



ปฏิรูปสื่อ ดูแลความเรียบร้อย
โลกโซเชียล ปิดช่องทางเบี่ยงภาชี...
หลายความเคลื่อนไหว
ในโลกออนไลน์
ที่กำลังถูกจัดระบบ

เรื่อง : อรรถกฤต อองกุลนะ
ภาพ : หทัยชนก โฉมมณี

จัดระเบียบ ออนไลน์ ไหนไหนไหน?

เมื่อหลายเดือนก่อนมีเรื่องเก็บภาษี
อีคอมเมิร์ซ เพื่อความเท่าเทียมระหว่าง
ร้านค้ากับสินค้าที่ขายผ่านช่องทาง
ออนไลน์

ส่วนเมื่อเดือนที่แล้วคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ
กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
ได้ขอความร่วมมือจากเฟซบุ๊กแชนแนล
ที่มียอดติดตามเกิน 1 ล้านคนให้ลง
ทะเบียนยืนยันตัวตน เพื่อเตรียมออก
มาตรการควบคุมเนื้อหา

ขณะที่ไม่กี่วัน หมดๆ สภาขับเคลื่อน

เคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) เสนอ
แนวทางปฏิรูปสื่อออนไลน์ แบ่งเป็น
ระยะเร่งด่วนที่ต้องจัดระเบียบการ
ลงทะเบียนโทรศัพท์มือถือ ใช้ลายนิ้วมือ-
ใบหน้า ควบคู่กับการลงทะเบียนด้วย
บัตรประชาชนยืนยันตัวตน และระยะยาว

ที่ด้วยแผนยุทธศาสตร์การตระหนักรู้
ในการใช้สื่อ ทั้งนี้ยังควบคู่ไปกับ
มาตรการทางภาษี ที่กรมสรรพากรจะ
ปรับปรุงกฎหมายให้ผู้เข้าข่ายประกอบ
ธุรกิจออนไลน์ต่างประเทศซึ่งอยู่ใน
เกณฑ์ต้องเสียภาษีด้วย

“นี่คือมาตรการล่อมคอกหลังโลกออนไลน์และตุ้มเปะ มีเสรีภาพแต่ไร้ความรับผิดชอบ, คนร้ายกลายเป็นเน็ตไอดอล, เพจดาร์กลายเป็นเพจป๊อป” ใครบางคนพูดขึ้น... เวลาเดียวกับที่อีกด้านมองว่า “เรามาถึงจุดนี้ได้อย่างไร เพราะหนทางที่วุ่นวายจะพาประเทศไปสู่การเป็นไทยแลนด์ 0.44 (ม.44) แทนที่จะเป็น 4.0”

เมื่อโลกออนไลน์กำลังจัดระเบียบพร้อมๆ กับที่ใครบางคนกำลังข้องใจลองถอยออกนอกวงลัทธิแล้วสำรวจดูว่าในสถานการณ์เช่นนี้ มีอะไรที่ชาวเน็ตไทยต้องติดตามบ้าง

ออนไลน์ Fair play

พอได้ยินเรื่องการจัดระเบียบมันก็อดคิดไปถึงบางคำ อย่างการควบคุมสื่อซึ่งเกิดเหตุแว่ย ปรับทัศนคติ ฯลฯ ไม่ได้เช่นเดียวกับที่ต้องใช้เลขบัตรประชาชน Log in ก่อนเข้าโซเชียลทุกครั้งคงไม่ไหวจะเคลียร์ จึงไม่แปลกหรอกที่แนวคิดนี้กำลังถูกถล่มจากชาวเน็ต ทั้งที่ยังไม่ทันจะเริ่ม

เจ้าของเว็บไซต์ชื่อดังรายหนึ่งบอกว่า จนถึงขณะนี้นโยบายการจัดระเบียบสื่อออนไลน์ของรัฐบาล ยังคงสะเปะสะปะไร้ทิศทางและไม่เข้าท่าเพราะต้นเหตุคณะกรรมการอาวุโสที่ตามโลกออนไลน์ “ไม่ทัน” มาร่างกติกา รายละเอียดที่เข้าใจกัน จึงเหมือนผู้ใหญ่ไล่จับเด็กมากกว่าส่งเสริมให้แข่งขันกันอย่างสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามเชื่อว่ากติกาที่ออกมาก็น่าจะสามารถจัดการกับผู้ผลิตคอนเทนต์ที่อยู่ในระบบได้เท่านั้น แต่ไม่สามารถทำอะไรกับ “เด็กดี” ที่ไม่เชื่อฟังได้

วริษฐ์ ลิ้มทองกุล ผู้อำนวยการเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ บอกว่าเขาเองก็ไม่เห็นด้วยกับการจัดระบบในความหมายของการปิดกั้นเสรีภาพ แต่เข้าใจได้หากต้องจัดระเบียบในความหมายของการเป็นธรรม และทำเทียมโดยเฉพาะในกรณี Host แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ข้องเกี่ยวกับผู้คนในวงกว้างไม่ต่างจากสื่อกระแสหลัก

“ถ้าเทียบมาตรฐานเดียวกับกฎหมายที่มีอยู่แล้ว อย่างในเว็บบอร์ดหนึ่งเมื่อมีโพสต์ข้อความที่ขัดต่อความสงบ

เรียบร้อย มีการเอาเนื้อหาที่เข้าข่ายผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ เมื่อถูกฟ้องร้องก็เป็นเรื่องที่เว็บมาสเตอร์หรือผู้บริหารต้องรับผิดชอบไป ดังนั้นหากมีเนื้อหาที่

เข้าข่ายละเมิดลิขสิทธิ์ มีการนำภาพที่ไม่เหมาะสมเกิดขึ้นในโซเชียลมีเดียก็ควรมีช่องทางให้ผู้ให้บริการร่วมรับผิดชอบด้วย เพราะการกด Report (ในเฟซบุ๊ก) อย่างเดียวพิสูจน์แล้วว่าไม่เพียงพอต่อการสร้างมาตรฐานควบคุม”

