

บทที่ 11

ยุทธศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์

ในบริบทของการเจรจาการค้าบริการสตรีมมิ่ง ขอบเขตของอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ครอบคลุมอุตสาหกรรมหลักๆ สองส่วน คือ อุตสาหกรรมการผลิตรายการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต “เนื้อหา” (content) รายการวิทยุและรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ และอุตสาหกรรมการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ (broadcast transmission) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในปัจจุบันอุตสาหกรรมทั้งสองอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีพลวัตสูง และเริ่มได้รับความสนใจและมีการเรียกร้องให้เปิดตลาดในเวทีการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งในระดับพหุภาคี และระดับทวิภาคีหลายเวที อันเนื่องมาจากปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญดังนี้

1. การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล และการหลอมรวมกันของบริการแพร่ภาพกระจายเสียงและบริการโทรคมนาคม

ในปัจจุบัน รายการวิทยุและโทรทัศน์ ส่วนมากจะถูกผลิตขึ้นในรูปแบบดิจิทัล เนื่องจากได้ภาพและเสียงที่ดีกว่าการผลิตในรูปแบบอนาล็อก ประกอบกับต้นทุนในการผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ลดลง ทั้งนี้ สำหรับรายการที่ถูกผลิตมาในรูปแบบอนาล็อก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถแปลงรายการจากรูปแบบอนาล็อกให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งรายการในรูปแบบดิจิทัลนี้สามารถส่งผ่านโครงข่ายประเภทต่างๆ นอกเหนือจากโครงข่ายวิทยุ และโทรทัศน์ได้อย่างสะดวก ทั้งทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ต โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโครงข่ายบรอดแบนด์ การหลอมรวมกันของบริการวิทยุ/โทรทัศน์ และโทรคมนาคมนี้ส่งผลให้เกิดโอกาสของการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ และเกิดผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งในอุตสาหกรรมการผลิต และการส่งสัญญาณ นอกจากนี้ ยังทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ เช่น ธุรกิจการรวม/ผสมรายการ (program aggregator/multiplexer) ซึ่งผู้ให้บริการทำหน้าที่รวบรวมรายการประเภทต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบทางเทคนิคและรูปแบบรายการที่เหมาะสมก่อนส่งให้สถานีออกอากาศต่อไป

พัฒนาการของบริการวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Radio) และโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet TV หรือ IPTV) ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลก ทำให้การปิดกั้นการให้บริการวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนเป็นไปได้ง่ายขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งทำให้การเปิดเสรีบริการวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ

นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนไปสู่การออกอากาศในระบบดิจิทัล ยังส่งผลให้การส่งสัญญาณวิทยุ/โทรทัศน์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ได้ภาพและเสียงที่คมชัดขึ้น และได้จำนวนช่องรายการที่มากขึ้นกว่าเดิมอย่างน้อย 4 เท่า ซึ่งการมีช่องรายการที่เพิ่มมากขึ้นนี้ จะนำมาซึ่งโอกาส

สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้าสู่ตลาด และความต้องการรายการในการออกอากาศที่เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อยเป็นทวีคูณ

2. การประหยัดทางขนาด (Economies of Scale) ของอุตสาหกรรมการผลิตรายการ และแนวโน้มของการควบรวมกันของสื่อในระดับข้ามชาติ

อุตสาหกรรมการผลิตสื่อโทรทัศน์ ทั้งรายการ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง เป็นอุตสาหกรรมที่มีการประหยัดทางขนาดสูง กล่าวคือมีต้นทุนคงที่ในการผลิตที่สูง (high fixed cost) และมีต้นทุนส่วนเพิ่มค่อนข้างต่ำ (low marginal cost) การผลิตรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่ดีและมีคุณภาพอาจต้องใช้เงินลงทุนสูงถึง 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ต้นทุนในการนำรายการมาจำหน่ายสำหรับฉายซ้ำมีค่าใช้จ่ายไม่มากนักเพียงแค่ค่าม้วนเทป/แผ่น CD/DVD และค่าการตลาด ดังนั้นเพื่อสร้างกำไรให้ได้สูงสุดผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ทั่วโลก จึงต้องการหาช่องทางในการจำหน่ายรายการ โดยการสร้างตลาดในระดับนานาชาติให้ได้มากที่สุด ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ได้มีการควบรวมกันหรือการซื้อกิจการผลิตเนื้อหารายการสำหรับสื่อประเภทต่างๆ ในระดับข้ามชาติมากมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อในระดับประเทศที่ไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรสื่อข้ามชาติขนาดใหญ่ได้

3. การเติบโตของธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

การเติบโตของธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก ทั้งในระบบเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมในรูปแบบ Direct-to-Home (DTH) และ Direct-Broadcast-Satellite (DBS) ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์เกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาในหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากราคาจานรับสัญญาณที่ลดลงอยู่ในระดับที่ครัวเรือนทั่วไปสามารถจ่ายได้ ประกอบกับความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เทคโนโลยีสื่อสารดาวเทียมจะสามารถนำมาใช้ให้บริการโทรทัศน์ข้ามพรมแดนได้อย่างสะดวก โดยผู้ให้บริการไม่จำเป็นต้องมีถิ่นฐานตั้งอยู่ภายในประเทศ (local presence) แต่การให้บริการยังคงถูกปิดกั้นโดยกฎหมายและมาตรการกำกับดูแลภายในประเทศ ด้วยเหตุผลด้านความมั่นคงและด้านวัฒนธรรม ซึ่งกลุ่มผู้ให้บริการได้รวมตัวกันเพื่อผลักดันการเปิดตลาดบริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมให้เสรีมากขึ้น หรืออย่างน้อยให้อยู่ในระดับที่สะท้อนการดำเนินการตามความเป็นจริงในเชิงปฏิบัติ

แรงผลักดันในการเปิดตลาดอันเกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์และข้อเรียกร้องของผู้ให้บริการในต่างประเทศ นำซึ่งโอกาสและความท้าทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ของไทย ซึ่งจากการศึกษาศักยภาพการแข่งขันและผลกระทบของการเปิดเสรีในบทที่ 9 และ 10 ของรายงานฉบับนี้ ทำให้เห็นว่าภาครัฐและเอกชนไทย จะต้องดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปิดเสรี เพราะหากมีการเปิดเสรีโดยที่อุตสาหกรรมภายในประเทศยังมีศักยภาพในการแข่งขันที่ไม่ดีพอ หรือยังไม่มีกฎระเบียบและมาตรการกำกับดูแลการแข่งขันที่เหมาะสมเพื่อรองรับ

การเปิดเสรีแล้วนั้น ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการชาวไทยประสบกับสถานะการแข่งขันที่รุนแรงจนไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ หรืออาจถูกซื้อกิจการหรือควบรวมกิจการโดยบริษัทต่างชาติ จนทำให้สูญเสียอธิปไตยทางเศรษฐกิจและอิสรภาพในการพัฒนางานสร้างสรรค์ผ่านสื่อ และในภาคประชาชนก็อาจได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีในลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ เช่น การสูญเสียความเป็นอิสระทางวัฒนธรรม และอิสระในการสื่อสาร เป็นต้น

รายงานบทนี้ นำเสนอยุทธศาสตร์สำหรับอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมของภาครัฐและภาคเอกชน ยุทธศาสตร์การเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และยุทธศาสตร์รองรับผลกระทบจากการเปิดเสรี

11.1 ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อม

ข้อเสนอยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมในส่วนนี้ จะนำเสนอทั้งในส่วนของบทบาทภาครัฐ และเอกชนควบคู่กันไป พร้อมกับการจำแนกมาตรการตามความเร่งด่วนของปัญหา หรือระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ ดังได้กล่าวข้างต้นแล้วว่า อุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ครอบคลุมอุตสาหกรรมหลักๆ สองส่วน คือ อุตสาหกรรมการผลิตรายการ และอุตสาหกรรมการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียง ซึ่งจากการศึกษาในบทต่างๆ ก่อนหน้านี้ จะเห็นว่า อุตสาหกรรมการผลิตรายการเป็นอุตสาหกรรมที่หลายประเทศทั่วโลกรวมถึงไทยมีนโยบายชัดเจนในการเปิดตลาด ส่วนอุตสาหกรรมการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียง เป็นอุตสาหกรรมที่มีการกำกับดูแลอย่างเข้มงวดในทุกประเทศที่ศึกษา และยังคงเป็นธุรกิจที่สงวนไว้สำหรับผู้ประกอบการภายในประเทศ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับบริการขั้นพื้นฐาน และมีนัยสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ

ประเด็นการเตรียมความพร้อมที่จะกล่าวต่อไปนี้ เป็นการมองจากมิติของความต้องการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ของไทย โดยมีเป้าหมายในภาพรวมสำหรับอุตสาหกรรมย่อยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- อุตสาหกรรมการผลิตรายการ : เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตรายการของไทยในเวทีการค้าโลก
- อุตสาหกรรมการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์: ส่งเสริมการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ในรูปแบบต่างๆ ภายในประเทศให้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม โดยมีความรอบการกำกับดูแลผู้ให้บริการที่เป็นกลางทางเทคโนโลยี และรองรับการหลอมรวมกันของสื่อต่างๆ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากขอบเขตการศึกษานี้ยังไม่ครอบคลุมถึงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมในรายละเอียด ดังนั้น การนำเสนอในที่นี้ จึงเป็นเพียงการพยายามชี้ประเด็นการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่มี

นัยสำคัญต่อการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในภาพรวมดังกล่าวข้างต้นโดยภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องดำเนินมาตรการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ดังนี้

11.1.1 การเตรียมความพร้อมเชิงสถาบัน

11.1.1.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) ผลักดันการสรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เกิดขึ้นตามกรอบระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

ปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงสำคัญของการปฏิรูปสื่อภายในประเทศ และการเตรียมความพร้อมเชิงกฎหมายและนโยบายในการรองรับการหลอมรวมกันของสื่อต่างๆ ดังจะเห็นได้จากการดำเนินการในเชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันให้รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันระบุให้มีองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพียงองค์กรเดียว นอกจากนี้ ได้มีการผลักดันการตรากฎหมายอีกหลายฉบับ เพื่อสืบสานเจตนารมณ์ดังกล่าวตามที่ระบุไว้ในรัฐธรรมนูญ เช่น (ร่าง) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.... และ (ร่าง) พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.... ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

การประกาศเจตนารมณ์ที่ชัดเจนให้มีหน่วยงานรับผิดชอบหน่วยงานเดียว คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการเตรียมความพร้อมเชิงสถาบันเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมของประเทศ ในยุคของการหลอมรวมสื่อ ซึ่ง (ร่าง) พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ได้กำหนดให้มีการสรรหาและแต่งตั้งกสทช. ให้แล้วเสร็จภายใน 180 วันนับจากวันที่รัฐบาลแถลงนโยบายต่อรัฐสภา

สภาพสัญญาณการไม่มีหน่วยงานกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ จากความล่าช้าของการสรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งล่วงเลยมาถึงกว่า 7 ปี เป็นบทเรียนอันสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงผลเสียต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม/ธุรกิจวิทยุและโทรทัศน์ของไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจึงควรร่วมมือกันผลักดันให้การสรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ให้เกิดขึ้นตามกรอบระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

(ข) จัดหาหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและสร้างสรรค์งานด้านโสตทัศนและรายการดิจิทัล

ในบริบทของการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตรายการนั้น จากการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ของประเทศต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จในการส่งออกรายการเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่าประเทศเหล่านั้นมีเจ้าภาพที่ชัดเจนที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการผลิตและสร้างสรรค์งานด้านโสตทัศนและรายการดิจิทัล (digital content) ซึ่งรวมถึง รายการ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง เกมส์ และแอนิเมชัน นอกจากนี้ แทบจะทุกประเทศในกลุ่ม OECD ได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา digital content และจัดตั้งหน่วยงานเจ้าภาพขึ้นมารับผิดชอบการดำเนินการตามแผนดังกล่าว¹

หากไทยต้องการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการผลิตและสร้างสรรค์งานด้านโสตทัศนและรายการดิจิทัลของประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับนานาชาติ การจัดหาหน่วยงานเจ้าภาพที่มีหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนา digital content จึงเป็นการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ก้าวแรกที่สำคัญ โดยหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นควรมีบทบาทและหน้าที่ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและสร้างสรรค์งานด้านโสตทัศนและรายการดิจิทัล (digital content) อย่างบูรณาการและครบวงจร โดยในบริบทของการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ควรมีบทบาทและหน้าที่ในด้านต่างๆ ดังนี้

- การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพด้านศิลปะและงานสร้างสรรค์ (creative) และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ด้านการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตรายการ เช่น โรงถ่ายทำและตัดต่องาน (studio and post production facilities)
- การส่งเสริมการพัฒนารายการเพื่อการส่งออก และรายการคุณภาพเพื่อสังคม เช่น สารคดีส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทย มวยไทย อาหารไทย ละครอิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น
- การส่งเสริมการลงทุนการผลิตในอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์
- การหาช่องทางการตลาด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- การหาความร่วมมือในการร่วมผลิตกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภายในและต่างประเทศ
- การปลูกฝังค่านิยมผู้บริโภคให้ชื่นชมและซื้อสินค้า/บริการที่สะท้อนความเป็นไทย

¹ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ OECD - Working Party on the Information Economy, “Digital Broadband Content: Digital Content Strategies and Policies”, 19 May, 2006

11.1.2 การเตรียมความพร้อมด้านกฎระเบียบ/กฎหมาย/นโยบายภายในประเทศ

11.1.2.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) ผลักดันการออกกฎหมายพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรผลักดันการออกกฎหมายพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Broadcasting Act) ซึ่งปัจจุบันอยู่ในระหว่างพิจารณาของสภานิติบัญญัติ โดยสนับสนุนการพัฒนากรอบกฎหมายที่สอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีในยุคหลอมรวมสื่อ ซึ่งอย่างน้อยควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับ

- เกณฑ์การออกใบอนุญาตและกรอบการกำกับดูแลผู้ให้บริการวิทยุ/โทรทัศน์ภาคพื้นดิน เคเบิลทีวี วิทยุ/โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และวิทยุ/โทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต
- การกำหนดประเภทและกรอบการกำกับดูแลผู้ให้บริการวิทยุ/โทรทัศน์เชิงพาณิชย์และผู้ให้บริการที่ไม่หวังผลเชิงพาณิชย์ที่ชัดเจน
- มาตรการกำกับดูแลการเป็นเจ้าของข้ามสื่อ (cross-media ownership restriction)
- มาตรการด้านการเปิดตลาดสำหรับนักลงทุนต่างชาติ/มาตรการด้านการจำกัดการถือครองหุ้นโดยคนต่างชาติ (foreign-ownership restriction)
- มาตรการกำกับดูแลเนื้อหารายการ รวมถึง การกำหนดสัดส่วนของรายการจากต่างประเทศ
- มาตรการคุ้มครองผู้บริโภค

(ข) จัดระเบียบผู้ให้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่น โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และวิทยุชุมชนให้มีใบอนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมาย

ในปัจจุบันมีผู้ให้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นกว่า 400 ราย ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมกว่า 20 ราย และสถานีวิทยุชุมชนกว่า 3,000 สถานี ที่ดำเนินการโดยไม่ได้รับใบอนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมาย หรืออีกนัยหนึ่งให้บริการอย่างผิดกฎหมายโดยไม่ได้รับอนุญาต การขาดการกำกับดูแลดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศ ดังนั้นเมื่อ พรบ. การประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ได้ประกาศใช้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว หน่วยงานที่กฎหมายระบุให้มีหน้าที่รับผิดชอบในการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ให้บริการรายต่างๆ ควรเร่งดำเนินการจัดระเบียบผู้ให้บริการให้มีใบอนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อปรับสนามการแข่งขันให้อยู่ในกรอบเดียวกัน

(ค) การแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์

การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ทั่วโลก ซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคหลักที่เกิดขึ้นกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง โดยทำให้อุตสาหกรรมสูญเสียรายได้ไปเป็นจำนวนมาก ในประเทศไทย การละเมิดลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลงด้วยการซื้อขายแผ่นซีดีตามช่องทางการขายปกติ และการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการนำรายการไปแพร่ภาพและเสียงทางเคเบิลทีวีท้องถิ่น โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และสถานีวิทยุชุมชน ยังเกิดขึ้นในอัตราที่สูง โดยจากการประมาณการของ Cable and Satellite Broadcasting Association of Asia และ Standard Chartered Bank พบว่ามูลค่าการลักลอบนำรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์มาแพร่ภาพออกอากาศทางเคเบิลทีวีท้องถิ่นและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมโดยละเมิดลิขสิทธิ์ ในประเทศไทยในปี 2006 มีมูลค่าสูงถึง 180 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6,300 ล้านบาท โดยประเทศไทยถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่อัตราการละเมิดลิขสิทธิ์รายการโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ผ่านทางเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียม เป็นอันดับสองในทวีปเอเชียรองจากประเทศฟิลิปปินส์

