

รายงานเบื้องต้น

ประกอบด้วย

แผนการดำเนินงาน (Project Plan)

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงก่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้กับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดความหลากหลายของช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหารายการ โดยผู้ประกอบการสื่อต่างๆ เหล่านี้ต่างต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดในอุตสาหกรรมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันกันสูง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดหรือรายได้ให้กับกิจการของตน ดังนั้น ผู้ประกอบการสื่อส่วนใหญ่ จึงพยายามสร้างจุดเด่นเพื่อดึงดูดให้ประชาชนมี ความสนใจในสื่อของตัวเองมากที่สุด โดยอาจจะทั้งความรับผิดชอบในการนำเสนอรายการเหล่านั้นออกไปสู่สังคม อาทิ ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารต่างๆ ที่ขาดการกลั่นกรอง ตรวจสอบความถูกต้องจากข้อเท็จจริงหรือแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ การนำเสนอ สินค้าที่อวดอ้างสรรพคุณที่เกินจริง หรือโฆษณาที่ชวนเชื่อ การผลิตละครที่มีเนื้อหาสาระที่รุนแรงมากเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ทำให้ประชาชนที่เป็นผู้รับสื่อเกิดความเข้าใจผิดในการรับสื่อต่างๆ และถูกรวบจูงจากสื่อได้ง่าย หากไม่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ อย่างเพียงพอ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว การส่งเสริมให้ประชาชนหรือผู้บริโภคมีศักยภาพในการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้สามารถพิจารณา แยกแยะการเลือกรับข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณและใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านั้นได้อย่างรู้เท่าทันจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยการดำเนินการเสริมสร้างความรู้ในการรู้เท่าทันสื่อนั้นสอดคล้องกับแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กำหนดให้มียุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริม สิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร โดยหนึ่งในวัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนเป็นไปตามมาตรา 52 (2) แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่ได้กำหนดให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรมโทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่องผ่านกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ อีกด้วย

ทั้งนี้ เพื่อเป็นไปตามนัยวัตถุประสงค์แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 52 (2) ดังนั้น สำนักงาน กสทช. โดยสำนักงานกองทุนวิจัยและพัฒนา จะดำเนินการคัดเลือกผู้ขอรับทุนการส่งเสริมและสนับสนุนเงินจากกองทุนประเภทที่ 2 เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ดังกล่าวข้างต้นต่อไป

ความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนแม่บท หรือแผนยุทธศาสตร์ กสทช.

โครงการนี้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 – 2559) ที่กำหนดให้มียุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร โดยหนึ่งในวัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ มาตรา 52 (2) แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่กำหนดให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรสื่อสาร การวิจัยและพัฒนาด้านกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม รวมทั้งความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ เทคโนโลยีด้านการใช้คลื่นความถี่ เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนอุตสาหกรรม โทรคมนาคม และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์

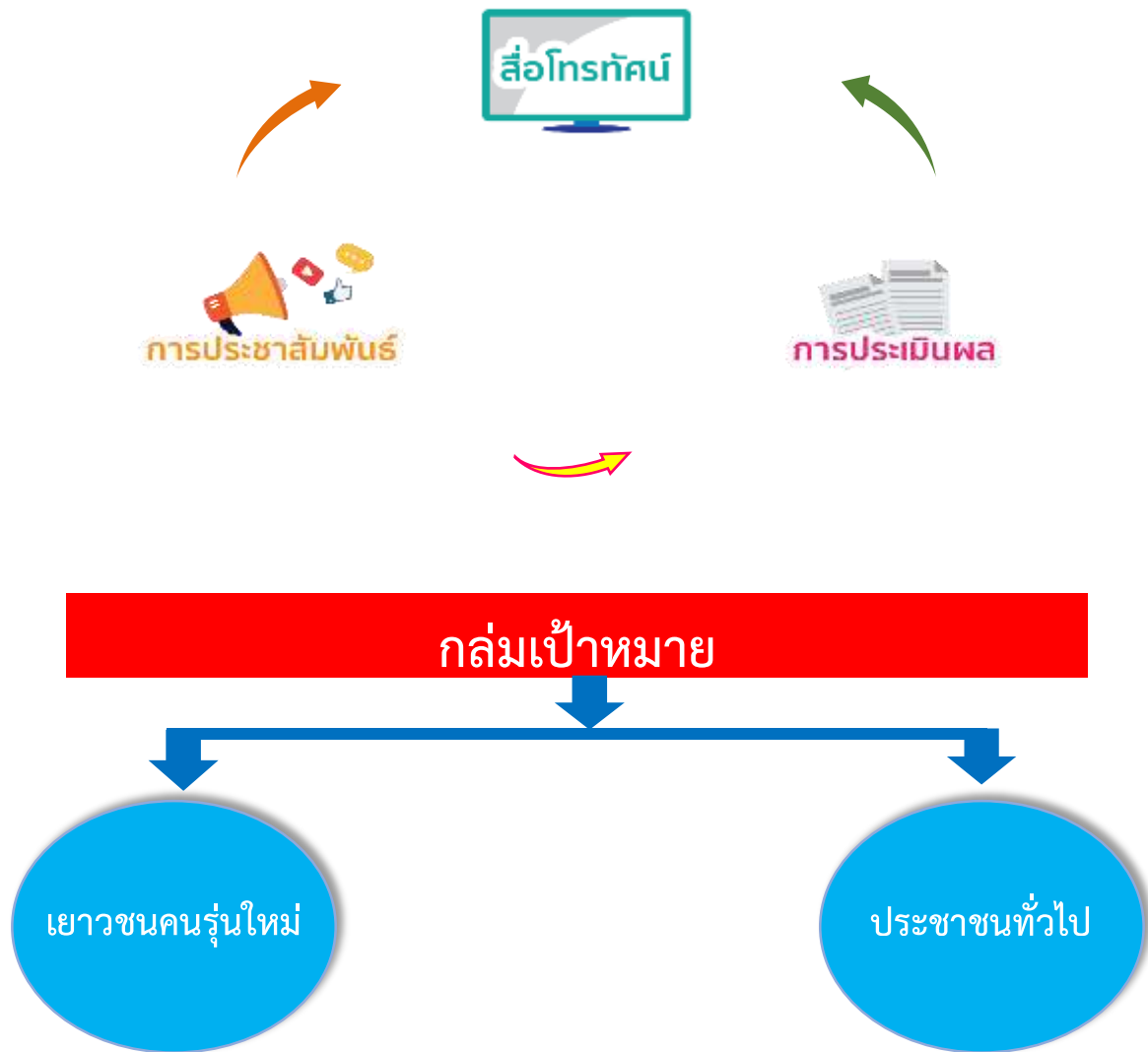
- เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์
- เพื่อให้ประชาชนตระหนักรู้และตื่นตัวรวมถึงสร้างความปลอดภัยและเป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้สามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าว อย่างมี วิจารณญาณ

ขอบเขตการดำเนินงาน

ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากเงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ ที่ได้รับการคัดเลือก (ผู้รับทุน) จะต้องนำเงินที่ได้รับการส่งเสริม และสนับสนุน ไปดำเนินโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยมีภาระหน้าที่รับผิดชอบตามขอบเขตการดำเนินงาน ดังนี้

1. จัดทำแผนการดำเนินงาน ประกอบไปด้วย แนวคิด แนวทางและวิธีการดำเนินงาน และขั้นตอนการทำงาน รวมถึงกรอบระยะเวลาดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม
2. ดำเนินการผลิตเนื้อหาโดยอยู่ในรูปแบบการให้ข้อมูลหรือแทรกข้อมูลในเนื้อหารายการ ความยาว 25 นาที จำนวน 30 ตอน และให้นำเสนอให้ประชาชนสามารถเข้าใจได้โดยง่ายเพื่อให้การดำเนินการสร้างองค์ความรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงเกิด ความตระหนักรู้และตื่นตัว รวมถึงสร้างความปลอดภัย และเป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงจากการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และให้ประชาชนสามารถรับประโยชน์จากสื่อดังกล่าวอย่างมีวิจารณญาณ โดยเนื้อหาดังกล่าวจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจและกำกับดูแลการดำเนินงาน ตามสัญญาทุนวิจัยและพัฒนา ก่อนดำเนินการเผยแพร่
3. นำเนื้อหาที่ดำเนินการผลิตแล้วเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (ทีวีดิจิทัล) และสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิเช่น Youtube Facebook ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและในวงกว้าง ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยช่องทางในการเผยแพร่นั้นอาจเป็นการจัดทำโดยผู้รับทุนและ/หรือเป็นการได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่เนื้อหา
4. ติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการโดยต้องดำเนินการวัดผลครอบคลุมตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ในขอบเขตงาน ข้อ 9 ทั้งนี้ให้ผู้ขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนต้องนำเสนอรูปแบบในการติดตามและประเมินผล ความสำเร็จของโครงการเพื่อประกอบการพิจารณา

การบริหารโครงการ



ระยะเวลาดำเนินโครงการ



ข้อเสนอแผนงาน

รูปแบบรายการโทรทัศน์เนื้อหาเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์



