

ภาคผนวก.

ภาคผนวก ก.

ราคาค่าโฆษณาของธุรกิจเพลงออนไลน์

GMEMBER BANNERS RATE CARD

WHY GMEMBER DOT COM

เว็บไซต์ G member เป็นแหล่งรวมความบันเทิงในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) มีจำนวนสมาชิกมากกว่า 100,000 คน ซึ่งอัตราการเติบโตของจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น มีความต้องการฟังเพลง ดูมิวสิควิดีโอ อัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง อย่างต่อเนื่อง

เดือน (2548)	จำนวนสมาชิก/คน
พฤษภาคม	8,764
มิถุนายน	19,896
กรกฎาคม	22,277
สิงหาคม	24,813
กันยายน	22,867

GMEMBER'S TARGET & TARGET BEHAVIORS

- อายุ 13-38 Years
- กลุ่มผู้ชาย - ผู้หญิง [40M:60F]
- รายได้เฉลี่ย 6,000 -40,000 บาท
- กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์จีเอ็มเอ็มเบอร์ เป็นกลุ่มนักเรียน มหาวิทยาลัย และกลุ่มคนทำงานออฟฟิศ
- พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต 2-3 ชั่วโมงต่อวัน โดยเน้นเนื้อหาสาระด้านความบันเทิงเป็นหลัก (บริการเน้นการฟัง เพลง ดูมิวสิควิดีโอ และอัปเดตข่าวสารของศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง)
- อัตราส่วนการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 90 เปอร์เซนต์ต่อวัน
- โดยกลุ่มผู้ใช้นิยมใช้บริการด้านมิวสิคมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 55 เปอร์เซนต์ของเนื้อหาทั้งหมด

Primary Target Age 13 -20 ปี55 %

Secondary Target 1 Age 21 -29 ปี40 %

Secondary Target 2 Age 30 -38 ปี5 %

CONTENT'S GMEMBER Web Site

Home Page: รวบรวม High light ของทุกเรื่องราวที่น่าสนใจ ชวนให้คุณต้องติดตาม

Music: ให้คุณเพลิดเพลิน กับทุกอารมณ์เพลง ที่อัปเดตใหม่ล่าสุดจากศิลปินค่ายแกรมมี่

Mobile: แหล่งให้บริการดาวน์โหลด Wallpaper, Picture message, Screen saver และRing tone จาก GMM Grammy ทุกประเภทที่อัปเดตตลอด ไม่ตกยุคแน่นอน

G Calendar: ให้แฟนคลับไม่พลาดทุกอย่างก้าวของดารานักร้องคนโปรด ไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะทำอะไร

Lifestyle: อินเทรนทุกเรื่องไม่มีเอาท์ กับหลากหลายคอนเท้นต์ ที่พากันมาอัปเดตให้คุณรู้สึก รู้จริง ไม่ว่าจะ เป็น อินเทรนแฟชั่น, ภาพยนตร์ในรอบสัปดาห์, ความเคลื่อนไหวของดาราศิลปิน

Horoscope: จะทำให้คุณล่วงรู้อนาคตอย่างมีแง่คิดที่น่าสนใจ ทั้งรายวัน รายปักษ์ รายเดือน รายปี

G Card: หลากหลายอารมณ์กับมิวสิคการ์ดประทับใจ

Fan Club: คลังศิลปิน ที่จะทำให้คุณรู้จักศิลปินที่คุณชื่นชอบมากขึ้น

Web Board: กระดานข่าวสำหรับคนอินเทอร์เน็ต

G BLOG: ค้นหาโลกส่วนตัว และพูดคุยกับศิลปินคนโปรดอย่างใกล้ชิด

CONTENT'S GMEMBER Web Siteนอกจากนี้ยังมี G-Privilege สิทธิประโยชน์ที่มีให้แก่สมาชิก G member ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง Music List สร้าง G BLOG และPhoto gallery และสิทธิประโยชน์อื่นๆ อีกมากมาย

BANNER TYPE

Top Main (550 x 130)



Random (3 Banners/1 Slot)

TOP BANNER Top 2 (468 x60)



Random (2 Banners/1 Slot)

STANDARD BANNER Music Player1 (340 x 100)



Random (5 Banners/1 Slot) MUSIC PLAYER

Music Section / Top Scroll

Top Banner
550 x 130 Pixels

Music Section / Middle Scroll

Standard Banner
468 x 60 Pixels

Music Player Ads.



Music Player Ads.
340 x 100 Pixels

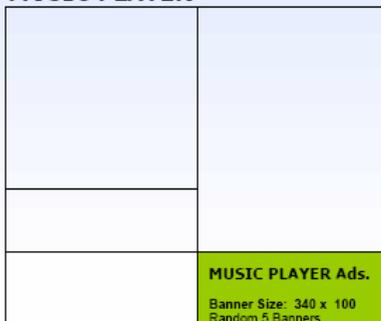
- ❖ ขนาดพื้นที่โฆษณา ที่มีการเข้าถึงสูงสุดของเว็บไซต์ G Member
- ❖ ยอดคนฟังเพลงผ่าน Music Player มากกว่า 150,000 ครั้งต่อวัน
- ❖ การันตียอดการพบเห็นโฆษณาขั้นต่ำ 300,000 เพจวิวต่อเดือน
- ❖ กลุ่มสมาชิกบนเว็บไซต์มากกว่า 100,000 คน เข้าใช้บริการร้อยละ 55 % เน้นฟังเพลงผ่าน Music Player



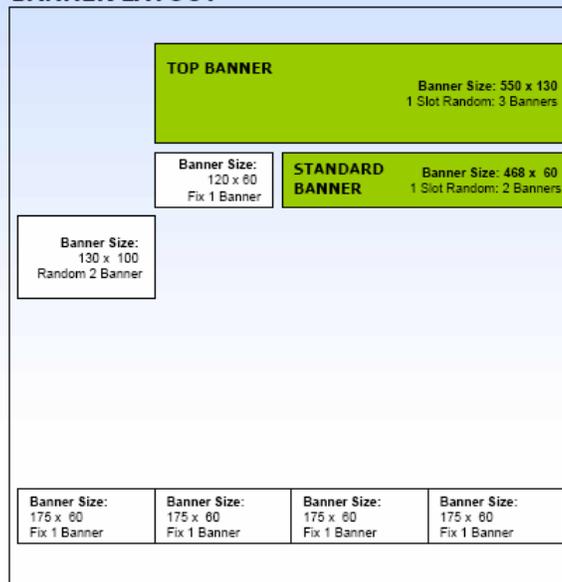
Music Player Ads. Size 340X100
Random (5 Banners/1 Slot)

BANNER LAYOUT

MUSIC PLAYER



Green area for sale



PRICE LIST			
G-Mini (1 Month)	G-Cool (3 Month)	G-Jumbo (6 Month)	G-Exclusive (12 Month)
Banner Ads. Top 550 x 130 (Home, Music) Standard 468 x 60 (Other Page) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) Price 76,500 Baht Discount 0% Total 76,500 Baht	Banner Ads. Top 550 x 130 (Home, Music) Standard 468 x 60 (Other Page) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) Price 229,500 Baht Discount 5% Total 218,025 Baht Save 11,475 Baht	Banner Ads. Top 550 x 130 (Home, Music) Standard 468 x 60 (Other Page) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) Price 459,000 Baht Discount 10% Total 413,100 Baht Save 45,900 Baht	Banner Ads. Top 550 x 130 (Home, Music) Standard 468 x 60 (Other Page) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) Price 918,000 Baht Discount 15% Total 780,300 Baht Save 137,700 Baht
Music Player Ads. 340 X 100 (Music Player) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) 97,500 Baht Discount 0% 97,500 Baht	Music Player Ads. 340 X 100 (Music Player) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) 292,500 Baht Discount 5% 277,875 Baht Save 14,625 Baht	Music Player Ads. 340 X 100 (Music Player) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) 585,000 Baht Discount 10% 526,500 Baht Save 58,500 Baht	Music Player Ads. 340 X 100 (Music Player) Free Micro Site Micro Site (5-6 Page) 1,170,000 Baht Discount 15% 994,500 Baht Save 175,500 Baht
Send email 40,000 Subscribe / Month Free Hosting Rental			

www.kapook.com

กระปุกดอทคอม เป็นเว็บไซต์ ที่มีจำนวนของผู้เยี่ยมชมเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงสุดอย่างต่อเนื่อง (มีผู้เข้าชมไม่น้อยกว่า 100,000 Unique visitor/วัน) และมีผู้คลิกเข้าชมหน้าเพจมากกว่า 85 ล้านครั้งต่อเดือน (สถิติเดือนเมษายน 2548 จำนวนเพจวิว 85,528,162 เพจวิว) ปัจจุบันเป็นเว็บไซต์อันดับ 2 จากการจัดอันดับเว็บไทยศูนย์สถิติเว็บไทย ซึ่งจัดอันดับโดยสำนักบริการสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) <http://www.truehits.net> และติดอันดับเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งในเดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2547 ที่ผ่านมา

ปัจจุบันกระปุกดอทคอม เป็นเว็บไซต์วัยรุ่น อันดับ 1 เชี่ยวชาญการตลาดในกลุ่มวัยรุ่น อายุระหว่าง 15-29 ปี มีความพร้อมในด้าน Innovative Marketing Solution ในการผสมผสานสื่อแนวใหม่อย่างลงตัว ที่เข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากอย่างรวดเร็ว และมีระบบรายงานผลที่เที่ยงตรง ในแบบ Online Real Time