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยซึ่งขาดการดูแลอย่างจริงจังจากภาครัฐทำให้สหรัฐฯ จัดประเทศไทยเป็นประเทศใน priority watch list ด้านการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา อีกทั้งยังทำให้ผู้ประกอบการจากต่างชาติไม่กล้าเข้ามาลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทย จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนและกำหนดมาตรการต่างๆ ในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยอีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีการจัดทำมาตรการปราบปรามและลงโทษผู้กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์รายการทางเคเบิลทีวี และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และมีการมอบหมายหน่วยงานผู้รับผิดชอบในการตรวจจับและเฝ้าระวังการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

(ง) จัดทำนโยบายการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบการแพร่ภาพกระจายเสียงระบบดิจิทัล

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงในระบบดิจิทัล และราคาอุปกรณ์เครื่องรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์แบบดิจิทัลซึ่งมีแนวโน้มที่ต่ำลงเรื่อยๆ ประกอบกับคุณภาพของภาพและเสียงที่คมชัดขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับการส่งสัญญาณแบบอนาล็อก (Analog) ได้สร้างแรงจูงใจให้ผู้ให้บริการแพร่ภาพโทรทัศน์ทั่วโลกสนใจที่จะปรับปรุงระบบการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล การปรับเปลี่ยนการถ่ายทอดสัญญาณจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล นอกจากจะส่งผลให้คุณภาพของภาพและเสียงของรายการโทรทัศน์ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งสัญญาณ ซึ่งจะทำให้สามารถเพิ่มจำนวนช่องรายการจากเดิมอย่างน้อย 2-3 เท่าโดยใช้คลื่นความถี่ปริมาณเท่าเดิม นอกจากนี้การส่งสัญญาณในรูปแบบดิจิทัล ยังทำให้สามารถรับส่งรายการผ่านระบบสื่อสารโทรคมนาคมประเภทต่างๆ ได้สะดวกมาก

ยิ่งขึ้นอีกด้วย และเป็นที่เชื่อกันว่า การเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลจะนำมาซึ่งนวัตกรรมของรายการโทรทัศน์ และสื่อบันเทิงต่างๆ ตลอดจนการหลอมรวมกันระหว่างบริการโทรทัศน์ โทรคมนาคมและสารสนเทศ

การเปลี่ยนไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล นอกจากจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบันเทิงและโทรคมนาคมดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น ยังคาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อย่างสูงด้วย เพราะผู้ให้บริการแพร่ภาพโทรทัศน์จะต้องปรับเปลี่ยนระบบถ่ายทอดสัญญาณของตนใหม่หมดทั้งระบบ และผู้รับบริการก็จะต้องเปลี่ยนไปใช้เครื่องโทรทัศน์แบบดิจิทัล หรือติดตั้งอุปกรณ์ set-top box เพิ่มเติมกับเครื่องโทรทัศน์แบบอนาลอกที่ใช้อยู่เดิม การเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลจึงต้องการนโยบายระดับชาติ เพื่อเป็นกรอบแนวทางสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการต่างๆ ให้สอดคล้องและนำไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับหลายประเด็น อาทิ มาตรฐานทางเทคนิค การบริหารจัดการคลื่นความถี่ การวางแผนระยะเวลาของการเปลี่ยนผ่าน (transition period) การกำกับดูแลการให้บริการ และการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงระบบการแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ให้เป็นระบบดิจิทัล นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่จะมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจวิทยุโทรทัศน์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหลายๆ ประเทศ ได้มีการประกาศแนวทางการเปลี่ยนแปลง และกำหนดมาตรฐานที่สนับสนุนให้ธุรกิจในประเทศได้ประโยชน์จากตลาดที่เกิดขึ้นใหม่จากความเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ทั้งในด้านบริการแพร่ภาพกระจายเสียง และอุตสาหกรรมผลิตรายการภายในประเทศ ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการเปลี่ยนจากระบบอนาลอกไปสู่ระบบดิจิทัล จึงควรมีการดำเนินการอย่างเร่งด่วนในการจัดทำนโยบายดังกล่าวเพื่อเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมภายในประเทศและภาคประชาชนที่เกี่ยวข้อง

11.1.2.2 มาตรการระยะกลาง (3-5 ปี)

(ก) จัดทำนโยบายการสื่อสารผ่านดาวเทียมและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอวกาศทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมสูงขึ้นและสามารถรองรับบริการที่หลากหลายขึ้น ซึ่งครอบคลุมทั้งบริการโทรคมนาคมและบริการแพร่ภาพกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ นอกจากนี้ บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อพัฒนาประเทศไปสู่สังคมสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายบริการไปสู่ชนบทห่างไกล และท้องที่ทุรกันดาร ที่การให้บริการด้วยเทคโนโลยีอื่นไม่สามารถเข้าถึงได้

ในปัจจุบัน การให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นบริการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย เนื่องมาจากราคาจานรับดาวเทียมที่มีราคาต่ำลงในระดับที่ครัวเรือนทั่วไป

สามารถจ่ายได้ ประกอบกับความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการ ซึ่งปัจจุบันผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระสามารถเช่าช่องสัญญาณจากผู้ให้บริการสื่อสารผ่านดาวเทียมเพื่อออกอากาศรายการของตนด้วยเงินลงทุนที่ไม่สูงมากนัก บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจึงเป็นคู่แข่งสำคัญของบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และเคเบิลทีวี ซึ่งการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในตลาดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภายในประเทศ

เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมต่อการกระแสการเปิดเสรีบริการสื่อสารผ่านดาวเทียมในระดับนานาชาติ และแนวโน้มของการแข่งขันในตลาดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมภายในประเทศและระหว่างประเทศที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ประเทศไทยจึงควรมีนโยบายระดับชาติด้านการสื่อสารผ่านดาวเทียมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำกรอบการกำกับดูแลและเกณฑ์การออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ให้บริการ ตลอดจนนโยบายการแข่งขันและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนากฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องต่อไป

11.1.3 การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร

11.1.3.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) จัดทำฐานข้อมูลสถิติบุคลากรด้านโทรทัศน์

รัฐบาลควรจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรและความถนัดของทุกภาคส่วนที่อยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงฐานข้อมูลของบัณฑิตที่จบจากคณะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ และวารสารศาสตร์ อาจรวบรวมโดยการทำการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อให้เข้าใจถึงอุปสงค์และอุปทานของบุคลากรในตลาดวิทยุและโทรทัศน์ว่ามีการผลิตบุคลากรออกมาไม่น้อยเพียงใด และสามารถประกอบอาชีพในสายงานได้ไม่น้อยเพียงใด รวมถึงตำแหน่งงานใดบ้างที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้การจัดทำฐานข้อมูลยังมีประโยชน์ในการพยากรณ์แนวโน้มหรือประเมินการพัฒนาเติบโตของบุคลากรในสายงานวิทยุโทรทัศน์ในอนาคตได้อีกด้วย

(ข) การพัฒนา/ปรับหลักสูตรการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงาน

สถานศึกษาควรปรับหลักสูตรการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับงานที่มีอยู่จริงในปัจจุบัน รวมถึงให้ผู้เรียนได้มีโอกาสในการทดลองฝึกงานในบริษัทผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจุบันถึงแม้จะมีมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่ผลิตบุคลากรในสาขานิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชนออกมาเป็นจำนวนมาก แต่หลักสูตรการเรียนการสอนในสถานศึกษามักไม่เชื่อมโยงกับความต้องการของตลาดงาน ทั้งนี้ หมายถึงทักษะ ประสบการณ์ และความถนัดของบัณฑิตที่จบการศึกษานั้นเอง