แน่นอนว่า เราเคารพสิทธิการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออกแต่เรากำลังพูดถึงดินแดนใหม่ที่ยังไม่มีกติกาชัดเจน ลองคิดถึง Live สดฆ่าตัวตาย หรือเพจข่าวที่น่าภาพเหยื่อมาแสดงให้เห็นกันจะๆ เพื่อเรียกรอการณและยอดเข้าชม วริษฐ์ เสนอว่า ก่อนที่ใครๆ จะต่อต้านไปก่อน ผู้มีอำนาจต้องวางกติกาให้ชัดว่า ปัญหาคือเรื่องใดและแก้ไขให้ถูกจุด อาจจะเริ่มจากช่องทางประเภทฮาร์ดคอร์ก่อน จากนั้นค่อยพิจารณาไปถึงโมเดลของเพจข่าว เพจ Influencer ที่ไม่ได้มีปัญหารุนแรงเมื่อเทียบกับประเภทแรก แล้วค่อยๆ ปรับระดับให้เหมาะสมกับประเทศไทยซึ่งต่างจากจีน สิงคโปร์ ที่มักถูกผู้มีอำนาจพูดถึงการจัดระเบียบสื่อ

ไอทีก็ เรื่องนี้ที่คาใจ

เนื้อหาที่สำคัญ แต่ที่พูดกันมากน่าจะเป็นเรื่องของ OTT (Over The Top) ที่ยังคงคาใจ ซึ่งตอนนี้นักสท.ได้ศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรคมนาคมแล้วว่า เมื่อคนดู

ทีวีบนแพลตฟอร์มดั้งเดิมลดลงเรื่อยๆ จึงถึงเวลาต้องตัดผู้ให้บริการส่วนนี้บ้าง ไอทีที่ในประเทศไทยที่จะนำมาพิจารณาในขณะนี้ ก็น่าจะแบ่งได้เป็น 6 ประเภท นั่นคือ 1.ผู้ให้บริการแบบอิสระ เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ เน็ตฟลิกซ์ 2.ผู้ผลิตคอนเทนต์ที่มีให้บริการรับสมาชิก อาทิ ไลน์ เอชบีโอ เอ็มแอลบี 3.ช่องรายการโทรทัศน์ที่มีการให้บริการควบคู่กับโทรทัศน์ 4.ผู้ประกอบการโทรคมนาคมที่ให้บริการ เช่น เอไอเอสเพย์ 5.ผู้ให้บริการเพย์ทีวีในรูปแบบไอทีที่

ได้แก่ ทีเอสไอ ทรูวิชั่นส์ 6. ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ

ที่น่าจับตาก็น่าจะเป็นโอทีทีอย่างเฟซบุ๊ก และยูทูบ ที่สร้างรายได้จากการโฆษณาออนไลน์และเอาเงินที่คนไทยต้องจ่ายไหลออกนอกประเทศ แต่ไม่ยอมจ่ายภาษีสรรพากรทั้งที่ทำรายได้หลายพันล้านบาท

โซเชียลแอดมินรายหนึ่ง บอกว่าเสียเงินบุสต์เพจในเฟซบุ๊กเพื่อแลกกับจำนวนคนเข้าถึงเนื้อหาในทุกสัปดาห์ แต่หลักฐานที่ได้จากการจ่ายเงินคือใบเสร็จบัตรเครดิต ไม่เคยได้ใบกำกับภาษีที่ออกในนามเฟซบุ๊กจริงๆ ทั้งนี้เชื่อว่าคนที่ทำเพจ หรือดูแลเพจที่ประสบความสำเร็จมากกว่าร้อยละ 70 ต้องเสียเงินบุสต์เพจเป็นกิจวัตร เพราะถ้าไม่จะทำให้เพจเติบโตอย่างเป็นธรรมชาติคงยากเต็มทน

ธาม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการด้านสื่อ บอกว่า หากไม่ควบคุมภาษีของผู้ให้บริการข้ามชาติเหล่านี้ ประเทศจะสูญเสียรายได้จากการโฆษณา รายปีละ 10,000 ล้านบาทต่อปีเป็นอย่างต่ำ การกำกับดูแลเชิงผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนในประเทศไทยและต่างประเทศก็จะมี 2 มาตรฐาน จนเกิดการแข่งขันที่ไม่เสรี ไม่เป็นธรรม

มากกว่านั้นการลงทุนพัฒนาแพลตฟอร์มโดยคนไทยจะเกิดยากเพราะรัฐบาลไทย ไม่มีมาตรการทางภาษีเป็นกำแพงหรือใช้สำหรับการสนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศ บริษัทมีเดีย เทคโนโลยีต่างชาติจะมาทำลายโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อในท้องถิ่นตายหมดสิ้น ขณะที่รัฐสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้ ทั้งที่เสียงงบประมาณวางโครงสร้างพื้นฐาน

“อย่าเพิ่งคิดว่า กสทช.เล่นใหญ่ที่จะไปเรียกเก็บภาษีจากบริษัทต่างชาติอย่างเฟซบุ๊ก หรือกูเกิ้ล เรื่องนี้ กสทช. สามารถทำได้ครับ เพราะผู้ให้บริการโอทีทีประเภทนี้ให้บริการผ่านเครือข่ายโทรคมนาคมของประเทศไทยอยู่ ลองไปดูกรณีของประเทศออสเตรเลียผ่านกฎหมายเก็บภาษีจากเฟซบุ๊ก ซึ่งตอนนี้เฟซบุ๊กก็ยังไม่ได้จ่ายนะ แต่ก็ต้องคิดหนัก เพราะ

ถ้าไม่ปฏิบัติ ก็อาจจะเสียฐานลูกค้าจากประเทศนี้ไป เพราะนโยบายของประเทศชาติว่าต้องการให้เรียกเก็บภาษี"

(อ้างอิงจาก Google and Facebook now paying full tax in Australia, says government treasurer / โดย <http://www.independent.co.uk>)