- นอกจากนี้ยังมีบริการที่พร้อมสำหรับสินค้าและบริการของคุณ ไม่ว่าจะเป็น
- สื่อโฆษณาออนไลน์ และรับวางแผนโฆษณาให้กับสื่อเว็บไซต์ต่างๆมากกว่า 200 เว็บไซต์
 - New Media ต่างๆ Magazine, CD-Rom, Mobile, WAP, PC Game และอื่นๆ
 - จัดกิจกรรมและโปรโมชั่นออนไลน์ให้กับลูกค้าต่างๆ มากกว่า 300 ราย
 - จัด Event ถ่ายทอดสดทางอินเทอร์เน็ต VDO Clip ตัดต่อ บันทึก VCD, DVD

- งานเปิดตัวสินค้าและบริการ ปาร์ตี้ บริการพรีตี้ MC ดีเจ ,งานแสดง,แฟนชั่นโชว์
- จัดทำ Reality Show เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และเคเบิลทีวี
- Turnkey Website Project ให้กับเอกชน องค์กร และหน่วยงานรัฐ
- พันธมิตรร่วมกับสื่อต่างๆ และ Content Partner มากกว่า 200 ราย
- PrettyGang.com สาวสวยมากกว่า 6,000 คน ช่วยสร้างสรรคกิจกรรมที่ต้องการ

Kapook.com ยังมีบริการออกแบบและช่วยวางแผนกิจกรรมโฆษณาในสื่อออนไลน์ได้ตามความต้องการของท่าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ

บริษัทจึงเรียนเสนอ Innovative Marketing Solution กับ Kapook.com ให้ท่านพิจารณาให้เป็นส่วนช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ , บริการ, โปรโมท และกิจกรรมต่าง ๆ ของท่านมา ณ ที่นี้

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมและติดต่อได้ที่

สมชาย เทียมอุบล โฆษณาออนไลน์

บริษัท บัณฑิต ไชเบอร์ จำกัด

159/5 ซอยพหลโยธิน 33 ถ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2911-0915 - 7 แฟกซ์ 0-2911-1117 E-mail : sale@kapook.com

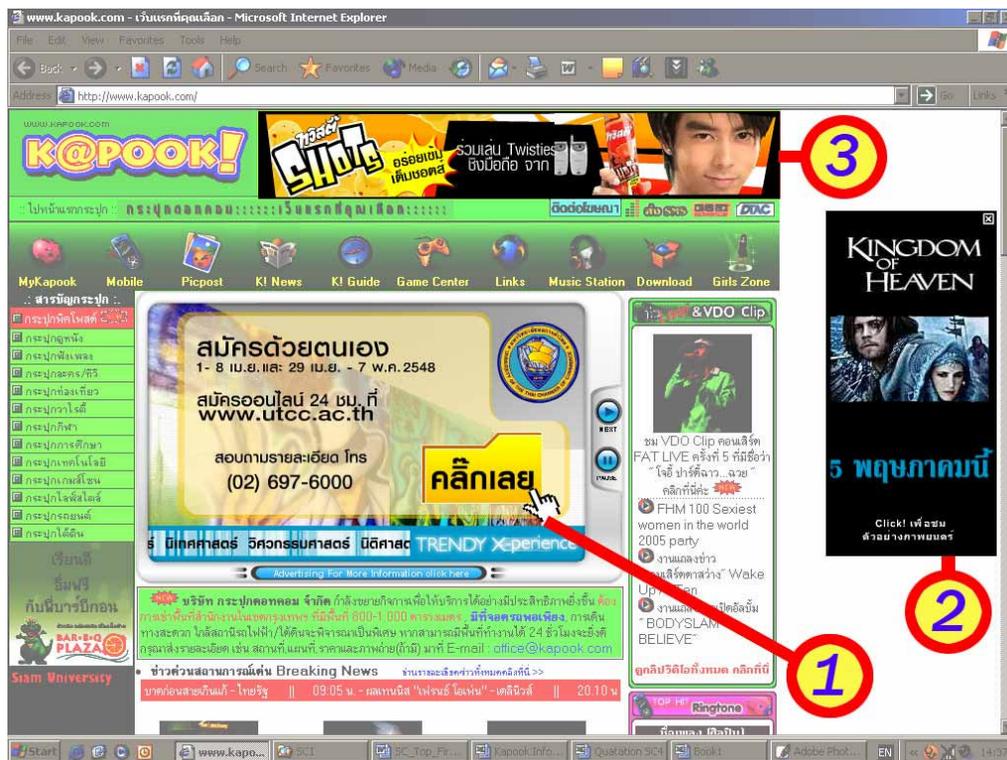
จุดเด่น www.kapook.com

- กระปุกดอทคอมเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมและมีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุด 1 ใน 3 ของเว็บไทยและเพิ่มขึ้นในอัตราสูงสุด โดยอ้างอิงจากศูนย์รวมสถิติเว็บไซต์ไทย สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ www.truehits.net
- กระปุกดอทคอมมีผู้เข้าชมหน้าแรกสูงสุดในประเทศไทย และมีผู้เยี่ยมชมกว่ามากกว่า 85 ล้านเพจวิวต่อเดือน
- กระปุกดอทคอมเป็นเว็บไซต์ที่มี ผู้ใช้งานเลือก Bookmark กระปุกเป็นเว็บแรกในการใช้งานมากที่สุดของประเทศไทย แสดงถึงความเป็นที่ชื่นชอบของผู้เข้าเว็บไซต์
- เป็นเว็บที่มีสมาชิกลงทะเบียนอยู่เป็นจำนวนมากกว่า 530,000 คน และมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- กระปุกดอทคอมได้มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ kapook.com เป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้รู้จักเป็นจำนวนมาก เช่น web link สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และออกนอกรตามงานต่างๆ
- กระปุกดอทคอมได้รับการสนับสนุนและไว้วางใจ จากการที่ ศูนย์สารสนเทศ สอนดุสิต SBIC ได้ไว้วางใจให้ kapook.com ทำ poll on-line และ survey ครอบคลุมทั่วประเทศ ในแต่ละภูมิภาค
- กระปุกดอทคอมสามารถปรับเปลี่ยนโฆษณาได้ตามสถานการณ์ทันที่ โดยมีต้นทุนต่ำ
- กระปุกดอทคอมช่วยให้ผู้ลงโฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในวงกว้าง หรือ เลือกเฉพาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ
- สามารถที่จะตรวจสอบ รายงาน ข้อมูล สถิติ และ ผลการโฆษณาได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน
- เว็บที่เป็นแหล่งรวม ข้อมูล ข่าวสาร สาระ และความบันเทิงที่โดนใจกลุ่มเป้าหมาย

- บริการที่หลากหลายในเว็บไซต์ kapook.com
- ความรวดเร็วในการ Update และเปลี่ยนแปลงข้อมูล ที่ทันเวลา

เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี 2547 มีจำนวน 7.2 ล้านคน (ตัวเลขจาก NECTEC สถาบันคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ประจำปี 2547) และกระปุกดอทคอมเป็นเว็บไซต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (Popularity Rating) เป็นสัดส่วนถึง 25% ต่อจากเว็บไซต์ทั้งหมดในประเทศไทย หรือมีผู้ชมประมาณ 1,752,000 คน วัดจากตัวเลขของศูนย์สถิติเว็บไทย สำนักงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สททร.)

Kapook.com มีลูกค้ามอบความไว้วางใจในการจัดกิจกรรมโปรโมทสินค้าหรือบริการ ผ่านสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้นทุกเดือน โดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าชั้นนำมากมายกว่า 200 ราย อาทิเช่น



ตำแหน่งที่ 1 Big Banner ขนาด 443 x 262 pixels

เป็นแบนเนอร์โฆษณาแบบใหม่กกลางหน้าเว็บแบบไม่ต้องเลื่อนลง ที่โดดเด่นสะดุดตา โดยแสดงผลสลับกับแบนเนอร์ 10 รายเท่านั้น (Rotate 10 ad.) ทุก 10 วินาที โดยอัตราโฆษณาจะอยู่ที่ 150,000 บาท / เดือน

**** เมื่อมีผู้ลงโฆษณครบ 10 รายแล้ว ทาง Kapook.com จะไม่รับโฆษณาในตำแหน่ง Big Banner เพิ่มอีก ****

ตำแหน่งที่ 2 Side Floating Banner (SF) ขนาด 150 x 300 pixels

แบนเนอร์ตัวนี้จะเปิดหน้าต่างแสดงผลขึ้นมาใหม่ โดยจะแสดงผลลอยบนหน้าด้านขวามือของหน้าแรกของกระปุก ซึ่งจะเลื่อนขึ้นลงตามการขยับเมาส์ แสดงผล 20 วินาที การแสดงผลเป็นแบบสุ่ม (การแสดงผลขึ้นอยู่กับปริมาณการซื้อ) แบนเนอร์เป็นภาพนิ่งหรือ Flash ก็ได้ (Flash ขนาดไม่เกิน 35 kb.) ราคาปกติ 300 บาท / 1,000 ครั้ง

** ช่วงโปรโมชั่น อัตราโฆษณา 200 บาท / 1,000 ครั้ง (ขายขั้นต่ำจำนวน 300,000 Impressions มูลค่า 60,000 บาท)**

ตำแหน่งที่ 3 Top Banner ตำแหน่งจะแสดงอยู่ด้านบนสุดของหน้าแรกเว็บไซต์กระปุก แบนเนอร์ตัวนี้จะเปิดหน้าต่างแสดงผลขึ้นมาใหม่ มีเวลาให้เห็นชัดก่อนจะรอโหลดหน้าเพจ ซึ่งจะเห็นโดดเด่น และชัดเจน ขนาด 522 x 87 pixels แบนเนอร์เป็นภาพนิ่งหรือ Flash ก็ได้ (Flash ขนาดไม่เกิน 30 kb.) จำกัดแบนเนอร์ 2 รายเท่านั้น โดยอัตราโฆษณาคืออยู่ที่ 250,000 บาท / เดือน : **Top**