(ค) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะทางในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ ส่งเสริมและผลักดันให้บุคลากรไทยในอุตสาหกรรมวิทย์โทรทัศน์ที่มีความสามารถเฉพาะทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรในกลุ่ม above the Line หรือ กลุ่มครีเอทีฟ ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ผู้ออกแบบ และผู้สร้างสรรค์ไอเดียต่างๆ ได้มีโอกาสได้ไปแสดงผลงาน เช่น การส่งไปประกวด ตามเวทีโลกต่างๆหรือได้มีโอกาสไปทำงานในต่างประเทศเพื่อสั่งสมประสบการณ์และเรียนรู้การทำงานจากต่างประเทศ เพื่อนำองค์ความรู้ (know how) ที่ได้กลับมาพัฒนาอุตสาหกรรมวิทย์โทรทัศน์ไทย

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันผลิตตัวอย่างบุคลากร (role model) ที่ประสบความสำเร็จในสายอาชีพด้านการพัฒนางานสร้างสรรค์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่เยาวชนเพื่อให้สนใจในส่วนของงานเบื้องหลัง โดยเฉพาะงานในส่วน of above the line มากกว่างานในส่วน of เบื้องหน้า โดยอาจจะเป็นการส่งเสริมในลักษณะการให้เห็นถึงเส้นทางของการเป็นเบื้องหลัง เพื่อให้เห็นภาพของการก้าวหน้าในสายอาชีพ (career path) ที่ชัดเจนขึ้น โดยอาจจัดทำเป็นสารคดีอัตชีวประวัติของผู้ประสบความสำเร็จ เช่น เป็นเอก รัตนเรือง หรือเป็นการส่งเสริมโดยการเผยแพร่ไว้ในบทละครหรือภาพยนตร์เรื่องต่างๆ

(ง) ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถเฉพาะทางในการเข้ามาทำงานชั่วคราวในประเทศไทย

อำนวยความสะดวกในด้านการอนุมัติ VISA ในการเดินทางเข้ามาทำงานของผู้เชี่ยวชาญ (Specialist) ชาวต่างประเทศในอุตสาหกรรมวิทย์โทรทัศน์ รวมถึงอาจารย์และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อให้เข้ามาทำงานในประเทศไทยได้สะดวก และจะได้สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ และช่วยยกระดับอุตสาหกรรมวิทย์โทรทัศน์ไทย

11.1.3.2 มาตรการระยะกลาง (3-5 ปี)

(ก) จัดตั้งกองทุนสนับสนุนสำหรับสถานศึกษาในการจัดหาเครื่องมือการเรียนการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

รัฐบาลควรให้เงินทุนสนับสนุนกับสถานศึกษาในการจัดหาเครื่องมือการเรียนการสอนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยให้ได้นักศึกษาได้ใช้เครื่องมือที่บริษัทผู้ประกอบการต่างๆ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากสถานศึกษาในสังกัดรัฐบาลมักมีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ล้าสมัยและไม่ตรงกับบริษัทผู้ประกอบการ ดังนั้นบัณฑิตที่จบการศึกษาใหม่จึงต้องเสียเวลาในการฝึกงานหรืออาจเสียโอกาสในการทำงานเนื่องจากใช้เครื่องมือต่างๆไม่เป็น และทำให้บริษัทผู้ประกอบการต่างๆก็เลือกรับพนักงานที่มีประสบการณ์มาแล้วมากกว่า

(ข) ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านภาษาทั้งภาษาสากลที่เป็นที่นิยมศึกษากันอย่างกว้างขวาง และภาษาท้องถิ่นของประเทศเพื่อนบ้าน

ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านภาษาทั้งภาษาสากลที่เป็นที่นิยมศึกษากันอย่างกว้างขวาง และภาษาท้องถิ่นของประเทศเพื่อนบ้าน ให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากปัจจุบันการรู้ภาษาอื่นทำให้ได้เปรียบมากขึ้นและโลกกำลังก้าวเข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้นบุคลากรโดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมสื่อจึงจำเป็นต้องมีความรู้และมีทักษะทั้งในด้านการ พูด อ่าน และเขียนภาษาอื่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ

11.1.3.3 มาตรการระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

(ก) จัดตั้งสถาบันการศึกษาของรัฐที่มีการเรียนการสอนในด้านวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์

จัดตั้งสถาบันการศึกษาของรัฐที่มีการเรียนการสอนในด้านวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์โดยตรง (Broadcasting School) และจัดหางานรองรับให้กับบัณฑิตที่จบการศึกษาทุกคน พร้อมทั้งจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาการพัฒนาแนวทางการทำงาน (career Path) โดยผู้ประสบความสำเร็จในสายอาชีพนั้นๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจให้เยาวชน/ผู้สนใจตัดสินใจมาเรียน และนอกจากนี้ควรสนับสนุนทุนการศึกษาให้ผู้ที่มีผลการศึกษาคดีได้มีโอกาสไปศึกษาต่อยังโรงเรียน Broadcasting School ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ

(ข) สนับสนุนการกลับมาทำงานของผู้เชี่ยวชาญชาวไทยในต่างประเทศ

จัดให้มีนโยบายในการส่งเสริมการกลับมาทำงานของชาวไทยในต่างประเทศในสายอาชีพนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่มีชื่อเสียง เช่น การให้การสนับสนุนมาตรการด้านภาษี หรืออำนวยความสะดวกในการเดินทางมาทำงานชั่วคราวในประเทศ ในฐานะที่เป็นผู้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ และจัดให้มีการประกาศเกียรติคุณให้ชาวไทยในประเทศได้รับทราบถึงความสำเร็จ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่เยาวชนและผู้สนใจ รวมทั้งมีการประกาศนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจนแก่บุคคลที่มีความสามารถเช่นเดียวกันนี้ในรุ่นอื่นๆ ต่อไป

11.1.4 การจัดทำมาตรการทางการเงินและการคลัง (เช่นเงินทุน/มาตรการทางภาษี)

11.1.4.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) ลดภาษีการนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและตัดต่อรายการ

กรมศุลกากรควรลดภาษีนำเข้าเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น กล้องโทรทัศน์ อุปกรณ์การจัดแสง ม้วนเทป เครื่องมือบันทึกและควบคุม และ

เลนส์ เป็นต้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตสำหรับผู้ประกอบการในประเทศ และดึงดูดให้ผู้ผลิตรายการจากต่างประเทศเข้ามามีโรงถ่าย และ post production facilities ในประเทศไทยมากขึ้น

11.1.4.2 มาตรการระยะกลาง (3-5 ปี)

(ก) จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการผลิตรายการเชิงกลยุทธ์

รัฐบาลควรจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการผลิตรายการเชิงกลยุทธ์บางประเภท เช่น รายการอาหาร รายการกีฬาไทย หรือรายการสารคดีที่ต้องใช้ทุนผลิตสูง เป็นต้น โดยรัฐอาจช่วยในด้านต้นทุนการผลิต หรือในรูปของการซื้อเวลาโฆษณา (air time) ให้กับรายการนั้นๆ เพื่อให้รายการที่มีคุณภาพแต่ต้องใช้ทุนการผลิตสูง หรือรายการที่มีคุณภาพแต่ยังไม่ดีดตลาด จะได้มีโอกาสในการออกอากาศทั้งในประเทศและก้าวสู่ตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

11.1.4.3 มาตรการระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

(ก) จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของ creative industry ในระดับภูมิภาค

จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรภายในประเทศ และสนับสนุนการดำเนินการเชิงการตลาดเพื่อสร้างไทยให้ศูนย์กลางในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ครบวงจร ทั้งในช่วงก่อนการผลิต ระหว่างการผลิต ไปจนถึงขั้นหลังการผลิต ตลอดจนส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมภายในประเทศมาต่อยอดเพื่อสร้างให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต/แลกเปลี่ยนสินค้าทางวัฒนธรรม และศูนย์กลางของ creative industry ในระดับภูมิภาค

11.1.5 การเตรียมความพร้อมเชิงโครงสร้างพื้นฐาน

11.1.5.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศและการสื่อสาร และการส่งเสริมให้มีการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้ทั่วถึง

บริการวิทยุและโทรทัศน์ผ่านสื่อใหม่ เช่น วิทยุอินเทอร์เน็ต (Internet Radio) โทรทัศน์อินเทอร์เน็ต (IPTV) และโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายบรอดแบนด์ Digital Subscriber Line (DSL) จะเป็นทางเลือกใหม่อีกทางเลือกหนึ่งในการรับบริการวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชน จุดขายสำคัญของบริการในลักษณะนี้ คือ ผู้บริโภคสามารถใช้บริการในลักษณะ interactive โดยมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานีระหว่างถ่ายทอดรายการแบบ real-time ได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังสามารถเลือกชมรายการต่างๆ ย้อนหลัง หรือเลือกดูรายการเมื่อต้องการ (video-on-demand) หรือจ่ายค่าบริการเฉพาะรายการที่เลือกชม (pay-per-view) นอกจากนี้ยังสามารถเข้าค้นหรือดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายการ/นักแสดง/สินค้าผลิตภัณฑ์ในรายการที่กำลังชมอยู่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือระบบบรอดแบนด์ที่ใช้ได้

