



ผลสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย
สามารถกำหนดทิศทางของกสทช.ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบท
พ.อ.นที สุกกรรัตน์

'สื่อออนไลน์-ดิจิทัล' ครองใจผู้ชม

ผลสำรวจกสทช.ชี้ข่าวแซร์
ในโซเชียลยังทรงอิทธิพล

กรุงเทพธุรกิจ ● กสทช.ผ่นึกมธ.เผยแพร่

ผลการศึกษาสารวจพฤติกรรม-แนวโน้ม
การบริโภคสื่อของไทยชี้เทรนด์สื่อผ่านช่องทาง
ออนไลน์มากขึ้น ทั้งผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล
เพชบุ๊ค ยูทูบ ออนไลน์ผ่านสมาร์โฟนและแท็บเล็ต
พุ่งนอกจากนี้ ยังพบข้อมูลข่าวสารผ่าน
การแชร์ทั้งจากบุคคลทั่วไปและนักข่าวบน
โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลมาก

วานนี้(18 พ.ย.) ที่สำนักงานคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดย
พ.อ.นที สุกกรรัตน์ รองประธานกสทช.เปิด
เผยในการประชุมเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา
ต่อสาธารณะ โครงการสำรวจพฤติกรรม
และแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย ว่า
กสทช. ได้จัดการประชุมครั้งนี้โดยร่วมกับ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดำเนินการใ้
แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,000
ครัวเรือนทั่วประเทศ ใน 5 ภูมิภาค ตามเกณฑ์
ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วย
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง
ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ
ภาคใต้ ใน 26 จังหวัด

สำหรับผลการสำรวจนี้มีความสำคัญ
ที่จะสามารถกำหนดทิศทางการดูแล ของ
กสทช. ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงของ
บริบทในปัจจุบัน เนื่องจากการบริโภคสื่อ
ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ทำให้ส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ซึ่งข้อมูลนี้
จะเป็นประโยชน์กับทุกคน ทำให้ประชาชน
ได้รับการบริโภคสื่อที่ดีขึ้น ขณะเดียวกัน
การกำกับของ กสทช. ก็จะเปลี่ยนแปลงไป
ตามสถานการณ์ด้วย

นายสุวัช คุชลาชัย ผู้อำนวยการ
สถาบันอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภค
สื่อในประเทศไทยมีความแตกต่างกันตาม
กลุ่มอายุ โดยทำการแบ่งกลุ่มประชากร
ออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเจนเอเรชั่น จี.โอ.
ที่มีอายุตั้งแต่ 76 ปีขึ้นไป, กลุ่มเบบี้บูมเมอร์
ที่มีอายุระหว่าง 57-75 ปี, กลุ่มเจนเอเรชั่น
เอ็กซ์ที่มีอายุระหว่าง 42-56 ปี, กลุ่มเจนเอเรชั่น
วาย ที่มีอายุระหว่าง 24-41 ปี และกลุ่ม
เจนเอเรชั่นแซด ที่มีอายุระหว่าง 23 ปี หรือ
น้อยกว่าพบว่า กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ 90.5%
นิยมรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหว ส่วนกลุ่ม
เจนเอเรชั่น จี.โอ. 48.1% ชอบฟังรายการ
วิทยุ ถัดมากกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด 56.9% ชอบ
ฟังผ่านออนไลน์และสตรีมมิ่ง โดยในกลุ่ม
นี้ 84.4% รับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์
ขณะที่ กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย 35.2% ชอบอ่าน
หนังสือพิมพ์ และ 19.4% นิยมอ่านนิตยสาร

“หากวิเคราะห์ตามประเภทเนื้อหาพบว่า
3 อันดับ เนื้อหาที่ทุกเจนเอเรชั่นชื่นชอบ ได้แก่
รายการข่าว รองลงมาคือ ละครและซีรีส์
และรายการวาไรตี้ และมักนิยมดูตามผัง
รายการสด โดยข่าวการเมืองเป็นที่นิยมของ
กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ขณะที่ ข่าวการวิเคราะห์
เศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร เป็นที่ชื่นชอบ

ของกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ส่วนข่าวบันเทิง,
กีฬา, เทคโนโลยี และท่องเที่ยวเป็นที่นิยม
ของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด” นายสุวัช กล่าว

นางสาววรรณวิภาศ มาเนโชติพงษ์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กล่าวว่า ประชากรไทยมีแนวโน้มบริโภค
สื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทั้งผ่าน
แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หลากหลายรูปแบบ
อาทิ เพชบุ๊ค ยูทูบ ออนไลน์ โดยการเข้าถึงจะ
ผ่านอุปกรณ์พกพาที่เคลื่อนที่ได้สะดวก
และสามารถเข้าถึงสื่อได้ตลอดเวลา เช่น
โทรศัพท์สมาร์โฟนและแท็บเล็ต นอกจากนี้
ยังมีแนวโน้มความต้องการใช้สัญญาณ
อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์โฟนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลข่าวสารผ่านการแชร์
ทั้งจากบุคคลทั่วไปและนักข่าวบนโซเชียลมีเดีย
มีอิทธิพลมาก โดยเฉพาะกลุ่มประชากรอายุ
น้อยและเนื่องจากประชากรสูงอายุมิแนวโน้ม
จะมีสัดส่วนมากขึ้น รัฐจึงยังต้องช่วยให้
ประชากรเหล่านี้สามารถเข้าถึงข่าวสารผ่าน
ช่องทางดั้งเดิมได้