Banner รับเฉพาะลูกค้าที่ทำสัญญา 6 เดือนขึ้นไป พร้อมส่วนลด

Banner Graphic Design Cost	Banner อื่นๆ	3,000 - 5,000 บาท
	Banner SF	10,000 บาท



MTHAI Online Advertising Rate Card

Mono Technology Company Limited
 200 Moo 4 Jirassak International Tower, 10th Fl., Chongwattana Rd.,
 Pathumwan District 11120, Thailand Tel: 08-21-920-3675 Fax: 08-21-910-3679



MTHAI ONLINE ADVERTISING RATE CARD

Product Type	Position	Dimensions	Delivery Behavior	CPM Rate	Pricing Plan			
					1-Month		3-Month	
					Views (Imps.)	Cost (Baht)	Views (Imps.)	Cost (Baht)
1. Banner (Top Banner at homepage)	A	728 x 90	Impression	THB 200	400,000	80,000.00	1,200,000	240,000.00 220,000.00
2. Banner (Banner Left side of What's up at homepage, rotated 4 banners)	B	125 X 125	Flat rate	-	(approximately 700,000 impressions)	30,000.00	(approximately 2,100,000 impressions)	90,000.00 80,000.00
3. Banner (Above M Hot Issue at home page)	C	525 x 120	Impression	THB 180	200,000	36,000.00	600,000	108,000.00 100,000.00
4. Banner (Right side of M Hot Issue at homepage and 100 Hot)	D	125 X 125	Flat rate	-	(approximately 3,000,000 impressions)	25,000.00	(approximately 9,000,000 impressions)	75,000.00 60,000.00
5. Small Banner (Under Banner D at homepage and 100 Hot)	E	120 X 60	Flat rate	-	(approximately 3,000,000 impressions)	10,000.00	(approximately 9,000,000 impressions)	30,000.00 25,000.00
6. Customized Ads	F	N/A	Flat rate	-	N/A	-- special price --	N/A	-- special price --
7. Text Link (at homepage "M Guide")	G	Max.200 characters with spaces 250 x 250	Flat rate	-	-	2,500.00	-	7,500.00 6,500.00
8. Pop-Up Banner (at homepage)	-	250 x 250	Impression	THB 200	200,000	40,000.00	600,000	120,000.00 100,000.00
9. Floating (at homepage)	-	250 x 250	Impression	THB 200	200,000	40,000.00	600,000	120,000.00 100,000.00

** All prices exclude VAT 7%

Prices valid booking : 1 January - 31 March 2006

Tel : 0 2502 3675

MTHAI Banner Position



YANTA4 Online Advertising rate Card

Mono Technology Company Limited
 200 Moo 4 Jomtien International Tower, 16th Fl., Chongwattana Rd.
 Nakorn Si Thammarong 1100, Thailand Tel: 66 2 350 3679 Fax: 66 2 350 3679



YANTA4 ONLINE ADVERTISING RATE CARD

Product Type	Position	Dimensions	Delivery Behavior	CPM Rate	Pricing Plan			
					1-Month		3-Month	
					Views (Imp.)	Cost (Baht)	Views (Imp.)	Cost (Baht)
1. Banner (Top Banner at homepage)	A	728 x 90	Impression	THB 150	Minimum buy 200,000	30,000.00	600,000	80,000.00
								80,000.00
2. Banner (at homepage ; rotate 4 banners)	B	125 x 125	Flat rate	-	(approximately 500,000 impressions)	20,000.00	(approximately 1,500,000 impressions)	60,000.00
								55,000.00
3. Banner (at homepage)	C	468 X 120	Impression	THB 120	Minimum buy 200,000	24,000.00	600,000	72,000.00
								65,000.00
4. Banner (fix banner at homepage)	D	468 x 60	Flat rate	-	(approximately 2,000,000 impressions)	20,000.00	(approximately 6,000,000 impressions)	60,000.00
								55,000.00
5. Banner (fix banner at homepage)	E	468 x 60	Flat rate	-	(approximately 2,000,000 impressions)	8,000.00	(approximately 6,000,000 impressions)	24,000.00
								20,000.00
6. Pop-Up Banner (at homepage)	-	250 x 250	Impression	THB 170	600,000	34,000.00	600,000	102,000.00
								90,000.00
7. Floating (at homepage)	-	250 x 250	Impression	THB 170	200,000	34,000.00	600,000	102,000.00
								90,000.00

** All prices exclude VAT 7%

Tel : 0 2502 3675

YANTA4 Banner Position



S! Gold Package (Index)

Package 6 months



Leader Board ad size 728x90 pixel (25K)
Area Sanook Index Page

Exposure = 3,600,000 impressions
Price = 900,000 Baht

SPECIAL OFFER= 720,000 Baht
SAVE = 180,000 Baht

BONUS (Total bonus cost 800,000 Baht)

1. Banner run on S! Network 5 millions impressions
2. Advertorial PR ad message highlight one week per month, 6 times

www.sanook.com S!

S! Diamond Package (Index)

Package 12 months



Leader Board ad size 728x90 pixel (25K)
Area Sanook Index Page

Exposure = 7,200,000 impressions
Price = 1,800,000 Baht

SPECIAL OFFER= 1,260,000 Baht
SAVE = 540,000 Baht

BONUS (Total bonus cost 1,600,000 Baht)

1. Banner run on S! Network 10 millions impressions
2. Advertorial ad + PR message highlight one week per month, 12 times
3. Banner ad size 728x90 pixel for 6 design

www.sanook.com S!



Summary Packages Index Page Only (S! Home Page)

Package / Period	S! Index (Imp.)	Network (Imp.)	Price (Baht)	Special Price (Baht)	Additional Bonus
Nickel 1 months	600,000	600,000	150,000	142,000	Advertorial ad/ PR highlight one week
Silver 3 months	1,800,000	2,000,000	450,000	382,500	Advertorial ad /PR highlight one week per month, 3 times
Gold 6 months	3,600,000	5,000,000	900,000	720,000	1. Advertorial ad /PR highlight one week per month, 6 times 2. Banner ad (728x90) 2 design
Platinum 9 months	5,400,000	7,000,000	1,350,000	1,012,500	1. Advertorial PR ad highlight one week per month, 9 times 2. Banner ad (728x90) 4 design
Diamond 12 months	7,200,000	10,000,000	1,800,000	1,260,000	1. Advertorial PR ad highlight one week per month, 12 times 2. Banner ad (728x90) 6 design

Remark
Get additional 5% discount if pay in total amount
(not apply Nickel package)

Term & Payment Condition

- Silver : Initial payment of 50 %, monthly payment settlement
- Gold : Initial payment of 50 %, monthly payment settlement
- Platinum : Initial payment of 50 %, monthly payment settlement
- Diamond : Initial payment of 40 %, monthly payment settlement

www.sanook.com

ภาคผนวก ข
กฎหมายและอัตราค่าจัดเก็บลิขสิทธิ์

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2537 เพื่อใช้บังคับแทนพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2521 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2538 เป็นต้นไป

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ฉบับดังกล่าวได้ให้ความคุ้มครองงานสร้างสรรค์ในสาขาวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้ประโยชน์จากผลงานสร้างสรรค์ของตน ตลอดจนได้รับสิทธิในการทำซ้ำ ดัดแปลง และเผยแพร่ต่อสาธารณชน นอกจากนี้ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ยังได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการให้เช่า หรือให้สิทธิในการทำซ้ำผลงานของตนรวมทั้งยังสามารถยกผลประโยชน์อันเกิดจากงานลิขสิทธิ์ของตนให้ผู้อื่นได้ตามต้องการ

การละเมิดลิขสิทธิ์ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ได้จำแนกลักษณะการละเมิดลิขสิทธิ์ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรง ได้แก่ การทำซ้ำโดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ได้ให้ความคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์ ตัวอย่างเช่น การทำซ้ำสิ่งบันทึกเสียง โสตทัศนวัสดุ ทั้งนี้ไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือทั้งหมดโดยไม่รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เป็นต้น การให้ความคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์ดังกล่าว ยังรวมการห้ามมิให้ดัดแปลง หรือเผยแพร่สิ่งบันทึกเสียง หรือโสตทัศนวัสดุต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาตอีกด้วย
2. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยอ้อม ได้แก่ การกระทำทางการค้าหรือการกระทำที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ที่กล่าวข้างต้น หากผู้ใดรู้อยู่แล้ว หรือมีเหตุอันควรรู้อย่างใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่น และมีส่วนในการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดแก่งานนั้น เพื่อหาผลกำไรให้ถือว่าผู้นั้นกระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้
 - ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
 - เผยแพร่ต่อสาธารณชน

- แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- นำ หรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร

บทกำหนดโทษ และลักษณะความผิด

1. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น หรือให้เช่าต้นฉบับ หรือสำเนางานดังกล่าว โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ 20,000 ถึง 200,000 บาท ถ้ากระทำความผิดดังกล่าวเป็นการกระทำเพื่อการค้า ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 4 ปี หรือปรับตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 800,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
2. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยการขยมิไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อหรือเสนอให้เช่าซื้อ นำเข้าในราชอาณาจักร เผยแพร่ต่อสาธารณชน หรือแจกจ่ายงานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่น ในลักษณะที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ 10,000 บาท ถึง 100,000 บาท และถ้าการกระทำความผิดดังกล่าว เป็นการกระทำเพื่อการค้า ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 3 เดือน ถึง 2 ปี ปรับตั้งแต่ 50,000 บาท ถึง 400,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ในกรณีที่นิติบุคคลเป็นผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ให้ถือว่า กรรมการ หรือผู้จัดการทุกคนของนิติบุคคลนั้นเป็นผู้กระทำความผิดกับนิติบุคคลนั้น เงินแต่จะพิสูจน์ได้ว่าการกระทำของนิติบุคคลนั้น ได้กระทำโดยที่ตนมิได้รู้เห็น หรือ ยินยอมด้วย บรรดาสิ่งที่ได้ทำขึ้นหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์จะถูกปรับให้ตกเป็นของเจ้าของลิขสิทธิ์ ส่วนสิ่งที่ได้ใช้ในการกระทำความผิด เช่น เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ก็จะถูกปรับด้วยเช่นกัน ส่วนค่าปรับที่ได้มีการชำระตามคำพิพากษานั้น ครึ่งหนึ่งจะตกเป็นของเจ้าของลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตาม การได้รับค่าปรับดังกล่าว ไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่จะฟ้องเรียกค่าเสียหายทางแพ่ง สำหรับที่เกินจำนวนเงินค่าปรับที่ เจ้าของลิขสิทธิ์ได้รับไว้แล้วนั้น

ตารางแสดงบทกำหนดโทษเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ลำดับ	มาตรา	การกระทำที่เป็นความผิด	ระวางโทษ
1	69	กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือสิทธิของนักแสดง มาตรา	ปรับตั้งแต่ 20,000 บาท ถึง 200,000 บาทถ้าเป็นการ

	<p>27 ,มาตรา 28 , มาตรา 29 , มาตรา 30 หรือ มาตรา 52</p> <p>(1) ละเมิดลิขสิทธิ์ทั่วไป มาตรา 27 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ดังต่อไปนี้(1) ทำซ้ำ หรือดัดแปลง(2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน</p> <p>(2) ละเมิดลิขสิทธิ์ในงานโสตทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ หรือสิ่งบันทึกเสียง มาตรา 28 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แก่ โสตทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ หรือสิ่งบันทึกเสียงอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ทั้งนี้ไม่ว่าในส่วนของที่เป็นเสียง และหรือภาพให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้</p> <p>(1) ทำซ้ำ หรือดัดแปลง (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน (3) ให้เช่าต้นฉบับ หรือสำเนางานดังกล่าว</p> <p>(3) ละเมิดลิขสิทธิ์ในงานแพร่เสียงแพร่ภาพ มาตรา 29 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานแพร่เสียงแพร่ภาพอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำการดังต่อไปนี้</p> <p>(1) จัดทำโสตทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองาน แพร่เสียงแพร่ภาพ ทั้งนี้ไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน (2) แพร่เสียงแพร่ภาพซ้ำ ทั้งนี้ไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน</p>	<p>กระทำเพื่อการค้า ระยะเวลา โทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 4 ปี หรือปรับตั้งแต่ 100,000 บาท ถึง 800,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>
--	--	--

		(3) จัดให้ประชาชนฟัง และชมงานแพร่เสียงแพร่ภาพ โดย เรียกเก็บเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่นในทางการค้า	
2	70	<p>ละเมิดลิขสิทธิ์ตามมาตรา 31</p> <p>มาตรา 31 ผู้ใดรู้อยู่แล้วหรือมีเหตุอันควรรู้อย่างใดได้ทำขึ้นโดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานนั้นเพื่อหากำไร ถือว่าผู้นั้นกระทำการอันละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ ดังต่อไปนี้</p> <p>(1) ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ</p> <p>(2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน</p> <p>(3) แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์</p> <p>(4) นำ หรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร</p>	<p>ปรับตั้งแต่ 10,000 บาท ถึง 100,000 บาทถ้ากระทำเพื่อการค้า จำคุกตั้งแต่ 3 เดือน ถึง 2 ปี หรือ ปรับตั้งแต่ 50,000 บาท ถึง 400,000บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ</p>

อัตราการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ของบริษัทจัดเก็บ

งานที่จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เผยแพร่

- งานดนตรีกรรมและงานสิ่งบันทึกเสียง จำนวน 8 แสนเพลง
- งานดนตรีกรรมของนักแต่งเพลงที่เป็นสมาชิกบริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี จำกัด จำนวน 6,000 เพลง

* อัตราการจัดเก็บค่าเผยแพร่งานลิขสิทธิ์เพลง

ประเภทธุรกิจ	อัตราการจัดเก็บ	หมายเหตุ
คาราโอเกะ	5,000 บาท/จอภาพ/ปี	
ดิสโก้เธค	240 บาท/ที่นั่ง/ปี	
บาร์/ผับ/เลาจน์	200 บาท/ที่นั่ง/ปี	

การแสดงสด/คอนเสิร์ต		
- เก็บค่าเข้าชม	5% ของรายได้จำหน่ายบัตรเข้าชม	
- ไม่เก็บค่าเข้าชม	3.5% ของค่าใช้จ่ายการจัดงาน	
ร้านอาหาร/ Chain Restaurant	100 บาท/ที่นั่ง/ปี	
โรงแรม		
- ค่าห้อง 3,000 บาทขึ้นไป	140 บาท/ห้อง/ปี	
- ค่าห้อง 2,000 - 2,999 บาท	110 บาท/ห้อง/ปี	
- ค่าห้องน้อยกว่า 2,000 บาท	90 บาท/ห้อง/ปี	
ร้านค้า	20 บาท/ตารางเมตร/ปี	
ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต	20 บาท/ตารางเมตร/ปี	
โบว์ลิง	740 บาท/ราง/ปี	
ลานสเก็ต	6,800 บาท/แห่ง/ปี	
โรงภาพยนตร์(เพลงประกอบภาพยนตร์)	200 บาท/ที่นั่ง/ปี	
สถานฝึกสอน/ฝึกซ้อมเต้นรำ	12,000 บาท/แห่ง/ปี	
ศูนย์แสดงสินค้า	2 บาท/ตารางเมตร/วัน	
ศูนย์สุขภาพ/ Fitness Center/Spa	40 บาท/ตารางเมตร/ปี	
สำนักงาน/พื้นที่ต้อนรับ	20 บาท/ตารางเมตร/ปี	

ประเภทธุรกิจ	อัตราการจัดเก็บ	หมายเหตุ
โทรศัพท์ (Music on hold)		
- 1 ถึง 20 สาย	10,000 บาท/ตู้สาขา/ปี	
- 21 ถึง 60 สาย	20,000 บาท/ตู้สาขา/ปี	
- 60 สายขึ้นไป	40,000 บาท/ตู้สาขา/ปี	
งานจัดแสดง/งานแสดงแฟชั่น		

- ผู้ชมไม่เกิน 100 คน	2,000บาท/วัน	
- ผู้ชม 100 คนขึ้นไป	4,000 บาท/วัน	
ตู้เพลง	5,000/ตู้/ปี	
โรงภาพยนตร์	20ที่นั่ง/ปี	
ประกวดร้องเพลง	2,000บาท/1 เพลง	
งานแสดงต่างๆ/งานโปรโมชั่น/สินค้า		
- <u>งานสิ่งบันเทิงเสียง</u>	10บาท/ผู้เข้าชม 1 ท่าน/วัน	
- <u>งานสิ่งบันเทิงเสียงและการแสดงสด</u>	20บาท/ผู้เข้าชม 1 ท่าน/วัน	
สถานีโทรทัศน์ทั่วไป	0.4% ของรายได้ทั้งหมด ก่อนหักค่าใช้จ่าย	* ประเภทธุรกิจโทรทัศน์
สถานีโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	50 บาท/สมาชิก/ปี หรือ 5 บาท/สมาชิก/เดือน	-วิทย์ ทางกิจการร่วม ค้าเอ็มซีที-โฟโนโธส ดำเนินการจัดเก็บ ค่าลิขสิทธิ์ต้นทางและ
สถานีวิทยุ		ปลายทางโดยต้นทางได้
- ใช้งานเพลง 51-100% ของช่วงเวลา ออกอากาศ	7.50% ของรายได้ทั้งหมด ก่อนหักค่าใช้จ่าย	จัดเก็บธุรกิจที่ได้ทำการ ส่งสัญญาณภาพและ
- ใช้งานเพลง 1-50% ของช่วงเวลา	ขั้นต่ำ 50,000 บาท/เดือน	เสียงออกเผยแพร่ไปยัง หน่วยรับสัญญาณต่างๆ
ออกอากาศ	3.75% ของรายได้ทั้งหมด ก่อนหักค่าใช้จ่าย	ในส่วนปลายทางได้ จัดเก็บกับธุรกิจที่ได้รับ
	ขั้นต่ำ 25,000 บาท/เดือน	สัญญาณจากต้นทางและ ทำการเผยแพร่ต่อ สาธารณชนเพื่อการค้า

