

ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย

โดย

นางสาวประภาวดี ธานีรณานนท์  
ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร  
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 57  
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2557 – 2558

## บทคัดย่อ

**เรื่อง** ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย  
 Digital Television Transition Problems in Thailand

**ลักษณะวิชา** วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

**ผู้วิจัย** นางสาวประภาวดี ชานีรนานนท์ **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ 57

โครงการวิจัยเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างจาก 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่ม กสทช. 2) กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 3) กลุ่มประชาชนผู้รับชม 4) กลุ่มตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ ประกอบกับการสืบค้น เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่าปัญหาในมุมมอง กสทช. คือ 1) ปัญหาด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมูล 2) ปัญหาด้านคุณภาพเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ 3) ปัญหาความล่าช้าของการขยายโครงข่าย (MUX) 4) ปัญหาการแจกกล่องรับสัญญาณ ปัญหาในมุมมองของผู้ประกอบการคือ 1) ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. 2) ปัญหา Must Carry, ปัญหาการเรียงเลขช่องที่ไม่ตรงกัน 3) ปัญหาการรับชมในระบบความคมชัดสูง (HD) 4) ปัญหาการวัดเรตติ้ง 5) ปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ไร้ประสิทธิภาพ 6) ปัญหาเรื่องกฎ กติกา และความเป็นเอกภาพของ กสทช. ปัญหาในมุมมองของผู้ชมประชาชน คือ 1) ไม่ได้รับคูปองจาก กสทช. 2) ไม่เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนระบบการรับชมให้เป็นระบบดิจิทัล 3) เกิดความสับสนกับหมายเลขช่อง 4) ผิดหวังกับการรับชมช่องความคมชัดสูง 5) ปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ปัญหาในมุมมองของผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ 1) กสทช. ไม่มีความเข้าใจในตลาดโฆษณาและพฤติกรรมของผู้ชม 2) ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ 3) ตำแหน่งการเรียงช่องมีผลต่อเรตติ้งและอัตราค่าโฆษณา 4) ปัญหาเรื่องช่องความคมชัดสูง 5) ปัญหาเรื่องการจัดทำเรตติ้ง

ผลการวิจัยพบแนวทางการแก้ปัญหา ดังนี้ 1) การบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กสทช. เคยให้ไว้ก่อนการประมูล 2) ปรับปรุงวิธีการวัดเรตติ้งให้เหมาะสม 3) ผู้ประกอบการต้องสร้างเอกลักษณ์ให้กับช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของตนเอง 4) ผู้ประกอบการต้องพัฒนาเนื้อหา รายการให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 5) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนและต้องประเมินศักยภาพในการลงทุนเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว

## คำนำ

กิจการโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นกิจการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก เนื่องจากเป็นกิจการที่เป็นรากฐานสำคัญของประเทศและมีอิทธิพลอย่างสูงต่อความคิด พฤติกรรมและคุณภาพชีวิตของประชาชน เพราะการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจะทำให้มีโอกาสในการพัฒนาความคิดและความเป็นอยู่ อีกทั้งนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศชาติ

การออกอากาศระบบโทรทัศน์ครั้งแรกของประเทศไทยเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2498 เป็นระบบโทรทัศน์ขาวดำและได้ปรับเปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สีในปี พ.ศ.2510 และมีการขยายโครงข่ายโทรทัศน์จนครอบคลุมทั่วประเทศ กิจการโทรทัศน์โดยเฉพาะการบริการในระบบภาคพื้นดินถือได้ว่าเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่ควรจะมีหลากหลายและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ทั้งนี้ระบบโทรทัศน์ของประเทศไทยที่ผ่านมาใช้ระบบการรับส่งสัญญาณในระบบอนาล็อก ซึ่งเป็นระบบที่ใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่วิทยุอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีข้อจำกัดอย่างมากในการเพิ่มจำนวนช่องรายการและคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน

การพัฒนาเทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการของกิจการโทรทัศน์ครั้งสำคัญ เพราะเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้คลื่นความถี่วิทยุให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ด้วยขนาดคลื่นความถี่วิทยุที่เท่ากัน โทรทัศน์ระบบอนาล็อกสามารถส่งช่องรายการได้เพียงช่องเดียว แต่ในระบบดิจิทัลจะสามารถออกอากาศได้มากถึง 8 – 25 ช่องรายการ ด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิมสามารถลดการใช้พลังงานของประเทศ เนื่องจากระบบส่งสัญญาณและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากกว่าระบบอนาล็อกหลายเท่าตัว และประโยชน์ที่สำคัญที่สุดคือประชาชนจะได้รับบริการที่มีความหลากหลายจากจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาระบบสังคมและเศรษฐกิจของประเทศโดยตรง

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์ของประเทศไทยได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยมีกลุ่มช่องสัญญาณที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แบ่งประเภทใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลไว้ทั้งหมด 2 ประเภท คือ ช่องสถานีบริการสาธารณะ 12 ช่อง ที่จะเปิดให้หน่วยงานรัฐ หน่วยงานสาธารณะประโยชน์บริหารจัดการที่เป็นไปเพื่อสาธารณะและสังคม และช่องธุรกิจ 24 ช่อง โดยช่องธุรกิจแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องเด็กและเยาวชนจำนวน 3 ใบอนุญาต, ช่องข่าวและสาระจำนวน 7 ใบอนุญาต, ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 7 ใบอนุญาต และช่อง

ทั่วไปความคมชัดสูง (HD) จำนวน 7 ใบอนุญาต โดยมีการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ.2557

เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นวาระแห่งชาติครั้งสำคัญ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วนในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.) ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาต ผู้ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรับชมสื่อโทรทัศน์ เจ้าของสินค้าและตัวแทนผู้ลงโฆษณา และที่สำคัญที่สุดคือประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์ จำนวน 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้จะสำเร็จตามเป้าหมายได้ ทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ความร่วมมือ เพื่อช่วยให้การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ แต่สถานการณ์ปัจจุบันพบว่า การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ ยังไม่สามารถเป็นไปตามเป้าหมายได้ ทำให้ประชาชนผู้รับชมยังไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้งในการรับข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจและการสร้างงานในธุรกิจสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ

งานวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในทุกมิติจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาโดยรวมและแนวทางในการแก้ปัญหา โดยผู้วิจัยหวังว่า ข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนให้การเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในชาติและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลอย่างแท้จริง

(นางสาวประภาวดี ธานีรณานนท์)  
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร  
หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57  
ผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
คำจำกัดความ	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	5
พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2543	5
พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551	10
แนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของนานาประเทศ	13
การเปลี่ยนระบบโทรทัศน์ดิจิทัลในกลุ่มประเทศอาเซียน	15
ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม	16
วิวัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยและการผลิตรายการโทรทัศน์	19
แนวคิดการตลาด	22
แนวคิดการเปิดรับสื่อ	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
สรุป	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย</b>	34
ภาพรวมกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย	34
โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	34
การกำกับดูแลนโยบายที่เกี่ยวข้อง	35
รายละเอียดใบอนุญาต	40
กระบวนการขอรับใบอนุญาต	43
วิธีการและกฎการประมูล	44
หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป	46
สรุปผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูล	47
สรุปผู้ชนะการประมูล	48
สรุป	51
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	52
ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	52
แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	73
สรุป	79
<b>บทที่ 5 สรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	81
สรุป	81
ข้อเสนอแนะ	88
<b>บรรณานุกรม</b>	89
<b>ภาคผนวก</b>	92
ผนวก ก ถอดเทปบทสัมภาษณ์	92
ผนวก ข ข่าวหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	136
<b>ประวัติย่อผู้วิจัย</b>	206

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	แสดงการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของนานาประเทศ	14

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2-1 แสดงกลุ่มคนในการยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, 2003 : 281)	18
3-1 แสดงการเปรียบเทียบการให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อก และระบบดิจิทัล (สรุปข้อเสนอเทศ, 2556 : 13)	36
3-2 แสดงประกาศหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตใช้คลื่นความถี่เพื่อ ให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจสำคัญระดับชาติ (สรุปข้อเสนอเทศ, 2556)	39
3-3 แสดงสรุปผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง (“เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น”ทีวีดิจิทัล”เมืองไทย,” 2557 : 8)	50
4-1 ข่าวแสดงปัญหาผู้ให้บริการโครงข่ายดำเนินการล่าช้า	56
4-2 ข่าวการแลกกล่องดิจิทัลทีวีวันแรก	57
4-3 ข่าวแสดงปัญหาซึ่งเกิดจากช่องซึ่งประมูลความชัดระบบ SD ไปออกอากาศแบบ HD ในระบบดาวเทียม	62
4-4 ข่าวแสดงปัญหาซึ่งเกิดจากช่องซึ่งประมูลความชัดระบบ SD ไปออกอากาศแบบ HD ในระบบดาวเทียม	63
4-5 สกู๊ปวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นของดิจิทัลทีวี	70

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นกิจการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก เนื่องจากเป็นกิจการที่เป็นรากฐานสำคัญของประเทศและมีอิทธิพลอย่างสูงต่อความคิด พฤติกรรมและคุณภาพชีวิตของประชาชน เพราะการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย จะทำให้มีโอกาสนในการพัฒนาความคิดและความเป็นอยู่ อีกทั้งนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศชาติ

การออกอากาศระบบโทรทัศน์ครั้งแรกของประเทศไทยเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2498 เป็นระบบโทรทัศน์ขาวดำและได้ปรับเปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สีในปี พ.ศ. 2510 และมีการขยายโครงข่ายโทรทัศน์จนครอบคลุมทั่วประเทศ กิจการโทรทัศน์โดยเฉพาะการบริการในระบบภาคพื้นดินถือได้ว่าเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่ควรจะต้องมีความหลากหลายและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ทั้งนี้ระบบโทรทัศน์ของประเทศไทยที่ผ่านมา ใช้ระบบการรับส่งสัญญาณในระบบอนาล็อก ซึ่งเป็นระบบที่ใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่วิทยุอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีข้อจำกัดอย่างมากในการเพิ่มจำนวนช่องรายการ และคุณภาพการให้บริการแก่ประชาชน

การพัฒนาเทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการของกิจการโทรทัศน์ครั้งสำคัญ เพราะเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้คลื่นความถี่วิทยุให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ด้วยขนาดคลื่นความถี่วิทยุที่เท่ากัน โทรทัศน์ระบบอนาล็อกสามารถส่งช่องรายการได้เพียงช่องเดียว แต่ในระบบดิจิทัลจะสามารถออกอากาศได้มากถึง 8 – 25 ช่องรายการ ด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม สามารถลดการใช้พลังงานของประเทศ เนื่องจากระบบส่งสัญญาณและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากกว่าระบบอนาล็อกหลายเท่าตัว และประโยชน์ที่สำคัญที่สุดคือประชาชนจะได้รับการบริการที่มีความหลากหลายจากจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาระบบสังคมและเศรษฐกิจของประเทศโดยตรง

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์ของประเทศไทยได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยมีกลุ่มช่องสัญญาณที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แบ่งประเภทใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลไว้ทั้งหมด 2 ประเภท คือช่องสถานีบริการสาธารณะ 12 ช่อง ที่จะเปิดให้หน่วยงานรัฐ หน่วยงานสาธารณประโยชน์บริหารจัดการที่เป็นไปเพื่อสาธารณะและสังคม และช่องธุรกิจ 24 ช่อง โดยช่องธุรกิจแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องเด็กและเยาวชนจำนวน 3 ใบอนุญาต ช่องข่าวและสาระจำนวน 7 ใบอนุญาต ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 7 ใบอนุญาต และช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) จำนวน 7 ใบอนุญาต โดยมีการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และประกอบกิจการโทรทัศน์อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557

เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นวาระแห่งชาติครั้งสำคัญ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วนในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.) ผู้ให้บริการ กระจายผู้ประกอบที่เข้าร่วมประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาต ผู้ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรับชมสื่อโทรทัศน์ เจ้าของสินค้าและตัวแทนผู้ลงโฆษณา และที่สำคัญที่สุดคือประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน์จำนวน 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ จะสำเร็จตามเป้าหมายได้ ทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ความร่วมมือเพื่อช่วยให้การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ แต่สถานการณ์ปัจจุบันพบว่า การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้ประชาชนผู้รับชมยังไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ในการรับข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจและการสร้างงานในธุรกิจสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ

งานวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ในทุกมิติจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาโดยรวม และแนวทางในการแก้ปัญหา โดยผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนให้การเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลอย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย
2. เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย

## ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาการวิจัยนี้ มุ่งศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยและศึกษาถึงแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของชาติและประชาชนในชาติเป็นหลัก

ประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. นักวิชาการ / กสทช. (Regulators)
2. ผู้เข้าประมูล (Bidders)
3. ผู้ชม/ประชาชน (Viewers)
4. กลุ่มตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer)

ขอบเขตเวลาในการศึกษาเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” ทำการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2557 – มิถุนายน 2558 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายน 2558

## วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยดังกล่าว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ได้แก่ นักวิชาการ กลุ่มผู้ประมูลดิจิทัลทีวี ประชาชน ผู้รับชม และกลุ่มตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาโดยการสืบค้นข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ เอกสาร

บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย

## คำจำกัดความ

โทรทัศน์ระบบดิจิทัล หมายถึง การแพร่สัญญาณโทรทัศน์ในแนวระนาบภาคพื้นดิน (รับสัญญาณด้วยเสาหนวดกุ้งหรือก้างปลา) โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ทำให้สามารถใช้คลื่นความถี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้จำนวนช่องที่มากขึ้น สัญญาณภาพและเสียงดีกว่าเดิม ไม่มีสัญญาณรบกวน (โทรทัศน์ระบบดิจิทัล, ออนไลน์, 2557)



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบโทรทัศน์ดิจิทัล มีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553
2. พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551
3. แนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของนานาชาติ
4. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม
5. วิวัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
6. แนวคิดการตลาด
7. แนวคิดการเปิดรับสื่อ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

พระราชบัญญัติ องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม การจัดสรรคลื่นความถี่โดยการอนุญาตให้สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือสถานีวิทยุคมนาคม ใช้ความถี่วิทยุหรือช่องความถี่วิทยุตามตารางกำหนดคลื่นความถี่ หรือแผนความถี่วิทยุเพื่อใช้งาน โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553, 2553)

## 1. คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. มีจำนวน 11 คน มีอำนาจหน้าที่ที่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553, 2553)

1.1 จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ จัดสรรคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

1.2 พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคม การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็วและถูกต้อง

1.3 กำหนดประเภทลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อ การครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ รวมทั้งโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียม หลักเกณฑ์ วิธีการในการใช้หรือเชื่อมต่อ และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไขค่าธรรมเนียมการอนุญาต อัตราค่าใช้หรือค่าเชื่อมต่อโครงข่าย การใช้คลื่นความถี่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปราศจากการรบกวนซึ่งกันและกัน และให้ความเป็นธรรม

1.4 กำหนดมาตรฐานและลักษณะพึงประสงค์ทางด้านเทคนิค เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดหรือไม่เป็นธรรม ให้มีการกระจายบริการด้านโทรคมนาคมให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคมและในกิจการวิทยุคมนาคม

1.5 คຸ້ມครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและคຸ້ມครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกัน รวมทั้งส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชน ในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่

1.6 ประสานงาน ติดตาม ตรวจสอบและให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาการใช้คลื่นความถี่ที่มีการรบกวนซึ่งกันและกัน

1.7 กำหนดลักษณะการควบคุม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่

1.8 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ

1.9 ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช. อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน เพื่อพิจารณาและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุน

## 2. การกำกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

สำหรับผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาต และมีการปฏิบัติเพื่อขอใบอนุญาต ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553, 2553)

2.1 การยื่นคำขออนุญาต และการอนุญาตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กสทช. ประกาศกำหนด

2.2 การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น ในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐและประโยชน์สาธารณะอื่นๆ รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

2.3 ให้ กสทช. กำหนดเงื่อนไขในการอนุญาตให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดเวลาให้รายการเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคม หรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ในช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

2.4 การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ให้ใช้วิธีคัดเลือก โดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ ทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น

2.5 การกำหนดคุณสมบัติของผู้มีสิทธิเข้าร่วมประมูลคลื่นความถี่ ให้คำนึงถึงประโยชน์ในการจัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่า การป้องกันการผูกขาด การส่งเสริมการแข่งขัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรม

2.6 การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ก่อให้เกิด หรืออาจเกิดการรบกวนหรือทับซ้อนกับคลื่นความถี่ที่ได้รับอนุญาตอยู่ก่อนแล้ว จะกระทำมิได้

2.7 ให้ กสทช. มีอำนาจกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาต โดยแยกเป็นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการ ซึ่งต้อง

ชำระเมื่อได้รับใบอนุญาต และต้องชำระเป็นรายปีในอัตราที่เหมาะสมกับประเภทของใบอนุญาต ตามกฎหมาย

2.8 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตซึ่งต้องชำระเป็นรายปีให้ กสทช. กำหนดโดย คำนึงถึงรายจ่ายในการกำกับดูแล การใช้คลื่นความถี่และการกำกับดูแลการประกอบกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ ในอัตรารวมทั้งสิ้นไม่เกินร้อยละ 2 ของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายของผู้รับใบอนุญาต และให้นำส่งเป็นรายได้ของสำนักงาน กสทช.

2.9 หน่วยงานที่ได้รับยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ต้องเสียค่าธรรมเนียมตามวรรคหนึ่งด้วย แต่ กสทช. จะลดหย่อนให้ตามที่เห็นสมควรก็ได้ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของกิจการของหน่วยงานนั้น

2.10 ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง จะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วนหรือยินยอมให้บุคคลอื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการแทนมิได้

2.11 ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ผู้ใดไม่ได้ประกอบกิจการที่ใช้คลื่นความถี่นั้นภายในระยะเวลาที่ กสทช. กำหนดหรือนำคลื่นความถี่ไปใช้ในกิจการนอกวัตถุประสงค์หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการประกอบกิจการที่ใช้คลื่นความถี่นั้น ให้ กสทช. ดำเนินการเพื่อให้มีการแก้ไขให้ถูกต้องหรือมีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่นั้นทั้งหมด หรือบางส่วน

### **3. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ**

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ “สำนักงาน กสทช.” เป็นนิติบุคคลอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของประธานกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ที่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553, 2553)

3.1 รับผิดชอบงานธุรการ การรับและจ่ายเงินรายได้ของสำนักงาน กสทช. และจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีเพื่อเสนอ กสทช. อนุมัติ

3.2 ตรวจสอบและติดตามรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

3.3 ศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ การใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

3.4 ออกระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป การบริหารงานบุคคล งบประมาณการเงินและทรัพย์สิน การแบ่งส่วนงานภายในของสำนักงาน กสทช.

3.5 กำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือน ค่าตอบแทน ค่าใช้จ่ายของเลขาธิการ พนักงาน ลูกจ้าง กรรมการและอนุกรรมการของสำนักงาน กสทช.

3.6 การบริหารงานบุคคล การจ้างและการแต่งตั้งบุคคลเพื่อเป็นผู้เชี่ยวชาญ กำหนดเครื่องแบบและการแต่งกาย การดำเนินการทางวินัย การอุทธรณ์ ร้องทุกข์ การประเมินความรู้ความสามารถเพื่อประโยชน์ในการบรรจุ และแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งหรือเลื่อนขั้นเงินเดือน การต่อสัญญาจ้างและการจ่ายเงินชดเชยกรณีเลิกจ้าง

3.7 การบริหาร การจัดสวัสดิการ การสงเคราะห์อื่นๆ และจัดการงบประมาณ ทรัพย์สินและการพัสดุของสำนักงาน กสทช.

#### 4. บทกำหนดโทษ

นอกจากระเบียบ หลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ยังกำหนดให้ กสทช. กำหนดระยะเวลาที่แน่นอนให้แก่ผู้ได้รับจัดสรรคลื่นความถี่หรือใช้คลื่นความถี่นั้น คืนคลื่นความถี่ดังกล่าว เพื่อนำไปจัดสรรใหม่หรือปรับปรุงการใช้คลื่นความถี่ตามที่กำหนดไว้ในแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะและความจำเป็นของการประกอบกิจการและการใช้คลื่นความถี่ หากฝ่าฝืนระเบียบก็มีบทลงโทษ ดังนี้ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553, 2553)

4.1 ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม หากไม่ปฏิบัติตามระเบียบ ให้ กสทช. มีอำนาจปรับทางปกครองไม่เกิน 5 ล้านบาทและปรับอีกวันละไม่เกิน 1 แสนบาท ตลอดระยะเวลาที่ยังมิได้ปฏิบัติตามคำสั่ง

4.2 หากใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการโทรคมนาคม โดยไม่ได้รับอนุญาตจะต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้

4.3 พนักงานเจ้าหน้าที่ กสทช. หรือผู้ซึ่งใช้อำนาจของ กสทช. มีการใช้คลื่นความถี่ที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปีหรือปรับไม่เกิน 6 หมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

## พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการ เพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สัดส่วนรายการและค่าธรรมเนียม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1. การขออนุญาตเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผู้รับใบอนุญาตการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย และไม่อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตมาแล้วยังไม่ครบ 3 ปี และมีเงื่อนไขในการขออนุญาตดังนี้ (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551, 2551)

1.1 ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ไม่สามารถโอนแก่กันได้ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง แต่สามารถแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินการได้ ตามหลักเกณฑ์ตามพระราชบัญญัตินี้กำหนด

1.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่ มีหลายประเภทคือ

1.2.1 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ประเภทที่ 1 เพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน

1.2.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ประเภทที่ 2 เพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ

1.2.3 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ประเภทที่ 3 เพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข เป็นประโยชน์ต่อคนพิการ คนด้อยโอกาส

1.2.4 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ

1.2.5 ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ เพื่อแสวงหากำไรในทางธุรกิจ แบ่งเป็นใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับชาติ ระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น

1.3 ผู้รับใบอนุญาตต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

1.4 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น ต้องเป็นนิติบุคคลที่ผู้ถือหุ้น ที่เป็นทุนหรือที่ผู้ลงทุนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสาม มีภูมิลำเนาอยู่ในเขต ภูมิภาค หรือท้องถิ่นนั้นๆ มีฐานะทางการเงินมั่นคง มีระบบการตรวจสอบบัญชีและมีลักษณะอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

1.5 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทอื่น ต้องเป็นรัฐวิสาหกิจหรือ บริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงหรือ กิจการโทรทัศน์

1.6 การกำหนดอายุใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่คุ้มค่ากับการ ลงทุน วัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการ แนวทางการพัฒนากิจการของผู้ขอรับใบอนุญาต ความ ต้องการของผู้บริโภค ความเสมอภาคในการแข่งขัน รวมทั้งผลการประเมินคุณภาพของรายการ

1.7 ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง ให้มีอายุไม่เกิน 7 ปี

1.8 ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ให้มีอายุไม่เกิน 15 ปี

1.9 ให้ผู้รับใบอนุญาต แต่งตั้งบุคคลที่มีสัญชาติไทยเป็นผู้อำนวยการสถานี ประจำแต่ละสถานี เพื่อควบคุมดูแลให้มีการออกอากาศ เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตและต้องเป็น ผู้รับผิดชอบ ดูแลการจัดรายการ การดำเนินรายการและการออกอากาศของสถานีให้ถูกต้องตาม กฎหมาย

1.10 ผู้รับใบอนุญาตต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้อำนวยการสถานีที่ได้ กระทำไป ในการควบคุม ดูแลและบริหารกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

## 2. รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การจัดผังรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้ (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551, 2551)

2.1 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน ต้อง กำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับ บริการ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

2.2 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็น ข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

2.3 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ต้องมีรายการที่ผลิตเอง ในสัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศกำหนด รายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

2.4 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการที่ได้รับ

2.5 การออกอากาศรายการบางประเภท ผู้รับใบอนุญาตต้องเสนอผังรายการให้คณะกรรมการอย่างน้อย 15 วัน ก่อนวันเริ่มให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์

2.6 หากผู้รับใบอนุญาตต้องการเปลี่ยนแปลงผังรายการที่คณะกรรมการเห็นชอบแล้ว ให้เสนอคณะกรรมการพิจารณาก่อนทำการเปลี่ยนแปลง ไม่น้อยกว่า 7 วัน

2.7 ห้ามออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ทำให้เกิดการสับล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อการศึกษาทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง มิฉะนั้นคณะกรรมการมีหน้าที่พิจารณา ตรวจสอบและสามารถสั่งให้ระงับการออกอากาศได้

2.8 ผู้รับใบอนุญาตต้องมีการบันทึกรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้ว เก็บไว้ในเทปหรือวัสดุโทรทัศน์ หรือด้วยวิธีการที่สามารถถ่ายทอกลับมาเป็นรายการนั้นได้

### 3. บทลงโทษ

สำหรับบทลงโทษ ผู้ที่ฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 สามารถสรุปได้ ดังนี้ (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551, 2551)

3.1 ผู้ใดใช้คลื่นความถี่สำหรับการประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ หรือประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ หรือให้บริการนอกเหนือจากกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ โดยไม่ได้รับใบอนุญาตต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปีหรือปรับไม่เกิน 5 ล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกิน 5 หมื่นบาท ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

3.2 ผู้รับใบอนุญาตที่ฝ่าฝืนมาตรา 9 หรือประกาศของคณะกรรมการที่ออกตามมาตรา 31 หรือมาตรา 32 ต้องโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 3 ล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกิน 3 หมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

3.3 ผู้รับใบอนุญาตที่กระทำใดๆ เพื่อให้เกิดการรบกวนต่อการรับส่งหรือแพร่สัญญาณ เสียงหรือภาพของผู้รับใบอนุญาตรายอื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปีหรือปรับไม่เกิน 3 ล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละไม่เกิน 3 หมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืน

3.4 ผู้ที่ผลิต นำเข้า จำหน่ายหรือมีไว้เพื่อจำหน่าย หรือรับติดตั้งเครื่องรับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ เพื่อให้บุคคลอื่นนำไปใช้รับหรือแปลงสัญญาณในการรับรายการของกิจการ



กระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก โดยไม่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ ต้องโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปีหรือปรับไม่เกิน 2 ล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

กล่าวโดยสรุป พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้ระบุหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่จะประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ไว้ตามลักษณะและประเภทของผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทบริการสาธารณะ ประเภทชุมชนและประเภทประกอบกิจการทางธุรกิจ ซึ่งแต่ละประเภทก็มีสัดส่วนของเนื้อหาสาระ และการจัดผังรายการที่แตกต่างกันไปด้วย หากผู้ประกอบการใดที่ฝ่าฝืนระเบียบก็ต้องถูกลงโทษ ตามเงื่อนไขของคณะกรรมการ ทั้งโทษจำคุก โทษปรับ รวมไปถึงการระงับออกอากาศ

## แนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของนานาประเทศ

ประเทศไทยได้มีแผนเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณระบบดิจิทัล ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2557 แต่ในต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณเป็นระบบดิจิทัลเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งแต่ละประเทศก็ใช้ระบบมาตรฐานของโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2-1 ดังนี้ (ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 2558: ออนไลน์)

1. มาตรฐาน ATSC (American Advance Television System) ได้รับการพัฒนาขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2537 ข้อดีคือ ผู้ชมสามารถรับชมได้สะดวกเพราะใช้เพียงสายอากาศที่ติดตั้งบนหลังคา (Roof-Top) หรือสายอากาศแบบพกพาเคลื่อนย้ายได้ (Portable) ก็จะสามารถรับสัญญาณได้ดี โดยในปัจจุบันมีประเทศที่ใช้บริการ ATSC จำนวน 10 ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นประเทศในทวีปอเมริกาเหนือและอเมริกากลาง

2. มาตรฐาน DVB-T (Digital Video Broadcasting - Terrestrial) ได้รับการพัฒนาขึ้นในทวีปยุโรป เมื่อปี พ.ศ. 2541 ข้อดีคือ ครอบคลุมพื้นที่เขตบริการได้ดี ทั้งในบริเวณที่ไม่มีคลื่นวิทยุรบกวนและในบริเวณที่มีคลื่นวิทยุรบกวน มีความทนทานต่อสภาพการรับสัญญาณซ้ำซ้อนจากคลื่นวิทยุที่สะท้อนจากภูเขา อาคารหรือสิ่งก่อสร้าง และสามารถรับสัญญาณเดียวกันกับที่ส่งออกมาจากสถานี สามารถส่งหลายๆ สถานีพร้อมกันได้ ปัจจุบันมีประเทศที่ใช้ระบบนี้ประมาณ 120 ประเทศทั่วโลก ส่วนใหญ่เป็นประเทศในทวีปยุโรป เอเชีย แอฟริกาและอเมริกาใต้

3. มาตรฐาน ISDB-T (Integrated Service Digital Broadcasting- Terrestrial) ได้รับการพัฒนาในประเทศญี่ปุ่น เมื่อปี ค.ศ.1999 สามารถให้บริการสื่อผสม (Multimedia) อื่นๆ เช่น การกระจายข้อมูล (Data Broadcasting) ได้พร้อมกัน ปัจจุบันมีประเทศญี่ปุ่น บราซิล อาร์เจนตินา เปรู และปารากวัย ที่ใช้ระบบนี้

4. มาตรฐานดีทีเอ็มบี (DTMB) ได้พัฒนาเมื่อปี พ.ศ. 2544 มีเป้าหมายในการพัฒนาให้เป็นโทรทัศน์ดิจิทัล ให้บริการภาคพื้นดินทั้งแบบรับอยู่กับที่ตามบ้านเรือนและแบบมือถือที่เคลื่อนที่ได้ ปัจจุบันประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศกัมพูชาและประเทศลาว ใช้ระบบนี้

5. มาตรฐาน DVB-T2 (Digital Video Broadcasting - Second Generation Terrestrial) เป็นระบบที่ปรับปรุงมาจากมาตรฐาน DVB-T ในปี พ.ศ. 2549 ข้อดีคือ สัญญาณมีความคงทน ยืดหยุ่นในการใช้งาน มีเทคนิคการเข้ารหัสสัญญาณที่มีประสิทธิภาพสูง ปัจจุบันมีประเทศที่ใช้ระบบ DVB-T2 ประมาณ 38 ประเทศทั่วโลก

#### ตารางที่ 2-1 แสดงการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของนานาประเทศ

ประเทศ	มาตรฐานที่เลือกใช้	เปลี่ยนผ่านสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล ยุติระบบโทรทัศน์อนาล็อก (ASO: Analogue Switch Off)
ลักเซมเบิร์ก	DVB-T	1 กันยายน พ.ศ.2549
เนเธอร์แลนด์	DVB-T	11 ธันวาคม พ.ศ.2549
ฟินแลนด์	DVB-T	1 กันยายน พ.ศ.2550
แอนดอร์รา	DVB-T	25 กันยายน พ.ศ.2550
สวีเดน	DVB-T	15 ตุลาคม พ.ศ.2550
สวิสเซอร์แลนด์	DVB-T	26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550
เบลเยียม	DVB-T	3 พฤศจิกายน พ.ศ.2551
เยอรมัน	DVB-T	25 พฤศจิกายน พ.ศ.2551
สหรัฐอเมริกา	ATSC	12 มิถุนายน พ.ศ.2552
ญี่ปุ่น	ISDB-T	24 กรกฎาคม พ.ศ.254

ที่มา: ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 “โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital Television)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

[http://www.tv5.co.th/technics/tec\\_02\\_digital\\_tv.html](http://www.tv5.co.th/technics/tec_02_digital_tv.html)

## การเปลี่ยนระบบโทรทัศน์ดิจิทัลในกลุ่มประเทศอาเซียน

สำหรับประเทศที่อยู่ในกลุ่มอาเซียน ส่วนใหญ่กำลังอยู่ในขั้นตอนของการเปลี่ยนผ่าน และบางส่วนอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาหาข้อมูลและทดสอบระบบ ดังนี้ (ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 2558: ออนไลน์)

1. ประเทศบรูไน เริ่มให้บริการตามมาตรฐาน DVB-T ในปี พ.ศ. 2550 ต่อมาในเดือนมกราคม พ.ศ. 2552 ได้ทดลองระบบ HDTV ซึ่งจะครอบคลุมประชากร 95% ในปี พ.ศ. 2557
2. ประเทศเมียนมาร์ เริ่มดำเนินการให้บริการ SDTV ตามมาตรฐาน DVB-T ในปีพ.ศ. 2550

3. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในปี พ.ศ. 2550 เริ่มทดลองให้บริการและได้จัดตั้ง Laos Digital TV ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง Laos National TV และบริษัทจากประเทศจีน ขณะที่อยู่ระหว่างการจัดทำแผนการเปลี่ยนผ่าน โดยมีนโยบายเปิดให้ต่างชาติมาลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบทีวีดิจิทัลอีกด้วย

4. ประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2553 เริ่มให้บริการพาณิชย์ ระบบ HDTV
5. ประเทศเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2550 เริ่มให้บริการ SDTV ตามมาตรฐาน DVB-T ปัจจุบันปรับเป็นระบบดิจิทัลแล้ว 32 จุด (Sites) จากทั้งหมด 55 จุด (Sites)

6. ประเทศสิงคโปร์ได้ทดลอง DVB-T2 ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2554 และปลายปี พ.ศ. 2563 จะยกเลิกการส่งสัญญาณอนาล็อกและเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัล

7. ประเทศอินโดนีเซีย เริ่มทดลองออกอากาศโทรทัศน์ดิจิทัล เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยใช้ระบบ DVB-T และเริ่มเปลี่ยนใช้ DVB-T2 ในไตรมาส พ.ศ. 2555 ส่วนในปี พ.ศ. 2561 จะปิดระบบอนาล็อกครบทั่วประเทศ

8. ประเทศกัมพูชา อยู่ระหว่างการทดสอบระบบดิจิทัลทีวี

9. ประเทศฟิลิปปินส์ ได้ประกาศใช้มาตรฐาน ISDB-T แต่มีคำสั่งให้ทดสอบระบบ DVB-T เพิ่มเติมและนำมาเปรียบเทียบ

จากทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ใช่สิ่งใหม่ ในต่างประเทศได้มีการเปลี่ยนผ่านใช้ระบบดิจิทัลแทนที่ระบบการออกอากาศอนาล็อกมาเป็นเวลานานแล้ว แม้ในประเทศในกลุ่มอาเซียนเองก็ตาม ต่างก็กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านมาใช้ระบบโทรทัศน์แบบดิจิทัลทั้งสิ้น ถึงแม้มาตรฐานของระบบการออกอากาศจะแตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ก็สะท้อนให้เห็นถึงข้อดีของระบบดิจิทัลและผลประโยชน์ของประชาชนที่จะได้รับชมรายการโทรทัศน์ในสัญญาณที่คมชัดและหลากหลายช่องมากยิ่งขึ้น

## ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

Roger (2003) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรม คือ ความคิด สิ่งของ การประดิษฐ์หรือ การกระทำ ที่ผู้คนรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ทั้งยังหมายถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้คนมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นและเป็นส่วนช่วยให้ระบบทางเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ นวัตกรรม ยังสามารถถูกถ่ายทอดหรือเผยแพร่ (Diffusion) ไปยังคนในสังคมเพื่อให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ (Adoption) การใช้นวัตกรรมดังกล่าว เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องไปจากสมาชิกหนึ่งของสังคมไปยังอีกสมาชิกหนึ่ง ท้ายที่สุดก็จะเกิดการยอมรับขึ้นทั้งภาคส่วน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เรียกว่า การแพร่กระจายนวัตกรรม

### 1. องค์ประกอบในการเผยแพร่ นวัตกรรม

ในการเผยแพร่ นวัตกรรม มีองค์ประกอบ 4 ส่วนด้วยกันคือ (Roger, 2003 : 11)

1.1 นวัตกรรม (Innovation) คือ ความคิดใหม่ การปฏิบัติ หรือสิ่งต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มคนรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ จนกระทั่งเกิดการยอมรับความใหม่ในนวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความรู้ใหม่ๆ ซึ่งบางคนอาจมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ในบางเวลา แต่ยังไม่เกิดทัศนคติพึงพอใจต่อนวัตกรรมนั้น จนเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งความใหม่ของนวัตกรรมจะถูกแสดงออกในแง่ของความรู้ การชักจูงหรือการตัดสินใจเพื่อยอมรับมัน

1.2 ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) คือ ตัวกลางที่สารถูกนำส่งยังผู้รับสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง ซึ่งในแง่ของการเผยแพร่ นวัตกรรม ช่องทางการสื่อสารคือ สิ่งที่นวัตกรรมถูกถ่ายทอดจากคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนหนึ่งไปยังอีกกลุ่มคนหนึ่งในสังคม ซึ่งสื่อมวลชน เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น เป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถนำส่งนวัตกรรมหรือข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารเป้าหมายจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็ว ในการสร้างความรู้หรือการตระหนักรู้ในนวัตกรรมนั้น

1.3 เวลา (Time) เกี่ยวข้องกับกระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรมในแง่ของระยะเวลาของแต่ละคน ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมต่างๆ อย่างรวดเร็ว ก่อนหรือหลังผู้อื่น

1.4 ระบบสังคม (Social System) คือ หน่วยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ไขปัญหาเพื่อบรรลุผลสำเร็จ ซึ่งสมาชิกของระบบสังคมคือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่ไม่เป็นทางการ องค์กร หรือระบบย่อยในสังคม นอกจากนี้ โครงสร้างสังคมยังมีผลกระทบต่อการเผยแพร่ นวัตกรรมด้วย เช่น บรรทัดฐานของสังคมหรือบทบาทของผู้นำทางความคิด เป็นต้น ระบบทางสังคมยังมีผลต่อการรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมของคนในสังคม รวมทั้งระยะเวลาในการยอมรับด้วย

## 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

สิ่งสำคัญในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมคือ สมาชิกเกิดการยอมรับสิ่งใหม่หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งแต่ละบุคคลก็มีปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าว ดังนี้ Rogers (2003 : 15)

2.1 ประโยชน์ของนวัตกรรมที่เกิดจากการเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่บุคคลพิจารณาเปรียบเทียบถึงข้อดีข้อเสียนวัตกรรมต่างๆ ว่ามีคุณค่าหรือประโยชน์อย่างไร และแตกต่างจากสิ่งเดิมอย่างไร

2.2 ความสอดคล้อง (Compatibility) คือ การที่บุคคลพิจารณาว่านวัตกรรมนั้นๆ สอดคล้องกับค่านิยม ประสพการณ์ของตนหรือความต้องการ หรือไม่ ซึ่งหากมีความสอดคล้องกันนวัตกรรมเหล่านั้น จะได้รับการยอมรับอย่างสูงและได้รับการเผยแพร่อย่างรวดเร็วอีกด้วย

2.3 ความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คือ การที่บุคคลคิดว่านวัตกรรมต่างๆ มีความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งานหรือไม่ หากมีการใช้งานยุ่งยากก็จะมี การเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นได้ช้ากว่านวัตกรรมที่ใช้งานได้ง่ายและสะดวก

2.4 การทดลองใช้นวัตกรรม (Trial Ability) คือ การนำนวัตกรรมไปลองใช้งาน หากนวัตกรรมใด สามารถนำไปทดลองใช้งานก่อนใช้งานจริง ก็จะได้รับ การยอมรับและเผยแพร่ได้รวดเร็วมากขึ้น

2.5 การสังเกตได้ (Observability) คือ การที่บุคคลสามารถมองเห็น สัมผัสและจับต้องนวัตกรรมต่างๆ ได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม

## 3. กลุ่มคนในการยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรม

กลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายของนวัตกรรม มี 5 ประเภทด้วยกัน และการยอมรับนวัตกรรม มีอัตราการยอมรับ (Rate of Innovation Adoption) ในแต่ละกลุ่มซึ่งแตกต่างกันออกไป ดังแสดงในแผนภาพที่ 2-1 (Rogers, 2003 : 281)

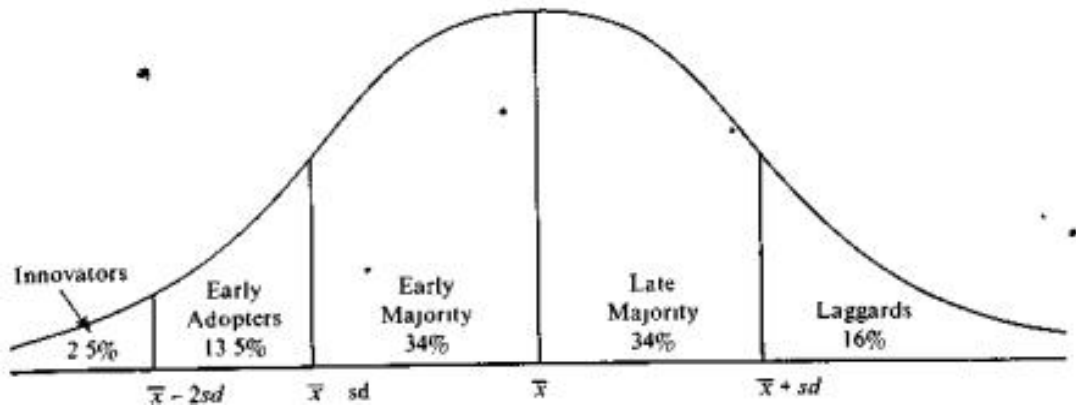
3.1 กลุ่มผู้นำ (Innovators) ในสังคมจะมีประมาณร้อยละ 2.5 กลุ่มนี้มีลักษณะชอบเสี่ยง ชอบลองสิ่งใหม่ๆ กล้าได้กล้าเสีย มีความรอบรู้ด้านเทคโนโลยี และสามารถเข้าใจในสิ่งใหม่ๆ ที่เข้ามาได้ไม่ยาก นอกจากนี้ กลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งเป็นการเริ่มต้นความคิดใหม่ๆ ในระบบสังคม โดยการนำนวัตกรรมมาจากสังคมภายนอก ดังนั้นคนกลุ่มนี้ จึงมีบทบาทในการควบคุมการไหลหรือแพร่กระจายความคิด หรือสิ่งใหม่ๆ ในระบบสังคมนั่นเอง

3.2 กลุ่มผู้ยอมรับเริ่มแรก (Early Adopters) ในสังคมจะมีประมาณร้อยละ 13.5 ชอบของใหม่ๆ เป็นผู้นำ คนกลุ่มนี้มักตรวจสอบหรือหาข้อมูลนวัตกรรมเหล่านั้นก่อนที่จะใช้

3.3 กลุ่มส่วนใหญ่ที่ยอมรับรวดเร็ว (Early Majority) ในสังคมจะมีประมาณร้อยละ 34 เป็นคนที่อยากมีสิ่งใหม่ๆ บ้าง แต่มีความรอบคอบ ลักษณะสบายๆ ง่ายๆ คนกลุ่มนี้มีปฏิกริยาบ่อยครั้งกับคนรอบข้าง

3.4 กลุ่มส่วนใหญ่ที่ยอมรับช้า (Late Majority) ในสังคมจะมีประมาณร้อยละ 34 จะยอมรับนวัตกรรมเมื่อจำเป็น ช่างสงสัย หัวโบราณ มักถูกชักจูงจากความคิดใหม่ๆ แต่ความคิดของคนรอบข้างก็มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

3.5 กลุ่มผู้ล่าช้า (Laggards) เป็นกลุ่มสุดท้ายที่ยอมรับนวัตกรรม ในสังคมจะมีประมาณร้อยละ 16 กลุ่มนี้มีความคิดว่า การมีนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต ก็เป็นสิ่งที่ดีเหมือนกัน และมักรับฟังข้อมูลจากคนอื่นมากกว่า



แผนภาพที่ 2-1 แสดงกลุ่มคนในการยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, 2003 : 281)

#### 4. การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Innovation Decision Process)

Rogers (2003 : 168) ระบุว่า ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมคือ กระบวนการที่บุคคลพิจารณายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยพิจารณาจากความรู้หรือข้อมูลที่มีอยู่แล้วนำมาเปรียบเทียบกับนวัตกรรมหรือสิ่งเดิมที่มีอยู่ ซึ่งการตัดสินใจนวัตกรรม มีกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

4.1 ขั้นการเกิดความรู้ (Knowledge) คือ การที่บุคคลรับรู้ว่ามีนวัตกรรมต่างๆ มีการค้นหา หรือมีข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ และพยายามเข้าใจวิธีการใช้

4.2 ขั้นเชิญชวน (Persuasion) คือ ขั้นที่บุคคลรู้สึกต่อนวัตกรรมต่างๆ แตกต่างกัน

4.3 ขั้นตัดสินใจ (Decision) คือ การที่บุคคลพิจารณาข้อมูล เกิดขึ้นเมื่อแต่ละคนเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

4.4 ขั้นการใช้ (Implementation) คือ การที่บุคคลใช้นวัตกรรมที่ตนเองยอมรับ

4.5 **ยืนยัน (Confirmation)** คือ การที่บุคคลพยายามหาแนวทางหรือบุคคลอื่น เพื่อยืนยันในความคิดของตนที่ยอมรับใช้ในวัตรกรรมนั้น

จะเห็นได้ว่า ในการการแพร่กระจายวัตรกรรม กว่าที่บุคคลจะเกิดการยอมรับสิ่งใหม่ก็คือ วัตรกรรมนั้น ก็มีขั้นตอนมากมายและยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับวัตรกรรม ในแต่ละคนอีกด้วย ซึ่งมีลักษณะและระยะเวลาในการยอมรับหรือปฏิเสธวัตรกรรมต่างออกไป ดังนั้น นักการตลาดควรรอคำนึงถึงปัจจัย และลักษณะของกลุ่มคนในสังคมให้มากขึ้น เพื่อจะได้สร้างวัตรกรรมหรือดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับและเลือกวัตรกรรมต่างๆ ขององค์กรต่อไป

## วิวัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยและการผลิตรายการโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นมานานแล้วและได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีข้อดีตรงที่มีทั้งภาพและเสียงให้รับชม และมีผู้รับสารจำนวนมาก ในการผลิตรายการโทรทัศน์ก็มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาโดยตลอด ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัยที่ต่างกัน เทคโนโลยีทางการถ่ายทอดสัญญาณได้มีการพัฒนาขึ้นและส่งผลดีต่อประชาชนผู้รับชมด้วย

### 1. วิวัฒนาการสื่อโทรทัศน์

ในปี ค.ศ. 1884 นายพอล นีพโคว์ (Paul Nipkow) ชาวเยอรมัน เริ่มทดลองการแพร่ภาพด้วยเทคโนโลยีแบบจักรกล โดยใช้วัตถุที่ออกอากาศมาวางไว้หลังจานกลม แล้วใช้เครื่องจักรทำให้จานนั้นหมุนด้วยความเร็วสูงมาก แสงสว่างจากด้านหลังจานกลมจะส่องไปยังวัตถุ แล้วส่งภาพของวัตถุผ่านรูขนาดเล็กที่เจาะบนผิวหน้าของจานกลมลอดออกไป นายพอล พิสูจน์ว่าแสงสว่างจากไฟฟ้กำลังสูง จะถูกแปลงเป็นกระแสไฟฟ้า และเมื่อจานกลมอีกใบที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องรับภาพ จานกลมที่หมุนด้วยอัตราเร็วสูงมาก จะแปลงสัญญาณกระแสไฟฟ้ากลายเป็นภาพปรากฏลงบนจอเครื่องรับอีกครั้งนั่นเอง (วิภา อุดมฉันท, 2546 : 28)

ต่อมา ในยุคที่เทคโนโลยีพัฒนาขึ้น เกิดเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลในทศวรรษที่ 1990 การกระจายเสียงด้วยระบบอนาล็อก (Analog) ที่ใช้กันมานาน ได้เปลี่ยนเป็นการส่งสัญญาณแบบดิจิทัล ทำให้ข้อมูล เช่น ภาพ เสียง กราฟฟิก เป็นต้น สามารถผลิต เก็บบันทึกไว้และเปลี่ยนคู่กันและกัน โดยใช้ภาษาร่วมกันคือภาษาคอมพิวเตอร์ ในส่วนการผลิตสื่อต่างๆ ก็มีวิธีการเปลี่ยนไปจากเดิมมาก มีสื่อหลัก 3 สื่อ คือ โทรทัศน์ โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต และเมื่อนำไปประยุกต์กับการสื่อสาร

ผ่านดาวเทียม สายใยนำแก้ว (Fiber Optic) และอินเทอร์เน็ต ก็ถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงและ  
วิวัฒนาการอย่างมากของสื่อโทรคมนาคม (วิภา อุดมฉันท, 2546 : 44)

### 1.1 วิวัฒนาการโทรทัศน์ในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยนั้น แนวคิดการตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ในไทย เกิดขึ้น  
หลังจาก BBC ประเทศอังกฤษแพร่ภาพวิทยุโทรทัศน์ 1 ปี โดยแรกเริ่มในปี พ.ศ. 2473 พระเจ้าบรม  
วงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ดำริให้มีโทรทัศน์ในไทยบ้าง แต่ไม่ทันดำเนินการ ก็เกิดการ  
เปลี่ยนแปลงการปกครองในปี 2475 ต่อมาในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ก็มีโครงการจัดตั้ง  
สถานีวิทยุโทรทัศน์เกิดขึ้นอีกครั้ง (สุมน อยู่สิน และยงยุทธ รักษาศรี, อ้างถึงใน อุษณีย์ ศิริสุนทร  
ไพบูลย์, 2552: 47)

### 1.2 ยุคของการโทรทัศน์ในประเทศไทย

การโทรทัศน์ในประเทศไทยแบ่งเป็น 4 ยุค คือ

#### 1.2.1 ยุคแรกของโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2495 - 2500)

ในปี พ.ศ. 2493 จอมพล ป. พิบูลสงครามมีแนวคิดจัดตั้ง  
สถานีโทรทัศน์ขึ้นในไทย เพื่อประโยชน์แก่การศึกษา การแพทย์และการสาธารณสุขของประชาชน  
โดยมอบให้กรมการโฆษณา จัดการท่าบประมาณ เพื่อเสนอของบประมาณจากสภาผู้แทนราษฎร  
แต่ปรากฏว่าประชาชนและหนังสือพิมพ์ไม่เห็นด้วย ( อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 48) จึงทำให้  
รัฐบาลได้เปลี่ยนวิธีการใหม่ โดยตั้งออกมาในรูปแบบบริษัท ซึ่งไม่ต้องของบประมาณแผ่นดิน โดย  
จัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ขึ้นในวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2495 ใช้งบ 20 ล้านบาท โดยมีกรม  
ประชาสัมพันธ์ถือหุ้นร้อยละ 55 ( สนิทธี สิทธิรักษ์, อ้างถึงในอุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 48)  
ซึ่งนี่เองคือจุดเริ่มต้นของ ช่อง 4 บางขุนพรหม

นอกจากนี้ รายการโทรทัศน์ในระยะ 2 ปีแรก มีรายการบันเทิงเป็น  
หลัก เช่น ภาพยนตร์เรื่องยาว ภาพยนตร์ชุดจากต่างประเทศ ละครหุ่นกระบอก การ์ตูน ดนตรี ซึ่งได้  
สร้างความนิยมให้แก่รัฐบาลอย่างมากในสมัยนั้น ( อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 51)

#### 1.2.2 ยุคโทรทัศน์การค้าอุปถัมภ์เผด็จการทหาร (พ.ศ. 2500 - 2515)

ยุคนี้เป็นช่วงที่รัฐบาลใช้อำนาจเผด็จการในการปกครองสามารถ  
ควบคุมสื่อ ทั้งวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงได้เบ็ดเสร็จ โดยในปี พ.ศ. 2500 จอมพลสฤษดิ์  
 ธนะรัชต์ เป็นผู้บัญชาการทหารบก ได้ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์กองทัพบกขึ้นเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์  
แห่งที่สอง ในระบบขาวดำ ซึ่งปัจจุบันคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 นั่นเอง (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์,  
2552: 52)



นอกจากนี้ มีการขยายเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ออกไปตามต่างจังหวัด ด้วยเพื่อให้ครอบคลุมทั่วประเทศและให้เอกชนเข้ามาดำเนินการ โดยกองทัพบกให้บริษัทกรุงเทพ โทรทัศน์วิทยุ จำกัด หรือช่อง 7 เข้ามาดำเนินการ และบริษัทไทยโทรทัศน์ ได้ให้สัมปทานแก่บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ในรูปแบบบริษัทร่วมทุน จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ขึ้นมา (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 52)

### 1.2.3 ยุคโทรทัศน์เอกชนขยายตัว และโทรทัศน์ของรัฐลดถอย

หลังจากเหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 โทรทัศน์ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมที่เกิดขึ้นได้ โทรทัศน์ต้องเสนอข่าวระมัดระวัง เพราะระเบียบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 กำหนดให้โทรทัศน์ปลอดการเมือง และกำหนดให้เสนอโฆษณาไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมง โทรทัศน์ช่วงนี้จึงถูกจัดระเบียบทั้งทางธุรกิจ และการเมือง (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 53)

อย่างไรก็ตาม ในเหตุการณ์ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เป็นช่องเดียวที่ทำการรายงานการปราบปรามนักศึกษา จึงทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ถูกยุบและระงับการออกอากาศไป แล้วเปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. ดำเนินการโดยรูปแบบรัฐวิสาหกิจ โดยอ้างว่าเพื่อแก้ปัญหาการขาดทุน และต่อมาในยุคนี้ ช่องสถานีเอกชนได้นำรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ของต่างประเทศฉายมากขึ้น ทำให้ได้รับความนิยมมาก จนถือได้ว่าเป็นยุคของการขยายตัวของสถานีโทรทัศน์เอกชน (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 53)

### 1.2.4 ยุคโทรทัศน์เฟื่องฟูทางธุรกิจ (พ.ศ. 2526 -2534)

เมื่อสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลาย ระบบเศรษฐกิจก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจเลยเข้ามามีบทบาทมากทำให้สื่อมวลชนมีการเติบโต เนื่องจากมีรายได้จากการโฆษณาเข้ามาทางสถานีมากยิ่งขึ้น ส่วนผู้ผลิตเองก็ได้ปรับปรุงเนื้อหาให้สนองต่อผู้รับสารมากขึ้นด้วย (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 54)

### 1.2.5 ยุคเปิดเสรีอย่างจำกัด (พ.ศ.2525 -2545)

ยุคนี้มีการปล่อยดาวเทียมดวงแรกของไทยคือ ดาวเทียมไทยคม ในการส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์มายังบ้านพักอาศัย เรียกว่าระบบ Direct to Home หรือ DTH (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2552: 55)

## 2. ลักษณะของวิทยุโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์ มีลักษณะดังต่อไปนี้ (ศุภางค์ นันตา, 2552 : 25)

2.1 คุณลักษณะทั่วไปคือ เป็นสื่อมวลชนที่มีเสียงและภาพส่งออกอากาศควบคู่กันไป ซึ่งมีประสิทธิภาพมากและสามารถส่งข่าวสาร เพื่อให้ความรู้ ความบันเทิงแก่ประชาชนได้ดี

2.2 คุณลักษณะทางเทคนิคคือ ส่งและรับภาพเสียงด้วยเครื่องส่งและเครื่องรับอิเล็กทรอนิกส์ ออกอากาศด้วยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าจากเครื่องส่งไปยังเครื่องรับที่ห่างไกล หรือใช้เทคโนโลยีการส่งรับภาพเสียงทางสายเคเบิลหรือสัญญาณดาวเทียม ซึ่งความถี่ของการส่งวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย มีย่านความถี่สูง (Very High Frequency : VHF) โดยมีความถี่ระหว่าง 30 - 380 MHz และย่านความถี่สูงยิ่ง (Ultra High Frequency : UHF) โดยมีช่วงความถี่ระหว่าง 300 - 3,000 MHz

2.3 คุณลักษณะเฉพาะของสื่อ โดยมีความเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก หลากหลายกลุ่ม สามารถรับฟังได้ทั้งภาพและเสียง มีการทำหน้าที่เสนอความจริงด้วยการรายงานภาพข่าวประกอบเสียง เช่น การถ่ายทอดสดกีฬา มีความทันเหตุการณ์หากเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ยังสามารถโน้มน้าวใจบุคคลได้ ในด้านพฤติกรรม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมได้ โดยภาพและเสียงที่ปรากฏสามารถโน้มน้าวให้ผู้ชมคล้อยตาม เลียนแบบหรือแม้แต่สะท้อนสังคมได้ เป็นต้น

### 3. ประเภทของระบบวิทยุโทรทัศน์

ระบบวิทยุโทรทัศน์ สามารถแบ่งออกโดยใช้เกณฑ์ระบบสัญญาณ เป็น 2 ระบบ คือ (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์, 2552: 179)

3.1 วิทยุโทรทัศน์ระบบอนาล็อกคือ โทรทัศน์ในระบบดั้งเดิม สัญญาณเปลี่ยนไปตามแรงกระตุ้นไฟฟ้า

3.2 วิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัลคือ วิทยุโทรทัศน์ที่สัญญาณภาพและเสียงถูกเปลี่ยนให้เป็นเลขโคตฐานสอง เพื่อให้คอมพิวเตอร์อ่านและจัดการกับข้อมูล

กล่าวโดยสรุป วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่กำเนิดมาเป็นเวลานานและยังคงได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากมีทั้งภาพและเสียง ดึงดูดใจผู้ชม แต่เมื่อเทคโนโลยีพัฒนาขึ้น ระบบการส่งสัญญาณ โทรทัศน์ก็เปลี่ยนไปด้วย จากแต่เดิมคือระบบอนาล็อก ก็กลายเป็นระบบดิจิทัลที่ทำให้ภาพและเสียงคมชัดมากยิ่งขึ้น

### แนวคิดการตลาด

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการขายสินค้าบริการไปยังผู้บริโภค เพราะเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงการจัดการ วางแผนงานต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภค ตอบสนองต่อความต้องการ และทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในที่สุด สำหรับความหมายของการตลาด Kotler และ Keller (2009, as cited in ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 17) กล่าวว่า การตลาดคือกระบวนการการบริหารที่แต่

ละบุคคลได้รับสิ่งที่ตอบสนองต่อความจำเป็น และความจำเป็นจากสิ่งที่สร้างหรือนำเสนอ ที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่นได้อย่างเสรี และยังเป็นศาสตร์ที่ช่วยเลือกเป้าหมาย หาลูกค้า รักษาและเพิ่มลูกค้า ผ่านการส่งเสริมและการสื่อสารต่างๆ อีกด้วย

## 1. แนวคิดในการทำการตลาด

Kotler (as cited in กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวานิช, 2551 : 38) ระบุว่า ในการทำการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 แนวคิด ได้แก่

1.1 ให้ความสำคัญกับการผลิต (The Production Concept) เพื่อผลิตสินค้าที่ผู้ผลิตคิดว่าควรจะมี และเมื่อสินค้าออกมา ก็จะเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค โดยจะทำการผลิตจำนวนมากต่อครั้ง ขายในราคาต่ำและจำหน่ายให้ทั่วถึง

1.2 ให้ความสำคัญกับสินค้า (The Product Concept) เพื่อผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดี จึงเน้นไปยังการพัฒนาสินค้าให้ดีที่สุด เพื่อขายไปยังผู้บริโภค

1.3 ให้ความสำคัญกับการขายสินค้า (The Selling Concept) เน้นด้านการขายสินค้าเป็นหลัก ทำการส่งเสริมการขายและเร่งขายสินค้าให้มากที่สุด โดยเชื่อว่าผู้บริโภคชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยมีแผนการส่งเสริมที่ดี

1.4 ให้ความสำคัญกับการตลาด (The Marketing Concept) โดยเชื่อว่าองค์กรจะประสบความสำเร็จด้วยการขายสินค้า เมื่อรู้ความต้องการของผู้บริโภค ก็ผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว ให้เกิดความพอใจมากและเร็วกว่าคู่แข่ง

1.5 ให้ความสำคัญกับสังคม (The Societal Marketing Concept) การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและคำนึงถึงการพัฒนาสังคมด้วย

## 2. กระบวนการตลาด

กระบวนการตลาดคือ ขั้นตอนในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด วิจัย เลือกเป้าหมายกำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งวางแผนกิจกรรมการตลาด ซึ่งทั้งหมดเป็นการสร้างคุณค่า และสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 17) ดังนี้

2.1 ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจตลาด สามารถทำได้โดยการวิจัยลูกค้าและวิจัยตลาดที่เป็นสถานที่ การบริหารข้อมูลตลาดและลูกค้า

2.2 ขั้นที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งสู่ลูกค้าคือ การเลือกลูกค้าโดยการแบ่งส่วนการตลาดและตลาดเป้าหมาย การสร้างความแตกต่าง และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2.3 ขั้นที่ 3 การสร้างโปรแกรมการตลาด ซึ่งสามารถทำได้โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างตราสินค้าให้แข็งแรง การตั้งราคา การจัดจำหน่าย ตลอดจนการสื่อสารการตลาด และส่งเสริมคุณค่าเหล่านั้นให้กับลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2.4 ขั้นที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการบริหารความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้า รวมทั้งหุ้นส่วนตลาด

2.5 ขั้นที่ 5 การสร้างคุณค่าที่สามารถทำกำไรได้ โดยการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าภักดี เพิ่มส่วนครองตลาด และการมีส่วนร่วมของลูกค้า ซึ่งธุรกิจจะรับผลในส่วนของคุณค่ากำไรและคุณค่าจากลูกค้าในระยะยาว

### 3. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment)

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดคือ แรงผลักดันที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการด้านการตลาดของกิจการที่จะตอบสนองความต้องการลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดทั้งโอกาส อุปสรรคต่อการดำเนินการตลาดได้ สำหรับสิ่งแวดล้อมการตลาดประกอบไปด้วยสิ่งแวดล้อมภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนี้ (เรนัส เสริมบุญสร้าง, 2548 : 13)

3.1 สิ่งแวดล้อมภายในคือ ปัจจัยภายในที่มีผลต่อโปรแกรมทางการตลาดของบริษัท เป็นสิ่งแวดล้อมที่สามารถควบคุมได้ โดยใช้การวางแผนร่วมกัน การกำหนดนโยบายธุรกิจ และการสื่อสารภายในองค์กร ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดและสิ่งแวดล้อมภายในอื่นๆ (เรนัส เสริมบุญสร้าง, 2548 : 13)

3.1.1 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือเรียกว่าปัจจัยทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่บริษัทสร้างขึ้นมาใช้กับเป้าหมาย เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเป็นเครื่องมือสร้างอิทธิพลต่อผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 26) ประกอบด้วย

3.1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ “สิ่งที่ธุรกิจเสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ” (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 22)

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เกิดจากการที่สินค้าถูกผลิตออกมามากนั้น ต้องตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าด้วย อาจเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัสได้ หรือเป็นการบริการ ซึ่งนักการตลาด ก็ได้กำหนดรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ไว้ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 22)

1) สินค้า (Goods) คือ สิ่งที่ธุรกิจเสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นของลูกค้า ให้เกิดความพอใจ

2) บริการ (Services) คือ กิจกรรมหรือประโยชน์ที่สัมผัสไม่ได้ โดยการนำเสนอจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง

3) ประสบการณ์ (Experience) คือ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

4) เหตุการณ์ (Events) โดยนักการตลาดจะทำการส่งเสริมการขายตามสถานการณ์ เช่น การแข่งขันกีฬา งานแสดงสินค้า เป็นต้น

5) บุคคล (Persons) คือ ผู้ที่มาช่วยการบริหารงานหรือเป็นที่ปรึกษาทางการตลาดของบริษัท

6) กรรมสิทธิ์ (Properties) คือ สิทธิที่แสดงความเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน

7) องค์กร (Organizations) คือ โครงสร้างนโยบายบริษัท เป็นระบบการจัดการเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือกลุ่มคนที่ทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย

8) สารสนเทศ (Information) คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นำมาพิจารณาว่าอะไร ควรผลิตหรือทำการตลาด

9) ความคิด (Ideas) คือ ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจมองเห็นความเป็นไปได้ในการนำเสนอเข้าสู่ตลาด

3.1.1.2 ราคา (Price) คือ ราคาที่ผู้ขายสินค้าตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้า โดยตั้งขึ้นจาก ค่าใช้จ่ายในการผลิตและทำการตลาดร่วมกับกำไรที่ผู้ขายคาดว่าจะได้รับ ซึ่งราคาถือว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคตีความและรับรู้ในสินค้าต่างกัน เช่น สินค้าราคาแพง ทำให้ผู้บริโภคมักคิดว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี เป็นต้น (กัลยกร วรกุลลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวณิช, 2551 : 42)

3.1.1.3 การจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ไปยังผู้ซื้อและใช้ เช่น ยานพาหนะเคลื่อนที่นำสินค้าไปส่ง ตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่ง ค้าปลีก เป็นต้น นอกจากนี้ นักการตลาดใช้ช่องทางการขาย (Selling Channels) เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น ตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าปลีก ธนาคาร บริษัทประกันภัย เป็นต้น ที่ทำให้การค้าสะดวกขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552 : 25) นอกจากนี้ ในส่วนของกลยุทธ์การจัดจำหน่ายสามารถทำได้โดยการจัดจำหน่ายแบบพิเศษเฉพาะ โดยอนุญาตให้เพียงตัวแทนจำหน่ายรายเดียวมีสิทธิในการขายสินค้า หรือการจัดจำหน่ายที่เพิ่มกระจายร้านค้าสินค้ามากขึ้น แต่ยังคงจำหน่ายอยู่เฉพาะร้านค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะ ที่เหมาะสมกับสินค้าและการจัดจำหน่ายที่เพิ่มกระจายสินค้าไปในร้านค้าทุกร้านที่มีโอกาสขาย เพื่อให้เกิดการครอบคลุม (กัลยกร วรกุลลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวณิช, 2551 : 43)

3.1.1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอสินค้าภายใต้ราคาที่กำหนด และมีการจัดจำหน่าย ซึ่งได้จัดวางสินค้าไว้แล้ว เพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการ และเกิดการแลกเปลี่ยนกันในที่สุด สำหรับเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดนั้นมีหลายเครื่องมือ อันได้แก่ (กัลยกร วรกุลลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวณิช, 2551 : 43)

1. โฆษณา (Advertising) คือ เครื่องมือที่สามารถสื่อสารจุดขายหลักหรือตำแหน่งสินค้าได้ดี และเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก
  2. พนักงานขาย (Personal Selling) คือ การติดต่อสื่อสารแบบระหว่างบุคคล โดยการเผชิญหน้ากับลูกค้าเพื่อยอดขาย
  3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) คือ เครื่องมือที่เน้นการเพิ่มยอดขายสินค้าในเวลาสั้น โดยใช้สิ่งล่อใจพิเศษ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อในเวลาสั้น เช่น การลดราคา
  4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ เครื่องมือที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร
  5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ การสื่อสารจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง
  6. สื่อโฆษณา ณ จุดซื้อ (Point of Purchase) คือ เครื่องมือการสื่อสารที่อยู่ ณ จุดที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า
  7. เครื่องมืออื่นๆ เช่น การจัดแสดงสินค้า การเป็นผู้อุปถัมภ์สินค้า หรือการทำสื่อพิเศษ เป็นต้น
- 3.1.1.5 สิ่งแวดล้อมภายในอื่นๆ ได้แก่ (เรนัส เสริมบุญสร้าง, 2548 : 15) การผลิต (Production) ผู้ที่อยู่ในส่วนการผลิตทำหน้าที่ในการจัดทำหรือสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) ออกมาเพื่อจำหน่าย นอกจากนี้ฝ่ายการผลิตยังทำงานร่วมกับการตลาดในการพยากรณ์การขาย วางแผนกำลังการผลิต กำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลูกค้าเป้าหมาย และคำนวณต้นทุนการผลิต
- 3.1.1.6 การเงินและบัญชี (Finance and Accounting) เกี่ยวข้องกับการตลาดในการจัดหาเงินทุน วางแผนกำไรและการบริหารการเงิน
- 3.1.1.7 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ประกอบด้วยการจัดการบุคลากรที่มีส่วนในการสร้างประสิทธิภาพของบริษัท
- 3.1.1.8 ที่ตั้งบริษัท (Company Location) คือทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของบริษัทเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางธุรกิจให้การตลาดลุล่วงด้วยดี และเป็นความสะดวกในการติดต่อของลูกค้ารวมถึงผู้ที่เข้ามาติดต่อกับบริษัทด้วย
- 3.1.1.9 การวิจัยและพัฒนา (Research) เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

3.1.1.10 ภาพลักษณ์บริษัท (Company Image) ภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติและความเชื่อที่ดีแก่สินค้า นำไปสู่ความไว้วางใจของลูกค้าต่อบริษัทและสร้างกำไรรายได้ในที่สุด

3.1.1.11 ระบบสารสนเทศ (Management Information System) คือ การเก็บรวบรวม รักษา แยกแยะ วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนสนับสนุนช่วยในการตัดสินใจและควบคุมธุรกิจต่างๆ เป็นต้น

3.2 สิ่งแวดล้อมภายนอกคือ ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable Factors) ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด เป็นการสร้างข้อได้เปรียบหรือโอกาสหรืออุปสรรคก็ได้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น (เรนัส เสริมบุญสร้าง, 2548 : 16)

โดยสรุป การตลาดเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ หากมีแผนการตลาดที่ดีและกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ เข้าใจส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ และนำมาประยุกต์ใช้ให้ถูกต้อง ก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อหรือเปิดรับ หรือใช้สินค้าบริการต่างๆ ขององค์กรและนำไปสู่เป้าหมายสุดท้ายคือกำไรในที่สุด

## แนวคิดการเปิดรับสื่อ

### 1. ผู้รับสาร

ในการศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น ต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายในการรับชมรายการโทรทัศน์ ทำให้ทราบว่าเป็นใครคือผู้รับสารเป้าหมาย มีลักษณะ ความต้องการ หรือสนใจอะไร สามารถตีความสารออกมาในรูปแบบไหน และมีการตอบสนองต่อรายการที่รับชมอย่างไร นอกจากนี้ ยังช่วยให้ทางรายการสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ว่า จะออกแบบสารหรือรูปแบบรายการให้ตอบสนองและตรงความต้องการผู้รับชมอย่างไรอีกด้วย

#### 1.1 ลักษณะประชากรของผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 112)

1.1.1 อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความคิดพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยปกติคนที่มีอายุน้อย มักมีความคิดแบบเสรีนิยมมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก ซึ่งเป็นผู้ที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยม นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างเรื่องความยากง่ายในการชักจูงอีกด้วย โดยผู้ที่มีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือจงใจจะน้อยลง อีกทั้งความต้องการต่างๆ ก็แตกต่างกันด้วย

เช่น ผู้สูงอายุจะคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่คนหนุ่มสาวจะคำนึงถึงการศึกษา ความยุติธรรมในสังคม นอกจากนี้ ในด้านการรับสื่อ ผู้ที่มีอายุมาก มักดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาและข่าว ซึ่งต่างจากเด็กสมัยใหม่ที่นิยมความบันเทิงมากกว่า

1.1.2 เพศ มีงานวิจัยมากมายที่แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงและชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม ทักษะคิด เพราะวัฒนธรรมทางสังคมที่ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมไว้ เช่น ผู้หญิง มักอ่อนไหว เจ้าอารมณ์ เป็นแม่ศรีเรือน บางครั้งยังถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายจะใช้เหตุผลมากกว่าการตัดสินใจ มักโทษอุปสรรคมากกว่าตนเอง เป็นต้น

1.1.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจคือ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว สถานะทางสังคมเศรษฐกิจทำให้ผู้คนมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทักษะคิดที่ต่างกัน เช่น ในด้านเชื้อชาติ คนจีนอาจคิดว่าการมีลูกมากๆ เป็นเรื่องที่ดี เป็นต้น

1.1.4 การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษาต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ก็มีความรู้สึก ความคิด อุดมการณ์และความต้องการต่างกัน เช่น ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี หรือมีความรู้กว้างขวาง และมักไม่เชื่ออะไรง่ายๆ เป็นต้น

1.1.5 ศาสนา การนับถือศาสนาส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมผู้รับสาร เช่น บางศาสนา มีความเชื่อว่าไม่ควมกำเนิด หรือบางศาสนามีการสนับสนุนความคิดเรื่องทรัพย์สินส่วนบุคคล การค้าแบบเสรี เป็นต้น ในขณะที่บางศาสนาก็สนับสนุนการเมืองอย่างเด่นชัด

## 1.2 ประเภทผู้รับสาร

ในการพิจารณาผู้รับสาร ต้องตระหนักเสมอว่า แม้จะกำหนดผู้รับสารเป้าหมายแล้ว โอกาสที่สารจะถูกส่งไปยังผู้รับก็อาจมีอุปสรรคและผิดพลาด โดยเฉพาะสื่อสารมวลชนซึ่งไม่สามารถควบคุมผู้รับสารได้ ดังนั้นในการพิจารณาเรื่องผู้รับสารจึงแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 ประเภทคือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 119)

1.2.1 ผู้รับสารเป้าหมาย (Intended Receivers) คือผู้รับสารที่เห็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารต้องการทำการสื่อสารหรือส่งสารยังบุคคล กลุ่มๆ หนึ่ง ต้องการให้บุคคลกลุ่มนั้นได้รับสาร ต้องมีอิทธิพลต่อพวกเขาซึ่งอาจเรียกผู้รับสารประเภทนี้ว่า กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) สำหรับในแวดวงสื่อสารมวลชนก็มักมีการกำหนดสารออกเป็นสื่อเฉพาะ เพื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เช่น วารสารทางวิชาการ นิตยสารสตรี นิตยสารกีฬา เป็นต้น

1.2.2 ผู้รับสารที่ไม่เป็นเป้าหมาย (Unintended Receivers) คือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารไม่ต้องการส่งสารออกไปยังบุคคลกลุ่มนี้ ไม่ต้องการให้สารมีอิทธิพล แต่พวกเขาได้รับโดยบังเอิญหรือรับสารนั่นเอง เช่น เด็กบังเอิญตื่นมาแล้วได้ดูรายการโทรทัศน์ตอนดึก เป็นต้น



## 2. การเลือกรับสารของผู้รับสาร

เมื่อมีข้อมูลข่าวสารถูกนำเสนอออกมาผ่านสื่อต่างๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการคัดเลือกสารต่างๆ ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547 : 280)

2.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือ แนวโน้มที่ผู้รับเลือกสนใจหรือเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย เช่น ทักษะจิตของผู้รับสาร ภูมิหลัง ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ศาสนา เป็นต้น โดยผู้คนมักแสวงหาข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องหรือสนับสนุนกับทัศนคติที่มีอยู่

2.2 การเลือกรับรู้หรือเลือกแปลความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามที่สนใจแล้ว ข่าวสารนั้นๆ ก็จะผ่านกระบวนการที่สองคือ การแปลความหมายของสารที่ได้รับเพื่อให้เข้าใจเนื้อหาของแหล่งสารนั้น ซึ่งก็ต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ทักษะจิต ความเชื่อ และปัจจัยอื่นๆ เช่นกัน (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547 : 280) นอกจากนี้ในการเลือกรับรู้ของผู้รับสาร มีรูปแบบดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2556 : 124)

2.2.1 การเลือกเปิดรับสิ่งเร้า (Selective Exposure) คือ การที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับสิ่งที่ตนสนใจเท่านั้น โดยส่วนใหญ่ผู้รับสารมักเปิดรับสิ่งที่ทำให้ตนรู้สึกสบายใจ หลีกเลียงสิ่งที่เป็นทุกข์และยังเลือกสิ่งที่ยืนยันความมั่นใจของตนด้วย

2.2.2 การป้องกันตนเอง (Perceptual Defense) คือ การที่ผู้บริโภคมักมีการป้องกันสิ่งเร้าที่คุกคามจิตใจเข้ามาในการรับรู้ของตน เช่น ผู้ที่สูบบุหรี่ ไม่สนใจคำเตือนหน้าซอง เป็นต้น

2.2.3 การปิดกั้น (Perceptual Blocking) คือ ผู้ที่ป้องกันตนเองจากข้อมูลข่าวสารมากมาย โดยการปิดกั้นไม่ให้ข้อมูลนั้นเข้ามาในกระบวนการรับรู้ การใช้รีโมทคอนโทรลเปลี่ยนช่องหรือปิดเสียงโทรทัศน์ เมื่อมีโฆษณา เป็นต้น

2.3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะจิต ความคาดหวัง ดังนั้นสารที่ถูกส่งมาจึงไม่ได้อยู่ในความทรงจำของผู้รับสารทั้งหมด

จากทั้งหมดนั้น การวิเคราะห์ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ เป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้รับสารคือ องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร ผู้ผลิตรายการควรคำนึงถึงลักษณะพฤติกรรม ความสนใจของผู้ชมด้วย ก่อนที่จะผลิตรายการเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ตรงตามความต้องการผู้รับสารที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปเสมอ นั่นเอง

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเองและการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นของวัยรุ่น

อัญชัน สันติชัยกุล (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง และการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุ 15-19 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งออกได้เป็น 10 รูปแบบคือ 1) ตามแฟชั่นและกระแสนิยม 2) มุ่งมั่นจริงจัง 3) คนดีของสังคม 4) อนุรักษ์นิยม 5) รักสบายไม่สนใจโลก 6) ผู้ชีวิต 7) บันทึบนิยม 8) ยึดมั่นในศีลธรรม 9) มีความคิดรอบคอบและชอบเล่นเกมส์ และ 10) บ้านแสนสุข

การรับรู้เกี่ยวกับตนเองตามที่เป็นจริงและการรับรู้เกี่ยวกับตนเองและทางสังคมของวัยรุ่น มีลักษณะสอดคล้องกันในทุกคุณลักษณะ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบตามแฟชั่นและกระแสนิยม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่น และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักสบายไม่สนใจโลก อนุรักษ์นิยม ผู้ชีวิตรวมทั้งมีความคิดรอบคอบและชอบเล่นเกมส์ มีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในส่วนของการรับรู้เกี่ยวกับตนเองและการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์กันทั้งทางบวกและทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 2. การเปิดรับและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย

ชานนท์ ศิริธร (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการเปิดรับและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่า เจเนอเรชั่นวายเปิดรับสื่อมากกว่าเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และเจนเนอเรชั่นวายยังมีการเป็นเจ้าของนวัตกรรม การยอมรับนวัตกรรมและความสนใจนวัตกรรมส่วนบุคคลมากกว่าเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 3. การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

เทิตรีฐู แววศักดี (2556) ศึกษาถึงการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน สำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน ในด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแอปพลิเคชัน โดยเฉลี่ยต่อเดือนและด้านการใช้แอปพลิเคชันแตกต่างกัน

การยอมรับนวัตกรรมในด้านสอดคล้องกับความต้องการและการยอมรับนวัตกรรมในด้านสามารถทดลองการใช้ได้ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแอปพลิเคชัน โดยเฉลี่ยต่อเดือน การยอมรับนวัตกรรมในด้านสอดคล้องกับความต้องการ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน ด้านการเคยซื้อแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนโดยเฉลี่ยต่อเดือน การยอมรับนวัตกรรมในด้านการได้ประโยชน์มากกว่าเดิมที่เข้ามาแทนที่และการยอมรับนวัตกรรม ในด้านไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน ด้านการใช้แอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนเฉลี่ยต่อวัน

### 4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา

นิตินยา ศรีพูล (2558) ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ในระดับต่ำมีคะแนนเฉลี่ย 8.02 คะแนน ( S.D. = 4.812 ) ข้อที่มีผู้ตอบถูกมากที่สุดสามลำดับคือ การรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ต้องจ่ายค่าบริการรายเดือนเพิ่มเติม มีผู้ตอบถูก ร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ โทรทัศน์ระบบดิจิทัลคือ ระบบส่งสัญญาณภาพพื้นดินแบบใหม่ที่จะมาแทนที่การส่งแบบอนาล็อกที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (แบบเก่า) มีผู้ตอบถูก ร้อยละ 57.25 และโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีคุณภาพสัญญาณภาพและเสียงที่ดีกว่าระบบอนาล็อก มีผู้ตอบถูก ร้อยละ 55.00 ส่วนข้อที่มีผู้ตอบถูกน้อยที่สุดคือ กสทช. กำหนดให้ร้านค้ากล่อง Set-Top Box มีบริการหลังการขาย 3 ปี มีผู้ตอบถูกเพียง ร้อยละ 22.75

ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ประชาชนที่มีเพศและช่วงอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่แตกต่าง

กันและประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Scheffe พบว่าประชาชนที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ต่ำกว่าประชาชนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและสำเร็จการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 2.3 ประชาชนที่มีการรับรู้เกี่ยวกับการแพร่ภาพของโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต่างกัน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยค่าสถิติ Scheffe พบว่า ประชาชนที่รับทราบว่ามี การแพร่ภาพของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล และรับชมเป็นประจำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลสูงกว่าประชาชนอีก สองกลุ่มคือรับทราบแต่ไม่สามารถรับชมได้และรับทราบและรับชมเป็นบางครั้งที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ .01

## 5. ความรู้และความคาดหวังต่อโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนใน

### กรุงเทพมหานคร

ญาฎา ศรีวิฑูรย์ และ พรทิพย์ เข็นจะบก (2558) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีผลต่อความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ศึกษาความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผลวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 (S.D.= 0.720) ช่วงคะแนน 1 - 5 ระดับของความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.40 (S.D.= 2.651) จากคะแนนเต็ม 16 โดยที่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลและความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล มีความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.210

### สรุป

ดังที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ในการศึกษาปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลในหลายส่วนมาประกอบกัน เนื่องจากประเทศไทยเพิ่งจะเปลี่ยนผ่านจากการแพร่โทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัลเมื่อไม่นานมานี้ จึงต้องอาศัยข้อมูลวิวัฒนาการ โทรทัศน์ของประเทศไทยและศึกษาระบบการเปลี่ยนผ่านของต่างประเทศ ทั้งยุโรป อเมริกาและประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วย นอกจากนี้การศึกษาปัญหาของการ

เปลี่ยนผ่านยังต้องคำนึงถึงพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เนื่องจากเป็นกฎหมายที่ออกมาควบคุมและกำกับสถานีโทรทัศน์และผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลโดยตรงและที่สำคัญ ยังต้องคำนึงถึงผู้บริโภคในแง่ของการยอมรับนวัตกรรม ตามทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และแนวความคิดตลาดซึ่งจะเกี่ยวกับการสร้างกลยุทธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ท่ามกลางการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจำนวนมากให้อยู่รอดในสถานการณ์ที่การเปลี่ยนผ่านยังไม่นิ่งเหมือนในต่างประเทศ

นอกจากนี้ ข้อมูลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความคาดหวังและความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับระบบโทรทัศน์ดิจิทัล จากนักวิจัยที่เคยศึกษาจะทำให้สามารถอธิบายปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยได้อย่างดีและมีความน่าเชื่อถืออีกด้วย

## บทที่ 3

### โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย

#### ภาพรวมกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

กิจการโทรทัศน์มีความสำคัญ เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงทุกเพศ ทุกวัย ได้จำนวนมาก อีกทั้งเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงสามารถทำให้ผู้รับชม สามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้อย่างดี ในประเทศไทยสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ ผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial Telecom) แบบไม่บอกรับสมาชิกหรือฟรีทีวี ซึ่งมีจำนวน 6 ช่อง และมีจำนวนครัวเรือนที่เข้าถึงบริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน คิดเป็นร้อยละ 40 ของครัวเรือนที่มีโทรทัศน์ และผ่านระบบเคเบิล (Cable Television) รวมทั้งระบบผ่านดาวเทียม (Satellite Television) ประมาณ 750 ช่อง โดยมีจำนวนครัวเรือนที่เข้าถึงบริการโทรทัศน์ระบบเคเบิลและดาวเทียมประมาณร้อยละ 60 ของครัวเรือนที่มีโทรทัศน์

นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงระบบสัญญาณจากระบบอนาล็อก เป็นระบบดิจิทัลเพื่อให้ประชาชนสามารถรับชมรายการได้คมชัดมากขึ้นและมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ได้ชนะการประมูลคลื่นความถี่ผลิตรายการโทรทัศน์มากมาย ตามเกณฑ์ของกฎหมายพระราชบัญญัติ และการกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

#### โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

โทรทัศน์ระบบดิจิทัล คือการส่งเสียงและภาพด้วยสัญญาณดิจิทัลที่เป็นมีค่า "0" กับ "1" มีประสิทธิภาพสูง ภาพคมชัดและเสียงสมจริงมากขึ้น

##### แผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ เป็นระบบดิจิทัล

หลังจากที่ประเทศไทยได้ใช้ระบบการส่งสัญญาณอนาล็อกเป็นเวลานานแล้ว ก็มีแผนเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณระบบดิจิทัล ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2557 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนดให้มีการทดลองออกอากาศทีวีระบบดิจิทัล ซึ่งการปรับเปลี่ยนการส่งสัญญาณดังกล่าวต้องใช้เวลา และมีแผน

กำหนดในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งแผนเปลี่ยนดังกล่าวจะเป็นแนวทางและกรอบในการดำเนินการ โดยอ้างอิงตามสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ โดยมีแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ พ.ศ. 2555 เป็นแนวทางให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากิจการโทรทัศน์ของประเทศให้รองรับความต้องการ และความจำเป็นพื้นฐานการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับคุณภาพชีวิต นอกจากนี้เพื่อสร้างกลไกให้เกิดการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์อย่างเป็นธรรม ให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึงในระบบดิจิทัล และเพื่อสนับสนุนให้กิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเจริญก้าวหน้าอีกด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

นอกจากนี้ สำหรับแผนการเปลี่ยนระบบการรับสัญญาณดังกล่าว ยังเกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐและพันธกรณีระหว่างประเทศ ตามที่ในการประชุม AMRI ครั้งที่ 11 ณ ประเทศมาเลเซีย ก็มีมติว่า ให้กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนใช้ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล มาตรฐานระบบ Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System (DVB-T2) ร่วมกันด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