อย่างง่ายดาย ซึ่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ และการสื่อสาร ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ได้ทั่วถึงจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาธุรกิจดังกล่าว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นภารกิจต่อเนื่องที่จะต้องมีนโยบายระดับชาติเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกันและเป็นไปอย่างบูรณาการ ปัจจุบันประเทศไทยมีแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2545 -2549 เป็นแผนแห่งชาติด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งแผนดังกล่าวรวมถึงแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศและการสื่อสาร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามแผน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ยังดำเนินการไม่แล้วเสร็จ โดยขณะนี้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อยู่ในระหว่างการจัดทำแผนแม่บทฯ ต่อเนื่องสำหรับ พ.ศ. 2552 – 2556

11.1.6 การสร้างโอกาสทางการตลาด

11.1.6.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) มาตรการกำกับดูแลรายการเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน และการพัฒนารายการใหม่

หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง (กสทช. ที่จะจัดตั้งขึ้นในอนาคต) ควรกำกับดูแลการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ เพื่อลดการผูกขาด ของสถานีกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากบางสถานีมีการผูกขาดกับผู้ผลิตรายการเพียงบางราย และใช้วิธีการนำรายการเก่ากลับมาฉายซ้ำ เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุน ทำให้ผู้ผลิตรายการรายเล็กไม่สามารถผลักดันชิ้นงานตัวเองให้ออกอากาศกับทางสถานีได้ ดังนั้นรัฐบาลอาจใช้ “วิธีการกำหนดโควตารายการ” ให้กับทางสถานี โดยระบุจำนวนชั่วโมงการออกอากาศรายการใหม่ให้กับสถานีโทรทัศน์เพื่อออกอากาศรายการที่ผลิตขึ้นใหม่ในแต่ละปีภายในประเทศ ตัวอย่างการกำหนดโควตาที่ประสบความสำเร็จได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งกำหนดโควตารายการประเภทต่างๆ อย่างละเอียด อาทิ สถานีจะต้องออกอากาศรายการละครที่ผลิตใหม่ภายในประเทศและยังไม่เคยออกอากาศที่ใดมาก่อนอย่างน้อย 250 ชั่วโมงต่อปี เป็นต้น ทั้งนี้ นอกจากเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับผู้ผลิตรายเล็กในประเทศให้มีโอกาสในการเข้าสู่ตลาดมากขึ้นแล้ว มาตรการดังกล่าวยังนับเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าต่อการนำเข้ารายการจากต่างประเทศอีกด้วย

(ข) ส่งเสริมการพัฒนารายการเชิงยุทธศาสตร์เพื่อบุกเบิกตลาดต่างประเทศ

ส่งเสริมการพัฒนารายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพทัดเทียมกับมาตรฐานสากล ซึ่งนอกจากจะเป็นรายการที่มีความสร้างสรรค์ในเชิงนวัตกรรมแล้วจำเป็นต้องเป็นรายการที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยแฝงอยู่ เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียว ให้กับรายการโทรทัศน์ของไทย ตัวอย่างรายการที่มี

เอกลักษณ์ความเป็นไทยและเริ่มได้รับความนิยมจากตลาดโลก ได้แก่ รายการสอนทำอาหารไทย รายการท่องเที่ยว และ รายการกีฬา เช่น มวยไทย เป็นต้น² ทั้งนี้รายการที่มีคุณภาพอาจไม่จำเป็นที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง แต่อาจจะเป็นรายการที่เน้นความประณีตในด้านการผลิตและการตัดต่อก็ได้

นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายการทำการแทรกคำแปลภาษาด้านล่างจอโทรทัศน์ (subtitle) ให้กับรายการต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมชาวต่างประเทศเข้าใจเนื้อหาหรือข้อมูลต่างๆของรายการโทรทัศน์ไทย และเพื่อให้สามารถนำรายการนั้นๆ ไปทดลองตลาดในต่างประเทศได้ เช่น การนำรายการไทยไปออกจัดนิทรรศการแสดงตามงานต่างๆที่จัดขึ้นในต่างประเทศ รวมถึงช่อง Thai TV Global Network (TGN) ซึ่งออกอากาศไปยังหลายประเทศทั่วโลก

11.1.6.2 มาตรการระยะกลาง (3-5 ปี)

(ก) มาตรการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการ (co-production)

สนับสนุนให้มีการร่วมทุนผลิตรายการ (co-production) ระหว่างผู้ผลิตรายการหรือสถานีโทรทัศน์ไทยกับคู่ค้าเชิงยุทธศาสตร์ เช่น สถานีโทรทัศน์ในประเทศเพื่อนบ้าน และผู้ผลิตรายการในประเทศที่มีนโยบายส่งเสริมการร่วมผลิต เช่น เกาหลี และญี่ปุ่น เป็นต้น ในรูปแบบของการร่วมลงทุน หรือการแลกเปลี่ยนนักแสดง ทั้งนี้ โอกาสในการร่วมทุนนอกจากจะเป็นการกระชับมิตรแล้ว ยังทำให้ประเทศไทยสามารถแสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางของการผลิตรายการในแถบภูมิภาคนี้ด้วย

11.1.7 การเตรียมความพร้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

11.1.7.1 มาตรการระยะสั้น (1-3 ปี)

(ก) ปรับปรุงหลักเกณฑ์การเซ็นเซอร์รายการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับบริบทความเป็นจริงของสังคมปัจจุบัน

หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องควรปรับบทบาทการกำกับดูแลรายการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับบริบทความเป็นจริงในสังคมไทย โดยเฉพาะเรื่องบรรทัดฐานของการเซ็นเซอร์ที่ไม่ยืดหยุ่น และก้าวตามสังคมไม่ทัน เพราะปัจจุบันหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินมีเพียง 3 ประการ ได้แก่ เพศ ภาษา และความรุนแรง ซึ่งทั้งสามประการอาจไม่ได้ตอบโจทย์ทั้งหมดของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น การเลือกทำเบลอ (Blur) หน้าอกตัวการ์ตูนเด็กหญิงในเรื่องโดราเอมอน แต่ละเลยการเซ็นเซอร์โฆษณาบัตรเครดิตหรือสินเชื่อกู้เงินให้คนใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย หรือการโฆษณาที่ส่งเสริมให้สังคมไทยเป็นสังคมบริโภคนิยม เป็นต้น

² ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

(ข) การกำหนดโควตารายการที่ส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องควรกำหนดโควตารายการที่ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยให้กับสถานี เช่น ระบุชั่วโมงออกอากาศต่อปีของรายการที่ต้องนำเสนอถึงวัฒนธรรมไทย เพื่อให้สถานีโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการดูแลพิทักษ์วัฒนธรรมไทย ตัวอย่างรายการที่นำเสนอวัฒนธรรมไทย เช่น รายการคุณพระช่วย รายการตลาดสดสนามเป้า และรายการชิงช้าสวรรค์ เป็นต้น

11.1.7.2 มาตรการระยะกลาง (3-5 ปี)

(ก) สร้างจิตสำนึกในการบริโภคสื่ออย่างรู้เท่าทัน

สร้างจิตสำนึกการเลือกบริโภคอย่างฉลาดและรู้เท่าทัน (media literacy) เพราะทุกวันนี้โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ เนื้อหาหรือวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ จะหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยผ่านสื่อต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นจึงควรสร้างภูมิคุ้มกันหรือภูมิคุ้มกันให้กับคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ในการปลูกฝังจิตสำนึกในการเปิดรับเนื้อหารายการอย่างฉลาด ยอมรับในความแตกต่างของเนื้อหารายการ และเลือกรับเนื้อหาที่มีประโยชน์มาปรับใช้กับตนเองและครอบครัว นอกจากนี้ยังต้องสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยให้กับเยาวชนไทย เพราะความภาคภูมิใจนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งส่งผลให้วัฒนธรรมไทยแข็งแกร่งในที่สุด

11.1.7.3 มาตรการระยะยาว (มากกว่า 5 ปี)