จักรพงษ์ คงมาลัย หนึ่งในผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ Thumbsup และคลุกคลีในวงการดิจิทัลมานาน กล่าวเรื่องเดียวกันนี้ว่า หลายประเทศทั่วโลกกำลังประสบปัญหาเรื่องนี้เช่นเดียวกัน และยังไม่มีความชัดเจนของประเทศใดที่เป็นข้อสรุปที่ดีที่สุด เพราะเทคโนโลยีและเทรนด์ของโซเชียลมีเดียได้เปลี่ยนไปตลอด ปัญหาจากโซเชียลเน็ตเวิร์คในเรื่องนี้คือเรื่องใหม่ ซึ่งแต่ละประเทศก็กำลังจัดวางโครงสร้างที่เหมาะสม ถ้าจะมองเรื่องนี้ก็ต้องดูไปยาวๆ ว่า จะมีมาตรการที่เป็นธรรม และส่งเสริมการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ขนาดไหน

ผู้มีอำนาจ
ต้องวางกติกาให้ชัดว่า
■ ปัญหาคือเรื่องใด
| และแก้ไขถูกจุด

ชาวเน็ตเตรียมรับมือ

ไม่กี่เดือนก่อน Google ประเทศไทย เพิ่งเปิดตัวเว็บไซต์ Creator Community สำหรับภาษาไทย เพื่อช่วยพัฒนาครีเอเตอร์ในประเทศไทย ได้มีแหล่งเรียนรู้และขยายฐานผู้ชมบนช่อง YouTube หลัง 3-4 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้ผลิตเนื้อหาและเผยแพร่ในยูทูบประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ขณะที่งาน Thailand Zocial Awards 2017 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับคนไทยที่ใช้ Social Media ตลอดปี 2016-พฤษภาคม 2017 ว่ายังมีจำนวนมากขึ้น

โดยคนไทยยังมีเฟซบุ๊กรวมกันถึง 47 ล้านคน

"จุติประภาย" สอบถามผู้ผลิตคอนเทนต์ ซึ่งมีชาแนลในยูทูบและแฟนเพจส่วนหนึ่ง ทั้งหมดยังไม่มีใครพึงระวังใดๆ ได้ แต่ขอรอดูว่า หลักเกณฑ์ที่กสทช. ออกมาจะเป็นอย่างไร เพราะเวลาพูดถึงสื่อออนไลน์ มันครอบคลุมความหมายที่กว้างมาก อีกทั้งเชื่อว่า ถ้า กสทช. มีมาตรการใดๆ ที่ไม่สมเหตุผลผลพาประเทศกลับสู่ยุคก่อนมีอินเทอร์เน็ตจริงๆ ก็คงจะมีแรงกดดัน และกลุ่มต่อต้านออกมาแน่ๆ

ส่วนเน็ตไอดอลรายหนึ่ง ให้สัมภาษณ์ในมุมของเขาวา เนื้อหาในลักษณะแบบ Entertainment ที่ทำอยู่ไม่น่าจะขัดกับข้อระเบียบ แตกต่างกับเพจข่าวที่มักถูกจับตามากกว่า มันจึงเป็นไปได้ว่าเรื่องความบันเทิงในออนไลน์ยังไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตต้องมีความหลากหลาย จะมีแต่บันเทิงอย่างเดียวไม่ได้ และหากกติกาออกมาขัดกับเสรีภาพอย่างที่เป็นห่วงกัน ก็น่าจะมีผลในแง่ลบของประเทศ ทั้งการแข่งขันทางการค้า ภาพลักษณ์ของประเทศที่หวังใช้นวัตกรรมขับเคลื่อน

"เชื่อว่าทุกคนได้ยินข่าวมาตลอดว่า จะจัดระเบียบ แต่ก็ยังไม่มีใครรู้ว่าจะเป็นอย่างไร เพราะเวลาพูดถึงสื่อออนไลน์ จะเน้นเฉพาะข่าว แต่จะรวมถึง Influencer ด้วยไหม โหม่งจะมีพวกทำเพจที่ไม่ได้มีรายได้เข้ามาประจำ หรือใช้ช่องทางโซเชียล เพื่อเป็นโซว์รูมสินค้า เพื่อการจ้างงานจริงๆ อีก วันนี้ถ้าถามว่าชาวเน็ตเป็นอย่างไร ทุกคนก็ยังสับสนว่าสิ่งที่ผู้มีอำนาจต้องการคืออะไรกันแน่"

สำหรับผู้ผลิตคอนเทนต์ในระบบอย่างไคร้ก็จะปฏิบัติตามอยู่ดี เพราะวันนี้คงไม่มีทางเลือก ใครๆ ก็ล้วนพึ่งพาช่องทางออนไลน์ ทั้งคนทำสื่อ ร้านค้า และการหาข้อมูลความรู้ทั้งหมด จะสร้างมาตรฐานในโลกออนไลน์ก็ควรจะใช้แนวคิดที่สอดคล้องกับโลกยุคใหม่

ชาวเน็ตไทยเข้าใจความเป็นไป และพร้อมปรับตัว แล้วฝั่งผู้มีอำนาจจะเข้าใจมันขนาดไหน?