## การกำกับดูแลนโยบายที่เกี่ยวข้อง

### 1. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการอนุญาตใช้คลื่นความถี่ และการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ถูกต้อง ทัวถึง เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของเนื้อหารายการที่มีคุณภาพหลากหลาย เชื่อถือได้ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ได้ ดังนี้ (สรุปข้อสนเทศ, 2556 : 10)

1. การอนุญาตใช้คลื่นความถี่และการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2. การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

3. การคุ้มครองผู้บริโภคในการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. การส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร

5. การพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการ

6. การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ระบบดิจิทัล

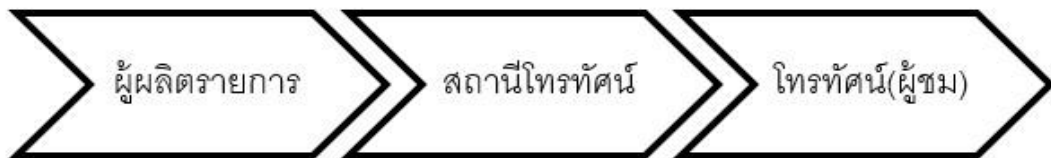
7. การพัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อองค์กรที่กำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. แนวทางการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี

ในอดีตการส่งสัญญาณโทรทัศนระบบอนาล็อก เป็นลักษณะห่วงโซ่การให้บริการแบบกิจกรรม ทุกขั้นตอนดำเนินการโดยสถานีโทรทัศน์ที่กำหนดผังรายการไปจนถึงพื้นที่ออกอากาศ ทำให้ผู้ผลิตต้องอาศัยสถานีโทรทัศน์ที่มีจำกัด เพื่อเผยแพร่รายการไปยังประชาชน

แต่ในปัจจุบัน เมื่อมีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเกิดขึ้น ทำให้การเปลี่ยนผ่านดังกล่าว นอกจากจะเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้คลื่นความถี่ให้รองรับรายการมากขึ้น และคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้นแล้ว ยังทำให้กิจการโทรทัศน์มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ดังนั้นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและเสรี จึงเป็นสิ่งที่ควรตระหนักจำเป็น ต้องมีแนวทางการเปิดโอกาสให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ด้วยการลดการผูกขาดจากการกำกับดูแลตามห่วงโซ่ การให้บริการวิทยุโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการที่มีทางเลือกในการเข้าถึงช่องทางที่นำพารายการไปยังประชาชนกว้างขวาง และตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

แผนภาพที่ 3-1 แสดงการเปรียบเทียบการให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อกและระบบดิจิทัล (สรุปข้อสนทศ, 2556 : 13)



ก ห่วงโซ่การให้บริการโทรทัศน์ระบบอนาล็อก

ข ห่วงโซ่การให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

นอกจากนี้ แนวทางการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี ยังจำเป็นต้องกำหนดมาตรฐานการรับส่งสัญญาณ แผนความถี่วิทยุโทรทัศน์ การอนุญาตใช้คลื่นความถี่ การยุติสัญญาณ





กรอบเวลาการเปลี่ยนผ่าน ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปนี้

## 2.1 การกำหนดมาตรฐานการรับส่ง

การกำหนดมาตรฐานการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลสำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial Television Broadcasting, DTTB) เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับแนวทางการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี เพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ และทำให้การเปลี่ยนผ่านของระบบมีประสิทธิภาพ ดังนี้ ด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

### 2.1.1 มาตรฐานการรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล (Transmission)

กำหนดให้รองรับระบบ DVB-T2 เป็นมาตรฐานการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย

### 2.1.2 มาตรฐานความคมชัดของภาพ (TV Presentation Format)

กำหนดให้มีช่องรายการทั้งในมาตรฐานความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD) และมาตรฐานความคมชัดสูง (High Definition : HD)

### 2.1.3 มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณภาพ (Video Compression)

กำหนดให้ใช้มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณสำหรับกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลเป็น MPEG-4 AVC/H.264 เพื่อให้การใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานสากล

### 2.1.4 มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณเสียง (Audio Compression)

กำหนดให้ใช้มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณเสียงสำหรับกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล โดยมีมาตรฐานขั้นต่ำเป็น MPEG-4 HE AAC v2 และมีมาตรฐานทางเลือกเป็นการบีบอัดสัญญาณเสียงที่รองรับการทำงานแบบ 5.1 ช่องเสียง โดยไม่กำหนดเทคโนโลยี เพื่อให้รองรับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น

## 2.2 การวางแผนความถี่

สำหรับแนวทางการวางแผนความถี่ มีหลักเกณฑ์ในการใช้งานคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ดังนี้ด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

2.2.1 กำหนดให้ใช้คลื่นความถี่สูงยิ่ง (UHF) สำหรับการส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งต้องสอดคล้องกับแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และตารางการกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติด้วย

2.2.2 การวางแผนคลื่นความถี่วิทยุ จะพิจารณาการวางแผนแบบโครงข่ายความถี่

เดี่ยว (Single Frequency Network ; SFN) และแบบโครงข่ายหลายความถี่ (Multi Frequency Network : MFN) ซึ่งต้องคำนึงถึงการป้องกันการรบกวนซึ่งกันและกัน และประสิทธิภาพการใช้งานด้วย

2.2.3 ต้องคำนึงถึงประโยชน์จากโครงข่าย และสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.2.4 ให้คำนึงการใช้คลื่นความถี่ และข้อตกลงกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.2.5 ให้บริการได้ทั้งระดับชาติ ภูมิภาคและท้องถิ่น โดยอิงพื้นที่เชิงเทคนิค

## 2.3 การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ การประกอบกิจการ และการยุติการรับส่งสัญญาณ

การอนุญาตใช้คลื่นความถี่และการประกอบกิจการประกอบด้วย การกำหนดสิทธิในการใช้คลื่นความถี่ สิทธิในการประกอบกิจการและสิทธิในการติดตั้ง และการใช้อุปกรณ์ที่ต่างกันไปตามลักษณะของกิจการ ซึ่งผู้ที่ได้รับสิทธิในการใช้คลื่นความถี่ ต้องประกอบกิจการด้วยตนเอง แต่อาจให้บุคคลอื่นเช่าเวลาบางส่วนได้ ตามเกณฑ์ที่กำหนดตามพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

กำหนดให้การใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียง หรือ โทรทัศน์ ต้องได้รับใบอนุญาต และส่วนของการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการประกอบกิจการทางธุรกิจ ใช้วิธีการประมูลคลื่นความถี่ ซึ่งใบอนุญาตดังกล่าวเป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ได้รับใบอนุญาต ไม่สามารถโอนให้กันได้ หรือจะมอบการบริหารจัดการทั้งหมดหรือบางส่วน หรือยินยอมให้ผู้อื่นเป็นผู้มีอำนาจประกอบกิจการแทน ก็ไม่ได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการ โทรทัศน์ แต่ไม่ได้ประกอบกิจการที่ใช้คลื่นความถี่นั้นภายในระยะเวลาที่ กสทช. กำหนด หรือนำคลื่นความถี่ไปใช้ในกิจการนอกวัตถุประสงค์ หรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข มีการผูกขาดหรือไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน มีการควมรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ การครอบงำกิจการ ซึ่งขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร ก็อาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่ได้ ด้วย (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

ในส่วนมาตรการในการสนับสนุนการยุติการรับส่งสัญญาณระบบอนาล็อกในมิติต่างๆ มาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนอุปกรณ์รับสัญญาณในระบบดิจิทัล สำหรับผู้มีรายได้น้อย และมาตรการสนับสนุนการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบดิจิทัลด้วย โดยผ่านกลไกของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ การพัฒนาฐานการผลิตของประเทศในระยะยาว รวมถึงการจัดทำแผนสื่อสาร

ประชาสัมพันธ์และประสานงานในการให้ข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ด้วย (สรุปข้อเสนอเทศ, 2556)

นอกจากนี้ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ก็ได้กำหนดกรอบระยะเวลาของการออกใบอนุญาตให้บริการกิจการบริการสาธารณะ ภายในปี พ.ศ. 2555 และใบอนุญาตให้บริการกิจการทางธุรกิจและใบอนุญาตให้บริการกิจการบริการชุมชนภายในปี พ.ศ. 2556 เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณ ในระบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่องที่ชัดเจน ถูกต้องและเป็นรูปธรรม ด้วย (สรุปข้อเสนอเทศ, 2556)

แผนภาพที่ 3-2 แสดงประกาศหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติสำคัญ (สรุปข้อเสนอเทศ, 2556)

ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2555	ภาพรวมการอนุญาต การให้บริการ
ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล พ.ศ.2556	เงื่อนไขเฉพาะสำหรับบริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกให้ใช้คลื่นความถี่ในกิจการ โทรทัศน์ เพื่อประกอบกิจการทางธุรกิจ พ.ศ.2556	วิธีการและกฎการประมูล
ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่ให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556	รายละเอียดของการประมูล โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

## รายละเอียดเกี่ยวกับใบอนุญาต

การให้ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติด้วยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ พ.ศ. 2556 ซึ่งรายละเอียดของส่วนต่างๆ มีดังนี้ (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

### 1. คลื่นความถี่ที่อนุญาต

สำหรับคลื่นความถี่ที่พิจารณาอนุญาตให้ใช้ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ คือความถี่ตามแผนความถี่วิทยุ โดยที่ผู้รับใบอนุญาตมีสิทธิใช้

คลื่นความร่วมมือกับผู้รับใบอนุญาตภายใต้เงื่อนไขของ กสทช. ซึ่งแบ่งหมวดหมู่ในการให้บริการ ดังนี้

### 1.1 หมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว

คือการให้บริการโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการส่งเสริมการเรียนรู้ การศึกษาใน วิชาการสาขาต่างๆ รายการสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กเยาวชน ส่งเสริม ความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัว โดยที่เนื้อหารายการและเวลาออกอากาศรายการต้องมีความปลอดภัยเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน ไม่มีเนื้อหาที่รุนแรง ผิดศีลธรรม ผิดกฎหมาย ใช้ภาษาที่หยาบคายและคำนึงความเท่าเทียมในสังคม ทุกกลุ่ม รวมทั้งหลักเกณฑ์การจัดผังรายการ เนื้อหา ที่ไม่ผิดระเบียบที่กำหนดไว้

สำหรับหลักเกณฑ์การประมูลใบอนุญาตของหมวดหมู่เด็ก เยาวชนและ ครอบครัวเป็น ดังนี้

1.1.1 ใบอนุญาตสำหรับหมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัวมีทั้งสิ้น 3 ใบอนุญาต เป็นให้บริการแบบความคมชัดปกติ

1.1.2 ราคาขั้นต่ำในการประมูล เริ่มต้นที่ 140,000,000 บาท

1.1.3 การเสนอเพิ่มราคาให้เสนอเพิ่มขึ้นครั้งละ 2,000,000 บาท

1.1.4 หลักประกันการประมูล จำนวนร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ

1.1.5 หมายเลขลำดับการให้บริการ ได้แก่หมายเลข 13 14 และ 15

### 1.2 หมวดข่าวสารและสาระ

คือการให้บริการโทรทัศน์ที่เน้นการนำเสนอรายการที่เป็นการเผยแพร่ ข่าวสารสาระ ข้อเท็จจริง วิเคราะห์ ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และความเท่าเทียมกันของประชาชนในสังคม โดยการนำเสนออย่างเที่ยงตรง รอบด้าน อิสระและเป็นกลาง โดยต้องมีสัดส่วนข่าวสาร สาระต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 รวมทั้งเป็นไปตาม หลักเกณฑ์เกี่ยวกับผังรายการ เนื้อหารายการ ที่ไม่ขัดกับกฎหมาย และการนำเสนอรายการข่าวสาร ต้องกระจายให้เหมาะสม ซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 หรือตามที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์กำหนด

สำหรับหลักเกณฑ์การประมูลและการขอรับใบอนุญาตหมวดหมู่ข่าวสาร สาระ ได้แก่

1.2.1 ใบอนุญาตสำหรับหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ มีทั้งสิ้น 7 ใบอนุญาต เป็นการให้บริการแบบความคมชัดปกติ

1.2.2 ราคาขั้นต่ำในการประมูลเริ่มต้นที่ 220,000,000 บาท

- 1.2.3 การเสนอเพิ่มราคาให้เสนอเพิ่มขึ้นครั้งละ 2,000,000 บาท
- 1.2.4 หลักประกันการประมูล จำนวนร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ
- 1.2.5 หมายเลขลำดับการให้บริการ ได้แก่หมายเลข 16 17 18 19 20 21

และ 22

### 1.3 หมวดหมู่รายการทั่วไป แบบความซัดปกติ

คือการให้บริการโทรทัศนที่นำเสนอรายการเป็นไปตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด โดยออกอากาศแบบความคมชัดปกติ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1.3.1 ใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศนในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดปกติ มีทั้งสิ้น 7 ใบอนุญาต

- 1.3.2 ราคาขั้นต่ำในการประมูลเริ่มต้นที่ 380,000,000 บาท
- 1.3.3 การเสนอเพิ่มราคาให้เสนอเพิ่มขึ้นครั้งละ 5,000,000 บาท
- 1.3.4 หลักประกันการประมูล จำนวนร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ
- 1.3.5 หมายเลขลำดับการให้บริการ ได้แก่ หมายเลข 23 24 25 26 27 28

และ 29

### 1.4 หมวดหมู่รายการทั่วไปแบบความคมชัดสูง

คือการให้บริการโทรทัศนที่นำเสนอรายการที่เป็นไปตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด และไม่ขัดกับกฎหมาย โดยออกอากาศในแบบความคมชัดสูงตามมาตรฐานที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศนกำหนด โดยมีหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1.4.1 ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในหมวดหมู่ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดสูงมีทั้งสิ้น 7 ใบอนุญาต

- 1.4.2 ราคาขั้นต่ำในการประมูลเริ่มต้นที่ 1,510,000,000 บาท
- 1.4.3 การเสนอเพิ่มราคาให้เสนอเพิ่มขึ้นครั้งละ 10,000,000 บาท
- 1.4.4 หลักประกันการประมูล จำนวนร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ
- 1.4.5 หมายเลขลำดับการให้บริการ ได้แก่ หมายเลข 30 31 32 33 34 35

และ 36

## 2. ระยะเวลาการอนุญาต

ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ และใบอนุญาตประกอบกิจการให้บริการ โทรทัศนในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติมีอายุ 15 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุญาต ในส่วนของการสิ้นสุดการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ นอกจากกรอบกำหนดระยะเวลาข้างต้นแล้ว

ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่อาจสิ้นผล ตามเหตุแห่งการสิ้นสุดการอนุญาต ตามที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สรุปรหัสสนเทศ, 2556)

### 2.1 ภาระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและเงินรายปีเข้ากองทุน

การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการให้ใช้คลื่นความถี่และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการ โดยที่ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่นั้น ให้ถือว่าเงินที่ได้จากการประมูลคลื่นความถี่เป็นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งต้องชำระเมื่อได้รับใบอนุญาต และค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ประกอบการให้ชำระเป็นรายปี (สรุปรหัสสนเทศ, 2556)

ในส่วนของการนำส่งเงินรายปีเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะในอัตราร้อยละ 2 ของรายได้ก่อนหักรายจ่ายที่ได้จากการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม และรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่ได้รับใบอนุญาต หรือตามอัตรา และระยะเวลาที่ กสทช. กำหนด

### 2.2 เงื่อนไขและขอบเขตในการอนุญาต

สำหรับเงื่อนไขและขอบเขตในการอนุญาตนั้น การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ เป็นการให้บริการโทรทัศน์เป็นการทั่วไป ให้เป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สรุปรหัสสนเทศ, 2556)

นอกจากนี้การเลือกหมายเลขลำดับการให้บริการในแต่ละหมวดหมู่ โดยเรียงตามลำดับผู้ชนะการประมูล แต่กรณีที่ชนะการประมูลด้วยราคาเท่ากัน ให้ใช้วิธีการจับสลาก และในส่วนของการเลือกใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ให้เลือกโดยผู้ชนะการประมูลที่มีราคาสูงสุด เรียงตามลำดับของทุกหมวดหมู่รวมกัน และกรณีที่ชนะการประมูลด้วยราคาเท่ากันก็ให้ใช้วิธีการจับสลากเช่นกัน

## 3. กระบวนการขอรับใบอนุญาต

สำหรับกระบวนการขอรับใบอนุญาต มีขั้นตอนดังนี้ (สรุปรหัสสนเทศ, 2556)

1. ขั้นตอนที่ 1 คือการเชิญชวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมประมูลคลื่นความถี่ โดยการประกาศ จำหน่ายเอกสารประมูล รวมทั้งมีการชี้แจงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขอรับใบอนุญาต ก่อนและหลังการจำหน่ายเอกสารการประมูล
2. ขั้นตอนที่ 2 คือการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นคำขอ และจะประกาศรายชื่อผู้เข้าร่วมการประมูล

3. ขั้นตอนที่ 3 คือการชี้แจงรายละเอียดการประมูลคลื่นความถี่ มีการประชุมเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมการประมูล และการประมูกรอบสาริตด้วย

4. ขั้นตอนที่ 4 คือการประมูลคลื่นความถี่ โดยการจัดดำเนินการประมูล ประกาศรับรองผลการประมูล และเลือกลำดับหมายเลขบริการ

5. ขั้นตอนที่ 5 คือการดำเนินการตามเงื่อนไขก่อนได้รับใบอนุญาต โดยการขอใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ การดำเนินการตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

#### 4. การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตความถี่

ผู้ที่ชนะการประมูลการอนุญาตใช้คลื่นความถี่ต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เท่ากับราคาที่ชนะการประมูล ซึ่งต้องมีการแยกชำระสองส่วนคือ เงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในส่วนของราคาขั้นต่ำ และเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (สรุปข้อสนเทศ, 2556)

4.1 การชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในส่วนของราคาขั้นต่ำ ให้แบ่งชำระ 4 งวด คือ งวดที่ 1 จำนวนร้อยละ 50 ของราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการเป็นผู้ชนะการประมูลพร้อมวางหนังสือค้ำประกัน งวดที่ 2 ร้อยละ 30 ภายใน 30 วัน นับแต่ครบกำหนดระยะเวลา 1 ปี ที่ได้รับอนุญาต งวดที่ 3 ร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วันตั้งแต่วันครบกำหนดระยะเวลา 2 ปี ที่ได้รับอนุญาต และงวดที่ 4 จำนวนร้อยละ 10 ของราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน นับแต่ครบกำหนดระยะเวลา 3 ปี ที่ได้รับอนุญาต

4.2 การชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ให้แบ่งชำระ จำนวน 6 งวด คือ

งวดที่ 1 จำนวนร้อยละ 10 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือแจ้งการเป็นผู้ชนะการประมูล

งวดที่ 2 จำนวนร้อยละ 10 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน นับแต่ครบกำหนดระยะเวลา 1 ปีที่ได้รับอนุญาต

งวดที่ 3 จำนวนร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน เมื่อครบกำหนดเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้รับอนุญาต

งวดที่ 4 จำนวนร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่รับใบอนุญาต

งวดที่ 5 จำนวนร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 4 ปี นับตั้งแต่วันที่รับใบอนุญาต



งวดที่ 6 จำนวนร้อยละ 20 ของเงินในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ภายใน 30 วัน เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาต

## 5. การให้ใบอนุญาต

ผู้ที่ชนะการประมูลที่จะได้รับสิทธิเป็นผู้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ในงวดที่ 1 ตามเงื่อนไขที่กำหนด ของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และต้องดำเนินการขอใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์กับผู้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลให้เสร็จภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการเป็นผู้ชนะการประมูล (สรุปข้อเสนบทศ, 2556)

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ผู้ชนะการประมูลไม่ดำเนินการภายในเวลาที่กำหนด จะถือว่าสละสิทธิ์และไม่สามารถเรียกคืนค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่เกิดจากการขอรับใบอนุญาตได้

นอกจากนี้ ทาง กสทช. จะให้ใบอนุญาตแก่ผู้ชนะการประมูลหลังจากที่ปฏิบัติ ตามเงื่อนไขดังกล่าวอย่างครบถ้วนและถูกต้องแล้ว

## วิธีการและกฎการประมูล

วิธีการประมูลคลื่นความถี่โทรทัศน์ดิจิทัล มีดังนี้ (ข้อเสนบทศ, 2556 : 32)

1. การประมูลจะแยกตามหมวดหมู่ที่กำหนด ซึ่งการประมูลในแต่ละหมวดหมู่ มีระยะเวลา 60 นาที
2. ในระหว่างเวลาการประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลมีสิทธิเสนอราคาก็ครั้งก็ได้
3. การเสนอราคาครั้งแรกในการประมูลจะต้องเสนอราคาที่สูงกว่าราคาเริ่มต้น การเสนอเพิ่มราคาในแต่ละครั้งจะต้องเสนอราคาที่สูงกว่าราคาที่ตนเองได้เสนอในครั้งก่อนหน้า โดยจะต้องเสนอราคาเพิ่มขึ้นเป็นลำดับตามที่กำหนด
4. เมื่อเริ่มการประมูลในแต่ละหมวดหมู่ ผู้เข้าร่วมการประมูลต้องเสนอราคาครั้งแรกภายใน 5 นาทีแรกของเวลาการประมูล ไม่เช่นนั้นถือว่าไม่ต้องการเข้าร่วมการประมูล และถูกตัดสิทธิ์เป็นผู้ชนะการประมูล รวมถึงราคาต่ำสุดของกลุ่มผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล
5. ในระหว่างเวลาการประมูล ผู้เข้าร่วมการประมูลจะทราบสถานะและลำดับการมีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล รวมถึงราคาต่ำสุดของกลุ่มผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล

6. เมื่อครบกำหนดเวลาการประมูล หากมีผู้เข้าร่วมการประมูลเสนอราคาเท่ากัน จนทำให้มีจำนวนผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูลเกินกว่าจำนวนใบอนุญาตในแต่ละหมวดหมู่ ให้ขยายเวลาการประมูลออกไปอีกครั้งละ 5 นาที

7. เมื่อครบกำหนดเวลาการประมูล หากมีผู้เข้าร่วมการประมูลเสนอราคาเท่ากัน จนทำให้มีจำนวนผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูลเกินกว่าจำนวนใบอนุญาตในแต่ละหมวดหมู่ ให้ขยายเวลาการประมูลออกไปอีกครั้งละ 5 นาที แต่ในกรณีที่มีการขยายเวลาออกไปแล้ว ไม่มีการเสนอราคาเพิ่มขึ้น ให้ผู้เข้าร่วมการประมูลที่เสนอราคาเท่ากัน จับสลากเพื่อหาผู้ชนะการประมูลให้มีจำนวนเท่ากับใบอนุญาตในแต่ละหมวดหมู่

8. ให้ผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล ลงนามรับรองราคาสุดท้ายที่เสนอไว้

นอกจากนี้ ในส่วนของการสิ้นสุดการประมูลนั้น คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์จะประกาศรับรองผลการประมูลภายใน 15 วัน นับตั้งแต่สิ้นสุดเวลาการประมูล ในแต่ละหมวดหมู่ และผู้ชนะการประมูลในหมวดหมู่นั้น ได้ลงนามรับรองราคาสุดท้ายที่ตนเสนอ แล้ว และเมื่อคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประกาศรับรองผลการประมูล แล้วให้ถือว่าการประมูลสิ้นสุดลง

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ หรือเพื่อประโยชน์ในการบริหารคลื่นความถี่ให้มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีสิทธิปรับเปลี่ยน รูปแบบ กระบวนการ วิธีการและกฎการประมูล รวมถึงการหยุดพัก หรือยกเลิก การประมูลได้

## หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป

หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป อยู่ในประกาศ คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม มีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมให้ประชาชนได้รับบริการโทรทัศน์ขั้นพื้นฐานได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งใน หลักเกณฑ์ฉบับนี้ ได้ให้ความหมายของ “การประกอบกิจการโทรทัศน์” ไว้ว่า คือการให้บริการ โทรทัศน์เพื่อให้บริการการส่งข่าวสารสาธารณะ หรือรายการไปยังเครื่องรับที่สามารถรับชมและ รับฟังการให้บริการนั้นๆ ได้ ไม่ว่าจะส่งโดยผ่านระบบคลื่นความถี่ ระบบสาย ระบบแสง ระบบ แม่เหล็กไฟฟ้าหรือระบบอื่น ระบบใดระบบหนึ่ง หรือหลายระบบรวมกันและคำว่า “บริการ

โทรทัศนที่เป็นการทั่วไป” คือบริการโทรทัศนที่ใช้คลื่นความถี่ที่ผู้ใช้บริการสามารถรับชมได้เป็นการทั่วไป โดยไม่กำหนดเงื่อนไขในการได้รับบริการทั้งหมด (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศนที่ให้บริการเป็นการทั่วไป, 2555 : 14)

ในส่วนของเนื้อหาที่อยู่หลักเกณฑ์ฉบับนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศนที่ให้บริการเป็นการทั่วไป, 2555 : 14)

1. การให้บริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไป ประกอบด้วยบริการโทรทัศนประเภทบริการสาธารณะบริการโทรทัศน ประเภทกิจการทางธุรกิจหรือบริการโทรทัศนอื่นใดที่คณะกรรมการกำหนด

2. ผู้ให้บริการโทรทัศน ที่เป็นการทั่วไป จะต้องให้บริการโทรทัศนตามผังรายการ โดยมีเนื้อหาเดียวกันทุกช่องทาง ทั้งในระบบภาคพื้นดินและระบบผ่านดาวเทียมอย่างต่อเนื่อง ไม่มีการปิดกั้นช่องทาง การได้รับบริการทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน

3. ผู้ให้บริการเรียกเก็บค่าบริการ ค่าตอบแทน ค่าดำเนินการหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดจากประชาชน ผู้ใช้บริการไม่ได้

4. ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศนที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไป มีหน้าที่ต้องให้ประชาชนได้รับบริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไปได้โดยตรงอย่างต่อเนื่อง และไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทำซ้ำ คัดแปลง ผังรายการหรือเนือหารายการ

5. ผู้ให้บริการโครงข่ายอาจเรียกเก็บค่าตอบแทนการใช้หรือเชื่อมต่อ โครงข่ายอย่างสมเหตุสมผล เป็นธรรม และไม่เป็นการเลือกปฏิบัติหรือตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

6. ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศนที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการโทรทัศนแบบบอกรับสมาชิก หรือผู้ให้บริการโทรทัศนแบบบอกรับสมาชิกที่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง มีหน้าที่ต้องให้สมาชิกได้รับบริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไปได้โดยตรงอย่างต่อเนื่องและไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทำซ้ำ คัดแปลง ผังรายการหรือเนือหารายการ

7. กรณีการให้บริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไป ประเภทกิจการทางธุรกิจ ผู้ให้บริการ อาจเลือกการให้บริการโทรทัศนที่เป็นการทั่วไป ประเภทกิจการทางธุรกิจเพื่อให้ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิก สามารถรับชมในประเภทหรือหมวดหมู่รายการใด หรือหลายประเภทหรือหลายหมวดหมู่รวมกันก็ได้ แต่ต้องเป็นการเลือกตามลำดับ และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด และไม่มีการเปลี่ยนแปลง ผังรายการ เนือหารายการ และการจัดลำดับช่องรายการ

8. การดำเนินการจะต้องเสนอต่อคณะกรรมการ เพื่อขอความเห็นชอบก่อน และเมื่อได้รับความเห็นชอบ ให้ผู้ให้บริการ ให้บริการตามที่ได้รับความเห็นชอบอย่างน้อยหนึ่งปี

9. การเปลี่ยนแปลงประเภทหรือหมวดหมู่รายการจะทำได้ เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ก่อนทำการเปลี่ยนแปลงไม่น้อยกว่า 60 วัน

10. ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ โครงข่ายโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ ผู้ประกอบกิจการ โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกหรือผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ที่มีโครงข่ายเป็นของตนเองหรือผู้ทดลองแพร่ภาพกระจายเสียงที่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง มีหน้าที่ต้องดำเนินการให้ผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกสามารถรับชมบริการ โทรทัศน์ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป, 2555 : 14)

## สรุปผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูล

ในการเปลี่ยนผ่านระบบการแพร่สัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบ ดิจิทัลนั้น มีผู้ที่ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมการประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อ ให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติโดยแบ่งตามหมวดหมู่ ให้บริการดังนี้ (ซึ่งชุมทรัพย์'ทีวีดิจิตอล' กสท.ชนประมูลโปร่งใส 26-27 ธันวาคมนี้, 2556)

### 1. หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว

มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 6 ราย ได้แก่ บริษัท โรสมิเดีย แอนด์ เอ็น เตอร์เทนเมนท์ จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท เนชั่น คิวส์ จำกัด และบริษัท ทู ดีทีที จำกัด

### 2. หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ

มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 10 ราย ได้แก่ บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด, บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด, บริษัท ไอ-สปอร์ต มีเดีย จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท โพลด์ ทีวี จำกัด, บริษัท 3เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด, บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด, บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด และบริษัท โมโน เจนเนอเรชั่น จำกัด

### 3. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (ทั่วไป SD)

มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 16 ราย ได้แก่ บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด, บริษัท อาร์.เอส.ทีเลวิชั่น จำกัด, บริษัท โฟร์ วัน วัน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, บริษัท ทริปเปิล วิ บรอดคาสท์ จำกัด, บริษัท บีบีทีวี แชนแนลวิชั่น จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท พัง ทีวี จำกัด, บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด, บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด, บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท ทู ดีทีที จำกัด, และ บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

### 4. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (ทั่วไป HD)

มีผู้ซื้อเอกสารการประมูลจำนวน 9 ราย ได้แก่ บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด, บริษัท พีเอ็ม กรุ๊ป จำกัด, บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด, บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ทริปเปิล วิ บรอดคาสท์ จำกัด และบริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด

## สรุปผู้ชนะการประมูล

หลังจากมีผู้ประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติจำนวนมากนั้น หลังจบการประมูลมีผู้ชนะการประมูลช่องทั้งสิ้น 17 ราย 24 ช่อง สรุปได้ดังต่อไปนี้ (“ชิมลาง 1 เม.ย. คู่มือทีวีดิจิทัล”, 2557 : 9)

#### 1. ช่องประเภทรายการทั่วไป ความคมชัดสูง (HD)

มีทั้งสิ้น จำนวน 7 ใบอนุญาต มีผู้เข้าประมูลจำนวน 9 ราย ราคาเริ่มต้นประมูลของเริ่มที่ 1,510 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลได้แก่ บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (สถานีโทรทัศน์ ช่อง 3) เสนอราคาสูงสุด 3,530 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด เสนอราคา 3,460 ล้านบาท บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7) เสนอราคา 3,370 ล้านบาท บริษัท ทริปเปิล วิ บรอดคาสท์ จำกัด (ไทยรัฐทีวี) เสนอราคา 3,360 ล้านบาท บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เสนอราคา 3,340 ล้านบาท

นอกจากนี้ ยังมี 2 บริษัทที่เสนอราคาเท่ากันคือ บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด และบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด เสนอราคาเท่ากันที่ 3,320 ล้านบาท

#### 2. ช่องรายการทั่วไป ความคมชัดมาตรฐานปกติ (SD)

มีใบอนุญาตจำนวน 7 ใบอนุญาต ราคาการประมูลเริ่มต้นที่ 380 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลได้แก่ บริษัทไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด (เวิร์คพอยท์) เสนอราคาสูงสุด 2,355 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ บริษัททรู ดิจิทัล จำกัด เสนอราคา 2,315 ล้านบาท บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด เสนอราคา 2,290 ล้านบาท บริษัทบีไอซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) เสนอราคา 2,275 ล้านบาท บริษัทอาร์เอส เทเลวิชั่น จำกัด เสนอราคา 2,265 ล้านบาท บริษัทโมโน บรอดคาสท์ จำกัด เสนอราคา 2,250 ล้านบาท และบริษัทเบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสต์ จำกัด (ในเครือหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น) เสนอราคา 2,200 ล้านบาท

### 3. ช่องข่าว

ราคาประมูลตั้งต้น ที่ 220 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลราคาสูงสุดคือบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (ในเครือเนชั่นกรุ๊ป) เสนอราคาสูงสุด 1,338 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ บริษัทวอยซ์ทีวี เสนอราคา 1,330 ล้านบาท บริษัท ไทยทีวี จำกัด เครือเนติยสารทีวีพูล เสนอราคา 1,328 ล้านบาท บริษัท สปริงนิวส์ จำกัด เสนอราคา 1,318 ล้านบาท บริษัทไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (ทีเอ็นเอ็น) ในเครือทรู วิชั่นส์ เสนอราคา 1,316 ล้านบาท บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด หรือเดลินิวส์ทีวี เสนอราคา 1,310 ล้านบาท และลำดับสุดท้าย บริษัท 3 เอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เสนอราคา 1,298 ล้านบาท

### 4. ช่องเด็ก

ราคาเริ่มต้นการประมูล 140 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลที่ 1 ได้แก่ บริษัท บีไอซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) เสนอราคา 666 ล้านบาท บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เสนอราคา 660 ล้านบาท และบริษัท ไทยทีวี จำกัด ในเครือทีวีพูล เสนอราคา 648 ล้านบาท

โดยสรุปช่อง 3 ได้รับใบอนุญาตไปได้มากที่สุดที่ 3 ช่อง ได้แก่ ช่อง HD ช่องข่าว และช่องเด็ก ซึ่งเป็นจำนวนช่องเพดานสูงสุดที่ กสทช. กำหนด ใช้เงินไปทั้งสิ้น 6,471 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการที่ได้ใบอนุญาต 2 ใบ มีทั้งสิ้น 4 ราย ได้แก่ จีเอ็มเอ็มแถมมี ได้ช่อง HD และ SD ใช้เงินไปสิริรวม 5,610 ล้านบาท กลุ่มทรู ซึ่งประมูลได้ช่อง SD และข่าว ใช้เงินไป 3,631 ล้านบาท รองลงมาคือกลุ่มเนชั่นคว่าช่อง SD และข่าวไปในราคารวม 3,538 ล้านบาท และกลุ่มทีวีพูล คว่า 2 ช่องข่าวและเด็ก ในวงเงิน 1,976 ล้านบาท ทั้งหมด กสทช. ได้รับเงินจากการประมูลไปทั้งสิ้น 50,862 ล้านบาท

แผนภาพที่ 3-3 แสดงสรุปผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง (“เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น” ทีวีดิจิตอล”เมืองไทย,” 2557 : 8)

<h2 style="text-align: center;">ผู้ชนะประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง</h2>							
ช่องข่าวสาร 7 ช่อง		ช่องเด็กและครอบครัว 3 ช่อง		ช่องHD 7 ช่อง		ช่องSD 7 ช่อง	
ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)
1. กลุ่มเนชั่น	1,338	1. บีอีซี-บิลคิมเดีย	666	1. บีอีซี-บิลคิมเดีย	3,530	1. ไทย บรอดคาสติ้ง	2,355
2. วอซทีวี	1,330	(ช่องง)		(ช่องง3)		(เวิร์คพอยท์)	
3. ทีวีพูล	1,328	2. อสมท (ช่อง9)	660	2. บางกอกมီเดีย	3,460	2. ทู ดีที	2,315
4. สปริงนิวส์	1,318	3. ไทยทีวี (ทีวีพูล)	648	(นบปรนส่ง ป้าคทงใจ)		3. จีเอ็มเอ็มแกรมมี	2,290
5. ทีเอ็นเอ็น (ทรูวิชั่นส์)	1,316			3. กรุงเทพโทรทัศน์	3,370	4. บีอีซี-บิลคิมเดีย	2,275
6. เคล็ดนิวส์ทีวี	1,310			และวิทยุ(ช่อง7)		(ช่องง3)	
7. 3เอมาร์เก็ตติ้ง	1,298			4. ไทยรัฐทีวี	3,360	5. อาร์เอส เทเลวิชั่น	2,265
				5. อสมท	3,340	6. โมโน บรอดคาสท์	2,250
				6. อมรินทร์	3,320	7. กลุ่มเนชั่น	2,200
				7. จีเอ็มเอ็มแกรมมี	3,320		
<b>รวม 9,238</b>		<b>รวม 1,974</b>		<b>รวม 23,700</b>		<b>รวม 15,950</b>	
<b>รวมมูลค่าประมูล 50,862 ล้านบาท</b>							

### สรุป

จากทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีแผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล หลังจากที่ประเทศไทยได้ใช้ระบบการส่งสัญญาณอนาล็อกเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2557 ที่ผ่านมา ซึ่งถือว่าเป็นผลดีต่อประชาชนที่มีโอกาสได้เลือกชมรายการอย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว ส่งผลให้มีปัญหาเกิดขึ้นในหลายๆ ส่วน และมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการเช่นกัน เนื่องจากประเทศไทยเพิ่งจะมีการเปลี่ยนผ่านไม่นานนักและมีจำนวนช่องสถานีเพิ่มมากขึ้นจากเดิม รวมเป็น 24 ช่อง ถึงแม้จะมีเกณฑ์ของกฎหมายพระราชบัญญัติและการกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มาควบคุมดูแลให้การ

เปลี่ยนผ่านดังกล่าวเป็นไปได้ด้วยความเรียบร้อยก็ตาม ซึ่งประเด็นปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านนี้เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มที่เกี่ยวข้องและจะสรุปผลการวิจัยให้เห็นถึงปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยตามขอบเขตการวิจัยและข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ในบทต่อไป



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย และศึกษาถึงแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว ศึกษาโดยการสืบค้นข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กสทช. (Regulators) จำนวน 1 ราย
2. ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จำนวน 3 ราย
3. ผู้ชม/ประชาชน (Viewers) จำนวน 6 ราย
4. ตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer) จำนวน 1 ราย

ขอบเขตเวลาในการศึกษาเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” ทำการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2557 – มิถุนายน 2558 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายน 2558 และพบผลการวิจัย ดังนี้

### ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

#### กลุ่มที่ 1 กสทช. (Regulator)

##### 1.1 ปัญหาด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมูล

ปัญหาการเปลี่ยนผ่านในมุมมองของ ดร.นที สุกลรัตน์ เห็นว่า เกิดจากศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมูลเอง ที่มีความคาดหวังด้านผลประกอบการ และแผนทางธุรกิจที่ไม่มีความสอดคล้องกัน ไม่เข้าใจว่าการเปลี่ยนผ่านต้องใช้เวลา ไม่สามารถเปลี่ยนได้ในทันที โดยยกตัวอย่างช่องอนาล็อกเดิม อย่างเช่น ช่อง 3 และช่อง 7 ที่เคยผ่านภาวะการขาดทุนกันมาก่อน ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจจึงทำให้ผู้เข้าประมูลผิดหวัง เมื่อพบกับสภาพการแข่งขันจริง

“ปัญหา คือ ความไม่เข้าใจของผู้ประกอบการที่เข้ามา ซึ่งมีหลายๆ คนที่เข้ามาประมูล ขณะการประมูลแล้วคิดว่าตัวเองจะเป็นช่อง 3 ตัวเองจะเป็นช่อง 7 ไม่เคยไปศึกษาว่าช่อง 3 ช่อง 7 เจ้าขาดทุนกันมาอย่างไรบ้าง แล้วก็ไม่ได้ศึกษาว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่าน มันไม่สามารถจะไปได้ในพริบตาจริงๆ ตอนประมูล ทุกคนพูดทั้งนั้นว่า ต้องสายป่านยาวพอสมควร คิดว่าต้องขาดทุนประมาณ 4 ปี 5 ปี แต่พอขาดทุนปีที่ 1 ก็ใจเสียแล้ว มันไม่สามารถจะเป็นช่อง 3 ช่อง 7 ได้ เพราะมีทีวี 6 ช่อง พอมีทีวี 24 ช่อง

มันเป็นไปได้ที่จะมีช่อง 3 และช่อง 7 24 ช่อง วันนี้มีอย่างน้อย 4-5 ช่องที่เค้าบอกเค้าได้กำไรแล้ว อย่าง Workpoint เค้าบอกว่าเค้าเริ่มที่จะได้กำไร พอมีบางคนบอกว่าเริ่มได้กำไร ก็แสดงว่าที่เหลือก็ต้องปรับปรุง เพื่อที่ตัวเองพอขึ้นมาได้บ้าง”

พันเอก ดร.นที สุกลรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

นอกจากนี้ทาง ดร.นที สุกลรัตน์ ยังเห็นว่าผู้เข้าประมูลบางรายประเมินศักยภาพของตนเองผิดพลาด ทำให้เกิดปัญหาตามมา เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระที่เกิดขึ้นจริงได้ไหว พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า การประมูลไปหลายช่อง ในขณะที่ผู้เข้าประมูลเองไม่มีความแข็งแกร่งพอ ย่อมทำให้ประสบปัญหาตามมา

“อย่างเช่น ไทยทีวีเป็นรายใหม่ เลือกจำนวน 2 ช่อง ความจริงมันก็เหนื่อยครับ บางทีมันก็เหมือนอย่างบางคน อย่างช่อง 7 เค้ามีศักยภาพจะเอา ส่วน 3 ช่อง เค้ามีคอนเทนต์พอด้วย เค้าเอาช่องเดียว ช่องที่ 2 พอแข่งกันไป มันเกินราคาที่ต้องการ เค้ายอม แต่ 1 ช่องต้องเอาแน่ เพราะเค้าเอาช่อง 7 มาออกด้วย นั่นคือวิธีคิดของเค้า ปัจจุบันเค้าได้เรตติ้งอันดับ 1 ได้ส่วนแบ่งอันดับ 1 ส่วนช่อง 3 ที่เอา 3 ช่อง ยังมีแต่ช่อง 3 ออริจินัลเท่านั้นที่ขึ้นมา แต่ก็ยังห่างจากช่อง 7 พอสมควร ช่อง 7 ไม่มีหกล้นเลยจากอันดับ 1 ปัจจุบัน เรตติ้งของเค้าแทบไม่มีตก ทั้งนี้ผมเคยพยายามพูดหลายรอบ เรื่องจำนวนช่องว่า จะบังคับให้คนละ 1 ช่องพอ ความจริงเราไม่ควรจะบังคับเลขด้วยซ้ำ ใครอยากเอา 5 ช่อง ก็เอาไป แต่ผมเคยตั้งคำถามว่าคุณลองคิดดูสิ คุณจะเอา 3 ช่อง แล้วมีคนดูคุณช่องละ 5% หรือคุณจะเอาช่องเดียวแล้วมีคนดู 80% จะเอาแบบไหน นี่คือที่วินะ คุณยังมีหลายช่อง ถ้าทหารเราต้องรวมกำลังเพื่อโจมตีจุดที่อ่อนแอ นี้เราขยายพื้นที่การรบมากมายมหาศาล คุณก็แย่ถ้าคุณไม่แข็งแกร่งพอ”

พันเอก ดร.นที สุกลรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

## 1.2 ปัญหาด้านคุณภาพเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ

ดร.นที สุกลรัตน์ มีความเห็นว่า กระบวนการเปลี่ยนผ่านได้ดำเนินไปตามเป้าหมาย และเกินกว่าเป้าหมายด้วยซ้ำ ส่วนเรื่องของคุณภาพเนื้อหารายการของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก เชื่อว่า หากช่องใดมีเนื้อหารายการที่มีความน่าสนใจเพียงพอ ย่อมดึงดูดผู้ชมให้มารับชมได้

“ผมว่าทุกอย่างเป็นไปตามเป้าหมาย เกินกว่าเป้าด้วย แต่ว่าเราใจร้อนไปเพราะว่า 1 ปีมีคนดู 27% ถือว่าเยอะ 27% นี้ไม่รวมช่องดิจิทัลที่เป็นอนาล็อกเดิม ไม่รวมช่อง 3-5-7-9 อีก 70% เฉพาะช่อง 7 ก็ 40%

แล้ว ทำอย่างไรช่องดิจิทัลจะสามารถแย่งลูกค้าจากช่อง 3 กับช่อง 7 ได้ ต้องเป็นฝีมือของช่องดิจิทัลนะ ครับไม่ใช่เป็นฝีมือของ กสทช.”

“ผมขอยกตัวอย่างปีที่แล้ว ของช่อง ONE พอนำเนื้อหาที่ดีเข้ามา ตอนนี้อยู่ใน TOP 10 แล้ว และมันก็อยู่ที่ เนื้อหาว่าโอเคไหม”

พันเอก ดร.นที สุกลรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

ดร.นที สุกลรัตน์ ยังมีความเห็นว่า ประชาชนที่เป็นผู้ชมไม่ได้มีปัญหาในการเข้าถึง การรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยมีการยกตัวอย่างว่า ช่วงที่มีการถ่ายทอดรายการที่มีความน่าสนใจ ก็ทำให้มีเรตติ้งที่พุ่งสูงขึ้นมากกว่าทุกช่องได้ในทันที จากความเห็นดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า กสทช. มีความเชื่อว่าปัญหาเรื่องการเปลี่ยนผ่านที่เกิดขึ้นนั้น ไม่ได้เกิดจากปัญหาในเชิงเทคนิคของการเปลี่ยน ผ่าน แต่ปัญหาอยู่ที่ความสามารถในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เพียงพอที่จะดึงดูดผู้ชมได้ของ ผู้ประกอบการเอง

“ถามว่าคนมีปัญหากับการดูทีวีดิจิทัลไหม การเข้าสู่แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล มีปัญหาไหม คนไม่ได้มี ปัญหาอะไรครับ อย่างช่วงที่ช่องไทยรัฐถ่ายทอด AFF ชูชูกิกัพ นั้น มีเรตติ้งสูงกว่าใครเลย ก็แสดงว่าคน ไม่ได้มีปัญหากับการดูทีวีดิจิทัล แต่มีปัญหาว่าทีวีดิจิทัลยังไม่สามารถเอาเนื้อหาที่ดึงดูดคนให้เข้ามาดู ได้ สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ หลังจาก 1 ปีแล้ว Top 10 อันดับ 1 อันดับ 2 แน่นอนเป็น ช่อง 3 ช่อง 7 อันดับ 4 5 6 7 กลายเป็นช่องทีวีดิจิทัล อันดับที่ 8 กลายเป็น MCOT อันดับที่ 9 กลายเป็น ช่อง 5 อันดับที่ 10 กลายเป็นทีวีดิจิทัล Top 10 ขึ้นมา 6 ช่อง เป็นทีวีดิจิทัล กว่าที่หลายประเทศจะเกิดแบบนี้ได้ ต้องใช้เวลา 3 ปี 4 ปี”

พันเอก ดร.นที สุกลรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

### 1.3 ปัญหาความล่าช้าของการขยายโครงข่าย (MUX)


กสทช. มีความเห็นว่าการขยายตัวของโครงข่ายได้ดำเนินการไปตามเป้าหมายที่ ได้ประกาศไว้ตั้งแต่ก่อนประมูลว่าจะค่อยๆ ขยายตัวไปตามสัดส่วนที่ได้ระบุไว้ในประกาศอย่างชัดเจน แต่ปัญหาเกิดจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้ศึกษาข้อมูลนี้อย่างละเอียด ทำให้เกิดความเข้าใจและความ คาดหวังที่คลาดเคลื่อนไป อย่างไรก็ตาม กสทช. ยอมรับว่า เกิดความล่าช้าขึ้นจริงในโครงข่ายช่อง 9 เป็นระยะเวลา 2 เดือน แต่ในขณะนี้การขยายโครงข่ายของผู้ให้บริการทุกรายได้ดำเนินการไป ตามแผนแล้ว

“ส่วนเรื่องความพร้อมของโครงข่าย มันมีกติกาชัดเจนว่า ปีที่ 1 จะมีโครงข่ายครอบคลุมที่ 50% ปีที่ 2 80% ตอนนี้ก็ 80% แล้ว ปีหน้า 90% ผมค่อนข้างมั่นใจ ปีโน้น 95 % คือเรามี Roadmap ที่ชัดเจน ว่ามันจะเป็นอย่างไร แล้วเราก็กำกับ ปัญหาคือผู้ประกอบการหลายๆ ราย เข้ามาสู่กระบวนการประมูล โดยไม่ศึกษา อันนี้เป็นกติกา เป็นประกาศเลยว่าโครงข่ายจะเป็นอย่างไร ช่อง 5 ต้องเดินอย่างไร ช่อง 9 ต้องเดินอย่างไร ไทยพีบีเอสต้องเดินอย่างไร เพราะฉะนั้นสิ่งที่เขาทำคือเขาทำตามกติกา โครงข่ายทุกโครงข่ายเป็นอย่างนั้น ในช่วงต้น ช่อง 9 ซ้ำอยู่ประมาณ 2 เดือน แต่ตอนนี้ทันหมดแล้ว”

พันเอก ดร.นที สุกรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

 <p>Matichon (Mid-Bay) Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,550</p>	<p>Section: First Section/เศรษฐกิจ วันที่: พุธ 9 กรกฎาคม 2557 ปีที่: 37 ฉบับที่: 13288 หน้า: 9(กลาง) Col.Inch: 28.85 Ad Value: 44,717.50 PRValue (x3): 134,152.50 คลิป: สีสี่ หัวข้อข่าว: ขูลงดาบ'อสมท-กรมประมง'เหตุตั้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลอีดี</p>
---	---

# ขูลงดาบ'อสมท-กรมประมง'

## ●เหตุตั้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลอีดี

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ที่ประชุมบอร์ด กสทช. วันที่ 7 กรกฎาคม มีมติให้สำนักงาน กสทช.ส่งเอกสารตั้งเดือน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และกรมประมงสัมพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิตอลภาคพื้นดิน แต่จนถึงขณะนี้ทั้ง 2 หน่วยงานยังไม่ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงานคิดตั้งและให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิตอลระยะ 1 ที่กำหนดระยะเวลาเดือนเมษายน-มิถุนายน 2557 ต้องครบรอบการประชุมถึง

ประชากรในประเทศ 50% ใน 11 จังหวัด จึงต้องการให้ทั้ง 2 หน่วยงานนี้เร่งโดยเร็ว พ.อ.นทีกล่าวว่า มาตราการจะมีตั้งแต่ตั้งเดือน ปรับ 20,000 บาทต่อวัน พักใช้ และเพิกถอนใบอนุญาต ส่วนที่ส่งรายงานแล้วแต่ล่าช้ากำหนด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยให้เหตุผลเรื่องการประสานงานในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ต้องใช้โครงสร้างพื้นฐานด้วยกัน กสทช.เห็นว่าค่าตั้งเร่งรีบฟังได้ อย่างไรก็ตามได้กำชับว่าในระยะ 2 ต้องเป็นไปตามแผน พ.อ.นทีกล่าวว่า ที่ประชุมยังรับทราบเรื่องสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสยื่นเรื่องร้องเป็นผู้เสียหายในคดีที่บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทน



พ.อ.นที ศุกลรัตน์

เมนต์ จำกัด หรือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 พิง กสทช. ต่อศาลปกครองกลางเพื่อขอยกเลิกมติบอร์ด กสทช. ให้ช่อง 3 สิ้นสุดการเป็นผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์เป็นการทั่วไป หรือฟรีทีวีในระบบอนาล็อก โดยไทยพีบีเอสชี้แจงต่อศาลปกครองแล้วว่า กรณีช่อง 3 พิง กสทช. ได้สร้างความเสียหายให้ไทยพีบีเอสเพราะทำให้กระบวนการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกสู่ทีวีดิจิตอลล่าช้า และไทยพีบีเอสจะนำค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการออกอากาศทีวีอนาล็อกมากขึ้นจากที่มีแผนจะยุติออกอากาศทีวีอนาล็อกใน 3 ปี หรือภายในปี 2559

แผนภาพที่ 4-1 ข่าวแสดงปัญหาผู้ให้บริการ โครงข่ายดำเนินการล่าช้า

### 1.4 ปัญหาการแจกกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล

กสทช. ยอมรับว่าได้แจกกล่องล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้เป็นเวลา 6 เดือน นับแต่วันเริ่มต้นของการให้ใบอนุญาต (ให้ใบอนุญาตตั้งแต่วันที่ 24 เมษายน 2557 แต่ประชาชนเริ่มแลกกล่องได้วันที่ 1 พฤศจิกายน 2557) โดยให้เหตุผลว่า หากแจกกล่องให้ประชาชนทันทีที่เริ่มต้นให้ใบอนุญาตเกรงว่าระบบโครงข่ายจะยังไม่เสถียร การให้เหตุผลในการแจกกล่องล่าช้าได้สะท้อนให้เห็นว่ายังไม่มีความพร้อมเพราะไม่เป็นไปตามแผน การเปลี่ยนผ่านที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในมุมมองของผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายของค่าบริการโครงข่ายทันทีนับตั้งแต่เดือนแรกของการได้รับใบอนุญาต โดยช่อง HD ราคาค่าบริการโครงข่ายต่อเดือน ประมาณ 14 ล้านบาท ช่อง SD ค่าบริการโครงข่ายต่อเดือนประมาณ 4.5 ล้านบาท

“ส่วนเรื่องการแจกกล่อง ตอนนี้แจกเหลืออยู่ 5.1 ล้านกล่องสุดท้าย คือแจกไปแล้วประมาณ 10 ล้านกล่อง โอเคเราอาจจะแจกซ้ำไปประมาณ 6 เดือน ไม่ได้แจกในพื้นที่ที่เราเริ่มต้นใบอนุญาต แต่เราเริ่มต้นแจกเดือนตุลาคม ซึ่งผมคิดว่าสมเหตุสมผล เพราะว่าสมมุติเราเริ่มต้นแจกกล่องเลยในพื้นที่โครงการก็ไม่เสถียร อะไรก็ไม่ดีซักอย่าง ที่นี้คนเอากล่องไป ก็ไม่ใช่ พอใช้ไปก็รับไม่ได้ ปัจจุบันปัญหาเรื่องโครงการค่อนข้างน้อยมาก คือ ผมคิดว่าเรื่องโครงการค่อนข้างเสถียรพอสมควร”

พันเอก ดร.นที สุกรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

<b>คม ชัด ลึก</b> Khon Chad Luak Circulation: 900,000 Ad Rate: 2,200	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อังคาร 21 ตุลาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 14 <b>ฉบับที่:</b> 4749 <b>หน้า:</b> 1(ล่าง), 15 <b>Col.Inch:</b> 104.55 <b>Ad Value:</b> 230,010 <b>PRValue (x3):</b> 690,030 <b>ศิลปิน:</b> สีสี <b>หัวข้อข่าว:</b> แลกกล่องดีจิทัลวันแรกคึก เนชั่น-พันธมิตรปลื้มคิวยาวรับวันบ็อกซ์โฮม



แผนภาพที่ 4-2 ข่าวการแลกกล่องดีจิทัลทีวีวันแรก

1.5 ปัญหาการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ผ่านระบบจานดาวเทียม

กสทช. กล่าวถึงปัญหาเรื่องคุณภาพการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ผ่านระบบจานดาวเทียม ว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาการแจกกล่อง เมื่อคนไทยได้รับกล่องล่าช้า หรือได้รับ

แล้วแต่ไม่นำคู่มือไปแลกกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัลตามเป้าหมาย จึงส่งผลให้เกิดปัญหาในการรับชมช่องความคมชัดสูงตามมา และเชื่อว่าในระยะยาวหลังจาก 5 ปีไปแล้ว ปัญหาการรับชมช่องความคมชัดสูงจะดีขึ้นเองโดยผู้ชมจะค่อยๆ เปลี่ยนมาดูภาคพื้นดินมากขึ้น เนื่องจากดาวเทียมไม่สามารถรับชมในระบบความคมชัดสูงได้

“แต่สิ่งหนึ่งที่ผมเสียดาย คือว่าระบบดาวเทียมเราไม่สามารถรองรับ HD ได้ อันนี้เป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้ช่อง HD ไม่สามารถดูคุณภาพแบบ HD ได้ ซึ่งถ้าเรื่องของคุณภาพมันไม่มีปัญหา มันก็จะไม่มีปัญหานี้เหมือนกัน แต่ว่าในระยะยาวหลังจาก 5 ปี ผมว่าคนดูภาคพื้นดินจะเพิ่มขึ้นเป็น 30-50% การที่ดาวเทียมไม่สามารถดูคุณภาพ HD ได้จะทำให้คนดูดาวเทียมลดลง เพราะที่บ้านเราพุงด่าง ๆ คนเปลี่ยนทีวีมาใหม่ เขาก็อยากดูภาพ HD แต่มันอาจต้องใช้เวลาหนึ่ง คนมันเคยดู HD แล้วมาดู SD ไม่ได้”

พันเอก ดร.นที สุกกรรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

## กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล คือกลุ่มผู้ชนะการประมูลและได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ให้มีสิทธิ์เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีอายุใบอนุญาต 15 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้รับใบอนุญาตเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2557

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย 3 กลุ่มใหญ่ โดยเลือกสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการของแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 1 ราย ดังนี้

### 1. ตัวแทนผู้ประกอบการฟรีทีวีรายเดิม

คุณธนัชชัย วงศ์ทองศรี รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

### 2. ตัวแทนผู้ประกอบการช่องทีวีดาวเทียมเดิม

คุณพยุงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

### 3. ตัวแทนผู้ประกอบการรายใหม่

คุณเขมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลประสบปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ดังนี้

#### 2.1 ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. ที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม

โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเป็นโทรทัศน์ระบบภาคพื้นดิน โดยรับสัญญาณผ่านเสาอากาศ ซึ่งสำหรับทีวีรุ่นเก่าที่ยังไม่รองรับทีวีดิจิทัล จะต้องใช้อุปกรณ์เพิ่มเติมคือ Set-top box ในการแปลงสัญญาณเพื่อให้รับชมได้ จากพฤติกรรมการรับชมทีวีดิจิทัลของคนไทยที่ผ่านมา คนส่วนใหญ่จะเลือกรับชมช่องดิจิทัลผ่านทางช่องทางอื่น เช่น เคเบิล ดาวเทียม และมีจำนวนเพียงส่วนน้อยที่ดูโดยใช้เสาอากาศรับสัญญาณ

แม้ว่าคนไทยเริ่มรับรู้คำว่าทีวีดิจิทัลมาแล้วหลายปี โดยเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นเกิดขึ้นมาแล้วประมาณ 20 ปี แต่ด้วยเหตุผลหลายประการทำให้โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ

ในไทยช้ากว่าประเทศอื่นมาก (สหรัฐฯ ปี 2541, เกาหลีใต้ปี 2544, ญี่ปุ่นปี 2546, จีนปี 2549, อินโดนีเซียปี 2552) ซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชนทุกฝ่ายต่างก็เห็นตรงกันว่า จะช้าหรือเร็ว “ดิจิทัล” ก็จะมาแทนที่ “อนาล็อก” อย่างแน่นอน เพราะเป็นวิวัฒนาการของเทคโนโลยี แต่ปัญหาความล่าช้าในการเกิดทีวีดิจิทัลในประเทศไทย ทำให้คู่แข่งของดิจิทัลทีวีในปัจจุบันไม่ใช่ช่องทีวี “อนาล็อก” อีกต่อไป แต่กลายเป็น “เคเบิล” และ “ดาวเทียม” แทน

ช่วงประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในอุตสาหกรรมทีวีไทย คือ การพัฒนาของเทคโนโลยีดาวเทียม ซึ่งนำไปสู่การเจริญเติบโตของเคเบิลทีวี โดยเฉพาะเคเบิลทีวีท้องถิ่น และทีวีดาวเทียม ทั้งในส่วนของผู้ให้บริการงานดาวเทียมและกล่องดาวเทียมต่างๆ การเติบโตของเทคโนโลยีเหล่านี้ มีผลทำให้ “ทีวีอนาล็อก” ตายไปนานแล้ว จากผลการสำรวจของ Media Agency Association of Thailand เมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2556 ที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันมีผู้รับชมทีวีผ่านระบบภาคพื้นดินเพียง 32% ที่เหลือเป็นทีวีดาวเทียม 49% เคเบิลทีวี 11% และทรูวิชั่นส์ 8% ที่ผ่านมาช่องทีวีอนาล็อกยังอยู่ก็จริง แต่พบว่าผู้ชมส่วนใหญ่นิยมรับชมช่องอนาล็อกผ่านเคเบิลและดาวเทียม

กสทช. มักตั้งคำถามว่า จะเลือกอะไรระหว่างอนาล็อกที่ดูได้เพียง “6 ช่อง” กับดิจิทัลที่สามารถดูได้ “48 ช่อง” แน่แน่นอนประชาชนน่าจะเลือกอย่างหลัง แต่หากใช้ตรรกะเดียวกันนี้ถามกลับว่า จะเลือกอะไรระหว่างดิจิทัลทีวีที่สามารถดูได้ “48 ช่อง” กับเคเบิลและดาวเทียมที่ดูได้เป็น “ร้อยๆ ช่อง” ผู้ประกอบการเชื่อว่าประชาชนจะต้องเลือกชมผ่านเคเบิลและดาวเทียมแน่นอน เพราะนอกจากจะมีทางเลือกที่มากกว่าแล้ว ยังไม่ต้องยุ่งยากกับการเปลี่ยนระบบการรับชมอีกด้วย

ความไม่เข้าใจพฤติกรรมของผู้ชม และการดำเนินงานในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงทำให้เกิดความล้มเหลว เพราะไม่สามารถเข้าถึงและไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมได้ทั่วประเทศอย่างที่ กสทช. ได้ให้สัญญาไว้

“ผมมองว่า พฤติกรรมผู้บริโภคยังรับชมจากกล่องดาวเทียมอยู่ประมาณ 70 – 80% ของทั้งประเทศ แต่ปรากฏว่าทั้ง 2 ฝั่ง อันแรกไม่ได้สนใจพฤติกรรมอันนี้ โดยอ้างกฎหมายอย่างเดียวว่า เวลาคุปองออก แลกกล่อง ไปแลกกล่องดาวเทียมไม่ได้ เพราะว่าไม่ใช่คลื่นความถี่ คุณต้องไปแลกกล่องดิจิทัลทีวีเท่านั้น กล่องดิจิทัลทีวี MUX ยังขายไม่หมด แล้วคุณไปแลกกล่อง เมื่อนำไปแลกก็ติดปัญหาว่า จะต้องมารับด้วยตัวเอง แล้วชาวบ้านที่อยู่ต่างจังหวัด เค้ายจะเข้ามาในเมืองรับเอง รับได้อย่างไร ต้องเสียเงินค่าใช้จ่าย 690 บาท บวกอีก 200 ค่าเดินทางไป-กลับ ก็เป็น 900 กว่าบาท บวกกับค่าเสาอีก 300 บาท มันเกินงบแล้ว เป็นแบบนี้ชาวบ้านก็ทิ้ง นี่คือประเด็นของคุปองที่เขาไม่เข้าใจกลไกตลาด และไม่เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ในเมื่อผู้บริโภคเขาดูแบบนี้ ทำไมคุณไม่ไปสอดคล้องกับเขา เพราะฉะนั้นใน 3 Part นี้ ทำให้การเปลี่ยนผ่านมันไปไม่ถึงไหน”

คุณเชมทัตต์ พลเดช



กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีทีทีวี

“ประมวลมาแล้วก็หนัก คือคนดูเขาไม่ได้ดูผ่านระบบดิจิทัล แต่เขาดูผ่านดาวเทียม เพราะว่า (1) ความคุ้นเคยที่เขาใช้อยู่ (2) ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักในการที่จะดูรายการผ่านดาวเทียมกับการดูผ่านดิจิทัลทีวี (3) คนยังไม่เข้าใจการใช้อุปกรณ์ Set-top box ทำให้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่ใช้มัน จึงทำให้คนรับชมผ่านระบบดิจิทัลน้อยเกินไป แต่รับชมผ่านดาวเทียมมากกว่า เลยมีผลกระทบกับช่องดิจิทัลโดยตรง”

คุณชนะชัย วงศ์ทองศรี

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

“ผู้ประกอบการธุรกิจทีวีต้องเผชิญกับความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวที่มีผลมาจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันผู้ชมโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดคือรับชมผ่านระบบดาวเทียม ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยที่รับชมผ่านเสาอากาศรับสัญญาณ นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ของประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีลงมา มีแนวโน้มรับชมทีวีน้อยลงโดยกลุ่มคนเหล่านี้ หันไปรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงผ่านสื่ออื่นๆ ทั้งอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ต้องปรับตัวในการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้งบประมาณโฆษณาในอนาคตของสื่อทีวีจะค่อยๆ ลดสัดส่วนลง”

คุณพยุงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

## 2.2 ปัญหา Must Carry, ปัญหาการเรียงเลขช่องที่ไม่ตรงกันในทุกแพลตฟอร์ม

Must Carry คือ ข้อกำหนดของ กสทช. ที่กำหนดให้รายการใน “ฟรีทีวี” ต้องสามารถดูได้ทุกช่องทาง หมายความว่าเคเบิลและดาวเทียมต้องนำช่องฟรีทีวีที่ออกอากาศภาคพื้นดิน ไปออกในเคเบิลและดาวเทียมได้ด้วย แบบห้ามแก้ไขตัดแปลง เพื่อให้ช่องฟรีทีวีสามารถเข้าถึงคนได้จำนวนมากขึ้น แต่ปัญหาที่ตามมาคือเคเบิลและดาวเทียม กลับมองว่าต้องสูญเสียพื้นที่โครงข่ายตัวเองให้กับการออกอากาศช่องดิจิทัล และพื้นที่สำหรับใส่ช่องอื่นก็จะมีน้อยลง ทางด้านช่องดิจิทัลเองแม้จะได้ประโยชน์จากการได้ออกอากาศในเคเบิลและดาวเทียมโดยอัตโนมัติ แต่ก็ยังคงมีปัญหาอีกคือ “การเรียงเลขช่อง” เพราะในแต่ละแพลตฟอร์มมีการจัดเรียงเลขช่องที่ไม่เหมือนกัน ทำให้สร้างความสับสนให้กับผู้ชม

“ปัญหาอีกอย่าง คือเรื่องราคาประมวลสูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น เพราะว่าตอนนั้นมีการเร่งเร้าว่า ต้องสูงๆ ทีนี้พอสูง แต่เรายังไม่ได้ของนะ เราได้สูง อย่างช่อง 3 ได้หมายเลขที่ต้องการ ตอนนั้นที่สูงเพราะทุกคนอยากได้เลขหมาย เลขช่อง แต่ออกมาปั๊บ ตอนนี้งามว่า เคเบิลทีวี เลขอะไรก็ไม่รู้ คนดูยังสับสน”

คุณเข้มศักดิ์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

“กสทช. ต้องปรับกฎ กติกาที่มีอยู่ ให้มันไปได้ดีกว่านี้ เช่น เรื่อง กฎ Must Carry , เรื่องเลขช่อง และอื่นๆ ต้องรีบแก้ไข”

คุณธนัชชัย วงศ์ทองศรี

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

“เราคาดหวังให้การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่การเป็นทีวีในระบบดิจิทัลเป็นไปตามแผนของ กสทช. ที่ได้ให้แนวทางไว้ตั้งแต่ก่อนการประมูลประกอบด้วย 4 เรื่องด้วยกัน คือ 1. ต้องการให้มีการจัดเรียงเลขช่องหมายเลขเดียวกันในทุกแพลตฟอร์มการรับชม 2. ต้องการให้มีการขยายโครงข่ายและการแจกคู่มือเป็นไปตามระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ 3. ต้องการให้มีการปรับปรุงระบบการสำรวจความนิยมในการรับชมทีวี ( เรทติ้ง ) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไป หลังการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัล 4. ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจของการเกิดขึ้นและวิธีการรับชมดิจิทัลทีวี อย่างทั่วถึง

คุณพวงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

<b>สยามรัฐ</b> <small>Siam Rath          Circulation: 900,000          Ad Rate: 1,050</small>	Section: First Section/-			
	วันที่: พุธ 24 ธันวาคม 2557	ปีที่: 65	ฉบับที่: 22521	หน้า: 7(บน)
	Col.Inch: 38.70	Ad Value: 40,635	PRValue (x3): 121,905	คลิป: สีสี่
	หัวข้อข่าว: 'กสทช.' ถอยกรุดเลิกเรียงช่องเจอเคเบิลทีวีค้านทำผิดกฎหมาย-อัดไว้ความพร้อมก่อน...			

## ■ เจอเคเบิลทีวีค้านทำผิดกฎหมาย-อัดไว้ความพร้อมก่อนประมูล 'กสทช.' ถอยกรุดเลิกเรียงช่อง

บอริศ กสทช. หวาดผวาผิดกฎหมาย ลงมติ 9 : 1 เลื่อนเรียงเลขช่องทีวีดิจิตอล เหตุจากเคเบิลทีวีค้าน อ้างเปลี่ยนเลขช่องคนดู สับสนและกฎหมายปี 2551คุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิมจากกสทช. ไม่มีควมพร้อม เป็ประมุขทีวีดิจิตอล แต่ดูแลประชาชนไม่ได้ รายงานข่าวแจ้งว่า เมื่อวันที่ 17 ธ.ค.ที่ผ่านมา บอริศ กสทช. เลียงส่วนใหญ่ 9:1 มีมติชะลอพิจารณาร่างประกาศเรียงเลขช่องทีวีดิจิตอล 1-36 ทุกแพลตฟอร์ม หลังได้รับร้องเรียนจากผู้ประกอบการ เนื่องจากมีการคัดค้านจากผู้ประกอบการแบบบอริศสมาชิกสมาคมผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมเนื่องจากร่างประกาศดังกล่าว อาจทำให้ประชาชนที่รับชมทีวีผ่านดาวเทียมและเคเบิล เกิดความสับสน และที่สำคัญร่างประกาศขัดแย้งกับทศ.เฉพาะกสทช. พ.ร.บ. ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่คุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิม สามารถจัดเรียงหมายเลขช่องได้เอง สำหรับเสียงของบอริศ กสทช. ที่คัดค้านคือ คุณสุวิญญา กลางณรงค์ โดยให้เหตุผลว่า ร่างประกาศเรียงช่องใหม่ 1-36 ครบถ้วนทุกช่องจะส่งผลกับผู้บริโภค หรือประชาชน และจะทำให้ช่องทีวีไทยมีมาตรฐานเดียวกัน หากพิจารณาดีๆ เหตุผลของคุณสุวิญญาน่าจะถูกต้อง แต่คุณสุวิญญาคงลืมแล้วว่า ธุรกิจโทรทัศน์ DTT กับธุรกิจทีวีแบบบอริศสมาชิกหรือทีวีที่เป็นธุรกิจที่แตกต่างจะนำมารวมกันไม่ได้ โดยหลังจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท. ที่มี พล.อ.ท. สุพลรัตน์ เป็นประธาน ได้เปิดประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิตอล จำนวน 24 ช่อง แบ่งเป็นช่องเด็ก 3 ช่อง, ช่องข่าว 7 ช่อง, ช่อง SD วาไรตี้ 7 ช่อง และช่อง HD วาไรตี้ 7 ช่อง เมื่อต้นปี 57 และได้มีการทดลองออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เม.ย.ที่ผ่านมา โดย กสท.เป็นผู้กำหนดให้ผู้ประกอบการทีวีแบบบอริศสมาชิกเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมอื่นๆ สามารถกำหนดเรียงช่องเองได้ใน 10 ช่องแรก หลังจากนั้นค่อยนำช่องทีวีดิจิตอลมาเรียงช่องต่อไป แต่หากเป็นทีวีดิจิตอลต้องเรียงช่องตามทีละช่องผู้ประกอบการได้รับเลขช่องตามลำดับซึ่งเป็นไปในแนวทาง

เดียวกันกับคุณสุวิญญา แนวทางนี้ถือเป็นเรื่องที่ถูกต้อง ทั้งนี้ต่อมาภายหลัง กสท.กลับมาเปลี่ยนให้มีการเรียงช่องใหม่ช่องทีวีดิจิตอลเข้าไปทุกแพลตฟอร์มของธุรกิจทีวีแบบบอริศสมาชิก สถานีเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ต้องเรียงช่องตั้งแต่ 1-36 ต้องเป็นช่องทีวีดิจิตอล ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะนอกจากไม่มีกฎหมายอะไรรองรับแล้ว ยังเชื่อว่า กสท.เข้ามากำกับธุรกิจทีวีแบบบอริศสมาชิกที่เป็นคนละแบบกับทีวีดิจิตอลซึ่งไม่สามารถนำมารวมกันได้ ที่ผ่านมามีการประมูลทีวีดิจิตอล ผู้ประกอบการแบบบอริศสมาชิกอย่างทรูวิชั่นส์ได้เรียงช่องให้ตรงความต้องการของลูกค้าที่เป็นสมาชิก ด้วยการนำช่องทีวีที่ตัวเองมีอยู่ 3 5 7 9 11 และ Thai PBS ขึ้นมาเรียงช่องตั้งแต่เลข 1-6 ตามลำดับ

"กรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้ประกอบการแบบบอริศสมาชิกก็คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าว่าต้องการรับชมช่องใดเป็นอันดับต้นๆ ซึ่ง กสท.จะมาบังคับให้ผู้ประกอบการแบบบอริศสมาชิก เรียงช่องตั้งแต่ 1-36 เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะหากไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ใครจะรับผิดชอบ หากผู้ประกอบการต้องประสบภาวะขาดทุนจากการถูกยกเลิกเป็นสมาชิก"

โดยเวลานี้มีคำถามเกิดขึ้นในกระแสสังคม กสทช.มีความพร้อมแค่ไหนในการเปิดประมูลทีวีดิจิตอล 24 ช่อง ที่ กสทช.ได้เงินไปกว่า 50,000 ล้านบาท และกำหนดออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เม.ย.ที่ผ่านมา แต่ระบบและอุปกรณ์การรับชมไม่มีความพร้อมที่จะให้ประชาชนกว่า 60 ล้านคนทั่วประเทศได้รับชม ขณะที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมดและไม่สามารถขายโฆษณาได้เพราะเอชดีไม่มีเรตติ้ง ซึ่งเปรียบเสมือนการซื้อบ้านจัดสรรที่ขาดระบบสาธารณูปโภคไม่มีน้ำไม่มีไฟฟ้าขาดความพร้อม ภาระหนักตกกับประชาชน เวลานี้ กสท.ควรให้ความสำคัญเร่งหามาตรการทำอย่างไรให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับชมทีวีดิจิตอลได้อย่างทั่วถึงจะดีกว่าหรือไม่

แผนภาพที่ 4-3 ข่าวแสดงปัญหาซึ่งเกิดจากช่องซึ่งประมวลความชัดระบบ SD ไปออกอากาศแบบ HD ในระบบดาวเทียม


### 2.3 ปัญหาการรับชมในระบบความคมชัดสูง (HD)

ปัญหาที่เกิดขึ้นนอกจากช่องดิจิทัลทีวีจะต้องแข่งขันกับช่องดาวเทียมและเคเบิลแล้ว ก็ยังมีผู้ประกอบการบางรายที่ประมวลช่องระดับความชัดปกติ SD (ที่มีราคาถูกกว่าช่อง HD) ไปออกอากาศในระบบ HD ผ่านดาวเทียม ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ที่ประมวลช่อง HD มาในราคาที่สูงกว่ามาก

“HD ถามว่ามีปัญหาใหม่ มีครับ คือ ความคมชัดทำไม่สู้ SD ไม่ได้ซึ่งเขาประมูลต่ำ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการ Up Bandwidth ขึ้นมา แล้วเรื่องนี้ทำไม กสทช.ถึงไม่กำกับดูแล เหมือนกับเราเช่าบ้านนะ เหมือนเราเช่าห้องชุดอย่างดี แพงมากที่สุด อยู่ใน Penthouse แต่ปรากฏว่าไม่มีทางเดินให้เรา เพราะมีคนมาขายของอยู่ปากซอยหน้าบ้านเรา หรือมีสิ่งสกปรกอย่างนี้ ทำไมเขาไม่ดูแล เราก็มีสิทธิ์ที่จะไปบอกเขา แต่เขาก็ไม่สนใจ เขาบอกคุณเช่ามาละ จ่ายตังค์มาทุกเดือนก็แล้วกัน อันนี้มันผิดไหม ถึงไม่ได้มีสัญญาทุกอย่างนะ เหมือนกับเวลาเราไปเช่าคอนโดหรือเช่าซื้อ เรามีสัญญาทุกอย่าง แต่เข้าไปทำตามสัญญา ไม่มีส่วนกลาง ถามว่าผิดไหม ผิด นี่ก็เหมือนกัน High def. มันไม่เป็น High def. นี่คือผิดชัดๆ อยู่แล้ว คุณจะแก้ไขอย่างไร”

คุณเขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

 Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,800	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> จันทร์ 9 มีนาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20866		<b>หน้า:</b> 9(บน)	<b>คลิป:</b> ชาว-ดำ
	<b>Col.Inch:</b> 22.90 <b>Ad Value:</b> 36,640 <b>หัวข้อข่าว:</b> "อมรินทร์ทีวี" ร้องช่องเอสดีลักไก่		<b>PRValue (x3):</b> 109,920	

## “อมรินทร์ทีวี” ร้องช่องเอสดีลักไก่

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า การประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่มี พล.อ.ท. ศุภสวัสดิ์ รองประธานคณะกรรมการ ไทยรัฐทีวี กล้องดิจิตอล หมายเลขช่อง 32 แต่ถ้ากล้องดาวเทียม หมายเลข กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ช่อง 42 เป็นต้น โดยคาดว่า กสทช.จะนำร่างประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การ (กสทช.) เป็นประธาน ในวันที่ 9 มี.ค.นี้ คาดว่าจะหยิบยกประเด็นความไม่ จัดลำดับบริการโทรทัศน์ พ.ศ...มาพิจารณาด้วย เพื่อกำหนดให้การ จัดเท่าเทียมและเป็นธรรมในการประกอบกิจการธุรกิจทีวีดิจิตอล โดยเฉพาะ เรียงเลขช่องเหมือนกันทุกโครงข่าย จากก่อนหน้า นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ ช่องรายการที่ได้ใบอนุญาตออกอากาศแบบมาตรฐานความคมชัดปกติ เลขรายการ กสทช.ได้ประกาศว่าจะเรียงช่องทีวีดิจิตอลให้เหมือนกับทุกโครงข่าย (เอสดี) ที่ไปออกอากาศผ่านโครงข่ายดาวเทียมเป็นช่องเอสดี (มาตรฐาน แม้กลุ่มบริษัท ทรู วิชั่นส์ จำกัด ได้อันฟ้องคัดค้านทำให้ต้องชะงักออกไป ความคมชัดสูง) นั้น ถือว่าเขาเปรียบผู้ประมูลช่องเอสดี เนื่องจากต้องใช้ แต่ล่าสุดมีกระแสข่าวว่ากลุ่มทรูได้ถอนฟ้องแล้ว เพราะต้องการให้คุ้มครอง เงินในราคาประมูลที่สูงมาก ทีวีดิจิตอลใช้แต่กล้องทีวีดาวเทียมได้ โดยการหยิบยกประเด็นความ

นอกจากนี้ ยังจะหารือถึงกรณีที่ประชาชนยังมีความสับสนเกี่ยวกับ เสียเปรียบของผู้ประกอบการช่องเอสดีนั้น สืบเนื่องมาจากการทำหนังสือ การจัดเรียงช่องทีวีดิจิตอล เพราะแต่ละโครงข่ายจะเรียงเลขช่องไม่เหมือนกัน ร้องวิษณุมา ยัง กสทช. โดยบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด เจ้าของช่อง เช่น กล้องดิจิตอลจะเริ่มจัดเรียงช่องทีวีดิจิตอลธุรกิจตั้งแต่ช่อง 13-36 เอสดี 34.

แผนภาพที่ 4-4 ข่าวดาวเทียมปัญหาซึ่งเกิดจาก ช่องซึ่งประมูลความชัดระบบ SD ไปออกอากาศแบบ HD ในระบบดาวเทียม

## 2.4 ปัญหาการวัดเรตติ้งระบบเดิมที่อาจไม่สะท้อนความเป็นจริงอีกต่อไป

ในระบบเดิมนาล็อกนั้นมีช่องได้จำกัด แต่เมื่อเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัล ด้วยเทคโนโลยีดีขึ้นทำให้มีช่องเพิ่มขึ้น ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดให้มี 48 ช่อง แนวคิดของ กสทช. คือ มีช่องจำนวนมากเพื่อให้เกิดความหลากหลาย แต่บางครั้งการที่มีจำนวนช่องมากเกินไป แทนที่จะหลากหลาย อาจกลายเป็นจำกัดแทน ช่วงก่อนจะออกอากาศ ช่องดิจิทัลต่างก็คาดหวังว่าช่องตัวเองจะขึ้นมาเป็นอันดับต้นๆ ได้ แต่ความเป็นจริงอาจไม่เหมือนที่ฝันไว้ เนื่องจากวงการโฆษณาก็มีเม็ดเงินจำกัด เมื่อมีช่องมากขึ้น ตัวหารก็มากขึ้น แต่ละช่องลงทุนไปมาก แต่ได้คืนมาน้อย ทำให้มีโอกาสอย่างมากที่หลังจากนี้ทีวีไทยก็จะเข้าสู่ยุคการผูกขาดที่มีไม่กี่ช่องเหมือนเดิม เพราะช่องเล็กๆ รายใหม่ๆ อาจไม่มีเงินทุนมากพอมาหมุนอีกต่อไป และต้องล้มหายตายจาก หรือไม่ก็ถอยไปสู่ดาวเทียมเหมือนเดิม แล้วเจตนาของการมีหลายช่องเพื่อความหลากหลายอย่างที่ กสทช. ตั้งใจก็จะหายไป

ดังนั้นเพื่อความเป็นธรรมในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจึงมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงระบบการวัดเรตติ้งให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน โดยต้องมีการปรับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ให้สอดคล้องกับวิธีการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไป

“ด้านมุมมองการขายโฆษณายังเป็นปัญหาคือ 1. 4 ช่องหลักอนาล็อกยังคงตลาดอยู่ ถึงแม้เรตติ้งจะตกก็ตาม 2. คือ Agency เข้ามองที่เรตติ้งเป็นสำคัญ ผิดถูกไม่รู้ ถ้ามองเรตติ้ง ซึ่งระบบเรตติ้งเป็นของระบบเก่ามาก ยังไม่รวมของระบบใหม่ ถึงแม้จะมีดาวเทียมมา แต่เขาวัดดาวเทียมชนิดเดียว ยังคงวัดแบบเก่าอยู่ ด้านพื้นฐานประชากร Household ของเราเดิมมันเป็น Horizontal ตอนนี้เป็น Vertical มันขึ้นดึกสูง เขาไม่ได้วัดตรงนี้เลย ในหนึ่งฐานอย่างกรุงเทพ ยังวัดอยู่กลุ่มสลัมรากหญ้าอยู่เลย ไม่ได้วัดตรงนี้ ถ้าวัดตรงนี้มันจะเปลี่ยนใหม่ Landscape มันจะเปลี่ยนใหม่หมดเลย นี่ก็ประเด็นสำคัญทำให้การโฆษณาตอนนี้ เม็ดเงิน มันขัดแย้งกัน ทางกสทช.บอกว่าตอนนี้เม็ดเงินเป็น 10,000 ล้านบาทสำหรับดิจิทัลทีวี แต่มันไม่ใช่ ทางทฤษฎีมันไม่ใช่เพราะขายที่ 3,000-5,000 อาจจะมีช่องดาวเทียม ที่แปลสภาพเป็นดิจิทัลทีวีขายได้ 30,000 แล้ว แต่เมื่อเทียบกับช่อง 3 ช่อง 7 อนาล็อกเดิม ขายนาทีละ 400,000-500,000 เพราะฉะนั้นเงินที่เจียดมาตรงนี้นั้นเป็นจากช่อง 9 กับช่อง 5 ซึ่งช่อง 5 เค้าแปลสภาพเป็นทีวีสาธารณะไปแล้ว ส่วนช่อง 9 เรตติ้งผันผวนเพราะการเมือง เพราะฉะนั้นเงินก็มาจาก 2 ช่องนี้ ไม่ได้มาจาก 2 ช่องใหญ่เลย เพราะฉะนั้นตรงนี้ วิธีการคือจะอย่างไร เพื่อให้ SME รายใหม่ๆ สามารถมาซื้อโฆษณาดิจิทัลทีวีได้ ปรากฏว่าพวก SME รายใหม่ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกสินค้าพวกยา ก็เข้าไม่ได้ก็เพราะโดนกฎหมายห้ามอีก ห้ามทุกอย่าง พอเขาหนีมาจากดาวเทียม อันนี้ก็มาห้าม ตกลงแล้วคือบล็อกรูปอย่าง มันจะช่วยอย่างไรได้ อันนี้คือประเด็นสำคัญที่จะบอกว่าปีนี้ 12 เดือนที่ผ่านมา โฆษณาไม่ได้เพิ่มขึ้น”

“แล้วเรื่องระบบเรตติ้งก็ยังไม่ชัด เขาก็ไม่มาดูแล อ้างว่าเอกชนต้องไปคุยกันเอง ซึ่งอันนี้มันไม่ใช่ เพราะการใช้เงินในการที่จะพัฒนาเรตติ้ง มันต้องหน่วยงานรัฐ Subsidize”

คุณเขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

“รายได้จากการโฆษณา ก็ลดลงเยอะ เป็นธรรมดา ด้านเรตติ้งก็ลดลง เพราะโดนแย่งคนดูอยู่แล้ว อันนี้เป็นธรรมดา เรามีการปรับกลยุทธ์ ซึ่งอาจจะใช้เวลาระยะหนึ่ง ตอนนี้ดูงบของแต่ละรายก็ดูแย่ไปหมด ตัวแดงเป็นแถว แต่เรื่องของวิทยุยังดีอยู่มาก สุดท้ายเอาคนนอกวงการโทรทัศน์มาคุม อย่าง กสทช. นี้ไม่ไหว ไม่มีความรู้ทางด้านนี้ ก็ลำบาก มันจึงเกิดปัญหาอย่างที่เห็น”

คุณธนะชัย วงศ์ทองศรี

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

“ผู้ลงโฆษณาไม่มีความแน่ใจในกระบวนการวัดผลของดิจิทัลทีวีทำให้เม็ดเงิน โฆษณายังไม่กระจายตัว มาสู่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ได้รับใบอนุญาตจากการประมูลดิจิทัลทีวี”

“เราคาดหวังให้การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่การเป็นทีวีในระบบดิจิทัลเป็นไปตามแผนการณ ของ กสทช. ที่ได้ให้แนวทางไว้ตั้งแต่ก่อนการประมูล เรื่องการปรับปรุงระบบการสำรวจความนิยมในการรับชมทีวี ( Rating ) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไปหลังการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัล”

คุณพยุงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

## 2.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ไร้ประสิทธิภาพ

หากเราสอบถามประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องทีวีดิจิทัลแล้ว คำตอบส่วนใหญ่จะเห็นจาก การ โฆษณาประชาสัมพันธ์จากเอกชน ผู้ประกอบการดิจิทัลทีวี มากกว่าการประชาสัมพันธ์จาก กสทช. สิ่งเหล่านี้ทำให้การรับรู้และเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการรับชมดิจิทัลทีวีมีน้อยมาก

“อย่างต่างประเทศ เช่นใน UK สเปน ในยุโรป เวลาโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเกิด เขาจะมีการ PR ประชาสัมพันธ์ สื่อสารมาล่วงหน้า อย่างน้อย 5-10 ปี ในไตรมาสแรกของปีนี้ เริ่มจะเห็นว่ากลุ่มของผู้ประกอบการ 24 ช่อง ถมเงินเข้าไปอีกในเรื่อง Content ถมเงินในเรื่องการประชาสัมพันธ์เข้าไป จะเห็นว่าใน ช่อง 7 Hi-Def ถมมากที่สุด ช่อง ONE PPTV ไทยรัฐ พวกนี้ใส่เข้าไปเยอะมาก เยอะกว่าเงินที่จะไปให้ กสทช.ซะอีก เพราะฉะนั้น เราทำงานแทน กสทช.นะ ในเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์”

“จากต่างประเทศกับของประเทศไทยเราเป็นอย่างไร ของเขาใช้เวลา 7-10 ปีในการที่จะพัฒนาความคิด สื่อสารความเข้าใจ ของเราปีครึ่ง แต่สื่อสารเฉพาะผู้ประกอบการ ไม่ได้สื่อสารกับ Consumer ประชาชน ทั้งนี้ก็กฎหมายกับกรรมการกสทช. ที่เป็นผู้กำกับกฎหมายบอกว่าอ้างสิทธิเรื่องประชาชน แต่ผลตอนนี้คือประชาชนยังไม่ได้สิทธินั้นเลย เพราะอะไร”

คุณเขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

“ผู้รับชมทีวีส่วนใหญ่ยังไม่รับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์และความแตกต่างของดิจิทัลทีวี ทำให้ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมในกระบวนการเปลี่ยนผ่าน นับตั้งแต่การรับคูปอง การแลกคูปอง การติดตามชมช่องดิจิทัลทีวีที่เกิดขึ้นใหม่”

คุณพวงศัคดี ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

2.6 ปัญหาเรื่องกฎ กติกา และความเป็นเอกภาพของ กสทช.