รายการ : The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

แนวคิด : รายการที่จะรวมถกทุกประเด็น และวิเคราะห์สื่อต่างๆ จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ทุกช่องทาง จากบุคคลทั่วไปในสังคม โดยนำประเด็นต่างๆ ที่เป็นกระแสในสังคม หรือในรายการ เช่นละคร ภาพยนตร์ และรายการขายสินค้าต่างๆ เป็นต้น แล้ววิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ และตอบคำถามถกประเด็นเกี่ยวกับสื่ออื่นๆ ให้ถูกต้อง เพื่อจะได้รับรู้ว่าคนทั่วไปดูสื่อกันอย่างไร รู้เท่าทันสื่อหรือไม่ ในกรณีที่ไม่สามารถนำคลิป หรือสื่อมาออกอากาศได้ จะเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องกับคลิป หรือประเด็นนั้นๆ มานั่งวิเคราะห์ และถกประเด็นกัน โดยผ่านการ Comment วิเคราะห์ รวมถึงแนะนำวิธีการดูสื่อที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่น่าสนใจ

ผู้ร่วมรายการ ประกอบด้วย

- พิธีกร 1 คน
- แกรับเชิญพิเศษจากสาขาเฉพาะทาง 1 - 2 คน
- แกรับเชิญจากหลากหลายอาชีพ 2 คน (อาจมากกว่าหรือน้อยกว่าตามสมควร)

หมายเหตุ : ผู้ร่วมรายการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมในแต่ละประเด็นที่น่าสนใจ

ลำดับการนำเสนอรายการ / เบรกที่ 1

- TITLE / LOGO / INTERLUDE รายการ
- VTR คลิปเปิดประเด็น (ต้นเรื่อง)
- พิธีกร สรุปประเด็น และความน่าสนใจของเรื่องราวในวันนี้
- พิธีกร แนะนำแขกรับเชิญเกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ 2 ท่าน
- พิธีกร แนะนำผู้เชี่ยวชาญจาก กทปส.
- พิธีกร เปิดประเด็นกับทั้ง 2 ฝ่าย

----- โฆษณา 1 -----

ลำดับการนำเสนอรายการ / เบรกที่ 2

- LOGO / INTERLUDE รายการ
- พิธีกร พูดคุยกับแขกรับเชิญที่มาที่ไปของปัญหา ผลกระทบ สาเหตุ ที่มาที่ไปของประเด็น
- (เนื้อหารายการ)

----- โฆษณา 2 -----

ลำดับการนำเสนอรายการ / เบรกที่ 3

- LOGO / INTERLUDE รายการ
- พิธีกรพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญจาก กทปส. ปัญหาที่ได้ฟังมา
- วิเคราะห์ และไขความกระจ่างจากประเด็นที่กล่าวมา
- พิธีกรสรุป / ปิดรายการ

ตัวอย่างสื่อที่นำมานำเสนอ

1. ละคร
2. โฆษณา
3. music video
4. รายการทีวี
5. ข่าวต่าง ๆ
6. Spot โฆษณาวิทยุ

หมายเหตุ : กรณีเปิด VTR คลิปประเด็นต้นเรื่อง อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสมในแต่ละประเด็นที่นำเสนอ

ประเด็นนำเสนอในรายการ

- ตอนที่ 1 โฆษณาเกินจริงของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและความงาม เชื่อถือได้หรือไม่?
- ตอนที่ 2 เรตนี้เพื่อใคร?
- ตอนที่ 3 การนำเสนอรายการหรือโฆษณาเพื่อการขายเกี่ยวกับความเชื่อ ทำได้ด้วยหรือ? (ศรัทธามาร์เก็ตติ้ง)
- ตอนที่ 4 “Censor” คุ้มครองผู้บริโภคสื่อได้จริงหรือไม่?
- ตอนที่ 5 มือใหม่หัดโพสต์
- ตอนที่ 6 เรื่องเพศผ่านสื่อได้หรือไม่?
- ตอนที่ 7 ภัยร้ายควรรู้เมื่อโลกเข้าสู่ยุค Digital
- ตอนที่ 8 สูงวัยหัวใจโซเชียล
- ตอนที่ 9 บันเทิงใจ (ใคร)
- ตอนที่ 10 ความเป็นกลางของสื่อ วัดจากอะไร?
- ตอนที่ 11 เยาวชนควรบริโภคสื่ออย่างไร? (โซเชียลเน็ตเวิร์ค เวอร์คใหม่วัยรุ่น)
- ตอนที่ 12 การนำเสนอสารคดีหรือข่าว เรื่องราวเกี่ยวกับยาเสพติดในมุมเจาะลึก สมควรหรือไม่ อย่างไร?
- ตอนที่ 13 สื่อเกาะกระแสดีต่อสังคมจริงหรือ?
- ตอนที่ 14 รู้เท่าทันข่าวปลอม ในโลกเสมือนจริง
- ตอนที่ 15 พิกการกายใจสื่อ

ผู้ดำเนินรายการ



วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ หรือ จอห์น

อาชีพ : พิธีกร นักแสดง

เหตุผลที่เลือก : เป็นพิธีกร ที่มีความสนุกสนาน นำเสนอเรื่องราวได้อย่างน่าสนใจ

ตัวอย่างแขกรับเชิญพิเศษ

อาทิ

ผู้มีความรู้ และที่ปรึกษาด้านคุ้มครองผู้บริโภค



ผศ.ภญ.ดร.สุนทรี ท.ชัยสัมฤทธิ์โชค

อาชีพ : อาจารย์ประจำคณะเภสัชศาสตร์สังคม และบริหาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้มีความรู้ และที่ปรึกษาด้านโฆษณาแฝง



ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม

อาชีพ : อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้มีความรู้ และที่ปรึกษาด้านสุขภาพจิต



นายแพทย์ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์

อาชีพ : หัวหน้ากลุ่มที่ปรึกษากรมสุขภาพจิต

ผู้มีความรู้ และที่ปรึกษาด้านสังคม



ดร.พรรษา รอดอาดัม

อาชีพ : อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดทำคำบรรยายแทนเสียง (CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (AD)
เพื่อกลุ่มผู้พิการทางการได้ยินและการเห็น



ผลิตเนื้อหารายการ ความยาว 25 นาที จำนวนทั้งสิ้น 30 ตอน

ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3SD ช่อง 28



ข้อเสนอแผนงานประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ THE KNOWLEDGE รู้เท่าทันสื่อ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

- สร้าง Fanpage รายการ พร้อมทั้งฐานยอด Like Page Facebook การันตีอย่างน้อย 10,000 Like ตลอดโครงการ
- ประชาสัมพันธ์รายการใน Facebook Fanpage โดยใช้เนื้อหาในรายการ จำนวน 2 Post ต่อสัปดาห์
- ประชาสัมพันธ์แจ้งเตือน ก่อนเริ่มรายการใน Facebook Fanpage ทุกสัปดาห์



➤ แชร่ Post ประชาสัมพันธ์รายการ ไปใน Facebook Fanpage ของ Zense , Hamaijamkud



- จัด Campaign ร่วมแสดงความคิดเห็น ตามหัวข้อในรายการ เล่นบน Fanpage (กิจกรรมร่วมตอบแบบประเมินรายการ เพื่อรับของรางวัล) สัปดาห์ เว้นสัปดาห์



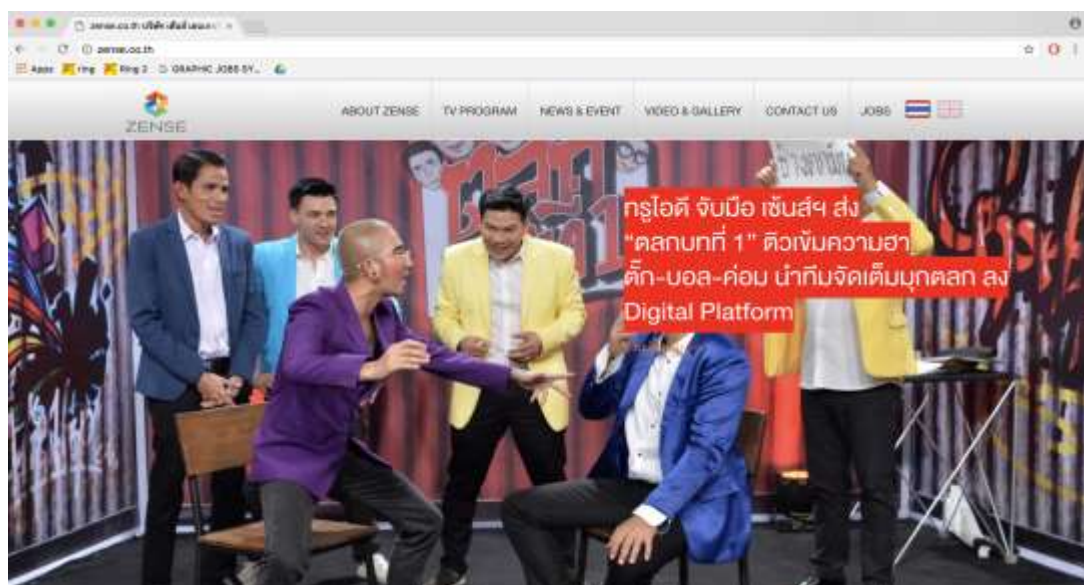
- Facebook Live โดยออกอากาศด้วยระบบ Premieres บน Facebook Fanpage ซึ่งออกอากาศคู่ขนาน พร้อมกับ TV โดยไม่มีโฆษณา