'กสทช.' หัก 'เน็ต' รื้อเกณฑ์คุม OTT เลิกเส้นตายเฟซบุ๊ก

บอร์ด กสทช. กำหนดจุดอ่อน สั่งยก
ร่างหลักเกณฑ์กำกับ OTT เปิดเวที
ประชาพิจารณ์ ปิดข้ออ้าง 2 ยักษ์
ต่างชาติฟ้องร้อง เร่งสปีดให้เสร็จใน
90 วัน ลั่นต้องทัน 6 ต.ค. เป็นผลงาน
บอร์ดชุดนี้ ย้ำแค่ยับเส้นตาย บีบ
“เฟซบุ๊ก-ยูทูบ” ลงทะเบียน

นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการคณะ
กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่ง
ชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ที่ประชุมบอร์ด
กสทช.ล่าสุด (5 ก.ค. 2560) มีมติให้
คณะอนุกรรมการกำกับการแพร่ภาพ
และเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต
(OTT) ยกร่างหลักเกณฑ์การกำกับ
OTT ให้เสร็จภายใน 30 วัน เพื่อเสนอ
ให้บอร์ด กสทช.พิจารณา ก่อนนำออก
ประชาพิจารณ์รับฟังความเห็นสาธารณะ
วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียและผลกระทบ
ต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแล้วเสนอ
ให้บอร์ดพิจารณาอนุมัติเพื่อประกาศใช้
ในราชกิจจานุเบกษา โดยมีกรอบเวลา
ดำเนินงานทั้งหมด 90 วัน

“ที่ประชุม กสทช.เห็นว่า การทำธุรกิจ
OTT ที่เปิดให้บริการในประเทศไทย
ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายประเทศไทย
แต่แนวทางกำกับของเดิมแม้ประธาน
อนุกรรมการ (พ.อ.นที ศุกลรัตน์) จะ
ยืนยันว่ากระบวนการปฏิบัติตามขั้นตอน
อย่างถูกต้องแล้ว แต่ประธาน กสทช.
พล.อ.อ.วิเรศ ปุณศรี ได้มีการรวบรวม



ฐากร ตัณฑสิทธิ์

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อท้วงติงที่เผยแพร่สู่
สาธารณะ เสนอให้ที่ประชุมพิจารณา
ที่ประชุมจึงมีการอภิปรายเกี่ยวกับข้อ
ท้วงติงเรื่องการบังคับใช้ตามกฎหมาย
ว่าจะสามารถดำเนินการได้หรือไม่ หลัง
จากมีข้อโต้แย้งกลับมา ซึ่งก่อนหน้านี้
เป็นการดำเนินการตามมติของบอร์ด
กสทช. ยังไม่ใช่อำนาจใหญ่ ดังนั้นเพื่อ
ปิดจุดอ่อนที่จะทำให้เอกชนฟ้องร้อง
ได้ และเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ใน
การกำกับดูแลที่จะไม่มีข้อโต้แย้งใน
อนาคต จึงมีมติให้คณะอนุกรรมการ
OTT ยกร่างประกาศ กสทช.ขึ้นมาให้
ชัดเจน โดยทั้งหมดต้องทำให้เสร็จภายใน
วันที่ 6 ต.ค.นี้ ซึ่งบอร์ด กสทช.จะหมด
วาระ เพื่อให้เป็นผลงานของบอร์ดชุดนี้”

ส่วนกระบวนการลงทะเบียนของผู้ให้
บริการ OTT ก่อนหน้านี้ จะต้องดำเนินการ
ใหม่ทั้งหมดตามประกาศหลักเกณฑ์
ที่จะนำมาบังคับใช้ ดังนั้น กำหนดเส้น
ตายการลงทะเบียน 22 ก.ค.นี้ จะถูก

เลื่อนออกไปก่อน จนกว่าหลักเกณฑ์
กำกับดูแลจะประกาศใช้

“ในที่ประชุมอภิปรายกันหลายประเด็น
ทั้งในส่วนที่ว่าจะต้องการออกหลัก
เกณฑ์เป็นประกาศ กสทช. ต้องมีหรือ
ไม่ กรอบระยะเวลาดำเนินการ ข้อดีข้อ
เสียในการดำเนินการที่ผ่านมา วิเคราะห์
ว่าจะมีจุดอ่อนในการถูกฟ้องร้องทำให้
กฎเกณฑ์ไม่มีผลบังคับต่อไปหรือไม่
ก็ได้ข้อสรุปมาว่าต้องออกร่างประกาศ
กสทช.ออกมา ส่วนจะมีเนื้อหาอย่างไร
นั้น ก็ต้องรอให้ที่ประชุมอนุกรรมการยก
ร่างมาก่อน ซึ่งทาง พ.อ.นทีแจ้งว่าจะ
จะต้องมีการปรับปรุงจากแนวทางเดิมที่
กำหนดไว้เล็กน้อย”

ขณะที่การครบวาระของบอร์ด กสทช.
ที่เหลือเวลาอีกไม่มากนัก เลขาธิการ
กสทช. เปิดเผยว่า ไม่มีผลกระทบกับการ
ขับเคลื่อนนโยบายกำกับ OTT เนื่องจาก
ตราบไต่บอร์ด กสทช.ชุดใหม่ยังไม่ได้
รับการแต่งตั้งให้เข้ารับตำแหน่ง บอร์ด
ชุดเดิมจะเป็นผู้รักษาการไปพลางก่อน
สามารถปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ แทนได้ ส่วน
กระบวนการสรรหาบอร์ด กสทช.ชุด
ใหม่เป็นหน้าที่ของสำนักงานเลขาธิการ
วุฒิสภาเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งขณะนี้ยัง
ไม่ได้เริ่มกระบวนการใด ๆ จึงคาดว่า
บอร์ดชุดปัจจุบันจะต้องรักษาแทนไป
ระยะหนึ่ง

ด้านแหล่งข่าวจากสำนักงาน กสทช.
เปิดเผยว่า การยกร่างหลักเกณฑ์กำกับ

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,350

Section: การตลาด/ไอซีที

วันที่: จันทร์ 10 - พุธ 12 กรกฎาคม 2560

ปีที่: 40

ฉบับที่: 4956

หน้า: 21 (ล่าง)

Col.Inch: 55.49

Ad Value: 74,911.50

PRValue (x3): 224,734.50

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'กสทช.'หัก'หนี้'รื้อเกณฑ์คุมOTTเลิกเส้นตายเพชฌัญญู

