

การประชุม ASIA MEDIA SUMMIT 2011

และการประชุม Pre & Post Events

๒๑ - ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ณ กรุงเทพมหานคร สภาวัฒนธรรมจังหวัดเวียดนาม

สารบัญ

ลำดับ	รายการ	หน้า
๑.	ความเป็นมา	๓
๒.	การประชุม Pre Event เรื่อง TV Scheduling Strategies and New Media Content	๔
๓.	การประชุม Pre Event เรื่อง Strengthening Digital Broadcasting Experience	๖
๔.	การประชุม Pre Event เรื่อง Capacity Building and Training Strategies in The Digital Media Landscape	๙
๕.	การประชุม Pre Event เรื่อง Media Quality Management	๑๑
๖.	การประชุม Pre Event เรื่อง Media Hub, A Platform Towards Better Content, Market Share and Revenues	๑๓
๗.	การประชุม Pre Event เรื่อง Broadcasting for All: Focusing on Gender	๑๖
๘.	การประชุม Asia Media Summit 2011	๑๙
๙.	การประชุม คณะทำงานแผนกลยุทธ์ของ AIBD (กิจกรรม Post event)	๒๓
๑๐.	รายชื่อผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์	๒๕

ความเป็นมา

สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development – AIBD) ได้ริเริ่มจัดการประชุมสุดยอดสื่อสารมวลชนแห่งเอเชีย (Asia Media Summit) ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ หรือ ค.ศ. ๒๐๐๓ และจัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี การประชุมในปี ค.ศ. ๒๐๑๑ นับเป็นครั้งที่ ๘ โดยจัดขึ้น ณ โรงแรม Melia กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ระหว่างวันที่ ๒๑ – ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๔

วัตถุประสงค์ของการประชุมเพื่อเป็นเวทีให้ประเทศสมาชิก AIBD ได้ทราบความคืบหน้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการสื่อสารมวลชน รวมทั้งแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ระหว่างประเทศสมาชิก หัวข้อหลัก (Theme) ของการประชุมในปีนี้เป็น Digital media Everywhere: Repositioning Broadcasting (สื่อดิจิทัลทุกแห่งหน: การจัดวางตำแหน่งใหม่สำหรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์) โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุมประมาณ ๖๐๐ คน

การประชุม Asia Media Summit 2011 (AMS 2011) ได้แบ่งการประชุมออกเป็น ๓ ช่วงเวลา ในหลากหลายการประชุม คือ

๑. Pre-Event การประชุมก่อนการประชุมใหญ่ ระหว่างวันที่ ๒๑-๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔ มีการประชุมทั้งหมด ๙ การประชุมย่อย
๒. การประชุมใหญ่ Asia Media Summit 2011 ระหว่างวันที่ ๒๔-๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๔
๓. การประชุมหลังการประชุมใหญ่ Post-Event ในวันที่ ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๔ มีการประชุมทั้งหมด ๓ การประชุมย่อยและจำกัดเฉพาะผู้ที่ได้รับเชิญเท่านั้น ซึ่งผู้แทน กปส. ได้รับเชิญให้เข้าร่วมประชุม คณะทำงานแผนกลยุทธ์ โดย รปส. (นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม) เป็นสมาชิกในคณะทำงานนี้

การประชุม Pre event

เรื่อง กลยุทธ์การจัดผังรายการโทรทัศน์กับเนื้อหาของสื่อวัตกรรมการ (TV Scheduling Strategies and New Media Content)

วันที่ ๒๑ - ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าร่วมประชุม : นายสุรศักดิ์ ھرรษาชลีกร สทท.

การประชุมเชิงปฏิบัติการก่อนการประชุม Asia Media Summit เรื่องกลยุทธ์การจัดผังรายการโทรทัศน์กับเนื้อหาของสื่อวัตกรรมการ จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๑ - ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔ ณ กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ด้วยความร่วมมือของสถาบันพัฒนาการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (AIBD), CFI และรัฐบาลฝรั่งเศส โดยมีผู้เชี่ยวชาญ ๒ คน คือ Mr.David Botbol รองบรรณาธิการบริหารด้านรายการนิตยสารข่าวและกีฬา ซึ่งกำกับดูแลโครงการดิจิทัลจากสถานีโทรทัศน์ France Televisions ประเทศฝรั่งเศส และ Ms. Francoise Tassera ผู้อำนวยการ FTA Media Services และผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์การจัดผังรายการจากประเทศฝรั่งเศส

สาระสำคัญของการประชุม

สาระสำคัญที่ได้จากการประชุมดังกล่าวมีดังนี้

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกลยุทธ์การจัดผังรายการ ได้แก่

- รูปแบบของการดำเนินกิจการ เช่น เป็นทีวีสาธารณะ ทีวีเอกชน ทีวีฟรี หรือทีวีแบบที่ต้องชำระค่าสมาชิกหรือค่าบริการ เป็นทีวีที่มีเนื้อหาสำหรับสาธารณชนโดยทั่วไป หรือทีวีที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม
- พื้นที่บริการ เช่น เป็นโทรทัศน์ระดับชาติ โทรทัศน์ระดับท้องถิ่น โทรทัศน์ระดับภูมิภาค หรือโทรทัศน์ระดับนานาชาติ
- แหล่งที่มาของงบประมาณ เช่น รายได้จากโฆษณา ค่าสมาชิก งบประมาณจากรัฐ กองทุนสาธารณะ กองทุนจากภาคเอกชน เป็นต้น
- ข้อกำหนดทางกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- วิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชมในแต่ละท้องถิ่น
- การวางตำแหน่งทางการตลาดของสถานีโทรทัศน์
- กลุ่มเป้าหมายหลักของสถานีโทรทัศน์

ปัจจัยทั้งหมดข้างต้นเป็นตัวกำหนดว่าสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งสามารถบรรจุรายการใดในผังรายการได้บ้าง และไม่สามารถบรรจุรายการอะไรได้บ้าง รวมทั้งต้องการหรือไม่ต้องการรายการประเภทไหนบ้าง เพื่อที่จะได้วางนโยบายในการจัดซื้อจัดหารายการและผลิตรายการได้อย่างเหมาะสมจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตาม ในท้ายที่สุดแล้ว เนื้อหารายการ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย และพื้นที่ของการออกอากาศจะเป็นผู้กำหนดผังรายการของสถานี

วิธีการจัดผังรายการมีอยู่ ๒ วิธีหลัก ๆ ดังนี้

๑. การจัดผังรายการในแนวขวาง หมายถึง การจัดผังรายการในเวลาเดียวกันตามวัน เช่น วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ หรือวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ หรือวันเสาร์ ถึง วันอาทิตย์ ข้อดีของการจัดผังรายการโดยใช้หลักนี้คือ กลุ่มผู้ชม เป้าหมายสามารถจดจำเวลาการแพร่ภาพออกอากาศได้ง่าย และสร้างความภักดีต่อรายการได้ง่ายขึ้น
๒. การจัดผังรายการตามแนวตั้ง หมายถึงการจัดผังรายการตามช่วงเวลาในแต่ละวัน เช่น วันจันทร์ เวลา ๑๐.๐๐ น. เป็นรายการ ก. วันอังคารเวลา ๑๐.๐๐ น. เป็นรายการ ข. เป็นต้น ข้อดีของการจัดผังรายการด้วยหลักนี้ คือ สร้างความหลากหลายของรายการให้เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาของวัน

การประยุกต์เนื้อหาสื่อนวัตกรรมเข้ากับการจัดรายการ

ปัจจุบันพัฒนาการของสื่อนวัตกรรมหรือสื่อใหม่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันอย่างสูง ซึ่งมีผลกระทบต่อความอยู่รอดของสื่อแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และประยุกต์สื่อนวัตกรรมเข้ากับสื่อของตนอย่างชาญฉลาด กลยุทธ์ในการนำสื่อนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับการจัดรายการของสื่อโทรทัศน์สามารถทำได้ ดังนี้

๑. การนำเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์ไปขยายผลในสื่อนวัตกรรม เพื่อเพิ่มช่องทางการรับชมให้แก่กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เช่น นำรายการที่แพร่ภาพออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ไปออกอากาศในเว็บไซต์ของสื่อพร้อมกัน (Simulcast) หรือนำไปเก็บไว้ในเว็บไซต์ให้ผู้ชมสามารถดาวน์โหลดมาชมได้ในเวลาต่อมา หรือเรียกมาชมในลักษณะของ Video on Demand (VOD) ได้
๒. การนำสื่อนวัตกรรมไปใช้เพื่อสนับสนุนหรือสร้างกิจกรรมส่งเสริมรายการ (Programme Promotion) ให้แก่สื่อโทรทัศน์ เช่น ให้ผู้ชมเล่นเกมส์ ตอบคำถาม หรือแสดงความคิดเห็นมายังรายการผ่านเว็บไซต์ และโทรศัพท์มือถือให้ได้ผลสะท้อนเบื้องต้นที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายมีต่อรายการสำหรับเป็นข้อมูลพัฒนารายการในอนาคตต่อไป
๓. การผลิตรายการขึ้นใหม่เพื่อใช้สำหรับสื่อนวัตกรรมโดยเฉพาะ โดยนำเนื้อหารายการจากสื่อโทรทัศน์ที่ออกอากาศแล้วไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อนวัตกรรมแต่ละชนิด เช่น Webcasting หรือการออกอากาศทางเว็บไซต์นั่นเอง หรืออาจออกแบบเนื้อหาขึ้นใหม่สำหรับสื่อนวัตกรรมโดยเฉพาะ
๔. การนำจุดเด่นของสื่อนวัตกรรมมาสร้างเนื้อหาเพื่อใช้ร่วมกับสื่อโทรทัศน์บนหน้าจอเดียวกัน ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง และมีปฏิริยาสะท้อนกลับในทันที เช่น การเพิ่มข้อมูลเสริมเนื้อหารายการโดยนำจุดเด่นของระบบอินเตอร์เน็ตมาใช้ในลักษณะของทีวีที่เชื่อมต่อกับระบบอินเตอร์เน็ต (Connected TV) หรือทีวีพันทาง (Hybrid TV) โดยผู้ชมสามารถคลิกหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหารายการในจุดที่สนใจได้ทุกขณะที่รายการดำเนินอยู่ เป็นต้น

การประชุม Pre event

เรื่อง Strengthening Digital Broadcasting Experience

วันที่ ๒๒ – ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าประชุม : นายคเชนทร์ กรรณิกา สพท.