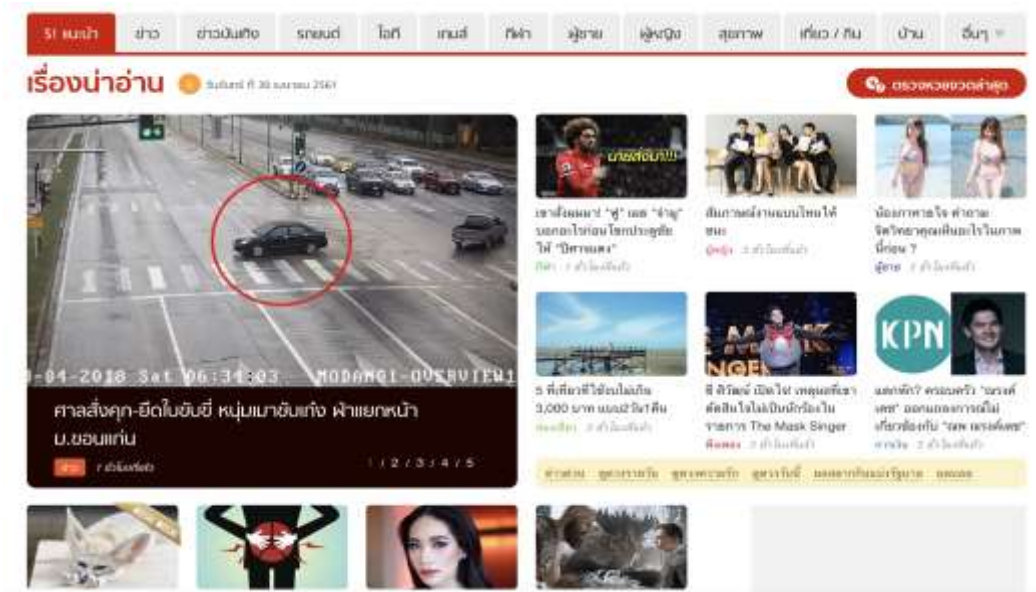
- ประชาสัมพันธ์รายการ โดยอัฟฟิโอบน YouTube เพื่อเป็นช่องทางเพิ่มการรับชมรายการย้อนหลัง บนสื่อออนไลน์



- ข่าวดังประชาสัมพันธ์รายการรูปแบบ Banner ทางเว็บไซต์ของ บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ทุกสัปดาห์



- ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม จำนวน 1 ครั้ง เช่น sanook.com



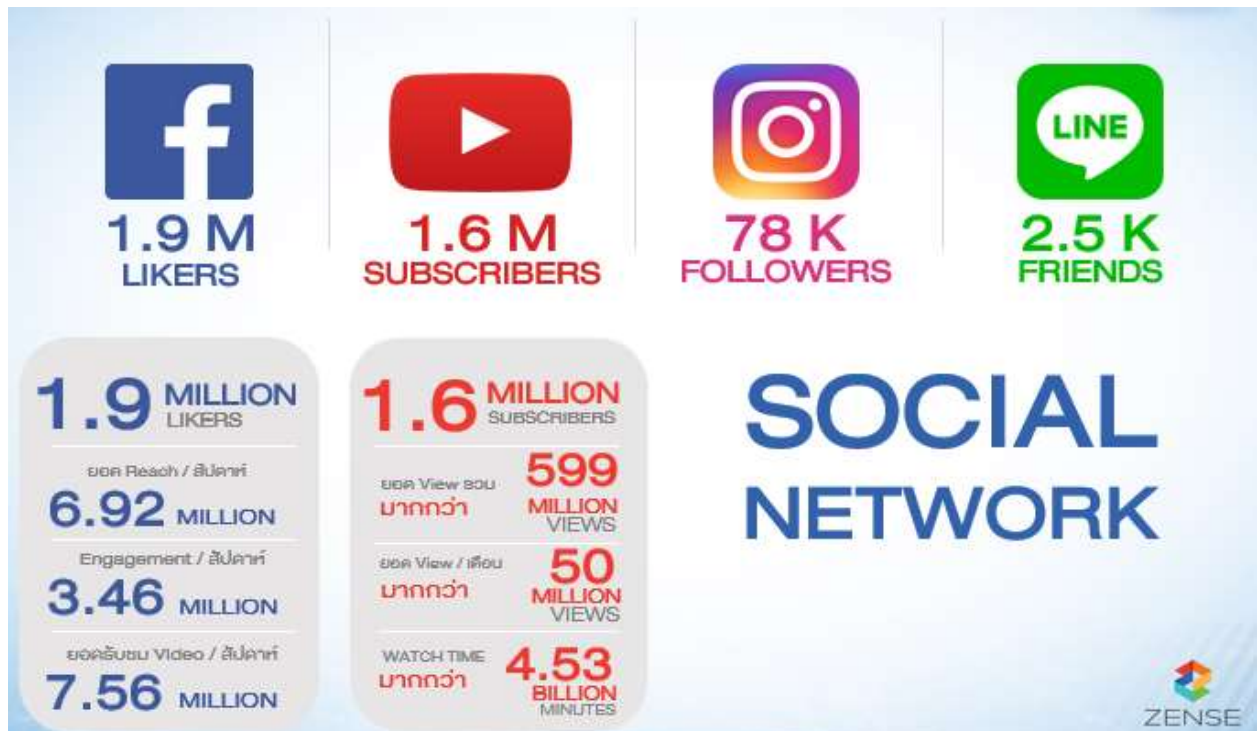
- เพิ่มยอดคนติดตามเพจ และยอดการรับชม ตลอดโครงการ ใน Facebook Fanpage
- ประชาสัมพันธ์รายการผ่าน Line@ ของ Zense

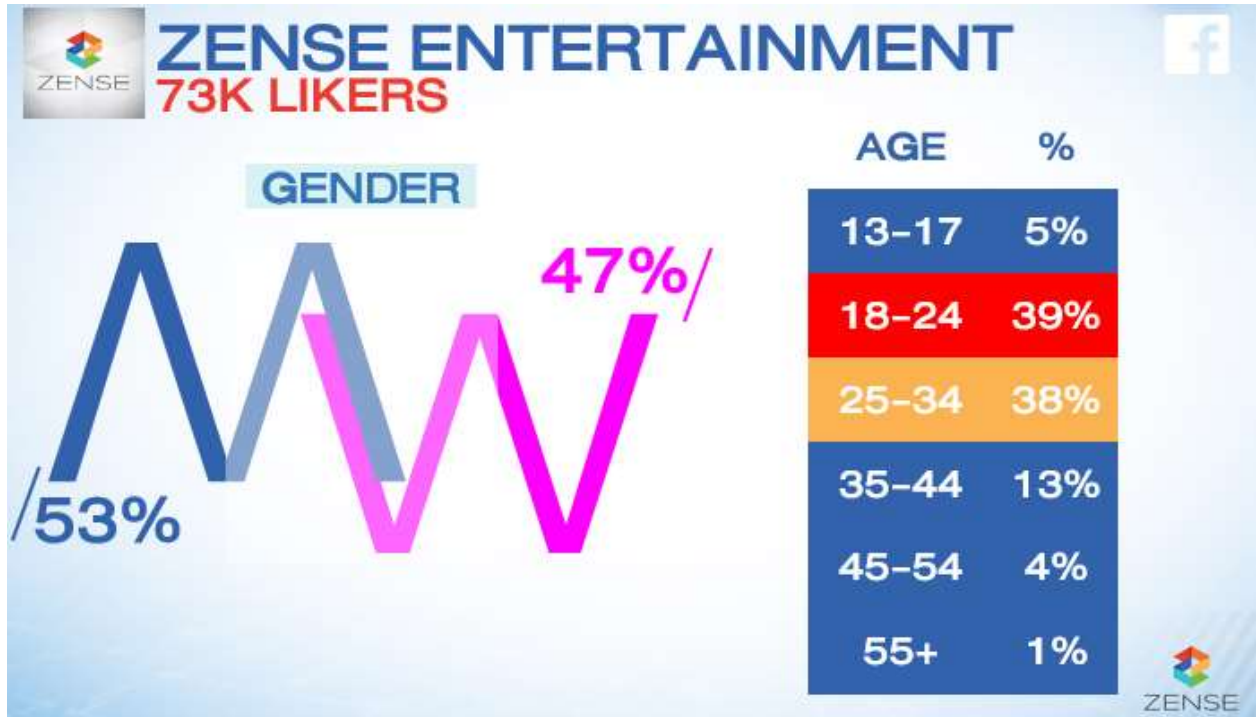


➤ กระทำประชาสัมพันธ์รายการผ่านเว็บไซต์ Pantip



Social & Digital Media









บริษัทฮาไม่จำกัด ✓

@hamaijumkud

หน้าหลัก

โพสต์



ออกอากาศ ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 น. ทางช่อง **เอก 33**