“จริงๆ แล้ว ช่อง 9 เองมี 2 สถานะ คือ 1. เป็นผู้ให้บริการ โครงข่าย 2. เป็นผู้ให้บริการด้านช่องรายการ เราทำ 2 บทบาทในระบบดิจิทัลทีวีในปัจจุบัน เรื่องของโครงข่าย หลักๆ ก็มีปัญหา 1. เรื่องของกฎ กติกา ของ กสทช. เองที่เปลี่ยนไปเปลี่ยนมา ไม่แน่นอน 2. ด้วยนโยบายหรือกฎกติกา มันทำให้โครงข่ายของดิจิทัล คนเข้าไป Access น้อย ในวันข้างหน้าธุรกิจโครงข่ายจะเป็นอย่างไรก็ไม่รู้แน่นอนว่าจะส่งผลกับระบบดิจิทัลทีวี โดยรวมด้วยเหมือนกัน”

คุณธนะชัย วงศ์ทองศรี

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

### กลุ่มที่ 3 ผู้ชม ประชาชน

3.1 ไม่ได้รับคูปองจาก กสทช.

การแจกคูปองเงินสดสำหรับซื้อกล่องรับสัญญาณนั้นถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพราะเป็นหน้าที่ของ กสทช. ที่ต้องนำเงินที่ได้จากการประมูลมาใช้เพื่อซื้อกล่องดิจิทัลทีวีที่มีคุณภาพระดับ HD ไปแจกจ่ายให้กับประชาชนทุกครัวเรือนทั่วประเทศ เพื่อผลักดันให้โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเป็นฟรีทีวีแห่งชาติ

“ไม่ได้รับคูปองครับ ไม่รู้เหมือนกัน รออยู่นานแล้วยังไม่ได้เลย หמדเขตประมาณสิ้นเดือนนี้มั้งครับ จนถึงตอนนี้ผมก็ยังไม่ได้คูปองเลย ไม่รู้คูปองอยู่ไหน ถ้าไม่ได้คูปอง ผมก็จะเก็บดั่งตั้งซื้อครับ ไม่รอแล้วจริงๆ ถามว่าซื้อได้ไหม ซื้อได้ ราคาแปดเก้าร้อยซื้อได้ แต่คูปองอะอยากให้เราแจกให้มันทั่วถึงสิครับ อยากบอก กสทช. ว่า กสทช. ครับ ก็ยังอยากได้คูปองครับ”

ผู้ชมเพศชาย อายุ 35 ปี, พนักงานรักษาความปลอดภัย

“รู้จักแค่ว่ามีการแจกคูปอง แต่ไม่รู้รายละเอียดอื่นๆ”

ผู้ชมเพศหญิง #1 อายุ 22 ปี, นักศึกษา

“ไม่เคยได้รับคูปอง ไม่ทราบรายละเอียด”

ผู้ชมเพศหญิง #2 อายุ 22 ปี, นักศึกษา

### 3.2 ไม่เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนระบบการรับชมโทรทัศน์ให้เป็นระบบดิจิทัล

ทั้งนี้กล่องดิจิทัลทีวีที่ กสทช. แจกให้กับประชาชนนั้น สามารถนำมาใช้ได้กับระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial) เท่านั้น ไม่สามารถนำมาใช้กับระบบเคเบิลและดาวเทียมได้ กรณีผู้ชมผ่านระบบภาคพื้นดิน เมื่อติดตั้งกล่องรับสัญญาณ DVB-T2 (ใช้คู่มือไปแลก) ซึ่ง กสทช. แจกแล้วจะสามารถรับชมช่องดิจิทัลได้ และรับชมในระบบความคมชัดสูงได้ในช่อง HD

ส่วนในกรณีผู้ชมที่รับชมผ่านดาวเทียมหรือระบบเคเบิล ก็สามารถรับชมช่องดิจิทัลทีวีได้เช่นกัน แต่จะมีข้อจำกัดในการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) หมายถึงประชาชนจะได้รับชมช่อง HD ในแบบความคมชัดปกติ (SD) เท่านั้น

จากเงื่อนงำข้างต้น ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าจะไม่มีความจำเป็นอะไรที่จะต้องนำคู่มือไปแลกกล่องดิจิทัลทีวี ในเมื่อระบบเดิมที่รับชมอยู่ก็สามารถชมช่องดิจิทัลทีวีได้อยู่แล้ว นอกจากนี้การรับชมในระบบเดิมยังมีจำนวนช่องให้เลือกชมมากกว่า จึงไม่มีเหตุผลจูงใจให้เปลี่ยนระบบการรับชม “รู้สึกว่าการเปลี่ยนแปลงระบบทีวีในตอนนี้นี้ยังคงไม่เสถียร เห็นจากข่าวบอ่ยๆ ว่าดิจิทัลทีวี ยังมีปัญหาอีกมากมายที่ต้องแก้ไข แต่โดยส่วนตัวยังไม่เข้าใจ และยังไม่สงสัยว่า การแจกคู่มือให้ประชาชนทุกบ้าน ทุกครัวเรือนมันมีความสำคัญอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร ทำไมจึงต้องเปลี่ยนระบบ อย่างตอนที่บ้านคุณผ่านระบบ True Visions ทุกวันนี้ยังคงไม่ได้รับคู่มือ ยังไม่ได้มีการติดตั้งกล่องอะไรที่ กสทช. แจก แต่ก็ยังสามารถดูทีวีได้ปกติเป็นร้อยช่อง รวมทั้งช่องดิจิทัลทีวีที่เขาประมูลกันมาก็ดูได้ด้วย แต่เรื่องระบบความชัดของช่อง HD ยังไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงอันนี้ก็สงสัยว่ามัน HD ตรงไหน”

ผู้ชมเพศหญิง #4 อายุ 28 ปี, พนักงานการตลาด บริษัทเอกชน

### 3.3 เกิดความสับสนกับหมายเลขช่องที่เรียงไม่ตรงกัน

ผู้ชมรู้สึกสับสนและเกิดความยุ่งยากในการรับชม เนื่องจากการเรียงช่องที่ไม่เหมือนกันในทุกแพลตฟอร์ม ปัญหานี้จะไม่เกิดกับผู้ชมที่ชมผ่านระบบภาคพื้นดินที่ติดตั้งกล่อง DVB-T2 แต่ปัญหานี้จะเกิดจากการรับชมผ่านระบบดาวเทียมและเคเบิลเท่านั้น ทั้งนี้ผู้ชมกลุ่มดาวเทียมและเคเบิลถือเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ

“รู้สึกไม่ดีขึ้น (จากการเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัลทีวี) ถ้าถามตัวเองเลย รู้สึกแย่ลง เพราะรู้สึกว่าถึงจะบอกว่ามีทางเลือกมากขึ้น แต่มันเป็นทางเลือกที่เราไม่รู้ว่ามันคืออะไร เรารู้ว่าเรามีทางเลือกมากขึ้น เราต้องรู้ว่าเรามี 1 2 3 4 5 6 7 8 เรารู้แต่ว่าเรามีเยอะขึ้น แต่เราไม่รู้ว่ามันอยู่ตรงไหน มันหาไม่เจอ มันงง ช่องที่เราดู ช่องที่เราคิดว่าเราเคยดู ช่องที่มันเคยอยู่ในที่ของมันก็ถูกย้ายไปหมด ของใหม่มาก็ไม่รู้ว่าไปอยู่ตรงไหน เพราะว่าแต่ละที่ก็ไม่เหมือนกัน ไปต่างจังหวัดก็หาไม่เจอ เมื่อก่อนนี่ตอนเป็น 3 5 7 9 11 ThaiPBS อะไรทั้งหลาย อย่างน้อยมันยังเรียงเหมือนกันทั่วประเทศ เพราะฉะนั้นเราจะรู้ว่าถ้าเราเจอช่องนี้ ช่องต่อไปก็จะอยู่ติดกันไปไม่มากก็น้อย เพราะฉะนั้นตอนนี้ ไม่รู้แล้วมั่วไปหมดแล้ว เมื่อก่อนยัง



เป็นแบบ 3 5 7 9 11 แบบนี้ชอบมากกว่านะ ก็เคยสงสัยว่าเลขคู่มันหายไปไหน แต่ช่างมัน ตอนหลังมานี้เริ่มมีช่อง ITV ยังไม่เปิดตัว เริ่มมี ThaiPBS ก็ไม่เป็นไรยังพอลุ้น แล้วก็เปลี่ยนชื่อกันไปเปลี่ยนชื่อกันมา จนตอนหลังมานี้เริ่มงงแล้ว ช่อง 2 ไม่อยู่ช่อง 2 ช่อง 8 ไม่อยู่เบอร์ 8 ช่อง ONE ไม่ได้อยู่เบอร์ 1 แล้วจะตั้งชื่อเป็นตัวเลขให้เปิดตัวทำไม ถ้าไม่นั้นก็เรียงตัวเลขไปเลยไหม หรือยังงี้ก็ได้ แต่ผมคิดว่าชื่อยังไม่สำคัญเท่ากับการเรียงที่ทั่วประเทศต้องเป็นแบบเดียวกัน ถ้าเป็นแบบนี้ก็ไม่เห็นมีอะไรต่างจากการดูเคเบิลหรือ Satellite”

ดร.กวนาต คุณผลิน

พิธีกร ดีเจ ผู้ประกาศข่าว

#### 3.4 ผิดหวังกับการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD)

นอกจากนี้ประชาชนยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบ SD และ HD ซึ่งมีประชาชนบางส่วนที่พบว่าระบบ SD และ HD มีความคมชัดไม่แตกต่างกัน เพราะอาจจะไม่ได้ดูผ่านกล่องหรือโทรทัศน์เป็นรุ่นเก่ารับสัญญาณ HD ไม่ได้ หรืออาจยังดูผ่านระบบดาวเทียมซึ่งทำให้รับสัญญาณ HD ได้ไม่เต็ม Bandwidth

“ทราบว่ามีช่อง HD อย่างเช่นช่อง 3 ก็มีทั้งช่อง 3 ธรรมดาและช่อง 3 HD แต่เวลาดูก็ไม่ค่อยเห็นความแตกต่างชัดเจนเท่าไร”

“พอทราบอยู่บ้างคะว่ามีช่อง HD ไทยทีวีสีช่อง 3 / ททบ.5 / ช่อง 7 / ไทยรัฐ / จีเอ็มเอ็ม One / PPTV ชมแล้วรู้สึกไม่ได้ชัดขึ้นถึงขนาดว่าเป็น HD จริงๆ”

“ปกติเป็นคนชอบดูรายการทางฝั่งเกาหลีอยู่แล้ว ซึ่งเขาจะเป็น HD แบบว่าชัดมากๆ จริงๆ เวลาชมผ่านทีวีที่เกาหลี หรือใน YouTube อยากให้เมืองไทยเป็น HD มาตลอดเลย แต่ทำไมช่อง HD บ้านเราไม่เห็นชัดแบบประเทศอื่น”

ผู้ชมเพศหญิง อายุ 22 ปี, นักศึกษา

#### 3.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เรื่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่ทั่วถึงและไม่ชัดเจน

ประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ น้อยมาก และยังไม่เข้าใจระบบต่างๆ ของโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก และบางส่วนก็ไม่เข้าใจความแตกต่าง นอกจากนี้การแจกคู่มือแลกรับกล่องรับสัญญาณก็ยังไม่ทั่วถึง จึงทำให้ประชาชนสูญเสียโอกาสในการรับชม

“เพราะระบบของ กสทช. ครับ ผมว่ามันเป็นที่ระบบของเขา ที่วางพื้นฐานได้ไม่ดีอะครับ การแจกกล่องก็เลยยังไม่ถึงเรา ส่วนที่บ้านต่างจังหวัดของผม ทั้งหมู่บ้านน่าจะยังไม่ได้เลยครับ ที่ขอนแก่น ไม่มีใครบอกว่าได้เลยครับ”

ผู้ชมเพศชาย อายุ 35 ปี, พนักงานรักษาความปลอดภัย

แม้แต่คนในวงการบันเทิงเองก็ยังไม่รู้ลึกว่า กสทช. มีการประชาสัมพันธ์ที่น้อยเกินไป และปล่อยให้หน้าที่การประชาสัมพันธ์เป็นของผู้ประมวลและหนังสือพิมพ์ “ผมคิดว่าเคยได้ยินข่าว แต่ไม่แน่ใจว่าจะเรียกว่าเป็นการประชาสัมพันธ์หรือเปล่า ส่วนใหญ่จะได้ยินจากสื่อด้วยกัน ออกข่าวว่าประเทศไทยกำลังจะมี หรือว่าอ่าน หนังสือพิมพ์แล้วเจอ แล้วก็ถามๆ ผู้รู้ต่างๆ ที่เจอว่ามันคืออะไร เพราะแต่ก่อนไม่เข้าใจจริงๆว่ามันต่างจากเคเบิ้ลอย่างไร”

ดร.กวนาท คุณผลิน  
พิธีกร ดีเจ ผู้ประกาศข่าว

<b>ไทยรัฐ</b> <b>ครบรอบ ๖๖ ปี</b> Thal Rath (Mkt-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> พุธ 13 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20931 <b>หน้า:</b> 1(ล่างซ้าย), 5 <b>Col.Inch:</b> 105.59 <b>Ad Value:</b> 316,770 <b>PRValue (x3):</b> 950,310 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> สก๊อปหน้า1 โยนบาป กสทช. หายนะดิจิตอลทีวี
---	--

# สก๊อป หน้า1

ที่มีต่อการพัฒนา...ประชาสัมพันธ์เครือข่ายดิจิตอลทีวีได้ทำเมืองไทยให้ได้รับความนิยมเป็นหนึ่งในไม่เป็นสองรองที่วิคาวเทียมเคเบิลทีวี

ย้อนอดีตเมื่อเสร็จจากการประมูลผู้ชนะคือทีไอ เจลิมพลอง...ธนาคารชินดีให้กู้เงินมหาศาล ถือเป็นธุรกิจที่ตื้ออนาคตต่างประเทศเดินทางมาขอเป็นหุ้นส่วนกันมากมาย ผู้ชนะการประมูลจ่ายเงินงวดแรกไปเรียบร้อยเป็นหมื่นล้าน ขณะนี้เวลาผ่านมา 1 ปี สิ่งที่เกิดขึ้นล่าสุด ณ วันที่ 25 เม.ย.2558 เป็นความจริงที่สวนทางกับฝันหวาน

กฎบัตรเครี่ (Must Carry) ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาไม่มีการใช้อำนาจเพื่อบังคับให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการประมูลหากยังต้องไปจ่ายเงินเช่าพื้นที่ตามแพลตฟอร์มต่างๆเอง แล้วจะมาประมูลเพื่อให้ได้สิทธินี้ทำไม

ซ้ำร้าย กสทช.ยังออกประกาศให้แพลตฟอร์มในพื้นที่ 10 ช่องแรก จัดสรรกันได้ตามใจ ผลลัพธ์ก็คือ...ช่องแรกตามแพลตฟอร์มต่างๆสามารถหารายได้ 10-12 นาที...ไม่ใช่ 6 นาที อย่างที่สัญญากันไว้

10 ช่องแรก...จึงมีความโดดเด่น ผู้ชมทางง่าย มีคุณค่ามากกว่าดิจิตอลทีวีทั้ง 24 ช่อง

ขณะเดียวกัน มาตรฐาน (MUX) ต่างๆ ที่ได้รับการคัดเลือกอนุมัติเป็นเครือข่ายในการส่งสัญญาณดิจิตอลยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย ทั้งพื้นที่สัญญาณไม่ครอบคลุม...คุณภาพยังไม่สามารถเปิด HD ได้เลย

ความเสียหายด้านเทคนิคเสียงหนึ่งจากคนวงในระดัับปฏิบัติการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม สะท้อนให้ฟังว่า สัญญาณดิจิตอลทีวีในเมือง

กฎบัตรเครี่ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ไม่มีการใช้อำนาจเพื่อบังคับให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการประมูล หากยังต้องไปจ่ายเงินเช่าพื้นที่ตามแพลตฟอร์มต่างๆเองแล้วจะมาประมูลเพื่อให้ได้สิทธินี้ทำไม ซ้ำร้าย กสทช. ยังออกประกาศให้แพลตฟอร์มในพื้นที่ 10 ช่องแรกให้จัดสรรได้ตามใจ

ยังมีจุดอับสัญญาณ บางแห่งแม้ว่าจะแก้ไขได้ด้วยการใช้อุปกรณ์ตัวช่วย...แต่ระดับความแรงแต่ถ้าวางผิดจุดก็จะทำให้รับสัญญาณได้ไม่ครอบคลุม

วันนี้...เครือข่ายทั่วประเทศน่าจะวางระบบสืบหน้าไปมากแล้ว แต่อาจไม่ทันตามสัญญาที่ กสทช. ได้ให้ไว้ อาจเรียกได้ว่า "ลืมหิน...แต่ยังเคียบโตะไปไม่ถึงดวงดาว"

ย้ำประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นแรก "ปัญหาเลขช่อง" ยกตัวอย่าง โทรรัฐทีวีประมูลมาได้เลขช่อง 32 แต่เวลาดูในต่างจังหวัดไม่ได้ใช้ช่องเดียวกัน

"กสทช. บังคับไม่ได้ว่าจะดูช่องเดียวกัน...ทุกกล่อง...ทุกระบบไม่ว่าที่วิคาวเทียม เคเบิล... ถ้าเป็นดาวเทียมจะบวก 10 จากเลขช่องที่ประมูลได้ เพราะ 10 ช่องแรกผู้ให้บริการจะขอสงวนเอาไว้ใช้เป็นช่องหาหินขายของ"

เคยคุยเรื่อง 10 ช่องแรก ด้วยที่ชนะส่วนตัว ไม่เห็นด้วย แต่ก็มิทันจะต่างจากฟากฝั่ง กสทช. ที่มีตำแหน่งไม่ได้ใหญ่โต สะท้อนออก

มาว่าเพราะทีวีดาวเทียมเป็นความถี่ของเอกชนที่ภาครัฐไม่ได้ควบคุม ฉะนั้นก็ไม่ควรที่จะไปก้าวก่าย ให้อำนาจกันไป

อย่างนี้ก็เท่ากับภาระจะไปตกกับประชาชน พอคุณต้องติดจอลทีวี อย่างไทยรัฐทีวีดูที่ช่อง 32 แต่พอไปดูดาวเทียมกลายเป็นช่อง 42 คนลำบากคือ...“ประชาชน” คนที่ได้ประโยชน์คือ...“เอกชน”

ปัญหานี้ จะได้รับการเหลียวแลมากน้อย กสทช.จะดำเนินการกับเรื่องนี้อย่างไรต่อไปบ้าง คงต้องติดตามดูหรือเรียกเรื่องกันต่อไป

อีกปัญหาหลักในวันเสาร์ที่ต่อจากนี้ “ดิจิทัลทีวีกับการรับสัญญาณ” บอกตรงๆว่าที่เจอมาเป็นระบบการณตรง ชาวบ้านส่วนใหญ่จะไม่ค่อยรู้วิธีการที่จะเอาสัญญาณลงมาดูที่เครื่องรับภายในบ้าน

“ประเด็นนี้เป็นเรื่องใหญ่ สัญญาณดิจิทัลทีวีกระจายไปทั่วประเทศ ก็จริง แต่วิธีการดูมันไม่ง่ายเลย เริ่มแรกจะต้องรู้ว่าบนเสาหรือฐานสถานีส่งอยู่ที่ไหน ก็หันปลายเสาข้างไปทิศทางตรงนั้น”

และ...อย่าเข้าใจผิดคิดว่า จะหันเสาไปทางไหนแล้วจะรับสัญญาณได้เหมือนระบบทีวีดั้งเดิม...ไม่ใช่แล้ว

เสาที่ใช้จะเป็น “สายล่อ” ...ที่ระบุทิศทางการรับหันให้ตรงกับสถานีส่ง ถ้าหันแล้วมีสิ่งกีดขวางก็ล่อดู...หลบสิ่งกีดขวาง สมมติว่าสถานีอยู่ข้างหน้าเรามีตึกบัง แล้วด้านหลังก็มีตึกสูงก็สามารถหันเสารับสัญญาณไปที่ด้านหลัง รับสัญญาณที่สะท้อนมาจากตึกที่อยู่ด้านหลังได้เช่นกัน

“ช่องที่ไว้น่าล่อจะ”ไม่ทำแบบนี้ เพราะภาพที่รับได้จะมีภาพที่ซ้อน แต่สัญญาณดิจิทัลทีวีมีข้อดี แม้ว่าจะรับสัญญาณสะท้อนภาพก็ชัดเจนไม่มีเงา ใช้งานได้”

ถึงวันนี้...ดิจิทัลทีวีได้ทำเมืองไทย ได้รับความนิยมน้อย แต่ไหน คนวงในตอบกันว่า “กว่าจะบูมคงอีกนาน...ในความรู้สึกจากที่สัมผัสมา บอกตรงๆเลยว่า ทั้งความนิยม ทั้งความรู้จักทีวีดิจิทัล ยังมีไม่มาก ส่วนใหญ่ดูทีวีดาวเทียมกัน”

มุมมองส่วนตัวอยากดูดิจิทัลทีวีเพราะเป็น HD...ความคมชัดสูง จอเครื่องรับที่บ้านใหญ่ก็อยากดูภาพที่คมชัดๆ แต่ที่สัมผัสกับชาวบ้านในหลายพื้นที่...หลายจังหวัด ไม่ได้ต้องการความคมชัดระดับนี้หรืออาจจะไม่รู้จักด้วยซ้ำ เขาเอาแค่ดูทีวีช่องที่ต้องการได้เท่านั้นก็เพียงพอแล้ว

แบบว่า สัญญาณดี...ดูได้...ดูไม่ได้ก็เท่านั้นเอง

สำหรับคนที่ตั้งใจ HD ความคมชัดสูง แล้วไม่ชัดได้ตั้งใจ ผู้รับชมกลุ่มนี้ก็มีมากแต่อาจจะแปลกใจ หากเหตุผลไม่ได้ว่าทำไม?...ทั้งที่ น่าจะเป็น HD แต่คุณภาพที่ออกมาดูสายตาไม่น่าจะชัดกว่าดาวเทียม “คงไม่เข้าใจ เรื่องกฎบัตรทีวี ช่องทีวีดิจิทัลซึ่งต้องผลิต แบ่งฝากสัญญาณกันอยู่”

ประเด็นการกระจายสัญญาณดิจิทัลทีวีทั่วประเทศนี้...ที่ทดสอบแบบจริงจังตามกระบวนการ เฟสแรก...กรุงเทพฯ ปริมณฑล เฟสที่สอง...ที่หาดใหญ่ และเฟสที่สามที่...ไปทดสอบล่าสุดที่โคราช โครงการฯจริงๆแล้วขึ้นเกือบทั่วประเทศแล้ว แต่ยังไม่ได้ทดสอบจริงจังแบบข้างต้น

เชื่อมโยงได้ว่าเมื่อโครงการดิจิทัลทีวียังไม่พร้อมสมบูรณ์ เต็มทั่วประเทศ ย่อมส่งผลบั่นทอนความเชื่อมั่น...ความนิยมดิจิทัลทีวีจึงยังไม่ค่อยดีมากนัก

บวกกับกระบวนการขั้นตอนที่กว่าจะได้ดูนั้นแสนยาก...ดูยาก กล่องเครื่องรับก็มีปัญหาเยอะ ที่เจอกัน...เวลาสัญญาณอ่อน บางช่องจะหายไปทันทีเพราะกล่องจะตรวจจับตามระดับความแรงสัญญาณ ช่องที่ได้รับระดับตั้งไว้เท่านั้น เข้าใจง่ายกว่า...ถ้าสัญญาณอ่อน กล่องก็จะตัดช่องนั้นทิ้งหายไปเลย

“หายไปแล้วก็ต้องมานั่งสแกนหาใหม่แน่นอน...มีปัญหามาไม่ได้ ทำไม่เป็น หายแล้วก็หายไปเลย”

ยกตัวอย่างคนใกล้ตัว ติดละครช่อง 7 มาก แต่อยู่ดีๆช่องที่หายไปก็กลายเป็นว่าหายไปก็เลิกดูเปลี่ยนไปเป็นดูทีวีดาวเทียมเหมือนเดิม กับอีกปัญหาช่องล่องดิจิทัลทีวีมาแล้วที่บ้านติดจานดาวเทียมอยู่แล้ว ก็เอาล่องไปเปลี่ยนเพื่อหวังจะดูดิจิทัลทีวี แต่ก็เจอปัญหาว่ารับสัญญาณไม่ได้ เพราะคนละฟอร์มเมตกัน ใช้งานไม่ได้

ต้องโยนมาบให้กสทช. ที่ให้ความรู้ประชาสัมพันธ์ดิจิทัลทีวีน้อยเกินไป แต่...หากล่องใหม่ไปเทียบกับสายอากาศเดิม ความเป็นจริงมันใช้งานไม่ได้ รับสัญญาณดิจิทัลทีวีไม่ได้ ต้องมีรายละเอียดเยอะกว่านั้น นิสัยปัญหาที่รุนแรง...ดิจิทัลทีวี 24 ช่อง เพราะหลงเชื่อ กสทช. หากหาคำถามสัญญาณที่วางกันไว้ตั้งแต่ต้น สถานการณ์คงดี กว่านี้ ใครคิด...ใครต้องรับผิดชอบ? คงหนีความจริงไปไม่พ้น.

#### แผนภาพที่ 4-5 สถิติวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นของดิจิทัลทีวี

### กลุ่มที่ 4 ตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer)

สำหรับกลุ่มตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ ได้ทำการสัมภาษณ์ คุณวรรณิ รัตนพล นายกสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย และพบปัญหาดังต่อไปนี้

#### 4.1 กสทช. ไม่มีความเข้าใจในตลาดโฆษณาและพฤติกรรมของผู้ชม

คุณวรรณิ รัตนพล มองว่า กสทช. ขาดความเข้าใจในตลาดโฆษณาและพฤติกรรมของผู้ชม จึงส่งผลให้การออกกฎต่างๆ ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชม จึงก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา โดยคุณวรรณิกล่าวไว้ดังนี้

“ในแง่ของเรื่อง Must Carry ถ้าหากจะเปลี่ยนโดยรอตั้งเสา Mux ทั้งหลาย 10 ปีก็ใช้เวลา ตลาดมันเป็นแซทเทลไลท์ (ระบบดาวเทียม) อยู่แล้ว ทำอย่างไรให้อยู่บนแซทเทลไลท์ด้วย มันก็จะทำให้การเปลี่ยน

ผ่านเร็วขึ้น เขาก็ไปออกกฎ Must Carry แต่ก็ไม่ได้นึกถึง 10 ช่องแรก ตอนแรกก็คือแลกกัน คือให้แซทเทลไลท์ Carry แล้วให้เอา 10 ช่องแรกไปให้เค้าทำมาหากิน มันก็มีปัญหาตามมาด้วยเบอร์ช่อง เพราะไปเขียนไว้ว่าคนที่ประมูลสูงสุดมีโอกาสเลือกเบอร์ช่อง อย่างช่อง 3 ก็บ่นอุบว่าอุตุส่าห์กดให้ได้เบอร์ 1 เพื่อที่จะเลือกช่อง แต่พอเลือกช่องเสร็จ กลายเป็นว่าแซทเทลไลท์ 70-75% มันไม่ใช่เบอร์ที่เขาเลือก Regulator ก็ไม่ได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดโฆษณาซักเท่าไร กฎที่ออกมามันเลยเป็นอย่างที่เห็น”

“แต่จริงๆมันคิดมาตั้งแต่แรก ว่าออกมาได้อย่างไรตั้ง 24 ช่อง ช่องมันเยอะเกิน Capacity ของตลาดที่จะรองรับได้ เงินมันมีอยู่แค่นี้ จำนวนคนดูก็มีอยู่แค่นี้ ไม่ได้เปลี่ยน การมีช่องเยอะขึ้นไม่ได้หมายความว่าคนดูจะเยอะขึ้น ง่ายๆเลยเอาจำนวนคนดูหารจำนวนช่อง จะเหลือแค่ไหน ถ้าหากคนดูมันเหลือแค่นี้ Benchmark มันมีตัวเลขอยู่แล้ว ถ้าอย่างนั้นในแง่ Pricing คุณต้องขายเท่าไรคุณถึงจะได้ตัวเลขกลับมาเท่าเดิม มันบวกลบคูณหารออกมาต่างๆ ก็ Spot ละประมาณ 5,000 อย่างเก่งก็ 10,000 ไม่มีใครคิดถึงตรงนี้ ไม่มีใครทำวิจัยที่ กสทช. ไปใช้หรือผู้ประกอบการ ไม่เคยมาถามคนซื้อโฆษณาเลยว่า ควรหรือไม่ควร”

“เข้าใจไหมว่า Scenario ของตลาดเป็นอย่างไร คือรู้ว่าตลาดเป็นตลาดแซทเทลไลท์ แล้วทำไมอุปถัมภ์มันมีคนมาแลกแค่ 40% เพราะ 70% มันไปแซทเทลไลท์แล้ว บ้านคนที่มียกกล่องแซทเทลไลท์แล้ว ยังไงก็ดูได้อยู่แล้วทำไมต้องไปแลกมาอีกกล่อง ดิดบ้านเยอะแยะเพื่ออะไร”

#### 4.2 ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์

คุณวรรณิ รัตนพล มองว่า คนยังไม่เข้าใจและมีความรู้เรื่องดิจิทัลทีวีน้อยมาก เนื่องจากปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของ กสทช.

“กสทช. ทำเรื่องประชาสัมพันธ์น้อยไป ความเข้าใจของผู้บริโภคยังน้อยกว่าการเปลี่ยนผ่านนี้เปลี่ยนเพื่ออะไร และเปลี่ยนอย่างไร บางคนยังไม่รู้เลยว่าแค่ถอดปลั๊กและเสียบปลั๊กมันก็เปลี่ยนแล้ว แค่นั้นเอง เพราะ Platform เขาทำให้หมด กสทช.ก็เอื้อนะในแง่ของ Must Carry แต่มันก็สับสนในแง่ของบางช่องก็อาจจะไม่ได้ตรงนี้ แต่เบอร์ช่องนี้สำหรับพีเอ็มซีเรียสเท่าไร เพราะแต่ละบ้านเค้าก็มีเบอร์ของเขา แต่สำหรับเจ้าของช่องอาจจะโปรโมทยาหน่อย”

#### 4.3 ตำแหน่งการเรียงช่องมีผลต่อเรตติ้งและอัตราค่าโฆษณา

คุณวรรณิ รัตนพล กล่าวว่า “หลายคนก็บ่นเรื่องราคา มันต้องเข้าใจว่าในการซื้อขายมันมี Benchmark อยู่ คุณจะไปตั้งราคาตามใจคุณมันก็เป็นไปไม่ได้ ถึงอย่างไรมันไม่มีทางเกิด สำหรับส่วนของเจ้าของสินค้า เขาก็เลือก มันอยู่ที่ Offer และคนดู อ้างอิงจาก Cumulative Monthly หมายความว่า % ของคนเคยเข้ามาดูในหนึ่งเดือน จะเห็นลำดับของช่องต่างๆ ไต่ลงมา ช่อง 3 กับ ช่อง 7 นำ ถัดมาเป็นช่อง 5 ช่อง 9 ถัดมาเป็น Workpoint, ไทยรัฐ, True, PPTV แต่ถ้าดูเป็น Weekly มันจะลงมาอีกเยอะ

มาก เช่น ตอนที่ ช่อง Workpoint อยู่ที่ประมาณ 60-70 หมายความว่าอีก 30% ของคนดูไม่มีโอกาสเข้าไปดู และจะเห็นว่าช่องอื่นๆ ถัดลงมา 80% ของผู้บริโภคไม่เคยเข้ามาดู จะถามว่าเพราะอะไร มันอาจไม่มีความสนใจ แต่มันก็เป็นไปได้ อย่าง ถ้าหาก Workpoint เข้าอยู่ช่อง 1 ของ PSI แล้วแซทเทลไลท์กินแชร์ประมาณ 70-75% ก็เป็นไปได้ว่าพวกที่อยู่บนล๊อคไม่เห็น แต่อย่างช่องที่ขึ้นอยู่ต้นๆ มันเป็นช่อง Top Ten ของแซทเทลไลท์และ True Visions เคสอย่าง PPTV เค้าเป็นช่องสุดท้ายของ HD พอเค้า Move เข้ามาใน 1 ช่องแรก ของ PSI Audience ดีขึ้น ดังนั้นอยู่ที่การทำ Marketing ประมูลได้ SD มาแต่ไปลงเป็นช่อง 1 ของ PSI โอกาสของการเห็นมันมีเยอะ”

#### 4.4 ปัญหาเรื่องช่องความคมชัดสูง HD

คุณวรรณิ รัตนพล กล่าวว่า “อีกเรื่องคือ อย่างเรื่องความคมชัด HD ยังไม่เป็น HD เลย มันมีปัญหาเรื่องเทคนิคคือ แซทเทลไลท์มันไม่สามารถ Effort ได้มันก็ประมาณนั้น ก็ดูแบบมัวเหมือนเดิม”

#### 4.5 ปัญหาเรื่องการจัดทำ Rating

คุณวรรณิ รัตนพล กล่าวว่า “อีกเรื่องที่เราเข้าไปคุย คือ เรื่องการทำ Rating ว่าจะทำอย่างไรถึงจะช่วย Support ได้ เนื่องจากคณะกรรมการไม่ได้อยู่ยาว ดังนั้นคงจะ Support ในช่วงแรก และที่เหลือผู้ประกอบการก็ต้องช่วยตัวเอง เราเข้าไป Update อยู่ตลอดเวลา เราก็มีการจัดตั้ง Media Research Bureau และ Update ให้ทาง กสทช. รับทราบ กสทช. ก็สนับสนุนและยินดีที่จะ Support แต่อย่างอื่นเราก็ไม่มีบทบาทอะไร เราได้แต่ Comment”

### แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย จากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทน กสทช. (Regulators), ตัวแทนผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จำนวน 3 ราย, ตัวแทนผู้ชม/ประชาชน (Viewers) จำนวน 6 ราย และตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer) จำนวน 1 ราย พร้อมทั้งสืบค้นข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย ดังนี้

#### แนวทางการแก้ปัญหาของ กสทช.

1. การบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กสทช. เคยให้ไว้ก่อนการประมูล คือ
  - 1.1 Must Carry ช่องดิจิทัลที่วิเคราทุกช่องในทุกแพลตฟอร์ม ทั้งเคเบิลและดาวเทียม
  - 1.2 Must Carry แบบเรียงช่อง โดยเรียงช่องตรงตามหมายเลขช่องของผู้ประกอบการที่ประมูลมาได้



### 1.3 Must Carry ตามคุณภาพสัญญาณที่แต่ละช่องประมูลมาได้ หมายถึง ช่อง HD

จะต้องรับชมในคุณภาพแบบ HD ได้ในทุกแพลตฟอร์ม

ปัญหาเรื่อง Must Carry เป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลอย่างยิ่งต่อการรับชมช่องดิจิทัลทีวีของผู้ชม หาก กสทช. บังคับใช้กฎ Must Carry ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่คือประชาชน เพราะสามารถเข้าถึงช่องดิจิทัลทีวีได้อย่างครบถ้วนในทุกกระบวนการรับชม รวมถึงการเรียงเลขช่องก็เป็นแบบเดียวกันไม่ว่าจะดูผ่านระบบใด ทำให้ลดปัญหาความสับสนของผู้ชมลงได้ และเรื่องคุณภาพการรับชมจะได้ตรงตามคุณภาพของช่องที่ประมูลมาคือ เมื่อผู้ชมรับชมช่อง HD ก็ควรได้เห็นความคมชัดสูงแบบ HD จริงๆ ในทุกแพลตฟอร์ม

“เราคาดหวังให้การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่การเป็นทีวีในระบบดิจิทัลเป็นไปตามแผนของ กสทช. ที่ได้ให้แนวทางไว้ตั้งแต่ก่อนการประมูลประกอบด้วย 4 เรื่องด้วยกันคือ 1. ต้องการให้มีการจัดเรียงเลขช่องหมายเลขเดียวกันในทุก Platform การรับชม 2. ต้องการให้มีการขยายโครงข่ายและการแจกจ่ายเป็นไปตามระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ 3. ต้องการให้มีการปรับปรุงระบบการสำรวจความนิยมในการรับชมทีวี ( Rating ) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไปหลังการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัล 4. ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึงของการเกิดขึ้นและวิธีการรับชมดิจิทัลทีวี

คุณพวงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

“อย่างแรกต้องพยายามให้คนเข้ามาอยู่ในระบบทีวีดิจิทัลมากขึ้นและให้เร็วขึ้น 2. ต้องทำความเข้าใจเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนให้เข้าใจเรื่องการรับชมดิจิทัลทีวีให้ดีกว่านี้เยอะๆ อันนี้ยังขาดการทำความเข้าใจที่ดีอีกเยอะมาก 3. ต้องปรับกฎกติกาที่มีอยู่ให้มันไปได้ดีกว่านี้ เช่น เรื่อง กฎ Must Carry , เรื่องเลขช่อง และอื่นๆต้องรีบแก้ไข”

คุณชนะชัย วงศ์ทองศรี

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

### 2. ปรับปรุงวิธีการวัด Rating ให้เหมาะสมและสะท้อนความเป็นจริง

กสทช. ควรสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งระบบการวัดเรตติ้งใหม่ โดยต้องมีการปรับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างและวิธีการวัดเรตติ้ง ให้สอดคล้องกับวิธีการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไป เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ด้วย โดย กสทช. ควรทำงานร่วมกับสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ในเรื่องของการปรับปรุงคุณภาพการวัดเรตติ้ง เนื่องจากทางสมาคมมีเดียฯ มีบทบาทโดยตรงในการเป็นผู้ซื้อโฆษณา ซึ่งมีเด็ดเงินโฆษณาก็เป็นหัวใจสำคัญของการอยู่รอดของอุตสาหกรรมนี้

“Agency เข้ามองที่เรตติ้งเป็นสิ่งสำคัญ ผิดถูกไม่รู้ ฉันมองเรตติ้ง ซึ่งระบบเรตติ้งเป็นของระบบเก่ามาก ยังไม่รวมของระบบใหม่ ถึงแม้จะมีดาวเทียมมา แต่เค้าวัดดาวเทียมชนิดเดียว เค้ายังวัดแบบเก่าอยู่ ด้านพื้นฐานประชากร Household ของเรเดิมมันเป็น Horizontal ตอนนี้เป็น Vertical มันขึ้นตึกสูง เค้า

ไม่ได้วัดตรงนี้เลย ในหนึ่งฐานอย่างกรุงเทพ ยังวัดอยู่กลุ่มสลัมรากหญ้าอยู่เลย ไม่ได้วัดตรงนี้ ถ้าวัดตรงนี้มันจะเปลี่ยนใหม่ Landscape มันจะเปลี่ยนใหม่หมดเลย นี่คือประเด็นสำคัญทำให้การโฆษณาตอนนี้ เม็ดเงิน มันขัดแย้งกันทางกสทช.บอกว่าตอนนี้เม็ดเงินเป็น 10,000 ล้านสำหรับดิจิทัลทีวี มันไม่ใช่ ทางทฤษฎีมันไม่ใช่ เพราะขายที่ 3,000-5,000 อาจจะมีช่องดาวเทียม ที่แปลสภาพเป็นดิจิทัลทีวี ขายได้ 30,000 แล้ว แต่เมื่อเทียบกับช่อง 3 ช่อง 7 อนาคตอีกเดิม ขายนาที่ละ 400,000-500,000 เพราะฉะนั้นเงินที่เจียมตรงนี้มันเป็นจากช่อง 9 กับช่อง 5 ช่อง 5 เค้าแปลสภาพเป็นทีวีสาธารณะไปแล้ว ส่วนช่อง 9 เรทติ้งผันผวนเพราะการเมือง เพราะฉะนั้นเงินก็มาจาก 2 ช่องนี้ ไม่ได้มาจาก 2 ช่องใหญ่เลย เพราะฉะนั้นวิธีก็คือว่าจะทำยังไงให้ SME รายใหม่ๆ สามารถมาซื้อโฆษณาดิจิทัลทีวีได้ ปรากฏว่าพวก SME รายใหม่ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกสินค้าพวกยา ก็เข้าไม่ได้ก็อีกเพราะโดนกฎหมายห้ามอีก ห้ามทุกอย่าง พอเขาหนีมาจากดาวเทียม อันนี้ก็มาห้าม ตกลงแล้วคือบล็อกทุกอย่าง มันจะช่วยอย่างไรได้ อันนี้คือประเด็นสำคัญที่จะบอกว่าปีนี้ 12 เดือนที่ผ่านมา โฆษณาไม่ได้เพิ่มขึ้น”

“แล้วเรื่องระบบเรตติ้งก็ยังไม่ชัด เขาก็ไม่มาดูแล เขาอ้างว่าเอกชนต้องไปคุยกันเอง ซึ่งอันนี้มันไม่ใช่ เพราะการใช้เงินในการที่จะพัฒนาเรตติ้ง มันต้องหน่วยงานรัฐ Subsidize”

คุณเขมทัตต์ พลเดช

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

“อีกเรื่องที่เขาไปคุย คือ เรื่องการทำ Rating ว่าจะทำอย่างไรถึงจะช่วย Support ได้ เนื่องจากคณะกรรมการไม่ได้ดูยาว ดังนั้นคงจะ Support ในช่วงแรก และที่เหลือผู้ประกอบการก็ต้องช่วยตัวเอง เราเข้าไป Update อยู่ตลอดเวลา เราก็มีการจัดตั้ง Media Research Bureau และ Update ให้ทางกสทช. รับทราบ กสทช.ก็สนับสนุนและยินดีที่จะ support แต่อย่างอื่นเราก็ไม่มีบทบาทอะไร เราได้แต่ comment”

“จริงๆแล้ว กสทช. น่าจะทำงานกับทางสมาคมฯ ให้มากขึ้นเพราะว่าเราเป็นผู้ซื้อ โฆษณา แต่ กสทช. ไม่เคยมาถามเลย”

คุณวรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

3. สร้างกลไกทางการตลาดเพื่อให้ประชาชนนำคู่มือมาแลกเปลี่ยน เพื่อให้คนเข้ามาอยู่ในระบบดิจิทัลทีวีให้มากขึ้น

4. กสทช. ต้องมีมาตรการกำกับดูแลผู้ให้บริการ โครงข่าย (MUX) ให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณที่ได้มาตรฐาน และออกมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการ ในกรณีที่เกิดความบกพร่องในการให้บริการของผู้ให้บริการ โครงข่าย เนื่องจากความบกพร่องของการให้บริการ โครงข่าย ก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการเข้าถึงผู้ชม ซึ่งปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ

5. กสทช. ควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยและร่วมพัฒนาคุณภาพรายการของดิจิทัลทีวี

“กสทช. ควรจัดสรรงบประมาณในการวิจัยพฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีของผู้ชม เพื่อให้ผู้ประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม ซึ่งจะนำไปสู่การได้รับ



ความนิยมจากการรับชมในระยยะยาว เนื่องจากทาง กสทช. มีการเก็บเงินส่วนแบ่งรายได้จากผู้ประกอบการทุกปีเพื่อนำไปเข้า "กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ" (เรียกกันสั้นๆ ว่ากองทุน USO) ซึ่งมีรายได้มาจากค่าธรรมเนียม และส่วนแบ่งรายได้ของบริษัทโทรคมนาคมวิทยุ โทรทัศน์ต่างๆ แล้ว กสทช. จะนำเงินในกองทุนนี้ไปจัดบริการโทรคมนาคม วิทยุโทรทัศน์ในพื้นที่ที่ขาดแคลน หรือนำไปพัฒนาวงการในด้านต่างๆ"

คุณพวงศัคดี ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

“ขอเสนอแนะให้ กสทช. ทำเรื่องของช่องเด็กด้วย เพราะช่องเด็กนี้ทำยากมาก กสทช. น่าจะเป็นคน Subsidize ให้เลย เพราะว่าสินค้ามันห้ามโฆษณาเยอะ แล้วจะไปขายใคร แล้วช่องเด็กตอนนี้มันยังเป็นที่มาอยู่ ยังไม่ใช่ช่องเด็กจริงๆ ไม่ได้เหมือนกับต่างประเทศที่มีรายการ Sesame Street ที่เข้าถึงเด็กเล็ก มันก็ต้องดูช่วงเวลา เด็กอยู่บ้าน เด็กโตไปโรงเรียน มันเป็นรายการที่ Sing Along สอนเลข สอน ABC ร้องเพลง ดูซ้ำแล้วซ้ำอีกก็ไม่เบื่อ มันเป็นรายการที่เด็กดูได้ แต่เมืองไทยไม่มีแบบนี้ เพราะเค้าต้องอยู่รอด จึงเอารายการแบบกึ่งครอบครัว มา เพื่อที่ว่าขายได้”

คุณวรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมมิเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

#### 6. กสทช. ต้องทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชน

เนื่องจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัลถือเป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจและยอมรับ การที่ประชาชนเข้าใจนวัตกรรมนี้แล้วก็จะอาจเป็นไปได้ที่จะไม่ยอมรับและไม่เลือกใช้ แต่อย่างไรก็ตามควรให้ข้อมูลที่ครบถ้วนกับประชาชนก่อน

Rogers (2003 : 168) ระบุว่า ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม คือ กระบวนการที่บุคคลพิจารณายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม โดยพิจารณาจากความรู้ หรือข้อมูลที่มีอยู่แล้วนำมาเปรียบเทียบนวัตกรรมหรือสิ่งเดิมที่มีอยู่ ซึ่งการตัดสินใจนวัตกรรม มีกระบวนการประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนการเกิดความรู้ (Knowledge) คือการที่บุคคลรับรู้ว่ามีนวัตกรรมต่างๆ มีการค้นหา หรือมีข้อมูลความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมต่างๆ และพยายามเข้าใจวิธีการใช้ กสทช. ต้องพยายามประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่จำเป็นไปยังภาคประชาชน

2. ขั้นเชยชวน (Persuasion) คือการที่บุคคลมีความรู้สึกต่อนวัตกรรมต่างๆ ที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการเชยชวนและดึงดูดให้ผู้ชมหันมาชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

3. ขั้นตัดสินใจ (Decision) คือการที่บุคคลพิจารณาข้อมูลที่เกิดขึ้น และเมื่อแต่ละคนเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมแล้ว ซึ่งขั้นตอนนี้ก็ควรมีช่องทางให้ประชาชนสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา

4. ขั้นการใช้ (Implementation) คือการที่บุคคลใช้นวัตกรรมที่ตนเองยอมรับ คือขั้นตอนที่ประชาชนรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

5. ขั้นยืนยัน (Confirmation) คือการที่บุคคลพยายามหาแนวทาง หรือบุคคลอื่นยืนยัน

ในความคิดของตน ที่ยอมรับใช้นวัตกรรมนั้น เมื่อรับชมแล้วดี ภาพเสียงคมชัด ก็จะเกิดการบอกๆ กันต่อไปในวงกว้าง

## แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ

### 1. สร้างเอกลักษณ์ให้กับช่องดิจิทัลทีวีของตนเอง

“พฤติกรรมของคนมันเปลี่ยน เขาเลือกในสิ่งที่เขาอยากจะทำ เขาไม่จำเป็นที่จะต้องมารอรายการนี้ เวลา นี้ เพราะว่าทางเลือกมีเยอะ ไปดูผ่าน App ก็ได้ ดูออนไลน์ก็ได้ ดังนั้นช่องต่างๆ จะต้องมีการ Targeting ที่ชัดเจน แบบช่องต่างประเทศ HBO เรารู้ว่าคืออะไร Box Movie คืออะไร Divas คืออะไร Discovery คืออะไร Cartoon Network คืออะไร ในแง่ของโปรดักชั่นของช่องมันชัดเจน Content ของช่องก็ชัดเจน ดังนั้นผู้บริโภคจะเลือกว่าช่องนี้คือช่องของฉัน มันต้องเปิดให้กับผู้บริโภค แต่ถ้าเราติดกับ Format ช่อง 3 ช่อง 7 เราก็จะลำบาก เพราะว่าคนไม่สามารถรู้ ไม่มีเวลาจำว่าช่องใครอยู่เบอร์อะไร ขนาดเราทำงานอยู่ตรงนี้บางทีเรายังจำเบอร์ช่องไม่ได้เลย ปัจจุบันคนทำช่องมันต้องอิง Lifestyle ของคนดู”

คุณวรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

“ท้ายที่สุดใครหามุมไหนได้ เช่น ช่อง MONO ถ้าเล่นไปซื้อ Content อย่างเดียวเลย เขาอยู่ใน 5 เบอร์แรก ซื้อ Content ต่างประเทศมาหมดเลย แต่บางคนเปิดแช่ช่องนี้เลย เพราะได้ดูหนังยาว เขากลายเป็นช่องที่คนไทย Switching Rate ที่แช่อยู่นานยิ่งกว่าช่อง 3 ช่อง 7 ด้วยซ้ำ ดูยาว 2-3 ชั่วโมง การเปลี่ยนช่องน้อยกว่าอันอื่นๆ พอเป็นลักษณะอย่างนั้น 24 ช่อง แต่ละคนต้องหามุมของตัวเองให้เจอ ท้ายที่สุด จะเจอมุมตัวเอง ใครไม่เจอ จะ Suffer ต้องมีช่องบางช่อง มุ่งที่จะให้ Content กับคนแก่ บางช่องมุ่งให้ Content กับผู้หญิง มันถึงจะสามารถเรียก Rating และแฟนประจำได้ แต่ปัจจุบันนี้ มันอยู่ช่วงปีแรก มันอยู่บนความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา”

พันเอก ดร.นที สุกกรรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

ในสภาพของการแข่งขันที่ดุเดือดของกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบกับกลุ่มผู้ชมปัจจุบัน ที่มีพฤติกรรมมารับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ช่องดิจิทัลทีวีที่จะอยู่รอดได้ ต้องมีจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมเป้าหมาย ดังนั้นผู้ประกอบการควรใช้กระบวนการทางการตลาดมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งคือขั้นตอนในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด วิจัย เลือกเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งวางแผนกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งทั้งหมดเป็นการสร้างคุณค่า และสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552 : 17) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจตลาด สามารถทำได้โดยการวิจัยความต้องการของกลุ่มผู้ชม

ขั้นที่ 2 การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งสู่ลูกค้า คือทำการแบ่งส่วนการตลาดและกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย การสร้างความแตกต่างให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นที่ 3 การสร้างโปรแกรมการตลาด 4Ps ให้สอดคล้องกัน เพื่อสร้างให้แบรนด์ (ชองดิจิทัลทีวี) มีความแข็งแกร่ง และส่งมอบคุณค่าเหล่านั้นให้กับกลุ่มผู้ชมที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ขั้นที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการบริหารความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับกลุ่มผู้ชมรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ

ขั้นที่ 5 การสร้างคุณค่าที่สามารถทำกำไรได้ โดยการสร้างความพึงพอใจให้ผู้ชมเกิดความภักดี (เป็นแฟนประจำของช่อง) เพิ่มส่วนครองตลาดและการมีส่วนร่วมของผู้ชม ซึ่งธุรกิจจะรับผลในส่วนของยอดขายกำไร และคุณค่าจากผู้ชมในระยะยาว

## 2. พัฒนาเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

“ผมว่าทุกอย่างเป็นไปได้ตามเป้าหมาย เกินกว่าเป้าหมายด้วย แต่เราใจร้อนไปนิดนึง เพราะว่า 1 ปีมีคนดู 27% ถือว่าเยอะ 27% นี้ไม่รวมชองดิจิทัลที่เป็นอนาล็อกเดิม ไม่รวมชอง 3-5-7-9 อีก 70% เฉพาะชอง 7 ก็ 40% แล้ว ทำอย่างไรชองดิจิทัลจะสามารถแย่งลูกค้าจากชอง 3 กับชอง 7 ได้ ต้องเป็นฝีมือของชองดิจิทัลนะครับไม่ใช่เป็นฝีมือของ กสทช.”

“ผมขอยกตัวอย่างปีที่แล้วชอง ONE เดือนเมษายนปีที่แล้ว จนถึงพฤศจิกายน อยู่อันดับโหล่ตลอดเลย พอนำคอนเทนต์ที่ดีเข้ามา ตอนนี้อยู่ใน TOP 10 แล้ว กำลังไล่อาร์เอสด้วยซ้ำไป มันก็อยู่ที่คอนเทนต์ว่า โอเคไหม”

พันเอก ดร.นที ศุกลรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการ กสทช.

“ข้อเสนอแนะด้านผู้ประกอบการ คืออยากบอกว่าความคาดหวังจาก 1 ปีผ่านไปสู่ดิจิทัลทีวี ไม่เกี่ยวเลย ว่าชองจะมีให้ดูเยอะขึ้น มันอยู่ที่เศรษฐกิจ ผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่ามันจะอยู่บนอนาล็อก อยู่บนแททเทิล ไลท์หรือเคเบิล ขอให้เป็นรายการที่ดีที่เขาชอบดู เขาก็ดู เนื้อหารายการต้องมาก่อน”

คุณวรรณิ รัตนพล

นายกสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

“แต่ผู้ประกอบการธุรกิจทีวีต้องเผชิญกับความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวที่มีผลมาจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันผู้ชมโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดคือ

รับชมผ่านระบบดาวเทียม มีเพียงส่วนน้อยที่รับชมผ่านเสาอากาศรับสัญญาณ นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ของประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีลงมา มีแนวโน้มรับชมทีวีน้อยลง โดยกลุ่มคนเหล่านี้หันไปรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงผ่านสื่ออื่นๆ ทั้งอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ต้องปรับตัวในการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้งบประมาณโฆษณาในอนาคตของสื่อที่จะค่อยๆ ลดสัดส่วนลง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทีวีต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้รับชมด้วยการเปลี่ยนจุดยืนในการทำธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการทีวี ไปเป็นผู้ผลิตเนื้อหาที่ส่งผ่านสื่อใหม่ทุกรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

คุณพยุงศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

3. ผู้ประกอบการต้องมีความอดทน และต้องประเมินศักยภาพในการลงทุนเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว

ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่านต้องใช้เวลา และต้องมีความพยายามในการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ ที่ตรงใจผู้ชม พร้อมทั้งให้คุณค่าแก่สังคม และประเทศชาติไปพร้อมๆ กัน ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการต้องประเมินศักยภาพของตนเองในการลงทุนเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาวด้วย

## สรุป

ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย เกิดขึ้นจากปัจจัยหลักคือ ปัจจัยทางด้านบุคคล ได้แก่ กสทช. ที่ยังมีการทำงานไม่สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน ทั้งในการประชาสัมพันธ์ การดูแลจัดการ การวัดเรตติ้งซึ่งส่งผลต่อการขายเวลาโฆษณา การบังคับใช้ Must Carry การเรียงเลขช่องให้ตรงกันทุกแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็นระบบโทรทัศน์สัญญาณภาคพื้นดิน เคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม และมีการบริหารจัดการที่ไม่ทันการในการแจกคู่มือ นอกจากนี้ก็เกิดขึ้นเพราะผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่มีความพร้อมที่จะผลิตเนื้อหาที่ดึงดูดผู้ชมได้ และปัญหาก็ยังเกิดจากประชาชนที่ยังขาดความเข้าใจ เนื่องจากยังไม่ได้รับข่าวสารเพียงพอ

ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ ปัจจัยด้านความพร้อมทางเทคนิค เนื่องจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต้องใช้การวางสัญญาณ โคร่งข่าย (MUX) รวมทั้งการไม่สามารถรับชมเนื้อหาคุณภาพ HD หากรับชมผ่านดาวเทียมหรือเคเบิลท้องถิ่น

การแก้ไขปัญหาดังกล่าวสามารถทำได้ โดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับ กสทช. โดยบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กสทช. เคยให้ไว้ก่อนการประมูล ดูแลกำกับ

การวางโครงข่ายให้ได้มาตรฐาน สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทั้งระบบเครือข่าย เนื้อหา และการวัดเรตติ้งของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน ขณะที่ผู้ประกอบการเองก็ต้องการเอกลักษณ์และพัฒนาเนื้อหาเพื่อดึงความสนใจจากผู้ชม โดยทั้งผู้ประกอบการและ กสทช. ต้องมีการพูดคุยและทำงานร่วมกันมากขึ้น ปัญหาดังกล่าวก็สามารถแก้ไขได้ด้วยความร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดแก่ประชาชน

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย และเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย ภายใต้นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือ

1. วิวัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
2. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารและการพัฒนาของสื่อดิจิทัลในประเทศไทย
3. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทำการศึกษาโดยการสืบค้นข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กสทช. (Regulators) จำนวน 1 ราย
2. ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จำนวน 3 ราย แบ่งเป็น ตัวแทนผู้ประกอบการฟรีทีวีรายเดิม ตัวแทนผู้ประกอบการช่องทีวีดาวเทียมเดิม และตัวแทนผู้ประกอบการรายใหม่
3. ผู้ชม /ประชาชน (Viewers) จำนวน 6 ราย
4. ตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer) จำนวน 1 ราย

### สรุป

การศึกษาเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” ทำการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2557 – มิถุนายน 2558 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายน 2558 และพบผลการวิจัยดังนี้

## ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศนระบบดิจิทัล

### 1. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศนระบบดิจิทัล ในมุมมองของ กสทช.

(Regulator)

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศนระบบดิจิทัลของประเทศไทยในมุมมองของ กสทช. มีดังนี้

#### 1.1 ปัญหาด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมูล

เกิดจากศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมูลที่มีความคาดหวังด้านผลประโยชน์และการแสวงหาธุรกิจที่ไม่มีความสอดคล้องกัน ไม่เข้าใจว่าการเปลี่ยนผ่านต้องใช้เวลาไม่สามารถเปลี่ยนได้ในทันที ผู้เข้าประมูลบางรายประเมินศักยภาพของตนเองผิดพลาดทำให้เกิดปัญหาตามมา เนื่องจากไม่สามารถแบกรับภาระที่เกิดขึ้นจริงได้ไหว

#### 1.2 ปัญหาด้านคุณภาพเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ

คุณภาพเนื้อหารายการของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก เชื่อว่าหากช่องใดมีเนื้อหารายการที่มีความน่าสนใจเพียงพอ ย่อมดึงดูดผู้ชมให้มารับชมได้ และประชาชนที่เป็นผู้ชมไม่ได้มีปัญหาในการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เพราะช่วงที่มีการถ่ายทอดรายการที่มีความน่าสนใจ ก็ทำให้มีเรตติ้งที่พุ่งสูงขึ้นมาสูงกว่าทุกช่องได้ในทันที

#### 1.3 ปัญหาความล่าช้าของการขยายโครงข่าย (MUX)

กสทช. มีความเห็นว่าการขยายตัวของโครงข่ายได้ดำเนินการไปตามเป้าหมายที่ได้ประกาศไว้ตั้งแต่ก่อนประมูลว่าจะค่อยๆขยายตัวไปตามสัดส่วนที่ได้ระบุไว้ในประกาศอย่างชัดเจน แต่ปัญหาเกิดจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้ศึกษาข้อมูลนี้อย่างละเอียด ทำให้เกิดความเข้าใจและความคาดหวังที่คลาดเคลื่อนไปอย่างไรก็ตาม กสทช. ยอมรับว่าเกิดความล่าช้าขึ้นจริง แต่ในขณะนี้การขยายโครงข่ายของผู้ให้บริการทุกรายได้ดำเนินการไปตามแผนแล้ว

#### 1.4 ปัญหาการแจกกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล

กสทช. ยอมรับว่าได้แจกกล่องล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้ เป็นเวลา 6 เดือน นับตั้งแต่วันเริ่มต้นของการให้ใบอนุญาต เพราะหากแจกกล่องให้ประชาชนในทันที ที่เริ่มต้นให้ใบอนุญาต เกรงว่าระบบโครงข่ายจะยังไม่เสถียร สะท้อนให้เห็นว่ายังไม่มีความพร้อมเพราะไม่เป็นไปตามแผนการเปลี่ยนผ่านที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในมุมมองของผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว ยังต้องรับภาระค่าใช้จ่ายของค่าบริการโครงข่ายทันที นับตั้งแต่เดือนแรกของการได้รับใบอนุญาต

### 1.5 ปัญหาการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ผ่านระบบจานดาวเทียม

กสทช. กล่าวถึงปัญหาเรื่องคุณภาพการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ผ่านระบบจานดาวเทียม ว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาการแจกคู่มือ เมื่อคนไทยได้รับคู่มือล่าช้า หรือได้รับแล้วแต่ไม่นำคู่มือไปแลกกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัลตามเป้าหมาย จึงส่งผลให้เกิดปัญหาในการรับชมช่องความคมชัดสูงตามมาและเชื่อว่าในระยะยาวหลังจาก 5 ปีไปแล้ว ปัญหาการรับชมช่องความคมชัดสูงจะดีขึ้นเอง โดยผู้ชมจะค่อยๆเปลี่ยนมาดูภาคพื้นดินมากขึ้น เนื่องจากดาวเทียมไม่สามารถรับชมในระบบความคมชัดสูงได้

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองของผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลประสบปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ดังนี้

#### 2.1 ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. ที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม

โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเป็นโทรทัศน์ระบบภาคพื้นดิน โดยรับสัญญาณผ่านเสาอากาศ ซึ่งสำหรับทีวีรุ่นเก่าที่ยังไม่รองรับทีวีดิจิทัล จะต้องใช้อุปกรณ์เพิ่มเติมคือ Set-top Box ในการแปลงสัญญาณเพื่อให้รับชมได้ จากพฤติกรรมการรับชมทีวีดิจิทัลของคนไทยที่ผ่านมา คนส่วนใหญ่จะเลือกรับชมช่องดิจิทัลผ่านทางช่องทางอื่น เช่น เคเบิล ดาวเทียม และมีจำนวนเพียงส่วนน้อยที่ดูโดยใช้เสาอากาศรับสัญญาณ

จากผลการสำรวจของ Media Agency Association of Thailand เมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2556 ที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันมีผู้รับชมทีวีผ่านระบบภาคพื้นดินเพียง 32% ที่เหลือเป็นทีวีดาวเทียม 49% เคเบิลทีวี 11% และทรูวิชั่นส์ 8% ที่ผ่านมาช่องทีวีอนาล็อกยังอยู่ก็จริง แต่ผู้ชมส่วนใหญ่หันไปรับชมช่องอนาล็อกผ่านเคเบิล และดาวเทียมเป็นส่วนใหญ่

#### 2.2 ปัญหา Must Carry, ปัญหาการเรียงเลขช่องที่ไม่ตรงกันในทุกแพลตฟอร์ม

Must Carry คือข้อกำหนดของ กสทช. ที่กำหนดให้รายการใน “ฟรีทีวี” ต้องสามารถดูได้ทุกช่องทาง หมายความว่า เคเบิลและดาวเทียม ต้องนำช่องฟรีทีวีที่ออกอากาศภาคพื้นดิน ไปออกในเคเบิลและดาวเทียมด้วย ปัญหาที่ตามมาคือ ในมุมมองของเคเบิลและดาวเทียมมองว่า พวกเขาต้องสูญเสียพื้นที่โครงข่ายตัวเองให้กับการออกอากาศช่องดิจิทัล พื้นที่ที่จะใส่ช่องอื่นก็จะมีน้อยลง ด้านช่องดิจิทัลเองแม้จะได้ประโยชน์จากการได้ออกอากาศในเคเบิลและดาวเทียมโดยอัตโนมัติ แต่ก็ยังมีปัญหาอีกเรื่องคือ “การเรียงเลขช่อง” เพราะในแต่ละแพลตฟอร์มมีการจัดเรียงเลขช่องที่ไม่เหมือนกัน



### 2.3 ปัญหาการรับชมในระบบความคมชัดสูง (HD)

ปัญหาที่เกิดขึ้นนอกจากช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะต้องแข่งขันกับช่องดาวเทียมและเคเบิลแล้วก็ยังมีผู้ประกอบการบางรายที่ประมูลช่องระดับความชัดปกติ SD (ที่มีราคาถูกลงกว่าช่อง HD) ไปออกอากาศในระบบ HD ผ่านดาวเทียม ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ที่ประมูลช่อง HD มาในราคาที่สูงกว่ามาก

### 2.4 ปัญหาการวัดเรตติ้งระบบเดิมที่อาจไม่สะท้อนความเป็นจริงอีกต่อไป

เพื่อความเป็นธรรมในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจึงมีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงระบบการวัดเรตติ้งให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน โดยต้องมีการปรับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ให้สอดคล้องกับวิธีการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไป

### 2.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ไร้ประสิทธิภาพ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากเอกชนผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีมีมากกว่าการประชาสัมพันธ์จาก กสทช. ซึ่งควรจะเป็นตัวหลักในการนำเงินที่ได้จากการประมูลมาลงทุนประชาสัมพันธ์ ผู้รับชมทีวีส่วนใหญ่ยังไม่รับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ และความแตกต่างของดิจิทัลทีวี ทำให้ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมในกระบวนการเปลี่ยนผ่านนับตั้งแต่การรับคูปอง การแลกคูปอง การติดตามชมช่องดิจิทัลทีวีที่เกิดขึ้นใหม่

### 2.6 ปัญหาเรื่องกฎ กติกา และความเป็นเอกภาพของ กสทช.

นโยบายหรือกฏกติกาของ กสทช. ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปมา ไม่นิ่ง จะส่งผลกระทบต่อระบบดิจิทัลทีวีโดยรวม

3. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองของผู้ชมประชาชน

จากการศึกษาพบว่าผู้ชม ประชาชนประสบปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ดังนี้

#### 3.1 ไม้ได้รับคูปองจาก กสทช.

การแจกคูปองเงินสดสำหรับซื้อกล่องรับสัญญาณนั้น ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพราะเป็นหน้าที่ของ กสทช. ที่ต้องนำเงินที่ได้จากการประมูลมาใช้ เพื่อซื้อกล่อง โทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่มีคุณภาพระดับ HD ไปแจกจ่ายให้กับประชาชนทุกครัวเรือนทั่วประเทศ เพื่อผลักดันให้โทรทัศน์ระบบดิจิทัลเป็นฟรีทีวีแห่งชาติ แต่กลับมีประชาชนบางส่วนที่ยัง ไม้ได้รับคูปอง

3.2 ไม้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนระบบการรับชมโทรทัศน์ให้เป็นระบบดิจิทัล

กล่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ กสทช. แจกให้กับประชาชนนั้น สามารถนำมาใช้ได้กับระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial) เท่านั้น ไม่สามารถนำมาใช้กับระบบเคเบิลและดาวเทียมได้ กรณีผู้ชมติดตั้งกล่องรับสัญญาณ จะสามารถรับชมช่องดิจิทัลได้ และรับชมในระบบความคมชัดสูงได้ในช่อง HD แต่ในกรณีผู้ชมที่รับชมผ่านดาวเทียม หรือระบบเคเบิลก็สามารถรับชมช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้เช่นกัน แต่จะมีข้อจำกัดในการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ซึ่งหมายถึงประชาชนจะได้รับชมช่อง HD ในแบบความคมชัดปกติ (SD) เท่านั้น จากเงื่อนไขข้างต้นทำให้ประชาชนรู้สึกว่าจะไม่มีความจำเป็นอะไรที่จะต้องนำคู่มือไปแลกกล่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ในเมื่อระบบเดิมที่รับชมอยู่ก็สามารถชมช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้อยู่แล้ว นอกจากนี้ การรับชมในระบบเดิมยังมีจำนวนช่องให้เลือกชมมากกว่า

### 3.3 เกิดความสับสนกับหมายเลขช่องที่เรียงไม่ตรงกัน

ผู้ชมรู้สึกยุ่งยากในการรับชม เนื่องจากการเรียงช่องที่ไม่เหมือนกันในทุกแพลตฟอร์ม ปัญหานี้จะไม่เกิดกับผู้ชมที่ชมผ่านระบบภาคพื้นดิน ที่ติดตั้งกล่อง DVB-T2 แต่ปัญหานี้จะเกิดจากการรับชมผ่านระบบดาวเทียมและเคเบิลซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ

### 3.4 ผิดหวังกับการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD)

นอกจากนี้ประชาชนยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบ SD และ HD ซึ่งมีประชาชนบางส่วนที่พบว่าระบบ SD และ HD มีความคมชัดไม่ต่างกัน เพราะอาจจะไม่ได้ดูผ่านกล่อง หรือโทรทัศน์เป็นรุ่นเก่ารับสัญญาณ HD ไม่ได้ หรืออาจยังดูผ่านระบบดาวเทียม ซึ่งทำให้รับสัญญาณ HD ได้ไม่เต็ม Bandwidth

### 3.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เรื่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่ทั่วถึงและไม่ชัดเจน

ประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับเปลี่ยนผ่านครั้งนี้น้อยมาก และยังไม่เข้าใจระบบต่างๆ ของโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก และบางส่วนก็ไม่เข้าใจความแตกต่าง นอกจากนี้การแจกคู่มือแลกรับกล่องรับสัญญาณก็ยังทำไม่ได้ไม่ทั่วถึง จึงทำให้ประชาชนสูญเสียโอกาสการรับชม

## 4. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในมุมมองของผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่าผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ ประสบปัญหาจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ดังนี้

### 4.1 กสทช. ไม่มีความเข้าใจในตลาดโฆษณาและพฤติกรรมของผู้ชม

กสทช. ขาดความเข้าใจในตลาดโฆษณา และพฤติกรรมของผู้ชมจึงส่งผลให้การออกกฎต่างๆ ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและไม่ตอบ โจทย์ความต้องการของผู้ชม จึงก่อให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา

#### 4.2 ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์

ผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์มองว่าประชาชนยังไม่เข้าใจและมีความรู้เรื่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลน้อยมาก เนื่องจากปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของ กสทช.

#### 4.3 ตำแหน่งการเรียงช่องมีผลต่อเรตติ้งและอัตราค่าโฆษณา

เนื่องจาก กสทช. ไม่สามารถบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ว่าช่องทีวีดิจิทัลต้องมีหมายเลขเดียวกันในทุกแพลตฟอร์ม (ไม่ว่าจะชมผ่านกล่องดิจิทัลทีวี ดาวเทียม หรือเคเบิล) ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาวิธีการให้ช่องของตนเองเข้าไปอยู่ในตำแหน่งที่ผู้ชมเข้าถึงได้ง่ายในระบบอื่น เพื่อหวังผลด้านเรตติ้ง

#### 4.4 ปัญหาเรื่องช่องความคมชัดสูง HD

ผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์มีความเห็นว่ายังมีปัญหาเรื่องการรับชมในระบบความคมชัดสูง HD เนื่องจากปัญหาทางเทคนิคทำให้ประชาชนที่รับชมช่อง HD ผ่านดาวเทียมยังคงเห็นเป็นระบบความคมชัดแบบปกติ SD

#### 4.5 ปัญหาเรื่องการจัดทำ Rating

กสทช. ขาดการประสานงานกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมทีวี อย่างสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวแทนการใช้บโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ของสินค้าและบริการทั้งประเทศ ทำให้ขาดความเข้าใจในกลไกการตัดสินใจซื้อสื่อ

### แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย จากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทน กสทช. (Regulators) ตัวแทนผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตัวแทนผู้ชม/ประชาชน (Viewers) และตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer) พร้อมทั้งสืบค้นข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบแนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย ดังนี้

#### 1. แนวทางการแก้ปัญหาของ กสทช.

1.1 การบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กสทช. เคยให้ไว้ก่อนการประมูล คือ

1.1.1 Must Carry ช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลครบทุกช่องในทุกแพลตฟอร์ม ทั้งเคเบิลและดาวเทียม

1.1.2 Must Carry แบบเรียงช่อง โดยเรียงช่องตรงตามหมายเลขช่องของผู้ประกอบการที่ประมูลมาได้

1.1.3 Must Carry ตามคุณภาพสัญญาณที่แต่ละช่องประมูลมาได้ หมายถึงช่อง HD จะต้องรับชมในคุณภาพแบบ HD ได้ในทุกแพลตฟอร์ม

1.2 ปรับปรุงวิธีการวัด Rating ให้เหมาะสมและสะท้อนความเป็นจริง

กสทช. ควรสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งระบบการวัดเรตติ้งใหม่ โดยต้องมีการปรับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวัดเรตติ้งให้สอดคล้องกับวิธีการรับชมที่วิถีที่เปลี่ยนไป เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ด้วย โดย กสทช. ควรทำงานร่วมกับสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ในเรื่องของการปรับปรุงคุณภาพการวัดเรตติ้ง

1.3 สร้างกลไกทางการตลาดเพื่อให้ประชาชนนำคู่มือมาแลก เพื่อดึงให้คนเข้ามาอยู่ในระบบโทรทัศน์ระบบดิจิทัลให้มากขึ้น

1.4 กสทช. ต้องมีมาตรการกำกับดูแลผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณที่ได้มาตรฐานและออกมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการ ในกรณีที่เกิดความบกพร่องในการให้บริการของผู้ให้บริการโครงข่าย

1.5 กสทช. ควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยและร่วมพัฒนาคุณภาพรายการของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

1.6 กสทช. ต้องทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชน เนื่องจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัลถือเป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งต้องใช้เวลาในการเข้าใจและยอมรับ การที่ประชาชนเข้าใจนวัตกรรมนี้แล้ว ก็อาจเป็นไปได้ที่จะไม่ยอมรับและไม่เลือกใช้ แต่อย่างไรก็ตาม ควรให้ข้อมูลที่ครบถ้วนกับประชาชนก่อน

## 2. แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ

2.1 สร้างเอกลักษณ์ ให้กับช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของตนเอง  
ช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้นต้องแข่งขันกันเองและแข่งขันกับโทรทัศน์ระบบอื่นๆ จึงควรมีจุดขายที่โดดเด่นและปรับปรุงเนื้อหาเพื่อดึงคนดูให้ได้

2.2 พัฒนาเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย  
โดยควรวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และสร้างสรรค์รายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.3 ผู้ประกอบการต้องมีความอดทน และต้องประเมินศักยภาพในการลงทุนเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจว่าการเปลี่ยนผ่านต้องใช้เวลา และอย่าหมดความพยายามที่จะสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ ให้กับวงการโทรทัศน์

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะหลักของการวิจัยครั้งนี้

1. กสทช. ควรดำเนินการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อลดผลกระทบและความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อทุกฝ่าย
2. ควรมีการปรับแก้กฎระเบียบ กฎหมาย ที่เกี่ยวกับทีวีดิจิทัล ให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน โดยต้องให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เท่านั้น ดังนั้นในครั้งต่อไป ควรมีการใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลายของลักษณะประชากร
2. ควรมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสื่อ เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาและสัมภาษณ์เพื่อหาวิธีการสร้างสรรค์รายการที่ชัดเจนมากขึ้น
3. ควรศึกษาการเปลี่ยนผ่านของประเทศอื่นๆ เพื่อนำมาเทียบเคียงและหาทางแก้ปัญหาเพิ่มเติม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากหลากหลายมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงควรรับฟังความเห็นของทุกฝ่าย เพื่อทำความเข้าใจกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น
2. ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงลักษณะทางประชากรของกลุ่มเป้าหมาย และสร้างสรรค์รายการให้ผู้ชมนิยมเปิดรับ ควรใช้สื่อต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุด เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ
3. ควรใช้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นจุดเริ่ม เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข ที่เป็นรูปธรรมจากทุกฝ่าย โดย กสทช. ควรรับฟังและเป็นตัวกลาง ในการประสานความร่วมมือในการแก้ปัญหอย่างรวดเร็วจน ผลักดันให้การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในครั้งนี้นำประสบความสำเร็จ เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนในชาติ

# บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

### หนังสือ

- กัลยากร วรกุลลัญฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวานิช. การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.
- ชูชัย สมितिไกร. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2533.
- เรนัส เสริมบุญสร้าง. เอกสารประกอบการสอน การตลาด. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.
- วิภา อุดมฉันท. โลกของการกระจายเสียง : จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2546.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : Diamond in business world, 2552.
- ศุภางค์ นันตา. หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- สรุปข้อเสนเทศการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม, 2556.
- สุรัตน์ ตรีสุกถ. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548
- อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์. หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

## หนังสือพิมพ์

“ชิงชุมทรัพย์ที่วีดิจิตอล’ กสท. ยันประมวลโปร่งใส 26-27 ธันวาคมนี้”, ฐานเศรษฐกิจ. 19 -21 ธันวาคม 2556. หน้า 17, 18.

“ชิมกลาง 1 เม.ย. คู่วีดิจิตอล”, ไทยรัฐ. 8 มกราคม 2557. หน้า 9

“ที่วีดิจิตอลคืนยึดจ่ายฟังความเห็น 6 พ.ค.”, โพสต์ทูเดย์. 5 พฤษภาคม 2558 หน้า B5.

“เปิดศักราชใหม่ จุดเริ่มต้นที่วีดิจิตอลเมืองไทย”, ไทยรัฐ. 1 มกราคม 2557 หน้า 8.

“วิบากกรรมที่วีดิจิตอล อีกหนึ่งความล้มเหลวภาครัฐ”, ไทยรัฐ. 20 พฤษภาคม 2558 หน้า 1,5.

อดิศักดิ์ ลิปรุ่งพัฒนกิจ. “วิบากกรรม1 ปีที่วีดิจิตล(1) : ข้อเสนอเร่งด่วนเยียวยา-ยกเครื่อง”, กรุงเทพธุรกิจ. 19 เมษายน 2558 หน้า 2.

## วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารการวิจัย

ชานนท์ ศิริธร. “การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ , จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ณัฐภา ศรีวิฑูรย์ และพรทิพย์ เย็นจะบก. “ความรู้และความคาดหวังต่อโทรทัศน์ดิจิทัลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53. 3 -6 กุมภาพันธ์ 2558.

เทิดรัฐ แววศักดิ์. “การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน สำหรับสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2556.

นิตยา ศรีพูล. “ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของประชาชนในเขตจังหวัดสงขลา”. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ ครั้งที่ 2. 16 -17 กรกฎาคม 2558.

อัญชัน สันติชัยกุล. “รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง และการรับนวัตกรรมของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

## กฎหมาย

“ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 129, 24 กรกฎาคม 2555, หน้า 14-16.

“พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551”, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 125, 4 มีนาคม 2551, หน้า 61-91.

“พระราชบัญญัติ องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553”. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 127 (ตอนที่ 78 ก), 17 ธันวาคม 2553, หน้า 1-46.

## ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

สุชาติ ศรีสุวรรณ. “ทีวีดิจิตอลในอีกคำตอบ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

[http://www.matichon.co.th/news\\_detail.php?newsid=1431828226](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1431828226)

ฝ่ายเทคนิคและออกอากาศ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 “โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital Television)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

[http://www.tv5.co.th/technics/tec\\_02\\_digital\\_tv.html](http://www.tv5.co.th/technics/tec_02_digital_tv.html)

## ภาษาต่างประเทศ

### Books

Rogers, Everett M. Diffusion of innovations. 5<sup>th</sup> Ed., New York : Free Press, 2003.