กสทช.ชี้สื่อโทรทัศน์ยังมีอิทธิพลสูง

พ.อ.นที สุกฤษิตน์ รองประธานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า กสทช.ร่วมกับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 10,000ครัวเรือนทั่วประเทศ พบว่า ในบรรดาสื่อทุกประเภท คนไทยมีการบริโภคสื่อภาพเคลื่อนไหวมากที่สุด มีผู้รับชม 85.9% รองลงมาได้แก่การบริโภคสื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณาต่างๆ) มีผู้พบเห็น 84.3% ส่วนสื่อทางเสียงและสื่อภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ มีผู้บริโภค 55.6% และ 51.5% ตามลำดับ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีผู้บริโภคน้อยที่สุด มีผู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์ 33.7%

ทั้งนี้ พฤติกรรมการบริโภคสื่อมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ โดยกลุ่มผู้สูงวัยที่มีอายุตั้งแต่ 57 ปีขึ้นไป (กลุ่มเบบี้บูมเมอร์, กลุ่มเจนเนอเรชันจี.โอ.) ยังบริโภคสื่อในรูปแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก อาทิ การรับชมรายการโทรทัศน์ สดตามตารางออกอากาศ/ผังรายการ การอ่านหนังสือพิมพ์ในรูปแบบกระดาษ ส่วนกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ 41 ปี หรือน้อยกว่า (กลุ่มเจนเนอเรชันวายและแซด) มีการบริโภคสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะการบริโภคสื่อออนไลน์ สำหรับกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (อายุ 42-56 ปี) เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมคาบเกี่ยวระหว่างสองกลุ่มข้างต้นทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเจนเนอเรชันและช่องว่างระหว่างวัย พฤติกรรมที่แตกต่างกันดังกล่าว โดยสรุปมีอาทิ

“ผู้สูงอายุติดตามข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าว (ผ่านหนังสือพิมพ์, รายการโทรทัศน์, รายการวิทยุ, เว็บไซต์ ของสำนักข่าวต่างๆ) มากที่สุด และสัดส่วนของการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าว มีแนวโน้มลดลงตามช่วงวัยที่เปลี่ยนไป ขณะที่คนรุ่นใหม่ เป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย นิยมติดตามข้อมูลข่าวสารจากการแชร์ของเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาติดตามจากบัญชีผู้ใช้ของนักข่าวบนทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรืออินสตาแกรม”

สำหรับปัจจัยด้านอายุส่งผลต่ออิทธิพลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจ โดยกลุ่มผู้สูงอายุมีสัดส่วนของผู้ที่ระบุว่าไม่มีสื่อโฆษณา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ สูงกว่ากลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ มาก และสัดส่วนการไม่มีสื่อโฆษณา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มีแนวโน้มลดลงตามกลุ่มเจนเนอเรชันที่มีอายุน้อยลง แต่โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงวัยมากที่สุด ขณะที่โฆษณาสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่การรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวผ่านช่องทางดั้งเดิม ได้แก่ ผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม มีแนวโน้มลดลงตามกลุ่มเจนเนอเรชันที่มีอายุน้อยลง และการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต สัดส่วนผู้ชมได้เพิ่มมากขึ้นตามกลุ่มอายุที่น้อยลงแสดงให้เห็นว่า คนรุ่นใหม่รับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวผ่านช่องทางออนไลน์เป็นจำนวนมาก ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุ.

MEDIA

A TV show airs on Channel 3 Family 13. The older generation plans to continue watching TV sets. PATTANAPONG HIRUNARD

TV leads among older viewers

KOMSAN TORTERMVASANA

About half of the population is still likely to watch live TV programmes through traditional TV sets over the next decade, particularly the elderly, according to a survey by the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC).

This is because of a decrease in the birth rate and a rise in average life expectancy, meaning the traditional method of watching TV programmes will persist for some time.

Print media is the least popular genre for consumers. Only 33.7% of survey respondents read print media, which underscores the critical digital disruption in the sector, according to the survey on behaviour and consumption trends for Thai media.

The survey, which was commissioned in collaboration with Thammasat University, gauged people's opinions from 10,000 households nationwide in five regions covering 26 provinces.

The survey was completed based on criteria from the National Statistical Office, said NBTC vice-chairman Natee Sukonrat.

Motion pictures are the most popular media for consumers, cited by 85.9% of respondents, followed by billboard advertisements, seen by 84.3%.

Audio and movies in cinemas are listened to and watched by 55.6% and 51.5% of the respondents, respectively.

The survey also showed five key findings among media consumers in Thailand.

First, consumer behaviour for media consumption varies by age.

Senior citizens, aged 57 or above, still enjoy watching traditional media, including watching live TV programmes on TV sets in line with programming schedules, and reading newspapers.

Adults aged 18 to 41, or Gen Y and Z, are likely to consume content through a variety of media channels, particularly online media.

Gen X, aged 42-56, are likely to have

a combination of behaviours from the first two groups.

Second, most people do not have programmes or content they feel like they have to watch, listen to, or read, which reflects the decline of consumer loyalty in terms of media.

Third, income and education have an impact on content consumption behaviours.