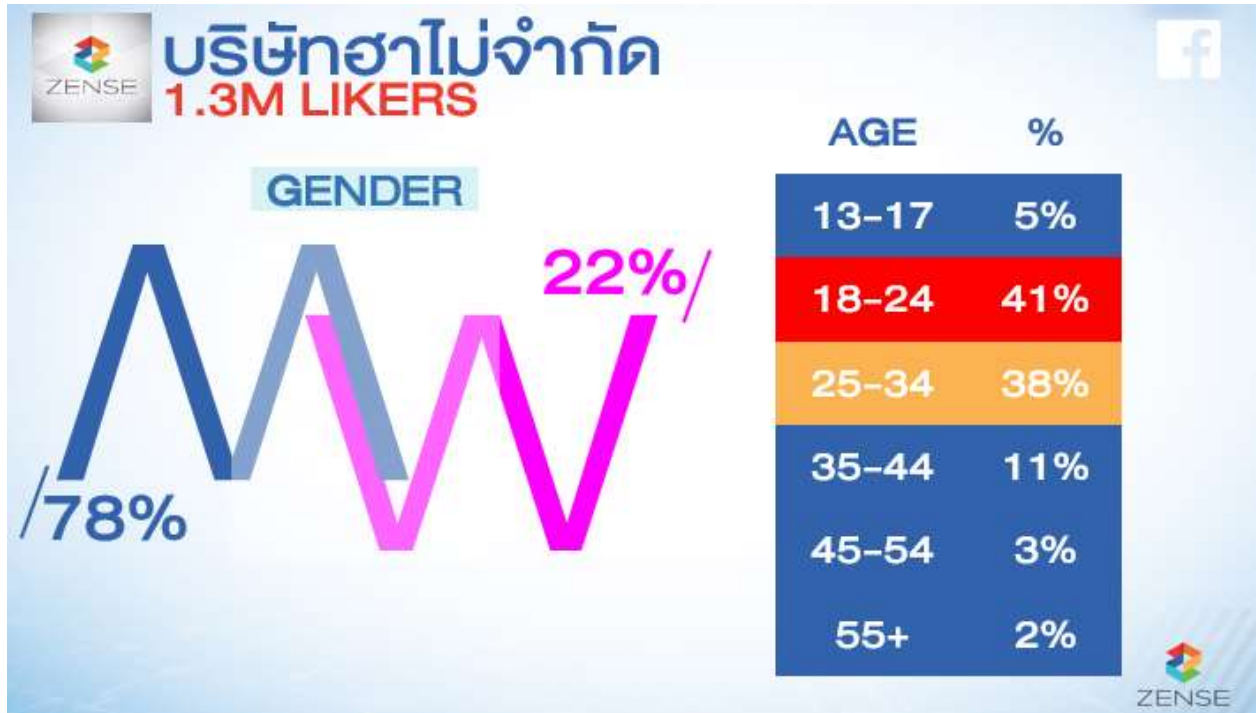
บริษัทฮาไม่จำกัด

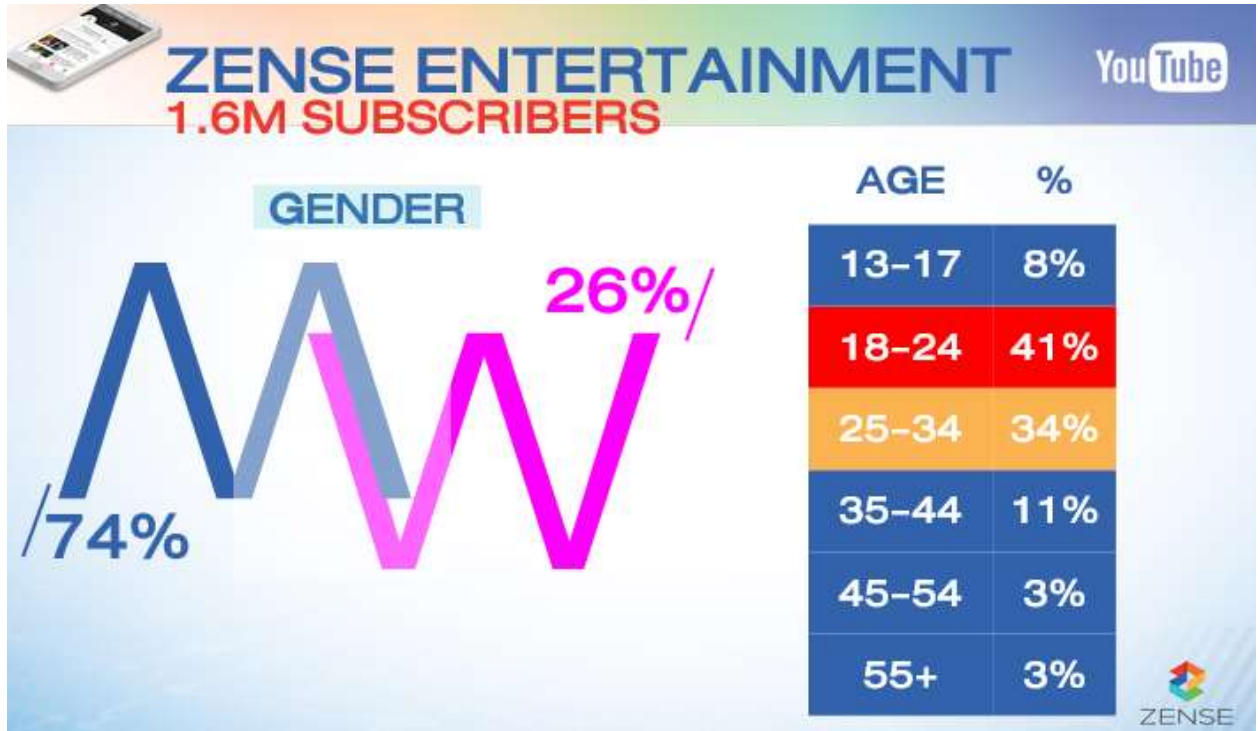
▶

1.3M

LIKERS







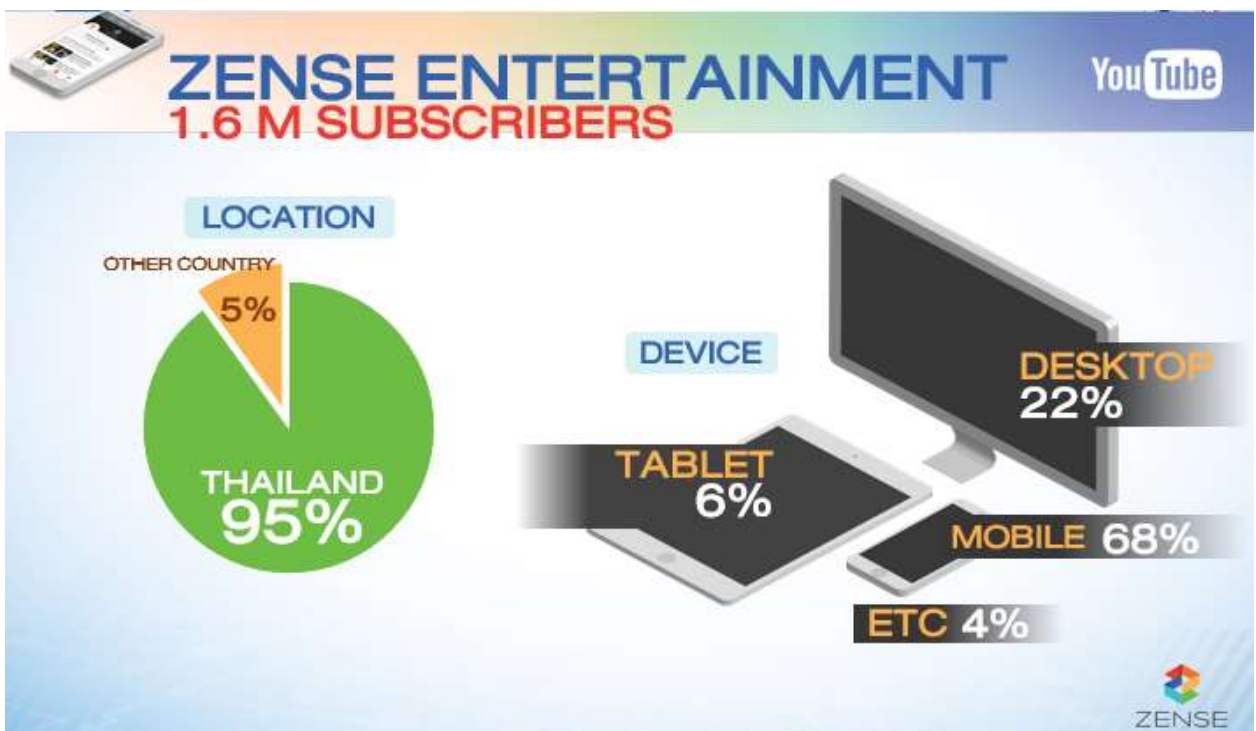
SUMMARY

WATCH TIME

5.53
BILLION
MINUTES

VIEW

773
MILLION
VIEWS



**ข้อเสนอการติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ
เสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์**

1. วัตถุประสงค์การติดตามประเมินผล

- 1) เพื่อติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 2) เพื่อประเมินถึงความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 3) เพื่อประเมินถึงความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- 4) เพื่อศึกษาถึงการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัยของประชาชนตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

2. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

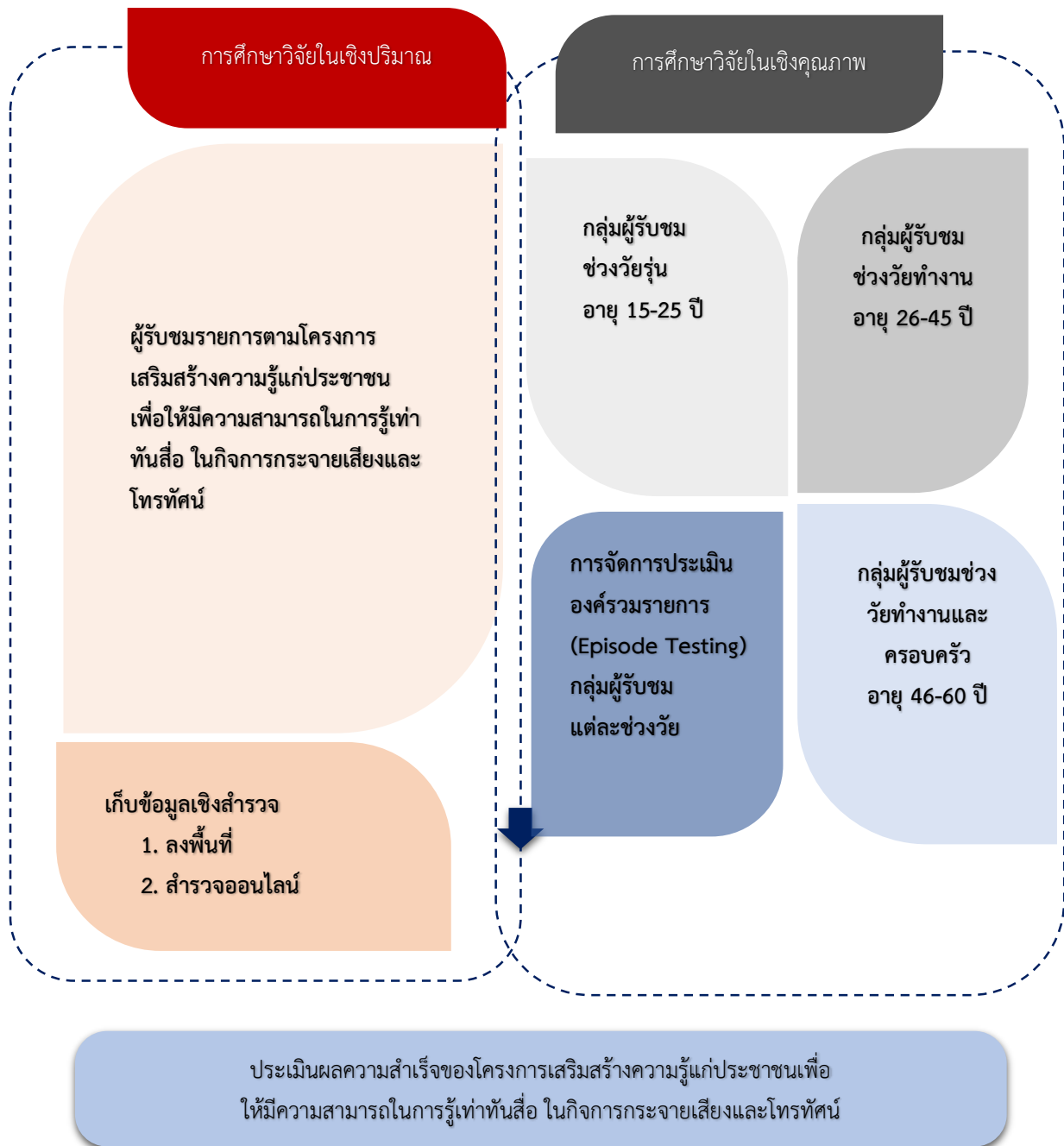
- 1) ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน
- 2) การเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย
- 3) ส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทางานด้านการ รู้เท่าทันสื่อ และก่อให้เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการดำเนินการด้านนี้

3. ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 1) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ของประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิต
- 2) ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐ ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. วิธีการประเมิน

“การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” แบ่งวิธีการดำเนินการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน โดยมีขั้นตอน และ รายละเอียดในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้



4.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach)

การดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในมิติด้านกว้าง โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นวิธีการประเมินการความรู้และความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีขั้นตอน และ รายละเอียดดังนี้ คือ

4.1.1 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการลงพื้นที่สำรวจ

การประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เป็นวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการลงพื้นที่สำรวจจาก นักวิจัยพร้อมทีมงานผู้ช่วยวิจัย และ พนักงานสัมภาษณ์ที่ผ่านการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยและรายละเอียดในแบบสอบถาม ดำเนินการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบพบตัว (Face-to-face Interview) จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

4.1.1.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ คือ กลุ่มผู้รับชมรายการ ทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกพื้นที่ภูมิสำเนาทั่วประเทศไทยจำนวน 65,931,550 คน¹

โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาร์ยามาเน่ โดยคิดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 3\%$ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ} = \frac{65,931,550}{1 + (65,931,550)(0.03)^2} = 1,111$$

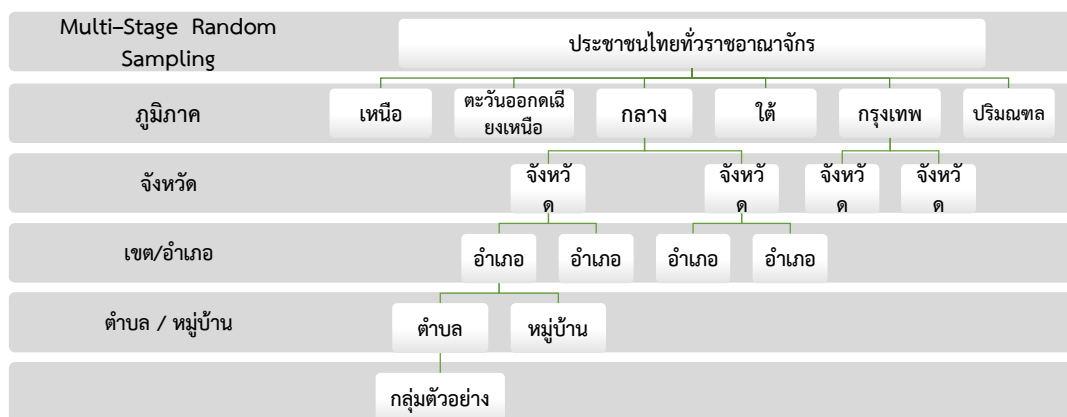
ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 1,111 ตัวอย่างแต่ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ขนาดตัวอย่างเพิ่มขึ้นคือ 1,200 ตัวอย่าง เพื่อลดขนาดของความคลาดเคลื่อน

¹ ประกาศสำนักทะเบียนกลาง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ ประกาศ 30 มีนาคม 2560, https://www.dopa.go.th/banner_link/fileDownload/130

4.1.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จะเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ Multi-Stage Random sampling โดยเลือกการสุ่มตามโอกาสความน่าจะเป็นที่เท่ากันในทุกขั้นตอนจากการแบ่งประชากรตามภูมิภาค 4 ภูมิภาคตามบริบทในการบริหารและสถิติ ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มแบบวัฒนธรรมกว้างๆ และนิยมใช้กันมากในโทรทัศน์แห่งชาติ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง และ กรุงเทพฯ – ปริมณฑล

จากนั้นเป็นกลุ่มย่อยจากจังหวัด อำเภอ ตำบล ตำบลหมู่บ้าน และ ครึ่งเรือน ตามลำดับ โดยเป็นการเลือกตัวอย่างที่ตัวอย่างมีโอกาสจะถูกเลือกเท่าเทียมกันซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีความน่าจะเป็นและทฤษฎีความน่าจะเป็นตามรากฐานของสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ดังนี้



โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละพื้นที่ที่กำหนดโดยอ้างอิงจากจำนวนประชากรในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้มีสัดส่วนสอดคล้องกับจำนวนประชากรจริงทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละภูมิภาคตามสัดส่วนประชากรจริง

พื้นที่/ภูมิภาค	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	คิดเป็นร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	5,686,646	105	8.7
ปริมณฑล (นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ)	3,616,853	65	5.5
ภาคกลาง	13,262,391	242	20.1
ภาคเหนือ	12,079,106	220	18.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,945,392	398	33.2
ภาคใต้	9,341,162	170	14.2
รวม	65,931,550	1,200	100.00

4.1.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณโดยการสำรวจออนไลน์

การประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ครั้งนี้ ยังใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการสำรวจวิจัยออนไลน์ (Online Survey) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่แน่นอน (Structured Questionnaires) ผ่านทางออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้ตอบแบบสอบถามดูรายการย้อนหลัง ผ่านเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ และสามารถเข้ามาตอบแบบสอบถามได้ด้วยตนเอง ผ่านหน้าเว็บ เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยข้อมูลจากผู้ตอบได้ตอบมานั้นจะถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบนำไปสู่การวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อการรายงานผลในที่สุด

4.1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและขนาดตัวอย่างครั้งนี้คือประชาชนทั่วไป ไม่น้อยกว่า 400 กลุ่มตัวอย่าง โดยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ จะใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) การสุ่มตัวอย่างจะทำการเก็บข้อมูลผ่านหลายช่องทางผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านทาง Line, Facebook, Twitter, QR Code โดยสามารถตอบได้จากทุกอุปกรณ์ไม่ว่าเป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ Notebook, Smart Phone ทั้งระบบ Android และ iOS ซึ่งสอดคล้องกับ lifestyle สมัยใหม่ที่คนอยู่บนมือถือมากขึ้น

การสุ่มตัวอย่างการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ดังนี้

- ทางอีเมล
- ทางเว็บไซต์ โดยการแทรก (embed) แบบสอบถามในหน้าเว็บที่คุณต้องการ เช่น ในเว็บไซต์องค์กร เป็นต้น
- ส่งเข้า Youtube, Facebook และ Twitter ได้โดยตรงและสามารถกดแชร์
- จัดทำ QR Code เพื่อ Scan หรือ Link เพื่อทำแบบสอบถามได้ทันที

4.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้างที่แน่นอน (Structured Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยมีประเด็นคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ในภาพรวม

ส่วนที่ 4 การความรู้ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและ

กิจกรรมโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์

ส่วนที่ 5 การรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจกรรมกระจายเสียงและกิจกรรมโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

โดยจะจัดส่งแบบสอบถามให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาอนุมัติก่อน จากนั้นจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบ (pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และปรับปรุงแก้ไขก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล

4.1.4 การประมวลผลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามจากการเก็บข้อมูล คณะวิจัยจะนำมาทำการลงรหัส และ ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Window Version ซึ่งสถิติที่จะใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงผลในแต่ละคำถามในรูปของค่าความถี่ (Frequencies) และ ร้อยละ (Percentage) ตลอดจนใช้กราฟ ภาพ และตารางประกอบการอธิบายใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแสดงผลในแต่ละคำถามในรูปของค่าความถี่ และค่าร้อยละโดยนำเสนอผลคะแนนการรับรู้ และ ความพึงพอใจ จำแนกเป็น คะแนนความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ภาพรวมประเด็นการสำรวจ จุดเด่น สิ่งที่ต้องปรับปรุง และข้อเสนอแนะ ดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

โดยค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติการเปรียบเทียบความถี่ หรือ จำนวนที่ต้องการกับความถี่ หรือจำนวนทั้งหมดเทียบเป็น 100 หาค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

n แทนจำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่ากลางเลขคณิต ค่าเฉลี่ยค่ามัธยฐานเลขคณิต เป็นต้น

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน

ค่าเฉลี่ย $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม

n แทน จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการวัดการกระจาย เขียนแทนด้วย S.D.