ภาคผนวก ค

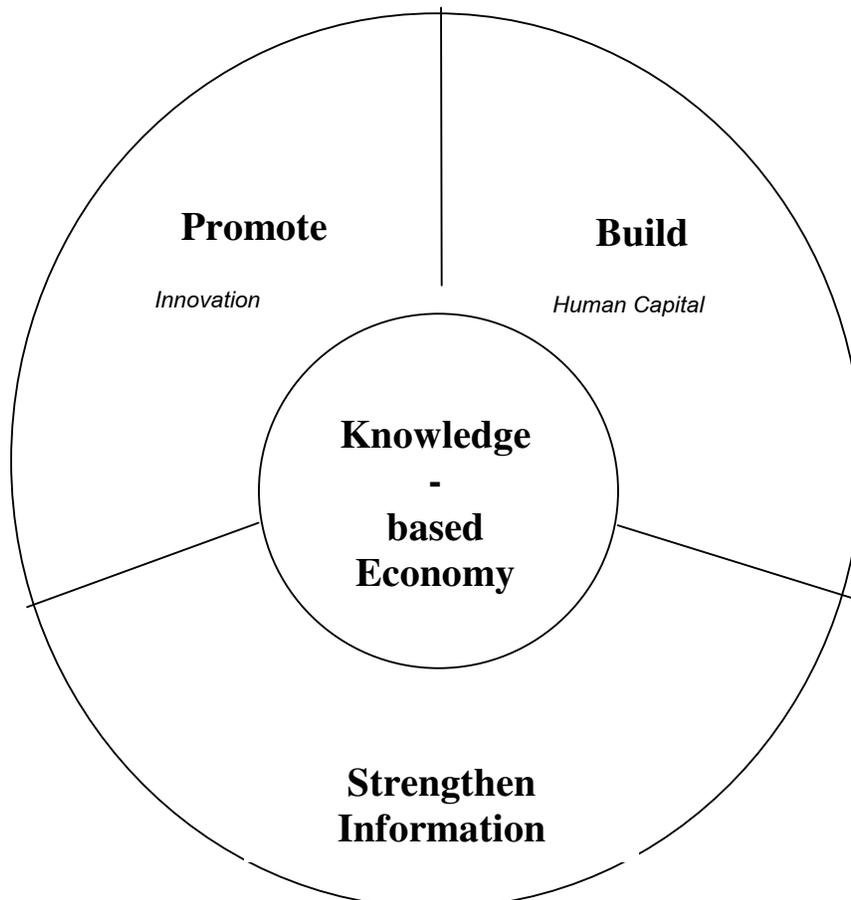
นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ

เพื่อการพัฒนาประเทศไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ของประเทศไทยในช่วงเวลา 10 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2544 - 2553 ทั้งนี้ เพื่อให้เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งที่ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในเวทีสากล ในขณะเดียวกันเพื่อให้ประชาชนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความเหลื่อมล้ำน้อยที่สุด นโยบายดังกล่าว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- ลงทุนในการเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้เป็นพื้นฐานสำคัญ
- ส่งเสริมให้มีความนวัตกรรม ในระบบเศรษฐกิจและสังคม
- ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศและส่งเสริมอุตสาหกรรมสารสนเทศ

IT-2010 : National Information Technology Policy



เป้าหมายของนโยบาย

1. เป้าหมายโดยรวมใน 10 ปีข้างหน้าของนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศยึดถือ การเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศโดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ ซึ่งถือการชี้วัด โดยใช้ดัชนีผลสัมฤทธิ์ทางเทคโนโลยี (technology achievement index) ของกองทุนเพื่อสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) เป็นเกณฑ์ โดยสหประชาชาติได้แบ่งกลุ่มประเทศต่าง ๆ ออกเป็น 4 กลุ่มเรียงตามความสามารถในการพัฒนาประเทศโดยใช้เทคโนโลยี หรืออีกนัยหนึ่ง การพัฒนาบนฐานความรู้ กล่าวคือ

- กลุ่มผู้นำ (leaders) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศมหาอำนาจและประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีของตนเอง มีผลงานในการสร้างการกระจาย และทักษะที่ดีทางเทคโนโลยี
- กลุ่มที่มีศักยภาพเป็นผู้นำ (potential leaders) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าและกำลังพัฒนาศักยภาพเป็นผู้นำในอนาคต ส่วนใหญ่มีการลงทุนในการพัฒนาทักษะกำลังคน และมีการกระจายเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วอย่างกว้างขวาง แต่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ไม่มากนัก ประเทศส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ มีทักษะแรงงานใกล้เคียงกับกลุ่มผู้นำ
- กลุ่มผู้ตามที่มีพลวัต (dynamic adopters) เป็นกลุ่มประเทศที่มีความแข็งแกร่งในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ แม้จะมีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง แต่การแพร่กระจายเทคโนโลยีก็ยังช้าและไม่สมบูรณ์
- กลุ่มด้อยศักยภาพ (marginalized) ประกอบด้วยประเทศซึ่งยังต้องกระจายเทคโนโลยีและพัฒนาฝีมือแรงงานอีกมาก ประชากรส่วนใหญ่ยังไม่ได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเท่าที่ควร

ในปี พ.ศ.2544 ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 40 จาก 72 ประเทศที่ได้รับการจัดอันดับ และจัดอยู่ในประเทศต้น ๆ ของกลุ่มที่ 3 หรือกลุ่มผู้ตามที่มีพลวัต ในอีก 10 ปีข้างหน้า คือ ในปี พ.ศ.2553 ประเทศไทยจะมีพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำสังคมไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้เพียงพอที่จะทำให้ประเทศไทยอยู่ในลำดับต้น ๆ ของกลุ่มที่สอง หรือกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในการเป็นผู้นำนั่นเอง

2. สำหรับเป้าหมายของนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศประการที่สอง คือ การพัฒนาแรงงานความรู้ ซึ่งปัจจุบันจากการประมวลสถิติโดยใช้เกณฑ์ขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) ที่จัดประเภทแรงงานความรู้ตามลักษณะของสายอาชีพ บุคลากรกลุ่มนี้ใช้ความรู้ในการทำงานเป็นหลัก หรือต้องใช้ความรู้เฉพาะ ซึ่งพบว่าประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีแรงงานความรู้ในสัดส่วนร้อยละ 30 ของแรงงานทั้งหมดขึ้นไป ในขณะที่ประเทศแถบละตินอเมริกาและเอเชียกลุ่มกำลังพัฒนามีสัดส่วนของแรงงานความรู้ระหว่างร้อยละ 10-20 ของแรงงานทั้งหมด

ในปี พ.ศ.2544 ประเทศไทยมีแรงงานความรู้ประมาณร้อยละ 12 ของแรงงาน ทั้งหมด เป้าหมายของนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาประเทศไปสู่สังคมแห่ง ภูมิปัญญาและการเรียนรู้ในปี พ.ศ.2553 คือมีจำนวนแรงงานความรู้ร้อยละ 30 ของแรงงานในประเทศทั้งหมด ซึ่ง เท่ากับค่าเฉลี่ยของจำนวนแรงงานความรู้ของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (OECD) ในปี พ.ศ.2544

3. เป้าหมายที่สามของนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศพิจารณาจากปริมาณกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้เป็นพื้นฐานที่เรียกว่า Knowledge-based industries หรือ knowledge-intensive industries องค์การความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ หรือ OECD ได้จัด ประเภทของอุตสาหกรรมบนพื้นฐานแห่งความรู้ให้รวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง, อุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับกลางค่อนไปทางสูง, การให้บริการชุมชน สังคม และส่วนบุคคล, การ ให้บริการทางการเงินและธุรกิจ, รวมทั้งการให้บริการ ด้านสื่อสาร ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำมา คำนวณหาสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ด้วยบัญชีประชาชาติและตารางอินพุท เอาท์พุทระดับประเทศได้

จากนิยามดังกล่าว OECD พบว่าประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีอุตสาหกรรมบน ฐานความรู้มากกว่าร้อยละ 40 ของ GDP ในปี พ.ศ.2544

เป้าหมายของนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจแห่งภูมิ ปัญญาและการเรียนรู้ในปี พ.ศ.2553 คือ มีสัดส่วนของอุตสาหกรรมบนฐานความรู้ร้อยละ 50 ของ GDP ซึ่งเท่ากับค่าเฉลี่ยของ OECD ในปีปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การตั้งเป้าหมายทั้งสามประการเป็นการชี้วัดเชิงเปรียบเทียบในระดับมหภาค ซึ่งอาจมีปัจจัยและตัวแปรในรายละเอียดที่ต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาพและความต้องการใน การพัฒนาที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยเองโดยยึดถือเป้าหมายและขบวนการพัฒนาที่เป็นจริง และ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม

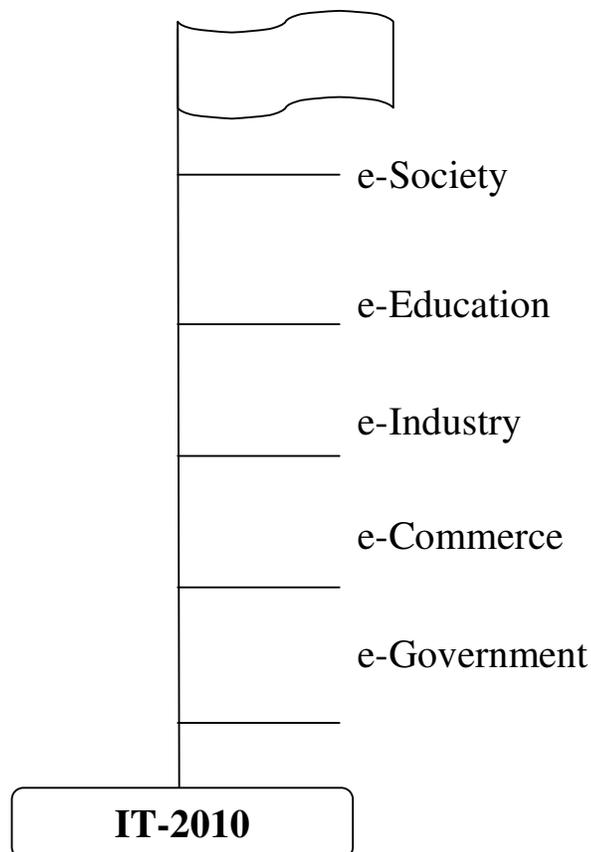
จากนโยบายสู่ยุทธศาสตร์

จากวิสัยทัศน์ของการนำประเทศไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ที่มีทั้งความ เจริญทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคม ทำให้หุ้นส่วนของการพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมี

ความชัดเจนในเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ในขณะที่กลยุทธ์การพัฒนานั้น สามารถแบ่งได้เป็น 5 องค์ประกอบใหญ่ (flagships) ที่สามารถครอบคลุมกิจกรรมหลักในรายสาขา ดังนี้คือ :

1. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านภาครัฐ (e-Government)
2. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการพาณิชย์ (e-Commerce)
3. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม (e-Industry)
4. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านการศึกษา (e-Education)
5. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านสังคม (e-Society)

ซึ่งมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกันและกันได้เป็นอย่างดี ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศในแง่มุมต่าง ๆ อาทิ การลดความซ้ำซ้อนในการลงทุน การสร้างตลาดให้ภาคเอกชนไทย และการสร้างความเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนไทย เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีฐานการพัฒนาที่สอดคล้องกับเสาหลักทั้งสามที่นำไปสู่เศรษฐกิจและสังคมบนฐานความรู้คือ การสร้างทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมนวัตกรรม และการรองรับโดยโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศและอุตสาหกรรมสารสนเทศนั่นเอง



ปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานของกลยุทธ์รายสาขาทั้ง 5 ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือการมีอุตสาหกรรมสนับสนุน (supporting industry) ที่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศภายในประเทศ ให้มีขีดความสามารถและเข้มแข็งมากขึ้น และพร้อมที่จะรองรับอุปสงค์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบที่หลากหลายโดยมีนโยบายและยุทธศาสตร์หลัก เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ 4 ประการคือ

นโยบายที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้ผลิตสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถผลิตขึ้นส่วนและประกอบอุปกรณ์ เพื่อการจำหน่ายในประเทศด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าการนำเข้า

นโยบายที่ 2 การพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยเข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในซอฟต์แวร์ไทย

นโยบายที่ 3 พัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมเพื่อรองรับนโยบายรัฐบาลในการสร้างโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง โดยส่งเสริมการใช้สินค้าที่สามารถผลิตได้ในประเทศ

นโยบายที่ 4 รัฐบาล สถาบันการศึกษา และภาคอุตสาหกรรมต้องร่วมมือกันในการพัฒนาหลักสูตรในสาขาวิชาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงหลักสูตรการฝึกอบรม เพื่อผลิตบัณฑิตและนักวิชาชีพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและเพิ่มทักษะความรู้ของบุคลากรเทคโนโลยีสารสนเทศ

บทสรุปผู้บริหาร

1. **กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐ (E-Government)** การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐ หมายถึง การนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการบริหารงานของรัฐและการให้บริการของรัฐแก่ประชาชน หรือ Electronic government (e-Government) เพื่อมุ่งไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ (Knowledge-based society) สร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี (good governance) รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Competitiveness) อันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในสังคมไทย

วิสัยทัศน์

ร่วมสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการบริการ และการบริหารงานภาครัฐอย่างเต็มรูปแบบ ภายในปี พ.ศ.2553 เพื่อให้เกิดระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในสังคมไทย

นโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐ

1. ส่งเสริมการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการบริการภาครัฐ (front office) เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ประชาชน ทั้งในการได้รับบริการจากภาครัฐ และการได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสะดวก รวดเร็ว
2. มุ่งพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ (back office) ด้วยการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการภาครัฐ

เป้าหมาย

เป้าหมายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ เป็นเป้าหมายที่ครอบคลุมการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาครัฐทั้งในการบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น โดยเป้าหมายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐมี 2 เป้าหมายหลัก ดังนี้

- ระบบบริหาร (back office) ประกอบด้วย งานสารบรรณ งานพัสดุ งานบุคลากร งานการเงิน และบัญชี และงานงบประมาณใช้เทคโนโลยีสารสนเทศครบวงจร ภายในปี พ.ศ. 2547
- ระบบบริการ (front office) ตามลักษณะงานของหน่วยงานต่าง ๆ ให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 70 ภายในปี พ.ศ.2548 และครบทุกขั้นตอน ภายในปี พ.ศ.2553

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์การดำเนินนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐของประเทศไทยประกอบด้วยยุทธศาสตร์หลัก 5 ยุทธศาสตร์ ที่ครอบคลุมประเด็นเรื่องการวางแผนงบประมาณ องค์กร บุคลากร และระบบงาน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การวางแผนและงบประมาณ ประกอบด้วยมาตรการในการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐและแผนปฏิบัติการ มาตรการในการกำกับติดตามการดำเนินงานตามแผนการประเมินผลการดำเนินงาน และมาตรการเพิ่มสัดส่วนงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การจัดและปรับองค์กร โดยออกกฎหมายจัดตั้งองค์กรกลาง ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ และสร้างความชัดเจนในบทบาทและภารกิจขององค์กรสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การพัฒนาบุคลากรภาครัฐ ประกอบด้วยมาตรการการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง กลุ่มผู้บริหารระดับต้นและระดับกลาง กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงาน และกลุ่มเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงาน เพื่อให้มีทักษะและความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามความเหมาะสมของกลุ่ม และมาตรการเพิ่มมาตรฐานคุณสมบัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาการบริหารภาครัฐ ประกอบด้วยมาตรการในการจัดให้มีมาตรฐานกลางด้านซอฟต์แวร์ภาครัฐ และมาตรการมอบหมายให้หน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลงานบริหารหลัก 5 งาน (back office) ตามกฎหมาย ได้แก่ งานสารบรรณ งานพัสดุ งานบุคลากร งานการเงินและบัญชี งานงบประมาณ รับผิดชอบพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 5: การพัฒนาการบริการภาครัฐ ประกอบด้วยมาตรการในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการประชาชนอย่างสะดวก รวดเร็ว ทัดถึง และมีคุณภาพ การจัดให้มีเครือข่ายข้อมูลกลางภาครัฐ และมาตรการสนับสนุนให้มีความร่วมมือระหว่างส่วนราชการ และหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานภาคเอกชนเพื่อให้บริการแก่ประชาชน

2. กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคการศึกษา (E-Education)

ในสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ การผลิต ต่อยอด ถ่ายทอด บูรณาการและใช้ความรู้เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างสังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ คนเป็นทรัพยากรที่มีค่าสูงสุด การเรียนรู้และการศึกษาเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาคน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้ตามแนวของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สนับสนุนการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาเพื่อมวลชน และสนับสนุนการปลดปล่อยศักยภาพของเด็กไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและถิ่นทุรกันดารให้มีการรับรู้และการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคการศึกษา (E-education) มีความหมายครอบคลุมการพัฒนาและประยุกต์สารสนเทศ (information) และความรู้ (knowledge) ที่สนับสนุนการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงและรับ

บริการการศึกษา และการเรียนรู้และรองรับการพัฒนาสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยคำนึงถึง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ลดความซ้ำซ้อนของการลงทุน การผลิตเนื้อหาทางการศึกษาที่มี คุณภาพ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาที่มีความหลากหลายและพิจารณาสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของ ผู้เรียนเป็นสำคัญ

วิสัยทัศน์

ประชาชนคนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ตลอด ชีวิต การพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม โดยได้รับบริการที่ทั่วถึง เท่าเทียม มีคุณภาพ และมี ประสิทธิภาพ นำไปสู่การสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

นโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคการศึกษา

1. สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาที่ได้ลงทุนไปแล้วให้มีการใช้งานที่เกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยการสร้างระบบการบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพ และ การพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ
2. เร่งสร้างโอกาสในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ และสร้างความเท่าเทียมในการใช้ประโยชน์ จากโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ
3. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด

เป้าหมาย

1. ในปี พ.ศ. 2553 โรงเรียนทุกโรงสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและใช้ประโยชน์ เพื่อการศึกษาได้อย่างทั่วถึงเท่าเทียม มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ
2. ในปี พ.ศ. 2549 ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของการเรียนการสอนในทุกระดับชั้น มีการใช้คอมพิวเตอร์ หรือเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน และเพิ่มเป็น ร้อยละ 30 ในปี พ.ศ. 2553
3. มีการผลิตกำลังคนชั้นสูงเพิ่มขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ผลิต นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร และนักวิจัยเต็มเวลาในสาขาที่จำเป็นต่อการพัฒนาคอมพิวเตอร์ โปรแกรม คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศที่พอเพียงต่อความต้องการของประเทศ รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีต้นน้ำ การพัฒนานวัตกรรมเพื่ออุตสาหกรรม และการผลิตบัณฑิตใน สาขาที่เกี่ยวข้อง