ดูแล OTT ต้องอยู่ภายใต้ พ.ร.บ.องค์การ
จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบ
กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560
ซึ่งให้อำนาจ กสทช.ในการกำกับดูแล
การให้บริการ OTT ไม่ว่าจะถือค่าบริการ
ดังกล่าวเป็นบริการประเภทบรอดแคสต์
หรือโทรคมนาคม แต่ปัญหาคือ หากเป็น
บริการด้านบรอดแคสต์ ตาม พ.ร.บ.การ
ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง และ
วิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 คุณสมบัติ
ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ
จาก กสทช.ได้ หุ้นส่วนบริษัทต้องเป็น
สัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 75% ดังนั้น
ผู้ประกอบการ OTT รายใหญ่ แม้จะมา
ตั้งออฟฟิศ จดทะเบียนตั้งนิติบุคคลใน
ประเทศไทย ก็ไม่ได้ทำให้เป็นผู้ให้บริการ
สัญชาติไทยไปได้ เพราะส่วนใหญ่จะจด
ทะเบียนหุ้นเป็นต่างด้าวทั้ง 100% จึง
เท่ากับว่าบริษัทเหล่านี้ไม่สามารถรับ
ใบอนุญาตและประกอบกิจการบรอด
แคสต์ในไทยได้

“ประเด็นนี้จึงเป็นโจทย์ใหญ่ที่
กสทช.จะต้องพิจารณาว่าจะดำเนินการ
อย่างไร เนื่องจากวัตถุประสงค์เดิมที่
กำหนดเงื่อนไขไว้เช่นนี้ เพราะมองว่า
บริการบรอดแคสต์เป็นกิจการที่มีผล
กระทบโดยตรงกับสังคม จึงมีเงื่อนไข
เรื่องต่างด้าวที่เข้มงวดกว่ากิจการด้าน
โทรคมนาคม”

พักรบ OTT ต่อเวลา...สื่อโฆษณาออนไลน์

จักรวรรดิตลาด

สร้างความสับสน งุนงง ให้แก่
อุตสาหกรรมโฆษณาสื่อดิจิทัล
อีกระลอก ล่าสุด (5 ก.ค. 2560)
การประชุมคณะกรรมการกิจการกระจาย
เสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีมติ
ยกร่างหลักเกณฑ์การกำกับกิจการ ผู้ให้
บริการแพร่ภาพและเสียงผ่านโครงข่าย
อินเทอร์เน็ต หรือ (OTT : Over the
Top) ออกไปก่อน

นั่นหมายถึงกำหนดเส้นตายที่ให้ผู้ให้
บริการ OTT จะต้องมาลงทะเบียนวันที่
22 ก.ค.นี้ จะถูกเลื่อนออกไปก่อน
จนกว่าหลักเกณฑ์กำกับดูแลจะประกาศ
ใช้ (อีกครั้ง)

ทั้ง ๆ ที่ประเด็นดังกล่าวนี้ เป็นกระแส
สุดร้อนแรงตลอดสัปดาห์ก่อน ด้วยทำที่
ที่สุดซึ่งของ กสทช. ที่ห้ามเอเยนซี
โฆษณา สินค้า ลงโฆษณากับผู้ให้บริการ
OTT ที่ไม่ได้ลงทะเบียนหลังวันที่ 22
ก.ค. 2560 และหากฝ่าฝืนจะเข้าข่ายเป็น
ผู้สนับสนุนการกระทำความผิดตาม
ประมวลกฎหมายอาญา

สร้างแรงกระเพื่อม และอลหม่าน
ให้แก่วงการโฆษณาตลอดทั้งสัปดาห์
ที่ผ่านมา

ทันทีที่มีมติยกร่างดังกล่าวออก
ไปก่อน “ศุภชัย ปาจริยานนท์” นายก
สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)
หรือ DAAT กล่าวกับ “ประชาชาติธุรกิจ”
ว่า หลังจากที่มีมติยกร่างหลักเกณฑ์
การกำกับกิจการ OTT ออกไปก่อน

ก็ลดความกังวลและความสับสน
ของอุตสาหกรรมได้ระดับหนึ่ง สะท้อนว่าภาครัฐ
ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล ถือเป็น
สัญญาณที่ดี

ขณะเดียวกัน สเด็ปต์ถัดไป เชื่อว่า
ผู้เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ จะใช้เวลาในการเจรจา
พูดคุยกันมากขึ้น จากก่อนหน้านี้ที่มีผู้
คุยเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อย
ผ่านเวทีการจัดทำประชาพิจารณ์รับฟัง
ความเห็นสาธารณะที่จะมีขึ้นตามกรอบ
เวลาที่ กสทช.กำหนด

อย่างไรก็ตาม สมาคมก็พร้อมจะเป็น
“ตัวกลาง” พยายามให้ทุกฝ่ายเข้ามา
พูดคุยกัน เพื่อให้ประเทศเดินหน้า
ไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่ง
ต้อง Win-Win ทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งภาครัฐบาล
และภาคเอกชน เช่น ผู้สร้างแพลตฟอร์ม
ผู้พัฒนาคอนเทนต์ (Creator Content)

ก็ต้อง Win เพื่อสร้างการเติบโต
ให้แก่ธุรกิจ ซึ่งทุกอย่างต้องเติบโต
ด้วยกัน จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้
เพราะถ้าส่วนใดส่วนหนึ่งหายไป เอเยนซี
โฆษณาซึ่งเป็นตัวกลางก็คงอยู่ไม่ได้
เช่นกัน

“ศุภชัย” กล่าวถึงความไม่ชัดเจน
ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ว่า เมื่อผู้ประกอบการ
การ OTT มาลงทะเบียนแล้ว จะได้หรือไม่
ได้ประโยชน์อะไร และจะเกิดผลดี
ผลเสียแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทั้ง
อุตสาหกรรมอย่างไร

สร้างคำถามหนาหูให้เกิดขึ้นตลอด
ช่วงสัปดาห์ก่อน

ขณะเดียวกัน กสทช.ก็สร้างความ
ตกใจให้แก่ผู้ประกอบการ เมื่อมี
คำสั่งห้ามเอเยนซี สินค้า ลง
โฆษณากับผู้ให้บริการ OTT