Revenue plays a part in allowing people to have access to content via fixed-broadband service in residences.

High-income households tend to trust ads from online media more than TV media.

Fourth, newspapers have been the most disrupted by digital developments, with consumers switching to read online content instead of newspapers, particularly Gen Y and Z.

Fifth, many people in the younger generations consume content online, while the majority of the elderly population depends on receiving content through traditional media channels.

ดิสรัปชั่นทำพิษ 'ทีวีดิจิทัล' กระอัก

มีเสียวก๊อกร 2 เริ่มบ่น 'ไม่ไหวแล้ว'

อ้อน 'กสทช.' บีบหัวใจอีกรอบ

กราฟิกมติดชนรายวัน | Matichon Daily Graphic (18.11.19)



ค สิ้น "ดิจิทัลดิสรัปชั่น" โหมโจมนิติธุรกิจ "ทีวีดิจิทัล" มาพักใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการส่งเสียงร้องโอดโอย กระทั่งรัฐบาล โดย สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ผู้เป็นตัวตั้งตัวตีจัดการประมูลทีวีดิจิทัล วังโร้หาทางช่วยเหลืออยู่เป็นระยะๆ จนถึงปัจจุบันสถานการณ์ก็ย่ำแย่ลงๆ พร้อมกระแสด้อยดีกว่า!!! มาอีกครั้ง

● '7 ช่อง' คืบไลเซนส์ ยืมรับค่าชดเชย

ไม่นานมานี้ "กสทช." ก็เพิ่งจะจ่ายเงินชดเชยและยุติการออกอากาศไป สำหรับ 7 ช่องทีวีดิจิทัล ที่ขอคืนใบอนุญาตประกอบกิจการ ตามมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล โดยอาศัยอำนาจตาม มาตรา 44 หรือชื่อเต็มคือ มาตรการแก้ไขปัญหาค่าชดเชยกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ได้แก่

1.บริษัท สปริง 26 จำกัด (ช่อง 26 หรือช่องนาวา

เดิม) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 15 สิงหาคม 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 16 สิงหาคม 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 890,834,580 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 215,070,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 675,764,580 บาท

2.บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด (ช่อง 19 หรือช่องสปริงนิวส์) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 15 สิงหาคม 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 16 สิงหาคม 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 500,951,978 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 ไม่มี จำนวนเงินค่าชดเชยสุทธิ 500,951,978 บาท

3.บริษัท ไบรท์ ทีวี จำกัด (ช่อง 20) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 15 สิงหาคม 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 16 สิงหาคม 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 499,009,430 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 127,116,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 371,983,430 บาท

4.บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด (ช่อง 21) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 31 สิงหาคม 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 1 กันยายน 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 508,594,170 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 130,540,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 378,054,170 บาท

5.บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (ช่อง 14 หรือช่องเอ็มคอตแฟมิลี) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 15 กันยายน 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 16 กันยายน 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 226,428,367 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 63,130,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 163,298,367 บาท

6.บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 28 หรือช่อง 3 เอสดี) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 30 กันยายน 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 1 ตุลาคม 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระงวดที่ 4 จำนวน 903,178,695 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 223,095,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 680,083,695 บาท

7.บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 13 หรือช่อง 3 แฟมิลี) ออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 30 กันยายน 2562 และให้ยุติการออกอากาศได้เข้าวันที่ 1 ตุลาคม 2562 เวลา 00.01 น. ค่าชดเชยก่อนหักเงินค้ำชำระ

งวดที่ 4 จำนวน 226,315,837 บาท หักยอดค้างชำระงวด 4 และภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 63,772,000 บาท คงเหลือเงินค่าชดเชยสุทธิจำนวน 162,543,837 บาท

●อื้อน'กสทช.'เปิดคืบไลเซนส์รอบ2

ล่าสุด นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช. ระบุว่า ขณะนี้มีการประกอบการทีวีดิจิทัลโทรมาปรึกษาว่าประกอบกิจการไม่ไหว แม้ไม่ต้องจ่ายเงินค่าประมูลแล้ว แต่ผลประกอบการยังขาดทุนเรื่อยๆ ดังนั้น จึงมีผู้ประกอบการหลายรายต้องการยุติการให้บริการ และอยากให้มีการจ่ายเงินชดเชยเหมือนกับ 7 ช่องทีวีดิจิทัลที่แจ้งความประสงค์ขอคืนใบอนุญาตก่อนหน้านี้

“เรื่องนี้คงต้องดูในข้อกฎหมายว่าจะทำได้หรือไม่ และต้องดูว่าจะสามารถใช้คำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ตามมาตรา 44 เดิมได้หรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการที่ต้องการขอคืนใบอนุญาตครั้งนี้ ยอยากได้เงื่อนไขเหมือนผู้ประกอบการในครั้งแรก ดังนั้น จะเสนอเรื่องดังกล่าวไปให้อนุมัติการเยียวยาพิจารณาเห็นว่า จะช่วยได้หรือไม่ และช่วยอย่างไร”