วัตถุประสงค์ของการประชุม

๑. เพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลที่ได้จากการที่ ITU และ ABU ร่วมมือกันทำการสำรวจในเรื่องการเปลี่ยนผ่านการส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล รวมทั้งการแนะนำการแพร่ภาพโทรทัศน์แบบเคลื่อนที่ (Mobile TV Broadcasting) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
๒. เพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลกรณีศึกษา จากการที่ ITU ได้ดำเนินการพัฒนา Roadmap Pilot Countries ซึ่งได้คัดเลือกประเทศที่เข้าโครงการจำนวน ๕ ประเทศคือ กัมพูชา, มองโกเลีย, เนปาล, ศรีลังกา และตองกา ในเรื่องกระบวนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล
๓. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในเรื่องดิจิทัลทีวีในหลากหลายเทคโนโลยีรวมทั้งแนวโน้มในอนาคต

วาระการประชุม

ในการประชุมประกอบด้วย ๓ หัวข้อใหญ่ ดำเนินการประชุมโดย: ITU (International Telecommunication Union) และแบ่งการประชุมออกเป็น ๙ Session คือ

Overview

Session 1: Migration from Analog to Digital Terrestrial Television Broadcasting (DTTB) and Mobile TV (MTV)

หัวข้อ Digital Terrestrial Television Broadcasting (DTTB) and Migration

Session 2: DTTB Migration Case Studies

Session 3: Overview of DTTB Technologies

Session 4: Set Top Box and TV Receivers: Trends and Developments

หัวข้อ Mobile Television

Session 5: Introducing Mobile Television

หัวข้อ The Future of Broadcasting

Session 6: The Future of Broadcasting-Enhancing Broadcasting Consumer's Experience

Session 7: The Future of Broadcasting-Enhancing Broadcasting Broadcaster's Experience

Session 8: The Future of Broadcasting-New Business Opportunities

Session 9: Emergency Warning Broadcasting System

/สรุปสาระสำคัญ.....

สรุปสาระสำคัญ

Overview: Session 1

จากการที่ ITU นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินการปรับเปลี่ยนการส่งวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล (Migration from Analog to Digital Terrestrial Television Broadcasting (DTTB)) รวมทั้งการแพร่ภาพโทรทัศน์เคลื่อนที่ (Mobile TV Broadcasting) ในปัจจุบันนั้น ทำให้ทราบว่าที่ผ่านมา ITU ได้มีการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา สํารวจและจัดทำข้อมูลในเรื่องผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนการส่งวิทยุภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลในหลายๆ ด้านคือ ด้านนโยบาย วิทยุกระจายเสียง-วิทยุโทรทัศน์ (Broadcast Policy) ด้านการกำกับดูแล (Regulatory) ด้านเทคโนโลยี (Technologies) ด้านการวางแผนเครือข่าย (Network Planning) การรับรู้ของผู้รับบริการ (Customer Awareness) และการวางแผนธุรกิจ (Business Planning) ที่เกี่ยวข้องกับวิธีการ กระบวนการ ในการดำเนินการ ทั้งในภูมิภาค แอฟริกาและเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งปัจจุบันได้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำเป็นหนังสือข้อเสนอแนะ (Recommendation) ชื่อ Guideline for the Transition from Analogue to Digital Broadcasting เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการ ให้เป็นไปด้วยความราบรื่น ลดปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้าง Roadmap ที่เหมาะสมในการดำเนินการ ปัจจุบันฉบับที่เป็นข้อมูลสำหรับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกกำลังดำเนินการปรับแก้ไข และจะได้เผยแพร่ต่อไปใช้ในโอกาสต่อไป

หัวข้อ Digital Terrestrial Television Broadcasting (DTTB) and Migration: Session 2 - 4

ในหัวข้อนี้แบ่งออกเป็น ๓ ประเด็นคือ

๑. การนำประสบการณ์การเปลี่ยนผ่านการส่งวิทยุโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลของประเทศต่าง ๆ มาถ่ายทอดให้ที่ประชุมได้รับทราบ แบ่งเป็นเรื่องของประเทศที่กำลังจะดำเนินการ เช่น มองโกเลีย ประเทศที่ดำเนินการไปบ้างแล้วเช่น เวียดนาม และประสบการณ์ของประเทศที่ประสบความสำเร็จแล้ว ได้แก่ อังกฤษ, นิวซีแลนด์ และฮ่องกง

๒. เรื่องวิวัฒนาการเทคโนโลยีการส่งวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบัน เช่น เทคโนโลยี DVB-T ได้พัฒนาไปสู่ DVB-T2, เทคโนโลยี ISDB-T ที่มีการพัฒนาในการส่งสำหรับเครื่องรับเคลื่อนที่ (Mobile Multimedia Broadcast) ISDB-Tmm, T-DMB และ ATSC ที่ประเทศเกาหลีใต้ใช้งานและพัฒนา นอกจากนี้ยังมีระบบที่พัฒนาโดยประเทศจีน คือ CMMB (China Mobile Multimedia Broadcasting) โดยทั่วไปถูกพัฒนาให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น และเหมาะสมกับทิศทางการใช้อุปกรณ์ด้านรับมากขึ้น

๓. เรื่องเครื่องรับดิจิทัล Digital TV Receivers และ Set Top Box ซึ่งแนวโน้มการพัฒนาเครื่องรับมีทิศทางที่จะเป็น Connected TV หรือทีวีที่สามารถต่อ Internet ได้ โดยปัจจุบันมีการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่าน Internet จำนวนมาก รวมทั้ง HbbTV หรือเทคโนโลยีที่เรียกว่า Hybrid TV ที่ทำให้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ทั้ง TV และ Internet ที่เชื่อมโยงกันได้ในลักษณะ Interactive ซึ่งกำลังได้รับความสนใจมากขึ้น

หัวข้อ Mobile Television: Session 5

ในหัวข้อนี้มีการนำเสนอตัวเลขสถิติการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ คือมีการลดลงของการโฆษณาผ่านสื่อดั้งเดิมลงอย่าง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร แต่กลับมีการโฆษณาเพิ่มขึ้นในสื่อสมัยใหม่ บน Internet ผ่านมือถือ และ PC อย่างมีนัยสำคัญ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าจะมีการใช้ Internet โดยโทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone มากกว่าร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๐๑๔ นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ประเภท Tablet ที่อยู่ระหว่าง Smart Phone และ Notebook ทำให้ผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสารจะต้องให้ความสนใจว่าจะทำอย่างไรเพื่อจะสามารถให้บริการข้อมูลข่าวสารได้กับทุกเครือข่ายและกับทุก ๆ อุปกรณ์ ดังกล่าวได้อย่างเชื่อมโยงกัน

หัวข้อ The Future of Broadcasting: Session 6 - 9

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจคือ ทิศทางการให้บริการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ ที่มีการส่งโทรทัศน์ทั้งในรูปแบบความละเอียดสูง HDTV, รูปแบบ ๓ มิติ 3DTV ในหลากหลายช่องทาง และมีความก้าวหน้ามาก ซึ่งในปี ค.ศ. ๒๐๑๗ มีเป้าหมายที่ให้บริการแบบความละเอียดสูงมาก UHDTV (Ultra- High Definition TV) นอกจากนี้ยังมุ่งไปสู่การเป็น Realistic Media หรือสื่อที่เสมือนจริง โดย Education Broadcasting System (EBS) ของเกาหลีได้มีการพัฒนา Application ในการส่งโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา เป็นการเสนอข้อมูลที่มองไปในอนาคตในมุมมองที่คำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับ ผู้ส่ง และประโยชน์ทางธุรกิจ

Session สุดท้ายได้มีการนำเสนอระบบการเตือนภัยผ่านระบบการกระจายเสียงวิทยุ-โทรทัศน์ EWBS (Emergency Warning Broadcasting System) ที่มีการจัดระบบร่วมกับเทคโนโลยี ISDB-T และ DVB-T แบบเป็นทางเลือก

การประชุม Pre event

เรื่อง กลยุทธ์การฝึกอบรมและการพัฒนาขีดความสามารถรองรับสื่อระบบดิจิทัล
(Capacity Building and Training Strategies in The Digital Media Landscape)

วันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าร่วมประชุม : นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม รปส. ,
นางอุษณีย์ ศรีธีรรัตน์ ผชช.ด้านต่างประเทศ และ นางจิตติมา จารุจินดา ผ.สปช.

หัวข้อที่ ๑: จะปรับปรุงวิธีการฝึกอบรมอย่างไรเพื่อสร้างขีดความสามารถรองรับเนื้อหาและเทคโนโลยีสมัยใหม่

สาระสำคัญของการประชุม

- การฝึกอบรมสมัยใหม่ควรใช้เทคโนโลยีที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ดี อาทิ Facebook YouTube Twitter ซึ่งเป็น Social Media ที่ใช้ง่าย ราคาถูก และครอบคลุมจำนวนบุคลากรได้มากมาย
- ในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการกระจายเสียงจากระบบอนาล็อกมาเป็นดิจิทัล ทำให้ต้องพัฒนาบุคลากรด้านการกระจายเสียง (Broadcasters) ซึ่งต้องจัดการฝึกอบรมในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ จัดอบรมแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Group Training) อบรมผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการทำ Road Show และการอบรมในเวลาปฏิบัติงานจริง (On the job training) เป็นต้น
- วิธีการฝึกอบรมผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ (Traditional Media Training & New Media Training) ยังคงต้องใช้ผสมผสานกัน เนื่องจากแต่ละองค์กรมีความพร้อมต่างกัน ทั้งในด้านงบประมาณและด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วอาจใช้วิธีการอบรมผ่านสื่อสมัยใหม่ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด แต่สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาอาจมีข้อจำกัดหลายด้านจึงจำเป็นต้องอบรมแบบดั้งเดิม (Face to Face / Classroom)
- บทสรุปของประเด็นนี้คือ แนวทางหรือวิธีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาขีดความสามารถรองรับสื่อระบบดิจิทัล จึงยังต้องใช้วิธีการผสมผสานทั้งแบบดั้งเดิมและการใช้สื่อสมัยใหม่ ไม่สามารถเลือกวิธีการใดวิธีการหนึ่งที่เหมาะสมได้ (No One Size fit All)

หัวข้อที่ ๒: กลยุทธ์และความท้าทายใดที่จะช่วยให้บุคลากรเกิดการพัฒนาศักยภาพในด้านความคิด
เชิงสร้างสรรค์

สรุปสาระสำคัญ

- ควรจัดให้มีการศึกษาตลอดชีพ (Lifelong Learning) อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรเป็นรายบุคคล

/• ควรสร้างระบบเศรษฐกิจ.....

- ควรสร้างระบบเศรษฐกิจบนฐานข้อมูลความรู้ (Establish Knowledge Based Economics) เพื่อการพัฒนาบุคลากรด้วย
- ต้องพยายามลดช่องว่างระหว่างสิ่งที่ต้องการกับสิ่งที่มีอยู่ เพื่อให้สามารถจัดหลักสูตรฝึกอบรมตอบสนองบุคลากรได้ทุกระดับ

หัวข้อที่ ๓: จะมีกลไกที่มีประสิทธิภาพหรือไม่สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สมาชิก และพันธมิตรของ AIBD ที่จะสามารถสะท้อนกลับมายัง AIBD เพื่อช่วยพัฒนาขีดสมรรถนะให้ AIBD เป็นสถาบันฝึกอบรมที่มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

สรุปสาระสำคัญ

- AIBD ควรรวบรวมผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในรูปแบบการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม (Focus Group) การสังเกตการณ์และรายงานจากภายในและภายนอก (Internal & External Reports)
- AIBD ควรนำข้อมูลจากการสะท้อนกลับมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจ (Decision Making)
- AIBD ควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพันธมิตร/หุ้นส่วน (Stakeholder & Partners)
- AIBD ควรกำหนดความท้าทาย (Identifying Challenges) เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วด้านเทคโนโลยีและพลังขับเคลื่อนด้านการตลาด (Market Driven Force)
- AIBD ควรมีระบบติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ผ่านการอบรมจาก AIBD
- AIBD ควรจัดการฝึกอบรมบุคลากรด้านการกระจายเสียง (Broadcasters) เพิ่มขึ้นในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ห่างไกล (Rural Area) เพื่อช่วยให้การผลิตรายการมีคุณภาพตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- AIBD ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดอบรม (Training Facilities) อย่างพอเพียงในการให้บริการ

บทสรุปเนื้อหาการสัมมนาดังกล่าว เป็นการสรุปจากแนวคิดของวิทยากรผู้เข้าร่วมอภิปรายในลักษณะ Panel Discussion ซึ่งวิทยากรดังกล่าวมาจากหลากหลายประเทศ อาทิ จีน ฝรั่งเศส เวียดนาม ฟิจิ อิหร่าน เนปาล ซีเรีย อินโดนีเซีย เป็นต้น ซึ่งสถาบันการประชาสัมพันธ์จะได้นำมาใช้ประโยชน์ในภารกิจของสถาบันฯ ต่อไป

การประชุม Pre event

เรื่อง ระบบบริหารจัดการองค์กรสื่ออย่างมีคุณภาพตามเกณฑ์ประเมินของ ISAS BCP 9001 : 2010 (Media Quality Management)

วันจันทร์ที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าร่วมประชุม : นางสาวรัตนา เจริญศักดิ์ ผอ.สทท.,

นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์ ผอ.สทท. และ นางสุดฤทัย เลิศเกษม ผ.สงต.สปต.

สาระสำคัญของการประชุม

วิทยากรจาก Media & Society Foundation (MSF) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และผู้แทนจาก ISAS (International Standard and Accreditation Services) ร่วมดำเนินการสัมมนาตลอดรายการ มุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้รับทราบแนวทางการบริหารจัดการองค์กรสื่ออย่างมีคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือและกลไกที่มีอยู่ไปปรับใช้ให้ตรงกับความต้องการของหน่วยงาน

MSF เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรภายใต้พันธกิจด้านการสนับสนุนพัฒนาการด้านการกระจายเสียงและสื่ออย่างมีคุณภาพ เป็นผู้สร้างมาตรฐาน BC : 9001 เพื่อเป็นมาตรฐานสำหรับการกระจายเสียงเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๖ และตั้ง P9001 เพื่อเป็นมาตรฐานของสื่อ ในปี พ.ศ. ๒๕๔๘

ส่วน ISAS เป็นองค์กรเอกชนที่ให้คำแนะนำเพื่อนำไปสู่ผลการตรวจสอบการประเมินองค์กรตามคำร้องขอของหน่วยงานผู้ประสงค์จะใช้บริการ มีมาตรฐานการตรวจสอบเช่นเดียวกับ ISO (International Standard of Operation)

จากการตอบรับขององค์กรสื่อต่าง ๆ ที่ให้การยอมรับมาตรฐานการทำงานของ MSF เป็นเวลากว่า ๗ ปี คณะกรรมการฯ MSF จึงได้ตัดสินใจรวมมาตรฐานทั้ง ๒ แนวทางตามข้างต้นให้เกิดเป็น ISAS BCP 9001 : 2010 เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนามาตรฐานขององค์กรสื่อให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน

การยอมรับระบบการบริหารคุณภาพขององค์กรเกี่ยวกับสื่อ (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร กิจกรรม on Line /New Media) อยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ ซึ่งผู้บริหารระดับสูงและพนักงานต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับยุทธศาสตร์องค์กรร่วมกัน เป้าหมายของระบบนี้ต้องการให้เกิดความแน่ใจว่าผู้นำองค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับสื่อจะบริหารองค์กรในทิศทางที่ทำให้เกิดมาตรฐานสูงสุดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- การให้บริการแก่ผู้รับบริการ (กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนโดยทั่วไป)
- การให้บริการต่อสังคม โดยส่งเสริมให้เกิดการกระจายของข้อมูลในลักษณะของความ เป็นประชาธิปไตย
- การให้บริการแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ซึ่งรวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน (Staffs), ผู้จ้างโฆษณา (Advertisers), ผู้รับสัญญา ผู้รับจ้าง (Sub-contractors), ผู้ถือหุ้น (Shareholders), ภาคประชาสังคม (Civil Society Association), สมาคมหนังสือพิมพ์ (Journalist Union) และภาครัฐ (Public Authorities)

/กระบวนกรดำเนินงาน.....

กระบวนการดำเนินงานตามข้อกำหนด

ตาม ISO 9001 : 2008 เงื่อนไขหรือข้อกำหนดของมาตรฐานสากลนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เกิดการยอมรับของกระบวนการพัฒนาการปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้นของระบบการบริหารคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หรือลูกค้า/กลุ่มเป้าหมาย

วิธีการดำเนินการ ในเรื่องนี้ได้ใช้กระบวนการ

- P : Plan = วางแผน
- D : Do = ปฏิบัติการ
- C : Check = การตรวจสอบ
- A : Action = การปฏิบัติต่อเนื่อง

ทั้งนี้ แนวทางปฏิบัติจะเป็นไปตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดของแต่ละองค์กรที่ขอเข้ารับการประเมิน เพื่อปรับสู่มาตรฐานของ ISAS โดยประเด็นหนึ่งที่ ISAS วางแนวทางการบริหารงานในองค์กร คือ การพยายามใช้เอกสารน้อยที่สุดในการสั่งการ เพื่อมิให้ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานเสียเวลาไปกับการจัดทำเอกสารที่ฟุ่มเฟือย โดยไม่จำเป็น

ระบบ ISAS ที่กล่าวนี้ นับเป็นระบบการประเมินคุณภาพการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาคุณภาพสื่อให้มีมาตรฐาน มีระยะเวลาในการดำเนินงานตามกระบวนการต่าง ๆ ประมาณ ๑ ปี หากองค์กรนำระบบเข้าสู่การประเมินแล้วไม่ผ่านตามเกณฑ์ ISAS จะไม่ออก Certificate ให้จนกว่าจะมีการทบทวนแนวทางปฏิบัติใหม่ หรือกรณีจุดอ่อนของผลการประเมินไม่ใช่ปัจจัยหลักของระบบการบริหาร ISAS อาจพิจารณาทบทวนผลการประเมินให้อีกครั้งหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

แม้ว่าขณะนี้สื่อภาครัฐใน ASEAN ทั้ง ๑๐ ประเทศ ยังไม่มีประเทศใดนำระบบ ISAS มาตรวจสอบหรือพัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรสื่อตามแนวทาง ISAS BCP 9001 : 2010 แต่ในอนาคตหากได้มีการศึกษาระบบการดำเนินงานเพื่อนำไปปรับใช้กับการบริหารจัดการองค์กรสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสมก็จะเป็นเครื่องมืออีกชนิดหนึ่งในการประเมินองค์กรเพื่อนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่อสากลและเป็นที่ที่ยอมรับในกระบวนการสร้างมาตรฐานคุณภาพ ISAS BCP 9001 : 2010

การประชุม Pre event

หัวข้อ Mediahub และ มิติการนำเสนอเนื้อหาที่เหนือระดับเพื่อมุ่งไปสู่ความมั่นคงที่ยั่งยืน
สู่การตลาดและการสร้างรายได้

(Mediahub: A Platform Towards Better Content , Market Share and Revenues)

วันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าร่วมประชุม : นางสาวรัญญา เกตุแก้ว นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ สนข.

นายวีรพันธ์ รุจิเกียรติกำจร เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สปต.

เป้าหมายและวัตถุประสงค์การนำเสนอ

วัตถุประสงค์การประชุม AIBD ร่วมกับพันธมิตร Global Media Center for Development จัดการประชุมกลุ่มย่อยในหัวข้อ “มิติการนำเสนอเนื้อหาที่เหนือระดับเพื่อมุ่งไปสู่ความมั่นคงที่ยั่งยืน การดำเนินงานด้านการตลาดและการหารายได้” เนื่องจากเห็นว่าในยุคสื่อสมัยใหม่ สื่อต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตเนื้อหา รวมถึงการหาแหล่งสนับสนุนรายได้และการตลาด ดังนั้นทางเลือกหนึ่งคือ Mediahub หรือ ตลาดวิดีโอ

เนื่องจากความต้องการของผู้ชม มีความชัดเจนมากขึ้น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด กอปรกับการแข่งขันที่สูงขึ้นขณะที่งบประมาณและรายได้กลับลดลง ดังนั้น สถานีโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้การบริหารงานด้านต่าง ๆ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกันยังต้องปรับรูปแบบรายการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ โดยใช้ช่องทางที่หลากหลายแบบบูรณาการ เช่น ผ่านเครือข่ายโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ โทรทัศน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ Video on Demand การนำเทคโนโลยีมาจัดเก็บและส่งข้อมูลข่าวสาร เช่น Mediahub เข้ามาช่วยก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายอย่างทั่วถึง ทำให้สถานีโทรทัศน์สามารถคัดเลือกรายการโทรทัศน์ ซึ่งถูกแบ่งตามประเภทอย่างชัดเจนได้อย่างสะดวกรวดเร็วมายิ่งขึ้น โดย Mediahub นี้ AIBD จะให้บริการแก่สมาชิกโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมในปีแรก ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ กปส. ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านรายการ รวมทั้งรับทราบทิศทางการผลิตรายการในตลาดโลก

สรุปสาระสำคัญการประชุม

๑. **การนำเสนอข้อมูลสื่อที่น่าสนใจ:** ปัจจุบันสิ่งที่ท้าทายการดำเนินงานด้านสื่อในประเทศยุโรปคือการเข้าสู่ยุคของดิจิทัล ทำให้ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างด้านการตลาด การบริหารสื่อเปลี่ยนแปลงไป การบริหารสื่อแบบฟรีทีวีในยุโรปก็ประสบปัญหาการแทรกแซงของรัฐ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ช่องทางการรับสื่อของประชาชนในแต่ละวัยที่แตกต่างกัน และอิทธิพลของสื่อสมัยใหม่ ดังนั้นประเทศในยุโรปจึงหาทางออกด้วยการเพิ่มช่องทางการส่งข้อมูลข่าวสาร

/ของฟรีทีวีผ่านทาง.....

ของฟรีทีวีผ่านทาง TV on Internet, โทรศัพท์เคลื่อนที่, ไฮบริดทีวี ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการดำเนินการทางด้านการตลาด ทั้งในลักษณะการตลาดทั้งระบบ (Selling Process) และเลือกดำเนินการตามความต้องการของลูกค้า (Deal Option)

อย่างไรก็ตาม ในมุมมองทางด้านการตลาดหรือการพัฒนาสื่อของ AIBD มองว่ายุโรปได้เข้าสู่ยุคของดิจิทัลหลายปีแล้วจึงถือเป็นตลาดเก่าที่มีความอึดตัว ในขณะที่ตลาดสื่อของเอเชียเป็นตลาดใหม่ซึ่งยังคงมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากสถิติตัวเลขการพัฒนาสื่อของเอเชียตั้งแต่ปี พ.ศ ๒๕๒๓ เป็นต้นมา แสดงให้เห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเรื่อย ๆ ซึ่งทางการตลาดมองว่าเอเชียยังเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการใช้สื่อที่หลากหลายเมื่อเทียบกับยุโรปที่ถือเป็นตลาดเก่า (The Asia Millennial Drivers of Change) นอกจากนี้ยังมองว่าในด้านการบริโภคเนื้อหา เอเชียก็ยังเป็นตลาดใหญ่และยังต้องการบริโภคเนื้อหามากกว่าที่อื่น และถือเป็นคลื่นลูกที่ ๕ ซึ่งจากการสำรวจการบริโภคข้อมูลผ่านสื่อสมัยใหม่ในเอเชียพบว่าประเทศฟิลิปปินส์ติดอันดับ ๑ ในการใช้สื่อออนไลน์และอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๖๑ หรือจำนวน ๑๑ ล้านคน โดยในจำนวนนี้รับชมทีวีออนไลน์ ร้อยละ ๕๔ วิทยุร้อยละ ๓๖ และหนังสือพิมพ์ร้อยละ ๓๒

๒. มิติใหม่การนำเสนอเนื้อหาที่เหนือระดับเพื่อมุ่งไปสู่ความมั่นคงที่ยั่งยืน: ในโลกของสื่อยุคใหม่ เนื้อหาได้ถูกรวมเข้าด้วยกัน (Content Integrated) และถูกนำเสนอผ่านช่องทางที่หลากหลายในการบริหารจัดการข้อมูลสมัยใหม่ต้องเปลี่ยนมุมมองวิธีคิดใหม่เป็น “ผู้รับคือหัวใจที่สำคัญ” (The Audience is King) การนำเสนอรายการทางสื่อสมัยใหม่ “เนื้อหา” เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะต้องไม่ลืมว่าผู้บริโภคจะแสวงหาเนื้อหาที่ตัวเองชอบและดีที่สุด และเมื่อเนื้อหาดีมีประโยชน์ ผู้บริโภคจะใช้วิธีการบอกต่อ ๆ กัน ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่ดีอีกวิธีหนึ่ง ในส่วนของการโฆษณาก็ต้องปรับยุทธวิธีการนำเสนอใหม่รวมทั้งวิธีการโฆษณาเนื่องจากพบว่าพฤติกรรมกรรมการรับข้อมูลทางสื่อสมัยใหม่ ผู้บริโภคเลือกรับชมเฉพาะเนื้อหาเท่านั้นและจะไม่รับชมการโฆษณา ในขณะที่ผู้ผลิตยังจำเป็นต้องนำเสนอโฆษณาเพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ ดังนั้นทางเลือกหนึ่งคือการนำเสนอโฆษณาแฝงในลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์

๓. การตลาดและการหารายได้: ยุทธวิธีที่นำเสนอในการประชุมกลุ่มย่อยคือ E-Market Video หรือ Mediahub โดยความร่วมมือระหว่าง AIBD และ GMCD มีลักษณะเป็นตลาดแลกเปลี่ยนซื้อขายรายการสำหรับผู้ให้บริการเนื้อหาและผู้ใช้ ที่สมาชิกสามารถอัปโหลด และดาวน์โหลดรายการ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับโดยสรุปคือ

- ๓.๑ สามารถนำรายการที่ผลิตมาแลกเปลี่ยนซื้อขายในเวทีของ Mediahub
- ๓.๒ เป็นช่องทางหนึ่งในการโปรโมทรายการและเผยแพร่รายการในเวทีสื่อโลก แต่ทั้งนี้รายการที่นำมาเผยแพร่ ต้องมีเนื้อหาและการผลิตที่ดี รวมทั้งผู้ผลิตต้องทำตัวอย่างสำหรับขาย
- ๓.๓ เปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่และขยายส่วนแบ่งการตลาดและเพิ่มรายได้จากการจัดจำหน่าย

๔. การทดลองใช้งานในระบบของ Mediahub: AIBD เปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกทดลองเข้าไปใช้งานในระบบเป็นเวลา ๑ ปี โดยในเวทินี้จะมีรายการจากทั่วโลก แบ่งหมวดหมู่ประเภทรายการประเทศต้นกำเนิด และภาษาไว้อย่างชัดเจน รวมถึงงานด้านข่าว และรายการ หลังจากทดลองใช้งาน ๑ ปี หากหน่วยงานใดสนใจใช้บริการต่อไปจะมีการเก็บค่าธรรมเนียม ซึ่งอยู่ที่การเจรจาเป็น Package อย่างไรก็ตาม หาก กปส. สนใจ ทาง Mediahub จะมีการติดต่อประสานงานในรายละเอียดในขั้นตอนต่อไป เพราะจากการสอบถามถึงรูปแบบ หรือ Platform ที่ใช้อาจต้องหารือในรายละเอียดค่อนข้างมาก รวมทั้งต้องมีการอบรมผู้ใช้งาน การสัมมนาให้ความรู้ด้านการตลาดกับทีมงาน

อย่างไรก็ตามจากการทดลองเข้าไปใช้งานในระบบพบว่า ระบบดังกล่าวเป็นประโยชน์ในแง่การดึงรายการไปใช้หาก กปส. ขาดแคลนรายการที่ผลิต แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าหากเป็นสมาชิก และจะต้องมีทีมงานที่ดำเนินงานด้านการตลาดให้คุ้มทุนด้วย

๕. สรุปแนวทางการหารายได้ของสื่อใหม่มี ๒ ทาง

๕.๑ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหา ตามสโลแกนที่ว่า Content is King โดยพัฒนาเนื้อหาและการผลิตที่น่าสนใจ

๕.๒ สร้างความสัมพันธ์กับเครือข่าย ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการดำเนินงานของสื่อสมัยใหม่ องค์กรต้องมีเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากที่สุด

๖. ข้อเสนอแนะเพื่อการดำเนินงานของ กปส. ต่อกรณีดังกล่าว

๖.๑ กรณีการทดลองใช้งานในระบบ Mediahub สามารถดำเนินการได้โดยอาจมอบหมายหน่วยงานใดรับผิดชอบ และทดลองใช้งานในระบบ ๑ ปี หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์ ถึงความคุ้มค่าในการเสียค่าธรรมเนียมการใช้งานในปีต่อไป

๖.๒ กรณีที่ กปส. ขาดแคลนรายการสามารถเข้าไปดาวน์โหลดรายการมาใช้งานได้ ขณะเดียวกัน หาก กปส. มีรายการที่ดี ที่คิดว่าอยู่ในความสนใจของตลาด ก็ สามารถนำรายการไปขายในเวทิดังกล่าว โดยเผยแพร่ในรูปแบบของภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ได้ ซึ่งจากการทดลองใช้งานในวันประชุมพบว่า ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ปรากฏการใช้งานในระบบคือ TAN Network

การประชุม Pre event

เรื่อง การกระจายเสียงแพร่ภาพเพื่อปวงชน โดยเน้นความเสมอภาคระหว่างเพศ
(Broadcasting for All: Focusing on Gender)

วันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๔

ผู้เข้าประชุม : นางสาวสิริกุล เกษภูาบดี ผ.สวท.ศก. และ
นางสุกานดา ไชยะสุข นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ สปต.

วัตถุประสงค์ของการประชุม

เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเสมอภาคระหว่างเพศ เน้นการส่งเสริมบทบาทของเพศหญิงซึ่งยังถูกกีดกัน และไม่เสมอภาคกับเพศชาย ทั้งนี้ ที่ประชุมต้องการให้สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ได้มีการทำงานที่ส่งเสริมความเสมอภาคทั้งในสถานที่ทำงาน และการนำเสนอรายการต่อผู้ชมผู้ฟัง

สาระสำคัญของการประชุม

วิทยากรได้กล่าวถึงความเป็นมาในการจัดทำคู่มือปฏิบัติสำหรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์เพื่อสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ซึ่งคู่มือดังกล่าวได้แนะนำการปฏิบัติสำหรับสื่อ ดังนี้

๑. การนำเสนอเนื้อหาต่อผู้บริโภค
 - ควรต้องมีความยุติธรรมและสมดุลในการคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอต่อผู้ชมผู้ฟัง
 - ต้องแสวงหาแหล่งข้อมูลให้มากและกว้างขวางขึ้น เพื่อเรื่องที่น่าสนใจจะได้มีเนื้อหาของทั้งหญิงและชาย
 - สื่อต้องเข้าร่วมทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการในการตรวจสอบว่า เนื้อหาที่นำเสนอต่อผู้บริโภคมีความเสมอภาคระหว่างเพศหรือไม่
 - พัฒนาข้อมูลและแนวปฏิบัติสำหรับบรรณาธิการเพื่อนำเสนอเนื้อหาและการใช้ภาษาที่เหมาะสม มีความเสมอภาคระหว่างเพศ
 - พัฒนาเครือข่ายบุคลากรทั้งภายนอกและภายในเพื่อสนับสนุนความริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศ
 - มีการให้รางวัลสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่ให้ความเสมอภาคระหว่างเพศสูง
 - ใช้ทรัพยากรและเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจัดอบรม/สัมมนาเพื่อขยายความเข้าใจและตอกย้ำความเสมอภาคระหว่างเพศ

๒. การผลิตรายการ

- หลีกเลี่ยงการใส่ความรู้สึกอคติเกี่ยวกับเพศใดเพศหนึ่ง
- นำเสนอในเรื่องราวของสตรีในแง่มุมมองของความสามารถพิเศษ หรืองานวิชาการที่หลากหลาย
- ให้ความระมัดระวังและเคารพต่อเรื่องราวและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็เพศใดก็ตาม

/- ตรวจสอบด้านเทคนิค.....

- ตรวจสอบด้านเทคนิค และวิธีการสัมภาษณ์ รวมถึงการผลิตรายการเพื่อหลีกเลี่ยงความรู้สึก
กีดกันเพศใดเพศหนึ่ง

- นำเสนอเรื่องราวที่มีแง่มุมความเห็นจากทั้งหญิงและชาย ให้ผู้หญิงได้มีโอกาสและเวลา
ที่จะแสดงความเห็นเท่าเทียมกับผู้ชาย

๓. สถานที่ทำงานของสื่อ

- มีการตรวจสอบการใช้ภาษาหรือถ้อยคำในการสื่อสาร มีการจัดทำนโยบายและแนวทางปฏิบัติ
เพื่อความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

- มีการจ้างงานหรือการแต่งตั้งพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ อย่างยุติธรรม ไม่กีดกันเพศ

- จัดทำและเผยแพร่แผนนโยบายการปฏิบัติตนเพื่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ
มีการอบรมและมีกระบวนการรับฟังความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานหรือนโยบายที่ไม่ส่งเสริมความเสมอภาค

- ให้โอกาสผู้หญิงได้รับการพัฒนา และสร้างเครือข่ายระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

- ติดตามตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ เพื่อสร้างพื้นที่ให้ผู้หญิงได้มีบทบาทที่เสมอภาค
กับเพศชาย

- ทบทวนข้อกำหนดว่าด้วยการลางานเพื่อให้ผู้หญิงสามารถมีเวลาดูแลครอบครัว และให้ความ
ยืดหยุ่นในการทำงานแก่ผู้หญิงมากขึ้น

- มีการคัดเลือกบุคคลดีเด่นที่มีผลงานในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย

ทั้งนี้ ได้มีวิทยากรจากหลายหน่วยงานได้นำเสนอเกี่ยวกับบทบาทสตรีที่ดำรงตำแหน่งใน
ระดับสำคัญต่าง ๆ ในหน่วยงานของตนด้วย

วิทยากรได้ชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันบทบาทของผู้หญิงในสังคมได้พัฒนาไปมาก และอยู่เบื้องหลัง
ความสำเร็จของผู้ชายเสมอ อย่างไรก็ตาม ยังมีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมและให้โอกาสแก่ผู้หญิงในประเด็น
เกี่ยวกับค่านิยมการจ้างผู้หญิงเข้ามาทำงานในวงการสื่อมวลชน ซึ่งในบางประเทศรวมถึงประเทศไทยจะให้
ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตามากกว่าสติปัญญาความสามารถ จึงนับเป็นวิกฤติของค่านิยม โดยเฉพาะเหล่า
ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นเผยแพร่ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยอิงทัศนคติที่ใช้ผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความสวย
และผิวขาวเป็นต้นแบบ เพื่อเชิญชวนดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคสื่อในสังคมปัจจุบัน

วิทยากรจาก TPBS ประเทศไทยได้กล่าวถึงโครงการฝึกอบรมสื่อพลเมือง โดยให้ผู้ด้อยโอกาส
หรือบุคคลระดับรากหญ้าได้เรียนรู้ทฤษฎีการสื่อสารและฝึกปฏิบัติงานการใช้อุปกรณ์เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร
แบบพื้นฐาน พร้อมกับสร้างแรงจูงใจให้สตรีระดับรากหญ้าสามารถค้นพบความรู้สึกและจินตนาการของ
ตนเองจนกระทั่งสามารถสื่อสารความคิด ความรู้สึกและประสบการณ์ของตนออกมาในสารคดีโทรทัศน์
ที่เรียบง่ายแต่สามารถสะท้อนความรู้สึกจากส่วนลึกของจิตใจได้ ทั้งนี้ วิทยากรได้นำเสนอตัวอย่างสารคดีสั้น
ที่ผลิตโดยสตรีชาวบ้านผู้หนึ่งในภาคใต้ สารคดีเรื่องนี้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการชนวนในมุมมองของสตรี
มีเนื้อหาบอกเล่าถึงความมุ่งมั่นของชาวบ้านในการฝึกฝนว้าวเพื่อการแข่งขัน ซึ่งเป็นความนิยมอย่างแพร่หลาย
ในท้องถิ่นภาคใต้ โดยผู้ผลิตรายการได้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการนำเสนอในรูปแบบสารคดีในเชิงสัญลักษณ์

โดยมีวิ้วและคนฝึกเป็นตัวแทนความพยายามในการเปลี่ยนแปลง ความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จได้ในที่สุด ซึ่งวิทยากรเห็นว่าผลงานสารคดีเช่นนี้เป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้สตรีรากหญ้าเหล่านี้ได้พัฒนาตนเองต่อไปในอนาคต เพื่อการผลิตผลงานสารคดีเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างหญิงชายโดยผ่านมุมมองของสตรี

ข้อเสนอแนะ

ความเสมอภาคระหว่างหญิงชายเป็นประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของทั่วโลก โดยเน้นให้ผู้หญิงได้มีบทบาทมากขึ้น และลดการกีดกันหรือเลือกปฏิบัติโดยใช้ข้ออ้างจากเพศสภาวะ ทั้งนี้ กปส. เองก็ให้ความสนใจในเรื่องนี้ ดังนั้นจึงอาจนำคำแนะนำหรือคู่มือปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานสื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคหญิงชายไปปรับใช้ในหน่วยงานได้

การประชุม Asia Media Summit 2010

วันที่ ๒๔ - ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๔

การประชุมใหญ่ Asia Media Summit 2011 (AMS8 2011) ซึ่งในปีนี้ได้ให้ความสำคัญในการอภิปรายเรื่อง Digital Media Everywhere: Repositioning Broadcasting โดยแบ่งการประชุมออกเป็น 8 Session คือ

- Session 1: Creative and Innovative Ways to Create & Use Content
- Session 2: Embracing Social Media: Impact on Television
- Session 3: Technology Innovations: Driving Broadcasting to New Horizons
- Session 4: Optimizing Broadcasting and New Media for Development
- Session 5: Approaches for Growth and Sustainability
- Session 6: Towards a Culture of Digital Sharing in Asia-Pacific and Beyond
- Session 7: Winning Strategies to Manage Change
- Session 8: Creating a High Performance Culture

สรุปสาระสำคัญในภาพรวม

Session 1: เป็นการนำเสนอจาก CNTV (China Network TV), France Television และ Prime Work Studio ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการสร้าง Content ที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้ชมในหลายรูปแบบตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทั้งโทรทัศน์ภาคพื้นดิน Internet และโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างเช่น CNTV ที่ทำหน้าที่คล้าย Content Distributer ให้กับ CCTV ในการส่ง Content ลงไปในหลาย Platform ทั้งโทรทัศน์แบบปกติ ผ่านมือถือ ผ่าน Internet ผ่านโทรทัศน์แบบเคลื่อนที่ ส่งผลให้ Content สามารถไหลไปได้ในทุกเครือข่ายทำให้อุปกรณ์ด้านรับ (Terminal) หลากหลายชนิดสามารถเข้าถึง Content ได้ในเวลาเดียวกัน ด้านของ France Television ได้นำเสนอการพัฒนารายการที่มีอยู่เดิม ให้มีความทันสมัยได้อย่างไร โดยนำเทคโนโลยี Hybrid TV มาใช้ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอการใช้อุปกรณ์หลาย ๆ ชนิด ในการช่วยส่งเสริม Content จาก Prime Work Studio เช่น การปล่อยตัวอย่างรายการให้รับชมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก่อนการออกอากาศจริงทางโทรทัศน์ และมีเว็บไซต์ของรายการเพื่อให้ผู้ชมได้มีการตอบโต้และตอบสนอง

Session 2: เป็นการนำเสนอเรื่องผลกระทบที่เกิดจากการวิวัฒนาการของสื่อสังคมสมัยใหม่ (Social Media) อย่าง Facebook, YouTube, Twitter etc. ในมุมมองของการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมของโลกจากการนำเสนอของ UNEP, มุมมองในเรื่องผลกระทบทางด้านการเมืองการปกครอง การปฏิวัติ และความรุนแรง, และมุมมองในเรื่องการเพิ่มขึ้นของ Social Network เองทำให้มีทั้งผู้รับข้อมูลข่าวสาร และเป็นผู้สร้างข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ซึ่งสื่อแบบดั้งเดิมอย่างทีวี และวิทยุ จะต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับผลกระทบดังกล่าว แต่ก็สามารถใช้ประโยชน์ในการเป็นช่องทางหารายได้เสริมให้กับองค์กรเช่นกัน

/Session 3: เป็นการนำเสนอ.....

Session 3: เป็นการนำเสนอความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในแต่ละประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศผู้นำทางเทคโนโลยีอย่าง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และ ออสเตรเลีย อย่างเช่นประเทศญี่ปุ่นนำเสนอทิศทางการพัฒนาทางเทคโนโลยีวิทยุโทรทัศน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่ส่งโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินในมาตรฐานของตัวเอง ได้แก่ ISDB-T และการส่งโทรทัศน์ในแบบ Mobile TV รวมทั้งการหยุดการให้บริการส่งโทรทัศน์ระบบอนาล็อกในปี ค.ศ. ๒๐๑๑ ด้วย ส่วนประเทศเกาหลีใต้เสนอเทคโนโลยีการส่งโทรทัศน์แบบ ๓ มิติ (3DTV) ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว ส่วนประเทศ ออสเตรเลียนำเสนอการส่งกระจายเสียงแบบดิจิทัล DMB ที่เป็นการส่งเสียงและภาพนิ่งในระบบดิจิทัลที่ได้จากการนำแถบคลื่นความถี่ที่ใช้ส่งโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเดิมมาใช้งาน นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเรื่องของ Hybrid TV จาก VTV ของเวียดนามอีกด้วย

Session 4: เป็นการนำเสนอเรื่องของ ผลกระทบภัยพิบัติ ภาวะวิกฤติของชาติที่เกิดขึ้นว่า จะทำอะไรให้การกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และสื่อใหม่ (New Media) สามารถพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติและเหตุการณ์วิกฤติดังกล่าวได้อย่างแท้จริง ซึ่งมีการนำเสนอในมุมมองของธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (ADB) และ UNESCO

Session 5: วาระนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการรับมือกับการเจริญเติบโตของสื่ออย่างยั่งยืน ซึ่งมีการนำเสนอในเรื่องวิวัฒนาการการบริโภคสื่อในยุคดิจิทัล (Media Consumption Evolution in the Digital Era) และเรื่องของเงื่อนไขต่าง ๆ ในด้านการตลาดของสื่อในประเทศฝรั่งเศส แต่ก็มีนำเสนอในอีกมุมมองหนึ่งคือการใช้สื่อเพื่อรับมือกับภัยพิบัติ เช่น การเกิดสึนามิที่ประเทศญี่ปุ่นเมื่อ ๑๑ มีนาคม ค.ศ. ๒๐๑๑ ที่ผ่านมามีการสื่อสารกับประชาชนโดยผ่านสื่อ ตัวอย่างนี้เป็นเรื่องที่ได้รับ ความสนใจจากผู้เข้าร่วมประชุมอย่างมาก

Session 6: เป็นการนำเสนอเรื่องของระบบการจัดเก็บและแลกเปลี่ยน Content ที่เป็นคลัง Digital Content อย่างเช่น Mediahub ที่สร้างระบบการจัดเก็บ Digital Content เพื่อให้สมาชิกสามารถนำ Content ไปซื้อ-ขาย ได้เพียงสมัครสมาชิก, กระบวนการแปลง Analog Content เป็น Digital Content เพื่อให้สามารถจัดเก็บลงในระบบคลังข้อมูลได้อย่างเช่น VOV ที่มีโครงการนำเทปเสียงระบบ Analog ทั้งที่อยู่ในรูปแบบเสียง เทปเสียง มาแปลงให้อยู่ในรูปแบบ Digital เก็บลงในระบบคลังข้อมูล (Archive) ที่ต้องใช้เวลาหลายปี เพื่อประโยชน์ในการนำ Digital Content ที่ได้ไปใช้งานทั้งในสถานีวิจัยและโทรทัศน์

Session 7: เป็นการนำเสนอมุมมองทางยุทธศาสตร์ที่ใช้แนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการสื่อที่เราทราบดีว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

Session 8: เป็นการนำเสนอเรื่องการสร้างวัฒนธรรมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ นำเสนอในมุมมองของการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรสื่อ การฝึกอบรม เพื่อสร้างวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร

ข้อคิดเห็น

เทคโนโลยีการนำเสนอเนื้อหาที่มีวิวัฒนาการอย่างรวดเร็วนั้น มีการเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกันระหว่างเทคโนโลยีดั้งเดิม และเทคโนโลยีใหม่ในลักษณะหลอมรวมเข้าด้วยกัน (Convergence of Technologies) แต่กลับส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง หรือแม้กระทั่งด้านสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งก้าวหน้าอย่างรวดเร็วไม่ว่า 2G 3G หรือ 4G ก็ตามเทคโนโลยีได้พัฒนาขึ้น ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ หมายความว่ายิ่งเทคโนโลยีใหม่ขึ้นก็ยิ่งจะสามารถขนส่งข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น และมีคุณภาพมากขึ้น มีคนใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ราคาถูกลงอย่างรวดเร็ว แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็คือทำให้พฤติกรรมของคนและสังคมเปลี่ยนแปลงทั้งในทางบวกและทางลบ ประชาชนสามารถสนทนากันได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้สังคมมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น แต่ในทางกลับกันประชาชนที่ยากจนก็จะมีปัญหาเรื่องความไม่เท่าเทียมกัน ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และระบบการสื่อสารแบบไร้สายยังอาจใช้ในการทำลายความมั่นคงของประเทศได้ มีรูปแบบทางธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นตามมา มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แทนการใช้โทรศัพท์แบบใช้สายหรือแบบประจำที่ (Fixed Telephone) แต่อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีโทรศัพท์แบบประจำที่ดังกล่าวกลับถูกพัฒนาไปสู่ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line High Speed Internet) นอกจากนี้ยังพัฒนาไปสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไร้สาย Wi-Fi (Wireless-Fidelity) ซึ่งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทุกหนแห่งนี้เป็นตัวการสำคัญให้เกิดผลกระทบในวงกว้างในระดับโลกที่สนับสนุนให้เกิดทั้งสังคมออนไลน์ หรือเปรียบเสมือนโลกเสมือนจริง (Virtual World) มีตัวตนที่เรียกว่า Avatar ที่มีประชากรจากทุกประเทศ เชื้อชาติ ศาสนาอยู่ร่วมกัน ซึ่งแน่นอนย่อมมีผลกระทบต่อโลกแห่งความเป็นจริง (Real World) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นตัวการผลักดันโลกให้ก้าวสู่ยุคข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง จากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีการส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (Broadcast Technology) เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร (Telecommunication Technology) ทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ต ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีการไหลเวียนในโลกนี้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ การบังคับและควบคุมข้อมูลข่าวสารทำได้ยากมากขึ้น (Lose Control) ข้อมูลข่าวสารเองมีพลังมากขึ้นจนสามารถชี้ถูกชี้ผิดทางสังคมได้

หากมองวิวัฒนาการของเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการของสื่อสารมวลชนนั้น เราสามารถมองได้ในสามส่วนคือ

๑. ส่วนของข้อมูลข่าวสารเอง หรือ Content ที่เทคโนโลยียิ่งก้าวหน้ารูปแบบของข้อมูลข่าวสาร Platform ต่างๆ (MP2, MP3, MP4) มีขนาดของ File เล็กลงเรื่อยๆ ทำให้ระบบจัดเก็บสามารถเก็บข้อมูลข่าวสารได้ง่าย และมากขึ้น จากการจัดเก็บระบบเทปเปลี่ยนเป็น CD, DVD และ Blu-ray ระบบจัดเก็บแบบ Hard Disk Drive เปลี่ยนเป็น Solid State Drive อุปกรณ์ต่างๆ ในการสร้าง Content อย่างเช่น กล้องบันทึกภาพนิ่งและวิดีโอดิจิทัลมีคุณภาพมากขึ้นในขนาดและราคาที่ลดลง ทำให้กระบวนการสร้าง Content ทำได้ง่ายมากขึ้น ดังเห็นได้จากปริมาณ Content บนเครือข่าย Internet มีมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

/๒. ส่วนของเทคโนโลยีสื่อ.....

๒. ส่วนของเทคโนโลยีสื่อหรือ ตัวกลาง (Medium) ไม่ว่าจะเป็นทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน (DTTB) ทีวีดิจิทัลผ่านดาวเทียม (DStv) และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Broadband Internet) หรือแม้แต่เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจุบันมีความสามารถในการขนส่งข้อมูลข่าวสาร หรือ Content จากต้นทางไปยังปลายทางได้รวดเร็วมากขึ้นตามเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไป โดยเทคโนโลยีการส่งโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินจากความสามารถขนส่งข้อมูลได้ประมาณ ๒๔ Mbps ใน DVB-T เพิ่มขึ้นเป็น ประมาณ ๓๖ Mbps ใน DVB-T2 (ในบางโหมดการทำงาน) หรือหากเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งโทรทัศน์แบบอนาล็อกนั้นอาจมีความเร็วเพียงแค่ ๑ ใน ๑๐ ส่วนของระบบดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่พัฒนาจากความเร็วในการขนส่งข้อมูลข่าวสารจากระดับ Kbps ไปสู่ Mbps และ Gbps เทคโนโลยีการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พัฒนาจาก 3G UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) ความเร็ว ๗.๒ Mbps เป็น 4G LTE-Advanced (3GPP Long Term Evolution-Advanced) ความเร็วสูงถึง ๑๐๐ Mbps ตามลำดับ ส่งผลให้ปัจจุบันทั้งภาพและเสียงสามารถส่งผ่านเครือข่ายต่าง ๆ ได้ง่ายมากขึ้น

๓. ส่วนของเทคโนโลยีของอุปกรณ์ปลายทางในการแสดงผลข้อมูลข่าวสารที่สามารถแสดงผลข้อมูลที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นอย่าง HDTV และ 3DTV รวมทั้งสามารถรับข้อมูลข่าวสารแบบข้ามเครือข่ายได้อย่างเช่น Internet TV, Smart Phone รวมทั้งมีราคาถูกลงอย่างมาก

จากการพัฒนาเทคโนโลยีทั้งสามส่วนดังกล่าวในปัจจุบันทำให้มีการทำงานของเทคโนโลยีแบบข้ามเครือข่าย (Cross Network) มากขึ้น กล่าวคือข้อมูลข่าวสารที่ปัจจุบันถืออยู่ในรูป Digital Content นั้นสามารถส่งผ่านเครือข่ายไปได้หลากหลายเครือข่ายในเวลาเดียวกัน เพียงแต่ทำให้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวอยู่ในรูปแบบ (Platform) ที่เหมาะสมเพื่อส่งผ่านเครือข่ายนั้นๆ ได้ เช่น การส่งผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งข้อมูลข่าวสารแสดงผลบนหน้าจอที่มีขนาดเล็กจึงไม่ต้องการรายละเอียดเท่าการส่งผ่านเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์แบบที่มีเครื่องรับปกติ และการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นจะต้องแสดงผลบนจอคอมพิวเตอร์และสัมพันธ์กับความเร็วบนเครือข่ายจึงอาจต้องการความละเอียดที่หลากหลายระดับและยืดหยุ่นมากขึ้น รวมทั้งการให้บริการดังกล่าวเป็นการสื่อสารสองทางมากขึ้น ปัจจุบันเทคโนโลยีการส่งโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจึงทำงานร่วมกับเครือข่าย Internet เป็นระบบ Hybrid TV

ดังนั้นเมื่อพิจารณาในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์เองคงต้องให้ความสำคัญในเรื่องของ Content ที่จะต้องวางแผนเพื่อรองรับเทคโนโลยีสื่อใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปได้ในทุกเครือข่ายสามารถเข้าถึงผู้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ในลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันทำให้ประชาชนสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้จากหลากหลายช่องทาง ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และคอมพิวเตอร์

การประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ ของ AIBD

วันที่ ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๔ เวลา ๑๔.๐๐ – ๑๖.๓๐ น.

ผู้เข้าร่วมประชุม รปส. (นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม), นางสุดฤทัย เลิศเกษม ผ.สงต.สพต.
และนางสุกานดา โตะชะสุข นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ สพต.

สาระสำคัญของการประชุม

๑. AIBD จัดการประชุมคณะทำงานแผนกลยุทธ์ (AIBD Strategic Planning Team หรือ SPT) ครั้งนี้เป็นครั้งที่ ๒๕ โดยจัดขึ้นหลังการประชุม Asia Media Summit 2011 จึงนับเป็นหนึ่งใน Post-event ของ AMS 2011 ผู้เข้าร่วมประชุมจำกัดเฉพาะสมาชิกของคณะทำงานแผนกลยุทธ์และผู้ที่ได้รับเชิญเป็นพิเศษเท่านั้น โดยมี Mr. Gao Yin จาก SARFT-China ประธานคณะทำงานแผนกลยุทธ์ทำหน้าที่ประธานในการประชุม สำหรับ รปส. (นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม) ได้เข้าร่วมประชุมในฐานะสมาชิกคณะทำงานแผนกลยุทธ์ โดยมี ผ.สงต. (นางสุดฤทัย เลิศเกษม) และ นางสุกานดา โตะชะสุข นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ สพต. เข้าร่วมประชุมด้วย

๒. Mr. Yang Binyuan ผู้อำนวยการ AIBD ได้รายงานต่อที่ประชุมถึงผลการประชุมครั้งที่ ๑ ของคณะทำงานพันธมิตรสื่อ ๓ ฝ่าย ระหว่าง ABU, ASBU และ AIBD ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ค.ศ. ๒๐๑๐ ณ ประเทศชูดาน โดยมีผลการประชุมในครั้งนั้น ดังนี้

- การพิจารณาให้ประเทศสมาชิกของ ASBU หรือ Arab State Broadcasting Union เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม Asia Media Summit ในปี ค.ศ. ๒๐๑๔ เนื่องจากสมาชิก ASBU มีทั้งหมด ๒๑ ประเทศ ในจำนวนนี้มี ๑๒ ประเทศตั้งอยู่ในทวีปเอเชีย โดยมี ๖ ประเทศอยู่ในตะวันออกกลาง ได้แก่ บาห์เรน คูเวต โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

- AIBD จะดำเนินโครงการใหม่ คือ “I got it” ในปี ค.ศ. ๒๐๑๒ และเชิญชวนสมาชิก ASBU เข้าร่วมโครงการด้วย ทั้งนี้ ที่ผ่านมา ASBU ได้ร่วมสนับสนุนโครงการ “I am...” ซึ่งเป็นการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เพื่อส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสร้างความเข้าใจที่ดีขึ้นระหว่างเด็ก ๆ ที่มาจากต่างวัฒนธรรมและความคิด แต่โครงการ “I am...” อาจจะไม่ดำเนินการในปีนี้ เนื่องจากขาดการสนับสนุนด้านเงินทุน

- AIBD และ ASBU ได้ตกลงที่จะร่วมมือกันจัดกิจกรรมฝึกอบรมในประเทศสมาชิก ASBU จำนวน ๔ กิจกรรมในปี ค.ศ. ๒๐๑๑ ได้แก่การฝึกอบรมเรื่อง วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล, เทคโนโลยี 3D TV, โปรแกรม LINUX สำหรับสถานีวิทยุ-โทรทัศน์ และ เทคโนโลยี DVBT กับการวางแผนสร้างเครือข่าย

- ABU และ ASBU จะกระชับความร่วมมือกันให้มากขึ้น โดยจะส่งเสริมให้มีโครงการร่วมกัน ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านกีฬา ข่าว เทคโนโลยี และรายการ

/๓. ที่ประชุมได้รับทราบรายงาน.....

๓. ที่ประชุมได้รับทราบรายงานผลการประชุมคณะกรรมการพันธมิตรสื่อเอเชีย ครั้งที่ ๒ ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม ค.ศ. ๒๐๑๐ ที่ประเทศตองกา ซึ่งได้พิจารณาถึงความร่วมมือระหว่าง AIBD กับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย

๔. การระดมความคิดเพื่อกำหนดเนื้อหาสำหรับการประชุม Asia Media Summit 2012 รวมทั้งการประชุมก่อนและหลัง AMS (Pre & Post) ซึ่งที่ประชุมได้พิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นในการประชุม AMS ที่ผ่านมามีคือ

- ผู้เข้าร่วมประชุมใช้การประชุมนี้เป็นการพบปะเพื่อสร้างเครือข่าย ทำให้ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมการประชุมเท่าที่ควร และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมในภาคบ่ายมักจะลดลงกว่าภาคเช้า ซึ่งมีข้อเสนอว่า การคัดเลือกหัวข้อการประชุมต้องกระทำอย่างพิถีพิถันมากขึ้น และหัวข้อการประชุมที่คิดว่าจะมีผู้สนใจมากควรนำมาไว้ในภาคบ่าย เพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าฟังในภาคบ่ายมากขึ้น สำหรับหัวข้อการประชุมบางหัวข้อที่ไม่น่าสนใจและซ้ำกับที่ผ่านมามีควรจะทำปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม

- วิทยากรบางท่านยังขาดคุณภาพ จึงควรให้ความเอาใจใส่ในการคัดเลือกวิทยากรให้มากขึ้น
- จำนวนวิทยากรในบางหัวข้อมีมากเกินไป ทำให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่าย แต่บางหัวข้อก็มีจำนวนวิทยากรน้อยเกินไป จึงควรกำหนดให้เหมาะสมเท่า ๆ กัน

- ควรต้องเคร่งครัดในเรื่องเวลา แม้จะเริ่มช้ากว่ากำหนดการ แต่ควรต้องจบภายในเวลาเพื่อจะได้ไม่กระทบต่อการประชุมในหัวข้อและกิจกรรมถัดไป

๕. การระดมความคิดสำหรับการจัดประชุม World Summit on Media for Children ในปี ค.ศ. ๒๐๑๓ ณ เกาะบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย โดยก่อนหน้านี้ AIBD ได้กำหนดจัดการประชุมนี้ต่อเนื่องกับการประชุม Asia Media Summit 2013 ณ เกาะบาห์ลี และประเทศอินโดนีเซียรับเป็นเจ้าภาพการประชุม อย่างไรก็ตาม ในการประชุมคณะกรรมการดำเนินงานแผนกลยุทธ์ครั้งนี้ Mr. Yang Binyuan ผู้อำนวยการ AIBD คนใหม่ได้แจ้งต่อที่ประชุมว่า AIBD มีเจ้าหน้าที่เพียง ๑๙ คน ไม่สามารถบริหารจัดการประชุมทั้งสองรายการได้ อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องการจัดหาทุนสนับสนุนให้แก่ผู้ที่จะมาเข้าประชุม จึงขอหารือต่อที่ประชุมเพื่อยกเลิกการจัดประชุม World Summit on Media for Children แต่จะยังคงจัดการประชุม Asia Media Summit ซึ่งเป็นกิจกรรมของ AIBD โดยตรง

ที่ประชุมได้อภิปรายเรื่องนี้กันอย่างกว้างขวาง และมีมติเห็นชอบให้ AIBD ยกเลิกการเป็นเจ้าภาพจัดประชุม World Summit on Media for Children ตามเสนอ

๖. สำหรับการประชุมคณะกรรมการดำเนินงานแผนกลยุทธ์ครั้งต่อไปกำหนดจัดวันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๔ ในระหว่างการประชุมใหญ่สามัญประจำปีของ AIBD ณ กรุงอูลานบาตอร์ ประเทศมองโกเลีย

รายชื่อผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์

๑. นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม รปส.
๒. นางสาวรัตนา เจริญศักดิ์ ผอ.สทท.
๓. นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์ ผอ.สวท.
๔. นางอุษณีย์ ศรีธัญรัตน์ ผชช. ต่างประเทศ
๕. นางจิตติมา จารุจินดา ผ.สปช.
๖. นางสาวสุดฤทัย เลิศเกษม ผ.สงต.สปต.
๗. นางสาวสิริกุล เจษฎาบดี ผ.สวท.ศก. สปช. ๒
๘. นางสาวอรรัญญา เกตุแก้ว ผ.สฐช.สนช.
๙. นางสาวกานดา โตะชะสุข นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ สปต.
๑๐. นายคเชนทร์ กรรณิกา นายช่างไฟฟ้าอาวุโส สทท.
๑๑. นายสุรศักดิ์ ทรราชสิทธิ์ นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ สทท.
๑๒. นายวีรพันธ์ รุจิเกียรติกำจร เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป สปต.

รายชื่อการประชุม Pre-events และผู้เข้าประชุม

ที่	หัวข้อ	วัน/เวลา	ผู้เข้าประชุม
๑.	TV Scheduling Strategies and New Media Content	๒๑-๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นายสุรศักดิ์ ทรราชสิทธิ์
๒.	Strengthening Digital Broadcasting Experience	๒๒-๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นายคเชนทร์ กรรณิการ์
๓.	Media Quality Management	๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นางสาวรัตนา เจริญศักดิ์ นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์ นางสุดฤทัย เลิศเกษม
๔.	Capacity Building & Training Strategies	๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นางลดาวัลย์ บัวเอี่ยม นางอุษณีย์ ศรีธัญรัตน์ นางจิตติมา จารุจินดา
๕.	Towards Better Content, Market Share and Revenues	๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นางสาวอรรัญญา เกตุแก้ว นายวีรพันธ์ รุจิเกียรติกำจร
๖.	Broadcasting for All: Focusing on Gender	๒๓ พฤษภาคม ๐๙.๐๐-๑๗.๐๐ น.	นางสิริกุล เจษฎาบดี นางสุกานดา โตะชะสุข