(ก) เผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่ต่างประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการโทรทัศน์ต่างๆ ที่เผยแพร่ความเป็นไทยหรือวิถีชีวิตความเป็นไทย เพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย รวมถึงให้ชาวโลกได้เข้าใจถึงวัฒนธรรมไทยที่งดงาม และมีทัศนคติที่ดีกับประเทศไทย

(ข) ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมการผลิตรายการเชิงวัฒนธรรม

ส่งเสริมการศึกษาวิจัย เพื่อค้นหาลักษณะวิถีชีวิตที่โดดเด่นของคนไทย เช่น รอยยิ้มหรือลักษณะเชิงตรงข้ามกับวิถีของประเทศอื่นๆ เช่น การเป็นคนรักญาติพี่น้อง อยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ต่างจากวัฒนธรรมตะวันตกที่แยกกันอยู่ เป็นต้น พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมการผลิตรายการเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความโดดเด่น และพัฒนาเป็นsignature ของไทย

11.2 ยุทธศาสตร์การเจรจา

11.2.1 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบ WTO

11.2.1.1 ยุทธศาสตร์ในภาพรวม

ข้อเสนอการจัดทำตารางข้อผูกพันสาขาวิทยุและโทรทัศน์ในสถานการณ์ปัจจุบัน ควรคงสถานภาพระดับการผูกพันการเปิดเสรีต่างๆ กิจกรรมและในทุกๆ mode of supply ทั้งในส่วน of Market Access และ National Treatment ในระดับเดิมไว้ก่อน เนื่องจากนิยามของบริการยังไม่เสถียร

11.2.1.2 ยุทธศาสตร์การเปิดตลาด

(ก) ในมิติของการขยายกิจกรรม ยังมีความคลุมเครือในขอบเขตของ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการผลิตรายการและส่งกระจายสัญญาณ ภายใต้ CPC 96133 (combined program making and broadcasting services) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการส่งสัญญาณแพร่ภาพโทรทัศน์ ภายใต้ CPC 75241 (TV broadcast transmission services) และ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการส่งการกระจายเสียงวิทยุ ภายใต้ CPC 75242 (TV broadcast transmission services) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วน of บริการผ่านสื่อใหม่ เช่น satellite broadcasting และ Internet broadcasting การชะลอการเพิ่มระดับความก้าวหน้าในการผูกพัน น่าจะเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญลำดับแรก

(ข) ในมิติของการขยาย Mode การผูกพัน ยังไม่มีความพร้อมในการผูกพัน Mode 1 เนื่องจากความไม่พร้อมด้านการกำกับดูแลจากภาครัฐ เช่น การกำกับดูแลเนื้อหารายการ ข้อกำหนดในการมี local presence และมาตรการจัดเก็บภาษี ใน Mode 3 ต้องระวังไม่ผูกพันการเปิดการลงทุนเกินกว่า 49% เนื่องจากไม่ใช่สาขาที่ต้องการเงินลงทุน จากต่างชาติ ในลักษณะของการเข้ามาเปิดกิจการอย่างถาวร ในขณะที่ต้องพยายามรักษา และบ่มเพาะผู้ประกอบการไทยไว้ให้ได้ เช่นเดียวกับ Mode 4 ที่ประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งไทย ยังไม่ได้รับประโยชน์จากการผูกพัน เปิดโอกาสของประเทศไทยแล้ว จึงน่าจะยังคงรักษาเงื่อนไขไว้ในระดับเดิม

ทั้งนี้ การเจรจาควรเน้นการนำเสนอความริเริ่ม เพื่อรักษาประโยชน์สูงสุดของประเทศในเวทีการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในประเด็นสำคัญดังนี้

- การเชื่อมโยงประเด็น ให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงประเด็นเจรจาในแต่ละสาขาย่อย และระหว่างสาขบริการ ภายใต้กรอบ GATS เข้าด้วยกัน เพื่อโอกาสต่อรอง หรือดูแลผลประโยชน์ของประเทศด้วยความรอบคอบ อาทิ การพิจารณาประเด็นปัญหา หรือโอกาสของสาขาวิทยุและโทรทัศน์ ร่วมกับสาขาภาพยนตร์ และเพลงในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง และเชื่อมโยงกับสาขาอื่นๆ อาทิ สาขาโทรคมนาคม ซึ่งเป็นสาขบริการที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดในยุคการหลอมรวมทางเทคโนโลยี

● การเข้าไปมีบทบาท และมีส่วนร่วมในการทำงานของ Working Parties หรือกลไกอื่นๆ ของ GATS เพื่อโอกาสดูแลผลประโยชน์ของประเทศในการกำหนด กฎ กติกาต่างๆ ภายใต้ GATS ที่ยังไม่ได้ข้อยุติชัดเจนในปัจจุบัน โดยอาจมีการจัดตั้ง Think Tank ด้านการเจรจาทางการค้า หรือ การสร้างองค์ความรู้ประกอบกระบวนการเจรจาในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ อาทิ

- การกำหนดนิยามและขอบเขตกิจกรรมภายใต้ UNCPD และ Mode การค้า ทั้ง 4 ช่องทางให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถบันทึกข้อมูลการค้าบริการได้ อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกันทุกประเทศ และเพื่อให้เกิดความกระจ่าง ต่อนัยได้ และกระทบจากการผูกพันการเปิดตลาดในแต่ละ Mode อย่าง ชัดเจน และ/หรือสนับสนุนให้มีการพิจารณาจัดหมวดหมู่ของบริการใหม่ (reclassify) ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติตามความเป็นจริงในปัจจุบัน (current practice) และรองรับแนวโน้มของการพัฒนาบริการ/เทคโนโลยี ใหม่ โดยอาจใช้ข้อเสนอจัดหมวดหมู่ของบริการใหม่ของสหรัฐฯ เป็นตัว ตั้งต้น ซึ่งได้เสนอให้จัดแบ่ง Radio and Television Services (CPC 9613) ออกเป็น 3 sub-classes ได้แก่

- Radio services (CPC 96131)
- Television services (CPC96132)
- Radio and television distribution services, excluding transmission

และจัดบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ไว้ใน CPC หมวดใหม่ ในชื่อ Other services in connection with radio and television production

สำหรับบริการที่เกี่ยวข้องกับการส่งกระจายสัญญาณ จัดไว้ในกลุ่ม Other Communication Services ซึ่งประกอบด้วย

- Cable Service provided over cable systems
- One-way Satellite Transmission of DTH and DBS Television services and of Digital Audio Services
- Program Transmission Services (CPC 7524) แบ่งเป็น
Television Broadcast Transmission Services (CPC 75241)
Radio Broadcast Transmission Services (CPC 75242) และ

Radio and Television combined program making and
broadcasting services (CPC 96133)

- ผลักดันการหาข้อตกลงด้าน subsidies และ safeguards ตลอดจน การกำหนดกฎ ระเบียบภายใน Domestic regulations ที่ยืดหยุ่น และเป็นประโยชน์ต่อประเทศกำลังพัฒนา
- ผลักดันการทำความตกลงร่วมกันในส่วนของการเปิดตลาดการลงทุน ให้ครอบคลุมการกำหนดมาตรการลดผลกระทบจากอิทธิพลของต่างชาติ เช่นเดียวกับการกำหนดมาตรการด้าน safeguard ในการเปิดตลาดด้านสินค้า ในกรณีที่มีการขยายการลงทุนจากต่างชาติส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อผู้ประกอบการในประเทศ
- ผลักดันความร่วมมือด้านการพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานด้านการค้าบริการในสาขาโทรทัศน์ ให้เป็นส่วนหนึ่งของความตกลง GATS ในรอบต่อไป โดยให้ประเทศพัฒนาแล้วมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่ประเทศกำลังพัฒนาในการเรียนรู้ และพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าว
- ผลักดันการเตรียมความพร้อมภายในประเทศ เพื่อยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมก่อนการเพิ่มระดับการผูกพันเปิดเสรี
 - การเตรียมความพร้อมภาครัฐ โดยการประสาน และผลักดันหน่วยงานเกี่ยวข้องในการปรับกฎ ระเบียบ ตลอดจนกติกากำกับดูแลในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล และยุคการหลอมรวมทางเทคโนโลยีโทรคมนาคม และการแพร่ภาพกระจายเสียง อาทิ ด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ การพัฒนาเทคโนโลยีในการติดตามตรวจสอบธุรกรรมการค้าผ่านสื่อดิจิทัล (Cross border trade) รวมทั้งการพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัย เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางการค้าดังกล่าว ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็ว
 - การเตรียมความพร้อมภาคเอกชน โดยผลักดันให้มีการนำเงินจากกองทุนลดผลกระทบจากเปิดเสรีทางการค้า มาใช้ในการสนับสนุนการพัฒนายกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ทั้งในภาพรวม หรือเฉพาะส่วนที่มีโอกาสได้รับ