ทั้งนี้ นายฐากรกล่าวว่า การคืนใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล ถ้ามองว่ารัฐเสียหายไหม สมมุติว่าทีวีดิจิทัลมีการคืน 2 ช่อง ก็จะได้คืนความถี่คืนกลับมา 2.5 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งคลื่นดังกล่าวมีมูลค่าหากนำไปเปิดประมูลในกิจการโทรคมนาคมน่าจะได้เงินกลับมา 4,000-5,000 ล้านบาท และนำเงินดังกล่าวคืนให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลได้ราว 600-700 ล้านบาท ถ้ามองแบบนี้ถือว่าคุ้มค่า รัฐไม่ได้เสียหายอะไร แต่การช่วยต้องดูถึงความเหมาะสม เพราะก่อนหน้านี้เปิดโอกาสให้คืนล็อตแรกไปแล้ว

“ขณะนี้ทีวีดิจิทัลเหลืออยู่ 15 ช่อง ยังไม่ทราบว่าจะคืนเท่าไร แต่โดยส่วนตัวมองว่าแนวโน้มที่จะช่วยผู้ประกอบการเหมือนครั้งแรกคงเป็นไปได้ยาก แต่ก็จะต้องดูให้ เพราะถ้าไม่เข้าไปช่วยผู้ประกอบการสามารถหยุดกิจการไปเลย รัฐไม่ต้องคืนเงิน แต่ผู้ประกอบการอยากได้เงินคืนก็จะทนดำเนินกิจการต่อไป ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาคาราคาซังไปเรื่อยๆ”

●สูตรเยียวยา'ทีวีดิจิทัล'รอบแรก

มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 44 หรือชื่อเต็มคือ มาตรการแก้ไขปัญหาการประกอบกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม โดยเปิดให้ผู้ประกอบการสามารถคืนใบอนุญาตได้ ผู้ประสงค์ต้องแจ้งเป็นหนังสือภายใน 30 วัน นับแต่คำสั่งมีผลบังคับใช้ หรือภายใน 10 พฤษภาคม 2562 ขณะที่ผู้ประกอบการทั้ง 17 ช่อง ที่ค้างชำระค่าใบอนุญาตงวดที่ 4 ต้องชำระภายใน 120 วัน นับแต่

วันที่คำสั่งมีผลบังคับใช้ หรือภายใน 8 สิงหาคม 2562 รวมเป็นเงิน 3,215 ล้านบาท

จากนั้นนายรายได้ที่เกิดขึ้นส่งคืนให้กับผู้ประกอบการ 3 ราย ที่ได้ชำระค่าใบอนุญาตงวดที่ 5 แล้ว ได้แก่ ช่อง 7 จำนวน 372 ล้านบาท, ช่องเวิร์คพอยท์ จำนวน 395 ล้านบาท และช่องสปริงนิวส์ 219 ล้านบาท รวม 986 ล้านบาท และนำรายได้ที่เหลือจำนวน 2,228 ล้านบาท ส่งเป็นรายได้ของรัฐ

ทั้งนี้ หากค้างชำระต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตรา 7.5% ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ได้รับเงินจากการชำระงวดที่ 4 ไม่เพียงพอ จะพิจารณาจ่ายคืนให้กับผู้ประกอบการตามลำดับ โดยพิจารณาจากความจำเป็นของแต่ละช่อง ซึ่งอ้างอิงจากผลประกอบการ

อีกทั้งผู้ประกอบการยังได้รับการยกเว้นค่าใบอนุญาตงวดที่ 5 และงวดที่ 6 รวมเป็นเงิน 13,622 ล้านบาท และได้รับการสนับสนุนค่าเช่าใช้โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล (มกซ์) เพิ่มจำนวนตลอดอายุใบอนุญาตที่เหลืออยู่ 9 ปี 6 เดือน รวม 18,775 ล้านบาท โดยจะเริ่มสนับสนุนในเดือนกรกฎาคม 2563 หลังสิ้นสุดมาตรการช่วยเหลือตามคำสั่งหัวหน้า คสช. เมื่อปี 2561 ที่ช่วยเหลือค่ามกซ์ 50% เป็นเวลา 24 เดือน นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช.ยังให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดทำข้อมูลค่าความนิยมเฉลี่ย (เรตติ้ง) โดยการจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อวัดเรตติ้งที่ถูกต้องและยุติธรรม

●เปิดสูตรคำนวณช่องคืนไลเซนส์

ส่วนผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ที่ "ทนพิษบาดแผลไม่ไหว" ตัดสินใจปล่อยจอดำ มีสูตรคำนวณเงินชดเชยคือ นำค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ชำระแล้ว คูณด้วยอายุใบอนุญาตที่เหลืออยู่ (10 ปี) จากนั้นหารด้วยอายุใบอนุญาต 15 ปี ได้ผลอย่างไรเป็นตัวตั้ง และนำสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลได้รับระหว่างการประกอบกิจการ ได้แก่ 1.เงินสนับสนุนค่าเช่าโครงข่ายมกซ์ ตามคำสั่ง คสช.ที่ 9/2561 และค่าใช้จ่ายในการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมตามเกณฑ์ (มัลติแคร์) ตามคำสั่ง คสช.ที่ 76/2559 ตั้งแต่วันที่ได้รับการสนับสนุนจนถึงวันยุติการให้บริการ และ 2.ผลประโยชน์ของผู้ประกอบการกิจการทีวีดิจิทัล ตั้งแต่เปิดให้บริการจนถึง 11 เมษายน 2562 เฉพาะที่มีกำไรสุทธิ มาหักออก

จากนั้นจึงจะคำนวณเงินชดเชยให้แก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่ขอคืนใบอนุญาต โดย กสทช.จะจ่ายเงินชดเชยจากการคืนใบอนุญาตให้ใน 60 วัน นับแต่ยุติการให้บริการตามที่ กสทช.กำหนด โดยนำเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.)