4. มีการสร้างนวัตกรรมการศึกษาที่เอื้อให้เกิดการบูรณาการการศึกษาที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม มีการพัฒนาหลักสูตรด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการพัฒนาประยุกต์และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ภาคอุตสาหกรรม
5. ในปี พ.ศ. 2553 ร้อยละ 50 ของกำลังแรงงานของไทยต้องได้รับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะการทำงานที่จำเป็น โดยผ่านระบบเครือข่ายสารสนเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การบริหารนโยบายและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (policy and management) สร้างระบบการบริหารจัดการและการใช้ทรัพยากรทางการศึกษาร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนของการลงทุน โดยมุ่งสัมฤทธิ์ผลการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ การบริหารนโยบายที่มีเอกภาพ แต่มีความหลากหลายในทางปฏิบัติ สร้างความเข้มแข็งเชิงองค์กร และการบริหารสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบัน และความสัมพันธ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ประกอบด้วยคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ กระทรวงการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม และองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศเพื่อการศึกษา โดยเร่งพัฒนาและให้บริการโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียม เร่งการปฏิรูปกิจการโทรคมนาคมให้มีการแข่งขันที่เสรี เป็นธรรมและคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะและดำเนินการตามพระราชบัญญัติการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ สร้างมาตรฐานของระบบที่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีมาตรการในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรการศึกษา (โครงสร้างพื้นฐาน ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์) ที่ได้ลงทุนไปแล้วแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์หรือใช้ประโยชน์ไม่เต็มประสิทธิภาพ ให้มีการใช้งานเพิ่มขึ้น รวมทั้งมีนโยบายสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมไทยมีส่วนร่วมในการลงทุนเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา และลดการนำเข้าจากต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ทางการศึกษาให้มีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถประยุกต์เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการปรับกระบวนการทางการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ สำหรับเป้าหมายการพัฒนาผู้เรียน ดำเนินการให้เกิดความรู้ และทักษะทางด้านเทคโนโลยี (technology literacy) ด้านสารสนเทศ (information literacy) คิดเป็นมีเหตุผล (logic) มีความภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตน และยอมรับความหลากหลายทาง วัฒนธรรม นอกจากนี้ต้องสนับสนุนให้มีการผลิตบุคลากรชั้น

สูง และช่างเทคนิคด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับความต้องการของตลาด สนับสนุน การฝึกอบรม และพัฒนาบุคคลในวัยทำงานให้เป็นแรงงานที่มีความรู้ (knowledge workers)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การพัฒนาสาระทางการศึกษาและการสร้างความรู้ สนับสนุนให้ผู้ที่เป็นเจ้าของเนื้อหา ความรู้ และผู้ที่มีศักยภาพในการผลิตข้อมูล ความรู้เร่งสร้าง และเผยแพร่ความรู้ออกสู่สาธารณะ ในวงกว้างอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เร่งจัดหาและพัฒนาทรัพยากร การเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้และห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ และการผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา รวมไปถึงการสร้างผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ และผู้ให้บริการสาระเพื่อ การศึกษารายใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : ยุทธศาสตร์การสร้างความเสมอภาคในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์สาระ การศึกษาเพื่อการเรียนรู้ มุ่งเน้นการสร้างระบบการบริหารจัดการทรัพยากรการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสได้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ เนื้อหา และความรู้เพื่อการเรียนที่มี ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ให้ลำดับความสำคัญของการลงทุนเริ่มจากการจัดหาและพัฒนาเนื้อหาสาระทาง การศึกษาทั้งที่ผลิตจากส่วนกลางและจากท้องถิ่น การพัฒนาคน และบุคลากรการศึกษาควบคู่ไปกับการ ลงทุนด้านวัตถุและเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความพร้อมของสถานศึกษาและผู้เรียน นอกจากนี้สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมทางการเรียนรู้ที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการศึกษา เช่น การสร้างอุตสาหกรรมการศึกษาและผู้ให้บริการการศึกษา การพัฒนามหาวิทยาลัยโทรสนเทศ (virtual university)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ในกลุ่มวิชาต่างๆ ทั้ง ทางด้านสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และที่สำคัญเครือข่ายการเรียนรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี (ScienceNet) เพื่อสร้างขีดความสามารถทางวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้กับครู โรงเรียน และนักเรียน โดยเฉพาะในชนบท และถิ่นทุรกันดาร ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ทางวิชาการ การเปิดโลกทัศน์กับนักวิทยาศาสตร์ทั้งในและต่างประเทศ ให้คำปรึกษาเพื่อ พัฒนาการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ แบบบูรณาการและการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับการ พัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาเป็นสถาบันความรู้ที่ สนับสนุนชุมชนอุตสาหกรรม และสังคมในการพัฒนาสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

3. กลยุทธ์การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคสังคม (e-Society)

ในการก้าวเข้าสู่โลกยุคสารสนเทศและเศรษฐกิจใหม่ (new economy) สังคมไทยเผชิญทั้งโอกาสที่ สนับสนุนการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และภัยคุกคามอัน เนื่องมาจากปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ (digital divide) ทั้งความเหลื่อม

ล้ำในระดับนานาชาติ ซึ่งจะทำให้เกิดการลดน้อยถอยลงของขีดความสามารถในการแข่งขันเวทีโลก และความเหลื่อมล้ำภายในสังคมไทย ซึ่งจะทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมและปัญหาทางสังคม ถ้าปัญหาความเหลื่อมล้ำทั้งสองไม่ได้รับ การแก้ไขที่ดี ก็จะไปสู่ความเหลื่อมล้ำและความเสื่อมถอยของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตและบั่นทอนศักยภาพในการพัฒนาสังคมไทยในระยะยาว

วิสัยทัศน์

คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม มีสติปัญญา และความสามารถในการพัฒนาต่อยอด และประยุกต์ความรู้เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต การพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม สร้างสังคมไทยเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ที่มีความเอื้ออาทรและการแบ่งปัน

เป้าหมาย

1. ในปี พ.ศ. 2533 ประชาชนคนไทยทุกคนได้รับโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ และด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเร่งพัฒนาสื่อและเนื้อหา (content) ที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น โดยกำหนดให้มีสื่อและเนื้อหาที่ผลิตโดยชุมชนและท้องถิ่น (local content) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของสื่อและเนื้อหาทั้งหมดที่พัฒนาขึ้นภายในประเทศ
2. มีการรวบรวม ประมวล และจัดตั้งเครือข่ายเวทีความคิดของนักคิดอาวุโสปราชญ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างองค์ความรู้และภูมิปัญญาสากลของมนุษยชาติรวมถึง มีการวิจัยต่อยอดและบูรณาการแนวคิดและองค์ความรู้ไทยที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้กับหลักวิชาการสมัยใหม่เพื่อสร้างนวัตกรรมทางความคิดและปัญญา
3. ภายในปี พ.ศ. 2533 มีหมู่บ้านไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของหมู่บ้านไทย พัฒนาขึ้นเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องมีการพัฒนาเศรษฐกิจเข้มแข็ง ไม่มีภาระหนี้สิน เด็ก และเยาวชนทุกคนในหมู่บ้าน ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ มีระบบสาธารณสุขที่ดี ไม่มีปัญหาด้านการโจรกรรมและผู้สูงอายุได้รับการเลี้ยงดูที่เหมาะสมแก่ฐานะ

นโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคสังคม

1. การสร้างโอกาสที่เท่าเทียมในการเข้าถึงสารสนเทศและการเรียนรู้โดยรัฐบาลจะต้องมีนโยบายสนับสนุนที่เป็นองค์รวม พิจารณาครอบคลุมทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงเท่าเทียม การให้บริการที่มีคุณภาพ และด้วยราคาที่เหมาะสม การพัฒนา เนื้อหาและสารสนเทศที่

เหมาะสมกับชุมชนและท้องถิ่น รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมและการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ

2. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต สนับสนุนให้มีการใช้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดีของชุมชนและสังคม โดยมีสถาบันการศึกษาทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่นองค์การภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงหน่วยงานระหว่างประเทศให้การสนับสนุนและเป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนา ประยุกต์และต่อยอดเนื้อหาความรู้ และสร้างขีดความสามารถของชุมชนในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการสร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้โดยให้มีการสร้าง พัฒนา และต่อยอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาไทย ส่งเสริมให้มีการบูรณาการกับความรู้สากล ให้สังคมไทยรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ สร้างฐานการพัฒนาสังคมที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียม เร่งปฏิรูปกิจการโทรคมนาคมให้เกิดการแข่งขันเสรี เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะ ติดตามและดำเนินการตามข้อกำหนดของกฎหมายภายใต้พระราชบัญญัติการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาและฝึกอบรมให้ประชาชนมีความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การเพิ่มขีดความสามารถของสถาบันความรู้ให้สนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนและสังคม สนับสนุนให้หน่วยงานที่ผลิตและเป็นเจ้าของข้อมูลสารสนเทศ และความรู้เร่งผลิตและเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน สนับสนุนให้เกิดการสร้างสังคมสารสนเทศที่ประชาชนสามารถ เข้าดู สืบค้น และใช้ประโยชน์จากสารสนเทศและความรู้พื้นฐานทั่วไปได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา กับ ชุมชนในการสร้าง ต่อยอด ถ่ายทอด และบูรณาการความรู้ที่เหมาะสมกับการพัฒนาชุมชนและสังคมที่มีความสมดุลย์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : การสร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศ สร้างขีดความสามารถในด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