ภาคผนวก

## ผนวก ก

### ถอดเทปบทสัมภาษณ์

สัมภาษณ์ พันเอก ดร.นที สุภรัตน์

ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

และรองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม  
แห่งชาติ

#### วัตถุประสงค์ของการประชุมที่วิดิทัศน์คืออะไร

“ประการแรก คือเทคโนโลยีมันเปลี่ยนไป เป็นเรื่องปกติว่าพอมีอะไรที่ดีกว่า คนก็ต้องเปลี่ยนไปสู่สิ่งที่ดีกว่า บังเอิญว่าสิ่งที่ดีกว่านั้น ทำให้คุณภาพชีวิตของคนมันเปลี่ยนแปลงไปในแง่ของเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรคมนาคม ทีนี้ก็เปลี่ยนไป จะเห็นได้ว่า Pattern ที่วิดิทัศน์ของเรา เปลี่ยนจากทีวีขาวดำ เป็นทีวีสี ใช้ความถี่เท่ากัน แต่อีกอันส่งสีไปด้วย คนก็จะได้ดูทีวีสี แทนที่จะดูขาวดำ หลังจากการเปลี่ยนจากระบบทีวีขาวดำ มาเป็นทีวีสี ต่อมาเปลี่ยนแปลงอีกครั้งจากทีวีระบบอนาล็อก มาเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล เรียกว่าเป็นการเปลี่ยนทุกอย่างของเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งหมด เปลี่ยนแพลตฟอร์มของอนาล็อกมาสู่ดิจิทัล

คำว่า ดิจิทัล คืออะไร? การที่เราส่งทุกอย่างแทนที่เราจะส่งของจริงไป เราจะมีเข้ารหัสก่อน รหัสเป็น ดิจิตหรือเป็นหมายเลข เป็นตัวเลข มันเลยเป็นดิจิทัล เพราะฉะนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ทั้งต้นทางและปลายทางจะรู้ที่อยู่เสมอว่าสิ่งที่ส่งไปคืออะไร เพราะว่าเราตกลงกันแล้วทั้งต้นทางและปลายทางว่าสิ่งที่เราส่งไปจะเป็นหมายเลข 0 กับ 1 เท่านั้น มันเป็นรหัสดิจิทัล เวลาที่เราจะส่งภาพไปซักหนึ่งภาพ มันก็จะ เป็นเลข 0 เลข 1 รหัสที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นปลายทางเมื่อรับแล้ว จะไปไม่เป็นอย่างอื่น จะเป็น 0 กับ 1 เท่านั้น เพราะฉะนั้นรับมาแล้ว คุณภาพมันก็มีโอกาสเหมือนต้นทาง หรืออาจจะตรงกันข้ามเลย คือไม่รู้ว่ามันคืออะไร ถ้ารับไม่ได้ ในขณะที่ระบบอนาล็อก เราส่งไป ต้นทางเป็นอะไรเราก็ไม่รู้ ปลายทางก็รู้ว่ามันคืออะไร เวลาเราดูทีวีขาวดำหรืออนาล็อก เราจะเห็นว่าของจะไม่เคยเหมือนของเดิมเลย มันจะโดนรบกวนหรือเรามองไม่เห็นบางส่วน ซึ่งปลายทางจะไม่รู้

เมื่อเป็นอย่างนี้ ทุกคนตกลงกันว่าเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล เราสามารถเข้ารหัสได้ เสียงก็สามารถเข้ารหัสได้ ภาพก็เข้ารหัสได้ เพราะฉะนั้นอนุภาคที่สุดของ Information ที่ส่งไป มันถูกเข้ารหัสแบบเดียวกันเสมอ หมายความว่าพื้นฐานที่สำคัญที่สุด ถูกเปลี่ยนเป็นหมายเลข

ถามว่าสิ่งที่ส่งไปเป็นหมายเลขทั้งหมด ต่อจากนี้ไปตอบไม่ได้ ว่ามันเป็นเสียงเป็นภาพ เป็นทีวี เป็นวิทยุกระจายเสียงหรือมันเป็นโทรศัพท์ ก็จะเข้าสู่กรณีที่ว่า การเปลี่ยนเทคโนโลยีโทรศัพท์ไปสู่ระบบดิจิทัล มันคือการเปลี่ยนที่พื้นฐานของสิ่งนั้น ก็คือเปลี่ยนให้เข้าไปสู่เทคโนโลยีหลักของการสื่อสาร ที่เกิดขึ้นของโลกนี้

ถามว่าถ้าเราไม่เปลี่ยนทีวีอนาล็อกมาสู่ดิจิทัล เราอยู่ไม่ได้เพราะทุกคนเปลี่ยนหมดแล้ว วันนี้เขาไม่ทำแบบเดิมอีกแล้ว เราจึงต้องเปลี่ยนไปด้วยเพราะเป็นสิ่งที่ เป็น Requirement ที่ทั่วโลกเขาทำ ก่อนที่เราจะเริ่ม มี 167 ประเทศเริ่มก่อนเรา เพราะฉะนั้นถามว่าวัตถุประสงค์อะไรในการที่เราจะเปลี่ยนทีวีไปสู่ระบบดิจิทัล เราไม่ต้องมีวัตถุประสงค์รับ เราถูกบังคับ เทคโนโลยีมันเป็นสิ่งที่ไม่มีความสามารถฝืนได้ เว้นแต่เราจะอยู่กันอย่างประเทศที่ไม่พัฒนา หรือถ้าเราจะดูทีวีสีแบบนี้ต่อไปอีกยาวนานได้มัย ก็คงได้อีกซักระยะ เพราะอนาคตคงไม่มีใครผลิตอะไรให้อีกแล้ว กล้องทุกกล้องในสตูดิโอ กลายเป็นระบบความคมชัดสูง High Definition เป็นกล้องดิจิทัลกันหมดแล้ว สิ่งที่คุณต้องทำคือ กำลังถ่ายทำเป็นระบบดิจิทัล แล้วแปลงกลับมาเป็นอนาล็อก เพื่อส่งกลับไปอีก ซึ่งมันเป็นไปไม่ได้ในโลกนี้ เหมือนระบบโทรศัพท์ ทั่วโลกก็เปลี่ยนไปเป็น 3G เราไม่เปลี่ยนได้มัย เราไม่เปลี่ยนก็ได้ แต่เรากำลังใช้ของที่แพงกว่า ในขณะที่คุณภาพด้อยกว่ามันเป็นการเสียโอกาสของประชาชน เช่น แทนที่ปัจจุบันถ้าเราโทรผ่าน Line ประชาชนไม่ต้องจ่ายตังค์ ในเมื่อประเทศคุณทำไม่ได้ ประชาชนก็ต้องจ่ายตังค์กันต่อไป มันเป็นเรื่องที่ฝืนไม่ได้ ในเรื่องของเทคโนโลยี เป็นสิ่งที่ประเทศใดประเทศหนึ่งฝืนไม่ได้

วัตถุประสงค์ของการประมูล มันจะเป็นแบบนี้ คือตอบในแง่ของเทคโนโลยี แต่ถ้าตอบในอีกแง่หนึ่งคือคลื่นความถี่เป็นทรัพยากร เหมือนน้ำมัน ที่มันใช้ไม่หมด เราก็มีคลื่นความถี่อยู่จำนวนหนึ่ง ประเทศหนึ่งใช้มันแล้วมีผลออกมา 10,000 ล้าน เราใช้แล้วมันออกมา 100 ล้าน เราก็กังกว่าประเทศอื่น เพราะประเทศนั้นเขาใช้แล้วออกมามีคุณภาพมากกว่า เราใช้โทรศัพท์ระบบอนาล็อก ใช้ได้ 1 ช่อง แต่พอเป็นดิจิทัลใช้ได้ 12 ช่อง ด้วยคุณภาพเดียวกัน เพราะฉะนั้นเราใช้ทรัพยากรเท่ากัน คนหนึ่งใช้มีประสิทธิภาพ อีกคนใช้ไม่มีประสิทธิภาพ เราเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัล ซึ่งทุกคนรู้ว่าเป็น Pattern เป็นอยู่ทั่วโลก ถึงขนาด พรบ.จัดสรรคลื่นความถี่เขียนไว้ในกฎหมายว่า เราจะต้องดำเนินการเปลี่ยนผ่านโทรศัพท์ไปสู่ดิจิทัล เป็นกฎหมายเลข กสทช. เข้ามาเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายที่ออกโดยสภา เราไม่ได้เป็นคน Implement เอง แต่ในกฎหมายเขียนไว้ว่าให้ดำเนินการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล เพื่อที่จะมีความถี่ให้กับประชาชนได้ใช้งาน เพราะฉะนั้นกระบวนการทั้งหลายมันถูกสร้างขึ้นมา และนอกจากนี้แล้ว เรื่องของวิทยุโทรศัพท์ และ โทรคมนาคม เรามี 2 อย่างเกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงจากระบบอนาล็อก ไปสู่ระบบดิจิทัลของประเทศไทย มันถูกทำให้เปลี่ยน 2 อย่าง 1.คือเปลี่ยนในเชิงเทคโนโลยี และ 2.คือ การเปลี่ยนการครอบครอง คือ เดิมทีวีทุกช่องเป็นของรัฐ แม้แต่เอกชนที่เข้ามาทำก็ต้องสัมปทานจากรัฐ ช่อง 3 ช่อง 7 ก็เหมือนกัน สัมปทานจากรัฐ เป็นคู่สัญญาของรัฐ คุณทำในนามของรัฐ แบ่งเงินกับรัฐ

แต่พอเปลี่ยนเป็นดิจิทัล หน้าที่ของ กสทช. คือ เราต้องล้มระบบสัมปทาน และต้องกระจายโอกาสจากเดิมเป็นของภาครัฐมาสู่ภาคเอกชน เพื่อให้เกิดคุณภาพ เพื่อให้เกิดการแข่งขันและท้ายที่สุดผลประโยชน์นั้นจะตกอยู่กับประชาชน จากเดิมเรามี 6 ช่อง ไปสู่ดิจิทัล เราจะมี 48 ช่อง ณ วันนี้เรามีประมาณ 30 ช่อง 48 ช่องคือเพิ่มขึ้นประมาณ 8 เท่า สิ่งที กสทช. พยายามทำคือภาครัฐยังอยู่เหมือนเดิม ได้ อยู่เหมือนเดิม คืออยู่เหมือนเดิม แต่ส่วนที่มันเกินมานี้ ทำยังไงจะไปสู่ เอกชนได้เอามาทำธุรกิจ แข่งขันกัน ทำ ยังไงประชาชนจะได้มีโอกาสที่จะได้ใช้คลื่นความถี่ เพื่อที่จะทำโทรทัศน์ ไม่เกิดความละเออะเหมือนตอน วิทยุที่ประชาชนลนชิงวิ่งราว ท้ายที่สุดก็ทำกัน 6,000-7,000 สถานี ควบคุมกันลำบาก เพราะฉะนั้นการที่เรา ทำให้มันเป็นระบบท้ายที่สุดแล้ว เราจะสามารถกำกับดูแลได้ ผมคิดว่าโทรทัศน์มีความสำคัญอย่างน้อย ประมาณ 10 เท่าของวิทยุ เรายังโชคคืออยู่ที่เราสามารถคอนโทรลให้สิ่งเหล่านี้มันเกิดขึ้นได้”

## ต้นแบบของการประมูลทีวีดิจิทัล เราอิงโมเดลการประมูลจากประเทศไหน

การเปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัล มีคนทำก่อนเรา 167 ประเทศ และทุกประเทศก็ให้ความสำคัญกับ มันมาก มันเป็นการทำโดยรัฐบาลทั้งสิ้น เป็นรัฐบาล เป็นกระทรวงหนึ่งกระทรวง เพื่อที่จะดำเนินการเรื่องนี้ แต่เรื่องนี้มาอยู่ในมือของ กสทช. ในประเทศไทย เราก็ทำดีที่สุดของเรา และผมคิดว่าไปพูดไปคุยที่ไหน ทุก คนก็ยอมรับว่าสิ่งที่เราทำ มีประสิทธิภาพ ประเทศอเมริกาใช้เวลา 12 ปี ญี่ปุ่นใช้เวลา 12 ปี อังกฤษใช้เวลา 10 ปี ประเทศเราอย่างมากที่สุดใช้เวลา 3-4 ปี ไม่เกินนั้น ในการเปลี่ยนผ่าน และการเปลี่ยนผ่านนี้ในหลายๆ ประเทศ มันคือการเปลี่ยนผ่านโดยไม่มีโอกาสสำหรับคนใหม่ อังกฤษเกิดอะไรขึ้นมี BBC 1 2 3 4 เกิดขึ้น ญี่ปุ่นก็มี NHK แทบไม่มีคนใหม่เลย ประเทศเราถ้าทำแบบไม่ต้องคิดอะไรมากเลย ก็มี ช่อง 5/1 ทับ2 ทับ3 ทับ4 อันนั้นเป็นวิธีง่าย ไม่มีความเสี่ยงอะไรเลยทั้งสิ้น แต่มีโอกาสสำหรับคนใหม่ไหม? ก็ยาก เพราะฉะนั้น สิ่งที กสทช. ทำนำไปสู่เรื่องการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรมและทำให้ประชาชนได้ประโยชน์ วันนี้แข่งฟุตบอลทุกนัด นัดเล็กนัดน้อย ก็ออกทีวีกันหมด คนได้ดู มันเกิดการแข่งขันกันเกิดขึ้น ทีวีดิจิทัลหลังจาก 1 ปี คนดูทีวีดิจิทัลเกือบ 30% เป็นสิ่งที่ค่อนข้างที่จะรวดเร็วกว่าหลายประเทศ

## หลังจากที่จัดการประมูลไปแล้ว ในวันนี้เป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

### 3.1 อะไรบ้างที่สำเร็จตามเป้าหมาย

“ผมว่าทุกอย่างตามเป้าหมาย เกินกว่าเป้าหมายด้วย แต่ว่าเราใจร้อนไปนิดนึง เพราะว่า 1 ปี มีคนดู 27% ถือว่าเยอะ 27% นี้ไม่รวมช่องดิจิทัลที่เป็นอนาล็อกเดิม ไม่รวมช่อง 3-5-7-9 อีก 70% เฉพาะช่อง

7 ก็ 40% แล้ว ทำอย่างไรช่องดิจิทัลจะสามารถแย่งลูกค้าจากช่อง 3 กับช่อง 7 ได้ ต้องเป็นฝีมือของช่องดิจิทัล นะครับ ไม่ใช่เป็นฝีมือของ กสทช.

เราพยายามที่จะสร้างแพลตฟอร์ม สิ่งที่สำคัญที่สุดคือสร้างแพลตฟอร์มอย่างไรให้ทุกคน แข่งขันกันได้ แต่ไม่ใช่สร้างแพลตฟอร์มให้คนใดคนหนึ่งชนะ ซึ่งมันก็เป็นไปไม่ได้ ท้ายที่สุดเกิดอะไรขึ้น คนที่แข็งแรงน้อยก็ต้องหาคนที่แข็งแรงมาเป็นพวก คนที่แข็งแรงท้ายที่สุดก็จะชนะ

ผมยกตัวอย่างปีที่แล้วช่อง ONE พอนำ Content ที่ดีเข้ามา ตอนนี้อยู่ใน TOP 10 แล้ว มันก็ อยู่ที่ Content ว่าโอเคไหม แต่สิ่งหนึ่งที่ผมเสียดายอยู่นิดนึงว่าระบบดาวเทียมเราไม่สามารถรองรับ HD ได้ อันนี้เป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้ช่อง HD ไม่ได้ดูคุณภาพแบบ HD ซึ่งถ้าเรื่องของคู่มือมันไม่มีปัญหามันก็จะไม่มีปัญหานี้เหมือนกัน แต่ว่าในระยะยาวหลังจาก 5 ปี ผมว่าคนดูภาคพื้นดินจะเพิ่มขึ้นเป็น 30-50% การที่ ดาวเทียมไม่สามารถดูคุณภาพ HD ได้จะทำให้คนดูดาวเทียมลดลง เพราะว่าบ้านเราพุงง่าย ๆ คนเปลี่ยนทีวี มาใหม่ เขาก็อยากดูภาพ HD แต่มันอาจต้องใช้เวลาหนึ่ง คนมันเคยดู HD แล้วมาดู SD ไม่ได้

ในแง่ของการเปลี่ยนผ่านไปสู่ทีวีดิจิทัล ประโยชน์ที่ประเทศชาติจะได้รับ ผมว่ามัน Win-Win ประเทศเราคนใช้เวลาดูทีวีมากกว่าเรียนหนังสือ เด็กใช้เวลาดูทีวีมากกว่าการเรียนหนังสือที่โรงเรียน ด้วยซ้ำ การที่บางช่องเปิดสารคดีตลอด ผมว่ามันเป็นสิ่งที่ดี มีตั้ง 24-25 ช่อง ผมจำได้ตอนผมเด็กๆ ถ้าติด การ์ตูนญี่ปุ่น คุณาติศย์นี้ต้องรออีกตั้งหนึ่งอาทิตย์ถึงจะได้ดูตอนต่อไป เดียวนี้ดูตอนไหนก็ดูได้ ข่าวมินาที ทุกชั่วโมง เปิดตอนไหนก็ได้ดู เป็นสิ่งที่ดี

เราจะทำให้ทีวีดิจิทัลให้เป็นทีวีหลักที่คนส่วนใหญ่ดู ทีวีดาวเทียมถ้าคุณมีเวลาว่าง คุณมีเงิน อยากดู ต้องมีคุณภาพมากกว่าภาคพื้นดิน คุณจ่ายตั้งค้ไปแต่ไม่ทำให้มันเป็น Mass อันนี้สำคัญ และสร้าง กลไกที่สามารถจะปิดช่องดาวเทียมที่เป็นแบบนี้ได้ ถ้าเมื่อไหร่ก็ตามประชาชนดูช่องหลักเป็นช่องดิจิทัล หมายความว่าช่องที่เหลือไม่ใช่ช่อง Mass ถ้าคุณทำอะไรที่มันผิดปกติ ปิดก็เป็นเรื่องธรรมดา อานิสงส์มัน มหาศาล ผู้ประกอบการก็เหมือนกัน ถ้ามองระยะยาว เราใช้ Area นี้เพื่อเป็น Area การไปสู่ดิจิทัล เรากำลังจะ ไปสู่ Digital Economy เราขยายได้จาก Broadcast เรา Convergence ขยายไปสู่โทรคมนาคม เอา Content ของเรารุกไปสู่โทรคมนาคม ท้ายที่สุดไปสู่พวก Retail ไปสู่พวก Ecommerce อะไรทั้งหลาย อันนี้คือ แพลตฟอร์มที่สำคัญ เพียงแต่ในช่วงแรกๆ ต้องระหกระเหินมาก เนื่องจากว่ามันอยู่ในช่วงเปลี่ยน ทุกครั้ง ใครก็ตามที่เป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โคนค่าตลอด เหนื่อย แต่เราต้องแข็งแรงพอ เราต้องยืน อยู่ในลมหนาว เราจับดาวเทียมทั้งหมดมาเซ็น MOU เพราะเราคิดว่าเราพุ่มพีคดิจิทัลทำให้เป็นช่องทางหลัก ของประชาชนให้ได้ เอาฟุตบอลโลกมาไว้ในทีวีดิจิทัล เอาเอเชียนเกมส์ โอลิมปิกมาไว้ในทีวีดิจิทัล เพราะว่า เราคิดว่าเป็นช่องทางหลัก เป็นสื่อที่ประชาชนใช้รับข้อมูลข่าวสาร ที่สำคัญที่สุดทุกคนต้องดูได้ทุกคน ต้อง สามารถที่จะได้ประโยชน์จากทีวีดิจิทัลคือสิ่งที่สำคัญ”

### 3.2 อะไรบ้างที่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เพราะเหตุใด

“ปัญหา คือความไม่เข้าใจของผู้ประกอบการที่เข้ามา คือว่า เรามีหลายๆ คนที่เข้ามาประมูล ชนะการประมูล แล้วคิดว่าตัวเองจะเป็นช่อง 3 ตัวเองจะเป็นช่อง 7 ไม่เคยไปศึกษาว่าช่อง 3 ช่อง 7 เขาขาดทุนกันมาอย่างไรบ้าง แล้วก็ไม่ได้ศึกษาว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่านมันไม่สามารถจะไปได้ในพริบตาจริงๆ ตอนประมูล ทุกคนพูดทั้งนั้นว่า ต้องสายป่านยาวพอสมควร คิดว่าต้องขาดทุนประมาณ 4 ปี 5 ปี แต่พอขาดทุนปีที่ 1 ก็ใจเสียแล้ว มันไม่สามารถจะเป็นช่อง 3 ช่อง 7 ได้ เพราะมีทีวี 6 ช่อง พอมีทีวี 24 ช่อง มันเป็นไปได้ที่จะมีช่อง 3 และช่อง 7 24 ช่อง วันนี้มีอย่างน้อย 4-5 ช่องที่เขาบอกเขาได้กำไรแล้ว อย่าง Workpoint , RS เขาบอกว่าเขาเริ่มที่จะได้กำไร พอมีบางคนบอกว่าเริ่มได้กำไร ก็แสดงว่าที่เหลือก็ต้องปรับปรุง เพื่อที่ตัวเองพอขึ้นมาได้บ้าง

ถามว่าคนมีปัญหาเกี่ยวกับการดูทีวีดิจิทัลมัย การ Access เข้าสู่แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล มีปัญหาใหม่ คนไม่ได้มีปัญหาอะไรครับ ช่องไทยรัฐวันที่ถ่ายทอด AFF ชูชุกิ๊พ Rating สูงกว่าใครเลย ก็แสดงว่าคนไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับการดูทีวีดิจิทัล แต่มีปัญหาว่า ทีวีดิจิทัลยังไม่สามารถเอา Content ที่ดึงดูดคนให้เข้ามาดูได้ สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ หลังจาก 1 ปีแล้ว Top 10 อันดับ 1 2 เน้นอนเป็น ช่อง 3 ช่อง 7 อันดับ 4 5 6 7 กลายเป็นทีวีดิจิทัล อันดับที่ 8 กลายเป็น MCOT อันดับที่ 9 กลายเป็น ช่อง 5 อันดับที่ 10 กลายเป็นทีวีดิจิทัล Top 10 ขึ้นมา 6 ช่องเป็นทีวีดิจิทัล กว่าที่หลายประเทศจะเกิดแบบนี้ได้ ต้องใช้เวลา 3 ปี 4 ปี

ในฐานะ กสทช. เราก็เข้าใจคนที่สายป่านสั้นหน่อย โดยเฉพาะบริษัทที่ไม่ได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหลาย เขามีสายป่านค่อนข้างยาว มีการวางแผนดี หลายคนเข้ามาแล้วคาดหวังอย่างที่ยก คิดว่าการสัมปทานมันจะเป็นเหมือนการชูดทอง คนไทยไม่เข้าใจ Concept ของคำว่าสัมปทานและใบอนุญาต สัมปทานคือการที่เราได้มีโอกาสทำสัญญากับรัฐ และทำไมต้องทำสัญญากับรัฐ เพราะคุณทำอะไรไม่ได้ ทำกับรัฐแล้ว รัฐอำนวยความสะดวกให้กับคุณ

ช่อง 5 ให้ช่อง 7 ทำเพราะอะไร เพราะเป็นหน้าที่ของช่อง 5 ที่ต้องให้บริการโทรทัศน์ ผมให้บริการ 2 ช่องไม่ได้ ผมก็ให้สัมปทานช่อง 7 ไป 1 ช่อง ให้คุณทำแทนผมนะ แต่คุณทำแล้วเอารายได้มาแบ่งกับผม ช่อง 9 ก็เหมือนกัน ผมทำ 2 ช่องไม่ไหว ผมก็ให้ช่อง 3 ไปทำ 1 ช่อง ถามว่าช่อง 9 ให้ช่อง 3 ไปทำช่องที่ 2 ได้ไหม ไม่ได้เพราะอะไร เพราะว่าในสัญญาต้องผูกขาดให้กับช่อง 3 นะ ช่อง 5 ก็เหมือนกันในสัญญาก็ต้องผูกขาดให้กับช่อง 7 นะ นี่ก็คือ Concept ของสัมปทาน คุณทำหน้าที่แทนภาครัฐ แบ่งเงินกัน ผมขอสิทธิการผูกขาดนะ แต่พอถึงระบบใบอนุญาต มันมาพร้อมกับคำว่าแข่งขัน โดยมีเสรีอย่างเป็นธรรม ก็คือต้องให้ผู้ประกอบการเข้ามาเยอะพอสมควร เพื่อแข่งขันกัน เพราะฉะนั้นถ้าสัมปทาน มันก็มีโอกาสที่คุณจะลงทุน 10 บาท แล้วได้กำไร 100 บาท แต่พอระบบใบอนุญาตมันเป็นไปไม่ได้ เพราะถ้าเมื่อไหร่ก็ตาม ที่คุณลงทุน 10 บาท ทุกคนลงทุน 10 บาท คุณก็ต้องแข่งกันที่ประสิทธิภาพ ถ้าต่างคนลงทุน 10 บาท ต่างคนต่างได้รายรับมา 15 บาท แต่เสียต้นทุนของผม ใช้ไปแค่ 12 บาท อีกคนใช้ไป 13 บาท ผมมีประสิทธิภาพมากกว่า

ผมก็ได้ทำไรมากกว่า นั่นคือ Concept ของระบบใบอนุญาต แต่เรื่องของทีวีมันเป็นเรื่อง Art พอสมควร ทำที่ สุดใครหา มุมไหนได้ เช่น ช่อง MONO ไม่ค่อย Creativity เท่าไหร่ เขาเล่นไปซื้อ Content อย่างเดียวเลย เขาอยู่ใน 5 เบอร์แรก ชื่อ Content ต่างประเทศมาหมดเลย แต่บางคนเปิดแช่ช่องนี้เลย เพราะได้ดูหนังยาว เขากลายเป็นช่องที่คนไทย Switching Rate ที่แช่อยู่นานยิ่งกว่าช่อง 3 ช่อง 7 ด้วยซ้ำ ดูยาว 2-3 ชั่วโมง การเปลี่ยนช่องน้อยกว่าอันอื่นๆ พอเป็นลักษณะอย่างนั้น 24 ช่อง แต่ละคนต้องหามุมของตัวเองให้เจอ ทำที่ สุด จะเจอ มุมตัวเอง ใครไม่เจอ จะ Suffer ต้องมีช่องบางช่อง มุ่งที่จะให้ Content กับคนแก่ บางช่องมุ่งให้ Content กับผู้หญิง มันถึงจะสามารถเรียก Rating และแฟนประจำได้ แต่ปัจจุบันนี้ มันอยู่ช่วงปีแรก มันอยู่บนความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ส่วนเรื่องความพร้อมของโครงข่าย มันมีกติกาชัดเจนว่า ปีที่ 1 จะมีโครงข่ายครอบคลุมที่ 50% ปีที่ 2 80% ตอนนี้ก็ 80% แล้ว ปีหน้า 90% ผมค่อนข้างมั่นใจ ปีโน้น 95 % คือเรามี Roadmap ที่ชัดเจน ว่ามันจะเป็นอย่างไร แล้วเราก็กำกับ ปัญหา คือผู้ประกอบการหลายๆ ราย เข้ามาสู่กระบวนการประมูล โดยไม่ศึกษา อันนี้เป็นกติกากลับประกาศเลย ว่าโครงข่ายจะเป็นอย่างนี้ ช่อง 5 ต้องเดินอย่างนี้ ช่อง 9 ต้องเดินอย่างนี้ ไทยพีบีเอสต้องเดินอย่างนี้ เพราะฉะนั้นสิ่งที่เขาทำคือเขาทำตามกติกา โครงข่ายทุกโครงข่ายเป็นอย่างนั้น ในช่วงต้น ช่อง 9 ซ้ำอยู่ประมาณ 2 เดือน แต่ตอนนี้ทันหมดแล้ว

สิ่งที่ทุกคนต้องศึกษา คือกติกามันเป็นอย่างนี้ มันก็มีกติกาอีกส่วนหนึ่ง ที่ทุกคนทราบเรื่องประกาศ มัส แครี่ ที่แพลตฟอร์มอื่นๆ ก็จะสามารถรับได้ ดาวเทียม เคเบิล สถานการณ์ก็คือ ตั้งแต่วันที่ประมูล ดาวเทียม Cover ไป 60% เรามีกติกาบังคับให้ดาวเทียมต้อง Carry ช่องเหล่านี้ไปด้วย แต่ผมคิดว่าระยะยาว ทำที่ สุดแล้ว แพลตฟอร์มภาคพื้นดิน จะเป็นแพลตฟอร์มหลัก จะกลับมาเพราะว่าเราโชคดีที่ว่าแพลตฟอร์มดาวเทียมไม่ว่าอย่างไรก็ตาม ก็เป็นแพลตฟอร์มแค่คุณภาพธรรมดา เป็น Standard Definition เท่านั้น แต่ถ้าเป็นแพลตฟอร์มภาคพื้นดิน คนสามารถดู High Definition ได้เป็น 10 ช่อง เพราะฉะนั้นหลังจากผ่านเอเชียนเกมส์ ฟุตบอลโลก โอลิมปิก สัก 2-3 รอบ คนก็จะเริ่มเห็นแล้วว่า จริงๆ แล้วดูแล้วคุณภาพมันดีกว่านี้ตั้งเยอะ ทำไมต้องดูดาวเทียมอยู่ พอสักพักเวลาที่ฝนตก ทำไมภาพต้องลึ่ม ทำไมข้างบ้านภาพไม่ลึ่ม นี่คือคุณภาพของทีวีดิจิทัลที่ดีกว่า แล้วบังเอิญว่าประเทศเราชอบดู Free TV คือดูแบบไม่จ่ายดั่งค์ คนไทยไม่มีนิสัยดูทีวีแล้วจ่ายค่าเคเบิล เพราะฉะนั้นโครงข่ายดาวเทียมทั้งหลาย ในเมื่อไม่มีรายได้หลักจากค่าสมาชิก มันก็พัฒนาลำบาก แล้วทีวีทุกเครื่องในท้องตลาด ตามห้าง Central / Tesco Lotus ทุกเครื่องเป็นดิจิทัลรีเซพชั่น บิลท์อิน มันง่ายมากที่จะ ควรจะเปลี่ยนแล้วอีกหน่อย เขาติดเสาอากาศที่หน้าบ้านนิดเดียวเขาก็สามารถดูภาพพื้นดินได้

เรื่องปัญหาเกี่ยวกับโครงข่าย ในทางเทคนิคอล ความถี่ทุกความถี่มันไม่เหมือนกัน สมมุติว่าความถี่ของช่อง 5 ไปได้ 10 กิโลเมตร ความถี่ของช่อง 9 ก็อาจจะไปได้ 9.9 หรือ 10.1 แต่มันไม่ได้หมายความว่า ช่อง 9 จะไปได้ 15 ไม่เป็นอย่างนั้น เพราะฉะนั้นถ้ามันจะเกิดปัญหาตรงนั้นบ้าง มันก็จะเกิดตรงขอบๆ ซึ่ง

มันจะมีการวางสถานีเสริมในปีที่ 3 และ ปีที่ 4 ตอนนีเราปีที่ 1 และปีที่ 2 / ปีที่ 1 คือสถานีหลัก / ปีที่ 2 คือ สถานีเสริม ระดับที่ 1 / ปีที่ 3 คือสถานีเสริม ระดับที่ 2 / ส่วนปีที่ 4 คือสถานีเสริม ระดับที่ 3 เพราะฉะนั้นสิ่ง ที่พูดว่าไม่เสถียรนั้น ความจริงมันไม่ใช่ไม่เสถียร มันเกิดที่ขอบๆของมัน มันเป็นจุดบอดที่เกิดขึ้นในยุค อนาล็อกก็มีจุดบอด ทำไมช่อง 7 ถึงได้ดัง และมีคนดูเยอะมากกว่าช่องอื่นตั้งแต่ยุคอดีต เพราะว่าเขาวาง โคร่งข่ายได้แน่นกว่าคนอื่น แต่การวางโครงข่ายต้องค่อยๆขยายจากเมืองใหญ่ ไปเป็นเมืองรอง เมืองรองไป เป็นเมืองเล็ก ซึ่งทุกคนต้องเข้าใจว่าสถานการณ์มันจะเป็นแบบนี้

ผู้ประกอบการมาประมาณราคา 3,000-5,000 ล้าน ท่านยิ่งศึกษามากกว่าเราอีก เราออกกติกาทุก อย่างออกในราชกิจจานุเบกษา ให้ท่านอ่านศึกษา เราก็อธิบายเพราะทุกคนก็รู้ ผมจำได้ว่าก่อนที่จะประมูลมี บางคนบอกโมเดลของประเทศฝรั่งเศสเป็นอย่างนี้ ขาดทุนมา 4-5ปี ถึงปีที่ 5 จึงจะสามารถแย่งจาก In- commitment มาได้ประมาณ 50% นี่คือโมเดลของฝรั่งเศส ซึ่งใกล้เคียงกับประเทศไทยที่สุด และมีคนนำมา แชร่ว่าจะเป็นแบบนี้

ประเทศไทยผมค่อนข้างมั่นใจว่าเราจะเร็วกว่าฝรั่งเศส ใช้เวลาประมาณ 4 ปีถึงทำให้รายใหม่ สามารถแข่งเวลาโฆษณาจากรายเดิมได้ประมาณ 40-50% มันไม่่ง่ายนะ คือเราต้องคิดแบบนี้ รายใหม่ของ ทีวีดิจิทัลประเทศไทยวันนี้ แต่ผมว่ามีน้อยรายมากที่ลงทุนมากกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี ทีวีเขาเรียกอุปสรรคการ เปลี่ยนคนดูจากคนหนึ่งไปเป็นอีกคนหนึ่งอยู่แค่ ริโมท ถ้าเป็นมือถือสมัยก่อนต้องเปลี่ยนตัวมือถือ เดียวนี้ เปลี่ยนซิม เปลี่ยนซิมก็เปลี่ยนเบอร์ด้วย ต้องแจ้งทุกคนที่เป็นเพื่อนเลยว่า ผมเปลี่ยนเบอร์แล้วนะ แต่ว่าทีวี ไม่ใช่ ต่อจากนี้ไปมันเป็นเรื่องของราคาที่เราจะสามารถที่จะเอาคนติดตามเรามาได้มัย เพราะว่าวันนี้ผมว่า คนที่น่าเห็นใจที่สุดคือช่อง 5 ก็แยะเพราะว่ารายการออกจากช่อง 5 คนก็ตามรายการไป รายการออกจากช่อง 9 คนก็ตามรายการไป ถามว่าวันนี้ทำไม Workpoint วันนี้มาที่ 1 เพราะเขามีรายการเยอะแยะเลยที่ออกจาก ช่อง 5 ช่อง 9 ไปอยู่ที่ Workpoint มันก็เกิดเหตุการณ์อีกหนึ่งเหตุการณ์ก็คือ สิ่งที่ยังไม่ลงตัวกันวันนี้คือการที่ ผมเป็นทีวีดิจิทัล ผมเรตติ้งคืออย่างเวิร์คพอยท์ แทนที่ผมจะบอกว่าคุณที่โฆษณานาทีละ 50,000 กลายเป็น ผม ขอ 20,000 พอ พวกที่เหลือก็ตายเรียบ เป็นเพราะอะไร? เป็นเพราะว่าแต่ละช่อง ถ้าผมเป็นเวิร์คพอยท์ทำ แบบนี้ไปนาน ๆ ก็ไม่ได้ ผมก็ต้องตอบคนที่ถือหุ้นผมเหมือนกัน อาจจะต้องใช้เวลามันมีการปรับจูนความคิด ตรงนี้ว่าเราประกอบธุรกิจไม่ได้มาเพื่อฆ่ากันเอง

ในเรื่องราคาประมูล ราคาขึ้นไปสูง บางส่วน 3 เท่าของราคาตั้งต้นการประมูล ทำไม? อย่างที่ บอกเพราะว่าผู้ประกอบการที่ประมูลคิดว่าถ้าประมูลชนะแล้วตัวเองจะกลายเป็นช่อง 3 นี่คือนิยามที่ทั้งๆ ที่มี 7 โบอนุญาต มีคนเข้าประมูล 9 คนเองนะ ก็เกาะกันไปจน ขอมแพ้กันไม่ได้ แต่จริง ๆ ผมมองว่า 15 ปีมัน โอเคนะ 1.สำหรับสัมปทานอนุญาต 15 ปี 2. การอยู่ใน Area นี้ 15 ปี หวังต่อไปก็ยังต่อเวลาได้อีกนะ เพราะฉะนั้น ระบบได้ใบอนุญาตมันดีเสมอสำหรับคนที่สามารถแข่งขันได้ แต่มันจะเป็นเรื่องที่โหดร้าย สำหรับคนที่ไม่สามารถแข่งขันได้ เพราะวาระบบใบอนุญาตมันเปลี่ยนจากการผูกขาดมาสู่การแข่งขัน คนที่



แข็งแรงจะไปได้เสมอ เพราะว่ากติกามันเริ่มต้นวิ่ง 100 เมตรเท่ากัน มันไม่ใช้การวิ่งเอาเหรียญทอง แต่ให้วิ่งคนเดียว มันไม่เป็นเช่นนั้น เพราะฉะนั้นคนแข็งแรงไม่มีปัญหาเขาไปได้ คนที่น่าเป็นห่วงคือคนที่แข็งแรงไม่พอ แต่ว่าจริงๆแล้ว ในกลุ่มที่ชนะการประมูลส่วนใหญ่ผมว่ามี 3 4 5 ช่อง เท่านั้นเองที่ไม่ได้แข็งแรงเพียงพอ แต่ว่าท้ายที่สุด มีกลไกการตลาดที่ต้องหาคนมาช่วย เพราะสิ่งสำคัญของกิจการโทรทัศนมันคือ Art มันคือศิลปะ มันคือสิ่งที่ไม่เหมือนกับกิจการโดยทั่วไป ท้ายที่สุดแล้วทั้งโทรคมนาคม โทรทัศน์ เป็นกิจการที่ได้กำไรน้อย กิจการที่ได้กำไรมากคือคอนเทนต์ พอทุกแพลตฟอร์มมัน OK มันจะเป็นอย่างนั้น สมมุติว่าถนนเพียงพอนะครับ ทุกคนจะแข่งขันกันประกอบอาชีพอะไรก็ได้แล้วแต่ คนที่ดีกว่าก็ชนะ แต่ถ้าเมื่อไหร่ก็ตามมีถนนบางเส้นสะดวกที่สุด สั้นที่สุด บังเอิญมีคนเป็นเจ้าของถนนอันนี้ คนอื่นแข่งขันไม่ได้ คนนี้ก็จะได้ประกอบธุรกิจยิ่งใหญ่กว่าคนอื่น แต่การเข้าสู่ระบบใบอนุญาตคือการทำให้ทุกคนอยู่บนแพลตฟอร์มเดียวกัน คนที่มีคอนเทนต์จะยั่งยืนเพราะจะสามารถหาวิธีการต่อไปสู่อื่นอื่นได้ การมีช่อง ผมไปดูเกาหลี คนที่ทำอีคอมเมิร์ซได้เริ่มจากการมีช่อง นี่คือการจิวทอลโคโนมี ทำให้สิ่งที่ตัวเองมี มันเพิ่มมูลค่ามากกว่าเดิม แทนที่จะเป็นให้ตลาดที่ว๊อย่างเดียวกลายเป็นควบคุมตลาดรีเทลด้วย เพราะว่าขายผ่านช้อปปิ้ง แชนแนล ขายผ่าน Ecommerce มันบวกขึ้นไปได้เรื่อยๆ การที่มีช่องช้อปปิ้งชานแนล เขาไม่ต้องการให้คนซื้อของจากการที่ดูในทีวีเลย แต่เป็นการแนะนำให้คนไปหาต่อในอินเทอร์เน็ตและซื้อจากอินเทอร์เน็ต

ผมคิดว่าการมีทีวี จะทำให้คนคนนั้นเข้าไปสู่ดิจิทัลโคโนมีในที่สุด มันมี 2 อย่างคือมี 1. มันมี Portal 2. มันมีคอนเทนต์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในยุคดิจิทัล ผมว่าการมีช่อง การมีโครงข่าย มันคือการมีถนน ถนนนั้นไม่มีความหมายถ้าไม่มีรถวิ่ง ไม่มีคอนเทนต์ที่ดี

การประเมินราคาการประมูล เราศึกษา 3 สถาบัน จาก ยูโร , จูพา , TDRI ศึกษาและมาสรุปราคาใกล้เคียงกัน ซึ่งราคาจริงๆประมาณ 1 ใน 3 ของราคาสุดท้ายของการประมูล ซึ่งการประมูลเราพยายามออกแบบนะครับ ไม่ได้ออกแบบให้การประมูลนั้น ต้องตั้งราคาสูงกว่านั้น ถ้าเราออกแบบเพื่อให้คนทำราคาให้สูงต้องออกแบบอีกแบบหนึ่ง ท้ายที่สุดแล้วช่อง HD มี 7 ช่อง อันดับ 1 ถึงอันดับ 7 ที่ชนะ ราคาต่างกันแค่ประมาณ 1-3 % เท่านั้นเอง เป็นลักษณะของการเกาะกลุ่ม สมมุติมี 9 คนเข้าแข่ง แล้วเอา 7 ช่อง ถ้าเมื่อไหร่ก็ตามที่ คนที่ 9 กับ คนที่ 8 ยอมแพ้ก๊อบ ท้ายที่สุดคนที่ 8-9 ยอมที่ 3,000 ล้าน กลายเป็นว่าคนที่ชนะเลิศ ได้ที่ 3,200 ล้าน 3,300 ล้าน

ส่วนเรื่องการแจกกล่อง ตอนนี้แจกเหลืออยู่ 5.1 ล้านกล่องสุดท้าย คือแจกไปแล้วประมาณ 10 ล้านกล่อง Ok เราอาจจะแจกเข้าไปประมาณ 6 เดือน เราเริ่มต้นใบอนุญาตปีป เราเริ่มต้นแจกเดือนตุลาคม ซึ่งผมคิดว่าสมเหตุสมผล เพราะว่าสมมุติเราเริ่มต้นปีปเราแจกกล่องเลย โครงข่ายก็ไม่เสถียร อะไรก็ไม่ดีซักอย่าง ทีนี้คนเอากล่องไป ก็ไม่ใช้ พอใช้ไปก็รับไม่ได้ ปัจจุบันปัญหาเรื่องโครงข่ายค่อนข้างน้อยมาก คือผมคิดว่าเรื่องโครงข่ายค่อนข้างเสถียรพอสมควร

เรื่องของการเรียงช่องจริงๆเราพยายามเหมือนกัน อันนี้ก็เป็นปัญหาตอนที่ ถ้าแจก Set-top box ไม่มีปัญหา ทุกแพลตฟอร์มจะเหมือนกัน ดาวเทียมดู HD ก็จะเป็น HD แต่บังเอิญว่าหลังจากที่อนุญาตประมูลกันเสร็จแล้ว มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เรื่อง Set-top box เลยจาก กสท. ขึ้นไป มีเรื่องเชิงนโยบาย พูด่างๆ ว่า กสท. ควบคุมไม่ได้ แต่เราก็งงแจกคู่มือ แต่ไม่ได้เป็นคู่มืออย่างที่ กสท. อยากให้เป็น มันกลับไปสู่ Original One ตามประกาศตอนที่ประมูล เราบอกจะแจกคู่มือที่มูลค่า 690 บาท แต่เราไม่บอกว่าจะแจกอย่างไรบ้าง สิ่งที่เราวางแผนไว้เราจะแจกเกิน 690 คือ 1,000 เพื่อให้ประชาชนได้รับของที่ดี แลกกล่องดาวเทียมได้ด้วย แลกกล่องเคเบิลได้ด้วย เพื่อให้การจัดเรียงช่องทุกระบบเหมือนกัน แต่หลังจากมีการเปลี่ยนว่าให้แลกได้ของภาคพื้นดิน 690 บาท แลกกล่องดาวเทียมก็ไม่ได้ ซึ่งอันนี้มันเกินขีดความสามารถของ กสท. ไปคัดค้าน เรื่องนี้เป็นเรื่องเดียวที่เราทำไม่ได้อย่างที่มุ่งหวัง แต่มันส่งผลกระทบต่อประชาชนในแง่ที่ประชาชนได้รับของในคุณภาพที่เราไม่อยากจะให้เป็น การใช้คู่มือไม่เป็นไปตามที่เราต้องการ การปรับเปลี่ยนเรื่องของดาวเทียม เคเบิลก็เป็นไปไม่ได้

ประการที่ 2 คือ ต้องการไปกันกล่องทีวีดาวเทียม ตัวเองกลัวว่าทีวีดาวเทียมจะมาแข่งกับตัวเอง ทั้งๆ ที่มันไม่มีวันมาแข่งได้ เพราะมัน Ship ลงมาเหมือนกัน ช่อง HD ก็ได้ดูเป็น HD / ช่อง SD ก็ได้ดูเป็น SD วันนี้พิสูจน์แล้วว่าไม่ถูกต้อง นี่คือจิ๊กซอว์ตัวสำคัญที่เกิดความผิดพลาดที่ทำให้มีปัญหา ถ้า Set-top box ไม่มีปัญหา การจัดเรียงช่องก็จะไม่มีปัญหา ก็จะแข่งขันกันบนความเป็นธรรม ช่อง HD ก็จะได้ดูเป็น HD เพราะว่าถ้าคู่มือมันแลกกล่องดาวเทียมได้ ประชาชนแก่เอากล่องดาวเทียมไปเปลี่ยนกล่องดาวเทียมเดิม ก็จะได้ดูเป็น HD ทันทีเลย อันนี้เป็นเรื่องง่าย ผมพยายามอธิบายว่าเราอย่าเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน คนอยากทำอะไรก็ให้เขาทำอย่างนั้น ขอให้เขาทำแล้วมาได้ประโยชน์กับเราก็พอ เขาอยากดูผ่านดาวเทียมก็ไม่มีอะไร แต่ขอให้คู่มือจิ๊กซอว์ของเราด้วยแค่นั้น”

## แนวทางการแก้ไขของเรื่องที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย มีแนวทางอย่างไรบ้าง

“เราเป็นองค์กรกำกับดูแล ในขณะที่เศรษฐกิจมันคานว่น อยากจะให้ทุกคนไปด้วยกันได้ แต่พอมีคน 50% มาจ่ายเบี้ย เอ๊ะสิ่งที่ผมพูดมันไม่ Valid นี้หว่า ตกลงคุณจะเลื่อนให้เพราะตั้งใจจะช่วยเอกชน ดายเลขที่นี้ เล่นพูดแบบนี้ เสียผลประโยชน์ของรัฐ ผมยังคิดว่าถ้าเป็นผม การที่ยืดเวลาให้เอกชนยิ่งมาก ณ วันนี้เป็นสิ่งที่เขาต้องทำ เขาต้องไปลงทุนในคอนเทนต์ เขาต้องแข่งกัน เขามีเท่าไร เขาต้องทุ่มหมด คนที่ได้ประโยชน์คือประชาชน องค์กรใหญ่อย่าง กสทช. ควรจะเข้าใจอุตสาหกรรมให้มันมาก แต่เราเป็นองค์กรที่ถูกรตรวจสอบเป็นพิเศษเสมอ มีทั้ง ปปช. สตง. กรรมการตรวจสอบ ยังมีกรรมการตรวจสอบประเมินผล อีก 4-5 องค์กรทุกคนอยากตรวจสอบเข้มแข็งทั้งนั้น อย่างอัมรินทร์เขาเป็นรายใหม่ เขาขึ้นมาเล่นพรีเมียร์ลีก ก็

แย้ลี เข้าครั้งแรกก็ HD เลย แทนที่จะ Standard Def หรือ ช่องข่าวก่อน นั่นคืออัมรินทร์ แต่ปัจจุบันเขาก็ทำได้ ดีพอสมควร เริ่มดีขึ้นขึ้นมา

อย่างไทยทีวีเป็นรายใหม่เอาตั้ง 2 ช่อง ความจริงมันก็เหนื่อยครับ บางทีมันก็เหมือนอย่างบาง คน อย่างช่อง 7 เขามีศักยภาพจะเอา 3 ช่อง เขามีคอนเทนต์พอด้วย เขาเอาช่องเดียว ช่องที่ 2 พอแข่งกันไป มันเกินราคาที่ต้องการ เขายอม แต่ 1 ช่องต้องเอาแน่ เพราะเขาเอาช่อง 7 มาออกด้วย นั่นคือวิถีคิดของเขา ปัจจุบันเขาได้เรตติ้งอันดับ 1 ได้ส่วนแบ่งอันดับ 1

ช่อง 3 เอา 3 ช่อง มีแต่ช่อง 3 ออริจินอลที่ขึ้นมาแต่ก็ยังห่างจากช่อง 7 พอสมควร ช่อง 7 ไม่มี หล่นเลยจากอันดับ 1 ปัจจุบัน Curve Rating ของเขาแทบไม่มีตก / ช่อง 3 ตก ทั้งนี้ผมเคยพยายามพูดหลาย รอบ เรื่องจำนวนช่องว่า จะบังคับให้คนละ 1 ช่องพอ ความจริงเราไม่ควรจะบังคับเลยด้วยซ้ำใครอยากเอา 5 ช่อง ก็เอาไป แต่ผมเคยตั้งคำถามว่าคุณลองคิดดูสิ คุณจะเอา 3 ช่อง แล้วมีคนดูคุณช่องละ 5% 3 ช่อง หรือ คุณจะเอาช่องเดียวแล้วมีคนดู 80% จะเอาแบบไหน นี่คือทีวีนะ คุณยังมีหลายช่อง ถ้าทหารเราต้องรวมกำลัง เพื่อโจมตีจุดที่อ่อนแอ นี่เราขยายพื้นที่การรบมากมายมหาศาล คุณก็แย้ถ้าคุณไม่แข็งแรงพอ

อย่างช่อง 3 อาจจะแข็งแรง ช่องที่ 2 ก็เอาคอนเทนต์เก่าๆมารันก็พอไปได้ อย่างบางคนไม่เคยมี ฐานเลขมาเอา 2 ช่อง ดังนั้นคนที่คิดว่าเอาไปแล้วทำได้ดีที่สุดตามลำดับก็เป็นผู้ชนะการประมูล ถ้าออกแบบ ให้มันแยกว่านั้น เช่น จะเสนอเท่าไรก็ได้ไม่มีใครรู้กันว่าเสนอเท่าไร คนแรกอาจจะ 6,000 ล้าน , คนที่ 2 อาจจะ 3,000 ล้าน , คนที่ 3 อาจจะ 2,000 ล้าน แต่นี่ตอนที่กำลังเคาะเราเห็นคนอื่นหมดเลยนะ คนที่ชนะเรา รู้ เราอยู่ลำดับที่เท่าไรเรารู้ เพื่อที่จะไม่ให้มันเกิน Value ที่ควรจะเป็น สมมุติเราคิดมาจากบ้านว่า 10 บาท พอมันถึง 10 บาท เราก็ต้องหยุด แม้กระทั่งการเลือกจำนวนช่อง เราก็คิดว่า ช่อง HD 7 ช่อง เราก็ันับว่า ควรจะมี 7 หรือ 8 แต่มันมีคนที 9 เข้ามาครับ คนที่เราไม่คาดว่าเขาจะเข้าแข่งด้วย เข้ามาแข่ง ผมไม่เคยคิดเลย

ไทยรัฐก็อยู่ใน TOP 10 เหมือนกัน ของหมอบประเสริฐ PPTV เขาก็ขึ้นมาประมาณ 15 นะครับ คืออย่างนี้ ไทยรัฐเขามีมุม เขาหามุมเขาเจอ ตอนนี้เขาล็อกทีมฟุตบอลไทยทุกนัด ถ่ายทอดทีมชาติไทยทุกนัด ข่าวเขาก็ดี เขาต้องแข่งในมุมที่เขาแข็งแรง ท้ายสุดโทรทัศน์เขาจะเหมือนหนังสือพิมพ์ เพียงแต่มันอยู่บน แพลตฟอร์มของทีวี แต่ละคนก็ต้องหามุมของตัวเอง มีทั้งข่าวและบันเทิง

ปัญหาต้องมอง 2 อย่างว่า ปัญหาในเชิงยุทธศาสตร์ หรือ ปัญหาในเชิงยุทธวิธี ในเชิง ยุทธศาสตร์คิดว่าไม่มีปัญหา เราเดินถูกทางละ เราสามารถกำกับทีวีได้สร้างความมั่นคงให้กับประเทศทำให้เกิด Stability ถ้าเกิดในอนาคตเรากำกับดูแลทีวีไม่ได้ ท้ายที่สุดเราเกิดสงครามกลางเมืองแน่ แต่ว่าถ้าเรากำกับ ทีวีได้ มันก็จะไปอย่างที่ผมว่า แต่ในเชิงยุทธวิธีท้ายที่สุดถ้าไม่ไหว ก็ต้องหาวิธีการที่ทำให้ไหว

ผมก็เห็นใจผู้ประกอบการ เราพยายามออกแบบทุกอย่างให้ราคาต่ำไม่ใช้ราคาสูง นี่คือการวิ่ง 900 เมตร ประมูลแข่ง 7 ช่อง มีคนแข่ง กัน 9 คน จะชนะได้ต้องอยู่ 1 ใน 7 ต้องเกาะกลุ่มคนที่ 7 ไว้ ถ้าคนที่ 8 คนที่ 9 ยอมเมื่อไหร่คุณก็จะชนะ แต่นั่นคนที่ 8 กับ 9 ไม่ยอมไง สมมุติว่าจ่าย 3,000 ล้าน 15 ปีก็ปีละ 200 ล้าน

เทียบกับลงทุนคอนเทนต์สัมมุติว่าลงทุน Content 1,000 ล้านได้ออก SD ก็บได้ออก HD ถามว่าค่า Content ลดลงมึ้ย ไม่ลดลงนะเท่ากันนะ จากจ่าย 150 ล้าน เป็น 200 ล้าน แล้วตัวเองได้ออกเป็นช่อง HD นะ จะไปรู้ได้ไง มีอีก 3 ปี ทีวีทุกเครื่องเป็น HD แล้วคนไม่อยากดู HD ละ”

## สัมภาษณ์ คุณธนัชชัย วงศ์ทองศรี

### รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

---

#### ในฐานะผู้ประกอบการ ท่านมองธุรกิจสื่อทีวีของประเทศไทยอย่างไร

“ถ้าพูดโดยรวม ปัญหาใหญ่ของทีวีดิจิทัล คือเราเปลี่ยนตอนที่ “เรายังไม่พร้อม” เท่าที่ดูรากของปัญหาคือ “ความเร่งรีบ” ที่จะทำให้มันเร็ว นั่นคือปัญหาใหญ่ พอเราเร่งรีบด้วยความไม่พร้อมในหลายๆด้าน ส่งผลถึงปัญหามากมาย เหล่านี้เป็นปัญหาของวงการโทรทัศน์ในปัจจุบัน”

#### สาเหตุในการเข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัล ทำไมจึงเข้าประมูล

“เนื่องจาก เราทำธุรกิจนี้อยู่แล้ว เราเห็นว่าน่าจะเป็นธุรกิจยังไปได้ดีอยู่ จึงเข้าร่วมประมูล และอีกอย่างคือ ระบบอนาล็อกก็จะเลิกแล้ว อยากรู้ก็ต้องทำระบบดิจิทัลแทน”

#### ความคาดหวังของท่านจากการเข้าประมูลทีวีดิจิทัล

“ในตอนแรกเราเข้าใจว่ามันจะไปได้ดีกว่านี้ ไม่ได้นึกเลยว่าสภาพจะเป็นแบบนี้ คิดว่าผู้เข้าประมูลทุกคนก็คิดแบบนี้ ไม่งั้นคงไม่ประมูลแข่งกันขนาดนี้หรอก คิดว่าสภาพไม่น่าจะร้ายแรงเหมือนที่เป็นอยู่ในขณะนี้ น่าจะไปได้ดีกว่านี้ ถึงได้ไปประมูล 2 ช่อง”

#### หลังจากที่ประมูลมาแล้ว อะไรที่สมหวัง อะไรที่ผิดหวัง อย่างไร

“ประมูลมาแล้วก็หนักคือคนดูเขาไม่ได้ดูผ่านระบบดิจิทัล เขาดูผ่านดาวเทียม เพราะว่า (1) ความคุ้นเคยที่เขาใช้อยู่ (2) ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักในการที่จะดูรายการผ่านดาวเทียมกับการดูผ่านทีวีดิจิทัล (3) คนยังไม่เข้าใจการใช้อุปกรณ์ Set-top box ทำให้คนไม่ใช้มัน ทำให้คนรับชมผ่านระบบดิจิทัลน้อยเกินไป แต่รับชมผ่านดาวเทียมมากกว่า เลยมีผลกระทบกับช่องดิจิทัลโดยตรง

เจอปัญหาหลายอย่าง จริงๆแล้ว ช่อง 9 เองมี 2 สถานะ คือ 1. เป็นผู้ให้บริการ โครงข่าย  
2. เป็นผู้ให้บริการด้านช่องรายการ เราทำ 2 บทบาทในระบบทีวีดิจิทัลในปัจจุบัน

เรื่องของโครงข่ายหลักๆก็มีปัญหา 1. เรื่องของกฎ กติกา ของ กสทช. เอง ที่เปลี่ยนไป  
เปลี่ยนมา ไม่แน่นอน 2. ด้วยนโยบายหรือกฎกติกา มันทำให้โครงข่ายของดิจิทัล คนเข้าถึงน้อย วัน  
ข้างหน้าธุรกิจ โครงข่ายจะเป็นอย่างไรก็ไม่รู้ แน่แน่นอนว่าจะส่งผลกระทบต่อระบบทีวีดิจิทัล โดยรวมด้วย  
เหมือนกัน ส่วนเรื่องการให้บริการด้านช่องรายการ มีเพียงอยู่แล้ว คนดูก็กลุ่มเท่าเดิม งบในกลุ่ม  
อุตสาหกรรม ก็ลดลงด้วยซ้ำ

นอกจากนี้ ในการเปลี่ยนผ่านจังหวะไม่ดี เรื่องของเศรษฐกิจโดยรวม รวมถึงปัญหาของ  
อุตสาหกรรมเอง ทำให้ผู้ประกอบการในยุคทีวีดิจิทัลล้มลุกคลุกคลานกันเป็นแถว ส่วนช่อง 9 เองก็มี  
ผลกระทบ เพราะว่ามีกระแสลูกค้าไป เพราะว่าจำนวนช่องที่เกิดขึ้นมันเยอะมาก เพราะจากเดิมแค่  
4-5 รายเท่านั้น แล้วมาเพิ่มเป็น 24 เยอะมาก

รายได้จากการโฆษณา ก็ลดลงเยอะ เป็นธรรมดา ด้านเรตติ้งก็ลดลง เพราะโดนแย่งคน  
ดูอยู่แล้ว อันนี้เป็นธรรมดา เรามีการปรับกลยุทธ์ ซึ่งอาจจะใช้เวลาระยะหนึ่ง ตอนนี้อยู่ของแต่ละ  
รายก็ดูแย่ไปหมด ขาดทุนกันหมด อีกปัญหาหนึ่งคือการที่เอาคนนอกวงการทีวีมาคุม อย่าง กสทช.  
นี่ไม่ไหว ไม่มีความรู้ทางด้านนี้ก็ลำบาก มันจึงเกิดปัญหาอย่างที่เราเห็น”

## เรื่องที่ท่านต้องการให้ผู้จัดการประมูล หรือ กสทช. ดำเนินการ มีอะไรบ้าง และ ดำเนินการอย่างไรบ้าง

“อย่างแรกต้องพยายามให้คนเข้ามาอยู่ในระบบทีวีดิจิทัลมากขึ้นและให้เร็วขึ้น 2. ต้อง  
ทำความเข้าใจ เรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนให้เข้าใจเรื่องการรับชมทีวีดิจิทัลให้ดีกว่า  
นี้เยอะๆ อันนี้ยังขาดการทำความเข้าใจที่ดีอีกเยอะมาก 3. ต้องปรับกฎกติกาที่มีอยู่ ให้มันไปได้  
ดีกว่านี้ เช่น เรื่อง กฎ Must Carry , เรื่องเลขช่อง , การเรียงช่อง ฯลฯ ต้องรีบแก้ไข และเรื่องจำนวน  
ผู้ประกอบการที่มีเยอะเกินไป อุตสาหกรรมรองรับได้ไม่ทั้งหมด มันไม่เกี่ยวกับว่าใครเข้ามาประมูล  
บ้าง มันเกี่ยวข้องกับ กสทช. เริ่มต้น เขากำหนด 24 ช่อง เพราะว่า Scale มันไม่ได้ มันเยอะเกินไป  
กสทช. เป็นคนกำหนดว่า ประเภทธุรกิจมี 24 ช่อง มันเริ่มต้นมาจาก กสทช.”

## สัมภาษณ์ คุณเขมทัตต์ พลเดช

### กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี

---

ในฐานะผู้ประกอบการ ท่านมองธุรกิจสื่อทีวีของประเทศไทยอย่างไร (ในแง่ของโอกาส , การลงทุน , เม็ดเงินโฆษณา , สภาพการแข่งขัน , เทคโนโลยี ฯลฯ)

“ธุรกิจทีวีที่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคทีวีดิจิทัลจริงๆ แล้วมันอยู่ในช่วงที่เรากำลังตั้งไข่ แต่มันมีปัจจัยอยู่หลายๆ อันเหมือนกันก็คือ อย่างต่างประเทศ เช่นใน UK สเปน ในยุโรป เวลาทีวีดิจิทัลเกิด เขาจะมีการประชาสัมพันธ์สื่อสารมาล่วงหน้า อย่างน้อย 5-10 ปี และพอเปิดตัว มันจะมีประเด็นที่เกิดขึ้นคือ งบโฆษณาของทุกสถานี จะตก 3 ปี สมมติว่าจากเดิมมีเจ้าตลาดอยู่ 3-4 ช่อง พอทีวีดิจิทัลเกิดซึ่งอาจจะมากกว่าหรือเท่ากัน รายที่เข้ามาทีหลังก็ต้องทำราคา พอราคาต่ำ งบโฆษณาจะโดนดึงทันที จึงทำให้ภาพรวมตกลงมา พอตกลงมานั้น เนื่องจากว่าเดิม สมมติว่าค่าโฆษณา 400,000 หรือ 500,000 ต่อนาที พอตัวใหม่เข้ามาอาจจะเหลือครึ่งหนึ่งหรืออาจจะต่ำกว่านั้นคือว่า ใน 3 ปีที่จะต้องตกไป มันปรับฐาน แต่ลูกค้ารายใหม่ ฐานจะเยอะขึ้น พวก SME ในอเมริกา เขาเรียกว่า SMB ; Small Business ของไทยเราเรียกว่า Small Enterprise SME ก็จะสามารถเข้าได้เยอะ เดิมจะเจอฐานลูกค้าใหญ่ซึ่งมีสตางค์ แล้วพอฐานลูกค้ามาก คือขายน้อยๆ แต่ได้ยาวๆ เพราะฐานเยอะขึ้น พอหลังจากนั้นปีที่ 4 ปีที่ 5 มันจะเริ่มปรับขึ้น ซึ่งมันจะสอดคล้องกับเศรษฐกิจของโลก

ธรรมชาติเศรษฐกิจของโลก เวลาช่วง Curve ประมาณ 3-5 ปี เมื่อเศรษฐกิจตกแล้วขึ้นใหม่ ขึ้นใหม่ก็ประมาณ 3 ถึง 5 ถึง 7 แล้วลงมาให้ใหม่ เพราะฉะนั้นทีวีดิจิทัล ถ้าเกิดว่าเวลาเปลี่ยนผ่าน เป็นจังหวะช่วงที่เศรษฐกิจดี มันจะไปได้เร็ว แต่ถ้าช่วงที่เศรษฐกิจแยแบบไทย มันก็จะตกท้องช้างแบบนี้ เป็นต้น

เมืองไทยมีการร่างกฎหมายพรบ. มาตั้งแต่ประมาณปี 2550 ช่วงนั้นคนร่างกฎหมายเป็นคนซึ่ง 1. เอ็นจีโอ(NGO) 2. เป็นคนที่กลัวบทเรียนของสถานีไอทีวี ซึ่งมีคนมาประมูลไปแล้วไปเปลี่ยนฝั่งรายการ แล้วก็ทำไม่ได้ต้องโดนยึดคืนมาตอนนั้น แล้วก็กลายมาเป็นไทยพีบีเอส ในปัจจุบัน การเขียนกฎหมายคือไม่ได้ดูจากความเป็นจริงของกลไกตลาดเลย ถึงแม้จะไปดูงานต่างๆก็ตาม แต่คนเขียนกฎหมายครึ่งนึงมาจากความกลัว อีกครึ่งนึงมาจากปกป้องไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวสถานีนั้นเวลาประมูล เพราะฉะนั้นการเขียนมันจะลือคทุกอย่าง กฎหมายนี้ไม่สามารถทำให้ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลเติบโตได้เหมือนในยุโรป หรือในญี่ปุ่นแน่นอน แต่สิ่งที่

ผู้ประกอบการไทย 24 ช่องเข้าไปปลง เพราะว่ามีทำให้เห็นสัญญาณว่าทุกอย่างจะพร้อม ซึ่งจะเห็นได้ว่าพอมีการออกกฎหมาย ซึ่งไว้มากประมาณปีกว่าเอง พอออกไปราชกิจจา พรบ. ออกไป 1 ปีก็เริ่มประมูล เริ่มประชาสัมพันธ์ผลก็คือทุกคนอยาก สังคมก็ผลักดันบอกว่า เบื่อแล้ว 4 ช่องหลักไม่มีทางเลือก 40 ปี ก็มีแค่ 4 ช่องหลัก ทำอย่างไรจึงจะมีทางเลือก ทางผู้ประกอบการเองซึ่งไม่ได้มีการเปิดมา 40 ปี ก็อยากจะเข้าไปทำ แบนด์พาคิซซ์ก็อยากเข้าไปช่วยสนับสนุน ประชาชนก็เห็นดีด้วยทั้งหมด ก็เข้าไป โดยถ้ามองมันเหมือนกับแมงเม่าบินเข้ากองไฟนิดๆ แต่จริงๆ แล้วมันควรจะ เป็นแสงไฟเย็นที่ส่องสว่าง ไม่ใช่แสงไฟร้อนที่ทำลายอุตสาหกรรม ผมเล่าเปรียบเปรยให้ฟังว่า จากต่างประเทศกับของประเทศไทยเราเป็นอย่างไร ของเขาใช้เวลา 7-10 ปี ในการที่จะพัฒนาความคิด สื่อสารความเข้าใจของคน ของเราปีครึ่ง แต่สื่อสารเฉพาะผู้ประกอบการ ไม่ได้สื่อสารกับผู้บริโภค , ประชาชน ทั้งนี้กฎหมายกับกรรมการ กสทช. ที่เป็นผู้กำกับกฎหมายบอกว่าอ้างสิทธิเรื่องประชาชน แต่ผลตอนนี้คือประชาชนยังไม่ได้สิทธินั้นเลย เพราะอะไร ? ตั้งเป็นคำถามไว้ นี่เป็นส่วนแรก ที่ผมบอกว่า การทำเรื่องของรัฐกิจดิจิทัล มันจึงกระท่อนกระแท่นมาก

ด้านมุมมองการขายโฆษณายังเป็นปัญหา 1. 4 ช่องหลักอนาล็อก ยังคุมตลาดอยู่ ถึงแม้เราตั้งจะตกก็ตาม 2. เอเยนซีเขามองที่เรตติ้งเป็นสิ่งสำคัญ ผิดถูกไม่รู้ ซึ่งระบบเรตติ้งเป็นของระบบเก่ามาก ยังไม่รวมของระบบใหม่ ถึงแม้จะมีดาวเทียมมา แต่เขาวัดดาวเทียมชนิดเดียว เขายังวัดแบบเก่าอยู่ ด้านพื้นฐานประชากรของเราเดิมมันเป็นแนวนอน ตอนนี้เป็นแนวตั้ง มันขึ้นตึกสูง เขาไม่ได้วัดตรงนี้เลย ในหนึ่งฐานอย่างกรุงเทพ ยังวัดอยู่กลุ่มสลัมรากหญ้าอยู่เลย ไม่ได้วัดตรงนี้ ถ้าวัดตรงนี้ มันจะเปลี่ยนใหม่หมดเลย นี่ก็ประเด็นสำคัญทำให้การโฆษณาตอนนี้ เม็ดเงิน มันขัดแย้งกัน ทางกสทช.บอกว่าตอนนี้เม็ดเงินเป็น 10,000 ล้านบาทสำหรับทีวีดิจิทัล ทางทฤษฎีมันไม่ใช่ เพราะขายที่ 3,000 - 5,000 อาจจะมีช่องดาวเทียม ที่แปลสภาพเป็นทีวีดิจิทัลขายได้ 30,000 แล้ว แต่เมื่อเทียบกับช่อง 3 ช่อง 7 อนาล็อกเดิม ขายนาที่ละ 400,000 - 500,000 เพราะฉะนั้นเงินที่เจียดมาตรงนี้นั้นเป็นจากช่อง 9 กับช่อง 5 ช่อง 5 เขาแปลสภาพเป็นทีวีสาธารณะไปแล้ว ช่อง 9 เรตติ้งผันผวนเพราะการเมือง เพราะฉะนั้นเงินก็มาจาก 2 ช่องนี้ ไม่ได้มาจาก 2 ช่องใหญ่เลย เพราะฉะนั้นตรงนี้ วิธีการคือจะทำอย่างไรให้ SME รายใหม่ๆสามารถมาซื้อโฆษณาทีวีดิจิทัลได้ ปรากฏว่าพวก SME รายใหม่ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกสินค้าพวกยา ก็เข้าไม่ได้ก็เพราะโดนกฎหมายห้ามอีกห้ามทุกอย่าง พอเขาหนีมาจากดาวเทียม อันนี้ก็มาห้าม ตกลงแล้วคือบล็อคทุกอย่าง มันจะช่วยอย่างไรได้ อันนี้คือประเด็นสำคัญที่จะบอกว่าปีนี้ 12 เดือนที่ผ่านมา โฆษณาไม่ได้เพิ่มขึ้น แต่ในไตรมาสแรกของปีนี้ เริ่มจะเห็น เพราะว่าการกลุ่มของผู้ประกอบการ 24 ช่อง ถมเงินเข้าไปอีกในเรื่องเนื้อหารายการ ถมเงินในเรื่องการประชาสัมพันธ์เข้าไป จะเห็นว่าใน 7 ช่องระบบความคมชัดสูง



(Hi-Def) ถมมากที่สุด ช่อง ONE , ช่อง พีวีทีวี , ช่องไทยรัฐ พวกนี้ใส่เข้าไปเยอะมาก เยอะกว่าเงินที่จะไปให้ กสทช.อีก เพราะฉะนั้น เราทำงานแทน กสทช.นะ ในเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการโฆษณาก็คงจะทรงๆ ต่ำไปอีกซัก 2 ปี ก็คล้ายๆ กับที่เล่าให้ฟังตอนยุโรป 3 ปี ของเราอาจจะยาวนานกว่านั้นก็ได้นะ ก็ไม่รู้ว่าใครจะอยู่รอด”

## สาเหตุในการเข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัล

“ท่านประธานของเรา คือ นพ.ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ อยากทำทีวีมานานเป็น 10 ปีแล้ว แต่รัฐไม่ได้เปิด ดังนั้นท่านก็เลยลองทำเล็กๆ อย่างเช่น ช่อง IN Channel อยู่ในเคเบิล ซึ่งเป็นภาคภาษาอังกฤษทั้งหมด แต่ว่าตอนนั้นเขาก็ทำแบบ ยังไม่ชัดเจน เป็นการประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจสายการบินมากกว่า พอเข้ามาประมูลตรงนี้ ก็มองว่าน่าจะทำช่องที่มีมูลค่าแคสเตอร์ที่ชัดเจน ก็เลยทำขึ้นมา อย่างที่คุณที่ กสทช. บอก คือทำไมทุกช่องต้องเหมือนกัน เรามองแล้วว่าถึงแม้จะมีเงินเยอะ เรารับหลักการอยู่แล้วที่ต้องจ่ายเงินทั้งหมดแม้กระทั่งการรับประกันก็ทำอยู่แล้วไม่ได้หนีไปไหน เพราะฉะนั้นสิ่งที่เอ็นจีโอบางคนบอกว่าการเลื่อนชำระหนึ่งงวดที่สองไปคือการเบี้ยว มันไม่ใช่ อันนี้คือชัดเจน ฉะนั้นการที่ กสทช. บอกว่าคุณเบี้ยวกรณีของพีดีเอ็มก็เหมือนกันทำไมคุณบอกว่าไม่เบี้ยว แต่ยึดเงินค้ำประกันแทน ก็เหมือนกันไง เพราะเขาจ่ายหมดแล้ว เขาจ่ายตั้งแต่วันแรก หมดแล้ว เพราะฉะนั้นคุณจะบอกว่าเขาเบี้ยวแล้วคิด 7.5 เปอร์เซ็นต์ นั้นมันเกินไป มันไม่ใช่

อย่าง พีวีทีวี ตอนนี้เราลงเงินไปกับเนื้อหามากที่สุด เพราะเรามาที่หลัง ไม่เคยมีพื้นฐานดาวเทียม หรืออะไรมาก่อนเลย เพราะฉะนั้นเราจัดเต็มหมด ที่วางตำแหน่งไว้เป็น Premium mass ระดับ Premium เลย ไม่ใช่ละครอย่างเดียว ไม่ใช่ข่าวอย่างเดียว มันจะอยู่ตรงกลางๆ เพราะฉะนั้นเรามีอยู่ 4 หลักที่จะไป 1. คือซีรีส์ที่เป็นอาเซียน ซึ่งตอนนี้ปีเดียว เราก็มีฐานลูกค้าเกาหลีแล้ว คือเราไม่มีดารา ไม่เหมือน Grammy, RS , ช่อง 3 ไม่มีดาราแล้วทำอย่างไร ก็ต้องซื้อก่อน เรามองว่าเงิน เกาหลี ญี่ปุ่น อันไหนแข็งแรงสุด เราเลือกเกาหลี ใน 12 เดือน ถ้าเป็นบางช่องอาจจะไม่มีฐานคนดูชัดเจน แต่เรามีฐานเกาหลี ถึงแม้จะไม่เข้าแต่ละครไทย แต่ก็มีฐานชัดเจน 2. เราเริ่มพัฒนารายการข่าว อันนี้เป็นนโยบายเลยนะ เพราะข่าวถึงแม้จะไม่มีรายได้ แต่มันเป็นภาพลักษณ์ซึ่งเป็นนโยบายจากบอร์ดว่าต้องทำข่าวให้ดี ก็เลยมีทีมข่าวมือดีมาทั้งจากไอทีวี จาก ไทยพีบีเอส จากเนชั่น รวมไปถึงที่นี้ 3. เป็นรายการละครไทย ซึ่งเราเพิ่งมีเรื่องแรกเรื่องเดียวเอง แต่ก็เป็นเรื่องเดียวที่สั้นสะเทือน แต่ในอนาคตคงต้องเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และสุดท้าย 4. เรื่องกีฬา จากการสำรวจ คน

คูกีฬา ก่อนข้างจะสูงพอๆกับละครไทย แต่กีฬาของทั้งไทยและต่างประเทศ มันไม่ได้มาทุกวัน แบบละครได้ มันเป็นฤดูกาลครบ 4 อย่างนี้เราจะยึดไว้ ทั้ง 4 อย่างเป็นพรีเมียมหมด กีฬาตอนนี้ ตั้งแต่เดือนมิถุนายนนี้เราจะมีชุดใหญ่เลย เป็นกีฬาระดับโลก ฟุตบอลทั้งหมดเลย ซึ่งแข็งมาก คิดว่า เรื่องกีฬาตั้งแต่มิถุนายนไปเราก็น้องๆซีทีเอช กับ ทู ซึ่งเราซื้อมา มีลิขสิทธิ์เรียบร้อย คุยกับฝรั่ง เรียบร้อย เพราะฉะนั้นถ้าคุณชอบความบันเทิงรูปแบบใหม่ เกาหลีซึ่งเขียนบท อะไรดังอยู่ที่เราหมด อันที่สองก็เป็นข่าวที่เป็นแค่ภาพลักษณ์ แต่ก็เริ่มมีฐานคนดูข่าวแล้ว อย่างกลุ่มดูเกาหลี ผู้หญิง เป็นส่วนใหญ่ เด็กรุ่น จนถึงอายุ 40-50 ส่วนข่าวจะเป็นผู้ชาย ละครไทยก็จะเป็นทั้งชายและหญิง ได้หมด ส่วนกีฬาผู้ชาย ฉะนั้นฐานเราจะคนดูจะ 12 เดือนที่ผ่านมาเริ่มมี ไตรมาสแรกก็เริ่มขยับ ขึ้นแล้ว เริ่มขึ้นไปอย่างช้าๆ เราอาจจะไม่หือหาวแบบช่องอื่น อย่างละครเราก็ไม่ได้ถมเต็มเพราะ มันแพง ดาราเราก็ไม่มี แต่เราก็พิสูจน์แล้วว่า อย่างละครเพลิงดาว ที่ออกอากาศอยู่ ไม่ได้มีดาราชั้น นานะแต่เรามาเขียนในเรื่องของบท ปรากฏว่าคนก็ดู ทำไมช่องอื่นที่มาพร้อมๆกัน คนไม่ดู อันนี้ไม่รวมช่อง ONE , ช่องแกรมมี่ซึ่งอยู่ในตลาดเหมือนเดิม เรามีวิธีการวางกลยุทธ์แบบนี้ ส่วนใหญ่ เนื้อหาก็คงจะไม่หนีหมวดพวกนี้ ถ้าหากจะเอาละครไทยเพิ่มก็ต้องแข่งกันเยอะหน่อย ใช้พลังเยอะ หน่อย จะสู้ อนาคตอีกได้ไหม จะสู้ช่องดาวเทียมได้ไหม เกาหลีจะขอมทั้งใหม่ เพราะฉะนั้น ก็ต้องบอกคนข้างในของเราให้เข้าใจว่าเป็นเรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาด แต่ถ้าหากคุณมีความ แข็งแรง อย่างช่อง GMM 25 รายได้ของ Club Friday อันเดียว ที่เหลือยังไม่รู้ แต่อย่างจีทีเอชหยอด ได้ทั้งช่อง ต้นทุนต่ำกว่าเพราะเป็นดาวเทียม แต่มีฐานคนดูชัดเจน เพราะฉะนั้นเราต้องศึกษาและ มองคู่แข่ง คู่แข่งบางรายวิ่งเร็วกว่าเรา เพราะเขามีของในมือ แต่เราไม่มีของ เราต้องสร้างใหม่”

## หลังจากที่ประมวลมาแล้ว อะไรที่สมหวัง อะไรที่ผิดหวัง อย่างไร

“ช่อง พีวีทีวี ไม่ได้ประสบอะไรเลยนะ คือ เราอยู่ใน 7 ช่องความคมชัดสูง ( HD-High Def) ทั้ง 7 นี้มีสตางค์สายป่านยาว แต่จะบอกว่ากลุ่มที่เหลือ SD พวกนั้น จะมีปัญหา ซึ่งเขาก็เริ่มมี ปัญหาแล้ว HD ถามว่ามีปัญหาใหม่ มีครับ คือ ความคมชัดทำไมสู้ SD ไม่ได้ซึ่งเขาประมูลค่า ใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาคลื่นความถี่ (Bandwidth) ขึ้นมา แล้วเรื่องนี้ทำไม กสทช.ถึงไม่ กำกับดูแล เหมือนกับเราเช่าบ้าน เหมือนเราเช่าห้องชุดอย่างดี แพงมากที่สุด แต่ปรากฏว่าไม่มี ทางเดินให้เรา เพราะมีคนมาขายของอยู่ปากซอยหน้าบ้านเรา หรือสิ่งสกปรกอย่างนี้ ทำไมเขาไม่ ดูแล เราก็มีสติที่จะไปบอกเขา แต่เขาก็ไม่สนใจ เขาบอกคุณเช่ามาแล้ว จ่ายเงินมาทุกเดือนก็แล้ว กัน อันนี้มันผิดใหม่

ถึงไม่ได้มีสัญญาทุกอย่างนะ เหมือนกับเวลาเราไปเช่าคอนโดหรือเช่าซื้อ เรามีสัญญาทุกอย่าง แต่เข้าไปทำตามสัญญา ไม่มีส่วนกลาง ถามว่าผิดไหม ผิด นี่ก็เหมือนกัน HD มันไม่เป็น HD นี่คือผิดชัดๆ อยู่แล้ว คุณจะแก้ไขอย่างไร พอขึ้นมาญี่ปุ่น แล้วเรื่องระบบเรตติ้งก็ยังไม่ชัด เขาก็ไม่มาดูแล เขาอ้างว่าเอกชนต้องไปคุยกันเอง ซึ่งอันนี้มันไม่ใช่ เพราะการใช้เงินในการที่จะพัฒนาเรตติ้ง มันต้องหน่วยงานรัฐช่วยด้วย

เงิน 50,000 ล้านของเราที่จ่ายไป เอาไปทำอะไร ตอบไม่ได้ซักคน ถ้าเป็นแบบนี้ ถามว่าผู้ประกอบการ 24 ช่อง บางช่องก็ดี แต่ผู้ประกอบการ 24 ช่อง จริงๆ แล้วก็ไม่ได้อยู่ในระดับพรีเมียร์ลีกเหมือนกันนะ อนาคตก็ยังมีอายุถึงพ.ศ. 2563 กินยาว กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มดาวเทียมเดิม เช่น แกรมมี่ , เนชั่น , เวิร์คพอยท์ , อาร์เอส ซึ่งอยู่กันมาเป็น 10 ปี ฐานคนดูมีแน่นอน เขาก็แค่เปลี่ยนเป็นดิจิทัล ต้นทุนไม่ได้เพิ่มมาก แต่กลุ่มที่ 3 หนักหน่อย หมายความว่าต้องเหนื่อย เช่น อมรินทร์ , พีวีทีวี แต่จริงๆ พีวีทีวี เป็นเจ้าเดียวที่ไม่เคยทำธุรกิจนี้เลย อมรินทร์เคยทำสื่อ , ไบรท์ทีวีเคยทำช่อง 5 เป็นต้น แต่เราก้ถึงขนาดนี้ 12 เดือนทุกคนก็บอกว่า พีวีทีวี ไม่ไหวหรอก จริงหรือ? นี่ก็ไม่มีอะไรมาเลยนะ จะเห็นว่า 3 กลุ่มนี้ มันมีถนนเดินไม่เท่ากัน พอร์บบเรตติ้งออก ปรากฏว่า SD เรตติ้งสูงกว่า HD มันเป็นไปได้อย่างไร ทั้งที่คุณภาพรายการแน่น ช่อง One กับช่อง GMM 25 ก็ต่างกัน GMM 25 เคยเป็นดาวเทียม ช่อง One ก็เคยเป็นมาแล้ว พอเปลี่ยนมา ช่อง One มีแต่ละคร GMM 25 ต้องทำของเพิ่มเรตติ้งก็ต่างกันแล้ว เพราะฉะนั้นอีกอย่างหนึ่ง คือ เครื่องวัดเรตติ้งคือ มาจากเทคโนโลยีในการวัดนั้นแหละ ใน 4 ประเด็นปัจจัยสำคัญ ที่จะทำให้มันไม่ไปไหนได้”

## **เรื่องที่ผิดหวัง ที่ท่านต้องการให้ผู้จัดการประมูล หรือ กสทช. ดำเนินการ มีอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไรบ้าง**

“คิดว่าเรื่องนี้มันเป็นเรื่องของรัฐบาลเป็นวาระแห่งชาติ และคลื่นความถี่เป็นสินทรัพย์ของแผ่นดิน ในแง่ของกระทรวงการคลัง เขาต้องทำให้มีมูลค่า แต่ตอนนี้ยังทำไม่ได้ ซึ่งใบอนุญาตหนึ่งใบควรจะมีมูลค่าได้เยอะ โอเคมันอาจจะต้องใช้เวลาที่จริง แต่ถ้าพฤติกรรมมันสอดคล้องกันว่าไม่สนับสนุน มันไปไม่ถึงหรอก เพราะฉะนั้นถ้าแก้ปัญหาจริงๆ 1. ต้องแก้กฎหมายใหม่ 2. แก้โครงสร้างสำนักงานใหม่ คือถ้าไม่ทำก็จะเป็นอย่างนี้ จะมีผู้ที่คืนใบอนุญาตไปเรื่อยๆ ก็จะเหลือแต่ช่องเดิม ซึ่งช่องเดิมก็ไม่ได้พัฒนาเนื้อหาอย่างจริงจัง ของเราก็เป็นแบบนี้คือมีกฎหมายแต่ไปควบคุมในบางเรื่อง ไม่ควบคุมบางเรื่อง

อย่างของเกาหลี ออกกฎนะ ห้ามสถานีโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งกวาดคิดปิ่นมาในช่อง เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าสถานีโทรทัศน์ที่มีอยู่ 5-6 สถานี ซึ่งรวมถึงดิจิทัลใหม่ที่เกิดขึ้นของเขาดาราสามารถไปเล่นได้ทุกช่อง พอดาราสามารถไปเล่นได้ทุกช่อง คนที่เป็นเจ้าของดาราคือโปรดิวเซอร์ หรือผู้จัดการดารา งานเขาจะเยอะ และเป็นการยกระดับของสถานีโทรทัศน์ให้ทัดเทียมกัน ตอนนี้สมมุติทีวีดิจิทัล 24 ช่องมีอันหายไปครึ่งนึง ถามว่าผู้ผลิต , โปรดักชั่นเฮาส์ ตายไปด้วยนะ เพราะงานไม่มี ตอนนี้ กสทช. ยังไม่มองถึงผลกระทบตรงนี้ที่มีมูลค่ามหาศาลอีกตั้งเยอะ

วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในเรื่องของทีวีดิจิทัล ปัญหาที่เกิดขึ้น มีอยู่ 4 อย่าง

1. กฎหมาย อันนี้ชัดเจน การเขียนกฎหมายไม่ได้คิดถึงกลไกตลาดหรือความไปได้ หรือแม้กระทั่งการเขียนว่าส่งเสริม กฎหมายทุกฉบับในเมืองไทยที่เกิดขึ้นมา ส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนเพื่อที่จะเป็นกรอบรวม กับอีกอย่างคือเป็นกรอบให้คนเดินตาม อยู่ในกรอบของระเบียบ อีกส่วนหนึ่งของกฎหมายทุกฉบับ ก็คือว่าจะมีบทลงโทษสำหรับผู้กระทำผิด นี่ก็กฎหมายโดยรวม แต่กฎหมายของ กสทช. พรบ.ประกอบกิจการเป็นกฎหมายที่ลือลือทุกอย่างไม่ให้ยับเขยื้อน ซึ่งต่างจากฝั่งтелеคอม นะ ฝั่งтелеคอมเป็นกฎหมายรวมคร่าวๆ เปิด3G ก็ไม่ได้มีผู้ประกอบการเพิ่ม เป็นผู้ประกอบการเดิม แล่กรรมการไม่ได้ลงไปวุ่นวาย ปล่อยให้กลไกตลาดเขาแข่งเรื่องการตลาดกันเอง ประมูลก็ต่ำกว่า ประมูลแค่ 15,000 ล้าน ส่วนทีวีดิจิทัลของเราประมูล 50,000 ล้าน ไม่มีทางประมูลมากกว่าแต่ยังไม่ได้ผลประโยชน์กลับมาจากหน่วยงานกำกับ นี่ก็กฎหมายชัดเจน แล้วในกฎหมายมันจะยังมีบางข้อที่ยังถกเถียงกันอยู่ ซึ่งผมคุยเรื่องนี้ตั้งแต่ปี สองปีที่แล้วว่าเป็นไปได้อย่างไร รับใบอนุญาต 15 ปี แต่ถ้าไปต่อไม่ได้ คุณต้องรีบเงินประกันทั้งหมด และแถมยังไม่ให้สิทธิเขาในการที่จะไปทำอย่างอื่น นี่ริรอนสิทธิมาก ผมว่ากฎหมายสำคัญ

อีกเรื่อง คือเรื่องค่าธรรมเนียม 2% บวกอีก 2% เข้ากองทุนก่อนหักค่าใช้จ่าย มันโอเวอร์มากนะ แล้วต้นทุนอันแรก ใบอนุญาตแพงกว่าอเนกเดิมประมาณ 4 เท่า แต่ของเราเจ้าใหม่ทุกเจ้าต้องโดนบังคับว่า 1.คุณต้องเสียภายใน 4 ปี ปีแรกก่อนได้รับอนุญาต ปีแรกหลังจากได้รับใบอนุญาตแล้ว ยังไม่ได้ประกอบการเลย คุณต้องเสีย 50% คือครึ่งนึง ครึ่งนึงนี่คือเงินกินเปล่า ผู้ประกอบการเอาเงินมาโยนให้ กินเปล่า เป็นพันๆล้าน งวดที่ 2 คือปีนี้ 30% อย่างน้อย 700-800 ล้าน บางช่องประมูล 3 ช่องก็เอาไป 1,000 ล้าน ปีต่อไปก็รวมกัน 2 ปีก็ 80% หรือ 70% เหลืออีก 2 ปี หรือ 3ปี ต้องจ่ายให้หมด นับจำนวนว่าคุณจ่ายเงินไปแล้วล่วงหน้า แล้วที่เหลือยังไม่รู้ว่าจะทำแผนตลาดขนาดไหนต้องต่อสู้อีก 15 ปี โอเคถ้ามองในแง่ดี หมดเรื่องภาระแล้วใน 4ปีแรกนะรับที่เหลืออีก10กว่าปีอาจจะโอเค แต่ใครจะไปทราบได้ว่าเทคโนโลยีเปลี่ยน ไม่ต้องมีกล่องแบบนี้หรอก ไข่ม้อยครับ นี่ก็ประเด็นแรก