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x แทน ค่าคะแนน

n แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม

\sum แทน ผลรวม

4.2 การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach)

การดำเนินการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) เป็นการศึกษาในมิติเชิงลึกด้านความรู้ ความเข้าใจ และ ความพึงพอใจต่อรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) มีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

4.2.1 การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมิน องค์รวมรายการ (Episode Testing)

ในการศึกษาการประเมินการเปิดรับและความพึงพอใจที่มีต่อการนำเสนอรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จะได้จัดให้มีการเชิญผู้ร่วมสนทนา หรือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือผู้รู้ (Key Informants) เป็นกลุ่มตัวแทนผู้รับชมที่มีบทบาทเชิงรุก (Active Audience) อันเป็นกลุ่มตัวแทนผู้รับชมได้ตอบมีปฏิสัมพันธ์กับรายการมาร่วมอภิปรายด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนทัศนะ ข้อคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- องค์รวมของรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้แก่ แนวคิด รูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอองค์ประกอบด้านภาพ และ เสียง สุนทรียศาสตร์ในการผลิต
- ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการในองค์รวม ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- ความรู้ความเข้าใจ และการให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทันตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
- การรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

4.2.2 กลุ่มเป้าหมายการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing)

กลุ่มเป้าหมายการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ด้วยการประเมินองค์รวมรายการ (Episode Testing) คือ ผู้รับสารบทบาทเชิงรุก (Active Audience) อันเป็นกลุ่มตัวแทนที่คัดเลือกจากผู้รับชมรายการโดยเป็นตัวแทนจากกลุ่มผู้รับชมแต่ละช่วงวัยกลุ่มละ 10 คน จำนวน 3 กลุ่มช่วงวัย ซึ่งมีคุณสมบัติดังนี้

- 1) เป็นผู้รับชมรายการที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป
- 2) มีพฤติกรรมมารับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ไทยช่องใดช่องหนึ่งอย่างน้อยสัปดาห์ละ 14 ชั่วโมง
- 3) ผู้รับสารรับสารจากเครื่องมือสื่อสารอย่างไม่จำกัด (any device)
- 4) ผู้รับสารเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งได้หลอมรวมกลายเป็นคนคนเดียว

4.2.3 การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เลือกตัวแทนผู้รับจากกลุ่มผู้รับชมแต่ละช่วงวัย กลุ่มละ 10 คน จำนวน 3 กลุ่มช่วงวัย ดังนี้

- 1) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยรุ่นอายุระหว่าง 15 - 25 ปี
- 2) ตัวแทนผู้รับชมช่วงวัยทำงานอายุระหว่าง 26 - 45 ปี
- 3) ตัวแทนผู้รับชมวัยทำงานและครอบครัว อายุระหว่าง 46 - 60 ปี

5. ระยะเวลาการดำเนินงาน

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ดำเนินการสำรวจวิจัยเป็นเวลา 240 วัน นับตั้งแต่วันเริ่มดำเนินงานตามระบุในสัญญา

แผนดำเนินงาน	ปี 2561				ปี 2562							
	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
รายการออกอากาศ												
เตรียมแผนการประเมินรายการ	■											
ออกแบบแบบสอบถาม-ทดสอบ	■											
เก็บข้อมูลเชิงปริมาณลงพื้นที่เก็บข้อมูลทั่วประเทศ												
- ภาคกลาง												
- ภาคเหนือ												
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ												
- ภาคใต้												
เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการประเมินผลรายการทางออนไลน์												
- ลงรหัสและบันทึกข้อมูลเชิงปริมาณ												
- ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ												
เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการประเมินผลละครรวมรายการ (Episode Testing)												
- ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ												
สรุปผลและวิเคราะห์												
ส่งร่างรายงานฉบับสมบูรณ์												
ปรับแก้รายงานฉบับสมบูรณ์												
ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์												

แบบประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

คำชี้แจง แบบประเมินผลความสำเร็จของโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจพฤติกรรม และ ความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิตตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมรายการ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และ/หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 15 ปี

☐ 2) 15-25 ปี

☐ 3) 26-35 ปี

☐ 4) 36-45 ปี

☐ 5) 46-55 ปี

☐ 6) มากกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1) ต่ำกว่าประถมศึกษา

☐ 2) ประถมศึกษา

☐ 3) มัธยมศึกษา/ปวช.

☐ 4) อนุปริญญา/ปวส.

☐ 5) ปริญญาตรี

☐ 6) ปริญญาโท

☐ 7) ปริญญาเอก

☐ 8) อื่นๆ(ระบุ).....

4. อาชีพ

☐ 1)รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 2) เกษตรกร

☐ 3) เจ้าของกิจการ/ค้าขาย

☐ 4) พนักงานเอกชน

☐ 5) รับจ้างอิสระ

☐ 6) พ่อบ้าน/ แม่บ้าน

☐ 7) เกษียณอายุ

☐ 8) นักเรียน/ นักศึกษา

☐ 9) อื่น ๆ (ระบุ).....

5. รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน

☐ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท

☐ 2) 10,001–20,000 บาท

☐ 3) 20,001–30,000 บาท

☐ 4) 30,001–40,000 บาท

☐ 5) 40,001–50,000 บาท

☐ 6) 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่าง ๆ และ พฤติกรรมการรับชมรายการตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

6. ท่านเปิดรับข่าวสาร สาระ ความบันเทิงจากสื่อประเภทใดมากที่สุด ต่อสัปดาห์ (เรียงตามลำดับ 1 ถึง 5)
- | | | |
|--|----------------|-------------------|
|1) โทรทัศน์ | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
| 2) หนังสือพิมพ์ | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
|3) วิทยุ | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
|4) อินเทอร์เน็ต อาทิ ข่าว หรือ รายการจากเว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
|5) สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook/Line/Twitter/YouTube | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
|6) อื่น ๆ (ระบุ)..... | โดยเฉลี่ย..... | ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |
7. ท่านรับชมรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง (เรียงตามลำดับ 1 ถึง 5)
-1) รับชมทางโทรทัศน์ดิจิทัลช่อง
 -2) รับชมสดทางเว็บไซต์ทีวีช่อง.....
 -3) รับชมย้อนหลังทาง fanpage [www.facebook.com/.....](http://www.facebook.com/)
 -4) รับชมย้อนหลังทาง youtube https://www.youtube.com
 -5) รับชมสดและย้อนหลังทาง TV Application Mobile
 -6) อื่นๆ
-

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ และ ให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้ความเข้าใจต่อรายการรู้เท่าทันสื่อ

ความรู้ความเข้าใจต่อรายการรู้เท่าทันสื่อและ การให้ความสำคัญในการสื่อ		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
8. ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากรายการรู้เท่าทันสื่อตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์						
8.1	การไม่หลงเชื่อเนื้อหาที่ได้อ่าน ได้ยิน ได้ฟังจากสื่อใดสื่อหนึ่งเพียงด้านเดียว					
8.2	การรู้จักวิเคราะห์แยกแยะเนื้อหาที่ได้รับจากสื่ออย่างใช้วิจารณญาณ					
8.3	การสร้างความเสี่ยงและรู้จักตั้งคำถามว่าสิ่งนั้นจริงหรือไม่จริง					
8.4	การรู้จักแยกอารมณ์ออกจากความคิด ในขณะที่เปิดรับสื่อ					
8.5	การแสวงหาสื่อบริษัทที่มาจากข่าว ต้นตอ					
8.6	การทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ หรือ เจตนารมณ์ผู้ส่งข่าว หรือ ผู้เสนอข่าว					
9. มุมมองของท่านด้านความสำคัญต่อการเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน						
9.1	การรณรงค์เผยแพร่สื่ออย่างมีสติ					
9.2	การสร้างความรู้เข้าใจให้ประชาชนในยุคปัจจุบันรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตกเป็นเครื่องมือให้ถูกชักจูงได้ง่าย					
9.3	การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อ					
9.4	กระตุ้นรณรงค์เรื่องความรับผิดชอบของสื่อในการผลิตข่าว					
9.5	รณรงค์การสร้างสื่อและการบริโภคสื่อปลอดภัย					
9.6	กระตุ้นให้สังคมส่วนรวมมีความรับผิดชอบ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อรายการรู้เท่าทันสื่อ