ร่วมกับเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ โดยให้ความสำคัญกับสารสนเทศและความรู้มากกว่าการมีเทคโนโลยีสมัยใหม่สนับสนุนให้เกิดการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลและสารสนเทศชุมชนที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียม รวมไปถึง การเร่งสนับสนุนส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรพัฒนาที่ไม่ใช่รัฐเร่งผลิตและให้บริการสารสนเทศและความรู้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสังคม นอกจากนั้นจะต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนา เพื่อหาทางลดความไม่เท่าเทียมกันในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ของสังคมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนและสังคม สร้างความรู้ทั้งจากบนลงล่าง (หรือ การประยุกต์ความรู้สมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของท้องถิ่น) และจากล่างขึ้นบน (การถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตที่ดีงามสู่สังคมภายนอก) สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายชุมชนในการระดมความคิดและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อการพัฒนาชุมชนที่เหมาะสม มีความเข้มแข็ง และพึ่งตนเองได้ สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชนต่างๆ สร้างเครือข่ายภูมิปัญญาไทยโดยปราชญ์อาวุโส และบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากสังคม เพื่อสนับสนุนการสร้างความรู้วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยให้เกิดองค์ความรู้ที่มีความเป็นสากลเกิดกระแสทางเลือกของการพัฒนา ที่มุ่งให้สังคมโลกได้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นมนุษย์และการอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมที่เอื้ออาทร สนับสนุนให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการเกื้อกูล มีความเอื้ออาทรระหว่างกลุ่มสังคมต่างๆ ของประเทศ พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและเว็บไซต์สำหรับผู้ด้อยโอกาส สังคมชนบท คนพิการ เด็กเร่ร่อน และชุมชนและกลุ่มวัฒนธรรม (เช่น ชุมชนภูเขา) เผยแพร่ข้อมูล และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับสังคมกว้าง รวมถึงการแลกเปลี่ยนทัศนคติและกระบวนทัศน์ในการมองโลกและ การดำเนินชีวิต เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและความเอื้ออาทรให้เกิดขึ้นในสังคม นอกจากนั้นต้องส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อหามาตรการและแนวทางในการควบคุมและสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม สร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวเพื่อปกป้องเยาวชนของชาติจากสื่อที่ไม่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อละเมิดสิทธิของผู้อื่นและการกระทำที่ผิดศีลธรรม

ทั้งนี้ในการบริหารสู่ความสำเร็จ ต้องประกอบด้วยกรณีเอกภาพเชิงนโยบายและมีความหลากหลายในทางปฏิบัติ ที่เน้นปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น การมีวิสัยทัศน์และภาวะผู้นำทั้งในระดับชาติและชุมชน การสร้างระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีการเลือกใช้บูรณาการ

เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์และการดำเนินการสู่
เป้าการเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ภาคผนวก ง.
บริการออนไลน์

1. คำศัพท์เกี่ยวกับบริการออนไลน์

1) Web Site

เป็นเครื่องที่ใช้ในการจัดเก็บเว็บเพจ แต่ละองค์ประกอบที่นำเสนอข้อมูลของตนในรูปแบบของเว็บนี้ มักจะมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง และมักใช้ชื่อองค์กรเป็นชื่อเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถจดจำได้ง่าย

2) Home Page

เว็บเพจหน้าแรกของข้อมูลแต่ละเรื่องเปรียบเหมือนหน้าปกของหนังสือนั่นเอง ส่วนของโฮมเพจนี้ จะเป็นส่วนที่บอกให้ทราบว่าข้อมูลนี้เป็นข้อมูลเรื่องใด พร้อมกับมีสารบัญในการเลือกไปยังหัวข้อต่าง ๆ ในเรื่องนั้น ๆ ด้วย

3) Web Page

เอกสารข้อมูลในแต่ละหน้าซึ่งถูกเขียนขึ้นด้วยภาษา HTML ข้อมูลที่แสดงในเว็บเพจแต่ละหน้านี้อาจประกอบด้วย ข้อความ ภาพ และเสียง จึงเป็นข้อมูลแบบสื่อผสม หรือมัลติมีเดีย

4) Web Browser

เว็บเพจแต่ละหน้าเป็นเอกสารข้อมูลที่ถูกเขียนขึ้นด้วยภาษา HTML ดังนั้น การที่เครื่องของเราจะอ่านและแสดงผลเว็บเพจเหล่านี้ได้ จะต้องมีการใช้โปรแกรมพิเศษสำหรับทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ โปรแกรมเหล่านี้เรียกว่า เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) ซึ่งมีอยู่มากมายในปัจจุบัน แต่ที่รู้จักกันดี ได้แก่ Internet Explorer (IE) ของบริษัท Microsoft และ Netscape Navigator ของบริษัท Netscape ซึ่งทั้งสองโปรแกรมนี้มีขีดความสามารถที่ใกล้เคียงกันเป็นอย่างมาก

2. บริการประเภทออนไลน์ต่างๆ

1) เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web หรือ WWW หรือ W3)

เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในการเรียกดูเว็บไซต์ต้องอาศัยโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) ในการดูข้อมูล เว็บเบราว์เซอร์ที่ได้รับความนิยมใช้ในปัจจุบัน เช่น โปรแกรม Internet Explorer (IE), Netscape Navigator

2) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail)

การติดต่อสื่อสารโดยใช้อีเมลสามารถทำได้โดยสะดวก และประหยัดเวลา หลักการทำงานของอีเมลก็คล้ายกับการส่งจดหมายธรรมดา นั่นคือ จะต้องมียี่อยู่ที่ระบุชัดเจน ก็คือ อีเมลแอดเดรส (E-mail address)

องค์ประกอบของ E-mail address ประกอบด้วย

1. ชื่อผู้ใช้ (User name)
2. ชื่อโดเมน Username@domain_name

การใช้งานอีเมล สามารถแบ่งได้ดังนี้ คือ

1. Corporate e-mail คือ อีเมล ที่หน่วยงานต่างๆสร้างขึ้นให้กับพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรนั้น เช่น u47202000@dusit.ac.th คือ e-mail ของนักศึกษาของสถาบันราชภัฏสวนดุสิต เป็นต้น
2. Free e-mail คือ อีเมล ที่สามารถสมัครได้ฟรีตาม web mail ต่างๆ เช่น Hotmail, Yahoo Mail, Thai Mail และ Chaiyo Mail

3) บริการโอนย้ายไฟล์ (File Transfer Protocol)

เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการโอนย้ายไฟล์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การโอนย้ายไฟล์สามารถแบ่งได้ดังนี้ คือ

4) การดาวน์โหลดไฟล์ (Download File)

การดาวน์โหลดไฟล์ คือ การรับข้อมูลเข้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ ในปัจจุบันมีหลายเว็บไซต์ที่จัดให้มีการดาวน์โหลดโปรแกรมได้ฟรีเช่น www.download.com

5) การอัปโหลดไฟล์ (Upload File)

การอัปโหลดไฟล์คือการนำไฟล์ข้อมูลจากเครื่องของผู้ใช้ไปเก็บไว้ในเครื่องที่ให้บริการ (Server) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น กรณีที่ทำการสร้างเว็บไซต์ จะมีการอัปโหลดไฟล์ไปเก็บไว้ในเครื่องบริการเว็บไซต์ (Web server) ที่เราขอใช้บริการพื้นที่ (web server) โปรแกรมที่ช่วยในการอัปโหลดไฟล์ เช่น FTP Commander

6) บริการสนทนาบนอินเทอร์เน็ต (Instant Message)

การสนทนาบนอินเทอร์เน็ตคือ การส่งข้อความถึงกันโดยทันทีทันใด นอกจากนี้ยังสามารถส่งสัญลักษณ์ต่างๆ อาทิ รูปภาพ ไฟล์ข้อมูลได้ด้วย การสนทนาบนอินเทอร์เน็ตเป็นโปรแกรมที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน โปรแกรมประเภทนี้ เช่น โปรแกรม ICQ (I seek you) MSN Messenger, Yahoo Messenger เป็นต้น

7) บริการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

- Web directory: การค้นหาโดยการเลือก Directory ที่จัดเตรียมและแยกหมวดหมู่ไว้ให้เรียบร้อยแล้ว website ที่ให้บริการ web directory เช่น www.yahoo.com, www.sanook.com
- Search Engine: การค้นหาข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Search โดยการเอาคำที่เราต้องการค้นหาไปเทียบกับเว็บไซต์ต่างๆ ว่ามีเว็บไซต์ใดบ้างที่มีคำที่เราต้องการค้นหา website ที่ให้บริการ search engine เช่น www.yahoo.com, www.sanook.com, www.google.co.th, www.sansarn.com
- Metasearch: การค้นหาข้อมูลแบบ Search engine แต่จะทำการส่งคำที่ต้องการไปค้นหาในเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นข้อมูลอื่นๆ อีก ถ้าข้อมูลที่ได้มีซ้ำกัน ก็จะแสดงเพียงรายการเดียว เว็บไซต์ที่ให้บริการ Metasearch เช่น www.search.com, www.thaifind.com

- บริการกระดานข่าว หรือ เว็บบอร์ด (Web board): เว็บบอร์ด เป็นศูนย์กลางในการแสดงความคิดเห็น มีการตั้งกระทู้ ถาม-ตอบ ในหัวข้อที่สนใจ เว็บบอร์ดของไทยที่เป็นที่นิยมและมีคนเข้าไปแสดงความคิดเห็นมากมาย คือ เว็บบอร์ดของพันทิพย์ (www.pantip.com)
- ห้องสนทนา (Chat Room): การสนทนาออนไลน์อีกประเภทหนึ่ง ที่มีการส่งข้อความสั้นๆ ถึงกัน การเข้าไปสนทนาจำเป็นต้องเข้าไปในเว็บไซต์ที่ให้บริการห้องสนทนา เช่น www.sanook.com www.pantip.com