ประเด็นที่ 2 คือตัวรายได้ 2 + 2% ก่อนหักค่าใช้จ่าย แล้วในกฎหมายบอกว่าไม่เกิน 2% แต่กรรมการ กทท. ไม่เคยกำหนดเลยว่าใน 5 ปีแรกมันควรจะสัก 1% ไหม 0.5% ไหม แล้วปีที่ 6 ถึงปีที่ 10 เท่าไหร่ ปีที่ 11 ถึงปีที่ 15 เท่าไหร่ ควรจะกำหนด นี่ก็แน่นอน 2% ซึ่งผมก็บอกว่า เขาก็ไม่ผิด ไม่เกิน 2% แต่ถ้าทำอย่างนั้น คุณจะไ้รายได้มันนิดเดียว เพราะ 5-6 ปีแรก เงินหมดแล้ว แกรมผู้ประกอบการยังต้องเอาเงินมาทำอาหารรายการอีก อันนี้คือสำคัญมาก

ประเด็นที่ 3 คือ ในเรื่องของการสัญญากับประชาคมว่า คุณเกิดมาก่อน โครงสร้างเครือข่ายไม่เกิดไม่เป็นไรเดี๋ยวตามหลังได้ ก็จะเกิดเรื่องของกล่องเรื่องของโครงข่ายสัญญา (Mux) สมัยก่อน เวลาเราจะดูทีวี 525 เส้นเป็นขาวดำ พอเป็น 625 เส้นไม่ต้องมีกล่อง ระบบมันดีขึ้นไปเป็น 625 เส้น คนไทยชวนขายอยากดูทีวีสี ก็เปลี่ยนจอทีวีก็ดูได้เลย แต่อันนี้ทำไมไม่ต้องมีกล่อง มันเงื่อนงำอะไรถึงต้องมีกล่อง ทำไมคุณไม่คุยกับสภาอุตสาหกรรม แล้วคุยกับผู้ผลิตจอทีวีทั้งหมด ซึ่งเขาเป็น Tank ใหญ่มากจริงมัย แล้วติด Tuner ในตัว ไม่ต้องติดกล่อง คนจะเปลี่ยนทีวีทีเดียว เพราะฉะนั้นระบบมันจะเปลี่ยนได้เร็ว เพราะทีวีในต่างจังหวัดยังเป็นทีวีกล่องใหญ่ๆอยู่เลย ต่อให้คุณเอากล่องทีวีดิจิทัลไปใส่มันก็ไม่ชัด HD ก็ไม่เป็น HD นี่ก็จุดที่ 3 ที่ 4 ที่เขาไม่มอง เหตุผลทำไมเขาไม่มอง นี่คือฝ่ายกฎหมายนะ คณะกรรมการเขาอ้างกฎหมายอย่างเดียว เป็นหน่วยงานเดียว ณ ตอนนี่ที่ผู้ประกอบการที่เป็นคู่สัญญาไม่อยากจะไปประชุมด้วย เพราะประชุมแล้วไม่ได้เกิดประโยชน์อะไรขึ้นมาเลย ไม่มีความก้าวหน้าของงาน ซึ่งเราก็จะบอกว่า ควรหันหน้าเข้ามาคุยกัน ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ คุณอ้างว่าคุณให้เงินเอกชนไม่ได้ ทำไมคุณเปิด TOR ที่จะจ้างบริษัทเอเจนซี่โฆษณาไปทำพรีอาร์ท สื่อสารให้กับ กสทท. คุณก็เอาเม็ดเงินตรงนั้นมาเปิด TOR สำหรับ 24 ช่อง หรือไม่ต้องเปิด TOR ก็ยังได้เลย เพราะมีอำนาจอยู่ในมือ จัดสรรเลย ทุกช่องมีคารา ในมือ มีช่องทาง มีพิธีกรพร้อมอยู่แล้ว แล้วก็ครอบคลุมทั้งหมด 90 % ของประเทศไทยอยู่แล้ว อันนี้ผิดไหม มันเอื้ออย่างไรกันแน่ มันเอียงไง ดังนั้นก็ต้องแก้ ถ้าจะแก้ต้องแก้ตั้งแต่กฎหมาย ต้องแก้แน่นอน เพราะถ้าไม่แก้เราเดินต่อไปไม่ได้ ก็จะมีคนกินคลื่นมา ถามว่ารายใหม่ที่จะเข้ามา ยากแล้ว

ส่วนที่ 2 เป็นฝั่งสำนักงาน สำนักงานจะต่างกับฝั่งกฎหมาย เพราะฝ่ายกฎหมาย กรรมการ กสทท. คุณแดูแล แต่ฝั่งสำนักงาน จะมีกรรมการ กสทท. 11 คน แล้วก็ฝั่งสำนักงานกฎหมาย ฯลฯ ในกรรมการ 11 คนก็ไม่มีเป็นเอกภาพ ในสำนักงานก็ไม่เข้าใจบริบทของกลไกทางการตลาด หรือธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ เพราะฉะนั้นก็เลยขัดแย้งกัน

กลุ่มที่ 3 ผมมองว่าผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคยังรับชมจากกล่องดาวเทียมอยู่ ประมาณ 70 – 80% ของทั้งประเทศ แต่ปรากฏว่าทั้ง 2 ฝั่ง อันแรกไม่ได้สนใจพฤติกรรมอันนี้ โดยอ้างกฎหมายอย่างเดียวว่า เวลาคุณออก แลกกล่อง ไปแลกกล่องดาวเทียมไม่ได้ เพราะว่าไม่ใช่

คลื่นความถี่ คุณต้องไปแลกกล่องทีวีดิจิทัลเท่านั้น กล่องทีวีดิจิทัล Mux ยังขายไม่หมด แล้วคุณไปแลกกล่อง เมื่อนำไปแลกก็คิดปัญหาว่าจะต้องมารับด้วยตัวเอง แล้วชาวบ้านที่อยู่ต่างจังหวัด เขาจะเข้ามาในเมืองรับเอง รับได้อย่างไร ต้องเสียเงินค่าใช้จ่าย 690 บาท บวกอีก 200 ไป-กลับ ก็เป็น 900 กว่าบาท บวกกับเสาอีก 300 มันเกินงบแล้ว เป็นแบบนี้ชาวบ้านก็ทิ้ง นี่คือประเด็นของคูปองที่เขาไม่เข้าใจกลไกตลาด และไม่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ในเมื่อผู้บริโภคเขาแบบนี้ ทำไมคุณไม่ไปสอดคล้องกับเขา เพราะฉะนั้นใน 3 ส่วนนี้ ทำให้การเปลี่ยนผ่านมันไปไม่ถึงไหน

ส่วนที่ 4 คือเรื่องของเทคโนโลยี บางส่วนที่เป็นตลาดเล็กๆ ที่ว่าเป็นต่างจังหวัดเขายังเป็นเทคโนโลยีเก่าอยู่ เพราะฉะนั้นเขาเคเบิ้ลท้องถิ่น เคเบิ้ลท้องถิ่นมันไม่พอ เมื่อไม่พอแล้วจะดูทีวีดิจิทัล 24 ช่อง มันเป็นไปได้ ก็ต้องเลือกดูบางช่อง แต่ถ้าดูบางช่องทำไมกสทช. ไม่ไปศึกษาให้เขาเข้าใจ ทำไมไม่สนับสนุนบางอย่าง อีกเรื่องหนึ่ง เทคโนโลยีที่เปลี่ยน คือ กล่องดิจิทัล กล่องดาวเทียม กล่องดาวเทียมเดีวนี้ สามารถดูดิจิทัลได้ด้วย สามารถอัปเดตเป็น T2 ได้ เป็น S2 ได้ ถามว่าทำไม กสทช. ไม่รวมพวกนี้เข้ามาเป็นเซ็นเตอร์รวมกัน เพื่อให้คนเข้าถึง เจตนารมณ์ของกฎหมายต้องการให้ประชาชนเข้าถึงทีวีดิจิทัล แต่ตั้งแต่กฎหมาย , สำนักงาน , พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ไม่มองเลย มาถึงเทคโนโลยี ก็ไม่มองอีก 4 อย่างนี้จบเลยนะ 4 อย่างนี้คือการทำให้การเปลี่ยนผ่านไปสู่ทีวีดิจิทัล มันไม่เกิด นี่คือจุดเริ่มต้นที่เกิดปัญหา ที่จะเป็นวิบากกรรมของผู้ประกอบการ

ปัญหาอีกอย่าง คือเรื่องราคาประมูลสูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น เพราะว่าตอนนั้นมีการเร่งเร้าว่า ต้องสูงๆ ทีนี้พอสูง แต่เรายังไม่ได้ของนะ เราได้สูง อย่างช่อง 3 ได้หมายเลขที่ต้องการ ตอนนั้นที่สูงเพราะทุกคนอยากได้เลขหมายเลขช่อง แต่ออกมาปุ๊บ ตอนนี้อย่าถามว่า เคเบิ้ลทีวี เลขอะไรก็ไม่รู้ คนดูยังสับสน ก็คุณไม่สื่อสาร โคร่งขำเรารับรู้อยู่แล้ว เราไม่ได้ว่าโคร่งขำเลยนะ แต่เราว่ากล่อง กล่องเป็นคนทำ ทำให้เกิดความเสียหายกับกล่อง เพราะกล่องเดิมมันจะมีพุดถึงไม่กี่ราย บอกว่าถ้ามันเปิดเสรี เสรีคือบางทีก่อนจะผลิตกล่องเพิ่งตั้งบริษัทเอง แล้วพอตั้งบริษัทปุ๊บ ก็เป็นพวกกลุ่ม NGO ทั้งสิ้น พอถึงเวลาที่จะมานับเรื่อง Manual พวกนี้ตายหมดแล้ว ยังไม่เห็นมีใครออกมารับผิดชอบเลย คือถ้าเราประมูล 4-5 ประเด็นที่เขาต้องทำ ยังไม่ได้ทำเลย ซึ่งจะต่างกับต่างประเทศ ต่างประเทศโครงสร้างเครือข่ายลงก่อน ลงเสร็จแล้ว เขาไม่ได้เก็บหุยมหุยมแบบนี้ เขาจัดทำให้ เขาร่วมส่งเสริมให้ ถ้าไปดูตัวกฎหมายกับพฤติกรรมของคนบังคับกฎหมาย ยังไม่เคยทำแบบนี้เลยนะ กำกับอย่างเดียว ดูแลก็ไม่ดูแล ส่งเสริมก็ไม่ส่งเสริม

กสทช. เหมือนคนทำ Auction Build ทุกอย่าง ต้องมาร่วมประมูลกัน ถ้าตลาดตรงนี้ไม่เปิดสัมปทานให้อีก 15 ปี แต่ตอนนี้พอมีช่องบางช่อง 2 ช่อง อยากจะคืนใบอนุญาต เขายังไม่คืน

เลย ดันพูดไปแล้วว่าจะเอาใบอนุญาตไปเปิดประมูลใหม่ มันก็ผิด Ethics แล้วนะแล้วเปิดประมูลใหม่ ถามว่าช่องเดิมช่องเก่าเสียเปรียบไหม เพราะช่องใหม่ก็ประมูลต่ำกว่าจริงไหม ต่ำกว่าต้นทุนต่ำกว่าครึ่งนึง ถึงแม้เขาจะเดินช้ากว่า 2-3 ปี ก็อาจจะมาเร็วก็ได้ เพราะต้นทุนเขาต่ำกว่า ใครจะประมูลสูงแบบนี้ล่ะ อันนี้ถือว่าผิดไหม

แนวทางที่มันควรจะเป็น คือเอาเรื่องกลไกตลาดก่อน ในธรรมชาติของธุรกิจ ผมคิดว่าปีนี้เห็นละ 1 – 2 ราย ปีหน้าต้องมีอีก ในแง่ของธรรมชาติของการแข่งขัน มันต้องมีล้มหายตายจากไป การล้มหายตายจากถึงแม้ว่าจะไม่ทำแล้ว โคนริบเงินประกันทั้งหมด ซึ่งแปลกมาก เวลาเราประมูลหน่วยงานรัฐทุกที เวลาทำใบอนุญาตโรงงานอุตสาหกรรม เขาแค่รับใบอนุญาตแต่เขาไม่ได้รับเงินทั้งหมดนะ แต่นี่เอาทั้งหมดแบบถอนรากถอนโคนเลย

กลับไปข้อแรก กฎหมายที่คุณเอื้อ หรือคุณไม่เอื้อเลย หรือคุณฆ่าอุตสาหกรรม แล้วต่อไปนี่ใครจะมา ไซ้ใหม่ครับ มันต้องไปแก้ที่กฎหมาย กลับมาที่กลไกธรรมชาติ มันต้องหายไปครึ่งนึง มันก็จะเหลือครึ่งๆ ซึ่งต่อสู้ พอต่อสู้มันอาจจะผ่านพ้นไปได้ ตอนนี้มันสัก 24 มันตั้งที่เท่าตัวจาก 4 ถึง 24 ไม่รู้ก็เท่าตัวนะ ถ้ามันหายไปครึ่งนึงมันก็จะเหลือประมาณสัก 10 กว่าช่อง 12 ช่อง มันยังโอเคนะ 12 ช่องเป็น High Def จะ 7 หรือ 5 ก็ไม่รู้ล่ะ SD อาจจะมีบางช่อง แต่ที่นี้ช่องข่าว คุณจะเจอกับช่อง HD ซึ่งเป็นช่องวาไรตี้ที่มีข่าวเหมือนกันด้วยนะ ข่าวดีกว่าช่องข่าว ช่องข่าวจะอยู่รอดไหม เรทติ้งก็ต่ำกว่า ช่องเด็กยิ่งแล้วใหญ่ ช่อง SD เราเริ่มเห็นแล้ว เพราะความคมชัดก็ไม่ใช่ เพราะฉะนั้นกลุ่มพวกนี้แหละจะโดน ใน 15 ปี License มันจะแบ่งเป็น 5 5 5 ตอนนี่แค่ใน 5 ปีแรกแค่ปีแรกของ 1 ใน 5 มันหายไปแล้วนะ ปีที่ 2 ของปีที่ 5 ปีที่ 3 ของปีที่ 5 พอปีที่ 5 มันเปลี่ยนผ่าน เพราะว่ามันจะหมดระบบอนาล็อกปี 2563 คราวนี้ปีที่ 6 ถึงปีที่ 10 มันจะสู้กันด้วยใครแข็งแรงเท่ากันโอเค มันจะเสียเปรียบบ้างเพราะว่าอนาล็อกอยู่มานาน ส่วนในปีที่ 11 ถึง 15 ไม่รู้ จำหรือหมู ตอนนี่กลยุทธ์ต้องคู่สั้น มันระยะยาวแต่กลยุทธ์ต้องคู่สั้นๆ ไม่จั้นไปไม่รอด เพราะจั้นถ้ามองแล้ว ฟันธงคือช่องที่คิดว่าไม่ไหว ต้องยอม Cut Loss เพราะไม่จั้นเลือดไหลออกทุกวัน คือยอมโดนริบเงินไป ช่างมัน เพราะไม่จั้นต้องโดนอีก 2% บวก 2% แล้วโดนนู่นโดนนี่อีก

นอกจากกฎหมาย ผมว่าเราก็ต้องมาทำ คณะกรรมการสำนักงานจะต้องตั้งเป็น คณะทำงานร่วมเหมือน กรอ. อย่างภาคอุตสาหกรรม ไซ้ใหม่ครับ คณะทำงานร่วมภาครัฐกับเอกชน แล้วก็ทำแผนยุทธศาสตร์เหมือนเป็นวาระแห่งชาติและขับเคลื่อนไป มันเหลือเวลาอีก 15 ปีจริงๆ เหลือเวลาอีกแค่ 5 ปี อนาล็อกจะหมดแล้ว คุณจะทำอะไรที่เข้าถึง ทำแผนยุทธศาสตร์เรื่องเทคโนโลยี ทำแผนยุทธศาสตร์เรื่องการสื่อสาร ทำแผนในเรื่องของการเปลี่ยนผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ ซึ่งตอนนี้สภาอุตสาหกรรมฯเขาอยู่ ทำไมคุณไม่มาคุย เขาได้บีโอไอ (BOI) อยู่แล้ว ทำไมไม่มาคุย

แต่คุยแล้ว คนเปลี่ยนทั้งหมด ที่วิดิทัศน์ก็ไม่ต้องเหนื่อยที่จะเอาเงินไปทำเรื่องของกล่อง เพราะว่า  
ตัวของอุตสาหกรรมที่วีเขารองรับอยู่แล้ว ผลิตอยู่แล้ว อันนี้จะประหยัดเงินไปได้เยอะเพราะฉะนั้น  
เงินที่เราเสียไป มันจะกลับมาด้วยอะไรซักอย่างสำหรับของรัฐ ผมว่ามันก็โอเค”



สัมภาษณ์ คุณพยองศักดิ์ ชาญด้วยวิทย์

ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาด วอยซ์ ทีวี

---

ในฐานะผู้ประกอบการ ท่านมองธุรกิจสื่อทีวีของประเทศไทยอย่างไร (ในแง่ของโอกาส, การลงทุน, เม็ดเงินโฆษณา, สภาพการแข่งขัน, เทคโนโลยี ฯลฯ)

“ผมคิดว่าธุรกิจสื่อทีวีของประเทศไทยในปัจจุบันมีทั้งโอกาส และความเสี่ยงอยู่ในเวลาเดียวกันในแง่ของโอกาสทางธุรกิจสำหรับประเทศไทย สื่อทีวียังคงเป็นสื่อหลักของประชากรกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ คือประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ซึ่งมีประมาณ 60% ของประชากรทั้งประเทศ การสื่อสารและการโฆษณาสินค้าประเภท Mass Product ที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ ยังคงต้องใช้สื่อทีวีเป็นสื่อหลักในการเข้าหาผู้บริโภคกลุ่มนี้ เม็ดเงินโฆษณาในปัจจุบันสื่อทีวียังคงมีส่วนแบ่งมากที่สุดมากกว่า 60% ของงบโฆษณาทั้งหมด ดังนั้นธุรกิจสื่อทีวียังคงมีโอกาสที่ดีในการลงทุนในปัจจุบัน

แต่ผู้ประกอบการธุรกิจทีวีต้องเผชิญกับความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวที่มีผลมาจากเทคโนโลยีและพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันผู้ชมโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดคือรับชมผ่านระบบดาวเทียม มีเพียงส่วนน้อยที่รับชมผ่านเสาอากาศรับสัญญาณ นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ของประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปีลงมา มีแนวโน้มรับชมทีวีน้อยลง โดยกลุ่มคนเหล่านี้หันไปรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงผ่านสื่ออื่นๆ ทั้งอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้สินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนรุ่นใหม่ต้องปรับตัวในการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้งบประมาณโฆษณาในอนาคตของสื่อทีวีจะค่อยๆ ลดสัดส่วนลง

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทีวีต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้รับชมด้วยการเปลี่ยนจุดยืนในการทำธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการทีวีไปเป็นผู้ผลิตเนื้อหาที่ส่งผ่านสื่อใหม่ทุกรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

## สาเหตุในการเข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัล ทำไมจึงเข้าประมูล

“วอยซ์ทีวีตัดสินใจเข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัลด้วยเหตุผล 3 ประการคือ

1. Reach การเป็นทีวีดิจิทัลทำให้วอยซ์ทีวีได้รับใบอนุญาตให้เป็นฟรีทีวีที่สามารถเข้าถึงผู้ชมทั่วประเทศได้ในทุกอุปกรณ์การรับชม
2. Business Scale การได้เป็นทีวีดิจิทัลทำให้บริษัทมีโอกาสในการขยายขนาดของธุรกิจได้ระยะยาว เพราะถือว่าได้รับใบอนุญาตให้เป็นที่หลักของประเทศเป็นระยะเวลา 15 ปี
3. Quality Content ด้วยการเข้าถึงผู้ชมทั้งประเทศและขนาดของธุรกิจที่ใหญ่ขึ้น ทำให้เรามีศักยภาพที่จะผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพและมีคุณค่าให้กับสังคม สอดคล้องกับปรัชญาการทำธุรกิจของวอยซ์ทีวีคือ Smart Voice ฉลาดคิด ฉลาดใช้ชีวิต”

## ความคาดหวังของท่านจากการเข้าประมูลทีวีดิจิทัล

“เราคาดหวังให้การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่การเป็นทีวีในระบบดิจิทัลเป็นไปตามแผนการณ์ของ กสทช. ที่ได้ให้แนวทางไว้ตั้งแต่ก่อนการประมูล ประกอบด้วย 4 เรื่องด้วยกันคือ

1. ต้องการให้มีการจัดเรียงเลขช่องหมายเลขเดียวกันในทุก Platform การรับชม
2. ต้องการให้มีการขยายโครงข่าย และการแจกจ่ายเป็นไปตามระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้
3. ต้องการให้มีการปรับปรุงระบบการสำรวจความนิยมในการรับชมทีวี ( Rating ) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีที่เปลี่ยนไปหลังการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัล
4. ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึงของการเกิดขึ้นและวิธีการรับชมทีวีดิจิทัล”

หลังจากที่ได้ประมูลมาแล้ว อะไรที่สมหวัง อะไรที่ผิดหวัง อย่างไร

“สิ่งที่ผิดหวังคือ กสทช. ยังไม่สามารถทำให้การเปลี่ยนผ่านไปสู่ทีวีดิจิทัลเป็นไปตามแผนงานซึ่งส่งผลกระทบต่อทางลบในทุกด้าน ผู้รับชมทีวีส่วนใหญ่ยังไม่รับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์และความแตกต่างของทีวีดิจิทัล ทำให้ไม่สนใจที่จะเข้าร่วมในกระบวนการเปลี่ยนผ่านนับตั้งแต่การรับคู่มือ การแลกคู่มือ การติดตามชมช่องทีวีดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่ ผู้ประกอบการไม่สามารถวางแผนธุรกิจและตัดสินใจการลงทุนได้อย่างถูกต้องเนื่องจากความไม่ชัดเจนในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ ผู้ลงโฆษณาไม่มีความแน่ใจในกระบวนการวัดผลของทีวีดิจิทัลทำให้เม็ดเงินโฆษณายังไม่กระจายตัวมาสู่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ได้รับใบอนุญาตจากการประมูลทีวีดิจิทัล”

**เรื่องที่ผิดหวัง ที่ท่านต้องการให้ผู้จัดการประมูล หรือ กสทช. ดำเนินการ มีอะไรบ้าง และดำเนินการอย่างไรบ้าง**

**“เรื่องที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน 2 เรื่องสำคัญคือ**

1. การจัดเรียงเลขช่องหมายเลขเดียวกันตามกฎ Must Carry
2. การขยายโครงข่ายและกระบวนการตรวจวัดสัญญาณให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

**เรื่องที่ต้องดำเนินการในระยะยาว**

กสทช. ควรจัดสรรงบประมาณในการวิจัยพฤติกรรมการรับชมทีวีของผู้ชม เพื่อให้ผู้ประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม ซึ่งจะนำไปสู่การได้รับความนิยมจากการรับชมในระยะยาว เนื่องจากทาง กสทช. มีการเก็บเงินส่วนแบ่งรายได้จากผู้ประกอบการทุกปีเพื่อนำไปเข้า "กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ" (เรียกกันสั้นๆ ว่ากองทุน USO) ซึ่งมีรายได้มาจากค่าธรรมเนียม และส่วนแบ่งรายได้ของบริษัทโทรคมนาคม-วิทยุ-โทรทัศน์ต่างๆ แล้ว กสทช. จะนำเงินในกองทุนนี้ไปจัดบริการโทรคมนาคม-วิทยุ-โทรทัศน์ในพื้นที่ขาดแคลน หรือนำไปพัฒนาวงการในด้านต่างๆ”

สัมภาษณ์ ผู้ชมรายที่ 1

คุณรักติบูล สิริธิลภ อายุ 22 ปี

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีดิจิทัลผ่านกล่อง GMMZ”

ดูทีวีช่องไหนเป็นประจำ ใช้เวลานานแค่ไหน และดูช่วงเวลาไหน

“ปกติดูทีวีช่อง 3 ช่วง 8 โมงเช้า ดูจนรายการเรื่องเล่าเช้านี้จบ และช่อง GTH On Air ดูละครวันเสาร์ช่วง 4 ทุ่ม ถึงเที่ยงคืน”

รู้จัก หรือ มีความเข้าใจเรื่องทีวีดิจิทัลอย่างไร

“ทีวีดิจิทัลเป็นรูปแบบการส่งสัญญาณ โทรทัศน์แบบใหม่ เปลี่ยนจากระบบอนาล็อกแบบเดิม โดยจะมีความคมชัดมากขึ้น และมีช่องรายการมากขึ้น การเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกไปเป็นระบบดิจิทัลทำให้ต้องมีการปรับช่องรายการและประมวลช่องรายการใหม่ เนื่องจากช่องรายการที่มากขึ้น ทำให้มีหลายบริษัทเปิดช่องรายการของตัวเอง และแย่งกันประมวลช่องรายการ เมื่อบริษัทมีช่องรายการเป็นของตัวเอง ก็จะสามารถออกอากาศรายการในช่องของตัวเองได้เลย ลดต้นทุนในการผลิตรายการไปให้ช่องอื่นๆ ออกอากาศ”

ถ้ารู้จักทีวีดิจิทัล รู้ไหมว่า

1. มีการแจกคู่มือ ช่องทางไหน อย่างไร เมื่อไร แล้วได้รับคู่มือไหม
2. ได้รับมาแล้วต้องทำอะไร แลกที่ไหน ไปแลกแล้วจะได้อะไรบ้าง ความสะดวกในการแลก

3. พื้นที่ๆอยู่สามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้ไหมรู้จักแค่ว่ามีแจกคู่มือ แต่ไม่รู้รายละเอียดอื่นๆ”

### **ท่านได้รับคู่มือทีวีดิจิทัลหรือไม่**

“ไม่ได้รับ”

**ทราบหรือไม่ว่ามีช่องความคมชัดสูง HD / ช่องไหน / รับชมแล้วมีความแตกต่างไหม**

“ทราบว่า มีช่อง HD อย่างเช่นช่อง 3 ก็มีทั้งช่อง 3 ธรรมดาและช่อง 3 HD แต่เวลาดูก็ไม่ค่อยเห็นความแตกต่างชัดเจนเท่าไร”

### **สนใจรับชมช่องทีวีดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่หรือไม่**

“สนใจรับชมทีวีดิจิทัลช่องใหม่ที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของตัวเอง เพราะเราสามารถดูรายการเกี่ยวกับสิ่งที่เราชอบได้ตลอดเวลา โดยที่ไม่มีรายการอื่นมาแทรก แต่บางช่องที่มีเนื้อหาตรงกับที่ต้องการ แต่รูปแบบการนำเสนอไม่น่าสนใจก็จะเปลี่ยนช่องผ่านไป ไม่สนใจจะดู”

สัมภาษณ์ ผู้ชมรายที่ 2

คุณสรวิษฐ์ กคดี อายุ 22 ปี

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

---

ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“รับชมในรูปแบบดิจิทัล ผ่านกล่อง LEO TECH”

ดูทีวีช่องไหนเป็นประจำ ใช้เวลานานแค่ไหน และดูช่วงเวลาไหน

“ช่อง MONO 29 ใช้เวลาในการชมประมาณ 1.30 – 2 ชั่วโมง ในช่วงเวลาประมาณ 4 ทุ่มเป็นต้นไป”

รู้จัก หรือมีความเข้าใจเรื่องทีวีดิจิทัลอย่างไร

“เข้าใจว่าเป็นระบบแพร่ภาพระบบใหม่ ที่มีความหลากหลายทั้งทางช่องโทรทัศน์ รูปแบบรายการและวิธีการรับชม อีกทั้งยังมีการพัฒนาคุณภาพของช่องให้มีคุณภาพที่ดีมากยิ่งขึ้นอีกด้วย”

ถ้ารู้จักทีวีดิจิทัล รู้ไหมว่า

มีการแจกคู่มือ ช่องทางไหน อย่างไร เมื่อไร แล้วได้รับคู่มือไหม

“รู้ว่ามีการแจกคู่มือ แต่ไม่ทราบระยะเวลาของการแจก ปัจจุบันได้รับคู่มือแล้ว”

**ได้รับมาแล้วต้องทำอะไร แลกที่ไหน ไปแลกเปลี่ยนจะได้รับอะไรบ้าง ความ  
สะดวกในการแลกเปลี่ยน**

“สามารถนำไปแลกเปลี่ยนได้ตามร้านค้าที่ร่วมโครงการต่างๆ อาทิ 7-11”

**พื้นที่ๆอยู่สามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้ไหม**

“พื้นที่ๆอาศัยอยู่สามารถรับชมได้”

**ทราบหรือไม่ว่ามีช่องความคมชัดสูง HD / ช่องไหน / รับชมแล้วมีความ  
แตกต่างไหม**

“ทราบ มี ช่อง 3 รู้สึกถึงความแตกต่าง เพราะมีคุณภาพที่ดีขึ้น”

**สนใจรับชมช่องทีวีดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่หรือไม่**

“สนใจรับชมเพราะจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น”

### ผู้ชมรายที่ 3

คุณณิชนันท์ เลิศทรัพย์ถาวร อายุ 22 ปี

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

### ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“ติดตั้งกล่องสัญญาณ True Visions รับสัญญาณผ่านจานดาวเทียมรวมของคอนโค”

### ดูทีวีช่องไหนเป็นประจำ ใช้เวลานานแค่ไหน และดูช่วงเวลาไหน

“ดูช่อง KBS HD/ KM HD / HBO HD ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาช่วงบ่ายจนถึงดึก / ดูช่อง 3 อยู่เป็นประจำโดยมักชมรายการข่าว เช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ เรื่องเด่นเย็นนี้ เป็นต้น / ดูช่อง PPTV ช่วงเวลากลางคืน ประมาณ สองทุ่มถึงสี่ทุ่ม แต่ไม่บ่อย”

### รู้จัก หรือ มีความเข้าใจเรื่องทีวีดิจิทัลอย่างไร

“รู้จัก ทีวีดิจิทัลเป็นระบบทีวีแบบใหม่ ที่เปลี่ยนจากระบบอนาล็อกที่เราใช้กันอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยระบบทีวีดิจิทัลจะมีสัญญาณภาพและเสียงที่ดีกว่า ภาพคมชัดกว่ามาก นอกจากนี้ยังมีจำนวนช่องที่เพิ่มมากขึ้นด้วย”

ถ้ารู้จักทีวีดิจิทัล รู้ไหมว่า..มีการแจกคู่มือ ช่องทางไหน อย่างไร เมื่อไร แล้วได้รับคู่มือไหม / ได้รับมาแล้วต้องทำอะไร แลกทีไหน ไปแลกแล้วจะได้อะไรบ้าง / ความสะดวกในการแลก พื้นที่ๆอยู่สามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้ไหม

“ไม่ทราบค่ะ”



## **ทราบหรือไม่ว่ามีช่องความคมชัดสูง HD / ช่องไหน / รับชมแล้วมีความแตกต่างไหม**

“พอทราบอยู่บ้างค่ะ ไทยทีวีสีช่อง 3 / ททบ.5 / ช่อง 7 / ไทยรัฐ / จีเอ็มเอ็ม One / PPTV  
ชมแล้วรู้สึกไม่ได้ชัดขึ้นถึงขนาดว่าเป็น HD จริงๆ”

## **สนใจรับชมช่องที่วิถีทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่หรือไม่**

“สนใจ ปกติเป็นคนชอบดูรายการทางฝั่งเกาหลีอยู่แล้ว ซึ่งเขาจะเป็น HD แบบว่าชัด  
มากๆจริงๆเวลาชมผ่านทีวีที่เกาหลี หรือใน YouTube อยากให้เมืองไทยเป็น HD มาตลอดเลย แต่  
ทำไมช่อง HD บ้านเราไม่เห็นชัดแบบประเทศอื่น”

## สัมภาษณ์ ผู้ชมรายที่ 4

คุณนุชนันท์ อร์ณะนาค อายุ 28 ปี

อาชีพ พนักงานการตลาด บริษัทเอกชน

---

### ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“ปัจจุบันรับชมทีวีผ่าน ทั้งานดาวเทียม และสัญญาณทีวีตามคอนโด”

### ดูทีวีช่องไหนเป็นประจำ ใช้เวลานานแค่ไหน และดูช่วงเวลาไหน

“ปัจจุบันถ้ามีกล่อง True จะเลือกเปิดดูช่องหนัง เช่น HBO ฯลฯ ถ้าเจอหนังดูใจจะดูเป็นเวลานาน แต่ถ้าไม่มีกล่องจะดูช่อง 3 เป็นประจำ ส่วนมากดูเวลาเช้าและตอนกลางคืน”

### รู้จัก หรือ มีความเข้าใจเรื่องดิจิทัลทีวีอย่างไร

“รู้จัก ทีวีดิจิทัลคือ ระบบสัญญาณทีวีรูปแบบใหม่ ที่ออกอากาศในรูปแบบดิจิทัล ไม่ใช่รูปแบบอนาล็อก”

### ถ้ารู้จักดิจิทัลทีวี รู้ไหมว่า..

1. มีการแจกคู่มือ ช่องทางไหน อย่างไร เมื่อไร แล้วได้รับคู่มือไหม
2. ได้รับมาแล้วต้องทำอะไร แลกทีไหน ไปแลกแล้วจะได้รับอะไรบ้าง ความสะดวกในการแลก
3. พื้นที่ๆอยู่สามารถรับชมดิจิทัลทีวีได้ไหม “เคยได้ยินข่าวมาบ้างแต่ไม่บ่อย ยังไม่ค่อยเข้าใจ เคยได้ยินจากโฆษณาในทีวี แต่ไม่เคยอะ ได้ยินผ่านๆ”

### ท่านได้รับคู่มือดิจิทัลทีวีหรือไม่

“ไม่ได้รับ”

## ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนระบบทีวี

“รู้สึกว่าการเปลี่ยนระบบทีวีตอนนี้ยังไม่ได้เสถียรภาพ เห็นจากข่าวบ่่อยๆว่าดิจิทัลทีวียังมีปัญหาอีกมากมายที่ต้องแก้ไข แต่โดยส่วนตัวยังไม่เข้าใจ และยังสงสัยว่า การแจกคู่มือให้ประชาชนทุกบ้าน ทุกครัวเรือนมันมีความสำคัญอย่างไร มีประโยชน์อย่างไร ทำไมจึงต้องเปลี่ยนระบบ อย่างตอนนี้ที่บ้านดูผ่านระบบ True Visions ทุกวันนี้ยังไม่ได้รับคู่มือ ยังไม่ได้มีการติดตั้งกล่องอะไรที่ กสทช. แจก แต่ก็ยังสามารถดูทีวีได้ปกติเป็นร้อยช่อง รวมทั้งช่องดิจิทัลทีวีที่เขาประมูลกันมาก็ดูได้ด้วย แต่เรื่องระบบความชัดของช่อง HD ยังไม่เห็นความเปลี่ยนแปลง ก็เลยรู้สึกงงว่าทำไมต้องเปลี่ยนระบบ ทำไมต้องติดกล่องของ กสทช.”

## ปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับทีวีดิจิทัล เกิดจากอะไร

“การประชาสัมพันธ์เรื่องทีวีดิจิทัลยังไม่ดีและไม่ทั่วถึง เนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้วาระบบทีวีเดิมกับทีวีดิจิทัลต่างกันอย่างไร ระบบภาพความคมชัดก็ไม่ได้แตกต่าง แกรมยังสัญญาณไม่ดี และยังมีเรื่องการติดตั้งทีวีดิจิทัล ที่ประชาชนยังไม่ได้รับความสะดวกต้องผ่านกระบวนการที่ค่อนข้างยุ่งยากสำหรับประชาชนที่ไม่ค่อยมีเวลา อาจเกิดจากประชาชนยังไม่เห็นถึงความสำคัญในการเปลี่ยนระบบทีวีขนาด เพราะถึงแม้ไม่มีทีวีดิจิทัลก็สามารถดูทีวีระบบเดิมได้อยู่และดีกว่าด้วย”

## พื้นที่ที่อยู่สามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้มั้ย ทราบหรือมั้ย ว่ามีช่อง HD

“รับไม่ค่อยได้ แต่พอทราบว่า มีช่อง HD แต่ไม่ทราบว่าช่องไหน รับชมแล้วไม่มีความแตกต่าง”

## ท่านสนใจรับชมช่องดิจิทัลทีวีหรือไม่

“สนใจ ถ้าเกิดมีการปรับปรุงสัญญาให้ดีขึ้นได้ และไม่ต้องยุ่งยากในการติดตั้งกล่อง  
รับสัญญาณทีวีดิจิทัล”

## สัมภาษณ์ ผู้ชมรายที่ 5

ดร.ภูวนาท คุณผลิน อายุ 37 ปี

อาชีพ พิธีกร ดีเจ ผู้ประกาศข่าว

---

### ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“ทฐ วิชั่นส์ ครับ”

### ท่านรู้จักทีวีดิจิทัลหรือไม่ อย่างไร

“ก็คิดว่ารู้จักนะครับ มันก็คงจะเป็นระบบทีวีที่ทุกคนควรจะสามารถึงได้ แล้วก็สามารดูได้พร้อมๆ กันทั่วประเทศด้วยความคมชัด เป็นฟรีทีวีที่ทุกคน สามารดูได้ โดยไม่ต้องเสียเงินเพิ่ม แล้วใช้กล่องอะไรก็น่าจะต้องดูได้ทั้งหมดเหมือนกันทั้งประเทศ รู้แค่นี้ เรื่องของสัญญาณว่ามันจะเป็นดิจิทัล อนาล็อก แตกต่างกันอย่างไรมผมไม่รู้ แต่คิดว่าเมื่อกดปุ่มไป ทุกบ้านต้องได้ดูเหมือนกัน”

### เคยได้ยินข่าวการประชาสัมพันธ์เรื่องทีวีดิจิทัลบ้างหรือไม่

“ผมคิดว่าเคยได้ยินข่าว แต่ไม่แน่ใจว่าจะเรียกว่าเป็นการประชาสัมพันธ์หรือเปล่า ส่วนใหญ่จะได้ยินจากสื่อด้วยกัน ออกข่าวว่าประเทศไทยกำลังจะมี หรือว่าอ่านหนังสือพิมพ์แล้วเจอ แต่ถ้าหากว่าเป็นการโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ หรือการให้ความรู้โดยตรงจากทางรัฐบาล อันนั้นไม่แน่ใจ ว่าใช่หรือเปล่า แต่คิดว่าเป็นข่าว แล้วก็ถามๆ ผู้รู้ต่างๆ ที่เจอว่ามันคืออะไร เพราะแต่ก่อนไม่เข้าใจจริงๆว่ามันต่างจากเคเบิ้ลอย่างไร”

## ท่านได้รับข่าวสารเรื่องทีวีดิจิทัลจากช่องทางใด

“จากทางข่าวของทีวีช่องอื่นๆ หรือว่าจากหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่รู้จากทางหนังสือพิมพ์ว่าเดี๋ยวจะมีดิจิทัล เดี่ยวจะเปิดประมูล ผมคิดว่าทีวีดิจิทัลที่ทำให้เรารู้จักมากที่สุดจากการเปิดประมูลที่ได้เงินจำนวนเยอะๆนั้นแหละครับ”

## ท่านได้รับคูปองดิจิทัลหรือไม่

“ยังไม่ได้ครับ เคยได้ยินว่าจะแจกนานแล้ว แล้วก็คิดว่าแจกไปแล้ว แต่ที่ผมไม่ได้รับคูปอง ก็ไม่รู้ว่า มันตกค้าง มันไม่ถึง หรือว่ามันยังไม่ถึงเวลาของเรา กิ่งง พอเราไม่ได้รับ เราก็ไม่ได้ไปทวงถาม เพราะว่าที่บ้านมีทีวีอยู่แล้ว มีกล่องอยู่แล้ว คือเราไม่รู้ว่า Benefit ของคูปอง มันคืออะไร ตอนนั้นก็ทีวีเยอะอยู่แล้ว ที่บ้านเองใช้กล่องทรูทุกจอ กิ่งงนะว่า ถ้าเป็นแบบนี้ แล้วเราจะเอาของทรูทิ้งหรือ ไม่ เราก็คงดูทรูเหมือนเดิม”

## แล้วเราทราบไหมคะว่าการใช้คูปองทีวีดิจิทัล เขาใช้กันอย่างไร

“ก็น่าจะเอาไปแลกกล่องแทนเงินสดได้ ส่วนต่างก็จ่ายไป แต่ไม่รู้ซื้อแม้ว่ากล่องไหนแลกได้ กล่องไหนแลกไม่ได้ เพราะว่ามันมีกล่องแบบสาระพัด เยอะมาก Hybrid ไม่ Hybrid คือเราก็งงว่ามันคืออะไร งงมาก ถ้าเป็นรถยนต์เรารู้ว่ามันประหยัดพลังงาน แต่พอมันมาเป็นกล่อง ผมพูดจริงๆว่าผมไม่รู้วากล่อง Hybrid กับกล่องไม่ Hybrid มันต่างกันอย่างไร คือมีกล่องอะไรไม่รู้เต็มไปหมดเลย ผมไม่รู้ความแตกต่าง ผมสนใจแล้วว่ามันจะดูได้ไหม มันใช้ง่าย มันใช้ยากหรือเปล่า”

## ทราบหรือไม่ว่าจะนำคูปองดิจิทัลไปแลกที่ไหน?

“แต่คิดว่าน่าจะที่ไหนก็ได้ที่ขาย เค้าว่าที่ไหนมีขาย เขาก็น่าจะต้องรับ เพราะว่ามันน่าจะแทนเงินสด แล้วก็เค้าว่าคนที่รับไป ก็น่าจะเอาคูปองไปขึ้นเงินสด”

## ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการเปลี่ยนระบบทีวีเดิมเป็นระบบดิจิทัล อย่างไร

“รู้สึกไม่ดีขึ้น ถ้าถามตัวเองเลยรู้สึกแย่ลง เพราะรู้สึกว่า ถึงจะบอกว่ามีทางเลือกมากขึ้น แต่มันเป็นทางเลือกที่เราไม่รู้ว่ามันคืออะไร เราเห็นว่าเรามีทางเลือกมากขึ้น เราต้องรู้ว่าเรามี 1 2 3 4 5 6 7 8 เราเห็นว่าเรามีเยอะขึ้น แต่เราไม่รู้ว่ามันอยู่ตรงไหน มันหาไม่เจอ มันงง ช่องที่เรารู้ ช่องที่เราคิดว่าเราเคยดู ช่องที่มันเคยอยู่ในที่ของมันก็ถูกย้ายไปหมด ของใหม่มาก็ไม่รู้ว่าไปอยู่ตรงไหน เพราะว่าแต่ละที่ไม่เหมือนกัน ไปต่างจังหวัดก็หาไม่เจอ เมื่อก่อนนี่ตอนเป็น 3 5 7 9 11 Thai PBS อะไรทั้งหลาย อย่างน้อยมันยังเรียงเหมือนกันทั่วประเทศ เพราะฉะนั้นเราจะรู้ว่าถ้าเราเจอช่องนี้ ช่องต่อไปก็จะอยู่ติดกันไปไม่มากก็น้อย เพราะฉะนั้นตอนนี้ ไม่รู้แล้วมั่วไปหมดแล้ว เมื่อก่อนยังเป็นแบบ 3 5 7 9 11 แบบนี้ชอบมากกว่านะ ก็เคยสงสัยว่าเลขคู่มันหายไปไหน แต่ช่วงมันตอนหลังมานี้เริ่มมีช่อง ITV ยังไม่ปวดหัว เริ่มมี ThaiPBS ก็ไม่เป็นไรยังพอลุ้น แล้วก็เปลี่ยนชื่อกันไปเปลี่ยนชื่อกันมา จนตอนหลังมานี้เริ่มงงแล้ว ช่อง 2 ไม่อยู่ช่อง 2 ช่อง 8 ไม่อยู่เบอร์ 8 ช่อง ONE ไม่ได้อยู่เบอร์ 1 แล้วจะตั้งชื่อเป็นตัวเลขให้ปวดหัวทำไม ถ้าไม่งั้นก็เรียงตัวเลขไปเลยไหม หรือยังงี้ก็ได้ แต่ผมคิดว่าชื่อยังไม่สำคัญเท่ากับการเรียงที่ทั่วประเทศต้องเป็นแบบเดียวกัน ถ้าไม่เป็นอย่างนี้ก็ไม่เห็นมีอะไรต่างจากการดูเคเบิลหรือ Satellite”

## ท่านคิดว่าปัญหาต่างๆเกี่ยวกับทีวีดิจิทัล เกิดขึ้นเพราะอะไร?

“ผมคิดว่าเกิดขึ้นเพราะ กสทช. งง ไม่รู้ว่าใช้ กสทช. หรือเปล่า ถ้าไม่ใช่ก็ กสท. หรืออะไรซักอย่างหนึ่ง เงามง ก็งงแล้วก็ไม่แก้ไขอะไร ซึ่งผมไม่รู้หรือว่าทำไมถึงแก้ไขไม่ได้ ทั้งๆ ที่อยู่ในช่วงที่เป็นผู้มีอำนาจในการจัดการทั้งหมดในเรื่องนี้ ทำไมจึงทำให้เข้าใจไม่ได้”

สัมภาษณ์ ผู้ชมรายการที่ 6

คุณสง่า เจริญสิน อายุ 35 ปี

อาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย บริษัทเอกชน

---

ปัจจุบันรับชมสื่อทีวีรูปแบบไหน ผ่านอุปกรณ์อะไร

“บ้านผมดูหนวดกึ่งอยู่ครับ เสาก้างปลา”

ดูทีวีช่องไหนเป็นประจำ ใช้เวลานานแค่ไหน และดูช่วงเวลาไหน

“ส่วนมากจะดูข่าว ละครไม่ดูครับ จะดูข่าวครับ ดูช่อง Modern 9 เวลา 4 ทุ่มครับ  
ช่องเดียว เวลาเดียว”

รู้จัก หรือ มีความเข้าใจเรื่องทีวีดิจิทัลอย่างไร

“รู้จักผม มันเป็นที่วิระบบใหม่ ออกอากาศผ่านดาวเทียม ไม่ใช่อนาล็อก”

ถ้ารู้จักทีวีดิจิทัล รู้ไหมว่า มีการแจกคู่มือ ช่องทางไหน อย่างไร เมื่อไร แล้ว  
ได้รับคู่มือไหม

“รู้จัก รู้จากที่รัฐบาลประกาศ แล้วติดตามข่าวจากหนังสือพิมพ์ จากโทรทัศน์”

ได้รับมาแล้วต้องทำอะไร แลกทีไหน ไปแลกแล้วจะได้รับอะไรบ้าง ความ  
สะดวกในการแลก



“ไม่ได้รับคู่มือครับ ไม่รู้เหมือนกัน รออยู่นานแล้วยังไม่ได้เลย หมาเขตประมาณสี่เดือนนี้มั้งครับ จนถึงตอนนี้ผมก็ยังไม่ได้คู่มือเลย ไม่รู้คู่มืออยู่ไหน ถ้าไม่ได้คู่มือ ผมก็จะเก็บตั้งค์ซื้อครับ ไม่รอแล้วจริงๆ ถามว่าซื้อได้ไหม ซื้อได้ ราคาแปดเก้าร้อยซื้อได้ แต่คู่มือก็อยากให้เราแจกให้มันทั่วถึงสิครับ อยากบอก กสทช. ว่า กสทช. ครับ ยังไงก็อยากได้คู่มืออะครับ”

**ทราบหรือไม่ว่ามีช่องความคมชัดสูง HD / ช่องไหน / รับชมแล้วมีความแตกต่างไหม**

“ก็พอทราบครับว่ามี แต่ผมไม่เห็นว่ามันแตกต่าง”

**สนใจรับชมช่องทีวีดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่หรือไม่**

“สนใจครับ อยากชมภาพชัดๆ แบบ HD อยากรู้ว่ามันจะชัดแค่ไหน”

## สัมภาษณ์ คุณวรรณิ รัตนพล

### นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

---

#### มุมมองและความเห็นต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวีเป็นอย่างไร

“สำหรับคนดู ก็ไม่ได้มีอะไรที่ตื่นเต้น ก็มันเป็นสิ่งที่จะต้องเกิดอยู่แล้ว เพราะอนาล็อก อย่งไรก็ต้องตายจากไป ถ้าถามว่าปัจจุบันอนาล็อกมีไหม หรือว่าเราไปดิจิทัลแล้ว คืออนาล็อกตอนนี้มันเหลือน้อยมากแล้ว ทุกคนก็ไปรับแซทเทลไลท์ เคเบิล อยู่ที่เครื่องส่งกับเครื่องรับ ถ้าหากว่าส่งเป็นดิจิทัลแต่ถ้าเป็นเครื่องรับเป็นอนาล็อกมันก็ต้องมี Set-top box แต่ถ้าส่งเป็นดิจิทัล แล้วเครื่องรับเป็นดิจิทัล มันก็รับได้เลย ตรงการเปลี่ยนผ่าน เราไม่คิดใจอะไรเพราะอย่างไร โลกก็ไปอยู่ดี เราจะอยู่กับแค่อนาล็อกก็เป็นไปไม่ได้ เพราะอีกหน่อยเทคโนโลยีมันไม่ Support อยู่ดี”

#### ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ชมเป็นอย่างไรบ้าง

“ตลาดเราเป็นตลาดแซทเทลไลท์เราต้องเข้าใจ ผู้ประกอบการก็ต้องเข้าใจ Regulator ก็ต้องเข้าใจว่าตลาดเราเป็นตลาดแซทเทลไลท์ซึ่งหมายความว่าคนดูสามารถรับชมเป็น 100 ช่องขึ้นไป จริงๆอีก 24 ช่อง หรือ 36 ช่อง บอกตรงๆว่าไม่มีความหมายอะไร การที่อยู่บนแซทเทลไลท์ มันก็เหมือนกับต่างประเทศว่าช่องต้องเป็น Format Channel จะเอาช่อง 3 ช่อง 7 มาอิงมันยาก เพราะตัวเลือกมันเยอะ แล้วพฤติกรรมของคนมันเปลี่ยน เขาเลือกในสิ่งที่เขาอยากดู เขาไม่จำเป็นที่จะต้องมารอรายการนี้เวลานี้ เพราะว่าทางเลือกมีเยอะ ไปดูผ่าน App ก็ได้ ดูออนไลน์ก็ได้ ดังนั้นช่อง จะต้องมิกซ์เป้าหมายที่ชัดเจน แบบช่องต่างประเทศ HBO เรา รู้ว่าคืออะไร Box Movie คืออะไร Divas คืออะไร Discovery คืออะไร Cartoon Network คืออะไร ในแง่ของโปรดไฟล์ของช่องมันชัดเจน เนื้อหาของช่องก็ชัดเจน ดังนั้นผู้บริโภคจะเลือกว่าช่องนี้คือช่องของชั้น มันต้องเปิดให้กับผู้บริโภค แต่ถ้าเราติดกับ Format ช่อง 3 ช่อง 7 เราก็จะ

ลำบาก เพราะว่าคนไม่สามารถรู้ ไม่มีเวลาจำว่าช่องใครอยู่เบอร์อะไร ขนาดเราทำงานอยู่ตรงนี้ บางทีเรายังจำเบอร์ช่องไม่ได้เลย ปัจจุบันคนทำช่องมันต้องอิง Lifestyle ของคนดู”

## ผลกระทบในส่วนของผู้ลงโฆษณา (เจ้าของสินค้า / เอเจนซี่โฆษณา)

“เหมือนกันกับส่วนของผู้ชมค่ะ เพราะสิ่งที่เราซื้อเราซื้อคนดู ไม่มีคนดูเราก็ไม่ซื้อ หลายคนก็บ่นเรื่องราคา มันต้องเข้าใจว่าในการซื้อขายมันมี Benchmark อยู่ คุณจะไปตั้งราคาตามใจคุณมันก็เป็นไปไม่ได้ ถึงอย่างไรมันไม่มีทางเกิด สำหรับส่วนของเจ้าของสินค้า เขาก็เลือกมันอยู่ที่ Offer และคนดู อ้างอิงจาก Cumulative Monthly หมายความว่าเปอร์เซ็นต์ของคนเคยเข้ามาดูในหนึ่งเดือน จะเห็นลำดับของช่องต่างๆ ไต่ลงมา ช่อง 3 กับ ช่อง 7 นำ ถัดมาเป็นช่อง 5 ช่อง 9 ถัดมาเป็น เวิร์คพอยท์, อาร์เอส, ไทยรัฐ, ทู, PPTV แต่ถ้าคุณเป็นรายสัปดาห์มันจะลงมาอีกเยอะมาก เช่น ตอนนี้อยู่ที่เวิร์คพอยท์ อยู่ที่ประมาณ 60-70 หมายความว่าอีก 30% ของคนดูไม่มีโอกาสเข้าไปดู และจะเห็นว่าช่องอื่นๆ ถัดลงมา 80% ของผู้บริโภคไม่เคยเข้ามาดู จะถามว่าเพราะอะไร มันอาจไม่มีความสนใจ แต่มันก็เป็นไปได้ถ้าหาก Workpoint เข้าอยู่ช่อง 1 ของ PSI แล้วแซทเทลไลท์กินแชร์ประมาณ 70-75% ก็เป็นไปได้ว่าพวกที่อยู่หน้าสื่อไม่เห็น แต่อย่างช่องที่ขึ้นอยู่ต้นๆ มันเป็นช่อง Top 10 ของแซทเทลไลท์และ True Visions

แล้วกรณีอย่าง PPTV เค้าเป็นช่องสุดท้ายของ HD พอเขาย้ายเข้ามาใน 1 ช่องแรก ของ PSI ผู้ชมเยอะขึ้น อยู่ที่ทำตลาด คือรู้ว่าตลาดเป็นตลาดแซทเทลไลท์ แล้วทำไมคู่แข่งมันแลกแค่ 40% เพราะ 70% มันไปแซทเทลไลท์แล้ว บ้านคนที่มิกล่องแซทเทลไลท์แล้ว ยังไงก็ดูได้อยู่แล้วทำไมต้องไปแลกมาอีกกล่อง คิดบ้านเยอะแยะเพื่ออะไร ดังนั้นอยู่ที่การทำตลาด ประมูลได้ SD มาแต่ไปลงเป็นช่อง 1 ของ PSI โอกาสของการเห็นมันมีเยอะ ช่องแค้ก็ชัดเจนเป็นว่าไรดี เ็นเตอร์เทนเมนท์ ที่คนสามารถจดจำได้ เปิดมาเจอแล้วเอตลกก็ดูต่อ เป็นช่องที่มันมีโอกาส อันนี้มันเป็นแค่ Cumulative rate แต่อีกตัวที่เราดูคือ Average Rating ทำไมเงินมันยังกองอยู่ที่ช่อง 3 ช่อง 7 เพราะ Rating สูงกว่า ดังนั้น 2 ตัวนี้เป็น History ของตลาด ดังนั้นในตลาดจะมีซื้อขายตัวเลขอยู่ตัวนึง เรียกว่า CPRP ราคาดีด้วย Rating Point มันคือ Cost per Rating Point ออกมาช่อง 7 อยู่ที่ 93,000 แต่จริงๆไม่ถึงนี้ อันนี้เราหาค่าเฉลี่ยมากๆ ช่องอื่นๆก็ไม่น่าเป็นแบบนี้

ถามว่าถ้าหากราคาอย่างนี้เงินจะไหลม้วย ยกเว้นแต่ว่าคุณตั้งราคาที่น่าสนใจ ถ้าหากมันมี Flexibility ให้กับลูกค้า และถ้าหากตัวเลขต่ำกว่า 2 ตัวนี้เราก็ซื้อ

ถามว่าผู้ประกอบการเข้าใจ Concept อะไรแบบนี้มากน้อยแค่ไหน พี่ก็เชื่อว่าระดับเจ้านายก็ไม่มีความรู้หรือ คุณนั่งทำรายการอย่างเดียวเลย รายการนั้นจะต้องเอาโน่นนี่นั่น ต้องไปซื้อกีฬาแพงๆมา Cost มันก็แพง ถึงเวลาลูกค้าไม่ซื้อ ขายไม่ได้ก็มันก็ขาดทุน เหตุผลที่เราต้องลดราคาเพราะเราต้องให้ถูกกว่าตัว Benchmark คือช่อง 3 ช่อง 7 ทรูบิวด์ที่คุณยังไม่มีความรู้จะไปเรียกราคาเท่าช่อง 3 ช่อง 7 ไม่ได้ มันอยู่ที่คนดู แต่ถามว่ามันเริ่มเหวี่ยงใหม่ มันเริ่มขึ้นมาแล้ว และก็แข่งช่อง 5 กับช่อง 9 แต่บอกตรงๆว่า ถ้า กสทช. เปลี่ยนนโยบายอีก ทุกช่องก็จะกลับไปเหมือนเดิม จะดีเยี่ยม เพราะ กสทช. ถ้าออกกฎใหม่ 10 ช่องแรกไม่ให้คิดจัตขึ้น”

## โอกาสและอุปสรรคของการเปลี่ยนผ่านจากอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัลในครั้งนี้

“เรื่องที่ 1 กสทช. ทำเรื่องประชาสัมพันธ์น้อยไป ความเข้าใจของผู้บริโภคยังน้อยมากกว่าการเปลี่ยนผ่านนี้เปลี่ยนเพื่ออะไร และเปลี่ยนอย่างไร บางคนยังไม่รู้เลยว่าแค่ถอดปลั๊กและเสียบปลั๊กมันก็เปลี่ยนแล้วแค่นั้นเอง เพราะแพลตฟอร์มเค้าทำให้หมด กสทช. ก็เอื้อนะในแง่ของ Must Carry แต่มันก็สับสนในแง่ของบางช่อง ก็อาจจะไม่ได้ตรงนี้ แต่เบอร์ช่องนี้สำหรับพี่ไม่ใช่เรียสเท่าไร เพราะแต่ละบ้านเขาก็มีเบอร์ของเขา แต่สำหรับเจ้าของช่อง อาจจะโปรโมทยาหน้อย

เรื่องที่ 2 นโยบายของ กสทช. ที่เปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ความไม่นิ่งมันมีเยอะ แต่จริงๆมันคิดมาตั้งแต่แรกว่าออกมาได้อย่างไรตั้ง 24 ช่อง ช่องมันเยอะเกิน Capacity ของตลาดที่จะรองรับได้ เงินมันมีอยู่แค่นี้ จำนวนคนดูก็มีอยู่แค่นี้ไม่ได้เปลี่ยน การมีช่องเยอะขึ้นไม่ได้หมายความว่าคนดูจะเยอะขึ้นง่ายๆ เลยเอาจำนวนคนดูมาหารจำนวนช่อง จะเหลือแค่ไหน ถ้าหากคนดูมันเหลือแค่นี้ Benchmark มันมีตัวเลขอยู่แล้ว ถ้าอย่างนั้นในแง่ Pricing คุณต้องขายเท่าไรให้คุณถึงจะได้ตัวเลขกลับมาเท่าเดิม มันบวกลบคุณหารออกมาง่ายๆ ก็ Spot ละประมาณ 5,000 อย่างเก่งก็ 10,000 ไม่มีใครคิดถึงตรงนี้ ไม่มีใครทำวิจัยที่ กสทช. ไปใช้ หรือผู้ประกอบการไม่เคยมาถามคนซื้อโฆษณาเลยว่าควรหรือไม่ควร จริงๆพี่ก็บอกไปหลายคนนะว่าคุณจะไปประมูลทำไม คุณอยู่บนแซทเทลไลท์ก็ได้อยู่แล้วไม่ต้องเสียค่าสัมปทาน พี่ไม่คิดว่ามันจะเปลี่ยนอะไรมากมาย อย่างที่บอกแซทเทลไลท์มาแล้ว มันมีช่องเป็น 200 – 300 ช่องอยู่แล้ว จะมาเพิ่มอีก

24 ช่องแล้วยังไง ไม่ได้แตกต่าง ถ้าหากว่าคุณไม่โดดเด่นจริงๆ ขณะมูลไปก็เหมือนได้แซทเทลไลท์

อีกเรื่องคือ อย่างเรื่องความคมชัด HD ยังไม่เป็น HD เลย มันเป็นปัญหาเรื่องเทคนิคอล คือแซทเทลไลท์มันไม่สามารถ Effort ได้มันก็ประมาณนั้น ก็ดูแบบมัวเหมือนเดิม”

## **บทบาทของสมาคมฯ ที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวี**

“มันอยู่ที่ Regulator ว่าเขาจะให้เรา Involve มากน้อยแค่ไหน แต่จริงๆ ก็เข้าไปคุยเยอะอยู่เหมือนกัน ในแง่ของเรื่อง Must Carry ถ้าหากจะเปลี่ยนโดยรอตั้งเสา MUX ทั้งหลาย 10 ปีก็ใช้เวลา ตลาดมันเป็นแซทเทลไลท์อยู่แล้ว ทำอย่างไรให้อยู่บนแซทเทลไลท์ด้วย มันก็จะทำให้การเปลี่ยนผ่านเร็วขึ้น เขาก็ไปออกกฎ Must Carry แต่ก็ไม่ได้นึกถึง 10 ช่องแรก ตอนแรกก็คือแลกกัน คือให้แซทเทลไลท์ Carry แล้วให้เอา 10 ช่องแรกไปให้เค้าทำมาหากิน มันก็มีปัญหาตามมาด้วยเบอร์ช่อง เพราะไปเขียนไว้ว่าคนที่ประมูลสูงสุดมีโอกาสเลือกเบอร์ช่อง อย่างช่อง 3 ก็บ่นอุบว่าอุตสาหกรรมไม่ได้เบอร์หนึ่งเพื่อที่จะเลือกช่อง แต่พอเลือกช่องเสร็จ กลายเป็นว่าแซทเทลไลท์ 70-75% มันไม่ใช่เบอร์ที่เขาเลือก Regulator ก็ไม่ได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดโฆษณาซักเท่าไร กฎที่ออกมามันเลยเป็นอย่างที่เห็น

อีกเรื่องที่เราเข้าไปคุย คือ เรื่องการทำ Rating ว่าจะทำอย่างไรถึงจะช่วย Support ได้ เนื่องจากคณะกรรมการไม่ได้อยู่ยาว ดังนั้นคงจะ Support ในช่วงแรก และที่เหลือผู้ประกอบการก็ต้องช่วยตัวเอง เราเข้าไป Update อยู่ตลอดเวลา เราก็มีการจัดตั้ง Media Research Bureau และ Update ให้ทาง กสทช.รับทราบ กสทช.ก็สนับสนุนและยินดีที่จะ Support แต่อย่างอื่นเราก็ไม่มีบทบาทอะไร เราได้แค่ Comment”

## **ข้อเสนอแนะที่ฝากถึง กสทช. และผู้ประกอบการ**

“จำนวนช่องมีเยอะเกินไป แต่นโยบายของ กสทช. อาจจะให้ใครที่ไม่ไหวจริงๆ เขาคืนแล้วปรับเป็น SD จำนวนช่องมันก็จะลดลง แต่ตอนนี้ก็เห็นออกกฎใหม่ว่าจะให้

สามารถโอนสิทธิ์ได้ จำนวนช่องก็จะเท่าเดิม ถ้าหากเท่าเดิม ผู้ประกอบการก็ต้องวาง Positioning ของช่องให้ชัดเจนมากขึ้น จริงๆแล้ว กสทช. น่าจะทำงานกับทางสมาคมฯ ให้มากขึ้นเพราะเราเป็นผู้ซื้อโฆษณา แต่ กสทช. ไม่เคยมาถามเลย มันอยู่ที่ว่าแต่ละช่องสามารถไป Drive คนดูได้มากน้อยแค่ไหน ถ้าคุณ Drive ได้ คุณก็มีสิทธิ์เท่าเขาหรือแข่งเขา อย่างอนาล็อกถ้าหากแตกกล่องครบแล้วสามารถดูพวกนี้ได้จริงๆตรงนี้เราดูตามกราฟมันก็บอกนะ เพราะ Curve ของกราฟแสดงให้เห็นว่าช่วงแรกที่เราเริ่มแจกคู่มือ และหลังจากแจกแล้ว กราฟของจำนวน Audience ก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ ก็คิดว่ามีผล

ข้อเสนอแนะด้านผู้ประกอบการ คือ อยากบอกว่าความคาดหวังจาก 1 ปีผ่านไปผู้ดิจิทัลทีวี ไม่เกี่ยวเลยว่าช่องจะมีให้ดูเยอะขึ้น มันอยู่ที่เศรษฐกิจ ผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่ามันจะอยู่บนอนาล็อก อยู่บนแซทเทลไลท์หรือเคเบิล ขอให้เป็นรายการที่ดีที่เขาชอบดู เขาก็ดู เนื้อหารายการต้องมาก่อน

และขอเสนอแนะให้ กสทช. ทำเรื่องของช่องเด็กด้วย เพราะช่องเด็กนี้ทำยากมาก กสทช. น่าจะเป็นคน Subsidize ให้เลย เพราะว่าสินค้ามันห้ามโฆษณาเยอะ แล้วจะไปขายใครแล้วช่องเด็กตอนนี้มันยังเป็นอะไรที่อยู่ ยังไม่ใช่ช่องเด็กจริงๆ ไม่ได้เหมือนกับต่างประเทศที่มีรายการ Sesame Street ที่เข้าเด็กเล็ก มันก็ต้องดูช่วงเวลา เด็กอยู่บ้าน เด็กโตไปโรงเรียน มันเป็นรายการที่ Sing Along สอนเลข สอน ABC ร้องเพลง ดูซ้ำแล้วซ้ำอีกก็ไม่เบื่อ มันเป็นรายการที่เด็กดูได้ แต่เมืองไทยไม่มีแบบนี้ เพราะเขาต้องอยู่รอด จึงเอารายการแบบกึ่ง Family มา เพื่อที่ว่า จะขายได้”

# ผนวก ข ข่าว กสทช

<b>ประเภทคดี</b> <b>ธุรกิจ</b> Prachachart Trade Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> พุธที่ 25 - อาทิตย์ 28 กรกฎาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 36 <b>ฉบับที่:</b> 4543 <b>หน้า:</b> 1(ขนาขวา), 4 <b>Col/Inch:</b> 55.92 <b>Ad Value:</b> 72,898 <b>PRValue (x3):</b> 218,088 <b>คดีป:</b> สีสี่ <b>หัวข้อข่าว:</b> ไขข้อข้องใจ 'ทีวีดิจิทัล' เมื่อ กสทช.สั่งเปิดสวิตช์

## ไขข้อข้องใจ 'ทีวีดิจิทัล' เมื่อ กสทช.สั่งเปิดสวิตช์

**หน้า** บดยหลังเข้ามาทุกขณะกับการเปิดประมูลช่องทีวีดิจิทัล 24 ช่อง หลังช่วงหลักเกณฑ์การประมูลผ่านบอร์ด กสทช.ไปเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา และข้อดีที่ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เป็นอันว่า การเปิดประมูลจะเริ่มต้นไปในไตรมาส 4 ปีนี้ ตามความตั้งใจของ "กสทช."

การเดินหน้าเปลี่ยนระบบการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากแอนะล็อกสู่ระบบ "ดิจิทัล" ที่ว่า ในมุมมองประชาชนคนดูโทรทัศน์เต็มไปด้วข้อดีตามคาใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นลดข้อจำกัดด้านใจหรือโทรทัศน์เครื่องโน้มนะนี่ไปนลั้วเขียนข้อ

ประชาชนจะมีการทยอยแจก ตามพื้นที่ที่โครงข่ายทีวีดิจิทัลไปถึง ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ จะประกาศในภายหลัง

● จะเลือกรื้อหรือ Set-Top-Box อย่างไร เครื่องรับทีวี และ Set-Top-Box ที่ใช้ ต้องระบุว่า รองรับระบบ DVB-T2 ที่มีวางขายในปัจจุบันเป็นเครื่องที่ยังไม่ได้ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานจากสำนักงาน กสทช. ขณะที่การแพร่ภาพทีวีดิจิทัลในขณะนี้ยังอยู่ในช่วงทดลอง จึงดูได้แค่บางพื้นที่ และยังมีช่องฟรีทีวี 6 ช่อง

กว่าจะเริ่มมีการออกอากาศจริง ๆ ก็ในราวเดือน ส.ค.นี้ ในส่วนของช่องทีวีสาธารณะบางช่อง หากประชาชนต้องการให้ช่องที่ได้รับตรวจสอบมาตรฐานจาก กสทช. ให้รอดูเดือน ส.ค.จะเริ่มมีเครื่องที่มีสติกเกอร์รูปครุฑมีลายน้ำ ที่แสดงว่าผ่านการรับรองของ กสทช.มาวางจำหน่าย

● ฟรีทีวีแอนะล็อกเดิมจะดูได้ถึงเมื่อไร จะยังมีออกอากาศระบบแอนะล็อกเดิมไปจนกว่าจะถึงวันที่ กสทช. ประกาศปิดระบบ ซึ่งจะมีการประกาศเมื่อโครงข่ายระบบดิจิทัลทีวีวางเต็มรูปแบบแล้ว คาดว่าในปี 2560 จะเริ่มต้นกระบวนการยุติการออกอากาศระบบแอนะล็อก แต่กว่าจะถึงวันที่ปิดระบบอีก 7-8 ปีข้างหน้า

● มีกล่องทีวีดาวเทียมก็ดูได้ ทีวีดิจิทัลเป็นทีวี ตามประกาศ M-Net Comy ของ กสทช. ทีวีดาวเทียมต้องนำช่องบริการสาธารณะ 12 ช่องมาออกอากาศ ถือเป็นรายการข่าวสารเพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่ในส่วนของช่องบริการธุรกิจ 24 ช่อง แล้วแต่ความสมัครใจของผู้ให้บริการ ทีวีดาวเทียมแต่ละรายว่า

● ทำไม กสทช. ไม่ปรับโมเดลทีวีทั้งหมด ๆ กระบวนการทำให้เกิดทีวีดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการให้ใบอนุญาตหรือการประมูลช่องรายการ ก็ับกระบวนการเชิญชวนให้ประชาชนมาดูทีวีดิจิทัล เป็นคนละเรื่องกัน ครบาคทีโครงข่ายทีวีดิจิทัลยังไม่ไปถึงประชาชนยังไม่สามารถดูได้ ก็ไม่ควรไปใหม่ประชาสัมพันธ์ เพราะจะยิ่งทำให้

(ต่อจากหน้า 1)  
คงไม่มีใครไขข้อข้องใจเกี่ยวกับ "ทีวีดิจิทัล" ได้ดีไปกว่า "ท.อ.นที ศุกลรัตน์" ได้เิ่มผู้รับผิดชอบโดยตรงในฐานะประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (กสท.)

รองรับระบบดิจิทัลแบบ DVB-T2 ด้่าเป็นทีวีรุ่นเก่ามาก หน้าจอจะไม่แสดงแถบความละเอียดสูง หรือ HD ซึ่งระบบดิจิทัลที่จะเปลี่ยนมี 7 ช่อง เป็น HD การจะเปลี่ยนทีวีใหม่เป็นไปตามความสมัครใจของเจ้าของหรือวางรูปคดีของเครื่องใช้ไฟฟ้า

● **ทำไมต้องเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิทัล**  
เป็นเทรนค์ของโลกเทคโนโลยีโลกหลายประเทศเปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลแล้ว ต่อไปอุปกรณ์ระบบแอนะล็อกจะมีราคาแพงหากเรายังไม่เปลี่ยนสุดท้ายจะกลายเป็นทีวีที่ขะระบบแอนะล็อกจากประเทศอื่นที่สำคัญทีวีดิจิทัลดีกว่าระบบเดิม ภาพคมชัดมากขึ้น คือให้ความละเอียดมาตรฐาน (SD) ก็ยังดีกว่าแอนะล็อก เนื้อหารายการต่าง ๆ จะหลากหลาย และเพิ่มทางเลือกให้คนดูมากขึ้น เพราะจำนวนช่องมากขึ้นถึง 48 ช่อง และเป็นฟรีทีวีทั้งหมด

ขณะที่คนในธุรกิจบรรดเคสค์จะมีโอกาสกว้างขึ้น ต้นทุนของผู้ประกอบการจะลดลงในระยะยาว เพราะนำไปทำเป็นโมบายทีวีได้ง่าย

● **การให้คุ้มครองส่วนคอซื้อกล่อง**  
กสทช.เห็นว่า ควรสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัล เพื่อให้อุตสาหกรรมมากขึ้น และมองว่าประชาชนควรได้ประโยชน์จากการประมูลคลื่นความถี่ที่เป็นทรัพยากรสาธารณะ เมื่อมีการประเมินมูลค่าคลื่นความถี่สำหรับช่องบริการธุรกิจที่จะเปิดประมูล 24 ช่อง ่ามีมูลค่ารวม 15,190 ล้านบาท จึงเอามาหารเฉลี่ยครัวเรือนในประเทศไทย 22 ล้านครัวเรือน เพื่อเป็นมูลค่าคุ้มครองส่วนลตที่จะให้แต่ละครัวเรือน

ฉะนั้นแต่ละบ้านจะได้อับดุงส่วนลต 690 บาท ประชาชนคงต้องออกเงินสมทบส่วนหนึ่งเพื่อนำไปซื้อ Set-Top-Box หรือเครื่องรับโทรทัศน์ที่รับทีวีดิจิทัลได้

● **คือซื้อทีวีใหม่**  
ทีวีเครื่องเดิม ต่อให้เป็นแบบจอคู่จอแก้วก็ดูทีวีดิจิทัลได้ แต่เชื่อมต่อกับกล่องแปลงสัญญาณ (Set-top-Box) ที่

● **จะได้ดูช่องเมื่อใด**  
จะแจกเมื่อ กสทช.ได้รับเงินจากการประมูลช่องบริการธุรกิจแล้ว ผู้ชนะประมูลจะทยอยจ่ายเป็นงวด ๆ การแจกดูช่องได้

<b>ประเภท ธุรกิจ</b> Practisant Total@ Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	Section: First Section/หน้าแรก วันที่: พฤหัสบดี 25 - อาทิตย์ 28 กรกฎาคม 2558 ปีที่: 38 ฉบับที่: 4543 หน้า: 1(ขงขวา), 4 Col.Inch: 55.92 Ad Value: 72,896 PRValue (x3): 218,088 คลิป: ลีลี หัวข้อข่าว: โฆษณองใจ'ทีวีดิจิทัล'เพื่อ กสทช.สั่งเปิดสวิตช์
---	---

ล้มลง ควรประชาสัมพันธ์เมื่อมีการออกอากาศแล้ว ประชาชนดูได้ แผนการประชาสัมพันธ์ของ กสทช.จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในขั้นตอนหลังจากนี้ และเน้นเฉพาะพื้นที่ที่โครงการไปถึงแล้ว ไม่ใช่ไหมแค่มุ่งระดับชาติ

ผู้ได้รับใบอนุญาตจะเข้ามามีบทบาทประชาสัมพันธ์และชักชวนให้ประชาชนมาดูทีวีดิจิทัลด้วย โดยมีรูปแบบคล้ายกับ DPA (The Association for Promotion of Digital Broadcasting : DPA) ทวีزيونส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของภาครัฐ สถาบันโทรทัศน์ ผู้ผลิตอุปกรณ์ เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเปลี่ยนมาดูทีวีดิจิทัลจนเกิดการแพร่ภาพบนจอและถือได้เมื่อถึงเวลาเหมาะสม



<b>ฐานเศรษฐกิจ</b> Thaasattakaj Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,230	<b>Section:</b> Marketing/หน้าแรก
	<b>วันที่:</b> พฤหัสบดี 19 - เสาร์ 21 ธันวาคม 2556 <b>ปีที่:</b> 33 <b>ฉบับที่:</b> 2906 <b>หน้า:</b> 1(ซ้าย), 17, 18 <b>Col.Inch:</b> 109.46 <b>Ad Value:</b> 136,825 <b>PRValue (x3):</b> 410,475 <b>ศิลปิน:</b> สีสี่ <b>หัวข้อข่าว:</b> ชิงแชมป์ทีวีดิจิทัล' กสท.ยันประมูลโปร่งใส26-27ธันวาคมนี้



# ชิงแชมป์ทีวีดิจิทัล'

## กสท.ยันประมูลโปร่งใส26-27ธันวาคมนี้

กสท. ได้ฤกษ์ประมูลทีวีดิจิทัล 26-27 ธันวาคมนี้ พร้อมออกกฎเข้มขึ้นตอน การประมูล ยืนยันโปร่งใสแบบสุดๆ ก่อนเผยโฉมผู้ชนะการประมูลภายใน 15 วัน ย้ำ เดือนกุมภาพันธ์ 2557 คนไทยได้ดูทีวีดิจิทัลแน่นอน เผยเบื้องต้นเตรียมแจกคู่มือให้ ประชาชนตามระบบโครงข่ายที่ไปถึงเริ่มเดือนเมษายน



รหัสข่าว: C-131219022012 (18 ธ.ค. 56/06:06)

หน้า: 1/3



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/178 อาคารศาลาคุณพหลโยธิน ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2553-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2553-5001, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com

<b>ฐานเศรษฐกิจ</b> <small>Thaisettajid</small> <small>Circulation: 120,000</small> <small>Ad Rate: 1,250</small>	<b>Section: Marketing/หน้าแรก</b> <b>วันที่: พฤศจิกายน 19 - เสาร์ 21 ธันวาคม 2556</b>			<b>หน้า: 1 (ซ้าย), 17, 18</b> <b>PRValue (x3): 410,475</b> <b>คลิป: ลีลี</b>
	<b>ปีที่: 33</b> <b>ฉบับที่: 2906</b>	<b>Col.Inch: 109.46</b> <b>Ad Value: 136,825</b>	<b>หัวข้อข่าว: ชิงแชมป์ "วีดิจิตอล" กสท.ยันประมูลโปรโต26-27ธันวาคมนี้</b>	

พ.อ.ดร.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท.เปิดเผยว่า กสท.พร้อมเปิดทำการประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิตอลในวันที่ 26-27 ธันวาคมนี้ โดยจะใช้อาคาร บมจ.กสท โทรคมนาคม บางรัก ชั้น 27



**คาดว่าแจกคู่มือให้ประชาชน กกม. และปรับบทก่อน"**

และ 28 เป็นสถานที่การจัดประมูล พร้อมทั้งจะเปิดให้ผู้เข้าร่วมประมูลได้ทดลองอีกครั้งในวันที่ 19-20 ธันวาคมนี้ โดยการจัดงานประมูลครั้งนี้ กสท.ได้ใช้งบโดยรวมกว่า 20 ล้านบาท (รวมอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์)

ขณะเดียวกันการประมูลจะแบ่งเป็น 2 วัน คือในวันที่ 26 และ 27 ธันวาคม โดยวันที่ 26 เวลา 08.00-14.00 น. จะเปิดประมูลในหมวดหมู่ช่องทีวีไปแบบความคมชัดสูง(HD) และเวลา 14.00-

20.00น. หมวดหมู่ช่องทีวีไปแบบความคมชัดปกติ(SD) ขณะที่ในวันที่ 27 เวลา 08.00-14.00น. จะเปิดประมูลช่องข่าวสารและสาระ และเวลา 14.00-20.00น. เป็นการประมูลในหมวดหมู่ของช่องเด็ก นอกจากนี้ขั้นตอนการประมูล กสท.จะเปิดให้ผู้เข้าร่วมประมูลจับสลากว่าใครจะได้เริ่มประมูลในช่องใด พร้อมทั้งพาลเวิร์ดที่ใช้เพื่อการประมูล อีกทั้งยังสถานที่การประมูลครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 16 ห้อง

นอกจากนี้ กสท.ได้กำหนดหลัก การประมูลเบื้องต้นต่างๆ อาทิ ห้ามออก จากห้องประมูลขณะที่เริ่มการประมูลโดยเด็ดขาด, ห้ามนำอุปกรณ์สื่อสารทุกชนิดเข้าไปในห้องประมูล และอนุญาตให้นำแท็บเล็ตประกอบการตัดสินใจเคาะที่เป็นรูปแบบกระดาษขนาด A4 เข้าไปได้ จำนวน 10 แผ่นเท่านั้น ขณะเดียวกันหลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนการประมูลในระยะเวลา 15 วัน กสท.จะดำเนินการออกใบอนุญาตให้ และภายในระยะเวลา 30 วัน ผู้เข้าประมูลจะต้องจ่ายเงินงวดแรก แบ่งเป็น 2 ก้อน คือ ก้อนแรกเป็นราคาขั้นต่ำ หรือราคาเริ่มต้นการประมูลในแต่ละช่อง จะแบ่งเป็น 4 งวดหรือภายใน 4 ปี คือ ปีแรก จ่าย 50% ปี 2 จ่าย 30% ปี 3 จ่าย 10% และปี 4 จ่าย 10% เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายโครงข่าย และสนับสนุนคู่มือในการเปลี่ยนผ่านให้ประชาชน โดยคาดว่าจะเริ่มต้นแจก

อ้างเดือน > 18

**ข่าวดี ชิงแชมป์ฟรี**

คู่มือได้ในช่วงต้นปี 2557 ส่วนเงินที่เพิ่มจากการแข่งขัน แบ่งออกเป็น 6 งวด ระยะเวลา 6 ปี คือ ปีแรกและปี 2 จ่าย 10% ของเงินที่เพิ่มมาจากการแข่งขัน ส่วนปีที่ 3-6 จ่ายงวดละ 20% โดยเงินส่วนนี้จะนำเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนา กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์ ทั้งนี้ กสท.คาดว่าขั้นตอนทุกอย่างจะแล้วเสร็จภายในเดือนมกราคม 2557 และจะสามารถออกอากาศแพร่ภาพทีวีดิจิตอลได้ในเดือนกุมภาพันธ์

นอกจากนี้ในช่วงเดือนเมษายน 2557 กสท.คาดว่าจะดำเนินการแจกคู่มือให้ประชาชนได้ตามระบบโครงข่ายที่ไปถึง ซึ่งเบื้องต้นจะแจกให้กับผู้ชมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลก่อน

ทั้งนี้สำหรับกรประมูลทีวีดิจิตอลแบ่งเป็น หมวดหมู่ช่องเอชดี ราคาเริ่มต้นที่ 1,510 ล้านบาท เคาะเพิ่มครั้งละ 10 ล้านบาท ช่องวาไรตี้ทั่วไปเอสดี ราคาเริ่มต้นที่ 380 ล้านบาท เคาะเพิ่มครั้งละ 5 ล้านบาท ขณะที่ช่องข่าวสารและสาระราคาเริ่มต้น 220 ล้านบาทเคาะเพิ่มครั้งละ 2 ล้านบาท และช่องเด็กราคาเริ่มต้นที่ 140 ล้านบาท เคาะเพิ่มครั้งละ 2 ล้านบาท นอกจากนี้เมื่อวันที่ 9 ธันวาคมนี้ผ่านมา กสท.ได้ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์

<b>ฐานเศรษฐกิจ</b> Thaasettakaj Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,250	<b>Section:</b> Marketing/หน้าแรก
	<b>วันที่:</b> พฤศจิกายน 19 - เสาร์ 21 ธันวาคม 2556
	<b>ปีที่:</b> 33 <b>ฉบับที่:</b> 2906 <b>หน้า:</b> 1(ซ้าย), 17, 18
	<b>Col.Inch:</b> 109.46 <b>Ad Value:</b> 136,825 <b>PRValue (x3):</b> 410,475 <b>คลิป:</b> สีสี่
<b>หัวข้อข่าว:</b> ชิงแชมป์พื้ที่วิถีจิตอาสา' กสท.ยันประมูลโปร่งใส26-27ธันวาคมนี้	

เข้าร่วมการประมูลสำหรับการขอรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศณ์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ โดยแบ่งตามหมวดหมู่ให้บริการ ดังนี้

1. หมวดหมู่เล็ก เอวชน และครอบครัว มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 6 ราย ได้แก่ บริษัท โรสมิเดีย แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท เนชั่น คีลส์ จำกัด และบริษัท ทู ดีทีที จำกัด

2. หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 10 ราย ได้แก่ บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด, บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด, บริษัท ไอ-สปอร์ต มีเดีย จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท โฟสต์ ทีวี จำกัด, บริษัท 3เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด, บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด, บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด และบริษัท โมโน เจเนอเรชั่น จำกัด

3. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (ทั่วไป SD) มีผู้มีสิทธิเข้าร่วม

การประมูลจำนวน 16 ราย ได้แก่ บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด, บริษัท อาร์.เอส. เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท โฟร์ วัน วัน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, บริษัท ทริบเบิล วี บรอดคาสท์ จำกัด, บริษัท บีบีทีวี เซทเทลวิชั่น จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท ทัก ทีวี จำกัด, บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด, บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด, บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท ทู ดีทีที จำกัด และบริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

4. หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (ทั่วไป HD) มีผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลจำนวน 9 ราย ได้แก่ บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด, บริษัท พีเอ็ม กรุ๊ป จำกัด, บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด, บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด, บริษัท ทริบเบิล วี บรอดคาสท์ จำกัด และบริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด



<b>ไทยรัฐ</b> Thai Rank Circulation: 1,000,000 A4 Rate: 1,600	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ <b>วันที่:</b> พุธ 1 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 20434 <b>หน้า:</b> 8(เต็มหน้า) <b>Col.Inch:</b> 252.93 <b>Ad Value:</b> 404,688 <b>PRValue (x3):</b> 1,214,064 <b>ศิลปิน:</b> ชาว-ดำ <b>หัวข้อข่าว:</b> เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น'ทีวีดิจิทัล'เมืองไทย		



นี่เป็นการเริ่มศักราชใหม่ด้วยความน่าชื่นใจสำหรับผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งเพิ่งประมูลเสร็จสิ้นไปเมื่อวันที่ 26-27 ธ.ค.2556 ที่ผ่านมา

เนื่องจากผู้ชนะการประมูลจะได้มีโอกาสเป็นเจ้าของช่องฟรีทีวีใหม่ ซึ่งมีเพิ่มขึ้น 24 ช่อง รวมถึงจากระบบเดิมที่ผูกขาดกันอยู่เพียงแค่ 8 ช่อง

การเปิดประมูลในครั้งนี้ ซึ่งมีชื่ออย่างเป็นทางการว่า "การประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ" จึงถือเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Territorial) ของไทยจากระบบอนาล็อกเดิม ซึ่งมีอายุมากกว่า 50 ปีไปสู่ระบบดิจิทัล ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัย คมชัด จัดแบ่งช่องสัญญาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลังจากนี้ ผู้ชนะการประมูลช่องทั้งสิ้น 17 ราย 24 ช่อง จะมีเวลาเตรียมความพร้อมไม่มากนัก เพราะตามกำหนดจะต้องออกอากาศให้ได้ภายใน 90 วันหลังพิธีมอบใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ ซึ่งคาดว่าจะอยู่ในช่วงปลายเดือน ก.พ.-ต้นเดือน มี.ค.2557

และเพื่อเป็นการต้อนรับการมาของ 24 ช่องทีวีดิจิทัลใหม่ "ทีมเศรษฐกิจ" ขออวยพรในวันประวัติศาสตร์แห่งการเปิดประมูล ซึ่งถือเป็นวันรวมทอลของทุนเศรษฐกิจหัวพื้นเมืองไทยตลอดจนคนนามสกุลใหญ่ ในการประลองสรรหาสัมฤทธิ์ให้ได้มาซึ่งสื่อโทรทัศน์ในมือ แม้ศึกครั้งนี้จะยังไม่จบ!!! แต่ถักรันที่เริ่มขึ้นครั้งนี้เท่านั้น...