10. ความพึงพอใจต่อรายการ รู้เท่าทันสื่อ ตามโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนเพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
10.1 ความรู้ ความบันเทิงที่ได้รับ					
10.2 ข้อมูลเนื้อหาของรายการมีประโยชน์					
10.3 การนำข้อมูลรายการสู่การพูดคุย หรือ ส่งต่อ หรือ แชร์ต่อ					
10.4 การนำแนวคิดที่ได้จากรายการมาใช้ในวิเคราะห์สื่อ					
10.5 การกระตุ้นสังคมในการรู้เท่าทันสื่อ					
10.6 การสร้างกระแสความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกภาคส่วน					
10.7 การเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อ					
10.8 การเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีต่อการเปิดรับสื่อ					

ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย

11. การใช้ประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
11.1 การรู้จักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือ เลือกรับสื่อเป็น					
11.2 สามารถส่งสารต่อ หรือ แชร์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมี วิจารณญาณ					
11.3 มีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อ หรือ การสะท้อนการกระทำ ของสื่อที่มีต่อสังคม					
11.4 เข้าใจธรรมชาติของสื่อได้เป็นอย่างดี หรือ สามารถ เป็นผู้ผลิตสื่อเอง โดยก่อให้เกิดสื่อดีๆ มีประโยชน์ เพื่อสังคม					
11.5 สร้างสรรค์สังคมให้สงบสุข โดยไม่เกิดความเข้าใจที่ ผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะด้านคุณภาพรายการโดยภาพรวม

แผนการดำเนินงานโครงการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน เพื่อให้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รายการ THE KNOWLEDGE รู้เท่าทันสื่อ

ลำดับ	ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปี 2561																												ปี 2562																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
		ตุลาคม														พฤศจิกายน														ธันวาคม														มกราคม														กุมภาพันธ์														มีนาคม														เมษายน														พฤษภาคม														มิถุนายน														กรกฎาคม														สิงหาคม														กันยายน														ตุลาคม																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
		w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w5	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1	w2	w3	w4	w1

หมายเหตุ : ระยะเวลาสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเหมาะสม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสำคัญในการรับสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างรู้เท่าทัน
- การเพิ่มความสามารถของประชาชนในการรับประโยชน์จากสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างปลอดภัย
- ส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีส่วนร่วมในการทำงานด้าน การรู้เท่าทันสื่อ และก่อให้เกิดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญในการดำเนินการด้านนี้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนมีความพึงพอใจในคุณภาพรายการที่ผลิต
- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการรู้เท่าทันสื่อด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ตัวอย่างบทเนื้อหารายการ (Scripts)

THE KNOWLEDGE รู้เท่าทันสื่อ



หมายเหตุ : บทเนื้อหารายการ (Scripts) อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

SCRIPT THE KNOWLEDGE รู้เท่าทันสื่อ ตอนที่ 1

ความยาว 25 นาที

ตอน โฆษณาเกินจริงของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและความงาม เชื่อถือได้หรือไม่?

เบรก 1

พิธีกร : สวัสดีครับผู้ชมครับ ตอนรับเข้าสู่ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ปฏิเสธไม่ได้ครับว่าตอนนี้เราอยู่ในยุคสมัยที่ทุกกลุ่มคนต้องการความดูดี อยากผิวหน้าขาวใส หุ่นดีราวกับนางแบบ ที่ต้องแลกกับการซื้อครีมบำรุง หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมูลค่าหลายพันหลายหมื่น ที่มีขายออนไลน์ทั่วไป ผลที่ตามมาคือ หน้าพัง เสียศูนย์และในบางรายถึงขั้นเสียชีวิต จากผลิตภัณฑ์ที่มีค่าโฆษณาเกินจริงนะครับ ที่เกริ่นมาขนาดนี้ เพราะวันนี้ประเด็นที่จะพูดคุยกัน เป็นเรื่องของธุรกิจความงามทั้งหลายทั้งปวงที่มีการแข่งขัน ด้วยการโฆษณาเกินจริง ชักจูงผู้ชมจำนวนมาก และโฆษณาพวกนี้ เชื่อถือได้หรือไม่ และหากได้รับความเสียหายเราจะแก้ไขอย่างไรต่อไป? และนี่คือผู้ร่วมพูดคุยกับเราวันนี้ครับ มาจากหลากหลายฝ่ายด้วยกัน

1. คุณวันชัย ศรีทองคำ (ตัวแทนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)
2. ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี ท.ชัยสัมฤทธิ์โชค (ตัวแทนจากนักวิชาการ)
3. คุณใหม่ สุคนธวา (ตัวแทนจากประชาชน)

พิธีกร : เข้าเรื่องเลยแล้วกัน เครื่องสำอาง กับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั่วไป ตอนนี้ถือว่าเป็นธุรกิจที่นิยมมากในยุคสมัยนี้การเข้าถึงไม่ว่าจะเป็นเจ้าของแบรนด์ หรือตัวแทนในการขายซึ่งใครๆ ก็ทำได้ อันนี้จริงหรือไม่ (ถ้าจริง) พวกเขามีแรงจูงใจอะไรที่หันมาทำธุรกิจแบบนี้?

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : แรงจูงใจมีเยอะ มีสิ่งที่ทำให้คล้อยตามเยอะ แจกทอง เทียวฟรี เป็นต้น

คุณใหม่ สุคนธวา :

คุณวันชัย : การเป็นตัวแทนคิดค้นอะไรขึ้นมาสักอย่างหนึ่งมันอาจจะง่าย เพราะใครๆ ก็เป็นไปได้ คิดได้ แต่การที่จะต้องทำให้ถูกต้องเพื่อการวางขายได้ทั่วไป มันค่อนข้างมีขั้นตอน

พิธีกร : (ถามคุณใหม่) เคยมีผลิตภัณฑ์ของตัวเองไหม? / ตอนที่ เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์คุณต้องทำอะไรบ้าง?

คุณใหม่ สุคนธวา : ช่วงที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เอง เราก็อยากทำของภายใต้แบรนด์เราเองบ้าง ก็คิดค้นส่วนประกอบ รวมถึงหาแหล่งที่เราจะมั่นใจในการผลิต และทำทุกอย่างให้ถูกต้องค่ะ

พิธีกร : เรื่องของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์พวกนี้ เจ้าของแบรนด์ดูแลเอง คิดค้นเองทุกขั้นตอน หรือเปล่า มันใจได้มากน้อยแค่ไหนว่าจะได้ผลลัพธ์ ตามที่เราต้องการ และผู้ใช้ที่เลือกใช้จะปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา?

คุณใหม่ สุคนธวา :

คุณวันชัย : (กรณีที่คุณใหม่อธิบายเรื่องส่วนประกอบ) เสริมเพิ่มเติมในเรื่องของกระบวนการ คิดค้น หรือวัตถุดิบ ทาง อย.ต้องลงมาช่วยดูแลหรือไม่ อย่างไร ตัวอย่างเช่น หากส่วนประกอบที่ส่งตรวจมาไม่ได้มาตรฐาน หรืออาจก่อให้เกิดอันตรายเช่นสารนี้ ต้องมีอัตราส่วนมากหรือน้อยเท่าไร จึงจะปลอดภัยต่อการใช้งาน เป็นต้น

พิธีกร : พูดถึงความปลอดภัย เน้นอนว่าต้องมีเครื่องหมายรับรอง การได้มาซึ่งเครื่องหมายนี้ กระบวนการคือต้องทำอะไรบ้าง?

คุณใหม่ สุคนธวา : (เล่ากระบวนการในส่วนที่ตัวเองทราบ)

คุณวันชัย : (เล่ากระบวนการที่ถูกต้องอย่างละเอียด)

พิธีกร : หลักการพิจารณาของทาง อย. ต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง?

คุณใหม่ สุคนธวา : (เล่ากระบวนการในส่วนที่ตัวเองทราบ)

คุณวันชัย : (ชี้แจงกระบวนการที่ถูกต้องอย่างละเอียด)

พิธีกร : (ถามคุณวันชัย) นอกจากการได้ อย. มาแล้ว การจะประชาสัมพันธ์ หรือโฆษณาที่เป็นตัว ช่วยในการขายสินค้าเราได้ อย. แล้วเราสามารถโฆษณาได้เลยหรือไม่? (หากไม่) แล้วก่อนการที่จะโฆษณาสินค้าของเรา มีขั้นตอนอย่างไรครับ?

ดร. สุนทรี : ได้ อย. มาแล้ว ก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาก็ต้องทำเรื่อง หรือผ่าน ขั้นตอนให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ด้วย ยังไม่สามารถโฆษณา ได้ทันที

คุณวันชัย : (โฆษณาเหล่านี้ต้องขออนุญาตจากอย.ก่อนด้วยเช่นกัน)

พิธีกร : คุณผู้ชมครับ ช่วงนี้เรารับทราบกันในเรื่องที่มา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปแล้ว ช่วงหน้า เรามาคุยกันต่อในเรื่องความปลอดภัยและการตัดสินใจสำหรับผู้บริโภคกันต่อ ในช่วงหน้า กับ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ

โฆษณา

เบรก 2

พิธีกร : กลับมาใน The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ นะครับ ช่วงที่แล้วเราได้รับ อย. มาเรียบร้อยแล้ว ผมขอถามครับว่า ได้เครื่องหมายมาแล้ว นั้นหมายถึงผู้บริโภค เชื่อมมันได้เลยใช่หรือไม่ว่า ผลิตภัณฑ์นี้ปลอดภัย?