น. 14

พักรบ OTT

ที่ไม่ได้มาลงทะเบียนหลังวันที่ 22 ก.ค.
2560

“ตอนนี้ถือเป็นช่วงเวลาที่ดี สำหรับ

ส่วนแบ่งตลาด OTT ในไทย



ประชาชาติธุรกิจ

ที่มา : Time Consulting (กลุ่มผู้ให้บริการ OTT แบบเสียค่าใช้จ่ายรายเดือน/รายปี/ครั้ง)

ส่องตลาด OTT ในต่างประเทศ



ประเทศ	เริ่มให้บริการ	ผู้ให้บริการรายใหญ่	
		แบบหารายได้จากโฆษณา	แบบเสียค่าใช้จ่ายรายเดือน/รายปี/ครั้ง
สหรัฐอเมริกา	เริ่มให้บริการปี 2548	ยูทูป เฟซบุ๊ก	Netflix Amazon, prime. Hulu Plus
อังกฤษ	เริ่มต้นจากการให้บริการขอ ช่องรายการฟรีทีวีและ Pay TV	BBC I Player	Netflix Amazon, Prime
มาเลเซีย	เริ่มต้นเมื่อปี 2553	ยูทูป	Astro on the go

ที่มา : กสทช.

ประชาชาติกราฟิก

การเดินทางหน้าจอร์จของทุก ๆ ฝ่าย ซึ่ง กสทช.จะมีการทำประชาพิจารณ์ ถือเป็นอีกเวทีสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งผู้พัฒนาแพลตฟอร์ม เอเยนซี ลูกค้า ผู้พัฒนาคอนเทนต์ จะได้เข้าไปแชร์ข้อมูล ให้มุมมอง สะท้อนภาพจริงที่เกิดขึ้น คาดว่าหากผ่านเวทีนี้ไปบรรยากาศและ สัญญาณทุกอย่างก็จะดีขึ้นเช่นกัน”

ก่อนหน้านี้ “สายใย สระแก้ว” หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กรและมวลชนสัมพันธ์ กูเกิล ประเทศไทย บอกว่า ยูทูปต้องการความชัดเจนกรณี กสทช.กำหนดให้ ยูทูปเข้าถึงทะเบียน OTT ว่าจะมีผลอย่างไร และทาง กสทช.ต้องการอะไร ทั้งนี้ สำนักงานสิงคโปร์อยู่ระหว่างการศึกษารายละเอียดและพิจารณาในเรื่องดังกล่าวอยู่

“ที่ผ่านมา ยูทูปเสียภาษีออนไลน์ที่กำหนดให้ผู้ใช้อีเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม เชื่อว่าธุรกิจจะไม่ได้รับผลกระทบ เพราะเอเยนซีโฆษณาใช้วิธีการซื้อสื่อโฆษณาต่างประเทศแทน ในทางกลับกัน กลุ่มครีเอเตอร์คอนเทนต์ไทยจะสูญเสียรายได้”

ผู้สื่อข่าวรายงานเพิ่มเติมว่า สมาคม

โฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) คาดการณ์ การใช้งบฯผ่านสื่อโฆษณาดิจิทัลปีนี้จะมีมูลค่า 11,774 ล้านบาท จากปีก่อนที่มีมูลค่า 9,477 ล้านบาท และที่สำคัญเมื่อแยกเป็นตัวเลขรายได้โฆษณาจากกลุ่มผู้ให้บริการ OTT สูงถึง 5,007 ล้านบาท แบ่งเป็นเฟซบุ๊ก 2,842 ล้านบาท ยูทูป 1,663 ล้านบาท และอื่น ๆ เช่น ไลน์ทีวี และผู้ประกอบการช่องทีวี 502 ล้านบาท

เรียกว่า ความไม่ชัดเจนที่เกิดขึ้น บั่นทอนวงการเอเยนซีโฆษณาและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้ไม่น้อย



ตะวันออกที่ท่าพระอาทิตย์
โดย นพ. นรมารณ

กสทช.เลิกเล่นตายโอทีที่ วันที่ย่านาจเปลี่ยนมือ

ไม่ถึงสองสัปดาห์หลังจากประกาศจัดระเบียบโอทีที่ หรือ บริการแพร่ภาพ กระจายเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช.ก็กลับล่ายกลีกล้างให้ผู้ประกอบการโอทีที่มาลงทะเบียนกับ กสทช.ภายในวันที่ 22 กรกฎาคมนี้

ถือเป็นการ “หักดิบ” พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธาน กสทช. ซึ่งใช้สถานะ ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ OTT เรียกผู้ประกอบการโอทีที่มาประชุม เมื่อวันที่ 22 มิถุนายนที่ผ่านมา ซึ่งมีผู้ให้บริการสัญชาติไทย 14 ราย มาร่วม และลงทะเบียนกับ กสทช.ในวันนั้น

แต่เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ และ Netflix โอทีที่ต่างชาติซึ่งเป็นรายใหญ่ มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดไม่มา และไม่ติดต่อมา ทำให้ พ.อ.นที ชิดเส้นตายว่า รายไหนไม่มาลงทะเบียนภายในวันที่ 22 กรกฎาคม จะถือว่าไม่เป็นผู้ประกอบการโอทีที่ ตามกฎหมายมีความผิดตาม พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ

ทั้งยังชี้ผู้ที่ไม่ลงทะเบียนกับเฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มโฆษณาดิจิทัลที่ใหญ่ และเข้าถึงผู้ใช้โซเชียล มีเดียมากที่สุดว่า เป็นผู้สนับสนุนผู้ประกอบการที่ไม่มีธรรมาภิบาล และผู้สนับสนุนผู้ทำผิดกฎหมาย ซึ่งมีความผิดตามกฎหมายอาญา

ส่งผลให้บรรดาผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ รวมทั้งกิจการที่เป็นผู้ซื้อโฆษณา รายใหญ่ทำตัวไม่ถูก จะไม่ร่วมมือก็กลัวถูกดำเนินคดี และถูกตราหน้าว่า ส่งเสริมผู้ประกอบการที่ไม่มีธรรมาภิบาล จะไม่ลงโฆษณา กับเฟซบุ๊ก กูเกิล ก็สวนทางกับความเป็นจริงที่ว่า ทั้งสองรายนี้เป็นเจ้าของพื้นที่โฆษณาในโลกอินเทอร์เน็ตที่ใหญ่ที่สุด และเข้าถึงผู้ชมมากที่สุด