<b>ไทยรัฐ</b> <small>Total Rank</small> <small>Circulation: 1,000,000</small> <small>A4 Rate: 1,600</small>	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ		
	วันที่: พุธ 1 มกราคม 2557		
	ปีที่: 65	ฉบับที่: 20434	หน้า: 8(เล่มหน้า)
	Col.Inch: 252.93	Ad Value: 404,688	PRValue (x3): 1,214,064
หัวข้อข่าว: เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น "ทีวีดิจิทัล" เมืองไทย			

<b>ผู้ชนะประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง</b>							
ช่องข่าวสาร 7 ช่อง		ช่องเด็กและครอบครัว 3 ช่อง		ช่องHD 7 ช่อง		ช่องSD 7 ช่อง	
ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)	ผู้ชนะ	ราคา(ล้านบาท)
1. กลุ่มเนชั่น	1,338	1. บีอีซี-มัลติมีเดีย (ช่อง3)	666	1. บีอีซี-มัลติมีเดีย (ช่อง43)	3,530	1. ไทย บรอดคาสติ้ง (เวิร์คพอยท์)	2,355
2. วอยซ์ทีวี	1,330	2. อสมท (ช่อง9)	660	2. บางกอกมีเดีย	3,460	2. ทู สิตี้	2,315
3. ทีวีพูล	1,328	3. ไทยทีวี (ทีวีพูล)	648	3. กลุ่มบริษัท สยามทิวทัศน์ (ช่อง7)	3,370	3. จีเอ็มเอ็มแกรมมี่	2,290
4. สไมล์นิวส์	1,318			4. กรุงเทพโทรทัศน์ และวิทยุ(ช่อง7)	3,370	4. บีอีซี-มัลติมีเดีย (ช่อง3)	2,275
5. ทีเอ็นเอ็น (ทูวีเอ็น)	1,316			5. ไทยรัฐทีวี	3,360	5. อาร์เอส เทเลวิชั่น	2,265
6. เดลินิวส์ทีวี	1,310			6. อสมท	3,340	6. โมโน บรอดคาสท์	2,250
7. 3เอชเอ็นเค็ตติ้ง	1,298			7. อมรินทร์	3,320	7. กลุ่มเนชั่น	2,200
				8. จีเอ็มเอ็มแกรมมี่	3,320		
<b>รวม 9,238</b>		<b>รวม 1,974</b>		<b>รวม 23,700</b>		<b>รวม 15,950</b>	
<b>รวมมูลค่าประมูล 50,862 ล้านบาท</b>							

**ประมูลช่องดิจิทัล "เกมเศรษฐี"**

แม้ว่าคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จะพยายามกำหนดราคารับซื้อประมูลไว้ไม่ต่ำกว่านัก เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยลงมาได้มีโอกาสเข้าแข่งขัน แต่ก็ดูเหมือนว่าราคาประมูลที่ไต่ระดับสูงขึ้นต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 1 ชั่วโมงจากการแข่งขันปิดราคากันอย่างรุนแรง ทำให้ที่สุดแล้วการประมูลช่องทีวีดิจิทัลเป็น "เกม" ของเศรษฐีเป็นหลัก

เริ่มต้นจากช่องประเภทรายการทั่วไป (วาไรตี้) ความคมชัดสูง (เอชดี-HD) จำนวน 7 โบนัสขาด แต่มีผู้เข้าประมูลรวม 9 ราย ซึ่งหมายถึงต้องมีผู้ผิดหวัง 2 ราย ราคาเริ่มต้นประมูลของช่องเอชดีถูกกำหนดเอาไว้สูงกว่าช่องอื่นๆทั้งหมดที่ 1.510 ล้านบาท

ผู้ชนะการประมูลได้แก่ บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด เจ้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เสนอราคาสูงสุด 3,530 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด ที่มี นพ.ปณสวรัฐ ปราสาททองโอสถ เป็นเจ้าของ เสนอราคา 3,460 ล้านบาท บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด หรือ ช่อง 7 เสนอราคา 3,370 ล้านบาท บริษัท ทวีปเปิด วี บรอดคาสท์ จำกัด หรือไทยรัฐทีวี เสนอราคา 3,360 ล้านบาท บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เสนอราคา 3,340 ล้านบาท และ 2 รายสุดท้ายที่ติดโผ เสนอราคาเท่ากันคือ บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด และบริษัท ทีเอ็นเอ็น เอชดี คีอิจิ ดีวี จำกัด เสนอราคาเท่ากันที่ 3,320 ล้านบาท

ขณะที่ช่องความคมชัดมาตรฐานปกติ (เอสดี-SD)จำนวน 7 โบนัสขาด ราคาเริ่มต้นที่ 380 ล้านบาท ผลปรากฏว่า บริษัทไทย บรอดคาส-

 <p>Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600</p>	<b>Sector:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ <b>วันที่:</b> พุธ 1 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 20434 <b>หน้า:</b> 8(เค็มหน้า) <b>Col./ach:</b> 252.93 <b>Ad Value:</b> 404,688 <b>PRValue (x3):</b> 1,214,064 <b>คลิก:</b> ชาว-ค้า <b>หัวข้อข่าว:</b> เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น"ทีวีดิจิทัล"เมืองไทย		

ถึง จำกัด หรือเวิร์คทอยท์ เสนอราคาสูงสุด 2,856 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ บริษัททรู ดีทีที จำกัด เสนอราคา 2,815 ล้านบาท บริษัท ซิเอ็มเอ็ม เอสซี ดิจิทัล ทีวี จำกัด เสนอราคา 2,290 ล้านบาท บริษัทบีบีซี-มิลลิมีเดีย จำกัด หรือช่อง 3 เสนอราคา 2,276 ล้านบาท บริษัทอาร์เอส เทเลวิชั่น จำกัด เสนอราคา 2,265 ล้านบาท บริษัทโมโน บรอดคาสท์ จำกัด เสนอราคา 2,250 ล้านบาท และบริษัทแบงคอก บิซิเนส บรอดแคสทีง จำกัด ในเครือททบียูเอทีที เตะเนชั่น แหกโลโก้ติดอันดับสุดท้ายที่ราคา 2,200 ล้านบาท

### ช่องข่าว-ช่องเด็กปิดสูงกว่า 5 เท่า

ส่วนการประมูลในวันที่ 2 เริ่มกันด้วยช่องข่าว ราคาเริ่มต้น 220 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลราคาสูงสุดคือบริษัท เอ็นบีวี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ในเครือเนชั่นกรุ๊ป เสนอราคาสูงสุด 1,888 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ บริษัท วอยซ์ทีวี เสนอราคา 1,830 ล้านบาท บริษัท ไทยทีวี จำกัด เครือเนชั่นสกายทีวีทูต เสนอราคา 1,828 ล้านบาท บริษัท สปริงนิวส์ จำกัด เสนอราคา 1,818 ล้านบาท บริษัท ไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (ทีเอ็นเอ็น) ในเครือทรู วิชั่นส์ เสนอราคา 1,810 ล้านบาท บริษัท ทีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด หรือเคสนิวส์ทีวี เสนอราคา 1,810 ล้านบาท และลำดับสุดท้าย บริษัท 3 เอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ผู้ผลิตรายการข่าว 5 หน้า 1 1 ชั่วโมง 5 เสนอราคา 1,298 ล้านบาท และช่องสุดท้ายที่มีการเปิดประมูลคือช่องเด็ก ราคาเริ่มต้น 140 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูลที่ ได้แก่ บริษัท บีบีซี-มิลลิมีเดีย จำกัด หรือช่อง 3 เสนอราคา 666 ล้านบาท ทำให้ช่อง 3 กลายเป็นช่องที่คว้าใบอนุญาตไปครองสูงสุด 8 ใบตามสถานที่ กสทช.อนุญาต ถัดมาเป็นบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เสนอราคา 660 ล้านบาท และสุดท้าย บริษัท ไทยทีวี จำกัด ในเครือทีวีทูต เสนอราคา 648 ล้านบาท โดยสรุปช่อง 3 กวาดใบอนุญาตไปได้มากที่สุดที่ 8 ช่อง ได้แก่ ช่องมอชที ช่องข่าว และช่องเด็ก ซึ่งเป็นจำนวนช่องเขตแดนสูงสุดที่ กสทช.กำหนด ใช้จ่ายไปทั้งสิ้น 6,471 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการที่ได้ใบอนุญาต 2 ใบ มีทั้งสิ้น 4 ราย ได้แก่ ซิเอ็มเอ็มแกรมมี ได้ช่องมอชที และเอสดี ใช้จ่ายไปสิริรวม 5,610 ล้านบาท กลุ่มทรู

จึงประมูลได้ช่องเอสดีและข่าว ใช้จ่ายไป 5,631 ล้านบาท รองลงมาคือกลุ่มเนชั่นคว้าช่องมอชทีและข่าวไปในราคารวม 3,538 ล้านบาท และกลุ่มทีวีทูต คว้า 2 ช่องข่าวและเด็ก ในวงเงิน 1,976 ล้านบาท สิริรวม กสทช.ได้รับเงินจากการประมูลไปทั้งสิ้น 50,862 ล้านบาท สถิติที่น่าจดจำในการประมูลครั้งประวัติศาสตร์ในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มทุนใหญ่อย่างตระกูลมหาจักรี ซึ่งเข้าประมูลช่องที่ขอซื้อคือเอสดีเป็น พลาดใบอนุญาตไปทั้งสองช่องเช่นเดียวกับกลุ่มโพสทีและสยามสปอร์ตที่ปล่อยมือจากช่องข่าวไปอย่างง่ายดาย เนื่องจากมีงบในใจไว้ไม่เกิน 1,000 ล้านบาท ขณะที่ถักนั้ใหญ่ที่ประมูลได้ช่องมอชทีซึ่งมีราคาสูงสุดไปแล้ว ถ้วนอมปล่อยมือจากช่องอื่นๆ เพื่อประหยัดเงินเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นช่อง 7 กลุ่มนายแพทย์ ป่วนเสวรัฐ ไทยรัฐทีวี และอมรินทร์ ส่วนมี้ามีคมาแรง หนีไม่พ้นเนชั่นและกลุ่มทีวีทูต ที่ถกกระทันท์คว้าใบอนุญาตไป 2 ช่อง

### ประเมินคนพลาดรอจังหวะเสียบ

ทั้งนี้ จากการสอบถามกลุ่มผู้เข้าประมูลที่พลาดหวังในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าการที่ดูเกินไปจะไม่ตอบโจทย์ทางธุรกิจ นั่นเป็นเหตุผลที่ตัดสินใจขายรายชอมออกไ้ไม่ครบราคาเต็ม เริ่มจากทีชทีวี ของกลุ่มอินทิมหรือบริษัทชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือเป็น



<b>ไทยรัฐ</b> <small>Total Reach Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600</small>	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ <b>วันที่:</b> พุธ 1 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 20434 <b>หน้า:</b> 8(เต็มหน้า)		
	<b>Col. Inch:</b> 252.93 <b>Ad Value:</b> 404,888		<b>PRValue (x3):</b> 1,214,064 <b>คลิก:</b> ยาว-คำ
<b>หัวข้อข่าว:</b> เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น"ทีวีดิจิทัล"เมืองไทย			

กลุ่มทุนนักเงินหนา เข้มแข็งขันประมูลในช่องฟรีทีวี กศพท.ผู้เพียงแค่ 600 ล้านก่อนออกไฟ ทำให้อินทีวี ซึ่งเดิมเป็นคู่แข่ง ไม่ได้รับใบอนุญาตไปครอง

เช่นเดียวกับกลุ่มเวิร์กทอยท์ ซึ่งเข้าชิงช่องเอชดีมูลค่าราว 3,000 ล้านบาท เนื่องจากเกินความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ ที่เดิมเวิร์กทอยท์กำหนดไว้ที่ราว 2,500 ล้านบาทเท่านั้น แต่ก็ยังดูค่าที่อีกสูงจนราคาทะลุไปถึง 3,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อราคาตั้งทะยานไม่หยุด เวิร์กทอยท์จึงคัดสินใจหยุดตัวเอง

ขณะที่ตัวสิ่งในช่องข่าวอย่างค่ายโพลีและสยามสปอร์ตนั้นก็ใช้ทุนผูกมัดเดียวกันคือกำหนดราคาเป้าหมายเอาไว้ ซึ่งคาดว่าจะอยู่ที่ 1,000 ล้านบาท หากเกินกว่านั้นก็พร้อมถอย

อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามกลุ่มผู้ตลาดหัว หลายราย เชื่อว่าจะมีช่องที่ไปไม่รอดในทางธุรกิจ และจะไปรอเจรจาซื้อหุ้นหรือร่วมกันเป็นต้นฉบับทรายเป็นหลัก ซึ่งมีการประเมินกันว่าในอีก 8 ปีข้างหน้าอาจเริ่มเห็นความชัดเจนว่าผู้ประกอบการรายไหนจะไปรอด ซึ่งกศพท. ก็เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายเดิมสามารถหาผู้ถือหุ้นรายใหม่ได้ แต่ผู้ถือหุ้นรายเดิมต้องเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เกิน 50% นอกจากนี้ ตามเงื่อนไขของ กศพท. ผู้ตลาดวันยังมีโอกาสที่จะประกอบธุรกิจ ด้วยวิธีการเข้าร่วมรายการจากผู้อื่นในอนุญาต ซึ่งกศพท.กำหนดไว้ว่าผู้รับใบอนุญาตจะต้องเปิดให้ผู้ประกอบการรายอื่นเข้าร่วมรายการได้ 10-40% ของเวลาทั้งหมด

### นับถอยหลังประเดิมออกอากาศ

ท.อ.นที่ สุกสรัตน์ รองประธานกศพท. ในฐานะประธานคณะกรรมการการกระจายการถือครองกิจการโทรทัศน์ (กสท) กล่าวว่า จากนี้บอร์ด กศพท.จะตั้งรับรอผลการประมูลอย่างเป็นทางการ ซึ่งได้จัดประชุมเพื่อรับรองผลในวันที่ 8 ม.ค.57 นี้ และในระหว่างวันที่ 15-20 ม.ค.57 จะเชิญผู้ชนะประมูลมาเลือกอันดับช่องรายการ ซึ่งผู้ที่เสนอราคาสูงสุดมีสิทธิ์เลือกช่องก่อน ซึ่งจะเริ่มจากช่องรายการเด็กและเยาวชน 18-15, ช่องรายการข่าวและสาระ 16-22 ช่องฟรีทีวี 23-29 และช่องฟรีทีวี 30-36

หลังเลือกช่องเสร็จ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องชำระค่าประมูลคืนความถี่ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน



 <p>Thai Rate Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,000</p>	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ <b>วันที่:</b> พุธ 1 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 85 <b>ฉบับที่:</b> 20434 <b>หน้า:</b> 8(เต็มหน้า) <b>Col.Inch:</b> 252.93 <b>Ad Value:</b> 404,688 <b>PRValue (x3):</b> 1,214,064 <b>ศิลปิน:</b> ชาว-คำ <b>หัวข้อข่าว:</b> เปิดศักราชใหม่...จุดเริ่มต้น"ทีวีดิจิตอล"เมืองไทย		

โดยส่วนแรกราคาเริ่มต้นประมูลและส่วนที่สองราคาที่เกินจากราคาเริ่มต้นประมูล โดยปีแรกชำระ 50% ของราคาเริ่มต้นประมูลและ 10% ของราคาที่ดิน ปีที่สองชำระ 50% และ 10% ปีที่ 3 และปีที่ 4 ชำระ 10% และ 20% ส่วนปีที่ 5 ชำระ 20% ของราคาที่ดิน นอกเหนือจากจะต้องชำระค่าธรรมเนียม เป็นรายปี ปีละ 4% ตลอดอายุใบอนุญาต 15 ปี

โดยคาดว่าจะระหว่างวันที่ 1-10 ก.พ. 2557 จะมีพิธีมอบใบอนุญาต ประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ และ กสทช.จะพยายามผลักดันให้ผู้รับใบอนุญาตทดสอบ ออกอากาศด้วยระบบดิจิทัลภายในเดือน ก.พ.-มี.ค.2557 เพื่อให้การออกอากาศครอบคลุมทั่วประเทศใน 3-5 ปีข้างหน้า

พ.อ.นที กล่าวว่า การรับชมทีวีดิจิตอลมาตรฐาน DVB-T2 ของประเทศไทยสามารถรับชมได้ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ที่รองรับเทคโนโลยีดังกล่าว ส่วนหากทีวียังเป็นระบบเก่าผู้ชมสามารถติดตั้งกล่องรับสัญญาณ (เซทท็อปบ็อกซ์) เพื่อการรับชมได้

ขณะที่ผู้ชมที่รับชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ที่มีอยู่มากกว่า 10 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศนั้น จะสามารถรับชมช่องทีวีดิจิตอลได้โดยอัตโนมัติ เนื่องจากช่องดิจิทัลถือเป็นทีวีที่รองรับที่ผู้ประกอบการที่ดาวเทียมต้องเผยแพร่สู่สายตาผู้ชม

อย่างไรก็ตาม กสทช.ได้ริเริ่มที่จะแจกอุปกรณ์เพื่อช่วยเป็นค่าใช้จ่ายแก่ประชาชนในช่วงการเปลี่ยนผ่านระบบ เบื้องต้นคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 800-700 บาท แจกครัวเรือนละ 1 คู่ปวง จำนวน 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ประเมินเบื้องต้นจะต้องใช้เงินราว 85,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นเงินที่ได้จากการประมูล คาดว่าจะเริ่มต้นแจกได้ในราวเดือน เม.ย.2557

ส่วนเรื่องความอยู่รอดทางธุรกิจนั้น ยังมั่นใจว่าผู้รับใบอนุญาตทีวีดิจิตอลทุกรายจะอยู่รอดได้ แม้บางรายจะกำไรไม่มาก แต่สามารถเลี้ยงตัวองได้ และมั่นใจว่าการประมูลทีวีดิจิตอลจะสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจและสร้างงาน สร้างโอกาสให้กับคนวงการโทรทัศน์ได้อีกมาก รวมถึงก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ เพราะประชาชนคนไทยได้มีทางเลือกรับชมรายการต่างๆผ่านทีวีที่ีให้เลือก 24 ช่อง จากเดิม 8 ช่อง.

**ทีมเศรษฐกิจ**



	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> พุธ 8 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 20441 <b>หน้า:</b> 9(กลาง) <b>Col.Inch:</b> 62.97 <b>Ad Value:</b> 100,752 <b>PRValue (x3):</b> 302,256 <b>ศิลปิน:</b> ชาว-คำ <b>หัวข้อข่าว:</b> ชิมลาฯ 1 เม.ย.อุทิวัดิจิตอล ลงทุนแสนล้านกระตุ้นเศรษฐกิจปีหน้าคึกคัก		
---	---	--	--

## ● ลงทุนแสนล้านกระตุ้นเศรษฐกิจปีหน้าคึกคัก

# ชิมลาฯ 1 เม.ย.อุทิวัดิจิตอล

บอร์ด กสท. อนุมัติผลประมูลทีวีดิจิตอล 27 ช่อง 17 รายอย่างเป็นทางการ ทีเดียว 1 เม.ย. นี้ เริ่มออกอากาศในกรุงเทพฯ นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา "นที" มั่นใจปีนี้วงการโทรทัศน์ดิจิตอลสุดคึกคัก รับปีหน้าเปิดเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาทช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างงาน และรายได้

พ.อ.ท.ที่สุดวัดรืองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท) เปิดเผยว่าที่ประชุมบอร์ด กสท มีมติรับรวมผลการประมูลใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิตอลประเภทธุรกิจ 24 ช่องจำนวน 17 ราย อย่างเป็นทางการ และจะทำหน้าที่สื่อแจ้งให้ผู้ประกอบการรับทราบอย่างเป็นทางการ ในอีก 3 วันข้างหน้า พร้อมทั้งเชิญผู้ชนะประมูลทั้ง 17 ราย มารับทราบ ขั้นตอนการดำเนินการต่างๆก่อนรับใบอนุญาตอย่างเป็นทางการจาก กสทช.ต่อไป

"ขั้นตอนการรับใบอนุญาตมีความชัดเจนมากขึ้นในสัปดาห์หน้า ทั้งการเลือกเลขช่อง ครอบคลุมในการออกใบอนุญาต การชำระเงินค่าประมูลเป็นต้น โดยการชำระค่าประมูลต้องชำระภายใน 30 วันแล้วได้รับแจ้งส่วนการออกอากาศนั้นจะต้องดำเนินการหลังได้รับใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ 45 วัน เบื้องต้นคาดว่าภายในเดือน ม.ค.-ก.พ. 2557 ขั้นตอนการออกใบอนุญาตจะแล้วเสร็จและเมื่อได้รับใบอนุญาตก็จะทยอยออกอากาศด้วยระบบดิจิตอลได้ในบางพื้นที่ของ 4 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงใหม่ นครราชสีมา สงขลา และกรุงเทพฯ ในวันที่ 1 เม.ย. 2557 นี้"

นอกจากนี้ ที่ประชุมยังได้รับทราบถึงการติดตั้งสถานีโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิตอลจากผู้รับ

ใบอนุญาต 4 ราย ได้แก่ บริษัท อสมท จำกัด สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และกรมประชาสัมพันธ์ ได้แจ้งว่าตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย. 2557 เป็นต้นไป ในพื้นที่ ๗ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี ระยอง สิงห์บุรี สุโขทัย ขอนแก่น และอุดรธานี ประชาชนจะสามารถรับชมทีวีดิจิตอลได้ โดยใน ๓ จังหวัดนี้ ถือว่าครอบคลุมจำนวนประชาชนกว่า 60% หรือ 10 ล้านครัวเรือน จากทั้งหมด 22 ล้านครัวเรือน

ทั้งนี้ กสทช. จะพยายามเร่งรัดให้ผู้ให้บริการโครงข่าย ขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมโดยเร็ว คาดว่าปี 2558 ประชาชนเกือบ 22 ล้านครัวเรือนจะสามารถรับชมการออกอากาศด้วยระบบทีวีดิจิตอลอย่างแน่นอน ส่วนการยุติการออกอากาศด้วยระบบอนาล็อกจะหารือกับผู้ให้บริการโครงข่ายอีกครั้ง คาดว่าเดือน ก.ค. นี้ จะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

พ.อ.ท.กล่าวว่า การประมูลทีวีดิจิตอลครั้งนี้ จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก โดยเชื่อว่าจะมีมูลค่าการลงทุนมากกว่า 100,000 ล้านบาท เป็นการลงทุนสร้างโครงข่ายทีวีดิจิตอล การลงทุนพัฒนาเนื้อหาและการผลิตรายการ (คอนเทนต์) และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนมาก ก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างแน่นอน

สำหรับในปี 2557 ผู้ชนะประมูลจะต้องนำเงินมาชำระค่าประมูลโดยรวม 20,000 ล้านบาท ส่วนที่เหลืออีก 30,862 ล้านบาททยอยชำระตามเงื่อนไข โดยรายได้จากการประมูลจะนำส่งกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะตาม พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2558

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการพิจารณาเพิ่มเงินอุปถัมภ์เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิตอลนั้น ขณะนี้ยังไม่ได้นำมาหารือกันอย่างเป็นทางการ แต่ได้หารือเบื้องต้นในวงแคบๆ ว่าควรเพิ่มวงเงิน

รหัสข่าว: C-140108039174 (7 ม.ค. 57/08:30) หน้า: 1/2

 Thai Rak (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ			
	<b>วันที่:</b> พุธ 8 มกราคม 2557			
	<b>ปีที่:</b> 65	<b>ฉบับที่:</b> 20441	<b>หน้า:</b> 9(กลาง)	
	<b>Col.Inch:</b> 62.97	<b>Ad Value:</b> 100,752	<b>PRValue (x3):</b> 302,256	<b>ศิลปิน:</b> ขาว-ดำ
<b>หัวข้อข่าว:</b> งบกลาง 1 เม.ย.ดูทีวีดิจิทัล ลงทุนสนับสนุนกระตุ้นเศรษฐกิจปีมาคิกคัก				

อุปสงค์ให้ครอบครัวคนราคาเสาอากาศด้วย เนื่องจากกรอบวงเงินเดิมที่ ๑๑๐ บาทต่อครัวเรือนนั้น ครอบคลุมเฉพาะกล่องรับสัญญาณ (เซตทอป-บ็อกซ์) เท่านั้น หาก กสทช.สามารถเพิ่มวงเงินอุปสงค์ส่วนลดได้ จะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้บริโภคและช่วยการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัลได้เร็วขึ้นด้วย

สำหรับผู้ชนะประมูลทีวีดิจิทัล 27 ราย แบ่งเป็น ช่องความคมชัดสูง (เอชดี) 7 ช่อง ได้แก่ บริษัท ทีดีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท บางกอกมีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท กรุงเทพโทรทัศนและวิทยุ จำกัด, บริษัท ทริเนปเปิ้ล วี บรอดคาสท์ จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด และ บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสซี ดิจิทัล ทีวี จำกัด ช่องแบบความคมชัดปกติ (เอสดี) 7 ราย ได้แก่ บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด, บริษัท ทรู ดีทีที จำกัด, บริษัท ซีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด, บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท อาร์.เอส.เทคโนโลยี จำกัด, บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด และ บริษัท แบงคอก บีสซิเนส บรอดแคสต์ จำกัด

ช่องข่าวสารและสาระ 7 ราย เช่น บริษัท เอ็มบีซี เน็กซ์ ทีวี จำกัด, บริษัท วิทยุ ทีวี จำกัด, บริษัท ไทยทีวี จำกัด, บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด ช่องเด็กและเยาวชน 8 ราย ได้แก่ บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ไทยทีวี จำกัด.

<b>ฉบับสุดสัปดาห์</b> The Nation Weekly Circulation: 300,000 Ad Rate: 890	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> ศุกร์ 10 - พฤหัสบดี 16 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 22 <b>ฉบับที่:</b> 1128 <b>หน้า:</b> 16(เต็มหน้า) <b>Col.Inch:</b> 89.18 <b>Ad Value:</b> 78,478.40 <b>PRValue (x3):</b> 235,435.20 <b>คลิป:</b> ดีดี <b>หัวข้อข่าว:</b> รายงานพิเศษ: ศักยภาพใหม่ 'ทีวีดิจิตอล' จุดเปลี่ยนอุตสาหกรรมทีวีไทย		
--	---	--	--

รายงานพิเศษ |

# ศักราชใหม่ 'ทีวีดิจิตอล'

## จุดเปลี่ยนอุตสาหกรรมทีวีไทย

หลังจากที่เฝ้าจับตาดูไม่แพ้ข่าวมือเบาะทั้งสงฆ์ฆาติ 2556 ออกมาเป็นผลการประมูลใบอนุญาตการให้บริการดิจิตอลทีวีในระบบ DVB-T2 ผ่านคลื่น ITU 700 MHz หรือที่เราเรียกกันสั้นๆ ว่า 'ทีวีดิจิตอล' ในสายธุรกิจที่เสด็จสิ้นลงไปแล้วจนได้ ที่สุดคนไทยก็ได้ 'ทีวีทีวี' รายใหม่เพิ่มขึ้นอีกตั้ง 24 ช่อง ซึ่งคาดว่าจะเริ่มให้บริการในช่วงมีมา 2557 นี้

ทั้งนี้ หลังจากวันที่ 26 ธันวาคม 2556 ซึ่งนับเป็นวันแรกที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทำการประมูล และไปสิ้นสุดการประมูลในวันที่ 27 ธันวาคม 2556 ทำให้การประมูลในรอบนี้ กสทช. สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้สูงถึง 50,862 ล้านบาท และต่อไปนี้ คือ สรุปผลการประมูลทีวีดิจิตอล โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ช่องทั่วไป HD, ช่องทั่วไป SD, ช่องข่าว และช่องเด็ก โดยแสดงรายชื่อผู้ชนะประมูลเรียงตามลำดับราคาต่ำสุด ดังนี้

**หมวดช่องรายการทั่วไป ความละเอียดสูง (HD)** มีการยื่นซองประมูล 9 ราย ประมูลได้ 7 ราย ขายได้รวมทั้งหมด 23,700 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูล ได้แก่

1.บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) 3,530 ล้านบาท 2.บริษัท บางกอกมัลติมีเดีย แอนด์ บรอดคาส



ดีัง จำกัด (เครือข่ายการบินบางกอกแอร์เวย์) 3,460 ล้านบาท 3.บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7) 3,370 ล้านบาท 4.บริษัท ทริปเปิลวี บรอดคาสติ้ง จำกัด (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) 3,360 ล้านบาท 5.บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) (ช่อง 9) 3,340 ล้านบาท 6.บริษัท อัมรินทร์เทเลวิชั่น จำกัด (เครือข่ายรินทร์) และบริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด (เครือข่ายเอ็มเอ็ม แกรมมี่) 3,320 ล้านบาทเท่ากัน

**หมวดช่องรายการทั่วไป หรือ วาไรตี้ (ความละเอียดปกติ SD)** มีผู้ยื่นซองประมูล

16 ราย ประมูลได้ 7 ราย ขายได้รวม 15,950 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูล ได้แก่

1.บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด (เครือข่ายทรูสปาร์ค) 2,355 ล้านบาท 2.บริษัท ทูริ สิตี้ จำกัด (เครือข่ายทรูคอร์ป) 2,315 ล้านบาท 3.บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด (เครือข่ายเอ็มเอ็ม แกรมมี่ แต่คนละบริษัทกับที่ได้ช่อง HD) 2,290 ล้านบาท 4.บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3) 2,275 ล้านบาท 5.บริษัท อาร์เอส เทเลวิชั่น จำกัด (เครือข่ายอาร์เอส) 2,265 ล้านบาท 6.บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด



<b>เนชั่นสุดสปีดอาร์</b> <small>The Nation Weekly</small> <small>Circulation: 300,000</small> <small>Ad Rate: ๑๑๐</small>	<b>Section: First Section/-</b> <b>วันที่: ศุกร์ 10 - พุธหลังปี 16 มกราคม 2557</b> <b>ปีที่: 22 ฉบับที่: 1128 หน้า: 16(เต็มหน้า)</b> <b>Col. inch: 89.18 Ad Value: 78,478.40 PRValue (x3): 235,435.20 คลิป: ลีลี</b> <b>หัวข้อข่าว: รายงานพิเศษ: ศักยภาพใหม่ "ทีวีดิจิทัล" จุดเปลี่ยนอุตสาหกรรมทีวีไทย</b>		

(เครือข่ายโมโนกรุ๊ป) 2,250 ล้านบาท 7.บริษัท แวงคอง บิลลีเนส บรอดแคสตีง จำกัด (เครือเนชั่น) 2,200 ล้านบาท

**หมวดรายการข่าวสารและสาระ (ความละเอียดปกติ)** มีผู้ยื่นซองประมูล 10 ราย ชนะประมูล 7 ราย รายได้รวม 9,238 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูล ได้แก่

- 1.บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (เครือเนชั่น) 1,338 ล้านบาท
- 2.บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด 1,330 ล้านบาท
- 3.บริษัท ไทยทีวี จำกัด (ทีวีพูล) 1,328 ล้านบาท
- 4.บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด 1,318 ล้านบาท
- 5.บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (สถานี TNN 24 เครือทศพร) 1,316 ล้านบาท
- 6.บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์) 1,310 ล้านบาท
- 7.บริษัท 3 เอ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (ฝ่ายผลิตข่าวให้ช่อง 5) 1,298 ล้านบาท

**หมวดรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว (ความละเอียดปกติ)** มีผู้ยื่นซองประมูล 6 ราย ชนะประมูล 3 ราย รายได้รวม 1,974 ล้านบาท ผู้ชนะการประมูล ได้แก่

- 1.บริษัท บีอีซี มีเดีย จำกัด (ช่อง 3) 666 ล้านบาท
- 2.บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (ช่อง 9) 660 ล้านบาท
- 3.บริษัท ไทยทีวี จำกัด (ทีวีพูล) 648 ล้านบาท

หรือจะสรุปอีกที คือ ช่อง 3 ได้ไปทั้ง 3 หมวด 3 ช่อง คือ HD/SD/เด็ก ส่วนผู้ที่ได้ 2 หมวด 2 ช่อง คือ ทีวีพูล (ข่าว/เด็ก), ช่อง 9 (HD/เด็ก), เครือเนชั่น (SD/ข่าว), เครือทศพร (SD/ข่าว), จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ (HD/SD) ที่เหลือได้บริษัทละ 1 ช่อง -

เมื่อได้ทีวีดิจิทัลทั้ง 24 ช่องเรียบร้อยแล้ว สิ่งที่จะเกิดขึ้นหลังจากนี้ ซึ่ง กสทช. ไม่รู้ซ้ำ มีแผนไว้เรียบร้อยแล้ว จนถึงกลางปี คือ ภายในเดือนเมษายนนี้ หลังจากที่ กสทช. ส่งหนังสือแจ้งอย่างเป็นทางการให้ผู้ชนะประมูลแล้ว จะกำหนดให้ผู้ชนะประมูลมาเลือก ลำดับเลขช่อง โดยมีลำดับที่ 13-15 ช่องเด็ก, ลำดับที่ 16-22 ช่องข่าว, ลำดับที่ 23-29 ช่องวาไรตี้ เอสดี และลำดับที่ 30-36 ช่องเอชดี

ทั้งนี้ทั้งนั้น ผู้ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุด จะได้สิทธิเลือกลำดับช่องก่อน ตามด้วยผู้ชนะประมูลในลำดับถัดไป ขณะที่ผู้ชนะการประมูลในลำดับที่ 6 ร่วม จะต้องจับสลากเพื่อกำหนดลำดับที่ชนะการประมูลตามหลักเกณฑ์ที่มีอยู่

ลำดับต่อไป ซึ่งคาดว่าจะเริ่มภายในเดือนกุมภาพันธ์นี้ จะมีการกำหนดขึ้นตอน และเอกสารในการรับใบอนุญาต โดยผู้ชนะประมูลต้องดำเนินการขึ้นตอนสำคัญ คือ จ่ายเงินค่าใบอนุญาต 2 ส่วน แยกเป็น สัดส่วน 50% ของมูลค่าราคาขึ้นต้นประมูล และอีก 10% ของราคาส่วนเกินประมูล พร้อมแจ้งชื่อโครงข่าย (Mux) ที่ผู้ชนะประมูลเลือกเข้า

ให้บริการส่งสัญญาณ ได้แก่ อสมท, ไทยพีบีเอส, กองทัพ (ช่อง 5) และกรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง 11)

หลังจากนั้นในเดือนมีนาคม จะมีการกำหนดมอบใบอนุญาตทีวีดิจิทัล ทั้ง 24 ช่อง และดำเนินการออกอากาศในช่องทางเคเบิลทีวี และจานรับสัญญาณดาวเทียม ตามหลักเกณฑ์มีลด์ แครี่ ซึ่งเข้าถึงฐานผู้ชมทีวี 60% ในปัจจุบัน

และในเดือนถัดไปหลังจากนั้น ในวันที่ 1 เมษายน โครงข่ายทีวีดิจิทัล (Mux) จะเริ่มส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (เสาข้างปลา) 4 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ, นครราชสีมา, เชียงใหม่ และสงขลา

วันที่ 1 พฤษภาคม ขยายพื้นที่เพิ่มอีก 3 จังหวัด คือ อุบลราชธานี, สุราษฎร์ธานี และระยอง และในวันที่ 1 มิถุนายน ส่งสัญญาณเพิ่มอีก 4 จังหวัด คือ สิงห์บุรี, สุโขทัย, ขอนแก่น และอุดรธานี

**รวมครึ่งปีแรก 2557 โครงข่ายภาคพื้นดินส่งสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ 11 จังหวัด กว่า 60% หรือ 10 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ โดย กสทช. จะเริ่มจัดสรร 'คู่มือส่วนลด' ในพื้นที่ 11 จังหวัดที่มีการส่งสัญญาณทีวีดิจิทัล เป็นลำดับแรก**

ทั้งนี้ พ.อ.นที ตุกสวัสดิ์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ได้กล่าวถึงความคืบหน้าการช่วยเหลือประชาชนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลด้วยการแจกคู่มือเงินสดจำนวน 22 ล้านครัวเรือน เพื่อให้สามารถซื้ออุปกรณ์รับชม ทั้งกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล หรือทีวีเครื่องที่สามารถดูบนแอนะล็อกทีวีดิจิทัล ว่าอาจมีการพิจารณาราคาอุปโภคอีกครึ่งหนึ่ง โดยคาดว่าจะการแจกคู่มือช่วยเหลือดังกล่าวจะสามารถแจกได้ประมาณเดือนเมษายนนี้

ภายใต้ความเชื่อมั่นของกำรมีช่องเกิดใหม่ แต่อีกด้านหนึ่ง คือ การค่าใช้จ่ายสายบ้านของแต่ละเจ้า แคมป์ยังที่ติดของเนื้อหารายการ ว่าจะสามารถเข้าตากรรมการ ซึ่งหมายถึง คนดู และแอนะล็อกโฆษณาได้มากน้อยขนาดไหน เพราะนั่นหมายถึงความมั่งคั่งของเสียด้วย ■

<b>มติชน</b> Matches Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,550	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> เสาร์ 25 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 13103 <b>หน้า:</b> 1(ล่างซ้าย), 5 <b>Col. Inch:</b> 52.87 <b>Ad Value:</b> 81,948.50 <b>PRValue (x3):</b> 245,845.50 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> เลือกช่องทีวีดิจิตอลผ.อ.อนเนอร် จ่ายมากได้สิทธิ์ก่อนบิอิตีคิวตัวเลข13กับ33
---	---

# เลือกช่องทีวีดิจิตอล เม.ย.อนเนอร်

**จ่ายมากได้สิทธิ์ก่อน  
บิอิตีคิวตัวเลข13กับ33**  
 เปิดโผ 24 หมายเลขทีวีดิจิตอลหมวดช่องธุรกิจ  
 เริ่มตั้งแต่ช่อง 13-36 ใครเสนอราคาสูงได้เลือก  
 ก่อน 'กสทช.'ย้ำหมายเลขช่องมีความสำคัญ  
 เท่ากัน ต้องแข่งขันกันที่เนื้อหาสาระ ของบอร์ด  
 รับรองผล 27 มกราคม (อ่านต่อหน้า 5)

## ต่อจากหน้า 1

### ทีวีดิจิตอล

เมื่อวันเสาร์ 24 มกราคม สำนักข่าวคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เชิญผู้ลงทะเบียนประมูลทีวีดิจิตอลเพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบุมติดิจิตอลประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ หรือทีวีดิจิตอลในย่านช่องธุรกิจทั้ง 24 ช่อง จำนวน 17 บริษัท มาหารือข้อกำหนดหมายเลขช่องรายการที่ออกอากาศบนทีวีดิจิตอล พร้อมชี้แจงเงื่อนไขก่อนได้รับใบอนุญาต โดยผู้เสนอราคาประมูลสูงสุดในแต่ละกลุ่มฯ จะได้รับสิทธิ์ในการเลือกช่องก่อนได้เรียงตั้งแต่หมายเลข 13-36 ทั้งนี้ หมายเลข 1-12 กสทช.ได้กำหนดให้เป็นหมวดหมายเลขของประเภทช่องสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม ผลการเลือกหมายเลขช่องปรากฏว่าในหมวดหมู่ช่องเด็กเยาวชน และครอบครัว ประกอบด้วย หมายเลขช่อง 13 บริษัท บิอิตีคิว-มัลติมีเดีย จำกัด หรือ ช่อง 3, หมายเลขช่อง 14 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือช่อง 9 และหมายเลข 15 บริษัท ไทยทีวี จำกัด จากกลุ่ม

ผู้ประกอบการนิคมสหกิจวิบูลย์ ในเขตหนองแขง และสาระ ประกอบด้วย หมายเลข 16 บริษัท ไทยนิวส์ เน็ดเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด ในเครือกลุ่มบริษัท พู คอสโมเวอร์ชั่น จำกัด (มหาชน), หมายเลข 17 บริษัท ไทยทีวี จำกัด, หมายเลข 18 บริษัท ดีเอ็นบี บรอดคาสท์ จำกัด ในเครือผู้ประกอบการพลังงานฟอสซิลบีเอ็นพี หมายเลข 19 บริษัท ดิจิทัล นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด, หมายเลข 20 บริษัท 3.เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด จากกลุ่มผู้ประกอบการข่าว 5 หน้า 1, หมายเลข 21 บริษัท วอซซี่ ทีวี จำกัด และหมายเลข 22 บริษัท เอ็นบีวี เน็ทเวิร์ค จำกัด ในเครือบริษัท แชนแนลดีมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำหรับหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐาน (เอชดี) ประกอบด้วย หมายเลข 23 บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด ในเครือในเครือ บริษัท ทีวีคอสโว์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), หมายเลข 24 บริษัท พู ดีทีวี จำกัด จากกลุ่มพู, หมายเลข 25 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน), หมายเลข 26 บริษัท แบงคอก บิอิตีคิว บรอดแคสติ้ง จำกัด จากกลุ่มบิอิตีคิว, หมายเลข 27 บริษัท อาร์.เอส.เอส.เอช จำกัด ในเครือบริษัท อาร์.เอส จำกัด (มหาชน), หมายเลข

28 บริษัท บิอิตีคิว-มัลติมีเดีย จำกัด หรือช่อง 3 และหมายเลข 29 บริษัท โนโบ บรอดคาสท์ จำกัด

สำหรับหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (เอชดี) ประกอบด้วย หมายเลข 30 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือช่อง 9, หมายเลข 31 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด ในเครือแกรมมี่, หมายเลข 32 บริษัท ทวีปบิอิตีคิว บรอดคาสท์ จำกัด จากผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, หมายเลข 33 บริษัท บิอิตีคิว-มัลติมีเดีย จำกัด หรือช่อง 3, หมายเลข 34 บริษัท อินฟินิตี้ เทเลวิชั่น จำกัด ในเครือบริษัท อินฟินิตี้ พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), หมายเลข 35 บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด หรือช่อง 7 และหมายเลข 36 บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด ของ บม.ปราเสริฐ ปราสาททองโถง

พ.ม.ดี สุชาติมนตรี ของประธานกรรมการ กสทช. และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า การเลือกหมายเลขช่องในวาระนี้ (24 หมายเลข) เป็นไปเพื่อความเรียบร้อย ซึ่ง กสทช.จะเสนอชื่อช่องเลขที่ที่ระบุในข้อ กสท. และประกาศอย่างเป็นทางการในวันที่ 27 มกราคม โดยเบื้องต้น กสทช.ได้ขอความร่วมมือไปยังผู้ประกอบการทุกรายอย่าแสดงความเห็นและข้อมูลของหมายเลขช่องรายการต่างๆ จนกว่า กสทช. ประกาศรับรองผลอย่างเป็นทางการเสร็จสิ้นเสียก่อน


"สำหรับหมายเลขช่องที่ได้นี้ ไม่ว่าจะใครได้หมายเลขใด ต่างมีความสำคัญเท่ากัน เนื่องจากหมายเลขช่องก็เป็นเพียงแต่ตัวเลขที่ช่วยในการจดจำเท่านั้น ไม่มีผลต่อการรับชม ซึ่งสำคัญที่สุดก็คือทำให้ช่องรายการเป็นที่นิยมหรือไม่ สื่อการออกอากาศรายการเนื้อหาสาระที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อผู้ชมเป็นหลัก" พ.อ.นันทกร และว่า งานนี้จะเข้าสู่ขั้นตอนของการออกใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ ซึ่งขั้นตอนทั้งหมดจะใช้เวลาทั้งสิ้น 17 วัน 24 ช่องรายการ จะต้องเลือกผู้ให้บริการประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบวมติดิจิตอล ทั้ง 4 ราย ประกอบด้วย



<b>มติชน</b> Masthead Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,550	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก
	<b>วันที่:</b> เสาร์ 25 มกราคม 2557 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 13103 <b>หน้า:</b> 1 (ล่างซ้าย), 5 <b>Col Inch:</b> 52.87 <b>Ad Value:</b> 81,948.50 <b>PRValue (x3):</b> 245,845.50 <b>คลิป:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> เลือกซื้อทีวีดิจิตอลเม.ย.ออนไลน์ จ่ายมากได้สิทธิ์ก่อนนี้อีซีคิวเลข13กับ33

ด้วย กองพัฒนา, บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), กรมประชาสัมพันธ์ และ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี 52 ให้เสร็จสิ้นเสียก่อน โดยไม่มีการเลือกเบื้องต้น กสทช.จะให้ผู้ประกอบการเลือกตนเอง โดยผู้ที่เสนอเงินและการประมูลจะได้สิทธิในการเลือกก่อนตามลำดับ แต่ถ้าหากค้ำยที่ผู้ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งไม่สามารถเลือกได้ กสทช.จึงจะเป็นตัวกลางเข้าไปกำหนดให้ ทั้งนี้ ในส่วนของการออกใบรายการทีวีดิจิตอลยังคงกำหนดไว้เป็นเดือนธันวาคมเช่นเดิม



 <p>Thai Rath (Mon-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,500</p>	Section: First Section/ข่าวเศรษฐกิจ				
	วันที่: พุธ 29 มกราคม 2557				
	ปีที่: 65	ฉบับที่: 20462	หน้า: 9(ซ้าย)		
	Col.Line: 53.13	Ad Value: 85,008	PRValue (x3): 255,024	ศิลป์: ขาว-ดำ	
หัวข้อข่าว: กสทช.ตีฟ้องลุยเข้ม 1 เม.ย.นี้ คนไทยลุ้นดูทีวีโฉมใหม่ "ดิจิทัล" ทั่วประเทศ					

## ● คนไทยลุ้นดูทีวีโฉมใหม่ “ดิจิทัล” ทั่วประเทศ

# กสทช.ตีฟ้องลุยเข้ม 1 เม.ย.นี้

กสทช.ส่งมอบหมายเลขช่องทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจอย่างเป็นทางการแล้ว เริ่มจากช่อง 18-36 และต้นปี 58-59 จะเริ่มทยอยออกใบอนุญาตช่องบริการชุมชน 12 ช่อง เริ่มจากช่อง 37-48 ต่อทันที ด้าน พ.อ.นทีมีนใจ 1 เม.ย.นี้ เริ่มทยอยออกอากาศได้แน่นอน

ผู้สื่อข่าวรายงานว่าขณะนี้สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดพิธีมอบหมายเลขลำดับช่องการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ (ทีวีดิจิทัล) จำนวน 24 ช่อง อย่างเป็นทางการแล้ว หลังการประชุมเลือกหมายเลขช่องและชี้แจงเงื่อนไขการยื่นเอกสาร เพื่อรับใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลไปเมื่อวันที่ 24 ม.ค.57 ที่ผ่านมา

โดยบรรยากาศการประกาศและมอบหมายเลขช่องอย่างเป็นทางการเป็นไปด้วยความคึกคัก เนื่องจากเป็นครั้งแรกของวงการโทรทัศน์ที่จะก้าวสู่การเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัล นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มช่องรายการทีวีทีวีจากเดิม 8 ช่อง เป็น 48 ช่องด้วย เริ่มจากช่องบริการสาธารณะ 12 ช่อง ช่อง 1-12 ซึ่งจะมีส่วนในการกำหนดเงื่อนไขและการประกาศเชิญชวนรับใบอนุญาตในกลางปี 57 ช่องบริการธุรกิจ 24 ช่อง ที่มีการมอบหมายเลขช่องครั้งนี้ เริ่มจากหมายเลข 18-36 และต้นปี 58-59 ก็จะเริ่มทยอยออกเงื่อนไขและหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตช่องบริการชุมชน 12 ช่อง เริ่มจากช่อง 37-48

พ.อ.นที สุกอวัฒน์ รองประธาน กสทช. ในฐานะประธานคณะกรรมการกระจายเสียง และโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า หมายเลขช่องอย่างเป็นทางการสำหรับทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ซึ่งจะเริ่มจากหมายเลข 18-36 โดยเริ่มจากหมวดข่าวเด็กช่อง 18 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง 3), ช่อง 14 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), ช่อง 15 บริษัท ไทยทีวี จำกัด (ทีวีพูล)

หมวดข่าวและสาร เริ่มจากช่อง 18 บริษัท ไทยนิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (ทีเอ็นเอ็น), ช่อง 17 ทีวีพูล, ช่อง 18 บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสต์ จำกัด (เดเอ็นดีทีวี), ช่อง 19 บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด, ช่อง 20 บริษัท อสมท จำกัด, ช่อง 21 บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด และ

ช่อง 22 บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (กลุ่มเนชั่น) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐาน (เอสดี : SD) เริ่มจากช่อง 23 บริษัท ไทย บรอดคาสต์ จำกัด (เวิร์คพอยท์), ช่อง 24 บริษัท ทรู ดีทีวี จำกัด, ช่อง 25 บริษัท ซิเอ็มเอ็ม เอสดี ดีทีวี จำกัด, ช่อง 26 บริษัท แบงคอก บีสเนส บรอดแคสต์ จำกัด (กลุ่มเนชั่น), ช่อง 27 บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด, ช่อง 28 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, ช่อง 29 บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด

หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐานสูง (เอชดี: HD) หมายเลข ช่อง 30-36 เริ่มจากช่อง 30 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), ช่อง 31 บริษัท ซิเอ็มเอ็ม เอสดี ดีทีวี ทีวี จำกัด, ช่อง 32 บริษัท ทรูไปเปิด ทีวี บรอดคาสท์ จำกัด (ไทยรัฐทีวี), ช่อง 33 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด, ช่อง 34 บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด, ช่อง 35 บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (ช่อง 7), ช่อง 36 บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสต์ จำกัด

พ.อ.นทีกล่าวว่า ส่วนการออกใบอนุญาตนั้น คาดว่าจะเป็นช่วงปลายเดือน มี.ค.-เม.ย.57 โดยเดือน ก.พ.-มี.ค.จะเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมการด้านเอกสารตามเงื่อนไขการยื่นคำขอใบอนุญาต ชำระเงินค่าประมูลงวดแรกและทำสัญญากับผู้ให้บริการโครงข่ายที่ต้องชัดเจน “ผมมั่นใจว่าผู้ประกอบการทุกรายมีความพร้อมที่จะออกอากาศทีวีดิจิทัล 24 ช่อง เพราะแต่ละรายมีการเตรียมความพร้อมไว้ก่อนแล้ว”

ด้านนายวิษ รัชพล ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ทรูไปเปิด ทีวี บรอดคาสท์ จำกัด หรือไทยรัฐทีวี ช่อง 32 กล่าวว่า ไทยรัฐทีวีมีความพร้อมมากที่สุดที่จะออกอากาศตามที่ กสทช.กำหนด เพราะได้เตรียมการมาโดยตลอด ส่วนแผนธุรกิจตั้งเป้าคืนทุนภายใน 6 ปี.

รหัสข่าว: C-140129039137 (28 ม.ค. 57/08:18)

หน้า: 1/1

<b>คม ชัด ลึก</b>	Section: บ้านเที่ยง/ไลฟ์ออนไลน์		
	วันที่: อังคาร 4 มีนาคม 2557		
	ปีที่: 13	ฉบับที่: 4518	หน้า: 20(กลาง)
	Col.Inch: 93.79	Ad Value: 206,338	PRValue (x3): 619,014
Client: สีสี่	คอลัมน์: พญูรัฐ-โลกู: ความจริงของทีวีดิจิทัลและข้อเสนอสุดท้...ถึง กสทช.		
Khon Chad Luek Circulation: 900,000 Ad Rate: 2,200			

# ความจริงของทีวีดิจิทัล

## และข้อเสนอสุดท้...ถึง 'กสทช.'



งาน, นำเสนอและพบปะสปอนเซอร์ทุกวัน จึงจำเป็นต้องสรรหาการที่ตัวเองชอบมากอย่างแบไต๋ไทยเทค ให้เพื่อนร่วมทีมมอมเมมาทำผู้ชมด้วยสาระไปก่อนขอฝาก "เพื่อธกฯ สยาม" พิธีกรหญิงไอทีคนใหม่ไว้โน้มน้อมอ้อมใจท่านด้วยครับ เธอเก่งวันเก่งคืน ทีวีดิจิทัลสตาร์ทเมื่อไหร่ ผมกลับมาประจำการแน่ พร้อมรายการใหม่ๆ และการแปลงโฉมแบไต๋ไทยเทคให้ทันสมัยไปตลอดกาล

จากกำหนดการ "เช็ชช" ดิจิทัลทีวีคือ 1 เมษายนนี้ที่วางกันไว้คร่าวๆ หลังการประมูลจบว่า 90 วันหลังออกใบอนุญาตประชาชนได้เห็นแน่ แต่จนกระทั่งวันนี้ "ใบอนุญาตยังไม่ได้ออก" ให้ผู้ชนะการประมูลที่จ่ายเงินงวดแรกแล้วอย่างพร้อมเพรียง (รู้แล้วออกส่งปรับเคอร์ความเร็ว 40 หน้า/นาทีไปให้จิง) ปัญหาไม่ใช่เรื่องการพิมพ์ช้าเร็ว แต่ปัญหา คือ "ความพร้อมของคุณ" ที่ กสทช.ต้องทำให้สำเร็จด้วย มติที่ประชุม กสทช.เมื่อเย็นวันพฤหัสบดี

ที่ 27 กุมภาพันธ์ สรุปสั้นๆ ว่า "ไม่ทัน" ...อ้าว! 1 เมษายนไม่ทัน "เลื่อนเป็น 1 มิถุนายนแทน" ผมเดาต่อทันที อาจเพราะไม่สามารถออกใบอนุญาตการซื้อกล่องรับสัญญาณ DVB-T2 ให้ประชาชนตามทีสัญญาไว้ได้ (สัญญาไม่ได้ตั้งใจไปประพวนนะครับ ฮ่า!) แต่สำคัญที่สุดเลยนะ "การควบคุมให้ผู้สมัครต้องพิจารณาความพร้อมและเคเคเคเค เบื้องหลัง ตามที่ผู้ชนะการประมูลได้เลือกเลขช่องกันไป" มันเป็นเรื่อง "หินที่สุด" ครับ ณ วันที่ กสทช.ยังส่งเกณฑ์ฯ เรื่อง "เลขช่องเริ่มต้น 1-36" กับการ "เว้นให้" ผู้ผลิตต้องมียุติสิทธิ์ในการเห็น 1-10 ช่องแรก ผมเล่าแบบนี้ท่านจะได้ไม่งงนะครับ... ทีวีดิจิทัลใหม่จะมี 48 ช่อง อันประกอบไปด้วย "ทีวีสาธารณะ" ช่อง 1-12 "ทีวีบริการทางธุรกิจ" ช่อง 13-36 (24 ช่อง) และ "ทีวีชุมชน" ที่แต่ละภูมิภาคจะไม่เหมือนกัน อีก 12 ช่อง คือช่อง 37-48

ประเภทแรกและประเภทหลังนี้ไม่ต้องประมูล แต่คงกรไม่แสวงหาผลกำไรไหนอยากทำให้ภษาอนุญาตจาก กสทช. ผลิตรายการแนวส่งเสริมสังคม, ข่าวสารความมั่นคง โฆษณาทางการค้าไม่ได้ รายได้จึงต้องมาจากกองทุนสนับสนุนเท่านั้น ที่เขาประมูลแข่งกันจะเป็นใครก็คือ 24 ช่องทีวีบริการทางธุรกิจ เพราะโฆษณาได้เต็มเหนี่ยว และการจัดรายการควมมีสีสันอย่างมากเพื่อระชากรบคตังคนดู ทีวีประเภทนี้ได้ผู้ประกอบการมาแล้ว "และจะไม่มีหน้าใหม่ใครอีกเลยในรอบ 15 ปีนี้" คนชนะได้เลือก

**พญูรัฐ-โลกู**  
 โทร...พญูรัฐ พิทยุทธกุล  
 Twitter : @nulsow / @beartal

ใกล้เข้ามาแล้วครับ (และถูกต่างให้ไกลขึ้นไปอีกหน่อย) กับยุคสมัยใหม่ของวงการโทรทัศน์เมืองไทย "ทีวีดิจิทัล" ชื่อที่คุ้นหูมานานกว่าครึ่งปี มีการพูดถึงกันผ่านหน้าสื่อทุกแขนง มันเป็นการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญมากของวงการสื่อ ทุกคนในวงการตื่นตื้นกับมหัศจรรย์ (แต่ผมสงสัยว่าสุดท้ายประชาชนโดยรวมยังไม่ค่อยทราบกันถึงทีวีดิจิทัลใหม่นี้ ก็แน่ละครับ "ข่าวการเมืองกสทช.เรื่อง" ณ สยามประเทศเวลานี้เนี่ย)

การประมูลผ่านไปอย่างดูเผด็จร้อนปลายเดือนธันวาคมที่ผ่านมา เปิดเคเคเคเคหน้า "เศรษฐกิจดิจิทัล" ที่ทำค้ำกันด้วยเงินจมนเงินค่าเห็นแดง จนคนดูอย่างเราอดคาถาบริษัฯ ตั้งคำถามในใจ "พวกเขาเอาเงินมาจากไหนกันมากมายนะ???" การถกนี้ต้องชม กสทช. คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่จัดประมูลข้อเท็จจริงสำเร็จจริงๆ รัตมีเดียนจำนวนมหาศาล 50,862

ด้านเจ้าของทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (สวท.) กสทช. คดีเจ้าของทุนสูงกำนันเสียนใครระ :

ซึ่งจะมีคณะกรรมการอีกชุดมากถันกรองโครงการวิจัยอันเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป ถ้าตามข่าวคุณจะทราบว่ามี "แจกเงิน" นักวิจัยที่พัฒนาแล้วครับ ใครอยากทำควมมีประโยชน์ตัวอมันสมของคนที่ขาดแคลนสปอนเซอร์ ยื่นเรื่องเสนอขอ กสทช.ได้ทีวอง!

ผมเองได้ประกาศชดชนหลายคนตกใจพาลเข้าใจผิดว่า "เลิกทำรายการแบไต๋ไทยเทค" แต่แท้จริงคือ "ยุติบทบาทพิธีกรชั่วคราว" เพื่อเอาเวลาไปเตรียมทำรายการใหม่ๆ ในดิจิทัลทีวี ซึ่งถึงตอนนี้นับนิ้วทั้งสิบแล้วก็เกินครับ โอกาสเปิดฉากจริงๆ อย่างไม่เคยประสบพบเจอมาก่อน 15 ปีที่อดทนมาไม่สูญเปล่าเลย ผมต้องขึ้นรายการใหม่จำนวนมากแบบที่ชีวิตนี้ไม่เคยขึ้นพร้อมกับขนาดมีมาก่อนกับ 6 สถานีทีวีที่มีความไว้วางใจและมีวิสัยทัศน์ทันสมัยหรือเปลี่ยนแปลงให้ทีวีไทยลดล้าหน้าพาทไทยสู่เมกาอำนาจทางความคิดสร้างสรรค์ (สักวันมันต้องเป็นจริงครับ)...ช่วงนี้ผมวิ่งวุ่นกับการประชุม



<b>ดม ชัด ลึก</b>	<b>Section:</b> บันเทิง/ไลฟ์ออนไลน์			
	<b>วันที่:</b> อังคาร 4 มีนาคม 2557			
Khem Chad Luek Circulates: 900,000 Ad Rate: 2,200	<b>ปีที่:</b> 13	<b>ฉบับที่:</b> 4518	<b>หน้า:</b> 20(กลาง)	
	<b>Col.Inch:</b> 93.79	<b>Ad Value:</b> 206,338	<b>PRValue (x3):</b> 619,014	<b>คลิป:</b> ลีลี
	<b>คอลัมน์:</b> หนูขี้-โลโก้: ความจริงของทีวีดิจิตอลและข้อเสนอสุดเท!...ถึงกสทช.			

เลขก่อนสามประเภทสถานีของคน ไทยทีวีสีช่อง 3 เดิม ชัดไป 3 ช่อง (ขอคารวะในพระกำลังเงินท่าน ครั้น) ขณะไป 2 หมวด ก็เลือกเลขก่อนได้ทั้งช่อง เด็กและ HD ช่อง 3 เลือกเลข 13 (ช่องเด็ก) และ 33 (ช่อง .HD) เพื่อให้แฟนฯ จดจำได้ง่ายแน่นอน

ในชั้นต่อมา 2 ช่อง ขณะในหมวดข่าว ได้เลือกเลข ก่อน เลือก "22" ในฐานะเลขที่งกกลางที่กตง่ายที่สุด บนรีโมทคอนโทรล

ต่อจากมีไป "ศึกดีและศรี" ของ 24 ช่องนี้ จะ "เทียบเท่าช่องฟรีทีวี" เพราะคำว่า 3 ,5, 7, 9 ที่ยึด เลขช่อง 1-4 มาอย่างยาวนานจะหลยหายไป และ ว่ากันใหม่ตามเลขช่อง 13-36 ที่ทุกคนเลือกแล้ว

ที่นี้ผมอ้างถึง พ.อ.ดร.นที สุภสรณ์ คาด ว่าท่านคงยังหนักใจเรื่อง "การควบคุมให้กล่อง ดาวเทียมทุกช่องในสยามประเทศ เรียงช่อง ให้ได้ ตามนี้ เพราะจะลดการสับสนของประชาชนและสิ้นสุดยุคสมัยแห่งความมั่วซั่วบนหน้าบัคทีวีดาวเทียม

ซะที เรื่องนี้ประกาศชัดแล้วว่า "เรียงแน่" ควบคุม แน่ แต่ตอนนี้ อังงๆ กันอยู่ว่า "อิสระเสรี" ที่จะให้ ผู้ผลิตกล่องเลือกช่องเอง 10 ช่อง แล้วค่อยต่อด้วย ทีวีดิจิทัล 1-36 มันจะยังไง? (หกยกความว่า คนที่ ออกสำหรั่มเงินอย่างมากมหาศาลที่สุดอย่างช่อง 3 เพื่อจะชนะและเลือกเลขก่อนคือ 33 ก็จะถูกกลายเป็น เลข "43" บนกล่องทีวีดาวเทียมนะสิ แท้มีงๆ นะ)

ผมเสนอแบบนี้ครับ จบเลย ทุกคนมาผูกด้วย "กสทช.ให้อิสระผู้ผลิตกล่องเลือกช่อง 1-12 เองเพื่อเปิดโอกาสให้เขาแข่งขันกัน "เรื่องช่องเรียก แยก" อย่างคนดูซื้อกล่อง

จากนั้นต้องต่อด้วย "ทีวีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ 24 ช่อง" เลข 13-36 เพื่อให้ "ทั้งประเทศเรียกเลขช่อง เดียวกัน"

แล้วค่อยต่อด้วย "ทีวีสาธารณะ" ซึ่งในปัจจุบัน มีผู้แสดงตัวเพียง 4ช่อง 3 ราย คือ ททบ.5 ช่อง 11 และไทยพีบีเอส เหตุที่สมควรจะอยู่หลังทีวีธุรกิจก็ เพราะจำนวนสถานีมีแค่ 4 ไม่ครบ 12 เอาไปจัดไว้

ข้างหน้าที่ต้องพูดตามเข็มนาฬิกา "งงคายท่า" ครับ กสทช.ใช้แนวทางนี้ รับรอง "หล้อ" ครับ และ ผาสุกกันทั้งผอง ผู้ผลิตกล่องมีอิสระใน 12 ช่อง แรกก็เปิดโอกาสให้เขาทำมาหากินเต็ม เฮาเลขช่อง เต็มๆ ไปขายสถานีตั้งๆ เพื่อเพิ่มรายได้ ไม่ต้องใช้ ตีแตกเขาก็แฮปปี้ (ประชาชนอาจมีสิทธิ์ช่อง 3/7/9 ที่เลขเต็มด้วยนะ อ่าๆ)

ปี๊ดทำขยวกถึแบบออกผู้ชมว่าทีวีดิจิทัลหาไรหา ดูยากครับ มันจะรับชมได้ง่ายมากๆ เพราะ 1.ตาม

ng Must Carry ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทุกเจ้า "ต้องให้บริการ" ทีวีเหล่านี้ในทุกรูปแบบการให้บริการของคน คนที่บั้นตัดจานดาวเทียม/เคเบิลแล้ว "ได้ดูโดยอัตโนมัติ" โดยไม่ต้องขวนขวายใดๆ กด ปัด-เปิดเครื่องใหม่ ช่องใหม่ๆ มาปรากฏทันที (ใน ประเภทกล่องชนิด OTA คืออัปเดตตัวเองได้) แต่ กล่องธรรมดาต้องกด Scan หาช่องใหม่เอง (หน้าที่ ของของคุณช่างทีวีทั่วไทย รับทรัพย์กันอีก) หาก เป็นกล่อง HD อย่าง GMMZ HD ช่อง 30-36 จะ "จัดมากมาข" เป็นพิเศษ

2.ทีวีใหม่ที่จำหน่ายตามห้างตั้งแต่บัดนี้ ได้สั่ง ทัพ DVB-T2 เพื่อเป็น Digital Tuner รับสัญญาณ ภาพได้เลยโดยไม่ต้องผ่านกล่องใดๆ ให้ปวดหัว แต่ หากคุยซื้อทีวีมานานแล้วและไม่ได้ตัดจานดาวเทียม/ เคเบิล ก็หากกล่องรับสัญญาณ DVB-T2 มาไว้ภาพ ชะและเสียนสาย (ที่มีให้เลือกทุกชนิด) เช้าดูทีวี (จอใช้ทัพบ้านๆ ให้เข้าใจ)

ในอนาคตผมคาดว่าจะมี "ทีวีพกพาหรือมือถือ ทีวีที่ติดตั้งจิมไว้ด้วย, เปิดรับสัญญาณชัดเวอร์ๆ เข้ารับไม่คั้งทั้ง 3G/4G ก็ดูเพลินครับ"

แต่ก็นั่นละ คาดว่าน่ากระตามไม่พอแล้ว

<b>มติชน</b> Masthead Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,550	Section: First Section/หน้าแรก		
	วันที่: จันทร์ 12 พฤษภาคม 2557		
	ปีที่: 37	ฉบับที่: 13210	หน้า: 1(จก), 14
	Col.Inch: 53.57	Ad Value: 83,033.50	PRValue (x3): 249,100.50    ศิลป์: ลีลี
หัวข้อข่าว: เลื่อนอีกคูปองดิจิทัลแจกคนลด.25ล้านครัวมีสิทธิพร้อมลดราคาหลังสป.จ.กสทช.เข้ม...			

# เลื่อนอีกคูปองดิจิทัล แจกทันที

## 25ล้านครัวมีสิทธิ พร้อมลดราคาหลัง สป.จ.กสทช.เข้ม สกัดเคเบิลเก็บเพิ่ม

แจกคูปองทีวีดิจิทัลสื่อเลื่อนเป็น  
ก.ค.-ส.ค. กทปส.เตรียมลดความ  
เหมาะสมค่าส่ง-ซอฟต์แวร์แจก  
คูปอง สมาร์ททีวีศึกษา ศก.จ. กสทช.  
หากมาตรการคุมเข้มเคเบิลท้องถิ่น  
(อ่านต่อหน้า 14)

**ต่อจากหน้า 1**

### คูปองดิจิทัล

เมื่อวัน 11 พฤษภาคม นายสุรพล สันนา  
สิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง  
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ  
(กสทช.) ในฐานะกรรมการและเลขานุการคณะ  
กรรมการกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจาย  
เสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม  
เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เปิดเผยว่า  
บอร์ด กทปส.ได้มีมติกำหนดเปิดประมูลในวันที่  
20 พฤษภาคมนี้ เพื่อหารื้อในเรื่องสิทธิการ  
แจกจ่ายคูปองเงินเพื่อสนับสนุนค่าอุปกรณ์รับชม

ทีวีดิจิทัลให้แก่ประชาชน ตามที่กรมการกิจการ  
กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กทท.) เสนอ  
ประกอบด้วยการเพิ่มจำนวนประชากรผู้ได้รับคูปอง  
จาก 22 ล้านครัวเรือน เป็น 25 ล้านครัวเรือน โดย  
เพิ่มเติมในส่วนของผู้ที่ไม่ใช่เย็บบ้าน 3 ล้านครัว  
เรือน รวมถึงค่าใช้จ่ายในส่วนการซื้อซอฟต์แวร์วาง  
อินซ์ที่มีสิทธิใช้คูปอง และค่าบริการจัดส่งคูปอง  
ถึงบ้านเรือนประชาชนผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย  
จำกัด (ไปรษณีย์) รวมถึงงบดำเนินงานทั้งสิ้น 900  
ล้านบาท

นายสุรพลกล่าวว่า จากนั้น ในวันที่ 27  
พฤษภาคมนี้ บอร์ด กทปส.จึงมีการประชุมหารือ  
กันถึงเรื่องความเหมาะสม ใจนึกถึงการสนับสนุนค่า  
คูปองเงินสนับสนุนค่าอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัล  
ตามบอร์ด กทท. เสนอว่ามีมูลค่าที่ 1,000 บาท  
ต่อครัวเรือน ทั้งนี้บอร์ด กทปส. พร้อมจะพิจารณา  
ข้อมูลประกอบและฐานอ้างอิงมูลค่าคูปองที่แท้  
จริงจากหลายคณะกรรมการองค์การอิสระเพื่อ  
คุ้มครองผู้บริโภค ภาคประชาชน ที่เสนอเข้ามา  
512 บาทต่อครัวเรือนด้วยเช่นกัน ต่อหน้าวันที่  
ประชุม กทปส.ได้ส่งหนังสือแจ้งไปยังองค์กรอิสระ  
เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสงราชและเขตรัฐบาลส่วน  
กลางคูปองที่แท้จริงและที่มาของมูลค่าคูปองให้  
กับ กทปส.ภายในวันที่ 27 พฤษภาคม

"กระบวนการต่างๆ ในความรับผิดชอบของ  
กทปส. คาดจะสามารถสรุปผลทั้งหมดได้ในวันที่  
27 พฤษภาคม ทั้งเรื่องหลักเกณฑ์ต่างๆ ราคาค  
คูปอง และข้อกฎหมาย จากนั้นจะรีบนำสรุปข้อมูล  
เสนอไปยังบอร์ด กสทช. พิจารณาทันทีเพื่อเสนอขอ  
ต่อไป คาดการแจกคูปองให้แก่ประชาชนจะเกิดขึ้น  
ราวปลายเดือนกรกฎาคมหรือต้นเดือนสิงหาคมนี้"  
นายสุรพลกล่าว

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ต่อมาวันที่ กสทช.วางแผน  
จะแจกคูปองประมาณเดือนมิถุนายน นอกจากนี้  
เมื่อเร็วๆ นี้ที่การประชุมเศรษฐกิจและสังคมแห่ง

ชาติ ได้มีการส่วนเล็งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ  
เปลี่ยนผ่านระบบออกอากาศโทรทัศน์จากระบบ  
อนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล ชาติ สำนักงานคณะ  
กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์  
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)  
กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) และสำนักงานคณะกรรมการ  
คุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อจัดทำผลการศึกษา  
เรื่อง "ปัญหาและผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคจากการ  
เปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล" ให้ที่ประชุม  
คณะรัฐมนตรี (ครม.) รับทราบ

หลังจากจากนั้นก็เรียกประชุมพิเศษฯ ภายใต้  
บริบทที่ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า กสทช.ควรมีมาตรการ  
ควบคุมดูแลผู้บริโภคกรณีโทรทัศน์ท้องถิ่นให้  
สามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพและ  
เป็นธรรม แม้จะมีกฎบัตรที่เคร่งครัดแต่ก็มีการเปิด  
ท้องถิ่นต้องออกอากาศสัญญาณดิจิทัลที่ถูกลัก  
แต่ควรมีการกำหนดโทษที่ชัดเจนแก่ผู้ให้บริการ  
ท้องถิ่นที่มีการเก็บค่าบริการเพิ่มเติมในการให้บริการ  
ทีวีดิจิทัลกับผู้บริโภค และควรพิจารณาเรื่อง  
ให้ภาคีที่เกี่ยวข้องมีมติเพิ่มเติม 24 ช่อง หากมี  
เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การโฆษณาชวนเชื่อ  
เป็นจริง การหลอกลวงขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน  
อาหารและยา (อย.) การโฆษณาผู้บริโภคด้วยสิ่ง  
อันดีสิ่งซึ่งมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน  
สามกอบการ เป็นต้น รวมถึงการจัดตั้งสายด่วน  
สิทธิผู้บริโภค นอกจากรณี กสทช.ควรขยายผู้บริโภค  
และผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการ  
ปรับเปลี่ยนระบบจนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้  
ควรมีสิทธิการดูแลผู้บริโภคที่ชัดเจน และมีการ  
พิจารณาต้นของผลกระทบที่จำเป็นต้องได้รับการ  
เยียวยาทั้งกับผู้บริโภคและผู้ธุรกิจ

<b>มติชน</b> <b>กรณียบัน</b> Mottos (M4-Day) Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อังคาร 13 พฤษภาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 13211 <b>หน้า:</b> 1(บนขวา), 3 <b>Col./ach:</b> 35.49 <b>Ad Value:</b> 39,039 <b>PRValue (x3):</b> 117,117 <b>คลิ๊ป:</b> ขาว-ดำ			
	<b>หัวข้อข่าว:</b> จักสห.คุมเคเบิลเก็บค่าดูทีวีดิจิทัลเลื่อนอีกแจกคู่มือ			

**จักสห.คุมเคเบิล  
เก็บค่าดูทีวีดิจิทัล  
เลื่อนอีกแจกคู่มือ**  
 แจกคู่มือทีวีดิจิทัลส่อเลื่อน  
 เป็น ก.ค.-ส.ค. กทปส.เตรียมลด  
 ความเหมาะสมค่าส่ง-ซอฟต์แวร์  
 แจกคู่มือ (อ่านต่อหน้า 3)

**ต่อจากหน้า 1**  
**ทีวีดิจิทัล**

เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม นายสุภากร ตันตสิทธิ์ เลขานุการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) เปิดเผยว่า บอร์ด กทปส.ได้มีมติกำหนดต้นปีงบประมาณ 2557 เพื่อหารือในเรื่องหลักเกณฑ์การแจกจ่ายคู่มือเงินเพื่อสนับสนุนค่าอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัลให้แก่ประชาชน ตามที่กรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เสนอมา ประกอบด้วย การเพิ่มจำนวนประชากรผู้ได้รับคู่มือจาก 22 ล้านครัวเรือน เป็น 25 ล้านครัวเรือน โดยเพิ่มเติมในส่วนของผู้ที่ไม่มีทะเบียนบ้าน 3 ล้านครัวเรือน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในส่วนการใช้ซอฟต์แวร์ตรวจยืนยัน

ผู้มีสิทธิใช้คู่มือ และค่าบริการจัดส่งคู่มือถึงบ้านเรือนประชาชนผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) รวมเป็นงบดำเนินการทั้งสิ้น 900 ล้านบาท

นายสุภากรกล่าวว่า จากนั้น ในวันที่ 27 พฤษภาคมนี้ บอร์ด กทปส.จึงมีการประชุมหารือถึงเรื่องความเหมาะสม ไปจนถึงการสรุปมูลค่าคู่มือเงินสนับสนุนค่าอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัลตามต้นปี 2557. เสนอมา มีมูลค่าที่ 1,000 บาทต่อครัวเรือน ทั้งนี้ บอร์ด กทปส. พร้อมจะพิจารณาข้อสรุปประกอบและฐานอ้างอิงมูลค่าคู่มือที่แท้จริงจากทางฝ่ายคณะกรรมการองค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ภาคประชาชน ที่เสนอเข้ามา 512 บาทต่อครัวเรือนด้วยเช่นกัน ก่อนหน้านี้ที่ประชุม กทปส.ได้ส่งหนังสือแจ้งให้องค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ส่งรายละเอียดข้อมูลจำนวนมูลค่าคู่มือที่แท้จริงและที่มาของมูลค่าคู่มือให้กับ กทปส.ภายในวันที่ 27 พฤษภาคม

"กระบวนการต่างๆ ในความรับผิดชอบของ กทปส. คาดจะสามารถสรุปผลทั้งหมดได้ในวันที่ 27 พฤษภาคม ทั้งเรื่องหลักเกณฑ์ต่างๆ ราคา คู่มือ และอีกกฎหมาย จากนั้นจะรีบนำสรุปข้อมูลเสนอบอร์ด กสทช. พิจารณากันทีเพื่อเห็นชอบต่อไป คาดว่าการแจกคู่มือให้แก่ประชาชนจะเกิดขึ้นราวปลายเดือนพฤษภาคมหรือต้นเดือนสิงหาคมนี้"

นายสุภากรกล่าว

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ก่อนหน้านี้ กสทช.วางแผนแจกคู่มือประมาณเดือนมิถุนายน นอกจากนี้เมื่อเร็วๆ นี้สภาทนายความและสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้หารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านระบบออกอากาศโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล อาทิ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) และสำนักงานคณะกรรมการ

คุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อจัดทำแผนการศึกษาเรื่อง "ปัญหาและผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล" ให้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) รับทราบ

แหล่งข่าวจากสภาทนายความเปิดเผยว่า สภาทนายความได้ให้ข้อเสนอแนะว่า กสทช.ควรมีมาตรการควบคุมดูแลผู้ให้บริการเคเบิลโทรทัศน์ ทั้งนี้ให้สามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพและเป็นธรรม แม้จะมีกฎมัลดีแคร์ให้ผู้บริการเคเบิลต้องยื่นข้อออกอากาศสัญญาณดิจิทัลที่พร้อมแล้ว แต่ควรมีการกำหนดโทษที่ชัดเจนหากผู้ให้บริการต้องยื่นบริการเกินค่าบริการเพิ่มเติมในการให้บริการทีวีดิจิทัลกับผู้บริโภค และควรเฝ้าระวังเนื้อหาไม่เหมาะสมเพราะมีช่องทีวีเพิ่มถึง 24 ช่อง หากมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การโฆษณาชวนเชื่อเป็นเชิง การหลอกลวงสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานอาหารและยา (อย.) การโฆษณาผู้บริโภคด้วยสิ่งผิดศีลธรรมหรือปฎิหาริย์ และเนื้อหาที่สื่อไปในทางลามกอนาจาร เป็นต้น รวมถึงควรจัดตั้งสายด่วนทีวีดิจิทัล นอกจากนี้ กสทช.ควรเยียวยาผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนระบบออกอากาศโทรทัศน์ได้ ความถี่หลักเกณฑ์การอุดหนุนที่ชัดเจน และมีการนิยามระดับของผลกระทบที่จำเป็นต้องได้รับการเยียวยาทั้งกับผู้บริโภคและผู้ธุรกิจ



<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> Prachachat Teraki Circulation: 120,000 A4 Rate: 1,300	<b>Section:</b> การตลาด/ไอซีที
	<b>วันที่:</b> พฤศจิกายน 15 - อาทิตย์ 18 พฤษภาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 36 <b>ฉบับที่:</b> 4627 <b>หน้า:</b> 32(บน), 29 <b>Col.Inch:</b> 87.34 <b>Ad Value:</b> 113,542 <b>PRValue (x3):</b> 340,626 <b>ศิลปิน:</b> สีสี่ <b>หัวข้อข่าว:</b> ตะลุยตลาด 'บ้านหม้อ' เซตท็อปบ็อกซ์ดิจิทัลฟรี-ดริมบ็อกซ์หุดหาย

## บุกตลาด "บ้านหม้อ" เซตท็อปบ็อกซ์ดิจิทัลฟรี ดริมบ็อกซ์หาย

อ่านหน้า 29

# ตะลุยตลาด 'บ้านหม้อ' เซตท็อปบ็อกซ์ 'ดิจิทัล' ฟรี-ดริมบ็อกซ์หุดหาย



**ท**ั้งเปิดประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่องธุรกิจเมื่อปลายปี จนถึงการเริ่มทดลองออกอากาศเมื่อต้น เม.ย.ที่ผ่านมา แม้หลายฝ่ายจะบอกว่าการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัลของไทยจะดูเรียบง่าย ง่าย ๆ แต่เมื่อผู้สื่อข่าว "ประชาชาติธุรกิจ" ลงพื้นที่สำรวจ "บ้านหม้อ" แหล่งรวมอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ พบว่าทั้งร้านแผงลอยและร้านค้าห้างสรรพสินค้า

ขนอุปกรณ์สำหรับรับชมทีวีดิจิทัลมาวางขายอย่างคึกคัก ทั้งกล่องแปลงสัญญาณหรือ Set-Top-Box เสาร์ับสัญญาณหลากหลายรูปแบบ ยี่ห้อหลัก ๆ ที่วางขายในบ้านหม้อ คือ "สามารถ" และ "MCOI" ขึ้นชื่อว่า "บ้านหม้อ" สินค้าที่วางขายย่อมถูกกว่าที่อื่น อย่างกล่อง "สามารถ" รุ่น Strong Pro (ใช้ชิปรับสัญญาณของโซนี่) ปกติขายกันอยู่ที่ 1,450 บาท แต่ที่นี้ขาย 1,150 บาท ประกัน 1 ปี ส่วน

ของ "MCOI" รุ่น View ราคาปกติอยู่ที่ 1,299 บาท ที่นี้ขาย 1,200 บาท ประกัน 2 ปี สำหรับเสารับสัญญาณนั้น มีแบบตั้งในร้าน ราคา 200-300 บาท เสากังปลาขนาดใหญ่ ราคา 500 บาท และเสารับสัญญาณในรถยนต์ ราคา 400 บาท

แต่ที่แปลกกว่านั้น มีบางร้านนำกล่องที่ใช้ในบ้านมาขายเป็นกล่องสำหรับใช้ในรถยนต์ เช่น รุ่น Strong ของสามารถที่ปกติใช้ภายในอาคาร แต่อุปกรณ์รับ

รหัสข่าว: C-140515023182 (14 พ.ค. 57/05:38)

หน้า: 1/2



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/178 แขวงราชพฤกษ์ เขต 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2253-6000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5091, 0-2651-4701 อีเมล help@iqnewsclip.com

<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> <small>Prachachat Terakij Circulates: 120,000 Ad Rate: 1,300</small>	<b>Section:</b> การตลาด/ไอซีที <b>วันที่:</b> พฤหัสบดี 15 - อาทิตย์ 18 พฤษภาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 36 <b>ฉบับที่:</b> 4627 <b>หน้า:</b> 32(บน), 29 <b>Col.Inch:</b> 87.34 <b>Ad Value:</b> 113,542 <b>PRValue (x3):</b> 340,626 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> ตะลุยตลาดบ้านหม้อ'เซตท็อปบ็อกซ์'ดิจิทัล'หรับ-ตรีหม้อบ็อกซ์พทหาย		

สัญญาฉบับก่อนข้างแรง พอดีหัวโลจึงนำไปตัดแปลงตัวสำรองไฟให้เหมาะกับใช้ในรถยนต์ แล้วอีพราคาเพิ่มจาก 1,350 บาท ให้เป็น 1,650 บาท

รวมกับชุดเสาสัญญาณแล้วจ่ายเงินไม่ถึง 2,000 บาท จากปกติที่อุปกรณ์กลุ่มนี้ต้องขายกันหลักหมื่นบาท

เจนวิศกรกรมไทยคิดประดิษฐ์เองแบบมี "ทีวี ดูมกใจดี" กรรมการผู้จัดการบริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด ผู้ผลิตกล่อง "สามารถ" ยอมรับว่าตกใจ

"ตกใจที่เห็นลูกค้าเอาไปทำแบบนี้ แต่ก็ต้องยอมรับว่าหากบริษัทเราใส่ไว้ในกล่องรุ่น Strong มีกำลังแรง เพราะต้องการคอมพิวเตอร์ช่วงแรกทีสัญญาณทีวีดิจิทัลต่าง ๆ ยังส่งมาไม่ถึง พออุปกรณ์ภาครับแรงข้างเทคนิคจึงนำไปตัดแปลง ทำให้ใช้ในรถได้ ส่วนจะเข้าไปควบคุมราคาหรือไม่ ก็คงไม่ขนาดนั้น เพราะที่อื่นก็ขายราคาปกติ แต่ที่นี้คนซื้อต้องรับความเสี่ยงเองว่าจะดูทีวีดิจิทัลในรถได้ชัดขนาดไหน"

ด้านผู้ดำเนินบ้านหม้อเปิดเผยว่า มีคนมาถามถึงกล่องทีวีดิจิทัลเยอะ ทำให้ยอดขายโดยรวมมาจากกล่องประเภทนี้เป็นหลัก จากเดิมอยู่ที่กล่องดาวเทียม ดิจิทัล ลูกค้าเข้ามาในร้านเกือบถึงก่อน เนื่องจากติดตั้งง่าย แต่มีเสารับสัญญาณและเสียบกล่องกับเสาและโทรทัศน์ก็ใช้งาน และลูกค้าส่วนใหญ่มีเสาแล้วทำให้ประหยัดเงินขึ้นไปอีก

"ถึงการรับชมทีวีดาวเทียมจะมีข้อจําหน่ายให้ดูมากกว่า แต่ตอนนี้ทีวีดิจิทัลกำลังแพร่หลาย ทำให้ลูกค้านิยมดูกล่องตัวนี้กันเยอะ จนบางทีกล่องดาวเทียมก็ขายไม่ได้เลย ส่วนคนที่มิจาดาวเทียมที่บ้านอยู่แล้วก็ยังมีมาหาซื้อกล่องทีวีดิจิทัล เพราะอยากรับชมทีวีทีวีแบบ HD (ความคมชัดสูง) ไม่เหมือนกับดาวเทียมให้ดูเต็มทีแค่ SD (คมชัดปกติ) ซึ่งกลุ่มนี้พวกผมสามารถขายเสารับสัญญาณได้ด้วย และรุ่นที่ฮิตติดตลาดตอนนี้คือเสายาวหน้านิ้ว ซีอีโอคือเรอเทค ราคา 400 บาท ส่วนทีวีดาวเทียมก็ยังมีพอขายได้ แต่ไม่คิดค้เหมือนช่วงกล่องฟุตบอลอะไร"

ผู้ค้าอีกรายกล่าวว่า ลูกค้าไม่ค่อยสนใจกล่องและจานสำหรับทีวีดาวเทียม เพราะจุดประสงค์ของการดูทีวีดาวเทียมคือดูฟรีทีวีได้ชัด เมื่อเทียบราคาระหว่างชุดรับชมทีวีดาวเทียมที่ต้องมีทั้งกล่องรับสัญญาณและจานดาวเทียมกับชุดดูทีวีดิจิทัล ทีวีดิจิทัลถูกกว่าเกือบ 1,000 บาท ดูฟรีทีวีได้ชัดแถมมี 48 ช่อง

สำหรับจานดาวเทียมรวมกับทีวีรับสัญญาณ ราคาอยู่ที่ 400-600 บาท ส่วนกล่องทีวีดาวเทียม ราคาจะแตกต่างกันตามแบรนด์ของผู้ให้บริการและคอนเทนเนอร์อย่างถ้าเป็นกล่องทั่วไป รับชมได้แค่ SD ราคาอยู่ที่ 900-1,200 บาท มีที่ถือถือโอแพท, ไอพีเอ็ม และแถมมีบางรุ่น ถัดกล่อง HD จะอยู่ที่ 2,000 บาท เมื่อรวมกับค่าติดตั้งทั้งหมดจะประมาณ 3,000 บาท

ก่อนหน้านี้ "บ้านหม้อ" เคยเป็นแหล่งจำหน่ายกล่อง "ตรีหม้อบ็อกซ์" สำหรับลักลอบชมคอนเทนต์ของทีวีบอกรับสมาชิก แต่ปัจจุบันร้านค้าที่ขายกล่องเหล่านี้เริ่มลดน้อยลงจากเดิมมีแทบทุกร้านในซอยบ้านหม้อ

ผู้ค้าขายกล่องตรีหม้อบ็อกซ์บอกว่าพอขายได้บ้าง ส่วนใหญ่เอาไปดูกีฬา โดยเฉพาะฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ แต่ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้ผู้ถือลิขสิทธิ์ป้องกันการลักลอบสัญญาณได้ดีขึ้น รวมถึงแพ็คเกจการรับชมก็ถูกลง ทำให้กล่อง

ประเภทนี้ไม่ได้รับความนิยมเหมือนก่อน กล่องไอพีทีวีเดือนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการรับส่งสัญญาณ (IPTV) ก่อนหน้านี้ได้รับความนิยม เพราะใช้ลิมิตอินเทอร์เน็ตความเร็ว 2 Mbps ก็ชมช่องรายการต่าง ๆ จากทรูวิชั่นส์, ซีทีเอช และดาวเทียมของต่างประเทศได้ แดงมีภาพยนตร์ใหม่มาโรงทุกสัปดาห์ แลกกับค่าบริการรายเดือน 250 บาท ส่วนราคากล่อง เริ่มต้นที่ 2,000 บาทขึ้นไป

"ตอนนี้กล่องไอพีทีวีเดือนก็มีขายกันอยู่ เน้นไปที่กล่องแอนดรอยด์ เพราะสามารถปรับปรุระบบให้เจาะทะลุการป้องกันของผู้ถือลิขสิทธิ์ผ่านคนทำเซิร์ฟเวอร์กว่า 10 เจ้า จากเดิมที่กล่อง

ไอพีทีวีทำงานบนลินุกซ์ ซึ่งปรับการใช้งานค่อนข้างลำบาก แต่ก็ยอมรับว่ากระแสกล่องนี้ตกลงเล็กน้อย เพราะลูกค้านักดูไม่ได้ต่อเนื่อง และมีทเรียนจากกรณีที่ทรูจะจับสัญญาณมาแล้ว"

<b>ไทยรัฐ</b> Title Rate Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,500	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ			
	<b>วันที่:</b> ศุกร์ 6 มิถุนายน 2557			
	<b>ปีที่:</b> 65	<b>ฉบับที่:</b> 20590	<b>หน้า:</b> 9(กลาง)	
	<b>Col.Inch:</b> 10.94	<b>Ad Value:</b> 17,504	<b>PRValue (x3):</b> 52,512	<b>คลิป:</b> ข่าว-คำ
	<b>หัวข้อข่าว:</b> คุปองทีวีดิจิตอลแจกแถมรูปให้บ้านละพันบาท			

**คุปองทีวีดิจิตอลแจกแถมรูปให้บ้านละพันบาท**

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาและผู้อำนวยการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทปส.)เปิดเผยว่าที่ประชุมบอร์ดกทปส.เห็นชอบราคาคุปองทีวีดิจิตอล 1,000 บาทต่อครัวเรือนแจกให้ 25 ล้านครัวเรือน วงเงิน 25,000 ล้านบาท ส่วนจะนำเรื่องดังกล่าวไปรับฟังความคิดเห็นสาธารณะหรือไม่ ต้องรอการพิจารณาของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)พิจารณาวันที่ 8 มิ.ย.นี้ “การแจกคุปองอาจล่าช้าไปบ้าง แต่ขอให้ทุกฝ่ายมั่นใจว่าจะมีการแจกคุปองแน่นอน”

นายฐากรกล่าวต่อว่า ที่ประชุมกทปส.ยังมีมติให้ยกเลิกสัญญาโครงการทีวีไอพีเพื่อประชาชน ที่ทำกับสำนักปัดกระหวางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) วงเงิน 950 ล้านบาท โดยให้สำนักงาน กสทช.เรียกเงินสนับสนุนดังกล่าวคืนด้วย เนื่องจากผิดเงื่อนไขหลายข้อ.