ชดเชยให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลก่อน และเมื่อได้รับเงินจากการจัดสรรคืนความถี่ย่าน 700 เมกะเฮิรตซ์ จะนำหักลบกับส่วนที่ได้ชดเชยให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไป เพื่อใช้ในการดำเนินโครงการเน็ตประชารัฐที่ยังไม่แล้วเสร็จ

●10 อันดับเรตติ้งเดือน ต.ค.62

ข้อมูลค่าความนิยมเฉลี่ย (เรตติ้ง) ของช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน จากสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (วส.) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) พบว่า ช่องรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด 10 อันดับแรกในเดือนตุลาคม 2562 คือ ช่อง 7 (7 เอชดี), ช่อง 3 (3 เอชดี), ช่องโมโน 29, ช่องเวิร์คพอยท์, ช่องวัน, ช่องไทยรัฐทีวี, ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี, ช่อง 8, ช่องเนชั่นทีวี, ช่องพีพีทีวี และช่อง 9 เอ็มคอต เอชดี ตามลำดับ

ทั้งนี้ ในเดือนตุลาคม 2562 ช่องรายการส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 10 อันดับแรกยังเป็นกลุ่มช่องรายการเหมือนเดือนก่อนหน้า โดยช่องรายการที่มีเรตติ้งเพิ่มขึ้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มช่องละคร ภาพยนตร์ และวาไรตี้ ได้แก่ ช่อง 7 เอชดี, ช่องโมโน 29, ช่องเวิร์คพอยท์ และช่องวัน โดยช่อง 7 เอชดี มีละครหลังข่าว มธุรสโลก้านตร์ ที่ช่วยดันเรตติ้งของช่อง ส่วนช่องโมโน 29 มีหนังดังต่างประเทศที่ทำเรตติ้งได้ดีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ช่องเวิร์คพอยท์ก็ได้อาการวไรตี้ เช่น นักร้องซ่อนแอบ, ไมค์ทองคำปี 8 และไมค์หมดหนี้ เพิ่มเรตติ้งเฉลี่ยประจำเดือนให้แก่ช่อง ส่วนช่องวัน มีละครค่า เสียงเอื้อนสะเทือนดาว ทำเรตติ้งได้ดีจนสามารถช่วยเพิ่มเรตติ้งของช่องได้

2.กลุ่มช่องข่าว ได้แก่ ช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี และช่องเนชั่นทีวี โดยช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี มีรายการทูป๊ะข่าวที่ออกอากาศต่อเนื่องตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ช่วยสร้างฐานความนิยมจากผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนช่องเนชั่นทีวี มีรายการข่าว เนชั่นทันข่าว ที่ได้รับกระแตอบรับจากผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ

●'ทีวีดิจิทัล'ล่มหัวจมท้าย

ทางรอดของผู้ประกอบการจึงมิใช่การลดต้นทุนดังที่เห็นเท่านั้น แต่เริ่มจะเห็นการทำงานร่วมกันมากขึ้น เช่น การร่วมมือกันระหว่าง บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) กับบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ที่ประกาศเป็นพันธมิตรร่วมกันเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายนที่ผ่านมา เพื่อผลิตคอนเทนต์เป็นระยะเวลา 3 ปี โดยจะสร้างศิลปินใหม่ และผลิตซีรีส์ร่วมกันปีละ 6-8 เรื่อง

โดยให้นักแสดงจากจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และโมโน รวมถึงการนำคอนเทนต์จากช่องโมโน 29, ช่องต่างประเทศ, พรีเมียมซีรีส์, ซีรีส์ไทย,ละครสั้น, เพลง, คาราโอเกะไปอยู่ในแพลตฟอร์มของทรูโรดแบนด์ทีวี รองรับกลุ่มลูกค้าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงกว่า 1.5 ล้านราย

นอกจากนี้ ยังเห็นการรุกไปยังช่องทางอื่น เพื่อเพิ่มโอกาสในการอยู่รอดมากขึ้น เช่น บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ประกาศจับมือกับบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 15 ตุลาคมที่ผ่านมา เป้าหมายเพื่อต่อยอดธุรกิจพาณิชย์หลายช่องทางของอาร์เอส ด้วยการเปิดช่องทางขายสินค้าใหม่ภายใต้ชื่อ เวลเนส ซุป ซึ่งจำหน่ายสินค้าของอาร์เอสและพันธมิตรผ่านช่องเวิร์คพอยท์ ซึ่งจะช่วยเหลือผลักดันรายได้ของอาร์เอสให้เติบโตก้าวกระโดด ขณะที่เวิร์คพอยท์เองจะได้รับส่วนแบ่ง 30% ของยอดขายสินค้าจากช่องทางเวลเนส ซุป

●รายได้ไตรมาส 3/62 ยังหด

แม้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจะมีการจับมือกันมากขึ้น แต่ช่วงที่ผ่านมาราคาสินค้าทีวีดิจิทัลยังไม่ได้ออกสต็อกเชิงบวก เนื่องจากนักลงทุนยังคงให้น้ำหนักผลประโยชน์การในระยะสั้นมากกว่า การทำงานร่วมกันที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในระยะกลางถึงระยะยาว

รายได้รวมของ “เวิร์คพอยท์” ในไตรมาส 3/2562 อยู่ที่ 703.56 ล้านบาท ลดลงถึง 303.52 ล้านบาท หรือลดลง 30% จากที่เคยได้ในไตรมาสเดียวกันของปี 2561 ที่อยู่ที่ 1,007.11 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากการลดลงอย่างมากของรายได้จากธุรกิจทีวี

ทั้งนี้ รายได้ในกลุ่มธุรกิจทีวีของเวิร์คพอยท์ ประกอบด้วย รายได้จากค่าโฆษณาทางทีวีดิจิทัล และช่องทางออนไลน์ รวมถึงรายได้จากการให้เช่าเวลา รายได้จากการรับจ้างผลิตในช่องเวิร์คพอยท์ และการขายลิขสิทธิ์รายการไปต่างประเทศ ในไตรมาส 3 ปีนี้อยู่ที่ 558.35 ล้านบาท ลดลง 211.43 ล้านบาท หรือลดลง 27% จาก 769.78 ล้านบาทในปีก่อนหน้า ส่วนรายได้จากการจัดอีเวนต์การจัดคอนเสิร์ตและละครเวทีก็ลดลง 16% และ 75% ตามลำดับ เพราะมีการจัดงานอีเวนต์และงานคอนเสิร์ตน้อยลง

เวิร์คพอยท์ชี้แจงว่า รายได้จากการขายสินค้าและบริการ เป็นกลุ่มของรายได้ที่เพิ่มขึ้น เป็นกลุ่มเดียวที่เพิ่มขึ้น โดยรายการกลุ่มนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ รายได้จากการขายสินค้าโฮมช้อปปิ้งในช่องเวิร์คพอยท์ และรายได้จากการให้บริการอื่นๆ โดยมีรายได้กลุ่มนี้อยู่ที่ 70.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.36 ล้านบาท หรือ 122% เมื่อเทียบกับ 33.40 ล้านบาทในปีที่แล้ว

ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้จำนวน 87% มาจากโฮมช้อปปิ้ง และ 13% มาจากรายได้จากการให้บริการอื่นๆ ประกอบด้วย การให้เช่าพื้นที่โรงละคร และการจัดหานักแสดง

เท่ากับว่ารายได้จากธุรกิจโฮมช้อปปิ้งในไตรมาสนี้มีรวมอยู่ที่ 61.55 ล้านบาท นับว่ารายได้โฮมช้อปปิ้ง ไตรมาสนี้สูงกว่าไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว ที่มีรายได้ในสัดส่วน 65% หรือประมาณ 21.71 ล้านบาท

ในปี 2562 เวิร์คพอยท์ได้เน้นธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง ที่มีทั้งรายการ 1234 ฮัลโหล ซุป และรายการเลทมีอินบิวตี้ ที่มีการจัดรายการแทรกเข้าไปในหลายช่วงเวลาตลอดวัน

อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาที่จัดรายการโฮมช้อปปิ้งจะมีผลต่อเรตติ้งเฉลี่ยของแต่ละรายการและเรตติ้งเฉลี่ยรวมของช่อง อีกทั้งช่วงนี้ยังไม่มีการโฆษณาโดดเด่นของช่องทำให้เรตติ้งเฉลี่ยช่องยังอยู่ที่อันดับ 4 โดยในเดือนตุลาคมที่ผ่านมาเรตติ้งเฉลี่ยอยู่ที่ 0.746 ที่กำลังโดนช่องวันไล่ตามมาไม่ห่างนักด้วยเรตติ้งเฉลี่ย 0.720

●‘ช่อง 3’ คิน 2 ช่องทำกำไร

เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายนที่ผ่านมา “บีบีซีเวิลด์” รายงานผลประกอบการในไตรมาสที่ 3/2562 ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ว่า ยังเป็นอีกไตรมาสที่รายได้จากค่าโฆษณาของธุรกิจทีวีดิจิทัลยังคงถดถอยลงอย่างมาก และมีผลกระทบต่อผลประกอบการโดยรวม แม้มาตรการช่วยเหลือจากรัฐบาลในการให้เงินชดเชยในการคืนใบอนุญาตช่องทีวีดิจิทัล ซึ่งกลุ่มช่อง 3 คินไป 2 ช่อง มีรายได้ในส่วนนี้ถึง 344.3 ล้านบาทในไตรมาสนี้ ทำให้ผลประกอบการจากขาดทุนกลายเป็นกำไรทันที 93.6 ล้านบาท

ทั้งนี้ ข้อมูลที่รายงานนั้นระบุว่า ไตรมาส 3/2562 นี้ ทั้งกลุ่มมีรายได้รวมอยู่ที่ 2,169.8 ล้านบาท ลดลง 436.3 ล้านบาท หรือ 16.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2561 ที่มีรายได้รวมอยู่ที่ 2,606.1 ล้านบาท โดยรายได้หลักที่ลดลงอย่างมาก ได้แก่ รายได้จากค่าโฆษณาทางทีวี อยู่ที่ 1,585 ล้านบาท ลดลงถึง 511.4 ล้านบาท หรือลดลง 23.3% เมื่อเทียบกับปี 2561 ที่มีรายได้โฆษณาทีวี อยู่ที่ 2,196.5 ล้านบาท ซึ่งรายได้จากโฆษณาคิดเป็น 77.7% ของรายได้รวม