ผลกระทบจากการแข่งขันกับต่างประเทศโดยตรง อาทิ ในกลุ่ม
อุตสาหกรรม post production

11.2.2 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบ ASEAN

11.2.2.1 ยุทธศาสตร์ในภาพรวม

- ริเริ่ม ผลักดันให้ AFAS มีความคืบหน้ามากกว่า GATS/WTO เพื่อผนึกกำลังสร้างอำนาจต่อรองของกลุ่ม และผลักดันในสมาชิกดำเนินการเปิดเสรีตลาดการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ ตามกำหนดการ AFAS

11.2.2.2 ยุทธศาสตร์การเปิดตลาด

- แสวงหาโอกาสการรুক্তตลาดอาเซียนใหม่ จากเวที AFAS ได้แก่ พม่า เวียดนาม กัมพูชา ลาว ในด้านการลงทุน อาทิ การจัดตั้งสถานีวิทยุและโทรทัศน์ ด้านการส่งออกรายการไทย และด้านการให้บริการ post production ในไทย

- แสวงหาโอกาสความร่วมมือในกลุ่มอาเซียนเก่า ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย ด้านการส่งเสริมการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ทั้งเพื่อความบันเทิง และสารคดี เพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการกระชับความสัมพันธ์ด้านการค้าระหว่างกัน ตลอดจนความร่วมมือด้านอื่นๆที่มีความเป็นไปได้

11.2.3 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบทวิภาคี

11.2.3.1 ยุทธศาสตร์การเจรจาทวิภาคีในภาพรวม

- การเชื่อมโยงประเด็นเจรจาระหว่างบท โดยเน้นการประสานงานทีมเจรจาอย่างใกล้ชิด เพื่อโอกาสในการต่อรองที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเวที FTA เป็นการเจรจาแยกบท หรือสาขา/ ประเด็นเรื่องต่างๆออกจากกัน ซึ่งครอบคลุมทั้งในมิติของการค้าสินค้าและบริการ ตลอดจน กฎ กติกาการค้าต่างๆ ในขณะที่ผลประโยชน์ และผลกระทบจากการเจรจามีความเชื่อมโยงกันสูง ประเทศกำลังพัฒนาจึงต้องใช้ความระมัดระวังรอบคอบในการตรวจสอบผลกระทบระหว่างสาขาให้กระจ่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากการหลอมรวมสื่อ และบริการผ่านสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกิจการด้านโทรทัศน์และการแพร่ภาพกระจายเสียง และเชื่อมโยงกับสาขาโทรคมนาคม รวมทั้งประเด็นด้านทรัพย์สินทางปัญญา การค้า e-Commerce

- การต่อรองโดยคำนึงถึงความลึกของประโยชน์ต่างตอบแทนที่แต่ละฝ่ายจะได้รับ แทนการพิจารณาแลกเปลี่ยนเป็นรายการเพื่อโอกาสที่ประเทศไทย ในฐานะประเทศกำลังพัฒนาจะมีโอกาสจำกัดขอบเขตการเปิดตลาดให้สมดุลกับศักยภาพและขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ

- การจัดให้มี **FTA Monitor** เป็นราย FTA ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจัดตั้งแล้ว แต่ควรให้ความสำคัญกับการขยายขอบเขตภารกิจให้ครอบคลุมประเด็นด้าน การติดตามผลจากการเปิดตลาดการลงทุน และตลาดภาคบริการ และนำข้อมูลมาใช้ประกอบ การเตรียมความพร้อม และลดผลกระทบของผู้ประกอบการไทย รวมถึงการพิจารณาการปรับปรุงการเจรจาเกี่ยวกับคู่เจรจาทั้งรายใหม่ และรายเก่าให้เกิดประโยชน์อย่างสมดุลและเป็นธรรมต่อไป

- **โอกาสจาก FTA ในภาพรวม** โอกาสและผลได้จากการผลักดันเปิดตลาดระหว่างกัน ภายใต้ FTA น่าจะน้อยกว่าการที่ไทยหันกลับมาเร่งรัดเตรียมความพร้อมทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยให้มีการกำหนดแผนการส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างครบวงจร เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก

11.2.3.2 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-สหรัฐ

- ผลักดันการเปิดโอกาสด้านการเคลื่อนย้ายบุคลากรที่ครอบคลุมอย่างน้อยในระดับเดียวกับ หรือมากกว่ากรอบกติกาภายใต้ GATS เพื่อโอกาสการเคลื่อนย้ายบุคลากรระดับกลางของไทยเข้าไปทำงานในสหรัฐ และการแลกเปลี่ยนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ และด้าน post production

- ต่อรองการเปิดเสรีบริการข้ามพรมแดน Mode 1 สำหรับบริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยเจรจาให้สหรัฐตกลงปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านการมี local presence ในประเทศไทย

- รมัควะวังในข้อเรียกร้องด้านการเปิดตลาดการลงทุนในบริษัทผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่เกิน 49% โดยไม่ต้องมีเงื่อนไขให้มี local presence ในประเทศ และการเปิดการค้าบริการผ่านกลไก e-Commerce ซึ่งเท่ากับเป็นการผูกพันเปิด Mode 1 ภายใต้ GATS เพื่อจำกัดช่องทางการค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการนำเข้าเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น และยังไม่สามารถติดตามตรวจสอบได้ ทั้งนี้ การกำหนดให้มี local presence น่าจะเป็นประโยชน์ด้านการจ้างงาน และประเด็นอื่นๆแก่ฝ่ายไทยมากกว่า

- ตั้งข้อสงวนรองรับการออกมาตรการปกป้องอุตสาหกรรมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน/ที่จะออกใช้ในอนาคต เช่น

- ขอสงวนสิทธิ์ในการออกกฎหมาย/มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม
- ขอสงวนสิทธิ์ในการออกกฎหมาย/มาตรการกำกับดูแลการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคต (เช่น การกำหนดโควต้า การจำกัดสัดส่วนการถือครองหุ้นของคนต่างชาติ)
- การสงวนสิทธิ์ในการให้สิทธิพิเศษแก่ประเทศที่ทำข้อตกลง co-production ในอนาคต

11.2.3.3 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-ฝรั่งเศส

- แสวงหาโอกาสการเจรจาตลาดประเทศอาเซียนผ่านเวทีการเจรจา FTA ระหว่างฝรั่งเศสและอาเซียน โดยให้ผู้แทนไทยแสดงบทบาทนำในความริเริ่มต่างๆ ทั้งเพื่อความร่วมมือในการพัฒนา และการกระชับความสัมพันธ์ด้านการค้าระหว่างกัน

11.2.3.4 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-ออสเตรเลีย

- ใช้โอกาสจากการระดมความร่วมมือภายใต้ FTA ที่มีผลบังคับใช้แล้ว โดยบรรจุประเด็นความร่วมมือในส่วนของการบริการโทรทัศน์ไว้ในกรอบการเจรจาต่อไป เพื่อการพัฒนายกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ของไทย อาทิ ความร่วมมือด้านการจัดตั้งสถาบันเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านโทรทัศน์กลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเขียนบท การวางรากฐานการพัฒนารายการแนวครามา และสารคดีที่ไทยยังอ่อนแอ รวมทั้งด้านการวางรากฐานระบบจัดเก็บข้อมูลภาคบริการในสาขาโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งออสเตรเลียมีความเข้มแข็งในการดำเนินงานด้านนี้มาก
- การเจรจาร่วมลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โรงถ่าย และ Studio ตัดต่อ ที่ได้มาตรฐานโลก พร้อมอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อกลยุทธ์ในการแข่งขันตลาดการให้บริการถ่ายทำในภูมิภาคเอเชีย และเพื่อโอกาสในการพัฒนารายการของไทย ทั้งนี้ สัดส่วนการลงทุนต้องไม่เกิน 49%