<b>ข่าวสด</b> Class Set Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	<b>Section:</b> First Section/เศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> พุธ 18 มิถุนายน 2557 <b>ปีที่:</b> 24 <b>ฉบับที่:</b> 8603 <b>หน้า:</b> 8(บนขวา) <b>Col. Inch:</b> 37.59 <b>Ad Value:</b> 41,349 <b>PRValue (x3):</b> 124,047 <b>คลิก:</b> ขาว-ดำ <b>หัวข้อข่าว:</b> คสช.ทบทวนแจกคู่มือทวิจิตติคอลส่งเบรก'กสทช.'ประมูลแสนล้านคลื่น900-1800			

# กสช.ทบทวนแจกคู่มือทวิจิตติคอล ส่งเบรก'กสทช.'ประมูลแสนล้านคลื่น900-1800

กสช.สั่งตัวให้กสทช.เบรกประมูลคลื่น 800-1900 และแจกคู่มือช้อกล้องดิจิทัล รวมมูลค่ากว่า 1 แสนล้านบาท สั่งส่งข้อมูลมาตรวจสอบก่อน

เลขาธิการกสทช.ออกในที่ประชุมมหาทางออก ด้านปลัดบัญชีทุน,ชี้เงินกองทุนวิจัยฯของกสทช.กว่า 2 หมื่นล้าน นำมาใช้งบประมาณ

นายฐกร ศักดิ์สิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดศัหวว่า พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา หัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) มีหนังสือด่วนเขียนด้วยลายมือ ถึงสำนักงานกสทช. ให้ชะลอการดำเนินการ 4 โครงการ มูลค่าเกือบ 1 แสนล้านบาท ไว้เป็นการชั่วคราวเพื่อความโปร่งใส จนกว่าจะมีการตรวจสอบรายละเอียดให้ครบถ้วนก่อน

นายฐกรกล่าวอีกว่า สำหรับ 4 โครงการที่ กสทช. ได้รายงานคสช.ประกอบด้วย ประมูลคลื่นความถี่ 900 และ 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ รวม 4 ใบอนุญาต 42,900 ล้านบาท แบ่งเป็น ใบอนุญาต 1800 มูลค่า 23,200 ล้านบาท และใบอนุญาต 900 มูลค่า 19,700 ล้านบาท โครงการแจกคู่มือสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัล 25 ล้านครัวเรือน

มูลค่า 2.5 หมื่นล้านบาท และโครงการบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม (ชูเอสไอ) มูลค่า 2 หมื่นล้านบาท”

เลขาธิการ กสทช. กล่าวอีกว่า จะนำเสนอเรื่องทั้งหมดเข้าสู่ที่ประชุมบอร์ด กสทช. เพื่อออก 4 โครงการดังกล่าวออกจากที่ประชุมระหว่างวันที่ 18-19 มิ.ย. นี้ พร้อมหารือถึงแนวทางคำสั่งกสทช. โดยเฉพาะโครงการเร่งด่วน คือ การประมูลคลื่น 1800 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่จะต้องให้ใบอนุญาตรายใหม่ภายในวันที่ 1 ก.ย. เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความคับแค้นจากประชาชนเรื่อง มาตรการคุ้มครองผู้ใช้บริการที่มีสิ้นสุดสิ้นปีตาม หรือสัญญาให้บริการ โทรทัศน์เคลื่อนที่ พ.ศ.2556 จะสิ้นสุดระยะเวลาคุ้มครองผู้ใช้บริการในวันที่ 15 ก.ย.2557

ด้านพล.ท.อนันตพร กาญจนรัตน์ ปลัดบัญชีทหารบก ในฐานะประธานคกร. กล่าวว่า เงินกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ประมาณ 23,000 ล้านบาท มองว่าเป็นเงินจำนวนมากที่กสทช.ดูแล หากจัดส่งเงินที่เหมาะสมเข้าสู่ระบบงบประมาณ ได้ จะเป็นประโยชน์กับประเทศชาติมากกว่า

<b>ไทยโพสต์</b> Title Post Circulation: 450,000 Ad Rate: 830	<b>Section:</b> First Section/เศรษฐกิจ
	<b>วันที่:</b> อังคาร 8 กรกฎาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 18 <b>ฉบับที่:</b> 6454 <b>หน้า:</b> 7 (ล่างซ้าย) <b>Col./inch:</b> 14.90 <b>Ad Value:</b> 12,665 <b>PRValue (x3):</b> 37,995 <b>ศิลปิน:</b> ชวาง-คำ <b>หัวข้อข่าว:</b> กสท.กระทุ้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลล่าช้า

## กสท.กระทุ้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลล่าช้า

**พลโยธิน** • พอนที ศุภรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ที่ประชุมคณะกรรมการ กสทช.ได้รับรายงานผลการดำเนินการติดตั้งสถานีวิทยุคมนาคมเพื่อให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ในระยะ 1 ปีแรก ระหว่างวันที่ 1 เม.ย.57-1 มิ.ย.57 โดยกองทัพบก และองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ไทยพีบีเอส ได้แจ้งว่า การติดตั้งโครงข่ายล่าช้า

1-3 สัปดาห์ แต่ก็สามารถติดตั้งครบแล้วทั้ง 11 สถานีหลัก ครอบคลุมพื้นที่ 50% ของครัวเรือนตามกรอบที่วางไว้ ส่วนอีก 2 ราย คือ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และกรมประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีการส่งรายงานเข้ามาชี้แจง

ทั้งนี้ มองว่าในระยะที่ 2 เริ่มติดตั้งระหว่างวันที่ 1 ส.ค.57-1 มิ.ย.58 จะต้องมีความชัดเจนในการขยายโครงข่าย หากมีความล่าช้าเป็นเวลานานอาจส่งผลกระทบต่อ การแจกจ่ายเงินสดแลกซื้ออุปกรณ์รับชมได้ เพราะจะต้องแจกตามพื้นที่จริงเพื่อออกอากาศ

ระบบดิจิทัล ซึ่งหากยังไม่มี ความเรียบร้อยและเป็นไปตามกำหนดก็จะมีมาตรการตามล่าก็คือ เคเบิลปรับ ทักไว้ และเคเบิลใยแก้วใน อนาคต พอนทีกล่าวต่อว่า ที่ประชุม ยังอนุมัติให้ 17 ช่องรายการ ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ ไม่ใช่คลื่นความถี่ (ดาวเทียม-เคเบิลทีวี) ต่ออายุใบอนุญาตเป็น 2 ปี และมี 1 ช่องรายการที่อนุมัติให้ออกอากาศได้ทันที เนื่องจากได้ตรวจสอบเนื้อหาแล้วเป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการฯ ลงบ.แห่งชาติ ฉบับที่ 27 ส่วนอีก 16 ช่องรายการ อยู่ระหว่างการพิจารณาเนื้อหา.



<b>มติชน</b> ทรูสมบาย Notices (M4-Day) Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,550	<b>Sectios:</b> First Section/เศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> พุธ 9 กรกฎาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 13268 <b>หน้า:</b> 9(กลาง) <b>Col.Inch:</b> 28.85 <b>Ad Value:</b> 44,717.50 <b>PRValue (x3):</b> 134,152.50 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> ขู่ลงดาบ'อสมท-กรมประมง'เหตุตั้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลอีดี

# ขู่ลงดาบ'อสมท-กรมประมง'

## ●เหตุตั้งโครงข่ายทีวีดิจิตอลอีดี

พ.ณ.ที สุภวัฒน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ที่ประชุมบอร์ด กสท. วันที่ 7 กรกฎาคม มีมติให้สำนักงาน กสทช.ส่งเอกสารตักเตือน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และกรมประมงสันติพันธ์ ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิตอลภาคพื้นดิน แต่จนถึงขณะนี้ทั้ง 2 หน่วยงานยังไม่ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงานติดตั้งและให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิตอลระยะ 1 ที่กำหนดระยะเวลาเดือนเมษายน-มิถุนายน 2557 ต้องควบคุมการเข้าถึง

ประชาชนในประเทศ 50% ใน 11 จังหวัด จึงต้องการให้ทั้ง 2 หน่วยงานชี้แจงโดยเร็ว พ.ณ.ทีกล่าวว่ มาตรการจะมีตั้งแต่กเดือน เมื่มี 20,000 บาทต่อวัน พักใช้ และเพิกถอนใบอนุญาต ส่วนที่ส่งรายงานแล้วแต่ล่าช้ากำหนด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส โดยให้เหตุผลเรื่องการประสานงานในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ต้องใช้โครงสร้างพื้นฐานด้วยกัน กสท.เห็นว่าคำชี้แจงรับฟังได้ อย่างไรก็ตามได้ตั้งขั้วว่าในระยะ 2 ต้องเป็นไปตามแผน พ.ณ.ทีกล่าวว่ ที่ประชุมยังรับทราบเรื่องสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสยื่นเรื่องร้องเป็น ผู้เสียหายในคดีที่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทน



พ.ณ.ที สุภวัฒน์

เมนต์ จำกัด หรือสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 พ้อง กสทช. ต่อศาลปกครองกลางเพื่อขอยกเลิกมติบอร์ด กสท. ให้ช่อง 3 สิ้นสุดการเป็นผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์เป็นการทั่วไป หรือเสรีทีวีในระบบนอกสื่อฯ โดยไทยพีบีเอสแจ้งศาลปกครองแล้วว่ กรณีช่อง 3 พ้อง กสทช. ได้สร้างความเสียหายให้ไทยพีบีเอสเพราะทำให้กระบวนการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกสู่ทีวีดิจิตอลล่าช้า และไทยพีบีเอสจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการออกอากาศทีวีอนาล็อกภายใน 3 ปี หรือภายในปี 2559



<b>ฐานเศรษฐกิจ</b> <small>Thaasetsakdi</small> <small>Circulation: 110,000</small> <small>Ad Rate: 1,250</small>	<b>Section: Marketing/ตลาด</b> <b>วันที่: พุธที่ 7 - เสาร์ 9 สิงหาคม 2557</b> <b>ปีที่: 34 ฉบับที่: 2972 หน้า: 23(กลางซ้าย)</b>	
	<b>Col.Inch: 44.55 Ad Value: 55,687.50</b>	<b>PRValue (x3): 167,062.50 คลิป: ดีลี</b> <b>หัวข้อข่าว: รุมจวก'กสทช.'กลุ่บเพลิง ทวีติจิตอลยื่นค่านแกลงอุปอ</b>

## รุมจวก'กสทช.'กลุ่บเพลิง ทวีติจิตอลยื่นค่านแกลงอุปอ

ประธานคณะกรรมการด้านกฎหมาย เสนอแนวทางการปฏิรูปกสทช. ดึงงบค่าใช้จ่ายมาปลายสูงสัดส่วนทาง การทำงาน พร้อมมุ่งให้เกิดการแข่งขัน เสรี ด้านผู้ประกอบการวิทยุ อณูสทช. ออกาได้ใบอนุญาตตัวจริง เนื่องจากขาด รายได้ ขณะที่ทีวีดิจิทัลส่งสัญญาณไป ไม่รอด ส่วนสมาพันธ์สมาคมวิชาชีพ กูระจายเสียงฯ เตรียมยื่นร้องคสช. ขอ ะลดจ่าค่าประมูลและเพิ่มราคาอุปอ

สืบเนื่องจากเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม ที่ผ่านมามีสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ แห่งประเทศไทยร่วมกับสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และศูนย์ศึกษาวิจัยรวม กูระจาย และ นโยบายสื่อ ได้จัดงานเสวนาหัวข้อ "ปฏิรูป กสทช. เพื่อการปฏิรูปสื่อ" โดย ภายในงานครั้งนี้ได้มีนักวิชาการ และ คณะทำงานของ กสทช.เข้าร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนมากมาย โดยนางสาวสุวรรณา สมบัติรักษาสุข ประธานคณะกรรมการ ด้านกฎหมายและนโยบายสื่อ ศูนย์ศึกษา วิจัยรวม กูระจาย และนโยบายสื่อ เปิด แลยว่า ในช่วงที่ผ่านมา กสทช. มีสิ่งที่จะต้อง ปรับปรุงหรือปฏิรูปในหลากหลายมิติ อาทิ 1. การบริหารจัดการ เช่น แผน แม่บท, โครงสร้างสำนักงาน และคณะ อนุกรรมการ เป็นต้น 2.ทรัพยากรมนุษย์ 3.กฎระเบียบ 4. งบประมาณ ขณะเดียวกั นสิ่งที่กสทช.จำเป็นต้องปฏิรูปอย่างย้ง คือในเรื่องการใช้ข้อมูลกสทช.และการตี ความที่กสทช.นำมาใช้ไม่ถูกต้อง รวมถึง การแข่งขันเสรีที่เป็นธรรมด้วย

อีกทั้งในเรื่องที่สังคมควรจับตา มองอย่างยิ่งคือในเรื่องของงบประมาณ

ค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่างๆ ของกสทช.ใน ปี 2556 เปรียบเทียบกับปี 2557 พบว่า ค่าใช้จ่ายโดยรวมจากปีที่ผ่านมามีเพิ่มขึ้น กว่า 400 ล้านบาทโดยเฉพาะในส่วนของ ค่าจ้างที่ปรึกษาในปี 2556 มีการใช้จ่าย อยู่ที่ประมาณ 329 ล้านบาท ขณะที่ในปี 2555 ใช้จ่ายเพียง 106 ล้านบาท ขณะที่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปดูงานต่าง ประเทศก็มีอัตราเพิ่มขึ้นเช่นกันจากเดิม ในปีที่ผ่านมาใช้อยู่ที่ประมาณ 250 ล้าน บาท ขณะที่ปีก่อนหน้าใช้จ่ายอยู่ที่ประ มาณ 206 ล้านบาทเท่านั้น ซึ่งการใช้จ่าย เงินที่เพิ่มขึ้น แต่โดยความคิดเห็นส่วนตัว ยังมองไม่เห็นงานที่เป็นรูปธรรม

เรื่องของทีวีดิจิทัลที่ยังไม่ ชัดเจน หลายฝ่ายคาดว่าผู้ประกอบการ จำนวน 24 ราย จะมีบางรายที่ไปไม่รอด เนื่องจากการแข่งขันของช่องทีวีที่มากเกินไป

ทั้งที่ในความเป็นจริงช่องทีวีใน 1 ช่อง สามารถมีประเภทรายการที่หลากหลาย ได้ ขณะเดียวกันในเรื่องของค่าใช้จ่าย ดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้นของกสทช. ก่อน ี้อาจยังไม่เห็นงานที่เป็นรูปธรรม ดังนั้น โนเบื้องต้นอยากเสนอแนวทางการปฏิรูปให้ กสทช. ดังนี้คือ สร้างความเข้มแข็งกลไก การตรวจสอบปรับปรุงกฎหมาย และ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร นอกจากนี้ ควรเร่งให้ความสำคัญกับสื่อวิทยุ กูระจายเสียงด้วยเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันมี จำนวนคลื่นจำกัดมาก และส่วนใหญ่เป็น คลื่นหน่วยงานของรัฐดังนั้นต้องถามว่า หน่วยงานภาครัฐที่ถือครองอยู่ขณะนี้ จำเป็นหรือไม่?

ด้านผู้ประกอบการวิทยุท้องถิ่น

ระบุว่า ปัจจุบันการจัดทำข้อมูลของ กสทช. ยังไม่เป็นระบบ เพราะในช่วงที่ ผ่านมาหลังจากที่กลุ่มวิทยุชุมชนเขายื่น ขอบอนุญาตประกอบกิจการ ขณะนี้เรื่อง ดังกล่าวยังล่าช้าอยู่มากซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ ในพื้นที่ท้องถิ่นจำนวนมากโดยเฉพาะ เรื่องของรายได้ที่ขาดหายไปเป็นเวลา เกือบ 2 เดือนเพราะไม่มีใบอนุญาตตัว จริง ได้มาเพียงแต่ใบทดลองการออก อากาศเท่านั้น พร้อมทั้งสิ่งที่ผู้ประกอบการ ประสบปัญหาส่วนใหญ่คือเรื่องการ สื่อสารของกสทช. ที่ไม่สอดคล้องกับการ ปฏิบัติงาน เพราะที่ผ่านมากสทช.จะเ็น การออกหมายตักเตือนว่าจะดำเนินการ เรื่องวิทยุในแง่ต่างๆ แต่ในขณะที่ภาค ปฏิบัติยังไม่เป็นไปตามวิธีดังกล่าว หรือ ทั่งในเรื่องข้อมูลกฎหมายฉบับใหม่ที่ทับ ซ้อนฉบับเก่าที่ยังเกิดปัญหาอยู่

ล่าสุดสมาพันธ์สมาคมวิชาชีพ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ นำ โดยนางจันทร์ คีรีตัน นายกสมาพันธ์ ร่วมกับตัวแทนบริษัทผู้ประมูลช่องดิจิ ตอล อาทิ ช่อง 3, ช่อง 7, ไทย ทีวีวี, นิวทีวี เตรียมเปิดแถลง การณ์และยื่น จดหมายร้องเรียนต่อ คสช. เนื่องจากได้ รับผลกระทบจากการทำงานของ กสทช. ใน 2 เรื่อง คือ ะลดจ่าค่าประมูลของ รายการทีวีดิจิทัลและค่าธรรมเนียม ต่างๆ จนกว่าจะมีมาตรการหรือแผนงาน ที่ชัดเจน เพื่อเยียวยาผู้ประกอบการช่อง ทีวีดิจิทัลที่ได้รับผลกระทบจากการ ดำเนินงานที่ล่าช้าของ กสทช. และตัด ค่านการแจกอุปอในราคา 690 บาท เนื่องจากการทำงานที่ประมาทได้ทั่วประเทศ พบว่า ราคาที่ประชาชนต้องการรับ แลกอุปอที่แท้จริง คือ 1,000 บาท

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> Krungthep Trajidi Circulation: 149,530 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> จันทร์ 8 กันยายน 2557 <b>ปีที่:</b> 27 <b>ฉบับที่:</b> 9482 <b>หน้า:</b> 1(ขวา), 4 <b>Col. Inch:</b> 58.87 <b>Ad Value:</b> 139,521.90 <b>PRValue (x3):</b> 418,565.70 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> แจกคู่มือวีดิทัศน์ส่วนกลาง กทท.-กองสลาก
---	--

## แจกคู่มือที่วีดิทัศน์ส่วน กลาง กทท.-กองสลาก

โครงการแจกคู่มือวีดิทัศน์ส่วนกลาง กทท.รับกองสลากแจ้งปัญหาขึ้นตอนพิมพ์สื่อครั้งแรกในวันที่ 15 ต.ค.นี้ หรือกรรมการปกครองหาช่องทางกระจายคู่มือ แจกตามแผนเดิมจับตัวแบบบอร์ดกลาง.กทท.ของวันให้ดูเพิ่มเติมกฎมีสื่อที่เผยแพร่ถ่ายทอดเอเชียเกมส์ หลัง "ทีวีพูล" ของอีสต์ฟางของวอนเลือก

จากกรณีที่ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวในรายการคืนความสุขให้คนในชาติเมื่อวันที่ 5 ก.ย.ที่ผ่านมา ประเด็นหนึ่งคือให้ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทท.) แจกคู่มือที่วีดิทัศน์ให้กับประชาชน และแก้ปัญหาข้อขัดแย้งต่างๆ อย่างรอบคอบ

ขณะที่สำนักงาน กทท. ประกาศขึ้นตอนการแจกคู่มือที่วีดิทัศน์ โดยคู่มือมีมูลค่า ๑๐ บาท เริ่มแจกวันที่ 15 ต.ค.นี้ ปีนี้กำหนดแจก 45 จังหวัด จำนวน 11.45 ล้านครัวเรือนรวมกันทั้งสิ้นปี 2558 แจกครบทั่วประเทศ



สุภากร ตังเทพสิทธิ์

จำนวน 22.9 ล้านครัวเรือน

นายสุภากร ตังเทพสิทธิ์ เลขาธิการ กทท. กล่าวว่า ขณะนี้เกิดปัญหาขึ้นตอนการพิมพ์คู่มือและวีดิทัศน์แจกคู่มือ หลังจากประสานไปยังสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลหน่วยงานที่รับผิดชอบการพิมพ์คู่มือเมื่อปลายปีปลายปีที่ผ่านมาก โดยต้องการให้พิมพ์คู่มือสื่อแรกเดือนต.ค.นี้ จำนวน 5 ล้านฉบับ

**อ่านต่อหน้า > 4**  
**ต่อจากหน้า > 1**  
**: แจกคู่มือ**

ปรากฏว่ากองสลากแจ้งว่าไม่สามารถพิมพ์ไม่

ได้ทันตามกรอบเวลาดังกล่าว เพราะต้องนำเรื่องเสนอคณะกรรมการกองสลากก่อน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณา

นอกจากนี้ยังมีปัญหาการพิมพ์ตัวคู่มือที่กำหนดรูปแบบใส่เลขที่บัตรประชาชนของเจ้าบ้าน เลขที่ทะเบียนบ้าน เพื่อแสดงสิทธิการให้คู่มือของแต่ละครัวเรือน แต่จากการหารือกับกรมการปกครอง ได้รับการชี้แจงว่า การแสดงเลขที่บัตรประจำตัวประชาชน ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งการแสดงเลขที่บัตรประชาชนบนคู่มือ ทำให้ไม่สามารถส่งทางไปรษณีย์ได้เช่นกัน

ตั้งแต่วันที่ 1 (ก.ย.) เตรียมหารือกับกรมการปกครอง เพื่อหารือการพิมพ์ รายละเอียดการแจกคู่มือที่ถูกต้องตามกฎหมาย และจะหารือด้วยว่า มีช่องทางแจกคู่มือผ่านองค์การบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่นได้หรือไม่ หากไม่สามารถแจกทางไปรษณีย์ได้

ขึ้นตอนการพิมพ์และการแจกคู่มือ กทท. ต้องการทำให้รอบคอบ เพื่อความโปร่งใส และป้องกันหากรูขี้นไม่ได้มากที่สุด แต่ยอมรับว่า อาจไปถึงไม่ได้ 100% และยืนยันว่าจะดำเนินการแจกคู่มือตามแผนเดิมที่กำหนดไว้ในวันที่ 15 ต.ค.นี้ นายสุภากร กล่าว

### ตกแก้ปัญหาออนไลน์ช่อง 3

นางสาวสุภากร ตังเทพสิทธิ์ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทท.) เป็นฝ่ายว่าวันในการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) สำนักงาน กทท. ยังไม่ได้เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับแนวทางการการปกครองที่ใช้แผนเดิมในแนวทางออกอากาศช่อง 3 อนลีสติก หลังสิ้นสุดการทำหน้าที่พิธีวีดิทัศน์เมื่อวันที่ 1 ก.ย.ที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลให้โครงการเผยแพร่และดาวเทียม ไม่สามารถนำช่อง 3 ออกอากาศได้ดังประกาศมีสื่อดี

โดยเมื่อวันที่ 5 ก.ย. ตนเองและกรรมการ กทท.อีก 2 คน เห็นว่าควรพิจารณาดำเนินการใช้มาตรการบังคับกับทางปกครองกับผู้รับใบอนุญาตโครงการเผยแพร่และดาวเทียม โดยกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนหรือแจ้งให้ลูกค้าแต่ละโครงการทราบเพื่อให้ปฏิบัติตามเงื่อนไขแนบท้ายใบอนุญาต และประกาศ กทท. ที่มีเกี่ยวข้องโดยครั้งครั้งต่อไป โดยจะหาหรือแนวทางที่ชัดเจนในวันนี้

**จับตามมืออีสต์เอเชียเกมส์**  
 นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวระพิการณาการขอ

อนุญาตเผยแพร่การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ (Asian Games) ครั้งที่ 17 จากเมืองอินชอน ประเทศเกาหลีใต้ วันที่ 19 ก.ย. - 4 ต.ค. 2557 ของโทรทัศน์ร่วมการกระจายเสียงแห่งประเทศไทย หรือ ททบ. (ทีวีพูล)

อย่างไรก็ตามประกาศ กทท. เรื่องหลัก

เกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 หรือกฎมีสื่อดี (Must Have) กำหนดให้เอเชียเกมส์เป็น 1 ใน 7 กีฬา ที่ต้องเผยแพร่ทางทีวีในทุกลูกข่าย

ทั้งนี้ ททบ. ได้ทำหนังสือชี้แจงข้อกำหนดลิขสิทธิ์ พร้อมขออนุญาตถ่ายทอดการแข่งขันผ่านบริการโทรทัศน์เป็นการทั่วไป (ทีวีทีวี) ตามประกาศมีสื่อดี และได้ออกถ่ายทอดการแข่งขันที่นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ได้แก่ ช่อง 3 ในระบบอนลีสติก โดยขอออกอากาศคู่ขนานกับการถ่ายทอดสดผ่านบริการที่เป็นการทั่วไป และทางโครงการทีวีมีลิขสิทธิ์สำหรับถ่ายทอดแข่งขันในเสาร์และอาทิตย์ภายใต้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบออนไลน์

การอนุญาตถ่ายทอดกีฬาเอเชียนเกมส์ภายใต้กฎมีสื่อดี จะยังทำให้มีช่อง 3 อนลีสติกมีความซับซ้อนขึ้นไปอีก กทท. ต้องตัดสินใจเรื่องนี้ให้เด็ดขาด และหากช่อง 3 เติบโตออกมาคู่ขนานช่องดิจิทัล เอชดี จะแก้ปัญหาได้ทุกอย่างภายใต้ประโยชน์ ทั้งช่อง 3 ของ ทีวีดิจิทัล คนดูผู้บริโภค และเป็นไปตามกติกา กทท. ด้วย

**"นี้" ย้ำแก้ปัญหาช่อง 3 บัดนี้**  
 พ.อ.หิ ศุภรัตน์ รองประธาน กทท. และประธาน กทท. ซึ่งจะผ่านพิธีมอบรางวัล โดยหลักการช่อง 3 จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับที่กฎหมายกำหนด แต่กทท. จะต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ แสงสว่างทางการแก้ปัญหาโดยระยะที่ป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง นอกจากนี้ยังต้องเปิดโอกาสให้ผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากคำสั่งทางปกครองมีการชี้แจงข้อเท็จจริงก่อน การออกมาตรการหรือคำสั่ง

การแก้ปัญหาจะต้องใช้ความรอบคอบระมัดระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นโดยรอบด้าน การใช้อำนาจของ กทท. จะต้องอยู่ในกรอบของกฎหมาย พ้องสมควรแก่เหตุ และมุ่งเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ

**ข้อยุติในชั้นต้นบังคับใช้กฎหมาย**  
 การหารือระหว่าง กทท. ช่อง 3 และช่อง



<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> <small>Krungthay Terakij</small> Circulation: 145,930 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก
	<b>วันที่:</b> จันทร์ 8 กันยายน 2557 <b>ปีที่:</b> 27 <b>ฉบับที่:</b> 9482 <b>หน้า:</b> 1(ขนา). 4 <b>Col.Inch:</b> 58.87 <b>Ad Value:</b> 139,521.90 <b>PRValue (x3):</b> 418,565.70 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> แจกอุปโภคบริโภคให้ลุ่มเกษตรกรท.ภค'สพ.-ทองสลาภ'

ดิเจี๊ยลเีนา เมื่อวันที 3 ก.ย. ได้ข้อสรุปว่า ช่อง 3 จะจัดทำร้อเสนอทให้ กสท.พิจารณา ดั้งห้คณะที่มีแนวทางอื่นที่สภการนำไปสู่การแก้ปัญหาสภการดลผลกระทบที่อาจเกิดขึนกับประชาชนผู้รับบริการ และแนวทางที่เป็นข้อเสนอควรได้รับการพิจารณาเข้าสู่กระบวนการหรือ เพื่อแสวงหาหนออกมุงประโยชน์ประชาชนเป็นสำคัญ การแก้ไขปัญหายังอยู่ในขั้นตอนของกระบวนการบังคับใช้กฎหมาย และมาตรการบังคับทางปกครองที่จะกระทบประชาชนในวงกว้าง การปฏิบิธิหน้ที่กรมการองค์การอิสระจำเป็นต้องพิจารณาโดยได้วัน ปราศจากความรู้สึก ความอคติ ส่วนตัวในการตัดสินใจ

"ผมมีความซื่อเจนในฐานะผู้รับผิดชอบดำเนินการ เรื่องกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากอนาธิปไตยไปสู่ประชาธิปไตยตั้งแต่ต้น รวมถึงกรณีพิพาทระหว่างช่อง 3 กับ กสท. ได้ต่อสู้คดีจนกระทั่งศาลสั่งยกคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราว"

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> <small>Kraengkyog Thairajit</small> <small>Circulation: 143,330</small> <small>Ad Rate: 1,432</small>	<b>Section:</b> First Section/เศรษฐกิจ-การเมือง <b>วันที่:</b> พุธ 10 กันยายน 2557 <b>ปีที่:</b> 27 <b>ฉบับที่:</b> 9484 <b>หน้า:</b> 3(บน) <b>Col. Inch:</b> 32.02 <b>Ad Value:</b> 46,493.04 <b>PRValue (x3):</b> 139,479.12 <b>คลิป:</b> ขาว-ดำ <b>หัวข้อข่าว:</b> 'เคเบิล-ดาวเทียม'จ่อร้องศาลค้านกสทช.เรียกร้องทีวีดิจิทัล			

## 'เคเบิล-ดาวเทียม'จ่อร้องศาลค้านกสทช.เรียกร้องทีวีดิจิทัล

**เครือข่ายเคเบิล-ดาวเทียม ยื่นหนังสือ กสทช.**  
 ด้านร่างประกาศเรียงช่องใหม่ แจง'โลโก้เป็นธรรม' เก็บค่าบริการสูงส่งสัญญาณ ซ้ำหากบังคับใช้สิ่งฟ้องศาลปกครอง

วานนี้ (9 ก.ย.) ผู้ประกอบการเครือข่ายเคเบิลทีวีและดาวเทียม ประกอบด้วย บริษัท ไอพีเอ็มทีวี จำกัด บริษัทบีทีไอทีวี แชนแนลส์ กรุ๊ป จำกัด บริษัทพีเอสไอ บรอดคาสติ้ง จำกัด บริษัทเจริญอิง (8888) จำกัด บริษัทเนกอสเตอร์ จำกัด บริษัทซีทีเอส จำกัด (มหาชน) ยื่นหนังสือต่อสำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) คัดค้านการออกประกาศฉบับใหม่ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการเรียงช่อง

เนื่องจากมติคณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เมื่อวันที่ 1 ก.ย. "เห็นชอบ" ให้จัดเรียงช่องทีวีดิจิทัลใหม่ ในตำแหน่งหมายเลข 1-36 จากเดิมอยู่ใน

ตำแหน่ง 11-46 ในเครือข่ายเคเบิลและดาวเทียม โดยชี้เหตุผลไปจนถึงประเด็นที่รับฟังความคิดเห็นสาธารณะร่างประกาศจากนั้นคัดค้านประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา รายเดือน พ.ย.นี้

นายมานพ ไตรการคำ ประธานชมรมผู้ประกอบการเครือข่ายโทรทัศน์ดาวเทียม กล่าวว่า เป็นแนวทางที่ "ไม่เป็นธรรม" ต่อผู้ประกอบการในกลุ่มไอพีเอสทีวี ซึ่งอยู่ภายใต้ใบอนุญาต กสทช. และต้องจ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเช่นเดียวกับกิจการทีวีดิจิทัล กสทช. จึงควรมีมาตรฐานการกำกับดูแลอย่างเท่าเทียม

การระบุเหตุผลการจัดทำร่างประกาศเรียงช่องใหม่ เพื่อป้องกันความสับสนและช่องทีวีดิจิทัลในโครงข่าย (MUX) ภาคพื้นดิน และโครงข่ายเคเบิล-ดาวเทียมที่จัดเรียงหมายเลขแตกต่างกัน จึงเป็นแนวคิดที่เอื้อประโยชน์ให้กิจการทีวีดิจิทัลเป็นหลัก ด้วยปัจจุบันโครงข่ายเคเบิลและดาวเทียม ส่งเสริมให้ทีวีดิจิทัลเผยแพร่

เข้าถึงกลุ่มผู้ชมทีวี 70% ของครัวเรือนไทย จากประกาศ มีลด์ แครี่ ี่อยู่แล้ว

ประกาศเรียงช่องเดิมกสทช. กำหนดให้หมายเลข 1-10 เป็นการจัดเรียงช่องที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเคเบิลและ

**ประกาศฉบับใหม่ จะเปลี่ยนการเรียงช่องที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ**  
 ดาวเทียม เพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นจุดขายในแต่ละโครงข่าย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเห็นด้วย และไม่คัดค้านการจัดเรียง

ช่องรายการตามประกาศเดิม

หาก กสทช. มีมติให้ยกเลิกประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 และออกประกาศฉบับใหม่ ที่มีผลเปลี่ยนแปลงการเรียงช่อง 1-10 ในโครงข่ายเคเบิลและดาวเทียม ผู้ประกอบการโครงข่ายจะ "ไม่ปฏิบัติตาม" เพราะไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

และไม่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการ โดยจะใช้สิทธิทางกฎหมายฟ้องต่อศาลปกครองต่อไป

นายสมพร วีระโรจนพงษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทพีเอสไอ โฮลดิ้ง จำกัด กล่าวว่า หลังจากทีวีดิจิทัล เริ่มออกอากาศ ผู้ประกอบการโครงข่ายได้ดำเนินการจัดเรียงช่องตามประกาศ กสทช. โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมรับข้อมูลอย่างต่อเนื่อง การออกประกาศเรียงช่องใหม่ จึงจะสร้างความสับสนให้ผู้ชมผ่านโครงข่ายเคเบิลและดาวเทียม

นายวิฑูรย์ เอื้ออำนวยกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจริญอิง (8888) จำกัด กล่าวว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการเคเบิลทีวีทั่วประเทศจำนวน 300 รายมีต้นทุนการส่งสัญญาณช่องทีวีดิจิทัลเฉลี่ยช่องละ 1 ล้านบาทต่อเดือน เพื่อนำสัญญาณภาพทีวีดิจิทัลไปออกอากาศบนโครงข่ายเคเบิลทีวี จึงตีความว่าควรมีสิทธิในการจัดเรียงช่องที่ได้รับค่านิยมในลำดับ 1-10 ของประกาศเรียงช่องในปัจจุบัน

<b>โพสต์ทูเดย์</b> Post Today Circulation: 320,000 Ad Rate: 890	Section: First Section/ข่าวเด่น	หน้า: A2(ล่าง)	คลิก: 810-คำ
	วันที่: พุธที่ 2 ตุลาคม 2557 ปีที่: 12 ฉบับที่: 4256 Col/ack: 22 Ad Value: 19,580 หัวข้อข่าว: ห้ามตุ๊กตีกแฉกคูปองทีวี	PRValue (x3): 58,740	

## ห้ามตุ๊กตีกแฉกคูปองทีวี

**โพสต์ทูเดย์** กสทช.พร้อมแจกคูปองทีวีดิจิทัล ถึงมือประชาชน 14-15 ต.ค.นี้  
**มูลค่าเกินคดียาเสพติด**

นายฐากร ตันทีสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการกระจายเสียง (กสทช.) เปิดเผยว่า กสทช.พร้อมแจกคูปองแฉกหรืออุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัล (เซตท็อปบ็อกซ์) ล็อตแรก จำนวน 4.6 ล้านใบ ในวันที่ 10 ต.ค.นี้ ทางไปรษณีย์ คาดว่าจะถึงมือประชาชนใน 21 จังหวัด ภายในวันที่ 14-15 ต.ค.นี้

"มั่นใจว่าขั้นตอนการแจกคูปองจะไม่เกิดปัญหาข้อผิดพลาดหรือทุจริตเพราะในคูปองมูลค่า 690 บาท ป้องกันลอกเลียนแบบไว้ถึง 6-7 จุด" นายฐากร กล่าว

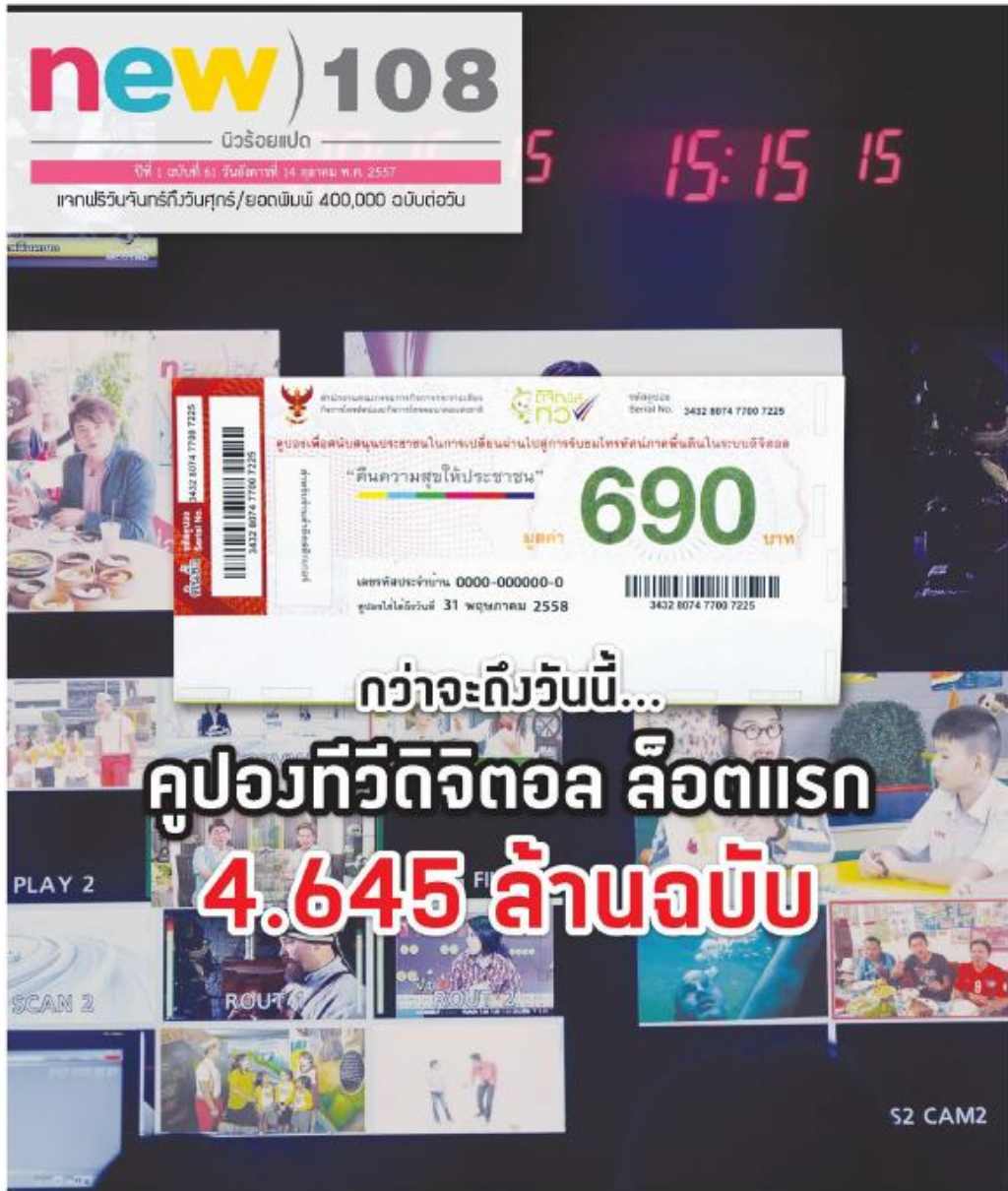
นอกจากนี้ กสทช.จะเข้าไปสุ่มตรวจบริษัทแต่ละแห่งด้วยว่ามีกรจำหน่ายคูปองเซตท็อปบ็อกซ์จริงหรือไม่ โดย กสทช.จะลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมในบางจังหวัด รวมถึงตรวจสอบโครงการให้บริการว่ามีความพร้อมหรือไม่ และระหว่างวันที่ 8-10 ต.ค.นี้ กสทช.จะประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการใช้คูปองผ่านสื่อทีวีทุกช่อง สำหรับ 42 บริษัทที่ได้รับใบอนุญาตขายกล่องเซตท็อปบ็อกซ์ หากไม่ได้ขายกล่องจริงๆ แต่เก็บคูปองเงินสดไว้ กสทช.จะดำเนินการสั่งให้หยุดขายกล่องเซตท็อปบ็อกซ์ทันที และถือว่ามีความผิดทางอาญา และเป็นการฉ้อโกงประชาชน

เมื่อวันที่ 1 ต.ค.ที่ผ่านมา นายสุพรรณ เสือหาญ ทนายความจากบริษัท อาร์เอส เข้ายื่นฟ้องคดีอาญา พ.อ.นที สุกลรัตน์ ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กสท.) ที่ศาลอาญารัชดาภิเษก กรุงเทพฯ เนื่องจากบริษัทไม่ได้รับความเป็นธรรมตามประกาศ รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป หรือภูมิอัลดีแคร์ ในกรณีถ่ายทอดสดบอลโลก 2014 ที่ผ่านมา

"บริษัทจำเป็นต้องร้องขอความเป็นธรรมจากศาล เพื่อเอาผิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐ และเพื่อไม่ให้เสียอย่างและเกิดการกระทำเช่นนี้อีก" นายสุพรรณ กล่าว ■

<b>new)108</b> new)108 Circulation: 400,000 Ad Rate: 1,933	<b>Section:</b> First Section/Cover Story <b>วันที่:</b> อังคาร 14 ตุลาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 1 <b>ฉบับที่:</b> 61 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 6 <b>Col. Inch:</b> 213.70 <b>Ad Value:</b> 413,082.10 <b>PRValue (x3):</b> 1,239,246.30 <b>คลิป:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> กว่าจะถึงวันนี้... คูปองทีวีดิจิทัล ลือตแรก 4.645 ล้านฉบับ
---	--



รหัสข่าว: C-141014544033 (14 ต.ค. 57/05:57)

หน้า: 1/4



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/178 ซอยรามคำแหงสุขุมวิท ชั้น 17 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2659-9000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5091, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com



<b>new)108</b> <small>new)108  Circulation: 400,000  Ad Rate: 1,933</small>	<b>Section:</b> First Section/Cover Story <b>วันที่:</b> อังคาร 14 ตุลาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 1 <b>ฉบับที่:</b> 81 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 6 <b>Col. inch:</b> 213.70 <b>Ad Value:</b> 413,082.10 <b>PRValue (x3):</b> 1,239,246.30 <b>คลิป:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> กว่าจะถึงวันนี้... คูปองทีวีดิจิทัล ลือตแรก 4.645 ล้านฉบับ		

# กว่าจะถึงวันนี้... คูปองทีวีดิจิทัล ลือตแรก 4.645 ล้านฉบับ

นับจากที่มีการประมูลช่องทีวีดิจิทัล ทั้ง 4 ประเภท ในเมื่อปลายปี 2556 ด้วยมูลค่ารวม 50,862 ล้านบาท ก่อนหน้าที่ทั้ง 24 ช่องจะทยอยเริ่มขึ้นออนแอร์ตั้งแต่เดือนเมษายนที่ผ่านมานี้ อีกหนึ่งขั้นตอนที่เป็นที่จับตาและติดตามกันมาตลอดก็คือ "คูปองทีวีดิจิทัล" หรือ คูปองเงินสดส่วนลดสำหรับนำไปแลกซื้อกล่องทีวีดิจิทัลหรือส่วนลดทีวีดิจิทัลที่มีเครื่องรับทีวีดิจิทัลในเครื่อง ซึ่งผ่านการสุ่มราคาส่วนลด และวันกำหนดแจกมาหลายครั้งในหลายเดือน ส่งผลให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ถูกวิพากษ์วิจารณ์มาโดยตลอด ทว่าเมื่อช่วงเข้าสู่เดือนตุลาคมก็มีความคืบหน้าเกี่ยวกับคูปองทีวีดิจิทัลออกมาแล้ว และเริ่มส่งคูปองลอตแรกออกไปถึง 21 จังหวัดนำร่อง

แต่กว่าที่จะก้าวมาถึงจุดนี้ คูปองเจ้าปัญหาที่ต้องผ่านเหตุการณ์และอุปสรรคปัญหาอะไรจะโรยมาบ้าง...ไปอ่านกัน

## 22 เมษายน 2557

### บอร์ด กสทช. เคารพคูปองทีวีดิจิทัลราคา 1,000 บาท

การประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) ภาวะพิเศษ เมื่อวันที่ 22 เม.ย.ที่ผ่านมานี้ บอร์ด กสทช. ได้มีมติสรุปเรื่องราคาคูปองเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัล เพื่อให้ได้เป็นภาระเพิ่มแก่ประชาชน 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ที่ราคาต้องละ 1,000 บาท ลดลงจากเดิมที่กำหนดไว้ที่กล่องละ 1,200 บาท กำหนดเงื่อนไขผู้ผลิตกล่องต้องวางเงินมัดจำ 5%

## 7 พฤษภาคม 2557

### กสทช. รับอาจแจกคูปองไม่ทันเดือนกรกฎาคม

พ.อ.ดร.นที สุกสรรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) และประธาน กสทช. เปิดเผยว่าคาดว่ากรณียกคูปองเงินสดส่วนลด เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน การรับชมสู่ทีวีดิจิทัลอาจจะไม่ทันตามกรอบระยะเวลาเดิมที่กำหนดไว้เดือนกรกฎาคม เนื่องจากต้องรอให้บอร์ดกองทุนวิจัย และพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) พิจารณาอีกครั้งในวันที่ 27 พฤษภาคม และหลังจากนั้นจึงต้องนำเข้าสู่ที่ประชุม กสทช. เพื่อขออนุมัติหลังจากนั้นจึงจะเริ่มดำเนินการติดตั้งซอฟต์แวร์ คาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 2-3 เดือน

## 5 มิถุนายน 2557

### กทปส. เคารพราคาคูปองทีวีดิจิทัล พร้อมเริ่มแจกปลายกรกฎาคมแน่

นายธรากร ศิวะสิทธิ์ เลขาธิการ กทปส. เผยว่า ที่ประชุมมีมติเห็นชอบมูลค่าราคาคูปองเงินสดส่วนลดเพื่อนำไปแลกซื้ออุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัลจำนวน 1,000 บาท ต่อครัวเรือนโดยสามารถแลกซื้อกล่องเซต ท็อป บ็อกซ์ เซตอากาศดิจิทัล เครื่องทีวีดิจิทัลที่มีตัวรับในตัว และกล่องทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี หลังจากนี้จะนำเข้าสู่ที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ บอร์ด กสทช. เพื่อขอความเห็นชอบอีกครั้ง รวมถึงจะส่งเรื่องว่าควรจะนำเข้าสู่กระบวนการรับฟังความคิดเห็นสาธารณะหรือไม่ คาดว่าจะมีการประชุมในวันที่ 13 มิถุนายนนี้



<b>new)108</b> <small>row)108          Circulation: 400,000          Ad Rate: 1,833</small>	<b>Section:</b> First Section/Cover Story <b>วันที่:</b> อังคาร 14 ตุลาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 1 <b>ฉบับที่:</b> 61 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 6 <b>Col. Inch:</b> 213.70 <b>Ad Value:</b> 413,082.10 <b>PRValue (x3):</b> 1,239,246.30 <b>คลิก:</b> 511 <b>หัวข้อข่าว:</b> กว่าจะถึงวันนี้... คู่มือทีวีดิจิทัล สื่อแรก 4.645 ล้านฉบับ		

**25 มิถุนายน 2557**

**กสทช. พึงความเห็น 4 ภูมิภาค ขณะที่คู่มือทีวีดิจิทัลกลางปรับลดเหลือ 690 บาท**

บอร์ดกสทช. เปิดรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ 4 ภูมิภาค โดยเริ่มจาก จ. เชียงใหม่ วันที่ 4 ก.ค. 57 จ. อุบลราชธานี วันที่ 5 ก.ค. 57 จ. สงขลา วันที่ 8 ก.ค. 57 และกรุงเทพฯ วันที่ 10 ก.ค. 57 เพื่อให้ครอบคลุมประชาชนทั่วถึง ในขณะที่เดียวกันจะได้เชิญตัวแทนคณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้งบประมาณภาครัฐ (คตร.) ใน คสช. มาร่วมรับฟังตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นเพื่อร่วมพิจารณาข้อเสนอนี้และร่วมกัน ราคาคู่มือ สื่อตัวปรับลดเหลือ 690 บาท บอร์ดบางรายท้วง คู่มือควรแยกสื่อได้ทุกอย่าง อาทิ กะป๋ิ น้าปลา เพราะบางคนซื้อทีวีหรือกล่องเจ็ด ท็อป นี้ออก มาแล้ว ดังนั้นคู่มือต้องสามารถแลกเปลี่ยนได้ทุกอย่างเพื่อให้เกิดประโยชน์ ไม่ใช่เฉพาะแลกเปลี่ยนได้ตามที่เคยกำหนด

**8 สิงหาคม 2557**

**กสทช. ชี้แจง คตร. พิจารณาคู่มือทีวีดิจิทัล**

กสทช. เข้าชี้แจงกับคณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้งบประมาณภาครัฐ (คตร.) ของ คสช. ว่า ได้ชี้แจง คตร. กรณีที่สมพันธ์สมาคมวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ไม่เห็นด้วยกับราคาคู่มือ 690 บาท นั้น กสทช. เห็นว่าราคาคู่มือดังกล่าวสามารถนำไปซื้อกล่องเจ็ดท็อปบ็อกซ์ได้ แต่หากปรับเพิ่มมูลค่าคู่มือเป็น 1,000 บาทก็จะได้คุณภาพกล่องที่ดีขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีความเห็นของฝ่ายกฎหมายของ สำนักงาน กสทช. ยืนยันว่ามูลค่าคู่มือสามารถปรับเป็น 1,000 บาทได้เช่นกัน ซึ่งต้องรอ คสช. พิจารณา ทั้งนี้ กสทช. ยืนยันต่อ คตร. ว่าการแจกคู่มือจะทันตามกำหนดเดือนกันยายนนี้ ซึ่งได้เอาตัวอย่างรูปแบบคู่มือ เลขทะเบียนบ้าน ชื่อเจ้าของทะเบียนบ้าน ลายนำคู่มือ เลขบัตรประจำตัวประชาชน 13 หลัก เป็นต้น นำเสนอและชี้แจงกระบวนการขั้นตอนการแจกจ่ายให้แก่ประชาชน รวมถึงให้กองสลากเป็นผู้พิมพ์คู่มือเพื่อป้องกันทุจริต ให้นับทราบด้วย

**3 กันยายน 2557**

**กสทช. เคารวันแจกคู่มือทีวีดิจิทัล 15 ตุลาคม**

กสทช. เผยภาพของคู่มือสนับสนุนการรับชมทีวีดิจิทัล ราคา 690 บาท โดยจะเริ่มแจกคู่มือ 15 ตุลาคม นำร่องก่อน 23 จังหวัด เช่น กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ สงขลา ภูเก็ต ปัตตานี นครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา ฉะเชิงเทรา และนครนายก เป็นต้น โดยประชาชนที่ได้รับคู่มือสามารถนำมาแลกรับกล่องรับสัญญาณดิจิทัล หรือโทรทัศน์ที่มีสัญญาณรับดิจิทัลในตัว ตั้งแต่วันที่ 25 ตุลาคม เป็นต้นไป โดยกระบวนการจัดส่งคู่มือ จะนำจ่ายผ่านไปรษณีย์เท่านั้น และประชาชนต้องนำไปแลกรับกล่อง หรือทีวีภายใน 6 เดือน โดย กสทช. จะทยอยแจกให้ครบ 45 จังหวัดภายในสิ้นปี 2557

**9 ตุลาคม 2557**

**เผย 21 จังหวัดนำร่อง**

ไปรษณีย์ไทยเผยพร้อมให้บริการจัดส่งคู่มือส่วนลดสำหรับแลกซื้ออุปกรณ์รับชมทีวีระบบดิจิทัล สำหรับภาคพื้นดินหรือส่วนลดทีวีที่มีอุปกรณ์รับสัญญาณระบบดิจิทัล ให้กับประชาชนกลุ่มจังหวัดนำร่อง 21 จังหวัดที่สามารถรับสัญญาณได้ครอบคลุมกว่า 4.64 ล้านครัวเรือน ภายในวันที่ 11 ตุลาคม ได้แก่ 1. กรุงเทพมหานคร 2. นนทบุรี 3. นครปฐม 4. ปทุมธานี 5. สมุทรปราการ 6. สมุทรสาคร 7. พระนครศรีอยุธยา 8. สิงห์บุรี 9. อ่างทอง 10. ราชบุรี 11. สุพรรณบุรี 12. นครนายก 13. สุโขทัย 14. อุตรดิตถ์ 15. ฉะเชิงเทรา 16. สมุทรสงคราม 17. ภูเก็ต 18. สงขลา 19. นครนายก 20. ราชบุรี และ 21. ชัยนาท โดยคาดว่าจะสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จภายในวันที่ 18 ตุลาคม ทั้งหมดทั่วประเทศ

<b>new)108</b> <small>new)108 Circulation: 400,000 Ad Rate: 1,933</small>	<b>Section:</b> First Section/Cover Story <b>วันที่:</b> อังคาร 14 ตุลาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 1 <b>ฉบับที่:</b> 61 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 6 <b>Col.Inch:</b> 213.70 <b>Ad Value:</b> 413,082.10 <b>PRValue (x3):</b> 1,239,246.30 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> กวางจะถึงวัน... คู่มือทีวีดิจิทัล ลือตแรก 4.645 ล้านฉบับ
--	---

10 ตุลาคม 2557

**ลือตแรก 4.6 ล้านฉบับ**

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม เป็นวันแรก ที่ กสทช. ได้ส่งมอบคู่มือทีวีดิจิทัล ลือตแรก จำนวน 4,645,000 ฉบับ ผ่านทางไปรษณีย์ตอบรับถึงบ้านใน 21 จังหวัดน่านอง ที่มีสัญญาณทีวีดิจิทัลครอบคลุมเกินกว่าร้อยละ 80 โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จะนำไปแจกจ่ายไปยังบ้านเรือนประชาชน เพื่อนำไปแลกกล่อง หรือเป็นส่วนลดซื้อทีวีในระบบดิจิทัล ได้ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคมนี้ ถึง 31 พฤษภาคม 2558

สำหรับลือตที่ 2 นั้น กสทช. จะมีการแจกคู่มือไปยังครัวเรือนอีก จำนวน 4,100,000 ครัวเรือน ในอีก 21 จังหวัด ภายในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 โดยสำนักงาน กสทช. ได้ประสานผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เร่งขยายสถานีฐานเพื่อให้สัญญาณครอบคลุมในพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และในส่วนที่เหลือสำนักงาน กสทช. จะมีการแจกให้ครบทั้ง 14,100,000 ครัวเรือน ภายในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2558 โดยสำนักงาน กสทช. จะแจ้งข่าวให้ทราบต่อไป

**ขั้นตอนการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล**

1. กองสลากกินแบ่งรัฐบาลเป็นผู้พิมพ์คู่มือ โดยจะมีบาร์โค้ดเป็นหมายบัตรประจำตัวประชาชน
2. นำส่งตามสำมะโนประชากร หรือทะเบียนราษฎรโดยทางไปรษณีย์
3. ผู้ที่ได้รับคู่มือจะต้องนำบัตรประชาชน ที่ตรงกับเลขบาร์โค้ดนำคู่มือมาขึ้นชั้นความ เป็นเจ้าของเพื่อแลกกล่องรับสัญญาณ set top box
4. ตัวแทนจำหน่ายจะทำการสแกนอ่านค่าบาร์โค้ด ซึ่งระบบจะส่งข้อมูลไปตรวจสอบกับซอฟต์แวร์กลางเพื่ออนุมัติการทำการแจก ป้องกันการทำการขายซ้ำซ้อน และยืนยันว่าข้อมูล ถูกต้องตรงกัน
5. ตัวแทนจำหน่าย นำคู่มือไปขึ้นเงินกับธนาคารกรุงไทย

**ภานุชัย เทตรชกุล ศรีนวลนิต**



**กรรมการบริหาร และผู้อำนวยการสถานี new)tv**

"ในส่วนของคู่มือทีวีดิจิทัลที่เพิ่งเริ่มแจกถือแรกไปนั้น ผมคิดว่าน่าจะมีข้อในการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลให้กว้างขวางมากขึ้น ประชาชนมีโอกาสรับชมมากขึ้น แต่ส่วนตัวก็เป็นห่วงในเรื่องการเอาคู่มือไปแลกอุปกรณ์ที่มีชิ้นตอนค่อนข้างมาก รวมทั้งเรื่องที่ว่าประชาชนที่ได้คู่มือจะนำไปใช้มากน้อยแค่ไหน ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. ซึ่งช่องทีวีดิจิทัลหลายๆ ช่องก็ร่วมมือกับ กสทช. ไปรื้อทเรื่องนี้อยู่แล้วตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคมที่ผ่านมา ส่วนจะมีความเปลี่ยนแปลงอย่างไรและมากน้อยขนาดไหนก็ต้องรอดูกันต่อไปครับ สำหรับช่องนี้ทีวีเองตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนก็จะมีกรปรับผังเล็กน้อยนะครับ แต่ยังคงสาระอยู่ ช่วงข่าวเย็นเราก็จะเพิ่มเวลาเป็น 2 ชั่วโมงเต็ม เพื่อให้คนดูได้รับชมกันเต็มอิ่ม แล้วก็เพิ่มส่วนบันเทิงเข้ามาในช่วงนั้น แล้วก็ช่วง 7 Wonders ที่เป็นช่วงใหม่ใหม่ของเราจะมีการปรับเปลี่ยนบางรายการ แล้วก็เพิ่มรายการละครตอนละครเรื่องคุณแอมป์ นาคกร เพิ่มเข้ามา ก็อยากให้องค์กรติดตามรับชมกันดูครับ"

<b>คม ชัด ลึก</b>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก			
	วันที่: อังคาร 21 ตุลาคม 2557			
Khem Chad Luak Circulation: 900,000 Ad Rate: 2,200	ปีที่: 14	ฉบับที่: 4749	หน้า: 1(ล่าง), 15	คลิป: สีสี่
	Col. Inch: 104.55	Ad Value: 230,010	PR Value (x3): 690,030	
	หัวข้อข่าว: แลกกล่องดิจิทัลวันแรกคึก เนชั่น-พันธมิตรปลื้มควยวรับวันบ็อกซ์โฮม			

# แลกกล่องดิจิทัลวันแรกคึก

## เนชั่น-พันธมิตรปลื้ม ควยวรับวันบ็อกซ์โฮม

แลกกล่องดิจิทัลสุดคึก ประชาชนแห่หน้าคูโปง แลก กลสทข.เดินเครื่องลุยทั่วประเทศ ด้าน เนชั่น-พันธมิตรตั้งโต๊ะแลก 2 จุด คนแน่น ต่อแถวยาวเหยียดเกือบครึ่งชั่วโมง

ช่วงสุดสัปดาห์ 15

บริษัท ไทยประกันชีวิต สำนักงานใหญ่ ถนนรัชดาภิเษก



■ แลกกล่อง ■ ประชาชนจำนวนมากเข้าแถวหน้าคูโปง 690 บาท แลกกล่องที่ดิจิทัลวันแรก โดย บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และพันธมิตร เปิดให้แลก 2 จุด ที่บีเอ็มบีเอ็ม ปตท. ริมถนนวิภาวดีรังสิต และบริษัท ไทยประกันชีวิต สำนักงานใหญ่ ถนนรัชดาภิเษก เมื่อวันที่ 20 ต.ค.

### กล่องดิจิทัล

เริ่มขึ้นเป็นวันแรกสำหรับการเปิดบริการ ให้ประชาชนนำคูโปงที่วิถีดิจิทัลมาแลกต่อง เซตที่สไปรตอร์ โดยบรรยากาศเป็นไปอย่าง คึกคัก มีประชาชนเข้ารวมมาเดินทางมาแลก ก่อตั้งตามจุดแลกต่างๆ ที่คณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จัดให้บริการ โดย เฉพาะบริเวณจุดรับแลก 2 แห่งที่บีเอ็มบีเอ็ม เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และกลุ่มพันธมิตรเปิดให้บริการประชาชนพว ว่ามีความคึกคักเป็นพิเศษ

เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม ผู้สื่อข่าวรายงาน ระบุว่า เทปวีดิทัศน์ชุดแลกเปลี่ยนวิถีดิจิทัล 690 บาทเพื่อแลกกล่องเซตที่สไปรตอร์บริเวณ บีเอ็มบีเอ็ม ปตท. ซ้างทองพันเทหารวมที่ 1 รัชมา พระองค์ ตรงข้ามถนนวิภาวดีรังสิต และบริษัท ไทยประกันชีวิต สำนักงานใหญ่ ถนนรัชดาภิเษก ซึ่งเป็นการร่วมมือกันระหว่างบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



<b>ดม ชัด ลึก</b> <small>Khem Chad Luek Circulation: 900,000 A4 Rate: 2,200</small>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก		
	<b>วันที่:</b> อังคาร 21 ตุลาคม 2557		
	<b>ปีที่:</b> 14	<b>ฉบับที่:</b> 4749	<b>หน้า:</b> 1 (ล่าง), 15
	<b>Col. Inch:</b> 104.55	<b>Ad Value:</b> 230,010	<b>PR Value (x3):</b> 690,030
<b>หัวข้อข่าว:</b> แลกกล่องดิจิตอลวันแรกคลิก เนชั่น-พันธมิตรปลื้มคิวยาวรับวันนี้อีกโฮม			

และบริษัทพันธมิตร ประกอบด้วย บริษัทดีเอ็นเอ 2002 จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส บริษัททีทีบี จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยก๊อปปี้แอนด์พริ้นท์ แอนด์ อินสตรูเมนท์ จำกัด พบว่า ดึงดูดเกินคาด

มีรายงานข่าวว่าบรรยากาศการแลกกล่อง ทั้ง 2 จุด เป็นไปอย่างคึกคัก โดยเฉพาะที่ บิม ปตท.มีประชาชนมาขอเข้าคิวตั้งแต่เวลา 21.00 น. วันอาทิตย์ที่ 19 ตุลาคม เพื่อแลก รับกล่องเป็นครั้งแรก กระทั่งถึงเวลา 07.00 น. วันจันทร์ เริ่มเปิดรับแลกอย่างเป็นทางการ ปรากฏว่ามีประชาชนต่อคิวเป็นจำนวนมาก โดยแถวยาว ไปถึงนอกถนน ขณะนี้ในส่วนของจุดรับแลก ที่บริษัทไทยประกันชีวิต สำนักงานใหญ่ ถนนรัชดาฯ ก็คึกคักไม่แพ้กัน มีประชาชนกว่า 1,000 ราย มารอแลกกล่อง

ทั้งนี้ ในส่วนของเครือข่ายจัดกิจกรรม กระตุ้นให้ประชาชนหันมาตื่นตัวในการรับ ชมทีวีดิจิทัล วันแรกได้จัดแคมเปญแถมเสื้อยืด พร้อมสายเชือกถัก รั้ววงค์สีคู่ ผู้ประกาศข่าว ตลอด 1 ชั่วโมง สำหรับ 150 ท่านแรก

สำหรับประชาชนผู้มาแลกกล่องวันแรก ใน 2 จุดที่จัดให้บริการมีจำนวนเกือบ 4,000 ราย โดยที่บิมน้ำมัน ปตท.ข้างกองพันทหารราบที่ 1 รักษาพระองค์ มีผู้ได้รับกล่องไปแล้ว เกือบ 2,000 กล่อง และลงทะเบียนรับภาย หลัง เนื่องจากกล่องหมดอีกกว่า 1,000 ราย ขณะที่ที่บริษัทไทยประกันชีวิต สำนักงานใหญ่ ถนนรัชดาฯ มีผู้มาแลกกล่องกว่า 1,000 ราย และลงทะเบียนไว้อีกเกือบ 1,000 ราย ซึ่งเกิน ความคาดหมายมาก

น.ส.ดวงนารีรัตน์ ศรีสุข ผู้จัดการอาวุโส ส่วนสื่อสารมวลชน บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การแจกกล่องรับชม ทีวีดิจิทัลในวันแรกพบว่า ลูกค้าไทยประกัน และ ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเดินทางมาแลกรับ กล่องทีวีดิจิทัลที่กันอย่างเนืองแน่นเกินความคาดหมาย ในเขตกรุงเทพฯ จะให้สิทธิพนักงาน ได้แลกก่อนนั้น แต่ประชาชน และลูกค้าเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จึงต้องขอให้พนักงาน มาแลกในคราวหลัง เพื่อให้สิทธิในครั้งนี้แก่ ลูกค้าก่อน และประชาชนทั่วไปก่อนใคร

ด้าน นายเอกศักดิ์ เตงเดช ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท วัน นีออร์ โฮม จำกัด ผู้จำหน่ายเซตทีวีบ็อกซ์สำหรับรับชมทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน และ 1 ในผู้ประกอบการ 16 รายที่ กสทช.ประกาศให้เข้าร่วมโครงการชุดแรก กล่าว ว่า การเปิดรับกล่องทีวีดิจิทัลเพื่อแลกซื้อกล่อง รับสัญญาณในวันแรกนั้น ในส่วนของบริษัทเป็น ไปด้วยความคึกคัก และคาดว่า ในวันแรกจะมี ประชาชนมาแลกซื้อกล่องวัน นีออร์ โฮม ทั้ง ประเทศราว 1 หมื่นกล่อง โดยการแลกซื้อในวันแรกมีมูลค่าต่ำเข้าไปยังในการเข้าหาทีวีดิจิทัล ทางเว็บไซต์เพื่อตรวจสอบข้อมูล นอกนั้นก็ไม่มี ปัญหาอื่น ซึ่งถูกคำที่เข้ามาแลกก็เข้าใจดี

"หลังจากนี้บริษัทยังจะเปิดให้ประชาชนสั่งจองล่วงหน้าได้ โดยเข้ามาสั่งจองตัวของตัวเองที่ ร้านเอมซอน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ได้ทั่วประเทศ หรือจะสั่งจองทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ ของบริษัท ซึ่งประชาชนสามารถดาวน์โหลด ใบจอง หรือสั่งจองผ่านอินเทอร์เน็ตก็ได้ จากนั้น จะนัดหมายเพื่อแลกซื้อกล่องกันในภายหลัง เพื่อจะได้ไม่ต้องเสียเวลารอนาน โดยบริษัท คาดว่า จะสามารถรับแลกซื้อกล่องได้วันละ 1 หมื่นกล่อง" นายเอกศักดิ์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของประชาชนในชนบทอาจต้องต่อสู้กันทางความคิดกับผู้นำชุมชน หรือนักการเมืองท้องถิ่น จากที่ผ่านมามีคนเหล่านี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน เนื่องจากมีผู้ผลิตกล่องทำการตลาดผ่านผู้นำชุมชนและนักการเมืองท้องถิ่นเหล่านี้ ซึ่งพยายาม ชื่นชมถึงความแตกต่างว่า การที่ผู้ผลิตต้องรับ สัญญาณทีวีที่ร้ายขึ้นไปทำการตลาดโดยเสนอ ผลประโยชน์ให้ แต่ถูกบ้านจะได้รับแค่กล่องรับ สัญญาณและต้องไปทักซื้อเสาอากาศเพิ่มเสริมเอง กับกรณีที่ลูกบ้านได้รับกล่องพร้อมเสาและสายอากาศที่เดียว โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อเพิ่มเติมอีก ลูกบ้านก็จะได้รับความสุขในการรับชมทีวีดิจิทัลในทันที ซึ่งหลังจากนี้คงพยายามให้ข้อมูล ผ่านสื่อต่างๆ ใหม่มากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจ ร่วมกัน โดยบริษัทมุ่งทำการตลาดทางตรงกับ ประชาชน โดยไม่ทำตลาดผ่านผู้นำชุมชน

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท วัน นีออร์ โฮม จำกัด กล่าวอีกว่า กล่องวัน นีออร์ โฮม ของบริษัท ซึ่งมีครบชุดทั้งกล่องรับสัญญาณ เสาและสายอากาศ หากคิดราคาตามท้องตลาด

แล้วอยู่ที่ราว 1,690 บาท แต่บริษัทรับแลกซื้อ ในราคาเท่ากับกล่องทีวีดิจิทัลคือ 690 บาทเท่านั้น ซึ่งถือว่าประหยัดไปได้ถึง 1,000 บาท โดยเชื่อว่าลูกค้าที่แลกซื้อไปแล้ว ได้ครบชุด และเมื่อได้รับชมทีวีดิจิทัลจะเกิดการบอกต่อกันมากขึ้นว่าคุ้มค่ากว่า

"เพื่อต้องการให้ประชาชนคนไทยเข้าถึงทีวีดิจิทัลโดยเร็ว เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านจากระบบโทรทัศน์แอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัล จึงมีแนวคิดว่าจะส่งจรรยาบรรณเคเบิลทีวีไปยังชุมชนต่างๆ โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย หรือหัวคิวใดๆ ทั้งสิ้น" นายเอกศักดิ์ กล่าว

ด้านบรรยากาศการเปิดรับแลกกล่องทั่วประเทศนั้น วันเดียวกับนายฐากร ดิษขันธ์ อดีตนายก กสทช. พ.ศ. ๒๕๕๓ งามสง่า พ.ศ. ๒๕๕๖ และ กษ. นายอรรถชัย จิตราภรณ์ และ น.ส.สุทิษฐา กลางณรงค์ คณะกรรมการ กสทช. เดินทางไปตรวจจุดรับแลกกล่องทีวีดิจิทัลที่วิบูลย์ 690 บาท เพื่อใช้แลกกล่องเซตทีวีบ็อกซ์ หรือใช้เป็น ส่วนลดในการซื้อกล่องเซตทีวีบ็อกซ์ที่ราคาสูงกว่า 690 บาท ที่จุดรับแลกบริเวณห้างเอสไอ โกลด์ สาขาเสียบางสวนแถมมี-รามอินทรา พบว่าพื้นที่กรุงเทพฯ มีประชาชนใช้สิทธิแลก ที่สุดเมื่อเทียบกับต่างจังหวัด เมืองต้นทรายว่า ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการวางแรกอยู่ในพื้นที่ สาทร แต่กลับมีในไร่ที่ห้างเม็คโร จ.อุดรธานี

นายฐากร กล่าวว่า ตามที่สำนักงาน กสทช. ได้กำหนดให้วันนี้เป็นวันแรกที่ประชาชนนำกล่อง ทีวีดิจิทัลวิบูลย์ 690 บาท ไปใช้แลกกล่องเซต ทีวีบ็อกซ์ หรือใช้เป็น ส่วนลดในการซื้อกล่อง เซตทีวีบ็อกซ์ที่ราคาสูงกว่า 690 บาท หรือ ใช้เป็นส่วนลดในการซื้อทีวีระบบทีวีดิจิทัลที่มีภาครับสัญญาณในตัวเครื่อง โดยสำนักงาน กสทช. นำสื่อมวลชนออกตรวจจุดรับแลกกล่องทีวีดิจิทัล 4 แห่ง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1.จุดรับแลกกล่องทีวีดิจิทัลที่ เอสไอ โกลด์ สาขาเสียบางสวนแถมมี-รามอินทรา 2.จุดรับแลก กล่องทีวีดิจิทัลที่ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขารัชดาภิเษก 3.จุดรับแลกกล่องทีวีดิจิทัลที่ โคมไปร์ สาขารัชดาภิเษก และ 4.จุดรับแลกกล่อง ทีวีดิจิทัลที่ เซเนอียอเฟเว่น สาขาประเวศบุรี 17 (ท้ายขวาง)

นายฐากร กล่าวต่อว่า จากการลงพื้นที่ ตรวจสอบวันแรกได้แนะนำประชาชนผู้ที่มา

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> <small>Khaosuek Terakki</small> <small>Circulation: 145,530</small> <small>Ad Rate: 2,370</small>	<b>Section:</b> First Section/สรุปพิเศษ <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 9 พฤศจิกายน 2557 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9544 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 71.80 <b>Ad Value:</b> 170,166 <b>PRValue (x3):</b> 510,498 <b>คลิป:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> คัดใหม่วันอาทิตย์: ทวีติจิตัล'เบอร์เดียว'ทุกแพลตฟอร์ม(1)มหากาพย์ภาค2'ช่อง-โครงข่าย...
---	---

## คิดใหม่วันอาทิตย์

• อติศักดิ์ อิมปรุงพัฒนกิจ  
adisak@nationgroup.com

### ทวีติจิตัล'เบอร์เดียว'ทุกแพลตฟอร์ม(1) มหากาพย์ภาค2'ช่อง-โครงข่าย'



เรื่องใหญ่ที่สุดในแวดวงโทรคมนาคมเรื่องที่กำลังอยู่ในช่วงประชาพิจารณ์ประกาศฉบับใหม่ด้วย  
คือการจัดเรียงช่องทีวีดิจิทัล 36 ช่อง ( ช่อง 1-12 เป็นช่องทีวีสาธารณะ, ช่อง 12-36 เป็นช่อง  
ทีวีดิจิทัลของเอกชน) ให้ตรงกันเป็น "เบอร์เดียวกัน" ทุกโครงข่าย ( Platform ) ท่าทีจะกลายเป็น  
มหากาพย์ที่ขึงไม่จบง่าย ๆ อาจจะ ไปสู้กันต่อ ในชั้นศาลปกครอง

ประชาพิจารณ์รอบสุดท้ายเมื่อวันที่ 5 พ.ย. ที่ผ่านมาก จึงกลายเป็นเวทีประชาพิจารณ์ครั้งสุดท้าย  
ซึ่งกว้างมากที่สุดอีกครั้งหนึ่ง แต่ยังมีเวลาอีกจนถึงวันที่ 10 พ.ย. ที่กสทช. เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่มี  
ผลประโยชน์เกี่ยวข้อง ยื่นเอกสารแสดงความคิดเห็นได้ครั้งสุดท้าย สะดวกที่สุดน่าจะส่งทาง E-Mail :  
bc.research@nbt.go.th

กลุ่มโครงข่าย ยื่นประกายด้วยผู้เสนอหลักๆ ที่ไม่เห็นด้วยกับร่างประกาศนี้คือ โทรทัศน์เอกวิม  
สกายหรือเคเบิลทีวีระบบ 2 รายใหญ่คือทรูวิชั่นส์, CTH และโครงข่ายประเภทดาวเทียม  
2 รายใหญ่คือกลุ่ม PSI ระบบ C-Band และกลุ่มไอทีเอ็ม ระบบ KU-Band

ผลประโยชน์ของกลุ่มทรูวิชั่นส์ที่ได้โดยตลอดคือการนำช่องรายการของตัวเองมาเรียงไว้  
ในลำดับ 1- 10 เป็นส่วนใหญ่ เช่น ช่อง TNN24, ช่อง TRUE4U ที่เป็นช่องทีวีดิจิทัลที่ปรากฏใน  
ทรูวิชั่นส์ทั้งหมดหลายหลายแล้ว ใช้หมายเลขช่องบางหมายเลขเป็นเครื่องมือในการสร้างพันธมิตร  
เช่น ช่อง 3 อนาคตอีกได้หมายเลข 1 บนแพลตฟอร์มทรูวิชั่นส์ หลังจากบนงานดาวเทียมทีเอสโอ  
กลับไปอยู่ในช่องหมายเลขหลัก 300 โดยช่องหมายเลข 1 ถูกยึดครองจากช่อง Workpoint ที่มี  
เรตติ้งสูงสุดในกลุ่มทีวีดิจิทัล 24 ช่อง

กลุ่มทรูวิชั่นส์ใช้หมายเลขช่อง 1-10 เป็น "อาวุธสำคัญ" ในการแย่งชิงคนดูจากช่องทีวีดิจิทัลที่  
เข้าไปอยู่ใน "บ้านทรูวิชั่นส์" ตามกฎ Must Carry จึงออกหนังสือชี้แจงและคัดค้านอย่างแข็งขันในการ  
ประชาพิจารณ์ ประเด็นหลักๆ คือ

- การนำช่องรายการของบริษัทฯ ไปให้ทีวีดิจิทัลออกอากาศ ไม่ต่างอะไรกับการรับทรูวิชั่นส์  
ทรูวิชั่นส์มีความเห็นว่าในทางกฎหมายถือว่าช่องรายการของเคเบิลดาวเทียมเป็น "ทีวีฟรี" ซึ่ง  
ประเภทหนึ่งที่อยู่ประกอบการมีสิทธิ์ใช้ประโยชน์และบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่
- การเลือกปฏิบัติสองมาตรฐานระหว่างผู้ประกอบการของกสทช., กสทช. ช่วยเหลือเฉพาะ  
ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจำนวนเบาะแถมแล้วเลิกการจะให้ผู้ประกอบการเคเบิลดาวเทียม
- ร่างประกาศไม่ได้ส่งเสริมให้ประชาชนได้รับบริการโทรทัศน์ได้อย่างทั่วถึง
- การเลิกการบริการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัลยังอยู่ในบริการเคเบิลดาวเทียม

อำนาจประติบัติของกลุ่มทรูวิชั่นส์คง ไม่หยุดแค่การยื่นหนังสืออย่างเป็นทางการคัดค้าน  
ร่างประกาศของกสทช. แต่มีแนวโน้มว่าจะใช้กลไกศาลปกครองอย่างเข้มข้นสักไม่ให้ออก.