และจากตัวเลขรายได้ค่าโฆษณาของไตรมาสนี้ นับว่าเป็นการลดลงสูงสุดของปีนี้ เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี ซึ่งไตรมาส 1 ลดลง 18.7% และไตรมาส 2 ลดลง 23% โดยในไตรมาสแรกของปีนี้ มีรายได้ค่าโฆษณาอยู่ที่ 1,718.5 ล้านบาท และไตรมาสที่ 2 ของปีมีรายได้โฆษณาอยู่ที่ 1,814.8 ล้านบาท รายได้จากค่าโฆษณาในทุกไตรมาสมีมูลค่าต่ำกว่า 2,000 ล้านบาท ไปแล้ว

บทเรียน “ทีวีดิจิทัล” ราคาแพง “กสทช.” จะปล่อยไปตามเวรตามกรรม หรือมีมาตรการช่วยเหลือ (อีก) ก็อยู่ที่ 2 จะเป็นอย่างไร ติดตามตอนต่อไป

ทีมข่าวเศรษฐกิจ

กฟภ.แหลมฉบังจัดระเบียบสายไฟ



เมื่อเร็ว ๆ นี้ ที่บริเวณสี่แยกท่าเรือแหลมฉบัง ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตหิรา จังหวัดชลบุรี นายธนธิป สุขปรโมทย์ รองผู้อำนวยการโรงไฟฟ้าแหลมฉบัง ได้เป็นประธานในการเปิดปล่อยจัดระเบียบสายสื่อสาร ตลอดทั้งฝั่งข้างถนน ตั้งแต่

บริเวณช่วงคลองบ้านนา ไปจนถึงบริเวณสะพานข้ามแยกท่าเรือสยามเคอร์ซีฟอรัท รวมระยะทางกว่า 1.8 กิโลเมตร พร้อมด้วยนายทวิศักดิ์ รวดเร็ว หัวหน้าแผนกปฏิบัติการโรงไฟฟ้าแหลมฉบัง ตัวแทนจาก บริษัท พีทีวี แหลมฉบัง จำกัด, บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และตัวแทนจากเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วย เอไอเอส ดีแทค และทรูมูฟ เข้าร่วมในครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่เทศกิจ เทศบาลนครแหลมฉบัง คอยอำนวยความสะดวกให้ด้วย

ทั้งนี้เนื่องจาก กระทรวงมหาดไทย โดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) ร่วมกับ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ผู้ประกอบกิจการธุรกิจสื่อสาร ดำเนินการจัดระเบียบสายสื่อสารโทรคมนาคมที่พาดอยู่บนเสาไฟฟ้าครอบคลุม 74 จังหวัดทั่วประเทศ พร้อมติดเทปแสดงสัญลักษณ์ (Marking) สายสื่อสารที่มีการใช้งาน ส่วนสายสื่อสารที่ไม่ได้ใช้งานจะรื้อถอนลงทั้งหมด

ด้านนายทวิศักดิ์ รวดเร็ว หัวหน้าแผนกปฏิบัติการโรงไฟฟ้าแหลมฉบัง กล่าวว่า สำหรับการดำเนินการจัดระเบียบสายสื่อสารในครั้งนี้ จะมีดำเนินการนำสายสื่อสารที่ยังใช้งานขึ้นคอนสื่อสารตามช่องที่กำหนด และบันทึกข้อมูลการพาดสายสื่อสารของบริษัทผู้ให้บริการต่าง ๆ ในระบบบริหารจัดการทรัพยากรด้านสื่อสารโทรคมนาคมของ PEA เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ ทั้งนี้จะมีการดำเนินการตั้งแต่บริเวณช่วงคลองบ้านนา ไปจนถึงบริเวณสะพานข้ามแยกท่าเรือสยามเคอร์ซีฟอรัท รวมระยะทางกว่า 1.8 กิโลเมตร ตลอดสองฝั่งข้างถนน เพื่อเป็นการปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม สร้างความปลอดภัย ความมั่นคงในระบบจำหน่ายรองรับการยกระดับประเทศไทย ซึ่งมีกำหนดแล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม นี้.



●จัด500ลบ.สกัดเฟคนิวส์

นางวรินรำไพ ปุณย์ธนารีย์ รองผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กล่าวว่า เพื่อสกัดกั้นข่าวเท็จ(เฟคนิวส์) ที่เพิ่มมากขึ้น กองทุนจึงได้เปิดให้สมาคม องค์กร มูลนิธิ บริษัท ตลอดจนบุคคลทั่วไป เสนอโครงการสร้างสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อขอรับทุนสนับสนุนนำไปจัดทำกิจกรรม โดยกองทุนฯได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 500 ล้านบาทต่อปี

เรียงคน มาเป็นข่าว



จัดอบรม - สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่วมกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ จัดอบรมเชิงวิชาการ ในหัวข้อ Building Distributed Ledger Technologies (Blockchain) Projects โดยมี Mr. Sameer Sharma และ Mr. Ashish Narayan ร่วมงาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศสหรัฐอเมริกา Mr. Skylar Hurwitz และ Mr. Jamie Cerexhe จากประเทศออสเตรเลีย เข้าร่วมบรรยาย ณ โรงแรมแลนด์มาร์ค กรุงเทพมหานคร