คุณวันชัย : เบื้องต้นทาง อย. ได้ตรวจสอบให้แล้ว เป็นการกรองให้ขั้นแรก แต่เรื่องของการแพ้ หรือผลข้างเคียง อันนี้ก็อยู่ที่บุคคลอีก เช่นในยา หรืออาหารเสริมตัวเดียวกัน แต่ละคน ย่อมได้รับผลที่แตกต่างกันอยู่แล้ว

คุณใหม่ สุคนธาวา : ถ้ามองในมุมผู้บริโภคทั่วไป เราก็มองว่า อย. อนุมัติแล้ว เราก็มั่นใจว่าปลอดภัย เพราะเขาต้องตรวจสอบให้เราแล้ว

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : แต่อย่าไว้วางใจไป เพราะทุกวันนี้ ที่หลายๆ หน่วยงานทราบ สินค้าและผลิตภัณฑ์ หลากๆ ราย ก็มีการปลอมแปลงเครื่องหมายกันได้

พิธีกร : (คำถามเสริม) ในบางผลิตภัณฑ์อาจจะมีเขียน หรือโฆษณาบอกว่า ผลลัพธ์ขึ้นอยู่กับบุคคล หรือบางอันก็บอกว่าเห็นผลจริงใน 2 สัปดาห์ ขาวจริงใน 2 วัน บางคนเชื่อและซื้อใช้จริง แล้วก็ไม่ได้เห็นผลอะไร คำพูดแบบนี้สามารถใช้ได้ไหม?

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : ผู้ใช้ที่ไม่เห็นผลก็ต้องยอมรับในคำพูด ที่กล่าวมาในช่วงต้นอยู่แล้ว

คุณวันชัย :

คุณใหม่ สุคนธาวา :

พิธีกร : เมื่อสักครู ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี พูดถึงเรื่องของเครื่องหมาย อย. สามารถปลอมแปลง หรือทำ ขึ้นมาใหม่ แนนอนว่า ผิดกฎหมายอยู่แล้ว แต่โทษของการปลอมแปลงคืออะไร?

คุณวันชัย : อธิบายถึงการทำงานเพื่อการตรวจสอบ และเอาผิดคนที่ปลอมแปลง และละเมิด พระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติว่าด้วยอาหาร พ.ศ. 2522

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี :

คุณใหม่ สุคนธาวา : (เคยมีประสบการณ์พบสินค้าตัวเองถูกลอกเลียนแบบหรือปลอมแปลงไหม อย่างไร?)

พิธีกร : มีวิธีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ปลอมแปลงเครื่องหมายนี้ไหม?

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : (ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการตรวจสอบที่ประชาชนทั่วไปสามารถกระทำในเบื้องต้นได้)

คุณวันชัย : สามารถตรวจสอบรายชื่อ หรือเช็คผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านการตรวจสอบอย่างถูกต้อง ได้จากเว็บไซต์ www.fda.moph.go.th

พิธีกร : เอาละครับท่านผู้ชม ของที่ผู้ชมมี และใช้อยู่ ผู้ชมเช็คและตรวจสอบกันได้เลยนะครับ ทราบวิธีกันไปแล้ว แต่ก็มีสินค้าบางกลุ่ม ที่มีเครื่องหมายรับรองว่าปลอดภัย ใช้อย่างไรได้ผล แต่อาจจะไม่เสมอไป เพราะในบางราย ถึงขั้นเสียชีวิตก็มี ช่วงหน้าเรามาเจาะลึกในเรื่องของผลกระทบของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันนี้ กับ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อ ครับ

โฆษณา

บรณ 3

พิธีกร : กลับมาในช่วงสุดท้าย ของ The Knowledge รู้เท่าทันสื่อครับ ในช่วงนี้เราจะพูดถึงสินค้าบางประเภทที่นึกถึงแต่การตลาดมากเกินไป จนลืมไปว่าผู้บริโภคก็มีชีวิตจิตใจเหมือนกัน บางคนถึงขั้นเสียชีวิตก็มี นั่นคือการโฆษณาเกินจริง ซึ่งดูจะเหมือนการหลอกลวงแบบนี้ เราจะมีการแก้ไข หรือป้องกันอย่างไร เรามาคุยกันต่อครับ

พิธีกร : ปกติแล้ว การกระตุ้นยอดขาย หรือการโฆษณาทั่วไปนั้นไม่ผิดอยู่แล้ว แต่การประชาสัมพันธ์ชวนให้เชื่อมากเกินไป หรืออวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ใช้ดารา หรือ ให้ Celeb เป็นคนรีวิว ให้คล้อยตาม หลงเชื่อกัน แบบนี้ผิดไหม?

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : มีหลายๆ ปัจจัยนะ จริงๆ ก็ไม่ผิดหรอก ถ้าของถูกต้องและดีจริงตามที่ว่า แต่การรีวิวแบบนี้ก็มีหลายแบบ บางคนโพสต์ลงโซเชียล แต่แค่ให้เห็นเฉยๆ Try in อันนี้ไม่ผิด ไม่ได้ชวนเชื่อ แต่ถ้าลงรูปแล้วบอกว่าอันนี้ดีมาก แต่ผลภายหลังมีการร้องเรียนว่าเป็นของปลอม หรือผิดกฎหมาย โฆษณาเกินจริงเกินไปก็ต้องดูอีกทีว่ากันตามกฎหมาย

พิธีกร : (ถามคุณใหม่) อย่างคุณเองก็เป็นดาราที่ค่อนข้างดูแลตัวเอง คุณเคยรับรีวิวไหม (หากเคย) คุณต้องทำอย่างไรบ้าง?

คุณใหม่ สุนทรา : (ก็เคยรับรีวิวนะคะ แต่ต้องบอกก่อนทุกอันที่รีวิว เราต้องใช้จริง เราถึงจะกล้าอย่างของเราเอง ก็รับเฉพาะที่เราเห็นว่ามันใจ เช็คได้ ไม่อันตราย ปลอดภัยชั่ว)

พิธีกร : แล้วถ้าเป็นของไม่ถูกต้อง กรณีที่เป็นสินค้าที่ไม่มีเครื่องหมาย อย. หรือมีการปลอมแปลงเครื่องหมายขึ้นมานั้นเข้าข่ายหลอกลวงผู้บริโภคหรือไม่? / โทษคืออะไร?

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : (จริงๆ เรื่องของโฆษณาหลอกลวงผู้บริโภค สมัยนี้อาจจะเช็คค่อนข้างยาก เพราะถ้าผ่านการกรองมาแล้วต้องมีใบอนุญาตโฆษณาอาหาร ยา หรือเครื่องสำอาง แต่ที่แน่ๆ หลังจากเราเห็นโฆษณาแล้ว เราสามารถกรองได้ด้วยตัวเอง จากเครื่องหมายรับรองจาก อย. อีกครั้งหนึ่ง แต่ถ้าหากว่า อย. ปลอม แปลว่าหลอกลวงผู้บริโภคแน่ๆ / โทษจำคุก 1 ปี หรือปรับ 10,000 บาท หรือทั้งจำคุกปรับ ถ้าโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 10 ปี และปรับ ตั้งแต่ 5,000 -

100,000 บาท แต่หากกรณีอาหารนั้นไม่แสดงเครื่องหมายรับรอง ก็ยังคงถือว่าเป็นการ
แสดงฉลากไม่ถูกต้อง มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท)

พิธีกร : และในกรณีนี้อาจจะมีผู้บริโภคเสียชีวิต จากการใช้ของพวกนี้ ต้องทำอะไร? ใครต้อง
รับผิดชอบ? ออ. มีส่วนเกี่ยวข้องไหม? (ในกรณีที่มีการจดทะเบียนผ่านแล้ว)

คุณวันชัย : ติดต่อร้องเรียน ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ สคบ.

ผศ.ภญ.ดร. สุนทรี : (ชี้แจงขั้นตอนรักษาสติของผู้บริโภค)

พิธีกร : สุดท้ายการโฆษณาแบบนี้ ยังมีให้เห็นตลอด แต่ละท่านมีคำแนะนำในการตัดสินใจเลือกซื้อ
ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ของผู้บริโภคน้อยอย่างไร?

แต่ละท่านให้คำแนะนำ : (เรื่องแบบนี้ อยู่ที่ตัวเราเอง เราเป็นคนเลือกสรรเองได้ อย่าไปเชื่อง่าย อย่าไปใช้ง่าย
อะไรที่ดูแล้วไม่ปลอดภัย เราตั้งคำถามกับตัวเองไว้ก่อน จะใช้ได้ไหม รีวิวเป็นอย่างไร
พยายามศึกษาก่อน อย่าด่วนตัดสินใจ / สังเกต เครื่องหมาย ออ. ก่อนเป็นอย่างแรก
และให้ทดลองใช้สินค้าในปริมาณน้อยก่อน เพื่อดูผลข้างเคียง หากพบว่าเป็นของปลอม
หรือพบสารอันตรายเราก็สามารถแจ้งได้ตามรายละเอียดที่เราพูดคุยกันในวันนี้

พิธีกร : ครับ ท่านผู้ชม เรื่องของกินของใช้ เป็นของที่เรานำเองได้ คัดสรรได้ ข้อมูลต่างๆ ที่ร่วม
พูดคุยกันในวันนี้ เรียกว่าเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางในการป้องกันอันตราย และการดูแล
สุขภาพของตัวเองนะครับ ผู้ชมท่านนั้นที่ตัดสินใจได้ว่าเราจะแก้ไข หรือป้องกันตัวเองอย่างไร
วันนี้หมดเวลาแล้ว ร่วมขบคิดและหาทางออกร่วมกัน กับรายการ The Knowledge
รู้เท่าทันสื่อ ในครั้งถัดไป สำหรับวันนี้สวัสดีครับ

ปิดรายการ