พ.อ.นที ศุกลรัตน์

วันที่ 5 กรกฎาคม คณะกรรมการ กสทช.ประชุมตามปกติที่ไม่ปกติคือ ประธาน กสทช.พลอากาศเอกเกรียง ปุณศรี เสนอวาระการกำกับดูแลโอทีที่ ให้ที่ประชุมพิจารณาด้วยตัวเอง และให้เป็นการประชุมลับ

หลังปิดห้องคุยกันกว่า 3 ชั่วโมง ที่ประชุมมีมติให้ชะลอเส้นตายการลงทะเบียน โอทีที่ในวันที่ 22 กรกฎาคมออกไปก่อน และให้ พ.อ.นที ยกร่างหลักเกณฑ์การกำกับกิจการโอทีที่ให้เสร็จภายใน 30 วัน เพื่อเสนอให้ กสทช.พิจารณาก่อนนำออกประชาพิจารณ์รับฟังความเห็นเพื่อนำมาปรับปรุง และเสนอบอร์ดอีกครั้งให้อนุมัติการบังคับใช้

รวมเวลาดำเนินการทั้งสิ้น 90 วัน ซึ่งหากนับจากวันที่ กสทช.มีมติดังกล่าว นับไปอีก 90 วันคือไม่เกินวันที่ 3 ตุลาคม ก่อนที่บอร์ด กสทช. 11 คนจะหมดอายุในวันที่ 6 ตุลาคม 2560 เพียงสองวัน

ความพยายามที่จะกำกับดูแลโอทีที่ โดยที่ กสทช.ยังไม่มีร่างกฎเกณฑ์ข้อบังคับเลยว่าจะกำกับดูแลอย่างไร เป็นเหตุผลสำคัญที่เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ไม่เห็นด้วยกับการที่ พ.อ.นที สั่งให้ไปลงทะเบียนภายในวันที่ 22 กรกฎาคม โดยแสดงท่าทีผ่านสมาพันธ์อินเทอร์เน็ตเอเชียซึ่งมีสมาชิกเป็นผู้ประกอบการโอทีที่ต่างชาติ

และเป็นเหตุผลที่บอร์ด กสทช.ใช้หักล้างคำสั่งของ พ.อ.นที ก่อนหน้านั้นโดยอ้างว่า เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการกำกับดูแลที่จะไม่ขัดแย้งในอนาคต จึงให้ พ.อ. นทีไปยกร่างหลักเกณฑ์การกำกับดูแลให้เรียบร้อยก่อน

ความพยายามที่จะให้โอทีที่มาลงทะเบียนกับ กสทช.เกิดขึ้นในช่วงที่ พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) หรือกฎหมายแก้ไข กฎหมาย กสทช. เดิมที่ประกาศใช้เมื่อ พ.ศ. 2553 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 22 มิถุนายน วันเดียวกับที่ พ.อ.นที เรียกผู้ประกอบการโอทีที่ไปประชุม

ภายใต้กฎหมายเดิม บอร์ด กสทช. 11 คน แบ่งเป็นคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม

พ.อ.นที เป็นประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท.แต่งตั้งตัวเองเป็นประธานคณะกรรมการโอทีที่ เดินหน้ากำกับดูแลโอทีที่ โดยไม่ผ่านการปรึกษาหารือกับ บอร์ด กสทช.เพราะถือว่า เป็นกิจการกระจายเสียงแพร่ภาพที่ดำเนินการดูแลของตน

กฎหมาย กสทช.ใหม่ลดบอร์ด กสทช.เหลือ 7 คน และให้มีบอร์ดเดียวคือ บอร์ด กสทช.ไม่แยกเป็นบอร์ด กสท. และ กทค. ทุกเรื่อง ทั้งโทรคมนาคม และการแพร่ภาพกระจายเสียงต้องผ่านบอร์ด กสทช.

กฎหมายใหม่ยังเปลี่ยนสถานะภาพ กสทช.จากที่เป็นองค์กรอิสระ ให้เป็นองค์กรที่ต้องขึ้นต่อคณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มีนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี ปลัดกระทรวง ตัวแทนเอกชน เป็นกรรมการ การ

ผู้จัดการรายวัน 360°

Poo Jatkarn Daily 360 Degree
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/ในประเทศ

วันที่: จันทร์ 10 กรกฎาคม 2560

ปีที่: 9

ฉบับที่: 2426

หน้า: 10(ซ้าย)

Col.Inch: 60.67

Ad Value: 91,005

PRValue (x3): 273,015

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: ตะวันออกที่ท่าพระอาทิตย์: กสทช.เลิกเส้นตายโอทีที่ วันที่อำนาจเปลี่ยนมือ

จัดทำแผนบริหารคลื่นความถี่ ต้องไม่ขัดแย้งกับนโยบายของ
คณะกรรมการนี้ และคณะกรรมการนี้ ยังมีอำนาจวินิจฉัยว่า
การดำเนินงานใดๆ ของ กสทช.ขัดแย้งกับ นโยบายแผนงานของ
คณะกรรมการนี้หรือไม่

ความพยายามของ พ.อ.นที ที่จะกำหนดกติกาในการกำกับ
ดูแลโอทีที่ จึงถูกล้มเลิกไป เพราะ กสทช.ไม่ได้มีความเป็นอิสระ
มีอำนาจในการเขียนกฎ กติกา ด้วยตัวเองเหมือนเดิมแล้ว.

CAUTION OVER OTT

Regulations on over-the-top service platforms and operators should not be heavy-handed, say industry experts. **B5**

BROADCASTING

Experts advise OTT regulatory caution



Bunyati Kirdniyom, director of government affairs at Vriens & Partners warns that OTT regulations could ultimately inhibit innovation. AP

KOMSAN TORTERMSASANA

Regulations on over-the-top (OTT) service platforms and operators should not be heavy-handed, according to industry experts.