เรียงคน มาเป็นข่าว



จัดอบรม - สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่วมกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ จัดอบรมเชิงวิชาการ ในหัวข้อ Building Distributed Ledger Technologies (Blockchain) Projects โดยมี Mr. Sameer Sharma และ Mr. Ashish Narayan ร่วมงาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศสหรัฐอเมริกา Mr. Skylar Hurwitz และ Mr. Jamie Cerexhe จากประเทศออสเตรเลีย เข้าร่วมบรรยาย ณ โรงแรมแลนด์มาร์ค กรุงเทพมหานคร

#แกล้งกัน อย่าทำฉัน เจ็บ! SPEAK OUT! STOP BULLYING

Cyberbullying การแกล้งกันในโลกออนไลน์
การด่าทอ กล่าวหา ใช้ถ้อยคำเสียดยั่ว ต่อว่าผู้อื่น
เป็นการแกล้งที่จะจบบุคคลเป้าหมาย และมีแนวโน้ม
ว่าจะเป็นการรังแกที่ต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่ครั้งเดียวจบ



วิธีรับมือกับ Cyberbullying



เปลี่ยนจาก “แฮร์เพราะไม่ชอบ”
มาเป็น “เพราะไม่ชอบจึงไม่แฮร์”

หยุดความเกลียดชัง บนโลกออนไลน์!



STOP

ไม่สื่อสารเรื่องราวที่เกลียดชัง
ไม่ส่งต่อข้อความหรือเรื่องราว
ความเกลียดชัง



BLOCK

คนที่ส่งข้อความหรือ
เรื่องราวความเกลียดชัง



TELL

บอกคนที่สนิทกว่าเราโดน
กลั่นแกล้ง อย่าต่อสู้คนเดียว
และเตือนคนที่มีพฤติกรรม
ชอบแกล้ง

“หยุดความเกลียดชังบนโลกออนไลน์ เพิ่มภูมิคุ้มกันได้ที่ตัวเรา”

ด้วยความห่วงใย จากสำนักงาน กสทช.



nanb.



nanb.



@NBTC

Call Center 1200



#แกล้งกัน อย่าทำฉัน เจ็บ! SPEAK OUT! STOP BULLYING

Cyberbullying การแกล้งกันในโลกออนไลน์
การด่าทอ กล่าวหา ใช้ถ้อยคำเสียดยั่ว ต่อว่าผู้อื่น
เป็นการแกล้งที่จะจงบุคคลเป้าหมาย และมีแนวโน้ม
ว่าจะเป็นการรังแกที่ต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่ครั้งเดียวจบ



วิธีรับมือกับ Cyberbullying



เปลี่ยนจาก “แฮร์เพราะไม่ชอบ”
มาเป็น “เพราะไม่ชอบจึงไม่แฮร์”

หยุดความเกลียดชัง บนโลกออนไลน์!



STOP

ไม่สื่อสารเรื่องราวที่เกลียดชัง
ไม่ส่งต่อข้อความหรือเรื่องราว
ความเกลียดชัง



BLOCK

คนที่ส่งข้อความหรือ
เรื่องราวความเกลียดชัง



TELL

บอกคนที่สนิทกว่าเราโดน
กลั่นแกล้ง อย่าต่อสู้อย่างเดียว
และเตือนคนที่มีความผิดกรรม
ชอบแกล้ง

“หยุดความเกลียดชังบนโลกออนไลน์ เพิ่มภูมิคุ้มกันได้ที่ตัวเรา”

ด้วยความห่วงใย จากสำนักงาน กสทช.



nanb.



nanb.



@NBTC

Call Center 1200



กสทช. USO
Universal Service Obligation

โอกาสของผู้ด้อยโอกาส เรียนรู้เทคโนโลยี สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

สำนักงาน กสทช. เสริมศักยภาพการใช้อินเทอร์เน็ตแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม
จัดอบรมเพิ่มขีดความสามารถ ช่วยพัฒนาความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ
มาต่อยอด สร้างอาชีพ



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
Ins.0-2670-8888 Call Center 1200 (โทรฟรี) • <https://www.nbtc.go.th>



ID Line
@nbtc1200

กสทช. USO
Universal Service Obligation

โอกาสของผู้ด้อยโอกาส เรียนรู้เทคโนโลยี สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

สำนักงาน กสทช. เสริมศักยภาพการใช้อินเทอร์เน็ตแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม
จัดอบรมเพิ่มขีดความสามารถ ช่วยพัฒนาความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ
มาต่อยอด สร้างอาชีพ



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
Ins.0-2670-8888 Call Center 1200 (โทรฟรี) • <https://www.nbtc.go.th>



ID Line
@nbtc1200



โอกาสของผู้ด้อยโอกาส

เรียนรู้เทคโนโลยี

สร้างอาชีพ สร้างอนาคต

สำนักงาน กสทช. เสริมศักยภาพการใช้อินเทอร์เน็ตแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม
จัดอบรมเพิ่มขีดความสามารถ ช่วยพัฒนาความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ
มาต่อยอด สร้างอาชีพ



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร.0-2670-8888 Call Center 1200 (ในฟรี) • <https://www.nbtc.go.th>



ID Line
@nbtc1200