11.2.3.5 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-ญี่ปุ่น

- แสวงหาโอกาสการระดมความร่วมมือภายใต้ FTA ที่มีผลบังคับใช้แล้ว เพื่อการพัฒนายกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมของไทย อาทิ ความร่วมมือด้านการจัดตั้งสถาบันพัฒนาบุคลากร (เช่น broadcasting and film school) การวางรากฐานการพัฒนาการรายการแนวครามา และสารคดีที่ไทยยังอ่อนแอ รวมทั้งความร่วมมือด้านการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อประโยชน์แก่ทั้ง 2 ฝ่าย

11.2.3.6 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-เกาหลี

- แสวงหาโอกาสการระดมความร่วมมือระหว่างกัน โดยเน้นเป้าหมายการร่วมผลิต การเรียนรู้จากประสบการณ์ของเกาหลีในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารายการโทรทัศน์ เพื่อการส่งออกอย่างครบวงจร และการระดมทรัพยากรในกรอบกว้าง

11.2.3.7 ยุทธศาสตร์การเจรจาไทย-อินเดีย

- **แสวงหาความร่วมมือด้านการร่วมผลิตรายการผ่านกลุ่ม South Asian Association for Regional Cooperation และประเทศอินเดียโดยตรง** เพื่อโอกาสเพิ่มมูลค่าการค้ารายการ และการให้บริการ post production ระหว่างกัน

- **ข้อควรระวังในการเจรจา FTA** ความต้องการของอินเดียด้านบริการผลิตรายการ คือการเปิดตลาดใน Mode 4 ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของไทย เนื่องจากการเคลื่อนย้ายบุคลากร เป็นการเพิ่มแรงกดดันด้านการจ้างงานให้กับไทยมากกว่า

11.2.4 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบเวทีอื่นๆ

11.2.4.1 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบเวที UNESCO

(ก) **ผลักดันการให้สัตยาบันในอนุสัญญาว่าด้วยการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม** เพื่อสร้างความสมดุลกับเวทีการเจรจาทางการค้า ในกลุ่มสินค้าที่จัดเป็นสินค้าวัฒนธรรม

(ข) **แสวงหาความร่วมมือด้านวัฒนธรรมในหมู่สมาชิกผ่านเวที UNESCO** โดยพิจารณาตามศักยภาพของประเทศสมาชิก และความต้องการของประเทศไทย อาทิ ความร่วมมือด้านการร่วมผลิตรายการเชิงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ตลอดจนการแลกเปลี่ยนและฝึกอบรมบุคลากรกับประเทศสมาชิกกลุ่มพัฒนาแล้วที่มีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล หรือการจัดนิทรรศการในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง แอฟริกา และลาตินอเมริกา เพื่อเผยแพร่ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ตลอดจนแนะนำศักยภาพในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลของไทยและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้าน post production และการให้บริการสถานที่ถ่ายทำ เป็นต้น

11.2.4.2 ยุทธศาสตร์การเจรจาภายใต้กรอบเวที APEC

(ก) **แสวงหาความร่วมมือเพื่อเรียนรู้ Best practice** เนื่องจากเวทีเอเปค ให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการสร้างความร่วมมือทางวิชาการ (Economic and Technical Cooperation: ECOTECH) เพื่อการเรียนรู้แลกเปลี่ยนกัน ระหว่างประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา ประเทศไทยจึงน่าจะได้ใช้โอกาสจากเวทีเอเปคให้เต็มเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลกับพัฒนาการของอุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อให้มีการสร้างมาตรฐานและความสอดคล้อง (standard and conformance) และการจัดทำแนวปฏิบัติระหว่างประเทศ (Interoperability) ในด้านเครือข่ายโทรคมนาคม และการใช้เทคโนโลยีแพร่ภาพกระจายเสียงบนสื่อที่หลากหลาย (multiplatform) ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี และการพัฒนาบริการผ่านสื่อใหม่ประเภทต่างๆ ตลอดจนความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายและมาตรการการค้ากับดูแลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

11.3 ยุทธศาสตร์การรองรับผลกระทบของการเปิดเสรี

ถึงแม้ว่า ในภาพรวม การค้าระหว่างประเทศจะเป็นผลดีต่อการยกระดับศักยภาพ และขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ แต่นั่นหมายความว่าถึงภาคธุรกิจ หรือผู้ประกอบการที่ไม่เข้มแข็ง หรือไม่มีศักยภาพในการแข่งขัน ย่อมต้องออกจากตลาดไปโดยปริยาย ซึ่งย่อมส่งผลกระทบทางลบต่อสาขาที่อ่อนแอดังกล่าว ทั้งการสูญเสียด้านรายได้ และการจ้างงาน นอกจากนี้ ในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งทุกตลาดไม่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ การเปิดตลาดต้อนรับการแข่งขันจากภายนอก อาจสร้างความเสียหายต่อธุรกิจ และอุตสาหกรรมภายในประเทศได้ โดยไม่เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพของประเทศในภาพรวม ด้วยเหตุนี้ ในกระบวนการเปิดเสรี นอกจากภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการภายในประเทศ ให้สอดคล้องกับจังหวะย่างก้าวของการผูกพันเปิดตลาดของประเทศแล้ว ภาครัฐจำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดเตรียมมาตรการรองรับเพื่อเยียวยา ช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจ หรือผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ใช้แรงงานที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว ทั้งนี้ การนำเสนอยุทธศาสตร์การรองรับผลกระทบภายใต้การศึกษานี้ จะเป็นการนำเสนอในหลักการจากการประเมินหรือคาดการณ์สถานการณ์ด้านลบที่อาจเกิดขึ้นได้ เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลที่เป็นจริงมาวิเคราะห์ผลกระทบที่เป็นรูปธรรมในรายละเอียด

11.3.1 กำหนดโควตารายการที่ผลิตในประเทศ

การเปิดเสรีบริการวิทยุและโทรทัศน์อาจนำมาซึ่งการไหลบ่าของรายการจากต่างประเทศที่มีราคาต่ำกว่ารายการที่ผลิตในประเทศมาก เนื่องจากผู้ผลิตรายการจากต่างประเทศได้กำไรจากการออกอากาศรายการในประเทศอื่นๆ มาแล้ว ทำให้สถานีเลือกที่จะซื้อรายการที่เป็นที่นิยมจากต่างประเทศมาออกอากาศแทนรายการที่ผลิตใหม่ในประเทศ เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงจากการไม่ได้รับความนิยมในรายการที่ผลิตใหม่ การกำหนดโควตาให้สถานีออกอากาศรายการที่ผลิตในประเทศจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการรองรับผลกระทบดังกล่าว

11.3.2 กำหนดให้สถานีโทรทัศน์/ผู้ให้บริการเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมถ่ายทอดรายการบางประเภท

ข้อกำหนดให้ถ่ายทอดรายการบางประเภท หรือ “must carry” regulation เป็นมาตรการที่นิยมใช้ในหลายประเทศเพื่อปกป้องสิทธิของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นรายการข่าว หรือรายการสาระความรู้ประจำท้องถิ่น นอกจากนี้ มาตรการดังกล่าวยังเป็นแนวทางในการป้องกันการผูกขาดรายการ ตลอดจนเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตรายการในท้องถิ่นให้มีช่องทางในการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

11.3.3 จัดตั้งกองทุนเพื่อลดผลกระทบ และดูแลการปรับตัวของผู้ประกอบการ

การกำหนดโควตารายการที่ผลิตในประเทศ และการกำหนดให้สถานี/ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องถ่ายทอดรายการบางประเภท ดังกล่าวข้างต้น อาจเพิ่มต้นทุนในการประกอบการหรือทำให้สถานี/ผู้ประกอบการขาดรายได้บางส่วนไป เช่น ค่าโฆษณาที่อาจได้รับมากขึ้นหากนํารายการจากต่างประเทศที่เป็นที่นิยมมาออกอากาศ ดังนั้นหากพิจารณาที่จะกำหนดมาตรการทั้งสองดังกล่าวข้างต้น อาจจำเป็นต้องจัดตั้งกองทุนสำหรับจัดสรรเป็นเงินชดเชยรายได้ของสถานี/ผู้ให้บริการที่ขาดหายไป

นอกจากนี้ การเปิดเสรีธุรกิจวิทยุและโทรทัศน์ อาจทำให้ผู้ผลิตรายการภายในประเทศโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ไม่สามารถแข่งขันในตลาดต่อไปได้ จนทำให้ต้องปิดกิจการลง ดังนั้นภาครัฐอาจพิจารณาจัดตั้งกองทุนกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีในการปรับตัวไปทำธุรกิจอย่างอื่น ตลอดจนดูแลการจ้างงานของพนักงานในบริษัทที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว