องค์กรต้องการที่จะบรรลุถึง คำถามที่มีได้คือ

- องค์กรของเรามีอะไรที่เป็นค่านิยมร่วม เป็นไปในทางส่งเสริมองค์กรหรือเป็นอุปสรรค

๕) Style- รูปแบบ หมายถึง รูปแบบของควมมีภาวะผู้นำที่ผู้บริหารนำมาใช้ คำถามที่มีได้คือ

- รูปแบบการทำงานของผู้บริหารเป็นอย่างไร
- รูปแบบการบริหารจัดการเอื้อประโยชน์ต่อเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ อย่างไร
- ผู้บริหารมีภาวะผู้นำหรือไม่
- ภาวะผู้นำของผู้บริหารมีมากน้อยเพียงไร
- ผู้บริหารมีจิตสำนึกที่จะบริหารองค์กรให้บรรลุเป้าหมายมากน้อยเพียงไร

- มีรูปแบบการทำงาน มีหัวหน้าหลายคนที่สร้างความสับสนในการบริหารจัดการหรือไม่

- ภาวะผู้นำของผู้บริหารทำให้บุคลากรทำงานเพื่อแข่งขันหรือให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน

- การทำงานเป็นทีมขององค์กร มีความเป็นทีมอย่างแท้จริงหรือเป็นเพียงกลุ่มคนที่รวมตัวเข้าด้วยกันตามหน้าที่

๖) Staff- บุคลากร หมายถึง พนักงานหรือลูกจ้างที่รวมถึงความสามารถหรือสมรรถนะของพวกเขาด้วย คำถามที่มีได้คือ

- บุคลากรของเรามีความรู้ความชำนาญในงานมากน้อยเพียงไร
- บุคลากรของเรามีทัศนคติที่ดีต่อการบริการมากน้อยเพียงใด
- ขวัญและกำลังใจในการทำงานเป็นอย่างไร
- บุคลากรมีสมรรถนะตามหลัก Competency มากน้อยเพียงใด

๗) Skill- ทักษะ หมายถึง ความรู้ ความชำนาญของพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีต่องานที่ต้องทำให้ลุล่วงตามเป้าหมาย คำถามที่มีได้คือ

- ทักษะอะไรที่มีความจำเป็นมากที่สุดขององค์กร องค์กรมีทักษะนี้อยู่มากน้อยเพียงใด
- ทักษะการทำงานประจำมีมากน้อยเพียงใด
- ทักษะในการใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์มีมากน้อยเพียงใด
- บุคลากรระดับบริหารมีทักษะการบริหารจัดการหรือไม่
- มีช่องว่างระหว่างทักษะมากน้อยเพียงไร
- มีการวัด เฝ้าติดตาม และควบคุมทักษะที่จำเป็นมากน้อยเพียงไร

กล่าวได้ว่า การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเป็นการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

๒.๓.๒ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมาก สิ่งแวดล้อมต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและมีผลกระทบต่อหน่วยงานของรัฐและบริษัทเอกชนได้อย่างกว้างขวาง เช่น การเปลี่ยนแปลงของตลาดหุ้นในต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว การเคลื่อนย้าย

เงินทุนจำนวนมหาศาลอย่างรวดเร็วย่อมจะมีผลต่อสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรจะช่วยในการวิเคราะห์โอกาสและภาวะคุกคาม

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถผนวกข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าวได้

หลักนิยมทั่วไป คือใช้หลักที่เรียกกันว่า “PESTEL Analysis” ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

๑) การเมือง (Political Component = P) เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐ ที่น่าจะมีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานขององค์กร เช่น

- นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กฎหมาย มติคณะรัฐมนตรี และกฎระเบียบต่างๆ
- ความมั่นคงของรัฐบาล
- บทบาทของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มพลังทางการเมือง
- ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง
- พฤติกรรมทางการเมือง
- กลุ่มผู้มีอิทธิพล/เครือข่ายพันธมิตร
- ฯลฯ

๒) เศรษฐกิจ (Economic Component = E) เป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับมหภาค/ระดับจุลภาคซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิ

- อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

- ผลผลิตมวลรวมในประเทศ
- การค้าระหว่างประเทศและดุลการชำระเงิน
- อัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- อัตราการว่างงาน
- ภาวะการจ้างงานและค่าแรง
- การลงทุนภาคเอกชน
- อัตราเพิ่มของระดับราคาและดัชนีราคา
- ราคาน้ำมันดิบ
- ภาษีอากรและการใช้จ่ายของรัฐบาล
- หนี้สาธารณะ เงินคงคลัง
- การเงินการธนาคาร
- สภาพปัญหาของสาขาการพัฒนา/บริการ
- ฯลฯ

๓) สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Component = S) เป็นการวิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงโครงสร้างทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิ

- ระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชากร
- จำนวนประชากร โครงสร้างของประชากร
- ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรม
- แบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรม การประกอบอาชีพ
- คุณภาพชีวิต
- ลักษณะของชุมชน และการตั้งถิ่นฐาน
- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การกระจายรายได้และความเป็นธรรมในสังคม
- สภาพของบ้านเมืองและลักษณะทางภูมิศาสตร์
- โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ
- การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร
- ระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อม

๔) เทคโนโลยี (Technological Component = T) เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่จะมีผลต่อการดำเนินงาน เช่น การผลิตคิดค้นเทคโนโลยีต่างๆ ความรู้และวิทยาการแขนงต่างๆ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กร ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาในสาขาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเสริมสร้างประสิทธิภาพการผลิตและการให้บริการโดยใช้อุปกรณ์อัตโนมัติต่างๆ

๕) สภาพแวดล้อม (Environment = E)) เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรเช่น หน้าฝน หน้าแล้ง ภาวะโลกร้อน ภาวะโรคระบาด และการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ต่างๆ ตลอดจนแนวโน้มความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลต่อการดำเนินการขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม

๖) กฎหมาย (Legal Component = L)) เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงกฎหมายต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ทั้งนี้ปัจจัยด้านกฎหมาย กับ ปัจจัยด้านการเมือง จะมีความคลุมเครือและคล้ายคลึงกัน แต่ก็มี ความต่างที่แยกได้ชัด ในบริบทของ PESTLE Analysis ปัจจัยทางด้านกฎหมายเกี่ยวข้องกับมาตราที่กฎหมายระบุไว้ เป็นสิ่งที่กำหนดว่าธุรกิจสามารถทำได้หรือไม่สามารถทำได้ ซึ่งปัจจัยด้านกฎหมายมีทั้งส่วนของภายนอกและภายใน กฎหมายบางฉบับส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในบางประเทศกฎหมายจะส่งผลถึงรูปแบบการบริหารจัดการภายใน

กล่าวได้ว่า ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชนลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติ คณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

ทั้งนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการจัดทำยุทธศาสตร์ต่างๆ รวมถึงยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เนื่องจากการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต ถือว่าเป็นตัวกำหนดอนาคตขององค์กร

๒.๑.๔ แนวคิดการยกร่างประเด็นยุทธศาสตร์

การยกร่างประเด็นยุทธศาสตร์ หรือการกำหนดยุทธศาสตร์ เป็นกระบวนการภายหลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในตลอดค่านิยมขององค์กรแล้ว ก็จะเป็นขั้นตอนที่จะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการกำหนดทิศทางพัฒนาองค์กร เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ที่จะบอกทิศทางขององค์กรและภารกิจอันเป็นขอบเขตของกิจกรรมที่จะทำและวัตถุประสงค์หลักซึ่งเป็นการกำหนดในสิ่งที่องค์กรต้องการ หลังจากนั้นจึงกำหนดยุทธศาสตร์หลักและยุทธศาสตร์ที่จะใช้ในการแข่งขัน รวมไปถึงยุทธศาสตร์ในระดับหน้าที่ด้วย

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง-จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาส-อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใด และภายใต้สถานการณ์เช่นนั้นองค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไป ในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้นี้จะถูกนำมาใช้ภายใต้เทคนิค TOWS Matrix Analysis เพื่อสร้างยุทธศาสตร์องค์กร โดยนำมาผนวกกับการจัดวางทิศทางขององค์กร ซึ่งองค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ ๔ รูปแบบดังนี้

๒.๔.๑ สถานการณ์ที่ ๑ (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive – Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

๒.๔.๒ สถานการณ์ที่ ๒ (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์ การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

๒.๔.๓ สถานการณ์ที่ ๓ (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการแต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-Oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดให้

๒.๔.๔ สถานการณ์ที่ ๔ (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานแต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทน

ปัจจัยภายใน/ปัจจัยภายนอก	S จุดแข็งภายในองค์กร	W จุดอ่อนภายในองค์กร
O โอกาสภายนอก	SO การนำข้อได้เปรียบของจุดแข็งภายในและโอกาสภายนอกมาใช้	WO การแก้ไขจุดอ่อนภายในโดยพิจารณาจากโอกาสภายนอกที่เป็นผลดีต่อองค์กร
T อุปสรรคภายนอก	ST การแก้ไขหรือลดอุปสรรคภายนอกโดยนำจุดแข็งภายในมาใช้	WT การแก้ไขหรือลดความเสียหายของธุรกิจอันเกิดจากจุดอ่อนภายในองค์กรและอุปสรรคภายนอก

จากสถานการณ์ทั้ง ๔ รูปแบบ คณะที่ปรึกษาจะนำมายกร่างประเด็นยุทธศาสตร์และกำหนดกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับพันธกิจที่ตั้งไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้

๒.๑.๕ แนวคิดการประเมินผลยุทธศาสตร์

การประเมินเป็นขั้นตอนสำคัญส่วนหนึ่งของกระบวนการวางแผน การจะทำการวางแผนประเมินผลได้จะต้องอาศัยแผนที่ได้กำหนดขึ้นมาแล้ว โดยทั่วไปแล้วการประเมินผลอาศัยแนวคิดหลักการและวิธีการของการวิจัยเป็นแนวทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำข้อมูล วิธีการวัดและตีความข้อมูล (อนันต์ เกตุวงศ์, ๒๕๓๙) ส่วนการควบคุมนั้นคือการวัดผลแห่งความสำเร็จ โดยเทียบกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ผลแห่งความสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแผนงานที่ได้กำหนดไว้ก่อน (ประชุม รอดประเสริฐ, ๒๕๔๓)

การควบคุมและประเมินผลเชิงยุทธศาสตร์เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่จะทำให้ผู้บริหารทราบได้ว่าการบริหารยุทธศาสตร์ขององค์การประสบความสำเร็จหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้าง จะได้ดำเนินการปรับปรุงให้เหมาะสม ในการควบคุมและประเมินยุทธศาสตร์นี้จะต้องนำแนวคิดต่างๆ ที่เหมาะสมกับภาระงานในส่วนนี้มาใช้อย่างจริงจัง โดยการพิจารณาความสอดคล้องของยุทธศาสตร์กับโครงสร้างองค์การ กลไกต่างๆ ในการควบคุมการวัดผลองค์การแบบสมดุล (Balance Scorecard) หรือการใช้แนวคิดการเทียบเคียง (Benchmarking) ซึ่งอาจเป็นการเปรียบเทียบกับหน่วยงานภายในหรือการเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือกิจการอื่นๆ ที่มีการดำเนินการได้ดี โดยอาจเปรียบเทียบกระบวนการหรือเปรียบเทียบในด้านผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้กิจการมีข้อมูลสำคัญอันนำมาสู่การปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นและเหนือกว่าคู่แข่งและบรรลุภารกิจที่วางไว้ โดยในการเทียบเคียงนั้นอาจมีการตั้งศูนย์ความเป็นเลิศ (Center of Excellence: COE) และมีการอุทิศตนเพื่อการเปรียบเทียบ โดยการพิจารณาทั้งสิ่งที่คล้ายกันและต่างกันในการที่เทียบเคียง ซึ่งอาจมีการเทียบเคียงทั้งเชิงปริมาณ (กระบวนการและวิธีทำงาน) และคุณภาพ (วัฒนธรรมการทำงาน) (สุพาณี สฤษฏ์วานิช, ๒๕๕๓) ทั้งนี้รูปแบบของการประเมินผลยุทธศาสตร์ มีดังต่อไปนี้

๒.๕.๑ กรอบการประเมินผลตามแนวทางการวัดความสำเร็จของส่วนราชการ

การประเมินผลการปฏิบัติราชการ หมายถึง การประเมินความสำเร็จของงานอันเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานตลอดรอบการประเมินด้วยวิธีการที่องค์กรกำหนด โดยเปรียบเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการปฏิบัติราชการ ตามเกณฑ์มาตรฐานผลงานที่ผู้บังคับบัญชาและผู้ปฏิบัติงานกำหนดร่วมกันไว้ตั้งแต่ต้นรอบการประเมิน ซึ่งในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของส่วนราชการต่างๆ

นั้น จะมีแนวทางการติดตามประเมินผลตามกรอบแนวทางการวัดความสำเร็จของส่วนราชการ ซึ่งประกอบด้วย

๑) การวัดประสิทธิผล (Effectiveness) ขององค์กรในระดับผลลัพธ์ (Outcome) และพิจารณาความสัมพันธ์แบบผลผลิต (Output) เพื่อหาปัจจัยเอื้อและปัจจัยอุปสรรคจากภายในองค์กรและจากภายนอกองค์กร หากองค์กรมีแผนงานมากกว่า ๑ แผนงาน ก็จะใช้วัดผลลัพธ์รวมของทุกแผนงานในลักษณะตัวชี้วัดรวม (Aggregated Indicator) จากคะแนนของแต่ละผลลัพธ์เป็นปัจจัยร่วม (Composite Factors)

๒) การวัดประสิทธิภาพ (Efficiency) ขององค์กรในระดับผลผลิต (Output) และพิจารณาความสัมพันธ์กับผลผลิต (Input) โดยเฉพาะต้นทุนต่อหน่วยผลผลิต (Output Based Costing) เพื่อหาปัจจัยเอื้อและปัจจัยอุปสรรคจากกระบวนการผลิตและบริการขององค์กร

๓) การวัดความประหยัด (Economy) ขององค์กรในระดับปัจจัยนำเข้า (Input) และพิจารณาความสัมพันธ์กับทรัพยากรอื่นๆ ของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (Resource หรือ Cost) ที่เป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม เช่น ค่าใช้จ่ายในการบำบัดของเสีย ค่าใช้จ่ายในการฟื้นฟูทรัพยากร และค่าใช้จ่ายของพหุภาคีในการร่วมกิจกรรม

๔) การวัดประเมินผลต่อค่าใช้จ่าย (Cost – Effectiveness) ขององค์กรในลักษณะเปรียบเทียบประสิทธิผล (Effectiveness) ทั้งผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefit) ผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) และผลประโยชน์ที่ไม่เห็นเป็นตัวตนชัดเจน (Intangible Benefit) กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้งค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Cost) งบดำเนินการ (Operation Cost) และค่าใช้จ่ายทางอ้อม (Indirect Benefit) เพื่อประเมินความคุ้มค่าของภารกิจของหน่วยงาน

๒.๕.๒ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล

ในด้านเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินโครงการ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลมีหลายเกณฑ์ด้วยกัน ซึ่งประชุม เปี่ยมสมบูรณ์ (๒๕๒๙) ได้เสนอถึงเกณฑ์ประเมินผลจำนวน ๖ เกณฑ์ดังนี้

๑) เกณฑ์ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การพิจารณาความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของโครงการ เป็นการตอบคำถามว่าผลลัพธ์ของโครงการที่ปรากฏ บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่เพียงไร ประสิทธิภาพเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้หลักเหตุผลทางเทคนิคทางวิชาการ (Technical Rationality) การประเมินผลไม่ได้สนใจว่าโครงการจะดำเนินการไปตามกระบวนการที่วางแผนไว้หรือไม่ แต่มุ่งที่การวัดผลลัพธ์บางลักษณะว่าได้ก้าวไกลไปกว่าการมุ่งมองเพียงวัตถุประสงค์โดยรวมผลลัพธ์อื่นๆ ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางอ้อมและผลลัพธ์ที่ไม่ได้คาดหมาย เป็นต้น

๒) เกณฑ์ประสิทธิภาพ (Efficiency) มีความหมายใน ๒ ลักษณะคือ ลักษณะแรก หมายถึง ประสิทธิภาพทางเทคโนโลยี (Technological Efficiency) คือ การสร้างผลผลิตหรือผลลัพธ์

โดยใช้ความพยายามหรือค่าใช้จ่ายในอัตราต่ำสุด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ประสิทธิภาพทางเทคโนโลยี เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิผลโดยจำกัดความพยายามด้านค่าใช้จ่าย ลักษณะที่สอง ได้แก่ ประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Efficiency) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่าย ทั้งหมดกับประโยชน์ทั้งหมดของโครงการ โดยสรุปความหมายของประสิทธิภาพคือ อัตราส่วน ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์หรือสิ่งส่งออกของโครงการกับความพยายามหรือปัจจัยนำเข้าสู่โครงการ โดยมุ่งที่การเพิ่มผลลัพธ์ในระดับสูงสุดต่อหนึ่งหน่วยของการลงทุน หรือมุ่งที่การลดการลงทุนต่ำสุดต่อ หน่วยของผลลัพธ์ที่คงเดิม ประสิทธิภาพถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิจัยประเมินผลอีกด้วยความมุ่งหวังที่จะลดความสูญเปล่าทางการบริหารและการนำทรัพยากรที่มีค่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๓) เกณฑ์ความพอเพียง (Adequacy) หมายถึง ระดับการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สามารถจัดหรือแก้ปัญหาได้ ในหลักการถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์ของโครงการมักตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติข้อจำกัดของปัจจัยนำเข้ามาผลักดันให้ขอบเขตของ วัตถุประสงค์ต้องลดลงเหลือเพียงเพื่อการแก้ไขปัญหาแต่เพียงบางส่วนเท่านั้น ความพอเพียงจึงเป็น เกณฑ์การวิจัยประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบอัตราส่วนระหว่างผลลัพธ์ของโครงการกับความ ต้องการทั้งหมดของประชาชนหรือสังคม เป็นการแสวงหาคำตอบสำหรับคำถามที่ว่าโครงการนั้นๆ สามารถสนองต่อความต้องการทั้งหมดของสังคมได้หรือไม่ และในระดับใด

๔) เกณฑ์ความเป็นธรรม (Equity) หมายถึง การพิจารณาการกระจายของโครงการที่มี ต่อประชาชนกลุ่มต่างๆ สามารถพิจารณาได้เป็น ๒ หลักการ คือ หลักการแรก เป็นการประเมินในแง่ ที่ว่าโครงการได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนผู้รับบริการเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด ความเป็นธรรม ในหลักการนี้มุ่งพิจารณาจากการที่ประชาชนจำนวนมากที่สุดจะได้รับประโยชน์สูงสุด ในอุดมการณ์ ประชาชนผู้รับบริการทุกคนควรจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากโครงการ แต่ในความเป็นจริงมักเป็นไปได้ ยาก ทั้งนี้เพราะประชาชนในสังคมประกอบด้วยกลุ่มผลประโยชน์หลากหลาย อาจก่อให้เกิดปัญหาถ้า หากว่าบุคคลส่วนใหญ่ที่ได้รับประโยชน์จากโครงการเป็นกลุ่มบุคคลผู้ได้เปรียบในสังคม ส่วนหลักการ ที่สอง มุ่งเน้นว่าโครงการที่เป็นธรรมย่อมต้องมุ่งตอบสนองต่อผู้เสียเปรียบทางเศรษฐกิจ การเมืองและ สังคมเป็นอันดับแรก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อไม่ให้เกิดการขยายช่องว่างทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมให้ กว้างกว่าที่เป็นอยู่ ถึงแม้ว่าผู้ได้รับผลประโยชน์จากโครงการจะเป็นส่วนน้อยที่เสียเปรียบในสังคม โครงการดังกล่าวก็มีความสำคัญและจำเป็นที่จะได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมต่อไป ทั้งนี้เพื่อช่วยลด ช่องว่างด้านต่างๆ ของสังคมให้แคบเข้า

๕) เกณฑ์การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ระดับความสามารถของ โครงการที่จะตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นของผู้รับบริการ เกณฑ์นี้จัดเป็นความพยายามใน การตอบคำถามว่าโครงการก่อให้เกิดประสิทธิผลสำหรับใคร หรือกลุ่มผลประโยชน์กลุ่มใดเป็นกลุ่มที่มี ความต้องการรับบริการหรือกลุ่มเป้าหมายที่โครงการตั้งไว้หรือไม่

๖) เกณฑ์ความเหมาะสม (Appropriateness) จะพิจารณาถึงหลักเหตุผลในด้านที่เกี่ยวกับหลักการหรือสาระของโครงการ ความเหมาะสมของโครงการนั้นมิใช่ขึ้นอยู่กับเกณฑ์การประเมินผลเกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะต้องอาศัยหลายเกณฑ์ประกอบกันในการพิจารณาถึงคุณค่าของวัตถุประสงค์ของโครงการ ความมีเหตุผล สันนิษฐานสมมติฐานต่างๆ ของวัตถุประสงค์นั้น ในขณะที่เกณฑ์การประเมินอื่นๆ จะถือว่าวัตถุประสงค์เป็นเรื่องที่ยอมรับกันแล้ว แต่เกณฑ์ความเหมาะสมจะตอบคำถามนี้ได้ ต้องพิจารณาเกณฑ์ต่างๆ ในการประเมินร่วมกันคือต้องใช้หลักเหตุผลหลายด้าน

ดังนั้น ในการประเมินนั้นไม่จำเป็นต้องใช้เกณฑ์ทุกเกณฑ์ให้ครบถ้วนจึงจะทำการประเมินได้ เนื่องจากโครงการแต่ละโครงการมีจุดเน้นหลักหรือให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาเพียงบางเรื่องเท่านั้น ผลการประเมินโครงการก็ไม่จำเป็นต้องผ่านเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้ทุกเกณฑ์ อย่างไรก็ตามหากโครงการใดสามารถผ่านเกณฑ์การประเมินเกณฑ์หนึ่งๆ อาจจะมีตัวชี้วัด (Indicator) เพียงตัวเดียวหรือหลายตัวก็ได้ ขึ้นอยู่กับการกำหนดของผู้ทำการประเมินโครงการ ซึ่งต้องใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และมีความเป็นศิลปศาสตร์ในขณะเดียวกัน เพื่อให้ตัวชี้วัดภายใต้เกณฑ์ต่างๆ และผลของการประเมินเป็นที่ยอมรับมากที่สุดหรือมีข้อโต้แย้งน้อยที่สุด

๒.๕.๓ รูปแบบการติดตามประเมินผล

๒.๕.๓.๑ การประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-Based Evaluation)

การประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์ คือ การประเมินที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์หรือผลการปฏิบัติงานเป็นหลัก โดยจะกำหนดการวัดผลการปฏิบัติงานด้วยตัวชี้วัดอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งการประเมินในลักษณะนี้สามารถทำให้ผู้บริหารทราบผลความก้าวหน้าของการดำเนินงานเป็นระยะๆ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ ทั้งนี้ก็เพื่อควบคุมทิศทางการดำเนินงานให้มุ่งสู่วิสัยทัศน์ของหน่วยงาน และปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งจะทำให้การบริหารการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างเหมาะสม ซึ่งผลของการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์คือ จะสามารถทราบถึงผลการปฏิบัติงานเมื่อเทียบกับแผนหรือเป้าหมายได้ โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{ผลสัมฤทธิ์ (Results)} = \text{ผลผลิต (Outputs)} + \text{ผลลัพธ์ (Outcomes)}$$

ผลผลิต (Outputs) หมายถึง งาน บริการ หรือกิจกรรมที่เจ้าหน้าที่ทำเสร็จสมบูรณ์พร้อมส่งมอบให้ประชาชนผู้รับบริการ ผลผลิตเป็นผลงานที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมโดยตรง

ผลลัพธ์ (Outcomes) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นตามมา ผลกระทบหรือเงื่อนไขที่เกิดจากผลผลิต ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชนผู้รับบริการและสาธารณชน

จากสมการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ คือ งาน บริการ หรือกิจกรรมที่เกิดจากการทำงานได้ผลผลิต (Outputs) ตามเป้าหมาย และเกิดผลลัพธ์ (Outcomes) ตรงตามวัตถุประสงค์ และผลผลิตที่เกิดขึ้นนั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงหรือเป็นที่พึงพอใจ การประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์จึงเป็นการประเมินที่ผล (Results) ของการดำเนินโครงการซึ่งหมายถึงทั้งผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) จากการดำเนินโครงการ ในขณะเดียวกันจะตรวจสอบถึงสาเหตุของการเกิดผลด้วย (Kusek & Rist, ๒๐๐๔) นอกจากนั้นแล้วการประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์ยังมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการบริหารเชิงกลยุทธ์อีกด้วย กล่าวคือ องค์กรใช้แผนกลยุทธ์ขององค์กรเป็นกรอบในการกำหนดปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (Key Performance Indicators – KPIs) นั้น จะมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ซึ่งอยู่ในแผนกลยุทธ์อยู่แล้ว และการประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์จะเข้ามาเกี่ยวข้องในฐานะเป็นเครื่องมือช่วยประเมินความสำเร็จของการดำเนินการตามกลยุทธ์ เพื่อให้รู้ถึงความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ หากผลงานยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้บริหารองค์กรควรปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสม (ทิพาวดี เมฆสวรรค์, ๒๕๔๕)

๒.๕.๓.๒ การประเมินผลโดยใช้กรอบการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard : BSC)

การประเมินผลโดยใช้กรอบการวัดผลองค์กรแบบสมดุล เป็นเทคนิคการประเมินที่พัฒนาขึ้นเมื่อ ค.ศ. ๑๙๙๒ โดย Robert S. Kaplan David P. Norton จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ผลการศึกษาได้เสนอให้มีการวัดผลที่คำนึงถึงมิติต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นมาภายใต้ชื่อ “การวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard)” (Kaplan & Norton: VIII, ๑๙๙๖) โดยคำนึงถึงมิติที่แตกต่างกันทั้ง ๔ ด้าน คือ ด้านการเงิน (Financial) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายในองค์กร (Internal) และด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ (Innovation and Learning) เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลสำเร็จที่เกิดขึ้นในระยะสั้นและการวัดผลถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว สร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลที่เน้นการเงินและไม่เน้นการเงิน สร้างความสมดุลระหว่างตัวชี้วัดผลผลิต (Lagging Indicators) กับตัวชี้วัดที่เป็นปัจจัยนำหรือสาเหตุ (Leading Indicators) และสร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลการดำเนินงานจากภายในองค์กร (Internal) และจากภายนอกองค์กร (External)

การวัดผลองค์กรแบบสมดุล ประกอบด้วยมิติสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ๔ มิติ คือ

๑. มิติด้านการเงิน (Financial Perspective) คือ มิติที่เป็นเป้าประสงค์พื้นฐานของการประกอบธุรกิจ ดังนั้น การวัดผลในมิติด้านการเงิน จึงเป็นมิติแรกของการวัดผลองค์กรแบบสมดุล โดยมุ่งวัดในเรื่องรายได้จากการประกอบการ ผลตอบแทนจากการลงทุน การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

๒. มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) มิตินี้จะมีการวัดหลักอยู่ คือ ส่วนแบ่งทางการตลาด ความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิม ความสามารถในการหาลูกค้าใหม่ ความพึงพอใจของลูกค้าและผลกำไรที่ได้รับจากลูกค้า

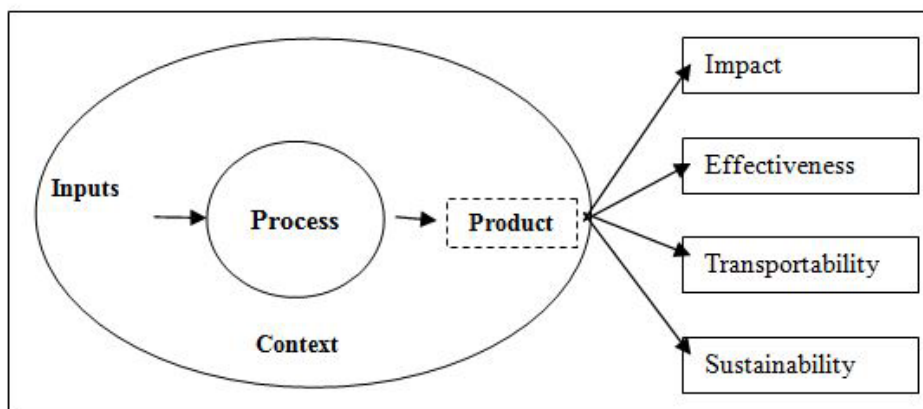
๓. มิติด้านกระบวนการจัดการภายในองค์กร (Internal Perspective) คือ มิตินี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการย่อย ๓ ขั้นตอน คือ นวัตกรรม (Innovation) เป็นเรื่องของการที่องค์กรต้องมีผลของความริเริ่มสร้างสรรค์ หรือการคิดค้นสิ่งใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนาในกระบวนการทำงาน และการปฏิบัติ (Operation) เป็นเรื่องของการผลิตสินค้าและบริการซึ่งจะต้องมุ่งเน้นให้กระบวนการผลิตมีคุณภาพเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสม่ำเสมอเป็นมาตรฐานเดียวกัน และสุดท้ายการบริการหลังการขาย (Postal Service) เป็นเรื่องของการดูแลลูกค้าหลังจากที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว

๔. มิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นมิติที่มีความสำคัญอีกมิติหนึ่งและเป็นพื้นฐานของความสำเร็จในมิติต่างๆ ข้างต้นทั้ง ๓ มิติ เนื่องจากหากพนักงานในองค์กรมีการเรียนรู้ มีความสามารถทักษะในการทำงาน ก็จะส่งผลถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการจัดการภายในองค์กรและนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างผลกำไรต่อองค์กรในท้ายที่สุด

๒.๕.๓.๓ การติดตามประเมินผล CIPIEST

มีประวัติความเป็นมาโดยเริ่มจาก สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam, ๑๙๗๑) ได้เสนอรูปแบบประเมิน CIPP (Context-Input-Process Product Model) เป็นการประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ซึ่งไม่เพียงแต่ประเมินว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่เท่านั้น แต่ยังเป็นการประเมินเพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกเป้าหมาย/จุดมุ่งหมาย การดำเนินงาน การกำหนดยุทธวิธี แผนงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสม และการตัดสินใจเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยน-คง-ขยาย-ยุบ-เลิกโครงการโดยจะประเมินในด้านต่างๆ ดังนี้ ๑. การประเมินบริบท (Context Evaluation) จะช่วยให้การตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนในการกำหนดวัตถุประสงค์ โดยจะเน้นในด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความต้องการและความจำเป็น ๒. การประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) เป็นการตรวจสอบความพร้อมของปัจจัยนำเข้าของโครงการ หมายถึง การประเมินทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการนำมาใช้ในการดำเนินโครงการ ๓. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) เมื่อแผนดำเนินการได้รับการอนุมัติและลงมือทำ การประเมินกระบวนการจำเป็นต้องได้รับการเตรียมการเพื่อให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้รับผิดชอบและผู้ดำเนินการทุกลำดับขั้น เพื่อที่จะได้สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ทันที่ ๔. การประเมินผลผลิต (Product Evaluation) มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดและแปลความหมายของความสำเร็จ เป็นการประเมินเกี่ยวกับผลที่ได้รับทั้งหมดจากการดำเนินงานว่าได้ผลมากน้อยเพียงไรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ จากนั้นมีรายงานจากการประชุม Oregon Program Evaluator Network (OPEN) ว่า สตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam, ๒๐๐๓ : ๔๑ – ๔๕) ได้เสนอให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประเมินแบบซีบีพีปรับปรุงใหม่ปี ๒๐๐๓

จากเดิมที่ประเมินเพียง ๔ ด้าน (Context-Input-Process-Product) เป็นการประเมิน ๗ ด้าน โดยแยกการประเมินในส่วนของผลผลิต (Product) ออกเป็นอีก ๔ ด้านย่อย คือ การประเมินด้านประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) การประเมินด้านผลกระทบ (Impact Evaluation) การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) และการประเมินด้านความสามารถในการขยายผล (Transportability Evaluation) รูปแบบการประเมิน CIPPIEST มีความหมายครอบคลุม รวมถึงการประเมินผลผลิตเดิมและการประเมินผลลัพธ์นั่นเอง ตามกรอบการประเมินภาพที่ ๒



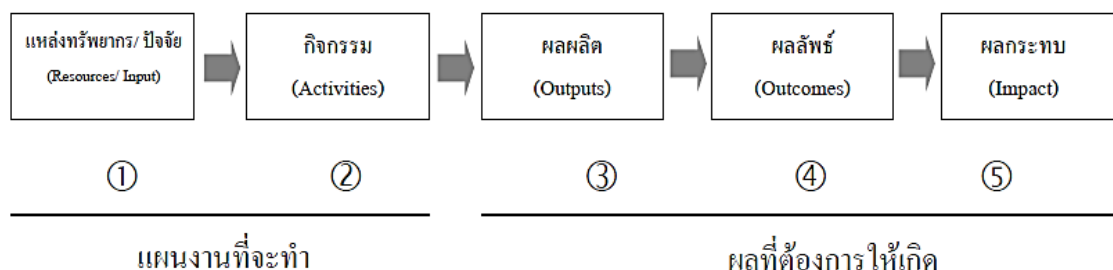
ภาพที่ ๒ กรอบการประเมินผลแบบ CIPPIEST

(CIPPIEST MODEL Evaluation Model – adapted and developed based on Stufflebeam (๒๐๐๓))

๒.๕.๓.๔ การประเมินผลโดยใช้ Logical framework

การประเมินผลโดยใช้ Logical Framework มีรากฐานมาจากทฤษฎีระบบ (System Theory) ซึ่งถูกพัฒนามาในปี ค.ศ. ๑๙๖๙ สำหรับหน่วยงานพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID) โดย Leon J. Rosenberg ที่ปรึกษาหลักของหน่วยงาน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input), กระบวนการ (Process), ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) และเป็นกรอบแนวคิดเพื่อบรรยายความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนในทรัพยากรทางการบริหาร (Investment), การดำเนินกิจกรรม (Activities) และผลที่ได้รับ (Results) ซึ่งเป็นวิธีการ (Approach) ที่นำมาใช้ในการบูรณาการระหว่างการวางแผน (Planning), การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementing), การประเมินผล (Evaluating) และการรายงานผล (Reporting) ตัวแบบเชิงตรรกะจึงเป็นภาพที่แสดงการทำงานขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยเป็นตัวแบบที่แสดงให้เห็นถึงการดำเนินการต่างๆ ในแผนงาน/โครงการว่ามีการดำเนินการอะไรบ้าง อย่างไร และเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จจะได้ผลสัมฤทธิ์ (ผลผลิตและผลลัพธ์) อะไรบ้าง โดยความสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน (If-then relationship) กล่าวคือ ถ้าดำเนินแผนงาน/โครงการตามที่วางแผนไว้แล้วจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ ดังนั้น การใช้ logic model จะทำให้หน่วยงานเข้าใจความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกิจกรรมและผลที่ต้องการให้เกิด ทำให้รู้ว่าปัจจัยและ

ทรัพยากรในการดำเนินงานได้ใช้ไปเพื่อบรรลุกิจกรรมและเป้าหมาย อีกทั้งยังช่วยให้การวางแผนงาน การบริหารจัดการและการดำเนินการด้านการประเมินอย่างเป็นระบบดังภาพที่ ๓



ภาพที่ ๓ กรอบการประเมินผลแบบ Logical Framework

สังเคราะห์โดยผู้วิจัยจาก Greta Jensen, ๒๐๑๗

การประเมินผลแบบ Logical Framework ตามแผนภาพข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างงานที่วางแผนจะทำและผลที่คาดหวังให้เกิดขึ้น ซึ่งหากสามารถเชื่อมโยงกระบวนการและกิจกรรมและทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนการทำงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ได้นำไปสู่ผลผลิตที่คาดหวังได้อย่างไร และจะเป็นแนวทางให้เกิดข้อมูลสะท้อนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลได้

ทั้งนี้จากการศึกษาและทบทวนแนวคิดการประเมินรูปแบบต่างๆ ทั้งการประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-Based Evaluation) การประเมินผลโดยใช้กรอบการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard : BSC) การติดตามประเมินผล CIPIEST และการประเมินผลโดยใช้ Logical framework คณะที่ปรึกษาได้พิจารณาเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับยุทธศาสตร์และตัวชี้วัดเพื่อนำมาประเมินผลการดำเนินงานของยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์ที่ ๑

๒.๑.๖ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อในปัจจุบัน

สังคมปัจจุบันเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารที่ผู้คนต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลาโดยไม่จำกัดเวลา สถานที่ ระยะทาง และค่าใช้จ่าย เป็นการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ กล่าวได้ว่าการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลและการนำเข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานขององค์กรสื่อ ซึ่งทำให้สื่อต้องมีการปรับตัวในเชิงธุรกิจ เพื่อให้อยู่รอดของธุรกิจ ซึ่ง Picard (๒๐๑๑) กล่าวไว้ในบทความเรื่อง “Mapping Digital Media Digitalization and Media Business Model” ว่า ยุคดิจิทัลที่เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของเทคโนโลยี ทำให้มีกลุ่มหน้าใหม่กระโดดเข้าสู่ธุรกิจสื่อจำนวนเพิ่มขึ้น มีการ

สร้างคอนเทนต์รูปแบบใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีที่รองรับเพิ่มขึ้นเทคโนโลยียังเพิ่มช่องทางที่หลากหลายในการรับข่าวสารข้อมูล ที่สำคัญทำลายการเป็นผู้ควบคุมช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารที่เด็ดขาดขององค์กรสื่อ แต่ให้อำนาจผู้บริโภคข่าวสารให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล แบ่งปันเนื้อหาได้เอง โดย Picard มองว่าสื่อดิจิทัลทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารและผลิตสารได้ด้วยในเวลาเดียวกัน จากปัจจัยนี้ทำให้องค์กรสื่อต้องย้อนกลับมาพิจารณาโมเดลทางธุรกิจขององค์กร เพื่อปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และวัฒนธรรมการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนไป ในประเทศไทยองค์กรสื่อก็มีการปรับองค์กรรองรับกับเทคโนโลยี พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารที่เปลี่ยนแปลง และเพื่อหาโมเดลทางธุรกิจรูปแบบใหม่เพื่อให้องค์กรสื่ออยู่รอด โดยแต่ละองค์กรสื่อของไทยก็มีแนวคิด นโยบายและรูปแบบการปรับตัวที่แตกต่างกัน แต่ในภาพรวมแล้วจะมีลักษณะของการขยายช่องทาง/แพลตฟอร์ม ในการนำเสนอข่าวสารที่มากขึ้น มีการทำงานข้ามสื่อ (Cross-Media) และกำลังพัฒนาสู่การเป็นกองบรรณาธิการแบบหลอมรวมสื่อ (Convergence Newsroom) ด้วย และจากแนวโน้มความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและการเกิดขึ้นของสื่อดิจิทัล ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับสารที่มีการเปิดรับสื่อหลายช่องทางโดยมีการเปิดรับสื่อใหม่ (New Media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ (โซเชียลมีเดีย) มากขึ้น ซึ่งสื่อใหม่ดังกล่าว สามารถสร้างความสนใจและมีการเข้าถึงที่สูงกว่า ส่งผลให้อุตสาหกรรมผู้ผลิตสื่อ ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่รูปแบบของสื่อใหม่ (New Media) การปรับตัวดังกล่าวถูกเรียกว่าเป็นการเข้าสู่ “ยุคการหลอมรวมสื่อ” (Media Convergence) อย่างเต็มรูปแบบ (นฤมล คงชื่นสิน, ๒๕๕๗)

ทั้งนี้ Jenkins (๒๐๐๖) ได้อธิบายเกี่ยวกับการเข้าสู่ยุคของการหลอมรวมเทคโนโลยีว่า “...เป็นการหลอมรวมของเนื้อหาของสื่อหลายๆ แพลตฟอร์มรวมถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อซึ่งมีความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมสื่อหลายๆ รูปแบบ เช่น การให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่แตกต่างกัน เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โทรศัพท์ โทรศัพท์ และอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ” ซึ่งการหลอมรวมเข้าหากันของเทคโนโลยีได้สร้างความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตย่อมเกิดขึ้นอย่างไม่น่าสงสัย พร้อมกันนั้นผู้บริโภคต่างมีความต้องการและมีความเข้าใจในการบริโภคเทคโนโลยีมากขึ้น การบริโภคเทคโนโลยีเหล่านี้ก่อให้เกิดสื่อชนิดใหม่ (New Media) จำพวกสื่อดิจิทัล ซึ่งแต่ละชนิดต่างมีข้อเด่นแตกต่างกันไป เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์นั้นมีข้อดีที่สามารถสื่อสารภาพและเสียงได้สมบูรณ์แบบ หากเราสังเกตแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ในปัจจุบันมีความใกล้เคียงกับหนังสือพิมพ์ โทรศัพท์ได้มากขึ้นเรื่อยๆ ขาดแต่เพียงความลึกของเนื้อหา เนื่องจากต้องระวังไม่ให้ขนาดไฟล์ใหญ่เกินไป อย่างไรก็ตาม ความสมบูรณ์ของโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ยังมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ ตามความแพร่หลายของการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและความพร้อมด้านโครงข่ายพื้นฐาน นอกเหนือจากนั้นสื่ออินเทอร์เน็ตยังมีข้อเด่นตรงที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา และติดต่อได้จากทั่วโลก โดยมีต้นทุนการเข้าถึงสื่อที่ต่ำลงเรื่อยๆ โดยประเด็นการเปลี่ยนแปลงของการบริหารสื่อในมิติของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Adoption) ที่หลากหลายรูปแบบและเผยแพร่หลายช่องทางตาม

ความต้องการของผู้รับสาร ในขณะเดียวกันต้องมีมิติของการหลอมรวมสื่อและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Audience) โดยนำลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ที่เป็นข้อดีในเรื่องการสร้างเนื้อหาตามรูปแบบเทคโนโลยีที่ความเร็ว การปฏิสัมพันธ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายมาช่วยพัฒนารูปแบบเนื้อหาและกระบวนการผลิตให้บูรณาการมากขึ้น

ในขณะที่ทางสำนักงาน กสทช. ได้อธิบายถึง “ยุคหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence Technology Media Era : CTME)” ว่าหมายถึง ปรากฏการณ์ของการเกิดสื่อใหม่ (New Media) ที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยี เช่น สื่อสังคม (Social Media) หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการสื่อสาร จากคุณสมบัติดังกล่าวเป็นผลให้จำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้ใช้อีกมีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ดังกล่าวผ่านช่องทางการสื่อสารโทรคมนาคมที่หลากหลาย กล่าวโดยนัย “ยุคหลอมรวมเทคโนโลยี (CTME)” ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ ๒ อย่าง คือ การหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence Technology) ทำให้เกิดมีอุปกรณ์ดิจิทัลใหม่ๆ (New Devices) ที่มีความสามารถหลากหลายมากขึ้น และในขณะเดียวกันทำให้เกิดมีการหลอมรวมสื่อ (Convergence Media) ทำให้เกิดสื่อใหม่ (New Media) เกิดขึ้น ที่มีการเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลา และทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมไปถึงข้อมูลป้อนกลับของผู้ใช้ที่โต้ตอบระหว่างกัน การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์และการรวมตัวเป็นชุมชนที่แวดล้อมเนื้อหาสื่อเหล่านั้นผ่านทาง “สื่อสังคม” (Social Media) หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ใ้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ (โครงการยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ของคนพิการ ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาสในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี, ๒๕๕๘)

นอกจากนี้ Straubhaar & LaRose (๒๐๐๐) อธิบายถึงการหลอมรวมสื่อว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคมทำให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนหรือการหลอมรวมกันของสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างของสื่อเหล่านั้นได้ การหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence) ทำให้เกิดบริการใหม่ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอย่างมากมาย อาทิ โทรทัศน์ทางไกลผ่านเครือข่ายไอพี (ไอพีโฟน) โทรทัศน์ที่รับชมผ่านทางอินเทอร์เน็ต (IPTV) วิทยุออนไลน์ คลิปวิดีโอบนเว็บไซต์ เช่น ยูทูบดอทคอม หรือแม้แต่โมบายทีวีที่เป็นการดูโทรทัศน์ผ่านมือถือ เป็นต้น นอกจากนี้เรื่องบริการแล้วจะเห็นการหลอมรวมของอุปกรณ์ดิจิทัล (Digital Device) ที่ใช้ในการเข้าถึงบริการต่างๆ เช่น พีดีเอโฟน คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ ที่เข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้ให้บริการด้านการสื่อสาร ขณะนี้เริ่มให้ความหลากหลายมากขึ้น เช่น มีทั้งโทรทัศน์พื้นฐาน อินเทอร์เน็ตโทรทัศน์มือถือ เคเบิลทีวีและให้บริการเนื้อหาสาระ

สรุปได้ว่า ยุคหลอมรวมเทคโนโลยี โดยเฉพาะว่ายุคดิจิทัลจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายของเทคโนโลยี เป็นการหลอมรวมเข้าหากันของเทคโนโลยีได้สร้างความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตทำให้เกิดเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ ที่มีสามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนได้มากขึ้น และในขณะเดียวกันทำให้เกิดการหลอมรวมสื่อ ทำให้เกิดสื่อใหม่ (New Media) เกิดขึ้น ที่มีเป็นการหลอมรวมของเนื้อหาของสื่อหลายๆ แพลตฟอร์ม ตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาและทุกสถานที่

ในมุมมองของวารสารศาสตร์ นักวิชาการให้นิยามคำว่า Convergence Journalism ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการที่มีการเลือกสื่อที่หลากหลายในการเข้าถึงข่าวและหาช่องทางที่เหมาะสมที่สุดในการเผยแพร่ข่าวนั้น (Quinn, ๒๐๐๕) หรืออาจเรียกอีกอย่างว่า Hybrid Teams of Journalists คือ การที่นักข่าวจากหลายสื่อทำงานร่วมกันในการวางแผน และรายงานข่าวโดยตัดสินใจว่าจะใช้ช่องทางใดระหว่างสิ่งพิมพ์ วิทยูและโทรทัศน์ หรือสื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวนั้นๆ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด (Dailey et al, ๒๐๐๕) ในขณะที่ Deuze (๒๐๐๔) นักวิชาการอีกท่านมองว่า convergence journalism เป็นเรื่องของการทำงานและประสานความร่วมมือกันระหว่างสื่อที่แตกต่างภายในห้องข่าว นอกจากนั้น ในมุมมองของนักวิชาชีพจากองค์กรสื่อของต่างประเทศก็มีความพยายามให้คำอธิบายต่อการหลอมรวมสื่อ (Convergence) และการปรับตัวขององค์กรสื่อไว้อย่างกว้างขวาง Paul Horrocks บรรณาธิการบริหารของหนังสือพิมพ์ Manchester Evening News กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารที่มีลักษณะต้องการรับสารได้จากหลายสื่อที่แตกต่างกัน (quote from Quinn, ๒๐๐๕) หรือแม้แต่ BBC ก็ต้องมีการปรับตัวจากการเป็นเพียงห้องข่าวที่รายงานข่าวผ่านช่องทางสื่อดั้งเดิมอย่างวิทยูและโทรทัศน์ โดยจากการศึกษาของ Simon Cottle ในปี ๑๙๙๙ เกี่ยวกับการปรับองค์กรในกระบวนการทำข่าวของ BBC Newsroom นั้นพบว่า BBC ต้องปรับตัวรับเทคโนโลยีดิจิทัลด้วยการปรับกระบวนการผลิตข่าวให้มีลักษณะของการใช้สื่อผสมระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในรูปของดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ในขณะเดียวกัน ในเชิงของผู้ปฏิบัติงานโดยเฉพาะผู้สื่อข่าวของบีบีซีก็ต้องปรับตัวให้เป็น Multi Journalist หรือนักข่าวที่สามารถนำเสนอข่าวได้หลายช่องทางด้วย นอกจากนั้นยังมีองค์กรข่าวในต่างประเทศอีกจำนวนมากที่ได้ปรับตัวรับสื่อดิจิทัลและสื่อใหม่ในลักษณะเดียวกัน ซึ่งนักวิชาการให้คำอธิบายเพิ่มเติมว่าการปรับตัวขององค์กรข่าวในลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Convergence) หรือการข้ามสื่อ (Cross-Media) นั้น ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องปรับตัวเองให้มีลักษณะเป็นผู้มีทักษะหลากหลายในการรายงานข่าว (Multi-Skilled Reporter) และสามารถตัดสินใจเลือกช่องทางการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วย (Broomley, ๑๙๙๗; Cottle & Aston, ๑๙๙๙)

๒.๖.๑ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการหลอมรวมสื่อ

ทฤษฎีการหลอมรวมสื่อนั้นมีฐานมาจากทฤษฎีทางด้านการสื่อสารมวลชนทางวัฒนธรรมและทางเศรษฐกิจจึงมีลักษณะเป็นสหสาขาวิชา สำหรับนิยามคำว่า การหลอมรวม Yoffie (๑๙๙๗) ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญว่า เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการใช้งานร่วมกันได้ของสิ่งต่างๆ เพราะฉะนั้นการหลอมรวมจึงเป็นการผสานของภารกิจ (Function) ที่ต่างกันให้ทำงานร่วมกันได้ ทั้งนี้ ในส่วนนี้ คณะที่ปรึกษาได้นำเสนอสามทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการหลอมรวมสื่อ ดังนี้

๑) ทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านจากสื่อเก่าสู่สื่อใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันสร้างช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่มากมาย ในปัจจุบันเราสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีต โดยทั่วไปสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในสังคมมนุษย์และได้รับความนิยมน้อยกว่าอย่างกว้างขวาง ในศตวรรษที่ ๒๐ ส่วนสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากหรือได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาภาพและเสียงผ่านระบบออนไลน์ และการเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ผ่านระบบสมาชิกผ่านอุปกรณ์อัจฉริยะ ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ Facebook, Youtube และ Netflix ตามลำดับ

การเปลี่ยนผ่านจากสื่อเก่าสู่สื่อใหม่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่นำไปสู่การสร้างการตลาดรูปแบบใหม่ กล่าวคือในยุคสื่อใหม่ ผู้บริโภคมิได้เป็นเพียงผู้บริโภคอย่างเดียว แต่เป็นผู้ผลิตเนื้อหาด้วยหรือที่เรียกว่า User-Generated Content อีกทั้งช่องทางในการหารายได้จากการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ก็มีมากขึ้น ดังนั้น สื่อจึงอยู่ในมือทุกคน เผยแพร่ผ่านหลายช่องทางและแพลตฟอร์ม และอุปกรณ์การเผยแพร่เนื้อหาเชื่อมโยงกัน ปฏิบัติการร่วมกันได้นั่นเอง

การเปลี่ยนผ่านจากสื่อเก่าสู่สื่อใหม่ทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างกลยุทธ์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยพร้อมกันนั้นก็คำนึงถึงการตลาดยุคปัจจุบันที่เป็นการตลาดที่ผู้บริโภค เทคโนโลยีข้อมูลและกระบวนการด้านการสื่อสารหลอมรวมกัน นอกจากนี้ การหลอมรวมสื่อในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่สื่อใหม่ยังทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลถูกนำมาใช้เป็นสื่อกลางในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายและก็ทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเปลี่ยนบทบาทกันเองเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารได้ (McMillan ๒๐๑๖) และจากการศึกษาเรื่องพัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) พบว่า พัฒนาการด้านพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อว่า สื่อแบบดั้งเดิมจะส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับในลักษณะที่เป็นผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว (Passive Audience) แต่บทบาทของพฤติกรรมในการใช้สื่อนั้น ผู้รับสารจะมีบทบาทในการเลือกที่จะรับสารหรือเป็นผู้ส่งสารเอง (Active Audience) คือเป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ตามความสนใจและความสงสัยอยากรู้อยากเห็นของตัวเองโดยอิสระเสรี (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, ๒๕๕๙)

พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้มีบทบาทต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและขั้นตอนการทำของสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยปัจจัยหลักสำคัญที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงคือพัฒนาการของ

ระบบอินเทอร์เน็ตและการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เนื่องจากทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ สำหรับวิทยุกระจายเสียงนั้นคือ วิทยุอินเทอร์เน็ตที่มีความสะดวกรวดเร็ว ครอบคลุม มีประสิทธิภาพที่ขยายขอบเขตการสื่อสารแบบเดิมให้มีความกว้างไกลมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการผลิตเนื้อหาเสียงในรูปแบบ Podcast และการฟังเพลงผ่านระบบออนไลน์ เช่น Apple Music ทำให้เนื้อหาที่มีความหลากหลายมาก ครอบคลุมแทบทุกมิติและสามารถเข้าถึงซ้ำ รวมทั้งเผยแพร่ต่อได้อีกด้วย นอกจากนี้เทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัลได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิตสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การเปลี่ยนภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Morphing) และตัวประสาน (Interface) เป็นไปได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งการเผยแพร่ภาพและเสียง รวมทั้งเนื้อหาต่างๆ สามารถเกิดขึ้นบนหน้าจออุปกรณ์อัจฉริยะและเคลื่อนที่ได้และเชื่อมโยงกับอุปกรณ์อื่นๆ อาทิ Apple TV และระบบความบันเทิงภายในบ้านอื่นๆ (Home Entertainment Devices) ดังนั้น โทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะจึงมิใช่อุปกรณ์การเผยแพร่ภาพและเสียงหลักเพียงอย่างเดียวแบบเดิม นอกจากนี้การสมัครสมาชิกเพื่อเข้าถึงเนื้อหาที่ดูได้ผ่านอุปกรณ์ที่กล่าวมาข้างต้นยังทำให้เกิดการสร้างชุดเนื้อหาตามความพึงพอใจส่วนบุคคล (Personalise) ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่เดิมที่เน้นผู้ชมมวลชน (Mass Audience) ต้องปรับเปลี่ยนและสิ่งที่เกิดมากขึ้น คือช่องโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มที่ไม่ได้ใช้คลื่นความถี่แต่ใช้อินเทอร์เน็ต เช่น Line TV ซึ่งมีเป้าหมายทางธุรกิจที่กลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ มิใช่มวลชนวงกว้างแบบเดิม และที่สำคัญช่องโทรทัศน์มักมีการตัดการเผยแพร่บางส่วนมาลง Youtube เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น

๒) ทฤษฎีการหลอมรวมวัฒนธรรม

ทฤษฎีการหลอมรวมวัฒนธรรม ในบริบทโลกที่ขับเคลื่อนด้วยโลกาภิวัตน์ พรหมแดนรัฐชาติมิได้เป็นอุปสรรคต่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอีกต่อไป การเคลื่อนที่ของวัฒนธรรม สัญลักษณ์ ความคิด ความเชื่อ และคุณค่าจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายและกว้างขวาง ยกตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์และโฆษณาสินค้าจากสหรัฐอเมริกา กระจายไปสู่ประเทศอื่นๆ และมาพร้อมกับการนำเข้าทางวัฒนธรรม เพราะฉะนั้นการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่มาพร้อมกับการหลอมรวมสื่อ (Waters, ๑๙๙๕) จากมุมมองนี้วัฒนธรรมที่มาพร้อมกับสื่อจากพื้นที่หนึ่งจึงถูกหลอมรวมกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ มีปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีสื่อเป็นตัวกลาง นอกจากนี้ในแง่กระบวนการผลิตเนื้อหา ก็เช่นกัน กล่าวคือวัฒนธรรมการนำเสนอข่าวสารและกระจายเสียงจากประเทศหนึ่ง สามารถเผยแพร่สู่อีกประเทศหนึ่งได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น กระบวนการนำเสนอข่าวจากห้องข่าว (Newsroom) แบบตะวันตกที่เป็นวไรต์ไชร์ก็ถูกนำเข้ามาในโลกตะวันออก

จากบริบทดังกล่าว อุตสาหกรรมสื่อจึงเป็นการผลิตซ้ำวัฒนธรรมมวลชนของประเทศที่เป็นผู้นำทางวัฒนธรรม อาทิ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น การลงทุนเกี่ยวกับการผลิตสื่อโทรทัศน์และวิทยุในประเทศดังกล่าวจึงต้องคำนึงถึงบริบทเฉพาะของประเทศปลายทางที่จะมีการเผยแพร่ด้วย กล่าวคือมีการหลอมรวมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับวัฒนธรรมสากล (Assimilate) เช่น

โฆษณาเครื่องดื่มน้ำอัดลมของสหรัฐอเมริกาที่มีการหลอมรวมเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านโทรทัศน์ หรือ วัฒนธรรมการฟังเพลงจากช่อง MTV ที่นำมาสู่การจัดทำและผลิตรายการจัดอันดับแบบ MTV ในแต่ละประเทศที่ใช้พิธีกรของประเทศนั้นเอง (Love, ๒๐๑๙) ปรากฏการณ์ที่กล่าวมานี้สะท้อนให้เห็นว่าการหลอมรวมสื่อมีทั้งลักษณะที่เกิดขึ้นหลายทิศทาง Jenkins (๒๐๐๖) อธิบายว่าการหลอมรวมสื่อเป็นทั้งกระบวนการจากบนลงล่างที่ขับเคลื่อนการหลอมรวมในมิติต่าง ๆ โดยบริษัทสื่อ และในขณะเดียวกันก็มีลักษณะจากล่างขึ้นบนที่ผู้บริโภคสื่อต่างก็มีการเรียนรู้หลอมรวมทางวัฒนธรรมจนทำให้บริษัทที่ผลิตเนื้อหาโทรทัศน์และวิทยุต้องคำนึงถึงการหลอมรวมวัฒนธรรมสากลเข้ากับท้องถิ่น ในแง่การหลอมรวมสื่อทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์และวิทยุขนาดใหญ่สนับสนุนการลดกฎระเบียบเพื่อให้การเผยแพร่เนื้อหาข้ามพรมแดนผ่านหลายช่องทางทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต โดยมีแรงขับเคลื่อนคือ ผลประกอบการ และการเข้าถึงผู้บริโภคและตลาดที่ใหญ่ขึ้น

๓) ทฤษฎีการหลอมรวมเทคโนโลยี

ทฤษฎีการหลอมรวมเทคโนโลยี อธิบายพัฒนาการและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล กระบวนการสำคัญของการหลอมรวมเทคโนโลยี คือการอนุวัตรดิจิทัล อันหมายถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้คนไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในแทบทุกมิติในชีวิตประจำวัน เช่น การที่ผู้คนทำธุรกรรมและกิจกรรมทั้งสันทนาการและการทำงานผ่านอุปกรณ์อัจฉริยะที่เชื่อมต่อกันทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ Sparviero et al. (๒๐๑๗) เสนอว่าการออกแบบมาตรฐานให้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีระบบปฏิบัติการต่างกันสามารถแสดงเนื้อหาเหมือนกันได้ เช่น การดู Youtube หรือเข้าถึง Netflix ได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้การเก็บ ดาวน์โหลด เผยแพร่และส่งผ่านเนื้อหาในทุกรูปแบบทั้งภาพ เสียง ข้อความ เกิดขึ้นในหลายแพลตฟอร์มพร้อมกัน จุดนี้เองที่เป็นลักษณะสำคัญของการหลอมรวมสื่อ อีกทั้งอุปกรณ์ที่ทำให้เกิดการส่งผ่านหรือเผยแพร่สื่อเหล่านั้นก็สามารถเชื่อมต่อกันได้ เช่น โทรทัศน์อัจฉริยะที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต มือถือ และแอปพลิเคชันต่างๆ ได้

บริบทของการหลอมรวมเทคโนโลยีทำให้พื้นที่ระหว่างการทำธุรกิจและการแสวงหาเพื่อความบันเทิงในพื้นที่ส่วนตัวพร่าเลือน ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคสามารถที่จะใช้ช่องทางหรือแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Youtube เพื่อรับชมข่าว ฟังเพลง และใช้เผยแพร่เนื้อหาเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้หรือการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากสปอนเซอร์ สภาวะเช่นนี้ขับเคลื่อนมิติทางสังคมของการหลอมรวมสื่อ กล่าวคือ การหลอมรวมสื่อได้สร้างและเอื้ออำนวยวิถีชีวิตและการประกอบการแนวใหม่นั้นเอง ประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาต่อคือเรื่องการออกแบบโมเดลทางธุรกิจของผู้ประกอบการวิทยุและโทรทัศน์ ในแง่หนึ่งการผลิตเนื้อหาแบบดั้งเดิมก็ต้องปรับให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยขึ้นอยู่กับชนิดหรือประเภทของเทคโนโลยีและช่องทางการเผยแพร่

หลักการหลอมรวมสื่อเป็นการผสมสื่อขึ้นใหม่โดยอาศัยพื้นฐานความเข้าใจของสื่อประกอบด้วย หลักการของสื่อใหม่ (New Media) การผสมสื่อ (Remix) และการหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence) การผสมสื่อ มีลักษณะดังนี้ (Zappen, ๒๐๑๑ อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,

๒๕๕๖)

๑) ผู้บริโภคสื่อกับผู้ผลิตในเชิงวัฒนธรรมโสตทัศนูปกรณ์สมัยใหม่เปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ด้วยบุคคลเป็นความสัมพันธ์ผ่านเครื่องมือ ผู้รับสารเป็นผู้บริโภคที่ไม่สนใจผู้ผลิต อีกทั้งเลือกที่จะฟังหรือจะดูด้วยตนเอง

๒) การใช้สื่อใหม่ไม่ว่าหน้าจocomพิวเตอร์ SMS หรืออื่นๆ มีผลทำให้คนรุ่นใหม่มีทักษะเฉพาะการอ่านเท่านั้น ทดแทนสื่อแบบเก่าที่ต้องใช้ทั้งอ่านและทั้งเขียน อันมีผลทำให้เด็กในปัจจุบันขาดแรงขับในด้านการสร้างวัฒนธรรมรอบตัวเอง

๓) ส่วนผสมของวัฒนธรรม การผสมวัฒนธรรมเป็นการกระทำที่จำเป็นในการสร้างสรรค์ที่มาจากอ่านและเขียนหรือการฝึกฝน การสร้างสรรค์ต้องมาจากการแสดงออกทางการกระทำซึ่งเป็นส่วนเสริมทักษะซึ่งนำไปสู่การส่งเสริมวัฒนธรรม หากมีแต่การอ่านก็จะไม่เกิดการแข่งขันทางด้านการตลาดในการคิดค้นหาสิ่งใหม่ๆ ได้

๔) ส่วนผสมของเนื้อหา เนื้อหาที่มาจากต่างแหล่งก็สามารถทำงานไปด้วยกันได้แต่สิ่งเหล่านี้ไม่มีทางจะเกิดขึ้นหากขาดเนื้อหา เนื้อหาเป็นตัวการที่นำไปใช้ประโยชน์

๕) ส่วนผสมสื่อ สื่อที่ใช้ทั้งการอ่านและการเขียน เช่น ภาพ ดนตรีหรืออื่นๆ สามารถทำให้เนื้อความผลิตสิ่งใหม่ๆ หรือการใช้เสียงผสมลงบนภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวลงบนข้อความ หรือข้อความลงบนเสียง การผสมผสานเหล่านี้ทำให้เกิดงานสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

๖) การอ้างอิงวัฒนธรรม ในบางครั้งการผสมผสานสื่อไม่อาจทำให้เกิดเอกลักษณ์ของตนเอง เพราะมันถูกบรรจุด้วยเสียงหรือภาพประดิษฐ์จากเครื่อง โดยไม่ได้มาจากการสร้างสรรค์ของผู้ประพันธ์ ความหมายจึงไม่ได้ออกมาจากผู้ประพันธ์อย่างแท้จริงการหลอมรวมสื่อ ท่ามกลางสื่อใหม่กลายเป็นสื่อกลางต่อแนวความคิดในการหลอมรวมสื่อ ทั้งนี้เพราะคอมพิวเตอร์สามารถจะกระทำการปรุงแต่งใดๆ ก็ได้ โดยนำส่วนผสมจากตรงที่ต่างสื่อแล้วนำไปใช้ในสื่อต่างๆ ร่วมกันหรือแยกกัน

๒.๖.๒ คุณลักษณะของสื่อในยุคหลอมรวมสื่อ

วิรัชชัย พงษ์เกาะ (๒๕๕๖) ได้อ้างถึงแนวคิดคุณลักษณะสื่อใหม่ของ Flew (๒๐๐๘) และได้ดัดแปลงเป็นแนวคิดคุณลักษณะสื่อในยุคหลอมรวมสื่อที่มีคุณสมบัติ ๖ ประการ ดังต่อไปนี้

๑) จัดการข้อมูลได้ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Computerized) เนื่องจากเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่มีพื้นฐานอยู่บนการทำงานระบบดิจิทัล ซึ่งต้องอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการสร้างและนำเสนอข้อมูล

๒) มีการเชื่อมโยงกลับไปยังสื่อต้นทาง กล่าวคือ ภายในเนื้อหาจะแนบลิงค์เว็บไซต์หรือแหล่งอ้างอิงที่เป็นแหล่งข่าวในเครือข่ายขององค์กรเพื่อให้ผู้ใช้สามารถย้อนกลับไปอ่านเนื้อหาที่สื่อต้นทาง

๓) เข้าถึงได้จากทุกสถานที่และทุกเวลา (Space/Time) สื่อในยุคหลอมรวมต้องมีคุณสมบัติที่เอื้อให้ผู้รับสามารถเข้าถึงสื่อได้ทุกที่ทุกเวลาบนเทคโนโลยีอุปกรณ์พกพา เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต

๔) เชื่อมโยงกับอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และระบบซอฟต์แวร์โดยทำงานร่วมกันผ่านระบบเครือข่าย

(Network) ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนที่อยู่คนละสถานที่สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็ว

๕) หลากหลายรูปแบบสื่อในเนื้อหาเดียวกัน ผู้ใช้สามารถบริโภคสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิก ภายในเนื้อหานั้นๆ ซึ่งจะอาศัยสื่อหลายประเภทช่วยเพิ่มความน่าติดตามให้แก่ผู้รับ

๖) เปิดให้ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ทันทีเป็นคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่อาศัยระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เปิดให้ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารโต้ตอบกับได้รวบรวมอยู่ในสถานที่เดียวกัน

นอกจากนั้น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (๒๕๔๘ อ้างใน พนิดา สายประดิษฐ์, ๒๕๔๙) ได้กล่าวถึงลักษณะของการหลอมรวมของเครือข่ายไว้ ดังนี้คือ

๑) เครือข่ายโทรคมนาคม ความสามารถทางเทคโนโลยีที่เชื่อมต่อได้ทั้งสายทองแดง สายเคเบิล โทรศัพท์แบบไร้สาย หรือแม้กระทั่งผ่านดาวเทียม ทำให้ทางเลือกสำหรับการเชื่อมต่อได้มากขึ้น รวมกับความก้าวหน้าของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้วจึงก่อให้เกิดความหลากหลายของการให้บริการ

๒) เครือข่ายวิทยุและโทรทัศน์ เครือข่ายในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการในรูปแบบของความบันเทิง เมื่อเครือข่ายนี้สามารถเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแล้ว ทำให้เกิดบริการในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น การฟังเพลง/วิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต การรับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยการรับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารที่กว้างและมีความเร็วสูง (High Speed) เพราะการให้บริการแบบนี้จะอยู่ในรูปแบบของการรับชมแบบสดหรือแบบ Real-Time หากช่องทางการสื่อสารมีความกว้างของช่องทางการสื่อสารไม่เพียงพอแล้วจะทำให้คุณภาพของการรับชมไม่ดีเพียงพอ

๓) เครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากการที่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่มีผู้ใช้งานอยู่มากมายทั่วโลกนั้น ทำให้เกิดการพัฒนาก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอย่างมากมาย ทั้งยังมีการบริการที่หลากหลาย เช่น การรับส่งข้อมูลระยะไกลผ่านเครือข่าย การรับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์หรือแม้กระทั่งการศึกษาทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ e-Learning เป็นต้น ซึ่งการศึกษาทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ตนี้อาจเป็นการส่งข้อมูลในรูปแบบของภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งอาจต้องอาศัยศักยภาพของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

๒.๖.๓ การเปลี่ยนแปลงในยุคหลอมรวมสื่อ

McQuail (๒๐๐๕) กล่าวถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสื่อมวลชน ๓ ประการหลัก คือ สื่อพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) โลกาวัดนี้ได้ลดความแตกต่างทางเนื้อหา รูปแบบ สีสัน วิธีการนำเสนอ และเกิดรูปแบบการสื่อสารใหม่ที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและเทคนิคที่แตกต่างกัน เกิดเป็นสภาวะการหลอมรวมของสื่อ (Convergent Media) ซึ่งก่อให้เกิดการหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological Convergence)

การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic Convergence) และการหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural Convergence) โดยทั้ง ๓ มิติของการหลอมรวมนี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสื่อ ๘ ประเด็น ดังนี้

๑) การเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อ จากเดิมที่เน้นการรวมศูนย์องค์กรแต่ในระบบที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้องสามารถลดการรวมศูนย์ได้บางส่วน ระบบดิจิทัลยังเอื้อให้ทรัพยากรที่เคยใช้อย่างจำกัด มีพื้นที่กว้างขวางสำหรับรายใหม่ๆ

๒) การเปลี่ยนแปลงประเภทของสื่อ รูปแบบของสื่อเก่าจะเปลี่ยนไป เช่น การฟังวิทยุจะเปลี่ยนจากการฟังจากเครื่องรับวิทยุเป็นการฟังวิทยุผ่านเว็บไซต์

๓) การเปลี่ยนแปลงด้านเนื้อหาสื่อ โดยเนื้อหาสื่อที่เดิมมีลักษณะตายตัวให้สามารถเปลี่ยนแปลงได้เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เนื้อหา มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาโดยผู้รับสารทั้งยังสามารถเชื่อมโยงข้ามไปยังเนื้อหาส่วนอื่นๆ ด้วยระบบ Hyperlink การผลิตเนื้อหาจึงต้องมองธรรมชาติของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

๔) การเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้สื่อ เนื่องจากภูมิศาสตร์สื่อที่เปลี่ยนไปวิถีชีวิตคนก็สามารถบริโภคสื่อได้ทุกที่ทุกเวลา มีความยืดหยุ่นในการบริโภคสื่อ ซึ่งในทางทฤษฎีผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาและความบันเทิงต่างๆ ได้มากขึ้น ในทางกลับกันผู้รับสารก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาอันตราย เช่น ความรุนแรงการค้ามนุษย์ การประทุพติผิดศีลธรรม ฯลฯ

๕) การเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของสื่อ เมื่อเนื้อหา มีความยืดหยุ่น ไม่หยุดนิ่ง และส่งผ่านไปอยู่ที่ต่างๆ ได้รวดเร็ว มีระบบที่เอื้อให้ผู้รับสารสามารถสร้างบทสนทนาโต้ตอบได้ทำให้เกิดบทบาทของ User-Generated Content ซึ่งบ่อยครั้งสื่อยังต้องตามหยิบยกประเด็นจากผู้รับสารมานำเสนอในรูปแบบข่าวด้วย

๖) การเปลี่ยนแปลงด้านผู้รับสาร ผู้รับสารในยุคหลอมรวมสื่อจะต่างจากผู้รับสารในยุคก่อน จนเกิดคำว่า "Producer" ซึ่งผสมระหว่าง Producer กับ User โดยผู้รับสารในปัจจุบันเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสารไปพร้อมๆ กัน แต่กระนั้นคนเรายังมีกระบวนการเลือก (Selectivity Process) สนใจจดจำ และเลือกเชื่อ ซึ่งส่งผลให้คนเลือกรับสารเฉพาะสารที่ตนสนใจเท่านั้น

๗) การเปลี่ยนวิธีการทำงานของสื่อมืออาชีพ จากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในข้างต้นองค์กรสื่อย่อมคาดหวังต่อการเป็นสื่อมืออาชีพมากขึ้น มีทักษะในการทำงานสื่อหลากหลายที่เรียกว่า Multi-Tasking Skills การแบ่งแยกโครงสร้างระหว่างหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์เริ่มไม่ชัดเจนและมีความพยายามที่จะยุบรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

๘) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยม ในยุคหลอมรวมสื่อ ผู้รับสารและสังคมย่อมมีความคาดหวังต่อธุรกิจ สื่อและองค์กรต่างๆ ในแง่ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ โดยทุกภาคส่วนสามารถตรวจสอบและถูกตรวจสอบได้ตลอดเวลา

โดยสรุป การหลอมรวมเทคโนโลยี การหลอมรวมสื่อ และการหลอมรวมองค์กรทำให้กระบวนการผลิตข่าวเปลี่ยนแปลง (Erdal, ๒๐๐๗) โดยหมายความว่า องค์กรสื่อสามารถหลายกำแพง

ระหว่างสื่อต่างๆ และใช้สื่อร่วมกันในการสื่อสารได้ สามารถแลกเปลี่ยนคอนเทนต์ (Content) ระหว่างผู้สื่อข่าวที่ทำงานหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และออนไลน์ได้ ในส่วนขององค์กรสื่อต้องบูรณาการการผลิตและกระบวนการข่าวให้สามารถใช้แพลตฟอร์มที่หลากหลายของแต่ละสื่ออย่างเต็มความสามารถเพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานระหว่างหน่วยงานและโต๊ะข่าวต่างๆ ภายในองค์กร ดังนั้น การศึกษาทฤษฎีการหลอมรวมสื่อจะทำให้เข้าใจและเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์รูปแบบลักษณะตลอดจนนโยบายขององค์กรสื่อที่จะพัฒนาองค์กรสู่การเป็นผู้ผลิตข่าวในยุคสู่ดิจิทัล

๒.๖.๔ สื่อใหม่ (New Media)

“สื่อใหม่” (New Media) มีความหมายครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในช่วงปลายศตวรรษที่ ๒๐ เทคโนโลยีที่ถูกนิยามว่าเป็นสื่อใหม่ส่วนมากมักจะมีคุณลักษณะที่ถูกจัดการได้ (Manipulated) เชื่อมต่อเป็นเครือข่ายได้ (Networkable) ทำให้หนาแน่น (Dense) และบีบอัดสัญญาณได้ (Compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และมีความเป็นกลาง (Impartial) ดังนั้น “สื่อใหม่” จึงหมายถึงความถึงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์มัลติมีเดีย เกมคอมพิวเตอร์ซีดีรอม และดีวีดีและ “สื่อใหม่” จึงไม่ได้หมายความว่ารายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์แบบเดิมๆ (Wardrip-Fruin & Montfort, ๒๐๐๓) ในขณะที่ อาทิตย์ สุริยะวงศ์กุล จากมูลนิธิสื่อเพื่อการศึกษาของชุมชน อธิบายว่า ลักษณะของ “สื่อใหม่ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี” เป็นสื่อดิจิทัลที่มีลักษณะให้ผู้ใช้ตอบโต้ได้ เปลี่ยนรูปและถูกส่งต่อไปยังช่องทางอื่นได้ง่าย หรือเป็นสื่อที่ถูกสร้างโดยพลเมืองทั่วไป ซึ่งก่อนหน้านี้ สำหรับสื่อดั้งเดิมพลเมืองเป็นเพียงผู้รับสื่อเท่านั้น ซึ่งยุคหลอมรวมเทคโนโลยี ส่งผลให้เส้นแบ่งระหว่างกิจการโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียง และเครือข่ายข้อมูลคอมพิวเตอร์ พร่าเลือน การหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence) ทำให้การกำกับสื่อที่ยังแบ่งแยกการกำกับตามชนิดของสื่อกลางไม่มีประสิทธิภาพ และไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้สื่ออีกด้วย

๑) คุณลักษณะของสื่อใหม่

คุณลักษณะประการที่ ๑: การบูรณาการ (Integration) สื่อใหม่มีคุณลักษณะเชิงโครงสร้างที่เป็น การบูรณาการระหว่างโทรคมนาคม (Telecommunication) การสื่อสารข้อมูล (Data Communications) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communications) เข้ามาอยู่ในสื่อเดียวกันซึ่งเราเรียกกันว่าเป็น กระบวนการหลอมรวมสื่อ (Convergence) การสื่อสารแต่ละประเภทสามารถทำหน้าที่ส่งข้อมูลได้ หลากหลายประเภทมากขึ้น ไม่จำกัดว่าการสื่อสารโทรคมนาคมต้องส่งสัญญาณโทรศัพท์ การสื่อสารข้อมูลต้องผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารมวลชนต้องมาจากวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว เพราะปัจจุบันนี้เราใช้โทรศัพท์ที่รับสัญญาณโทรศัพท์ได้ ใช้อินเทอร์เน็ตแทนโทรศัพท์ได้

คุณลักษณะประการที่ ๒: การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) การมีปฏิสัมพันธ์เป็นคุณลักษณะทางโครงสร้างประการที่สองของสื่อใหม่ การปฏิวัติด้านการสื่อสารในปัจจุบันนับว่าเป็นจุดกำเนิดของสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media) ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์นั้นก็มีความหมายอย่างกว้างๆ ว่า “การกระทำ

และการโต้ตอบอย่างต่อเนื่องกัน” อย่างไรก็ตาม VanDijk & DeVos. (๒๐๐๑) ได้มีการกำหนดระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ไว้ ๔ ระดับ เพื่อใช้อธิบายสื่อใหม่ไว้ดังนี้

ระดับที่ ๑: ระดับพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ คือความเป็นไปได้ในการสร้างการสื่อสารสองทางหรือหลายทาง สิ่งนี้คือมิติด้านระยะทาง (Space Dimension) เช่น การดาวน์โหลดข้อมูลหรือปฏิสัมพันธ์ด้านอุปทานของเว็บไซต์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์แบบมีปฏิสัมพันธ์นั้น จะมีมากกว่าปฏิสัมพันธ์ด้านการอัปโหลดข้อมูลของผู้ใช้

ระดับที่ ๒: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สอง คือความพร้อมกัน (Synchronicity) คือ มิติด้านเวลา (Time Dimension) เป็นที่ทราบกันดีว่าหากการกระทำและการโต้ตอบกันดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องโดยไม่ถูกขัดจังหวะจะเป็นการเพิ่มคุณภาพของการมีปฏิสัมพันธ์ได้ อย่างไรก็ตาม สื่อปฏิสัมพันธ์บางอย่าง เช่น อิเล็กทรอนิกส์แมล์ไม่ต้องอาศัยความพร้อมกันในการมีปฏิสัมพันธ์เนื่องจากผู้รับและผู้ส่งสามารถสื่อสารกันได้ตามเวลาและสถานที่ที่ตนสะดวก

ระดับที่ ๓: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สาม คือการควบคุมโดยผู้มีปฏิสัมพันธ์ คือมิติด้านพฤติกรรม (Behavioral Dimension) เป็นความสามารถของผู้ส่งและผู้รับที่สามารถปรับเปลี่ยนบทบาทกันได้ทุกขณะ ปฏิสัมพันธ์ด้านการควบคุมนี้ นับว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญมากที่สุดในการนิยามปฏิสัมพันธ์ของการศึกษาสื่อและการสื่อสาร

ระดับที่ ๔: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สี่ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุด คือการกระทำ และการโต้ตอบของผู้เกี่ยวข้องด้วยความเข้าใจในความหมายและบริบท คือ มิติด้านจิตใจ (Mental Dimension) ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ ตัวอย่างเช่น การสนทนาแบบตัวต่อตัว และการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์

คุณลักษณะประการที่ ๓: การเข้ารหัสดิจิทัล (Digital Code) การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของสื่อทั้งหมดให้เป็นรหัสดิจิทัลให้เหมือนกันนั้นส่งผลที่สำคัญประการแรก คือทำให้เนื้อหาเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน (Uniformity) และมีมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) ประการที่สอง สามารถเพิ่มปริมาณของข้อมูลและปริมาณของการสื่อสาร เนื่องจากรหัสดิจิทัลทำให้การผลิตการบันทึกและการเผยแพร่ข้อมูลทำได้ง่ายขึ้นมาก ประกอบกับปัจจุบันนี้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมีศักยภาพและความสามารถในการบรรจุข้อมูลมากขึ้น การผลิตเนื้อหาต่างๆ จึงมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประการสุดท้ายซึ่งเป็นสิ่งที่อาจจะสำคัญที่สุด คือการใช้รหัสดิจิทัล เป็นการสลายวิธีการสื่อสารเชิงเส้นตรงแบบเดิมๆ ที่ใช้กับข้อมูลจำนวนมากมายมหาศาล เช่น ตัวอักษร ภาพ เสียง และโปรแกรมต่างๆ ไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลที่เรียกว่า “ไฮเปอร์ลิงค์” (Hyperlink) ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานหรือผู้อ่านใช้เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่ต้องการได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็น การสื่อสารแบบเส้นตรงแบบเดิม การเปลี่ยนแปลงจากการสื่อสารเชิงเส้นตรงไปสู่ไฮเปอร์ลิงค์นี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีการใช้รหัสดิจิทัล

คำว่า “สื่อใหม่” จึงถูกนิยามโดยคุณลักษณะทั้งสามประการพร้อมกันดังกล่าวแล้วข้างต้น

ดังนั้น “สื่อใหม่” จึงหมายถึง สื่อที่เป็นการบูรณาการ มีปฏิสัมพันธ์และใช้รหัสดิจิทัล ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงรอยต่อของศตวรรษที่ ๒๐ และ ๒๑ (VanDijk, ๒๐๐๖) “สื่อใหม่” ยังมีชื่อเรียกอื่นๆ ที่สื่อความหมายในแนวทางเดียวกัน ได้แก่ มัลติมีเดีย (Multimedia) สื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media) และสื่อดิจิทัล (Digital Media) ซึ่งแต่ละชื่อนี้ก็สามารถสะท้อนให้ทราบถึงคุณลักษณะแต่ละประการของสื่อใหม่นั้นเอง และยังช่วยให้เราสามารถแยกแยะสื่อใหม่จากสื่อเก่าหรือสื่อดั้งเดิมได้ด้วย

๒.๑.๗ กรณีศึกษาแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อ

ในปัจจุบันมีหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินการส่งเสริมด้านการพัฒนาสื่อที่ดี หรือสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดังนี้

๑) คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ

รัฐบาลได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงปัญหาของสื่ออันตรายที่แพร่ระบาดอยู่ในปัจจุบันและต้องการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงได้ประกาศ “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑” ลงในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๑ โดยให้กระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานเจ้าภาพ ซึ่งเป้าหมายสำคัญในการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คือ การบูรณาการความร่วมมือและระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานทุกภาคส่วนในการดำเนินการ “ขจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี และสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคม” ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ มีองค์ประกอบ ดังนี้

๑. นายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ

๒. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เป็นรองประธานกรรมการ

๓. คณะกรรมการโดยตำแหน่ง จำนวน ๘ คน ได้แก่ ปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และโทรคมนาคมแห่งชาติ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ และผู้จัดการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

ทั้งนี้ สืบเนื่องจากสภาพปัญหาสื่อที่ส่งผลกระทบต่อค่านิยมและวิถีชีวิตของคนในสังคม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ซึ่งทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลได้ตระหนักถึงสถานการณ์ดังกล่าว จึงได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕ ตอนพิเศษ ๑๔๑ ง ลงวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๑ เพื่อดำเนินการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผล เป็นรูปธรรมโดยเร็ว อาศัยอำนาจตามความในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนา สื่อปลอดภัย

และสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๑ ข้อ ๙ (๘) และมติที่ประชุมคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ ครั้งที่ ๒/๒๕๕๕ เมื่อวันที่ ๒๘ กันยายน ๒๕๕๕ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการ ดังนี้

๑. คณะกรรมการจัดทำและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้ จัดทำแนวนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวทางในการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ และประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาชนทั้งในระดับส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น ในการดำเนินการที่สอดคล้องหรือสนับสนุนการทำงานตามแนวนโยบายและยุทธศาสตร์

๒. คณะกรรมการส่งเสริมสนับสนุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้ ส่งเสริมและสนับสนุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น เสนอแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ต่อคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคม

คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการผลักดันให้เกิดการจัดตั้งกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และขับเคลื่อนแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานกับภาคส่วนต่างๆ (คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ, ๒๕๕๕)

๒) กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมได้มีการร่วมกับภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรมทุกระดับจะดำเนินการพัฒนาการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมในระดับนานาชาติมีภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ที่ดี และได้รับการยอมรับในเวทีทางวัฒนธรรมระดับสากล ผลักดันสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม เอื้ออาทร มีความปรองดองสมานฉันท์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยมีรายได้และความมั่งคั่งจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น ภายใต้แนวคิด “วัฒนธรรมสร้างคนดี สังคมดี สร้างรายได้ สร้างภาพลักษณ์และเกียรติภูมิประเทศไทยในเวทีโลก” โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญโดยส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทศิลปิน เพื่อการสร้างงานและสร้างรายได้ และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ นอกจากกองเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ.๒๕๖๓- พ.ศ.๒๕๖๕) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการ

เกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ชัดเจนมากขึ้น กล่าวได้ว่า กระทรวงวัฒนธรรมถือว่าเป็นอีกหน่วยงานสำคัญที่จะช่วยในการขับเคลื่อนประเด็นการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งบทบาทและการกิจหลัก และการเป็นหนึ่งในหน่วยงานของคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ อีกทั้งยังมีส่วนในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ อีกด้วย (แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕), ๒๕๖๓)

๓) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกองทุน จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. ๒๕๔๔ โดยมีหน้าที่ริเริ่ม ผลักดัน กระตุ้น สนับสนุน และร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในสังคม ในการขับเคลื่อนกระบวนการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้คนไทยมีสุขภาพดีครบ ๔ ด้าน กาย จิต ปัญญา สังคม และร่วมสร้างประเทศไทยให้น่าอยู่ ซึ่งทาง สสส. ได้มีการนำ “ทิศทาง เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ ๑๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๖๔)” มาใช้เป็นกรอบสำหรับการดำเนินงาน เพื่อสานและเสริมพลังร่วมกับภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิสัยทัศน์

“ทุกคนบนแผ่นดินไทย มีขีดความสามารถ สังคมและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาวะ” หมายถึงทุกคนบนผืนแผ่นดินไทย ไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ สัญชาติ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ล้วนมีความรู้ความสามารถที่จะดูแลตนเองและครอบครัวให้มีสุขภาวะที่ดี

สังคมไทยและสภาพแวดล้อม ทั้งทางกายภาพ ค่านิยม วัฒนธรรม และระบบสุขภาพโดยรวมของไทย สนับสนุนให้ทุกคนมีสุขภาวะที่ดีถ้วนหน้า

พันธกิจ

พันธกิจของกองทุนกำหนดขึ้นโดยใช้กรอบวัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. ๒๕๔๑ และเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “จุดประกาย กระตุ้น สาน และเสริมพลัง บุคคล และองค์กรทุกภาคส่วน ให้มีขีดความสามารถและสร้างสรรค์ระบบสังคม ที่เอื้อต่อการมีสุขภาวะ”

ยุทธศาสตร์หลัก: สานสามพลัง

ประกอบด้วยพลังทางปัญญา พลังทางสังคมและพลังนโยบาย เป็นยุทธศาสตร์หลักสำหรับขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาสุขภาวะที่ยากและสำคัญในสังคมไทยอย่างสร้างสรรค์ที่

กองทุนได้ใช้อย่างได้ผลตลอดมา กองทุนยังคงใช้ยุทธศาสตร์นี้เป็นยุทธศาสตร์หลักต่อไป โดยกองทุนเป็นกลไกที่ช่วยสร้างความเข้มแข็ง และสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงของ “พลัง” ทั้งสาม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, ๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์เฉพาะ

๑. พัฒนาขีดความสามารถของบุคคลและองค์กร ให้เท่าทันพลวัตของปัจจัยต่างๆ ที่กระทบต่อสุขภาพ รวมทั้งให้มีขีดความสามารถในการทำงานเชิงรุก ทั้งที่เป็นงานเฉพาะด้านและการบูรณาการเชื่อมโยงข้ามภาคส่วน (รัฐ วิชาการ เอกชน ประชาสังคม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ฯลฯ) ข้ามประเด็น และข้ามพรมแดนในการสร้างเสริมสุขภาพในระดับภูมิภาคและระดับโลก

๒. พัฒนานวัตกรรมการสร้างเสริมสุขภาพและนวัตกรรมทางสังคม เพื่อให้มีกลไกและวิธีการใหม่ๆ ในการตอบสนองต่อปัญหาใหม่ๆ และต่อความต้องการของภาคส่วนต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งนวัตกรรมด้านมาตรการ ปฏิบัติการ และกิจการสังคม

๓. เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนและท้องถิ่น สนับสนุนกิจกรรมเพื่อการพัฒนา ความเข้มแข็งเชิงระบบและการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น อันรวมถึงผู้นำ กลุ่ม องค์กร ชุมชนทั้งในเชิงพื้นที่ และในลักษณะอื่นๆ

๔. พัฒนาระบบและกลไกทางสังคมที่เอื้อต่อการสร้างสุขภาวะ ซึ่งรวมถึงระบบและกลไกนโยบาย กฎหมาย และกลไกทางสังคมอื่นๆ ที่เอื้อต่อการสร้างเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะให้เอื้อต่อการลดความเหลื่อมล้ำด้านสุขภาวะ

๕. พัฒนาระบบการเรียนรู้และสื่อสารสาธารณะ โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพในด้านการจัดการความรู้ ข้อมูล การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในองค์กร สสส. เองและภาคีทั้งหมด ให้เหมาะสมกับบริบทการสื่อสารใหม่ (แผนหลัก สสส. ๓ ปี (๒๕๖๑ - ๒๕๖๓), ๒๕๖๑)

ทั้งนี้งบประมาณในแต่ละปีของ สสส. ถูกจัดสรรเพื่อให้การสนับสนุนโครงการต่างๆ โดยแบ่งเป็นสองลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่ โครงการเชิงรุก เพื่อแก้ปัญหาปัจจัยเสี่ยงหลักทางสุขภาพ (มากกว่า ๙๐%) และโครงการสร้างสรรค์โอกาสและนวัตกรรม เพื่อเปิดโอกาสและให้พื้นที่กับทุกคนในการสร้างนวัตกรรม (ไม่เกิน ๑๐ %) โดยครอบคลุม ๑๕ แผนงาน ทั้งนี้แผนงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่ แผนระบบสื่อและวิถีสุขภาวะทางปัญญา อย่างไรก็ตาม ภายใต้แผนงานอื่นๆ ได้มีการผลิตสื่อในหลากหลายรูปแบบ ทั้ง Infographic ในประเด็นต่างๆ เช่น อาการแบบไหนต้องรีบติดต่อแพทย์ สมุนไพรภูมิปัญญาชนเผ่ายุคโควิด-๑๙ วันนี้ลูกเราจะกินอะไรดี ในวันที่ต้องเรียนออนไลน์ที่บ้าน เป็นต้น สื่อมัลติมีเดีย เช่น สสส. ชวนเด็กๆ ทุกคนเป็นสื่อรัก ช่วยพ่อแม่พักเหล้า สร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย ลดความเสี่ยงการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ลดการเกิดคลัสเตอร์ใหม่ แบ่งเบาภาระให้บุคลากร

ทางการแพทย์ (<https://www.youtube.com/watch?v=aicufso-s๘M>) หรือเกษียณคลาส บทเรียนสำหรับวัยเกษียณที่จะเปลี่ยนชีวิตให้แฮปปี้ (https://www.youtube.com/watch?v=ldCj-๗Zj๕SI&feature=emb_title) หรือสื่อหนังสือ/สื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือดูแลเด็กหลากหลายทางเพศครั้งแรกในประเทศไทย สร้างองค์ความรู้ เสริมความเข้าใจเด็ก-เยาวชนในครอบครัว e-book ใช้ชีวิตคู่อย่างไรให้เวิร์ค ในยุค Work From Home คู่มือการสอนกิจกรรมทางกาย สำหรับเด็กบกพร่องทางสติปัญญา (ฉบับผู้ปกครอง) เป็นต้น ซึ่งสะท้อนได้ว่าทาง สสส. เองก็เป็นหน่วยงานสำคัญที่ร่วมสร้างสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มาโดยตลอด เห็นได้ชัดจากโฆษณาชุดเลิกเหล้าเข้าพรรษา อันเป็นองค์การสำคัญในการผลักดันนิเวศสื่อที่ดี

๔) กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นภายในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีเป้าหมายการทำงานเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้รับบริการอย่างทั่วถึง ส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการ บริการชุมชน การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร และการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม การสนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสนับสนุนการทดแทนขาดใช้ หรือจ่ายค่าตอบแทนการถูกเรียกคืนคลื่นความถี่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้คลื่นความถี่ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกองทุน กทปส. จึงได้จัดสรรเงินให้แก่หน่วยงานต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินโครงการที่จะก่อให้เกิดการผลิตชิ้นงานต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และเป็นประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวม สามารถนำไปต่อยอด และนำไปใช้ประโยชน์ต่อสาธารณะได้ โดยอาศัยแหล่งรายได้ตามกฎหมาย อาทิเช่น เงินที่ส่งเข้ากองทุนตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และตาม

กฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม เงินค่าปรับทางปกครอง ค่าตอบแทนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย เงินที่สำนักงาน กสทช. จัดสรรให้ และดอกผล เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมผู้ประกอบการและบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึง ทั้งในมิติเชิงพื้นที่และกลุ่มผู้รับสาร ตลอดจนส่งเสริมชุมชนและสนับสนุนผู้ประกอบการบริการชุมชนให้สามารถประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่มีส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศชาติ ตลอดจนพัฒนาอุตสาหกรรมกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรคมนาคม ดาวเทียมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องรวมทั้งให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้นักศึกษา ผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรคมนาคม รวมถึงกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถก้าวเข้าสู่อาชีพงานด้านนี้ได้อย่างมีทักษะและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนให้องค์กรซึ่งประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สนับสนุน ส่งเสริม และคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดกลไกการคุ้มครองผู้บริโภค มีความเข้มแข็งสามารถคุ้มครองและปกป้องสิทธิผู้บริโภค โดยเฉพาะคนพิการ เด็ก คนชรา และผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพและมั่นคง เพื่อให้กองทุนมีความมั่นคงและสามารถสนับสนุนการให้ทุนเพื่อพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ สนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการใช้คลื่นความถี่ที่คุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติและประชาชน รวมถึงสนับสนุนให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านคลื่นความถี่เพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย ๔.๐ (กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ, ม.ป.ป)

ทั้งนี้ ภายใต้กรอบนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ที่ กสทช. และคณะกรรมการบริหารกองทุนประกาศกำหนด ระบุให้โครงการที่สามารถยื่นขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจาก กทปส. ต้องเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่มีเป้าหมายการดำเนินงานตรงกับวัตถุประสงค์ของกองทุนข้อใดข้อหนึ่ง รวมถึงต้องมีความสอดคล้องกับกรอบนโยบายการจัดสรรที่ กสทช. และ

คณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด และต้องสอดคล้องกับแนวนโยบายของทางภาครัฐ และประเภทของ การสนับสนุน คือการสนับสนุนการดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ เป็นการให้ทุนสนับสนุนกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเป็นไปตาม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ตามมาตรา ๕๒(๕)

๕) ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)

เป็นองค์การมหาชนของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) พ.ศ. ๒๕๕๔ มีภารกิจด้านการส่งเสริมและสนับสนุนคุณธรรมความดีภายใต้บริบทของ สังคมไทยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาตลอดเวลา และเป็นหน่วยงานกลางในการประสาน ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาคุณธรรมความดี ซึ่งศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ได้ร่วมกับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม และคณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้าน วัฒนธรรม กีฬา แรงงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ดำเนินโครงการสื่อสร้างสรรค์คุณธรรมอวอร์ด ปี ๒๕๖๓ (Moral Media Awards ๒๐๒๐) จะดำเนินการคัดเลือกผลงาน “สื่อสร้างสรรค์คุณธรรม” หมายถึง สื่อที่มีแนวคิด เนื้อหา รูปแบบการถ่ายทอด นำเสนอสู่สาธารณะที่แสดงถึงการส่งเสริมคุณธรรม ที่มุ่งเน้นให้ผู้รับรู้สื่อมีพฤติกรรมด้านคุณธรรม หรือวิถีวัฒนธรรมที่ดีงามของสังคมไทย แบ่งประเภทต่างๆ ๙ ประเภท ดังนี้ ๑) ประเภทละคร ๒) ประเภทภาพยนตร์ ๓) ประเภทคลิปวิดีโอสั้นที่เผยแพร่ทาง โซเชียลมีเดีย ๔) ประเภทโฆษณา ๕) ประเภทบทเพลง ๖) ประเภทรายการวิทยุ ๗) ประเภทรายการ โทรทัศน์ ๘) ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และ ๙) ประเภทสื่อดิจิทัล ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องหรือสื่อสารถึงพฤติกรรม ด้านคุณธรรม เพื่อประกาศยกย่องบุคคล องค์กร หน่วยงานที่ผลิต และนำเสนอที่เกี่ยข้องด้านคุณธรรม ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรม Big Rock ในแผนปฏิรูปประเทศด้านวัฒนธรรมฯ โดยคุณสมบัติของสื่อสร้างสรรค์ ต้องเป็นสื่อสร้างสรรค์ที่มีการผลิตและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ในช่วงปี ๒๕๖๒ – ๒๕๖๓ (มกราคม ๒๕๖๒ – ธันวาคม ๒๕๖๓) เป็นสื่อสร้างสรรค์ที่มีเนื้อหา บท เรื่องราว ที่สื่อความหมายสื่อ สะท้อนด้านคุณธรรมต่างๆ ที่เป็นการกระตุ้นจิตสำนึกด้านคุณธรรมของผู้รับสื่อในกลุ่มต่างๆ ตาม ประเภทบริบทของสื่อที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม ไม่สื่อถึงการยุยง ปลุกปั่น หรือเป็นการละเมิดต่อ ผู้อื่น และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองโดยตรง โดยผลงานที่ได้รับการคัดเลือกแต่ละประเภทจะได้รับการยกย่อง และได้รับโล่เกียรตินิยม พร้อมรวบรวมเรื่องราวจัดทำเป็นสื่อ เพื่อการเผยแพร่ขยายผลต่อ สาธารณะผ่านช่องทางต่างๆ และยังมีการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ด้วยการประสาน

ไปยังหน่วยงานต้นสังกัดหรือหน่วยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้นเพื่อรับทราบต่อไป (ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน), ๒๕๖๑)

๒.๑.๘ ข้อมูลกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นหน่วยงานของรัฐ ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยมีคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธาน ทำหน้าที่ควบคุมดูแลกองทุนให้ดำเนินกิจการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เกิดขึ้นมาโดยภาคีภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม ด้านเด็ก เยาวชนและครอบครัว นักวิชาการ รวมทั้งประชาชน ที่เล็งเห็นถึงสถานการณ์สื่อในยุคปัจจุบันที่มีอิทธิพลสูงต่อการเรียนรู้และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน สื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชนมีน้อย การผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์มีข้อจำกัดมากมาย อาทิ ความเป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้สนับสนุนการผลิตสื่อ เป็นต้น ทำให้ขาดเงินทุนในการผลิตและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ จึงมีความจำเป็นจะต้องมีแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ในการผลิต การพัฒนาและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างพฤติกรรมที่ดีของเด็กและเยาวชน ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อ จึงได้ร่วมกันขับเคลื่อนจนเกิดกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยกองทุนฯ ได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่วันที่ ๒๗ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นมา โดยช่วงแรกเป็นการจัดระเบียบ ข้อบังคับ และโครงสร้างการบริหารจัดการต่างๆ เพื่อรองรับภารกิจของกองทุนฯ (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ม.ป.ป.)

ทั้งนี้พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ มีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง ดังต่อไปนี้

๑. รณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๒. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัว มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ใฝ่ระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อย่างปลอดภัยในการพัฒนาตนเอง ชุมชน และสังคม
๔. ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๕. ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๖. ส่งเสริมบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงาน อื่นของรัฐที่ดำเนินกิจกรรม เกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์

๗. ดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง (พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘, ๒๕๕๘)

อีกทั้งสาระสำคัญของพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ให้คำนิยามความหมาย เพื่อสะท้อนขอบเขตของ ๒ คำหลัก ได้แก่

“สื่อ” หมายความว่า สิ่งที่ทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร เครื่องหมาย ภาพหรือเสียง ไม่ว่าจะได้ จัดทำในรูปของเอกสาร สิ่งพิมพ์ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี รูปภาพ ภาพโฆษณา เครื่องหมาย รูปถ่าย ภาพยนตร์ วัสดุทัศน การแสดงข้อมูลคอมพิวเตอร์ในระบบคอมพิวเตอร์ หรือได้จัดทำในรูปแบบ อื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

และ“สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์” หมายความว่า สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียน ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้ ประชาชนมีความสามัคคีและสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุข

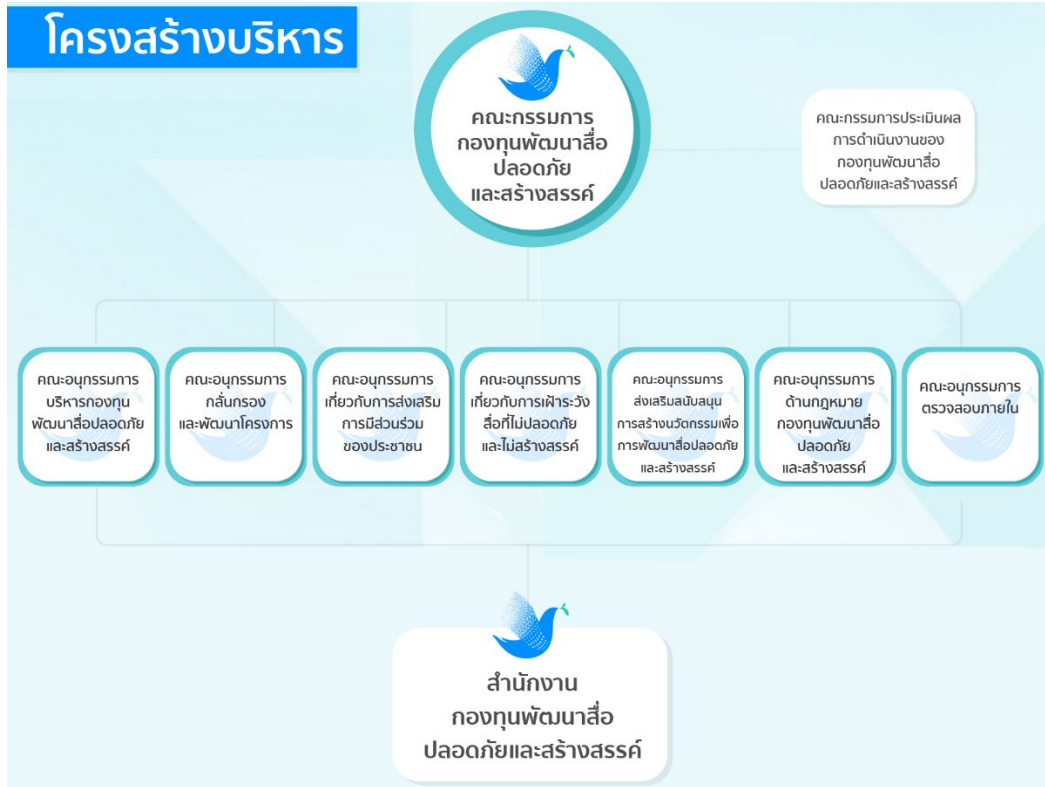
สำหรับบทบาทและภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กล่าวคือ กองทุนฯ มีบทบาทหน้าที่ “เป็นผู้สนับสนุน” ในการสร้าง “การรู้เท่าทันสื่อ” และ “การเฝ้าระวังสื่อ” โดยมีการ สนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถจำแนกภารกิจและหน้าที่ ความรับผิดชอบของกองทุนฯ ได้ ๒ ประการ คือ

๑) สร้างนวัตกรรมสื่อแบบต่างๆ เพื่อขยายกรอบการผลิตเนื้อหาแบบเดิมๆ เพิ่มเนื้อหา ที่เป็นทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้มากขึ้น และนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นต้องรู้ในมิติที่คน ต้องการ เพื่อการเล่าเรื่องที่รอบด้าน หลากหลายแง่มุม และขับเคลื่อนประเด็นที่เป็นประโยชน์สู่การ มีส่วนร่วมของคนในสังคมได้ พร้อมทั้งสร้างฐานความรู้ด้านต่างๆ ในการสนับสนุนการสร้างสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์

๒) สร้าง “การมีส่วนร่วม” กองทุนฯ จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนโดยสร้างรูปแบบการประสานงานให้เกิดประสิทธิภาพ และยั่งยืน (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ม.ป.ป.)

โครงสร้างภายในของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จำแนกออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑) โครงสร้างบริหาร



(ที่มา: <https://www.thaimediafund.or.th/ita-๐๑/>)

๒) โครงสร้างของสำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



(ที่มา: <https://www.thaimediafund.or.th/ita-๐๑/>)

วิสัยทัศน์

ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี

พันธกิจ

- ๑) ส่งเสริม สนับสนุน ภาควิชาเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ๒) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างทั่วถึง
- ๓) ส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ

แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕

จากพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ นั้น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้กำหนดยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕ มีการใช้วิสัยทัศน์และพันธกิจเดียวกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ทิศทาง และเป้าประสงค์ (Direction and Purposive)

“ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เพิ่มขึ้น ได้เรียนรู้ พัฒนาตนเอง และครอบครัวสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เพิ่มขึ้น ได้เรียนรู้ พัฒนาตนเอง และครอบครัว พัฒนางาน และเกิดความเข้าใจสังคมที่แตกต่างหลากหลาย สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์”

เป้าหมายการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในภาพรวมระยะ ๕ ปี

๑. มีฐานข้อมูลความรู้ และนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกองทุน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์
๒. เกิดข้อเสนอเชิงนโยบายระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมเป็นเจ้าของเรื่องในการพัฒนา เพื่อให้เกิดสังคมที่มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๓. เกิดกลไก ภาควิชาเครือข่ายที่ร่วมขับเคลื่อนงานด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อ ที่มีการดำเนินงานและมีผลงานที่เด่นชัด
๔. องค์กรและบุคลากรผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีจำนวนและความหลากหลายมากขึ้น
๕. ประชาชน โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีความรู้และทักษะในการเฝ้าระวัง และรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายดังกล่าว กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินไว้ ๔ ประเด็น

๑) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเป้าประสงค์ ได้แก่

๑. มีเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

๒. เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคีเครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๒) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเป้าประสงค์ ได้แก่

๑. เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี

๒. เกิดกลไกหรือความร่วมมือทางวิชาการ ที่มุ่งเน้นการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถขยายผลและพัฒนาระบบนิเวศสื่อที่ดีสอดคล้องกับการขับเคลื่อนของสังคม

๓. เผยแพร่งานวิชาการและองค์ความรู้ต่อสาธารณะ

๓) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง รู้เท่าทันสื่อ มีเป้าประสงค์ ได้แก่

๑. เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชน เกิดการเรียนรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๒. เกิดองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติในการเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อในชุมชน ผ่านกลไก School Channel จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชนทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา

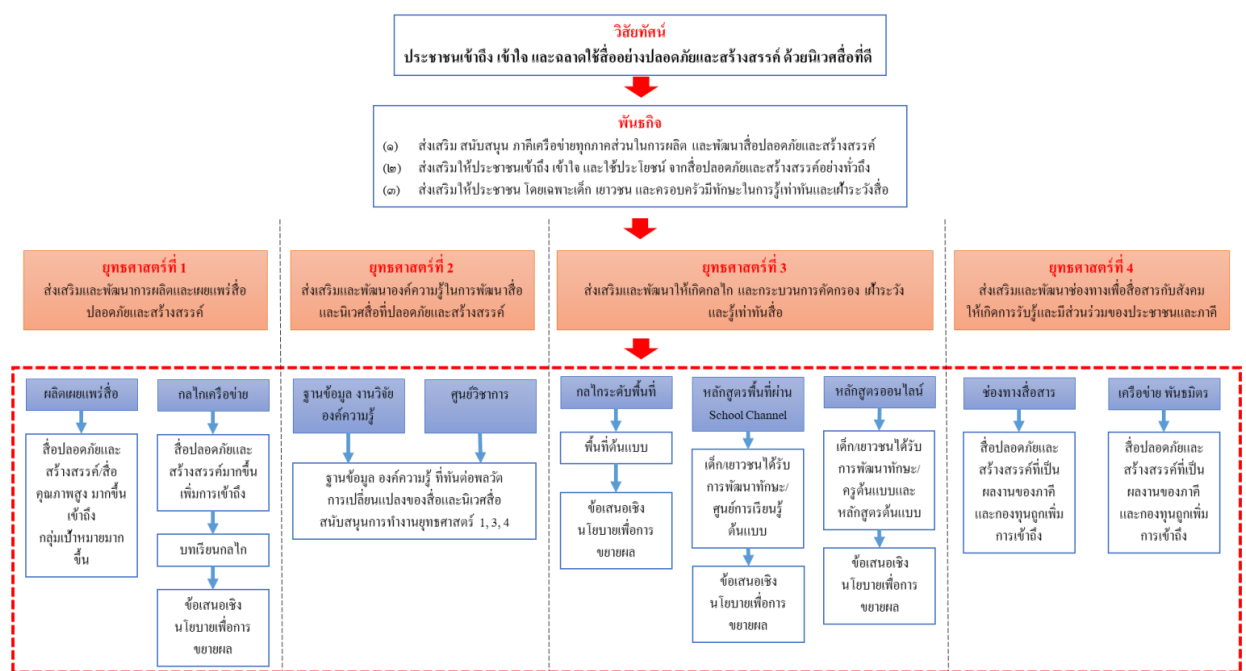
๓. เกิดองค์ความรู้ และแนวทางปฏิบัติในการสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (การเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ) ผ่านช่องทางออนไลน์ จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรออนไลน์ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชนทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา

๔) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารให้กับสังคมให้เกิดการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคี มีเป้าประสงค์ ได้แก่

๑. มีช่องทางที่มีประสิทธิภาพ หลากหลาย ทัวถึง และเข้าถึงได้ง่าย ในการสื่อสารภารกิจ และผลงานของภาคีเครือข่ายและกองทุนฯ

๒.เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคีเครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย (แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕, ๒๕๖๑)

ทั้งนี้เพื่อให้มีการถ่ายทอดในเชิงยุทธศาสตร์ ทั้งทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ แผนยุทธศาสตร์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการดำเนินการร่วมกัน ซึ่งสามารถสรุปแผนที่ยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ ดังภาพต่อไปนี้



ที่มา: แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕, ๒๕๖๑

นอกจากนี้เพื่อให้มีการถ่ายทอดแนวคิดและยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จึงได้มีการเชื่อมโยงการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

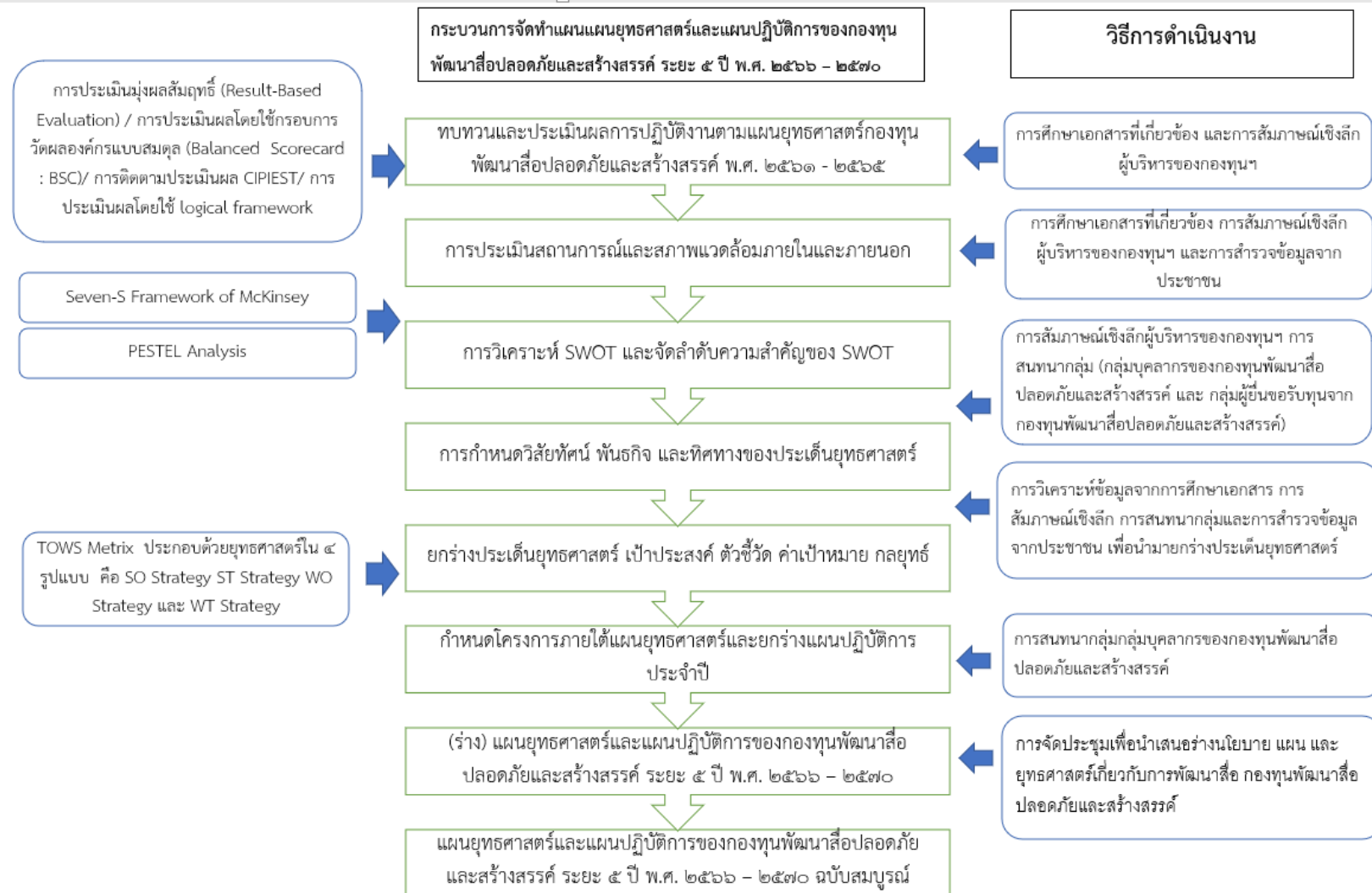


ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการทบทวนและประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ โดยใช้แนวคิดการประเมินมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result-Based Evaluation) / การประเมินผลโดยใช้กรอบการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard : BSC)/ การติดตามประเมินผล CIPIEST/ การประเมินผลโดยใช้ Logical framework) โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของกองทุนฯ

ในส่วนของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการประเมินสถานการณ์ ประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อจัดทำทวิเคราะห์ SWOT โดยใช้เครื่องมือ Seven-S Framework of McKinsey ในการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน และ PESTEL Analysis ในการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก และดำเนินการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และทิศทางของประเด็นยุทธศาสตร์ ทั้งนี้ คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการโดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของกองทุนฯ การสนทนากลุ่ม (กลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และกลุ่มผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์) และการสำรวจข้อมูลจากประชาชน หลังจากนั้นคณะที่ปรึกษาจะยกร่างประเด็นยุทธศาสตร์ โดยการใช้แนวคิด TOWS Metrix ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ใน ๔ รูปแบบ คือ SO Strategy ST Strategy WO Strategy และ WT Strategy กำหนดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย กลยุทธ์ และกำหนดโครงการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ และยกร่างแผนปฏิบัติการประจำปี ทั้งนี้คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการจัดประชุมเพื่อนำเสนอ (ร่าง)

นโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมาปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ฉบับสมบูรณ์

๒.๒ กรอบแนวคิดในการศึกษา



๒.๓ รายละเอียดในการจัดกิจกรรมต่างๆ / การดำเนินการศึกษา

การศึกษาจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ ประกอบด้วยการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยคณะที่ปรึกษาจะได้ออกแบบวิธีการศึกษาวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๒.๓.๑ การวิจัยเชิงคุณภาพ

๑) การศึกษาเอกสาร (Documentary Research)

๑.๑) วิธีการศึกษา

คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการศึกษาและรวบรวมองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ทบทวนยุทธศาสตร์ และผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

๑.๑.๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ หลักการ กระบวนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ การนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ การประเมินผลยุทธศาสตร์ ตลอดจนรูปแบบการจัดทำยุทธศาสตร์ของหน่วยงานที่มีภารกิจหรือบทบาทหน้าที่คล้ายคลึงกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑.๑.๒ นโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ผลการสำรวจประเมินความพึงพอใจ การสนับสนุนงบประมาณกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับภาคีที่ร่วมการดำเนินงาน เพื่อขอรับทุนสนับสนุนเงินโครงการหรือกิจกรรมในช่วงระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา ผลการประเมินการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ตลอดจนรายงานผลการประเมินความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑.๑.๓ นโยบายและยุทธศาสตร์ระดับประเทศที่สนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) รวมถึงสถานการณ์ของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย

๑.๒) วิธีการดำเนินงาน

คณะที่ปรึกษาจะใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หนังสือและเอกสารต่างๆ รวมทั้งข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุน

พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร อำนาจหน้าที่ของ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ บทบาทของภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาดำเนินการประกอบการจัดทำผลการประเมิน ยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑.๓) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบวิเคราะห์เอกสาร โดยใช้วิธีการ สังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หนังสือและเอกสารต่างๆ รวมทั้ง ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

๑.๔) การวิเคราะห์ข้อมูล

ขณะที่ปริกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการวิเคราะห์ความสำเร็จของตัวชี้วัด/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ เพื่อเป็น การประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ และนำข้อมูลต่างๆ มาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่น ๆ

๒) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ขณะที่ปริกษาจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๒.๑) วิธีการศึกษา

ขณะที่ปริกษาจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อรับฟังความคิดเห็น เชิงนโยบายเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของกองทุนฯ ผลการปฏิบัติงานของกองทุนฯ ปัญหา/อุปสรรค ในการปฏิบัติงาน และทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ

๒.๒) วิธีการดำเนินงาน

ขณะที่ปริกษาจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย

๒.๑.๑ เป็นกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปริกษา และอนุกรรมการตาม พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการ ประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และคณะอนุกรรมการทั้ง ๘ ด้าน

๒.๑.๒ คณะผู้บริหารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

๑) ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) รองผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ๓) ผู้อำนวยการฝ่ายทั้ง ๔ ฝ่าย

๒.๓) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และทิศทางการดำเนินงานในอนาคต

๒.๔) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์จากทฤษฎีแนวความคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน ๓ ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงเชิงภาษา (Verbal Validity) ได้มีการดำเนินการหาค่า IOC (Index of Consistency) ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ ๐.๕ ขึ้นไป ทั้งนี้ข้อคำถามทุกข้อในแบบสัมภาษณ์มีค่า IOC อยู่ที่ ๐.๖๗-๑.๐๐ ซึ่งถือว่าผ่านตามเกณฑ์ แล้วจึงนำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เมื่อได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำดังกล่าวจะนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักต่อไป

๒.๕) การวิเคราะห์ข้อมูล

ขณะที่ปริกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ และดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) ผสมผสานกับการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ซึ่งเป็นการตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด แล้วสรุปข้อมูลโดยเขียนเชิงวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายความ (Descriptive)

๓) การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ขณะที่ปริกษาจะดำเนินการสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๑) วิธีการศึกษา

ขณะที่ปริกษาจะดำเนินการจัดสนทนากลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยดำเนินการจัดสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมประเด็น ๑) ความคาดหวังต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) ผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ผ่านมา (ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน/จุดแข็ง) ๓) ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๔) ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จในการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๕) ทิศทางการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคต เป็นต้น

๓.๒) วิธีการดำเนินงาน

คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการจัดสนทนากลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่มแบ่งเป็น ๒ กลุ่มหลัก ดังนี้

๓.๒.๑ กลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ทั้ง ๔ ฝ่าย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของบุคลากรทั้งหมด

๓.๒.๒ กลุ่มผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยแบ่งตามประเภทโครงการที่ยื่นขอ ประกอบด้วย ๑) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว) ๒) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อประชาชนและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ) ๓) ด้านการวิจัยและขับเคลื่อนสังคม และ ๔) ด้านส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ จำนวนด้านละ ๑๐ โครงการ รวมทั้งหมด ๔๐ โครงการ โดยผู้เข้าร่วมโครงการละ ๑-๒ คน จำนวนรวมทั้งสิ้น ๕๐ คน ทั้งนี้ คณะที่ปรึกษาจะแยกตามขนาดของโครงการ ประเภทของผู้รับทุน และลักษณะของโครงการ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ทั้งนี้ คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๔ ครั้ง และกลุ่มผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยแยกเป็นครั้งละ ๔ ประเภท จำนวน ๑ ครั้ง เพื่อระดมความคิดเห็น สอบถามถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่กระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๓.๓) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสนทนากลุ่ม โดยคณะที่ปรึกษาจะทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา แล้วรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก บทบาทหน้าที่ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุปเพื่อใช้ประกอบในการสร้างแบบสนทนากลุ่มให้มีเนื้อหาและขอบเขตที่ครอบคลุมประเด็น อาทิเช่น ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงาน ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จในการพัฒนาการดำเนินงานฯ ความคาดหวังต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่กระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และข้อเสนอแนะต่อทิศทางการดำเนินงานและการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นต้น

๓.๔ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสนทนากลุ่มจากทฤษฎีแนวความคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน ๓ ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงเชิงภาษา (Verbal Validity) ได้มีการดำเนินการหาค่า IOC (Index of Consistency) ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ ๐.๕ ขึ้นไป ทั้งนี้ข้อคำถามทุกข้อในแบบสนทนากลุ่มมีค่า IOC อยู่ที่ ๐.๖๗-๑.๐๐ ซึ่งถือว่าผ่านตามเกณฑ์ แล้วจึงนำแบบสนทนากลุ่มมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เมื่อได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำดังกล่าวจะนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยต่อไป

๓.๕) การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะที่ปรึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ และดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) ผสมผสานกับการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ซึ่งเป็นการตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด แล้วสรุปข้อมูลโดยเขียนเชิงวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายความ (Descriptive)

๒.๓.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ

๑) การสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อสอบถามความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑.๑) วิธีการศึกษา

คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อสอบถามความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑.๒) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยใช้สูตร Cochran (๑๙๗๗) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน ๔๐๐ คน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพสูงสุด คณะที่ปรึกษาจึงขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น ๔๐๐ คน กระจายในทุกภูมิภาคทั่วประเทศตามสัดส่วนประชากร ประกอบด้วย ๖ ภูมิภาค และ ๑ กลุ่มจังหวัด ประกอบด้วย ๑) ภาคกลาง ๒) ภาคใต้ ๓) ภาคตะวันออก ๔) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๕) ภาคเหนือ และ ๖) กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมทั้งสิ้น ๒,๘๐๐ คน โดยใช้วิธีคัดเลือกในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

๑) วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกที่อาสาเข้ามามีส่วนร่วมให้ข้อมูลด้วยความเต็มใจ ทั้งนี้คณะที่ปรึกษาจะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ไปยังหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และการลงพื้นที่ในแต่ละภูมิภาค เพื่อค้นหาและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการฯ

๒) วิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Selection) เป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่ต้องการแล้ว โดยใช้การแนะนำของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับตนเองสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเพียงพอจึงจะยุติการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งคณะที่ปรึกษาจะดำเนินการให้ผู้ที่มีความสมัครใจร่วมในการสำรวจแนะนำคนรู้จักในภูมิภาคของตนเองและยินดีที่จะร่วมในการสำรวจจนครบตามจำนวนภูมิภาคที่ต้องการ

๑.๓) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ คณะที่ปรึกษาได้ใช้แบบสอบถามทั้งปลายปิดเพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบไปด้วย ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ ๒ พฤติกรรมการรับชมสื่อ เช่น ช่องทางการรับสื่อ ความถี่ในการรับสื่อ ความนิยมเป็นต้น โดยข้อคำถามจะมีลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) และข้อคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ ๓ มุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน และผลกระทบในมิติต่างๆ โดยข้อคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ ๔ ความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยข้อคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

๑.๔) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะที่ปรึกษาได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ๓ ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบ หลังจากนั้นคณะที่ปรึกษานำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องโดยใช้ค่า IOC โดยข้อคำถามทุกข้อจะต้องมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง ๐.๖๗-๑.๐๐ ดังนั้น ข้อคำถามทุกข้อถือว่าสามารถวัดได้ตรงตามประเด็นที่ต้องการศึกษา หลังจากนั้นจะดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน ๓๐ คน แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha Cronbach Method) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha Cronbach Method) ต้องมีค่ามากกว่า ๐.๗ และจากการทดสอบพบว่า

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ ๐.๘๘ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปวัดก็ครั้งๆ ก็จะได้ค่าใกล้เคียงเดิม

๑.๕) การวิเคราะห์ข้อมูล

ขณะที่ปริญจะใช้สถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ๑) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการสรุปข้อมูลทางสถิติเบื้องต้นที่ได้จากการสำรวจ

๒.๓.๓ การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) (Denzin, ๑๙๘๙) โดยแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ได้แก่ (๑) การตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data Triangulation) (๒) ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบสามเส้า ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และ (๓) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) (สุภางค์ จันทรวานิช, ๒๕๔๓) อันประกอบด้วย

๑. การตรวจสอบด้านข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูล โดยนำข้อมูลทั้งในรูปแบบเอกสาร ผลการสัมภาษณ์ที่บันทึกเก็บรวบรวมมาได้จากแหล่งต่างๆ ที่มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านเวลา สถานที่ โดยตรวจสอบว่าข้อมูลเรื่องเดียวกันต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และจากตัวบุคคล มาสรุปรวม เปรียบเทียบความสอดคล้อง รวมทั้งเพิ่มเติมประเด็นที่สำคัญให้มีเนื้อหาสาระที่สมบูรณ์และครอบคลุมประเด็นวิเคราะห์ที่กำหนด

๒. การตรวจสอบข้อมูลด้านบุคคลแบบสามเส้า โดยตรวจสอบว่าบุคคลที่ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ข้อมูลที่ได้รับไม่มีความมั่นใจ ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลโดยเปลี่ยนผู้สังเกต และตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้เหมือนกันหรือไม่

๓. การตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) โดยเริ่มเก็บข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แล้วนำมาบันทึกรวมทั้งพิจารณาภิปราย ท้าทาย พฤติกรรม บรรยายากต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อมาประกอบการแปลความหมายร่วมกับการถอดเทป และการบันทึกภาคสนามในหลายๆ วิธี และมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยวิธี (Member Check) โดยนำข้อมูลที่ได้กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่าน หรือกลับไปถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริงตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด เพื่อให้มั่นใจได้ว่ารายงานการวิจัยมีข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ที่มีความครอบคลุมเพียงพอในการพรรณนาวิเคราะห์และอธิบายลงข้อสรุปผลการศึกษา

๔. การตรวจสอบด้านทฤษฎีแบบสามเส้า (Theory Triangulation) ตรวจสอบว่าผู้วิจัย ได้ใช้เทคนิคในการวิเคราะห์โดยการสร้างรหัสและลงรหัสข้อมูลนั้นในการแปลความข้อมูลแตกต่างกัน

เชิงปริมาณและคุณภาพ และสรุปเหตุการณ์แต่ละครั้งเป็นความหมายทางภาษา รวมถึงการตีความหมาย
นัยบริบทของภาษาไว้ด้วย

**๒.๓.๔ การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ
กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรับฟังความคิดเห็น
และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์**

๑) วิธีการศึกษา

คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการ
การพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรับฟัง
ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์

๒) วิธีการดำเนินงาน

คณะที่ปรึกษาจัดประชุมผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างน้อย ๕๐ คน ประกอบด้วย ๑) กลุ่มผู้ที่มี
ส่วนได้ส่วนเสียกับภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) ผู้บริหารและบุคลากร
ทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๓) กรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปรึกษา
และอนุกรรมการฯ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ
กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรับฟังความคิดเห็น
และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์

ทั้งนี้ในกระบวนการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมประชมนั้น ทางคณะที่ปรึกษาจะมี
กระบวนการในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมให้ได้มากที่สุด โดยมีวิธีการดังนี้

- การจัดทำเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ทาง Google form โดยให้ผู้เข้าร่วมประชุมสแกนผ่าน QR
Code เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็น
- การประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Chat Box ของ
โปรแกรมออนไลน์ที่ใช้ในการจัดประชุม

๓) การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะที่ปรึกษาจะวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำ
ข้อมูลต่างๆ มาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่นๆ

๒.๔ ตารางแสดงระยะเวลาการดำเนินงานตลอดโครงการ (Gantt chart)

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
๑. จัดทำแผนและรายละเอียดในการดำเนินงานโครงการฯ <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการวางแผนและออกแบบการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ <u>ผู้รับผิดชอบหลัก</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี																								
๒. ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสื่อในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแผนยุทธศาสตร์อื่นๆของหน่วยงานในด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อนำมาจัดทำแนวทางที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - การศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงสถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- คัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง - ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง <u>ผู้รับผิดชอบหลัก</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี นางสาวณิกานต์ บรรพต																								
๓. รวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ รวมถึงนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ - วิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ รวมถึงความสำเร็จของการดำเนินโครงการภายใต้แผนฯ - ประเมินความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕ โดยเทียบกับเกณฑ์การประเมินฯ																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
ผู้รับผิดชอบหลัก รศ.ดร. กมลพร สอนศรี นางสาวณิกานต์ บรรพต																								
๔. ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พรบ. กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) รวมถึงสถานการณ์ของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย แนวทางการดำเนินงาน - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลของแผนในระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อต่างๆ เช่น สถานการณ์ข่าวปลอม การกลั่นแกล้งกันทางไซเบอร์ เป็นต้น - คัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- วิเคราะห์ข้อมูลและประเด็นที่ส่งผลกระทบ ต่อกองทุนฯ ในอนาคต <u>ผู้รับผิดชอบหลัก</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี นางสาวณิกานต์ บรรพต																								
๕. รายงานขึ้นต้น (Inception Report)																								
๖. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการกองทุนฯ ผู้บริหาร กองทุนฯ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการออกแบบสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อม ทั้งตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ - รวบรวมรายชื่อคณะกรรมการกองทุนฯ/ คณะผู้บริหารกองทุนทั้งหมด - ดำเนินการคัดเลือกอนุกรรมการกองทุนฯ โดยคัดเลือกจากประธานคณะกรรมการ ในแต่ละชุด หรือผู้แทนที่เกี่ยวข้อง และ ผู้บริหารกองทุนฯ ทุกระดับ - ดำเนินการนัดหมายการสัมภาษณ์เชิงลึก และบันทึกข้อมูล - ถอดเทปและสรุปประเด็นการสัมภาษณ์																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นข้อคำถาม ผู้รับผิดชอบหลัก ผศ.ดร. กฤษณ์ รักชาติเจริญ																								
๗. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) บุคลากร ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อ การปฏิบัติงาน จำนวน ๔ ครั้ง แนวทางการดำเนินงาน - ดำเนินการออกแบบสนทนากลุ่มพร้อมทั้ง ตรวจสอบคุณภาพของแบบสนทนากลุ่ม - รวบรวมรายชื่อบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อการปฏิบัติงาน ทั้งหมด - ดำเนินการคัดเลือกบุคลากรของกองทุนพัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อการปฏิบัติงาน ครอบคลุมทุกฝ่าย - ดำเนินการนัดหมายและประสานการเข้า สนทนากลุ่มตามวัน เวลาที่กำหนด (โดยแบ่ง การสนทนากลุ่มครั้งละ ๒ ฝ่าย) - ดำเนินการสนทนากลุ่ม และบันทึกข้อมูล - ถอดเทปและสรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นข้อคำถาม เพื่อให้ได้จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-ภัยคุกคาม ทิศทางในอนาคต รวมถึงโครงการที่เป็น Flagship <u>ผู้รับผิดชอบ</u> รศ.ดร. พลชนัน นิรมิตรไชนนัท																								
๘. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่มี ส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้ยื่นขอรับทุน) กับการ ดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ แยกตามประเภทโครงการที่ยื่นขอ (รวม ๔ ประเภท) จำนวน ๒ ครั้ง <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการออกแบบสนทนากลุ่มพร้อมทั้ง ตรวจสอบ คุณภาพของแบบสนทนากลุ่ม - รวบรวมรายชื่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้ยื่น ขอรับทุน) - ดำเนินการคัดเลือกโครงการที่เกี่ยวข้อง แยกตามประเภทการให้ทุนของกองทุนพัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- ดำเนินการนัดหมายและประสานการเข้า สันทนาการกลุ่มตามวัน เวลาที่กำหนด (โดยแบ่ง การสันทนาการกลุ่มครั้งละ ๒ ประเภท) - ดำเนินการสันทนาการกลุ่ม และบันทึกข้อมูล - ถอดเทปและสรุปประเด็นการสันทนาการกลุ่ม - วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นข้อคำถาม เพื่อให้ได้ความคาดหวังของผู้รับทุน ปัญหา/ อุปสรรค ทิศทางในอนาคต เป็นต้น <u>ผู้รับผิดชอบ</u> ผศ.ดร. กฤษณ์ รัชชาติเจริญ																								
๙. การสำรวจข้อมูลภาคสนามเพื่อสอบถาม ความพึงพอใจและความคาดหวังที่มีผลต่อ การดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ครอบคลุม ๖ ภูมิภาค และ ๑ กลุ่มจังหวัด <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการออกแบบสอบถามพร้อมทั้ง ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม - กำหนดวิธีการทดสอบแบบสอบถามไปยัง กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทุกภูมิภาค																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ - วิเคราะห์และแปลผลข้อมูล <u>ผู้รับผิดชอบ</u> รศ.ดร. พสนัน นิมิตรไชยนนท์																								
๑๐. วิเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาทั้งหมด วิเคราะห์ประเมินศักยภาพของกองทุนฯ รวมถึงวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม - วิเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาทั้งหมดทั้งในมิติขีดความสามารถของกองทุนฯ ทิศทางอนาคต และประเด็นความเสี่ยงที่ต้องเตรียมการรองรับ <u>ผู้รับผิดชอบ</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
๑๑. จัดทำร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ของ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - จัดกระทำและจำแนกข้อมูลตามประเด็น จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-ภัยคุกคาม ทิศทาง ในอนาคต รวมถึงโครงการที่เป็น Flagship - ร่างวิสัยทัศน์และพันธกิจรวมถึงเป้าหมาย ของกองทุนฯ - ดำเนินการจับคู่สภาพแวดล้อมโดยใช้เทคนิค TOWS Metrix เพื่อกำหนดร่างยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพันธกิจ - กำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด พร้อมค่าเป้าหมายในแต่ละเป้าประสงค์ - กำหนดโครงการสำคัญภายใต้กลยุทธ์ <u>ผู้รับผิดชอบ</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี																								
๑๒. จัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และ ยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ถึง พ.ศ. ๒๕๗๐ และรับฟังความคิดเห็น																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์ จำนวน ๕๐ คน แนวทางการดำเนินงาน - ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน ๕๐คน โดยให้ครอบคลุมทั้งกลุ่มผู้บริหาร บุคลากร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนฯ เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ - ดำเนินการประสานกลุ่มผู้เข้าร่วมตามวันเวลาที่กำหนด - นำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ - เปิดเวทีเพื่อรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
- บันทึกเสียงและสรุปประเด็นการรับฟังความคิดเห็น <u>ผู้รับผิดชอบ</u> ผศ.ดร. กฤษณ์ รักชาติเจริญ																								
๑๓. จัดประชุมเพื่อถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์ กองทุนฯ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ลงสู่ แผนปฏิบัติการประจำปี <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการประสานบุคลากรของกองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต่อ การปฏิบัติงานครอบคลุมทุกฝ่าย เพื่อเข้าร่วม รับฟังการถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์กองทุนฯ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐ ลงสู่แผนปฏิบัติการ ประจำปี - บันทึกเสียงและสรุปประเด็นการรับฟัง ความคิดเห็น <u>ผู้รับผิดชอบ</u> ผศ.ดร. กฤษณ์ รักชาติเจริญ																								
๑. รายงานขั้นกลาง (Interim Report)																								

ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนที่ ๑				เดือนที่ ๒				เดือนที่ ๓				เดือนที่ ๔				เดือนที่ ๕				เดือนที่ ๖			
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔
๒. ปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนฯ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ตามข้อเสนอแนะและ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนฯ ฉบับสมบูรณ์ <u>แนวทางการดำเนินงาน</u> - ดำเนินการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ของ กองทุนฯ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ตาม ข้อเสนอแนะ - จัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ <u>ผู้รับผิดชอบ</u> รศ.ดร. กมลพร สอนศรี																								
๑. รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																								

ส่วนที่ ๓

การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง
จุดอ่อน ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมของ
สื่อในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี
ข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแผนยุทธศาสตร์อื่นๆ
ของหน่วยงานในด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและ
สร้างสรรค์ เพื่อนำมาจัดทำแนวทางที่ชัดเจนและ
เป็นรูปธรรม

ส่วนที่ ๓

การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน ทั้งภายในและภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสื่อในปัจจุบัน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี ข้อมูลเชิงสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และแผนยุทธศาสตร์อื่นๆของหน่วยงานในด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อนำมาจัดทำแนวทางที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ท่ามกลางการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบการสื่อสารในปัจจุบันเกิดการปรับตัวและรูปแบบของสื่อ โดยเฉพาะผู้ผลิตสื่อที่ต้องให้ความสำคัญกับสื่อที่ได้ผลิตและสื่อสารไปยังผู้รับชม ทั้งนี้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการรณรงค์ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาบริบทสถานการณ์สื่อ และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถจำแนกประเด็นได้ดังต่อไปนี้

๓.๑ บริบท และสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน

จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ของสื่อมากในประเทศไทย ทั้งระบบการสื่อสารและสื่อสารมวลชน จากการใช้โทรศัพท์ธรรมดาตามบ้านพัฒนาเป็นโทรศัพท์ไร้สายหรือที่เรียกว่าโทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ที่สื่อสารได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงคอมพิวเตอร์ และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัลอย่างรวดเร็วในช่วง ๕-๑๐ ปีนี้ ซึ่งก่อให้เกิดสื่อใหม่ๆ และบริการใหม่ๆ ผลตามมาก็คือเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิธีการใช้สื่อของประชาชนทั่วไป อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของสื่อเก่าและสื่อใหม่ก็ยังไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ทั้งหมด เป็นเพียงการเพิ่มบทบาทของสื่อชนิดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเท่านั้น

ทั้งนี้สถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน สามารถกล่าวได้ถึง ๓ ส่วนหลักๆ คือ สื่อเก่าหรือสื่อดั้งเดิม (traditional media) ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนสู่สภาพแวดล้อมและการแข่งขันที่เปลี่ยนไป และสื่อใหม่ (New Media) ที่ยังมีความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกระตุ้นในการเปลี่ยนผ่านจากสื่อเก่าไปยังสื่อใหม่อย่างรวดเร็ว ดังนี้

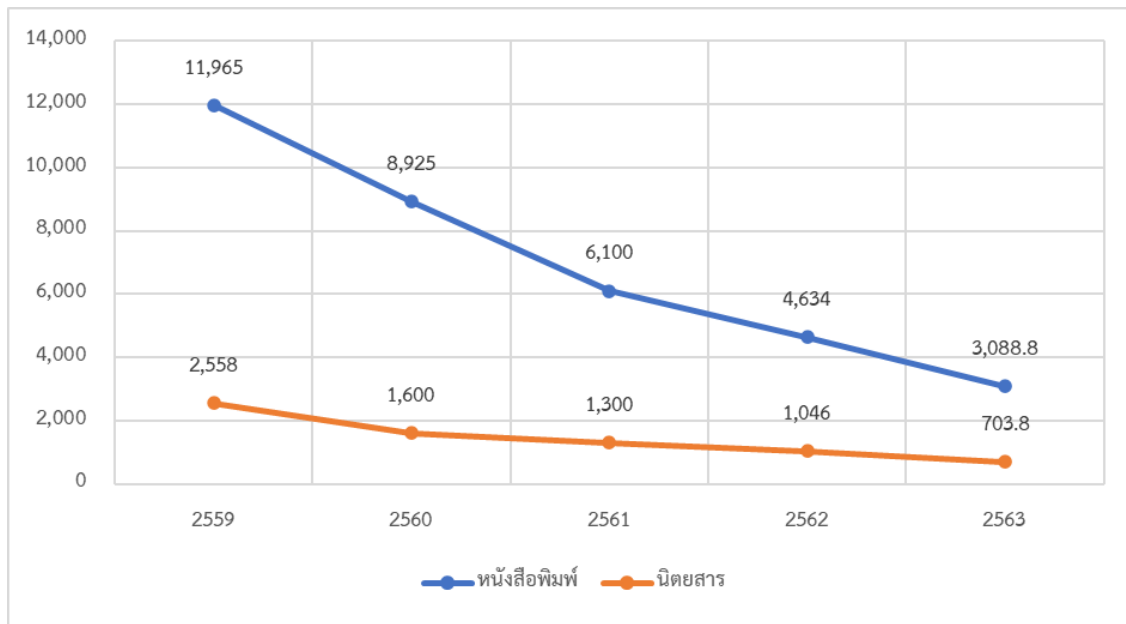
๓.๑.๑ สื่อเก่า หรือ สื่อดั้งเดิม (traditional media)

สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว และที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ เช่น หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์ (ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน, ๒๕๕๖) ทั้งนี้สถานการณ์ของสื่อเดิมในปัจจุบันอาจพิจารณาได้เป็นสองประเภท

คือ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร และสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ มีผลกระทบต่อสื่อเก่าเป็นอย่างมาก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑) หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

ในยุคของการหลอมรวมสื่อนั้น หนังสือพิมพ์และนิตยสารเผชิญปัญหาจำนวนมาก ทั้งลักษณะของข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร รวมถึงข่าวที่เกิดขึ้นเมื่อเผยแพร่แล้วก็นำไปผลิตต่อและทำซ้ำได้ง่ายๆ ต้นทุนของกระบวนการพิมพ์และจัดส่ง นอกจากนี้พัฒนาการด้านเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมของประชาชนผู้รับสารที่เปลี่ยนไป และส่งผลอย่างรุนแรงต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากแพลตฟอร์มเดิมของสิ่งพิมพ์ที่เป็น “กระดาษ” เปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ทำให้การเข้าถึงเอกสารอิเล็กทรอนิกส์สะดวกกว่าการพกพาหนังสือ (อารีย์ ป้องสีดาและคณะ, ๒๕๕๙) ท่ามกลางการปรับตัวให้อยู่รอดของสื่อสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องมีการเพิ่มรูปแบบการทำงานให้มีการเน้นการเข้าถึงและการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้อ่านมากขึ้นผ่านช่องทางอื่นๆ มากขึ้น ทั้งการเพิ่มความคล่องตัวและความเป็นอิสระในการทำงานของบุคลากร เพิ่มทักษะ เพื่อเปิดรับความรู้ใหม่ๆ ในด้านการเขียนเนื้อหาที่สร้างความดึงดูด เปลี่ยนรูปแบบภาพนิ่งเป็นภาพเคลื่อนไหวที่สามารถอ่านจบได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้องค์กรยังต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถเปลี่ยนสายงานได้อย่างอิสระ ทั้งสื่อทีวีดิจิทัล สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์เดิม เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาความรู้ความสามารถให้มีความเชี่ยวชาญได้หลายสื่อมากขึ้น อีกทั้งมีการเรียนรู้ถึงพฤติกรรมการรับสารของผู้บริโภค เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และสามารถสร้างความแตกต่างที่คู่แข่งไม่มี การสร้างจุดยืนขององค์กรธุรกิจสื่อที่ยังจำเป็นจะต้องตระหนักไว้ (กฤติเดช พุฒวัฒนาภรณ์, ๒๕๖๒) ซึ่งผลกระทบดังกล่าวทำให้มูลค่าของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ‘หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์’ ลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๕๕ พบว่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างเดือนให้อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อเดือนร้อยละ ๑.๑๔๖๖ เท่านั้น (ชญาณูช อิมอกใจ, ๒๕๖๐) และจากผลการศึกษาของสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย พบว่ารายได้จากการโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์ลดลงอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ และเริ่มชัดเจนเมื่อ พ.ศ. ๒๕๕๘ ในขณะที่สื่อนิตยสารลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๕๑ ทั้งนี้รายได้ของโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์และธุรกิจนิตยสารย้อนหลัง ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙- พ.ศ. ๒๕๖๓) ดังแผนภูมิต่อไปนี้



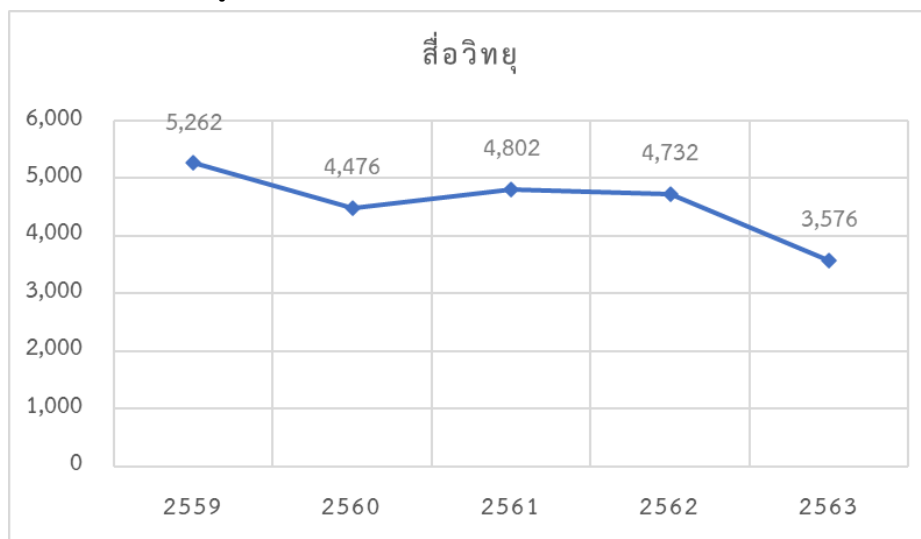
แผนภูมิที่ ๑ แสดงรายได้ของโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์และธุรกิจนิตยสารย้อนหลัง ๕ ปี
(พ.ศ. ๒๕๕๙ - พ.ศ. ๒๕๖๓) (พันล้านบาท)
(ที่มา: สังเคราะห์จากสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๒)

จากข้อมูลข้างต้นทั้งมูลค่าของบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์หมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และรายได้ของโฆษณาของธุรกิจหนังสือพิมพ์และธุรกิจนิตยสารย้อนหลัง ๕ ปีข้างต้น สะท้อนว่าแม้ในช่วงที่ผ่านมาธุรกิจหนังสือพิมพ์และธุรกิจนิตยสารจะมีความพยายามในการปรับตัว แต่ยังไม่สามารถที่จะพลิกสถานการณ์ให้ดีขึ้นเหมือนอย่างเดิมได้ ซึ่งผลจากรายได้ที่ลดลงสะท้อนถึงความนิยมในการบริโภคข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ลดลงอย่างชัดเจน และหมดความนิยมอย่างชัดเจน

๒) สื่อวิทยุ

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารไม่เพียงแต่กระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น ยังรวมถึงสื่อวิทยุที่ได้รับผลกระทบจากการหลอมรวมสื่อ ทั้งนี้ผู้ประกอบการในธุรกิจวิทยุกระจายเสียงต่างทำความเข้าใจและปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป สถานีวิทยุหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการของสถานีให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น (พัชรพร ดิวงษ์, ๒๕๕๗) นอกจากการปรับตัวด้านเนื้อหาแล้ว ด้านช่องทางการสื่อสารต่างมีการนำเนื้อหาเข้าสู่แพลตฟอร์ม (platform) ที่หลากหลายมากขึ้น มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (on air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (on line) ควบคู่กันไป อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิทยุกระจายเสียงไม่ได้มีเพียงการแข่งขันด้านการจัดรายการเท่านั้น

เนื่องจากผู้ฟังสามารถเลือกช่องทางการรับฟังได้มากขึ้น จึงไม่ได้รับฟังเฉพาะช่องทางวิทยุเพียงช่องทางเดียว การเติบโตของช่องทางสื่อที่หลากหลาย ทำให้ตลาดการแข่งขันของธุรกิจวิทยุกระจายเสียงมีการให้บริการในรูปแบบที่เป็นลักษณะมัลติแพลตฟอร์ม (multi-platform) มากกว่าการเน้นสื่อวิทยุเพียงช่องทางเดียว ซึ่งผลกระทบดังกล่าวทำให้มูลค่าของรายได้ของโฆษณาสื่อวิทยุมีการลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒ แสดงรายได้ของโฆษณาของสื่อวิทยุย้อนหลัง ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙ - พ.ศ. ๒๕๖๓) (พันล้านบาท)
(ที่มา: สังเคราะห์จากสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๒)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามูลค่าของตลาดจะลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ความนิยมของผู้ฟังวิทยุกลับสูงขึ้น อาจจะเนื่องด้วยเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลประกอบกับการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนทำงานจากบ้านและใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น เมื่อพิจารณาจากข้อมูลจำนวนผู้รับฟังวิทยุคลื่นหลักในระบบเอฟ.เอ็ม. จำนวน ๔๐ สถานี (๘๗.๕ MHz – ๑๐๗.๐ MHz) จากทุกช่องทาง ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่รายงาน Thai media Landscape พบว่า ในเดือนมกราคม ประชากรไทยอายุตั้งแต่ ๑๒ ปีขึ้นไป รับฟังวิทยุประมาณ ๙.๗ ล้านคน เนื่องจากในช่วงแรกจำนวนผู้ป่วยโควิด-๑๙ ยังเพิ่มขึ้นในอัตราที่ไม่สูงมากนัก แต่เมื่อเกิดการระบาดครั้งใหญ่ในเดือนมีนาคม ส่งผลให้รัฐบาลต้องประกาศมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่เข้มข้นมากขึ้น จำนวนผู้ฟังวิทยุก็พุ่งขึ้นแตะระดับ ๑๑.๔ ล้านคนในเดือนเมษายนและเพิ่มสูงสุดในเดือนมิถุนายน หลังจากนั้น เมื่อสถานการณ์เริ่มคลี่คลายตามลำดับ ก็ยังมีจำนวนสูงที่จำนวน ๑๒ ล้านคนในเดือนสิงหาคม (สำนักงาน กสทช., ๒๕๖๓)



ภาพที่ ๔ แสดงจำนวนผู้รับฟังวิทยุจากทุกช่องทาง (มกราคม - สิงหาคม ๒๕๖๓)
(ที่มา: Thai media Landscape, ๒๕๖๓)

และเมื่อพิจารณาไปในรายละเอียด พบว่าผู้ฟังเน้นนิยมฟังวิทยุในประเภท เพลงลูกทุ่ง เพลงไทยสากล ขาวและกีฬา และเพลงสากล โดยในประเภทเพลงลูกทุ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่กลุ่มขาวและกีฬามีอัตราการฟังเพิ่มสูงขึ้นในช่วงพฤษภาคม-มิถุนายน ซึ่งมีการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดเป็นระยะๆ และในส่วนประเภทเพลงสากลนั้นมียอดการฟังสูงที่สุดคือช่วงเดือนมิถุนายน และยังพบอีกว่า กลุ่มที่ฟังมากที่สุดเป็นกลุ่มคนอายุตั้งแต่ ๔๐-๕๙ ปีขึ้นไป มีผู้ฟังมากกว่า ๕ ล้านคนเลยทีเดียว ส่วนกลุ่มอายุมากกว่า ๖๐ ปีขึ้นไป มีผู้ฟังเฉลี่ยเดือนละ ๒ ล้านคน และกลุ่มอายุ ๒๐-๓๙ ปี มีผู้ฟังเฉลี่ยเดือนละ ๔ ล้านคน (Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔) กล่าวได้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ทำให้กระแสดังการฟังของคนไทยมากขึ้นอีกด้วย

จำนวนผู้ฟังวิทยุรายเดือน (แยกตามอายุ)

เดือน	12-19 ปี	20-39 ปี	40-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
มกราคม	1,023,000	3,383,000	3,523,000	1,846,000	9,995,000
กุมภาพันธ์	1,016,000	3,325,000	3,509,000	1,827,000	9,677,000
มีนาคม	943,000	3,368,000	3,411,000	1,744,000	9,466,000
เมษายน	1,206,000	4,063,000	4,140,000	2,081,000	11,490,000
พฤษภาคม	1,450,000	4,442,000	4,570,000	2,208,000	12,670,000
มิถุนายน	1,630,000	4,737,000	5,045,000	2,476,000	13,888,000
กรกฎาคม	1,353,000	4,148,000	4,542,000	2,257,000	12,300,000
สิงหาคม	1,231,000	4,031,000	4,350,000	2,408,000	12,020,000
กันยายน	1,140,000	3,698,000	4,198,000	2,277,000	11,583,000
ตุลาคม	1,116,000	3,922,000	4,031,000	2,250,000	11,319,000
พฤศจิกายน	1,016,000	3,703,000	3,789,000	2,044,000	10,552,000

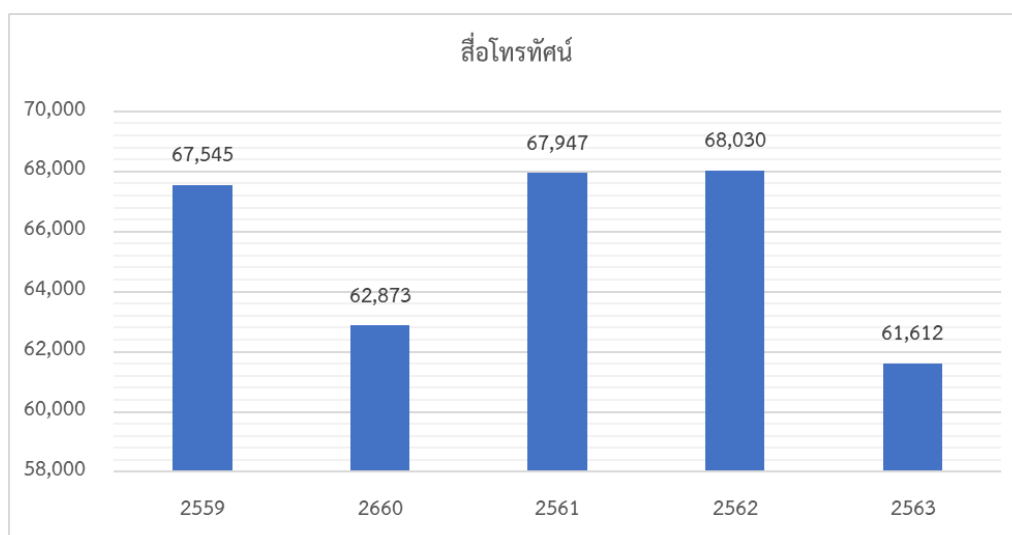
ภาพที่ ๕ แสดงจำนวนผู้รับฟังวิทยุจากทุกช่องทาง (มกราคม - สิงหาคม ๒๕๖๓)
(ที่มา: ส่องสื่อ สัมเคราะห์จาก Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)

จากพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ยังมีกลุ่มที่บริโภคสื่อเก่า เช่น วิทยุอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในการผลิตสื่อยังคงต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไปทั้งสื่อใหม่และสื่อเก่าเพื่อให้ครอบคลุมผู้รับสื่อในทุกๆ ช่วงวัย โดยอาศัยความหลากหลายของสื่อ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าหลังจากแพลตฟอร์มฟังเพลงออนไลน์ต่างๆ เข้ามาทดแทนฐานผู้ฟังจากสื่อวิทยุ ผู้ประกอบกิจการวิทยุก็ต้องปรับตัวเพื่อพ่วงรายได้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งมักจะอาศัยกลยุทธ์การสร้างรายได้ของสื่อวิทยุจากหลายช่องทาง ไม่ใช่แค่จากโฆษณาผ่านรายการวิทยุเพียงอย่างเดียว ทำให้สะท้อนการเพิ่มขึ้นของผู้ฟังวิทยุและมูลค่าโฆษณากลับลดลงอย่างต่อเนื่องนั่นเอง

๓) สื่อโทรทัศน์

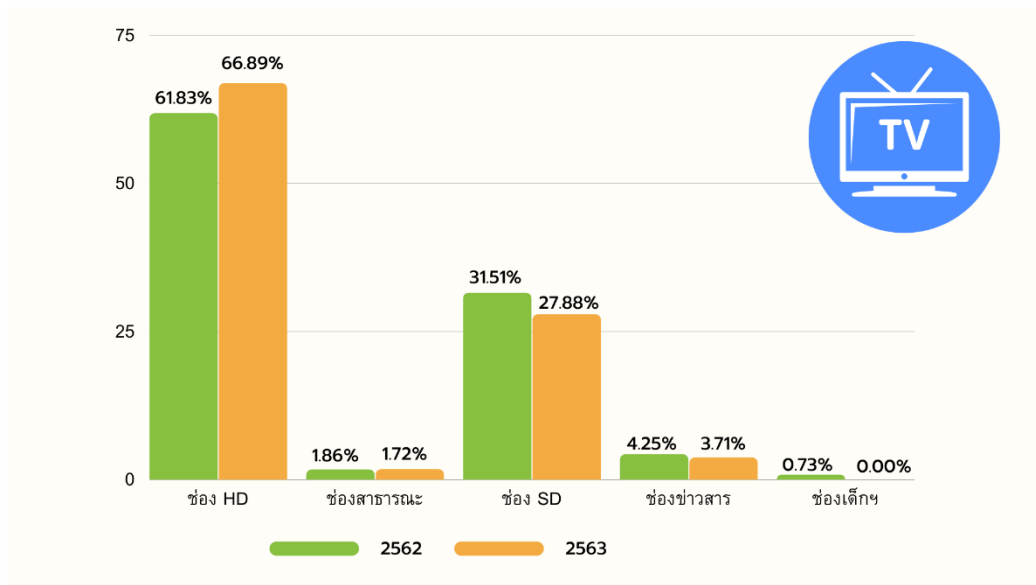
ช่วงหลายปีที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องสื่อเกิดขึ้นมากในประเทศไทย ที่เห็นได้ชัดเจนคือการเกิดขึ้นของ “ทีวีดิจิทัล (Digital Television)” ซึ่งเป็นระบบการแพร่สัญญาณคลื่นโทรทัศน์ภาคพื้นดิน แต่เปลี่ยนจากแบบอนาล็อก (Analog) เป็นแบบดิจิทัลแทน ซึ่งทำให้สัญญาณภาพและเสียงที่คมชัดรองรับการใช้งานในรูปแบบสื่อผสมต่างๆ มากมาย และมีจำนวนช่องที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้โทรทัศน์ประเภทรับชมได้ทั่วไปเพิ่มขึ้นมาจาก ๖ ช่องเป็นถึง ๒๔ ช่อง ซึ่ง “ทีวีดิจิทัล” เป็นการปฏิวัติวงการสื่อโทรทัศน์ไทยที่ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวงการธุรกิจสื่อที่เกี่ยวข้อง ทั้งการเกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และการเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์ (อารีย์ ป้องสีดาและคณะ, ๒๕๕๙)

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความแข่งขันที่สูงจากจำนวนช่องและมูลค่าการประมูล ทำให้บางองค์กรไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายได้ ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ มีผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวน ๗ ช่อง ได้แก่ Voice TV ช่อง ๒๑, สปริงนิวส์ ช่อง ๑๙, สปริง ๒๖ (หรือช่องเดิมคือ Now ๒๖), MCOT Family ช่องหมายเลข ๑๔, ไบรท์ทีวี ช่องหมายเลข ๒๐, ช่อง ๓ แฟมิลี หมายเลขช่องที่ ๑๓ และช่อง ๓ SD หมายเลขช่องที่ ๒๘ แจ้งขอคืนใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลกับสำนักงาน กสทช. เนื่องจากยังประสบปัญหาในการทำธุรกิจในภาวะที่การแข่งขันสูง และเกรงว่าหากเทคโนโลยี ๕G เปิดให้บริการ จะยิ่งทำให้การแข่งขันของการให้บริการคอนเทนต์ในแพลตฟอร์มที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นไปอีก ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลตัดสินใจที่จะไม่ดำเนินการต่อ แม้จะได้รับการยกเว้นไม่ต้องจ่ายค่าประมูลใบอนุญาตที่เหลือ และไม่ต้องจ่ายค่าเช่าใช้โครงข่าย (ประชาชาติธุรกิจ, ๒๕๖๒) อย่างไรก็ตามภาพรวมการแข่งขันของสื่อโทรทัศน์ก็ยังสูง เนื่องจากยังเป็นช่องทางหลักของการรับชมข้อมูลข่าวสารของประชาชน สะท้อนได้จากมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์ที่ยังคงสูงอย่างต่อเนื่อง (แผนภูมิที่ ๓) และจำนวนผู้รับชมสูงอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ ๖) ดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๓ แสดงมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์ย้อนหลัง ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๙- พ.ศ. ๒๕๖๓) (พันล้านบาท)

(ที่มา: สัมเคราะห์จาก Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)



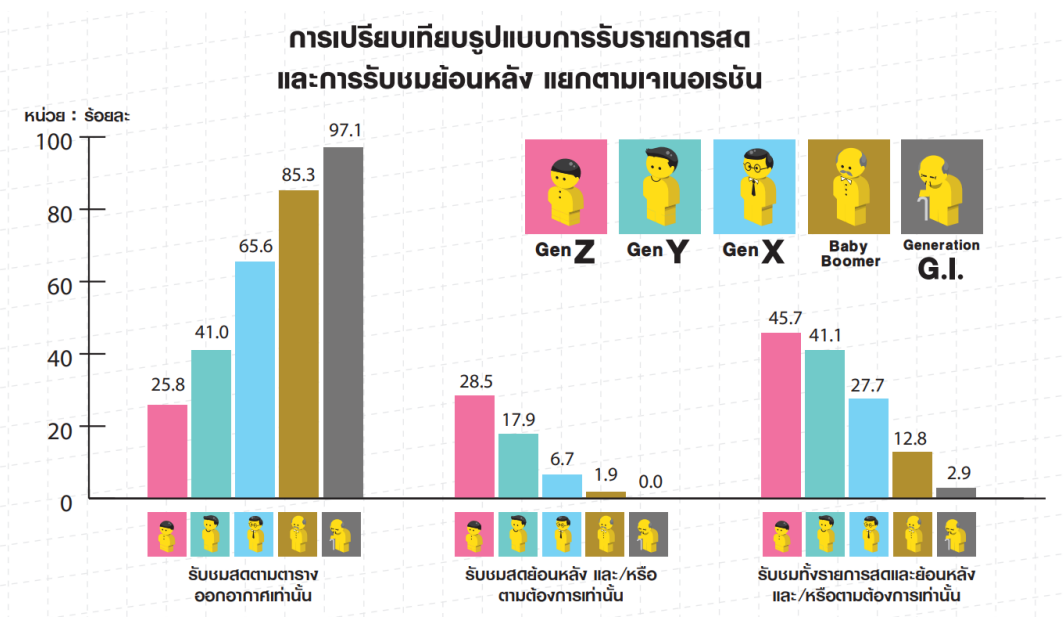
ภาพที่ ๖ แสดงสัดส่วนของผู้ชมสื่อโทรทัศน์ (พ.ศ. ๒๕๖๒- พ.ศ. ๒๕๖๓)
(ที่มา: สัมภาษณ์จาก Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)

หากพิจารณาพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ตามช่วงอายุนั้น จากผลการศึกษาของสำนักงาน กสทช. พบว่า ทุกช่วงอายุมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ อย่างไรก็ดี พบว่า กลุ่ม Generation X มีการรับชมรายการโทรทัศน์ทั้งรายการปกติและผ่านอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด ส่วนอีก ๒ กลุ่มอายุ คือ กลุ่ม Baby Boomer และกลุ่ม Generation G.I. มีการรับชมสูงเป็นอันดับถัดมา ตามลำดับ ส่วนกลุ่ม Generation Y และต่ำที่สุดคือ กลุ่ม Generation Z และเมื่อพิจารณารูปแบบของการรับชมตามตาราง การออกอากาศยังคงได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้สูงอายุ กล่าวคือ Generation G.I. ที่มีอายุมากกว่า ๗๖ ปีขึ้นไป นิยมการรับชมสดตามตารางที่ออกอากาศมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่ม Baby Boomer Generation X และ Generation Y โดยที่กลุ่ม Generation Z เป็นกลุ่มที่รับชมรายการสดน้อยที่สุด และในทางกลับกัน การรับชมรายการแบบย้อนหลัง และ On Demand นั้น ได้รับความนิยมสูงสุดจาก กลุ่ม Generation Z มากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่ม Generation Y กลุ่ม Generation X และกลุ่ม Baby Boomer เพียงโดยที่กลุ่ม Generation G.I. ไม่นิยมการรับชมย้อนหลังหรือแบบ On Demand เลย อย่างไรก็ตาม ในส่วนของกลุ่ม Generation Y และ Generation Z พบว่า มีพฤติกรรมการรับชม โทรทัศน์ตามตารางออกอากาศคู่ขนานไปกับการรับชมแบบย้อนหลัง/ตามความต้องการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การแพร่ภาพออกอากาศโทรทัศน์โดยสถานีส่งสัญญาณภาพออกอากาศจะมีฐาน ผู้รับชมเป็นคนช่วงวัยตั้งแต่อายุ ๔๒ ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้รับสารทั่วโลก ที่ระบุว่า โทรทัศน์ คือ พื้นที่ของประชากรอายุ ๔๐ ปีขึ้นไป ดังภาพต่อไปนี้

					
	G.I. Generation อยู่ในช่วงอายุ 76 ปีขึ้นไป	Baby Boomer อยู่ในช่วงอายุ 57-75 ปี	Gen X อยู่ในช่วงอายุ 42-56 ปี	Gen Y อยู่ในช่วงอายุ 24-41 ปี	Gen Z อยู่ในช่วงอายุ 23 ปี หรือน้อยกว่า
รับชม	88.6%	89.1%	90.5%	86.0%	78.9%
ไม่รับชม	11.4%	10.9%	9.5%	14.0%	21.1%

ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาพที่ ๗ แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการรับชมรายการสดและรายการย้อนหลัง พ.ศ. ๒๕๖๒
(ที่มา: รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒, ๒๕๖๓)



ภาพที่ ๘ แสดงการรับชมรายการโทรทัศน์ แยกตามกลุ่มอายุ พ.ศ. ๒๕๖๒
(ที่มา: รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒, ๒๕๖๓)

จากข้อมูลข้างต้นจะสะท้อนว่าแม้ว่าทีวีดิจิทัลจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังคงมูลค่ารายได้จากการโฆษณาในสัดส่วนที่คงที่ แต่ในช่วง พ.ศ. ๒๕๖๒ ได้มีการคืนทีวีดิจิทัลทั้ง ๗ ช่อง ซึ่งทำให้พิสูจน์ได้ว่าธุรกิจโทรทัศน์จะต้องดูทิศทางความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการลงทุนที่เหมาะสม

ทั้งการสร้างเนื้อหา และแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ช่องสำหรับเด็กที่มีการประมูลได้ ได้ขอคืนใบอนุญาตทั้งหมด ได้แก่ MCOT Family และช่อง ๓ แฟมิลี เนื่องจากการออกแบบเนื้อหา ค่อนข้างยาก และกลุ่มเป้าหมายที่จะบริโภคนั้น มีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารจากผู้ปกครองหรือ สื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุยังรับข่าวสาร จากโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้นสื่อโทรทัศน์จึงมีความสำคัญในระดับสูง ทั้งนี้ในภาพรวมการแข่งขัน ของสื่อโทรทัศน์ก็สูง เนื่องจากยังเป็นช่องทางหลักของการรับชมข้อมูลข่าวสารของประชาชน ฉะนั้น กองทุนฯ จำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลในส่วนนี้ ดำเนินการ ๒ ส่วนหลักๆ ได้แก่ ส่วนแรก การเข้าถึง สื่อโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตาม ต้องพิจารณาถึงมูลค่าและราคาของการออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ที่มีราคาค่อนข้างสูงกว่าช่องทาง อื่นๆ ทั้งนี้ปฏิเสธไม่ได้ว่าผลตอบแทนที่ย่อมสูงกว่าช่องทางอื่นๆ สำหรับส่วนที่สอง คือ ช่องทางสำหรับ การเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของเด็กที่ลดลง ซึ่งในจุดนี้เป็นอีกประเด็นที่ทางกองทุนฯ ต้องมีการพิจารณาแนวทางในการส่งเสริมการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของเด็กให้มากขึ้น และส่งเสริมการหาช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสม

๓.๑.๒ สื่อใหม่ (New Media)

สื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (NDM/New Digital Media) เป็นสื่อที่กล่าวถึง ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาจะมีความหมายและคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมี ลักษณะเป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสาร สองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลากหลายประกอบกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความโดยรวม เทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ณัฐธิดา วัฒนาชัยผล, ๒๕๖๐) กล่าวได้ว่า “สื่อใหม่” เกิดจากเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยมีอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อกลางในกลางเชื่อมต่อหรือปฏิสัมพันธ์เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ในคอมพิวเตอร์และ แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ สามารถรับรู้สื่อ ตอบโต้สื่อและแบ่งปันความคิด ข่าวสารต่างๆ ได้รวดเร็ว รวมทั้งยังสามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของสื่อได้

ทั้งนี้สถานการณ์สื่อใหม่ในยุคหลอมรวมสื่อ หรือในอีกลักษณะคือ **สื่อดิจิทัล** ซึ่งในปัจจุบันเป็น นวัตกรรมที่สร้างขึ้นมาทดแทนสิ่งที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ราคาถูกลงและเอื้อประโยชน์ต่อการใช้สอย ที่มากกว่าเดิม แต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ การผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับอุปกรณ์สื่อดิจิทัล เช่น การใช้ สมาร์ทโฟนที่สามารถถ่ายภาพ บันทึกคลิปวิดีโอสั้นๆ สามารถส่งภาพและคลิปวิดีโอ จากโทรศัพท์ เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งหรือส่งให้บุคคลอื่นโดยใช้อีเมล การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ไม่เพียงจะทำให้ การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น แต่ในขณะเดียวกันยังมีส่วนทำให้บทบาททางการสื่อสาร มีความเปลี่ยนแปลงด้วยการทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสาร เช่น ด้านระยะเวลาการเผยแพร่ จากตัวอย่างที่กล่าวมาบทบาททางการสื่อสารของผู้รับสารอยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม แต่ด้วยคุณลักษณะ

ของสื่อดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ตามความต้องการทั้งด้านเวลา สถานที่ รวมถึงความสนใจ ผู้รับสาร สามารถเข้าถึงและแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้บทบาทของผู้รับสาร เป็นไปในลักษณะของการแสวงหาข้อมูลหรือเป็นผู้เลือกมากกว่าผู้ตามหรืออาจจะเรียกบทบาทนี้ได้ อีกอย่างว่าเป็นผู้แสวงหาหรือเลือกข้อมูลที่โดยเสรี (อมรรักษ์ เจริญโชติธรรมและคณะ, ๒๕๕๙)

ทั้งนี้ช่องทางของสื่อใหม่ที่เพิ่มขึ้นมีดังต่อไปนี้

๑. เว็บไซต์ (Website) ในบริบทของการหลอมรวมสื่อ เป็นเนื้อหาที่ถูกลำเสนอ ในรูปแบบดิจิทัลซึ่งเปลี่ยนแปลงกระบวนการเผยแพร่ภาพและกระจายเสียงแบบดั้งเดิมมาสู่ระบบ อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อแบบไร้สายและข้ามพรมแดน ทั้งในรูปแบบของบล็อก (Blog) โครงข่ายสังคม (Social Network หรือ Online Social Network) หรือ โครงข่ายวิชาชีพ หรือ Professional Network คล้ายกับโครงข่ายสังคมแต่แยกออกมาต่างหากเพราะมีจุดประสงค์ทางด้านการงานอาชีพมากกว่าสังคม ทั่วไป เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการแบ่งปันความรู้ เช่น LinkedIn เป็นต้น อีกทั้ง ในสถานการณ์โควิด-๑๙ ที่เกิดขึ้นเป็นสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบและกดดันให้สื่อมวลชนปรับโครงสร้าง องค์กร และปรับรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อความอยู่รอดโดยการลดจำนวนพนักงาน แต่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นก็ถือเป็นโอกาสสำหรับกลุ่มนักข่าวด้วยการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร โดยอาศัยประสบการณ์และความชำนาญที่มีอยู่เดิมมาใช้กับช่องทางการทำงานใหม่ เช่น Sanook Kapook เป็นต้น โดยจากการศึกษา Thailand Digital Stat ๒๐๒๑ ของ We are social พบว่า สถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้ามากที่สุดในปี ๒๐๒๑ ได้แก่ Google (Google.com และ Google.co.th) กว่า ๗๔๗ ล้านครั้ง ทั้งนี้สำหรับเว็บข่าวสารมีสถิติดังนี้ Sanook จำนวน ๑๔๒ ล้านครั้ง Kapook จำนวน ๘๖.๕ ล้านครั้ง ในขณะที่เว็บไซต์ของสำนักข่าวอย่าง Thairath จำนวน ๗๗.๒ ล้าน ครั้ง Siamspport จำนวน ๕๗.๕ ล้านครั้ง และ MGR Online (ข่าวสด) จำนวน ๔๖.๓ ล้านครั้ง สะท้อน ว่าคนไทยมีการเข้าถึงสื่อในรูปแบบเว็บไซต์ (Website) เป็นจำนวนมาก แม้ในหลายๆ เว็บไซต์จะมีสื่อ ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์

เว็บไซต์มากที่สุดที่คนไทยเข้าชม

 Google 747 ล้านครั้ง

(Google.com และ Google.co.th)

เว็บข่าวสารออนไลน์

เว็บไซต์ของสำนักข่าว

 sanook

 K@pook!

 ไทยรัฐ
ออนไลน์

 SIAMSPORT

 MGR
ONLINE

142 ล้านครั้ง

86.5 ล้านครั้ง

77.2 ล้านครั้ง

57.5 ล้านครั้ง

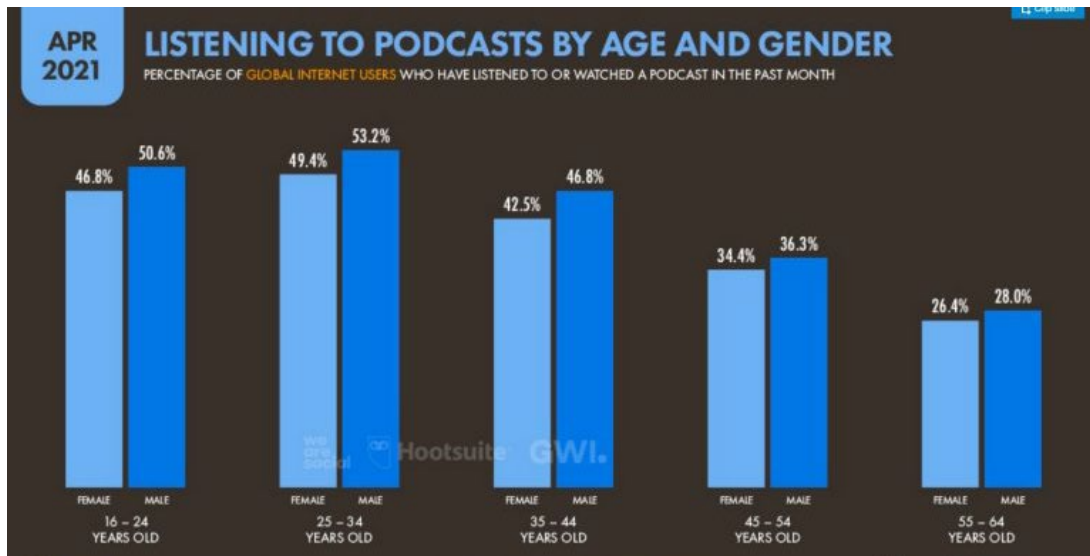
46.3 ล้านครั้ง

ภาพที่ ๙ แสดงสถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้าชมมากที่สุดในปี ๒๐๒๑

(ที่มา: สังเคราะห์จากThailand Digital Stat ๒๐๒๑, ๒๕๖๔)

๒. การส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินด้วยสัญญาณดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT) คือระบบปฏิบัติการที่ส่งคลื่นวิทยุไปยังโทรทัศน์ในที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัล ในยุคของการหลอมรวมสื่อ ทั้งนี้ ในแง่หนึ่งการดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลก็เป็นการลดการใช้คลื่นความถี่ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด กระนั้นก็ตามโจทย์ที่ตามมาคือความเร็วและการส่งสัญญาณอินเทอร์เน็ต อันเกี่ยวเนื่องกับเรื่องการส่งข้อมูล (Information Transport) ดังนั้นการกำกับดูแลจึงมีมิติของการพิจารณาช่องทางเผยแพร่ (Outlet) ที่ขึ้นอยู่กับอินเทอร์เน็ตและพื้นที่ไซเบอร์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง กระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Switch-Over Process) จึงต้องมาพร้อมกับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล ซึ่งหมายรวมถึงกฎหมาย นโยบาย กลไก และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกกับทั้งสังคม และภาคธุรกิจในระยะเปลี่ยนผ่าน

๓. Podcast เป็นสื่อที่สำคัญในยุคการหลอมรวมสื่อเพราะทำให้เนื้อหาในรูปแบบของเสียงถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ มีผู้ฟังและผู้ติดตาม กล่าวได้ว่าเป็นการประกอบกิจการวิทยุสมัยใหม่ เพราะใครๆ ก็สามารถจัดรายการวิทยุผ่าน Podcast ได้ โดยไฟล์เสียงสามารถถูกดาวน์โหลดมาโดยผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของช่อง Podcast นั้น จุดนี้ทำให้ Podcast ต่างจาก Streaming ซึ่งผู้ฟังไม่สามารถดาวน์โหลดเสียงได้ Carter & Lunt (๒๐๐๖) ชี้ให้เห็นว่าในการกำกับดูแลการดำเนินการ Podcast สามารถทำได้ผ่านการออกใบอนุญาตหากมีการนิยาม Podcast ว่าเป็นการกระจายเสียงผ่านช่องทางดิจิทัล และมีการเข้าถึงได้ผ่านระบบสมัครสมาชิก (Subscription Digital Audio Transmission) โดยจากการศึกษา Thailand Digital Stat ๒๐๒๑ ของ We are social พบว่า กลุ่มผู้ใช้งาน podcast หลักเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในอายุ ๑๕-๓๔ ปี เฉลี่ยร้อยละ ๔๖-๕๓ ในกลุ่มอายุ ๓๕-๔๔ ปี ก็ฟัง podcast ด้วยเช่นกัน



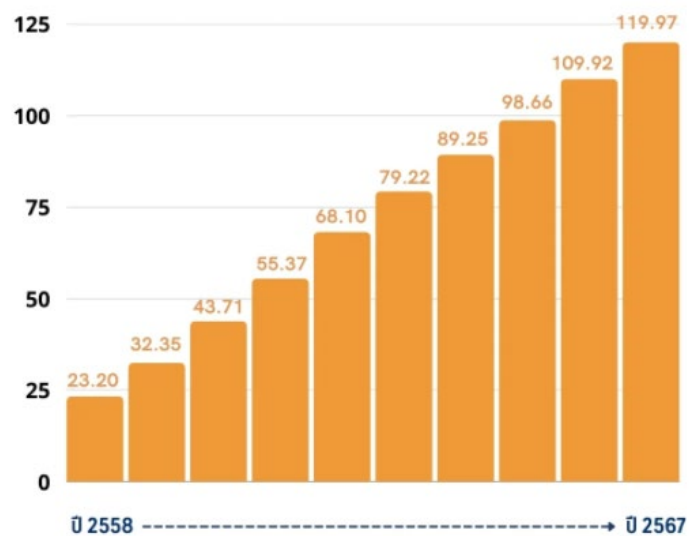
ภาพที่ ๑๐ แสดงสถิติการฟัง Podcast ในปี ๒๐๒๑

(ที่มา: Digital ๒๐๒๑ - We Are Social, ๒๕๖๔)

ทั้งนี้สำหรับในประเทศไทย พบว่า คนไทยชอบฟัง Podcast สูงเป็นอันดับ ๖ ของโลก จากสัดส่วนผู้ใช้งานกว่าร้อยละ ๔๘.๑ และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดการฟัง Podcast ที่น่าสนใจ พบว่า ผู้ชายฟังมากกว่าผู้หญิงอย่างเห็นได้ชัด และช่วงวัยที่ชอบฟังมากที่สุดกลับไม่ใช่อายุน้อยที่สุด แต่เป็นช่วง Gen Y คือช่วงอายุ ๒๕-๓๔ ปี ซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของโลก

๔. การบริการแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ “Over-the-Top TV” (OTT TV) ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และด้วยการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส covid-๑๙ ซึ่งมีมาตรการให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการเดินทางออกไปยังสถานที่สาธารณะ ตลอดจนควบคุมการให้บริการด้านความบันเทิงรวมถึงพื้นที่สันทนาการต่างๆ ด้วยเหตุนี้ การรับชมความบันเทิงจากที่บ้านจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยม ส่งผลให้ OTT TV เป็นช่องทางการรับชมคอนเทนต์ที่ผู้ชมเลือกใช้งาน เนื่องจากสามารถรับชมคอนเทนต์ในเวลาใดและจากที่ใดก็ได้ตามต้องการ เพียงผ่านอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของทั่วโลกโดย We Are Social พบว่า ในช่วงปีครึ่งแรกของปี ๒๕๖๓ ผู้คนทั่วโลกใช้งานบริการวิดีโอสตรีมมิ่งเพื่อรับชมรายการต่างๆ เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๕๔ ผลสำรวจยังพบอีกว่าร้อยละ ๖๗ ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีความพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการเพื่อเข้าถึงดิจิทัลคอนเทนต์ประเภทต่างๆ และจากรายงานคาดการณ์สภาพกิจการตลาด OTT TV ในประเทศไทยของสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (วส.) สำนักงาน กสทช. และข้อมูลของ Ovum บริษัทจัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูลและที่ปรึกษาทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีจากสหราชอาณาจักร ได้มีการคาดการณ์ไว้ว่า ผู้ให้บริการ OTT TV ในทุกประเภทการให้บริการจะมีรายได้เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่คาดการณ์ว่ารายได้ของผู้ประกอบกิจการ OTT TV มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังภาพต่อไปนี้

(หน่วย: พันล้านเหรียญสหรัฐฯ)



ภาพที่ ๑๑ แสดงแนวโน้มรายได้ผู้ประกอบการ OTT TV (ล้านบาท)
(ที่มา: กสทช., ๒๕๖๓)

จำนวนสมาชิก
(ล้านคน)

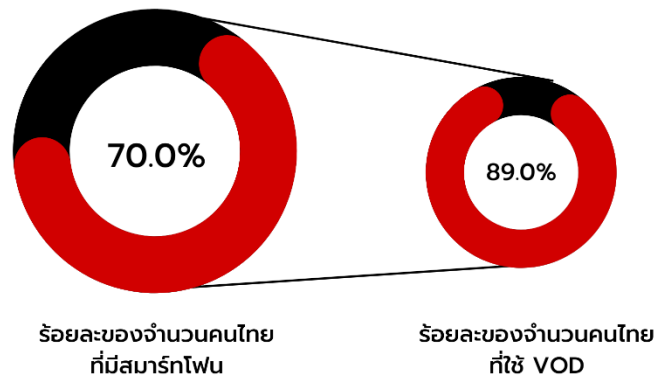


Subscription Linear (SLIN)

Subscription Video on Demand (SVOD)

ภาพที่ ๑๒ แสดงแนวโน้มจำนวนผู้รับชม OTT TV ในประเทศไทย (ล้านบาท)
(ที่มา: กสทช., ๒๕๖๓)

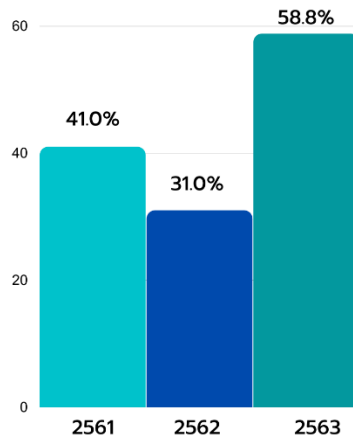
ในขณะเดียวกัน Netflix หนึ่งในผู้ประกอบการระดับโลก พบว่า คนไทยมีสมาร์ทโฟนกว่าร้อยละ ๗๐ และกว่าร้อยละ ๘๙ ที่เลือกชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และวิดีโอต่างๆ ในรูปแบบสตรีมมิ่งผ่านสมาร์ทโฟนในแต่ละเดือน ขณะที่สมาชิก Netflix ในประเทศไทยก็เลือกที่จะรับชมภาพยนตร์และซีรีส์ผ่านหน้าจอสมาร์ทโฟนในอัตราส่วนที่มากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกถึง ๒ เท่าตัว ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๑๓ แสดงจำนวนคนไทยที่ใช้ VOD
(ที่มา: สังเคราะห์จากธนาคารกรุงเทพ, ๒๕๖๓)

๕. อุตสาหกรรมเกมออนไลน์ ซึ่งถือว่าเติบโตมาในช่วงที่ผ่านมา โดยข้อมูลของบริษัทวิเคราะห์อุตสาหกรรมเกม Newzoo ระบุว่า มูลค่าของอุตสาหกรรมเกมทั่วโลกอยู่ที่ราว ๑.๔๖ แสนล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๐๑๙ ซึ่งสูงกว่ามูลค่าอุตสาหกรรมเพลงและบ็อกซ์ออฟฟิศทั่วโลกในปี ๒๐๑๙ กว่า ๒ และ ๓ เท่าตามลำดับ และคาดการณ์ว่าในปี ๒๐๒๓ จะมีมูลค่าสูงถึง ๒.๑๘ แสนล้านดอลลาร์ ด้วยปัจจัยการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ๆ การเล่นเกมบนสมาร์ทโฟนที่สามารถเล่นได้ทุกที่ทุกเวลา พบว่า จำนวนผู้เล่นเกมบนสมาร์ทโฟนสูงถึง ๒.๕ พันล้านคนหรือราว ๑ ใน ๓ ของประชากรโลก สำหรับในประเทศไทย ในปัจจุบันมีผู้เล่นเกมในประเทศไทยสูงถึง ๒๗ ล้านคน จึงเป็นโอกาสในการทำการตลาดและโฆษณา ภายใน ecosystem ของเกมเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มากขึ้น เนื่องจากเกมได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคเหล่านี้โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และจากการสำรวจของ EATA พบว่า ความนิยมในการเล่นเกมนออนไลน์ของไทยมีเพิ่มมากขึ้นในช่วง พ.ศ. ๒๕๖๓ ดังภาพต่อไปนี้

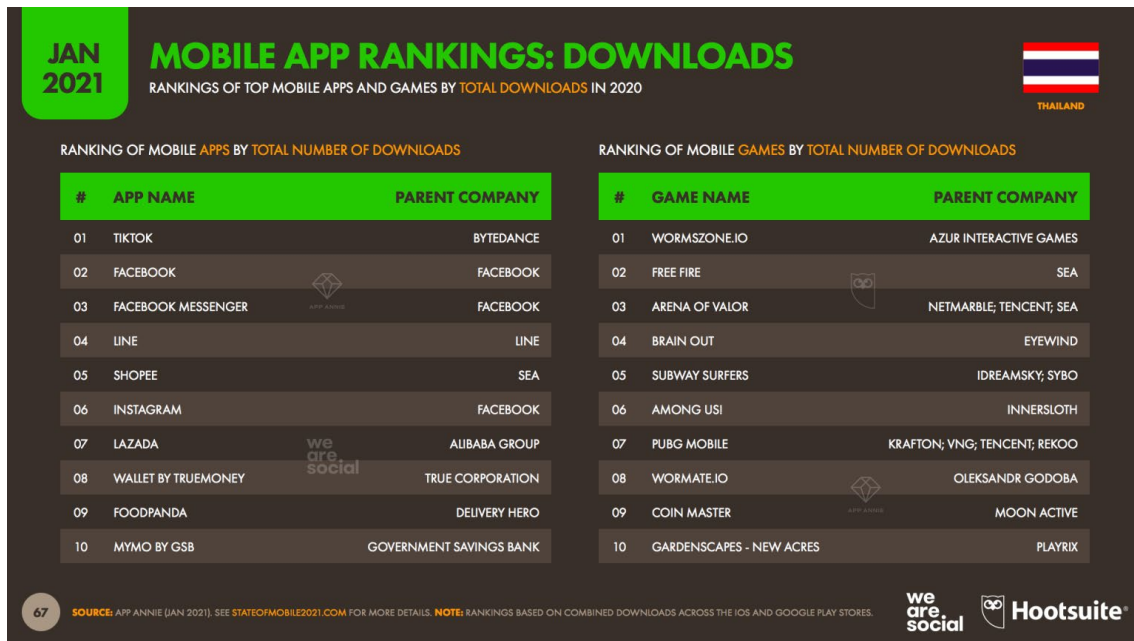
ร้อยละของกิจกรรม การเล่นเกมส์ออนไลน์ ของประชาชนไทย



ภาพที่ ๑๔ ร้อยละของกิจกรรมการเล่นเกมส์ออนไลน์ของประชาชนไทย
(ที่มา: สังเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)

กล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมเกมจึงเป็นอุตสาหกรรมที่น่าจับตามองเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตและมีโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ตามการพัฒนาของเทคโนโลยีสวนทางกับธุรกิจอื่นที่แนวทางการทำธุรกิจเดิมถูก disrupt ด้วยการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งนี้โมเดลทางธุรกิจของเกมในปัจจุบันจึงไม่ได้เน้น การขายตัวเกมเป็นหลัก แต่เน้นการสร้าง network effects ให้ผู้เล่นชักชวนเพื่อนมาเล่นเกมเพื่อขยายฐานลูกค้า และสร้าง engagement ของผู้เล่นให้อยู่ใน ecosystem ของเกมให้นานขึ้น

๗. ตี๊กต็อก (TikTok) เป็นแพลตฟอร์มสร้างสรรค์วิดีโอสั้น เน้นฟังก์ชันการใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถดึงความคิดสร้างสรรค์ และใส่ความสนุกสนานเข้าไปในคลิปวิดีโอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงล็อกดาวน์โควิด-๑๙ โดยตัวเลขการเติบโตในประเทศไทยตั้งแต่ปี ๒๕๖๑ - ๒๕๖๓ เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ ๑๐๐ และในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ พบว่า TikTok ขึ้นเป็นแอปที่คนไทยดาวน์โหลดเยอะที่สุด



ภาพที่ ๑๕ แสดงสถิติการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมือถือของคนไทยในพ.ศ. ๒๕๖๓

(ที่มา: Digital ๒๐๒๑ - We Are Social, ๒๕๖๔)

ปัจจุบันกลุ่มผู้ใช้งานส่วนใหญ่ของติ๊กต็อกอยู่ในกลุ่ม “นักเรียน/นักศึกษา/วัยทำงานเริ่มต้น” ซึ่งถือว่าเป็นความท้าทายในการเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งนี้ในทางตรงกันข้ามอาจจะเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เช่น คลิปการเผยแพร่การกินโรตีสิดหรือโรตีสต ซึ่งมียอดวิวรวมกันสูงกว่า ๗๒ ล้าน ทำตามกลายเป็นไวรัล พฤติกรรมการเลียนแบบในกลุ่มเยาวชนจำนวนมาก เป็นต้น (InfoQuest news, ๒๕๖๔) ฉะนั้นช่องทางติ๊กต็อก (TikTok) จึงถือว่าเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อที่มีความท้าทายทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อการสร้างนิเวศสื่อที่ดีในสังคมไทย อันเป็นเป้าหมายสำคัญหนึ่งของกองทุนฯ ได้

๘. คลับเฮาส์ (Clubhouse) เป็นแอปพลิเคชันเน้นการพูดคุยกันด้วยเสียง (Audio-only app) และเปรียบเสมือนการประชุมแบบซิมโพเซียม (Symposium) ที่มีผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายหัวข้อต่างๆ และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถซักถามได้ และสามารถพูดคุยกับบุคคลที่มีชื่อเสียงได้อย่างใกล้ชิดผ่านการยกมือเพื่อขอโอกาสในการสนทนา โดยจุดที่เน้นของช่องทางออนไลน์นี้คือไม่มีการบันทึกเสียงการสนทนา ไม่สามารถย้อนกลับไปฟังได้ และมีการจำกัดจำนวนผู้ฟังด้วย ทำให้เป็นช่องทางที่ดึงดูดการเข้าฟังและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากผลการสำรวจของ Sensor Tower พบว่า มียอดดาวน์โหลดทั่วโลกแล้วกว่า ๑๐ ล้านครั้งบน App Store และเพิ่มขึ้น ๒๒๑% จากเดือนมกราคม ที่มีมียอดดาวน์โหลดประมาณ ๒.๔ ล้านครั้ง และหลังจากนั้นเพียงแค่ ๖ เดือนก็มีมียอดดาวน์โหลดถึง ๑๒.๗ ล้าน และช่วงเดือนมีนาคมมีมียอดดาวน์โหลดรวม ๑๓ ล้าน



ภาพที่ ๑๖ แสดงสถิติการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Clubhouse รายสัปดาห์ทั่วโลก
(ที่มา: App Annie, ๒๕๖๔)

อย่างไรก็ตามยังถือว่าเป็นปัญหาสำคัญเนื่องจากอาจจะมีการแสดงความคิดเห็นในลักษณะพาดพิงหรือละเมิดสิทธิของผู้อื่นจนได้รับความเสียหาย และอาจมีการกล่าวข้อมูลที่บิดเบือนจนทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดหรือเกิดความสับสนจนวายได้ ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่สำคัญของกองทุนฯ ที่จะต้องมีการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับของประชาชนให้สามารถจำแนกสื่อที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้

ฉะนั้นกองทุนฯ สื่อในฐานะองค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำเป็นที่จะต้องเข้าใจและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุครวมหลวมสื่อนี้ ทั้งองค์กร ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น ข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนทุกช่วงวัย ทั้งนี้สื่อใหม่ที่เกิดขึ้นถือว่าเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และสามารถเลือกช่องทางที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ เช่น การผลิตสื่อเกม การเรียนรู้ที่เสริมสร้างทักษะความรู้ที่เป็นประโยชน์ และมีการส่งเสริมผู้ประกอบการสื่อใหม่ เช่น สำนักข่าวออนไลน์, Facebook Fan page, YouTube, , Podcast, Clubhouse , Live Stream เป็นต้นในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และเป็นสื่อที่น่าสนใจ

๓.๓.๓ การเกิดปรากฏการณ์ของการหลอมรวมสื่อ

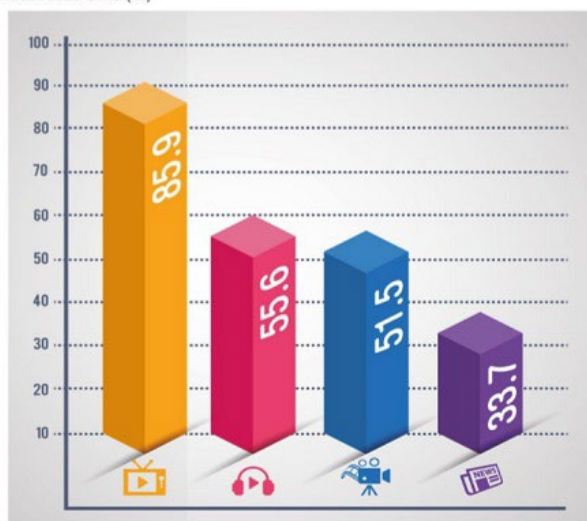
ในปัจจุบันมีรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างและหลากหลาย ความสามารถด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถรับส่งข้อมูลในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสัญญาณเสียง ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารและโต้ตอบ

มีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างทันทีทันใด (Real-time Interaction) (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ๒๕๕๑; วราพร คำจับ, ๒๕๖๐) ผลของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่มากมาย สามารถใช้เทคโนโลยีเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้มากขึ้นกว่าเดิม ด้วยผลของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนำไปสู่ปรากฏการณ์ทางธุรกิจที่มีเป็นการเปลี่ยนแปลงการก้าวข้ามจากพื้นที่สื่อเก่า (Old Media Landscape) ไปสู่สื่อใหม่ (New Media Landscape) ที่นำไปสู่การสร้างการตลาดรูปแบบใหม่ การสร้างกลยุทธ์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น (Philip, Kartajaya & Setiawan, ๒๐๑๗) ซึ่งส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นสื่อกลางในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายและทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเปลี่ยนบทบาทกันเองเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารได้ (McMillan, ๒๐๑๖) และจากการศึกษาเรื่องพัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) พบว่าพัฒนาการด้านพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อว่า สื่อแบบดั้งเดิมจะส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับในลักษณะที่เป็นผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว (Passive Audience) แต่บทบาทของพฤติกรรมในการใช้สื่อใหม่นั้น ผู้รับสารจะมีบทบาทในการเลือกที่จะรับสารหรือเป็นผู้ส่งสารเอง (Active Audience) คือเป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ตามความสนใจและความสงสัยอยากรู้ อยากเห็นของตัวเอง โดยอิสระเสรี (สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ, ๒๕๕๙) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลจากพฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภคจากปรากฏการณ์ของการหลอมรวมสื่อสามารถจำแนกเป็น ๒ ส่วนหลักๆ ได้แก่ ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารใหม่ และผลกระทบต่อนโยบายและข้อมูลในการรับข่าวสาร

๑. ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารใหม่

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและทันสมัยมากขึ้นในยุคหลอมรวมสื่อ ทำให้ต้องมีการปรับตัวตามให้ทันกับยุคสมัยและการดำเนินชีวิต เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ซึ่งจากผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ จากรายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒ พบว่า ผลสำรวจพบว่าคนไทยมีการบริโภคสื่อที่วิมากที่สุด ได้แก่ การบริโภคสื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณาต่างๆ) สื่อวิทยุ สื่อภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ มีผู้บริโภคน้อยที่สุด สะท้อนได้ว่าคนไทยยังมีพฤติกรรม “การอ่าน” น้อยกว่าการฟังและการดูทีวี ในการเสพข้อมูลประเภท “ข่าวสาร” เห็นได้จากทั้งทีวีและวิทยุ มีรายการประเภท “เล่าข่าว” ที่นำข่าวจากสื่อต่างๆ มาอ่านให้ผู้ชมฟังและเป็นรายการที่ได้รับความนิยม

สัดส่วนของประชากร (%)



ภาพรวมของการบริโภคสื่อ ในประเทศไทย ปี 2562



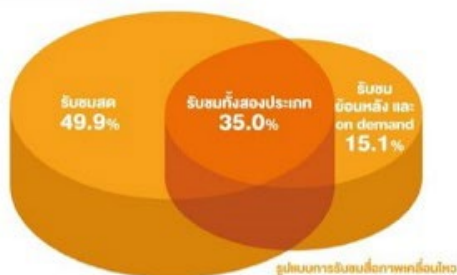
ภาพที่ ๑๗ แสดงการบริโภคสื่อในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๒

(ที่มา: รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒, ๒๕๖๓)

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การบริโภคสื่อของคนไทยในสื่อ ๔ ประเภท โดยเป็นการเสพสื่อทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ จำแนกเป็น

- สื่อโทรทัศน์ สูงสุดที่สัดส่วนร้อยละ ๘๕.๙ แบ่งการรับชมเป็น ๓ รูปแบบ คือ ดูสดตามผังรายการ ดูย้อนหลังและออนดีมานด์ และดูทั้ง ๒ รูปแบบ
 - สื่อวิทยุ สัดส่วนร้อยละ ๕๕.๖ เป็นการฟังทั้ง F.M. A.M. มีวสิคสตรีมมิ่ง แบ่งเป็น ๓ รูปแบบ ฟังจากเครื่องรับวิทยุ ฟังเพลงออนไลน์หรือมีวสิค สตรีมมิ่ง และฟังทั้ง ๒ รูปแบบ
 - สื่อสิ่งพิมพ์ สัดส่วนร้อยละ ๕๑.๕ เป็นการอ่านทั้งฉบับเล่มและออนไลน์
- ดังภาพต่อไปนี้

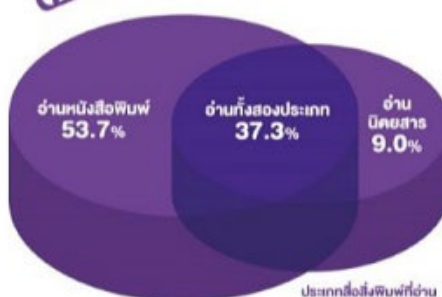
สื่อภาพเคลื่อนไหว



สื่อทางเสียง



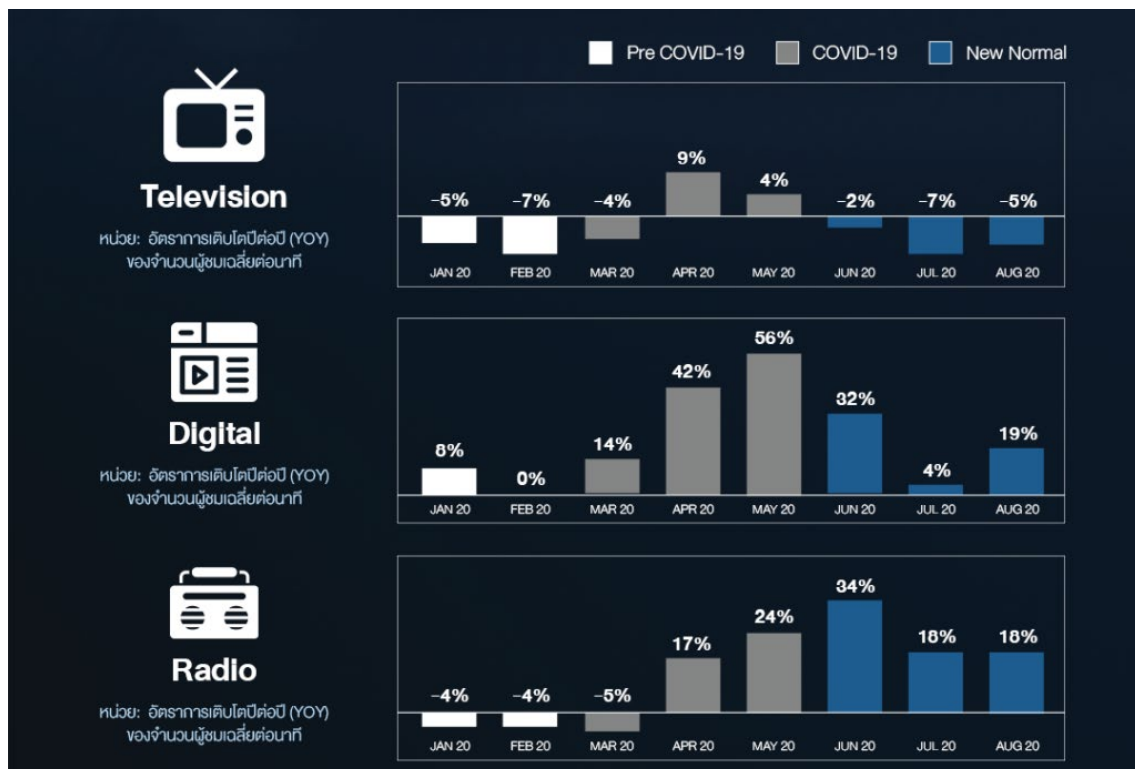
สื่อสิ่งพิมพ์



ภาพที่ ๑๘ แสดงการบริโภคสื่อในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๒

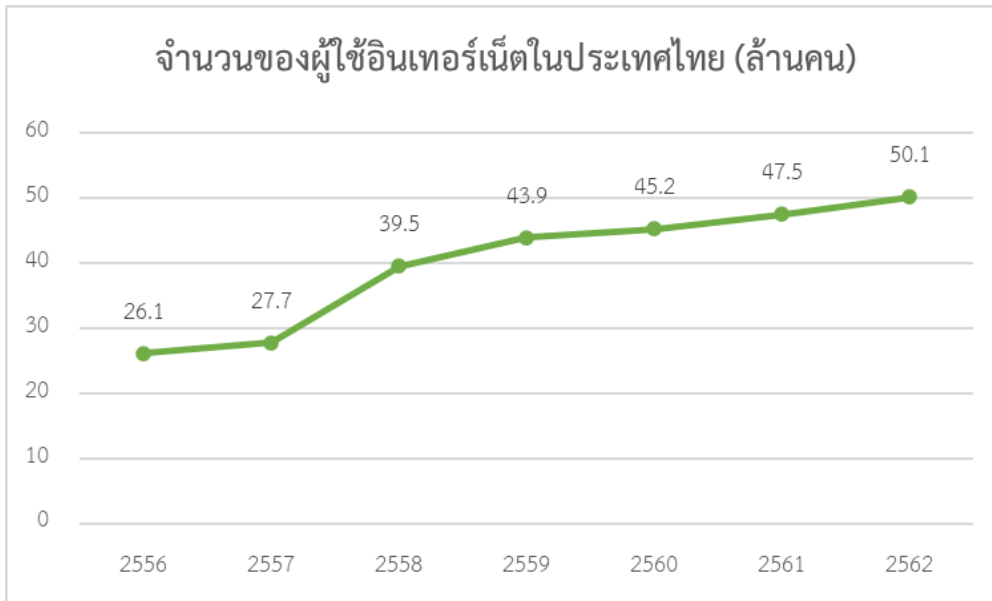
(ที่มา: รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒, ๒๕๖๓)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาการบริโภคสื่อ หลังการระบาดใหญ่ของ COVID-๑๙ เพื่อตรวจสอบความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อดิจิทัล สื่อทีวีและสื่อวิทยุ พบว่า คนไทยมีความต้องการติดตามข่าวสารข้อมูลจึงทำให้การบริโภคสื่อหลักอย่างทีวีดิจิทัล และวิทยุ นั้นมีการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนที่จะเกิดการระบาดหนัก ในขณะที่เราจะเห็นได้ว่าเมื่อสถานการณ์เริ่มเข้าสู่ความปกติใหม่ สื่อทีวีนั้นมีอัตราผู้ชมโดยเฉลี่ยกลับไปเทียบเท่ากับช่วงก่อนโควิด แต่สื่อวิทยุยังคงระดับผู้ชมที่เพิ่มขึ้น รวมถึงสื่อดิจิทัลที่ผู้ชมยังคงมีระยะเวลาการรับชมที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนโควิด ดังภาพต่อไปนี้

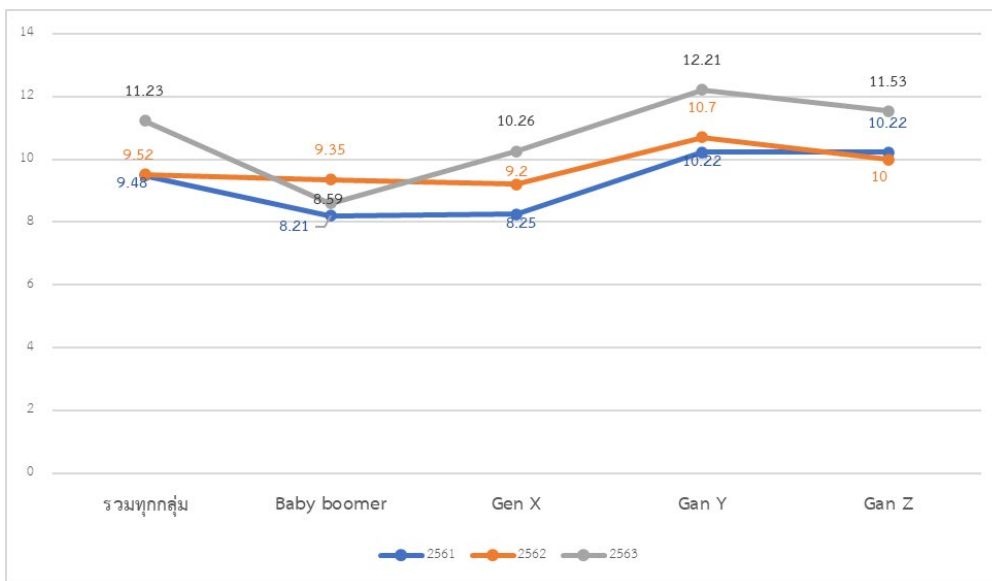


ภาพที่ ๑๙ แสดงสัดส่วนของระยะเวลาการใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล และสื่อวิทยุ
(ที่มา: สักระยะจาก Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)

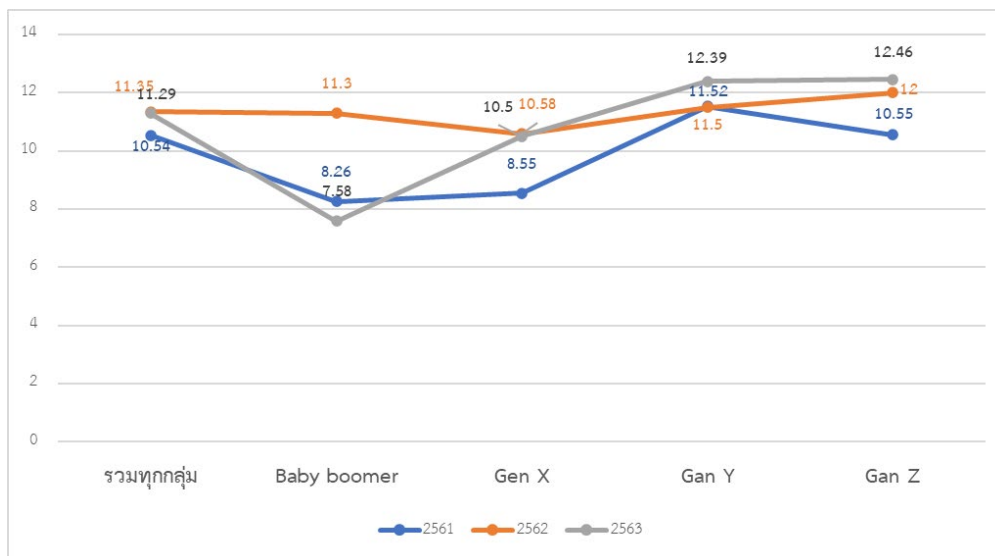
จากข้างต้นจะพบว่า คนไทยโดยส่วนใหญ่มีอัตราการใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากยุคสื่อเก่าไปสู่สื่อใหม่ที่ชัดเจนอย่างมาก โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA ได้ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (อัตราการเติบโต) ดังแผนภูมิที่ ๙ และจำนวนชั่วโมงของการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนก็สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน และสูงขึ้นในทุกช่วงวัย โดยเฉพาะประชาชนในกลุ่ม Generation Y และ Generation Z ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๔ แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
(ที่มา: สันเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)



แผนภูมิที่ ๕ แสดงจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน
(ที่มา: สันเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)



แผนภูมิที่ ๖ แสดงจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุด
(ที่มา: สังเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)

ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และมีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันมีแนวโน้มโดยรวมสูงขึ้น ทั้งในช่วงของวันทำงานและวันหยุด ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ประชาชนเลือกที่จะทำกิจกรรมต่างๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะการพูดคุยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การดูทีวีหรือหนังในช่องทางออนไลน์ (รวมถึงการดูย้อนหลัง) และในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-๑๙ ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนหรือประชุมออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นกว่า ร้อยละ ๕๗.๕๐ และมีติดต่อบริการออนไลน์ทั้งการพูดคุยและโทรมากกว่าร้อยละ ๗๗.๘๐ ในปี พ.ศ.๒๕๖๓ **สะท้อนว่ากิจวัตรประจำวันทั้งการทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัวต่างย้ายมาบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่าครึ่งหนึ่ง** ทำให้พฤติกรรมเหล่านี้สะท้อนการเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อได้อย่างชัดเจน ทำให้สื่อต่างๆ ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคการหลอมรวมสื่อ

๒. ผลกระทบจากปรากฏการณ์หลอมรวมสื่อ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ดังนี้

๒.๑ ผลกระทบเชิงบวกจากการหลอมรวมสื่อ ได้แก่

๑) การเรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อออนไลน์ เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบของการเรียนรู้เป็นอย่างมาก ไม่ได้จำกัดเพียงในห้องเรียนเท่านั้น สามารถเรียนรู้ได้ตามความสะดวกได้ตลอดเวลา ได้ทุกสถานที่จากอุปกรณ์เทคโนโลยี ซึ่งรวมไปถึงการทำงานที่สามารถประชุมได้ ทุกสถานที่ผ่านรูปแบบการทำงาน/ประชุมออนไลน์ หรือการพัฒนาทักษะบุคลากรที่สามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้จากหลักสูตรออนไลน์ต่างๆ จากหลากหลายองค์กร โดยเฉพาะสถาบันการศึกษา ซึ่งก่อให้เกิดหลักสูตรออนไลน์ประเภทต่างๆ หลากหลายประเภท เช่น หลักสูตร

ออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Courses : MOOCs) ที่มีมากกว่า ๔๙๗ รายวิชา และมีจำนวนสมาชิกเรียนออนไลน์ในระบบกว่า ๔๕๔,๕๕๙ คน ผู้เรียนสมัครเรียนในรายวิชาต่างๆ จำนวนกว่า ๘๘๒,๖๗๙ ครั้ง (ข้อมูลเมื่อเมษายน ๒๕๖๓) หลักสูตรที่ใช้สอนเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัย (Small Private Online Course : SPOC) รวมถึงหลักสูตรการพัฒนาจากต่างประเทศ เช่น edX Coursera หรือ FutureLearn.com ซึ่งเป็นแหล่งรวมหลักสูตรจากสถาบันการศึกษาและองค์กรชั้นนำระดับโลก ทั้งนี้จากผลการสำรวจพบว่าในช่วง พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๓ คนไทยมีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๓๓.๑ และการทำงาน/ประชุมผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๓๖.๒ และช่องทางการใช้ในการทำงานและประชุมมากที่สุด คือ Zoom meeting กว่าร้อยละ ๗๐.๖ ซึ่งทั้งนี้อาจจะสืบเนื่องมาจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-๑๙ ดังภาพต่อไปนี้



เรียนออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่า
ร้อยละ 33.1



ทำงานออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่า
ร้อยละ 36.2



zoom meeting ที่นิยมใช้ในการทำงาน/ประชุม
ออนไลน์มากที่สุด กว่าร้อยละ 70.6

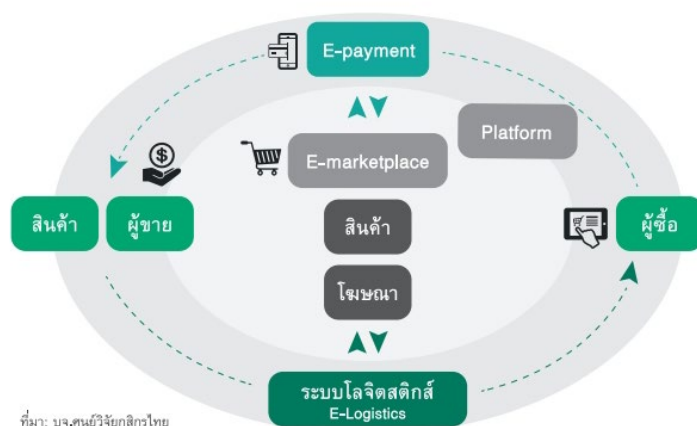
ภาพที่ ๒๐ แสดงร้อยละที่เพิ่มของการเรียนออนไลน์และการทำงานออนไลน์ ในช่วง พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๓
(ที่มา: สังเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)

การเรียนรู้ในเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นอีกปรากฏการณ์ที่น่าจับตามอง ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสของกองทุนในการรณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหลากหลายทางสังคม และรูปแบบที่หลากหลาย

๒) การเติบโตของธุรกิจออนไลน์ หรือ E-commerce

การเปลี่ยนผ่านของโลกไปสู่ยุคดิจิทัลที่การเชื่อมโยงผ่านอินเทอร์เน็ตส่งผลต่อสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจให้เปลี่ยนแปลงไปสู่ E-commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ๓ โดยนับตั้งแต่ความนิยม โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้เข้ามาเป็นสื่อกลางให้ผู้คนเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น กระทั่งกลายเป็นสิ่งที่มิขาดขาดในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ตลาด E-commerce ของไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งรูปแบบการซื้อขายที่เปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์ดังกล่าวข้างต้น เมื่อเชื่อมโยงกันมากขึ้น

จะก่อให้เกิดเป็นห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ประกอบด้วย E-marketplace ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment) และระบบอี-โลจิสติกส์ (E-Logistics) โดยในระยะข้างหน้าห่วงโซ่อุปทาน E-commerce มีแนวโน้มขยายวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ และจะเต็มไปด้วยโอกาสอีกมากมาย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๒๑ แสดงห่วงโซ่อุปทานของตลาด E-commerce
(ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ๒๕๖๐)

ทั้งนี้การเกิดขึ้นของสื่อใหม่หรือเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ๆ ตลอดจนนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้โดรน ขนส่งและตรวจตราความปลอดภัย วิดีโอสตรีมมิ่งและถ่ายทอดสดแบบ ๓๖๐ องศา โลกเสมือนจริงแบบสามมิติเพื่อการเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้จะขับเคลื่อน e-Commerce ไทยให้เติบโตขึ้น โดยจากสถิติจาก ETDA (เอ็ตด้า) พบว่า มูลค่า e-Commerce ในประเทศไทย มีมูลค่ากว่า ๔.๐๒ ล้านล้านบาท ในปี ๒๕๖๒ หรือเติบโตขึ้นร้อยละ ๖.๙๑ จากปี ๒๕๖๑ ทั้งนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (๒๕๖๐) ได้วิเคราะห์อีกว่าส่วนหนึ่งปัจจัยทางด้านโควิด-๑๙ จะช่วยกระตุ้นให้ตลาดค้าปลีกออนไลน์โตขึ้นจากการเข้าสู่สภาวะ New normal แต่อีกส่วนหนึ่งก็กระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่หดตัว และคาดว่าจะไม่กลับมาฟื้นตัวได้เร็วนัก จึงประเมินว่าตลาดค้าปลีก ในปี ๒๕๖๓ แม้ว่าจะยังคงขยายตัวราวร้อยละ ๘-๑๐ แต่ก็ยังเป็นอัตราที่ชะลอลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่ขยายตัวราวร้อยละ ๒๐ ฉะนั้นผลของการหลอมรวมสื่อและการเกิดสื่อใหม่ จะส่งผลกระทบให้ธุรกิจออนไลน์ หรือ E-commerce เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งกองทุนฯ จะต้องมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความรู้ด้านต่างๆ ทั้งทางการเงิน การรู้เท่าทันสินค้าที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถที่จะรู้เท่าทันวิถีการใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ได้

๓) พลวัตของข่าวในยุคหลอมรวมสื่อ

สื่อใหม่เข้ามาทำให้ข้อจำกัดนี้ที่เคยพบในสิ่งสิ่งพิมพ์ หรือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อหลักในการนำเสนอข่าวเปลี่ยนแปลงไป ไม่มีข้อจำกัดในด้านเสรีภาพด้านข่าวสารและการนำเสนอ

ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายอีกต่อไป แต่ทั้งนี้สื่อมวลชนยังคงต้องอาศัยหลักวิชาโดยมืออาชีพด้านสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักความถูกต้อง ความสมดุล ความยุติธรรม แต่สื่อใหม่กลับปฏิเสธแนวทางเหล่านี้ อย่างสิ้นเชิง เพราะผู้ใช้สื่อใหม่ต้องการทำหน้าที่ “Gatekeeper” ด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม “ธรรมชาติของข่าว” (Nature of news) ในยุคหลอมรวมสื่อ (Convergence) ได้ปรับสามารถอธิบายตามหลักวารสารศาสตร์ (Journalism Principle) ดังนี้

(๑) การปรับเปลี่ยนการปิดต้นฉบับข่าวเป็นเรียลไทม์ (Continual deadline)

(๒) การนำเสนอเนื้อหาข่าวมีลักษณะเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive content)

มากขึ้น

(๓) การบริการข่าวในลักษณะเชื่อมโยง (Related links) บริการข่าวออนไลน์ จะได้รับการเชื่อมโยงไว้กับบริการข้อมูลอื่นๆ ทำให้ข่าวที่นำเสนอไม่ต้องยืดเยื้อมาก

(๔) การเขียนข่าวไม่ยึดโครงสร้าง (Nonlinear structure) ทำให้ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านเนื้อหาส่วนที่ต้องการได้เอง

(๕) การให้บริการฐานข้อมูล (Database) การให้บริการข้อมูลข่าวในสื่อใหม่ ทำให้ผู้อ่านสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้รวดเร็วมาก ทำให้ข่าวเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารตรงตามความต้องการได้มากยิ่งขึ้น

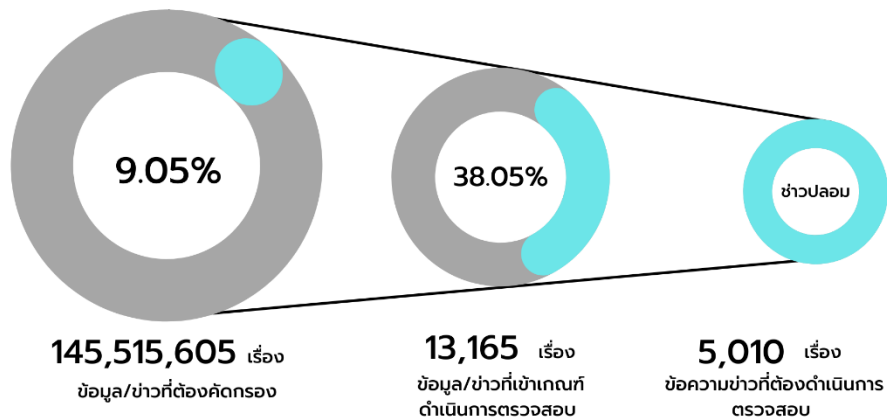
(๖) การเกิดขึ้นของนักข่าวมือสมัครเล่น (Personalized Journalism) การให้บริการข่าวออนไลน์เปิดโอกาสมากมายให้กับผู้อ่านในการนำเสนอข่าวสารของเขาเอง

(๗) การเกิดขึ้นของสายข่าวเฉพาะด้านมากยิ่งขึ้น (Specialized beats) การหลอมรวมสื่อมีบทบาทที่สำคัญที่ทำให้ธรรมชาติ ของข่าวที่เคยเป็นมามีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จึงให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ว่ามีผลต่อกระบวนการทำงานของนักข่าว รวมถึงพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อเปลี่ยนแปลงไป (ชนิดา รอดใหญ่, ๒๕๖๓)

๒.๒ ผลกระทบเชิงลบจากการหลอมรวมสื่อ ได้แก่

๑) การเกิดขึ้นของ Fake News ในสังคมอย่างรวดเร็ว ซึ่งในยุคหลอมรวมทุกคนเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ผลิตข่าวสารข้อมูล นอกจากจะมีข่าวสารข้อมูลที่เป็นความจริงเป็นประโยชน์แล้ว ยังมีเนื้อหาที่เป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัว โฆษณาชวนเชื่อ สร้างความแตกแยก ความเข้าใจผิดต่างๆ ข้อมูลทั้งจริงและไม่จริง ซึ่งบางคนรับมาแล้วแชร์เนื้อหาผิดๆ นั้นออกไปโดยไม่ตั้งใจ (Misinformation) ฉะนั้นผลกระทบของ Fake News อาจส่งผลให้ผู้รับได้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ทำให้ตัดสินใจผิดพลาด อาจส่งผลเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน ผู้รับสารเกิดความตระหนกตกใจ ตลอดจนข้อมูลที่ทำให้เกิดความขัดแย้งในสังคมได้ ซึ่งข้อมูลจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่าในช่วง ธันวาคม ๒๕๖๓ - มิถุนายน ๒๕๖๔ มีข่าวที่ต้องคัดกรองจำนวนทั้งหมด ๑๔๕,๕๑๕,๖๐๕ ข้อความ

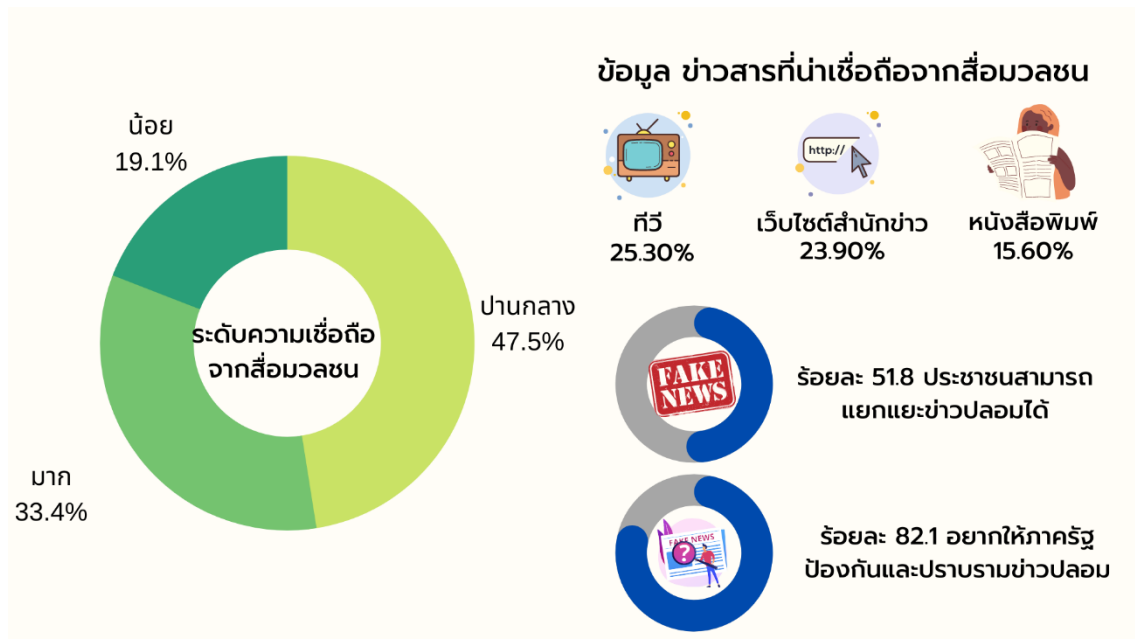
ข้อความข่าวที่เข้าเกณฑ์ดำเนินการตรวจสอบ ๑๓,๑๖๕ ข้อความ และพบข้อความข่าวที่ต้องดำเนินการตรวจสอบ ๕,๐๑๐ เรื่อง ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๒๒ แสดงจำนวนข่าวปลอมในช่วงธันวาคม ๒๕๖๓ - มิถุนายน ๒๕๖๔
(ที่มา: สังเคราะห์จาก กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๔)

นอกจากนี้ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ยังพบข้อมูลจากการแจ้งเบาะแส และการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในโลกออนไลน์ เกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-๑๙ ในช่วงการระบาดรอบที่ ๒ ระหว่างวันที่ ๑๙ ธ.ค. ๖๓ ถึง ๒๘ ก.พ. ๖๔ พบข้อความที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จำนวน ๓๕.๔๗ ล้านข้อความ หลังจากคัดกรองแล้วพบข่าวที่เข้าหลักเกณฑ์ ๒,๗๘๔ ข้อความ โดยมีข่าวที่ต้องดำเนินการตรวจสอบทั้งหมด ๑,๓๔๖ เรื่อง ซึ่งทางศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ได้มีการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับโควิด-๑๙ ที่ผ่านการตรวจสอบสู่สาธารณะแล้ว จำนวน ๑๔๐ เรื่อง

ทั้งนี้ศูนย์สำรวจความคิดเห็นบ้านสมเด็จโพลล์ ได้สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาข่าวปลอม (Fake News) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นข่าวปลอม (Fake News) ร้อยละ ๗๕.๗ และเคยตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ท่านคิดว่าเป็นข่าวปลอม (Fake News) ที่ได้รับผ่านทางสื่อต่างๆ ร้อยละ ๕๔.๒ โดยมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ท่านคิดว่าเป็นข่าวปลอม (Fake News) ด้วยวิธีค้นหามาจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ เป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ ๕๙.๒ อันดับสอง คือ ไม่คิดจะตรวจสอบ ร้อยละ ๒๓.๙ อันดับที่สาม คือ สอบถามผู้เชี่ยวชาญ ร้อยละ ๑๖ นอกจากนี้การพบเห็นข่าวปลอม (Fake News) ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ ๕๐.๑ อันดับสองคือ เว็บไซต์ (Website) ร้อยละ ๑๒.๕ อันดับที่สาม คือ ไลน์(Line) ร้อยละ ๑๐ อันดับสี่ คือ มีคนเล่าให้ฟัง ร้อยละ ๘.๖ อันดับห้า คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ร้อยละ ๗.๗ และพบเห็นข่าวปลอม (Fake News) มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นการเมืองเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ ๓๒.๗ อันดับสอง คือ หลอกขายสินค้า ร้อยละ ๒๑.๕ อันดับสาม คือ สุขภาพ ร้อยละ ๑๙.๙ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๒๓ แสดงสถิติความคิดเห็นของประชาชนต่อปัญหาข่าวปลอม (Fake News) ในเขตกรุงเทพมหานคร
(ที่มา: สัมภาษณ์จากบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, ๒๕๖๓)

และจากผลการประเมินความสามารถในการรับมือกับ fake news และข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดของเด็กอายุ ๑๕ ทั่วโลก โดย OECD (๒๐๒๑) แม้ว่ากลุ่มประชากรวัยเด็กจะมีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อในระดับดี (ร้อยละ ๖๕-๘๐) แต่หากพิจารณาเทียบกับต่างประเทศ กลับพบว่าความสามารถในการรับมือกับ fake news และข้อมูลข่าวสารที่เด็กไทยมีศักยภาพต่ำมากโดยอยู่ในอันดับ ๗๖ จาก ๗๗ ประเทศทั่วโลกที่ทำการประเมิน ซึ่งสะท้อนว่าประชากรวัยเด็กของไทยแท้จริงแล้วยังรับมือกับข่าวปลอมได้น้อย ฉะนั้นถือว่าเป็นประเด็นสำคัญที่กองทุนฯ จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อย่างเหมาะสมในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม และส่งเสริมให้มีการวิจัย พัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับด้านข่าวปลอม (Fake News)

๒) การเกิดขึ้นของ Cyber Bully หรือการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ รวมทั้งการให้ร้าย การด่าว่า การข่มเหง หรือการรังแกผู้อื่น ซึ่งจากงานวิจัยและการศึกษาหลายชิ้นพบว่าสถานศึกษาเป็นแหล่งเกิดของ“วัฒนธรรมการบูลลี่” และเกิดขึ้นตั้งแต่ในระดับอนุบาล เนื่องจากความไม่รู้ของเด็กบอกว่าพอได้เริ่มล้อเลียนแล้วก็รู้สึกสนุกปาก อีกทั้งพูดไปก็ไม่มีใครทำโทษอะไร เพราะผู้ใหญ่เห็นว่าเป็นแค่เด็กเล่นกัน มันจึงถูกปลุกฝังกลายเป็นพฤติกรรม เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างทางสังคมกลายเป็นวงจรการบูลลี่ และทวีคูณความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจดัชนีชี้วัดความปลอดภัยบนสื่อออนไลน์สำหรับเด็กซึ่งจัดทำร่วมกับสถาบัน DQ ระดับโลก โดยความร่วมมือกับ ๓๐ ประเทศทั่วโลก พบเด็กไทยเกี่ยวข้องกับการรังแกและเคยถูกรังแกบนโลกออนไลน์สูงกว่าค่าเฉลี่ยของเด็ก

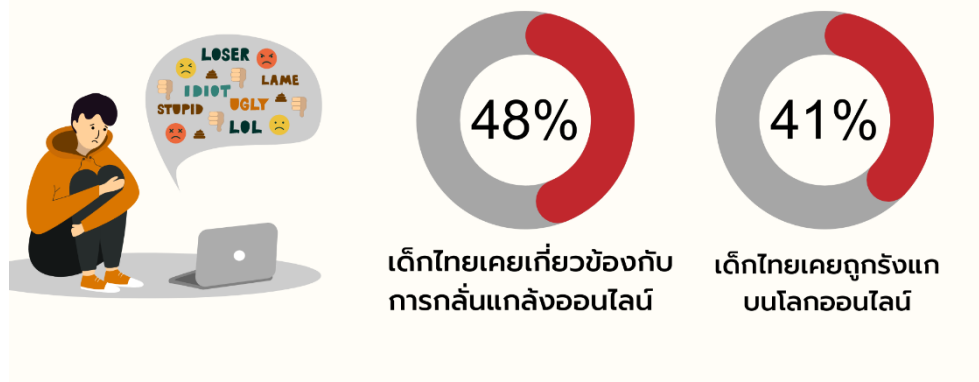
ประเทศอื่นๆ ดังภาพที่ ๒๔ ทั้งนี้ได้มีการแนะนำผู้ปกครอง โรงเรียน คุณครู ต้องร่วมกันสร้างความเข้าใจ และเร่งพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัล DQ ให้กับเด็กๆ อย่างเร่งด่วน เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้เด็กรู้จัก แยกแยะ และจัดการปัญหา อารมณ์ และทัศนคติ ในการรับมือกับการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม



ภาพที่ ๒๔ ผลสำรวจดัชนีชี้วัดความปลอดภัยบนสื่อออนไลน์สำหรับเด็ก
(ที่มา: สถาบัน DQ, ๒๕๖๔)

โดยจากผลสำรวจในประเทศไทย พบว่า เด็กไทยมีความเสี่ยงในโลกไซเบอร์ พบประเด็นปัญหา ๔ ด้าน ได้แก่ (๑) เด็กไทยเผชิญกับความเสี่ยงในโลกออนไลน์สูงกว่าเด็กชาติอื่น โดยร้อยละ ๔๘ ของเด็กไทยเกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งออนไลน์ ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ร้อยละ ๓๓ และร้อยละ ๔๑เคยถูกกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (๒) เด็กผู้ชายเผชิญกับความเสี่ยงในโลกออนไลน์

มากกว่าเด็กผู้หญิง เนื่องจากเด็กชายร้อยละ ๕๖ รู้เห็นหรือเกี่ยวข้องกับการรังแกออนไลน์มากกว่า เด็กผู้หญิงซึ่งอยู่ที่ร้อยละ ๔๑ (๓) เด็กผู้หญิงอายุ ๑๓-๑๙ ปี อยู่ในกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง ๓ เรื่อง ได้แก่ การตกเป็นเหยื่อการรังแกออนไลน์ ใช้สื่อโซเชียลมากเกินไป และได้รับหรือพบเห็นภาพหรือคลิปวิดีโอ เรื่องเซ็กส์ และ (๔) เด็กไทยอายุ ๘-๑๒ ปี มีความเสี่ยงสูง ๕ เรื่อง ได้แก่ การถูกรังแกออนไลน์ ภาวะติดเกมในกลุ่มเด็กผู้ชาย พบเห็นเนื้อหาทางเพศ เจอคนชวนคุยเรื่องเซ็กส์ และถูกคุกคามในโลกโซเชียล



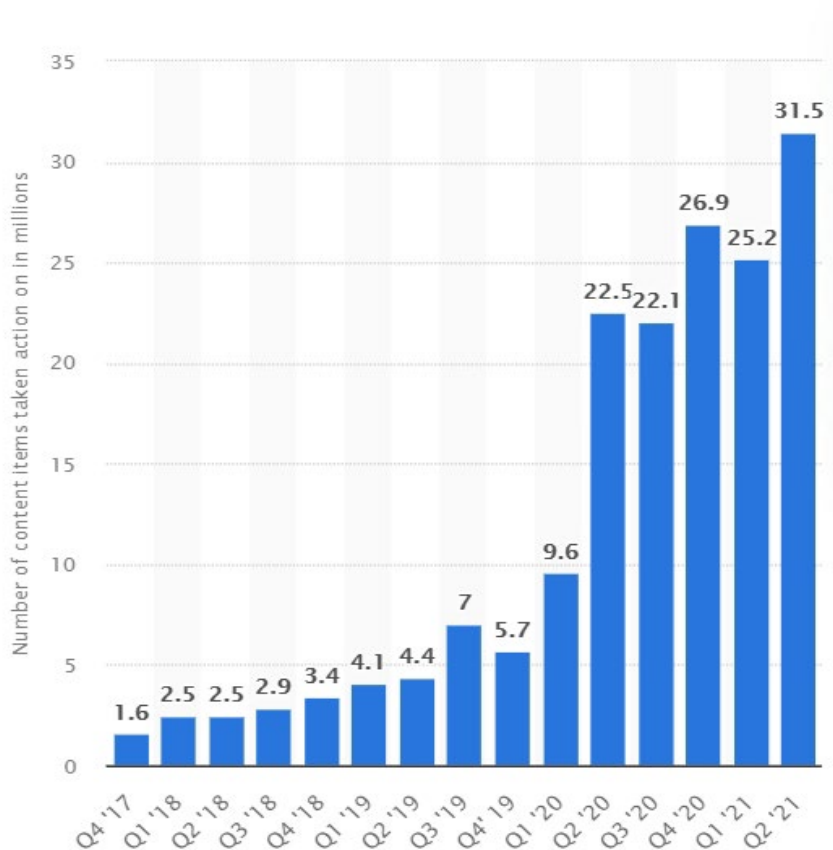
ภาพที่ ๒๕ แสดงสถิติ Cyberbullying ในประเทศไทย
(ที่มา: สัมภาษณ์จากสถาบัน DQ, ๒๕๖๔)

ฉะนั้นถือว่า Cyberbullying ในประเทศไทยเป็นประเด็นสำคัญที่กองทุนฯ จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ ฝ่าระงังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อสื่อในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม และส่งเสริมให้มีการวิจัยพัฒนาองค์ความรู้ด้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ผ่าน สื่อต่างๆ (Cyber bullying)

๓) การเพิ่มขึ้นของวาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)

วาจาที่สร้างความเกลียดชัง หรือ Hate Speech นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบของถ้อยคำเท่านั้น รวมถึงภาพวาด ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ บทกวี คำให้สัมภาษณ์ ซึ่งเจตนาของการสื่อสารแสดงความเกลียดชังต่อบุคคลอย่างชัดเจน โดยพุ่งเป้าไปยังสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ไม่ว่าเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว เป็นต้น เพื่อการแบ่งแยกทางสังคม และขจัดคนอีกกลุ่มออกไป (ARTICLE ๑๙, ๒๐๑๕) ซึ่งผลกระทบจาก Hate Speech จะสามารถนำไปสู่การใช้ความรุนแรง และอาจลุกลามบานปลายกลายเป็นสงครามกลางเมืองได้ และในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การเผยแพร่วาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) มีการแพร่กระจายที่รวดเร็วมากขึ้นและกระจายไปในวงกว้างขึ้น ซึ่ง Facebook หนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ระดับโลก ได้มีการจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น Hate Speech ขาวปลอม เนื้อหาที่มีความรุนแรง ภาพอนาจารผิดกฎหมาย เป็นต้น ซึ่ง Facebook มีระบบที่ใช้ Machine Learning มาตรวจดูว่าเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเป็นการตรวจ

แบบ proactive ซึ่งในปี Facebook ได้มีการเก็บรวบรวมจำนวนเนื้อหาที่มีคำพูดแสดงความเกลียดชังในช่วงไตรมาสที่สี่ของปี ๒๐๑๗ ถึงไตรมาสที่สองของปี ๒๐๒๑ ในช่วงเวลาที่รายงานล่าสุด Facebook ลบเนื้อหาที่มีคำพูดแสดงความเกลียดชัง ๓๑.๕ ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นจาก ๒๕.๒ ล้าน ในไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๔



ภาพที่ ๒๖ แสดงจำนวนการตรวจจับ Hate Speech ของ Facebook (ล้านครั้ง)
(ที่มา: Facebook’s Community Standards of Enforcement Report, ๒๐๒๑)

๔) ความท้าทายด้านจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัล

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงบทบาทและรูปแบบการนำเสนอข่าว โดยมีช่องทางที่สื่อมวลชนสามารถรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็ว พฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้ “ทุกคนเป็นสื่อได้” เพราะถูกออกแบบให้ใช้ง่ายบนโทรศัพท์มือถือ ทุกคนสามารถนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งความรวดเร็วที่เกิดขึ้นนั้นทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร นำมาซึ่งการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ นักวิชาชีพวงการสื่อมวลชนถือได้ว่าได้รับผลกระทบโดยตรงจากความรวดเร็วที่เกิดขึ้น ทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร (เทียนทิพย์ เดียวกี, ๒๕๕๙) อีกทั้งพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของประชาชนที่ต้องการความรวดเร็ว และความหลากหลาย องค์กรสื่อบางแห่งจึงลด

บทบาทในการเป็น Gatekeeper และบทบาทในการกำหนดสิ่งที่ประชาชนจะรับรู้ผ่านสื่อในการรับรู้เรื่องราวต่างๆ เกิดการพัฒนาารูปแบบข่าวและการเล่าเรื่องที่ใช้เทคโนโลยีมีลติมีเดียมากขึ้นจนเกิดการตั้งคำถามเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณของสื่อทั้ง

- ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร จากความเร็วและความหลากหลายของข้อมูลทำให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริงเกิดข่าวลือเกิดความคิดเห็นที่ตรวจสอบไม่ได้ โดยส่วนใหญ่ก็มีแหล่งมาจากการโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ของนักข่าว เช่น นักข่าวช่องหนึ่งได้นำเสนอข้อมูลและภาพเกี่ยวกับประสิทธิภาพและผลกระทบของผู้รับวัคซีนที่ไม่ถูกต้อง และทำให้สื่อมวลชนสังกัดอื่นใช้ข้อมูลและภาพจากบัญชีดังกล่าวไปเผยแพร่ซ้ำ จนทำให้สังคมเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพและผลกระทบของผู้รับวัคซีน เป็นต้น

- ด้านการแข่งขันทำให้มีการนำเสนอข่าวที่ไม่สนใจสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะกับเด็ก เพิ่มพื้นที่การขายข่าวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ดังในหลายกรณี เช่น ข่าวการเสียชีวิตของนักแสดงชาย ปอ ทฤษฎี ข่าวการคืบคลานของป๊อบ ปองกูล ข่าวการช่วยเหลือเด็กที่ติดในถ้ำหลวง หรือการเสียชีวิตของน้องชมพูและการสร้างกระแสให้เกิดเป็น ลุงพล พีเวอร์ เป็นต้น

- ด้านการนำข้อมูลมาจากแหล่งที่ไม่ได้มีการตรวจสอบความจริงอย่างแน่ชัด เช่น กรณีคลิปเสียงที่แอบอ้างเป็นเสียงการสนทนาของนักการเมืองบางท่าน จนสร้างความเข้าใจผิดและแตกแยกในสังคม หรือการนำคลิปเสียงที่มีการแอบดักฟังจากวิทยุของทางราชการมาเผยแพร่ก่อนที่จะมีการตรวจสอบอย่างแน่ชัด เป็นต้น

ซึ่งข้างต้นสะท้อนปัญหาจริยธรรมสื่อในปัจจุบันตกต่ำมากขึ้น (Kendyl Salcito, ๒๕๖๑: ออนไลน์, อิสราณิส, ๒๕๕๘: ออนไลน์) อย่างไรก็ตามหลักการทางจริยธรรมของสื่อมวลชนยุคดิจิทัลถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใคร่ครวญอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อมวลชนในยุคสื่อใหม่ที่ยิ่งต้องคำนึงถึงความประพฤติกี่เหมาะสมหรือที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ ท่ามกลางความต้องการที่รวดเร็วของข่าวสาร

กล่าวได้ว่าขณะที่สื่อดั้งเดิมส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารในลักษณะที่เป็น “Passive receivers” แต่ผู้รับสารของสื่อใหม่เป็นผู้รับสารที่มีลักษณะ “Active seeker” คือ เป็นฝ่ายแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง ตามความสนใจของตนเองโดยอิสระเสรี ดังนั้นข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ก็สามารถหาได้จากสื่อใหม่ได้โดยไม่มีขีดจำกัด ทั้งนี้ยังเห็นความแตกต่างของการทำหน้าที่ของสื่อ ซึ่งกลุ่มสื่อเก่าที่รายงานข่าวผ่านทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งต้องอิงกับสัปดาห์ของรฐนั้นจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบจึงไม่กล้าที่จะเปิดประเด็นใหม่ๆ ในขณะที่กลุ่มสื่อใหม่ที่รายงานข่าวทางออนไลน์ ซึ่งกลุ่มนี้จะมีทั้งสื่อมืออาชีพและคนทั่วไปที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการกระจายข่าวสาร ขณะที่สื่อออนไลน์มืออาชีพเองก็เกาะติดสถานการณ์และรายงานข่าวแบบเรียลไทม์ ซึ่งสื่อออนไลน์ได้เปรียบตรงที่สามารถรายงานได้เร็วกว่า สดใหม่กว่า ไม่ต้องผ่านขั้นตอนการติดต่อเหมือนสื่อดั้งเดิม

๓.๒ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ปัจจุบันในสังคมที่มีข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก มีสื่อให้เลือกมากมายและมีข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ที่หลากหลายอยู่ในเนื้อหาของสื่อ สามารถติดตามข่าวสารที่เกิดขึ้นรอบตัวได้ตลอดเวลา สามารถหาความรู้เรื่องที่ตนเองสนใจและสามารถเลือกหาความบันเทิงได้จากสื่อต่างๆ ทั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่เป็นโทษปะปนกันจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกรับ และรู้จักแยกแยะว่าสิ่งใดดีควรรับหรือสิ่งใดต้องระวังและหลีกเลี่ยง เพราะสื่อมีหลากหลาย มีทั้งสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์และสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ซึ่งบริบทของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สามารถจำแนกเป็นประเด็นได้ดังนี้

๓.๒.๑ บริบทและเนื้อหาของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘^๑ ให้ความหมายไว้ว่าสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม และความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคี และสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุขจากนิยามข้างต้นจะเห็นว่า หากสื่อที่มีอยู่มากมายวันนี้เป็นสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์สังคมไทยจะเป็นสังคมที่มีคุณภาพมากขึ้น เพราะสื่อเป็นเหมือนห้องเรียนห้องใหญ่ของสังคมสิ่งที่ประชาชนได้เห็นได้รับรู้จากสื่อคือ การเรียนรู้แบบหนึ่ง ตัวอย่างที่เห็น ข้อมูลที่ได้เล็กๆ น้อยๆ ที่สะสมกัน ในที่สุดแล้วก็คือการปลูกฝังสิ่งดีงามให้แก่สังคม

ทั้งนี้ สื่อในปัจจุบันมีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสื่อทุกประเภทควรมีการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ เพื่อสะท้อนความเป็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (๒๕๕๑) ได้อธิบายถึงสื่อสาธารณะที่ดีจะต้องมุ่งรับใช้ผู้ชมโดยมองว่าเป็นสมาชิกของสังคมที่ควรได้รับบริการที่มีคุณภาพใน ๓ หลักใหญ่ๆ คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแท้จริงและเป็นธรรม การให้ความรู้การศึกษาและการให้สาระบันเทิงที่มีคุณภาพและมีรสนิยมนวมถึงยังอธิบายถึงหลักการที่สื่อสาธารณะต้องถือเป็นภาระหน้าที่สร้างสรรค์เป็นค่านิยมทางบวกให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งทาง สสส. ได้มีความพยายามในการสร้างนิเวศสื่อที่ดีโดยจัดสรรงบประมาณในแต่ละปีเพื่อให้การสนับสนุนโครงการต่างๆ ให้มีการผลิตสื่อในหลากหลายรูปแบบ ทั้ง Infographic ในประเด็นต่างๆ หรือสื่อหนังสือ/สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสะท้อนได้มีหน่วยงานต่างๆ ที่ร่วมสร้างสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อผลักดันนิเวศสื่อที่ดี

^๑ <http://web.krisdika.go.th/data/law/law๒/%A๑๑๔๙/%A๑๑๔๙-๒๐-๒๕๕๘-a๐๐๐๑.htm>

อย่างไรก็ตามปฏิเสธไม่ได้ว่ายังสามารถพบสื่อไม่ปลอดภัย และไม่สร้างสรรค์ได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งทางคณะกรรมการกองทุน^๒ ได้กำหนดลักษณะของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ไว้ ดังต่อไปนี้ (๑) สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมอันดีของสังคม หรือส่งผลกระทบต่อจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน ครอบครัว ชุมชน และสังคมอย่างร้ายแรง (๒) สื่อที่มีเนื้อหาก่อให้เกิดความแตกแยก ยั่วยุ และสร้างความเกลียดชังต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจนอาจก่อให้เกิดผลกระทบร้ายแรง ไม่ว่าจะเป็นทางร่างกายหรือจิตใจ (๓) สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมการละเมิดสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (๔) สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อกฎหมาย (๕) สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อหลักจรรยาบรรณสื่อ หรือแนวปฏิบัติของวิชาชีพสื่ออื่นๆ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ในรูปแบบของข่าวปลอม หรือวาจา/วาตะที่สร้างความเกลียดชัง เป็นต้น ซึ่งสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์เหล่านี้ ส่งผลให้มีการดำเนินการ ๒ ส่วนหลักๆ ได้แก่

๑. การเสริมสร้างความตระหนักรู้ เท่าทันสื่อสารสนเทศของประชาชนให้เพิ่มมากขึ้น จากผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัลของประชาชนไทยปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ถึง ๒๕๖๔ โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (๒๕๖๔) พบว่า ประชาชนไทยมีคะแนนการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับดี (ร้อยละ ๗๐.๔) การสำรวจแบ่งเป็น ๓ ด้าน ได้แก่ การเข้าถึง อยู่ในระดับดี (ร้อยละ ๖๖.๓) การประเมิน อยู่ในระดับดี (ร้อยละ ๗๔.๐) และการสร้างอยู่ในระดับดี (ร้อยละ ๗๐.๙) สะท้อนได้ว่าการเข้าถึงสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของประชาชนมีมากขึ้น และสามารถที่จะรู้เท่าทันสื่อมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังไม่อาจพิจารณาในภาพรวมได้ เนื่องจากการรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างเพียง ๕,๐๐๐ ตัวอย่างเท่านั้น

๒. ประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการข่าวปลอมมากขึ้น สะท้อนได้จากมีหลายหน่วยงานที่ดำเนินการตรวจสอบ มีช่องทางการกลั่นกรอง ติดตามและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารบนโลกออนไลน์เน้นพิจารณาข่าวที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง เช่น ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ประเทศไทย (Anti – Fake News Center Thailand) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งแสดงผลการดำเนินงานใน ปี ๒๕๖๓ พบว่า มีข้อความข่าวที่ต้องคัดกรองทั้งหมดกว่า ๓๙ ล้านข้อความ และเข้าเกณฑ์ตรวจสอบ ๗,๔๒๐ เรื่อง (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๓)

แต่อย่างไรก็ตามจากผลการสำรวจยังพบว่า มีจำนวนกว่าครึ่งหนึ่งของประชาชนที่พบเห็นว่าข้อมูลข่าวสารบนโลกอินเทอร์เน็ตเป็นความจริง สามารถเชื่อถือได้ โดยไม่ต้องตรวจสอบ แต่อีกครึ่งหนึ่งยังมีความเคลือบแคลง ลังเล และสงสัยถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่พบ นอกจากนี้

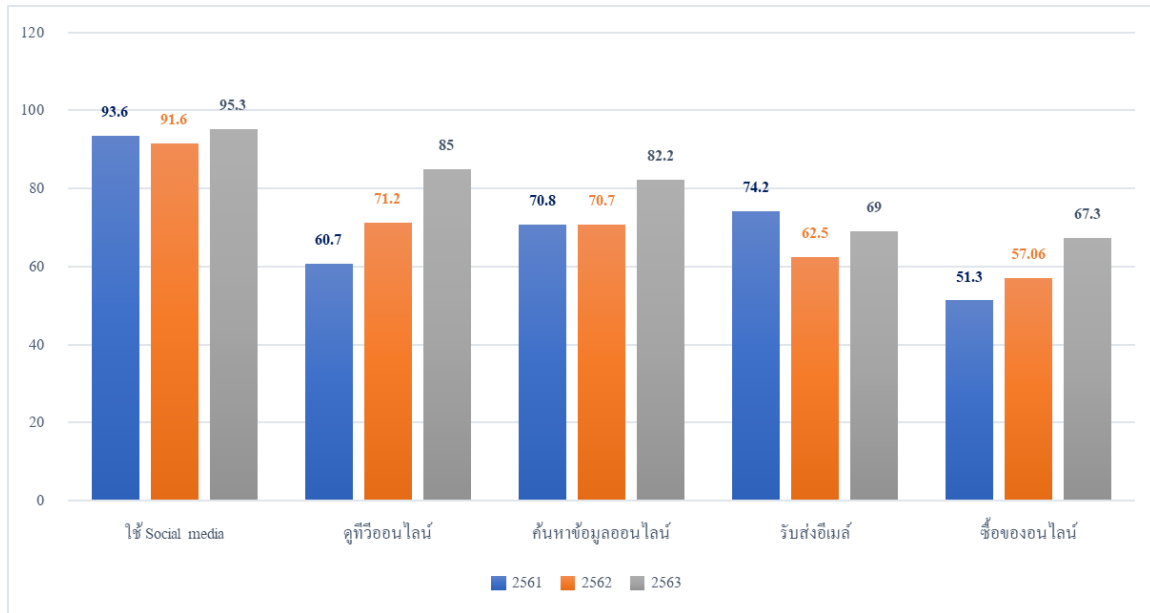
^๒ ประกาศคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เรื่อง กำหนดลักษณะของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑

ยังมีอีกหลายหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการคัดกรองข่าวสารและสื่อต่างๆ ที่ไม่สร้างสรรค์และปลอดภัย ทั้งสายด้วย ๑๕๕๖ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งรับเรื่องร้องเรียนจากสื่อและโฆษณา ที่เกินจริงในด้านสินค้าอุปโภค หรือสายด่วน ๑๒๐๐ โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ในการรับเรื่องร้องเรียนสื่อที่ไม่เหมาะสมที่เผยแพร่ทางวิทยุและโทรทัศน์ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๓) ซึ่งสะท้อนว่าปัจจุบันหน่วยงานต่างๆ มีกระบวนการในการสกัดกั้นสื่อที่มีสร้างสรรค์และไม่ปลอดภัย เช่นเดียวกับการส่งเสริมให้ประชาชนมีการรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยี และสารสนเทศเพิ่มขึ้นไป

๓.๒.๒ ช่องทางของการเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ในเบื้องต้นตัวสื่อนั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดีโดยตัวมันเอง สื่อเพียงทำหน้าที่เป็นช่องทางรับส่งสารเท่านั้น ตัวสารต่างหากที่เมื่อปรากฏในสื่อหรือเมื่อผู้รับรับไปแล้ว สามารถส่งผลโดยตรงหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น ถ้าเนื้อหาต่างๆ ที่ส่งผ่านสื่อเป็นสิ่งที่ส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม และความมั่นคงส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน

ทั้งนี้จากผลการสำรวจและข้อมูลข้างต้น (แผนภูมิที่ ๔) พบว่า ประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตนานขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ประเทศไทยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย รวดเร็ว สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ในทุกความต้องการ ทุกเวลาและทุกสถานที่ รวมถึงการที่อุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงมาก ทุกเพศทุกวัยสามารถเป็นเจ้าของได้โดยง่าย รวมทั้งความจำเป็นที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น และบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวันสามารถทำผ่านออนไลน์มากขึ้น ผสมกับผลกระทบจาก COVID-๑๙ ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้คนหันมาเลือกทำกิจกรรมออนไลน์มากขึ้นแทนการเดินทางออกจากบ้านเรือน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงการพบปะผู้คนจำนวนมากในที่สาธารณะ โดยกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ๕ อันดับแรก ในช่วง พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๓ นั้นไม่แตกต่างกันมาก แต่ในบางกิจกรรมมีอัตราการใช้งานที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน เช่น การดูทีวีออนไลน์ และการซื้อของออนไลน์ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๖ แสดงร้อยละกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ๕ อันดับ (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๓)
(ที่มา: สังเคราะห์จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ๒๕๖๓)

จากข้อมูลสถานการณ์ที่เกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ข้างต้นจะพบว่า มีการผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์จำนวนมาก และประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อต่างๆ ผ่านช่องทางสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อเก่า ส่งผลต่อรูปแบบการผลิตสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ฉะนั้นทางกองทุนฯ จะต้องใช้จุดเด่นประการนี้ในการพัฒนาสื่อใหม่ให้เข้าถึงประชาชน อย่างไรก็ตามไม่ควรละทิ้งช่องทางของสื่อเก่า โดยเฉพาะโทรทัศน์เนื่องจากยังมีสถิติการรับชมสูง อีกทั้งยังปรากฏข้อควรระวังของการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ การรู้ไม่เท่าทันและการเกิดขึ้นของ Fake new ที่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทั้งการสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและตรวจสอบข่าวปลอม หรือพัฒนาหลักสูตรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ/ ความฉลาดทางดิจิทัลให้กับประชาชน ซึ่งกองทุนฯจะต้องให้ความสำคัญในส่วนนี้เป็นอย่างมาก

๓.๓ สถานการณ์และบริบทแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์

จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า บริบทและสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของประเด็นภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กรของสื่อหรือผู้ผลิตสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และไม่สามารถควบคุมได้ สามารถจำแนกเป็นด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านประชากร ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎหมาย และด้านสภาพแวดล้อม ดังนี้

ด้านการเมือง

การรับรู้ข่าวสารของประชาชนถือว่าเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในระบบประชาธิปไตยเสรีนิยม เนื่องจากข่าวสารในพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ถือเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการประชาธิปไตย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสถานการณ์ต่างๆ ทางการเมืองย่อมส่งผลต่อสื่อทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งสื่อมวลชนยังมีบทบาทร่วมกับสถาบันการเมืองและสถาบันสังคมอื่นๆ เสมอ บ่อยครั้งสื่อมวลชนมีบทบาทชี้นำทางการเมืองในฐานะคนกลางที่ทำหน้าที่เสนอข่าวสารและทัศนะในลักษณะตัวแทนประชาชาติและความคิดเห็นของคนกลุ่มต่างๆ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ๒๕๖๑) ทั้งนี้ในประเทศไทยสถานการณ์ทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อสื่อในปัจจุบัน คือ

ความขัดแย้งทางการเมือง

ความขัดแย้งทางการเมืองไทยในปัจจุบันได้กลายเป็นการปลุกระดมมวลชนให้ออกมาต่อต้านรัฐบาลฝ่ายตรงข้ามด้วยวิธีการรุนแรง การใช้ประชาชนเป็นเครื่องมือของการต่อสู้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเองอย่างสุดโต่ง การบีบบังคับให้ประชาชนต้องเลือกข้างและการใช้สื่อเป็นเครื่องมือโจมตีฝ่ายตรงข้ามให้กลายเป็นผู้ร้าย โดยที่ไม่คำนึงถึงความแตกต่าง กฎหมาย เหตุผลและเสียงข้างมาก ตามหลักการประชาธิปไตย (วรุตม์ อินทฤทธิ์, ๒๕๖๐) โดยประเด็นที่เป็นรากเหง้าของความขัดแย้งทางการเมืองไทย พบว่าปัญหาใจกลางคือมุมมองที่แตกต่างกันต่อความเป็นประชาธิปไตยของประเทศที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการอำนาจและทรัพยากรในสังคม ระหว่างฝ่ายหนึ่งที่ทำให้น้ำหนักต่อการเลือกตั้งซึ่งความชอบธรรมของผู้บริหารประเทศอยู่ที่ ‘เสียงข้างมาก’ ของประชาชน กับอีกฝ่ายหนึ่งที่ทำให้น้ำหนักต่อ ‘คุณธรรมจริยธรรม’ ของผู้บริหารประเทศมากกว่าความเป็นตัวแทนของคนส่วนใหญ่

โดยทั้งสองมุมมองนี้ต่างก็มีทั้งกลุ่มที่เชื่อมั่นอย่างแรงกล้าในมุมมองของตนกับกลุ่มที่อิงอยู่กับความเชื่อนั้นเพื่อแสวงหาและรักษาอำนาจตลอดจนผลประโยชน์ส่วนตน ทั้งหมดได้ส่งผลให้ความขัดแย้งทางความคิดนี้มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัญหาใจกลางที่กล่าวไปแล้วนี้ได้เกิดขึ้นท่ามกลางบริบทของปัญหาพื้นฐานในสังคมไทย คือ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นเงื่อนไขที่ตอกย้ำให้ความแตกต่างทางความคิดทางการเมืองกลายกลายเป็นความแตกแยกและแหลมคมมากยิ่งขึ้นมูลเหตุแห่งความขัดแย้งข้างต้นได้ขยายตัวไปสู่กว้างมากขึ้นจากการสะสม ‘ความรู้สึก’ ของทั้งสองฝ่ายว่า อีกฝ่ายหนึ่งได้ใช้อำนาจที่ไม่เป็นธรรมในการดำเนินการตามความเชื่อข้างต้นและ/หรือผลประโยชน์ของตน อาทิ การแทรกแซงกลไกการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ หรือการรัฐประหารและถึงที่สุดได้ขยายตัวเป็นความขัดแย้งรุนแรงในทุกระดับของสังคมไทยจากการระดมฐานมวลชนเพื่อสนับสนุนฝ่ายตนและการเสนอข่าวของสื่อบางส่วนที่มีได้เน้นการนำเสนอข้อคิดเห็นที่ครอบคลุมทุกแง่มุม (คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนพิจารณาศึกษาแนวทางการสร้างความปรองดองแห่งชาติ, ม.ป.ป.) ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารท่ามกลางความขัดแย้งทางการเมืองนั้น เป็นประเด็นที่กองทุนฯ จะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากในบางประเด็นอาจจะเข้าข่ายสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และเป็นภัยต่อสังคมส่วนใหญ่

ความพยายามการควบคุมสื่อโดยรัฐบาล

สื่อมวลชนไทยถูกรัฐบาลทุกสมัยแทรกแซงโดยตลอด ในยุครัฐบาลทหารหรือยุคปฏิวัติรัฐประหารการแทรกแซงสื่อเป็นในลักษณะใช้อำนาจรัฐผ่านทางกฎหมายโดยตรง เช่น ทบแท่นพิมพ์ เอาโซ่ไปล้อม ตรวจสอบเซ็นเซอร์ เป็นต้น ส่วนในยุครัฐบาลประชาธิปไตย การแทรกแซงสื่อแนบเนียนและซับซ้อนยิ่งขึ้น ด้วยการใช้ทั้งอำนาจรัฐและอำนาจทุน โดยมี ๖ รูปแบบ คือ (๑) แทรกแซงสื่อผ่านงบประมาณ (๒) แทรกแซงสื่อผ่านความสัมพันธ์ส่วนตัว (๓) แทรกแซงสื่อด้วยการกว้านซื้อหุ้น (๔) แทรกแซงสื่อผ่านระบบสัมปทาน (๕) แทรกแซงสื่อด้วยกฎหมาย (๖) แทรกแซงสื่อผ่านหน่วยงานภาครัฐ (จรรยา คงมา, ๒๕๖๐) และในยุคของข้อมูลข่าวสารทางสื่อใหม่ต่างๆ ทำให้การควบคุมสถานการณ์และกลั่นกรองข้อมูลเป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อมูลมีความรวดเร็วและมาจากช่องทางที่หลากหลาย ล่าสุดรัฐบาลจึงได้ออกคำสั่งหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีความร้ายแรง ที่ ๔/๒๕๖๓ เรื่อง ให้ตรวจสอบและให้ระงับการออกอากาศรายการที่มีลักษณะตามข้อ ๒ ของข้อกำหนดออกตามความในมาตรา ๙ ประกอบมาตรา ๑๑ แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. ๒๕๔๘^๓ ให้ตรวจสอบและระงับการออกอากาศสื่อมวลชน ๔ แห่ง ได้แก่ Voice TV ประชาไท The reporter และ The STANDARD ซึ่งคำสั่งดังกล่าวได้ส่งผลให้นักวิชาการสายวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน แสดงความเห็นต่อคำสั่งไม่เห็นด้วยและได้เรียกร้องยกเลิกประกาศที่เป็นการปิดกั้นการทำหน้าที่ของสื่อทุกประเภท เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารจากเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย พร้อมทั้งเรียกร้องให้รัฐบาลให้เสรีภาพสื่อได้ทำหน้าที่อย่างอิสระ การเลือกปฏิบัติในการสั่งระงับหรือจำกัดการทำหน้าที่ของสื่อบางราย ในขณะเดียวกันได้ขอให้สื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวการชุมนุมอย่างรอบด้าน ปราศจากการชี้นำต่อประชาชน เพื่อลดโอกาสที่จะนำไปสู่การเพิ่มความขัดแย้งและใช้ความรุนแรง

และวันที่ ๒๙ ก.ค. ๒๕๖๔ เว็บไซต์ราชกิจจานุเบกษา ได้เผยแพร่ข้อกำหนดออกตามความในมาตรา ๙ แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. ๒๕๔๘ (ฉบับที่ ๒๙)^๔ โดยสาระสำคัญระบุว่า “ห้ามเผยแพร่ข้อความอันเป็นเท็จที่อาจทำให้ประชาชนเกิดความหวาดกลัวหรือข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดหรือสับสนจนเกิดความเสียหายหรือเหตุการณ์ร้ายแรงมากขึ้นในสถานการณ์ฉุกเฉิน จนกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ และให้อำนาจ กสทช. ระงับบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและเสรีภาพของสื่อเป็นอย่างมาก ทำให้ตัวแทนสื่อออนไลน์และภาคีนักกฎหมายสิทธิมนุษยชนยื่นฟ้องต่อนายกรัฐมนตรีเพิกถอนข้อกำหนดดังกล่าว ถือว่าขัดต่อกฎหมายอาญาเพราะการกำหนดต้องชัดเจนไม่คลุมเครือหรือกำกวม และขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ และที่สำคัญสื่อมวลชนจะต้องมีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารซึ่งได้รับรองตามรัฐธรรมนูญ

^๓ <http://web.krisdika.go.th/data/law/law๒/%A๑๑๑๙/%A๑๑๑๙-๒๐-๒๕๔๘-a๐๐๐๑.pdf>

^๔ http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/๒๕๖๔/E/๑๗๓/T_๐๐๐๑.PDF

การจำกัดเสรีภาพจากข้อกำหนดดังกล่าวเท่ากับเป็นการจำกัดเสรีภาพในการเสนอข่าวด้วยความจริงอย่างตรงไปตรงมา (คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, ๒๕๖๔) ซึ่งในยุคของสื่อดิจิทัลที่มีการเผยแพร่ข้อมูลที่รวดเร็ว ทำให้ความพยายามควบคุมสื่อของรัฐเป็นไปได้ยากกว่าเดิม

ปรากฏการณ์ Hate Speech หรือถ้อยคำสร้างความเกลียดชังทางการเมือง

ในปัจจุบัน ปรากฏการณ์ Hate Speech หรือถ้อยคำสร้างความเกลียดชังทางการเมืองค่อนข้างเป็นประเด็นที่รุนแรง ท่ามกลางกระแสร้อนทางการเมืองของไทยนั้น ต่างใช้วาจาสร้างความเกลียดชังต่อกัน ซึ่งการแสดงออกของ Hate Speech มาจากฐานความคิด ความเชื่อ ทศนคติของคนมากกว่าการเมืองเป็นแค่ตัวกระตุ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสังคมไทยเกิดการปะทะ ทะเลาะเบาะแว้งกันในสื่อดิจิทัลและโจมตีกันด้วยถ้อยคำหยาบคาย ดูถูก มีการตั้งฉายา มีการแชร์ลิงค์ข้อมูลที่บิดเบือนจากความเป็นจริงเพื่อทำลายความน่าเชื่อถือของอีกฝ่าย ถึงขนาดมีการข่มขู่ คุกคามว่าจะทำร้ายร่างกาย นอกจากนั้น สื่อวิทยุระดับท้องถิ่นเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในฐานะตัวจุดและขยายกระแสความขัดแย้งและความเกลียดชังให้กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางแต่เจาะกลุ่มมากขึ้น จึงสร้างผลกระทบด้านลบแก่สังคมที่แบ่งแยกขั้วทางการเมืองชัดเจนให้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ขณะเดียวกันยังพบอีกว่าในสื่อออนไลน์มีผู้นำเนื้อหาที่มีระดับความรุนแรงและลักษณะการสื่อสารความเกลียดชังไปเผยแพร่ในวงกว้าง ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่ควรตระหนักถึงการส่งเสริมและรณรงค์หรือการผลักดันการพัฒนาจริยธรรมวิชาชีพ สร้างกลไกการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้เพื่อตระหนักถึงจริยธรรมสื่อและความเข้าใจในประเด็นอ่อนไหวทางสังคม การให้ผู้ให้บริการที่เป็นตัวกลางออนไลน์ด้านเนื้อหาเข้ามามีส่วนร่วมในการสอดส่อง เปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถช่วยจับตามองความเป็นไปในเนื้อหา แจ้งความไม่เหมาะสมอย่างร้ายแรงอย่างจริงจัง

ทั้งนี้ระดับความรุนแรงของ Hate Speech ของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่าความแตกต่างของอุดมการณ์ทางการเมืองมีความรุนแรงสูงสุด แต่ยังไม่ถึงระดับการฆ่าหรือเป็นความรุนแรงทางร่างกายแต่ที่ปรากฏชัดเจน คือ การพยายามไม่ให้อยู่ร่วมกันในสังคม คนที่ต่างกันไม่ควรมีส่วนที่อยู่ใกล้หรืออยู่รวมในพื้นที่เดียวกัน โดย Hate Speech จะทำงานได้ดีหากมีการอุปโลกน์คนที่รักให้อยู่ทางฝั่งของตนเองโดยอีกฝั่งหนึ่งก็มีคนที่รักหรือเชิดชูในฐานะตัวบุคคลด้วย และเมื่อคนที่รักถูกดูหมิ่นเหยียดหยามก็จะเชื่อมโยงมายังกลุ่มที่ตนเองสังกัดอยู่ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า Hate Speech เป็นส่วนหนึ่งที่สร้างและขยายความขัดแย้งของคนในสังคม รวมถึงในกรณีของประเทศไทยที่ผ่านมาและปัจจุบัน Hate Speech ยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สื่อมีความไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก

ทั้งหมดนี้ อาจกล่าวได้ว่า สถานการณ์ทางการเมืองมีผลต่อการดำเนินงานของสื่อ อย่างไรก็ตาม สื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลการขึ้นสู่กระแสทางการเมือง เป็นกลุ่มคนสำคัญที่นำเสนอข่าวสาร ที่ส่งผลและมีอิทธิพลต่อทุกคน ทำให้คนจำนวนมากสามารถรับรู้เรื่องราวในแง่มุมที่หลากหลาย

ได้ในหลายรูปแบบ ทั้งวิทยุ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และโฆษณาต่างๆ ซึ่งเป็นเหมือนกับกระจกเงาที่สะท้อนทั้งภาพ เสียง และข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับไปสู่มวลชนนั่นเอง แน่นอนว่าถ้าประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารด้านใดด้านหนึ่งเข้าไป บทบาทของสื่อจึงมีความสำคัญมากที่จะสื่อสารให้ประชาชนเป็นอย่างมากอีกทั้งกองทุนฯ เองเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนประเด็นด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดังนั้นประเด็นเหล่านี้จึงอาจเป็นโอกาสของกองทุนฯเองในการการสร้างสังคมใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อลด “Hate speech”

จากสถานการณ์ด้านการเมือง พบว่า ทั้งความขัดแย้งทางการเมือง ความพยายามการควบคุมสื่อโดยรัฐบาล และปรากฏการณ์ Hate Speech หรือถ้อยคำสร้างความเกลียดชังทางการเมือง เป็นประเด็นที่เป็นความท้าทายต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการรณรงค์ส่งเสริมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเฉพาะประเด็นป้องกันสื่อที่การยั่วยุ ปลุกระดม ก่อความแตกแยกคนในสังคมหรือนำไปสู่แบ่งฝ่ายทางการเมือง หรือการส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเฉพาะความรู้ด้านสร้างความเกลียดชังผ่านสื่อ (Hate Speech)

ด้านเศรษฐกิจ

ตามหลักของบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นต้องปราศจากแรงกดดันจากระบบตลาดและการแทรกแซงจากภาครัฐ เพราะสื่อมวลชนเป็นกลไกขับเคลื่อนการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นอย่างมีเสรีภาพ เสมอภาค ของบุคคลในสังคมนั้นโดยแบบเสรีนิยม อย่างไรก็ตามปัจจัยการตลาดยังมีผลต่อการประกอบสร้างเนื้อหาผ่านสื่อมวลชน และสะท้อนสัดส่วนการกำหนดวาระของสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญกับทุนนิยมเป็นอุดมการณ์หลักในการสื่อสารสู่สังคม ปัจจัยทางการตลาดเป็นตัวควบคุมระบบการทำงานที่คิดเป็นตัวเลขเรตติ้ง (พิมพ์ สุนทรวีรยกุล, ๒๕๕๑) ซึ่งจากความเสรีของตลาดทำให้การแข่งขันด้านสื่อมีเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย

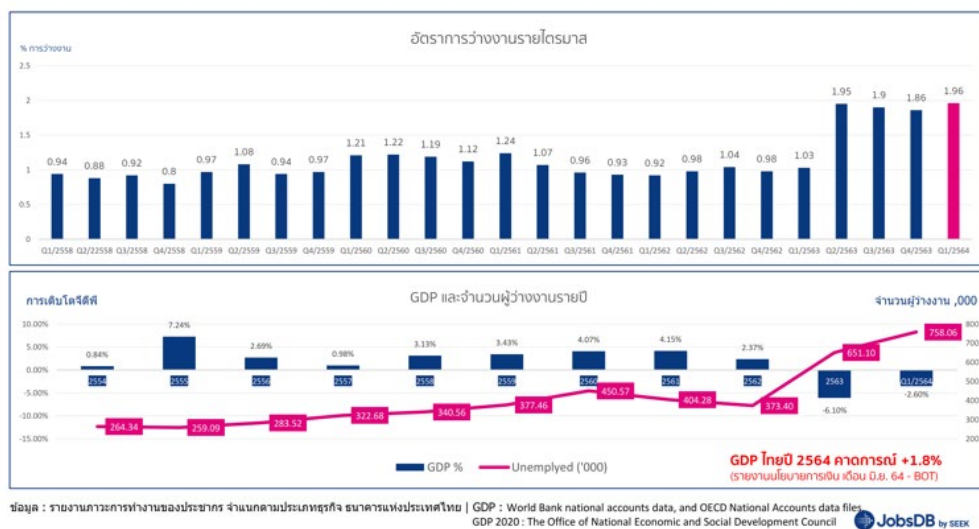
สถานการณ์ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

สถานการณ์ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) พบว่า ลดลงร้อยละ ๔.๒ ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับการลดลงร้อยละ ๖.๔ ในไตรมาสที่สาม โดยรวมทั้งปี ๒๕๖๓ เศรษฐกิจไทยปรับตัวลดลงร้อยละ ๖.๑ เทียบกับการขยายตัวร้อยละ ๒.๓ ในปี ๒๕๖๒ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในส่วนด้านการผลิตของสาขาข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารขยายตัวร้อยละ ๕.๗ ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ ๔.๕ ในไตรมาสที่ ๓/๒๕๖๓ เป็นผลมาจากกิจกรรมโทรคมนาคมขยายตัวร้อยละ ๘.๗ ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ ๗.๔ ในไตรมาสก่อนหน้า สอดคล้องกับผลประกอบการของผู้ให้บริการด้านการสื่อสาร ประกอบกับกิจกรรมการบริการสารสนเทศ และกิจกรรมการจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ขยายตัวร้อยละ ๙.๐ และร้อยละ ๒.๕ ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนได้ว่า

การดำเนินงานของภาคข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารมีการเติบโต แม้ว่าภาพรวมของประเทศจะประสบปัญหา ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสของทางกองทุนฯ

การจ้างงานในอุตสาหกรรมสื่อ/ด้าน IT

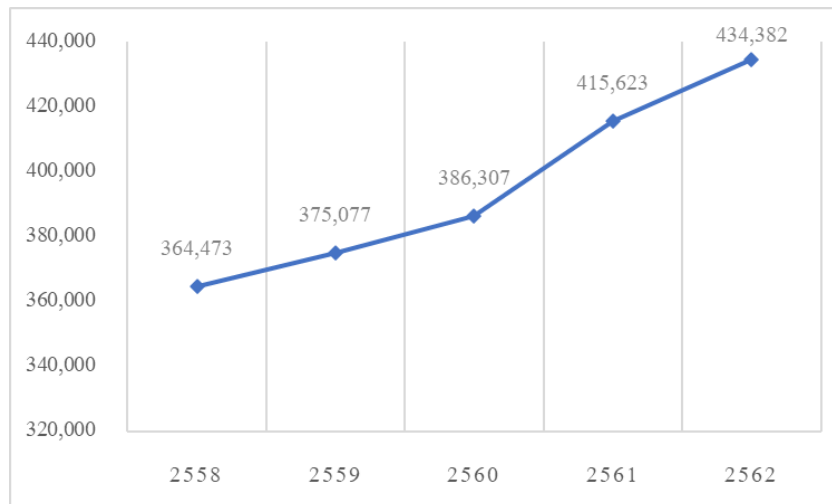
จากผลการสำรวจของ JobsDB (จ๊อบส์ ดีบี) (๒๕๖๔) ได้เปิดรายงานสถานการณ์ตลาดแรงงานไทยปี ๒๕๖๔ พร้อมคาดการณ์ปี ๒๕๖๕ พบว่าในไตรมาสที่ ๑ ของปี ๒๕๖๔ อัตราการว่างงานรายไตรมาสในประเทศไทยสูงสุดเมื่อเทียบกับ ๕ ปีย้อนหลัง และสูงที่สุดตั้งแต่เกิดวิกฤต COVID-๑๙ อยู่ที่ร้อยละ ๑.๙๖ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากที่ผ่านมามาก่อนเกิดการแพร่ระบาด และในปีที่แล้วอัตราการว่างงานในประเทศไทยอยู่ที่โดยเฉลี่ยร้อยละ ๑ ดังภาพที่ ๒๗ และพบว่าสายงานไอที เป็นที่ต้องการของตลาดกว่าร้อยละ ๑๔.๘ อีกทั้งยังไม่ได้รับผลกระทบจากโควิด



ภาพที่ ๒๗ แสดงอัตราการว่างงานในไตรมาสที่ ๑ ปี ๒๕๖๔

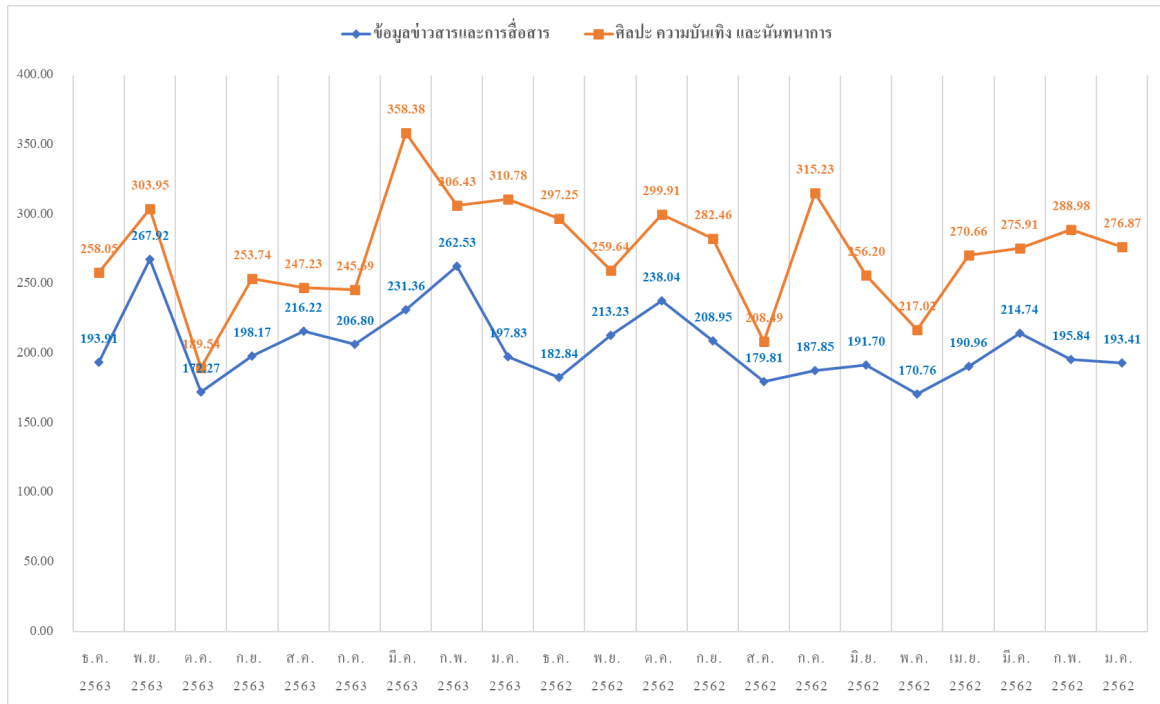
(ที่มา: JobsDB, ๒๕๖๔)

ทั้งนี้ยังพบว่าแนวโน้มด้านค่าตอบแทนในกลุ่มสายงานไอทีมีแนวโน้มที่ปรับสูงขึ้นในทุกปี แต่ละองค์กรมีการแข่งขันในการเพิ่มค่าตอบแทนและสวัสดิการต่างๆ เพื่อดึงดูดและเก็บรักษาบุคลากรเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นจากโครงสร้างเงินเดือนของบุคลากรในสายงานไอทีเริ่มตั้งแต่ระดับบัณฑิตจบใหม่ไปจนถึงระดับผู้บริหาร โดยเริ่มตั้งแต่ต้นที่ ๑๕,๐๐๐ ไปจนถึง ๖๕๐,๐๐๐ ต่อเดือน ขณะที่แรงงานด้านไอทีในประเทศไทยและทั่วโลกยังคงมีปัญหาขาดแคลน ในขณะที่ตลาดไอทีเติบโตสูง จากผลสำรวจการเติบโตของตลาดไอทีทั่วโลกของไอดีซี พบว่า ตั้งแต่ปี ๒๕๖๑-๒๕๖๕ ตลาดไอทีมีส่วนการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๒๕.๘ ขณะที่ภาพรวมเศรษฐกิจดิจิทัลในไทย ภายในปี ๒๕๖๕ คาดว่าจะเติบโตที่ ๖๑ ของจีดีพี ส่งผลให้อัตราการจ้างงานด้านไอทีเติบโตควบคู่ไปด้วย



แผนภูมิที่ ๗ แสดงจำนวนการจ้างงานด้านเทคโนโลยี
(ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๔)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการจ้างงานในแวดวงสื่อ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ ข้อมูลข่าวสารและผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิง ศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (๒๕๖๔) ได้มีการจัดเก็บข้อมูลภาวะการทำงานของประชากร ช่วง พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๓ พบว่า อัตราการจ้างงานเฉลี่ยของประชาชนที่ทำงานด้านข้อมูลข่าวสาร ประมาณ ๑๙๗,๓๘๐ คน/เดือน ซึ่งเมื่อเทียบกับอัตราส่วนผู้ที่มีงานทำเฉลี่ย (๓๗,๗๑๔,๙๑๐) เท่ากับ ๑: ๑๙๑ คน ส่วนอัตราการจ้างงานด้านวงการบันเทิง ศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ ประมาณ ๒๗๓,๘๐๐ คน/เดือน ซึ่งเมื่อเทียบกับอัตราส่วนผู้ที่มีงานทำเฉลี่ย (๓๗,๗๑๔,๙๑๐) เท่ากับ ๑: ๑๓๘ คน (ดังภาพที่ ๓๐)



แผนภูมิที่ ๘ แสดงอัตราการจ้างงานเฉลี่ยของประชาชนที่ทำงานด้านข้อมูลข่าวสารและด้านศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๓ (พันคน)
(ที่มา:สังเคราะห์จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๖๔)

นอกจากนั้นผลการสำรวจพบว่าในช่วง ๒ ปีที่ผ่านมาอัตราการจ้างงานไม่ได้มีความแตกต่างกันมาก อย่างไรก็ตาม ในช่วงการเกิดขึ้นของสื่อใหม่และด้านสถาการณ์ Covid-๑๙ ทำให้เกิดการเลิกจ้างพนักงานที่อยู่ในสื่อเก่าจำนวนหนึ่ง เช่น ช่วงปลายปี ๒๕๖๓ มีกระแสข่าวการลดพนักงานของสถานีโทรทัศน์ขนาดใหญ่กว่า ๓๐๐ คน หรือในช่วงกลางปี ๒๕๖๔ สำนักข่าวขนาดใหญ่ออกประกาศนโยบายการลาหยุดโดยไม่ได้รับค่าจ้างจำนวน ๓ เดือน ซึ่งสะท้อนการพยายามปรับขนาดองค์กรให้มีขนาดเล็กลงเพื่อความอยู่รอด

การแข่งขันในยุคดิจิทัล

จากข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจในระบบทุนนิยม ทำให้สื่อมวลชนต้องประสบปัญหาในเรื่องคู่แข่งในวงการวิชาชีพสื่อด้วยกันเอง เช่น สำนักข่าวจะทำหน้าที่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างต้องริบแย่งชิงพื้นที่สาธารณะในการนำเสนอข่าวเพื่อความรวดเร็วว่าสำนักข่าวอื่นๆ ตลอดจนเจ้าของโฆษณาที่ซื้อพื้นที่ในสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ก็ตาม ปัญหาที่ตามมาคือประชาชนจะไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงและรอบด้าน ทั้งนี้ในการนำเสนอพอสังเขปข้างต้นจะทำให้เห็นถึงพลังอำนาจของระบบทุนนิยมที่เข้ามามีครอบงำสื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นปัจจัยกดดันทางเศรษฐกิจส่งผลสัมพันธ์ต่อการสร้างสารของสื่อมวลชนที่สื่อสารสู่สังคม (เมตตา ดีเจริญ และ

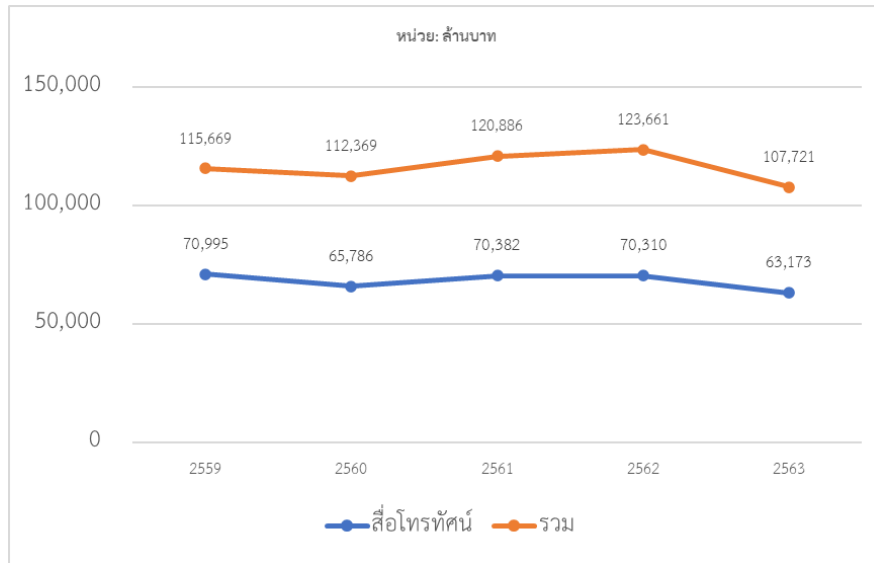
ประกอบเกียรติ อัมศิริ, ๒๕๕๗) และยิ่งสะท้อนมากขึ้นในยุคทีวีดิจิทัล ทำให้ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้การรายงานข่าวและรายการประเภทสนทนาเชิงข่าวของสถานีโทรทัศน์เริ่มละเลยจรรยาบรรณพื้มี ดังจะเห็นได้จากหลายๆ กรณีที่ผ่านมา การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ดังที่กล่าวมานั้น สื่อโทรทัศน์มักจะอ้างว่าต้องนำเสนอเพราะสังคมให้ความสนใจ แต่พฤติกรรมดังกล่าวผิดหลักจรรยาบรรณสื่อที่กำหนดในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพที่สมาชิวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยหลายข้อ ทั้งเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ไม่เป็นประโยชน์สาธารณะ และขาดความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ยังผิดกฎหมายที่ว่าด้วยสิทธิส่วนบุคคลอีกด้วย (ภาณุพงษ์ ทินกร และพรพรม ชมงาม, ๒๕๖๓) และในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ในปี ๒๕๖๓ ที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกอย่างรุนแรงตามภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้มูลค่าการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมลดลง โดยผลสำรวจทิศทางอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง ปี ๒๕๖๓-๒๕๖๗ ของ PwC พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกในปี ๒๕๖๓ ลดลงร้อยละ ๕.๖ ในขณะที่อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงในประเทศไทยก็ลดลง ๒% เช่นเดียวกับจากผลการศึกษาของ TV Digital Watch พบว่ารายได้ของทีวีดิจิทัล ๑๐ สถานีชั้นนำ ช่วง พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๓ มีรายได้ที่ลดลง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑ รายได้ของทีวีดิจิทัล ๑๐ องค์กรชั้นนำ (ล้านบาท)

ปี	รายได้เฉลี่ย (ล้านบาท)	สถานีประกอบการ									
		Workpoint	MONO	AMARIN	GMM๒๕	ONE๓๑	ทรูทีวี	TrueU	TNN๑๖	New ๑๘	PPTV
๒๕๕๙	๖๖๓.๓๘	๒,๑๘๗.๓๗	๑,๐๐๙.๓๙	๒,๒๙๒.๒๒	๖๙๙.๒๔	๕๐๗.๓๑	๕๖๖.๒๙	๗๒๖.๐๒	๓๙๕.๖๕	๘๔.๒๖	๒๓๒.๖๒
๒๕๖๐	๙๕๑.๖๐	๓,๖๑๓.๖๙	๑,๕๕๒.๓๔	๕,๒๕๕.๘๕	๘๕๔.๖๖	๕๖๗.๖๔	๗๔๐.๓๗	๗๙๔.๓๙	๓๙๕.๖๔	๑๒๔.๓๐	๓๐๗.๑๖
๒๕๖๑	๑,๑๓๗.๑๙	๓,๐๒๘.๐๒	๑,๙๐๓.๓๗	๙๖๔.๖๖	๘๕๘.๐๓	๒,๐๓๓.๑๑	๑,๐๙๙.๓๖	๘๓๑.๑๑	๔๔๐.๕๙	๑๑๗.๖๓	๔๙๕.๒๖
๒๕๖๒	๑,๐๙๓.๙๒	๒,๓๓๒.๕๕	๑,๓๕๔.๔๖	๑,๐๘๙	๘๒๓.๐๓	๒,๖๘๓.๕๓	๑,๓๗๖.๑๐	๕๙๑.๕๒	๔๘๔.๑๐	๑๒๗.๒๐	๗๐๙.๙๙
๒๕๖๓	๑,๐๔๒.๒๖	๑,๓๗๖.๕๕	๑,๑๘๑.๑๐	๑,๔๘๘	๘๑๙.๕๒	๓,๐๐๑.๖๕	๑,๕๑๕.๐๗	๕๕๔.๒๔	๗๐๘.๘๒	๑๙๗.๑๔	๖๖๘.๖๕

(ที่มา : TV Digital Watch, ๒๕๖๔)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจาก Nielsen Advertising Information Service, DAA (ประเทศไทย) (๒๕๖๔) พบว่า ภาพรวมมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์ไตรมาสแรกในปี ๒๕๖๓ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑ เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยสื่อโทรทัศน์คงยังเป็นสื่อหลักที่มีสัดส่วนการใช้เงินโฆษณา มากที่สุดคือ ร้อยละ ๕๗ แต่ก็อยู่ในสถานะเติบโตคงที่ ดังภาพต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๙ แสดงมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์ย้อนหลัง ๕ ปี (พ.ศ.๒๕๕๙- พ.ศ.๒๕๖๓)
(ที่มา: สัณเคราะห์จาก Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)

อย่างไรก็ดี คาดการณ์ว่าในปีนี้จะสามารถฟื้นตัวได้จากการที่ธุรกิจต่างๆ และผู้บริโภคเองสามารถปรับตัว ปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมถึงภาพรวมความเชื่อมั่นที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น หลังหลายประเทศเริ่มมีการแจกจ่ายและฉีดวัคซีนให้กับประชาชน ซึ่งทั้งหมดน่าจะทำให้ผู้คนเริ่มกลับมาใช้จ่ายและภาคธุรกิจกลับมาลงทุนได้ในที่สุด แต่เหนือสิ่งอื่นใด การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ครั้งนี้ยังนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของรูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อและบันเทิงให้ก้าวเข้าสู่โลกแห่งความปกติใหม่อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนี้เองทำให้ผู้ประกอบการสื่อและบันเทิงต้องมีการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต ซึ่งธุรกิจที่ปรับตัวได้เร็วจะสามารถยืนอยู่ได้ในโลกยุคดิจิทัล ดังนั้น สิ่งที่ผู้นำธุรกิจต้องมีในเวลานี้คือ Sense of urgency และจัดลำดับความสำคัญว่าจะต้องทำอะไรก่อนหรือหลังเพื่อความอยู่รอดและยั่งยืนในระยะยาว พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ฉะนั้นต้องพร้อมที่จะแสวงหาและทดลองวิธีใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต

จากสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ทั้งสถานการณ์ต่างๆ ทั้งรายได้ของทีวีดิจิทัลที่ยังสูงอย่างต่อเนื่อง และมูลค่าตลาดโฆษณาของสื่อโทรทัศน์ยังเป็นอันดับหนึ่ง เป็นโอกาสในการเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมของกองทุนฯ ที่จะให้ความสำคัญในการเผยแพร่สื่อทางโทรทัศน์ที่เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ในขณะที่แม้การจ้างงานด้าน IT ซึ่งเกี่ยวกับสื่อใหม่รายได้จะเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่เข้ามาและการแข่งขันที่สูงทำให้การจ้างงานคนด้านข้อมูลข่าวสารลดลง ฉะนั้นทางกองทุนจะต้องให้

ความสำคัญในการส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการวางแผนการผลิตสื่อหรือทักษะการผลิตสื่อต่างๆ

ด้านสังคม

ในยุคที่สื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประชาชนทั่วไป เป็นทั้งสังคมเทคโนโลยีเป็นสื่อบนพื้นที่สาธารณะหรือเป็นพื้นที่ส่วนตัว เทคโนโลยีการสื่อสารที่กำลังผสมผสานกันอย่างรวดเร็วเพื่อก้าวไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อลักษณะของสังคมอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสถานการณ์ทางสังคมเองก็ส่งผลกระทบกับสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนี้

สังคมผู้สูงอายุ

สภาพสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุในระดับ “สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์” ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ (UNWPP, ๒๐๑๕) กล่าวคือ ภาวะเจริญพันธุ์โดยรวมของคนไทยได้ลดลงมาจนถึงจุดที่ต่ำกว่าระดับทดแทนแล้ว ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้โครงสร้างอายุของประชากรเปลี่ยนไปจากที่เคยเป็นประชากรเยาว์วัยเมื่อ ๔๐-๕๐ ปีที่ผ่านมา กลายเป็นประชากรสูงวัยในปัจจุบัน อันเป็นจุดเปลี่ยนทางประชากรครั้งสำคัญอีกจุดหนึ่งในสังคมไทย ดังตารางต่อไปนี้

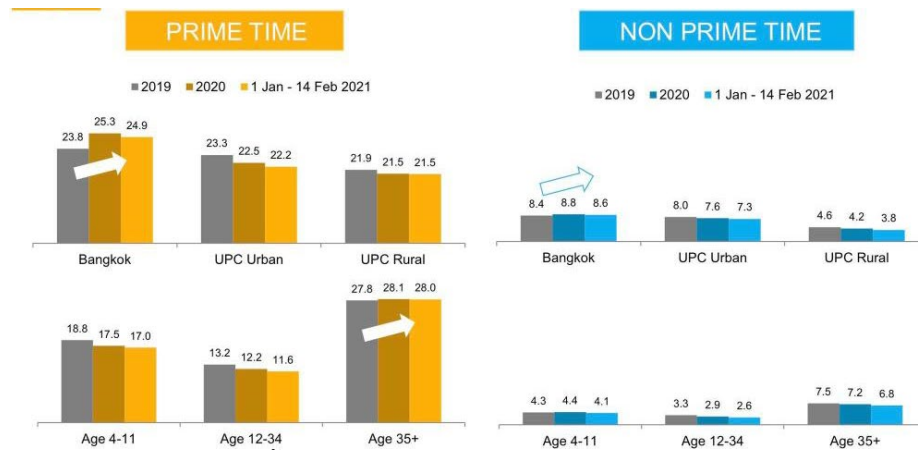
ตารางที่ ๒ สถิติจำนวนผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ (วัยสูงอายุ (๖๐ ปีขึ้นไป)) หน่วย : คน

เพศ	ปี พ.ศ.				
	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓
ชาย	๔,๓๔๐,๑๓๗	๔,๕๒๔,๐๒๑	๔,๗๑๕,๕๙๘	๔,๙๒๐,๒๙๗	๕,๑๓๒,๙๐๑
หญิง	๕,๔๖๑,๙๔๓	๕,๗๐๑,๓๐๑	๕,๙๕๑,๒๐๕	๖,๒๑๕,๗๖๒	๖,๕๐๐,๒๘๗
รวม	๙,๘๐๒,๐๘๐	๑๐,๒๒๕,๓๒๒	๑๐,๖๖๖,๘๐๓	๑๑,๑๓๖,๐๕๙	๑๑,๖๓๓,๑๘๘

(ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ : สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ, ๒๕๖๔)

ทั้งนี้สำหรับการปรับตัวของสื่อกับผู้สูงอายุในภาพรวมนั้น พบว่า ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนจำนวนประชากรของผู้สูงอายุ จนเกิดการตั้งคำถามที่ว่า “คนแก่หายไปไหนในการสื่อสาร” ทั้งนี้เมื่อการพิจารณาพฤติกรรมการใช้สื่อผู้สูงอายุนั้นมีในแง่ของการใช้สื่อยังพบอีกว่าความต้องการและการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์สำหรับผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ใช้เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเบิกบานใจ สุข และคลายเหงา และเพื่อนำเนื้อหาไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง ส่วนสื่อเข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ ในขณะที่สื่อวิทยุ

หนังสือพิมพ์ นิตยสารภาพยนตร์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นสื่อเก่า (ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์ และญาติณี เคารพธรรม, ๒๕๖๐) ซึ่งผลการสำรวจ Nielsen Advertising Information Service, DAA (ประเทศไทย) (๒๕๖๔) พบว่า สถานการณ์โควิด-๑๙ ตลอดปี ๒๕๖๓ ได้ปลูกทำให้คนหันมาดูทีวีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มอายุ ๓๕ ปี และช่วงอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๒๘ แสดงจำนวนเรตติ้งในช่วง Prime time และ Non prime time จำแนกตามช่วงอายุ (ที่มา: Nielsen Advertising Information Service, ๒๕๖๔)

สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้สูงอายุในประเทศไทย

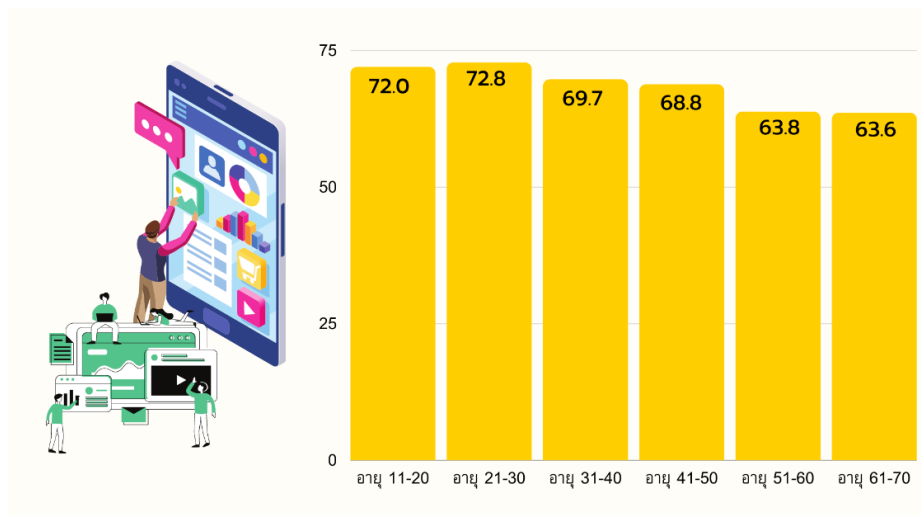
ในปัจจุบัน ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” (ตามนิยามของธนาคารโลก คือ มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ ๑๐ ของประชากรทั้งหมด) และจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้สูงอายุจำนวนมากยังต้องทำงานหารายได้ เนื่องจากไม่มีบุตรหลานเลี้ยงดูเป็นที่พึ่ง และไม่มีเงินออมพอที่จะใช้ดำรงชีวิตในวัยชรา โดยจากสรุปผลที่สำคัญของรายงานการทำงานของ ผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๗ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (๒๕๕๘) พบว่า ในปี ๒๕๕๗ มีผู้สูงอายุที่ทำงาน ๓.๘๔ ล้านคน จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น ๑๐.๐๕ ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ ๓๘.๒ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๗ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผู้ปฏิบัติงานที่มีฝีมือในด้านการเกษตรและ ประมง ในปี ๒๕๕๗ มีผู้สูงอายุที่ได้รับบาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงาน ร้อยละ ๑๘.๒ ของผู้สูงอายุ ที่ทำงานทั้งหมด ซึ่งสังเกตได้ว่าจำนวนของผู้สูงอายุที่ทำงานมีจำนวนสูงขึ้น โดยเฉพาะในปี ๒๕๖๓

ตารางที่ ๓ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุที่ทำงาน จำแนกตามเพศ และภาค พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๓

ภาค	๒๕๖๑			๒๕๖๒			๒๕๖๓		
	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
ทั่วราชอาณาจักร	๔,๓๖๑,๓๓๑	๒,๕๕๗,๓๕๔	๑,๘๐๓,๙๗๗	๔,๒๓๕,๖๘๐	๒,๔๖๙,๘๖๖	๑,๗๖๕,๘๑๔	๔,๓๐๔,๕๓๗	๒,๖๘๓,๓๒๒	๑,๖๒๑,๒๑๕
กรุงเทพมหานคร	๒๖๑,๕๖๗	๑๔๘,๕๕๒	๑๑๓,๐๑๕	๒๕๑,๖๑๕	๑๓๙,๐๕๐	๑๑๒,๕๖๕	๒๘๑,๒๘๓	๑๕๕,๙๓๗	๑๒๖,๕๓๖
ภาคกลาง	๙๕๙,๙๔๖	๕๕๗,๑๖๑	๔๐๒,๗๘๕	๙๗๗,๖๓๘	๕๕๗,๓๑๙	๔๒๐,๓๑๙	๑,๐๖๖,๑๒๙	๕๘๕,๑๗๖	๔๘๐,๙๕๓
ภาคเหนือ	๙๙๘,๙๕๒	๕๘๕,๕๖๗	๔๑๓,๕๗๕	๑,๐๑๒,๙๕๘	๕๘๖,๓๗๗	๔๒๖,๕๘๑	๑,๑๒๘,๓๐๗	๖๓๘,๒๐๙	๔๙๐,๐๙๘
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	๑,๕๘๖,๙๔๓	๘๓๙,๙๔๖	๖๔๖,๙๔๗	๑,๕๖๑,๖๕๒	๘๘๗,๐๕๑	๕๗๔,๖๐๑	๑,๖๑๘,๙๕๒	๘๖๓,๔๖๗	๖๕๕,๔๘๕
ภาคใต้	๕๕๕,๕๓๓	๓๒๖,๑๗๘	๒๒๘,๓๕๕	๕๓๑,๘๐๗	๓๑๐,๐๖๙	๒๒๑,๗๓๘	๖๑๐,๐๐๖	๓๕๒,๑๓๓	๒๖๗,๘๗๓

(ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๔)

และผลการสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๔ (๒๕๖๔) พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุ ๖๑-๗๐ ปี มีคะแนนน้อยที่สุดร้อยละ ๖๓.๖ รองลงมาคือ กลุ่มอายุ ๕๑-๖๐ ปี ร้อยละ ๖๓.๘ ซึ่งมีคะแนนอยู่เพียงระดับพื้นฐานเท่านั้น (ร้อยละ ๕๐ ถึง ๖๕) ในขณะที่กลุ่มประชาชนกลุ่มช่วงอายุ ๒๑-๓๐ ปี มีคะแนนมากที่สุดร้อยละ ๗๒.๘ ดังภาพต่อไปนี ยิ่งสูงอายุ/ยิ่งรู้เท่าทันน้อย



ภาพที่ ๒๙ แสดงผลการสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย

ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ๒๕๖๔ จำแนกตามช่วงอายุ

(ที่มา: สังเคราะห์จากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และคณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล ๒๕๖๔)

นอกจากยังประสบปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านสุขภาพ ซึ่งจากรายงานปิดช่องว่างการเข้าถึงบริการทางสุขภาพของผู้สูงอายุ: ความเป็นธรรมทางสุขภาพและความครอบคลุมทางสังคมในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๙ (๒๕๖๐) โดยธนาคารโลกระบุว่า แม้ว่าประชาชนจะได้รับสิทธิประโยชน์จากระบบประกันสุขภาพ แต่ยังมีช่องว่างในการเข้าถึงและใช้บริการทางสุขภาพจากค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการรักษา เช่น การขาดผู้ดูแลและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังสถานพยาบาล โดยเฉพาะผู้สูงอายุยากจนและผู้สูงอายุวัยปลาย (๘๐ ปีขึ้นไป) ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทโดยเฉพาะ รวมถึงการเข้าถึงสื่อต่างๆ อย่างเท่าเทียมกับประชากรกลุ่มอื่นๆ

สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้พิการในประเทศไทย

จากรายงานของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พบว่า สถานการณ์คนพิการในประเทศไทย (๒๕๖๓) นั้น จำนวนคนพิการในประเทศไทย มีจำนวนทั้งหมด ๒,๐๗๖,๓๑๓ คน แบ่งเป็น เพศหญิง ๙๙๒,๗๕๗ คน เพศชาย ๑,๐๘๓,๕๕๖ คน เมื่อพิจารณาไปถึงประเภทของความพิการนั้น เมื่อเรียงลำดับใน ๓ อันดับแรกของความพิการ จะพบว่า อันดับที่ ๑ ร้อยละ ๔๙.๗๓ เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย อันดับที่ ๒ ร้อยละ ๑๘.๘๗ เป็นผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย และอันดับที่ ๓ ร้อยละ ๙.๒๐ เป็นผู้พิการทางการเห็น หากวิเคราะห์ในช่วงอายุ จะพบว่า ผู้พิการที่มีอายุตั้งแต่ ๖๐ ปีขึ้นไป มีจำนวน ๑,๑๓๗,๘๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๘๐ ของจำนวนคนพิการทั้งหมด และผู้พิการที่อยู่ในวัยทำงาน อายุระหว่าง ๑๕ - ๕๙ ปี มีจำนวน ๘๕๗,๐๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๒๘ ของจำนวนคนพิการทั้งหมด ในส่วนของระดับการศึกษา ผู้พิการจำนวนร้อยละ ๘๑.๘๔ ของจำนวนคนพิการทั้งหมด ได้รับการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษา ท้ายที่สุดคือการประกอบอาชีพ มีผู้พิการในวัยทำงานที่ประกอบอาชีพ จำนวน ๒๑๒,๓๘๒ คน หรือร้อยละ ๒๔.๗๘ ของจำนวนคนพิการวัยทำงานทั้งหมด ทั้งนี้สำหรับการจ้างงานของคนพิการมีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

ตารางที่ ๔ เปรียบเทียบการจ้างงานคนทั่วไปและคนพิการ

ปี	จ้างงานคนทั่วไป	จ้างงานคนพิการ		รวม	อัตราส่วนคนทั่วไป:คนพิการ
		ม.๓๓	สัมปทาน ๓๕		
๒๕๖๒	๓,๗๕๐,๐๐๐	๓๙,๙๘๔	๑๓,๑๖๙	๕๓,๑๕๓	๗๐.๕๕:๑
๒๕๖๓	๓,๗๘๑,๐๐๐	๔๐,๕๑๙	๑๔,๐๒๘	๕๔,๕๔๗	๖๙.๓๑:๑

(ที่มา : กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

(๒๕๖๔). และสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๔)

อย่างไรก็ตามมีผู้พิการที่อยู่ในวัยทำงานหรือผู้พิการที่มีอายุ ๑๕-๕๙ ปี ไม่ถึงครึ่งของผู้พิการทั้งหมด มีอยู่ราว ๘.๕๗ แสนคน แต่เป็นผู้พิการวัยทำงานที่ประกอบอาชีพ ๒.๑๒ แสนคนเท่านั้น ประกอบด้วย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๓๐ แสดงจำนวนผู้พิการที่อยู่ในวัยทำงาน

(ที่มา: รายงานผลการสำรวจของรายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย พ.ศ.๒๕๖๓, ๒๕๖๔)

ด้านสาธารณสุข พบว่า คนพิการที่มีอายุตั้งแต่อายุ ๗ ปี ขึ้นไปมีความลำบากในการดูแลตนเองหรือปัญหาสุขภาพ ส่วนใหญ่อยู่กับผู้ดูแล และส่วนหนึ่งไม่มีผู้ดูแล เป็นคนพิการรุนแรงจำนวน ๒๓๙,๗๘๒ คน คนพิการและครอบครัวต้องการการช่วยเหลือจากรัฐ โดยต้องการเงินสนับสนุน ต้องการให้พยาบาลมาเยี่ยมบ้าน ต้องรายได้และพาหนะเวลาจำเป็น ซึ่งคนพิการสามารถเข้าถึงสิทธิตามระบบหลักประกันคุณภาพ จำนวน ๕๕๗,๓๔๕ คน โดยสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย ครอบคลุมทุกประเภทความพิการ และทุกพื้นที่ โดยผ่านหน่วยบริการปฐมภูมิ ได้แก่ สถานีอนามัย ศูนย์สุขภาพชุมชน หน่วยทุติยภูมิ ได้แก่โรงพยาบาลชุมชน โรงพยาบาลทั่วไป และหน่วยตติยภูมิ ได้แก่โรงพยาบาลศูนย์ และเป็นหน่วยที่เหนือขึ้นไป

ด้านการศึกษา พบว่า คนพิการที่ได้รับสิทธิด้านการศึกษา ตาม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ๒๕๔๒ และพระราชบัญญัติการศึกษาสำหรับคนพิการรวม จำนวน ๒๗๖,๑๒๙ คน จากรายงานผลการสำรวจของรายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย พ.ศ.๒๕๖๓ พบว่า จากจำนวน ๒ ล้านคน กว่า ๑.๕ ล้านคน เป็นผู้พิการที่ได้รับการศึกษา แต่ในจำนวนนั้นก็มีสัดส่วนกว่าร้อยละ ๖๑.๗๐ ของจำนวนคนพิการทั้งหมด หรือราว ๑.๒๘ ล้านคนนั้น ที่จบการศึกษาในชั้น

ประถมศึกษาเท่านั้น ขณะเดียวกันมีผู้พิการที่ไม่ได้รับการศึกษาอีก ๖.๐๔ หมื่นคน โดยเป็นผู้พิการที่มีอายุถึงเกณฑ์แต่ไม่ได้รับการศึกษาราว ๓.๗๘ หมื่นคน เป็นผู้พิการที่ไม่ได้รับการศึกษา ๑.๘๖ ล้านคน และอายุยังไม่ถึงเกณฑ์ ๓.๙ พันคน

ด้านสื่อเทคโนโลยีสำหรับคนพิการ พบว่า คนพิการได้รับรู้ เรียนรู้ ดำรงเรียน ข้อมูลข่าวสาร ในหลายรูปแบบ ซึ่งขณะนี้ได้ดำเนินการผลิตและกระจายสื่อไปยังสถานศึกษาต่างๆ อย่างทั่วถึงตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ซึ่ง กระทรวงศึกษาธิการโดยศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา (ศท.) และ ส่วนส่งเสริมการผลิตสื่อการศึกษาเพื่อคนพิการ (สสพ.) ดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อการศึกษา เพื่อเสริมการเรียนรู้ การสอน ทั้งการศึกษาในระบบและนอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สำหรับคนพิการทุกประเภทอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ ทั้งนี้ สื่อการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ อาทิ เช่น การนำโปรแกรม Speech Viewer มาใช้ เพื่อช่วยในการฝึกออกเสียงและฝึกพูด การจัดอุปกรณ์สัญญาณเสียง การพัฒนาโปรแกรมช่วยสื่อสารด้วยภาษาไทย การพัฒนามัลติมีเดีย ภาษามือไทย และการพัฒนาหนังสือเสียง เป็นต้น

ด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร พบว่า คนพิการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร จากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ วิทยุ โทรศัพท์มือถือ หนังสือพิมพ์รายวันและอินเทอร์เน็ตตามลำดับ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่คนพิการได้รับมีอยู่ ๒ ระดับ คือข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ ส่วนใหญ่เป็นคนพิการที่ได้รับการศึกษา เพราะข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ จะอยู่ในเว็บไซต์ต่างๆ และข้อมูลจากการจัดกิจกรรมให้ความรู้ อีกส่วนคือ ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเป็นข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารผ่านช่องทางสาธารณะ เป็นเรื่องต่างๆ ที่คนพิการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรรู้ เช่น บริการต่างๆ สำหรับคนพิการ ข่าวสารเกี่ยวกับคนพิการ กิจกรรมของกลุ่มคนพิการต่างๆ ซึ่งข่าวสารในส่วนนี้ ยังไม่เพียงพอในการสร้างความรู้ความเข้าใจในการเข้าถึงสิทธิของคนพิการอย่างแท้จริง ทั้งนี้ทางสำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) ได้มีการส่งเสริมให้เกิดการให้บริการโทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์โดยตรง ได้บังคับให้มีบริการโทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ ซึ่งในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) ทำให้การให้บริการต่างๆ สามารถแทรกอยู่ภายใต้ระบบดิจิทัล อีกทั้งภาพ ตัวอักษร และเสียงมีคุณภาพที่ดีขึ้น รวมถึงคุณภาพสัญญาณที่ทำให้สามารถส่งต่อข้อมูลภาพและเสียงได้ทันที แต่อย่างไรก็ตามพบว่ายังพบข้อติดขัดในการจัดบริการเนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการจัดทำค่อนข้างสูง ซึ่งส่งผลให้การจัดทำบริการข้างต้นยังไม่แพร่กระจายได้อย่างครอบคลุมมากนัก

จากสถานการณ์ด้านสังคม พบว่า สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้สูงอายุและสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้พิการในประเทศไทย พบว่าผู้สูงอายุมีอัตราการทำงานที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้พิการยังไม่สามารถเข้าถึงการบริการภาครัฐได้เท่าเทียมกับคนปกติ ฉะนั้นกองทุนมีโอกาสใหม่ๆ โดยควรที่จะให้ความสำคัญกับสังคมผู้สูงอายุอย่างมาก มีการผลิตสื่อที่สามารถทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้มากขึ้น

เนื่องจากจำนวนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและยังมีพฤติกรรมที่เข้าถึงและรับสื่ออย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการผลิตสื่อที่สร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ หรือส่งเสริมกิจกรรมร่วมกันระหว่างเยาวชนและผู้สูงอายุในชุมชนเน้นให้ร่วมกันตรวจสอบข้อมูลก่อนตัดสินใจ เพื่อป้องกันการหลงเชื่อการถูกหลอกลวงจากสื่อสำหรับคนพิการมีโอกาสถูกจ้างงานน้อยกว่าคนปกติถึง ๗๐ เท่า ซึ่งสะท้อนถึงความเหลื่อมล้ำในการจ้างงาน การศึกษา และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร อันจะสะท้อนถึงรายได้ต่างๆ ทั้งนี้ย่อมส่งผลต่อการใช้ชีวิตที่ปัจจุบันต้องใช้เครื่องมือเทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ หากไม่มีรายได้ย่อมส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อต่างๆ ซึ่งทางกองทุนฯ จะต้องพิจารณาการผลิตสื่อและช่องทางในการเข้าถึงสื่อของผู้พิการตลอดจนคำนึงถึงการผลิตสื่อที่มีบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description หรือ AD) บริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption หรือ CC) และบริการล่ามภาษามือ (Sign Language หรือ SL) เพื่อให้สื่อต่างๆ เหล่านี้เข้าถึงผู้พิการได้

ด้านการศึกษา

สถานการณ์การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญคือการพัฒนาเยาวชนให้กลายเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพและเป็นผู้นำที่จะพาประเทศไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจในระยะยาว เนื่องจากการเผชิญหน้ากับสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้วัยแรงงานต้องทำงานหนักมากขึ้น ทำงานที่มีทักษะมากขึ้น สร้างผลผลิตต่อชั่วโมงได้สูงขึ้น เพื่รองรับจำนวน (เด็กและผู้สูงอายุ) ที่มีมากขึ้น ดังนั้น เด็กและเยาวชนในยุคนี้จึงจำเป็นที่จะต้องเติบโตมามีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่ดีและจำเป็น รวมถึงต้องเหมาะสมต่อสังคมในศตวรรษที่ ๒๑ และอนาคตต่อไปด้วย ซึ่งจำนวนของเด็กและเยาวชนไทยอายุ ๐ – ๑๘ ปี ซึ่งเป็นประชากรประมาณ ๑๔.๑๓ ล้านคน หรือคิดเป็น ๒๑% ของประชากรทั้งหมด พบว่า ปัญหาและความท้าทายของสังคมไทย (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, ๒๕๖๐) ได้แก่

"สภาพทางเศรษฐกิจ" พบว่า คราวเรือนไทยมีความอบอุ่นลดลง ครอบครัวแหว่งกลางจากการที่พ่อและแม่ต้องออกไปทำงานในเมือง หนี้สินครัวเรือนสูงขึ้น ผู้สูงอายุยังพึ่งพิงเงินจากลูกหลานมากกว่าเงินออม

"ด้านการศึกษา" เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่า อัตราการเข้าเรียนในระดับประถมศึกษาของเด็กไทยค่อนข้างต่ำ แต่อัตราการเรียนต่อระดับอุดมศึกษากลับสูง ขาดแคลนแรงงานทักษะระดับอาชีวศึกษาความสามารถทางด้านวิชาการและกระบวนการคิดอยู่ในระดับต่ำ และยังพบความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาที่เป็นผลพวงจากเศรษฐกิจในระดับครอบครัวอีกด้วย

"ด้านสุขภาพ" พบว่า สุขภาพของคนไทยดีขึ้น ระบบสาธารณสุขของประเทศดีขึ้นมาก แต่พบปัญหาจากพฤติกรรมและพันธุกรรมเพิ่มขึ้น เช่น อุบัติเหตุบนท้องถนน มีแนวโน้มความพยายามในการการฆ่าตัวตายเพิ่มสูงขึ้น ปัญหาคุณแม่วัยใสและยาเสพติด

"ด้านโอกาสและความเสี่ยง" คนไทยใช้เวลาในโลกดิจิทัลมากขึ้น เทคโนโลยีทางการแพทย์จะดีขึ้น รวมถึงคนไทยมีความใส่ใจสุขภาพ และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เด็กรุ่นใหม่ในครอบครัวที่มีฐานะดีจะมีชีวิตที่ดี เกษตรกรรุ่นเดิมสามารถรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ มีที่ดินทำกินอย่างเพียงพอ แต่ก็พบปัญหาและความเสี่ยงอันเกิดจากโอกาสที่เกิดขึ้นเช่นกัน

ดังนั้นการลงทุนในการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพสำหรับวัยรุ่นและเยาวชน จึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนที่จะช่วยขับเคลื่อนประเทศให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตต่อไป อย่างไรก็ตามด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้รูปแบบการเรียนรู้สำหรับคนรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไปแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะการเรียนรู้รูปแบบออนไลน์ ถือว่าเป็นโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมทักษะของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะ Platform ออนไลน์ ที่มีความนิยม มีตัวอย่างที่เป็นที่ประสบความสำเร็จ มีการใช้โดยแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ มีโอกาสสูงที่คนรุ่นใหม่จะเข้าถึงได้ และมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการเรียนรู้ในอนาคตอันใกล้ ได้แก่ สื่อวิดีโอ (Youtube) เกมคอมพิวเตอร์ (Games) สื่อสังคม (Social Media) สื่อทางเสียง (Audiobooks and Podcasts) เป็นต้น (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, ๒๕๖๐)

รวมถึงการเรียนรู้ผ่าน E-Learning ด้วยคลิปสั้น ๆ ที่เรียกว่า Nanolearning คือทางเลือกสำหรับการเรียนรู้แบบขนาดพอดีคำ เป็นการให้ความรู้แก่นักเรียนในปริมาณที่น้อยลง ในช่วงเวลาสั้น ๆ จะเห็นได้ว่าสื่อในลักษณะ สื่อคลิป สื่อออนไลน์ สื่อเกมมีส่วนช่วยในการกระตุ้นพัฒนาการเรียนรู้ของเด็ก แต่อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์โควิด-๑๙ ที่เด็กและวัยรุ่นต้องใช้ชีวิตในบ้านและมีโอกาสใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น จนอาจทำให้เกิดผลเสียทั้งสุขภาพกายและจิตใจ ที่สำคัญคืออาจจะส่งผลต่อการเรียนรู้ในระยะยาว ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะการใช้สื่อออนไลน์ในเด็กและวัยรุ่น ดังนี้

๑. ไม่สนับสนุนการแจก tablet ให้แก่เด็กทุกคนเพื่อใช้ในการเรียนการสอน โดยที่ระบบสนับสนุนยังไม่พร้อม

๒. การเรียนการสอน online สำหรับเด็กนักเรียนทั้งหมด ไม่สามารถทดแทนการสอนตามปกติ แต่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์พิเศษชั่วคราวได้ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความพร้อมของเด็กแต่ละวัย พ่อแม่ ความสามารถของครู และบริบทที่แตกต่างกัน

๓. ไม่แนะนำการเรียนการสอนโดยใช้สื่อ online ในเด็กอนุบาล โดยขาดปฏิสัมพันธ์กับผู้สอน(พ่อแม่ครู)

๔. การปล่อยให้เด็กและวัยรุ่นอยู่กับสื่อออนไลน์ นานกว่าที่กำหนดไว้ (๑ ชม. ในเด็กเล็ก ๒ ชม. ในเด็กโต) อาจทำให้เกิดผลเสียทั้งสุขภาพกาย จิตใจและส่งผลต่อการเรียนรู้ระยะยาว (ราชวิทยาลัยกุมารแพทย์แห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔)

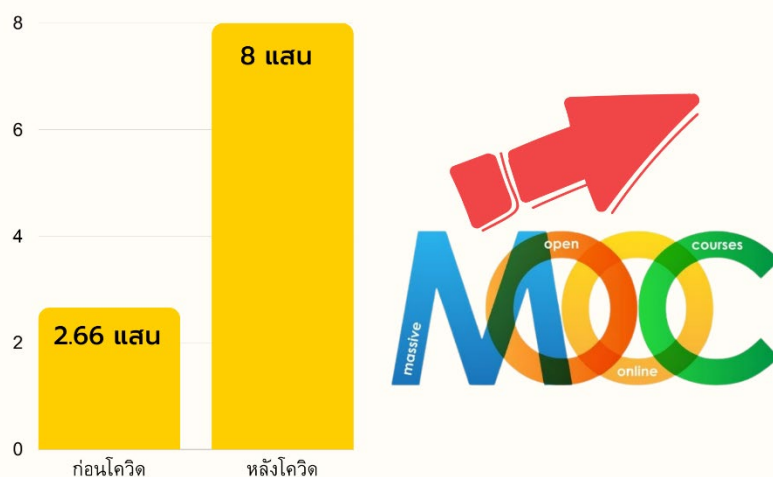
กล่าวได้ว่าการเรียนรู้ของสื่อแต่ละชนิดที่นำมาปรับใช้ ควรคำนึงถึงการเลือกสื่อให้เหมาะสมกับความต้องการและบริบท รวมทั้งเตรียมความพร้อมเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากสื่อการเรียนรู้

อย่างเต็มที่ เช่น การส่งเสริมสื่อวีดิทัศน์ การส่งเสริมการใช้เกมคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนรู้โดยส่งเสริมการคิดอย่างเป็นระบบและการคิดเชิงคำนวณโดยใช้เกม หรือใช้เทคโนโลยีของเกมอย่าง AR VR ในการส่งเสริมการเรียนรู้ ที่ควรมีการเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเด็กและเยาวชน

การเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่

จากสภาพเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันในยุคของข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีเป็นส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบการศึกษา ตลาดแรงงาน อาชีพใหม่เกิดขึ้น อาชีพเก่าบางอาชีพจะลดความสำคัญลง ปริมาณความรู้มีอัตราการเติบโตสูง ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่ชัดเจนเกี่ยวกับความจำเป็นของกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งรูปแบบการเรียนรู้แบบเก่าอาจไม่สามารถรองรับการสร้างอาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ตลอดชีวิตได้อีกต่อไป ผู้ประกอบอาชีพต้องปรับตัวและพร้อมเรียนรู้ใหม่อยู่เสมอ อุตสาหกรรมต้องพัฒนาทักษะของลูกจ้างให้เหมาะสม รูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับยุคข้อมูลข่าวสารคือ รูปแบบที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ซึ่งมวลชนหมู่มากสามารถเรียนรู้ได้แต่ต้องเรียนรู้ที่เหมาะสมกับความสนใจและความสามารถของแต่ละบุคคลด้วย ทำให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ อาทิ หลักสูตรออนไลน์แบบเปิดสำหรับมวลชน (MOOCs) หรือช่องทางการเรียนรู้อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง วีดิทัศน์ สื่อสังคม เกม จึงนับเป็นโอกาสดีของคนรุ่นใหม่ในการเลือกรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเองได้ นอกจากนี้ Platform ออนไลน์ ที่มีความนิยม มีตัวอย่างที่เป็นที่ประสบความสำเร็จ มีการใช้โดยแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ มีโอกาสสูงที่คนรุ่นใหม่จะเข้าถึงได้ และมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการเรียนรู้ในอนาคตอันใกล้

กล่าวได้ว่าเทคโนโลยีการศึกษา (Education Technology : EdTech) เป็นการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ ซึ่ง EdTech เติบโตขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตมากยิ่งขึ้นจากสถานการณ์ COVID-19 โดยปี 2020 มีมูลค่า 227 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 183 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2019 และคาดการณ์ว่าในปี 2025 จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 404 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ประเทศไทยอุตสาหกรรม EdTech เติบโตขึ้น โดยส่วนใหญ่เป็นแพลตฟอร์มคอร์สออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะเฉพาะด้านและอาชีพในกลุ่มวัยแรงงานที่มีเศรษฐกิจฐานดีเป็นหลัก รองลงมาคือกลุ่มนักศึกษาที่มีแนวโน้มในการเรียนผ่าน EdTech เนื่องจากมีแพลตฟอร์มกลางจากรัฐที่ร่วมกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ (Thai MOOC) ในการเข้าเรียน ซึ่งในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีผู้เรียนผ่าน Thai MOOC เพิ่มขึ้นอย่างมากจาก 2.66 แสนคนในช่วงก่อน COVID-19 เพิ่มขึ้นเป็น 8 แสนคน (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2564) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๓๑ แสดงจำนวนผู้เรียนผ่าน Thai MOOC เทียบก่อน COVID-๑๙ และหลัง COVID-๑๙
(ที่มา: สัมภาษณ์จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๔)

ทั้งนี้จากผลการสำรวจพบว่าในช่วง พ.ศ.๒๕๖๒-๒๕๖๓ คนไทยมีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๓๓.๑ ซึ่งจะเป็นโอกาสต่อการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก

หลักสูตรเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จากรูปแบบการเรียนรู้ที่ได้มีความหลากหลายมากขึ้น เมื่อการเรียนรู้ไม่ได้จำกัดแค่หลักสูตรในมหาวิทยาลัย หรือโรงเรียน เป็นการเรียนในรูปแบบ online learning platform ซึ่งการเรียนรู้นั้นอาจไม่ใช่ว่าการ ตลอดจนสามารถเรียนรู้ได้ตามความสะดวก ได้ตลอดเวลา ได้ทุกสถานที่ รวมถึงเรียนรู้ได้จากหลากหลายอุปกรณ์ องค์กรสามารถส่งเสริมพนักงานของตนให้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมผ่านระบบออนไลน์ได้ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ตามความสนใจของตนเอง ได้อย่างไม่มีขีดจำกัดอีกด้วย ตลอดจนสามารถสร้างคอร์สออนไลน์ขององค์กรเองเพื่อเผยแพร่ให้กับพนักงานในองค์กรได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ ทั้งนี้หลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักสูตรการสร้างสรรคเนื้อหาออนไลน์ (Online Content Creation) ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือหลักสูตรความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ หลักสูตรการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงานภาครัฐ (Essential Digital Tools for Workplace) และหลักสูตรการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cybersecurity Awareness) ของ สถาบันพัฒนาบุคลากรภาครัฐด้านดิจิทัล และยังพบหลักสูตรของภาคเอกชนจำนวนมาก ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายแตกต่างกันไป ทั้งนี้หลักสูตรยังพบหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรทางด้านสื่อ โดยเฉพาะผู้ประกอบการข่าว ซึ่งทางสำนักงาน กสทช. ได้มีการเล็งเห็นความสำคัญและจัดโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการวิชาชีพข่าวในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในหัวข้อ “ผลิตข่าวอย่างไรให้ได้คุณภาพและมีความน่าเชื่อถือในกิจการโทรทัศน์” และโครงการ

ฝึกอบรมการผลิตและนำเสนอข่าวสารยุคดิจิทัล ซึ่งมีการดำเนินการจัดฝึกอบรมมาแล้ว ๒ ครั้ง เพื่อให้เกิดการเพิ่มทักษะการผลิตข่าวที่เพิ่มขึ้น มีคุณภาพ และเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ ทั้งนี้สำหรับทางกองทุน ฯ เอง ได้มีการให้ทุนสนับสนุนโครงการฝึกอบรมจำนวนมาก ทั้งที่มุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ การสร้างหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน เน้นการสร้างเครือข่ายภายในโรงเรียน ฉะนั้นหากมีการพัฒนาหลักสูตรต่างเป็นรูปแบบ online learning platform จะทำให้เข้าถึงประชาชนมากขึ้น จากพฤติกรรมการเรียนรู้ของคนที่เปลี่ยนไป

จากสถานการณ์ด้านการศึกษา พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ไทยมีการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่า และมีหลักสูตรเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นโอกาสต่อการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้กองทุนควรมีดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น MOOCs, SPOC, Coursera, edX, Domestika, Master Class, Skill Lane เป็นต้น ให้มากขึ้น

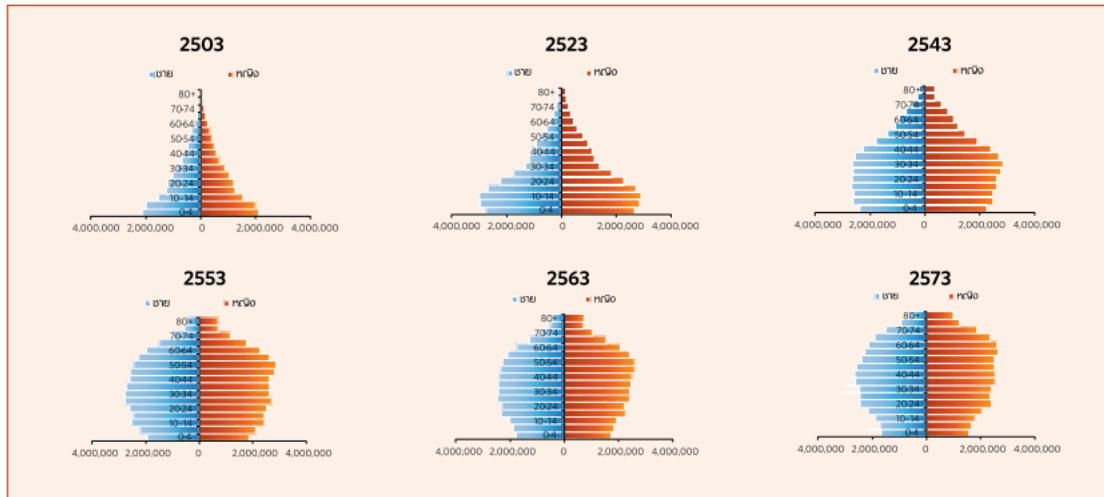
ด้านประชากร

สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย

ตารางที่ ๕ สถิติ จำนวนผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ (วัยสูงอายุ (๖๐ ปีขึ้นไป)) หน่วย : คน

เพศ	ปี พ.ศ.				
	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓
ชาย	๔,๓๔๐,๑๓๗	๔,๕๒๔,๐๒๑	๔,๗๑๕,๕๙๘	๔,๙๒๐,๒๙๗	๕,๑๓๒,๙๐๑
หญิง	๕,๔๖๑,๙๔๓	๕,๗๐๑,๓๐๑	๕,๙๕๑,๒๐๕	๖,๒๑๕,๗๖๒	๖,๕๐๐,๒๘๗
รวม	๙,๘๐๒,๐๘๐	๑๐,๒๒๕,๓๒๒	๑๐,๖๖๖,๘๐๓	๑๑,๑๓๖,๐๕๙	๑๑,๖๓๓,๑๘๘

(ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ๒๕๖๔)



ที่มา : ประชากรปีพ.ศ. 2503-2543 จากสำมะโนประชากรประเทศไทย ประชากรปี พ.ศ. 2553 จนถึง ปี 2573 จาก World Population Prospects: The 2008 Revision, United Population Division, 2009 ประมาณการขึ้นต่ำ

ภาพที่ ๓๒ แสดงโครงสร้างอายุของประชากรประเทศไทย

(ที่มา: World population prospects, ๒๐๐๘)

จากตารางและภาพข้างต้น แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ที่มีจำนวนผู้สูงอายุในสัดส่วนที่สูง ส่งผลต่ออัตราการพึ่งพิงวัยแรงงานและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม และสถานการณ์นี้จะเป็นสถานการณ์เชิงโครงสร้างซึ่งจะต้องใช้เวลาอันยาวนานหากจะแก้ไข การบริหารจัดการและการเตรียมความพร้อมจึงเป็นมาตรการเบื้องต้นที่ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญ และร่วมกันแก้ปัญหาแบบองค์รวม

ซึ่งเมื่อพิจารณาการศึกษาของ ปัทมา ว่าพัฒนวศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล (ม.ป.ป.) ชี้ให้เห็นว่าในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๘ – ๒๕๗๘ ประชากรที่อยู่ในวัยเด็ก (อายุต่ำกว่า ๑๕ ปี) จะมีจำนวนลดลงเหลือ ๙ ล้านคนเศษ (คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๔) ประชากรวัยแรงงาน (อายุ ๑๕-๕๙ ปี) จะมีจำนวนประมาณ ๓๘ ล้านคน (คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๕) ในขณะที่ประชากรสูงอายุ (๖๐ ปีขึ้นไป) จะมีจำนวนประมาณ ๑๖ ล้านคน (คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๑) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากมูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ ที่ระบุว่าในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ไทยมีจำนวนประชากร ๖๔.๖ ล้านคน เป็นผู้สูงอายุ ๙.๖ ล้านคน มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. ๒๕๗๓ จะมีจำนวนผู้สูงอายุ ๑๗.๖ ล้านคน หรือร้อยละ ๒๖.๓ และในปี ๒๕๘๓ จะมีจำนวนถึง ๒๐.๕ ล้านคน หรือร้อยละ ๓๒.๑ (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, ๒๕๕๘) โดยปัจจัยหลักของการเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยในอนาคตนั้นเกิดจากภาวะเจริญพันธุ์ที่ลดลงและการที่อายุของคนไทยยืนยาวมากขึ้นนั่นเอง (พัฒนวศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล, ม.ป.ป.) ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุดังกล่าวมีนัยต่อการขับเคลื่อนประเด็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ความหลากหลายของช่วงวัย

ท่ามกลางกระแสการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยมุ่งเน้นโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet) กระจายอย่าง

ทั่วถึง ประชาชนสามารถเข้าถึง รู้เท่าทัน และใช้ประโยชน์จากสารสนเทศได้อย่างง่ายดาย ทำให้พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรไทย พบว่า ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ “ประเทศไทย” เป็นประเทศที่ใช้เวลาต่อวันอยู่กับอินเทอร์เน็ตมากแห่งหนึ่งของโลก ซึ่งสถิติจาก We Are Social ๒๐๒๑ พบว่าคนไทยใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการอัปเดตข่าวเป็นอันดับ ๑ ของโลกในปีนี้ หรือคิดเป็นร้อยละ ๗๘ และกว่าร้อยละ ๙๑ อ่านข่าวออนไลน์มากเป็นอันดับสองของโลก ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งนี้ยังพบประเด็นความแตกต่างของช่วงวัยในการเข้าถึงและใช้สื่อต่างๆ โดยเมื่อพิจารณาตามช่วงอายุ (Generation) และพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรไทยอยู่ในอัตราสูง มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง ๒ – ๓ ปีที่ผ่านมา ก็มีความแตกต่างกัน โดยแต่ละ Generation มีรายละเอียดดังนี้

Baby Boomer หรือ Gen B เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดก่อน พ.ศ. ๒๕๐๗ มีพฤติกรรมการรับข่าวสารทางโทรทัศน์บ้อยที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เว็บไซต์ (Website) และแอปพลิเคชันข่าว และวิทยุ ตามลำดับ ทั้งนี้ ร้อยละ ๙๓.๙ มีโทรศัพท์มือถือและมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต ๘ ชั่วโมง ๕๙ นาที ในวันธรรมดา และ ๗ ชั่วโมง ๕๘ นาที ในวันหยุด โดยร้อยละ ๘๙.๓ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลออนไลน์ และดูโทรทัศน์และหนังสือออนไลน์ ตามลำดับ

Generation X หรือ Gen X เป็นกลุ่มประชากรเกิดประมาณปีพ.ศ. ๒๕๐๘-๒๕๒๓ มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำงานในทางที่มีประโยชน์ ใช้อย่างเหมาะสมพอดีกับความจำเป็น ซึ่งมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารคือ FOMO (Fear of Missing Out) คนกลุ่มนี้กลัวตกข่าว จึงรับข่าวสารทางออนไลน์ผ่านสำนักข่าวที่เป็นทางการและคนใกล้ชิดมากขึ้น ติดตามข่าวทางสื่อใหม่เพื่อให้ทันกระแสสังคมแต่ไม่ได้ให้ความเชื่อถือ โดยเฉพาะข่าวทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลเน็ตเวิร์คที่ Generation X ให้ความเชื่อถือในระดับน้อย แต่ให้ความเชื่อถือในสื่อที่เป็นประเภทสื่อดั้งเดิมในระดับมาก ทั้งนี้ Generation X เป็นกลุ่มคนที่รับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น จากการสำรวจพบมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๒๖ นาที ในวันธรรมดา และ ๑๐ ชั่วโมง ๕ นาที ในวันหยุด โดยร้อยละ ๙๔ มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลออนไลน์ และติดต่อสื่อสารออนไลน์ ตามลำดับ

Generation Y หรือ Gen Y กล่าวได้ว่าปัจจุบันเป็นยุคของ Generation Y ซึ่งเกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๔ – ๒๕๔๓ ซึ่งเป็นยุคของวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยี ทั้งอุปกรณ์และอินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ด้วยสภาพแวดล้อมที่เกิดมาท่ามกลางเทคโนโลยีทำให้คนรุ่น Generation Y มีความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยี ซึ่ง Generation Y มีพฤติกรรมการรับข่าวสารแบบใช้สื่อใหม่ ไวใจสื่อดั้งเดิม กล่าวคือ การรับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียบ้อยที่สุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันข่าว หนังสือพิมพ์ และวิทยุตามลำดับ แม้จะรับข่าวสารทางสื่อใหม่มากแต่ให้ความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากกว่าข่าวสาร

จากสื่อใหม่ แต่มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือในสื่อใหม่มากขึ้น ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่ามียอดการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยในวันวันธรรมดาใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน ๑๒ ชั่วโมง ๒๑ นาที และในวันหยุดจำนวน ๑๒ ชั่วโมง ๓๙ นาที โดยร้อยละ ๙๗.๓ ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รองลงมาคือ ดูโทรทัศน์/หนังออนไลน์ และค้นหาข้อมูลตามลำดับ

Generation Z หรือ Gen Z ซึ่งเกิดตั้งแต่ปีพ.ศ. ๒๕๔๔ เป็นต้นไป เป็นคนรุ่นที่เกิดมาในสภาพแวดล้อมที่ทุกอย่างเป็นเทคโนโลยี มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ และเรียนรู้ได้เร็ว Generation Z มีพฤติกรรมรับสื่อแบบติดสื่อใหม่ ไว้วางใจสื่อดั้งเดิม เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการรับข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลเน็ตเวิร์คบ่อยที่สุดและมากกว่าช่วงวัยอื่นๆ รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันข่าว หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามลำดับ ทั้งนี้ Generation Z ยังคงให้ความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มาก การรับข่าวสารทางสื่อใหม่ของคนกลุ่มนี้รับข่าวสารจากสำนักข่าวออนไลน์ที่ไม่เป็นทางการและรับข่าวที่แชร์มาจากคนใกล้ชิดบ่อยกว่าการรับข่าวสารจากสำนักข่าวออนไลน์ที่เป็นทางการ แต่ให้ความเชื่อถือในสำนักข่าวที่เป็นทางการมากกว่าต้นตอข่าวออนไลน์อื่นๆ แนวโน้มในการรับสารของคนกลุ่มนี้มีโอกาสที่จะมีความเชื่อถือในข่าวสารจากสื่อใหม่มากขึ้น ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ต ๑๑ ชั่วโมง ๕๓ นาที ในวันธรรมดา และ ๑๒ ชั่วโมง ๔๖ นาที โดยกิจกรรมที่นิยมที่สุดคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รองลงมาคือ ดูโทรทัศน์/หนังออนไลน์ และค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

กล่าวในภาพรวมได้ว่าเนื่องจากกลุ่ม Generation Y เป็นช่วงอายุที่ได้รับการศึกษาและสามารถคิด วิเคราะห์ แยกแยะสื่อต่างๆ ได้ในระดับที่ดี ในขณะที่จะพบว่า Generation Z ยังคงเป็นกลุ่มคนที่มีวุฒิภาวะต่ำกว่าช่วงอายุอื่นๆ อีกทั้งกระแสการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การตัดสินใจรับรู้ เข้าใจ และการรู้ทันสื่อสารสนเทศยังไม่มากพอ ในขณะที่ช่วงอายุอื่นๆ แม้จะสามารถรู้ทันสื่อสารสนเทศ และเข้าใจดิจิทัลในระดับที่เพียงพอ ซึ่งในการพัฒนาสื่อจึงต้องมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจบริบทความต่าง และบริบทของการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่างกัน เพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย

จากสถานการณ์ด้านประชากร พบว่าการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงวัยดังกล่าวมีนัยต่อการขับเคลื่อนประเด็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อสื่อในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม และการผลิตสื่อที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลครอบครัว และสังคม ทั้งนี้รวมถึงความแตกต่างของช่วงวัยที่ทางกองทุนฯ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับช่องทางการเผยแพร่หลังจากที่มีการส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับประชาชนในแต่ละช่วงวัย ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้รับสื่อที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อของตนเอง

ด้านเทคโนโลยี

การพัฒนาเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วให้มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนในระยะยาวได้นั้น ต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในทุกด้าน ได้แก่ การเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาวិทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สามารถบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตได้อย่างดี รวมถึงใช้ในการพัฒนาทุนมนุษย์และการสื่อสารให้ทั่วถึงในทุกพื้นที่ เพื่อการรับใช้สังคมและประโยชน์ในเชิงสาธารณะ (สุรัตน์ เพชรนิล และ ศิริณา จิตต์จรัส, ๒๕๖๑) ในปัจจุบันมีรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ ที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างและหลากหลาย เช่น การใช้โปรแกรม ซอฟต์แวร์ เว็บไซต์ ตลอดจนแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มส่วนขยายทางการสื่อสาร การใช้เครือข่ายสังคมแบบออนไลน์ (Social Networking) เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการตอบกลับในเวลาต่อมาและการโต้ตอบแบบทันทีทันใด ความสามารถด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้เราสามารถรับส่งข้อมูลในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสัญญาณเสียง ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารและโต้ตอบ มีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างทันทีทันใด (Real-time Interaction) (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ๒๕๕๑; วราพร คำจับ, ๒๕๖๐) นอกจากนี้ การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศยังก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการทำสื่อรูปแบบใหม่ๆ ที่จะทำให้อาณาจักรเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น

เทคโนโลยีสื่อสารไร้สาย ๕G คือ Generation ใหม่ของเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สายที่จะมาแทนที่ระบบ ๔G ที่กำลังใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมันจะไม่จำกัดแค่มือถือเท่านั้น แต่รวมถึงอุปกรณ์ทุกชนิดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (Internet of Things หรือ IoT) ซึ่ง ๕G จะช่วยให้เกิดตอบสนองไวขึ้น สามารถส่งงานและควบคุมสิ่งต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว หรือเรียกว่าแทบจะทันที ซึ่งเร็วมากพอที่จะดูวิดีโอ ๘K ออนไลน์แบบ ๓ มิติ หรือดาวน์โหลดภาพยนตร์ ๓ มิติ ได้ภายใน ๖ วินาที อีกทั้งยังสามารถรองรับการใช้งานที่มากกว่า นอกจากนี้เทคโนโลยี ๕G ยังถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการเชื่อมต่อจำนวนมากๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกกันว่า IoT อาทิ รถยนต์ไร้คนขับ รวมถึงช่วยให้เกิดการใช้งาน AR และ VR ในกิจกรรมต่างๆ อาทิ การสำรวจภาคสนาม ความบันเทิง ซึ่ง ๕G ช่วยพัฒนาศักยภาพของระบบค้าปลีก การซื้อของออนไลน์ รวมถึงการใช้งานต่างๆ ของออฟฟิศอัจฉริยะ (Smart Office) และนำไปสู่ระบบเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) ในอนาคต

เทคโนโลยี“ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence: AI) ซึ่งภายในอนาคต AI จะเข้ามามีบทบาทอย่างสูงต่อการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนทั่วโลก อาทิ สำนักข่าว Korea JoongAng Daily สื่อข่าวของประเทศเกาหลีใต้ ได้รายงานว่สถานีโทรทัศน์ช่อง MBN ได้มีการนำเอาเทคโนโลยี AI มาใช้ในการรายงานข่าว โดยได้นำต้นแบบมาจากคุณ Kim Ju-ha เพื่อใช้ในการพัฒนาให้กลายเป็น AI ที่หน้าตาคล้ายกับมนุษย์ต้นแบบ และยังสามารถทำงานได้ตลอดเวลาแบบไม่หยุดพัก

อีกด้วย ทั้งนี้การนำเทคโนโลยี AI มาใช้เพื่อที่จะสามารถนำเสนอข่าวได้อย่างทันท่วงที ๒๔ ชั่วโมง แบบไม่หยุดพัก เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และความไวของข่าวต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นนั่นเอง

เทคโนโลยี Social TV หรือ Social Television เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดจากการมีอินเทอร์เน็ตที่ได้หลอมรวมเทคโนโลยี (Technology Convergence) ระหว่าง Social Network และการรับชมโทรทัศน์ในรูปแบบเดิม ดังนั้น Social TV มีลักษณะของการรับชมดังนี้ ๑) เป็นทางเลือกของจอที่สอง (Second Screen) ในการรับชม ๒) ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมรายการโทรทัศน์คนอื่นๆ ผ่าน Social Network ๓) มีการสื่อสารและรับรู้ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง และ ๔) สามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งลักษณะข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าเป็นการเผยแพร่แบบคู่ขนานกับรายการที่ออกอากาศผ่านทางช่องทางหลัก Live Video Streaming/Broadcast หรือใช้เป็นช่องการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างรายการ/สถานี และผู้ชม โดย Social TV เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ที่มากกว่ารูปแบบการรับชมแบบปกติ และยังคงอาศัยความได้เปรียบจากองค์ประกอบของ Social Network นอกจากนี้ยังอาศัยความได้เปรียบจากอุปกรณ์ของจอที่สอง (Second Screen) ที่มีความหลากหลายโดยเป็นอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Device) ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างครบวงจร (เกียรติยศ ประพฤติชอบ, ๒๕๕๖)

สตูดิโอเสมือนจริง (Virtual Studio) เทคโนโลยีการจัดรายการสด (Live Virtual Studio) นำมาใช้ในการจัดรายการประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเกมโชว์ ทอล์กโชว์ เรียลลิตี้ หรือละคร การนำความสามารถของดิจิทัลมาสร้างฉากหลังจะเป็นฉากสีฟ้าหรือเขียวเพิ่มความสมจริงด้วยฉากกราฟิก ๓ มิติพร้อมแสงและเงา ซึ่งเราคงได้เห็นแพร่หลายในสถานีโทรทัศน์ระดับบิ๊ก คุณประโยชน์ที่สำคัญ คือประหยัดเวลาและทรัพยากรในการสร้างและปรับเปลี่ยนฉากจริง

เทคโนโลยีการจับภาพเคลื่อนไหว (Motion Capture Technology) เทคโนโลยีในการนำแอนิเมชันมาใช้กับคน (RealTime Mo-cap Character Animation) สร้างความตื่นตาตื่นใจด้วยแอนิเมชัน การ์ตูน หรือแมสคอต มาพูดคุยโต้ตอบกัน ซึ่งปัจจุบันมีความสมจริง โดยได้อิทธิพลและแรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดต่างๆ

จากสถานการณ์ด้านเทคโนโลยี พบว่า การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและทันสมัยมากขึ้น เหมาะกับการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่มีความเร่งรีบ ทำให้เราต้องมีการปรับตัวตามให้ทันกับยุคสมัยและการดำเนินชีวิต เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ซึ่งพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนรูปแบบของสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ทั้งยังสามารถจัดทำสื่อออนไลน์ในรูปแบบของการเรียนการสอนในช่วงที่เกิดวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ที่ช่วยให้ทุกคนสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกันได้ และสามารถที่จะหาความรู้เพิ่มเติมได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ในทุกช่วงเวลา และยังทำให้เกิดกระบวนการทัศน์ใหม่การผลิตและเผยแพร่สื่อ โดยเทคโนโลยีที่มีในซีรีส์นี้ คือการใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลและ CG (Computer Graphics) ในการผลิต

คอนเทนต์สมัยใหม่ ฉะนั้นกองทุนฯ จะต้องส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่างๆ โดยเฉพาะทักษะด้านการผลิตสื่อ

ด้านนโยบายและกฎหมาย

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาบริบทของสื่อพบว่ามีความเกี่ยวเนื่องกับกฎหมายต่างๆ ซึ่งประเด็นกฎหมายที่จะต้องให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ซึ่งได้กำหนดขอบเขตของคำว่า สื่อ และสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไว้อย่างชัดเจน ได้แก่

“สื่อ” หมายความว่า สิ่งที่ทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร เครื่องหมาย ภาพ หรือเสียง ไม่ว่าจะจัดทำในรูปของเอกสาร สิ่งพิมพ์ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี รูปภาพ ภาพโฆษณา เครื่องหมาย รูปถ่าย ภาพยนตร์ วิดิทัศน์ การแสดง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ในระบบคอมพิวเตอร์ หรือได้จัดทำในรูปแบบอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์” หมายความว่า สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีและสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุข

อีกทั้งยังมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกองทุนอย่างชัดเจน ทำให้การดำเนินการส่งเสริมกองทุนมีทิศทางและแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน อีกทั้งได้รับการส่งเสริมจากนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญทั้งการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์การส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทศิลปิน เพื่อการสร้างงาน และสร้างรายได้ และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเพื่อให้แนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน กองเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕) ซึ่งมีเป้าหมายให้สื่อมีคุณภาพสูงภายใต้หลักแห่งคุณธรรมและจริยธรรม ประชาชนใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ รู้เท่าทันสื่อ ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้บนพื้นฐานวัฒนธรรมที่ดีงาม โดยเน้นทั้งผู้ผลิตสื่อมีจริยธรรม มีผลผลิตสื่อที่มีความปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประชาชนทุกกลุ่มมีความรู้เท่าทันสื่อ มีจริยธรรม และความรับผิดชอบในการสื่อสาร และก่อให้เกิดกลไกการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกฎหมายและนโยบายข้างต้นส่งผลให้ทิศทางและแนวทางการดำเนินงานของกองทุนมีความชัดเจนมากขึ้น

อย่างไรก็ตามยังมีกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่สื่อ ดังนี้ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ที่กำหนดลักษณะของภาพยนตร์ที่มีเนื้อหา (๑) กระบกระเทือน

ต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ หรือการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (๒) สารสำคัญของเรื่องเป็นการเหยียดหยามหรือนำความเสื่อมเสียมาสู่ศาสนาหรือไม่เคารพต่อปูชนียบุคคล ปูชนียสถาน หรือปูชนียวัตถุ (๓) ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ (๔) กระทบกระเทือนต่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ (๕) สารสำคัญของเรื่องเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ (๖) แสดงการมีเพศสัมพันธ์ที่เห็นอวัยวะเพศ หรือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐ ที่มีการกำหนดถึงลักษณะของการกระทำความผิดโดยการนำเข้าสู่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ หรือนำจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน เกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร หรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันมีลักษณะลามก รวมถึงประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๖ ซึ่งได้กล่าวถึงเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ต้องห้ามไม่ให้ออกอากาศและมาตรการในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมต่อสาธารณชนจำนวนมาก ซึ่งข้อกฎหมายเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งสถานการณ์ที่ทางสื่อจะต้องพิจารณา

นโยบายที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการสิทธิและคณะอนุกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย คณะอนุกรรมการด้านศาสนา คณะอนุกรรมการด้านคุณธรรมและจริยธรรม คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม และคณะอนุกรรมการติดตาม เสนอแนะ เปรียบเทียบและการปฏิรูปประเทศ มีความเห็นต่อรายงานประจำปี ๒๕๖๓ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประกอบกับศึกษาข้อมูลในเว็บไซต์ของกองทุน เรื่อง แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ (www.thaimediafund.or.th) และข้อมูลโครงการที่ดำเนินการตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ในส่วนของแผนย่อยที่ ๓ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชน ในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมในสังคม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากองทุนฯ ดังนี้

ประเด็นเรื่องความไม่สอดคล้องการใช้งบประมาณของกองทุนและผลลัพธ์ที่ได้ ซึ่งการดำเนินงานโครงการสนับสนุนทุน ทำให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงได้จากทุกช่องทางการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สถานที่จัดฉายภาพยนตร์ เวทีประชุมอบรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม นิทรรศการ ฯลฯ รวมถึงช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีความเห็นว่า ผลงานต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าโดยกองทุนสนับสนุนงบประมาณ รวมกว่า ๒๘๕ ล้านบาทต่อปีนั้น ณ ปัจจุบันยังไม่สามารถเห็นผลงานที่มีคุณค่าในเชิงการต่อยอดขยายผลได้ ส่วนในเชิงคุณภาพไม่มีการวิเคราะห์และจัดการความรู้ นอกจากนั้นในรายงานประจำปีไม่มีผล

การวิเคราะห์ผลลัพธ์และผลกระทบที่เป็นผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์ทั้งของโครงการและของกองทุน
ในภาพรวมแต่ละด้านตามแผนและยุทธศาสตร์กองทุน

ประเด็นเรื่องการพัฒนา นิยามสื่อในมิติด้านศิลปะและวัฒนธรรม พบว่า การให้ทุน
ประเภทเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ประเด็นการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มีจำนวน
๑๖ โครงการ งบประมาณ ๕๐ ล้านบาท พบว่า ทั้งหมดไม่มีโครงการที่สนับสนุนการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์
ด้วยทุนวัฒนธรรม ฉะนั้นควรทบทวนและพัฒนา นิยามของสื่อ และสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของ
กองทุนในมิติของสื่อศิลปะและวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรม ให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมของการสนับสนุน
ในเชิงรุกให้เกิดเป็นโครงการต้นแบบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ทั้งในเชิงต้นแบบพื้นที่
ทางกายภาพ ในลักษณะพื้นที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Space) ที่คำนึงถึงอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรม
และความหลากหลายของพหุวัฒนธรรม

ประเด็นเรื่องส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสื่อในมิติด้านศาสนา คุณธรรม จริยธรรม

สังคมไทยกำลังประสบปัญหาสังคมเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสังคมในยุคปัจจุบันที่สื่อ
มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และพฤติกรรมของเด็กเยาวชน และประชาชนส่วนใหญ่ที่นำเสนอข้อมูลและ
ข้อเท็จจริงต่างๆ ได้ผ่านมือถือ แต่ในทางกลับกันหากมีการผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์สามารถแก้ไขปัญหา
สังคมวงกว้างได้ อาทิ การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่หลักคำสอนทางศาสนา หลักคุณธรรม จริยธรรม ผ่านสื่อ
ต่างๆ ซึ่งจะช่วยขัดเกลาให้เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไปประพฤติปฏิบัติดีทั้งทางกาย วาจาและใจ
ซึ่งจะลดปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่เกิดขึ้นในสังคมไทยได้ ฉะนั้นควรสนับสนุนทุนสำหรับการผลิต
พัฒนา และเผยแพร่สื่อด้านศาสนา ด้านคุณธรรม และจริยธรรมมากขึ้น ส่งเสริมและสนับสนุนให้
หน่วยงานด้านการศาสนาให้เข้าถึงกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างทั่วถึงมากขึ้น
และส่งเสริมโครงการผลิตสื่อที่มีเป้าประสงค์เป็นการยกย่องบุคคลหรือองค์กรที่ดำเนินงานด้านคุณธรรม
จริยธรรม หรือดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมจนเป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้เป็นแบบอย่างที่ดี
และเป็นต้นแบบของการทำความดีในสังคม

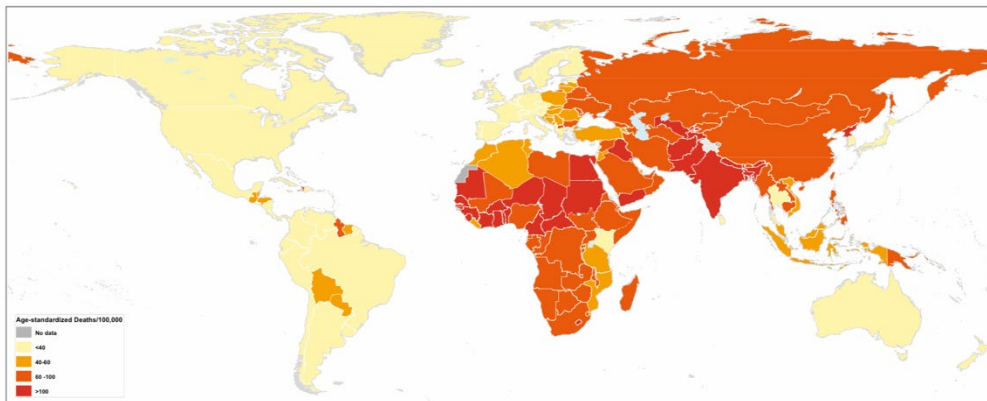
จากสถานการณ์ด้านนโยบายและกฎหมาย พบว่า กฎหมายและนโยบายข้างต้นส่งผลให้
ทิศทางและแนวทางการดำเนินงานของกองทุนมีความชัดเจนมากขึ้น และยังมีกฎหมายในการกำกับดูแล
ป้องกันสื่อที่ไม่สร้างสรรค์และไม่ปลอดภัยจำนวนมาก อีกทั้งยังมีกฎหมายและแนวทางในการสนับสนุน
และส่งเสริมการดำเนินงานผลิตสื่อที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันทางกองทุนฯ จะต้องการผลักดันให้
สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของ
ผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้านความรู้เกี่ยวกับด้านกฎหมาย ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญาและ
จริยธรรมในการผลิตสื่อ ซึ่งเป็นถือว่าเป็นข้อกฎหมายสำคัญที่ประชาชนต้องมีความรู้ในประเด็นนี้

ด้านสภาพแวดล้อม

สถานการณ์สิ่งแวดล้อมทั่วโลก

ข้อมูลการประเมินสถานการณ์สิ่งแวดล้อมซึ่งพิจารณาพื้นที่เมืองใหญ่ทั่วโลกในรายการ the Global Environment Outlook ๖ (GEO-๖) โดยองค์การสหประชาชาติ เผยให้เห็นถึงประเด็นสถานการณ์และแนวโน้มสิ่งแวดล้อมในเมืองในภาพรวมไว้ดังนี้

๑) ปัญหามลพิษทางอากาศถือเป็นประเด็นเร่งด่วนสำหรับเมืองทั่วโลก กล่าวคือนอกจากผลกระทบต่อในเชิงสุขภาพอันเนื่องจากปัญหามลพิษ อาทิ โรคที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินหายใจ เป็นต้น แล้วนั้น ผลการวิเคราะห์ผลกระทบในทางเศรษฐศาสตร์ พบว่าปัญหามลพิษในเมืองขนาดใหญ่ทั่วโลกมีส่วนก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า ๕.๑ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๖.๖ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเศรษฐกิจโลก (UNEP, ๒๐๑๙) นอกจากนี้ ประชากรกลุ่มเปราะบาง อาทิ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วย และผู้มีรายได้น้อย ในเมืองใหญ่มีแนวโน้มได้รับผลกระทบสูงกว่าประชาชนกลุ่มอื่นๆ อย่างชัดเจนและมีผลต่อความท้าทายในการลดความเหลื่อมล้ำด้วยเช่นกัน รายงานขององค์การอนามัยโลกชี้ชัดว่ามีผู้ที่เสียชีวิตอันเนื่องมาจากการได้รับมลพิษทางอากาศเป็นระยะเวลานานในเมือง อาทิ มะเร็งปอด โรคทางเดินหายใจ เป็นต้น เสียชีวิตประมาณ ๘ ล้านคน (WHO, ๒๐๑๘) และคาดว่าร้อยละ ๔๓ ของประชากรทั่วโลกกำลังอาศัยอยู่ในเมืองที่มีคุณภาพอากาศที่เสี่ยงต่อการเป็นปัญหาสุขภาพในอนาคต (WHO, ๒๐๑๖) ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๓๓ แสดงอัตราผู้เสียชีวิตต่อประชากร ๑๐๐,๐๐๐ คน ในปี ๒๐๑๖ อันมีสาเหตุจากฝุ่น PM๒.๕ (ที่มา: World Health Organization, ๒๐๑๖)

๒. ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยการปฏิรูประบบการขนส่งมวลชนสาธารณะของเมืองทั้งระบบ การมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในเมืองถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดหมายสำคัญที่เมืองทั่วโลกให้ความสำคัญ สืบเนื่องจากการข้อมูลของ UNEP บ่งชี้ว่า การเปลี่ยนแปลงระบบขนส่งมวลชนสาธารณะของเมืองให้ลดการพึ่งพิงแหล่งพลังงานฟอสซิลไปสู่การใช้แหล่งพลังงานสะอาดมากยิ่งขึ้นมีส่วนสำคัญในการช่วยให้เมืองลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อันมีส่วนช่วยบรรเทาและลดผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้โดยตรง ดังปรากฏให้เห็นในเมืองใหญ่ในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปที่มีการเร่งรัดให้มีการเปลี่ยนระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ อาทิ รถโดยสารสาธารณะ รถไฟฟ้าให้ใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานหมุนเวียนอย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น

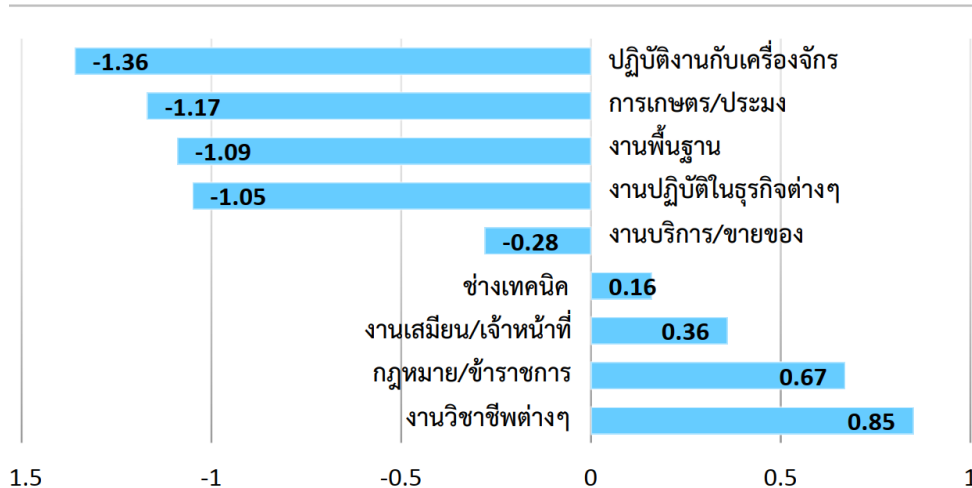
๓. การเปลี่ยนผ่านระบบการจัดการขยะไปสู่การจัดการที่ยั่งยืน ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญของเมืองในประเทศกำลังพัฒนา แม้ว่าในประเทศพัฒนาแล้วจะมีมาตรการและเทคโนโลยีในการบริหารจัดการให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้มากเพียงใด หากในประเทศกำลังพัฒนายังคงเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง โดยเฉพาะต้นทุนในการเปลี่ยนผ่านระบบการจัดการขยะแบบดั้งเดิม อาทิ การฝังกลบหรือเทกองขยะมูลฝอย เป็นต้น ไปสู่ระบบการจัดการแบบที่มีความยั่งยืนตลอดจนการลดปริมาณการผลิตขยะมูลฝอยด้วยเช่นกัน ข้อมูลของ International Solid Waste Association (๒๐๑๕) บ่งชี้ว่า มีประชากรไม่น้อยกว่า ๓ พันล้านคนที่ยังไม่สามารถเข้าถึงระบบการจัดเก็บขยะมูลฝอยที่มีประสิทธิภาพได้และมีประชากรไม่น้อยกว่า ๖๔ ล้านคนทั่วโลกที่ได้รับผลกระทบจากการที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้แหล่งกำจัดขยะที่ไม่ถูกสุขอนามัย ในขณะเดียวกัน ปริมาณขยะที่เพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเมืองอันไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกวิธีส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ โดยเฉพาะขยะอินทรีย์ที่พบว่า ๑ ใน ๓ ของขยะมูลฝอยทั่วโลก (UNEP, ๒๐๑๖) คือ อาหารพืชผลทางเกษตร และวัสดุอินทรีย์ที่ได้รับการกำจัดอย่างถูกต้อง

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-๑๙

ด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-๑๙ ตั้งแต่ช่วงต้นปี ๒๕๖๓ ที่ผ่านมามีได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพจิตใจ การดำรงชีวิต หรือผลกระทบที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจจากการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายและการบริโภคสื่อ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวทำให้การบริโภคสื่อของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน โดยในช่วงที่เกิดการระบาดของโควิด-๑๙ คนไทยมีความต้องการติดตามข่าวสารข้อมูล จึงทำให้การบริโภคสื่อหลักอย่างทีวี ดิจิทัล และวิทยุมีการเติบโตสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนที่จะเกิดการระบาดหนัก ในขณะที่เราจะเห็นได้ว่าเมื่อสถานการณ์เริ่มเข้าสู่ความปกติใหม่ สื่อทีวีนั้นมียอดผู้ชมโดยเฉลี่ยกลับไปเทียบเท่ากับช่วงก่อนโควิด แต่สื่อวิทยุยังคงระดับผู้ชมที่เพิ่มขึ้น รวมถึงสื่อดิจิทัล ที่ผู้ชมยังคงมีระยะเวลาการรับชมที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนโควิด สำหรับสื่อดิจิทัลในช่วงที่เกิดการระบาด โดยรวมแล้วระยะเวลาที่คนไทยใช้บนสื่อดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้นในทุกกลุ่มอายุ และยังสะท้อนผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมนี้ คือ ในช่วงกักตัวหรือ

ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) คนไทยมีการดูทีวีเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากความต้องการอัปเดตข่าวสารข้อมูล อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่เดือนมิถุนายนเป็นต้นมา เมื่อสถานการณ์ต่างๆ ในประเทศไทยเริ่มดีขึ้น เคอร์ฟิวถูกยกเลิก หลายๆ ธุรกิจเริ่มเปิดกิจการ บริษัทฯ และโรงเรียนเริ่มทยอยเปิด อัตราการดูทีวีของคนไทยจึงเริ่มปรับกลับมาเป็นจำนวนเทียบเท่ากับช่วงก่อนเกิดการระบาดหนักในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

นอกจากนั้น วิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ กระตุ้นและเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมุมต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงไปสู่ Digitalization ที่มากกว่าแค่ Digitization โดย Digitalization คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ๆ เข้ามาแล้วทำให้กระบวนการทำงานเปลี่ยนไป ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีประเด็นสำคัญคือ การเปลี่ยนประสบการณ์ของคน (User Experience) ซึ่งแตกต่างจาก Digitization ที่เป็นเพียงแค่การลงทุกระบบเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การจัดหาระบบคอมพิวเตอร์ การเก็บข้อมูลขึ้นระบบคลาวด์ หรือการเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่างๆ ในองค์กรให้อยู่ในรูปดิจิทัล การเว้นระยะห่าง (Physical/Social Distancing) และ “Work from Home” หรือ WFH ที่มีความหมายตรงๆ คือ “การทำงานที่บ้าน” เป็นแนวโน้มการทำงานยุคใหม่ที่ตามมากับเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาไปจนทำให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนที่ต่ำลง ประกอบกับพฤติกรรมการทำงานของคนรุ่นใหม่ที่มองหาการทำงานแบบอิสระ ให้คุณค่าทั้งงาน และการเดินทางเพื่อรับประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับชีวิต เมื่อเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเข้าถึงคนส่วนใหญ่ผ่านทางอุปกรณ์ส่วนตัวได้ ทั้งแล็ปท็อป สมาร์ทโฟน จึงช่วยให้เกิดแนวโน้มการทำงานที่บ้านชัดเจนขึ้น สามารถทำงานและสื่อสารกันที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้ นอกจากนี้ แนวโน้มดังกล่าวจะนำไปสู่การ “Learn Anyway” ที่ไหน เมื่อไหร่ ก็เรียนได้ ๒๔ ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด ซึ่งแนวโน้มรูปแบบการทำงานที่บ้าน (Work From Home : WFH) พบว่า อัตราการทำงานที่บ้านปี ๒๕๕๒-๒๕๖๔ เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๑๕๗ (Global Workplace Analytics และ Owl Labs, ๒๕๖๔) และผลจากการสำรวจของสวนดุสิตโพล (๒๕๖๔) พฤติกรรมการทำงานช่วง CoVID-๑๙ ของคนไทย พบว่า มีคนไทยกว่าร้อยละ ๔๓ ทำงานที่บ้าน และคนไทยกว่าร้อยละ ๓๔ ทำงานทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ในขณะที่ร้อยละ ๒๓ ไม่ได้ทำงานที่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (๒๕๖๔) ที่พบว่าอาชีพที่ปรับมา WFH ได้ยากที่สุด ได้แก่ การปฏิบัติงานกับเครื่องจักร และอาชีพที่ปรับมา WFH ได้ง่ายที่สุด ได้แก่ งานวิชาชีพด้านต่างๆ ดังภาพที่ ๓๔ และยังพบอีกว่าประเทศไทยยังไม่มีความพร้อมสำหรับการปรับรูปแบบการทำงานมาเป็นการทำงานจากที่บ้าน โดยพบข้อสังเกตดังนี้ กลุ่มคนอายุ ๔๖ ปีขึ้นไป ไม่พร้อมทำงานจากที่บ้านสูงสุด เนื่องจากขาดทักษะที่เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ บางรายมีภาระดูแลครอบครัว ดูแลลูกที่เรียนออนไลน์ และกลุ่มคนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความพร้อมในการปรับรูปแบบการทำงานมากที่สุด เนื่องจากมีทักษะด้านดิจิทัล ยังพบอีกว่ากลุ่มคนรายได้น้อยปรับเปลี่ยนสถานที่ทำงานได้ยาก โดยเฉพาะกลุ่มที่รายได้ ๖,๐๐๐-๙,๐๐๐ บาทต่อเดือน



ภาพที่ ๓๔ ดัชนีความยากง่ายต่อการปรับเปลี่ยนมาทำงานที่บ้านของอาชีพต่างๆ

(ที่มา: สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, ๒๕๖๔)

จากสถานการณ์สภาพปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพึงตระหนักถึงการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ในการเป็นกลไกหนึ่งในการสื่อสาร เพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อม รวมทั้งสถานการณ์การระบาดโควิด-๑๙ ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมสื่อในประเทศไทย ซึ่งทางกองทุนฯ จะต้องมีการพิจารณา เนื่องจากคนไทยเริ่มหันกลับมาดูโทรทัศน์มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีการรับข่าวจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ฉะนั้นบรรณรักษ์ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการสนับสนุนการผลิตสื่อที่ให้ความรู้และสื่อสารข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง เช่น การดูแลตนเองในสถานการณ์ระบาดของโรคโควิด-๑๙ เพื่อลดการสร้างและเผยแพร่ข่าวปลอมในสังคม อีกทั้งส่งเสริมศักยภาพของผู้ผลิตสื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์สื่อ บทบาทและการปรับตัวของสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ได้ เพื่อที่จะสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ส่วนที่ ๔

การศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่
เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวง
วัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑

ส่วนที่ ๔

การศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
พ.ศ. ๒๕๕๘ ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑

๔.๑ นโยบายและแผนระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๔.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี ที่สอดคล้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ซึ่งอุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและสร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ โดยเฉพาะการหล่อหลอมเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ โดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต โดยในการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด การจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในประเด็นการเสริมสร้างพลังทางสังคม ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคม

ยุคดิจิทัล พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งเสริมเสรีภาพของสื่อสาธารณะควบคู่ไปกับมาตรการสร้างความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม รวมถึงส่งเสริมบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้เรื่องสิทธิเพื่อคุ้มครองการใช้เทคโนโลยีและสื่อตามมาตรฐานความปลอดภัยและกฎหมาย ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ทั้งในเชิงเนื้อหาและการสร้างความตระหนักและภูมิคุ้มกันของผู้เสพสื่อ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ในประเด็นการพัฒนาภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส โดยร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดิน และการพัฒนาสู่ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ และการเสริมสร้างให้ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ พร้อมทั้งมีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานให้มีความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนกัน รวมทั้งมีการถ่ายโอนภารกิจที่สำคัญและการกระจายอำนาจในระดับที่เหมาะสม

๔.๑.๒ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี ที่สอดคล้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เพื่อปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของประชาชนไทยในช่วงระยะเวลา ๒๐ ปีข้างหน้า โดยเฉพาะการมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต การมีจิตอาสา จิตสาธารณะ และความตระหนักถึงหน้าที่ต่อประโยชน์ส่วนรวม รวมทั้งการส่งเสริมให้ประชาชนยึดมั่นสถาบันหลักที่เป็นศูนย์รวมจิตใจให้เกิดความรัก ความสามัคคี ความภาคภูมิใจในความเป็นไทยที่มีอัตลักษณ์และความโดดเด่นจนเป็นที่ประจักษ์แก่สายตาชาวโลก ทั้งในด้านความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความมีไมตรี ความเป็นมิตร แผนแม่บทด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ บูรณาการร่วมระหว่างภาคีต่างๆ อาทิ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็นวิถีการดำเนินชีวิต โดยวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่การพัฒนาคนให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของสถาบันสังคมและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ทั้งครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ และภาคเอกชน โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีให้กับ

เยาวชนและประชาชนทั่วไป พัฒนาสื่อเผยแพร่เพื่อสร้างเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และจัดสรรเวลาและเปิดพื้นที่ให้สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนในการปลูกจิตสำนึกและสร้างเสริมค่านิยมที่ดี

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การพัฒนาการเรียนรู้ (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ มุ่งเน้นผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา มีการออกแบบระบบการเรียนรู้ใหม่ การเปลี่ยนบทบาทครูการเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษา และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต การวางพื้นฐานระบบรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาคนไทยตามพหุปัญญาให้เต็มตามศักยภาพ การสร้างเสริมศักยภาพผู้มีความสามารถพิเศษให้สามารถต่อยอดการประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง รวมถึงการพัฒนาไก่งานทำงานในลักษณะการรวมตัวของกลุ่มผู้มีความสามารถพิเศษในหลากหลายสาขาวิชา ในการร่วมนักวิจัยและนักเทคโนโลยีขึ้นแนวหน้าเพื่อพัฒนาต่อยอดงานวิจัยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ และเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของประเทศ โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ แผนย่อยการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ ๒๑ ทั้งในประเด็นการเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษาในทุกกระดับ ทุกประเภท จัดให้มีมาตรฐานขั้นต่ำของโรงเรียนในทุกระดับ และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเน้นการจัดระบบการศึกษาและระบบฝึกอบรมบนฐานสมรรถนะที่มีคุณภาพสูงและยืดหยุ่นผ่านการพัฒนากลไกต่างๆ นอกจากนี้ต้องพัฒนาระบบการเรียนรู้ในชุมชนให้เข้าถึงความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ปรับปรุงแหล่งเรียนรู้ในชุมชนให้เป็นพื้นที่เรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และมีชีวิต รวมถึงการเรียนรู้และทบทวนทักษะพื้นฐาน ได้แก่ การอ่านออก เขียนได้ คิดเลขเป็น โดยระดมทรัพยากรจากภาคเอกชนและภาคประชาสังคม การพัฒนาทัศนคติและแรงบันดาลใจที่อยากเรียนรู้ การสร้างนิสัยใฝ่เรียนรู้และให้ผู้เรียนได้ตระหนักถึงสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว รวมทั้งนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดหรือประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้ รวมทั้งการวางพื้นฐานระบบรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยเน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัล ทักษะการคัดกรองความรู้องค์ความรู้ การใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับคุณค่าบทบาทและประสบการณ์ของครูไปพร้อมกัน การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่มีคุณภาพที่ประชาชนสามารถเข้าถึงทรัพยากรและใช้ประโยชน์จากระบบการเรียนรู้และพัฒนาตนเองผ่านเทคโนโลยีการเรียนรู้สมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็น อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๘๐) จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมอนาคต การพัฒนาเป็นองค์กรรวมและการสร้างระบบนิเวศให้อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ แผนย่อยอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริม

ให้มีการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมทางอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ (พ.ศ.๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) มุ่งเน้นพัฒนาการให้บริการของรัฐให้มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ และเป็นการพัฒนาแบบครอบคลุมทั่วถึง บูรณาการไร้รอยต่อ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการดิจิทัล ดำเนินการพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการบริการภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนและผู้รับบริการทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว โปร่งใส หลากหลายช่องทาง ตรวจสอบได้ ไม่มีข้อจำกัดของเวลา พื้นที่ และกลุ่มคน โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ แผนย่อยการพัฒนาบริการประชาชน เน้นการให้บริการภาครัฐที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส แผนย่อยการปรับสมดุลภาครัฐ เน้นการให้ภาคส่วนอื่นๆ ส่งผลให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อก่อให้เกิดบริการสาธารณะเพื่อประชาชน และแผนย่อยการพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ เน้นการพัฒนาระบบฐานข้อมูลภาครัฐและการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ในการบริหารการตัดสินใจและการบริการที่เป็นเลิศ รวมทั้งการเปิดโอกาสให้เอกชน ประชาชน เข้าถึงข้อมูลข่าวสารภาครัฐ เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและประโยชน์ในการใช้ชีวิตให้วิธีการทำงานของหน่วยงานราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๑.๓ แผนปฏิรูปประเทศ

แผนปฏิรูปประเทศ สอดคล้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่

แผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญของประเทศในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนทุกระดับ ในวงกว้าง สร้างบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม ทั้งนี้ ในปัจจุบันสื่อมวลชนของประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง โดยมีสถานการณ์และแนวโน้มที่สำคัญ อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อโดยรวมที่ต้องแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีดังกล่าว ทั้งในแง่ของคุณภาพของเนื้อหาสาระ ต้นทุน และรายได้จากการดำเนินการ การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อกลายเป็นผู้ผลิตสื่อสืบเนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีข้างต้น โดยผู้บริโภคสื่อสามารถเป็นทั้งผู้รับและเป็นผู้คิดหรือสื่อสารส่งต่อข้อมูลออกไป การเปลี่ยนแปลงจริยธรรมในการทำหน้าที่ของสื่อในบางกรณีสื่อยังขาดจริยธรรมในการทำหน้าที่ ทำให้มีการเสนอข่าวสารที่อาจไม่เหมาะสมหรืออาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับสาธารณชน รวมทั้งประเด็นความรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ความสามารถในการแยกแยะคุณภาพของสื่อและข้อมูลข่าวสารที่เป็นโทษ ไม่เป็นประโยชน์หรือข่าวลวงของประชาชนไทย โดยแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานในแต่ละเรื่องและประเด็นการปฏิรูป ดังนี้

๑) การปฏิรูปการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน
๒) แนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ
๓) การปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ
๔) การปฏิรูปแนวทางการกำกับดูแลสื่อออนไลน์ มีกิจกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพ
๕) การปฏิรูปการบริหารจัดการความปลอดภัยไซเบอร์/กิจการอวกาศ และระบบและเครื่องมือ
ด้านการสื่อสารมวลชนและโทรคมนาคม เพื่อสนับสนุนภารกิจการป้องกันบรรเทาสาธารณภัยฯ

๖) การปฏิรูประบบการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ มีกิจกรรมหลักในการพัฒนา
การประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ได้แก่ การเร่งรัดการดำเนินการของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ
เพื่อเป็นกลไกในการบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐ

แผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ ตามหลักการสร้างความยั่งยืนและครอบคลุมมิติที่สำคัญรวม
๓ ด้านหลัก ทั้งนี้ด้านที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ ได้แก่ ด้านที่ ๑ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
ของประเทศให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ โดยในระยะสั้นต้องเร่งเพิ่มผลิตภาพการผลิตใน
อุตสาหกรรมหลักที่ประเทศไทยมีความชำนาญและสร้างฐานอุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโต
ในอนาคต ซึ่งต้องพัฒนาและเสริมสร้างทักษะบุคลากรในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่ออนาคต
เพิ่มประสิทธิภาพด้วยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ
ให้เอื้อต่อการลงทุนและการดำเนินธุรกิจ ระยะกลางต้องสร้างการรวมกลุ่มในภูมิภาคเพื่อขยายตลาด
และสร้างฐานการลงทุนด้วยการสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และระยะยาวต้องสร้างระบบ
นิเวศด้านการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

๔.๑.๔ กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐

การวางกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ มีจุดประสงค์เพื่อ
พลิกโฉมประเทศไทย หรือ เปลี่ยนแปลงประเทศขนานใหญ่ (Thailand's Transformation) ภายใต้อ
แนวคิด “Resilience” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการลดความเปราะบาง สร้างความพร้อมในการรับมือกับ
การเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาวะวิกฤติ โดยสร้างภูมิคุ้มกันทั้งในระยะสั้นและ
ระยะยาวเพื่อให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยการพลิกโฉมประเทศไทยครอบคลุมตั้งแต่
การเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก ในขณะเดียวกัน กรอบแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓
ยังมุ่งกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการสร้าง
ความสมดุลในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาแก่ทุกภาคส่วนเศรษฐกิจและสังคมอย่าง
เป็นธรรม รวมทั้งการสร้างสมดุลระหว่างความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศกับ
ความสามารถในการพึ่งตนเอง พร้อมทั้งการปรับเปลี่ยนองคาพยพในมิติต่าง ๆ ให้เท่าทันและสอดคล้อง
กับพลวัตและบริบทใหม่ของโลก โดยคำนึงถึงเงื่อนไขของสถานการณ์และทรัพยากรของประเทศ
นอกจากนี้ กรอบแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในการ

เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนทุกกลุ่ม และส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีไปยังคนรุ่นต่อไป เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศเกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ และสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาประเทศทั้งหมดตามที่กล่าวถึงข้างต้น การพลิกโฉมประเทศไทย (Thailand's Transformation) ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑3 จึงมีเป้าหมายหลักเพื่อพลิกโฉมประเทศไปสู่ “เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” หรือ “Hi-Value and Sustainable Thailand” โดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการยกระดับศักยภาพและพัฒนาประเทศในทุกมิติ เพื่อสนับสนุน เสริมสร้างการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อส่งเสริมโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมอย่างทั่วถึง ตลอดจนเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปในทิศทางที่ประเทศสามารถปรับตัวและรองรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเท่าทัน ตลอดจนสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวไปพร้อมกับการรักษาความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้องค์ประกอบหลักของกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ที่สอดคล้องกับการพัฒนากองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านสังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค (High Opportunity Society) ซึ่งทุกกลุ่มคนในประเทศมีโอกาสในการเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเต็มศักยภาพ ประชาชนได้รับความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม ทุกภาคส่วนในสังคมมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และประเทศมีความเหลื่อมล้ำลดลงในทุกมิติโดยการใช้เทคโนโลยี ฐานข้อมูลสารสนเทศ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการแข่งขันที่เปิดกว้างและเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเชิงธุรกิจ และผลักดันให้เกิดการเพิ่มผลิตภาพและพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพบริการสาธารณะในเมืองหลักและท้องถิ่นต่างจังหวัด เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเชิงพื้นที่ ตลอดจนการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยด้วยโอกาสอย่างตรงกับปัญหาความต้องการ การใช้นโยบายการเงินการคลังเพื่อสนับสนุนการกระจายรายได้ และการจัดความคุ้มครองทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มพลวัตการเลื่อนสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socioeconomic mobility)

๔.๑.๕ พระราชบัญญัติกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จัดตั้งตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ มีวัตถุประสงค์ ๗ ข้อ ตามมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ดังนี้

- ๑) รณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ๒) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๓) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อย่างปลอดภัยในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคม

๔) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๕) ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๖) ส่งเสริมบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๗) ดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

รวมถึงการกำหนดนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การออกประกาศกำหนดลักษณะของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ กำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและสร้างทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ชุมชน และสังคม หรือกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเฝ้าระวังสื่อ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้งภาคเอกชน ในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือกระทำการอื่นใดที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกองทุน

๔.๑.๖ กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี ของกระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมร่วมกับภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรมทุกระดับจะดำเนินการพัฒนาการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ มีภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ที่ดี และได้รับการยอมรับในเวทีทางวัฒนธรรมระดับสากล ผลักดันสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม เอื้ออาทร มีความปรองดองสมานฉันท์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยมีรายได้และความมั่งคั่งจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น ภายใต้แนวคิด “วัฒนธรรมสร้างคนดี สังคมดี สร้างรายได้ สร้างภาพลักษณ์และเกียรติภูมิประเทศไทยในเวทีโลก” โดยมีเป้าหมายของกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ด้านวัฒนธรรมระยะ ๒๐ ปีประกอบด้วย

(๑) คนดีที่สังคมคาดหวัง : มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย มีความรับผิดชอบ มีสำนึกรักบ้านเกิด ห่วงแหนแผ่นดิน เทิดทูนชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รักและภาคภูมิใจ

ในวัฒนธรรมไทยและเป็นพลเมืองดีของชาติ เด็กและเยาวชนไทยเล่นดนตรี นาฏศิลป์ ศิลปะการแสดง อย่างน้อย ๑ อย่าง

(๒) สังคมที่ดีคาดหวัง : มีน้ำใจไมตรี เอื้ออาทร สามัคคี ประองดองสมานฉันท์ เคารพและยอมรับ ความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม ปลอดภัยและสันติสุข

(๓) สร้างรายได้จากฐานวัฒนธรรม : ต้นทุน มรดก ภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรม สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ชุมชนท้องถิ่นและประเทศชาติ

(๔) วัฒนธรรมนำความเป็นไทยสู่สากล : ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทางศิลปวัฒนธรรมระดับนานาชาติ สร้างภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ที่ดีและเกียรติภูมิของไทยในเวทีโลก

วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมได้ทบทวนปรับปรุง วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี กรอบทิศทางตามนโยบายการพัฒนาสู่ประเทศไทย ๔.๐ กรอบทิศทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) รวมทั้งข้อคิดเห็นจากสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศที่เกี่ยวข้องด้านวัฒนธรรม และบริบท การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการเมืองเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังนี้

วิสัยทัศน์

วัฒนธรรมสร้างคนดี สังคมสันติสุข ทูตทางวัฒนธรรมเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจไทยเป็นศูนย์กลาง การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ

พันธกิจ

(๑) เติบโตสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ให้มีการรักษา สืบทอดและพัฒนาอย่างยั่งยืน

(๒) สร้างจิตสำนึก สร้างค่านิยม และวิถีชีวิตที่ดีงามในสังคมไทย

(๓) ส่งเสริมการพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

(๔) จัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการองค์ความรู้ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะและ วัฒนธรรม

(๕) ส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศเพื่อนำความเป็นไทยสู่สากล

ยุทธศาสตร์

(๑) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการอนุรักษ์ และสืบทอดวัฒนธรรม

(๒) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และความเป็นไทย

(๓) ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

(๔) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการความรู้ และสร้าง นวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

(๕) พัฒนาศักยภาพการเสริมสร้างความสัมพันธ์ เกียรติภูมิและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อนำความเป็นไทยสู่สากล

(๖) พัฒนากลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม

เป้าประสงค์

(๑) วัฒนธรรมได้รับการอนุรักษ์และสืบทอดอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน

(๒) ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ พัฒนาและสืบสานมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม

(๓) คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่ดีงาม

(๔) คนไทยมีความรัก ภูมิใจในวัฒนธรรมและความเป็นไทย

(๕) ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น

(๖) การจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์และดนตรีมีคุณภาพและมาตรฐาน

(๗) ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ เกียรติภูมิและภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ดีในระดับนานาชาติเพิ่มมากขึ้น

(๘) กระทรวงวัฒนธรรมมีกลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพสูง

แนวทางการพัฒนาในแต่ละยุทธศาสตร์

(๑) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการอนุรักษ์ และสืบทอดวัฒนธรรม มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

(ก) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ รวมทั้งกิจกรรมเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

(ข) ดำเนินงานตามพระราชดำริ และส่งเสริมการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ

(ค) อนุรักษ์ พัฒนาและสืบสานมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม โดยการบูรณะปฏิสังขรณ์ อนุรักษ์ พื้นฟู ขึ้นทะเบียน ปกป้องคุ้มครอง เผยแพร่ พัฒนาและสืบสานมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม

(๒) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และความเป็นไทย มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

(ก) อุปถัมภ์คุ้มครองศาสนา และส่งเสริมการนำหลักธรรมทางศาสนามาใช้ในชีวิตประจำวัน

(ข) เสริมสร้างค่านิยมหลักของคนไทย ๑๒ ประการ ตามนโยบายของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ และรัฐบาล

(ค) เสริมสร้างและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

(ง) เสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป โดยใช้มิติทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อ การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนเปิดพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก และเยาวชน

(จ) ส่งเสริมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติไทยและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

(ฉ) รณรงค์ส่งเสริมความเป็นไทยทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและนานาชาติ

(๓) ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

(ก) ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

(ข) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม

(ค) พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

(ง) ส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีหรือเทศกาลสำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและชุมชน

(จ) ส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทศิลปิน เพื่อการสร้างงาน และสร้างรายได้

(ฉ) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

(๔) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการความรู้ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

(ก) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาเฉพาะด้านศิลปวัฒนธรรม

(ข) พัฒนาศักยภาพแหล่งเรียนรู้ทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

(ค) พัฒนาการบริการการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย ทันสมัยและน่าสนใจ รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ทางศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป

(ง) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาทางด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม รวมถึงการจัดการความรู้ และการนำผลงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงาน การแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมในมิติวัฒนธรรม

(๕) พัฒนาศักยภาพการเสริมสร้างความสัมพันธ์ เกียรติภูมิและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อนำความเป็นไทยสู่สากล มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

(ก) เชื่อมโยงและพัฒนาความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับสมาชิกอาเซียน และนานาชาติ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี

(ข) ผลิตสื่อเผยแพร่ และส่งเสริมกิจกรรมทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ วัฒนธรรมและนำความเป็นไทยสู่สากล โดยดำเนินงานทั้งเชิงรับและเชิงรุก

(ค) ส่งเสริมบทบาทด้านศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยในเวทีอาเซียน และนานาชาติ

(ง) พัฒนาศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมระดับนานาชาติ

(จ) เสริมสร้างและพัฒนาบทบาทของสภาวัฒนธรรม ศูนย์วัฒนธรรม และภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรมในต่างประเทศ

(บ) พัฒนากลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญดังนี้

(ก) พัฒนากฎหมาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานทางศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

(ข) เสริมสร้างภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาศักยภาพ และบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับภาคีเครือข่ายทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

(ค) เสริมสร้างและพัฒนากลไกอื่นๆ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนงานวัฒนธรรม อาทิ มาตรการภาษี มาตรการด้านงบประมาณและกองทุน มาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ฯลฯ

๔.๑.๗ แผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - พ.ศ. ๒๕๖๕)

กองเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ - พ.ศ. ๒๕๖๕) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วิสัยทัศน์

สื่อมีคุณภาพสูงภายใต้หลักแห่งคุณธรรมและจริยธรรม ประชาชนใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ รู้เท่าทันสื่อ ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ บนพื้นฐานวัฒนธรรมที่ดีงาม

พันธกิจ

๑. ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม
๒. ส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย เกิดการรู้เท่าทันสื่อรวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและตรวจสอบสื่อที่ไม่เหมาะสม
๓. พัฒนากลไกการบูรณาการการทำงานร่วมกัน
๔. สนับสนุนการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายให้ทันสมัย

เป้าหมาย

๑. ผู้ผลิตสื่อมีจริยธรรม มีผลผลิตสื่อที่มีความปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือส่งเสริมให้เกิดสื่อเชิงนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น

๒. ประชาชนทุกกลุ่มมีความรู้เท่าทันสื่อ มีจริยธรรม และความรับผิดชอบในการสื่อสาร มีทักษะและพฤติกรรมในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังและตรวจสอบสื่อที่ไม่เหมาะสมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และคนพิการ
๓. กลไกการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งเครือข่ายวัฒนธรรม ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม มีความเป็นรูปธรรม และมีประสิทธิภาพ
๔. กฎหมายมีความทันสมัย และกลไกในการบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัดหลัก

๑. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และสื่อเชิงนวัตกรรมในสังคมมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และครอบคลุมทุกพื้นที่
๒. ผู้ผลิตสื่อ ผลิตและเผยแพร่สื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างมีความรู้ความเข้าใจ มีจริยธรรมและความรับผิดชอบมากยิ่งขึ้น
๓. ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อ รู้จักการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่เหมาะสม มีจริยธรรม ความรับผิดชอบ มีสัดส่วนความนิยมในการรับสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น ทุกปี เครือข่ายเฝ้าระวังและตรวจสอบสื่อที่ไม่เหมาะสมในสังคมมีความเข้มแข็ง เพียงพอ และมีประสิทธิภาพในทุกกลุ่มของประชาชน โดยเฉพาะ เด็กเยาวชน ผู้สูงอายุ และคนพิการ
๔. การบูรณาการในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของทุกภาคส่วน
๕. กฎหมายและกลไกต่าง ๆ มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสนับสนุนการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

สนับสนุนให้มีการพัฒนาประมวลจริยธรรม และแนวปฏิบัติที่ดีของสื่อแต่ละแขนง ซึ่งรวมถึงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการส่งเสริมหรือจูงใจให้สื่อสร้างจรรยาบรรณของสื่อมวลชนเป็นมาตรฐานกลางขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อมีองค์ความรู้ในการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจในการผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อคุณภาพอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ พัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมทั้งศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อที่มีความหลากหลาย และครอบคลุมทุกพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ พฤติกรรมการใช้สื่อเชิงสร้างสรรค์ เฝ้าระวัง และตรวจสอบสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

พัฒนาแนวทางเพื่อสร้างและสนับสนุนการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ สนับสนุนให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสื่อระหว่างภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งเครือข่ายวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม เอกชน และหน่วยงานรูปแบบอื่นๆ มีการรณรงค์เพื่อสร้างวัฒนธรรมในการใช้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุและคนพิการ รวมถึงศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวัง และพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ของประชาชนทุกกลุ่ม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การบูรณาการกลไกการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนผ่านการสื่อสารสาธารณะ

จัดทำแผนปฏิบัติการให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระดับชาติ มีการสร้างกลไกความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ที่เป็นรูปธรรมระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเครือข่ายวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม ภาคเอกชน รวมถึงหน่วยงานในรูปแบบอื่นๆ สนับสนุนให้มีการใช้งบประมาณอย่างเป็นระบบ รวมถึงศึกษาวิจัยแนวทางและปัจจัยสนับสนุนในการบูรณาการกลไกการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม และเกิดการสื่อสารสาธารณะอย่างกว้างขวาง

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาและบูรณาการการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

สร้างและพัฒนากลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ พัฒนางค์ความรู้ สนับสนุนให้มีการปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย สร้างองค์ความรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องการบังคับใช้กฎหมายให้สังคมได้รับทราบ รวมถึงศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายให้มีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น

๔.๑.๘ ยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕

จากพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ นั้น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้กำหนดยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ คือ “ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี” โดยมีพันธกิจที่สำคัญ ๓ ประการ คือ ๑) ส่งเสริม สนับสนุน ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์ จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างทั่วถึง และ ๓) ส่งเสริมให้ประชาชน โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ โดยมีมุ่งขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ว่า “ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เพิ่มขึ้น ได้เรียนรู้ พัฒนาตนเอง และครอบครัว พัฒนางาน และเกิดความเข้าใจสังคมที่แตกต่างหลากหลาย สามารถอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายดังกล่าว กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินไว้ ๔ ประเด็น

๑) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเป้าหมายรวมที่ต้องการให้ “สื่อ” เป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลุกฝังวัฒนธรรมของชาติ และปลุกฝังทัศนคติที่ดีและกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญ เพื่อผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระสร้างสรรค์มีประโยชน์ บนสำนึกของความเป็นไทยร่วมสมัย และสอดคล้องกับการดำรงตนของประชาชนในสังคมไทยและสังคมโลกอย่างผู้มีอารยธรรมให้เพิ่มขึ้น โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ส่งเสริม สนับสนุน และรณรงค์การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และสามารถใช้สื่อในการพัฒนาตนเองชุมชน และสังคม พร้อมทั้งให้ความสำคัญการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนให้มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ตลอดจนสนับสนุนสร้างนวัตกรรมสื่อที่มีคุณภาพ

แนวนโยบายกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในช่วง ๓ ปีข้างหน้า มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนในยุคดิจิทัล โดยสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อสำหรับการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ ๒๑ ตลอดจนการพัฒนากำลังคน “เด็กและเยาวชน” ให้เป็นพลเมืองที่ดี มีคุณภาพ มีพลัง ความรู้ ความเข้าใจ ด้านการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและดิจิทัล (Media Information and Digital Literacy หรือ MIDL) มุ่งเน้นส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม สิทธิและหน้าที่ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) ความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ (Media Effect Awareness) และการรู้เท่าทันตนเอง (Self-awareness) เพื่อให้เกิดพฤติกรรมเชิงบวกในการใช้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และลดพฤติกรรมเสี่ยงในการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมและเป็นอันตรายต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม อันจะนำไปสู่การสร้างภูมิคุ้มกันและรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัลของเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ “การสร้างระบบนิเวศสื่อที่ดีที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน” (Media Ecosystem) เป็นปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมาก อาทิ พ่อแม่ โรงเรียนชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ถือเป็นบริบทของนิเวศสื่อที่เอื้อให้เกิดสภาพแวดล้อมในการสร้างสรรค์สื่อที่ดีและพื้นที่สื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน

๒) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ปัจจุบันการเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วระบบนิเวศของสื่อเปลี่ยนแปลงไป การเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ ทำให้ช่องทางการสื่อสารมีปริมาณและความหลากหลายมากขึ้น ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแสดงความคิดเห็น เผยแพร่ ส่งต่อ รวมถึงผลิตสื่อได้อย่างง่ายดาย สถานการณ์เหล่านี้ทำให้ผู้ผลิตสื่อ ต้องปรับเปลี่ยนตนเองโดยหันมาทำธุรกิจบนสังคมออนไลน์

มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปิดรับสื่อผ่านทางเครื่องมือที่หลากหลาย (Multi-screen) อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากสถานการณ์การขยายตัวของธุรกิจสื่อพบว่า ธุรกิจ OTT TV ซึ่งเป็นบริการแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ระบบการคัดกรองสื่อไม่สามารถทำได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากประเทศไทยยังขาดระบบการวัดคุณภาพเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม และระบบวัดคุณภาพของสื่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมสื่อ ปัจจุบันเป็นการวัดการเปิดรับสื่อของผู้ชมผู้ฟังในเชิงปริมาณเท่านั้น นอกจากนี้ยังทำให้เกิดสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก สื่อเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบทางลบให้แก่ผู้รับสารที่ขาดวิจารณญาณในการรับข้อมูลข่าวสาร

จากสถานการณ์ข้างต้น ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงานเพื่อสร้างสังคมที่มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ ขณะเดียวกันบุคลากรและคนทำงานด้านสื่อที่ปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามพบว่า บุคลากรด้านสื่อยังขาดความรู้ ทักษะ และทักษะการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและคนทำงานด้านสื่อจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พัฒนาไปอย่างไม่หยุดนิ่ง จะเห็นได้ว่าการที่จะทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่มีสื่อที่มีความปลอดภัยและสร้างสรรค์จำเป็นต้องพัฒนาทั้งด้านฐานข้อมูล กำลังคน และระบบกลไกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ ทั้งนี้เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕) จะพบว่ายุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดนวัตกรรมสื่อเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของสังคม รวมทั้งเกิดการสร้างองค์ความรู้และฐานข้อมูลระดับประเทศเพื่อนำมาขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป้าหมายของยุทธศาสตร์ ดังกล่าวสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน

๓) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ

จากสถานการณ์ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการสื่อสารทางดิจิทัล ที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ก่อให้เกิดความตระหนักในการส่งเสริมความเข้มแข็ง และสร้างภูมิคุ้มกันด้านสื่อในสังคมไทย เพื่อให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น และการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่ส่งเสริมและเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ในด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพมนุษย์ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ตลอดจนเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ใน เป้าหมายที่ ๑ คนไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม และเป้าหมายที่ ๒ คนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะความรู้และความสามารถเพิ่มขึ้น และแผนปฏิรูปประเทศ ในการปฏิรูปการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน ในการดำเนินงานจึงมุ่งให้เกิดมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและสร้างทักษะในการรู้เท่า

หนังสือให้เกิดขึ้นในสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรม กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จึงกำหนดแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ของการจัดตั้งตามมาตรา ๕ ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี” โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในระยะ ๕ ปีแรก พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ ใน ๔ ด้าน ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจะดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลโดยคณะกรรมการเกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดกลไกการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการแก้ไข ป้องกัน และการสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประชาชน ก่อให้เกิดสังคมที่มีความรู้เท่าทันสื่อ คนในสังคมมีวิถีชีวิตการบริโภคสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีคุณภาพ

๔) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคี

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรุนแรง (Technology Disruption) ส่งผลกระทบต่อนิเวศสื่อของประเทศไทยครั้งใหญ่ โดยเฉพาะการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ทโฟน สมาร์ททีวี โทรศัพท์ดิจิทัล ตลอดจนแพลตฟอร์มหลักจากต่างประเทศ นอกจากได้ช่วยเพิ่มช่องทางในการติดต่อและรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคแล้ว ในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อ ประชาชนจึงได้รับข่าวสารจากทุกทิศทาง และมีบทบาทเป็นทั้ง ผู้รับข่าวสาร (Receiver) และเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ทำให้ข่าวสารถูกรับและส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว ทั้งโดยถูกต้อง และไม่ถูกต้อง สร้างสรรค์และไม่สร้างสรรค์ ก่อให้เกิดประโยชน์ เสียประโยชน์ และผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างมากมาย บางครั้งเกิดปัญหาเพราะขาดการตรวจสอบ ขาดจรรยาบรรณ ในการนำเสนอ และกระบวนวิธีของผู้เกี่ยวข้อง ในขณะที่ประชาชนยังขาดความรู้เท่าทันสื่อหรือยังไม่อาจแยกแยะคุณภาพของสื่อ ยังไม่เข้าใจจริยธรรมของสื่อ และธุรกิจสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบเชิงธุรกิจมากขึ้น ทำให้มีประชาชนจำนวนมากสนับสนุนสื่อที่ไม่มี มาตรฐานด้านคุณภาพ และผู้ประกอบการสื่อจะนำเสนอเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนผู้เสพสื่อนิยม ลดสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์ลง และบางส่วนยังเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นโทษหรือไม่เป็นประโยชน์ ขาวหลวง ขาวปลอม เป็นต้น ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ประสบการณ์การเรียนรู้ของคนแต่ละรุ่นนั้น แตกต่างจากภูมิทัศน์สื่อและสภาพแวดล้อมทางสังคม คนรุ่นก่อน (คนสูงวัย รุ่นพ่อแม่) นั้น มีสื่อในชีวิตจริงน้อยมาก การเรียนรู้จึงเน้นมาจากการประสบการณ์ร่วมของผู้คนในชีวิตจริงร่วมกัน แต่คนรุ่นหลังจะใช้สื่อมากและเรียนรู้ประสบการณ์จากจอจากสื่อมากกว่าคนรุ่นก่อน การสอนให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ จึงต้องรู้เท่าทันคนผลิตสื่อและรู้เท่าทันตัวเราเองในฐานะผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม ด้วยประสบการณ์การเรียนรู้จากสองโลกที่ต่างกันนี้เองทำให้โลกทัศน์การเรียนรู้โลกของคนแต่ละรุ่น แตกต่างกันไปด้วย ส่งผลต่อพฤติกรรมและระดับความเท่าทันต่อข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลเข้ามาแตกต่าง

กันตลอดจนความซับซ้อนของธุรกิจสื่อและรูปแบบการหารายได้จากข่าวสารของแพลตฟอร์มต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้เอง ทำให้การส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมในการรู้เท่าทันและจัดการกับข่าวสารข้อมูลที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ

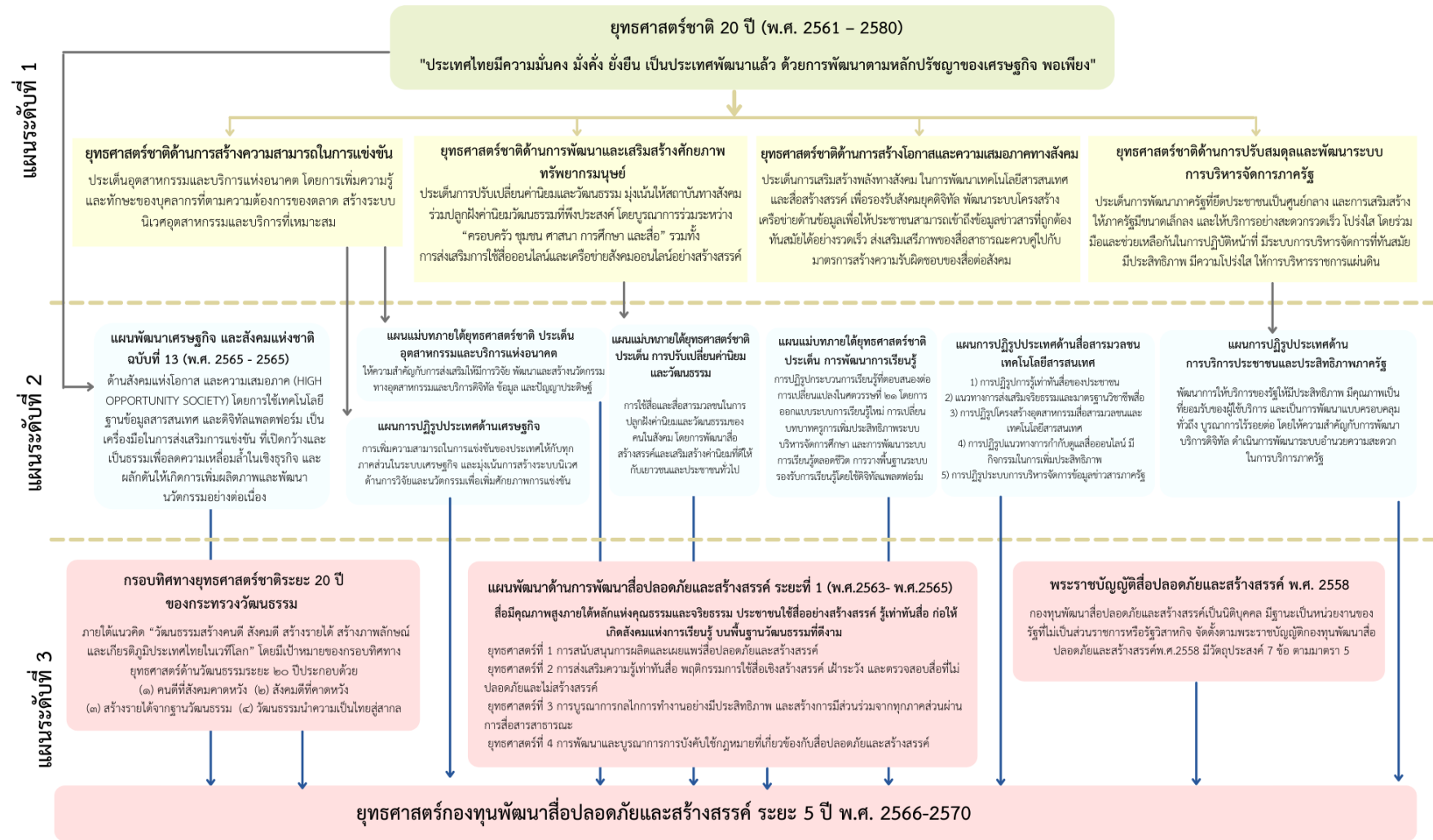
ทั้งนี้สามารถวิเคราะห์ความเชื่อมโยงนโยบายและแผน และความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้

นโยบายและแผน	ความเชื่อมโยงกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐)	
ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	การหล่อหลอมเทคโนโลยีดิจิทัล ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ โดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว
ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคม ร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคมโดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด
ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม	การเสริมสร้างพลังทางสังคมเพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งเสริมเสรีภาพของสื่อสาธารณะควบคู่ไปกับมาตรการสร้างความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม
ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	การพัฒนาภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส โดยร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดิน และการพัฒนาสู่ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ และการเสริมสร้างให้ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ พร้อมทั้งมีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงาน

นโยบายและแผน	ความเชื่อมโยงกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
	ให้มีความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนกัน รวมทั้งมีการถ่ายโอนภารกิจที่สำคัญและการกระจายอำนาจในระดับที่เหมาะสม
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม	การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป พัฒนาสื่อเผยแพร่เพื่อสร้างเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และจัดสรรเวลาและเปิดพื้นที่ให้สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนในการปลูกจิตสำนึกและสร้างเสริมค่านิยมที่ดี
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้	การพัฒนาทักษะดิจิทัล และทักษะการคัดกรองความรู้ องค์ความรู้ โดยการใช้เทคโนโลยีผสมผสานกับคุณค่า บทบาทและประสบการณ์ของครูไปพร้อมกัน การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่มีคุณภาพที่ประชาชนสามารถเข้าถึงทรัพยากรและใช้ประโยชน์จากระบบการเรียนรู้และพัฒนิตนเองผ่านเทคโนโลยีการเรียนรู้สมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต	การพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมอนาคต การพัฒนาเป็นองค์กรรวมและการสร้างระบบนิเวศให้อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ แผนย่อยอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้มีการวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมทางอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ	- การพัฒนาบริการประชาชน เน้นการให้บริการภาครัฐที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส - การปรับสมดุลภาครัฐ เน้นการให้ภาคส่วนอื่น ๆ ส่งผลให้ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อก่อให้เกิดบริการสาธารณะเพื่อประชาชน - การพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ เน้นการพัฒนาระบบฐานข้อมูลภาครัฐและการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ในการบริหารการตัดสินใจและการบริการที่เป็นเลิศ

นโยบายและแผน	ความเชื่อมโยงกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
แผนปฏิรูปประเทศ สอดคล้องกับการพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์	การปฏิรูปการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน การกำกับดูแลสื่อออนไลน์ มีกิจกรรมในการเพิ่ม การบริหารจัดการความปลอดภัยไซเบอร์
แผนปฏิรูปประเทศด้าน เศรษฐกิจ	การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้กับทุกภาคส่วนใน ระบบเศรษฐกิจ โดยในระยะสั้นต้องเร่งเพิ่มผลผลิตการผลิตใน อุตสาหกรรมหลักที่ประเทศไทยมีความชำนาญและสร้างฐาน อุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต
แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓	ด้านสังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค โดยการใช้เทคโนโลยี ฐานข้อมูลสารสนเทศ และดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการ ส่งเสริมการแข่งขันที่เปิดกว้างและเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำใน เชิงธุรกิจ และผลักดันให้เกิดการเพิ่มผลผลิตและพัฒนานวัตกรรม อย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพ บริการสาธารณะในเมืองหลักและท้องถิ่นต่างจังหวัด เพื่อลดความ เหลื่อมล้ำในเชิงพื้นที่
พระราชบัญญัติกองทุนสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘	การกำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและสร้างทักษะใน การรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการ เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ชุมชน และสังคม หรือกำหนดมาตรการเพื่อ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเฝ้าระวังสื่อ
กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ ชาติระยะ ๒๐ ปี ของ กระทรวงวัฒนธรรม	การสร้างจิตสำนึก สร้างค่านิยม และวิถีชีวิตที่ดีงามในสังคมไทย
แผนพัฒนาด้านการพัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๕)	- ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม - ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อรู้จักการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่เหมาะสม มีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมมีส่วนร่วมในการรับสื่อที่ ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้นทุกปี - กฎหมายและกลไกต่างๆ มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมและ มีประสิทธิภาพ

สามารถสรุปความเชื่อมโยงนโยบายและแผน และความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัย
และสร้างสรรค์ ดังภาพต่อไปนี้



ส่วนที่ ๕

การรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงาน

ตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับ

การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ส่วนที่ ๕

การรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับ การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จากการศึกษาเอกสารและวิเคราะห์สภาพปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน ทั้งภายในและภายนอก พบว่า ปรากฏการณ์การรวมสื่อ ทั้งความท้าทายของสื่อเก่า ทั้งการเปลี่ยนผ่านของสื่อสิ่งพิมพ์ การขยายแพลตฟอร์มของสื่อวิทยุ หรือการก้าวสู่ทีวีดิจิทัล เพื่อความอยู่รอด และการเกิดขึ้นและมีอิทธิพลของสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ TikTok OTT TV หรืออุตสาหกรรมเกมออนไลน์ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคท่ามกลางการแข่งขันที่สูง ทำให้ช่องทางการสื่อสารและบริบทเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงไป มีทั้งเชิงบวก ได้แก่ การเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ๆ และเชิงลบทั้งประเด็นข่าวปลอม Cyber Bully หรือการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ ปัญหาด้านจริยธรรมสื่อ เป็นต้น ส่งผลถึงสถานการณ์ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในการดำเนินการให้สอดคล้องกับปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้ อีกทั้งสภาพแวดล้อมของสื่อในปัจจุบัน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ประชากร เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และต้องมีการปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ทิศทางการบริหารประเทศทั้งยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม แผนปฏิรูปประเทศ ด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ พรบ.กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ กรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี ของกระทรวงวัฒนธรรม และแผนพัฒนาด้านการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๖๓- พ.ศ. ๒๕๖๕) ยังเป็นกรอบทิศทางการดำเนินงานของกองทุนฯ ที่สำคัญอีกด้วย

จากการดำเนินงานของกองทุนฯ ที่ผ่านมา พบว่าการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายหรือวิสัยทัศน์ เป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของคำว่า “**ประชาชนเข้าถึง**” จากการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพจำนวนมากและมีการเผยแพร่หลากหลายช่องทาง ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ส่วนของคำว่า “**เข้าถึง**” และ “**เข้าใจ**” จากการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อจำนวนมาก และมีการเผยแพร่หลากหลาย มีการสร้างเครือข่ายเพื่อขยายความรู้ โดยเน้นที่เยาวชนให้สามารถเข้าใจสื่อที่ดี และมีประโยชน์ได้ ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อที่ดี เข้าใจสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ในส่วนของคำว่า “**ฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์**” จากการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการ

ส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ “นิเวศสื่อที่ดี” ในประเด็นนิเวศสื่อที่ดียังต้องมีการพิจารณาในขอบเขตที่กว้างขึ้น เนื่องจากการสร้างนิเวศสื่อที่ดีจะต้องสามารถลดปริมาณสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์อีกด้วย อย่างไรก็ตามจากบริบทของสื่อที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดข่าวปลอม และภัยทางไซเบอร์หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้นิเวศสื่อยังต้องเผชิญกับสื่อไม่ดีเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม หากมีการส่งเสริมให้ประชาชนรู้เท่าทันมากขึ้น ก็จะมีการลดการใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์นั่นเอง ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นนำไปสู่การปรับจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ

๕.๑ ผลการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔

การติดตามประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ในส่วนนี้จะเป็นผลการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔ ซึ่งการดำเนินโครงการจะมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกองทุน ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลุกฝังวัฒนธรรมของชาติ และปลุกฝังทัศนคติที่ดีและการสร้างระบบนิเวศสื่อที่ดีที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการทำให้เกิดนวัตกรรมสื่อเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของสังคม รวมทั้งเกิดการสร้างองค์ความรู้และฐานข้อมูลระดับประเทศเพื่อนำมาขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกและกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับส่งเสริมให้เกิดกลไกการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการแก้ไข ป้องกัน และการสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประชาชน ก่อให้เกิดสังคมที่มีความรู้เท่าทันสื่อ คนในสังคมมีวิถีชีวิตการบริโภคสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมในการรู้เท่าทันและจัดการกับข่าวสารข้อมูลที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ทวีความสำคัญมากขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อให้สะท้อนการดำเนินงานในภาพของยุทธศาสตร์ทั้ง ๓ ปี การประเมินผลการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔^๕ จะวิเคราะห์และประเมินรายยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนากการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ผลการประเมินการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ จะต้องมีการพิจารณาจากโครงการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งสำหรับเด็กและเยาวชน และประชาชนทั่วไป ซึ่งในแต่ละปีงบประมาณมีการจัดสรรทุนทั้งโครงการเปิดรับทั่วไป (Open Grant) โครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) และโครงการด้านการให้ทุนประเภทความร่วมมือ (Collaborative Grant) ในจำนวนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถสรุปโครงการประเภทพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ และโครงการที่ยกเลิกสัญญา ดังนี้

จำนวนโครงการ	๒๕๖๑		๒๕๖๒		๒๕๖๓		๒๕๖๔	
ประเภทโครงการ	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*
โครงการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน	๔๗	๒	๔๐	๑	๒๕	๐	๒๒	-
โครงการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป	๔๓+ ๑**	๐	๕๓	๓	๒๒	๐	๒๘+ ๑**	-

*ยกเลิก สละสิทธิ์ หรืออยู่ระหว่างรอยยกเลิก

**อนุมัติโครงการอยู่ระหว่างรอทำสัญญา

จากผลการพิจารณาจำนวนโครงการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จะพบว่าตลอดระยะเวลาการดำเนินการให้ทุนสนับสนุนของกองทุนฯ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น จำนวน ๒๗๗ ชิ้น จำแนกเป็น สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน จำนวน ๑๓๒ ชิ้น และสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สำหรับประชาชนทั่วไป จำนวน ๑๔๕ ชิ้น

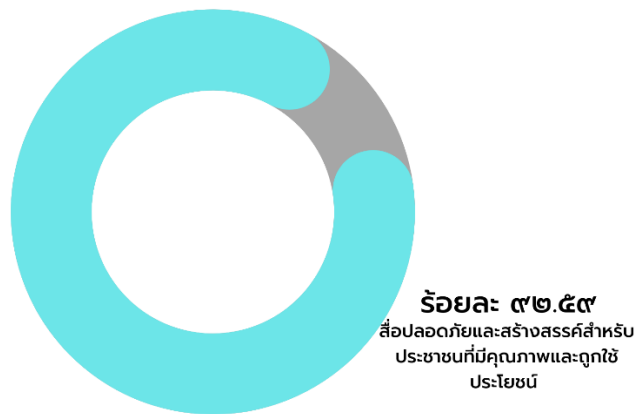
^๕ ข้อมูลตัวเลขที่นำมาวิเคราะห์จำนวนโครงการมีข้อจำกัดดังนี้

๑. ในพ.ศ. ๒๕๖๒ ฐานข้อมูลปรากฏเฉพาะโครงการทุนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) และโครงการด้านการให้ทุนประเภทความร่วมมือ (Collaborative Grant) (T๒/T๓)

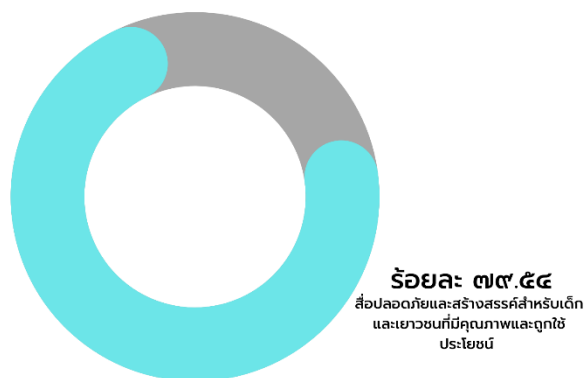
๒. ในพ.ศ. ๒๕๖๓ ประเภททุนโครงการด้านการให้ทุนประเภทความร่วมมือ (Collaborative Grant) พบว่าไม่ได้จำแนกตามประเภทของโครงการ ระบุเพียงว่า ผู้เชี่ยวชาญ สำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๓. ในพ.ศ. ๒๕๖๔ มีจำนวน ๒ โครงการที่รอการทำสัญญาและไม่มีการระบุประเภทโครงการ

ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์นี้ คือ มีสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ อีกทั้งเมื่อพิจารณาคุณภาพของสื่อ ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ตามผลการศึกษาโครงการสนับสนุนคณะกรรมการประเมินผลฯ ในการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ พบว่า เฉพาะในปี ๒๕๖๓ จากการประเมินคุณภาพสื่อนั้น มีจำนวนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์จากโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ จากโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ และโครงการสนับสนุนทุนเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี ๒๕๖๑ ทั้ง ๔ กลุ่ม รวมทั้งสิ้น ๙๒ โครงการ พบว่า สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์ จำนวน ๒๕ โครงการ^๖ จากที่มีการประเมินทั้งหมด ๒๗ โครงการ คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๕๙ ดังภาพต่อไปนี้



และสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์ จำนวน ๒๕ โครงการ จากที่มีการประเมินทั้งหมด ๔๔ โครงการ คิดเป็นร้อยละ ๗๙.๕๔ ดังภาพต่อไปนี้



^๖ ค่ากลางของคะแนนเฉลี่ยการประเมินคุณภาพเทียบกับคะแนนเต็ม ๑๐๐ คะแนน เท่ากัน ๗๐.๖๒ ซึ่งเกณฑ์การประเมินสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพ : น้อยกว่า ๕๐ = สื่อไม่มีคุณภาพ/ ๕๐ - ๕๙ สื่อมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ/ ๖๐ - ๖๙ งานวิจัยมีคุณภาพปานกลาง/ ๗๐ - ๗๙ สื่อมีคุณภาพสูง/ ๘๐ ขึ้น งานวิจัยมีคุณภาพสูงมาก

นอกจากนี้ทางกองทุนฯ ได้มีการจัดสรรทุนให้แก่โครงการที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ซึ่งมีการประเมินโครงการประเภทนี้ทั้งสิ้น ๑๒ โครงการ ซึ่งทั้งหมดถือว่าเป็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์ ร้อยละ ๑๐๐

ซึ่งจากผลการประเมินข้างต้นสะท้อนว่า สื่อที่ผลิตภายใต้การสนับสนุนทุนจากกองทุนฯ โดยเฉพาะสื่อสำหรับประชาชน และสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นสื่อมีเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพ และมีการเผยแพร่เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้จำนวนมาก สำหรับการพัฒนาศักยภาพและทักษะด้านการสร้างสรรค์ผลงานสื่อให้แก่ผู้ผลิตสื่อทั่วประเทศ ได้มีการดำเนินผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการพัฒนานักสื่อสารสร้างสรรค์ด้านการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง โครงการสร้างหลักสูตรนาร่องการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับนวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือการอบรมการผลิตสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัยเพื่อความเข้าใจเกษตรกรอินทรีย์อย่างถูกต้อง ผลิตหลักสูตร “นักสื่อสารเกษตรอินทรีย์” (Organic Media Creator) ในรูปแบบที่หลากหลาย โดยเป็นการใช้กระบวนการของค่ายอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้ควบคู่ไปกับการเพิ่มพูนทักษะการผลิต โดยนอกจากกลุ่มผู้ผลิตสื่อมืออาชีพแล้ว ยังได้มีการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ และมีมือสมัครเล่นต่างๆ ผ่านช่องทางการอบรมที่หลากหลาย นำไปสู่การสร้างภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งได้ แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่สะท้อนถึงผลลัพธ์ของการส่งเสริมการผลิตสื่อว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้มากเพียงใด และก่อให้เกิดนิเวศสื่อที่ดี มีผลกระทบต่องานอย่างไร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ผลการประเมินการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒ จะต้องมีการพิจารณาจากโครงการพัฒนางานวิจัย ชุมความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งในแต่ละปีงบประมาณมีการจัดสรรทุนทั้งโครงการเปิดรับทั่วไป (Open Grant) และโครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ในจำนวนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถสรุปโครงการประเภทพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ และโครงการที่ยกเลิกสัญญา ดังนี้

จำนวนโครงการ	๒๕๖๑		๒๕๖๒		๒๕๖๓		๒๕๖๔	
ประเภทโครงการ	ได้รับ ทุน	ยกเลิก ทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิก ทุน*	ได้รับ ทุน	ยกเลิก ทุน*	ได้รับ ทุน	ยกเลิก ทุน*
โครงการพัฒนางานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรม เกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๑๗+ ๑**	๐	๒๓	๒	๑๕	๐	๑๔	-

*ยกเลิก สละสิทธิ์ หรืออยู่ระหว่างรอยยกเลิก

**อนุมัติโครงการอยู่ระหว่างรอทำสัญญา

จากผลการพิจารณาจำนวนโครงการพัฒนางานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จะพบว่าตลอดระยะเวลาการดำเนินการให้ทุนสนับสนุนของกองทุนฯ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ มีจำนวนงานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้น จำนวน ๖๘ ชิ้น ซึ่งถือว่าการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีฐานข้อมูลในการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อีกทั้งส่งเสริมให้มีการพัฒนาองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อใช้ในการพัฒนาให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และการรู้เท่าทันและการเฝ้าระวังสื่อออนไลน์และพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์นี้ ทั้งนี้ตามผลการศึกษาโครงการสนับสนุนคณะกรรมการประเมินผลฯ ในการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ พบว่า มีงานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๑๕ ชิ้นที่มีคุณภาพ (จากโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ โครงการสนับสนุนทุนเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี ๒๕๖๑ และโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๒) ซึ่งในการประเมินครั้งนี้มีงานวิจัยชุดความรู้ หรือนวัตกรรม จำนวน ๑๙ ชิ้น^๗ และในจำนวนนี้อย่างน้อยร้อยละ ๕๐ ได้รับการเผยแพร่ในช่องทางสาธารณะ พบว่า งานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในภาพรวมยังมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และมีคุณภาพปานกลาง อย่างไรก็ตาม การประเมินคุณภาพของงานวิจัย ชุดความรู้ หรือนวัตกรรมมีข้อจำกัดในด้านข้อมูลที่ได้รับ สำหรับการประเมินเป็นข้อมูลที่อยู่ในระหว่างการเผยแพร่ ซึ่งหลายๆ งานวิจัยจะไม่ได้มีการนำเสนอในกระบวนการการดำเนินงาน

^๗ โครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ ถูกนำมาประเมินจำนวน ๙ โครงการ โครงการสนับสนุนทุนเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี ๒๕๖๑ ถูกนำมาประเมินจำนวน ๘ โครงการ และโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ ถูกนำมาประเมินจำนวน ๒ โครงการ

ซึ่งจากผลการประเมินข้างต้นสะท้อนว่าการพัฒนาพัฒนาองค์ความรู้เพื่อให้ฐานข้อมูลในการดำเนินงาน พบว่ากองทุนฯ สามารถดำเนินการได้ดีและอย่างต่อเนื่อง มีการเผยแพร่ในช่องทางสาธารณะและมีผู้เข้าถึงองค์ความรู้หรือสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้นๆ แม้ว่าผลการประเมินจะพบว่างานวิจัย ชุดความรู้หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในภาพรวมยังมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และมีคุณภาพปานกลาง อย่างไรก็ตาม ยังเพียงพอที่จะส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันและการเฝ้าระวังสื่อออนไลน์และพฤติกรรมบริโภคสื่อที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ได้มีการส่งเสริมความร่วมมือในการพัฒนาต้นแบบสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กับภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม องค์กรวิชาชีพ สถาบันการศึกษา เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการออกแบบสื่อการเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล หรือมีการพัฒนาหลักสูตรต้นแบบสำหรับการอบรมนักข่าวและบุคลากรด้านสื่อ Media Lab เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการประเมินการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓ จะต้องมีการพิจารณาจากโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ การรู้เท่าทันสื่อหรือใช้ประโยชน์จากสื่อ หรือการพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งในแต่ละปีงบประมาณมีการจัดสรรทุนทั้งโครงการเปิดรับทั่วไป (Open Grant) และโครงการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) ในจำนวนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถสรุป โครงการประเภทพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ และโครงการที่ยกเลิกสัญญา ดังนี้

จำนวนโครงการ	๒๕๖๑		๒๕๖๒		๒๕๖๓		๒๕๖๔	
ประเภทโครงการ	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*	ได้รับทุน	ยกเลิกทุน*
โครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ การรู้เท่าทันสื่อหรือใช้ประโยชน์จากสื่อ หรือการพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ	๒๖	๐	๓๑+๑**	๐	๒๓	๐	๒๕	-

*ยกเลิก สละสิทธิ์ หรืออยู่ระหว่างรอยยกเลิก

**อนุมัติโครงการอยู่ระหว่างรอทำสัญญา

จากผลการพิจารณาจำนวนและโครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อพบว่าตลอดระยะเวลาการดำเนินการให้ทุนสนับสนุนของกองทุนฯ ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๖๑ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๔ มีจำนวนและโครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อเพิ่มขึ้น จำนวน ๑๐๖ โครงการ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ การรู้เท่าทัน หรือใช้ประโยชน์จากสื่อแก่เด็ก เยาวชนและประชาชนทั่วไป อีกทั้งยังมีการสนับสนุนในการสร้างและบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ ซึ่งจากผลการศึกษาโครงการสนับสนุนคณะกรรมการประเมินผลฯ ในการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ พบว่า ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ การรู้เท่าทันสื่อหรือใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างน้อยร้อยละ ๗๐ ซึ่งจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๐๐ คน มีความรู้ การรู้เท่าทันสื่อหรือใช้ประโยชน์จากสื่อร้อยละ ๑๐๐ โดยมีคะแนนเฉลี่ยการประเมินความรู้ การรู้เท่าทันสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อ ๔ ด้าน ได้แก่ ทักษะการสืบค้นและการเข้าถึงสื่อ ทักษะการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อ ทักษะการใช้ประโยชน์และร่วมสร้างสรรค์สื่อ และความเป็นพลเมืองดิจิทัล เท่ากับ ๔.๑๕ (ระดับมาก) และมีคะแนนเฉลี่ยการประเมินทักษะการสังเคราะห์และสะท้อนประเด็นจากเนื้อหาสื่อ (ขั้นอุดมคติของการรู้เท่าทันสื่อ) เท่ากับ ๓.๕๘ (ระดับมาก)

ซึ่งจากผลการประเมินข้างต้นสะท้อนว่า การพัฒนาพัฒนาองค์ความรู้เพื่อให้ฐานข้อมูลในการดำเนินงาน พบว่ากองทุนฯ สามารถดำเนินการได้ดีและอย่างต่อเนื่อง มีการเผยแพร่ในช่องทางสาธารณะและมีผู้เข้าถึงองค์ความรู้หรือสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้นๆ แม้ว่าผลการประเมินจะพบว่างานวิจัยชุดความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในภาพรวมยังมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และมีคุณภาพปานกลาง อย่างไรก็ตามยังเพียงพอที่จะส่งเสริมให้เกิดการรู้เท่าทันและการเฝ้าระวังสื่อในวงกว้าง และพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้กองทุนฯ ได้มุ่งเน้นการดำเนินงานส่งเสริมการแสดงบทบาทของภาคีเครือข่ายจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการร่วมมือกันพัฒนาและขับเคลื่อนกลไกในการเฝ้าระวังและรู้เท่าทัน ตั้งแต่ระดับสถานศึกษาจนถึงระดับประเทศในลักษณะของภาคีเครือข่ายภาคประชาชนในบริบทพื้นที่ต่างๆ เพื่อออกแบบกระบวนการค่ายหรือการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่สมาชิก ทำให้เกิดแกนนำเฝ้าระวังสื่อในท้องถิ่นและการจัดตั้งเครือข่ายเฝ้าระวัง เช่น โครงการขยายผลหลักสูตรต้นแบบ: ครูผู้นำนักสื่อสารเพื่อการเรียนรู้อย่างเท่าทัน โครงการค่ายเด็กติดเกม “ไซเบอร์อเวนเจอร์ แคมป์” (Cyber Avengers Camp) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมี ส่วนร่วมของประชาชน

ผลการประเมินการดำเนินงานของการดำเนินงานโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุน ทั้ง ๓ ยุทธศาสตร์ ทั้งการพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มประชาชน การพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ให้มีฐานข้อมูลในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การพัฒนาให้เกิดกลไก และการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อได้มีผลการดำเนินงานภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ในยุทธศาสตร์ที่ ๔ จึงมุ่งเน้นไปที่การขยายผลต่อยอดผลงานสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การส่งเสริมกระบวนการภาคีและเครือข่ายต่างๆ ผ่านโครงการเหล่านี้ เช่น เวทีเผยแพร่ผลงานและการเสวนา “อดีต ปัจจุบัน และอนาคตของการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย” เป็นการจัดงานขยายผลต่อยอดโครงการวิจัยสถานภาพความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย ระหว่างปี ๒๕๕๐ - ๒๕๖๐ หรือโครงการปัญหาประทุพพุทจากในเอเชีย ความท้าทายและแนวทางแก้ไข (Hate Speech in Asia: Challenges and Solutions) ที่เป็นการร่วมมือของกองทุนฯ และ Asia Centre ประกอบด้วยการจัดกิจกรรมทั้งหมด ๓ กิจกรรม ได้แก่ งานสัมมนาย่อยในประเทศ ๒ ครั้ง และการประชุมวิชาการนานาชาติ ๑ ครั้ง เป็นต้น

๕.๒ การประเมินผลการดำเนินงานรายยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

การติดตามประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ผ่านการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับแผนหรือทิศทางระดับชาติ รวมถึงหลักเกณฑ์การกำหนดกลยุทธ์ ตัวชี้วัด ค่าเป้าหมายและความสอดคล้องของโครงการภายใต้กลยุทธ์ โดยจะมุ่งติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ซึ่งผลการประเมินสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

๑) ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนฯ (Objective) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์

จากการดำเนินการประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนฯ (Objective)

๑. หนุนเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๒. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัว มีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อุปกรณ์ในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม
๔. ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๕. ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนางานความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๖. ส่งเสริมบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๗. ดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

วิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์

“ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี”

พันธกิจ (Mission)

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีบทบาทการทำงานเพื่อการขับเคลื่อนสังคมตามที่กำหนดในมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ กองทุนจึงกำหนดพันธกิจของกองทุน ไว้เป็น ๓ พันธกิจ ดังนี้

๑. ส่งเสริม สนับสนุน ภาควิชาเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๒. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างทั่วถึง

๓. ส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกและกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคมให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนฯ (Objective) วิสัยทัศน์ พันธกิจและประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า เป็นวิสัยทัศน์ที่มีความท้าทายและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนฯ (Objective) อีกทั้งมีความเป็นไปได้และมีโอกาสบรรลุเป้าหมายได้ในอนาคต โดยมีพันธกิจของทั้ง ๓ พันธกิจ ที่เป็นแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญในการบรรลุวิสัยทัศน์ ครอบคลุมทั้งการสร้างเครือข่ายผลิตสื่อ พัฒนาบุคลากรผลิตสื่อ พัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน อีกทั้งทุกพันธกิจมียุทธศาสตร์รองรับเพื่อเป็นกลไกในขับเคลื่อนการดำเนินงานตามพันธกิจให้บรรลุวิสัยทัศน์ ทั้งนี้สามารถสรุปความเชื่อมโยงวัตถุประสงค์การจัดตั้งกองทุนฯ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง กองทุนฯ	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์
๑. รณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๔. ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง	ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี	๑. ส่งเสริม สนับสนุนภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต และพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง กองทุนฯ	วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์
เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๖. ส่งเสริมบุคคล องค์กร ชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับ สื่อให้มีการผลิตและ พัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์			
๕. ส่งเสริมให้มีการ ศึกษาวิจัย อบรม พัฒนา องค์ความรู้และการสร้าง นวัตกรรมด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์	ฉลาดใช้สื่อ อย่างปลอดภัย และสร้างสรรค์ ด้วยนิเวศสื่อที่ดี	๒. ส่งเสริมให้ ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ ประโยชน์ จากสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์อย่าง ทั่วถึง	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริม และพัฒนาองค์ความรู้ใน การพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ ปลอดภัยและสร้างสรรค์
๗. ดำเนินการและส่งเสริม ให้มีสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ที่ทุกคน สามารถเข้าถึงและใช้ ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง			ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริม และพัฒนาช่องทางเพื่อ สื่อสารกับสังคม ให้เกิดการ รับรู้และมีส่วนร่วมของ ประชาชน
๓. ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมี ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัย และไม่สร้างสรรค์ และ สามารถใช้สื่อในการพัฒนา ตนเองชุมชนและสังคม	นิเวศสื่อที่ดี	๓. ส่งเสริมให้ ประชาชนโดยเฉพาะ เด็ก เยาวชน และ ครอบครัวมีทักษะใน การรู้เท่าทันและเฝ้า ระวังสื่อ	ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริม และพัฒนาให้เกิดกลไก และ กระบวนการคัดกรอง เฝ้า ระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ

๒) ผลการประเมินแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

การติดตามประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ในส่วนนี้จะเป็นการติดตามผลการดำเนินงานในรายยุทธศาสตร์ โดยพิจารณาจากเกณฑ์ความสอดคล้องของประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์และตัวชี้วัดในแต่ละยุทธศาสตร์กับความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฯลฯ นอกจากนั้น ยังได้พิจารณาถึงความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการภายใต้กลยุทธ์ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องและตอบสนองกลยุทธ์อย่างชัดเจน และนำไปสู่ผลสำเร็จของเป้าประสงค์ ตลอดจนความพอเพียงและชัดเจนของโครงการ/กิจกรรมที่ตอบสนองต่อกลยุทธ์ ซึ่งจะสะท้อนถึงความสำเร็จของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ดังรายละเอียดของเกณฑ์ ดังนี้

ประเด็นพิจารณา	รายละเอียดหลักเกณฑ์
ประเด็นยุทธศาสตร์	มีความชัดเจนและสอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์
	แสดงให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนา
	มีความเชื่อมโยงและสามารถตอบสนองปัญหาหรือทิศทางการพัฒนาในอนาคตได้
	มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฯลฯ
	มีความสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสากล
เป้าประสงค์	มีความสอดคล้องและสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์
	มีความชัดเจน เป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะบรรลุอะไรในช่วง ๔-๕ ปี
ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย	ตัวชี้วัดมีความชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าประสงค์
	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์สะท้อนถึงผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์
	ค่าเป้าหมายมีความชัดเจนและแสดงความก้าวหน้าในแต่ละปี
	ค่าเป้าหมายมีความเป็นไปได้ทั้งในด้านปริมาณ งบประมาณและเชิงเทคนิค
กลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์	มีการกำหนดกลยุทธ์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องและสนับสนุนการบรรลุผลตามเป้าประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์
	มีการแสดงแนวทางการดำเนินงาน/วิธีการที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนงานโครงการ

ประเด็นพิจารณา	รายละเอียดหลักเกณฑ์
แผนงานหรือ โครงการภายใต้ กลยุทธ์	โครงการสอดคล้องและตอบสนองกลยุทธ์อย่างชัดเจน และนำไปสู่ผลสำเร็จ ของเป้าประสงค์
	ความพอเพียงและชัดเจนของโครงการ/กิจกรรมที่ตอบสนองต่อกลยุทธ์

ทั้งนี้ รายละเอียดของผลการประเมินแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ สามารถแสดงรายละเอียด ดังนี้

การติดตามประเมินผลตามยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สามารถสรุปเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดได้ดังตารางต่อไปนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
๑. มีเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น	๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์	(๑) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ (๒) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน
	๑.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	(๓) สื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง (๔) สื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ได้รับการเผยแพร่ใน ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง
	๑.๓ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัย	ผู้ผลิตสื่อทั้งที่เป็นบุคคลและองค์กรได้รับการส่งเสริม และ/หรือ พัฒนาให้มีขีดความสามารถสูงขึ้นในการผลิตสื่อ

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
		ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน/องค์กร
๒.เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย	๒.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายของภาคีผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ต้นแบบ	(๕) ชุมชนเครือข่ายฯ สามารถสร้างให้เกิดสื่อต้นแบบไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อในทุกแพลตฟอร์ม (๖) ได้รายงานการสังเคราะห์บทเรียนการผลิตสื่อต้นแบบ
	๒.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายของภาคีผู้ผลิตสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถเพิ่มยอดผู้เข้าถึงสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีอยู่	(๗) เครือข่ายฯ สามารถเพิ่มยอดผู้เข้าถึงสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีอยู่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ไม่น้อยกว่า ๗๐ ช่องทาง /แพลตฟอร์ม โดยมีผู้เข้าถึงเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ คน / ครั้ง

ทั้งนี้ จากการพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ กับนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ รวมถึงหลักเกณฑ์การกำหนดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(๑) ความสอดคล้องของนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติในด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยม วัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น ‘วิถี’ การดำเนินชีวิตการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในประเด็นการเสริมสร้างพลังทางสังคม ซึ่งสนับสนุนการพัฒนา

เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ทั้งในเชิงเนื้อหาและการสร้างความตระหนักและภูมิคุ้มกันของผู้เสพสื่อ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม และยังสอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ รับมือกับการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อกลายเป็นผู้ผลิตสื่อ โดยผู้บริโภคสื่อสามารถเป็นทั้งผู้รับและเป็นผู้คิดหรือสื่อสารส่งต่อข้อมูลออกไปการเปลี่ยนแปลงจริยธรรมในการทำหน้าที่ของสื่อในบางกรณีสื่อยังขาดจริยธรรมในการทำหน้าที่ทำให้มีการเสนอข่าวสารที่อาจไม่เหมาะสมหรืออาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับสาธารณชน ซึ่งสะท้อนได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับแผนหรือทิศทางระดับชาติ

(๒) เป้าประสงค์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของเป้าประสงค์ พบว่า เป้าประสงค์ ทั้ง ๒ เป้าประสงค์ ได้แก่ ๑. มีเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น และ ๒. เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องและสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์ให้มีความสำคัญกับการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และพัฒนาภาคีเครือข่ายในการเผยแพร่สื่อซึ่งเป้าประสงค์ทั้ง ๒ เป้าประสงค์ มีความชัดเจน เป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะบรรลุยุทธศาสตร์พัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ในช่วง ๔-๕ ปี

(๓) กลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ โดยส่วนใหญ่มีการแสดงแนวทางการดำเนินงาน/วิธีการที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนงานโครงการ ทำให้สามารถเข้าใจถึงแนวทางในการดำเนินโครงการในแต่ละโครงการภายใต้กลยุทธ์อย่างชัดเจน ทั้งนี้กลยุทธ์ส่วนใหญ่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและสนับสนุนการบรรลุผลตามเป้าประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ภายใต้เป้าประสงค์สามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้เป้าประสงค์บรรลุผลตามยุทธศาสตร์

(๔) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนฯ พบว่า ตัวชี้วัดโดยส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับเป้าประสงค์ และสามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน การกำหนดค่าเป้าหมายที่มีความชัดเจนและระบุถึงความก้าวหน้าในแต่ละปี ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สามารถอธิบายได้รายตัวชี้วัดดังนี้

(๑) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการสนับสนุนการให้ทุนโครงการในการพัฒนาสื่อมีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้อย่างครบถ้วน ทั้งสิ้น ๒๗๗ ชิ้นงาน ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๒) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า จากการประเมินคุณภาพสูงเนื้อหาของสื่อที่ได้รับจัดสรรทุนนั้นมีจำนวนมากกว่า ๑๐ ชิ้นงาน เนื่องจากในปี ๒๕๖๓ ได้มีการการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ พบว่า จากโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ และโครงการสนับสนุนทุนเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี ๒๕๖๑ ทั้ง ๔ กลุ่ม รวมทั้งสิ้น ๙๒ โครงการ พบว่า สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์ จำนวน ๒๕ โครงการ และสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพและถูกใช้ประโยชน์ จำนวน ๒๕ โครงการ รวมทั้งสิ้นกว่า ๕๐ ผลงานที่มีคุณภาพสูง ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๓) สื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อทีวี การประชุม นิทรรศการ และการแสดงสด เป็นต้น ซึ่งมีมากกว่า ๖ ช่องทาง อย่างไรก็ตามไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลผู้รับชมสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัยที่ชัดเจน จึงยังไม่สามารถระบุได้ว่ามีเข้าถึงไม่มากกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง หรือไม่ ฉะนั้นจึงถือว่าตัวชี้วัดบรรลุบางส่วนเท่านั้น

(๔) สื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ได้รับการเผยแพร่ใน ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ ทั้งทั้งสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อทีวี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบช่องทางที่ครบถ้วน ๖ ช่องทางหลัก อย่างไรก็ตาม ไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลผู้รับชมสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัยที่ชัดเจน ฉะนั้นจึงถือว่าตัวชี้วัดบรรลุบางส่วนเท่านั้น

(๕) ผู้ผลิตสื่อทั้งที่เป็นบุคคลและองค์กรได้รับการส่งเสริม และ/หรือ พัฒนาให้มีขีดความสามารถสูงขึ้นในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน/องค์กร ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า ผู้ผลิตสื่อได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถสูงขึ้นนั้นมีจำนวนมากว่า ๒๐๐ คน เนื่องจากเพียงโครงการค่ายสร้างแกนนำรุ่นเยาว์ Young Safe Internet Leader Camp ในการสร้างสรรค์ผลงานในการแก้ปัญหาภัยร้ายในโลกออนไลน์ จำนวน ๒ ครั้งมีจำนวนมากว่า ๓๐๐ คน หรือ โครงการพัฒนานักสื่อสารสร้างสรรค์ด้านการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง (LEARNING & CHANGE) ในการผลิตสื่อดิจิทัลส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพสำหรับเด็กและเยาวชนในศตวรรษที่ ๒๑ ในการจัดพัฒนานักสร้างสรรค์สื่อไม่ต่ำกว่า ๑๐ ทีม ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๖) ชุมชนเครือข่ายฯ สามารถสร้างให้เกิดสื่อต้นแบบไม่น้อยกว่า ๒๐ สื่อในทุกแพลตฟอร์ม ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีสื่อต้นแบบในการพัฒนาสื่อ เช่น The matter เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และความสำคัญของการศึกษาด้านโปรแกรมมิ่งหรือโค้ดดิ้ง ซึ่งเป็นทักษะสำคัญแห่งอนาคตโดยการจัดทำวิดีโอ โครงการดำเนินการถอดบทเรียนการสนับสนุนทุนของโครงการด้านวิจัยและขับเคลื่อนสังคม โครงการนิเวศสื่อพื้นบ้านสู่นวัตกรรมสื่อดิจิทัลออนไลน์: การสร้างพื้นที่ทางสังคมเชิงสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนและประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ในภาคเหนือประเทศไทย หรือเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ๑๔ ผลงานสื่อสร้างสรรค์ ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๗) ได้รายงานการสังเคราะห์บทเรียนการผลิตสื่อต้นแบบ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการดำเนินงานโดยฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน และฝ่ายส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๘) เครือข่ายฯ สามารถเพิ่มยอดผู้เข้าถึงสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีอยู่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ไม่น้อยกว่า ๗๐ ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยมีผู้เข้าถึงเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง ทั้งนี้จากการพิจารณาผลการดำเนินงานยังไม่ปรากฏข้อมูลเหล่านี้ชัดเจน ฉะนั้นจึงถือว่าตัวชี้วัดบรรลุบางส่วนเท่านั้น

ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ระหว่างปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ถึง ๒๕๖๔ (ไตรมาสที่ ๑) สามารถสรุป ได้ดังนี้ ผลการดำเนินการเสร็จสิ้น ๗ ตัวชี้วัด และยังไม่สามารถระบุผลการประเมินได้ ๑ ตัวชี้วัด ดังนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
๑. มีเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น	๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์	(๑) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๒๕๐ ชิ้นงาน ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ	✓	
		(๒) เกิดสื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ไม่น้อยกว่า ๑๐ ชิ้นงาน	✓	
	๑.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	(๓) สื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้รับการเผยแพร่ ไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึงไม่น้อยกว่า ๕,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง	✓	ขาดฐานข้อมูลเข้าถึงทำให้ไม่สามารถประเมินได้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
		(๔) สื่อที่มีเนื้อหาคุณภาพสูง ได้รับการเผยแพร่ใน ๖ ช่องทางหลัก โดยในช่องทางออนไลน์มีผู้เข้าถึง ไม่น้อยกว่า ๒,๕๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง	✓	
	๑.๓ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัย	(๕) ผู้ผลิตสื่อทั้งที่เป็นบุคคลและองค์กรได้รับการส่งเสริม และ/หรือ พัฒนาให้มีขีดความสามารถสูงขึ้น ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน/องค์กร	✓	
๒.เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่าย พันธมิตร ในการ สนับสนุนและ ขยายช่องทางการ เผยแพร่ผลงาน ภาคี เครือข่าย และกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่อง สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย	๒.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิด เครือข่ายของภาคี ผู้ผลิตสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ที่ สามารถผลิตและ เผยแพร่สื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ต้นแบบ	(๖) ชุมชนเครือข่ายฯ สามารถ สร้างให้เกิดสื่อต้นแบบไม่น้อย กว่า ๒๐ สื่อในทุกแพลตฟอร์ม	✓	
		(๗) ได้รายงานการสังเคราะห์ บทเรียนการผลิตสื่อต้นแบบ	✓	
	๒.๒ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิด เครือข่ายของภาคี ผู้ผลิตสื่อสังคม ออนไลน์ ที่สามารถ เพิ่มยอดผู้เข้าถึงสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ที่มีอยู่	(๘) เครือข่ายฯ สามารถเพิ่มยอด ผู้เข้าถึงสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ที่มีอยู่ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ได้ไม่น้อยกว่า ๗๐ ช่องทาง/แพลตฟอร์ม โดยมีผู้ เข้าถึงเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๔,๐๐๐,๐๐๐ คน/ครั้ง	✓	

การติดตามประเมินผลตามยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ สามารถสรุปเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดได้ดังตารางต่อไปนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
๑. เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัย และการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมของสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี	๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีฐานข้อมูล ในการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์	(๑) (ไม่มีการระบุชื่อตัวชี้วัด บอกเพียงคำ เป้าหมาย) ระดับที่ ๑ = “สื่อไม่ปลอดภัยและไม่ สร้างสรรค์” ที่ผ่านการรับฟังความคิดเห็นจาก ทุกภาคส่วน ระดับที่ ๒ มีฐานข้อมูลสำรวจสถานการณ์สื่อใน สังคมไทย ระดับที่ ๓ มีรายงานการสำรวจสถานการณ์สื่อ และตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ในประเทศไทย ระดับที่ ๔ เกิดการใช้ประโยชน์จากการสำรวจ สถานการณ์สื่อและตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อนำมาสู่การ สื่อสารสังคมเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ ระดับที่ ๕ เกิดการนำผลจากการสำรวจ สถานการณ์ไปใช้ประโยชน์เพื่อเวทีแลกเปลี่ยน เรียนรู้ สร้างองค์ความรู้ เพื่อการพัฒนานโยบาย สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยความร่วมมือกับ ทุกภาคส่วน (ประชาชน ภาควิชาการ ภาครัฐ และภาคประชาสังคม)
	๑.๒ ส่งเสริมให้มีการ พัฒนาองค์ความรู้ และ/หรือ สร้าง นวัตกรรมเพื่อใช้ในการ พัฒนาให้เกิดสื่อ	(๒) ๓๐ เรื่อง โดยอย่างน้อยต้องศึกษาช่องว่าง การพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนด แผนฯ ปี ๒๕๖๒

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
	ปลอดภัยและสร้างสรรค์ และการรู้เท่าทันและ การเฝ้าระวังสื่อในเครือข่าย และพฤติกรรม บริโภคสื่อ	
๒. เกิดกลไกหรือความร่วมมือทางวิชาการ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโลก การขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถขยายผลและพัฒนากระบวนการผลิตสื่อที่ดี สอดรับกับการขับเคลื่อนของสังคม	๒.๑ สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อเป็นกลไกในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ การวิจัย และการสร้างนวัตกรรมต้นแบบด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	(๓) (ไม่มีการระบุชื่อตัวชี้วัด บอกเพียงค่าเป้าหมาย) ระดับที่ ๑ มีการประชุมระดมความคิดจัดตั้งศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับที่ ๒ มีคณะทำงานศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับที่ ๓ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับที่ ๔ ศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จัดโครงสร้างองค์กรและมีแผนปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาศักยภาพ และการขับเคลื่อนนโยบายด้วยองค์ความรู้ ๔.๑ การวิจัยและพัฒนาความรู้สู่การพัฒนา นโยบาย ๔.๒ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อ วิชาชีพ หรือเครือข่ายนักวิชาการ ๔.๓ การใช้งานวิชาการสื่อสารสังคม ถึงสถานะผลการเปลี่ยนแปลงสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในสังคมไทย ระดับที่ ๕ ศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถผลิตองค์ความรู้ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อ พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานโยบาย

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
๓.เผยแพร่งานวิชาการ และองค์ความรู้ต่อ สาธารณะ	๓.๑ สนับสนุนให้มีเวที วิชาการที่สร้าง แรงบันดาลใจในการ สร้างองค์ความรู้ สื่อ ต้นแบบ และนวัตกรรม สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ในการ ปรับปรุงนิเวศสื่อ	(๔) มีการประชุมวิชาการประจำปี สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๑ ครั้ง (๕) เกิดเครือข่ายนักปฏิบัติเพื่อพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์/สื่อ โทรทัศน์/สื่อแอนิเมชัน/สื่อวัฒนธรรมประจำ ถิ่น/สื่อใหม่ (new platform) (๖) เกิดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เกิดการ เปลี่ยนแปลงระบบนิเวศสื่อ
	๓.๒ สนับสนุนให้เกิด คลังความรู้ สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ระดับประเทศ	(๗) ผู้เข้าถึงองค์ความรู้หรือสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐

ทั้งนี้ จากการพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ กับนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ รวมถึงหลักเกณฑ์การกำหนดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(๑) ความสอดคล้องของนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต โดยในการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด การจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ และยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในประเด็นการเสริมสร้างพลังทางสังคม ซึ่งสนับสนุนการพัฒนา

เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล รวมถึงส่งเสริมบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้เรื่องสิทธิ เพื่อคุ้มครองการใช้เทคโนโลยีและสื่อตามมาตรฐานความปลอดภัยและกฎหมาย ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ทั้งในเชิงเนื้อหาและการสร้างความตระหนักและภูมิคุ้มกันของผู้เสพสื่อ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของประชาชนไทยในช่วงระยะเวลา ๒๐ ปี มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ บูรณาการร่วมระหว่างภาคีต่างๆ อาทิ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ ภาครัฐเอกชน และภาคประชาสังคม ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็นวิถีการดำเนินชีวิต โดยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป พัฒนาสื่อเผยแพร่เพื่อสร้างเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และจัดสรรเวลาและเปิดพื้นที่ให้สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนในการปลูกจิตสำนึกและสร้างเสริมค่านิยมที่ดี ซึ่งสะท้อนได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับแผนหรือทิศทางระดับชาติ

(๒) เป้าประสงค์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของเป้าประสงค์ พบว่า เป้าประสงค์ ทั้ง ๓ เป้าประสงค์ ได้แก่ ๑. เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัยและการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี ๒. เกิดกลไกหรือความร่วมมือทางวิชาการที่มุ่งเน้นการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถขยายผลและพัฒนา ระบบนิเวศสื่อที่ดีสอดคล้องกับการขับเคลื่อนของสังคม และ ๓. เผยแพร่งานวิชาการและองค์ความรู้ต่อสาธารณะมีความสอดคล้องและสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี การสร้างกลไก/ความร่วมมือทางวิชาการในการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนการมุ่งเผยแพร่งานวิชาการและองค์ความรู้ต่อสาธารณะ ซึ่งเป้าประสงค์ทั้ง ๓ เป้าประสงค์ มีการจำแนกประเด็นอย่างชัดเจน และมีความเป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะบรรลุยุทธศาสตร์พัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ในช่วงระยะ ๕ ปี

(๓) กลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน/วิธีการที่ชัดเจนว่าจะสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายอย่างไร และมีความชัดเจนไปสู่การกำหนดแผนงานโครงการต่อไป ทั้งนี้กลยุทธ์ส่วนใหญ่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและสนับสนุนการบรรลุผลตามเป้าประสงค์ของ

แต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ภายใต้เป้าประสงค์สามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้เป้าประสงค์บรรลุผลตามยุทธศาสตร์

(๔) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนฯ พบว่าตัวชี้วัดโดยส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับเป้าประสงค์ และสามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน การกำหนดค่าเป้าหมายที่มีความชัดเจนและระบุถึงความก้าวหน้าในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม ในยุทธศาสตร์นี้พบว่าไม่มีการระบุตัวชี้วัด มีเพียงการระบุค่าเป้าหมาย ซึ่งทำให้ในการดำเนินงานไม่ชัดเจนได้ เช่น กลยุทธ์ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีฐานข้อมูลในการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเพียงการระบุค่าเป้าหมายที่เป็นระดับ ไม่มีการระบุตัวชี้วัดที่ชัดเจน ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พบว่า

(๑) ตัวชี้วัด กลยุทธ์ ๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีฐานข้อมูลในการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลสำรวจสถานการณ์สื่อในสังคมไทย รายงานการสำรวจสถานการณ์สื่อและตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย ในรายงานการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ตามกรอบหลักเกณฑ์และตัวชี้วัดการประเมินของคณะกรรมการประเมินผลฯ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ และมีการใช้ประโยชน์จากการสำรวจสถานการณ์สื่อและตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย แต่ยังไม่มีการนำผลจากการสำรวจสถานการณ์ไปใช้ประโยชน์เพื่อเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างองค์ความรู้ เพื่อพัฒนานโยบายสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยการร่วมมือกับทุกภาคส่วน (ประชาชน ภาควิชาการ ภาครัฐและภาคประชาสังคม) ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ ระดับ ๔ เท่านั้น

(๒) ๓๐ เรื่อง โดยอย่างน้อยต้องศึกษาช่องว่างการพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า จากโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๑ โครงการสนับสนุนทุนเชิงยุทธศาสตร์ ประจำปี ๒๕๖๑ และโครงการสนับสนุนทุนแบบเปิดรับทั่วไปประจำปี ๒๕๖๒ มีการศึกษางานวิจัย ชุมความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๑๕ ชิ้น ที่มีคุณภาพ และร้อยละ ๕๐ ได้รับการเผยแพร่ในช่องทางสาธารณะ ซึ่งเป็นการศึกษาตามประเด็นที่ทางกองทุนฯ กำหนดอันถือว่าเป็นช่องว่างการพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ใน ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๓) ตัวชี้วัด กลยุทธ์ ๒.๑ สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อเป็นกลไกในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ การวิจัย และการสร้าง นวัตกรรมต้นแบบด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการจัดตั้งศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยเป็น Media Lab ที่ร่วมกับเครือข่ายอื่นๆ เช่น สถาบันการศึกษา วิชาชีพ หรือเครือข่ายนักวิชาการ เป็นต้น ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๔) มีการประชุมวิชาการประจำปี สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๑ ครั้ง ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า ทางกองทุนฯ มีการประชุมวิชาการพัฒนาแนวทางการรับรองมาตรฐานเครือข่ายและระดมสมองการจัดทำแนวทางมาตรฐานเครือข่ายสู่การให้ทุนประเภทเครือข่ายและความร่วมมือเพื่อมุ่งผลลัพธ์ (Collaborative grant) หรือเวที “หลอมรวมสื่อ รวมคนสู่หนทางสร้างสรรค์ : สังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย จึงถือว่ามี การจัดประชุมวิชาการ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการดำเนินการจัดประชุมวิชาการประจำปี สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๑ ครั้ง/ปี แต่ทั้งนี้ถือว่าตัวชี้วัดนี้บรรลุ

(๕) เกิดเครือข่ายนักปฏิบัติเพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์/สื่อโทรทัศน์/สื่อแอนิเมชัน/สื่อวัฒนธรรมประจำถิ่น/สื่อใหม่ (new platform) ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า ทางกองทุนฯ ได้มีการพัฒนาให้เกิดเครือข่ายนักปฏิบัติเพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่านโครงการพัฒนาและฝึกอบรมจำนวนมาก ทั้งการอบรมปฏิบัติการและการอบรมออนไลน์

(๖) เกิดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศสื่อ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า ทางกองทุนฯ ยังไม่มีผลการดำเนินงานที่ชัดเจนว่าตัวชี้วัดนี้บรรลุ

(๗) ผู้เข้าถึงองค์ความรู้หรือสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน ทั้งนี้จากการพิจารณาผลการดำเนินงานยังไม่ปรากฏข้อมูลเหล่านี้ชัดเจน จึงไม่สามารถระบุผลการประเมินตัวชี้วัดได้

ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ระหว่างปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ถึง ๒๕๖๔ (ไตรมาสที่ ๑) สามารถสรุปได้ดังนี้ ระหว่างปีงบประมาณ ๒๕๖๑ – ๒๕๖๔ (ไตรมาสที่ ๑) มีผลการดำเนินการเสร็จสิ้น ๔ ตัวชี้วัด และยังไม่สามารถระบุผลการประเมินได้ ๓ ตัวชี้วัด ดังนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
๑. เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัย และการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือ	๑.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีฐานข้อมูลในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	ระดับที่ ๑ = “สื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์” ที่ผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ระดับที่ ๒ มีฐานข้อมูลสำรวจสถานการณ์สื่อในสังคมไทย ระดับที่ ๓ มีรายงานการสำรวจสถานการณ์สื่อและตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย	✓ ระดับ ๔ เท่านั้น	-

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
นำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมของสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ภายใต้ ระบบนิเวศสื่อที่ดี		ระดับที่ ๔ เกิดการใช้ประโยชน์ จากการสำรวจสถานการณ์สื่อ และตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อนำมาสู่การสื่อสารสังคมเพื่อ สร้างกระบวนการเรียนรู้ ระดับที่ ๕ เกิดการนำผลจากการ สำรวจสถานการณ์ไปใช้ประโยชน์ เพื่อเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้าง องค์ความรู้ เพื่อการพัฒนา นโยบายสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ โดยการร่วมมือกับทุก ภาคส่วน		
	๑.๒ ส่งเสริมให้มี การพัฒนาองค์ ความรู้ และ/หรือ สร้างนวัตกรรม เพื่อใช้ในการ พัฒนาให้เกิดสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ และ การรู้เท่าทันและ การเฝ้าระวังสื่อ นิเวศสื่อ และ พฤติกรรม บริโภคสื่อ	๓๐ เรื่อง โดยอย่างน้อยต้อง ศึกษาช่องว่างการพัฒนาที่ สามารถนำไปใช้ในการกำหนด แผนฯ ปี ๒๕๖๒	✓	
๒. เกิดกลไกหรือ ความร่วมมือทาง วิชาการ ที่มุ่งเน้น การพัฒนา กลไก	๒.๑ สนับสนุน และส่งเสริมให้ เกิดศูนย์	ระดับที่ ๑ มีการประชุมระดม ความคิดจัดตั้งศูนย์วิชาการสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์	✓	

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
การขับเคลื่อนสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์เพื่อให้ เกิดประโยชน์ที่ สามารถขยายผล และพัฒนาระบบ นิเวศสื่อที่ดีสอดรับ กับการขับเคลื่อน ของสังคม	วิชาการสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์เพื่อ เป็นกลไกในการ ส่งเสริมให้เกิด การพัฒนาองค์ ความรู้ การวิจัย และการสร้าง นวัตกรรมต้นแบบ ด้านสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์	ระดับที่ ๒ มีคณะทำงานศูนย์ วิชาการสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ระดับที่ ๓ มีการจัดทำแผน ยุทธศาสตร์ศูนย์วิชาการสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับที่ ๔ ศูนย์วิชาการสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์จัด โครงสร้างองค์กรและมี แผนปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดการ สร้างองค์ความรู้ การพัฒนา ศักยภาพ และการขับเคลื่อน นโยบายด้วยองค์ความรู้ ๔.๑ การวิจัยและพัฒนาความรู้สู่ การพัฒนานโยบาย ๔.๒ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต สื่อ วิชาชีพ หรือเครือข่าย นักวิชาการ ๔.๓ การใช้งานวิชาการสื่อสาร สังคม ถึงสถานะผลการ เปลี่ยนแปลงสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ในสังคมไทย ระดับที่ ๕ ศูนย์วิชาการสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถ ผลิตองค์ความรู้ การพัฒนา ศักยภาพผู้ผลิตสื่อ พร้อมทั้งมี บทบาทสำคัญในการพัฒนา นโยบาย		

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
๓.เผยแพร่งานวิชาการและองค์ความรู้ต่อสาธารณะ	๑.๑ สนับสนุนให้มีเวทีวิชาการที่สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างองค์ความรู้ สื่อต้นแบบ และนวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ในการปรับปรุงนิเวศสื่อ	(๑) มีการประชุมวิชาการประจำปี สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างน้อย ๑ ครั้ง	✓	
		(๒) เกิดเครือข่ายนักปฏิบัติเพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์/สื่อโทรทัศน์ /สื่อแอนิเมชัน/สื่อวัฒนธรรมประจำถิ่น/สื่อใหม่ (new platform)	✓	
		(๓) เกิดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศสื่อ	N/A	N/A
	๑.๒ สนับสนุนให้เกิดคลังความรู้ สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับประเทศ	ผู้เข้าถึงองค์ความรู้หรือสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐		✓

การติดตามประเมินผลตามยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ

ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ สามารถสรุปเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดได้ดังตารางต่อไปนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
๑. เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชน เกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่	ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้	ระดับที่ ๑ เกิดกลไกความร่วมมือในการทำงานของหน่วยงาน องค์กร ภาคีเครือข่าย ด้านการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ และเกิดประเด็นร่วมกัน ในการขับเคลื่อนพื้นที่ต้นแบบสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
ต้นแบบในการขับเคลื่อน สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	เท่าทันและร่วมกันเฝ้า ระวังสื่อ และสามารถ พัฒนาจนเป็นพื้นที่ ต้นแบบในการขับเคลื่อน สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	ระดับที่ ๒ เกิดแผนปฏิบัติการร่วมกันกับ หน่วยงาน องค์กร ภาคีเครือข่ายด้านการ รู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อทุกภาคส่วน มีการ ขับเคลื่อนกลไกพัฒนาพื้นที่นำร่องสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า ๔ พื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค ระดับที่ ๓ เกิดการพัฒนากลไกพื้นที่นำร่อง ใน ๔ พื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค พร้อมสร้างแกน นำตลาดรู้สื่อในระดับพื้นที่ จนเป็นพื้นที่ ต้นแบบสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ สามารถขยายผลในพื้นที่อื่นได้ ระดับที่ ๔ เกิดนโยบายการขับเคลื่อนและ พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับ จังหวัด และแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน ใน การสร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ใน ๔ ภูมิภาค จำนวน ๒๓ จังหวัด (ร้อยละ ๓๐ ของจังหวัดในประเทศไทย) ระดับที่ ๕ เกิดนโยบายการขับเคลื่อนและ พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับ จังหวัด และแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน ใน การสร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ใน ๔ ภูมิภาค จำนวน ๓๙ จังหวัด (ร้อยละ ๕๐ ของจังหวัดในประเทศไทย) และเกิดข้อเสนอเชิงนโยบายในการ ขับเคลื่อนนโยบายพื้นที่สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ระดับประเทศ
๒. เกิดองค์ความรู้ และ แนวทางปฏิบัติในการเฝ้า ระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ ในชุมชน ผ่านกลไก	สนับสนุนและขับเคลื่อน ให้เกิด School Channel ที่เป็นแหล่ง การเรียนรู้ของสังคม	ระดับที่ ๑ เกิดความร่วมมือกับเครือข่าย โรงเรียนทั้งในและนอกระบบการศึกษา รวมถึงหน่วยงาน องค์กรภาคีเครือข่ายที่

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
School Channel จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชนทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา	ผ่านหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง	เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาหลักสูตรต้นแบบ เรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ระดับที่ ๒ เกิดหลักสูตรต้นแบบเรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา พร้อมทั้งเกิดการนำหลักสูตรไปใช้ในโรงเรียนนอกระบบใน ๔ ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า ๑๐ โรงเรียน ระดับที่ ๓ มีแผนปฏิบัติการร่วมกันกับกระทรวงศึกษาธิการและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมเกิดการลงนามความร่วมมือ (MOU) เพื่อการบูรณาการหลักสูตรกลาง เรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสู่ School Channel ที่นำหลักสูตรกลางดังกล่าวไปใช้ในการเรียนการสอนในโรงเรียนใน ๔ ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า ๒๐ โรงเรียน ระดับที่ ๔ โรงเรียนที่นำหลักสูตรกลางไปใช้ได้รับการยกระดับเป็นศูนย์การเรียนรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และชุมชน ไม่น้อยกว่า ๔ โรงเรียน ใน ๔ ภูมิภาค ที่สามารถสร้างแกนนำครู และนักเรียน จากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ทั้งจากในระบบและนอกระบบการศึกษาที่สามารถนำหลักสูตรดังกล่าวไปใช้ ในการเรียนการสอนได้ ระดับที่ ๕ ศูนย์การเรียนรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สามารถขยายผลให้โรงเรียนในภูมิภาคตนเองไม่น้อยกว่า ๕ โรงเรียน

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
		นำเอาหลักสูตรกลางเรื่องการเรียนรู้เท่าทันและ เฝ้าระวังสื่อไปใช้ในการเรียนการสอนและ ยกระดับจนเป็นศูนย์การเรียนรู้สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ และสามารถถอดบทเรียน จากการดำเนินงานและได้ข้อเสนอเชิง นโยบายในการนำหลักสูตรดังกล่าวเข้าสู่ นโยบายการศึกษาระดับประเทศ
๓. เกิดองค์ความรู้ และ แนวทางปฏิบัติในการ สร้างความฉลาดทางดิจิทัล (การเฝ้าระวัง และการ รู้เท่าทันสื่อ) ผ่านช่องทาง ออนไลน์ จนนำไปสู่การ พัฒนาและขยายผลเป็น หลักสูตรออนไลน์สำหรับ กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะ เด็ก เยาวชน ทั้งในระบบ และนอกระบบการศึกษา	๓.๑ ส่งเสริมและพัฒนา ให้เกิดหลักสูตรสำหรับ ครูแกนนำที่สามารถ สร้างหลักสูตรออนไลน์ สำหรับเด็กและเยาวชน ในการเฝ้าระวังและรู้เท่า ทันสื่อ	(๑) ขยายฐานครูแกนนำฯ เพิ่มขึ้นจำนวน ไม่น้อยกว่า ๕๐ คน ใน ๔ ภูมิภาค (๒) เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวน ไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน ได้รับการพัฒนา ทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อ โดยครูแกนนำผ่านหลักสูตรออนไลน์ โดยใน จำนวนนี้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ผ่านการ ทดสอบว่ามีความรู้ความเข้าใจในด้านทักษะ การเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น (๓) เกิดครุต้นแบบในการพัฒนาทักษะการ เฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและ เยาวชนจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน (๔) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียน ในการพัฒนาครุต้นแบบฯ และข้อเสนอเชิง นโยบาย
	๓.๒ สนับสนุนและ พัฒนาให้เกิดกลไก เครือข่ายใน การสร้างการเรียนรู้ใน การเฝ้าระวัง และรู้เท่า ทันสื่อและความฉลาด ทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient	(๑) เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คน สามารถพัฒนา ความฉลาดทางดิจิทัลของตนเอง ผ่าน หลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ (๒) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียน ในการพัฒนาเด็กเยาวชนผ่านหลักสูตรการ เรียนรู้ออนไลน์ และข้อเสนอเชิงนโยบาย

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
	: DQ) ในกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ผ่านหลักสูตรออนไลน์	

ทั้งนี้ จากการพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ กับนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ รวมถึงหลักเกณฑ์การกำหนดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(๑) ความสอดคล้องของนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกและกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง ในประเด็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง ในประเด็นย่อย ในการติดตาม เฝ้าระวัง ป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่อาจอุบัติขึ้นใหม่ เพื่อให้ทราบสถานการณ์ล่วงหน้า และสามารถแก้ไขปัญหาและภัยคุกคามในอนาคตได้ทันเวลาที่ก่อนที่จะลุกลามต่อไป จากการรู้เท่าทันและเฝ้าระวัง และยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต โดยในการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคมโดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด การจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด รวมทั้งการส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) เพื่อปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของประชาชนไทย มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ บูรณาการร่วมระหว่างภาคีต่างๆ อาทิ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็นวิถีการดำเนินชีวิต โดยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาการเรียนรู้มุ่งเน้นผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้และมีใจใฝ่เรียนรู้

ตลอดเวลา และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต การวางพื้นฐานระบบรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาคนไทยตามพหุปัญญาให้เต็มตามศักยภาพ ซึ่งสะท้อนได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับแผนหรือทิศทางระดับชาติ

(๒) เป้าประสงค์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของเป้าประสงค์ พบว่า เป้าประสงค์ ทั้ง ๓ เป้าประสงค์ ได้แก่ ๑. เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒. เกิดองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติในการเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อในชุมชน ผ่านกลไก School Channel จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา และ ๓. เกิดองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติในการสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (การเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ) ผ่านช่องทางออนไลน์ จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรออนไลน์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา มีความสอดคล้องและสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโลก และกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะในประเด็นการสนับสนุนเครือข่ายการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ ซึ่งเป้าประสงค์ทั้ง ๓ เป้าประสงค์ มีการจำแนกประเด็นอย่างชัดเจน และมีความเป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะบรรลุยุทธศาสตร์พัฒนาการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อในช่วงระยะ ๕ ปี

(๓) กลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน/วิธีการที่ชัดเจนว่าจะสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายอย่างไร อีกทั้งกลยุทธ์ยังมีความชัดเจนไปสู่การกำหนดแผนงาน/โครงการต่อไป ทั้งนี้กลยุทธ์ส่วนใหญ่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและสนับสนุนการบรรลุผลตามเป้าประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ภายใต้เป้าประสงค์สามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้เป้าประสงค์บรรลุผลตามยุทธศาสตร์

(๔) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนฯ พบว่า ตัวชี้วัดทั้งหมดมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และสามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน การกำหนดค่าเป้าหมายที่มีความชัดเจนและระบุถึงความก้าวหน้าในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม ในยุทธศาสตร์นี้พบว่าโดยส่วนใหญ่ไม่มีการระบุตัวชี้วัด มีเพียงการระบุค่าเป้าหมาย ซึ่งทำให้ในการดำเนินงานไม่ชัดเจนได้ เช่น สนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิด School Channel ที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ของสังคม ผ่านหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์

ได้อย่างทั่วถึง ที่มีเพียงการระบุค่าเป้าหมายที่เป็นระดับ ไม่มีการระบุตัวชี้วัดที่ชัดเจน ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พบว่า

(๑) ตัวชี้วัดกลยุทธ์ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่าง หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกัน เฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้งนี้ จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีสร้างกลไกความร่วมมือในการทำงานของหน่วยงาน องค์กร ภาคีเครือข่ายด้านการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ และเกิดการพัฒนากลไกพื้นที่ นำร่องใน ๔ พื้นที่ ใน ๔ ภูมิภาค เช่น โครงการขยายผลหลักสูตรต้นแบบ: ครูผู้นำนักสื่อสารเพื่อการ เรียนรู้สื่ออย่างเท่าทัน หลังเสร็จสิ้นการอบรมยังได้แผนปฏิบัติการการเรียนรู้ เท่าทันสื่อที่ออกแบบ โดยครูผู้นำนักสื่อสาร รวม ๑๓๔ แผน ซึ่งสามารถนำไปขยายผล จัดกระบวนการเรียนรู้ต่อไป ฉะนั้น ตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๒) ตัวชี้วัดกลยุทธ์สนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิด School Channel ที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ ของสังคม ผ่านหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ ได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายโรงเรียน ทั้งในและนอกระบบการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรต้นแบบเรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวัง และมีการ พัฒนาหลักสูตรต้นแบบ และมีการพัฒนาศักยภาพแกนนำพลเมืองฉลาดใช้สื่อในพื้นที่ต้นแบบ ๑๒ จังหวัด แต่ยังไม่ปรากฏผลของการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานและได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการนำหลักสูตรดังกล่าวเข้าสู่นโยบายการศึกษาระดับประเทศ ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ ระดับ ๔ เท่านั้น

(๓) ขยายฐานครูแกนนำ เพิ่มขึ้นจำนวนไม่น้อยกว่า ๕๐ คน ใน ๔ ภูมิภาค ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาครูแกนนำ ใน ๔ ภูมิภาค จำนวน มากกว่า ๕๐ คน ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๔) เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ คน ได้รับการพัฒนาทักษะ การเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อ โดยครูแกนนำผ่านหลักสูตรออนไลน์ โดยในจำนวนนี้ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ผ่านการทดสอบว่ามีความรู้ความเข้าใจในด้านทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อเพิ่มขึ้น ทั้งนี้จาก การพิจารณาผลการดำเนินงานยังไม่ปรากฏข้อมูลเหล่านี้ชัดเจน จึงไม่สามารถระบุผลการประเมิน ตัวชี้วัดได้

(๕) เกิดครูต้นแบบในการพัฒนาทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน จำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาครูแกนนำ อีกทั้งมีการขยายผลครูผู้นำนักสื่อสารเพื่อการเรียนรู้สื่ออย่างเท่าทัน จึงเกิดครู ต้นแบบในการพัฒนาทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๖) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียนในการพัฒนาครูต้นแบบฯ และข้อเสนอเชิงนโยบาย ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการดำเนินการจัดทำโดยฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน และฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุ

(๗) เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คน สามารถพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัลของตนเองผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ ทั้งนี้จากการพิจารณาผลการดำเนินงานยังไม่ปรากฏข้อมูลเหล่านี้ชัดเจน จึงไม่สามารถระบุผลการประเมินตัวชี้วัดได้

(๘) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียนในการพัฒนาเด็กเยาวชนผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ และข้อเสนอเชิงนโยบาย ทั้งนี้จากการพิจารณาผลการดำเนินงานยังไม่ปรากฏข้อมูลเหล่านี้ชัดเจน จึงไม่สามารถระบุผลการประเมินตัวชี้วัดได้

ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ระหว่างปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ถึง ๒๕๖๔ (ไตรมาสที่ ๑) มีผลการดำเนินการเสร็จสิ้น ๕ ตัวชี้วัด และยังไม่สามารถระบุผลการประเมินได้ ๓ ตัวชี้วัด ดังนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
๑. เกิดการบูรณา- การกลไก ความร่วมมือใน ระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ ประชาชน เกิดการรู้เท่าทัน และร่วมกันเฝ้า ระวังสื่อ และ สามารถพัฒนาจน เป็นพื้นที่ต้นแบบ ในการขับเคลื่อน สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	ส่งเสริมและ สนับสนุนให้เกิด ความร่วมมือ ระหว่าง หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคี เครือข่ายทุกภาค ส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ ประชาชนเกิดการ รู้เท่าทันและร่วมกัน เฝ้าระวังสื่อ และ สามารถพัฒนาจน เป็นพื้นที่ต้นแบบใน การขับเคลื่อนสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	(๑) (ไม่มีการระบุชื่อตัวชี้วัด บอก เพียงค่าเป้าหมาย) ระดับที่ ๑ เกิดกลไกความร่วมมือใน การทำงานของหน่วยงาน องค์กร ภาคีเครือข่ายด้านการรู้เท่าทันและ เฝ้าระวังสื่อทุกภาคส่วนในระดับ พื้นที่ และเกิดประเด็นร่วมกันใน การขับเคลื่อนพื้นที่ต้นแบบสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับที่ ๒ เกิดแผนปฏิบัติการ ร่วมกันกับหน่วยงาน องค์กร ภาคี เครือข่ายด้านการรู้เท่าทันและเฝ้า ระวังสื่อทุกภาคส่วน มีการ ขับเคลื่อนกลไกพัฒนาพื้นที่นำร่อง สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่น้อยกว่า ๔ พื้นที่ใน ๔ ภูมิภาค ระดับที่ ๓ เกิดการพัฒนากลไก พื้นที่นำร่องใน ๔ พื้นที่ใน	✓	

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
		๔ ภูมิภาค พร้อมสร้างแกนนำตลาด รู้สื่อในระดับพื้นที่ จนเป็นพื้นที่ ต้นแบบสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่สามารถขยายผลในพื้นที่อื่นได้ ระดับที่ ๔ เกิดนโยบายการ ขับเคลื่อนและพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ระดับจังหวัด และ แนวทางการปฏิบัติร่วมกัน ในการ สร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ใน ๔ ภูมิภาค จำนวน ๒๓ จังหวัด (ร้อยละ ๓๐ ของ จังหวัดในประเทศไทย) ระดับที่ ๕ เกิดนโยบายการ ขับเคลื่อนและพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ระดับจังหวัด และ แนวทางการปฏิบัติร่วมกัน ในการ สร้างพื้นที่สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ใน ๔ ภูมิภาค จำนวน ๓๙ จังหวัด (ร้อยละ ๕๐ ของ จังหวัดในประเทศไทย) และเกิด ข้อเสนอเชิงนโยบายในการ ขับเคลื่อนนโยบายพื้นที่สื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับประเทศ		
๒. เกิดองค์ความรู้ และแนวทาง ปฏิบัติในการเฝ้า ระวัง และการ รู้เท่าทันสื่อใน ชุมชน ผ่านกลไก	สนับสนุนและ ขับเคลื่อนให้เกิด School Channel ที่เป็นแหล่งการ เรียนรู้ของสังคม ผ่านหลักสูตรการ	(๒) (ไม่มีการระบุชื่อตัวชี้วัด บอก เพียงค่าเป้าหมาย) ระดับที่ ๑ เกิดความร่วมมือกับ เครือข่ายโรงเรียนทั้งในและนอก ระบบการศึกษา รวมถึงหน่วยงาน องค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ใน	✓	

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
School Channel จนนำไปสู่การ พัฒนาและขยาย ผลเป็นหลักสูตร สำหรับ กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชนทั้งใน ระบบและนอก ระบบการศึกษา	รู้เท่าทันสื่อและเฝ้า ระวังสื่อที่ทุกคน สามารถเข้าถึงและ นำไปใช้ประโยชน์ ได้อย่างทั่วถึง	การพัฒนาหลักสูตรต้นแบบเรื่อง การรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ สำหรับเด็กและเยาวชนในระดับ ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ระดับที่ ๒ เกิดหลักสูตรต้นแบบ เรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ สำหรับเด็กและเยาวชนในระดับ ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา พร้อมทั้งเกิดการนำหลักสูตรไปใช้ ในโรงเรียนนำร่องใน ๔ ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า ๑๐ โรงเรียน ระดับที่ ๓ มีแผนปฏิบัติการร่วมกัน กับกระทรวงศึกษาธิการและภาคี เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมเกิดการ ลงนามความร่วมมือ (MOU) เพื่อ การบูรณาการหลักสูตรกลาง เรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อสู่ School Channel ที่นำหลักสูตร กลางดังกล่าวไปใช้ในการเรียน การสอนในโรงเรียนใน ๔ ภูมิภาค ไม่น้อยกว่า ๒๐ โรงเรียน ระดับที่ ๔ โรงเรียนที่นำหลักสูตร กลางไปใช้ได้รับการยกระดับเป็น ศูนย์การเรียนรู้สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และชุมชน ไม่น้อยกว่า ๔ โรงเรียน ใน ๔ ภูมิภาค ที่สามารถสร้างแกน นำครู และนักเรียน จากทุกภูมิภาค ทั่วประเทศ ทั้งจากในระบบและ นอกระบบการศึกษาที่สามารถนำ		

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
เยาวชนทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา		สำหรับเด็กและเยาวชนจำนวนไม่น้อยกว่า ๑๐ คน (๖) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียนในการพัฒนาครูต้นแบบฯ และข้อเสนอเชิงนโยบาย	✓	
	๓.๒ สนับสนุนและพัฒนาให้เกิดกลไกเครือข่ายในการสร้างการเรียนรู้ในการเฝ้าระวัง และรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient : DQ) ในกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ผ่านหลักสูตรออนไลน์	(๗) เด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า ๓,๐๐๐ คน สามารถพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัลของตนเอง ผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ (๘) เกิดรายงานการสังเคราะห์บทเรียนในการพัฒนาเด็กเยาวชนผ่านหลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ และข้อเสนอเชิงนโยบาย	N/A	✓

การติดตามประเมินผลตามยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน

ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน สามารถสรุปเป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดได้ดังตารางต่อไปนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
๑. มีช่องทางที่มีประสิทธิภาพ หลากหลาย ทัวถึง และเข้าถึงได้ง่าย	ส่งเสริมและพัฒนา ช่องทางการสื่อสารกับสังคมให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคี	มีจำนวนช่องทางการสื่อสาร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง มียอดผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากปี ๖๔ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด
ในการสื่อสารภารกิจ และผลงานของภาคีเครือข่าย และกองทุนฯ	เครือข่าย เพื่อให้มีความหลากหลาย เข้าถึงได้เพิ่มขึ้น อย่างทั่วถึง	
๒. เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตรในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย	ส่งเสริมพัฒนาให้เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตรในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้งให้ความรู้ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และประชาชนสามารถนำผลงานผู้รับทุนไปใช้ประโยชน์ได้จริง	เกิดช่องทางการสื่อสารผ่านภาคีเครือข่ายพันธมิตรในระดับประเทศ ไม่น้อยกว่า ๗ องค์กรเครือข่ายต่อปี ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก และเยาวชนอย่างน้อยร้อยละ ๗๐ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ จากการพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ กับนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ รวมถึงหลักเกณฑ์การกำหนดตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(๑) ความสอดคล้องของนโยบายและทิศทางในระดับประเทศ

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติในด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ในประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิตการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม และ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในประเด็นการเสริมสร้างพลังทางสังคม ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงส่งเสริมบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้เรื่องสิทธิเพื่อคุ้มครองการใช้เทคโนโลยีและสื่อตามมาตรฐานความปลอดภัยและกฎหมาย ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ทั้งในเชิงเนื้อหาและการสร้างความตระหนักและภูมิคุ้มกันของผู้เสพสื่อ อีกทั้งยังสอดคล้องแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมเพื่อปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของประชาชนไทย โดยการวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์เริ่มตั้งแต่การพัฒนาคนให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของสถาบันสังคมและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ทั้งครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ และภาคเอกชน โดยแผนแม่บทได้กำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษาในทุกระดับ ทุกประเภท เน้นการจัดระบบการศึกษาและระบบฝึกอบรมบนฐานสมรรถนะที่มีคุณภาพสูงและยืดหยุ่นผ่านการพัฒนากลไกต่างๆ ซึ่งสะท้อนได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับแผนหรือทิศทางระดับชาติ

(๒) เป้าประสงค์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของเป้าประสงค์ พบว่า เป้าประสงค์ ทั้ง ๒ เป้าประสงค์ ได้แก่ ๑. มีช่องทางที่มีประสิทธิภาพ หลากหลาย ทัวถึง และเข้าถึงได้ง่าย ในการสื่อสารภารกิจ และผลงานของภาคีเครือข่าย และกองทุนฯ และ ๒. เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่าย พันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคีเครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องและสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์ให้ความสำคัญกับพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะด้านจำนวนช่องทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป้าประสงค์ ทั้ง ๒ เป้าประสงค์ มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความต้องการที่จะบรรลุยุทธศาสตร์ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงระยะ ๕ ปี

(๓) กลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน/วิธีการที่ชัดเจนว่าจะสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายอย่างไร อีกทั้งกลยุทธ์ยังมีความชัดเจนไปสู่การกำหนดแผนงาน/โครงการต่อไป ทั้งนี้กลยุทธ์ส่วนใหญ่สอดคล้องกับตัวชี้วัดและสนับสนุนการบรรลุผลตาม

เป้าประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ภายใต้เป้าประสงค์สามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้เป้าประสงค์บรรลุผลตามยุทธศาสตร์

(๔) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

จากการติดตามประเมินผลการดำเนินงานในส่วนของตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนฯ พบว่า ตัวชี้วัดโดยส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับเป้าประสงค์ และสามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน การกำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่มีความชัดเจนและระบุถึงความก้าวหน้าในแต่ละปี ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พบว่า

(๑) มีจำนวนช่องทางการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง มียอดผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากปี ๖๔ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า กองทุนสื่อ มีจำนวนช่องทางการสื่อสารไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถระบุได้ว่ามียอดผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากปี ๖๔ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ หรือไม่ เนื่องจากไม่มีฐานข้อมูล แต่อย่างไรก็ตาม มียอดผู้ชมจำนวนมาก ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุบางส่วนเท่านั้น

(๒) เกิดช่องทางการสื่อสารผ่านภาคีเครือข่ายพันธมิตรในระดับประเทศไม่น้อยกว่า ๗ องค์กร เครือข่ายต่อปี ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนอย่างน้อยร้อยละ ๗๐ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของกองทุน พบว่า มีการขยายผลภาคีเครือข่ายพันธมิตรอย่างชัดเจนทั้งโรงเรียน มูลนิธิดวงประทีป Asia Centre ผู้แทนจาก สำนักข่าว สถานีโทรทัศน์ ข่าวดออนไลน์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตลอดจนสถาบันการศึกษา ซึ่งมากกว่า ๗ องค์กร อย่างไรก็ตามไม่สามารถระบุได้ว่ากลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ ๗๐ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินการรู้เท่าทันสื่อของประเทศอยู่ในระดับดี ฉะนั้นตัวชี้วัดนี้จึงบรรลุบางส่วน

ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ระหว่างปีงบประมาณ ๒๕๖๑ ถึง ๒๕๖๔ (ไตรมาสที่ ๑) มีผลการดำเนินการเสร็จสิ้น ๒ ตัวชี้วัด และยังไม่สามารถระบุผลการประเมินได้ ๐ ตัวชี้วัด ดังนี้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
๑. มีช่องทางที่มีประสิทธิภาพหลากหลายทั่วถึงและเข้าถึงได้ง่าย	ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับสังคมให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคีเครือข่ายเพื่อให้มีความหลากหลาย	(๑) มีจำนวนช่องทางการสื่อสาร เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง มียอดผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากปี ๖๔ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐	✓	ขาดฐานข้อมูลเข้าถึงทำให้ไม่สามารถประเมินได้

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	บรรลุ	ไม่บรรลุ
ในการสื่อสาร ภารกิจ และผลงาน ของภาคีเครือข่าย และกองทุนฯ	เข้าถึงได้เพิ่มขึ้น อย่าง ทั่วถึง			
๒. เกิดความร่วมมือ ของภาคีเครือข่าย พันธมิตร ในการ สนับสนุนและขยาย ช่องทางการ เผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและ กองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย	ส่งเสริมพัฒนาให้เกิด ความร่วมมือของภาคี เครือข่าย พันธมิตรใน การสนับสนุนและขยาย ช่องทางการเผยแพร่ ผลงานภาคี เครือข่าย และกองทุนฯ รวมทั้ง ให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ให้สามารถ เพิ่มการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และประชาชนสามารถนำ ผลงานผู้รับทุนไปใช้ ประโยชน์ได้จริง	(๒) เกิดช่องทางการ สื่อสารผ่านภาคีเครือข่าย พันธมิตรในระดับประเทศ ไม่น้อยกว่า ๗ องค์กร เครือข่ายต่อปี ส่งผลให้ กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะ เด็กและเยาวชนอย่างน้อย ร้อยละ ๗๐ มีความรู้ความ เข้าใจเรื่องสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น	✓	มีเครือข่าย แต่ไม่รู้ จำนวน ความรู้ ความเข้าใจ ที่เพิ่มขึ้น

๓. ผลการประเมินผลวิสัยทัศน์ พันธกิจ และภาพรวม

จากผลการติดตามประเมินผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ รายยุทธศาสตร์ ทั้ง ๔ ยุทธศาสตร์ พบว่า ยุทธศาสตร์ ทั้ง ๔ สามารถตอบสนองต่อพันธกิจได้อย่างครบถ้วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

พันธกิจที่ ๑ ส่งเสริม สนับสนุน ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต และพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ซึ่งจะพบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบต่อเป้าประสงค์การ เนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในจำนวนที่เพิ่ม มากขึ้น ทั้งมีจำนวนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีคุณภาพ มีช่องทาง

การเข้าถึงที่หลากหลาย และมีการพัฒนาขีดความสามารถผู้ผลิตสื่อในหลายช่องทาง และยังพบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชีวิต ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์การเกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่ายพันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการพัฒนาสื่อต้นแบบในการพัฒนาสื่อ และพัฒนารายงานการสังเคราะห์บทเรียนการผลิตสื่อต้นแบบ ขาดเพียงฐานข้อมูลที่จะสามารถยืนยันได้ว่ายอดการเข้าชมสื่อต่างๆ ที่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าประสงค์ ได้สะท้อนความสำคัญมายังยุทธศาสตร์ และพันธกิจ อีกทั้งส่งผลให้บรรลุตัวทัศน์ ในส่วนของคำว่า “ประชาชนเข้าถึง” และ “นิเวศสื่อที่ดี” จากการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพจำนวนมากและมีการเผยแพร่หลากหลายช่องทางไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ในประเด็นนิเวศสื่อที่ดียังต้องมีการพิจารณาในขอบเขตที่กว้างขึ้น เนื่องจากการสร้างนิเวศสื่อที่ดีจะต้องสามารถลดปริมาณสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์อีกด้วย

พันธกิจที่ ๒ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์ จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างทั่วถึง ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจะพบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชีวิต ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งการศึกษาวิจัย และการสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีผลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง หรือนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่ดี โดยมีการจัดทำฐานข้อมูลสำรวจสถานการณ์สื่อในสังคมไทย รายงานการสำรวจสถานการณ์สื่อและตัวชี้วัดคุณภาพสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประเทศไทย พร้อมทั้งมีการศึกษางานวิจัย ชุมความรู้ หรือนวัตกรรมเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๑๕ ชิ้น ที่มีคุณภาพ และร้อยละ ๕๐ ได้รับการเผยแพร่ในช่องทางสาธารณะ สำหรับการดำเนินงานของเป้าประสงค์ เกิดกลไกหรือความร่วมมือทางวิชาการ ที่มุ่งเน้นการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่สามารถขยายผลและพัฒนาระบบนิเวศสื่อที่ดีสอดคล้องกับการขับเคลื่อนของสังคม พบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชีวิตเช่นกัน พบว่าการจัดตั้งศูนย์วิชาการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับเครือข่ายอื่นๆ และในเป้าประสงค์เผยแพร่งานวิชาการและองค์ความรู้ต่อสาธารณะ พบว่าการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่หลากหลายทั้งการประชุมวิชาการประจำปี การพัฒนาเครือข่ายนักปฏิบัติเพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ในเป้าประสงค์นี้ยังขาดการสนับสนุนให้เกิดคลังความรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับประเทศ และถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคม ให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งจะพบว่า

มีการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์การมีช่องทางที่มีประสิทธิภาพหลากหลาย ทั้งถึง และเข้าถึงได้ง่าย ในการสื่อสารภารกิจ และผลงานของภาคีเครือข่าย และกองทุนฯ ซึ่งพบว่า กองทุนฯ มีจำนวนช่องทางการสื่อสารไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง แต่อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถระบุได้ว่ามียอดผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจากปี ๖๔ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๑๐ หรือไม่ เนื่องจากไม่มีฐานข้อมูล และมีการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์เกิดความร่วมมือของภาคีเครือข่าย พันธมิตร ในการสนับสนุนและขยายช่องทางการเผยแพร่ผลงานภาคี เครือข่ายและกองทุนฯ รวมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีการขยายผลภาคีเครือข่าย พันธมิตรอย่างชัดเจนอย่างหลากหลายมากกว่า ๗ องค์กร อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถระบุได้ว่า กลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ ๗๐ มีความรู้ ความเข้าใจเรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าประสงค์ ได้สะท้อนความสำคัญมายังยุทธศาสตร์และพันธกิจ อีกทั้งส่งผลให้ บรรลุวิสัยทัศน์ ในส่วนของคำว่า **“เข้าถึง” “เข้าใจ”** และ **“นิเวศสื่อที่ดี”** จากการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อจำนวนมาก และมีการเผยแพร่หลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง มีการสร้างเครือข่ายเพื่อขยายความรู้ โดยเน้นที่เยาวชนให้สามารถเข้าใจสื่อที่ดี และมีประโยชน์ได้ ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อที่ดี เข้าใจสื่อที่มีเนื้อหาปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ในประเด็นนิเวศสื่อที่ดีเป็นการตอบสนองเพียงการสร้างสรรคความรู้ด้านสื่อสร้างสรรค์และปลอดภัยที่เหมาะสม ทั้งนี้อาจจะต้องมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ชัดเจนและสม่ำเสมอมากขึ้น

พันธกิจที่ ๓ ส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทัน และเฝ้าระวังสื่อ ถูกทำให้บรรลุโดยยุทธศาสตร์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไก และกระบวนการ คัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อซึ่งจะพบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์และบรรลุตัวชี้วัด ซึ่งตอบสนองเป้าประสงค์เกิดการบูรณาการกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ พบว่า มีสร้างกลไกความร่วมมือในการทำงานของหน่วยงาน องค์กร ภาคีเครือข่าย ด้านการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ และเกิดการพัฒนากลไกพื้นที่นาร่องใน ๔ พื้นที่ ใน ๔ ภูมิภาค ซึ่งสามารถนำไปขยายผลจัดกระบวนการเรียนรู้ต่อไป สำหรับเป้าประสงค์เกิด องค์ความรู้ และแนวทางปฏิบัติในการเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อในชุมชน ผ่านกลไก School Channel จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรสำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน ทั้งในระบบและนอกระบบการศึกษา พบว่า สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายโรงเรียนทั้งในและนอกระบบ การศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรต้นแบบเรื่องการรู้เท่าทันและเฝ้าระวัง และมีการพัฒนาหลักสูตร ต้นแบบ และมีการพัฒนาศักยภาพแกนนำพลเมืองฉลาดใช้สื่อในพื้นที่ต้นแบบ ๑๒ จังหวัด อีกทั้งมีการ

ขยายฐานครูแกนนำฯ ใน ๔ ภูมิภาค จำนวนมากกว่า ๕๐ คน เกิดครุต้นแบบในการพัฒนาทักษะการเฝ้าระวังและรู้เท่าทันสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน พร้อมทั้งมีการจัดทำรายงานการสังเคราะห์บทเรียนในการพัฒนาครุต้นแบบฯ ซึ่งผลการดำเนินงานตอบต่อเป้าประสงค์เกิดองค์ความรู้ และแนวทางปฏิบัติในการสร้างความฉลาดทางดิจิทัล (การเฝ้าระวัง และการรู้เท่าทันสื่อ) ผ่านช่องทางออนไลน์ จนนำไปสู่การพัฒนาและขยายผลเป็นหลักสูตรออนไลน์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะเด็ก เยาวชนทั้งในระบบ และนอกระบบการศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าประสงค์ ได้สะท้อนความสำคัญมายังยุทธศาสตร์และพันธกิจ อีกทั้งส่งผลให้บรรลุวิสัยทัศน์ ในส่วนของคำว่า “ฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์” และ “นิเวศสื่อที่ดี” จากการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่าง หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ ในการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการรู้เท่าทันและร่วมกันเฝ้าระวังสื่อ และสามารถพัฒนาจนเป็นพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อีกทั้งสนับสนุนและขับเคลื่อนให้เกิด School Channel ที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ของสังคม ผ่านหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ ได้อย่างทั่วถึง ทำให้ทั้งประชาชนทั่วไปและเด็กเยาวชนสามารถที่จะรู้เท่าทันสื่อได้มากขึ้น จากการขยายเครือข่ายในทุกๆ ปี แต่อย่างไรก็ตาม จากบริบทของสื่อที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดข่าวปลอมและภัยทางไซเบอร์หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้นิเวศสื่อยังต้องเผชิญกับสื่อไม่ดีเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม หากมีการส่งเสริมให้ประชาชนรู้เท่าทันมากขึ้นก็จะเกิดการฉลาดใช้สื่ออย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์นั่นเอง

ทั้งนี้สามารถสรุปความสอดคล้องได้ดังนี้

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการประเมิน
“เข้าถึง” และ “นิเวศ สื่อที่ดี”	๑. ส่งเสริม สนับสนุน ภาคีเครือข่ายทุกภาค ส่วนในการผลิต และ พัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการ ผลิตและเผยแพร่สื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	จากผลการประเมินพบว่า -มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มี คุณภาพจำนวนมาก -มีการเผยแพร่หลากหลายช่องทาง ไม่น้อยกว่า ๖ ช่องทางหลัก -การสร้างนิเวศสื่อที่ดีจะต้อง สามารถลดปริมาณสื่อที่ไม่ปลอดภัย และไม่สร้างสรรค์อีกด้วย - ยังขาดการจัดเก็บฐานข้อมูลการ เข้าถึงสื่อ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการประเมิน
“เข้าถึง” “เข้าใจ” และ “นิเวศ สื่อที่ดี”	๒. ส่งเสริมให้ประชาชน เข้าถึง เข้าใจ และใช้ ประโยชน์ จากสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์อย่างทั่วถึง	ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ ความรู้ในการพัฒนาสื่อ และนิเวศสื่อที่ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	-มีจำนวนงานวิจัย องค์ความรู้ใน การพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อจำนวน มาก -มีการเผยแพร่หลากหลาย ไม่น้อยกว่า ๑๑ ช่องทาง -มีการสร้างเครือข่ายเพื่อขยาย ความรู้ โดยเน้นที่เยาวชนให้ สามารถเข้าใจสื่อที่ดีและ มีประโยชน์ได้ -นิเวศสื่อที่ดีเป็นการตอบสนอง เพียงการสร้างสรรค์ความรู้ด้าน สื่อสร้างสรรค์และปลอดภัยที่ เหมาะสม ทั้งนี้อาจจะต้องมุ่งเน้น การแลกเปลี่ยนความรู้ที่ชัดเจนและ สม่ำเสมอมากขึ้น - ยังขาดการจัดเก็บฐานข้อมูลการ เข้าถึง และการเข้าใจองค์ความรู้ ด้านสื่อที่ดี
		ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนา ช่องทางเพื่อสื่อสารกับ สังคม ให้เกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วมของ ประชาชน	
“ฉลาดใช้ สื่ออย่าง ปลอดภัย และ สร้างสรรค์” และ “นิเวศ สื่อที่ดี”	๓. ส่งเสริมให้ประชาชน โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะ ในการรู้เท่าทันและเฝ้า ระวังสื่อ	ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้ เกิดกลไก และ กระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และการรู้เท่า ทันสื่อ	-เกิดความร่วมมือระหว่าง หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และภาคี เครือข่ายทุกภาคส่วนในระดับพื้นที่ -มีพื้นที่ต้นแบบในการขับเคลื่อน สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ -เกิด School Channel -การขยายเครือข่ายในทุกๆ ปี -บริบทของสื่อที่เปลี่ยนไปทำให้เกิด ข่าวปลอม และภัยทางไซเบอร์ หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้นิเวศ สื่อยังต้องเผชิญกับสื่อไม่ดีเหล่านี้

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	ผลการประเมิน
			-ยังขาดการให้ความสำคัญกับการรู้เท่าทันของประชาชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มักจะเชื่อข่าวปลอม และมีความกังวลในการเข้าถึงสื่อออนไลน์

จากข้อมูลข้างต้นมีการดำเนินการตามภารกิจและทิศทางที่กองทุนตั้งเป้าหมายไว้ อย่างไรก็ตามการจัดเก็บข้อมูลที่ไม่เพียงพอ ไม่เป็นระบบ และไม่สอดคล้องกับตัวชี้วัด และเป้าหมายของกองทุนส่งผลกระทบต่อความยากในการประเมินผลความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ส่วนที่ ๖

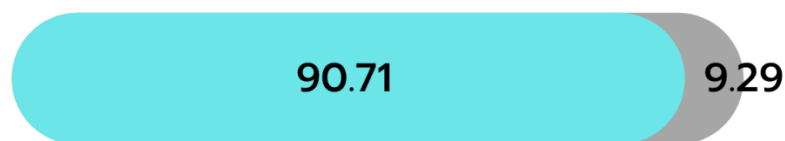
ความต้องการในการพัฒนา ดำเนินงาน ของกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ส่วนที่ ๒

ความต้องการในการพัฒนาดำเนินงาน ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (๕.๕)

สำรวจความต้องการในการพัฒนาดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และนำเสนอแนวทางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และแนวทางการบูรณาการแผนการดำเนินงานระดับประเทศร่วมกับหน่วยงานต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า

ประชาชนรู้จักกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร้อยละ ๙๐.๗๑ ดังภาพต่อไปนี้



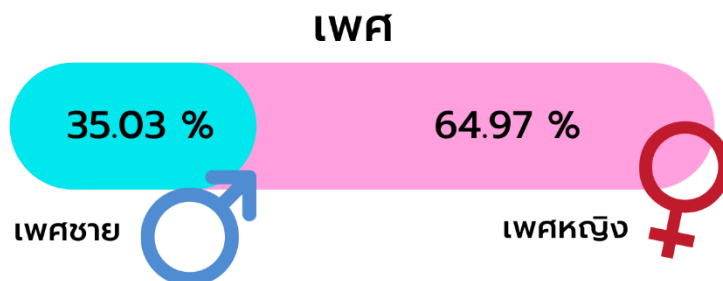
รู้จักกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

แผนภูมิที่ ๑๐ แสดงสัดส่วนของการรู้จักกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง

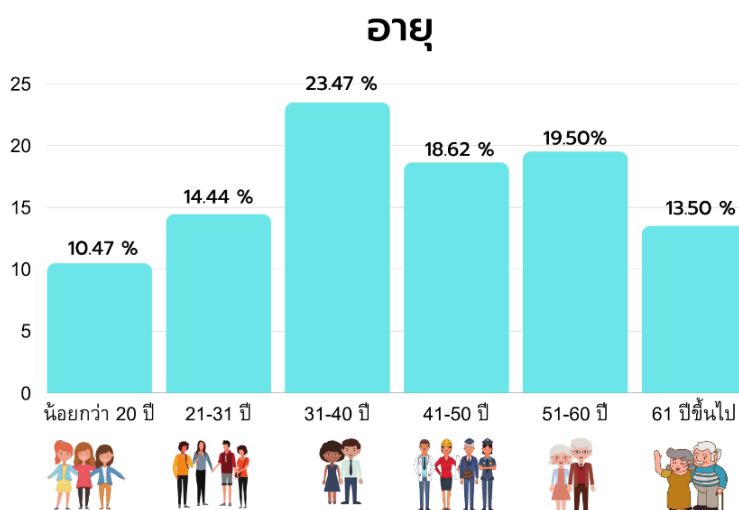
จากแผนภูมิที่ ๑๐ แสดงสัดส่วนของการรู้จักกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๒๕๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๐.๑๗ ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่รู้จักกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๒๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๒๙ (ทั้งนี้หลังจากนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างในการคำนวณจำนวน ๒๕๔๐ ตัวอย่าง)

๖.๑ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงข้อมูลดังแผนภูมิดังต่อไปนี้

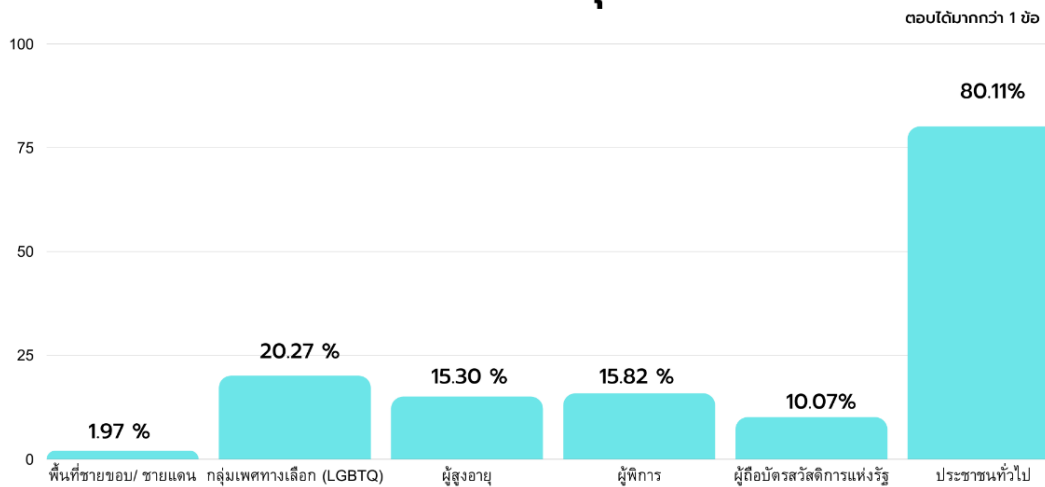


จากแผนภูมิที่ ๑๑ แสดงสัดส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๑๖๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๙๗ ในขณะที่เพศชายมีจำนวน ๘๙๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐๓



จากแผนภูมิที่ ๑๒ แสดงสัดส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี จำนวน ๕๙๖ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๓.๔๗ รองลงมา คือช่วงอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี จำนวน ๔๙๗ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๙.๕๐ ช่วงอายุ ๔๑ - ๕๐ ปีจำนวน ๔๗๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๘.๖๒ ส่วนช่วงอายุที่น้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุน้อยกว่า ๒๐ ปี จำนวน ๒๒๖ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๐.๔

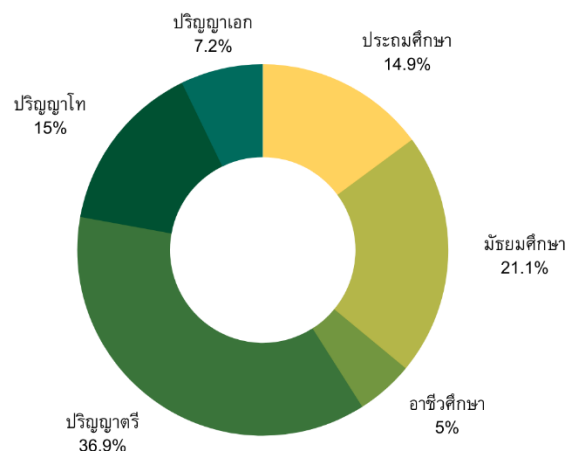
ประเภทกลุ่มคน



แผนภูมิที่ ๑๓ แสดงสัดส่วนของประเภทกลุ่มคนของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๑๓ แสดงสัดส่วนของประเภทกลุ่มคนของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่วไป จำนวน ๒,๐๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐ รองลงมาคือ กลุ่มเพศทางเลือก จำนวน ๕๑๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๕.๒๗ และกลุ่มผู้พิการ จำนวน ๔๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๘๒ ส่วนกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดได้แก่กลุ่มพื้นที่ชายขอบ/ชายแดน จำนวน ๕๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๑.๙๗

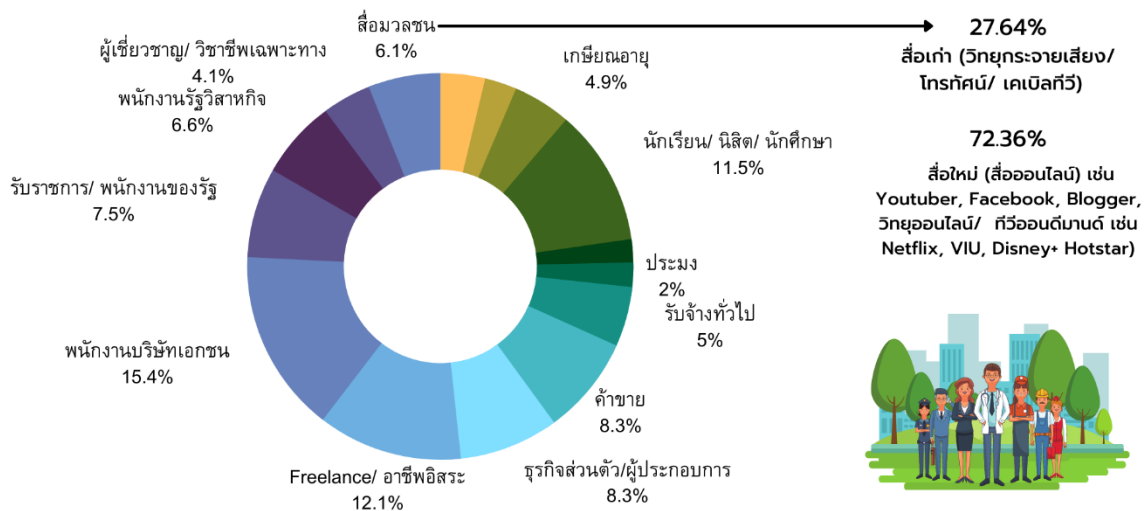
ระดับการศึกษาสูงสุด



แผนภูมิที่ ๑๔ แสดงสัดส่วนของระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๑๔ แสดงสัดส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี จำนวน ๙๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๘๖ รองลงมา คือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน ๕๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๑๑ และระดับการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน ๓๘๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๙๖ ส่วนระดับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ระดับการศึกษาอาชีวศึกษา จำนวน ๑๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๐๐

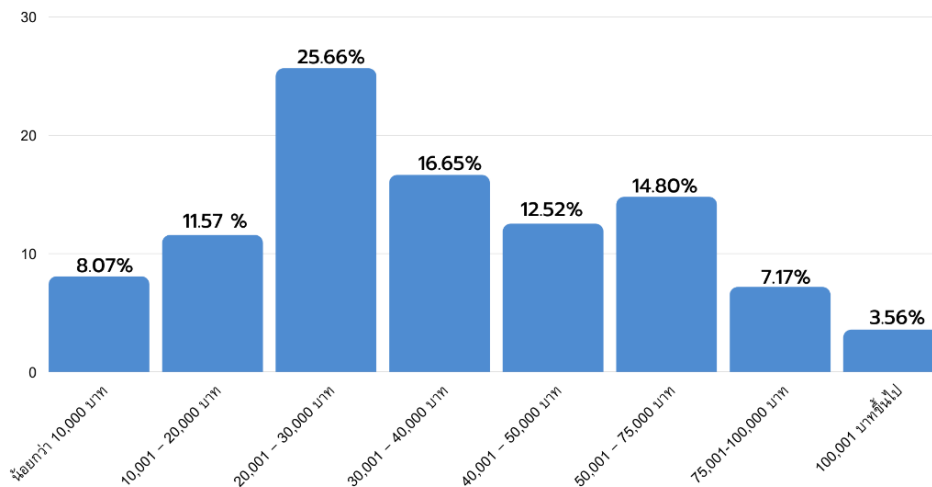
อาชีพ



แผนภูมิที่ ๑๕ แสดงสัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๑๕ แสดงสัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๓๙๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๕.๓๕ รองลงมาคือ อาชีพฟรีแลนซ์หรืออาชีพอิสระ จำนวน ๓๐๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๑๒ และอาชีพนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา จำนวน ๒๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๔๕ ในขณะที่อาชีพที่กลุ่มตัวอย่างประกอบน้อยที่สุดคือ เกษตรกรรม จำนวน ๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๙๓

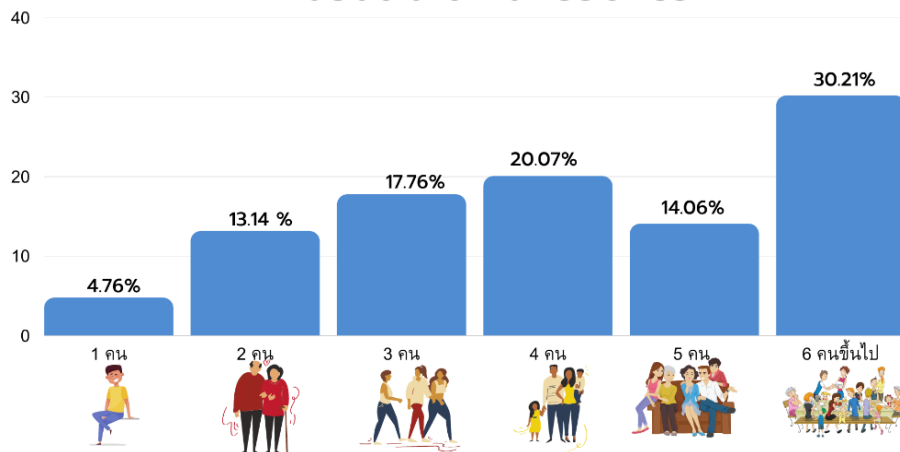
รายได้ส่วนตัวต่อเดือน



แผนภูมิที่ ๑๖ แสดงสัดส่วนรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

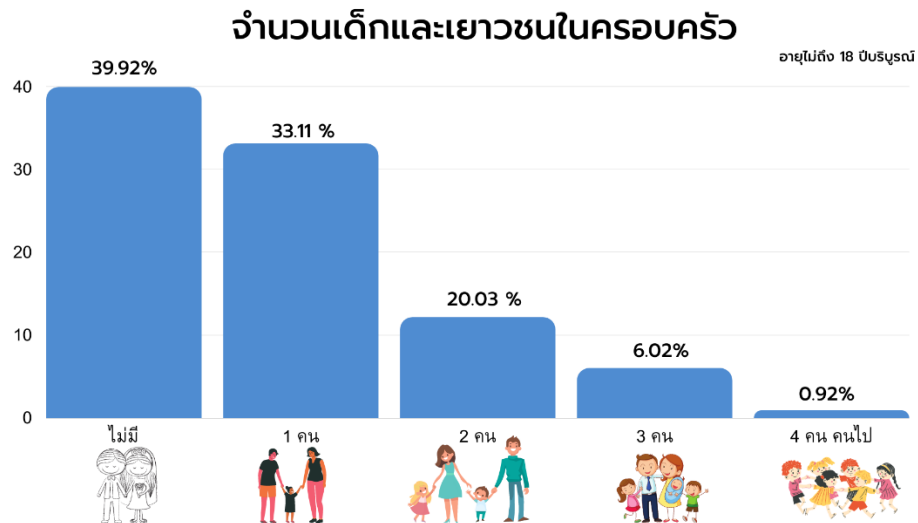
จากแผนภูมิที่ ๑๖ แสดงสัดส่วนรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๖๕๒ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๕.๖๖ รองลงมาคือ ช่วง ๓๐,๐๐๑ ถึง ๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๔๒๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๕ และช่วง ๕๐,๐๐๑ ถึง ๗๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๗๖ คนคิดเป็นร้อยละ ๑๔.๘๐ ในขณะที่ช่วงเงินเดือนที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ๑๐๐,๐๐๑ ขึ้นไป มีจำนวน ๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๕๖

จำนวนสมาชิกในครอบครัว



แผนภูมิที่ ๑๗ แสดงสัดส่วนจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง

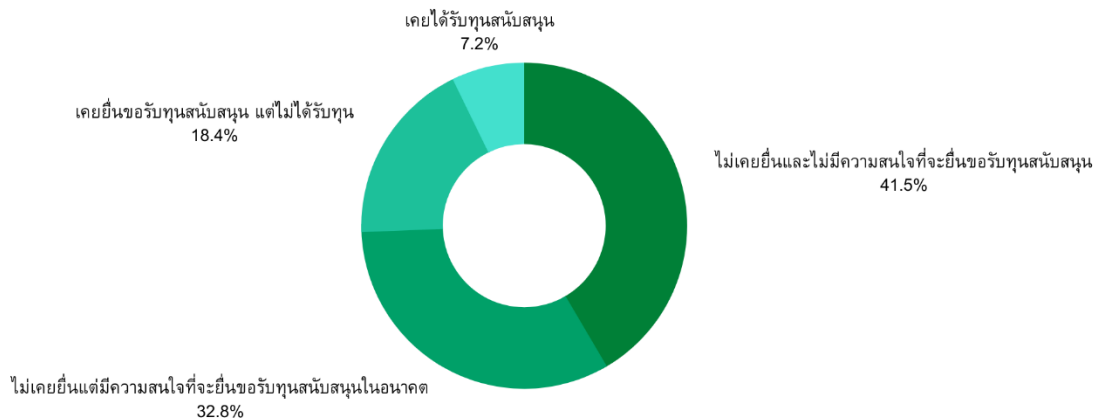
จากแผนภูมิที่ ๑๗ แสดงสัดส่วนจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกครอบครัว ๖ คนขึ้นไป จำนวน ๗๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๒๑ รองลงมา คือ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ๔ คน จำนวน ๕๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๗ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ๓ คน จำนวน ๔๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๗๖ ในขณะที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่น้อยที่สุด คือ จำนวนสมาชิก ๑ คนจำนวน ๒๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๗๖



แผนภูมิที่ ๑๘ แสดงสัดส่วนจำนวนเด็กและเยาวชนในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๑๘ แสดงสัดส่วนจำนวนเด็กและเยาวชนในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีสมาชิกเด็กและเยาวชนในครอบครัว จำนวน ๑๐๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๙๒ รองลงมา คือ มีจำนวนสมาชิกเด็กและเยาวชนในครอบครัวจำนวน ๑ คน จำนวน ๘๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๑๑ และมีจำนวนสมาชิกเด็กและเยาวชนในครอบครัวจำนวน ๒ คน จำนวน ๕๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๓ ในขณะที่มีจำนวนสมาชิกเด็กและเยาวชนในครอบครัว ๔ คนขึ้นไป จำนวน ๒๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๙๒

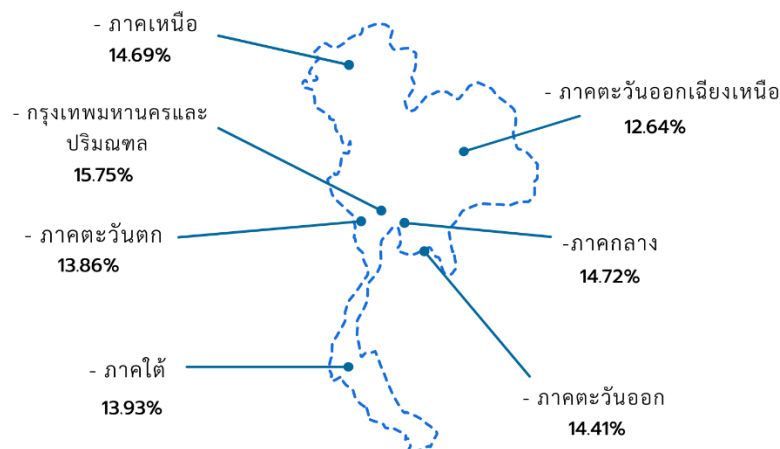
ประสบการณ์การขอรับการสนับสนุนจากกองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



แผนภูมิที่ ๑๙ แสดงสัดส่วนประสบการณ์ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของ
กลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๑๙ แสดงสัดส่วนประสบการณ์ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ ไม่เคยยื่นรับขอทุนสนับสนุนจากกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และไม่มีความสนใจที่จะยื่นขอรับสมัครทุนใดๆ กว่าร้อยละ ๔๑.๕๓ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยยื่นขอรับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แต่มีความสนใจที่จะยื่นขอรับทุนในอนาคต จำนวน ๘๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๘๔ และเคยยื่นขอรับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แต่ไม่ได้รับทุน จำนวน ๔๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๓๙ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีจำนวน ๑๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๒๔

จังหวัดที่อาศัยในปัจจุบัน



แผนภูมิที่ ๒๐ แสดงสัดส่วนจังหวัดที่อาศัยอยู่ของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๒๑ แสดงสัดส่วนจังหวัดที่อาศัยอยู่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภูมิภาคกรุงเทพฯและปริมณฑลกว่าร้อยละ ๑๕.๗๕ รองลงมา คือ อาศัยอยู่ในภูมิภาคกลาง จำนวน ๓๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗๒ และอาศัยอยู่ในภูมิภาคเหนือจำนวน ๓๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๖๙ ในขณะที่ภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่น้อยที่สุดคือ ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน ๓๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๖๔

๖.๒ พฤติกรรมการรับชมสื่อ

จากผลของการสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๒,๕๔๐ คน พบว่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ช่องทางในการรับสื่อ



โทรทัศน์
100.00%



วิทยุ
70.79%



หนังสือพิมพ์
54.21%



นิตยสาร
30.95%



สื่อออนไลน์
100.00%

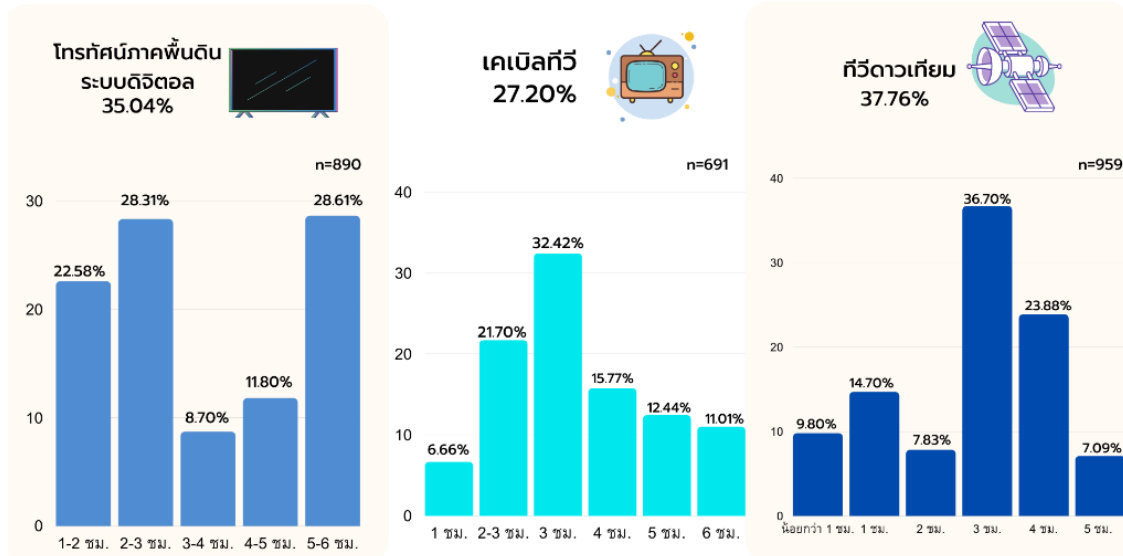
แผนภูมิที่ ๒๒ แสดงสัดส่วนช่องทางการรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากแผนภูมิที่ ๒๒ แสดงสัดส่วนช่องทางการรับชมสื่อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่รับชมสื่อผ่านช่องทางโทรทัศน์ จำนวน ๒,๕๔๐ คน ร้อยละ ๑๐๐.๐๐ และรับชมผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน ๒,๕๔๐ คน ร้อยละ ๑๐๐.๐๐ รองลงมาคือ มีการรับชมสื่อผ่านช่องทางวิทยุ จำนวน ๑๗๙๘ คน ร้อยละ ๗๐.๗๙ ในขณะที่มีการรับชมสื่อผ่านหนังสือพิมพ์ จำนวน ๑๓๗๗ คน ร้อยละ ๕๔.๒๑ และช่องทางที่มีการรับสื่อน้อยที่สุดคือนิตยสาร จำนวน ๗๘๖ คน ร้อยละ ๓๐.๙๕

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการรับสื่อจากช่องทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่รับชมสื่อผ่านทีวีดาวเทียม จำนวน ๙๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๖ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๓ ชั่วโมง จำนวน ๓๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๗๐ รองลงมา คือ มีการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล จำนวน ๘๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐๔ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๒-๓

ชั่วโมง จำนวน ๒๕๒ คน ร้อยละ ๒๘.๓๑ ในขณะที่มีการรับชมผ่านเคเบิลทีวี จำนวน ๖๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๒๐ โดยมีระยะเวลาการรับชมมากที่สุด ๓ ชั่วโมง จำนวน ๒๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๔๒ ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้

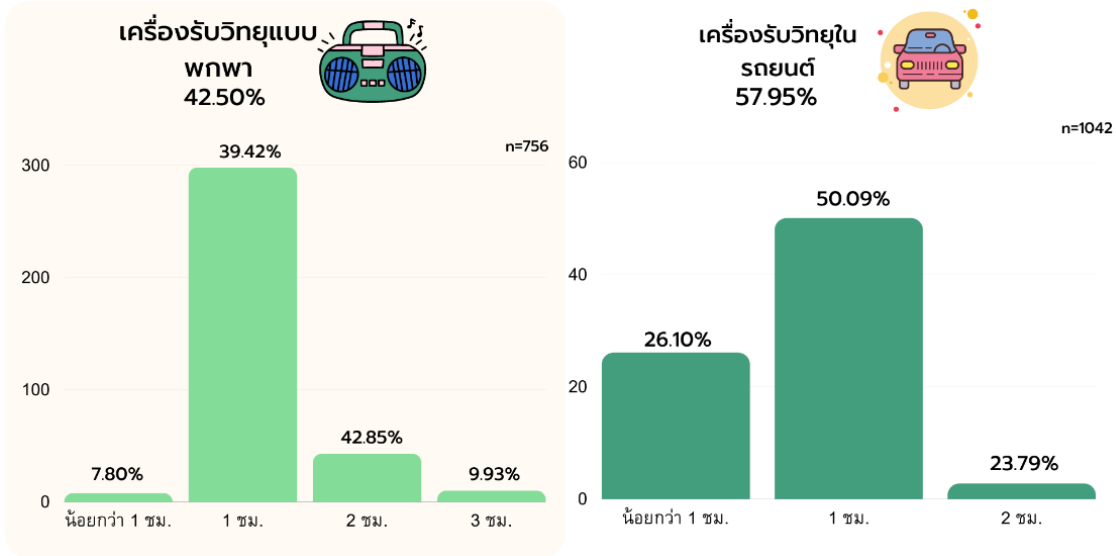
ประเภทของโทรทัศน์และความถี่ในการรับชม



แผนภูมิที่ ๒๓ แสดงสัดส่วนประเภทโทรทัศน์และความถี่ในการรับชมสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาการรับสื่อจากช่องทางวิทยุของกลุ่มตัวอย่างจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่รับฟังวิทยุจากเครื่องรับวิทยุในรถยนต์จำนวน ๑,๐๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๙๕ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๕๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๙ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังวิทยุจากเครื่องรับวิทยุแบบพกพาจำนวน ๗๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๐๕ โดยใช้ระยะเวลาในการฟังจำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๒๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๔๒ ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้

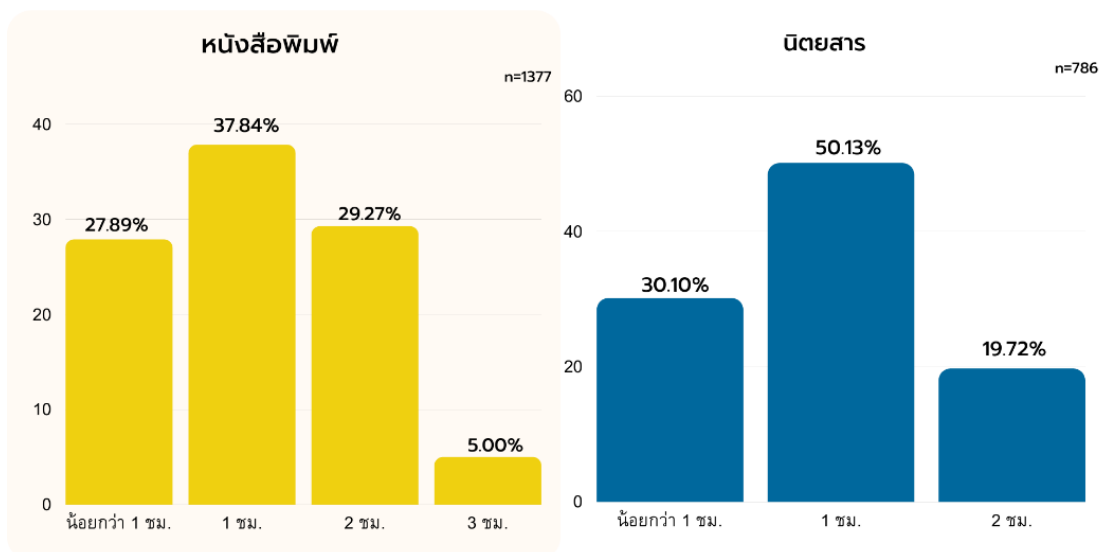
ประเภทของวิทยุและความถี่ในการรับชม



แผนภูมิที่ ๒๔ แสดงสัดส่วนประเภทวิทยุและความถี่ในการรับชมสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาการรับสื่อจากช่องทางการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับสื่อผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์มีจำนวน ๑๓๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๒๑ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๕๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘๔ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่รับสื่อผ่านช่องทางนิตยสารมีจำนวน ๗๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๙๕ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๓๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๑๓ ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้

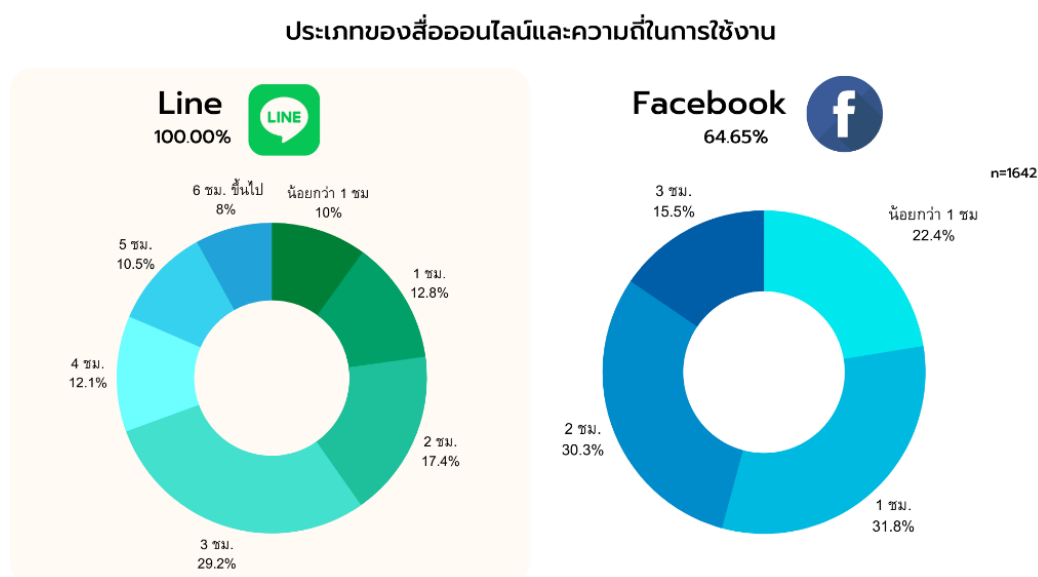
ความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร



แผนภูมิที่ ๒๕ แสดงสัดส่วนความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาการรับสื่อจากสื่อออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับสื่อจากสื่อออนไลน์จำนวน ๒,๕๐๐ ๔๐ คนหรือคิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐๐ โดยมีรายละเอียดแต่ละช่องทางดังนี้

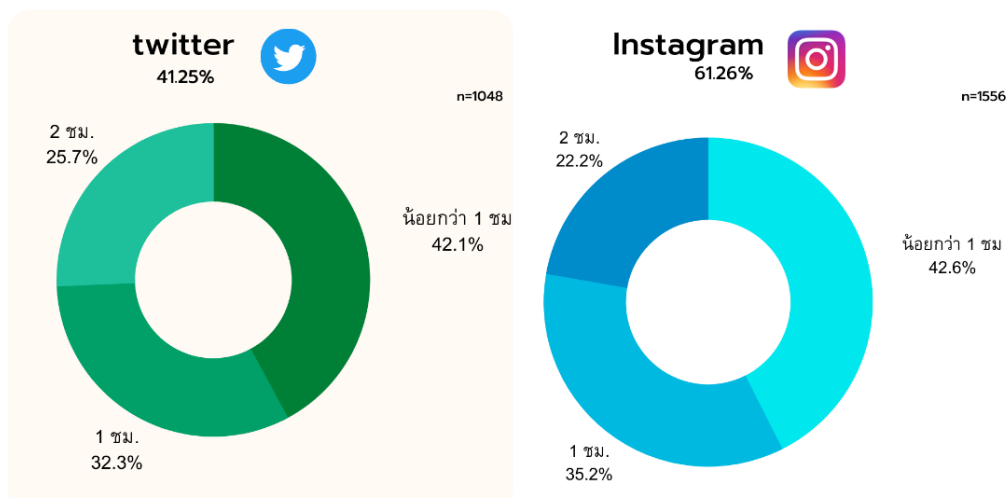
จากแผนภูมิที่ ๒๕ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ไลน์จำนวน ๒,๕๔๐ คน คิดเป็น ๑๐๐.๐๐ ซึ่งใช้ระยะเวลาในการใช้งานมากที่สุดจำนวน ๓ ชั่วโมง จำนวน ๗๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๑๗ รองลงมา คือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๔๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๔๔ และจำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๓๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๘๓ ส่วนระยะเวลาที่มีการใช้จำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน ๖ ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน ๒๐๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๐๑ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ Facebook มีจำนวน ๑๖๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๖๕ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๕๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๗๙ รองลงมาคือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๔๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๓๒ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุด คือ จำนวน ๓ ชั่วโมง ๑๕.๕๘



แผนภูมิที่ ๒๕ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท Line และ Facebook

จากแผนภูมิที่ ๒๖ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Twitter มีจำนวน ๑,๐๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๒๕ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง จำนวน ๔๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๐๘ ในขณะที่มีการใช้ระยะเวลาการใช้น้อยที่สุดจำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๒๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๖๗ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Instagram มีจำนวน ๑๕๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๒๖ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง จำนวน ๖๖๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๕๕ ในขณะที่จำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๓๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒๔

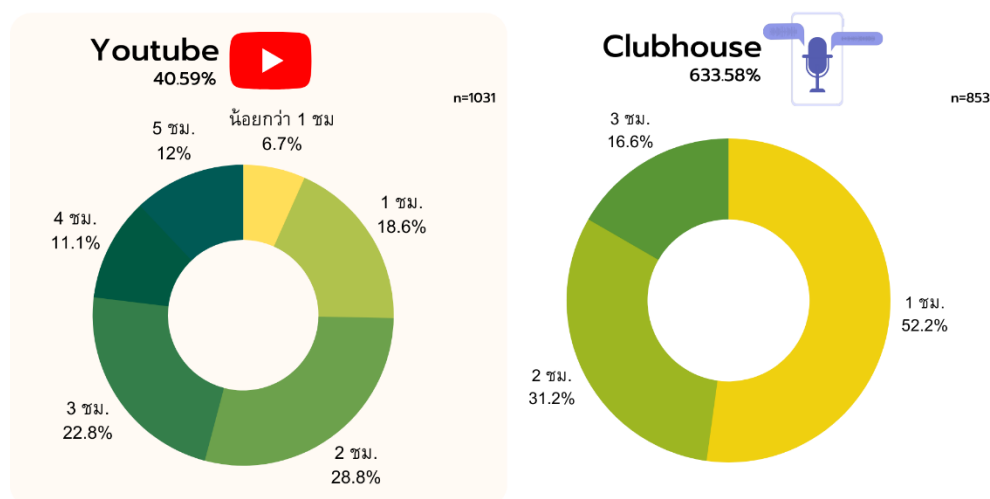
ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๒๖ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท Twitter และ Instagram

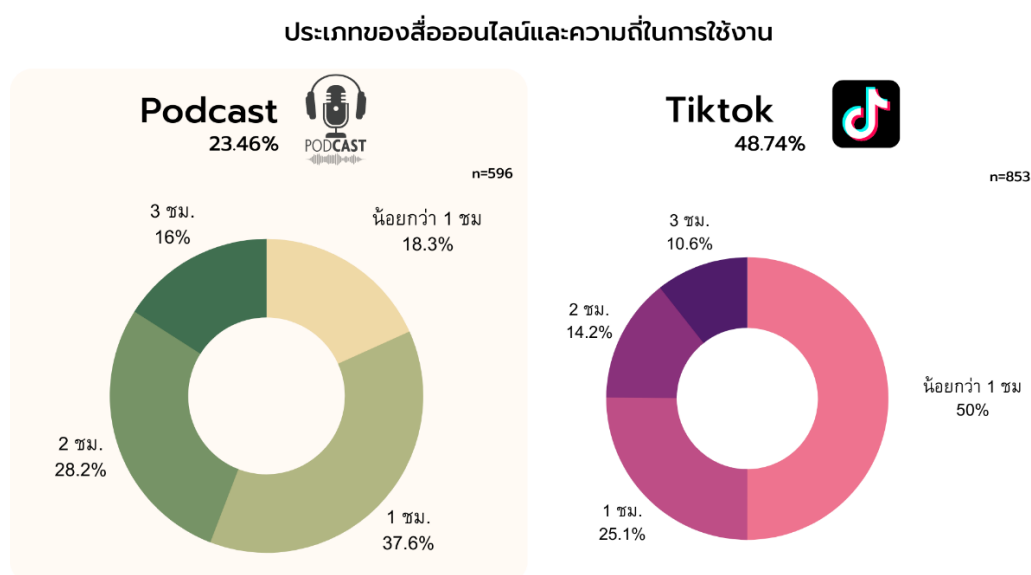
จากแผนภูมิที่ ๒๗ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ YouTube มีจำนวน ๑๐๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๕๙ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๒๙๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๘๐ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง จำนวน ๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๖๙ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คลับเฮ้าส์ มีจำนวน ๘๕๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕๘ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๔๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๑๗ ในขณะที่จำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ ๓ ชั่วโมง จำนวน ๑๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๕

ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๒๗ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท YouTube และคลับเฮ้าส์

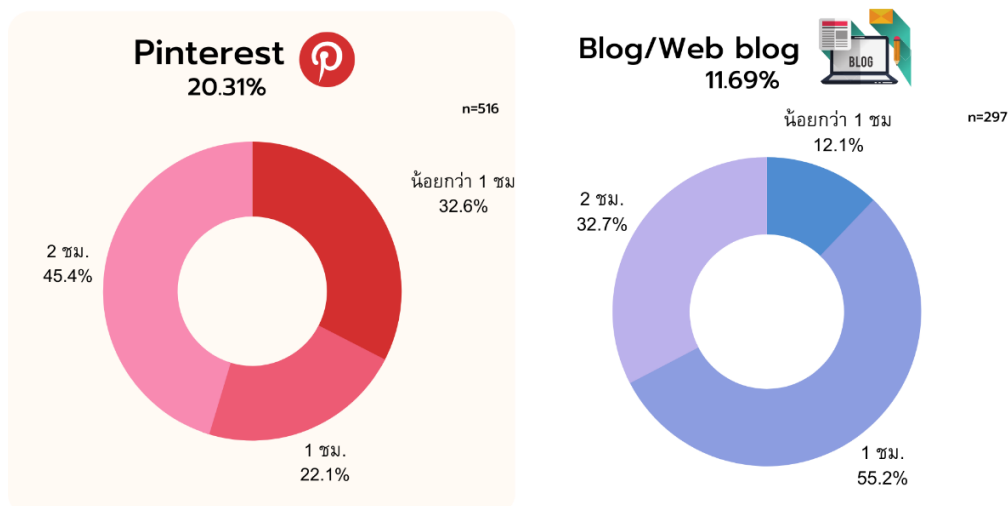
จากแผนภูมิที่ ๒๘ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Podcast มีจำนวน ๕๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๔๖ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๒๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๕๘ ในขณะที่จำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๓ ชั่วโมง จำนวน ๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๙๗ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ Tiktok มีจำนวน ๑๒๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๗๔ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ น้อยกว่า ๑ ชั่วโมง จำนวน ๔๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕๑ ในขณะที่จำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๓ ชั่วโมง จำนวน ๑๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๕๐



แผนภูมิที่ ๒๘ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท Podcast และ Tiktok

จากแผนภูมิที่ ๒๙ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Pinterest มีจำนวน ๕๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๓๑ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๒๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๓๕ ในขณะที่จำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๑๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๐๙ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ Blog/Web blog มีจำนวน ๒๙๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๖๙ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๑๖๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๒๒

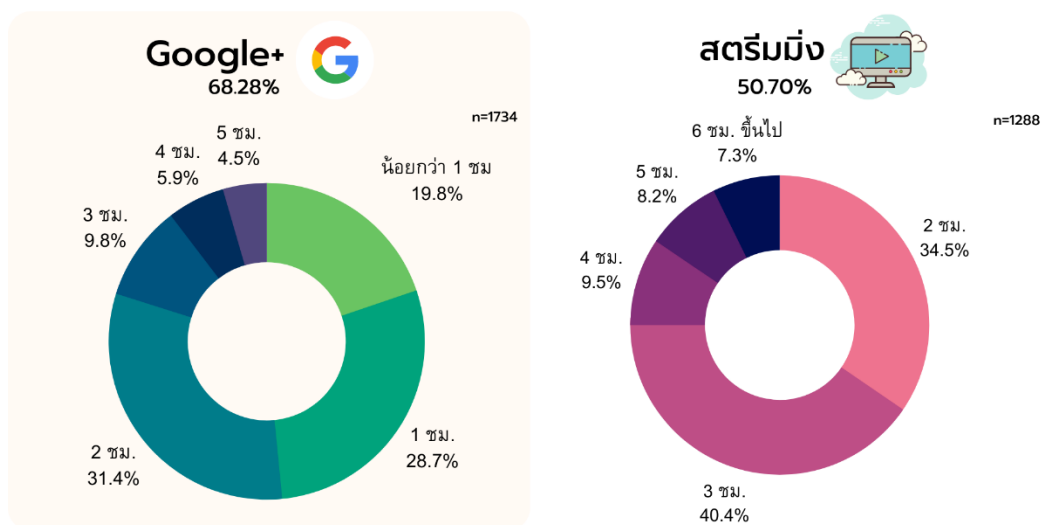
ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๒๙ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท Pinterest และ Blog/Web blog

จากแผนภูมิที่ ๓๐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Google มีจำนวน ๑๗๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๘.๒๘ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๔๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๔๓ ซึ่งจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๕ ชั่วโมง จำนวน ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๔๙ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสตรีมมิง (Netflix, VIU, Disney Plus Hotstar) มีจำนวน ๑๒๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๗๐ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๔๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๕๕ ซึ่งจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๖ ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน ๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๒๙

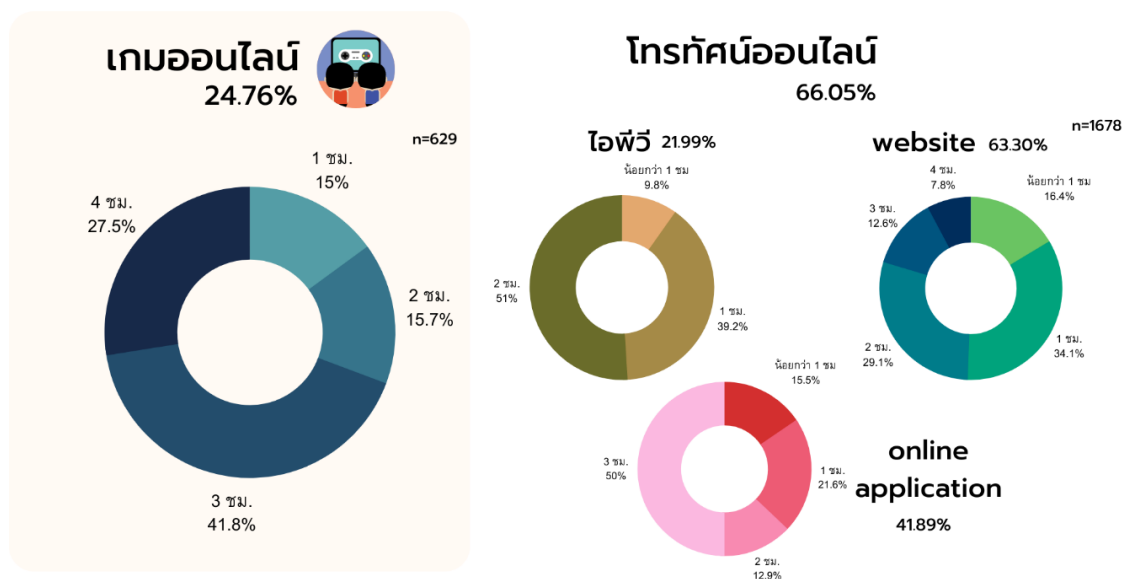
ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๓๐ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภท Google และสตรีมมิง

จากแผนภูมิที่ ๓๑ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เกมออนไลน์มีจำนวน ๖๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๗๖ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๓ ชั่วโมง จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๖๐ ซึ่งจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๒๖ ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้โทรศัพท์ออนไลน์มีจำนวน ๑๖๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๐๖ โดยสามารถจำแนกประเภทที่มีการใช้งานมากที่สุด ประเภทแรกได้แก่ เว็บไซต์ จำนวน ๑๖๐๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๕.๘๒ ซึ่งระยะเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๕๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๑๔ รองลงมาคือประเภท Online Application จำนวน ๑๐๖๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๔๐ ซึ่งระยะเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุด คือ ๑ ชั่วโมง จำนวน ๓๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๗๐ และประเภทสุดท้าย คือ ไอพีทีวี จำนวน ๓๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๙๙ ซึ่งระยะเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุด คือ จำนวน ๒ ชั่วโมง จำนวน ๑๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๗๔

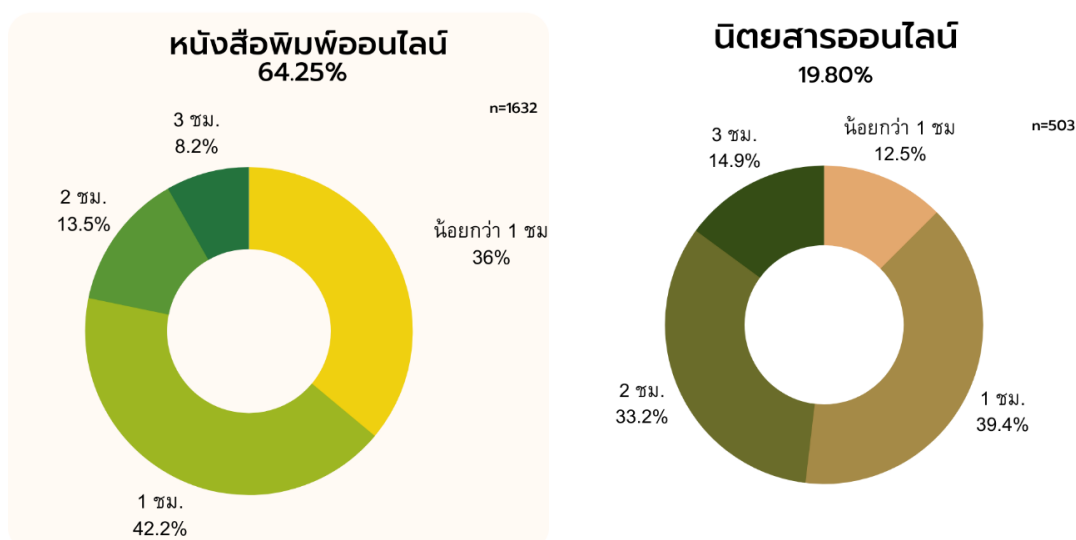
ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๓๑ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภทเกมออนไลน์และโทรทัศน์ออนไลน์

จากแผนภูมิที่ ๓๒ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีจำนวน ๑๖๓๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๕๔ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุดคือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๕๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๐๖ ซึ่งมีจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลาน้อยที่สุดคือ ๓ ชั่วโมง จำนวน ๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๒๓ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้นิตยสารออนไลน์มีจำนวน ๕๐๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘๐ โดยจำนวนที่มีการใช้ระยะเวลามากที่สุด คือ จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๑๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๓๖

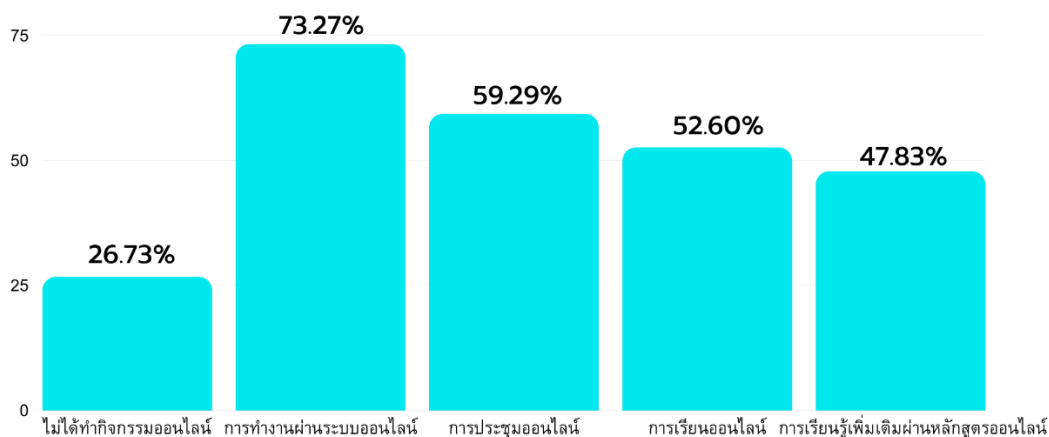
ประเภทของสื่อออนไลน์และความถี่ในการใช้งาน



แผนภูมิที่ ๓๒ แสดงสัดส่วนความถี่ของการใช้สื่อออนไลน์ประเภทหนังสือพิมพ์ออนไลน์และนิตยสารออนไลน์

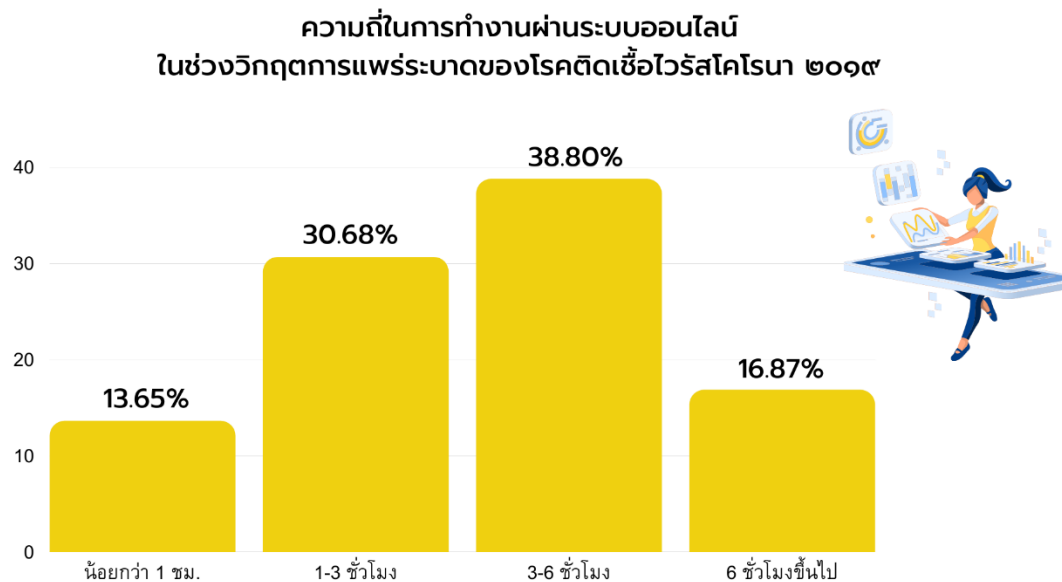
เมื่อพิจารณา กิจกรรมออนไลน์ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ จะพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างได้มีการทำมากที่สุดคือ การทำงานผ่านระบบออนไลน์ จำนวน ๑๘๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๒๗ รองลงมาคือการประชุมออนไลน์ จำนวน ๑๕๐๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๒๙ และการเรียนออนไลน์ จำนวน ๑๓๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๖๐ และจะพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ทำกิจกรรมออนไลน์จำนวน ๖๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๗๓ ดังแผนภูมิต่อไปนี้

กิจกรรมออนไลน์และความถี่ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๓๓ แสดงสัดส่วนของกิจกรรมออนไลน์และความถี่ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙

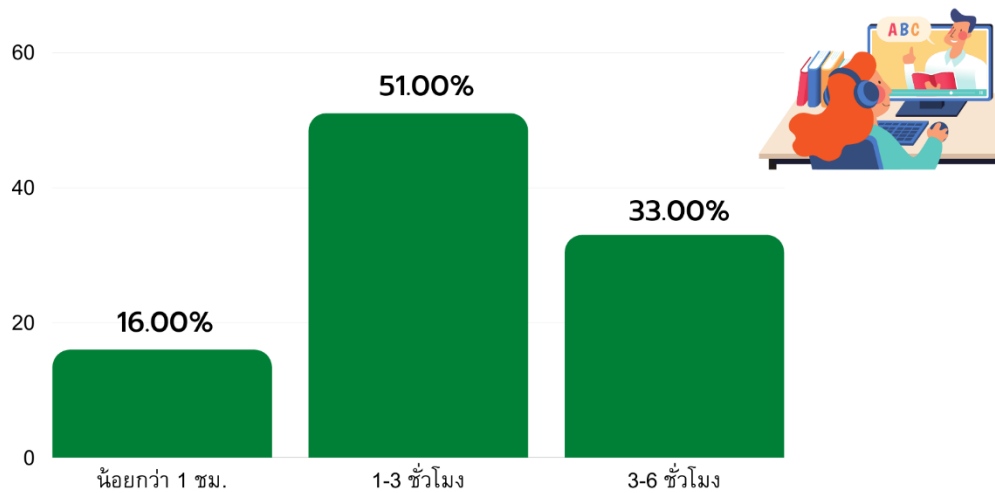
ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความถี่ในการทำงานผ่านระบบออนไลน์ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการทำงานผ่านระบบออนไลน์จำนวน ๓- ๖ ชั่วโมง จำนวน ๕๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๘๐ และใช้เวลาในการทำงานผ่านระบบออนไลน์น้อยที่สุด จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๒๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๖๕ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๓๔ แสดงสัดส่วนของความถี่ในการทำงานผ่านระบบออนไลน์

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความถี่ในการประชุมออนไลน์ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการประชุมออนไลน์ จำนวน ๑-๓ ชั่วโมง จำนวน ๗๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๐๐ และใช้เวลาในการทำงานผ่านระบบออนไลน์น้อยที่สุด จำนวน ๑ ชั่วโมง จำนวน ๒๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๐๐ ดังแผนภูมิต่อไปนี้

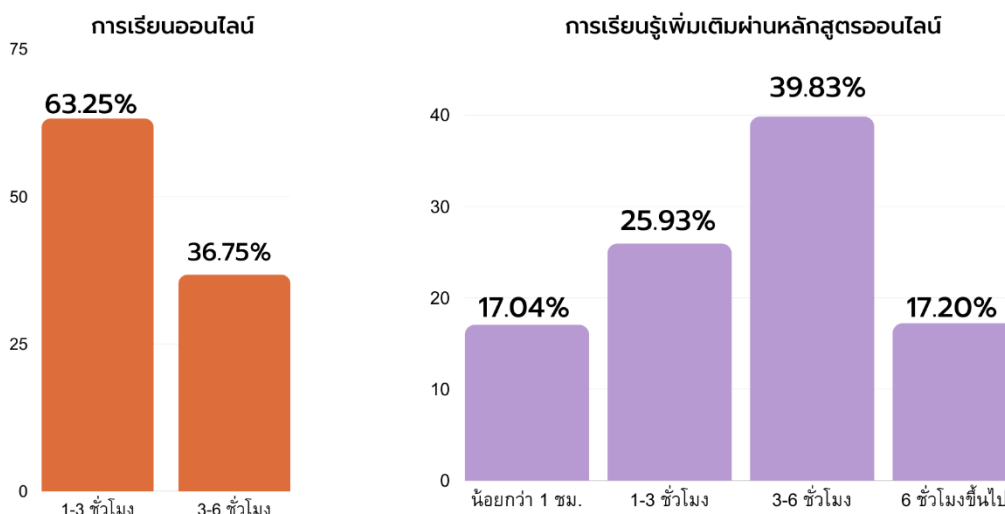
**ความถี่ในการประชุมออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙**



แผนภูมิที่ ๓๕ แสดงสัดส่วนความถี่ในการประชุมออนไลน์

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความถี่ในการเรียนออนไลน์และการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเรียนออนไลน์จำนวน ๑-๓ ชั่วโมง จำนวน ๘๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๒๕ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์ มีการใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้เพิ่มเติมจำนวนมากที่สุด ๓ - ๖ ชั่วโมง จำนวน ๔๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๘๓

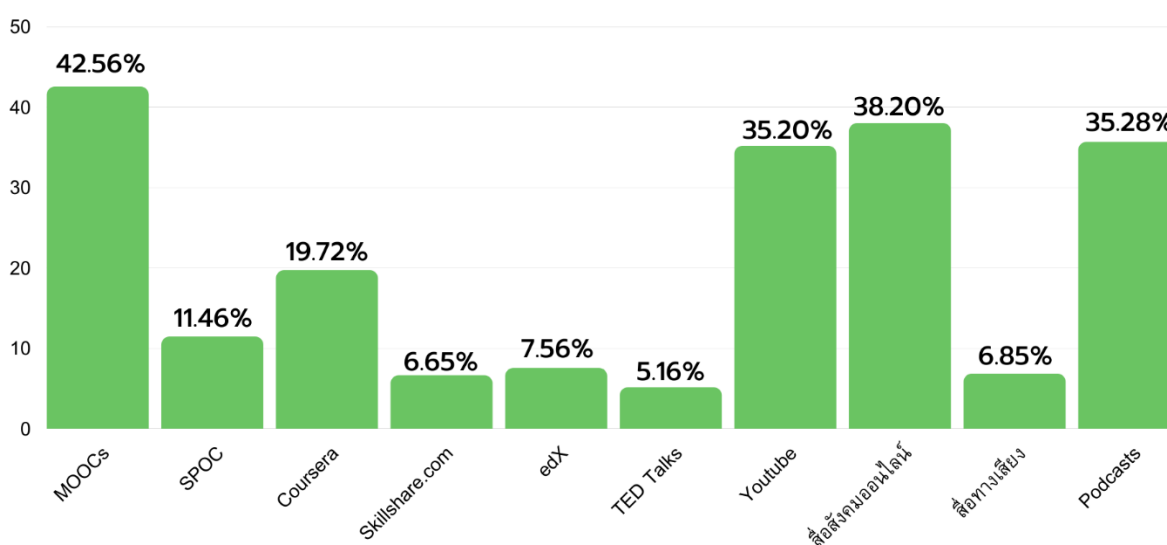
**ความถี่ในการเรียนออนไลน์และการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙**



แผนภูมิที่ ๓๖ สัดส่วนความถี่ในการเรียนออนไลน์และการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงประเภทของการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์ ช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีการเรียนรู้ผ่านประเภทหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Course: MOOCS) จำนวน ๑,๒๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๕๖ รองลงมาคือ สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน ๙๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๒๐ และ Podcasts จำนวน ๘๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๒๘ ในขณะที่ประเภทของการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์ที่น้อยที่สุดคือ TED Talks จำนวน ๑๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๑๖

ประเภทการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙

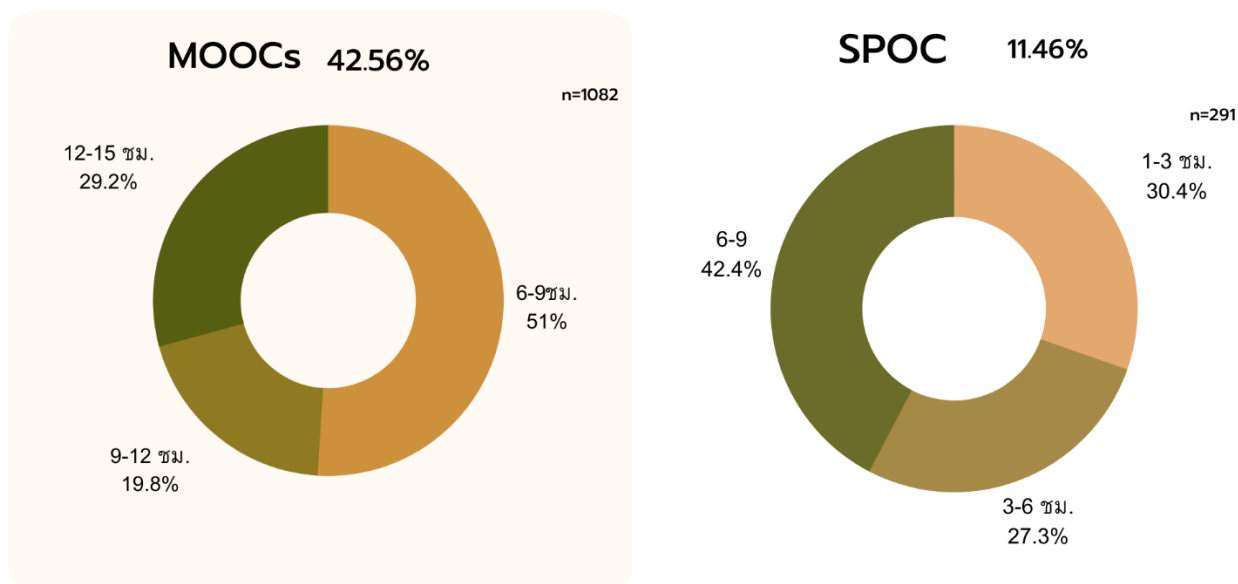


แผนภูมิที่ ๓๗ แสดงสัดส่วนประเภทการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความถี่ของการเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์ ในแต่ละประเภทจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Courses : MOOCs) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์แบบเปิดที่มากที่สุด จำนวน ๖-๙ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๕๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๑.๐๐ และหลักสูตรที่ใช้สอนเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัย (Small Private Online Course : SPOC) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรสอนเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มากที่สุด จำนวน ๖-๙ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๔๐ ดังแผนภูมิที่ ๓๘

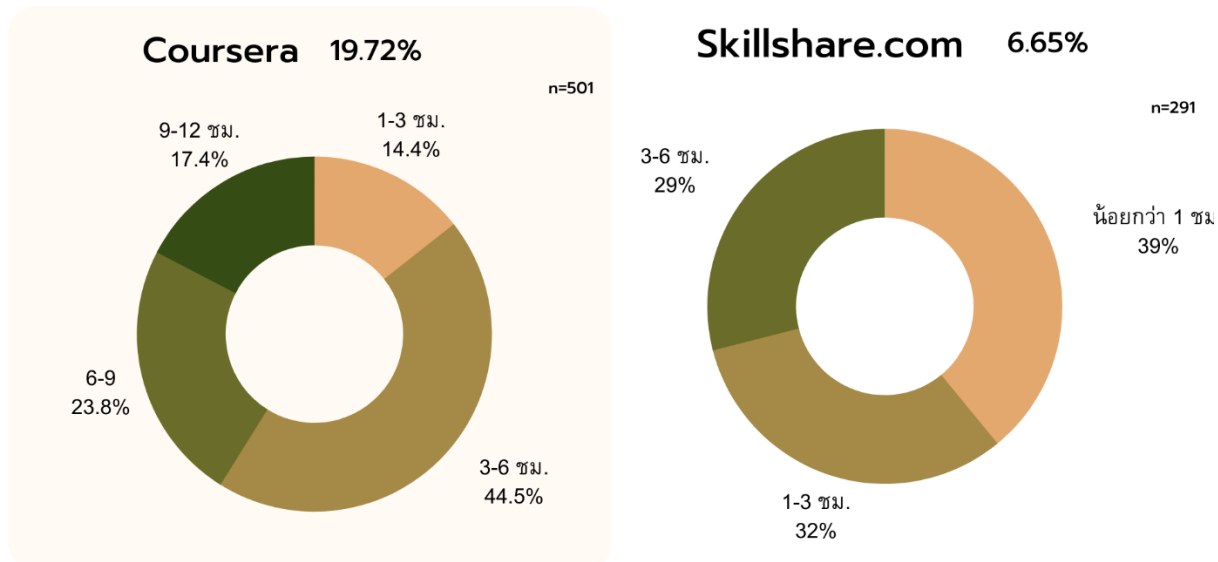
ความถี่การเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๓๘ แสดงความถี่การเรียนรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์ของหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Courses : MOOCs) และหลักสูตรที่ใช้สอนเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัย (Small Private Online Course : SPOC)

Coursera พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้การเรียนรู้ผ่าน Coursera ที่มากที่สุด คือ จำนวน ๓-๖ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ จำนวน ๒๒๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๕๐ และ Skillshare.com พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน Skillshare.com ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวนน้อยกว่า ๑ ชั่วโมง จำนวน ๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๐๐ ดังแผนภูมิที่ ๓๙

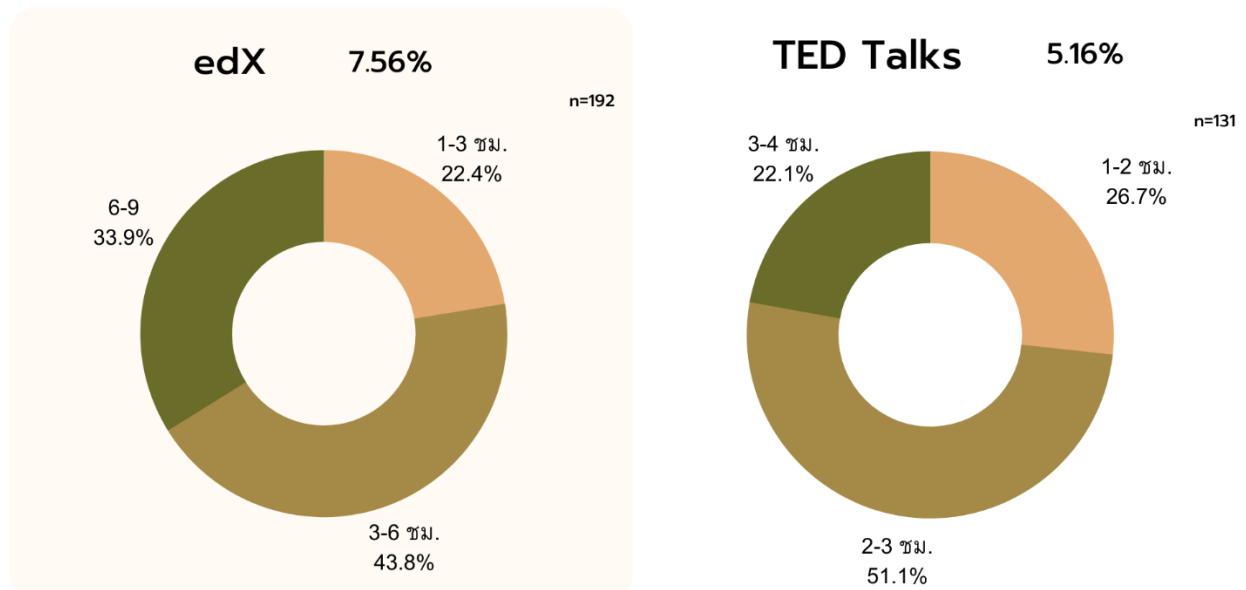
ความถี่การเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๓๙ แสดงความถี่ของการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์ประเภท Coursera และ Skillshare.com

edX พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน edX ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๓-๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๘๐ และ TED Talks พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน TED Talks ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๒-๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๗๐ ดังแผนภูมิที่ ๔๐

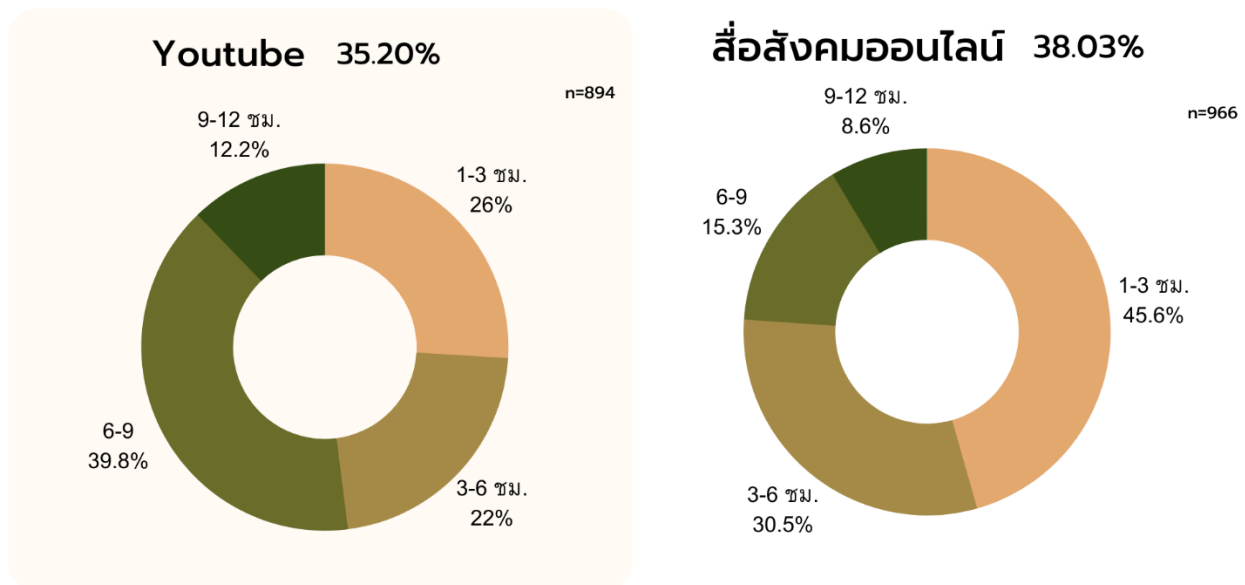
ความถี่การเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๔๐ แสดงความถี่ของการเรียนรู้ออนไลน์ประเภท edX และ TED Talks

Youtube พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน Youtube ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๖-๙ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๓๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๘๐ และ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๑-๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๔๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๖๐ ดังแผนภูมิที่ ๔๑

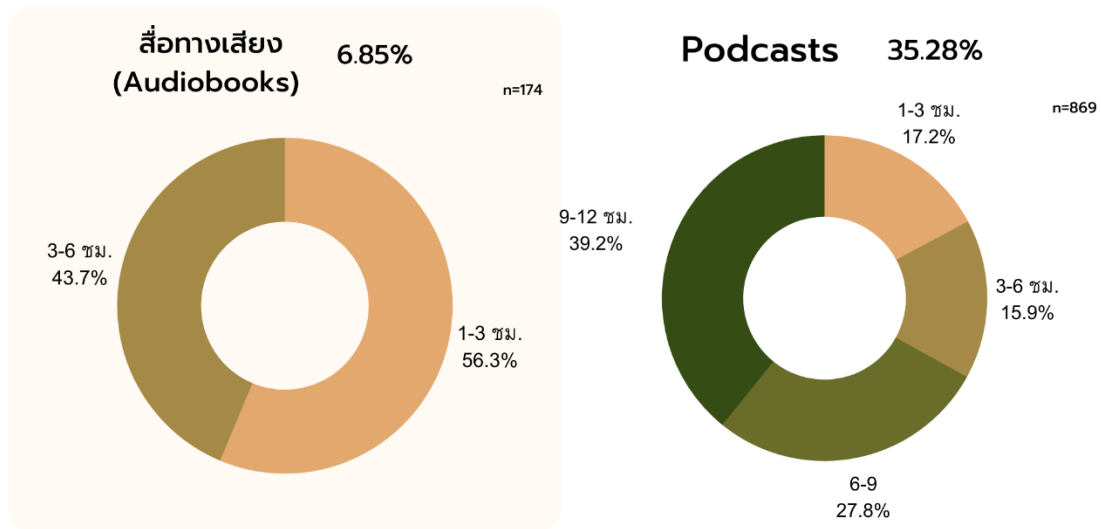
ความถี่การเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๔๑ แสดงความถี่การเรียนรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์ประเภท Youtube และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อทางเสียง (Audiobooks) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน สื่อทางเสียง (Audiobooks) ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๑-๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๓๐ และ Podcasts พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเรียนรู้ผ่าน Podcasts ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน ๙-๑๒ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๓๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๒๐ ดังแผนภูมิที่ ๔๒

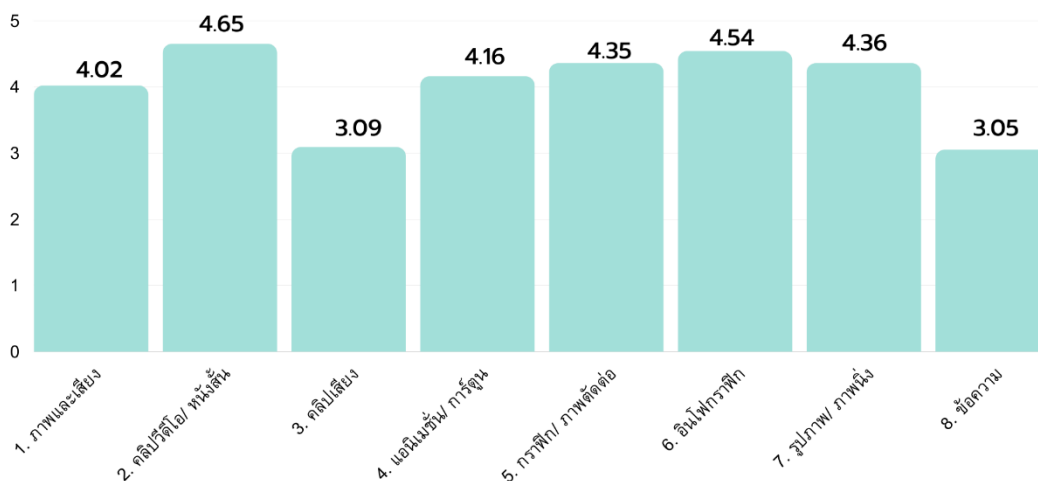
ความถี่การเรียนรู้เพิ่มเติมผ่านหลักสูตรออนไลน์
ในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙



แผนภูมิที่ ๔๒ แสดงความถี่การเรียนรู้ผ่านหลักสูตรออนไลน์ประเภท สื่อทางเสียง (Audiobooks) และ Podcasts

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความนิยมในการรับชมหรือฟังสื่อของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมในการรับสื่อในรูปแบบคลิปวิดีโอและหนังสือในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๕ รองลงมาในรูปแบบอินโฟกราฟิกในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๔ และในรูปแบบรูปภาพหรือภาพนิ่ง ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๖ ในขณะที่รูปแบบที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือ คลิปเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๐๙ ดังแผนภูมิต่อไปนี้

ความนิยมในการรับชม/รับฟังสื่อ



แผนภูมิที่ ๔๓ แสดงค่าเฉลี่ยความนิยมในการรับชม /รับฟังสื่อ

๖.๓ มุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน

จากการสำรวจในประเด็นมุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบันพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อสถานการณ์สื่อในปัจจุบัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๖ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน

n = ๒,๕๔๐

สถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
๑. มีเนื้อหาสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดกระบวน วิธีคิด วิเคราะห์ ตลอดจนการส่งเสริมด้านพัฒนาการทางสมองและสติปัญญา เช่น สื่อสารคดี/สื่อการเรียนรู้ต่างๆ	๓.๙๙	๐.๔๗	มาก
๒. เนื้อหาที่แฝงด้วยหลักศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรมที่ดี	๓.๙๗	๐.๔๒	มาก
๓. มีเนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ ทักษะชีวิต วิชาชีพ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาในชีวิตได้อย่างเหมาะสม	๒.๑๐	๐.๔๖	น้อย
๔. เนื้อหาที่ยั่วยุ ปลุกระดม ก่อความแตกแยกของคนในสังคมหรือนำไปสู่การแบ่งฝักแบ่งฝ่ายทางการเมือง	๔.๖๙	๐.๖๐	มากที่สุด
๕. เนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลครอบครัวและสังคม	๓.๐๕	๐.๔๔	ปานกลาง
๖. เนื้อหาที่ส่งเสริมต่อการละเมิดกฎหมาย การแสดงถึงอาชญากรรมในทางที่ผิด	๔.๐๒	๐.๔๑	มาก
๗. เนื้อหาที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ทั้งในระดับบุคคล กลุ่มคน เชื้อชาติ ศาสนา ชุมชน	๓.๐๗	๐.๕๑	ปานกลาง
๘. เนื้อหาความรุนแรง โหดร้าย ขัดต่อความสงบสุขของสังคม เช่น การใช้อาวุธ ยาเสพติด การแสดงภาพของการกระทำความผิดในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น	๔.๕๔	๐.๔๘	มากที่สุด
๙. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการล่องละเมิดทางเพศ หรือสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศ เช่น การเหยียดเพศ ลามก อนาจาร เป็นต้น	๓.๙๗	๐.๔๒	มาก

สถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
๑๐. มีการใช้ภาษาและไวยากรณ์ทางภาษาไม่เหมาะสม	๔.๕๖	๐.๕๐	มากที่สุด
๑๑. มีการใช้ถ้อยคำที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech)	๔.๑๖	๐.๔๕	มาก
๑๒. มีการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ผ่านสื่อต่างๆ (Cyber bullying)	๔.๓๖	๐.๔๙	มากที่สุด
๑๓. ข่าวปลอม (Fake News) ข่าวบิดเบือนความจริง (Misinformation news) และ ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย (Mal-information)	๔.๔๗	๐.๖๙	มากที่สุด
๑๔. เนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจและสุขภาพของประชาชน เช่น ตกใจกลัว มีความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยง ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความสับสนวุ่นวายอย่างรุนแรง เป็นต้น	๓.๙๙	๐.๔๗	มาก
๑๕. เนื้อหาและข้อมูลข่าวสารที่แบ่งฝักแบ่งฝ่าย หรือเอนเอียงไปทางบุคคล องค์กร หรือชั่วการเมือง	๔.๖๑	๐.๕๗	มากที่สุด
๑๖. มีการใส่ความคิดเห็นขึ้นาของตนเองเข้าไปในการรายงานข่าว	๔.๕๕	๐.๖๓	มากที่สุด

จากตารางที่ ๖ แสดงให้เห็นถึงระดับความเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ของสื่อปัจจุบัน ๓ อันดับแรกได้แก่ มีการใช้ภาษาและไวยากรณ์ทางภาษาไม่เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๖ รองลงมา คือ มีการใส่ความคิดเห็นขึ้นาของตนเองเข้าไปในการรายงานข่าว อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๕ และเนื้อหาความรุนแรง โหดร้าย ขัดต่อความสงบสุขของสังคม เช่น การใช้อาวุธ ยาเสพติด การแสดงภาพของการกระทำความผิดในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๔ ทั้งนี้ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อน้อยที่สุด ได้แก่ มีเนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ ทักษะชีวิต วิชาชีพ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ และแก้ไขปัญหาในชีวิตได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๑๐

๖.๔ ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานภายใน ๕ ปีข้างหน้าของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จากการสำรวจในประเด็นข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานภายใน ๕ ปีข้างหน้าของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการต่อข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานภายใน ๕ ปีข้างหน้าของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ในภาพรวมและรายประเด็น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๗ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน แต่ละด้าน

n = ๒,๕๔๐

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ภาพรวมรายด้าน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
๑. การรณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๖๖	๐.๕๕	มาก
๒. การส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๐๑	๐.๖๑	ปานกลาง
๓. การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อุปกรณ์ในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม	๓.๗๑	๐.๕๔	มาก
๔. การส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๖๑	๐.๕๗	มาก
๕. การส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๙๐	๐.๗๐	มาก
๖. การส่งเสริมบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๒๒	๐.๖๘	ปานกลาง
๗. การดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง	๓.๙๑	๐.๖๒	มาก

จากตารางที่ ๗ แสดงให้เห็นถึงระดับความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์รายด้าน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีระดับความต้องการต่อการพัฒนากองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์รายด้าน ๓ อันดับแรกได้แก่ การดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๑ รองลงมาคือ การส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๐ และการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้สื่อในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๗๐ ทั้งนี้ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการต่อการพัฒนากองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรายได้น้อยที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๐๑ ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละประเด็นจะพบรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๘ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองต่อสถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน แต่ละด้าน

n = ๒,๕๔๐

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
การรณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์			
๑. การสนับสนุนการผลิตสื่อที่ให้ความรู้และสื่อสารข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง เช่น การดูแลตนเองในสถานการณ์ระบาดของโรค โควิด-๑๙	๔.๕๓	๐.๔๘	มากที่สุด
๒. การสนับสนุนการผลิตสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน	๓.๙๕	๐.๔๗	มาก
๓. การสนับสนุนการผลิตสื่อที่ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนทุกช่วงวัย	๔.๕๑	๐.๕๒	มากที่สุด
๔. การผลิตสื่อเกมส์การเรียนรู้ที่เสริมสร้างทักษะความรู้ที่เป็นประโยชน์	๔.๒๙	๐.๗๓	มากที่สุด
๕. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมความรัก/ สามัคคีของคนในชาติ	๓.๐๓	๐.๔๔	ปานกลาง
๖. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการ วิเคราะห์ไตร่ตรอง ตลอดจนการส่งเสริมด้านพัฒนาการทางสมองและสติปัญญา เช่น สื่อสารคดี การเรียนรู้ต่างๆ เป็นต้น	๓.๐๗	๐.๔๙	ปานกลาง

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
๗. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมความรู้ในเชิงวิชาการ ตลอดจนความรู้ใน ศาสตร์ สาขาต่างๆที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	๓.๑๕	๐.๖๖	ปานกลาง
๘. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านคุณธรรม และ จริยธรรม	๓.๙๔	๐.๔๒	มาก
๙. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต วิชาชีพ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาในชีวิตได้อย่างเหมาะสม	๔.๐๐	๐.๔๑	มาก
๑๐. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่น ชมความหลากหลายในสังคม	๓.๓๔	๐.๗๔	ปานกลาง
๑๑. การผลิตสื่อที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ครอบครัว และสังคม	๓.๗๕	๐.๖๓	มาก
๑๒. การส่งเสริมให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถูกนำไปต่อยอดใช้ ประโยชน์เชิงพาณิชย์	๓.๔๘	๐.๖๐	ปานกลาง
๑๓. การผลักดันให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีการปกป้อง ทรัพย์สินทางปัญญา	๒.๕๘	๐.๕๖	น้อย
การส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์			
๑๔. การเขียนโครงการที่สร้างผลกระทบและผลประโยชน์ต่อสังคม	๒.๒๙	๐.๙๒	น้อย
๑๕. การให้ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์สื่อ บทบาทและการปรับตัว ของสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์	๔.๔๗	๐.๘๘	มากที่สุด
๑๖. การให้ความรู้เกี่ยวกับด้านกฎหมาย ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทาง ปัญญาและจริยธรรมในการผลิตสื่อ	๓.๗๕	๐.๖๓	มาก
๑๗. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการในการผลิตสื่อ	๔.๐๐	๐.๔๑	มาก
๑๘. การผลิตสื่อยุคใหม่ที่เข้าถึงคนทุกช่วงวัย	๔.๕๐	๐.๘๒	มากที่สุด
๑๙. การผลิตหนังสือ	๓.๐๗	๐.๕๑	ปานกลาง
๒๐. การผลิตสื่อดิจิทัลที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน	๓.๙๔	๐.๔๒	มาก
๒๑. การผลิตสื่อจากเนื้อหาที่สะท้อนท้องถิ่น	๒.๑๐	๐.๔๔	น้อย

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
๒๒. การวางแผนการผลิตสื่อ ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย/ วัตถุประสงค์/ประเภทสื่อ/ สถานที่ถ่ายทำ/ งบประมาณ/ รูปแบบ การออกอากาศ	๒.๓๙	๐.๖๐	น้อย
๒๓. การเตรียมเนื้อหา/พล็อตเรื่องที่สร้างแรงบันดาลใจ / ประเด็น หัวข้อข่าว	๓.๕๙	๐.๔๒	ปานกลาง
๒๔. การเขียนบท/ การเขียนข่าว	๒.๕๔	๐.๘๗	น้อย
๒๕. การวางแผนและจัดเตรียมอุปกรณ์ผลิตสื่อ/ สถานที่/ ผู้แสดง/ ผู้รายงานข่าว/ ผู้นำเสนอ	๒.๑๔	๐.๔๕	น้อย
๒๖. ทักษะการผลิตสื่อ	๒.๐๑	๐.๘๐	น้อย
๒๗. การตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำ/ ฉาก แสง เสียง และพื้นที่ที่จะใช้	๒.๙๕	๐.๗๓	น้อย
๒๘. การชักชวนทีมงาน การแสดง และการสัมภาษณ์	๑.๙๙	๐.๘๕	น้อย
๒๙. การถ่ายทำ	๒.๔๒	๐.๕๒	น้อย
๓๐. การกำกับ	๒.๐๕	๐.๔๒	น้อย
๓๑. การตัดต่อ	๓.๐๓	๐.๔๔	น้อย
๓๒. การนำเสนอ การเผยแพร่ และการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงผู้ชม ผู้ฟังจำนวนมาก	๓.๙๕	๐.๔๗	มาก
การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อยู่ในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม			
๓๓. การพัฒนาหลักสูตรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ/ ความฉลาดทาง ดิจิทัลให้กับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	๔.๐๒	๐.๔๑	มาก
๓๔. การส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ให้กับเด็ก เยาวชน และครอบครัว	๔.๒๙	๐.๗๑	มากที่สุด
๓๕. การส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน และครอบครัวใช้สื่อในการพัฒนา ตนเอง ชุมชน ครอบครัว และสังคม	๓.๐๗	๐.๔๙	ปานกลาง

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
การส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์			
๓๖. การขับเคลื่อนประเด็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับ องค์กรภาคประชาสังคมต่างๆ	๓.๐๙	๐.๕๑	ปานกลาง
๓๗. การจัดกิจกรรมในพื้นที่ท้องถิ่น/ ชุมชนเพื่อให้ความรู้ด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกับกลุ่มจิตอาสา/อาสาสมัคร	๓.๑๕	๐.๖๖	ปานกลาง
๓๘. การจัดเวทีวิชาการเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๙๕	๐.๔๗	มาก
๓๙. การสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและตรวจสอบข่าว ปลอม	๔.๓๔	๐.๕๘	มากที่สุด
๔๐. การจัดทำศูนย์ One-stop Service สำหรับแจ้งเบาะแสและ แจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัย เช่น การกลั่นแกล้งออนไลน์ ข่าวปลอม การใช้ถ้อยคำที่สร้างความเกลียดชัง ฯลฯ	๓.๕๐	๐.๖๒	มาก
การส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาศักยภาพความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์			
๔๑. การวิจัยด้านการรู้เท่าทันสื่อ	๓.๙๘	๐.๔๔	มาก
๔๒. การวิจัยด้านความฉลาดทางดิจิทัล	๓.๕๗	๐.๕๙	มาก
๔๓. การวิจัยสถานภาพสื่อสะท้อนจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ	๓.๑๘	๐.๗๐	มาก
๔๔. การวิจัยด้านข่าวปลอม (Fake News)	๓.๙๗	๐.๔๘	มาก
๔๕. การวิจัยด้านการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ผ่านสื่อต่างๆ (Cyber bullying)	๔.๒๙	๐.๗๑	มากที่สุด
๔๖. การวิจัยด้านการสร้างความเกลียดชังผ่านสื่อ (Hate Speech)	๔.๔๔	๐.๗๓	มากที่สุด
๔๗. การจัดทำคลังความรู้ (e-Library) ด้านสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๔.๔๔	๐.๗๓	มากที่สุด
๔๘. การจัดทำแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คณิตศาสตร์ วิศวกรรม ศิลปะ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์	๓.๐๓	๐.๙๕	ปานกลาง

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
๔๙. การจัดตั้งสถาบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Academy) เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๑๗	๐.๙๓	มาก
การส่งเสริมบุคคล องค์กรชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อให้มีการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์			
๕๐. การส่งเสริมผู้ประกอบการสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ระบบดิจิทัล, เคเบิลทีวี, โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม, วิทยุกระจายเสียง, วิทยุชุมชน, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๒๖	๐.๘๙	ปานกลาง
๕๑. การส่งเสริมผู้ประกอบการสื่อใหม่ เช่น สำนักข่าวออนไลน์, Facebook Fanpage, YouTube, , Podcast, Clubhouse , Live Stream เป็นต้น ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๔๗	๐.๗๑	มากที่สุด
๕๒. การส่งเสริมประชาชนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๓๗	๐.๗๕	มากที่สุด
๕๓. การส่งเสริมเด็กเยาวชนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๙๗	๐.๓๘	มาก
๕๔. การส่งเสริมสตรีในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๓๘	๐.๕๓	น้อย
๕๕. การส่งเสริมกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑.๕๔	๐.๗๔	น้อยที่สุด
๕๖. การส่งเสริมผู้พิการในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๒๖	๐.๘๘	น้อย
๕๗. การส่งเสริมภาคเอกชน/ บริษัทเอกชนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๔๑	๐.๘๘	มากที่สุด
๕๘. การส่งเสริมองค์กรชุมชน / กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๒๕	๐.๘๗	น้อย
๕๙. การส่งเสริมองค์กรสาธารณประโยชน์ / สมาคม / มูลนิธิ ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๒๖	๐.๘๙	ปานกลาง
๖๐. การส่งเสริมองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๔๗	๐.๗๑	มากที่สุด
๖๑. การส่งเสริมอาสาสมัครในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.๔๘	๐.๖๘	มาก

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
๖๒. การส่งเสริมศูนย์พัฒนาเด็กก่อนก่อนวัยเรียนในการผลิตสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๐๑	๐.๘๐	น้อย
๖๓. การส่งเสริมสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เครือข่ายอาชีวศึกษา และหน่วยงานภายใต้กระทรวงศึกษาธิการอื่นๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๑๔	๐.๔๕	น้อย
๖๔. การส่งเสริมกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม (อว.) เครือข่ายมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนนิสิต นักศึกษา ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๔.๓๔	๐.๕๘	มากที่สุด
๖๕. การส่งเสริมหน่วยงานด้านสุขภาพ เช่น กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในการผลิตสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ด้านสุขภาพ	๔.๑๖	๐.๔๕	มาก
๖๖. การส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐ/ รัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องในการ ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.๐๕	๐.๔๒	น้อย
การดำเนินการและส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ อย่างทั่วถึง			
๖๗. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางโทรทัศน์ดิจิทัล	๓.๔๘	๐.๗๖	ปานกลาง
๖๘. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางวิทยุกระจายเสียง	๒.๙๕	๐.๗๓	ปานกลาง
๖๙. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางช่องดาวเทียม เคเบิลทีวี หรือ โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก เช่น True Vision เป็นต้น	๔.๐๑	๐.๔๘	มาก
๗๐. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ เป็นต้น	๒.๐๕	๐.๔๒	น้อย
๗๑. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางเว็บไซต์	๔.๓๔	๐.๕๘	มากที่สุด
๗๒. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok เป็นต้น	๔.๖๓	๐.๗๘	มากที่สุด
๗๓. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทาง Video On Demand เช่น Netflix , iflix , LINE TV, Disney+ เป็นต้น	๔.๒๙	๐.๗๑	มากที่สุด

ความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความต้องการ
๗๔. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางแอปพลิเคชันสื่อ เช่น Youtube, Podcast, Spotify, Clubhouse เป็นต้น	๔.๐๒	๐.๔๑	มาก
๗๕. การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์ เช่น MOOCs, SPOC, Coursera, edX, Domestika, Master Class, Skill Lane เป็นต้น	๔.๕๕	๐.๗๓	มากที่สุด

จากตารางที่ ๘ แสดงให้เห็นถึงระดับความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีระดับความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๓ อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๖๓ รองลงมา คือ การส่งเสริมเข้าถึงผ่านทางแพลตฟอร์มการเรียนออนไลน์ เช่น MOOCs, SPOC, Coursera, edX, Domestika, Master Class, Skill Lane เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๕ และการสนับสนุนการผลิตสื่อที่ให้ความรู้และสื่อสารข้อมูลสุขภาพที่ถูกต้อง เช่น การดูแลตนเองในสถานการณ์ระบาดของโรค โควิด-๑๙ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๕๓ ทั้งนี้ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการต่อการพัฒนาของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์น้อยที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมกลุ่มชาติพันธุ์ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อยู่ในระบับน้อยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๐.๗๔

ส่วนที่ ๗

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล
เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนา
สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

ส่วนที่ ๗

การรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕ ตลอดจนนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๗.๑ การสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึก In Depth Interview คณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการกองทุน ผู้บริหารกองทุน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นเชิงนโยบายเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการปฏิบัติงานของกองทุนฯ ปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติงาน และทิศทางของแผน ยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลแผน ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปีและแผนระดับประเทศอื่นๆ (๕.๕)

คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อรับฟังความคิดเห็นเชิงนโยบายเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจของกองทุนฯ ผลการปฏิบัติงานของกองทุนฯ ปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติงาน และทิศทางของ แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี และแผนระดับประเทศอื่นๆ จำนวน ๒๐ คน สามารถสรุปประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

๑. ผลการดำเนินงานที่มาจากได้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานที่ผ่านมาภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุน สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา พบว่า การดำเนินงานถือว่าประสบความสำเร็จในระดับดี มีการพัฒนาองค์กรที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ได้ ตั้งเป้าหมายไว้ แม้ว่าในช่วงแรกของการดำเนินการให้ทุนของกองทุนนั้น จะยังไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของทุกฝ่ายในสังคมได้ แต่สามารถที่จะจัดสรรทุนให้ได้ตรงตามพันธกิจของกองทุนได้เป็นอย่างดี ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... กองทุนทำงานเต็มที่ ได้ผลตามพันธกิจที่มีอยู่ เช่น ปี ๖๑ เขาก็ทำได้ ก็ให้ทุน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... ทำงานได้สำเร็จ เขาอยากได้สื่ออะไร เค้าให้คนอื่นทำให้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๕)

“... ให้คะแนนกองทุน ๘.๕ อีก ๑.๕ อยู่ที่คน แต่ที่ผ่านมาไม่ค่อยได้พัฒนาคน มีผู้จัดการคนใหม่ที่พัฒนาคน ต้องรู้เท่าทันคนที่ผลิตสื่อ ต้องรู้ว่าสื่อแบบนี้ต้องทำอะไร ถ้าคนดี ๑.๕ ให้เต็มเลย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๗)

“... สิ่งให้เห็นคือทิศทางดีขึ้น การพัฒนาองค์กรที่ดีขึ้น พอมีโควิดแล้วสะดุด จากที่คิดว่าจะรุดหลายเรื่องเลยไปได้ช้า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๓)

“... กองทุนสื่อ ภารกิจชัดมาก แต่ไม่สามารถที่จะตอบสนองทุกคนได้ เงินไม่ได้เยอะ แต่อยากได้เยอะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๔)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานจำแนกตามผลการดำเนินงานเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า การดำเนินงานเชิงปริมาณนั้น กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถพัฒนาและให้ทุนในการผลิตสื่อที่มีความปลอดภัยและมีความสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลาย ตรงตามพันธกิจ ทั้งสื่อที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน สื่อประชาชนและการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในมุมมองของเชิงคุณภาพ พบว่า ก็ยังจะมีสื่อบางประเภทหรือบางชิ้นงานที่ยังมีคุณภาพไม่ดีพอที่จะช่วยสนับสนุนภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ อย่างไรก็ตามเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... พิจารณาเชิงปริมาณและคุณภาพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๔)

“... ผลการดำเนินงานดูที่จำนวนสื่ออย่างเดียวไม่ได้ ผลกระทบต่อสังคมก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องดูด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

แต่อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ ยังพบว่าอีกว่ากองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นกองทุนที่เพิ่งมีการจัดตั้งได้ในระยะเวลาที่ไม่นาน ฉะนั้น กองทุนจำเป็นที่จะต้องมีการขยายองค์กรและหาทิศทางในการดำเนินการที่มีความชัดเจนและสามารถสร้างการรับรู้ในสังคมได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะคนในวงการผลิตสื่อต่าง ๆ จะต้องเข้าใจบริบทและภารกิจ ตลอดจนทิศทางการดำเนินงานของกลุ่มกองทุนสื่อได้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นหนึ่งในเครือข่ายที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดสื่อที่ปลอดภัยและมีความสร้างสรรค์ในสังคมได้ อีกทั้งยังจะช่วยลดปัญหาของความไม่เข้าใจที่เกิดขึ้นของผู้รับทุน หรือประชาชนภายนอกเกี่ยวกับการจัดสรรทุนและวงเงินงบประมาณที่จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดที่ทางกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะต้องยึดถือปฏิบัติ แต่อย่างไรก็ตามหนึ่งสิ่งที่ยังคงต้องพิจารณาใหม่ต้องพึงระวัง คือ การเปลี่ยนผ่านของผู้บริหารเนื่องจากองค์กรยังไม่มีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนและเสถียรมากนัก ฉะนั้น การปรับเปลี่ยนผู้บริหารโดยเฉพาะในระดับผู้จัดการ หรือรองผู้จัดการจะทำให้การดำเนินงานมีความไม่เสถียร ตลอดจนอาจจะประสบปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงานเท่าที่ควร ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... กองทุนสื่อ ภารกิจชัดมาก แต่ไม่สามารถที่จะตอบสนองทุกคนได้ เงินไม่ได้เยอะ แต่อยากได้เยอะ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

“... ตอนให้ทุนปีแรก จะมีหน้าใหม่ แต่ก็เชื่อว่าคนที่ไม่เคยได้รับทุนก็จะทำงานได้ไม่ดี ผู้จัดการ คนใหม่ได้เปรียบเห็นอะไรไม่ดี ก็เอามาปรับตรงนี้ว่าจะทำยังไงให้การบริการแกรนด์มีประสิทธิภาพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๘)

“... เจอ ผู้จัดการ ๒ คน มีช่วงเปลี่ยนผ่าน ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาเหมือนกัน แต่สไตล์ต่าง ๆ กัน ทำให้ผลที่ผ่านอยู่ในระดับดี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๕)

“... ถ้าให้คะแนนกองทุน ก็ผ่านแบบเฉียดๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๗)

๒. ปัญหา/ อุปสรรคในการดำเนินการภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า เนื่องจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นหน่วยงานที่เพิ่งจัดตั้ง

ขึ้นมาใหม่ได้ในระยะเวลาไม่นาน ทำให้ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระยะที่ผ่านมา (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕) ซึ่งในประเด็นแรก คือ ประเด็น ด้านงบประมาณ ทั้งนี้ งบประมาณของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะเป็นงบประมาณที่ได้รับการ จัดสรรจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการคมนาคม เพื่อประโยชน์ สาธารณะของสำนักงาน กสทช. ซึ่งเป็นทุนสนับสนุนประเภทที่ ๔ ซึ่งเป็นเพียงแหล่งรายได้เพียงแหล่งเดียว ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ในประเด็นด้านงบประมาณอีกหนึ่งปัญหาสำคัญ คือ การกำหนดปีงบประมาณที่ไม่สอดคล้องกับหน่วยงานอื่น ๆ และที่สำคัญ คือ ไม่สอดคล้องกับแหล่ง งบประมาณหลักจาก กสทช. ทำให้มีช่องว่างในการดำเนินการ ๓ เดือน คือ ช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือน ธันวาคม ซึ่งเป็นช่องเหลือปีงบประมาณและไม่สามารถที่จะดำเนินการทำสัญญาผู้รับทุนก่อนได้ เนื่องจากจะไม่ ทราบล่วงหน้าว่า จะได้รับการจัดสรรทุนจำนวนเท่าใดจาก กทปส. สำนักงานกสทช. ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... เรื่องงบประมาณที่ในข้างต้น เป็นความเสี่ยง เป็นปัญหาและอุปสรรคได้ ถ้าได้รับ งบประมาณเท่าเดิม ต้องหาแหล่งทุนใหม่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

“... แหล่งงบประมาณหลักมาจาก กสทช. ที่เดียว แล้วปีงบประมาณของกองทุน เป็นตาม ราชการ แต่ของกสทช. ตามปีปฏิทิน คือว่า ๓ เดือน เป็นช่องว่างและปัญหาสำคัญที่ทำให้การ ดำเนินงานมีปัญหา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... เงิน กสทช. นับตามปฏิทิน / แต่การทำงานของกองทุนทำตามปีปฏิทินราชการ กองทุน ผ่านไป ๑ ไตรมาสเงินถึงมา ก็สามารถใช้เงินที่เหลือมาบริหารจัดการ (เงินกองทุนไม่ต้องคืน) แต่พอ งานให้ทุน พิจารณาเสร็จแล้ว เงินยังไม่มา เมื่อก่อนได้เงินถึงเริ่มพิจารณา ต่อมาเริ่มมา fix เป็น ร้อยละของรายได้ กสทช.” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๒)

“... ในการทำสัญญาทุนต้องทำในปี ๖๕ อนุมัติล่วงหน้าไม่ได้ เนื่องจากไม่รู้ว่าจะได้งบ เท่าไหร่ จึงจัดสรรทุนแบบขั้นต่ำที่กองทุนจะได้รับทัน ๕๐๐ ล้าน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๕)

นอกจากนี้ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังพบกับปัญหาความไม่เข้าใจของผู้รับทุน และประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการจัดสรรทุน ทั้งในเรื่องของระบบคณะกรรมการในการจัดสรร

ทุนและงบประมาณที่จะต้องมีการจัดสรรทุนให้กับผู้รับทุน ทำให้ในบางครั้งเกิดข้อร้องเรียน อันเกิดจากความไม่เข้าใจถึงกระบวนการทำงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ฉะนั้น ทางกองทุนควรที่จะมีการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้เข้ามาขอรับทุนเพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... คนไม่ได้ทุนก็ร้องเรียน เค้เอาเข้ากรรมการใหญ่ กองทุนก็พยายามใช้ตามกฎหมายไปเล่น ฟ้องหมิ่นประมาท หาคนรับผิดชอบ (เหมือนรัฐบาลออกกฎหมายมาปิดปากประชาชน) คนที่มีความเห็นต่าง สิ่งที่ผมเห็นต่าง คือ ต้องให้คนภายนอกเชื่อมั่นว่ากองทุนทำโดยสุจริตและจริงใจ ต้องเพิ่มการสื่อสาร สื่อสารกันให้เข้าใจ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๒)

“... คนที่จะเป็นคนสื่อสารของกองทุนสำคัญ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๖)

สำหรับปัญหาและอุปสรรคประเด็นสุดท้ายของการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ฉบับที่ผ่านมา คือ กระบวนการทำงานของกองทุนฯ ยังไม่มีความชัดเจนและเป็นระบบมากนัก โดยเฉพาะการพยายามนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่ยังประสบปัญหา ทำให้ระบบฐานข้อมูลและการเชื่อมต่อการดำเนินงานในองค์กรยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันส่งผลต่อเนื่องถึงการดำเนินงานที่ทับซ้อน ทำให้บุคลากรในองค์กรต้องทำงานเพิ่มขึ้น

“... เรื่องเทคโนโลยี ประเทศเรายังไม่ถึงขั้นเท่าไร กองทุนฯ ก็พยายามใช้เทคโนโลยี เช่น ตอนนี้นำประชุมผ่าน zoom ๑๐๐% เขาก็ยังไม่เท่าไร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๗)

“... เทคโนโลยีมีปัญหา แต่พอเห็นผู้นำองค์กรเห็นความสำคัญและพยายามปรับเปลี่ยน ก็ใช้ได้ในระดับหนึ่ง แต่ถ้าจะให้แอดวานซ์ ต้องลงทุนกว่านี้ เพราะฐานข้อมูลเป็นเรื่องใหญ่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๘)

๓. ปัจจัยเป็นปัจจัยจุดแข็ง และจุดอ่อนที่มีผลต่อการดำเนินงานที่ผ่านมาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก คณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ สามารถจำแนกได้ออกเป็น ๒ ประเด็นหลัก ได้แก่ ประเด็นที่เป็นจุดแข็งและประเด็นที่เป็นจุดอ่อนต่อผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

สำหรับในประเด็นที่เป็นจุดแข็งของการดำเนินงาน พบว่า ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กองทุนฯ มีความพยายามที่จะบริหารจัดการระบบการดำเนินงานของกองทุน หรือระบบการจัดการหลังบ้านให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากระบบการบริหารจัดการที่มีทั้งในรูปแบบของการจัดการองค์กรและการบริหารจัดการแบบคณะกรรมการ ทำให้ยังไม่สามารถที่จะบริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรนัก ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... จุดแข็ง คือ ใช้จัดการหลังบ้าน/การทำงานจะมีคณะกรรมการพิจารณาโครงการ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๘)

ทั้งนี้ จุดแข็งอีกหนึ่งประเด็นของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้แก่บุคลากร โดยเฉพาะประเด็นด้านทักษะความสามารถของบุคลากรที่มีประสบการณ์ทำงานและทักษะด้านการผลิตสื่อที่มีศักยภาพสูงและบุคลากรบางส่วนย้ายมาจากภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ในการจัดทำสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี

“... ทักษะของบุคลากร พื้นฐานของบุคลากร จบปริญญาโท และมีประสบการณ์การทำงาน เป็นศักยภาพที่ต้องมีการพัฒนาให้เป็นจุดแข็ง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๒)

“... ทักษะของบุคลากร พื้นฐานของบุคลากร จบปริญญาโท และมีประสบการณ์การทำงาน เป็นศักยภาพที่ต้องมีการพัฒนาให้เป็นจุดแข็ง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

และจุดแข็งอีกหนึ่งประการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ เป็นกองทุนที่มีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนตามกฎหมาย ทำให้มีทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนตามไปด้วย ตลอดจนการถ่ายทอดแนวทางไปสู่การปฏิบัติที่มุ่งเน้นให้เกิดนิเวศสื่อที่ดี โดยเฉพาะสื่อด้านเด็กและเยาวชนและการ

พัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสื่อ นอกจากนี้ ยังช่วยในการประชาสัมพันธ์จุดยืนของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในสังคมได้อย่างชัดเจนอีกด้วย ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... กฎหมายมีบทบาทหน้าที่ชัดเจนตามกฎหมาย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

ในขณะที่จุดอ่อนของการดำเนินการที่ผ่านมาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะพบว่า มีหลากหลายประเด็นด้วยกัน ซึ่งในประเด็นแรกเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ทั้งการมีส่วนร่วมภายในของบุคลากรในแต่ละฝ่ายและการมีส่วนร่วมของผู้รับทุน หรือประชาชนภายนอกกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งประเด็นการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายในกองทุนเองจะพบว่า เนื่องจากปริมาณงานที่มากทำให้บุคลากรภายในกองทุนสนใจที่จะบริหารจัดการงานของตนเองให้สำเร็จลุล่วงมากกว่าที่จะดำเนินการร่วมมือเพื่อพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการกองทุนที่ดีขึ้น ทำให้จุดนี้ยังไม่มีกระบวนการดำเนินการที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของกองทุนให้ดีขึ้นร่วมกัน อีกทั้งยังพบปัญหาของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในระบบการบริหารจัดการกองทุนที่ยังไม่มีความเป็นระบบเดียวทำให้เกิดการทำงานที่ทับซ้อนกัน ฉะนั้น ควรที่จะมีการบริหารจัดการภายในองค์กรให้ดีและมีประสิทธิภาพก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาเครือข่าย หรือสร้างการมีส่วนร่วมกับบุคลากรภายนอก ทั้งผู้รับทุนหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

“... อยากพัฒนาระบบหลังบ้านมิให้แข็งแกร่งก่อน ค่อยสร้างเครือข่าย มีการปรับปรุงบางฝ่ายให้เป็นฝ่ายการมีส่วนร่วม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๖)

“... คนกองทุนเป็นคนเก่ง แต่ทำงานเป็นทีมไม่ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๗)

๔. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกใดบ้าง (เศรษฐกิจ/สังคม/การเมือง/เทคโนโลยี/กฎหมาย ฯลฯ) ที่เป็นโอกาสที่เอื้อและเป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานที่ผ่านมาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก คณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า ในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานที่ผ่านมาของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น จะพบว่าปัจจัยโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยที่เป็นภัย

คุกคามแต่สามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นปัจจัยเอื้อในอนาคตได้ เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปเป็นอย่างมาก ทั้งปรากฏการณ์การหลอมรวมสื่อการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ หรือ Digital disruption ที่ส่งผลให้เกิดการผลิตสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งนี้ในช่วงต้นกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อาจจะยังรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วไม่ทัน ทำให้เป็นปัจจัยที่ถือว่าเป็นภัยคุกคาม แต่ว่าในอนาคตการบริหารจัดการของกองทุนจะต้องมีการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งควรที่จะนำมาเป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินการในอนาคตได้ ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... เทคโนโลยีเปลี่ยนไปมาก แต่สื่อยังผลิตแบบเดิม ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๒)

“... สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจาก digital disruption พฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป นวัตกรรมใหม่ที่เข้ามาเสมอ แพลตฟอร์มดิจิทัลใหม่ กองทุนจะดูที่เนื้อหาเป็นหลัก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๓)

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไปก็ถือว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของกองทุนที่ผ่านมาด้วยเช่นกัน เนื่องจากพฤติกรรมที่ของการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไม่สามารถที่จะดำเนินการตามความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปได้อย่างรวดเร็ว แต่อย่างไรก็ตามในอนาคตกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะให้มีการดำเนินการให้สอดคล้องกับบริบทและพฤติกรรมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ค่านิยมทางสังคม ผู้ผลิตสื่อก็ต้องมองกระบวนการที่คนที่ต้องหาจุดสมดุลให้คลี่คลาย ทั้งการพัฒนาสื่อ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๗)

และปัจจัยที่สำคัญที่เข้ามาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในกองทุนและในบริบทของสังคมโดยกว้าง คือ สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ที่นอกจากจะทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตในสังคมเปลี่ยนไป หรือเรียกว่า New Normal นั้น ยังส่งผลต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนา

สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งการทำงานแบบ Work From Home หรือการประชุมติดตามผลของโครงการต่าง ๆ ร่วมกับคณะกรรมการ ซึ่งจะต้องมีการดำเนินการในรูปแบบออนไลน์อย่างร้อยละแปดสิบ ทำให้ในช่วงต้นยังไม่สามารถที่จะบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก แต่ภายหลังทางกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เองก็ได้มีความพยายามที่จะจัดการกับระบบการดำเนินการแบบ work from home ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นความท้าทายในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ผลของสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ นั้น ยังส่งผลต่อการดำเนินการของผู้ได้รับทุนในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่อาจจะต้องมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้น หรือจะต้องขยายระยะเวลาในการดำเนินงานออกไปเพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในรูปแบบ New Normal ซึ่งในการดำเนินงานทั้งหมดนี้ ทางกองทุนได้พยายามที่จะบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับทุนให้ได้มากที่สุดเช่นกัน ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... Pandemic ต้องมีการรับมือจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น Work From Home ประสิทธิภาพการทำงานไม่ ๑๐๐ แต่ถ้าต้องดำเนินการในระยะยาว ก็ต้องมีการปรับปรุงตามวาระ กองทุนต้องมีการปรับตัวให้ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๕)

“... การแก้ปัญหาอาจจะมีต้นทุนที่มากขึ้น เช่น การเช่าสตูดิโอ หรือ การซื้อภาพแทน ในขณะที่โครงการฝึกอบรมต้องยกออนไลน์ เป็นความท้าทายใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ ฉะนั้น กองทุนจะต้องเดินไปได้ ต้องปรับตัวไปได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๙)

๕. เป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคต

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า เป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคตที่ชัดเจนที่สุด คือ การที่กองทุนจะเป็น Content Provider หลักของประเทศ หรือการเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยงาน หรือกองทุนที่จะพัฒนาสื่อที่จะขึ้นสู่สังคมไปสู่สังคมที่ดี ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ทิศทางกองทุนเป็น content provider หลักของประเทศ เป็นแหล่งของมูลลือที่ดี (library) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานในการขึ้นาลังคม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... กองทุนต้องมุงมั่นที่จะเปลี่ยนประเทศ ความมุงมั่นต้องมีมากกว่าทรัพยากรที่มีอยู่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

นอกจากนี้กองทุนยังมีเป้าหมายที่จะเป็นหน่วยงานที่สามารถที่จะหารายได้ได้ด้วยตนเอง เนื่องจากปัญหาที่รายได้หรือแหล่งที่มาของกองทุนมีเพียงแหล่งเดียว ฉะนั้นกองทุนจึงมีการมุงเป้าหมายเพื่อที่จะกระจายตัวและที่มาของรายได้ให้ได้มากขึ้น เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการงบประมาณและสามารถจัดสรรทุนให้แก่ผู้รับทุนได้มากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามภายใต้การบริหารจัดการงบประมาณและการหารายได้ได้อองนั้น จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในการดำเนินงานเป็นอย่างมากเพื่อให้ผู้รับทุนและบุคลากร ตลอดจนประชาชน เชื่อมั่นในการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้อย่างไรก็ตามประเด็นในเรื่องการหารายได้ควรเป็นเป้าหมายรองในการดำเนินงาน เนื่องจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีเป้าหมายหลักตามภารกิจตามกฎหมาย คือ การพัฒนาสื่อที่มีความปลอดภัยและมีความสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างให้สังคมเป็นสังคมที่มีสื่อที่ดี หรือนิเวศสื่อที่ดีนั่นเอง ฉะนั้นประเด็นเป้าหมาย หรือทิศทางในการดำเนินงานที่สำคัญ คือ การพัฒนาสื่ออนันเองดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... รายได้จาก content ที่ผลิตเอง การกระจายตัวจากแหล่งที่มาภายใน ๓ ปี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... ถ้ากฎหมายเปิดให้รายได้ ควรหารายได้เอง แต่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๕)

ทั้งนี้ ประเด็นเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินงานที่สำคัญอีกประการหนึ่งของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ การทำงานในเชิงรุกที่มากขึ้น มีการบูรณาการและทำงานร่วมกับเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อให้การพัฒนาสื่อ นอกจากมีความปลอดภัยและยังมีการสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถเข้าถึงประชาชนและกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถรับรู้สารที่อยู่ในสื่อได้

อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวได้ว่าเป็นการเน้นการทำงานที่ผลลัพธ์และเน้นการทำงานที่เป็นทีมให้มากขึ้นจากบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันอย่างเป็นทีม ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... กองทุนไม่ควรคำนึงเรื่องรายได้มาก เน้นเรื่องการทำสื่อให้ดีกว่า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๒)

“... สิ่งที่กองทุนต้องสร้างแนวร่วมที่สำคัญ ที่ทำงานในเชิงรุกร่วมกัน ถ้ากองทุนไปเดี่ยว ๆ จะไม่มีพลัง ทำยังไงให้องค์ความรู้ทำหน้าที่ของมัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๓)

“... กองทุนต้องพัฒนาองค์ความรู้ให้บุคลากร บุคลากรต้องรู้องค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่ใช่รู้แค่หน้างานของตนเอง เช่น การเงิน ไม่ใช่ความรู้ที่อยู่ในคณะกรรมการ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๗)

๖. ภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ใน ๕ ปีข้างหน้า และแนวทางในการขับเคลื่อนแต่ละภารกิจให้สำเร็จ

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า ภารกิจหลักที่จะต้องดำเนินการภายในยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคตข้างหน้า มี ๓ ภารกิจสำคัญ ได้แก่ ประการแรก คือ การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายในการดำเนินการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ หรือพัฒนาสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสำนักงาน กสทช. จำเป็นที่จะต้องมีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ตลอดจนการแบ่งปันข้อมูลของผู้รับทุนและโครงการ เพื่อให้เกิดการสนับสนุนทุนในการดำเนินโครงการด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมและครบถ้วน และเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้รับทุน หรือโครงการเดิมเข้ามาขอรับทุนซ้ำจากอีกแหล่งทุนหนึ่ง น่าจะทำให้การขับเคลื่อนด้านการให้ทุน หรือจัดสรรทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ทางกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เองจะต้องมีการสร้างความร่วมมือและเครือข่ายในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการสื่อสารข้อมูล

ข่าวสารและสื่อที่เป็นประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของกระทรวงนั้น ๆ และจะทำให้เกิดเครือข่ายในการดำเนินการร่วมกันในอนาคต และยังเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่สื่อที่ได้รับการจัดสรรทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายของแต่ละกระทรวงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกระทรวงศึกษาธิการจะทำให้สื่อประเภทสื่อเด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงเด็กและเยาวชนได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ทำ MOU กับ กสทช. ได้มีการ ๑. แร่ข้อมูลร่วมกันของ กทปส. และแร่ข้อมูลผู้รับทุนและโครงการ ไม่ให้ใครงัดตัวรับทุน ๒ ที่ เพื่อให้ขับเคลื่อนไปด้วยกันป้องกันการซ้ำซ้อน ให้การขับเคลื่อน มีพลังมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๓)

“... การแกรนท์ให้เยาวชนได้ทำสื่อ (อันนี้เกือบสำเร็จแล้ว) ต้องคิดเล็ก ๆ อยากรู้ไปดูหมายเหตุของการเกิดกองทุนนี้ ที่สำหรับเด็ก ก็ไม่มี กองทุนต้องเน้นเรื่องนี้เยอะ ๆ ดังนั้น จึงต้องเปิดช่องผ่านสถาบันการศึกษา/มูลนิธิ หลักหมื่นหลักแสนพอให้เด็ก ๆ ให้เด็กปล่อยของ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๑)

สำหรับในประการที่สอง คือ การสร้างสรรค์สื่อที่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมได้ หรือสามารถชี้นำสังคมให้ไปสู่ในทิศทางที่เหมาะสม เป็นการพิจารณาสร้างสรรค์สื่อที่ไม่ใช่เชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว จะต้องมีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดสื่อที่มีคุณภาพ ฉะนั้น ในการบริหารจัดการของกองทุนจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งในการบริหารจัดการภายใน การคัดสรรผู้รับทุน การประเมินและตรวจรับโครงการที่ได้รับทุน ตลอดจนการเผยแพร่สื่อที่ได้รับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สู่สังคมในวงกว้าง เพื่อให้สื่อเหล่านั้นสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกและเป็นการชี้นำสังคมได้ในอนาคต ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ไม่สนใจเงินน้อยเงินมาก แต่ต้องบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... เพียงสื่อเดียวที่เปลี่ยนแปลงสังคมได้ ถือว่าสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๔)

สำหรับประเด็นสุดท้ายที่จะต้องมีการขับเคลื่อนในอนาคต คือ การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารบทบาทของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้สังคมรับรู้ได้ในวงกว้างว่ามีภารกิจและหน้าที่ในการดำเนินการ โดยในการดำเนินการเบื้องต้นจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในกองทุนให้มีประสิทธิภาพและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความสามารถ พร้อมทั้งมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๗. ความเสี่ยงในการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ควรคำนึงถึง เพื่อให้บรรลุทิศทางที่ท่านคาดหวังไว้

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า ความเสี่ยงในการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่สำคัญที่จะต้องคำนึงถึง คือ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นหน่วยงานขนาดเล็กที่เพิ่งจัดตั้งขึ้นมาได้ในระยะเวลาไม่นาน ทำให้การดำเนินงานอาจจะมีผลกระทบระมัดระวังในการดำเนินงานสูง อีกทั้งการดำเนินงานยังค่อนข้างยึดติดกับระบบกลไกราชการ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับงบประมาณจำนวนมาก ทำให้การจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการจัดสรรทุนจะต้องมีความระมัดระวัง แต่ทั้งนี้ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่มีการจัดสรรทุนได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรม ตลอดจนมีความโปร่งใส ทำให้ถือว่าเป็นความเสี่ยงและเป็นความท้าทายในการดำเนินงานไปพร้อม ๆ กัน ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... หน่วยงานเล็ก แต่มีเป้าหมายใหญ่ บรรลุจุดที่ต้องไว้ได้ มีโอกาส แต่ไม่ง่าย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๓)

“... กลไกของกองทุนยังเป็นระบบราชการ ทำให้ภาพลักษณ์ยังดูให้ทุนกับหน่วยงานขนาดใหญ่ และมุมมองของการให้ทุนที่ยังเป็นระบบราชการ และยังเป็นปัญหาทำให้เกิด content ยังไม่เกิดขึ้น/เกิดได้ยาก ต้องมีการสร้างสมดุลให้ได้ แต่ผู้จัดการยังมองว่าการเป็นระบบราชการยังไม่ถือว่าเป็นปัญหาอุปสรรค” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

อย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นว่า กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังเป็นหน่วยงานที่ยึดติดกับระบบราชการ เนื่องจากการบริหารจัดการที่ยังไม่ยืดหยุ่นและไม่คล่องตัว เนื่องจากต้องอิงตามระเบียบพัสดุจากกรมบัญชีกลางของกระทรวงการคลัง เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินการในการจัดสรรทุนให้ได้มากที่สุด แม้ว่าจะขัดกับการจัดสรรทุนแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ หรือมุ่งเน้นโพสใน Productivity นอกจากนี้ ในการผลิตสื่อต่าง ๆ การใช้ระเบียบของกระทรวงการคลัง อาจจะยังไม่มีที่เหมาะสมมากและจะเป็นความเสี่ยงในการบริหารจัดการทุนของผู้ที่ได้รับทุนในอนาคตอีกด้วย ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... การบริการจัดการยังไม่ยืดหยุ่นและคล่องตัว ต้องอิงตามระเบียบพัสดุ/กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง ทำให้ยังติดเป็นปัญหาในการผลิตสื่อ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

“... ระบบกฎหมายยังมีหลายประเด็น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๖)

และอีกประเด็นสำคัญที่ถือว่าเป็นความเสี่ยงในการดำเนินการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คือ การคัดสรร ตรวจจับ การติดตามและประเมินผลของโครงการ โดยใช้คณะกรรมการต่าง ๆ ซึ่งในการคัดสรรหรือแต่งตั้งคณะกรรมการอนุกรรมการเหล่านี้ ถือว่าเป็นความเสี่ยงในการบริหารจัดการ เนื่องจากจะต้องมีการคัดสรรผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญความสามารถและประสบการณ์ในการจัดทำสื่อในประเด็นนั้น ๆ โดยตรง ทั้งนี้ เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ทรงบางท่านยังยึดติดกับการผลิตสื่อในรูปแบบเดิม ๆ ฉะนั้นประเด็นการคัดสรรหรือคัดเลือกแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเข้าสู่อำนาจเป็นคณะกรรมการในการคัดเลือกและประเมินผลโครงการ จึงถือว่าเป็นความเสี่ยงในการบริหารจัดการกองทุนนั่นเอง ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ระวังเรื่องการให้ทุน ถ้าเราให้ตามตรง เราแค่ลงทุน รู้เท่าทัน แต่ไม่ต้องทำเอง แต่ถ้าเราตั้งคนพิจารณาเชื้อสิ่งที่ดีเชื่อมากกว่าความถูกต้อง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๐)

“... การพิจารณาทุนจะพิจารณาทุนโดยแบ่งเป็นเกรด A (๕ คนให้ผ่านหมด) B C / ผ่านกรรมการกลั่นกรอง/ผ่านกรรมการชุดใหญ่” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๑)

“... ผู้ทรงต้องไม่ใช่ความรู้สึก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๓)

นอกจากนี้ ในประเด็นด้านความเสี่ยงยังพบอีกว่า การดำเนินการที่ผ่านมาของกองทุนยังพบจุดเสี่ยง คือ ผู้รับทุนโดยส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจกระบวนการทำงานกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งการจัดสรรทุนจัดสรรงบประมาณและการตรวจรับโครงการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ส่งผลให้ผู้รับทุนบางส่วนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกองทุน ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... บางครั้งการบริหารจัดการโครงการของเราจะต้องอิงตามระเบียบและมีความโปร่งใส ทำให้มีความล่าช้า และการดำเนินการก็เป็นในรูปแบบของคณะกรรมการทำให้มีความล่าช้าผู้รับทุนบางคนไม่เข้าใจก็ไม่พอใจและอาจจะนำไปสู่การร้องเรียนได้ในอนาคต” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

๘. ปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคต

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยที่จะเป็นปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จในการขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคต คือ ทิศทางในการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น ประกอบด้วย สำนักงานซึ่งจำแนกออกเป็น ๒ ประเภทหลัก คือ Back Office และ Front Office ซึ่งโดยหลักแล้ว ทั้งสองส่วนจะต้องมีการประสานงานและสื่อสารการดำเนินการร่วมกันภายในสำนักงาน นอกจากนี้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์งาน ประกอบด้วย คณะอนุกรรมการฯ ในการดำเนินการจำนวนหลายคณะ ทำให้จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารทิศทางการดำเนินการของกองทุนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งจำเป็นต้องมีการประสานงานร่วมกับคณะอนุกรรมการอื่น ๆ อีกทั้งตัวสำนักงานให้สามารถดำเนินการร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ในอดีต การสื่อสาร-การบริหารจัดการความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งคณะกรรมการอนุกรรมการ และสำนักงาน ๓ ฝ่ายหลัก ต้องมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งข้อมูลเชิงประจักษ์ และกฎหมาย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๗)

“... ในอนาคต ถ้ายังสร้างความสมดุลได้ ก็จะทำให้การดำเนินการราบรื่น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑๘)

ปัจจัยต่อมา คือ ประเด็นด้านการบริหารจัดการภายใน โดยเฉพาะเรื่องของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ องค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กร ทั้งการบริหารจัดการงานให้เหมาะสม การคัดเลือกและสรรหา การพัฒนา และการประเมินผล ตลอดจนการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้มีความชัดเจน เพื่อให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจในการทำงาน นอกจากนี้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จำเป็นต้องพัฒนาให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นในการดำเนินการเพื่อพัฒนาสื่อที่มีความปลอดภัยและสร้างสรรค์ในวงกว้างได้ ตลอดจนการมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม หรือการทำงานร่วมกัน ทั้งในส่วนของ Back Office และ Front Office เพื่อให้เกิดการดำเนินการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กรซึ่งจะทำให้ระบบการบริหารจัดการภายในขององค์กรสามารถตอบสนองต่อการดำเนินการด้านอื่นๆของกองทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... คน วิถีคิด การทำงาน วัฒนธรรมองค์กร” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๑)

“... การมองภารกิจเชิงรุก เน้นที่การสร้างภาคี เช่น การรुकไปหาคนในท้องถิ่น แล้วจัดงบประมาณให้คนที่ทำอยู่แล้วในท้องถิ่น เอาไปให้เค้าทำ ไม่ใช่การให้ทุนแบบเปิดปกติ และตัวกองทุนเองก็ต้องรุกไปข้างหน้า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๘)

๙. โครงการที่สำคัญหรือเป็นโครงการลักษณะ Flagship ที่จะขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในอนาคต

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการฯ คณะอนุกรรมการฯ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการฝ่ายต่าง ๆ พบว่า มีโครงการสำคัญหลายโครงการที่จะต้องมีการขับเคลื่อนการดำเนินการภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนในอนาคต เช่น โครงการที่จะพัฒนาทักษะผู้ผลิตสื่อซึ่งเป็นโครงการต่อยอดจากจุดเดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามจะเป็นการมุ่งเน้นให้เกิดผู้ผลิตหน้าใหม่ที่เป็น

ผู้ผลิตขนาดเล็ก แต่ในขณะเดียวกันก็จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับผู้ผลิตรายใหญ่ เนื่องจากสามารถสร้างผลงานที่มีผลกระทบต่อสังคมได้สูง ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ทักษะผู้ผลิตสื่อ ยุทธศาสตร์หลักเดิม แต่เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น กลุ่มแรก คือ ผู้ผลิตหน้าใหม่- Startup กลุ่มต่อมาคือ ผู้ผลิตระดับกลาง (เคยอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่ แต่ออกทำเอง-Startup) กลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มมืออาชีพ ดึงศักยภาพให้มาทำ content ในเชิงสร้างสรรค์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๔)

นอกจากนี้ อาจจะมีมุ่งเน้นโครงการที่ก่อให้เกิดการเสริมสร้างรายได้ของสื่อที่มีจำนวนมากของกองทุนให้สามารถที่จะสร้างรายได้และสามารถที่จะเผยแพร่สู่สังคมในวงกว้างได้ และควรให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องลิขสิทธิ์ของผลงาน ควรที่จะเป็นลิขสิทธิ์ร่วมของกองทุนและผู้ได้รับทุนซึ่งถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าร่วมกันของทั้งสองฝ่ายในบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... ผลงานสามารถหารายได้กับผู้รับทุนด้วย เนื่องจากลิขสิทธิ์เป็นลิขสิทธิ์ร่วมของกองทุนกับผู้รับทุน โดยปกติแหล่งทุนอื่น จะเป็นลิขสิทธิ์ของแหล่งทุน และสัญญาผ่านศาลฎีกา - จุดแข็งหนึ่งที่ได้สร้างมูลค่าและคุณค่าร่วมกัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๗)

และที่สำคัญโครงการที่ควรที่จะมุ่งเน้นอีกโครงการ คือ โครงการที่สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน ทั้งนี้ โครงการก็ได้มีการจัดสรรทุนในลักษณะของโครงการที่เป็นยุทธศาสตร์ แต่อย่างไรก็ตามการให้โครงการเชิงยุทธศาสตร์ก็เป็นอีกกลไกสำคัญที่จะทำให้กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถที่จะพัฒนาสื่อที่สามารถตอบรับกับสังคมได้และแก้ไขปัญหาสังคมได้เป็นอย่างดี

“... Hate speech กองทุนต้องทำ ถ้าให้ผมทำ ผมจะทำโครงการปีหน้าไม่มี Hate speech เน้นให้คนรับฟังคนอื่นมากขึ้น ดูเทรนด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ ๙)

๗.๒ การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความเห็นและข้อเสนอแนะของบุคลากรของกองทุนต่อการปฏิบัติงานอย่างน้อย ๔ ครั้ง ครอบคลุมร้อยละ ๘๐ ของบุคลากรทั้งสำนักงานเป็นอย่างน้อย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างน้อย ๑ ครั้ง เพื่อจัดทำร่างนโยบายแผนและยุทธศาสตร์ (๕.๖)

คณะที่ปรึกษาจะดำเนินการจัดสนทนากลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่ม แบ่งเป็น ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ทั้ง ๙ ฝ่าย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐ ของบุคลากรทั้งหมด และกลุ่มผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยแบ่งตามประเภทโครงการที่ยื่นขอ ประกอบด้วย ๑) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว) ๒) ด้านพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (เพื่อประชาชนและกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ) ๓) ด้านการวิจัยและขับเคลื่อนสังคม และ ๔) ด้านส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ จำนวนด้านละ ๑๐ โครงการ รวมทั้งหมด ๔๐ โครงการ โดยผู้เข้าร่วมโครงการละ ๑-๒ คน จำนวนรวมทั้งสิ้น ๕๐ คน เพื่อระดมความคิดเห็น สอบถามถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่กระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยได้มีการใช้กรอบการวิเคราะห์ SWOT ในการวิเคราะห์ผลการสนทนากลุ่ม ได้แก่ ๗S ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

๑. Strategy : กลยุทธ์

จากผลการสนทนากลุ่ม บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า ในประเด็นของกลยุทธ์ (Strategy) ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีความชัดเจนตามบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนตามพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทำให้กองทุนมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในการสนับสนุนทุนเพื่อสร้างสรรค์สื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งผลให้เป็นที่รับรู้ของประชาชนทั่วไปถึงภารกิจและบทบาทที่สำคัญของกองทุนอีกด้วยดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ภาพลักษณ์ของกองทุนเนี่ยก็จะออกมาดีและชัดเจนพอสมควรนะคะ” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑)

“... จริง ๆ คิดว่า กลยุทธ์ของกองทุน ถือว่าค่อนข้างโอเค มีการมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ออกสู่สังคม” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๘)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดของทิศทางและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกองทุน คือการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งทั้งบุคลากรและผู้รับทุนบางส่วนยังมีความเห็นเกี่ยวกับการนิยามที่ชัดเจนของคำว่า ‘ปลอดภัยและสร้างสรรค์’ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์สื่อที่ตรงกลับเป้าหมายและทิศทางของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกองทุนตามพระราชบัญญัติที่มีลักษณะเป็นสำนักงานที่เป็นเลขานุการมากกว่าหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดของสังคมและความไม่ชัดเจนที่จะถ่ายทอดภายในองค์กรและสู่สาธารณะได้ และยังพบอีกว่ากลยุทธ์ของกองทุนยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการผลักดันเรื่องการส่งเสริมและการสร้างสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนเท่าที่ควร ในบางครั้งอาจจะต้องมีรูปแบบที่จูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามารับสื่อที่ทางกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผลิตขึ้น ซึ่งในปัจจุบันอาจจะยังไม่เพียงพอและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มากนัก ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... อ่าน พ.ร.บ. หรืออะไรที่มั่งจัดตั้งกองทุนขึ้นมา มันก็เลยทำให้ผมเห็นว่า โดย พ.ร.บ. หรือโดยการจัดตั้งมันบีบให้บทบาทหน้าที่ของกองทุนเป็นอะไรได้ไม่มากไปกว่ากองเลขานุการกองหนึ่ง และบทบาทของผู้บริหารกองทุน ถ้าตาม พ.ร.บ. แทบจะเป็นเลขานุการด้วยซ้ำ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๗)

“... บางอย่างมันปลอดภัย แต่มันไม่สร้างสรรค์” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๐)

“... คนรับทุนกับกองทุนเรา ยังไม่รู้เลยว่ามองคำว่าปลอดภัยและสร้างสรรค์เหมือนกันไหม” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๗)

“... ภารกิจของเราที่สำคัญก็คือ การสร้างสื่อให้เด็กแต่จะพบว่าแผนยุทธศาสตร์ที่ผ่านมา ยังไม่ผลักดันเรื่องเด็กและเยาวชนเท่าที่ควร” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๙)

แต่อย่างไรก็ตามในประเด็นด้านกลยุทธ์ยังพบว่ามี จุดอ่อนในหลายประเด็น ทั้งที่ผ่านมาพบว่า แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ไม่ได้ถูกนำมาถ่ายทอดสู่ส่วนงานต่าง ๆ อย่างชัดเจนอีกทั้งไม่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างชัดเจนมากนัก

“... เราติดตามเรื่องนำไปสู่การปฏิบัติ มันมีความไม่ชัดเจน และยังไม่เป็นรูปธรรม” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔)

ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่าในประเด็นนิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความชัดเจนตามพระราชบัญญัติกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ แต่อย่างไรก็ตามการถ่ายทอดประเด็นตามพระราชบัญญัตินั้นก็ยังเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการรับรู้ในประเด็นเดียวกันทั้งภายในองค์กรและในกลุ่มของผู้รับทุน ซึ่งจะทำให้เกิดการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน

๒. Structure : โครงสร้าง

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า โครงสร้างของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถือเป็นองค์กรมหาชนตามกฎหมาย ซึ่งมีคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแลกองทุนให้ดำเนินการตามภารกิจตามวัตถุประสงค์ในมาตรา ๕ ที่ได้กำหนดไว้ เช่น การรณรงค์และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ตลอดจนการสร้างภาคีเครือข่าย หรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เกิดการมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ กล่าวได้ว่ากองทุนฯ มีโครงสร้างที่ชัดเจน ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... กองทุนเราเป็นกองทุนที่มีการจัดตั้งตามกฎหมายชัดเจนเลยว่าเราเป็นองค์กรมหาชน ก็ดำเนินการตามมาตรา ๕” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑)

“... หลักเลยโครงสร้างองค์กรก็จะมีตัวกองทุนที่เป็นสำนักงานและตัวคณะกรรมการที่เป็นคนขับเคลื่อนภารกิจ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๙)

และเมื่อพิจารณาไปภายใต้โครงสร้างของสำนักงานจะพบว่า มีการแบ่งแยกฝ่ายอย่างชัดเจน ทั้งในส่วน Back Office และ Front Office ซึ่ง Back Office ก็จะแบ่งตามภารกิจทางยุทธศาสตร์ อำนาจการเป็นต้น ในขณะที่ส่วน Front Office ก็จะจำแนกตามภารกิจของการผลิตสื่อต่าง ๆ ทั้ง ฝ่ายเด็กและเยาวชน ฝ่ายประชาชน ฝ่ายรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวัง และฝ่ายวิจัยและพัฒนา ซึ่งจำแนกตามภารกิจขององค์กร ทำให้โครงสร้างมีการจำแนกตามภารกิจที่ชัดเจน ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ไม่ว่าจะ Back หรือ Font เรามีการแบ่งอย่างชัดเจนว่าใครทำหน้าที่อะไรทำให้โครงสร้างขององค์กรมีความชัดเจน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๒)

“... ไม่โครงสร้าง มันแยกฝ่ายกันชัดเจน แล้วมี ผอ. แยก แล้วแต่ละฝ่ายเค้าก็จะแบ่งเป็นแบบฝ่ายประชาชน ฝ่ายเด็ก ฝ่ายวิจัย ฝ่ายเฝ้าระวัง ทีนี้ focus ในเวลาที่เขาจะทำงานมันก็จะไม่เหมือนกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๕)

อย่างไรก็ตามโครงสร้างของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังคงมีการยึดติดกับระบบราชการสูง ทำให้การดำเนินการค่อนข้างมีความล่าช้าและยึดติดกับกฎระเบียบ ส่งผลทำให้มีการดำเนินการล่าช้า อีกทั้งไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับทุนได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากติดปัญหาหรือข้อจำกัดด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... โครงสร้างของกองทุนบางทีก็จะเป็นระบบราชการมาก เรายังติดปัญหาในส่วนของกฎระเบียบทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๐)

“... ภาพแรกเข้าใจว่ากองทุนจะมีความคล่องตัวมากกว่านี้ แต่พอได้มาร่วมงานจะเข้าใจว่ามีความเป็นระบบราชการสูงและ เน้นการเบิกจ่ายตามระเบียบกระทรวงการคลัง ซึ่งทำให้บางครั้ง

มีความล่าช้า ในการบริหารเงิน หรืองบประมาณในโครงการก็มีความละเอียดมากจนเกินไป เข้าใจว่าเพื่อความโปร่งใส แต่บางครั้งต้องเน้นถึงความคล่องตัวด้วย” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๗)

จากโครงสร้างตามกฎหมายจะพบว่า กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ประกอบด้วย คณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะผู้บริหาร ซึ่งประกอบด้วยคณะทำงานที่มีหลากหลายชุด ทำให้การดำเนินการมีความล่าช้า เนื่องจากจะต้องมีการประชุมเพื่อขอความคิดเห็นจากคณะกรรมการ เพื่อให้เกิดความคิดเห็นและแนวปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งถือว่าเป็นโครงสร้างที่มีความซับซ้อนและมีหลากหลายชั้นในการดำเนินการย่อมส่งผลต่อการดำเนินงานที่ไม่คล่องตัวและล่าช้า ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... กองทุนค่อนข้างมีความอ้วน ๆ เนื่องจากมีคณะกรรมการหลายชุดไหนจะ คณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ จำแนกตามประเภทต่าง ๆ ยังมีคณะผู้บริหารซึ่งจะต้องมีแนวทางร่วมกันเพื่อให้เกิดความเห็นในทิศทางเดียวกันย่อมทำให้การดำเนินการล่าช้า” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๓)

ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่าโครงสร้างของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถือว่าเป็นองค์กรมหาชนตามพระราชบัญญัติ ซึ่งยังจะต้องมีการยึดระเบียบตามระบบราชการในบางส่วน อีกทั้งการจัดสรรทุนจะต้องมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน ส่งผลให้ในบางครั้งเกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะกระทบต่อความพึงพอใจของผู้รับทุนได้

๓. Systems : ระบบ

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า ระบบการบริหารงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น ยังค่อนข้างที่จะถูกกละเลยและยังไม่เสถียรเท่าที่ควร เนื่องจากเป็นองค์กรที่เพิ่งมีการจัดตั้งขึ้นมาได้ในระยะเวลาไม่นาน ทำให้ระบบการสนับสนุนการทำงานต่าง ๆ ยังไม่มีความสอดคล้องเชื่อมโยง การดำเนินการให้เป็นหนึ่งเดียวทั้งองค์กร กล่าวได้ว่าระบบที่มีการนำมาใช้ยังมีข้อติดขัดจำนวนมาก อีกทั้งยังไม่มี การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพและความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ผิดกับการมีระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ในการควบคุมการทำงานให้มีความโปร่งใส ทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้า

ออกไป ทั้งระเบียบการเงิน ระเบียบการขยายเวลา หรือระเบียบการบริหารโครงการ ซึ่งทำให้ปริมาณงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานโครงการมีปริมาณมาก เนื่องจากระบบยังไม่สามารถสนับสนุนการทำงานได้อย่างเต็มที่ ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ก็ต้องยอมรับว่ากองทุนเพิ่งจัดตั้งขึ้นมาไม่นานระบบการบริหารงานต่าง ๆ ยังไม่เอื้อในการทำงานเท่าไร” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔)

“... ว่ามันก็เป็นหน่วยงานราชการ คือ มันมีความ flow กว่าความเป็นราชการก็แล้วกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๘)

“... งานบริหารองค์การถูกละเลย ถูกละเลยพอสมควร คำว่าถูกละเลยผมตอบได้ไง คือผมเห็นองค์กรนี้ตั้งมาสักระยะแล้ว ระบบ Infrastructure ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานผมเปรียบเทียบนะ ถ้าบ้านเมืองมันต้องมีน้ำ ไฟ ถนนเข้าถึง คำถามคือ เรามีระเบียบที่สอดคล้องและสนับสนุนการทำงานหรือไม่” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๐)

“... ระเบียบการเงิน ระเบียบขยายเวลา ระเบียบทุกอย่างมันมาพุ่งที่เจ้าหน้าที่บริหารโครงการ ซึ่งปัญหานั้นมันจะมากขึ้น ถ้าฝ่ายนั้นรับโครงการมาเยอะ มีการให้ทุนในแต่ละปีเข้ามาเยอะ พุดง่าย ๆ ปัญหาระบบงาน ปริมาณงานของเจ้าหน้าที่บริหารโครงการเยอะ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔๑)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะพบว่าระบบการทำงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังขาดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล นอกจากนี้ ยังขาดระบบต่าง ๆ ทางระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานที่จะเข้ามาช่วยในการบริหารทรัพยากรบุคคล ระบบการจัดการสวัสดิการอย่างพอเพียง อีกทั้งเรื่องระบบการธำรงรักษาบุคลากรเพื่อบริหารจัดการสวัสดิการและดึงดูดคนที่มีศักยภาพ กล่าวได้ว่า ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ยังคงไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“... เรื่องระบบการบริหารบุคคลของเราแทบจะไม่มีความเป็นระบบเลย ทั้งการถ่ายทอดตัวชี้วัดและการติดตามประเมินผล” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒)

“... ก็มีความพยายามที่จะพัฒนาบุคลากร แต่เนื่องจากพลังงานที่มีจำนวนมากทำให้บุคลากรยังไม่สามารถที่จะเข้าสู่การพัฒนาได้อย่างครอบคลุมมากนัก” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๑)

“... ประเด็นด้านการพัฒนายังไม่เป็นที่น่าสนใจและไม่สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๗)

อย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นว่า กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พยายามที่จะมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการในการสนับสนุนการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพยายามที่จะมีการเชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดข้อมูลฐานเดียว เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน และสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันยังพบว่าข้อมูลยังมีความคล่องตัว และการเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานในแต่ละฝ่ายยังสามารถที่จะดำเนินการได้ยากและไม่เป็นขั้นตอน อีกทั้งใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานค่อนข้างมาก ซึ่งในช่วงต้นอาจจะไม่จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งหมดขององค์กร แต่จำเป็นที่จะต้องมีการช่วยในการเชื่อมโยงข้อมูลที่จำเป็น เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กรและการบริหารจัดการโครงการมีความรวดเร็วและประสิทธิภาพมากขึ้น ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ทุกวันนี้ที่เราใช้ก็มีหลายระบบ ที่ใช้ในการปฏิบัติงานหลังบ้าน ซึ่งจริง ๆ แล้วความจริงมันควรจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลเป็นฐานข้อมูลเดียวกันเวลาทำงานจะได้ไม่มีความซ้ำซ้อน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๑)

“... ที่นี้พยายามเอาระบบมาช่วย Support การบริหารงาน น่าจะพี่ ๆ หลายคนแจ้งไปก็จริง” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๐)

“... การเข้าเขตของดาต้าเบส ของฝ่ายอื่น ๆ อันนี้ผมยังไม่คล่อง เช่น ผมต้องการจะหาข้อมูลของฝ่ายเด็ก ผมไม่สามารถเข้าไปถึงดาต้าเบสของเค้าได้โดยตรงทันที ต้องไปขอผ่านทางเจ้าหน้าที่ของเขาอีกทีอยู่ดี” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๙)

“... อาจจะไม่ใช้ฐานข้อมูลทั้งหมดของเขา แต่เป็นฐานข้อมูลแบบกลาง ๆ ที่สามารถดูภาพรวมของโครงการที่ผ่านมาของเขาได้” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๒)

ซึ่งอีกหนึ่งระบบที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และยังพบว่ามีการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบมากนัก คือ ระบบการบริหารจัดการผู้รับทุนผู้รับทุน รวมถึงการกำกับ ติดตามและการประเมินผลผู้รับทุนยังไม่มีประสิทธิภาพ ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ผู้รับทุนเรามีเยอะแต่ระบบในการบริหารจัดการโครงการก็ยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้การติดตาม หรือว่าการประเมินผลผู้รับทุนมีความล่าช้าและไม่มีการเชื่อมโยงกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๒)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงระบบการประสานงานภายในองค์กร และการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า ยังมีจุดอ่อนในการสื่อสารเนื่องจากปริมาณงานที่มีจำนวนมาก ทำให้บุคลากรภายในกองทุนยังไม่มีประสิทธิภาพและบูรณาการการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก อีกทั้งยังไม่สามารถรับรู้ข่าวสารการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายได้อย่างครบถ้วน ในขณะที่เดียวกันการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกองทุนก็ยังประสบปัญหาของการประสานงานที่มีความล่าช้า และต้องการการดำเนินงานจากผู้รับทุนที่รวดเร็ว ส่งผลต่อความรู้สึกและความพึงพอใจของผู้รับทุนที่มีต่อกองทุนในการดำเนินการด้านการบริหารจัดการโครงการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... การสื่อสารในรูปแบบของการเซ็นเอกสาร ผมว่าจริง ๆ ผมอยากจะเพิ่ม จุดอ่อนจุดนี้ ผมอยากจะให้ทุกอย่างใช้กับอิเล็กทรอนิกส์ได้ เพราะว่ามันเป็นระบบที่ต้องเซ็นแฟ้มกันอยู่” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๒)

“... ผู้รับทุนเด็ก กับเด็ก จะสื่อสารกันยังไง แต่เราอาจจะมารู้กันอีกที เมื่อมี Event ที่จะทำร่วมกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๐)

“... บางครั้งการประสานงานจากกองทุนก็มีความล่าช้า แต่ต้องการงานที่รวดเร็ว” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๙)

“... เวลานั้นประชุมแต่ละครั้งกองทุนชอบนัดบู้บ๊อบ ซึ่งจะต้องมีการจัดสรรเวลาของทางผู้รับทุนเอง” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๐)

ฉะนั้น กล่าวได้ว่าระบบการบริหารงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังเป็นส่วนที่มีจุดอ่อนในการดำเนินงานค่อนข้างมาก ทั้งยังไม่มีระบบการสนับสนุนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ อีกทั้งการประสานงานภายในองค์กรยังประสบปัญหาในการบูรณาการร่วมกันทั้งภายในกองทุนของบุคลากรและกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย

๔. Staff : บุคลากร

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า อัตรากำลังของกองทุนสื่อพัฒนาปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังไม่เพียงพอต่อปริมาณงานที่มีจำนวนมาก โดยเจ้าหน้าที่บริหารโครงการ ๑ คนจะต้องดูแลโครงการที่ได้รับทุนจำนวนมาก ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินการโครงการนั้นได้ จะเป็นเพียงการดูแลแค่ระบบของการจัดการเอกสาร การติดตามงาน รายการตรวจรับโครงการเพียงเท่านั้น ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... น่าเสียดายที่เราไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการนั้น ๆ แค่ทำหน้าที่บริหารโครงการก็ไม่สามารถบริหารจัดการได้แล้ว” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๓)

“... เจ้าหน้าที่บริหารโครงการ มีความรับผิดชอบต่อใครบ้าง หนึ่งในเจ้าหน้าที่โครงการมีความรับผิดชอบต่อผู้รับทุน ผู้รับทุนก็คือผู้ที่ให้ทุนในแต่ละปี เรายังไม่พูดถึงการได้รับทุนของผู้รับทุนแต่ละคนเข้ามาได้อย่างไร” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔๐)

และจากอัตรากำลังที่มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณงานที่กองทุนจะต้องมีการจัดสรรทุนให้กับผู้ได้รับทุนนั้น เมื่อพิจารณาไปในรายละเอียดในแต่ละฝ่ายจะพบว่า การดำเนินการของเจ้าหน้าที่บริหารจัดการโครงการจัดจำแนกตามฝ่ายอย่างชัดเจน ฉะนั้นเจ้าหน้าที่บริหารโครงการในแต่ละฝ่ายจะมีโครงการในการติดตามดูแลไม่เท่ากัน อีกทั้งภารกิจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่บริหารโครงการไม่เพียงแต่การติดต่อประสานงานและติดตามโครงการจากผู้ได้รับทุนเท่านั้น ยังต้องมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิและรวบรวมความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการจากผู้ทรงคุณวุฒิให้แก่ผู้ได้รับทุนซึ่งมีปริมาณงานค่อนข้างมาก ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... โหลดของตัวงาน เจ้าหน้าที่แต่ละคนเอง มันก็ควรมีลิมิต ซึ่งทุกวันนี้ลิมิตที่ว่า คือการแบ่งงานตามฝ่าย ซึ่งแต่ละฝ่ายดูโครงไม่เท่ากัน เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ก็จะดูโครงไม่เท่ากัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๕)

“... เราไม่ได้เพียงบริหารจัดการโครงการเท่านั้น เรายังจะต้องดูแลคณะกรรมการ รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทั้ง Comment ซึ่งอาจจะเป็นทิศทางเดียวกัน หรือไม่ใช้ทิศทางเดียวกันไปให้กับผู้รับทุนอีกด้วย” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๘)

“... เจ้าหน้าที่มีหน้าที่บริการผู้รับทุนทุกอย่าง สอง เจ้าหน้าที่รับทุนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อคณะกรรมการติดตามโครงการ ก็คือ ผู้ทรงคุณวุฒิมีหลายชุดไม่ใช่ชุดเดียว แต่ละชุดก็จะมีสไตล์การทำงานที่แตกต่างกัน มีบริหารโครงการ มีผู้รับทุนแล้วใช้ไหม มีกรรมการแล้ว” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๒๕)

จากข้างต้นกล่าวได้ว่า บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังมีอัตรากำลังที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณงาน ทั้งในส่วนของการบริหารโครงการและการเป็นสำนักงานเลขานุการในการดำเนินการสนับสนุนคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในแต่ละชุด

๕. Skills : ทักษะ

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า โดยส่วนใหญ่บุคลากรของกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีทักษะและศักยภาพ ตลอดจนประสบการณ์ในด้านการผลิตสื่อ เนื่องจากบุคลากรโดยส่วนใหญ่เคยทำงานภาคเอกชนหรือภาคสื่อมวลชนมาก่อน ซึ่งทำให้มีประสบการณ์ในการดำเนินการด้านสื่อ อีกทั้งบุคลากรยังมีความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันทำให้สภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีความเอื้อเพื่อและคอยช่วยเหลือในการทำงานซึ่งกันและกัน ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... แต่เดิมผมทำหน้าที่อยู่ฝ่ายการตลาดของเอ็ม พิคเจอร์ส ผมก็เลยมาทางนี้ สายทางผลิตสื่อเหมือนกัน เอ็ม พิคเจอร์ส ก็คือผลิตสื่อเป็นภาพยนตร์ อันนี้ก็เป็นผู้ให้การให้ทุน ถือว่าใกล้เคียงกัน ก็เลยลองมาทำงานที่พอไปได้และได้ challenge อะไรใหม่ ๆ ก็ได้ challenge พอสมควร เพราะว่า เป็นงานที่เราไม่เคยเจอมาก่อนจากที่ทำงานที่เดิม” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๙)

“... เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมทีมที่ช่วยกัน ช่วยส่งเสริมกันให้กำลังใจกันช่วยเหลือ support กันค่ะ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔๑)

ยังกล่าวได้อีกว่า บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากต้องทำหน้าที่ประสานงานโครงการจำนวนมาก ทำให้ทักษะการสื่อสารและการเจรจาต่อรองเป็นทักษะที่สำคัญทักษะหนึ่ง รองลงมาจากทักษะเกี่ยวกับด้านสื่อ ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ หรือการเจรจาต่อรอง เพราะว่าเราเจอคนเยอะนะ แล้วก็ไปปรับทุกปี ก็จะมีพวกรุ่นใหม่เข้ามาเรื่อย ๆ ก็จะเจอคนหลายประเภท ซึ่งปัญหาของบริหารโครงการอีกอย่างหนึ่งก็คือ สื่อสารกับผู้รับทุนที่เขาอาจจะแบบว่าเข้าใจไม่ตรงกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๗)

นอกจากนี้ การบริหารงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังประกอบด้วย คณะอนุกรรมการ ซึ่งมาจากหลากหลายสาขาวิชาชีพทำให้การจัดสรรทุนและการบริหารจัดการโครงการ

ตลอดจนการประเมินผลโครงการที่ได้รับทุนมีประสิทธิภาพ เนื่องจากได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันซึ่งกันและกัน ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... คณะอนุกรรมการเรามีความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย ทำให้ความคิดเห็นมีความหลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๙)

“... ต้องยอมรับว่าบางครั้งความคิดเห็นของคณะกรรมการก็ทำให้โครงการของเรามีมุมมองที่กว้างขึ้น” (ผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงกระบวนการในการพัฒนาบุคลากร พบว่า เนื่องจากปริมาณงานที่มีจำนวนมากทำให้บุคลากรยังไม่สามารถเข้าถึงการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากนัก ฉะนั้น กล่าวได้ว่าทักษะของบุคลากรกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีความสอดคล้องกับภารกิจในการดำเนินการของกองทุนเป็นอย่างมาก

๖. Style : รูปแบบของผู้บริหาร

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า รูปแบบของผู้บริหารสามารถจำแนกออกเป็น ๓ ส่วนหลัก ๆ ดังต่อไปนี้ ส่วนของผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะพบว่าการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร หรือผู้จัดการค่อนข้างมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกองทุนพอสมควร เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดเล็กและยังไม่มีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากนัก ทำให้รูปแบบ หรือนโยบายของผู้จัดการมีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนโดยตรง ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... การเปลี่ยนแปลงผู้จัดการมีผลทันที” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๒)

“... จะเห็นได้ชัดเจนว่าผู้จัดการ ๒ ท่านมีรูปแบบการบริหารที่ต่างกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๓๙)

สำหรับในส่วนของผู้บริหาร หรือผู้อำนวยการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะพบว่า มีการจำแนกฝ่ายส่วนงานที่ชัดเจน ทำให้การดำเนินงานของบุคลากรขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการฝ่ายนั้น ๆ ซึ่งมีลักษณะการบริหารงานที่แตกต่างกันออกไป ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ผอ. แยก แล้วแต่ละฝ่ายเค้าก็จะแบ่งเป็นแบบฝ่ายประชาชน ฝ่ายเด็ก ฝ่ายวิจัย ฝ่ายเผยแพร่
ระวัง ที่นี้ focus เวลาที่เขาจะทำงานมันก็จะไม่เหมือนกัน แล้วก็คนสั่งการก็จะคนละคนกัน แล้ว
งานบางงาน อย่างเช่นที่เป็น” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๗)

อย่างไรก็ตาม จากการสนทนากลุ่มพบว่า ผู้บริหาร หรือผู้จัดการมีทิศทางและเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน ซึ่งจะมุ่งเน้นการดำเนินการในเชิงรุกมากขึ้น อีกทั้งยังให้ความสำคัญในการบริหารจัดการระบบให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการบริหารจัดการบุคลากรและความสามารถในการประนีประนอม พร้อมทั้งประสานงานร่วมกับคณะกรรมการและผู้บริหารธุรกิจอื่น รวมทั้งบุคลากรภายในกองทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและในที่สุดท้ายคือส่วนของ คณะกรรมการกองทุนฯ คณะอนุกรรมการฯ และผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในแต่ละชุดของคณะกรรมการก็จะมีรูปแบบ หรือชุดความคิดในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ทำให้บุคลากรจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินการของคณะกรรมการ ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... กรรมการแต่ละชุดก็ไม่เหมือนกัน ฉะนั้นการทำงานก็แตกต่างกันออกไป” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๐)

“... บางชุดก็เข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย แต่บางชุด Work From Home ก็ทำให้การดำเนินงานมีความผิดพลาดได้” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๙)

ฉะนั้นกล่าวได้ว่า รูปแบบการบริหารจัดการของผู้บริหาร ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารในระดับไหนของกองทุนก็มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนอย่างชัดเจน เนื่องจากกองทุนยังไม่มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพทำให้การดำเนินงานขึ้นตรงกับรูปแบบของผู้บริหาร

๗. Shared Values : ค่านิยมร่วม

จากผลการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พบว่า ค่านิยมร่วมของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังไม่มีค่านิยมที่มีความชัดเจนมากนัก เนื่องจากเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นมาใหม่และมีปริมาณงานจำนวนมาก ทำให้การสร้างวัฒนธรรมองค์กรยังถือว่ามีความเป็นระบบราชการสูงและยังไม่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันทั้งองค์กร อาจจะกล่าวได้ว่าในประเด็นค่านิยมร่วมของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น อาจจะยังต้องมีการพัฒนาร่วมกับระบบการบริหารจัดการกองทุนที่มีประสิทธิภาพในอนาคต ดังบทสนทนากลุ่มที่ว่า

“... ค่านิยมร่วมเรายังไม่มีอย่างชัดเจน เนื่องจากเราเป็นองค์กรตั้งใหม่” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๖)

“... ปริมาณงานที่มีจำนวนมากทำให้เราต้องทำงานอย่างเดียว การมีปฏิสัมพันธ์หรือสร้างวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเรื่องที่ห่างไกลตัวมาก ” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๑๙)

“... อะไรเป็นค่านิยมรวมมองไม่ออกเหมือนกัน” (บุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คนที่ ๔๓)

๗.๓ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผลการศึกษาผลการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกและผลการจัดประชุมกลุ่มย่อยการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพกองทุนโดยใช้ทฤษฎีและเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินงานของกองทุนเพื่อทบทวนและจัดทำร่างนโยบายแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พุทธศักราช ๒๕๖๐ ถึง ๒๕๗๙ (๕.๗)

จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คณะอนุกรรมการ คณะผู้บริหารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ๑) ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๒) รองผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ๓) ผู้อำนวยการฝ่ายทั้ง ๔ ฝ่าย และการสนทนากลุ่มบุคลากรของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทั้ง ๔ ฝ่าย และกลุ่มผู้ยื่นขอรับทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ซึ่งมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามที่มีผลต่อการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ คณะที่ปรึกษาได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า และสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดตามข้อเท็จจริง ดังนี้

๑. ปัจจัยด้านจุดแข็ง (Strengths)

- ๑) มีแนวนโยบายและทิศทางการจัดสรรทุนเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นกรอบในการดำเนินงานอย่างชัดเจน
- ๒) กองทุนสื่อมีสถานะเป็นองค์กรมหาชนตามพระราชบัญญัติ ซึ่งลักษณะขององค์กรมหาชนจะมีอิสระและความคล่องตัวในการบริหารจัดการและการงบประมาณของตนเอง และสามารถดำเนินการตามวัตถุประสงค์เฉพาะที่กำหนดไว้
- ๓) จำนวนของสื่อ วิจัย และเครือข่ายด้านสื่อที่ได้รับทุนมีจำนวนมาก หลากหลายและมีประสิทธิภาพ
- ๔) มีการบูรณาการการทำงานกับเครือข่ายต่างๆในเชิงพื้นที่ในการขับเคลื่อนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ร่วมกัน รวมถึงการประสานความร่วมมือ และการบูรณาการภารกิจกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ๕) ผู้รับทุนมีทักษะ ความสามารถ และมีความชำนาญที่หลากหลาย
- ๖) มีช่องทางการเปิดรับทุนที่หลากหลาย

๓) กองทุนฯมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ในการสนับสนุนเพื่อสร้างสรรค์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๔) บุคลากรของกองทุนฯมีทักษะ ศักยภาพ ประสบการณ์ด้านสื่อ

๕) บุคลากรมีความกระตือรือร้น มุ่งมั่นในการทำงาน สามารถปรับตัวตามสถานการณ์และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

๑๐) สภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ที่เอื้ออาทร และเป็นมิตรที่ดีต่อกันส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร

๑๑) ผู้บริหาร (ผู้จัดการ) มีทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจนและมุ่งเป้าในเชิงรุก

๑๒) ผู้บริหาร (ผู้จัดการ) มีความสามารถในการประนีประนอมและสามารถประสานงานกับผู้บริหารระดับสูง และกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. ปัจจัยด้านจุดอ่อน (Weaknesses)

๑) กองทุนฯ ยังไม่ได้ผลักดันการส่งเสริมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนอย่างเพียงพอ

๒) ถึงแม้ว่ากองทุนฯ จะเป็นองค์กรมหาชนและมีสถานะเป็นนิติบุคคล แต่การดำเนินการก็ยังยึดติดกับระเบียบราชการค่อนข้างสูงทำให้การดำเนินการขาดความคล่องตัว

๓) กองทุนฯมี คณะทำงานหลายชุด ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละชุดมีทัศนคติและความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน รวมถึงวิธีและแนวปฏิบัติในการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อความล่าช้าในการดำเนินงานและเป็นอุปสรรคในการทำงานของผู้รับทุนด้วย

๔) การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ที่ผ่านมายังไม่สะท้อนถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคมในวงกว้าง

๕) แผนยุทธศาสตร์ที่ผ่านมาไม่ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างชัดเจน

๖) ขาดการสื่อสารแผนฯและเป้าหมายให้บุคลากรในองค์กรรับทราบและเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

๗) วิธีการและแนวปฏิบัติในการทำงาน ตลอดจนทักษะของบุคลากรของแต่ละฝ่าย (Front office) แตกต่างกันส่งผลให้การทำงานในภาพรวมของกองทุนฯ และการพัฒนาศักยภาพของผู้รับทุนไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๘) ขาดมาตรฐานและการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ เนื่องจากระบบการทำงานภายในกองทุนฯ มีค่อนข้างมากและไม่เชื่อมโยงกัน

๙) การส่งเสริมให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถูกนำไปต่อยอดใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ยังไม่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

๑๐) ระบบฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกองทุนฯ ยังไม่สมบูรณ์ในทุกมิติ และขาดการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงยังไม่มีมีการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงนโยบายและการบริหาร

๑๑) ระบบการสื่อสารภายในระหว่างบุคลากรด้วยกันเองและการประสานกับภายนอก เช่น ผู้รับทุน ยังไม่ประสิทธิภาพเท่าที่ควร

๑๒) ระบบการบริหารจัดการผู้รับทุน รวมถึงการกำกับ ติดตามและการประเมินผลผู้รับทุน ยังไม่มีประสิทธิภาพ

๑๓) บุคลากรยังไม่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยอย่างเต็มศักยภาพ

๑๔) ขาดการเชื่อมโยงระบบการบริหารผลการปฏิบัติงานอย่างบูรณาการ

๑๕) ขาดระบบการจัดสวัสดิการอย่างเพียงพอและสนใจในการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กร

๑๖) ขาดระบบการดำรงรักษามูลค่าบุคลากรโดยเฉพาะการดึงดูดคนที่มีศักยภาพสูง รวมถึงกลไกในการสร้างความผูกพัน และการสร้างความเป็นเจ้าของร่วมกันให้แก่บุคลากรให้ดำรงอยู่ในองค์กร

๑๗) ระบบพัฒนาบุคลากร (HRD) ไม่ครอบคลุมในประเด็นองค์ความรู้ ทักษะเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ทักษะการบริหารโครงการ ฯลฯ สืบเนื่องจากการขาดระบบพัฒนาบุคลากรบางประการ เช่น ขาดการสอนงาน ขาดระบบพี่เลี้ยง ขาดการหมุนเวียนตำแหน่งงาน เป็นต้น

๑๘) ยังขาดการถ่ายทอดความรู้/ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของบุคลากรซึ่งกันและกัน (ขาด knowledge transfer) รวมถึงการจัดการความรู้ที่เป็นระบบอย่างเพียงพอ

๑๙) การปรับปรุงคู่มือปฏิบัติงานยังขาดการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

๒๐) อัตรากำลังไม่สอดคล้องกับภารกิจของกองทุนฯ (บุคลากรไม่เพียงพอในการขับเคลื่อนภารกิจ)

๒๑) บุคลากรไม่สามารถสนับสนุนการทำงานเชิงรุกในการขับเคลื่อนเพื่อรองรับกับประเด็นปัญหาใหม่ๆ เช่น ข่าวดราม่า การกระทำความผิดทางไซเบอร์ (cyber bullying) เนื่องจากมีการทำงานเลขานุการ เช่น การประสาน และงานเอกสาร เยอะ ส่งผลให้บุคลากรไม่มีโอกาสในการดึงศักยภาพของตนเองออกมาใช้ในการขับเคลื่อนภารกิจในเชิงสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ (ทำให้มีการทำงานเชิงรับมากกว่าเชิงรุก)

๒๒) การขับเคลื่อนการทำงานร่วมกันของบุคลากรทั้งฝ่าย Front office และ Back office ยังไม่ชัดเจน

๒๓) ยังขาดการกำหนดค่านิยมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภารกิจด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้แก่บุคลากรอย่างเพียงพอ

๒๔) ผู้รับทุนยังมีความไม่เข้าใจกระบวนการทำงานของกองทุนฯ และกรอบเวลาในการ ตรวจรับโครงการส่งผลให้ผู้รับทุนบางส่วนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกองทุนฯ เช่น ไม่มีการทำงานในลักษณะ หุ้นส่วนพันธมิตร

๓. ปัจจัยด้านโอกาส (Opportunities)

๑) พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ มาตรา ๖ (๑) และมาตรา ๑๑ กำหนดให้ กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กองทุน กทปส) สนับสนุนงบประมาณเป็นประจำทุกปีและเพียงพอ

๒) พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ มาตรา ๖ (๒) – (๘) ที่กล่าวถึงเงินและทรัพย์สินของกองทุนฯ และ มาตรา ๙ ที่ให้กองทุนมีอำนาจกระทำการต่างๆ ภายในขอบแห่งวัตถุประสงค์ตามมาตรา ๕ รวมถึง (๑) ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครอง และมีทรัพย์สิน สิทธิ ต่างๆ (๒) ก่อตั้งสิทธิ หรือกระทำนิติกรรมใดๆ ทั้งในและนอกราชอาณาจักร (๓) หาผลประโยชน์จาก ทรัพย์สินของกองทุน (๔) กระทำการอื่นใดบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเกี่ยวเนื่องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนฯ เป็นโอกาสในการขับเคลื่อนภารกิจของกองทุนฯ

๓) มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่สื่อ เช่น พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.๒๕๕๑ / พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐ หรือ กฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ ฉบับที่ ๒ และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้น เป็นกรอบในการดำเนินงาน

๔) มีคณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ (คณะกรรมการฯ) ที่มี อำนาจและหน้าที่ในการเสนอนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการดำเนินงานด้านพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์และทำหน้าที่ในการจัดทำและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ซึ่งจะกรอบในการดำเนินงานให้กับกองทุนฯ

๕) มีนโยบายรัฐบาลและแผนฉบับต่างๆ เช่น แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยเฉพาะประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม และประเด็นการ

พัฒนาการเรียนรู้ และ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ เป็นต้น เป็นกรอบในการดำเนินการกิจด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๖) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเกิดขึ้นของนวัตกรรมต่างๆ อย่างรวดเร็ว และทันสมัย รวมถึงการเกิดขึ้นของสื่อที่มีช่องทาง/แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น เอื้อต่อการดำเนินงานและยังเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนภารกิจด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๗) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อความจำเป็นใหม่ ๆ ในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ และการรู้เท่าทันสื่อให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมในทุกมิติ

๘) ความหลากหลายของช่วงวัย (Generation) ในพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการพัฒนารูปแบบการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้เหมาะสมกับกลุ่มช่วงวัย

๙) การใช้ภาษาที่หลากหลายของกลุ่มคนในพื้นที่ที่ต่างกัน ที่มีวัฒนธรรม เชื้อชาติที่ต่างกัน มีผลต่อความยากในการสร้างการรับรู้ เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุม

๑๐) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีหลอมรวมสื่อ ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้มีช่องทางในการเผยแพร่และจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น ให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการของพฤติกรรมของผู้รับสื่อ

๑๑) ความคาดหวังของประชาชนต่อการรับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ค่อนข้างสูง ส่งผลต่อความตื่นตัว (Active) ในการตรวจสอบการดำเนินการกิจของกองทุนฯ

๑๒) การเติบโตของการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีออนไลน์ใหม่ๆ และการเกิดขึ้นของ หลักสูตรเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จำนวนมาก เช่น หลักสูตรออนไลน์แบบเปิดสำหรับมวลชน (MOOCs) หรือช่องทางการเรียนรู้ผ่านภาพ เสียง วิดีทัศน์ สื่อสังคม เกม เป็นโอกาสของกองทุนฯ ในการรณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การผลิตสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ผ่านรูปแบบที่หลากหลายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง การแสวงหาความร่วมมือในการผลิตและพัฒนาเนื้อหาสื่อ และหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

๑๓) สถานการณ์การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนที่มีรูปแบบที่เปลี่ยนไป ทำให้ต้องเตรียมความพร้อมเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากสื่อการเรียนรู้อย่างเต็มที่ เช่น การส่งเสริมสื่อวีดิทัศน์ การส่งเสริมการใช้เกมคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนรู้ หรือใช้เทคโนโลยีของเกมอย่าง AR VR ในการส่งเสริมการเรียนรู้ จึงเป็นโอกาสให้กองทุนฯ มีช่องทางที่หลากหลายในการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสื่อที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน

๑๔) เด็กและเยาวชนมีความสนใจและอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมถึงการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย

๑๕) มีหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม พร้อมให้ความร่วมมือและดำเนินการร่วมในลักษณะเครือข่ายในการขับเคลื่อนภารกิจของกองทุนฯ โดยเฉพาะในเชิงพื้นที่

๑๖) ความพร้อมของทรัพยากรในพื้นที่ที่เอื้อต่อการการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของประชาชนทั่วไป ผู้สูงอายุ เด็กและเยาวชน และกลุ่มเปราะบางต่างๆ เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน ห้องสมุดประชาชน ฯลฯ เป็นโอกาสของกองทุนฯ ในการขับเคลื่อนภารกิจของกองทุนฯ ในเชิงพื้นที่

๑๗) กระแสโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรมสร้างการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมนานาชาติ สร้างให้เกิดความจำเป็นในการรักษา อนุรักษ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม จากวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสู่สากล

๑๘) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของรูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ ทำให้ผู้ผลิตสื่อในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ซึ่งส่งผลต่อการปรับรูปแบบการผลิตให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต จึงเป็นโอกาสของกองทุนฯ ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

๑๙) สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น ปัญหามลพิษทางอากาศ รวมถึงการเกิดขึ้นของโรคอุบัติใหม่ต่างๆ เช่น ไวรัสโควิด-๑๙ เป็นโอกาสของกองทุนฯ สามารถสนับสนุนการผลิตสื่อ และสร้างนิเวศสื่อที่ให้ความรู้และสื่อสารข้อมูลสุขภาพ

๔. ปัจจัยด้านภัยคุกคาม (Threats)

๑) ถึงแม้ว่ากองทุนฯ จะมีพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจน แต่ สาระของพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยเฉพาะมาตรา ๓๐ ที่กำหนดให้การบัญชีของกองทุนให้จัดทำตามมาตรฐานการจัดทำบัญชีสำหรับหน่วยงาน ภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด โดยมีรอบบัญชีตามปีงบประมาณ ไม่เอื้อต่อการขับเคลื่อนภารกิจในเชิงรุก และ ส่งผลต่อข้อจำกัดในการบริหารงบประมาณในแต่ละรอบปี

๒) มีแหล่งงบประมาณสนับสนุนเพียงแหล่งเดียวซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในการขับเคลื่อนภารกิจในอนาคต

๓) มีหน่วยงานอื่นๆ ที่ดำเนินการในลักษณะใกล้เคียงกันในการส่งเสริมและสนับสนุนประเด็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ส่งผลให้มีการจัดสรรทุนที่ซ้ำซ้อนกัน เช่น กทปส. เป็นต้น

๔) ในปัจจุบันมีสื่อไม่ปลอดภัย และไม่สร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก

๕) การคืนใบอนุญาตช่องสำหรับเด็ก ได้แก่ MCOT Family และช่อง ๓ แฟมิลี เป็นโอกาสในการส่งเสริมการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ของเด็กให้มากขึ้น และส่งเสริมการหาช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสม

๖) ความขัดแย้งทางการเมืองไทยส่งผลให้มีการใช้สื่อในหลากหลายช่องทางเพื่อแสดงอุดมการณ์ จุดยืนทางการเมือง ตลอดจนการรายงานสถานการณ์ที่ขาดความเป็นธรรมและเป็นกลาง ส่งผลให้เกิดสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ในสังคมไทยเพิ่มขึ้น

๗) การแทรกแซงสื่อผ่านหน่วยงานภาครัฐ และความพยายามในการควบคุมสื่อของรัฐบาล ส่งผลต่อความเป็นอิสระ และเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

๘) สถานการณ์การจ้างงานในตลาดแรงงานที่พบว่า ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ด้านสื่อใหม่ และ สื่อดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น เป็นอุปสรรคในการสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ

๙) สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของผู้สูงอายุในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ส่งผลให้กองทุนฯต้องเร่งการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับกลุ่มช่วงวัยดังกล่าว

๑๐) การรับรู้และความรู้ ความเข้าใจของประชาชนทั่วไป ผู้สูงอายุ เด็กและเยาวชน รวมถึงกลุ่มเปราะบางต่างๆต่อการดำเนินภารกิจของกองทุนฯ ยังมีน้อย ส่งผลให้กองทุนฯสร้างการทำงานในเชิงรุกเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจภารกิจดังกล่าวมากขึ้น

๑๑) ปรากฏการณ์สื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์จำนวนมาก เช่น ข่าวปลอม การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ การสร้างความเกลียดชังผ่านสื่อต่างๆ ส่งผลกระทบต่อประชากรวัยเด็กของไทยที่ยังรับมือกับข่าวปลอมได้น้อยเนื่องจากขาดการรู้เท่าทันสื่อ จึงส่งผลให้กองทุนฯ ต้องเร่งการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เผื่อระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ และสามารถใช้อสื่อในการพัฒนาตนเองชุมชนและสังคม

๑๒) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มผู้พิการซึ่งพบว่าผู้พิการจำนวนมากเข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะในมิติสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และการรู้ไม่เท่าทันสื่อของผู้พิการทัดเทียมกับคนทั่วไป จึงเป็นโอกาสให้กองทุนฯผลิตสื่อและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มคนดังกล่าว

๗.๔ จัดประชุมนำเสนอร่างนโยบายแผนและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อรับฟังความเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงจากหน่วยงานภายในและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องโดยมีผู้ร่วมประชุมอย่างน้อย ๕๐ คนจำนวนอย่างน้อย ๑ ครั้ง (๕.๘)

ภายหลังการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก คณะที่ปรึกษาได้จัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ และโครงการสำคัญ คณะที่ปรึกษาได้มีการดำเนินการจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ และรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาแผนฉบับสมบูรณ์ กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างน้อย ๕๐ คน จำนวน ๒ ครั้ง ครั้งที่ ๑ ประกอบด้วย ผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๔๖ คน ในวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐-๑๒.๐๐ น. และครั้งที่ ๒ ประกอบด้วย กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จำนวน ๑๕ คน ในวันที่ ๑๑ ตุลาคม ๒๕๖๔ เวลา ๑๓.๐๐-๑๖.๐๐ น. ซึ่งรายละเอียดของการประชุมแต่ละครั้งมีรายละเอียดดังนี้

๑) การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ครั้งที่ ๑ มีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง ผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับ ประเด็นวิสัยทัศน์ว่ายังไม่สอดคล้องและไม่ชัดเจนกับบทบาทของกองทุน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- ๑) วิสัยทัศน์เป็นการเน้นนวัตกรรมมากเกินไป และหาที่มีการมุ่งเน้นภายใต้วิสัยทัศน์ ควรที่จะมีความชัดเจน และมีวิธีการดำเนินการที่ชัดเจน
- ๒) วิสัยทัศน์ควรเน้นที่พลังอ่อน (soft power) มากกว่าการพัฒนาระบบ/ เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เช่น การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชนหรือผู้รับทุน หรือการสร้าง impact ในสังคม เป็นต้น
- ๓) วิสัยทัศน์ที่นำเสนอมานั้น มีการใช้คำเชิงวิชาการมากเกินไป ทั้งการใช้คำว่านวัตกรรม หรือการเรียนรู้

- ๔) วิสัยทัศน์ควรมีการใช้คำที่มีการสื่อสารถึงภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วย
- ๕) วิสัยทัศน์ควรสะท้อนถึงผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและภารกิจหลักของกองทุน
- ๖) วิสัยทัศน์ควรที่จะบ่งบอกได้ว่ากองทุนจะทำอะไรเพื่อใครให้ชัดเจนและไม่ควรใช้คำสวยหรูที่ฟุ่มเฟือย

ประเด็นที่ ๒ ผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความคิดเห็นเกี่ยวข้องกับงบประมาณในการสนับสนุนที่น้อยเมื่อเทียบกับภารกิจที่กองทุนจะต้องมีการดำเนินการ

ประเด็นที่ ๓ ผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประเด็นด้านยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- ๑) ยุทธศาสตร์ยังขาดคำว่าสร้างสรรค์ (Creative) น้อยมาก กล่าวคือยังเน้นประเด็นความสร้างสรรค์ในยุทธศาสตร์น้อยมาก
- ๒) จุดเน้นของยุทธศาสตร์ต้องมีการพิจารณาใหม่เรียงเรียงบางประเด็นใหม่ให้อยู่ในจำพวกเดียวกัน เช่น ประเด็นด้านกลุ่มผู้รับทุนควรย้ายไปอยู่ในยุทธศาสตร์เดียวกัน
- ๓) ประเด็นของศูนย์ปฏิบัติการวิจัยสื่อ หรือ Media Lab Center ในยุทธศาสตร์ยังจำเป็นต้องมีการดำเนินการหรือไม่ เนื่องจากที่ผ่านมายังไม่ได้มีการดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นเพียงกระบวนการไม่จำเป็นต้องใส่ในยุทธศาสตร์หรือแผนหรือไม่ หากมีควรอยู่จุดใดในยุทธศาสตร์
- ๔) ประเด็นด้านเครือข่ายควรอยู่ในยุทธศาสตร์ใด เนื่องจากมีการวางประเด็นยุทธศาสตร์ที่ทับซ้อน
- ๕) ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๕ จะต้องมีการอธิบายถึงความหมายขององค์กรสมรรถนะสูงว่ามีความหมายอย่างไรคืออะไรและจะวัดอย่างไร
- ๖) ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๕ มีขนาดใหญ่และประเด็นที่หลากหลาย ควรมีการสร้างสมดุลกับยุทธศาสตร์อื่น ๆ ให้อย่างเหมาะสม

ประเด็นที่ ๔ ด้านตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ ผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประเด็นด้านยุทธศาสตร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- ๑) ควรเน้นที่ตัวชี้วัดในเชิงผลลัพธ์ที่เป็นเชิงประจักษ์และทำให้เห็นภาพชัดของภารกิจของกองทุน

๒) ตัวชี้วัดควรจะเชื่อมโยงให้เห็นเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับชาติโดยเฉพาะประเด็นด้านเด็ก และเยาวชนด้วยเห็นภาพผลกระทบที่จะส่งผลต่อแผนระดับชาติและสังคม

๒) การจัดประชุมเพื่อนำเสนอร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุน พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ครั้งที่ ๒ พบว่า กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับภารกิจของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับ ร่างนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ซึ่งมีประเด็นเพิ่มเติมในเรื่องของการกระจายทุนสนับสนุนของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้กับองค์กรขนาดเล็ก หรือบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ องค์กรขนาดเล็กและกลุ่มคนทั่วไปสามารถเข้าถึงแหล่งทุนและสามารถผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมทั้งสร้างผลกระทบที่ดีต่อสังคมได้

๗.๕ แผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรชั้นนำเพื่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

พันธกิจ

๑. สนับสนุน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต พัฒนาเนื้อหา และส่งเสริมผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนาไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้
๒. พัฒนาองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป
๓. พัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงเพื่อการขับเคลื่อนภารกิจด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการผลิต ให้บริการเนื้อหา และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม
๒. ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้ประชาชน และสังคม
๓. ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป
๔. ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาเครือข่ายเพื่อการเข้าถึง เผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์เชิงสังคม
๕. ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนางค์กรสมรรถนะสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการผลิต ให้บริการเนื้อหา และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๑. ผู้ผลิตสื่อฯ มีความสามารถในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่สามารถผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพได้ (ประเมินจากผู้ผลิตสื่อที่ได้รับการอบรมจากทางกองทุนฯ)	๑.๑ พัฒนาสมรรถนะผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา W๗+ W๒๔ /O๑+O๑๑+O๑๒+O๑๓+O๑๘+O๑๙	ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๒. เด็ก เยาวชน และ ประชาชนทุกกลุ่ม เข้าถึง และเข้าใจ เนื้อหาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์	๑. จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเด็ก เยาวชน ประชาชน ทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสื่อ และเข้าใจเนื้อหาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ (วัดจากแต่ละกลุ่มเด็ก เยาวชน และประชาชนทุก กลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใน การเผยแพร่สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๑.๒ ส่งเสริมการผลิตเนื้อหา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ผ่านแพลตฟอร์มที่ หลากหลาย ที่มา S๑+S๓+S๕+S๖+S๙ / O๑+O๖+O๑๐+O๑๒+O ๑๘	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่อง ทุกปี)
		๑.๓ พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการ จำลอง (Media Lab Center) เพื่อเสริมสร้าง ทักษะการผลิตเนื้อหาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม ที่มา S๑+S๒+S๗+S๘+S ๙+S๑๑ /O๑+ O๖+O๑๑+ O๑๘	ปี ๒๕๖๗- ๒๕๗๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้ประชาชน และสังคม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๑.เกิดองค์ความรู้ด้าน สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ การเฝ้า ระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่า ทันสื่อ	๑.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ การเฝ้า ระวังสื่อไม่ปลอดภัย และ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ถูก นำไปใช้ประโยชน์ในการ ขับเคลื่อนสังคม (Social impact)	๒.๑ พัฒนางค์ความรู้ด้าน สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผ่าน Digital platform ที่มา S๑+S๒+S๓+S๕+S๘ /O๑+O๔+O๕+O๖+O๗+ O๘+O๙+O๑๘	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่อง ทุกปี)
	๒.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ การเฝ้า ระวังสื่อไม่ปลอดภัย และ ทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ ได้รับการเผยแพร่ผ่าน ช่องทางที่หลากหลาย	๒.๒ ผลักดันการวิจัยและ บริการสังคมด้านสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ การเฝ้าระวัง สื่อไม่ปลอดภัย และทักษะ การรู้เท่าทันสื่อ ที่มา S๑+S๓+S๕+S๖/T๔+ T๕+ T๙+T๑๑+T๑๒	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่อง ทุกปี)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
	(Digital Platform / เผยแพร่ในวารสาร ระดับชาติ หรือ นานาชาติ)	๒.๓ พัฒนาหลักสูตรสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ และพัฒนาทักษะการรู้เท่า ทันสื่อและการเฝ้าระวังสื่อไม่ ปลอดภัย แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่ ที่มา S๓+S๔+S๕+S๗+S๑๑+S ๑๒ /O๑+O๕+O๖+O๑๒+ O๑๓ +O๑๖	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่อง ทุกปี)
		๒.๔ พัฒนารฐานข้อมูลกลาง สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Creative Media Hub Database) ที่มา S๓+S๔+S๗+S๘+S๙ /O๑+ O๖+O๑๑	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๑.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล	๑.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มผ่านการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล ตามเกณฑ์มาตรฐาน	๓.๑ ส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย การรู้เท่าทันสื่อ และ ความฉลาดทางดิจิทัล ให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่ม ที่มา S๑+S๒+S๕+S๖+S๗+T๔+ T๙+T๑๐+T๑๑+T๑๒	ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
๒.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๒.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการตรวจสอบข่าวปลอมและเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ตามช่องทางต่างๆ	๓.๒ การสร้างเครือข่ายและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ที่มา S๔+S๙+S๑๒+T๔+T๖+ T๑๑	ปี ๒๕๖๖-๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
๓.มีเครือข่ายและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์	๓.จำนวนเครือข่ายและกลไกรับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชน ๔.จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการตรวจสอบ แก้ไขหรือแจ้งเตือน		

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาเครือข่ายเพื่อการเข้าถึง เผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์
เชิงสังคม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๑.สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ได้รับการ เผยแพร่ และใช้ ประโยชน์ในมิติที่ หลากหลาย	๑.ร้อยละของสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ที่ถูกนำไปใช้ ประโยชน์ในมิติที่ หลากหลาย	๔.๑ ผลักดันให้สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ถูกประชาชน นำไปประโยชน์อย่างแพร่หลาย ที่มา W๑+W๔+W๕+W๙+T๔+ T ๙+T๑๐+ T๑๑+T๑๒	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
๒.เด็ก เยาวชน และ ประชาชนทุกกลุ่ม ได้รับการส่งเสริมการ ใช้ประโยชน์จากสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๒.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่ม สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้	๔.๒ ส่งเสริมการถ่ายทอด ความรู้และสื่อสารสังคมเพื่อ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา S๓+S๕+S๗+S๙+S๑๑+ O ๑+O๖+O๑๘	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
๓.มีเครือข่ายในการ เผยแพร่ และใช้ ประโยชน์จากสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๓.จำนวนผู้เข้าชมสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ ผลิตจากความร่วมมือของ เครือข่ายได้รับการเผยแพร่ ผ่านแพลตฟอร์มของ กองทุนฯ	๔.๓ สร้างเครือข่ายความ ร่วมมือในการผลิตเนื้อหาด้าน สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ด้วยนวัตกรรม	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
		๔.๔ สนับสนุนเครือข่ายในการ เผยแพร่ และใช้ประโยชน์จาก สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา S๑+S๓+S๔+O๖+O๑๐+ O๑๕+O๑๖	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
		๔.๕ พัฒนาศูนย์สื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media Center) ที่มา S๓+S๔+S๗+S๘+S๙+S๑๒/ T๔+T๙+T๑๐+T๑๑+T๑๒	เริ่มดำเนินการ ปี ๒๕๖๘ ปี ๒๕๖๘ ศึกษาความ เป็นไปได้ ปี ๒๕๖๙ ออกแบบและ เตรียมการ ปี ๒๕๗๐ จัดตั้ง ศูนย์สื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ระดับภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนางค์กรสมรรถนะสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
๑. กองทุนฯ มีขีด สมรรถนะสูงในการ ขับเคลื่อนการ ดำเนินงานด้านสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์	๑. ร้อยละความสำเร็จในการ พัฒนาระบบการจัดการ ทุนมนุษย์	๕.๑ พัฒนาระบบการจัดการ ทุนมนุษย์ ที่มา W๑๔+W๑๕+W๑๖+/ O๑+O๔+O๕+O๑๑	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
	๒. ร้อยละของการบริหาร จัดการโครงการผู้รับทุนที่	๕.๒ พัฒนาสมรรถนะ บุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพ	

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
	สามารถดำเนินการได้ตาม ระยะเวลายกหนด	ที่มา W๑๓+ W๑๗+W๑๘+ W๑๙+W๒๑+W๒๓/ O๑+ O๔+O๖+O๑๑	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
	๓. ร้อยละความสำเร็จในการ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศทั่วทั้งองค์กรเพื่อ สนับสนุนการทำงานด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์	๕.๓ พัฒนากลไกการทำงาน ในเชิงบูรณาการ ที่มา W๓+ W๗+W๘+W ๒๒/ O๑+O๓+O๙+O๑๑	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
		๕.๔ พัฒนาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการ ทำงานด้านสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ ที่มา W๑๐/ O๑+O๖+O๑๑	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)
		๕.๕ เพิ่มประสิทธิภาพระบบ การสนับสนุนทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่าน e- service ที่มา W๑๒+W๒๔/ O๑+O๖	ปี ๒๕๖๗- ๒๕๗๐
		๕.๖ สร้างความร่วมมือกับ ภาคเอกชนทั้งในและ ต่างประเทศในการร่วมผลิต สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Co-production)	ปี ๒๕๖๘- ๒๕๗๐

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
		ที่มา S๒+S๔+S๕+S๘+S๑๑+S ๑๒+T๒+T๕+T๙+T๑๐+T ๑๑+ T๑๒	
		๕.๗ สร้างความร่วมมือกับ ภาคเอกชนทั้งในและ ต่างประเทศในการร่วมผลิต สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Co-production) ที่มา S๒+S๔+S๕+S๘+S ๑๑+S๑๒+T๒+T๕+T๙+T ๑๐+T๑๑+ T๑๒	ปี ๒๕๖๖ - ๒๕๖๗
		๕.๗ ส่งเสริมการจัดการหลัง การผลิต (Post- production) กระจาย และ เผยแพร่สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ (Distribution and Exhibition) ที่มา W๙+ T๒	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๖๗ (ต่อเนื่องทุกปี)
		๕.๘ ส่งเสริมการเตรียมการ ผลิต (pre-production) เพื่อ รองรับการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของสื่อ ที่มา W๔+W๙+O๒	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๖๗

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ระยะเวลา ดำเนินการ
		๕.๙ การบริหารจัดการ ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทาง ปัญญาให้กับผู้ผลิตสื่อและ ศิลปิน ที่มา W๑๒+O๒	ปี ๒๕๖๖- ๒๕๗๐ (ต่อเนื่องทุกปี)

ทั้งนี้ คณะที่ปรึกษาได้สรุปแผนภาพวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และ
กลยุทธ์ในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

วิสัยทัศน์: เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ เนื้อหา ผู้ผลิตสื่อ และนวัตกรรมอย่างมีส่วนร่วม เพื่อสังคมแห่งการเรียนรู้ ด้วยสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

พันธกิจ

๑. สนับสนุน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต พัฒนาเนื้อหา และส่งเสริมผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนาไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้

๒. พัฒนาองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป

๓. พัฒนาคอร์ปไปสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูงเพื่อการขับเคลื่อนภารกิจด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : ส่งเสริมการผลิต ให้บริการเนื้อหา และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด
๑. ผู้ผลิตสื่อ มีความสามารถในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- ร้อยละของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพได้
๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงและเข้าใจเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสื่อ และเข้าใจเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ประชาชน และสังคม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด
เกิดองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	- ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ
	- ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย (DIGITAL PLATFORM / แอปพลิเคชันในสาระระดับชาติ หรือ นานาชาติ)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : เสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด
๑. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีความรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล	- ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีความรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล
๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์	- ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการตรวจสอบข่าวปลอม และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ตามช่องทางต่างๆ
๓. มีเครือข่ายและกลไกในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์	- จำนวนเครือข่ายและกลไกเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
	- จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการตรวจสอบ แก้ไข หรือแจ้งเตือน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : ส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาเครือข่ายเพื่อการเข้าถึง เผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์เชิงสังคม

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด
๑. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้รับการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย	- ร้อยละของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย
๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มได้รับการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้
๓. มีเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- จำนวนผู้เข้าชมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ผลิตจากความร่วมมือของเครือข่ายได้รับการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มของกองทุนฯ

ยุทธศาสตร์ที่ ๕: พัฒนาคอร์ปสมรรถนะสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด
กองทุนฯ มีขีด สมรรถนะสูง ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- ร้อยละความคืบหน้าในการพัฒนาระบบการจัดการข้อมูล - ร้อยละของการบริหารจัดการโครงการที่บรรลุเป้าหมาย - สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด - ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่รองรับการเพิ่มสมรรถนะการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กลยุทธ์และโครงการ

กลยุทธ์	โครงการ
๑. พัฒนาระบบและผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- โครงการพัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชนในการผลิตสื่อ - โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อรายใหม่ - โครงการส่งเสริมสร้างทักษะผู้ผลิตสื่ออาชีพ - โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ - โครงการพัฒนาศักยภาพนักปฏิบัติ(COP) สำหรับผู้รับทุนน่านาชุมชนออนไลน์
๒. ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย	- โครงการส่งเสริมผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนทุกช่วงวัย
๓. พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการจำลอง (MEDIA LAB CENTER) เพื่อเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	- โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำห้องปฏิบัติการจำลอง (MEDIA LAB CENTER) เพื่อการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม

กลยุทธ์	โครงการ
๑. พัฒนาคอร์ปความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อผ่าน DIGITAL PLATFORM	- โครงการสร้างองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผ่าน DIGITAL PLATFORM
๒. ผลักดันการวิจัยและบริการสังคมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	- โครงการจัดการเวทีวิชาการเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ - โครงการการสำรวจการถอดบทเรียนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF JOURNAL) - โครงการจัดตั้งสถาบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF ACADEMY)
๓. พัฒนากลยุทธ์การรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่	- โครงการจัดทำความร่วมมือในการพัฒนากลยุทธ์กลาง (COMMON CURRICULUM) ในการรู้เท่าทันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน
๔. พัฒนาศูนย์ข้อมูลกลางสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (CREATIVE MEDIA HUB DATABASE)	- โครงการจัดทำฐานข้อมูลกลางสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (CREATIVE MEDIA HUB DATABASE)

กลยุทธ์	โครงการ
๑. ส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย การรู้เท่าทันสื่อ และ ความฉลาดทางดิจิทัลให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่ม	- โครงการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย ให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่ม - โครงการพัฒนาศักยภาพการรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย ให้แก่ประชาชนและกลุ่มผู้ดูแลโอกาสทางสังคม เช่น ผู้พิการ กลุ่มชาติพันธุ์ ฯลฯ
๒. ผลักดันการวิจัยและบริการสังคมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	- โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและการตรวจสอบข่าวปลอมในทุกภาคส่วน - โครงการสร้างพลเมืองดีด้านเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย - โครงการจัดทำช่องทางของเครือข่ายสังคมออนไลน์เฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย (การกลั่นแกล้งออนไลน์ ข่าวปลอม การใช้ข้อมูลเท็จ) สร้างความยั่งยืน (ฯ)

กลยุทธ์	โครงการ
๑. ผลักดันให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถูกประชาชนนำไปใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลาย	- โครงการพัฒนาเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่าน แพลตฟอร์มสื่อหลากหลาย
๒. ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้และสื่อสารสังคมเพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- การพัฒนา OTT และ VOD สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
๓. สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม	- โครงการส่งเสริมเครือข่ายการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ - โครงการสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรมกับองค์กรเอกชนด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล
๔. สนับสนุนเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- โครงการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มออนไลน์ระบบเปิดสำหรับการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาการรู้เท่าทัน
๕. พัฒนาศูนย์ข้อมูลสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (REGIONAL CREATIVE MEDIA CENTER)	- โครงการศึกษาความเป็นไปได้และจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (REGIONAL CREATIVE MEDIA CENTER)

กลยุทธ์	โครงการ
๑. พัฒนาระบบบริหารจัดการทุนชุมชน	- โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการทุนชุมชน (FLEXIBLE BENEFIT) โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการทุนชุมชน (PMS) สำหรับบุคลากร
๒. พัฒนาระบบและบุคลากรผู้มีความเป็นมืออาชีพ	- โครงการจัดทำแผน TRAINING ROADMAP โครงการพัฒนาระบบและบุคลากรด้าน IT โครงการส่งเสริมความรู้และพัฒนาระบบและบุคลากรด้าน (INNOVATION AND AGILE CULTURE)
๓. พัฒนากลไกการทำงานในเชิงบูรณาการ	- โครงการพัฒนาระบบการประสานงานและติดตามงานภายในองค์กร
๔. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	- โครงการพัฒนาระบบ PROJECT MANAGEMENT / โครงการพัฒนาระบบการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานเป้าหมาย โครงการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยี ROADMAP และแนวทางทางประยุกต์ใช้ในการจัดการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สู่สาธารณะประโยชน์
๕. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการสนับสนุนทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่าน E-SERVICE	- โครงการศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันโครงการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลโครงการ พร้อมจัดทำ TMF APPLICATION เพื่อการสื่อสารและติดตามสถานะโครงการกับผู้บริหาร (U 67)
๖. สร้างความรู้ความเข้าใจภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (CO-PRODUCTION)	- โครงการร่วมมือกับภาคเอกชนในการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (CO-PRODUCTION)
๗. ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาสื่อ (PRE-PRODUCTION) เพื่อรองรับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อ	- โครงการจัดทำฐานข้อมูล สื่อภาพและเสียง (SOUNDS AND PICTURE STOCK) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานข้อมูลเนื้อหา
๘. ส่งเสริมการจัดการเนื้อหาสื่อ (POST-PRODUCTION) กระบวนการและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (DISTRIBUTION AND EXHIBITION)	- โครงการส่งเสริมการจัดการเนื้อหาสื่อ (NON-FUNGIBLE TOKEN : NFT) - โครงการส่งเสริมการจัดการเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล
๙. การบริหารจัดการลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาไม่ให้เกิดข้อพิพาทและคดี	- โครงการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้กับผู้ผลิตสื่อและศิลปิน

๗.๖ การถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์พ. ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙ สู่การปฏิบัติงานประจำปีตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของสำนักงานกพร. และระบบงบประมาณแบบ e-budgeting พร้อมกำหนดแนวทางการประเมินผลการแผนงานโครงการตามยุทธศาสตร์ (๕.๙)

๗.๖.๑ การถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์พ. ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙ สู่การปฏิบัติงานประจำปี

เพื่อให้ยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตลอดจนตัวชี้วัด คณะที่ปรึกษาจึงได้มีการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติงานประจำปีตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของสำนักงานกพร. และระบบงบประมาณแบบ e-budgeting ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการรองรับแผนยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ จึงได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระยะ ๕ ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ซึ่งประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าประสงค์ ค่าเป้าหมาย กลยุทธ์ โครงการสำคัญ ตัวชี้วัดโครงการ และค่าเป้าหมายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดครอบคลุมทั้ง ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมการผลิต ให้บริการเนื้อหา และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม

รายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. ผู้ผลิตสื่อฯ มีความสามารถในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สามารถผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพได้ (ประเมินจากผู้ผลิตสื่อที่ได้รับการอบรมจากทางกองทุนฯ)	๗๐	๗๕	๘๐	๙๐	๑๐๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
๒. เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงและเข้าใจเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒. จำนวนที่เพิ่มขึ้นของเด็ก เยาวชน ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสื่อ และเข้าใจเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (วัดจากแต่ละกลุ่มเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์)	๒๔,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๒๖,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๒๘,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๓๐,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๓๒,๐๐๐,๐๐๐ ราย	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)

กลยุทธ์และโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑.๑ พัฒนาสมรรถนะผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา W๗+ W๒๔ /O ๑+O๑๑+O๑๒+O ๑๓+O๑๘+O๑๙	๑.๑.๑ โครงการพัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชนในการผลิตสื่อ	๑. ร้อยละของเด็กและเยาวชนมีทักษะในการผลิตสื่อ (วัดจากเด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ)	๙๐	๙๕	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	-ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน
		๒. ร้อยละของเด็กและเยาวชนสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้ (วัดจากผลการประเมินคุณภาพสื่อและได้รับการเผยแพร่จากกองทุนฯ)	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	
	๑.๑.๒ โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อรายใหม่	๑. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อรายใหม่มีทักษะด้านการผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์	๙๐	๙๕	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับ
		๒. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อรายใหม่สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้ (วัดจากผู้ผลิตสื่อรายใหม่ที่สามารผลิตสื่อที่มีคุณภาพ)	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	๑๐๐	

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
								ประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
	๑.๑.๓ โครงการบ่มเพาะผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. ร้อยละของผู้ประกอบการสื่อทั้งสื่อดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ / กลุ่ม องค์กร หรือ ประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content) / และ ผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content) มีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะในการผลิตสื่อที่ได้มาตรฐาน	๙๐	๙๒	๙๔	๙๖	๑๐๐	ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน
		๒. ร้อยละของผู้ประกอบการสื่อทั้งสื่อดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ / กลุ่ม องค์กร หรือ ประชาชน	๕๐	๖๐	๗๐	๘๐	๙๐	

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
		ทั่วไปที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content) / และ ผู้เกี่ยวข้อง กับกระบวนการสร้างสรรค์ เนื้อหา (Content) สามารถ ผลิตสื่อที่มีมาตรฐานการผลิต สื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์						
	๑.๑.๔ โครงการ เสริมสร้างทักษะผู้ผลิต สื่อมืออาชีพ	๑. ร้อยละของผู้ผลิตสื่อ สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพได้ (วัดจากทักษะผู้ผลิตสื่อใน ระดับมืออาชีพ)	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์สำหรับ เด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์สำหรับ ประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการ รู้เท่าทันและเฝ้า ระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัย

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
								และขับเคลื่อนสังคม)
	๑.๑.๕ โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างทักษะในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. จำนวนองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้นของฝ่าย (Front) ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ องค์ความรู้	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ องค์ความรู้	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ องค์ความรู้	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ องค์ความรู้	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ๑๐ องค์ความรู้	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
		๒. ร้อยละของผู้ที่เข้าร่วมโครงการที่นำองค์ความรู้ไปใช้ในการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	
	๑.๑.๖ โครงการพัฒนาหลักสูตรกลางเพื่อการ	๑. จำนวนหลักสูตรกลางสำหรับการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	ไม่น้อยกว่า ๑ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ๒ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ๓ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ๔ หลักสูตร	ไม่น้อยกว่า ๕ หลักสูตร	- ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและ

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
	ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์							สร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน - ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป - ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
	๑.๑.๗ โครงการพัฒนาชุมชนนักรปฏิบัติ (CoP) สำหรับผู้รับทุนผ่านทางชุมชนออนไลน์	๑. ร้อยละของผู้รับทุนสามารถดำเนินโครงการได้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการ

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
								รู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
๑.๒ ส่งเสริมการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลายที่มา S๑+S๓+S๕+S๖+S๙ / O๑+O๖+O๑๐+O๑๒+O๑๘	๑.๒.๑ โครงการส่งเสริมผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนทุกช่วงวัย	๑.ร้อยละของสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนทุกช่วงวัยที่มีคุณภาพ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน
		๒. จำนวนผู้เข้าชมสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนทุกช่วงวัยผ่านแพลตฟอร์ม	๔๕,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๔๖,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๔๗,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๔๘,๐๐๐,๐๐๐ ราย	๔๙,๐๐๐,๐๐๐ ราย	
๑.๓ พัฒนาศูนย์ปฏิบัติการจำลอง (Media Lab Center) เพื่อเสริมสร้างทักษะการผลิตเนื้อหาสื่อ	๑.๓.๑ โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำห้องปฏิบัติการจำลอง (Media Lab Center) เพื่อการผลิต	๑.ระดับความสำเร็จในการจัดทำห้องปฏิบัติการจำลอง (Media Lab Center) เพื่อการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม	-	ศึกษาความเป็นไปได้และออกแบบเชิงแนวคิด	ออกแบบโดยละเอียดและจัดหางบประมาณ	จัดตั้ง ศูนย์ปฏิบัติการจำลอง (Media Lab Center)	ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของศูนย์ปฏิบัติการ	ฝายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
ปลอดภัยและ สร้างสรรค์เชิง นวัตกรรม ที่มา S๑+S๒+S๓+S ๔+S๕+S๑๑ /O๑+ O๖+O๑๑+O๑๘	เนื้อหาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม						จำลอง (Media Lab Center)	- ฝ่ายพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์สำหรับ ประชาชนทั่วไป

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และสร้างองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้
ประชาชน และสังคม**

รายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่ รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑.เกิดองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	๑.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนสังคม (Social impact)	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ - ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม
	๒.ร้อยละของชุดความรู้/ งานวิจัยด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย (Digital Platform / เผยแพร่ในวารสารระดับชาติ หรือ นานาชาติ)	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ - ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม

กลยุทธ์และโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๒.๑ พัฒนางค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผ่าน Digital platform ที่มา S๑+S๒+S๓+S๕+S๘ /O๑+O๔+O๕+O๖+O๗+ O๘+O๙+O๑๘	๒.๑.๑ โครงการสร้างองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผ่าน Digital platform	๑.จำนวนองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ บน Digital platform	๑๐ องค์ความรู้	๑๐ องค์ความรู้	๑๐ องค์ความรู้	๑๐ องค์ความรู้	๑๐ องค์ความรู้	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ - ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม
		๒. จำนวนผู้เข้าใช้บริการ Digital platform ในการเรียนรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	๑๐๐,๐๐๐ ราย	๑๕๐,๐๐๐ ราย	๒๐๐,๐๐๐ ราย	๒๕๐,๐๐๐ ราย	๓๐๐,๐๐๐ ราย	
๒.๒ ผลักดันการวิจัยและบริการสังคมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๒.๒.๑ โครงการจัดเวทีวิชาการเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. ร้อยละของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ได้รับทุนจากกองทุนฯ ได้รับการเผยแพร่ผ่านการจัดประชุมวิชาการ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๖๐	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐	ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๙๐	- ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ที่มา S๑+S๓+S๕+S๖/T๔+T๕+ T๙+T๑๑+T๑๒		๒.ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมเวทีวิชาการเกี่ยวกับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๘๐	๙๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	
	๒.๒.๒ โครงการวารสารวิชาการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF journal)	๑.ระดับความสำเร็จในการพัฒนาวารสารวิชาการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF journal) ตามเกณฑ์การพัฒนาคุณภาพให้เข้าสู่ฐานข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ	ได้รับการรับรองใน TCI ฐาน ๒		ได้รับการรับรองใน TCI ฐาน ๑		ได้รับการรับรองในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ เช่น Scopus/ ISI เป็นต้น	- ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ - ฝ่ายสนับสนุนงานบริหาร (งานวิเทศและสื่อสารองค์กร)
	๒.๒.๓ โครงการจัดตั้งสถาบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Academy)	๑.ระดับความสำเร็จในการจัดตั้งสถาบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Academy)	ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันสื่อ	ออกแบบโดยละเอียดและจัดทำงบประมาณ	จัดตั้งสถาบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Academy)	ติดตามและประเมินผลการทำงานของสถาบันสื่อปลอดภัย	ติดตามและประเมินผลการทำงานของสถาบันสื่อปลอดภัย	ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
			ปลอดภัย และ สร้างสรรค์			และ สร้างสรรค์ (TMF Academy)	และ สร้างสรรค์ (TMF Academy)	
๒.๓ พัฒนาหลักสูตร สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย แก่เด็ก เยาวชน และประชาชน ทั่วไปในพื้นที่ ที่มา $S_{34}+S_{45}+S_{57}+S_{11}+S_{12} / O_{11}+O_{5}+O_{6}+O_{12}+O_{13} +O_{16}$	๒.๓.๑ โครงการจัดทำความร่วมมือในการพัฒนาหลักสูตรกลาง (Common curriculum) ในการรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน	๑.จำนวนหลักสูตรกลาง (Common curriculum) ในการรู้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย และทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กและเยาวชน	๑ หลักสูตร	๑ หลักสูตร	๑ หลักสูตร	๑ หลักสูตร	๑ หลักสูตร	ฝ่ายสนับสนุนการ บริหารงาน

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๒.๔ พัฒนารฐานข้อมูล กลางสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ (Creative Media Hub Database) ที่มา S๓+S๔+S๗+S๘+S๙ /O๑+ O๖+O๑๑	๒.๔.๑ โครงการจัดทำ ฐานข้อมูลกลางสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Creative Media Hub Database)	๑.ระดับความสำเร็จในการ จัดทำฐานข้อมูลกลางสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Creative Media Hub Database)	รวบรวม ข้อมูลที่ เกี่ยวข้อง กับผลงาน ผู้ผลิตสื่อ ความ เชี่ยวชาญ รางวัล ด้าน สื่อ ปลอดภัย และ สร้างสรรค์	ออกแบบ ฐานข้อมูล กลางสื่อ ปลอดภัย และ สร้างสรรค์	จัดทำ ฐานข้อมูล กลางสื่อ ปลอดภัย และ สร้างสรรค์	ประเมิน การทำงาน ของ ฐานข้อมูล กลางสื่อ ปลอดภัย และ สร้างสรรค์	ประเมิน การทำงาน ของ ฐานข้อมูล กลางสื่อ ปลอดภัย และ สร้างสรรค์	- ฝ่าย อำนวยการ (ดิจิทัล สารสนเทศ)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ และเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนทั่วไป

รายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัล	๑.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มผ่านการประเมินทักษะการรู้เท่าทันสื่อและความฉลาดทางดิจิทัลตามเกณฑ์มาตรฐาน	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
๒.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๒.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการตรวจสอบข่าวปลอมและเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ตามช่องทางต่างๆ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
๓.มีเครือข่ายและกลไกในการรับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชนถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์	๓.จำนวนเครือข่ายและกลไกรับเรื่องร้องเรียนตรวจสอบและแจ้งเตือนประชาชน	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
	๔.จำนวนเรื่องร้องเรียนที่ได้รับการตรวจสอบ แก้ไข หรือแจ้งเตือน	๑๐๐ เรื่อง	๒๐๐ เรื่อง	๓๐๐ เรื่อง	๔๐๐ เรื่อง	๕๐๐ เรื่อง	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ

กลยุทธ์และโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๓.๑ ส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย การรู้เท่าทันสื่อ และ ความฉลาดทางดิจิทัล ให้กับเด็ก เยาวชน และ ประชาชนทุกกลุ่ม ที่มา S๑+S๒+S๕+S๖+S๗+ T๔+ T๙+T๑๐+T๑๑+T๑๒	๓.๑.๑ โครงการพัฒนาทักษะ การรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย ให้แก่ เด็กและเยาวชน	๑.ร้อยละของเด็กและเยาวชน มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริม การรู้เท่าทัน และเฝ้าระวัง สื่อ
	๓.๑.๒ โครงการพัฒนาทักษะ การรู้เท่าทันสื่อ และการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย ให้แก่ ประชาชนและกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เช่น ผู้พิการ กลุ่มชาติพันธุ์ ฯลฯ	๑.ร้อยละของประชาชนและ กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม มี ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และ การเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริม การรู้เท่าทัน และเฝ้าระวัง สื่อ
๓.๒ การสร้างเครือข่าย และกลไกในการรับเรื่อง ร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนประชาชน	๓.๒.๑ โครงการสร้างความ ร่วมมืออย่างบูรณาการเพื่อ ขับเคลื่อนการเฝ้าระวังสื่อไม่ ปลอดภัยและตรวจสอบข่าวปลอมในทุกภูมิภาค	๑.จำนวนเครือข่ายความ ร่วมมือในการเฝ้าระวังสื่อไม่ ปลอดภัยและตรวจสอบข่าวปลอมในทุกภูมิภาค	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	- ฝ่ายส่งเสริม การรู้เท่าทัน และเฝ้าระวัง สื่อ

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
ถึงสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ที่มา S๔+S๙+S๑๒+T๔+T๖+ T๑๑	๓.๒.๒ โครงการสร้างพลเมืองต้นตัวในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๑.ร้อยละเด็ก เยาวชน ประชาชนและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคมมีความเป็นพลเมืองต้นตัวในการเฝ้าระวังสื่อไม่ปลอดภัย	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
	๓.๒.๓ โครงการจัดทำช่องทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์รับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์สำหรับประชาชนไทย	๑. จำนวนประชาชนที่เข้าถึงช่องทางสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์รับเรื่องร้องเรียน ตรวจสอบ และแจ้งเตือนสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์สำหรับประชาชนไทย	๗๐๐ คน	๘๐๐ คน	๙๐๐ คน	๑,๐๐๐ คน	๑,๒๐๐ คน	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
	ประชาชนไทย (การกลั่นแกล้งออนไลน์ ข่าวดปลอม การใช้ถ้อยคำที่สร้างความเกลียดชัง ฯลฯ)	๒.ร้อยละของเรื่องร้องเรียนที่มีการดำเนินการสำเร็จ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม พัฒนาเครือข่ายเพื่อการเข้าถึง เผยแพร่ และนำไปใช้ประโยชน์เชิงสังคม

รายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑.สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้รับการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย	๑.ร้อยละของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในมิติที่หลากหลาย	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
๒.เด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มได้รับการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๒.ร้อยละของเด็ก เยาวชน และประชาชนทุกกลุ่มสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
							ประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)
๓.มีเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๓.จำนวนผู้เข้าชมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ผลิตจากความร่วมมือของเครือข่ายได้รับการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มของกองทุนฯ	๖,๐๐๐ ราย	๗,๐๐๐ ราย	๘,๐๐๐ ราย	๙,๐๐๐ ราย	๑๐,๐๐๐ ราย	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)

กลยุทธ์และโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๔.๑ ผลักดันให้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ถูกประชาชนนำไปประโยชน์อย่างแพร่หลาย ที่มา W๑+W๔+W๕+W๙+T๔+ T๙+T๑๐+ T๑๑+T๑๒	๔.๑.๑ โครงการพัฒนาเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มสื่อหลอมรวม	๑.จำนวนเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มสื่อหลอมรวม	๕ ขึ้น	๕ ขึ้น	๕ ขึ้น	๕ ขึ้น	๕ ขึ้น	- ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป
๔.๒ ส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้และสื่อสารสังคมเพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา S๓+S๕+S๗+S๙+S๑๑+ O๑+O๖+O๑๘	๔.๒.๑ การพัฒนา OTT และ VOD สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑.จำนวนผู้เข้าชม OTT และ VOD สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๕๐,๐๐๐ ราย	๑๐๐,๐๐๐ ราย	๑๕๐,๐๐๐ ราย	๒๐๐,๐๐๐ ราย	๒๕๐,๐๐๐ ราย	-ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (สื่อสารองค์กร)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๔.๓ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตเนื้อหา ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม ที่มา S๑+S๓+S๔+T๙+T๑๐+ T๑๑	๔.๓.๑ โครงการส่งเสริมเครือข่ายการผลิตเนื้อหา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงพื้นที่	๑.จำนวนเครือข่ายการผลิตเนื้อหาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เชิงพื้นที่	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	๕ เครือข่าย	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ -ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม
	๔.๓.๒ โครงการสร้างความร่วมมือด้านนวัตกรรมกับองค์กรเอกชนด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล	๑.จำนวนความร่วมมือด้านนวัตกรรมกับองค์กรเอกชนด้านสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล	๑ ความร่วมมือ	๑ ความร่วมมือ	๑ ความร่วมมือ	๑ ความร่วมมือ	๑ ความร่วมมือ	-ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ -ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (สื่อสารองค์กร/วิเทศสัมพันธ์)
๔.๔ สนับสนุนเครือข่ายในการเผยแพร่ และใช้ประโยชน์จากสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่มา S๑+S๓+S๔+O๖+O๑๐+ O๑๕+O๑๖	๔.๔.๑ โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ระบบเปิดสำหรับการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาการรู้เท่าทัน	๑.จำนวนเนื้อหาการรู้เท่าทันที่ผลิตและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มเรียนรู้ออนไลน์ระบบเปิด	๕ ชิ้น	๕ ชิ้น	๕ ชิ้น	๕ ชิ้น	๕ ชิ้น	- ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ
		๒.ร้อยละของเด็ก เยาวชน ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มเรียนรู้	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
		ออนไลน์ระบบเปิด สำหรับการผลิตและ เผยแพร่เนื้อหาการรู้ เท่าทัน						
๔.๕ พัฒนาศูนย์สื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media Center) ที่ S๓+S๔+S๗+S๘+S๙+S ๑๒/T๔+T๙+T๑๐+T ๑๑+T๑๒	๔.๕.๑ โครงการศึกษา ความเป็นไปได้และจัดตั้ง ศูนย์สื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media Center)	๑.ระดับความสำเร็จใน การจัดตั้งศูนย์สื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ ระดับภูมิภาค (Regional Creative Media			ศึกษาความ เป็นไปได้	ออกแบบ และ เตรียมการ	จัดตั้งศูนย์ สื่อปลอดภัย และ สร้างสรรค์ ระดับ ภูมิภาค	- ฝ่ายวิจัยและ ขับเคลื่อนสังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาศักยภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

รายละเอียดเป้าประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๑. กองทุนฯ มีขีด สมรรถนะสูงในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๑. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบการจัดการทุนมนุษย์	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล)
	๒. ร้อยละของการบริหารจัดการโครงการผู้รับทุนที่สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
	๓. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วทั้งองค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	ฝ่ายอำนวยการ (งานดิจิทัลสารสนเทศ)

กลยุทธ์และโครงการสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๕

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๕.๑ พัฒนาระบบการจัดการทุนมนุษย์ ที่มา W๑๔+W๑๕+ W๑๖+ O๑+O๔+ O๕+O๑๑	๕.๑.๑ โครงการพัฒนาระบบสวัสดิการ	๑. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบสวัสดิการ	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๑๐๐	-ฝ่ายสนับสนุน การบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล)
	๕.๑.๒ โครงการพัฒนาระบบบริหารผลการปฏิบัติงาน (PMS) สำหรับบุคลากร	๑. ร้อยละความสำเร็จในการพัฒนาระบบบริหารผลการปฏิบัติงาน (PMS) สำหรับบุคลากร	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายสนับสนุน การบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล) - ฝ่าย อำนาจการ (งานดิจิทัล สารสนเทศ)
๕.๒ พัฒนาสมรรถนะบุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพ ที่มา W๑๓+ W๑๗+ W๑๘+W๑๙+W๒๑+	๕.๒.๑ โครงการจัดทำแผน Training roadmap	๑. ร้อยละความสำเร็จในการจัดทำแผน Training roadmap	๓๐	๔๐	๕๐	๖๐	๗๐	-ฝ่ายสนับสนุน การบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
W๒๓/ O๑+O๔+O๖+O๑๑	๕.๒.๒ โครงการสร้างระบบพี่เลี้ยง	๑. ร้อยละของบุคลากรใหม่ que เข้าระบบพี่เลี้ยง มีผลการปฏิบัติงานดีขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล)
	๕.๒.๓ โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้าน IT	๑.ร้อยละของบุคลากรที่ผ่านการพัฒนาศักยภาพด้าน IT	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล) - ฝ่ายอำนวยการ (งานดิจิทัลสารสนเทศ)
	๕.๒.๔ โครงการส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมนวัตกรรมและความคล่องตัว (Innovation and Agile culture)	๑. ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมนวัตกรรมและความคล่องตัวในการทำงาน	๗๐	๗๕	๘๐	๘๕	๙๐	-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานทรัพยากรบุคคล)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๕.๓ พัฒนากลไกการทำงานในเชิงบูรณาการที่มา W๓+ W๗+W๘+W๒๒/ O๑+O๓+O๙+O๑๑	๕.๓.๑ โครงการพัฒนาระบบการประสานงานและติดตามงานภายในองค์กร	๑.ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบการประสานงานและติดตามงานภายในองค์กร	ออกแบบและพัฒนาระบบการประสานงานและติดตามงานภายในองค์กร	มีระบบการประสานงานและติดตามงานภายในองค์กรที่สมบูรณ์	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	-ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานสื่อสารองค์กร)
๕.๔ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการทำงานด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มา W๑๐/ O๑+O๖+O๑๑	๕.๔.๑ โครงการพัฒนาระบบ Project Management /	๑.ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบ Project Management	ออกแบบและพัฒนาระบบ Project Management	มีระบบ Project Management ที่สมบูรณ์	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	-ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ - ฝ่ายอำนวยการ (งานดิจิทัลสารสนเทศ)
	๕.๔.๒ โครงการพัฒนาระบบเพื่อการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานเป้าหมาย	๑. ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบเพื่อการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานเป้าหมาย	ออกแบบและจัดทำระบบเพื่อการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานเป้าหมาย	เชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานเป้าหมาย	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	- ฝ่ายอำนวยการ (งานดิจิทัลสารสนเทศ)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
	๕.๔.๓ โครงการศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยี Roadmap และแนวทางการประยุกต์ใช้นวัตกรรม การผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สู่อุตสาหกรรมสื่อไทย	๑. ร้อยละความสำเร็จในการศึกษาและพัฒนา เทคโนโลยี Roadmap และแนวทางการประยุกต์ใช้นวัตกรรมการผลิตสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์สู่ อุตสาหกรรมสื่อไทย	๑๐๐	-	-	-	-	- ฝ่าย อำนวยการ (งานดิจิทัล สารสนเทศ)
๕.๕ เพิ่มประสิทธิภาพระบบการสนับสนุนทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ผ่าน e- service ที่มา W๑๒+W๒๔/ O๑+ O๖	๕.๕.๑ โครงการคลินิกให้คำปรึกษาผู้รับทุน	๑. ร้อยละความพึงพอใจของผู้ได้รับทุนในการได้รับคำปรึกษาจากคลินิก	๘๐	๙๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ สำหรับเด็กและ เยาวชน, ฝ่าย พัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ สร้างสรรค์ สำหรับ ประชาชน ทั่วไป, ฝ่าย

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
								ส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝายวิจัยและขับเคลื่อน (สังคม)
	๕.๕.๒ โครงการพัฒนาระบบการติดตาม และประเมินผลผู้รับทุน พร้อมจัดทำ TMF application เพื่อการสื่อสารและติดตามสถานะโครงการกับผู้รับทุน (ปี ๖๗)	๑.ระดับความสำเร็จในการพัฒนาระบบการติดตาม และประเมินผลผู้รับทุน พร้อมจัดทำ TMF application เพื่อการสื่อสารและติดตามสถานะโครงการกับผู้รับทุน		ศึกษาและออกแบบระบบการติดตามและประเมินผลผู้รับทุน	พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลผู้รับทุนพร้อมจัดทำ TMF application เพื่อการสื่อสารและติดตามสถานะโครงการกับผู้รับทุน	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	ติดตามและประเมินผลการใช้งานระบบฯ	- ฝายอำนวยการ (งานดิจิทัลสารสนเทศ)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๕.๖ สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศในการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Co-production) ที่มา S๒+S๔+S๕+S๘+S๑๑+S๑๒+T๒+T๕+T๙+T๑๐+T๑๑+ T๑๒	๕.๖ โครงการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อส่งออกและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการใช้อำนาจเชิงวัฒนธรรม (Soft power)	๑.จำนวนสื่อที่ได้มีการร่วมผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เพื่อส่งออกและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการใช้อำนาจเชิงวัฒนธรรม (Soft power)	-	-	๑ ชิ้น	๑ ชิ้น	๑ ชิ้น	-ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์ -ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๕.๗ ส่งเสริมการเตรียมการผลิต (pre-production) เพื่อรองรับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสื่อที่มา W๔+W๙+O๒	๕.๗.๑ โครงการจัดทำฐานข้อมูลสต็อกภาพและเสียง (Sounds and Picture Stock) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานวัฒนธรรมไทย	๑.ระดับความสำเร็จในการจัดทำฐานข้อมูลสต็อกภาพและเสียง (Sounds and Picture Stock) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานวัฒนธรรมไทย	ออกแบบและนำเข้าข้อมูลสต็อกภาพและเสียง (Sounds and Picture Stock) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานวัฒนธรรมไทย	มีฐานข้อมูลสต็อกภาพและเสียง (Sounds and Picture Stock) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานวัฒนธรรมไทย	-	-	-	-ฝ่าย front (ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน, ฝ่ายพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับประชาชนทั่วไป, ฝ่ายส่งเสริมการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ, ฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
								สนับสนุน - ฝ่าย อำนวยการ (งานดิจิทัล สารสนเทศ) - ฝ่ายสนับสนุน การบริหารงาน (งานกฎหมาย และงานสื่อสาร องค์กร)
๕.๘ ส่งเสริมการจัดการหลังการผลิต (Post- production) กระจาย และเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Distribution and Exhibition) ที่มา W๔+W๙+O๒	๕.๘.๑ โครงการส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายสื่อดิจิทัลในระบบสินทรัพย์ดิจิทัล (Non-Fungible Token : NFT)	๑.จำนวนผลงานที่สามารถจัดจำหน่ายสื่อดิจิทัลในระบบสินทรัพย์ดิจิทัล (Non-Fungible Token : NFT)	๑๐๐ ผลงาน	๒๐๐ ผลงาน	๓๐๐ ผลงาน	๔๐๐ ผลงาน	๕๐๐ ผลงาน	- ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานกฎหมาย และงานสื่อสารองค์กร)
	๕.๘.๒ โครงการส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล	๑.จำนวนผู้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากช่องทางจัดจำหน่ายสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับสากล	๑๐๐ ราย	๒๐๐ ราย	๓๐๐ ราย	๔๐๐ ราย	๕๐๐ ราย	- ฝ่ายสนับสนุนการบริหารงาน (งานกฎหมาย และงานสื่อสารองค์กร)

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ	ตัวชี้วัดโครงการ	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ.)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			๖๖	๖๗	๖๘	๖๙	๗๐	
๕.๙ การบริหารจัดการลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้กับผู้ผลิตสื่อและศิลปิน ที่มา W๑๒+O๒	๕.๙.๑ โครงการบริหารลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาให้กับผู้ผลิตสื่อและศิลปิน	จำนวนผู้ผลิตสื่อและศิลปินที่เข้าร่วมอบรมหรือได้รับคำปรึกษาด้านการปกป้องคุ้มครองลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา	๑๐๐ ราย	๑๐๐ ราย	๑๐๐ ราย	๑๐๐ ราย	๑๐๐ ราย	- ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์

๗.๖.๒ แนวทางการประเมินผลการดำเนินงานโครงการตามยุทธศาสตร์

เพื่อให้ยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตลอดจนตัวชี้วัด จึงควรมีแนวทางการดำเนินการยุทธศาสตร์ในกระบวนการติดตามและประเมินผลเพื่อทราบถึงผลการดำเนินงานของแต่ละตัวชี้วัดว่าบรรลุผลหรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานอย่างไร อันนำมาสู่การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุผลการดำเนินการ

กรอบแนวคิดการประเมินผล

การประเมินผลโดยใช้กรอบการวัดผลองค์กรแบบสมดุล เป็นเทคนิคการประเมินที่พัฒนาขึ้นเมื่อค.ศ.๑๙๙๒ โดย Robert S.Kaplan David P. Norton จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ผลการศึกษาได้เสนอให้มีการวัดผลที่คำนึงถึงมิติต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นมาภายใต้ชื่อ “การวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard)” (Kaplan & Norton: VIII, ๑๙๙๖) โดยคำนึงถึงมิติที่แตกต่างกันทั้ง ๔ ด้าน คือ ด้านการเงิน (Financial) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายในองค์กร (Internal) และด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้ (Innovation and Learning) เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลสำเร็จที่เกิดขึ้นในระยะสั้นและการวัดผลถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว สร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลที่เน้นการเงินและไม่เน้นการเงิน สร้างความสมดุลระหว่างตัวชี้วัดผลผลิต (Lagging Indicators) กับตัวชี้วัดที่เป็นปัจจัยนำหรือสาเหตุ (Leading Indicators) และสร้างความสมดุลระหว่างการวัดผลการดำเนินงานจากภายในองค์กร (Internal) และจากภายนอกองค์กร (External)

การวัดผลองค์กรแบบสมดุล ประกอบด้วยมิติสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ๔ มิติ คือ

ซึ่งทั้ง ๔ มิติของ Balanced Scorecard ของภาครัฐไทย ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ มีรายละเอียดดังนี้

มิติที่ ๑ : มิติด้านประสิทธิผล คือผลสำเร็จตามแผนปฏิบัติราชการ ยังรวมถึงการแสดงผลงานและผลสำเร็จที่บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายและพันธกิจของส่วนราชการ ตามที่ได้รับงบประมาณในการดำเนินการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขกับประชาชน

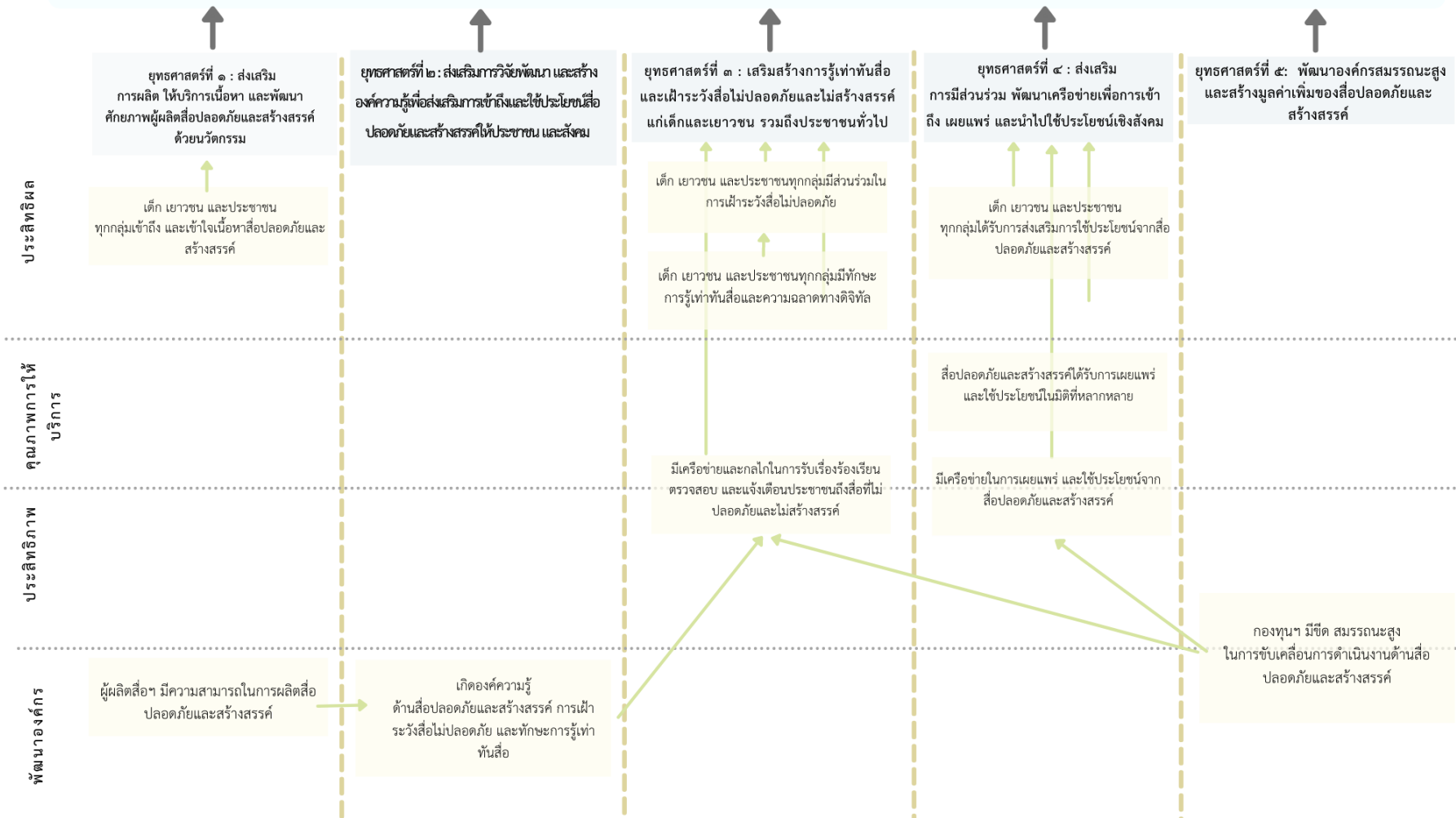
มิติที่ ๒ : มิติด้านคุณภาพการให้บริการ คือ การให้ความสำคัญกับลูกค้าในการให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและความโปร่งใสในการปฏิบัติราชการ

มิติที่ ๓ : มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ คือการแสดงความสามารถในการปฏิบัติราชการ และการบริหารงบประมาณ เช่น ประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน, การลดระยะเวลาการให้บริการ, การจัดทำต้นทุนต่อหน่วย(ค่าใช้จ่าย) เป็นต้น

มติที่ ๔ : มติด้านการพัฒนาองค์กร คือการเตรียมความพร้อมหรือการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง เช่นการจัดการความรู้, การจัดการทุนด้านมนุษย์,การจัดการสารสนเทศ, การพัฒนากฎหมาย หรือการบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น (สำนักงาน ก.พ.ร. (๒๕๕๒ : ๑๒๘))

ทั้งนี้สามารถติดตามผลตามยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ หรือแผนที่ยุทธศาสตร์ มีรายละเอียดดังภาพต่อไปนี้

วิสัยทัศน์: เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ เนื้อหา ผู้ผลิตสื่อ และนวัตกรรมอย่างมีส่วนร่วม เพื่อสังคมแห่งการเรียนรู้ ด้วยสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



๓.๒ การติดตามและประเมินผล

ยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์พ.ศ. ๒๕๖๕ – ๒๕๗๐ ฉบับนี้จะแสดงถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด ตลอดจนโครงการ/กิจกรรมที่กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ต้องดำเนินการในระยะเวลา ๕ ปี ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงานสุดท้ายของยุทธศาสตร์นี้ การติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์ สามารถแบ่งระยะเวลาได้ ดังนี้

๑.๑ ระยะเร่งด่วน

- (๑) ทุกส่วนงานแปลงยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง
- (๒) มีการแปลงตัวชี้วัดของหน่วยงานไปสู่ตัวชี้วัดรายบุคคล (KPI)
- (๓) มีการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล ติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานอันประกอบด้วย ความสำเร็จและอุปสรรคปัญหาระหว่างการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนทิศทางหรือรูปแบบในการดำเนินงานที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๔) มีการรายงานผลการดำเนินงานทุกไตรมาส

๑.๒ ระยะกลาง

- (๑) ทุกส่วนงานรายงานผลการดำเนินงานประจำปี โครงการ ตัวชี้วัดรายไตรมาสผ่านระบบการติดตามและประเมินผล
- (๒) ติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- (๓) ในระยะเวลาครึ่งหนึ่งหรือสองปีของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ จะต้องมีการประเมินตัวชี้วัด ทั้งนี้อาจจะมีการออกแบบเครื่องมือในการประเมินตัวชี้วัดและดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้ผู้ประเมินจากภายนอก
- (๔) ประเมินผลการดำเนินงานในระยะครึ่งแรกเพื่อกำหนดแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ในระยะต่อไป

๑.๓ ระยะยาว

- (๑) ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของทุกส่วนงาน หลังสิ้นสุดยุทธศาสตร์ เพื่อเสนอคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- (๒) ประเมินผลการดำเนินงานความสำเร็จของการดำเนินงาน วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนปัจจัยความสำเร็จในขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
- (๓) จัดทำยุทธศาสตร์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในช่วงระยะถัดไปร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- InfoQuest new online. (๒๕๖๔). **Thai media Landscape ๒๐๒๑**. สืบค้นเมื่อ ๑๗ กันยายน ๒๕๖๔ จาก <https://www.infoquest.co.th/wp-content/uploads/๒๐๒๑/๐๓/IQ-Thailand-Media-Landscape-๒๐๒๑-EN.pdf>
- InfoQuest new online. (๒๕๖๔). **เว็บไซต์**. สืบค้นเมื่อ ๑๗ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-๒๐๒๑/website>.
- InfoQuest new online. (๒๕๖๔). **โซเชียลมีเดีย**. สืบค้นเมื่อ ๑๖ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-๒๐๒๑/social-media>.
- Nielsen Advertising Information Service. (๒๕๖๔). **ตลาดโฆษณาที่วัดดิจิทัล**. สืบค้นเมื่อ ๑๖ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.tvdigitalwatch.com/category/highlight/revenue/performance/>.
- เมตตา ดีเจริญ และประกอบเกียรติ อิ่มศิริ. (๒๕๕๗). **รู้เท่าทันสื่อ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (๒๕๕๓). **คู่มือวิเคราะห์ swot อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- โตมร อภิวันทนากร. (๒๕๕๒). **คู่มือจัดกระบวนการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ (พิมพ์ครั้งที่ ๒)**. กรุงเทพฯ: ปินโต พับลิชชิง.
- ไทยรัฐ. (๒๕๖๒). **สื่อดิจิทัลกับวิกฤติการเมือง**. สืบค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓. จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/๑๕๑๐๓๔๓>
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.(๒๕๖๔).**สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ**. สืบค้นเมื่อ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/๐๑.aspx>
- กรมควบคุมมลพิษ. (๒๕๖๓). **รายงานประจำปี ๒๕๖๓**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขานุการกรม กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (๒๕๕๙). **แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. สืบค้นเมื่อ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๓. จาก http://www.mdes.go.th/assets/portals/๑/files/๕๙๐๖๑๓_๔Digital_Economy_Plan-Book.pdf
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๖๑). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๑**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๖๒). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๒**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๖๓). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๓**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.

- กฤติเดช พุฒวัฒนาภรณ์. (๒๕๖๒). *การปรับตัวของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจเอกชนในประเทศไทย*. สาขาวัฒนธรรมการออกแบบและการผลิตสื่อ, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (๒๕๖๑). *แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕*. กรุงเทพฯ : กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (๒๕๕๕). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ้ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- กาญจนา แก้วเทพ. (๒๕๕๒). *การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (๒๕๖๑). “ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐”.
- จิรประภา อัครบวร. (๒๕๕๒). *การบริหารงานภาครัฐในรูปแบบเครือข่าย = Governing by network*. กรุงเทพฯ: กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- จิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (๒๕๕๖). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล. (๒๕๖๐). *สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว New Media and Changes of News Reporting Process*. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, ๗, ๖๓-๗๑.
- ณัฐยา สันตรการผล. (๒๕๕๓). *MBA ๕๐ หลักบริหาร*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ทิพาวดี เมฆสุวรรณ. (๒๕๓๙). *การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.
- ทีมงาน TCJ. (๒๕๖๔). *Media Disruption: EP๕ ‘สื่อสิ่งพิมพ์ไทย’ ในยุค Disrupt ถึงจุดดิ่งสุดแล้วหรือยัง?*. สืบค้นเมื่อ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.tcjthai.com/news/๒๐๑๙/๐๓/scoop/๙๕๔๑>.
- ธนาคารกรุงเทพ. (๒๕๖๓). *Netflix – WeTV เปิดศึกชิงเจ้าแห่งวิดีโอสตรีมมิ่ง*. สืบค้นเมื่อ ๑๗ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/netflix-wetv-video-streaming>.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (๒๕๕๗). *ทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ ๒๑*. สัมมนาทางวิชาการ สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรและส่งเสริมประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อระหว่างวันที่ ๒๒ – ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๗ ณ ศาลาขึ้นอารมณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ และคณะ (๒๕๕๓). *รู้ทันสื่อ*. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.

นฤมล คงชื่นสิน. (๒๕๕๖). การปรับตัวของนิตยสารในยุคหลอมรวมสื่อกรณีศึกษานิตยสารตกแต่งบ้าน My home. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุบผา เมฆศรีทองคำ. (๒๕๕๒). การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร Media Literacy : Keeping Pace with Information Age. วารสารนักบริหาร. ปีที่ ๓๑ ฉบับที่ ๑ หน้า ๑๑๗-๑๒๓.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๖, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๐ ตอนพิเศษ ๒๗ ง.

ประชาชาติธุรกิจ. (๒๕๖๒). ขอคืนช่องอีกรอบ! ส่งรายได้ “ทีวีดิจิทัล” ซ้ำเป้า ใครออกโรงอ่อน “กสทช.”. สืบค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓. จาก <https://www.prachachat.net/ict/news-๓๙๑๗๓๑>.

ประชุม รอดประเสริฐ. (๒๕๕๗). นโยบายและการวางแผนงานหลักการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ ๘). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา

ปราโมทย์ ประสาทกุล และ ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์. (๒๕๕๘). “สถานการณ์ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๘” ในกฤตยา อาชวนิจกุล และ ปราโมทย์ ประสาทกุล (บรรณาธิการ). ประชากรและสังคม ๒๕๕๘. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.

พนิดา สายประดิษฐ์. (๒๕๕๙). ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยต่อการบริการหลอมรวมสื่อ. สาร Nectec ยุคใหม่ Tech Trends: IT, ๑๓(๖๙). ๖-๑๐.

พรจิต สมบัติพานิช. (๒๕๕๗). โฆษณาในทศวรรษที่ ๒๐๐๐-๒๐๑๐: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พระราชบัญญัติกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๒ ตอนที่ ๒๑ ก.

พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.๒๕๕๑, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕/ตอนที่ ๔๒ ก/หน้า ๑๑๖/๔

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐, ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๔ ตอนที่ ๒๗ ก.

พสนันท์ ปัญญาพร. (๒๕๕๗). แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media). สืบค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓. จาก <http://photosanan.blogspot.com/๒๐๑๒/๐๓/new-media.html>

พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล. (๒๕๖๔). โซเชียลมีเดียก้าวสู่การเป็นสื่อหลัก. สืบค้นเมื่อ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๓. จาก <https://www.prachachat.net/ict/news-๓๙๑๗๓๑>.

พิมพ์พร สุนทรวิริยกุล . (๒๕๕๑). กระบวนการประกอบสร้างอุดมการณ์ในละครโทรทัศน์ไทย ในช่วง
ภาวะวิกฤตทางการเมือง. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.,

พิรงรอง รามสูต. (๒๕๕๐). ความรับผิดชอบในการใช้อินเทอร์เน็ตในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาใน
กรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาณุพงษ์ ทินกร และพรพรม ชมงาม. (๒๕๖๓). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อ
โทรทัศน์ในยุคดิจิทัล THE INFLUENCE FACTORS ON TELEVISION MEDIA ETHICS
PROBLEM IN DIGITAL AGE. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, ๓๔(๑๐๙), ๒๔๕-๒๕๕.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (๒๕๖๓). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. ๒๕๖๒.
นครปฐม:สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

วรางคณา ผลประเสริฐ. (๒๕๕๔). “หน่วยที่ ๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์” ในการจัดการ
เชิงกลยุทธ์ในการบริหารโรงพยาบาล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

วรารพร คำจับ. (๒๕๖๒). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑ Social Media for Teaching
and Learning in the ๒๑st Century. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, ๖(๒), ๑๔๓-
๑๕๙.

วันชัย มีชาติ. (๒๕๕๔). **การบริหารองค์การ**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัชชัย พงษ์เกาะ. (๒๕๕๖). *การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ปฏิบัติการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (ม.ป.ป.). **รวมพลังสื่อสร้างสรรค์สังคมไทย**”เพื่อการแสดง
พลังสร้างสรรค์สื่อ. สืบค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔. จาก https://www.m-culture.go.th/surveillance/ewt_dl_link.php?nid=๑๔๖๕

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (๒๕๖๓). E-Commerce ปี’ ๖๓ คาดมูลค่าตลาดชะลอเหลือโต ๘-๑๐% สภาวะ
New normal กระตุ้นการแข่งขันที่ยากและรุนแรงขึ้น. สืบค้นเมื่อ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๔
จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z๓๑๑๒.aspx>

สกุลศรี ศรีสารคาม. (๒๕๕๗). จริยธรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม ในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อ
ไทยในยุค คติ จิ ทัต Ethical use of online media and social media in news
reporting of Thai newsroom in digital age (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สภาการ
หนังสือพิมพ์แห่งชาติ.

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. (ม.ป.ป.). **คู่มือผู้ผลิตรายการ**. สืบค้นเมื่อ ๑๔ กรกฎาคม ๒๕๖๔. จาก
<https://org.thaipbs.or.th/announce/ethics/๑๗๗>

สำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (ม.ป.ป.). **โครงสร้างบริหารและโครงสร้างสำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๔. จาก <https://www.thaimediafund.or.th/our-structure/>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (๒๕๕๖). **๑๐๐ เรื่องน่ารู้ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: กสทช.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (๒๕๖๓). รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี ๒๕๖๒. สืบค้นเมื่อ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔ จาก <https://www.nbtc.go.th/News/Information/๓๙๔๐๒.aspx>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (๒๕๖๓). คาดการณ์สภาพตลาดกิจการ OTT TV ในประเทศไทยและความท้าทายของการกำกับดูแล. สืบค้นเมื่อ ๒๑ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <http://broadcast.nbtc.go.th/bcj/index.php>.

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๒). **สรุปผลการสำรวจข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ปี พ.ศ. ๒๕๖๒**. นครปฐม: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๐). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)**.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.). (๒๕๖๔). **Fake News หลงให้เชื่อ หลอกให้แชร์**. สืบค้นเมื่อ ๑๗ สิงหาคม ๒๕๖๔ จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/knowledge-sharing/articles/IFBL/FakeNews.aspx#>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๕๘). **สรุปผลที่สำคัญผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. ๒๕๕๘**. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๖๐). **สรุปผลที่สำคัญผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. ๒๕๖๐**. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (๒๕๖๒). **สรุปผลที่สำคัญผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. ๒๕๖๒**. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพมหานคร.

สุพาณี สฤษฏ์วานิช. (๒๕๕๓). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ : แนวคิดและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุภางค์ จันทรวานิช. (๒๕๔๓). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพงษ์ โสธนเสถียร. (๒๕๕๖). **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (๒๕๕๙). “พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลทางดิจิทัลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ”. จาก <http://utcc๒.utcc.ac.th/localuser/amsar/pdf/newmedia.pdf>
- สุรัตน์ เพชรนิล และ ศิริณา จิตต์จรัส. (๒๕๖๑). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา A Development of Learning Activities for University Students Social Responsibility Enhancement. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*. ๑๐(๒), ๑๙๔-๒๑๐.
- อนันต์ เกตุวงศ์. (๒๕๓๙). **หลักและเทคนิคการวางแผน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมรรักษ์ เจริญโชติธรรมและคณะ. (๒๕๕๙). **การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ = STRATEGIC COMMUNICATION : USING NEW MEDIA TO DISSEMINATE RESEARCH WORK TO THE NEW GENERATION**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
- อารีย์ ป้องสีดา และคณะ. (๒๕๕๙). **เรียนรู้เรื่องสื่อ**. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (๒๕๔๗). **สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Belshaw, D. (๒๐๑๑). **What is digital literacy? a pragmatic investigation**. E d . D . Dissertation, of Department of Education
- Bromley, M. (๑๙๙๗). **The End of Journalism? Changes in Workplace Practices in The Press and Broadcasting in The ๑๙๙๐s**. A journalism Reader, pp. ๓๓๐-๓๕๐. London, UK: Routledge.
- Celot, P., & Perez Tornero, J. M. (๒๐๐๙). **Study on Assessment Criteria for Media Literacy: Final Report**. Brussels: The European Commission.
- Cochran, W.G. (๑๙๗๗) . **Sampling Techniques**. ๓d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.

- Cottle, S., Ashton, M. (๑๙๙๙). From BBC newsroom to BBC newscentre: On changing technology and journalist practices. *Convergence*, ๕(๒๒), pp. ๒๒-๔๓.
- Dailey, L. D. et al. (๒๐๐๕). The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms. *Atlantic Journal of Communication*, ๑๓(๓), ๑๕๐-๑๖๘.
- Denzin, N. K. (๑๙๙๙). *Interpretive biography*. CA: Sage Publications.
- Deuze, M. (๒๐๐๔). **What is multimedia journalism?**. *Journalism Studies*, ๕(๒), pp. ๑๓๙-๑๕๒.
- GlobalwebIndex. (๒๐๑๙). **๒๐๑๙ Social Media User Trends Report**. From <https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/๒๐๑๙%๒๐Q๑%๒๐Social%๒๐Flagship%๒๐Report.pdf>
- Edward L. Carter and Scott Lunt. (๒๐๐๖). Podcasting and Copyright: The Impact of Regulation on New Communication Technologies. *Santa Clara High Technology Law Journal*, ๒๒(๒), ๑๘๗-๒๑๗.
- Erdal, I.J. (๒๐๐๗). **Researching Media Convergence and Crossmedia News Production . Mapping the Field**. *Nordicom Review* ๒๘(๒), pp. ๕๑-๕๖.
- European Commission. (๒๐๐๗). **A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment**. Retrieved July ๒๐, ๒๐๒๐, from
- Good, Carten V. (๑๙๗๓). *Dictionary of education*. New York : McGraw-hill.
- Hobbs, R. and Moore, D. C. (๒๐๑๓). **Discovering media literacy : teaching digital media and popular culture in elementary school**. California: SAGE Publications.
- Jenkins, H. (๒๐๐๖). **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press.
- Joanna K. Love. (๒๐๑๙). *Soda Goes Pop: Pepsi-Cola Advertising and Popular Music*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Kaplan, Robert S., and Norton David P. (๑๙๙๖). **The Balanced Scorecard : Translating Strategies into Action** (๙th ed). Boston: Harvard Business School Press.
- Kusek, J. Z. and Rist, R. C. . (๒๐๐๔). **Ten Steps to a Results-Based Monitoring and Evaluation System**. World Bank, Washington DC.
- Mac Sithigh, D. (๒๐๑๑). Co-regulation, Video-on-demand, and the Legal Status of Audio-visual Media. *Journal of Digital Media & Policy*, ๒(๑), ๔๙-๖๖.
- McQuail, D. (๒๐๐๐), **Mass Communication Theory**, London: Sage.

- Media Awareness Network. (๒๐๑๐). **Digital and literacy**. Retrieved from: [http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/digitalliteracy paper.pdf](http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/digitalliteracy%20paper.pdf)
- Philip, K., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (๒๐๑๗). **Marketing ๔.๐ : moving from traditional to digital**. Hoboken, NJ : Wiley.
- Picard, R.G. (๒๐๑๑). *Mapping Digital Media : Digitization and Media Business Models*. London : Open Society Foundation.
- _____. (๒๐๑๑). **The Economics and Financing of Media Companies** (๒nd ed). New York: Fordham University Press.
- Price, M. and Raboy, M. (Eds.), (๒๐๐๑). **Public Service Broadcasting**. Transition A Report for the European Institute for the Media.
- Quinn, B.. (๒๐๐๕). **Changing festival places: insights from Galway , *Social and Cultural Geography***, ๖(๒) , pp. ๒๓๗-๒๕๒.
- Robbins, S.P. (๑๙๘๓). **Organization behavior : Concepts controversies and applications . (๒nd ed.)**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.
- Rogers, E. M. (๑๙๘๓). **Diffusion of Innovations. (๓rd ed.)**. New York: The Free Press.
- Rossi, P.H. & Freeman H.E. (๑๙๘๒). **Evaluation: A systematic approach**. Beverly Hill, California: Sage.
- Sergio Sparviero, Corinna Peil & Gabriele Balbi (Eds.). (๒๐๑๗). *Media Convergence and Deconvergence*. New York: Palgrave Macmillan.
- Siapera, E. (๒๐๑๒). **Understanding new media**. London: Sage.
- Simon Marginson. (๒๐๑๕). *Future perfect: what will universities look like in ๒๐๓๐*. Retrieved from <https://www.timehighereducation.com>
- Straubhaar, J.D.&LaRose, R. (๒๐๐๐). **Media now: communications media in the information age**. CA: Wadsworth.
- Stufflebeam, D. L. (๑๙๗๑). **Educational Evaluation and Decision Making** Itasca. Illinois: Peacock.
- _____. (๒๐๐๓). **The CIPP Model for Evaluation**. Annual Conference of the Oregon Program Evaluator Network. Oregon: Michigan.
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (๒๐๑๓). **Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies**. France: The United Nations.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (๒๐๑๑). **Glossary of terms.** In Grizzle, A., & Wilson, C. (Eds.), **Media and information literacy: Curriculum for teachers.** Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- United Nations Environment Programme. (๒๐๑๙). Letter from the Executive Director. Retrieved from <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/>.
- VanDijk, J.A.G.M. (๒๐๐๖) *The Deepening Divide, Inequality in the Information Society.* Netherlands: Sage Publications, Inc.
- VanDijk, J.A.G.M.&De Vos, L. (๒๐๐๑). Searching for the Holy Grail, Images of interactive television. *New Media and Society*, ๓(๔), ๔๔๓-๔๖๕.
- Wardrip-Fruin, N. & Montfort, N. (๒๐๐๓). *The New Media Reader.* Cambridge : MIT Press.
- Yamada Ken-Chi & Yamamoto Nobuda. (๒๐๑๕). *PSB and Press Freedom in the ๒๐๑๐s Challenges for Radio Television Hong Kong.*
- Yoffie,D.B. (๑๙๙๗). CHESS and Competing in the Age Digital Convergence. In D.B.Yoffie. (Ed). *Competing in the Age of Digital Convergence*, pp.๑ -๓๕. Boston : Harvard Business School Press.