Bunyati Kirdniyom, director of government affairs at Vriens & Partners, a Singapore-based advisory firm, said several countries have considered OTT regulations, mainly related to data protection and consumer protection.

However, regulators should be mindful of the consequences of overzealous approaches to OTT.

"It [OTT regulations] could ultimately inhibit innovation and also affect their business models, which rely on low barriers to enter the market," he said.

In addition, he said regulation will not only have an impact on global OTT players but impose burdensome measures on local companies and startups who want to enter the OTT market. The benefits to consumers in terms of diverse service options and reduced prices far outweigh lost revenues.

"Fair regulations are essential to protect the public and the market. Going forward, more collaborative regulation is expected. Regulators should aim to establish an environment conducive to the growth of

businesses while protecting consumers' interests and providing them with affordable access to more innovative services and options," he said.

NBTC vice-chairman Col Settapong Malisuwan said regulations should be adjusted to rely on multi-faceted inventions and harmonise with the changing environment.

The motive behind the regulations is to bring about fairness and equality, which can be achieved by reducing regulatory costs for incumbent operators or treating OTT operators equally. But the regulations have to focus on the advantages and disadvantages people will face.

Creating an innovative regulatory framework that generates a control mechanism that is in line with the changing context is very important, said Col Settapong.

Somprasong Boonyachai, chairman of the executive committee of BEC World's board, said that OTT operators benefit from the immense investment network operators make each year.

Free instant messaging app and video call services on OTT platforms directly affect the revenue streams of mobile operators. On the other hand, mobile

operators benefit from the growing data revenue generated as customers increasingly access online content through OTT platforms, he said. Mobile operators have to adjust their business strategies to tackle rapidly-changing consumer behaviour.

ชีพจร โลกธุรกิจ

■ เดิณหน้าสำยสือสารลงดิน

นายก่อกิจ คำนชั้วจิตร รองเลขาธิการคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ในเดือนสิงหาคม 2560 จะเริ่ม
ดำเนินโครงการนำสายสื่อสารลงดิน ในเส้นทางถนนพหลโยธิน
ตั้งแต่ถนนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิจนถึงห้าแยกลาดพร้าว ซึ่ง
สำนักงาน กสทช.ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ
การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) กรุงเทพมหานคร สำนักงาน
ตำรวจแห่งชาติ (สตช.) และสมาคมโทรคมนาคมแห่ง
ประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (สทค.)



ก่อกิจ คำนชั้วจิตร

อัปเดตสายโทรคมนาคมลงดิน



ย่งจำกันได้ไหมเมื่อปีก่อน **บิล เกตส์** ผู้ก่อตั้งบริษัท ไมโครซอฟท์ และบุคคลที่มีทรัพย์สินมากที่สุดในโลก ได้โพสต์ภาพสายไฟพาระโยงระยางในประเทศผ่านโซเชี่ยลมีเดียของตนเอง พร้อมระบุว่านี่คือตัวอย่างของโครงสร้างพื้นฐานที่ผิดพลาด

จนทำให้ **พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา** นายกรัฐมนตรี ต้องสั่งเร่งแผนนำสายไฟฟ้า และเฉพาะอย่างยิ่งสายโทรคมนาคมที่เป็นต้นเหตุระโยงระยางในกรุงเทพฯ ลงดินให้ได้ภายใน 5 ปี จากเดิมที่มีการวางแผนไว้ว่าจะดำเนินการใน 10 ปี ผ่านมาแล้ว 1 ปี ขออัปเดตว่าดำเนิน

การถึงไหนแล้ว ข้อมูลจากการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) ระบุว่าดำเนินการแล้วเสร็จหลายพื้นที่ เช่น ถนนสีลม สุขุมวิท พญาไท พหลโยธิน เป็นต้น

ขณะที่ต้นปีที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรี (ครม.) เห็นชอบให้ดำเนินการอีก 3 เส้นทาง ภายใต้วงเงิน 9,088 ล้านบาท คือโครงการปทุมวัน จิตรลดา พญาไท (เพิ่มเติม) โครงการนนทบุรี และโครงการพระราม 3

ส่วนสายโทรคมนาคม **นายก้อกิจ ด้านขั้วชีวิต** รองเลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ให้ข้อมูลว่าดำเนินการแล้ว 2 เส้นทาง คือ ถนนศรีอยุธยา ตั้งแต่แยกพญาไทถึงศรีอยุธยา และถนนโยธี ตั้งแต่ซอยเสนาราษฎร์ถึงพระรามหก ยังเหลือดำเนินการอีก 3 เส้นทาง คือ ถนนเพชรบุรี ตั้งแต่แยกบรรทัดทองถึงแยกอรุณพงษ์ ถนน

ราชปรารภ ตั้งแต่ถนนศรีอยุธยาถึงแยกประตูน้ำ และถนนพระรามที่ 1 ตั้งแต่ถนนพญาไทถึงสะพานกษัตริย์ศึก ซึ่งมีแผนดำเนินการให้เสร็จภายในปีนี้

อย่างไรก็ดี เดือนสิงหาคมนี้จะเริ่มดำเนินโครงการนำสายสื่อสารลงดินในเส้นทางถนนพหลโยธิน ตั้งแต่ถนนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิจนถึงบริเวณห้าแยกลาดพร้าว ซึ่งสำนักงาน กสทช.ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) กรุงเทพมหานคร (กทม.) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) และสมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (สทค.)

จากนี้ไปใครเห็นถนนไหนมีการปิดพื้นผิวจราจรเพื่อนำสายไฟฟ้า สายโทรคมนาคมลงดิน ก็อย่าเพิ่งบ่น ขอให้อดทนสักนิดเพื่อภาพที่สวยงามและความปลอดภัย ไร้สายไฟหย่อนเกือบลากพื้น เส้าไฟฟ้าลัมเพราะรับน้ำหนักเกิน

นายมะดัน