รหัสข่าว: C-141109011017 (9 พ.ย. 57/08:07)

หน้า: 1/2 /3



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/178 อาคารพหลุณยพิบูลย์ ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2252-6000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2252-5091, 0-2651-4701 อีเมล help@iqnewsclip.com

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b>  Krasangkay Terakki Circulation: 143,530 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/สฎปพิเศษ <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 9 พฤศจิกายน 2557 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9544 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 71.80 <b>Ad Value:</b> 170,166 <b>PRValue (x3):</b> 510,498 <b>คลิก:</b> 111 <b>คอลัมน์:</b> คัดใหม่วันอาทิตย์: ทีวีดิจิทัล'เบอร์เดียว'ทุกแพลตฟอร์ม(1)พทาภพภาค2'ของ-โคร...
--	---

ออกประกาศฉบับใหม่เพื่อเรียงช่อง 1-36 ทุกแพลตฟอร์ม

ในขณะที่ผลประโยชน์ของโครงข่ายประมาณงานดาวเทียมรายใหญ่ที่สุดอย่าง "ทีเอสโอ" ที่มีส่วนแบ่งตลาดเกินกว่า 50 % ที่มีอำนาจเหนือตลาดค่อนข้างมาก สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของหมายเลขช่อง 1-10 และทุกช่องถัดจากช่อง 11-46 ตามกฎ Must Carry ให้มี "ราคาซื้อขาย" กันจนกลายเป็น "รายได้หลัก" ของกลุ่มทีเอสโอในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

มีเสียงจากรัฐมนตรีพาณิชย์ช่อง 1-10 บนโครงข่ายดาวเทียมทีเอสโอรายกับกลุ่มอื่น 2-3 ล้านบาทต่อเดือน แม้กระทั่งหมายเลข 47 ที่อยู่ติดกับหมายเลขสุดท้ายของช่องทีวีดิจิทัลบนดาวเทียมยังมีราคาซื้อขายในระดับ 1-2 ล้านบาท แล้วตกลงกันไปในลำดับหลายสัปดาห์ไปแล้ว ส่วนคู่แข่งของทีเอสโอ อย่างกลุ่ม BIG4 อันประกอบด้วย INFOSAT, IDEASAT, THAISAT และ LEOTECH ไม่เห็นจะมีความแข็งขันในการคัดค้านร่างประกาศมากนัก

หลายกลุ่มของ BIG4 มักจะต่างจากทีเอสโอที่ใช้นโยบายหรือตลาด สำหรับร่างประกาศฉบับใหม่ที่ยื่นขึ้นประกาศวันที่ 19 ธ.ค.2556 น่าจะเป็นการ "ตัดปีก" ทีเอสโอให้บินได้ต่ำลง สร้างสมรรถนะอันแข็งแกร่งขึ้นในเขตดาวเทียมที่ช่องในระบบ C-Band และ KU-Band มากขึ้น กลุ่ม BIG4 น่าจะยอมแลกกับการลดทอนส่วนรายได้ของบริการบริหารจัดการช่อง 1-10 ของกลุ่ม BIG4 ที่ได้ประโยชน์อยู่บ้าง

ในขณะที่เสียงของกลุ่มไอทีเองก็ไม่เห็นด้วยกับการยกเลิกประกาศฉบับวันที่ 19 ธ.ค. เช่นเดียวกัน แต่ระดับ "เสียงดัง" นั้นอ่อนโยนกว่ากลุ่มทีวีดิจิทัล

ไอทีเริ่มมุ่งเน้นคัดค้านในรายละเอียดของร่างประกาศฉบับใหม่ที่ไม่เลือกไม่ใช้โครงข่ายใช้เทคนิค "ช่องซ้ำ" ในหลายๆ หมายเลขที่กลุ่มไอทีเริ่มมักใช้เป็นกลยุทธ์ "ตัดคนดู" และประเด็นการห้ามเพิ่ม "ความคมชัด" ของช่องทีวีบริการทั่วไปหรือแปลความได้ว่าห้ามโครงข่ายไปหาประโยชน์จากการเพิ่มความชัดระบบ SD เป็น HD

ส่วนโครงข่ายประเภทโทรทัศน์บนดาวเทียมซึ่งระดับต้องกันหรือเคเบิลท้องถิ่นในกรมสงคมเคเบิลที่แห่งประเทศไทยมีความเห็นต่างออกไป จุดยืนชัดเจนว่าพร้อมจะปฏิบัติตามประกาศฉบับใหม่ของสทศฯที่ไม่โครงข่ายจัดเรียงช่อง 1-36 แทนการเรียงช่อง 1-10 ไว้ให้บริการจัดการ

ช่วงที่ผ่านมามีเสียงที่ฟังดูไม่ได้รับประโยชน์จากประกาศเดิมการจัดเรียงช่องของสทศฯ เมื่อวันที่ 19 ธ.ค. 2556 ที่ให้หมายเลขช่อง 1-10 นำไปบริหารจัดการเองได้ แต่กลับเห็นว่าสทศฯ บังคับให้ทุกโครงข่ายเรียงช่องทีวีดิจิทัลเรียงช่องเหมือนกัน 1-36 จะช่วยลดความได้เปรียบของกลุ่มทีวีดิจิทัลและกลุ่มดาวเทียมไอที

แน่นอนว่ากลุ่มทีวีดิจิทัลทุกช่อง รวมไปถึงทีวีที่ว่อนนือกรายใหญ่ที่สุดอย่างช่อง 3 ได้แสดงจุดยืนเรียกร้องให้สทศฯ ออกประกาศจัดเรียงช่อง 1-36 ในทุกแพลตฟอร์มโดยตลอด ถือเป็นครั้งแรกที่ทีวีในระบบอนาล็อกกับทีวีดิจิทัลมีเสียงเป็นเอกภาพ

แรงปะทะของกลุ่มโครงข่ายกับกลุ่มช่องทีวีดิจิทัลน่าจะไม่มีสิ้นสุดง่ายๆ แม้ว่าครั้งนี้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (กสท.) ทั้ง 5 คนเห็นต้องให้ออกร่างประกาศฉบับใหม่ในแต่กำลังรวบรวมเสียงจากประชาชาติแล้ว ก็คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) พิจารณาอนุมัติอีกครั้ง

ขุมเสียงของประธานกสท. พ.อ.ดร.นที สุภะรัตน์ ยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักจากเมื่อช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ที่ยืนยันกับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลว่าจะเดินหน้าแก้ไขประกาศการจัดหมวดหมู่และการเรียงช่องทีวีดิจิทัลตามกฎ Must Carry ในทุกโครงข่ายให้เป็นเบอร์เดียวกันกับกล่องรับสัญญาณภาคพื้นดิน

ดร.นทียืนยันในเวทีประชุมประชาชาติเมื่อวันที่ 5 พ.ย. ว่ามีความจำเป็นจะต้องออกประกาศใหม่เพื่อประโยชน์สาธารณะ หลังจากได้ใช้ทีวีดิจิทัลออกอากาศมากระยะหนึ่งพบว่าผู้บริโภคความเสถียรในการออกอากาศช่องทีวีดิจิทัลผ่านโครงข่ายดาวเทียมและเคเบิลทีวีที่ค่อนข้างไปอีก 10 พ.ค.ส. ตามประกาศเดิมเมื่อวันที่ 19 ธ.ค. 2556

แต่ทั้งที่ยืนยันว่าหากกลุ่มโครงข่ายยืนยันไม่เห็นด้วยก็ยังสามารถใช้กลไกกฎหมายได้ แต่จะทำให้ประกาศฉบับใหม่ไม่ล่าช้าออกไปได้จากเดิมคาดว่าจะประกาศฉบับใหม่ให้มีผลภายในปีนี้

จึงน่าจับตาอย่างยิ่งว่า "หลัง" หรือ "กำลังภายใน" ของกลุ่มโครงข่ายทีวีดาวเทียมหลักคือกลุ่มทีวีดิจิทัลและกลุ่มทีเอสโอกับกลุ่มช่องทีวีท้องถิ่นอีกและทีวีดิจิทัลที่เป็นเอกภาพ

โครงข่ายในมหาภพยังคงวางทีวีดิจิทัลภาคใหม่ระหว่าง "โครงข่ายใหญ่ระดับชาติ" กับช่องทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ซึ่งแบบการประมาณมากกว่า 50,000 ล้านบาทเพื่อให้ได้ "เบอร์เดียว" ถือเป็นปัจจัยสำคัญถึงขั้นความอยู่รอดท่ามกลางสงครามทีวีดิจิทัลที่ยังมองไม่เห็นวันสิ้นสุด



<b>ประชาชาติธุรกิจ</b> Prachachat Tarakki Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> จันทร์ 10 - พุธ 12 พฤศจิกายน 2557 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 4678 <b>หน้า:</b> 1 (ซ้าย), 4 <b>Col./ack:</b> 72.63 <b>Ad Value:</b> 94,419 <b>PRValue (x3):</b> 283,257 <b>คลิก:</b> 333 <b>หัวข้อข่าว:</b> 'ดาวเทียม-เคเบิล' ย่อเรียงช่อง ดับเครื่องชน 'กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล'			

**“ดาวเทียม-เคเบิล”**  
**ย่อเรียงช่อง**  
**ดับเครื่องชน**  
**“กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล”**

## ‘ดาวเทียม-เคเบิล’ ย่อเรียงช่อง ดับเครื่องชน ‘กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล’

**ร**องแรงและแบ่งข้างกันชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการ “ทีวี่ดิจิทัล” กับ “เคเบิลทีวี-ทีวี่ดาวเทียม” ในเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะร่างประกาศ กสทช.เพื่อ “จัดเรียงช่อง” ใหม่ จากเดิมให้เคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียมที่ได้รับใบอนุญาตสามารถจัดเรียงช่องลำดับที่ 1-10 ได้เอง แต่ประกาศฉบับใหม่กำหนดให้ทุกแพลตฟอร์มเรียงช่องเหมือนกันหมด โดยเฉพาะช่องลำดับที่ 1-36 ต้องเป็นของ “ทีวี่ดิจิทัล” ด้วยเหตุผลว่าเพื่อป้องกันความลับสน

ในฝั่งฟากผู้ประกอบการทีวี่ดิจิทัลย่อมเห็นดีเห็นงามอย่างแน่นอน เพราะถ้าทุกแพลตฟอร์มเรียงช่องเหมือนกันจะทำให้ผู้บริโภคจดจำเลขช่องได้ง่ายขึ้น ขณะที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทีวี่ดาวเทียมและเคเบิลทีวีเห็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ทรูวิชั่นส์”

นางศุภลณี ไทรชัยยะ ตัวแทนจาก บมจ.ทรูวิชั่นส์ ระบุว่า การนำช่องรายการของบริษัทไปให้ทีวี่ดิจิทัลออกอากาศ ไม่ต่างอะไรกับการรับทรัพย์สินของบริษัท เพราะเลขช่องเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบกิจการ ยิ่งเลขช่องลำดับต้น ๆ ยิ่งมีมูลค่าในเชิงธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียมมีสิทธิใช้ประโยชน์และบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่

ซึ่งตามรัฐธรรมนูญและประมวลกฎหมายอาญา “การรับทรัพย์สิน” ต้องมีกฎหมายระดับพระราชบัญญัติให้อำนาจในการรับทรัพย์สิน และผู้ที่จะสั่ง “รับทรัพย์สิน” ได้ต้องเป็นศาลเท่านั้น



พ.อ.นที สุกลรัตน์

*“กรณีนี้จึงมีข้อครหาได้ว่า กสทช.ไม่ไร้ศาล รวมถึงข้อครหาได้ว่า การที่ กสทช.ช่วยเหลือเฉพาะผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีที่จ่ายเงินประมูล โดยผลักภาระให้ผู้ประกอบการเคเบิลดาวเทียม เป็นการเอื้อประโยชน์ดิจิทัลทีวี เป็นการออกกฎระเบียบสองมาตรฐาน สร้างความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ใช้อำนาจหน้าที่ไม่ชอบ”* ตัวแทนจากทรูวิชั่นส์ย้ำ

ฟาก **ดร.เสรี วงศ์มณฑา** นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน มองว่า กสทช.ควรพิจารณาว่า การดูแลผู้ประกอบการทีวี่ดิจิทัล และนำประกาศฉบับนี้มาใช้เป็นธรรมกับทุกฝ่ายจริงหรือไม่ ทำไมไม่ให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิลไปตกลงกันเองว่าอยากให้อช่องทีวี่ดิจิทัลออกอากาศได้ในลำดับช่องใด เช่น ช่อง 101-136 หรือ 201-236 เป็นต้น

“ถ้าเรตติ้งทีวี่ดิจิทัลไม่ได้รับความนิยม

เท่าที่ต้องการ ทำไม กสทช.ไม่ช่วยเหลือด้วยวิธีอื่น การกำหนดหมายเลขให้ตรงกับกับกล่องดิจิทัล อาจเป็นการกะกับผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิลเกินไปหรือไม่ เช่น คุณมาฝากขายสินค้า แต่กลับป้าสินค้าชนิดนั้นไปไว้ในจุดที่นำสนใจที่สุด หรือเป็นทำเลทอง โดยเจ้าของร้านไม่ได้อะไรเลย”

ดร.เสรีระบุว่า ทางแก้ไขที่ดี ควรให้โอกาสผู้ประกอบการดาวเทียมและเคเบิลคู่กันว่าจะกำหนดให้กลุ่มช่องทีวี่ดิจิทัลไปอยู่ในเลขช่องใด กสทช.ไม่ควรเข้าไปกำหนดคกกฎเกณฑ์ ควรบังคับให้น้อยที่สุด

ขณะที่ **“จิตรลัดดา เสงี่ยมภาค”** ตัวแทน บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ผู้ประกอบการช่องทีวี่ดิจิทัล กล่าวว่า การประมูลช่องทีวี่ดิจิทัลที่มีราคาสูง เกิดจากหมายเลขช่องที่เป็นตัวเพิ่มมูลค่า รวมทั้งการเกิดขึ้นของกฎ “มัลติแคร์” ทั้งแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิล ทำให้มั่นใจว่าช่องทีวี่ดิจิทัลจะได้ออกอากาศในทุกแพลตฟอร์ม และคาดหวังว่าทุกแพลตฟอร์มจะนำเสนอในเลขช่องที่ประมูลได้ โดยที่ประชาชนไม่สืบสน

“ประกาศฉบับนี้ตรงกับความเข้าใจของผู้ประกอบการช่องทีวี่ดิจิทัลแต่แรก เพราะมีเลขช่องที่เดียวกัน ในส่วนการแข่งขัน ผู้ชมจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าช่องใดมีคุณภาพ”

ส่วน **พ.อ.นที สุกลรัตน์** ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) กล่าวว่า การแก้ไขประกาศฉบับใหม่ กำหนดให้ช่อง 1-36 เป็นช่อง

รหัสข่าว: C-141110023006 (8 พ.ธ. 57/06:41)

หน้า: 1/2



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด 888/78 อาคารพหลุณฯ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330  
 โทร 0-2552-5000, 0-2551-4700 แฟกซ์ 0-2553-5001, 0-2551-4701 อีเมล help@iqnewsclip.com

<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> Packaging Terakki Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	<b>Section:</b> First Section/-			
	วันที่: จันทร์ 10 - พุธ 12 พฤศจิกายน 2557	ปีที่: 37	ฉบับที่: 4678	หน้า: 1 (ซ้าย), 4
	Col.Inch: 72.63	Ad Value: 94,419	PRValue (x3): 283,257	คลิป: ลีลี
	หัวข้อข่าว: 'ดาวเทียม-เคเบิล' ยื้อเรื่องช่อง ดับเครื่องชน 'กสทช.-ทีวีดิจิทัล'			

ทีวีดิจิทัลเหมือนกันทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้ประชาชนผู้รับชมเข้าถึงง่ายขึ้น โดยไม่สับสน

ขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดาวเทียมเคเบิลก็จะจัดเรียงช่องได้ง่ายขึ้น โดยส่วนตัวเห็นว่าเป็นธรรมดาทุกฝ่าย

กสท.ไม่ได้มีเป้าหมายเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าต้องเป็นอย่างไร ผู้ประกอบการดาวเทียมเคเบิลจะมีการเพิ่มบ้าง แต่ประชาชนได้ประโยชน์ในการจัดเรียงช่อง จากการรับฟังก็มีทั้งผู้เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ทางสำนักงาน กสทช.จะสรุปความเห็นเสนอเข้าที่ประชุม กสท.เพื่อพิจารณา ในท้ายที่สุดแล้ว ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดาวเทียมเคเบิลรายใดไม่เห็นด้วย ก็สามารถใช้สิทธิในกระบวนการทางกฎหมายได้"

โดยส่วนตัวคิดว่า หากมีกระบวนการทางกฎหมายเกิดขึ้น ก็อาจต้องใช้ระยะเวลาทำให้ช้าออกไป แต่หากเป็นไปตามขั้นตอนปกติ จะประกาศใช้ได้ในปีนี้

ประมวลความคิดเห็นทุกฝ่าย เชื่อได้ว่านี่คือหนังสือวิบัติ ไม่แพ้ครั้ง กสท.มีปัญหากับช่อง 3

เพราะด้านหนึ่งต้องยอมรับว่า ที่ผ่านมามานำช่อง 1-10 มาสร้างประโยชน์ให้กับตัวเองหลายครั้ง เนื่องจากจตจ่าย แต่อีกด้านหนึ่งต้องยอมรับว่า ช่องดังกล่าวเอกชน โดยเฉพาะเคเบิลและดาวเทียม เป็นฝ่ายลงทุนทั้งสิ้น โดยที่แทบไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ จากทีวีดิจิทัล และ กสทช. แม้แต่น้อย

แม้ กสท.จะยืนยันว่า ผู้ที่ได้ประโยชน์จากเรื่องนี้ในท้ายที่สุดคือคนดูก็ตาม



 <p><b>ไทยรัฐ</b> Thai Rank Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600</p>	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> ศุกร์ 26 ธันวาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 20793 <b>หน้า:</b> 6(กลาง) <b>Col./inch:</b> 39.95 <b>Ad Value:</b> 63,920 <b>PRValue (x3):</b> 191,760 <b>ศิลปิน:</b> ขาว-ดำ <b>คอลัมน์:</b> คาบลูกคาบดอก: ปัญหาช่องทีวีดิจิตอล		
--	--	--	--

mudlek@hotmail.com

# คาบลูกคาบดอก

หมัดเหล็ก

## ปัญหาช่องทีวีดิจิตอล

**ป**อร์ต กสทช. ส่วนใหญ่มีมติเป็นเอกฉันท์ ชะลอพิจารณา ร่างประกาศ เวียนสายช่องทีวีดิจิตอล-36 ทุกช่องทางออกอากาศ หลังจากที่มีผู้ประกอบการร้องเรียนขอความเป็นธรรมจากการคัดค้านจาก ผู้ประกอบการประเภทบอกรับสมาชิก สมาชิกผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียม เนื่องจากเห็นว่าประกาศดังกล่าวอาจทำให้ประชาชนที่รับชมทีวีผ่านดาวเทียมและเคเบิล เกิดความสับสน และที่สำคัญ ร่างประกาศที่ว่า จัดแข่งกับบทยุทธศาสตร์ของ พ.ร.บ. ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่คุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิม

สามารถจัดเรียงหมายเลขช่องได้เอง มีหนึ่งเสียงที่ไม่เห็นด้วยคือ สกัญญา กลางณรงค์ อ้าวว่าร่างประกาศเรื่องช่องใหม่ 1-36 ตรงกันทุกกล่องจะส่งผลติดต่อผู้บริโภคหรือประชาชนและจะทำให้ช่องทีวีไทยมีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งถ้าฟังเหตุผลในเบื้องต้นก็เข้าใจ แต่ต้องอย่าลืมว่าธุรกิจโทรทัศน์ DTT กับธุรกิจโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก หรือเพย์ทีวี เป็นธุรกิจคนละประเภทกัน

หลังจากที่พ.อ.นที ศุกลรัตน์ ประธานกสทช. ได้เปิดประชุมลดใบอนุญาตทีวีดิจิตอล จำนวน 24 ช่อง แบ่งเป็นช่องเด็ก 3 ช่อง ช่องข่าว 7 ช่อง SD ทีวีไอที 7 ช่อง และ HD ทีวีไอที 7 ช่อง เมื่อต้นปี 2557 มีการทดลองออกอากาศเมื่อ 24 เม.ย. ที่ผ่านมา โดยมกสท. เป็นผู้กำหนดให้ผู้ประกอบการทีวีแบบบอกรับสมาชิก เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมอื่นๆสามารถกำหนดช่องของตัวเองได้ 10 ช่องแรก หลังจากนั้นก็นำช่องทีวีดิจิตอลมาเรียงช่องเป็นลำดับถัดไป

แต่ถ้าหากเป็นทีวีดิจิตอลต้องเรียงช่องตามที่แต่ละผู้ประกอบการได้รับเลขช่องตามลำดับซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับ สกัญญา กลางณรงค์ กสทช. ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้อง

ต่อมา กสทช. เปลี่ยนให้มีการเรียงช่องใหม่ ในทุกช่องทางออกอากาศของทีวีแบบบอกรับสมาชิก เคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ตั้งแต่ 1-36 ซึ่งเป็นอะไรที่ไม่ค่อยจะถูกต่อนัก ดูเหมือนว่าจะเป็นการเข้ามาท้าวทักธุรกิจทีวีประเภทบอกรับสมาชิกด้วยการนำช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ไทยพีบีเอส ขึ้นมาเรียงช่องตั้งแต่ 1-6

ซึ่งไม่ใช่ความต้องการของผู้บริโภคและกระทบกับผู้ประกอบการธุรกิจโดยตรง

เวลานี้เกิดคำถามขึ้นในสังคม กสทช. มีความพร้อมในการเปิดประมูลทีวีดิจิตอล ทั้ง 24 ช่องแล้ว ไหน และการกำหนดเวลาการออกอากาศเมื่อ 24 เม.ย. ที่ผ่านมา ความไม่พร้อมทั้งระบบและอุปกรณ์ก็ยังเป็นปัญหาอย่างต่อเนื่อง มีเสียงเรียกร้องจากประชาชนกรณีที่ไม่สามารถรับชมหรือรับชมได้ไม่ทั่วถึงและชัดเจน

ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล ต้องรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมด และไม่สามารถที่จะขายโฆษณาได้ตามเป้าที่วางไว้ เพราะไม่สามารถที่จะนำเรตติ้งไปขายให้กับเอเจนซีได้ อีกทั้งพื้นที่การให้บริการก็ไม่ครอบคลุม

และภาวะท้ายที่สุดไปตกอยู่กับชาวบ้าน ซึ่ง กสทช. ควรให้ความสำคัญ เร่งหามาตรการทำอย่างไรให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับชมช่องทีวีดิจิตอลอย่างทั่วถึง ถือว่าเป็นของขวัญปีใหม่ให้ประชาชนจะดีกว่า.

**หมัดเหล็ก**

<b>สยามรัฐ</b> <small>Start Rate Circulation: 900,000 A4 Rate: 1,050</small>	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> พุธ 24 ธันวาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 65 <b>ฉบับที่:</b> 22521 <b>หน้า:</b> 7(บน)		
	<b>Col.Inch:</b> 38.70 <b>Ad Value:</b> 40,635	<b>PRValue (x3):</b> 121,905	<b>ศิลป์:</b> สีสี
<b>หัวข้อข่าว:</b> "กสทช." ถอยกรูดเลิกเรียงช่องเจอเคเบิลทีวีด้านทำผิดกฎหมาย-อัดไว้ความพร้อมก่อน...			

## ■ เจอเคเบิลทีวีด้านทำผิดกฎหมาย-อัดไว้ความพร้อมก่อนประมูล 'กสทช.' ถอยกรูดเลิกเรียงช่อง

บอร์ด กสทช. หารือกฎหมาย ลงมติ 9 : 1 เรียงเรียงเลขช่องทีวีดิจิทัล เหตุจากเคเบิลทีวีด้าน อ้างเปลี่ยนเลขช่องคนดูสับสนและกฎหมายปี 2551 คู่แข่งผู้ประกอบการเดิมจาก กสทช. ไม่มีความพร้อม เปิดประมูลทีวีดิจิทัล แต่ดูแต่ประชาชนไม่ได้

รายงานข่าวแจ้งว่า เมื่อวันที่ 17 ธ.ค.ที่ผ่านมา บอร์ด กสทช. เสียงส่วนใหญ่ 9:1 มีมติจะลดยุทธศาสตร์การวางประกาศเรียงเลขช่องทีวีดิจิทัล 1-36 ทุกแพลตฟอร์ม หลังได้รับร้องเรียนจากผู้ประกอบการ เนื่องจากมีการคัดค้านจากผู้ประกอบการแบบยกกับสมาชิกสมาคมผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียม เนื่องจากร่างประกาศดังกล่าวอาจทำให้ประชาชนที่รับชมทีวีผ่านดาวเทียมและเคเบิล เกิดความสับสน และที่สำคัญร่างประกาศขัดแย้งกับบทเฉพาะกาลของ พ.ร.บ. ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่คุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิม สามารถจัดเรียงหมายเลขช่องได้เอง

สำหรับเสียงของบอร์ด กสทช. ที่คัดค้านคือ คุณสุกัญญา กลางณรงค์ โดยให้เหตุผลว่า ร่างประกาศเรียงช่องใหม่ 1-36 ตรงกันทุกช่องจะส่งผลต่อผู้บริโภค หรือประชาชนและจะทำให้ช่องทีวีไทยมีมาตรฐานเดียวกัน หากพิจารณาแล้ว เหตุผลของคุณสุกัญญาว่าจะดูดีตั้งแต่คุณสุกัญญาคงยังไม่แล้วว่า ดูทีวีโทรทัศน์ DTT กับดูทีวีในระบบบอกรับสมาชิกหรือเคเบิลทีวี เป็นธุรกิจที่แตกต่างกันจะนำมารวมกันไม่ได้

โดยหลังจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท. ที่มี พ.อ.นที ศุกลรัตน์ เป็นประธาน ได้เปิดประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิทัล จำนวน 24 ช่อง แบ่งเป็น ช่องเคเบิล 3 ช่อง, ช่องเช่า 7 ช่อง, ช่อง SD ทีวี 7 ช่อง และ ช่อง HD ทีวี 7 ช่อง เมื่อต้นปี 57 และได้มีการทดลองออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เม.ย. ที่ผ่านมา โดย กสท. เป็นผู้กำหนดให้ผู้ประกอบการทีวีแบบบอกรับสมาชิกเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมอื่นๆ สามารถกำหนดเรียงช่องเองได้ใน 10 ช่องแรก หลังจากนั้นคือนำช่องทีวีดิจิทัลมาเรียงช่องต่อไป แต่หากเป็นทีวีดิจิทัลต้องเรียงช่องตามพื้นที่และผู้ประกอบการได้รับเลขช่องตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในแนวทาง

เดียวกันกับคุณสุกัญญา แนวทางนี้ถือเป็นเรื่องที่ถูกต้อง

ซึ่งเมื่อปลายหลัง กสท. กลับมาเปลี่ยนให้มีการเรียงช่องใหม่ช่องทีวีดิจิทัลเข้าไปทุกแพลตฟอร์มของธุรกิจทีวีแบบบอกรับสมาชิก สถานีเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียม ต้องเรียงช่องตั้งแต่ 1-36 ต้องเป็นช่องทีวีดิจิทัล ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะนอกจากไม่มีกฎหมายอะไรรองรับแล้ว ยังเชื่อว่า กสท. เข้ามากกว่าธุรกิจทีวีแบบบอกรับสมาชิกที่เป็นคนและแบบทีวีดิจิทัลซึ่งไม่สามารถนำมารวมกันได้ ที่ผ่านมามีการประมูลทีวีดิจิทัล ผู้ประกอบการแบบบอกรับสมาชิกอย่างทีวีซีนมีได้ เรียงช่องได้ตรงความต้องการของลูกค้าที่เป็นสมาชิก ด้วยการนำช่องฟรีทีวีตั้งแต่ช่อง 3 5 7 9 11 และ Thai PBS ขึ้นมาเรียงช่องตั้งแต่เลข 1-6 ตามลำดับ

"กรณีนี้ก็เป็นกัน ผู้ประกอบการแบบบอกรับสมาชิกก็คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการรับชมช่องใดเป็นอันดับต้นๆ ซึ่ง กสท. จะมาบังคับให้ผู้ประกอบการแบบบอกรับสมาชิก เรียงช่องตั้งแต่ 1-36 เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะหากไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ใครจะรับผิดชอบ หากผู้ประกอบการต้องประสบภาวะขาดทุนจากการถูกยกเลิกเป็นสมาชิก"

โดยเวลาที่มีคำถามเกิดขึ้นในกระแสสังคม กสทช. มีความพร้อมแค่ไหนในการเปิดประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ที่ กสทช. ได้เงินไปกว่า 50,000 ล้านบาท และกำหนดออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เม.ย. ที่ผ่านมา แต่ระบบและอุปกรณ์การรับชมไม่มีความพร้อมที่จะให้ประชาชนกว่า 60 ล้านคนทั่วประเทศได้รับชม ขณะที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมดและไม่สามารถขายโฆษณาได้เพราะเงื่อนไขไม่มีเรตติ้ง ซึ่งเปรียบเสมือนการซื้อบ้านจัดสรรที่ขาดระบบสาธารณูปโภคไม่มืน้ำไม่มีไฟฟ้าขาดความพร้อม ภาระหนักตกกับประชาชน เวลานี้ กสทช. ควรให้ความสำคัญเร่งหาแนวทางการค้าอย่างไรให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับชมทีวีดิจิทัลได้อย่างดีจะดีกว่าหรือไม่

<b>แนวหน้า</b> Know As Circulation: 600,000 Ad Rate: 900	<b>Section:</b> โลกธุรกิจ/ธุรกิจ-การค้า <b>วันที่:</b> พุธ 24 ธันวาคม 2557 <b>ปีที่:</b> 35 <b>ฉบับที่:</b> 12304 <b>หน้า:</b> 11 (บนขวา) <b>Col.Inch:</b> 26.78 <b>Ad Value:</b> 24,102 <b>PRValue (x3):</b> 72,306 <b>ศิลปิน:</b> ชาว-ค้า <b>คอลัมน์:</b> พมุนคามพูน: เส้นทางวิบาก...ทีวีดิจิตอล...สะท้อนความพร้อม(ไม่พร้อม)...กสทช.
---	--



### เส้นทางวิบาก...ทีวีดิจิตอล... สะท้อนความพร้อม(ไม่พร้อม)...กสทช.

■ เมื่อวันที่ 17 ธันวาคมที่ผ่านมา บอร์ด กสทช. เสียงส่วนใหญ่ 6:1 มีมติระงับการนำประกาศ เรื่องเลขช่องทีวีดิจิตอล 1-36 ชุดเพื่อลดข้อพิพาท หลังได้รับร้องเรียนจากผู้ประกอบการ เนื่องจากมีการคัดค้านจากผู้ประกอบการแบบออกวิธียกขาน สมาคมผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียม เนื่องจากว่าประกาศดังกล่าวอาจเข้าไปกระทบกับระบบทีวีผ่านดาวเทียมและเกิดปัญหาความสับสน และที่สำคัญ ร่วงประกาศฯ จัดแย้งกับบทเฉพาะกาล ของ พ.ร.บ.ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่คุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิม สามารถจัดตั้งหมายเลขช่องได้เอง เสียงของบอร์ด กสทช. ที่คัดค้าน คือ คุณสุวิทย์คุณฯ คณะกรรมาฯ โดยให้เหตุผลว่า ร่วงประกาศ เรื่องช่องใหม่ 1-36 ตรงกับทุกช่องที่จะส่งผลคือผู้บริโภค หรือ ประชาชน และจะทำให้ช่องทีวีที่มีอยู่มีมาตรฐานเดียวกัน...หากพิจารณาดีๆ เหตุผลของคุณสุวิทย์คุณฯ น่าจะถูกต้อง แต่คุณสุวิทย์คุณฯเองไม่เชื่อว่า ธุรกิจโทรทัศน์ DTT กับ ธุรกิจทีวีแบบออกวิธียกขาน หรือ ดยทีวี เป็นธุรกิจที่แตกต่างกันจะนำมารวมกันไม่ได้... หลังจาก คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ หรือ กสทช. ที่มี พันเอกนที สุกฉงนกิจ เป็นประธาน ได้เปิดประมูลใบอนุญาตทีวีดิจิตอล จำนวน 24 ช่อง แบ่งเป็น ช่องเด็ก 3 ช่อง ช่องข่าว 7 ช่อง ช่องSD ทีวีสี 7 ช่อง และ ช่อง HD ทีวีสี 7 ช่อง เมื่อต้นปี 2557 ที่ผ่านมา และได้มีการทดลองออกอากาศ เมื่อวันที่ 24 เมษายนที่ผ่านมา... โดย กสทช.เป็นผู้กำหนดให้ผู้ประกอบการทีวีแบบออกวิธียกขาน ทีวี และทีวีดาวเทียม ขึ้นๆ สามารถกำหนดช่องของตัวเองได้ 10 ช่องแรก หลังจากนั้นก็นำช่องทีวีดิจิตอลมาเรียงช่องต่อไป แต่หากเป็นทีวีดิจิตอลก็ต้องเรียงช่องตามที่ได้ระบุผู้ประกอบการได้รับเลขช่องตามลำดับซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับคุณสุวิทย์คุณฯ แนวทางนี้ก็ถือเป็นเรื่องที่ถูกต้อง...มันมาตามหลัง กสทช.กลับมาเปลี่ยนให้มีการเรียงช่องใหม่ของทีวีดิจิตอลเข้าไปทุกช่องของทีวีแบบออกวิธียกขาน ทีวี สถานี ทีวี และทีวีดาวเทียม ต้องเรียงช่องตั้งแต่ 1-36 ต้องเป็นช่องทีวีดิจิตอล ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะนอกจากไม่มีกฎหมายอะไรรองรับแล้ว ยังเชื่อว่า กสทช.เข้ามากำกับธุรกิจทีวีแบบออกวิธียกขานที่เป็น คณะกรรมการ ทีวีดิจิตอล ซึ่งไม่สามารถเอามารวมกันได้...ที่ผ่านมา ก่อนมีการประมูลทีวีดิจิตอล ผู้ประกอบการแบบออกวิธียกขาน ออกทีวีไปแล้วก็เรื่องช่องให้ตรงความต้องการของถูกค่าที่เป็นสมาชิก ด้วยการนำช่องทีวีที่ค้างคั้งช่อง 3 5 7 9 11 และ Thai PBS ขึ้นมาเรียงช่องตั้งแต่เลข 1-6 ตามลำดับ...กรณีนี้ที่เจ้าสำนักผู้ประกอบการแบบออกวิธียกขานก็คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการรับชมช่องใดเป็นอันดับต้นๆ ซึ่ง กสทช.จะมาบังคับให้ผู้ประกอบการแบบออกวิธียกขาน ทีวีเรียงช่องตั้งแต่ 1-36 เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เพราะหากไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ใครจะรับผิดชอบ หากผู้ประกอบการต้องประสบภาวะขาดทุนที่ขาดทุนจากการถูกออกขกสิทธิเป็นสมาชิก...เวลานี้มีคำถามเกิดขึ้นในกระแสวิกขาน กสทช.มีความพร้อมแค่ไหนในการเปิดประมูลทีวีดิจิตอล 24 ช่อง ที่กสทช.ได้เงินไปกว่า 50,000 ล้านบาท และกำหนดออกอากาศเมื่อวันที่ 24 เมษายนที่ผ่านมา และระบบ และอุปกรณ์การรับชมไม่มีความพร้อมที่จะไปประชาชนกว่า 50 ล้านคนทั่วประเทศให้รับชม ขณะที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตทั้งหมด และไม่สามารถขายโฆษณาได้เพราะเอาเข้าไม่มีเรดติ้ง จึงเปรียบเสมือนการซื้อบ้านจัดสรร ที่ขาดระบบสาธารณูปโภค ไม่มีน้ำ ไม่มีไฟฟ้า ขาดความพร้อม การจะนำเด็กกับประชาชน เวลานี้ กสทช.ควรให้ความสำคัญเร่งหาแนวทางทำอย่างไรให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับชมทีวีดิจิตอลได้อย่างทั่วถึงจะดีกว่าหรือไม่...■

อนันตเดช พงษ์พันธุ์



<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> Prachachat Tarakij Circulation: 120,000 A4 Rate: 1,200	<b>Section:</b> การตลาด/ไอซีที
	<b>วันที่:</b> จันทร์ 5 - พุธ 7 มกราคม 2558 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 4694 <b>หน้า:</b> 24(จาวา), 22 <b>Col.Inch:</b> 117.76 <b>A4 Value:</b> 153,088 <b>PRValue (x3):</b> 459,264 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> สัมภาษณ์: 'จัดระเบียบโดยอุบัติเหตุ' สรूपบทเรียนสิ่งที่ กสท.ทำได้และได้ทำ

## จัดระเบียบโดยอุบัติเหตุ

สรूपบทเรียนสิ่งที่

กสท.ทำได้และได้ทำ

อ่านหน้า 22



# 'จัดระเบียบโดยอุบัติเหตุ'

สรूपบทเรียนสิ่งที่ กสท.ทำได้และได้ทำ

**ค**อนข้างจัดเจนแล้วว่าคงไม่ยุบทิ้ง แต่บทบาทและสถานะจะคงเดิม หรือลดลงแค่ไหน จะแบ่งเป็น 2 บอร์ด แยกโทรคมนาคมและบรอดแบนด์ เหมือนเดิมหรือไม่ คงต้องรอดูการแก้ไข พ.ร.บ.กสทช. ซึ่งอีกไม่นานก็คงรู้แน่ชัด

และสำหรับปี 2557 ที่ผ่านมา มีหลายสิ่งเกิดขึ้นโดยการขับเคลื่อนของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และมีบทบาทเป็นอย่างดี ตรงจุดนี้กับฝั่งคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) ที่โดนเบรกเรื่องการประมูลคลื่น

4G หลังการเข้ามาของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.)

เพิ่งในปี 2557 ไปหมด ๆ มีพัก "กสท." คงไม่มีใครสรุปได้ดีเท่ากัน "นที สุกลรัตน์" ประธานคณะกรรมการ กสท. ดังนี้

● สุภาพพร้อมปีที่ผ่านม

รหัสข่าว: C-150105023061 (3 ม.ค. 58/04:15)

หน้า: 1/3



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/18 อาคารมหาจุฬาลงกรณ ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10330  
โทร 0-2269-6000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2263-5081, 0-2651-4701 อีเมล: help@iqnewsclip.com

<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> Prachachat Teraki Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	<b>Section:</b> การตลาด/ไอซีที <b>วันที่:</b> จันทร์ 5 - พุธ 7 มกราคม 2558 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 4694		<b>หน้า:</b> 24(จว), 22 <b>PRValue (x3):</b> 459,264 <b>คลิก:</b> 811	
	<b>Col. Inch:</b> 117.76 <b>Ad Value:</b> 153,088 <b>หัวข้อข่าว:</b> สัมภาษณ์: 'จัดระเบียบโดยอุบัติเหตุ'สรุปบทเรียนสิ่งที่ กสท.ทำได้และไม่ได้			

คงต้องบอกว่าเหมือนเริ่มต้นใหม่ เมื่อมี กสท. เพราะทั้งวิหิตูทั้งโทรที่คนโดนคำสั่งให้หยุดหมดทุกอย่าง ทำให้ฝั่งของทีวีที่ไม่ใช่คลื่นความถี่เข้าสู่ระบบของการเป็นเปย์ทีวี และเริ่มต้นการพิจารณาใหม่ทั้งหมด ทุกคนต้องเข้ามายืนยันความเป็นเปย์ทีวี และยืนยันว่าจะไม่มีการออกอากาศในลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ก่อนจะมีมติให้ดำเนินการต่อก็ ต้องพิจารณาใหม่เป็นสถานี ๆ เฉพาะทีวีใช้เวลา 3 เดือน

ถือเป็นการจัดระเบียบโดยอุบัติเหตุกันกับสถานีวิทยุ ทุกคนที่ได้รับใบอนุญาตแล้วโดนยุติบริการจะกลับมากำเนิดใหม่ขึ้นตอนนั้น พวกที่ได้ใบอนุญาตตลอดแล้ว ต้องมาคุยกับ กสท. และหน่วยงานด้านความมั่นคงมาตกลงกันว่าจะออกอากาศในลักษณะที่ไม่เป็นลักษณะขบถความมั่นคง และต้องบังคับให้เอาเครื่องไปตรวจให้ถูกต้องทางเทคนิค จากเดิมเรื่องเครื่องส่งมีปัญหามาก

เมื่อเครื่องมีการตรวจอย่างถูกต้องแล้ว ยังต้องเอามาทำให้เรียบร้อยภายใน 90 วัน ขอลมตั้งแต่เดือน พ.ค.เป็นต้นมา จนถึงตอนนี้ครึ่งหนึ่งก็ยังไม่เรียบร้อย

ขณะที่ดิจิทัลทีวีเริ่มทดลองออกอากาศเดือน เม.ย.นี้ที่ผ่านมา ต้องบอกว่าตั้งแต่ พ.ค.เป็นต้นมา ปี 2557 ทั้งในฝั่งวิทยุ โทรทัศน์เหมือนจัดระเบียบซ้ำ งานหนักมาก งานด้านวิทยุโทรทัศน์คือการประชุมอาทิตย์ละครั้ง ก็เพิ่มมาเป็น 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ แต่ไม่มีปัญหาเรื่องช่อง 3 อีก

● **บ้านปลายมรกต**

บ้านปลายหรือเปล่าไม่รู้ เพราะว่าประเทศเรามุ่งกระแสมาเกินไป เน้นกระแสมากเกินไป ความจริง ถ้าไม่พูดด้วยท้ายที่สุดจะมมาทำร้ายเรา การเป็นองค์กรกำกับดูแลต้องยึดหลักการ ใครจะว่ายังไง ไม่มีผลใด ๆ ทางกฎหมาย คนไทยมีนักวิจารณ์อย่างเดียวกับผู้พูดหนึ่ง เขาก็วิจารณ์เราบ้าง จะว่าเขายังไม่ส่งผลกระทบต่อเรา ถ้าเราทำผิดกฎหมายเมื่อไร อันนั้นถึงผลกระทบแน่

ดังนั้นสิ่งที่ต้องยืนยันอยู่เสมอคือถ้าใครได้ หรือเสียประโยชน์ ต้องอธิบายได้ว่าหลักการคืออะไร ถ้าอธิบายไม่ได้จะเป็นปัญหา

● **งานที่คิดว่าทำเสร็จ**

การจัดระเบียบทีวีทั้งหมดถือว่าเรียบร้อยเสร็จวิทยุเป็นเรื่องยากกว่าเพราะความเข้าใจของผู้ประกอบการน้อยกว่า และมีจำนวนมากกว่าเป็นสิบเท่าของทีวี

● **การทำงานในบอร์ด**

ผมว่าเป็นการปรับรูป - ผสมพูดเสมอว่า จะไม่ทำอะไรผิดกฎหมายเด็ดขาดในทุกกรณี ถ้ากรณีไหนคิดว่าไม่เป็นไปตามกฎหมาย ใครจะออกคำสั่งก็ไม่สนใจ

ถ้าไม่เกิดเหตุการณ์อะไรมากมาย เรื่องวิทยุคงไม่ได้พอสมควร พอเป็นแบบนี้ก็ช้ากว่าเข้าใจของกรรมการต้องบอกว่าศึกษาเป็นจุด ๆ ทั้งที่เราเป็นกรรมการพูดใหม่ อะไรที่อยู่ในวาระ กสท.ต้องเข้าใจอย่างละเอียด การเข้าใจจะโรยกับจุด ๆ เป็นหัว ๆ ทำให้ไม่เข้าใจ

กรรมการแต่ละคนมีข้อจำกัด กสท. เป็นองค์กรของผู้บริโภค ไม่ใช่องค์กรมือสมัครเล่น เรื่องเทคโนโลยีได้บอกไว้ ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญก็ต้องมีที่ปรึกษาและต้องเชี่ยวชาญ ไม่ใช่บอกไม่เข้าใจเทคโนโลยีแล้ววิเศษวิเศษ

● **การแจกคู่มือดิจิทัล**

ทุกคนได้ข้อสรุปแล้วว่า มูลค่าควรเป็น 1 พันบาท และควรแจกกล่องดาวเทียมด้วย ดูจากอะไร จากยอดการใช้คู่มือแจกไป 4.7 ล้าน ใช้ไป 1.8-1.9 ล้านในการที่เข้าไปแค่ไม่ถึงวัน ถ้าหากจะถึง 50% หรือ 2.2-2.3 ล้านเงินไปได้ไหม วันที่ใช้มากที่สุดคือเดือนแรก เดิรฟ์เริ่มลงแล้ว

● **เพราะประชาสัมพันธ์ไม่ได้**

ไม่ใช่ เป็นเรื่องความรู้สึของคน ถ้าแจกให้ทุกคนไม่ขึ้น ถ้าแจกสองพันเกือบทุกคนขึ้น แต่แจกไปแล้วต้องเพิ่มเงินซื้อเสาอากาศเอง หรืออยากได้กล่องดี ต้องเพิ่มเงิน แรงจูงใจก็น้อยลง ในอเมริกาแจกมากกว่าเรา คนยังนำคู่มือไปใช้แค่ 50% สิ่งนี้ กสท.เสนอไปไม่ใช่ได้เฉพาะกล่องต้องได้กล่อง และยังมีดีวีดีและสายอากาศด้วย เหลือแค่ค่าแรง เงินเราเสนอที่ 1,200 บาท รวมค่าแรงด้วย แต่ตกลงมาเหลือพันบาทก็ไม่แรงแต่แรง พยเป็น 800

บาท เป็นกล่องเพียง ๆ ไม่มีเสาอากาศ

● **ถือว่าล้มเหลว**

ไม่ล้มเหลว แต่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ควรจะเป็น ไม่ได้ทำให้การเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัลช้า แต่ทำให้คนที่เปย์ของเรายังไม่ได้มีศักยภาพอย่างที่ควรเป็น วันนี้ถ้าบอกให้คนจ่ายเพิ่ม คนดูดาวเทียมที่มีอยู่ 60-70% ไม่มีใครใช้ อย่างมากไปแลกมาวางไว้เฉย ๆ ทำให้การใช้ดูช่องไม่เยอะเท่าที่ควรทำให้เงิน ตามที่กระทรวงไอซีที กระทรวงการยุติระบบแอนะล็อก คงไปดูข้อเสนอของไทยพีบีเอสที่บอกว่าจะยุติได้ 95% ของแอนะล็อก คือถ้าเป็นพันบาท แลกได้ทุกอย่างก็เป็นไปได้นะ จาก 95% เราต้องรอเหลือ 90 หรือ 80% ได้ แต่เป็นไปได้ไม่ได้ที่จะเหลือ 40-50%

ไทยพีบีเอสต้องการยุติแอนะล็อกบางพื้นที่ปลายปี 2558 แต่บนเงื่อนไขที่ประชาชนส่วนใหญ่อยู่บนดิจิทัล สิ่งที่เกิดขึ้นคือการยุติระบบแอนะล็อกไม่เป็นไปตามอย่างที่อยากให้เป็น จริง ๆ เราต้องการให้ไทยพีบีเอสนำร่องการยุติระบบแอนะล็อกเป็นพื้นที่ ตามแผนจะเริ่มปลายปีหน้า จะทำให้เขาได้ช่องใหม่อีกช่อง

สิ่งแรกที่ปลายปีน่าจะนำร่องประโยชน์คือ ประชาชนเปลี่ยนผ่านเร็วขึ้น ประการ 2 ให้ดาวเทียมและเคเบิลกลับมาสู่การจัดเรียงช่องด้วยความสมัครใจ

วันนี้การแจกคู่มือของกล่องเพราะมูลค่าน้อยลง และเอาไปแลกไม่ได้หลากหลายประการก็มาต้องออกประเทศให้จัดเรียงช่องเหมือนใน handset ซึ่งจะนำไปสู่การฟ้องร้องกันที่ศาล

คนค้าเป็นคนขายกล่องภาคพื้นดินพอค้าเสร็จไม่ไปยุ่ง บอกเป็นเพราะโครงข่ายไม่ถึง ซึ่งไม่ใช่ ที่มีการแจกเงินที่พื้นที่การใช้งานไม่ถึง กรณี อสมทปีแรกครบ 50% ของครัวเรือน ที่ปี 2 คือปี 2 ที่ 51-80% อสมท 1 โครงข่ายล่าช้า 2 เดือน เพราะการจัดซื้อจัดจ้าง แต่แค่ 1 ใน 4 ของโครงข่าย หรือ 25% ของปีที่สอง

ความผิดพลาดทั้งหมดมาจากกรณีบทความคุ้มครอง คู่มือไม่จริงใจให้คนเปลี่ยนผ่าน เพราะมีวิธีไปตามกำกับเวลาของ

<b>ประชาชาติ ธุรกิจ</b> Prachachat Teraldj Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,300	<b>Section:</b> การตลาด/ไอซีที
	<b>วันที่:</b> จันทร์ 5 - พุธ 7 มกราคม 2558 <b>ปีที่:</b> 37 <b>ฉบับที่:</b> 4694 <b>หน้า:</b> 24(ขาว), 22 <b>Col. Inch:</b> 117.76 <b>Ad Value:</b> 153,088 <b>PRValue (x3):</b> 459,264 <b>ศิลปิน:</b> สีสี <b>หัวข้อข่าว:</b> สัมภาษณ์: 'จัดระเบียบโดยอุบัติเหตุ' สรုပ်บทเรียนสิ่งที่ กสท.ทำได้และได้ทำ

มันอยู่แล้ว ยอมรับ ค่าช้า 2 เดือน เพราะ  
จัดซื้อจัดจ้างไม่ทัน แต่ไม่ได้เกิดความ  
เสียหายเท่าไร เพราะ 50% แรกทุกคนไม่  
ตามสแตนด์บายประการ

● **มีมาตรการเยียวยาไหม**  
เกี่ยวข้องกับ กสทช. คุณทำสัญญา  
กันระหว่างช่องกับ MUX

● **กรณีมือถือย้ายโครงข่ายข้ามมีเยียวยา**  
คนละครึ่ง เราเป็นคนให้ใบอนุญาต  
โครงข่าย ถ้าทำอะไรที่ผิดเงื่อนไขใบอนุญาต  
ลงโทษได้ แต่ถ้าเป็นการไปเช่าโครงข่าย  
คุณคุยกันสองคนไม่เกี่ยวกับผม ไม่ใช่คุณ  
ไปเช่าเขา ผมลงโทษคุณแล้วเยียวยาอีก  
คน ไม่ใช่หน้าที่ กสทช. ถ้าทำผิดต่อกัน  
คุณควรจัดการกันเอง  
เราเป็นผู้กำกับจะลงไปเป็นโอเปอเรเตอร์  
ไม่ได้ การที่เช่าโครงข่ายได้ไม่ครอบคลุม  
แล้วไปมีงบกับว่า คุณต้องไปยื่นขอของคน  
ไปเช่าของคนนี้ ไม่ใช่หน้าที่ผม  
ถ้าคุณทำโครงข่ายไม่ครบตามเงื่อนไข  
ใบอนุญาต อันนี้หน้าที่เรา

<b>ไทยรัฐ</b> Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,500	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ		
	<b>วันที่:</b> จันทร์ 9 มีนาคม 2558		
	<b>ปีที่:</b> 66	<b>ฉบับที่:</b> 20866	<b>หน้า:</b> 9(บน)
	<b>Col.Inch:</b> 22.90	<b>Ad Value:</b> 36,640	<b>PRValue (x3):</b> 109,920
	<b>หัวข้อข่าว:</b> "อมรินทร์ทีวี" ร้องขอเอสทีล็กไค		<b>ศิลปิน:</b> ชาว-ค้า

## “อมรินทร์ทีวี” ร้องขอเอสทีล็กไค

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า การประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ที่มี พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เป็นประธาน ในวันที่ 9 มี.ค.นี้ คาดว่าจะหยิบยกประเด็นความไม่เท่าเทียมและเป็นธรรมในการประกอบกิจการธุรกิจทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะช่องรายการที่ได้ใบอนุญาตออกอากาศแบบมาตรฐานความคมชัดปกติ (เอสดี) ที่ไปออกอากาศผ่านโครงข่ายดาวเทียมเป็นช่องเอชดี (มาตรฐานความคมชัดสูง) นั้น ถือว่าเอาเปรียบผู้ที่ประมูลช่องเอชดี เนื่องจากต้องจ่ายเงินในราคาประมูลที่สูงมาก

นอกจากนี้ ยังจะหารือถึงกรณีที่ประชาชนยังมีความสับสนเกี่ยวกับการจัดเรียงช่องทีวีดิจิทัล เพราะแต่ละโครงข่ายจะเรียงเลขช่องไม่เหมือนกัน เช่น ช่องดิจิทัลจะเริ่มจัดเรียงช่องทีวีดิจิทัลทุกทีตั้งแต่ช่อง 18-28

ขณะที่ต้องความเทียมและก่อตั้งเคเบิล จะต้องบวกตัวเลขเพิ่มอีก 10 ช่อง เช่น ไทยรัฐทีวี ช่องดิจิทัล หมายเลขช่อง 32 แต่ถ้าต้องดาวเทียม หมายเลขช่อง 42 เป็นต้น โดยคาดว่า กสท.จะนำร่างประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การจัดลำดับบริการโทรทัศน์ พ.ศ...มาพิจารณาด้วย เพื่อกำหนดให้การจัดเรียงเลขช่องเหมือนกันทุกโครงข่าย จากก่อนหน้านี้ นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช.ได้ประกาศว่าจะเรียงช่องทีวีดิจิทัลให้เหมือนกับโครงข่าย แม้กลุ่มบริษัท ทูวู วิชั่นส์ จำกัด ได้ยื่นฟ้องคัดค้านทำให้ต้องชะงักออกไป แต่ล่าสุดมีกระแสข่าวว่ากลุ่มทูวูได้ถอนฟ้องแล้ว เพราะต้องการให้อุปสรรคทีวีดิจิทัลใช้แพลตฟอร์มทีวีดาวเทียมได้ โดยการหยิบยกประเด็นความเสียเปรียบของผู้ประกอบการช่องเอชดีนั้น สืบเนื่องมาจากการทำหนังสือร้องเรียนมายัง กสทช. โดยบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด เจ้าของช่อง



<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> Krungthek Today Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 19 เมษายน 2558 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9705 <b>หน้า:</b> 2 (ซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 71.83 <b>Ad Value:</b> 170,237.10 <b>PRValue (x3):</b> 510,711.30 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> คิดใหม่วันอาทิตย์: วิชาการรวม 1 ปี ทวีติจิทัล(1) ข้อเสนอเร่งด่วน'เหี่ยวยา-ยกเครื่อง'...
---	--

## คิดใหม่วันอาทิตย์

• **อดิศัย ลิ้มปรีดิ์พจนกิจ**  
adisak@nationgroup.com

# วิชาการรวม 1 ปี ทวีติจิทัล (1) ข้อเสนอเร่งด่วน'เหี่ยวยา-ยกเครื่อง'

**บ**้านเม.ย.ปีนี้นับ 1 ปีของการออกอากาศช่องทีวีดิจิทัล 24 ช่อง เสมือนเกิดขึ้นในภาวะสงครามที่เกิดขึ้นภาวะข้าวขาดแคลนแพง

ทำให้อุตสาหกรรม 1 ปีที่ผ่านมาถือว่าได้ 17 ปีชีวิต 24 ช่องทีวีดิจิทัลดำรงอยู่อย่างทุกฝักรูด จนเป็นวันี่ยังมีชีวิตอยู่รอดมาได้ครบ 24 ช่องถือว่าผู้ประกอบการทำได้ดีพอสมควรคิดว่าจะออกตามเกณฑ์ตามความดับเสนอตนทั้งในส่วนใหญ่เกิดขึ้แลจากกรณีไม่ปฏิบัติตามคำสั่งสัญญาของ "ผู้คุมกฎ" คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (กสท.) เป็นส่วนใหญ่

หากทศ.ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างสมบูรณ์ยึดมั่นในหลักการ-กฎเกณฑ์-เจตนารมณ์ของกฎหมายและแผนปฏิบัติการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลที่ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม การสร้างสนามแข่งที่เท่าเทียม (Level Playing Field) โดยไม่ใช่ "ดูอยที่เงินอันชวนสงสัย" หรือ "อคติ" ส่วนตัวในการวินิจฉัยเรื่องราวต่างๆ ที่พร้อมจะถูกกล่าวหาว่ามีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง

สถานการณ์ช่องทีวีดิจิทัลจะไม่อ้าแอ่กษานาถนี จากเองแทบไม่เห็นอนาคตสักเท่าไร ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงบวกเกิดขึ้นอย่างมากมายและรวดเร็วกว่าการคาดการณ์ของทุกฝ่าย

ผมจะเขียนสรุปปัญหาของทีวีดิจิทัลอันเกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของกสท. ชุดนี้เป็นครั้งสุดท้าย พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาในระยะระหว่างต้นภายใน 3-6 เดือนและการแก้ปัญหาในเชิงโครงสร้างของการกำกับดูแลในระบบ "องค์กรอิสระ" แบบกสท. หรือเฉพาะสายบรอดแคสติ้ง กสท.

ในช่วง 1 ปีว่าที่ผ่านมก หลังการประมูลทีวีดิจิทัลเสร็จสิ้นลงในช่วงสี่ปีสุดท้ายของปี 2556 ก่อนทุกคนหยุดศึกการเมืองไม่กี่วัน อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยได้ใจจรดเปลี่ยนครั้งใหญ่ที่สุดในรอบกว่าครึ่งศตวรรษที่ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายในรอบปีที่ผ่านมาทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ที่ได้เริ่มออกส่งออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย.2557 และกสท.ออกใบอนุญาตประกอบการกิจการทีวีดิจิทัลไปในวันที่ 25 เม.ย. 2557 อายุใบอนุญาต 15 ปี เริ่มสุดวันที่ 24 เม.ย. 2572

### การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเกิดขึ้นมากมาย

● **ดูอำนาจในวงการโทรทัศน์เปลี่ยน** จากเดิมยกยวามเรกว่าครึ่งศตวรรษอยู่ในมือของช่องทีวีอนาล็อก 6 ช่องหรือ 2 ช่องหลัก คือช่อง 3 กับ ช่อง 7 ไปสู่ "ผู้คุม" ที่ถืออำนาจมากที่สุดไม่ว่าใช้ "เงิน" เป็นสื่อช่องได้ตลอดรอด เพราะจากเดิม "ผู้คุม" แทบจะไม่ฟังเสียงเสียงคนมัก หากไม่ต้องการจำเป็นทำต่อเสียงเคบีซีทีวีจำใจต้องสุญราย ของ 6 ช่องทีวีที่อ่อนด้อย

ผลการเทียบเสียงแล้วเสียงที่แข็งแกร่งจริงๆ คือจำนวนคนดูของช่องทีวีที่เรียกชื่อของระบบระบบเป็นครั้งแรก ช่อง 5 กับ ช่อง 9 เป็นช่องที่คนดูพอใจออกห่างออกห่างไปมากกว่า 50-60% ส่งผลไม่ร้ายได้โดยนอภพหายไปไม่น้อยกว่า 20-30% ในขณะที่ช่อง 3 กับช่อง 7 ที่เคยเป็นผู้นำดูในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ แต่ถือเป็นครั้งแรกที่ปัดได้ก็เริ่มล้าล้าคดอย่างรุนแรง ช่อง 3 มียอดคนดูลดลงถึงประมาณ 20-25% และช่อง 7 ลดลงประมาณ 7-8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

● **Content is The King เป็นจริง** การมาถึงของสถานีโทรทัศน์แบบทีวีดิจิทัล 24 ช่องหรือเพิ่มขึ้น 4 เท่าตัว แม้การรับชมทีวีดิจิทัลยังไม่ได้ครอบคลุม 100% แบบอนาล็อก แต่การแข่งขันได้เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนการประมูล ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2556 ค่ายใหญ่คู่ขนานกับรับโครงสร้างซึ่งมีบุคลากรเพื่อสร้างคอนเทนต์เป็นการใหญ่

เมื่อเสนอเปิดรับตลาดยุค ค่ายได้ตัดสินใจเจาะใจลงลงทันที ค่ายที่มีคอนเทนต์ในมือได้เปรียบมากกว่าค่ายที่ไม่มีคอนเทนต์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์, ผู้ประกาศข่าว นักข่าว ฯลฯ กลายเป็น "มนุษย์ทองคำ" เป็นที่ต้องการของช่องต่างๆ ปากกาการมีดีไม่เพียงผลิตก่อนเคือผู้ประกอบการที่ลาออกจากทีวีอนาล็อกไปสู่ช่องทีวีดิจิทัล ผู้ผลิตรายการอิสระไม่ต้องไปอิงเสียงโทรทัศน์แล้วผู้สุการทำรายการเปลี่ยนจากเช่าเวลาเป็นจับจ่ายผลิตรายการ



<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> Krungthep Trai Ltd Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 19 เมษายน 2558 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9705 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col./Jac:</b> 71.83 <b>Ad Value:</b> 170,237.10 <b>PRValue (x3):</b> 510,711.30 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> คัดใหม่วันอาทิตย์: วิชากรรม 1 ปี ทวีติจิทัล(1)ข้อเสนอเร่งด่วนฯ...			

● **นโยบายโทรทัศน์จากธุรกิจทีวีกระจายตัว** แม้บริษัทเคยมีนโยบายจะบังคับอยู่เป็นประจำจากแหล่งเงินในที่ไม่ได้ส่งเสริมให้ช่องทีวีดิจิทัลได้อย่างเต็มตัวและยังไม่ได้ใจให้กับช่องทีวีดิจิทัลสักที แต่เสียงเรียกร้องจาก “คนดู” ที่แสดงผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งของช่องทีวีดิจิทัลที่เกือบทุกช่องเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในแต่ละเดือน ช่วงระหว่าง 30-300% เมื่อเทียบกับช่องที่เป็นทีวีดาวเทียม ทำให้บริษัทเคยมีนโยบายเริ่มวางแผนกระจายรายได้ไปยังช่องทีวีดิจิทัลโดยผ่านรายการกีฬา 8-10 ช่อง การได้ประโยชน์มากขึ้นของทีวีดิจิทัลบ้าง ทำให้ช่องปลั๊กอินเขียน “ปลาได้น้ำ” เร่งขมเสียดทานกันจึงนำผู้ต้องขังอยู่ตลอดเวลา ทำให้การปรับผังเป็นไปอย่างยากลำบาก

แม้ทีวีช่องทีวีดิจิทัลเกินกว่าครึ่งที่อยู่ในสภาพ “ปลาพ่นน้ำ” นายโจเซฟ บัญ แต่ดูเหมือนว่าพวกเขายังมีความหวังจะรอดจากการปรับแผนธุรกิจใหม่ในเวลาที่ได้รับการช่วยเหลือเยียวยาอย่างเร่งด่วน ในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า น่าจะทำให้ดูราย “กตส” ตั้งแต่บัดนี้ต่อไปอีกอย่างน้อย 1-2 ปีกว่าจะถอดใจจริงๆ

**ผลของความหวังในอนาคตของทีวีดิจิทัลเริ่มบ้าง เริ่มมองเห็นหนทางหลุดจากหายนะจากอำนาจของ “กสท.” ที่แทบจะพลิกศักราชผลประโยชน์ต่อใจ**

หลังจากเมื่อวัน 9 มี.ค. ได้มีการประชุมกลุ่มย่อยหรือ Focus Group ที่จัดขึ้นโดยหอการค้าไทยมีแนวคิดคือ **ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ** ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่อยู่ในคณะทำงานจัดทำนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของภาคเอกชนที่ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจได้มีนโยบายหลักของรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่เป็นรูปธรรมที่สุด แม้จะถูกวิพากษ์วิจารณ์จากแวดวงวิชาการถูกยกย่องว่าดีที่คิดไม่ถึงไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัลที่ถ่วงน้ำหนักความล้มเหลวรอบๆ อยุธยา ดร.โกศลบอกด้วยตนเองขณะประชุมประกอบการทีวีดิจิทัลว่าสภาพการที่ได้ศึกษา “การจัดทำแผนเศรษฐกิจดิจิทัล” พบว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเรื่องคู่แข่งของภาคการค้า เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, อุตสาหกรรมไอที, อุตสาหกรรมโทรคมนาคม, อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ฯลฯ แต่อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลเป็นเรื่องที่ไม่คุ้นเคยเพิ่งเกิดขึ้นใหม่ โดยคาดการณ์ไว้ว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ยุคระบบเดิมมีเงินลงทุนรวมมากถึง 100,000 ล้านบาท ทีวีดิจิทัล 24 ช่องจะเป็น “หัวอก” ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในอนาคต

**ตัวแทนของชมรมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลโดย “สุภาพ คลีชฉาย” ได้ร่วมกันจัดทำข้อเสนอเร่งด่วนเพื่อการ “เยียวยา-ยกเครื่อง” ทีวีดิจิทัลให้อยู่รอดเป็นหลังของเศรษฐกิจดิจิทัล ผ่านทางสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยที่ได้นำข้อเสนอนี้ส่งไปยังคณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมที่เพิ่งจัดตั้งขึ้น ซึ่งมีอำนาจเหนือกสทศ. สามารถกำหนดนโยบายและสั่งการให้กสทศ.ดำเนินการแก้ไขปัญหาก็ข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาระง่วนภายใน 3 เดือน**

**1.การลดอำนาจการแก้ไข**

**1.1 การชำระค่าใบอนุญาต วงที่ 2 และ 3** ขอให้ผ่อนผันออกไปอีก 2 วง ระยะเวลาที่ 2 ครอบคลุม 20% ของยอดเงินปรารถนแต่ละช่องจะต้องชำระภายใน 30 วัน หลังจากใบอนุญาตครบ 1 ปีโดยภายในวันที่ 24 พ.ค.2558 หรืออีกประมาณ 1 เดือนข้างหน้า หากไม่ได้รับการผ่อนผันออกไปจะทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลหลายช่องคงกิจการ “ขาดสภาพคล่อง” อย่างรุนแรง

**1.2 ค่าโครงสร้าง ขอให้ผ่อนผันการชำระ** โดยเมื่อกับลดส่วนของราคาจ่ายอุปโภคบริโภคส่งไปยังผู้บริโภคในภาค ไม่ควรไปอิงกับการขายโครงสร้างของผู้ถือใบอนุญาตที่ขายไปก็ยังไม่เห็นคุณค่าจะแยกที่ขึ้น หากสถานีไม่ได้เอาเงินมาจ่ายกับระบบพันธมิตรเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใจในการคิดซื้อของทีวีดิจิทัลมากขึ้น หลังจากที่มีผู้บริโภคที่อุปโภคไปแลกต่อรับสัญญาณภาคพื้นดินในลักษณะที่ยังประมาณ 50% ที่อุปโภควงแรกจะคงเหลืออยู่ในเดือนกันยายนค.

**ภาระหลังแผ่นของผู้ประกอบการช่องทีวีดิจิทัลรายเดือนลดหนี้** ช่องแบบ SD ถูกเรียกเก็บเงินค่าโครงข่ายเดือนละประมาณ 4.8 ล้านบาท และ ช่อง HD เดือนละประมาณ 14.5 ล้านบาท หากลดหนี้ลดหย่อนลงไม่ระต่ออยู่ผู้ประกอบการได้เลิก

**1.3 ขอให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแบบ 2x+2 %** จากรายได้ของแต่ละช่อง จนกว่าการเปลี่ยนผ่านจากภาคถือสิทธิ์ดิจิทัลเสร็จสิ้นลง หากยึดตามสัญญาฉบับระบบปกติภาคบังคับสุดท้ายระหว่างช่อง 3 กับ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) จะสิ้นสุดในวันที่ 24 มี.ค. 2563 หรืออีกประมาณ 5 ปี

ถึงแม้ข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน 3 เดือนนี้คือการยกเครื่องแผนประชาสังค์ที่อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับทีวีดิจิทัลที่เป็น “จุดจบ” ที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ได้ระสีหรือรับในการคุ้มครองไม่เลิกข้ออ้างรับสัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน แต่ กสท. กลับใช้เงินอย่างขะยะประมาทการแลกถ่วงรับสัญญาณแบบไฮบริดที่เป็นเรื่องที่น่ากว่าภาพยกกำหนดแล้ว

**ขอยกยอแนวทางการข้อเสนอแก้ไขปัญหาก็ทีวีดิจิทัลแบบเร่งด่วน 6 เดือน** ไม่สืบคาคิดว่าด้วยการยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และการกำกับดูแลในระบบของสื่ออิสระแบบกสทศ.ที่เห็นที่ผ่านมาก็ให้ทุกฝ่ายเห็นข้อบกพร่องที่ควรแก้ไขอย่างถึง

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> <small>Kraengthong Triadit</small> <small>Circulation: 200,000</small> <small>Ad Rate: 2,370</small>	<b>Section:</b> First Section/หน้า-วิเคราะห์ <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 26 เมษายน 2558 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9712 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col. Inch:</b> 71.71 <b>Ad Value:</b> 169,952.70 <b>PRValue (x3):</b> 509,858.10 <b>คลิก:</b> สีสี่ <b>คอลัมน์:</b> คิดใหม่วันอาทิตย์: วิชาการกรม 1 ปีที่วิดิจิตัล(2) เหตุผลที่ไม่ใช่-ขอเลื่อนจ่ายงวด2			

## คิดใหม่วันอาทิตย์

• อดิศักดิ์ ลิ้มปรั้งพัฒนกิจ  
adisak@nationgroup.com

# วิชาการกรม 1 ปีที่วิดิจิตัล(2) เหตุผลที่ไม่ใช่-ขอเลื่อนจ่ายงวด2

เป้าหมายของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) เมื่อวันที่ 22 เม.ย. ให้ช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ในการเตรียมเงินงวด 2 แบบมีเงื่อนไขจ่ายดอกเบี้ยด้วย แล้วต้องขอแย้งและยื่นข้ออ้างว่าวิชาการกรมของทีวีดิจิทัล ไม่เป็นรากที่หน้าทอนสิทธิ์ ทั้งล้มเลิกตามหลักการทางของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์(กสทช.)

ไม่ได้เกิดจากปัญหาการหมุนทางการเงินเมือง, เศรษฐกิจตกต่ำและโครงข่ายไม่สามารถขยายได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ตามที่เลขาธิการกสทช. "สุภากร ตันเทพิณี" ออกมาแถลงช่วยเหลือทีวีดิจิทัลแบบมีเงื่อนไขคิดดอกเบี้ย

สองปัญหาแรกคือการลงทุนทางการเงินในเศรษฐกิจตกต่ำเป็นปัญหาของ "ประเทศ" ที่คนไทยทุกคนเผชิญอยู่จริง ไม่ใช่ปัญหาเฉพาะของทีวีดิจิทัล ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไม่ได้อย่างเหตุผลนี้ในการขอความช่วยเหลือชำระเงินงวดงวดที่ 2

ปัญหาโครงข่ายเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยตรง แต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการกำกับดูแล

ผู้ถือใบอนุญาตประกอบกิจการโครงข่ายที่กสทช.ออกให้ไป 5 ใบอนุญาต 4 รายที่ไม่มีประสิทธิภาพ

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้รับใบอนุญาตโครงข่ายไป 2 โครงข่าย, สถานีโทรทัศน์

ไทยพีบีเอส, อสมท. และกรมประชาสัมพันธ์ได้รับใบอนุญาตไปแห่งละ 1 ใบ แต่มีเพียงช่อง 5 กับไทยพีบีเอส

ที่สามารถขยายโครงข่ายได้ตามกำหนดระยะเวลาเท่านั้น แต่ไม่มีการขยับขยายการกำกับดูแลจากกสทช. ในเชิง

คุณภาพได้ยากขึ้นได้อย่างทั่วถึงในแต่ละจังหวัดจริงๆ

อสมท. มีปัญหาการประมูลจัดซื้อเครื่องส่งทีวีดิจิทัลที่แพงกว่าตลาดอย่างมาก อันเนื่องมาจากปัญหา

การบริหารงานภายในองค์กรในช่วงส่งดูแลกำกับให้การขายโครงข่ายลำตั

กสทช. ละเลยในการ "ลงมือ" ให้สมท. ปฏิบัติตามเงื่อนไขใบอนุญาตในการขยายโครงข่าย

อสมท. เลื่อนไปใช้วิธีเช่าเครื่องส่งพอเป็นพิธีเพื่อให้มีเงินโอนไปกสทช. มากนัก ในหลายๆพื้นที่ที่มี

เครื่องส่งแต่กำลังส่งต่ำกว่าเกณฑ์

การประชาสัมพันธ์ไม่มีความจำเป็นใดๆ ในการลงทุนขยายโครงข่าย แต่กสทช. ละเลยไม่ได้ใช้อำนาจ

ตามกฎหมายในการลงโทษ ทำให้เงินงวดที่โครงข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ก็ยังไม่มีการทยอยส่งเงิน

จะเสร็จตามแผนเมื่อไหร่

ส่งผลให้การระบอบการอนุมัติให้ใบอนุญาต "ทีวีดิจิทัลแบบบริการสาธารณะ" จะต้องล่าช้าออกไป

อย่างไม่มีการกำหนด รวมทั้ง "ทีวีดิจิทัลภาคชุมชน" ในแต่ละโครงข่ายในแต่ละพื้นที่ก็ต้องร้องเพลงรอ

ต่อไป

กสทช. ได้ให้ใบอนุญาตโครงข่ายแบบที่ผูกขาด 4 ราย โดยไม่เปิดกว้างให้ยื่นขอใบอนุญาตเพื่อให้เกิด

การแข่งขัน แสดงการกีดกันบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจบางรายไม่ให้มีโอกาสยื่นขอใบอนุญาตโครงข่าย

หลัก ผลักให้ไปอยู่ในส่วนโครงข่ายเสริมหรือ Filler Gap ที่กว่าที่บริษัทเอกชนหลายรายได้แสดงความพร้อม

ในการลงทุนสร้างโครงข่ายทีวีดิจิทัล

ข้อดีหลายประการของการตัดสินใจให้ใบอนุญาตโครงข่ายอยู่ในมือของสถานีโทรทัศน์เดิม 4 รายที่

ไม่ได้สร้างบรรยากาศของการแข่งขันในการให้บริการ แตกต่างจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่องที่กสทช.

สามารถสร้างบรรยากาศการแข่งขันได้อย่างเข้มข้น

เมื่อการออกใบอนุญาตโครงข่ายอยู่ในสภาพ "กึ่งผูกขาด" ทำให้ไม่มีบรรยากาศของการแข่งขันในการ

ให้บริการ ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลหลายช่องที่ตัดสินใจให้บริการโครงข่ายอสมท. ที่ไม่มีความพร้อมจำเป็น

รับระบอบการไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> Krungthep Trajidi Circulation: 200,000 A4 Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/บทหน้า-วิเคราะห์ <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 26 เมษายน 2558 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9712 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 71.71 <b>Ad Value:</b> 169,952.70 <b>PRValue (x3):</b> 509,858.10 <b>คลิป:</b> สีสี่ <b>คอลัมน์:</b> คัดใหม่วันอาทิตย์: วิชากรรม 1 ปีที่วิจิตร(2)เหตุผลที่ไม่ใช่-ขอเลื่อนจ่ายงวด2
---	--

ในขณะที่สภาที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัลให้เป็นไปตามกำหนดไม่ได้ใส่ใจอย่างเพียงพอ เทียบกับให้หารขยายโครงข่ายมีความพร้อมก่อนการประมูลทีวีดิจิทัลในช่วงปลายเดือนธ.ค. 2556 หลังจากได้มีการออกใบอนุญาตและมีการทดลองออกอากาศไปแล้วเกือบหนึ่งปีแล้ว

ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไม่เคยร้องเรียนขอความช่วยเหลือเดือนชำระหนี้ประมูลงวดที่ 2 ด้วยเหตุผลจากการชุมนุมทางการเมืองและเศรษฐกิจตกต่ำ เพราะทุกรายได้เข้าประมูลเมื่อปลายเดือนธ.ค. 2556 ในช่วงที่มีการชุมนุมทางการเมืองยังไม่ได้ยุติและทราบอยู่แล้วว่าไม่มีโครงการหนี้ได้ว่าจะยุติเมื่อไหร่ รวมทั้งทราบถึงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่เกิดขึ้นภาคต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเริ่มต้นชุมนุมทางการเมืองในช่วงต้นเดือนธ.ค. 2556

แต่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ยื่นหนังสือทั้งในนามชมรมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลและสมาพันธ์ผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ แสดงเหตุผลสำคัญคือความล่าช้าในการแจกจ่ายใบอนุญาตไป แลกส่งมอบสัญญาณทีวีดิจิทัลที่มีการออกโดยคณะกรรมการกำกับ โทร. ทำให้ระยะเวลาการแจกจ่ายล่าช้าจากเดิมไม่เกิน 45 วันหลังจากเริ่มทดลองออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย. 2557

หลังจากประธาธิการเห็นว่าเริ่มแจกจ่ายได้ส่งมอบไปเมื่อวันที่ 10 ธ.ค. 2556 แล้วให้เริ่มนำอุปกรณ์ส่งมอบสัญญาณมาติดตั้ง (DVB T2) ได้ตั้งแต่วันที่ 20 ธ.ค. 2557 ล่าช้ากว่าเดิมประมาณ 5 เดือนที่เป็นช่วงเวลาที่สภากรรมการทีวีดิจิทัลที่อยู่ในสภาพเหมือน "ปลาราคาต่ำ" สนทนแข่งขันยังไม่เสร็จโครงข่ายขยายไปต้องจ่ายเงินครบถ้วนแต่กลับไม่มีคนเข้ามาดูได้จากภาคพื้นดิน

ความล่าช้าที่เป็นปัจจัยเชิงลบที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลไม่ถึงไม่ได้อยู่ในแผนธุรกิจเพื่อแก้ปัญหา ส่วนใหญ่เริ่มต้นเกิดขึ้นมาจากประธานสภา.พ.อ.ดร.น. ศุภรัตน์ได้เสนอแนวทางใหม่ให้ดูปลงสามารถแลกส่งมอบสัญญาณทีวีดาวเทียม (DVB-S ) ได้ด้วย นอกเหนือจากเงินขอเดิมก่อนการประมูลนำเงินจากการประมูลไปแปลงเป็นดูปลงให้แลกได้เฉพาะส่งมอบสัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน ( DVB T-2) อย่างเดียว

อีกเหตุผลหลักที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลได้แจ้งในหนังสือขอความช่วยเหลือเพื่อเดือนชำระหนี้งวดที่ 2 คือขาดแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต้องเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้รอบประชาชนเกี่ยวกับการรับชมทีวีดิจิทัล กลยุทธ์ได้มุ่งทำในเชิง "พิธีกรรม" เช่น การจัดพิธีส่งมอบดูปลงให้บริษัท ไปรษณีย์ไทยอย่างยิ่งใหญ่ การออกสปอตโฆษณาทีวีและลงหนังสือถึงทั้งกับครอบครัวบ้านแล้ว ฯลฯ

สภา.ประมุขรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลแต่เป็นแบบแค่รับฟัง ไม่ได้ยินไม่ได้ใส่ใจนำไปปฏิบัติ แต่ไม่ได้ให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเข้าไปมี "ส่วนร่วม" ในการวางแผนในเชิงกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ แผนการประชาสัมพันธ์ของสภา.เป็นแค่การซื้อสปอตโฆษณาทีวีและหนังสือพิมพ์เท่านั้นเอง

นอกจากนี้ยังมีงบประมาณประชาสัมพันธ์ทีวีดิจิทัลอีกประมาณ 63 ล้านบาทที่ยังถูก "ตอง" อยู่ที่ไหนไม่รู้ใครรู้

หลังจากกรมการกสท. 3 ค่ายคือพ.ท.ค.ท.พีระพงษ์ มาเนกิจ,ดร.ธวัชชัย จิตรภานันท์และอาจารย์สุปัญญา กลางณรงค์ ไม่เห็นด้วยกับการจัดสรรส่วนนี้ให้ใช้ออกทีวีรายวันรายคืนไปดำเนินการโดยไม่มีกรประมูลผ่านคณะกรรมการแข่งขันกันจากบริษัทเอกชนซึ่งขณะเมื่อ 3 ปีที่แล้วส่วนเรื่องอื่นๆที่ปลายเหตุเกิดขึ้นในระยะห่างทางเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทราบอยู่แล้วหรือไม่ได้ทำให้เกิดปัญหาแต่เป็นสิ่งที่สภา.ทำให้เกิดปัญหาขึ้นเอง เช่น กสท.ไม่สมัครคนเข้าประกวดการเขียนชื่อในระบบ Must Carry ให้เหมือนกับกล่องภาคพื้นดินช่อง 1-36 เพราะสภา.เองที่ไม่ออกประกาศก่อนประมูลทีวีดิจิทัลประมาณ 1 เดือนอนุญาตให้โครงข่ายทีวีดาวเทียมสามารถนำช่อง 1-10 ไปแสดงทางลัดประชาชนได้

รวมไปถึงอาการท้องเฟ้อของกล่องทีวีดิจิตอลที่ไม่ยอมออกอากาศคุณภาพของทีวีดิจิตอลแบบ HD กับระบบอนาล็อก ด้วยข้ออ้างเป็นคุณสมบัติบริษัทจะผิดกฎของสภา.ที่มีคนใหญ่ของกสท.พูดเพียง 3 เดือนอย่างนั้นก็ทำให้เสียเวลาทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับทีวีดิจิทัลในการเดินทางไปวังหน้าพร้อมกันเกือบ 3 เดือน บริษัทเอกชนชื่อโฆษณาได้ใช้เหตุผลเหล่านี้ที่เกิดขึ้นมาจากการทำงานของสภา.ที่ไม่มีเอกภาพและขัดแย้งกันในบางเรื่องที่ไม่เป็นเรื่องเลย ขอชดเชยการวางแผนชื่อโฆษณากับของทีวีดิจิทัลรายใหม่และรายย่อย ไม่มีฐานคนดูก่อนบริษัทโฆษณาได้ใช้เหตุผลเหล่านี้ที่เกิดขึ้นมาจากการทำงานของสภา.ที่ไม่มีเอกภาพและขัดแย้งกันในบางเรื่องที่ไม่เป็นเรื่องเลย ขอชดเชยการวางแผนชื่อโฆษณากับ

<b>กรุงเทพธุรกิจ</b> <small>Kraengky Terakki</small> Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,370	<b>Section:</b> First Section/หน้า-วิเคราะห์
	<b>วันที่:</b> อาทิตย์ 26 เมษายน 2558 <b>ปีที่:</b> 28 <b>ฉบับที่:</b> 9712 <b>หน้า:</b> 2(ซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 71.71 <b>Ad Value:</b> 169,952.70 <b>PRValue (x3):</b> 509,858.10 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> คัดใหม่หน้าอาทิตย์: วิชาการรวม 1 ปีที่วิดิทัศน์(2)เหตุผลที่ไม่ใช่-ขอเลื่อนจ่ายงวด2

**ช่องทีวีดิจิทัลรายใหม่และรายย่อยที่ไม่มีฐานคนดูมาก่อน**

ซึ่งยอมเบี่ยงเหตุผลทุกข้อของกสทช. ไม่มาช่วยเหลือนโยบายทางการเงินให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเลื่อนจ่ายเงินงวด 2 ที่จะต้องกำหนดในวันที่ 24 พ.ค. นี้ แต่ยังมีเงื่อนไขขอคิดดอกเบี้ยไม่การเลื่อนจ่ายไป 1 ปี แล้วไว้ใจต่อทำประชาพิจารณ์ภายใน 15 วันเพื่อให้ทันแผนออกเดินอากาศไประชูกสทช. 20 พ.ค. นี้

ขอตั้งคำถามกลับไปว่าบรรดาเหล่าเจ้าของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่เกือบทั้งหมดเกิดการทำงานผิดพลาดของกสทช.เช่นนี้ ทำไมกรรมการกสทช. ไม่มีใครออกมายอมรับผิดบ้างเลยหรือ? ใครจะเป็นผู้มีอำนาจลงโทษกรรมการกสทช. ที่เป็นต้นเหตุหลักทำให้เกิดวิบากกรรมของทีวีดิจิทัลในเป็นเอกที่หนักหนาเกินกว่าที่ศาลการณ์ไว้ทุกราย



<b>ไทยรัฐ</b> Thai Ratt Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> จันทร์ 11 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20929 <b>หน้า:</b> 1(ลาจ้าย), 5 <b>Col.Inch:</b> 104.28 <b>Ad Value:</b> 312,840 <b>PRValue (x3):</b> 938,520 <b>ศิลปิน:</b> สีสี่
	<b>หัวข้อข่าว:</b> สตูปหน้า1: สาปส่ง กสทช.? ดิจิตอลทีวีผืนผ้า



# สตูป หน้า 1

สำคัญ เกี่ยวพันกับประเทศไทย ประชาชน ผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีภาคสาธารณะ ภาคชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อย

คนในแวดวง สตูปผลเสียที่เกิดขึ้นจากการทำหน้าที่เปลี่ยนผ่าน "ทีวีอนาล็อก" ไปสู่ "ดิจิตอลทีวี" ของ กสทช. ฟันธงว่า...เป็นเรื่องที่บกพร่องและไม่มีประสิทธิภาพ

ประการแรก...ประเทศไทยเสียโอกาสในการพัฒนาประเทศในด้านข้อมูลข่าวสาร สาธารณะ เพราะคลื่นความถี่ดิจิตอลทีวีเป็นทรัพยากรสำคัญของชาติ ที่ต้องบริหารจัดการให้คลื่นความถี่เกิดประโยชน์สูงสุดกับประชาชน ถือเป็นวาระแห่งชาติที่สำคัญยิ่ง

ประการที่สอง...ประชาชนเสียประโยชน์ เสียสิทธิที่จะได้กล่องดิจิตอลทีวีที่มีคุณภาพระดับ HD (ความชัดสูง) ใช้ได้กับทุกระบบทั้งภาคพื้นดิน (Terrestrial) งานดาวเทียมและเคเบิล ตลอดจนการเรียงช่องที่ควรจะมีเหมือนกับทุกกล่องเพื่อสะดวกต่อการรับชม

ประการที่สาม...เอกชนผู้ประกอบการดิจิตอลทีวีทั้ง 24 ช่อง ที่ลงทุนประมูลในวงเงินสูงถึง 50,000 กว่าล้านบาท ซึ่งต้องถือเป็นเงินของประชาชน เพราะเป็นเงินที่ กสทช.สัญญาว่าจะนำมาเพื่อใช้ในการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิตอล กล่าวคือ

1.จะนำมาซื้อกล่องดิจิตอลทีวีระดับ HD (คมชัดสูง) แจกจ่ายให้ประชาชนทุกครัวเรือน ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ดิจิตอลทีวีเป็นฟรีทีวีแห่งชาติ มีโฆษณาได้ 10 นาทีต่อชั่วโมง ถ้าไม่ใช้ดิจิตอลทีวี 24 ช่องมีจะโฆษณาได้ไม่เกิน 6 นาที

2.จะกำกับดูแลให้ทุกระบบทั้งดาวเทียมและเคเบิลต้องนำดิจิตอลทีวีทั้ง 24 ช่องออกอากาศพร้อมกับการเรียงหมายเลขช่อง ตามที่ผู้ประกอบการประมูลมา

3.จะทุ่มงบประมาณเร่งรัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้การเปลี่ยนผ่านดิจิตอลทีวีให้สำเร็จครอบคลุมทั่วประเทศ 90% ใน 2 ปี

แต่ปรากฏว่า การดำเนินการของ กสทช.คือประสิทธิภาพไม่เป็นไปตามสัญญาที่ว่า... "ดิจิตอลทีวีเป็นฟรีทีวีแห่งชาติ"

ไล่เรียงกันไป...การแจกกล่องล้มเหลวไม่สามารถครอบคลุมได้กว้างขวางพอ เรดดีไม่มี...คุณภาพไม่เป็น HD...คมชัดสูง และการ

เสียงไม่ได้ที่กสทช. จะต้องเข้ามาคลี่คลาย  
กสทช.จัดตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร? ทำประโยชน์  
อะไร? นอกจากหารายได้ค่าสัมปทานคลื่น  
ความถี่แล้วว่าจะไม่ได้ทำหน้าที่สร้างเครือข่าย  
แก่คุณ...แต่จะต้องบังคับให้มีอุปกรณ์พร้อม  
ดำเนินการได้อย่างเต็มระบบ รองรับการออก  
อากาศได้เต็มรูปแบบ...คนดูได้ทั่วไทยทุก  
หลังคาเรือน



เรียงช่องก็ไม่เป็นไปตามหมายเลขที่ประมูลมา

ประเด็นเลขช่อง...ผลที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ ทำให้ประชาชน สันนิษฐานอย่างไม่ชอบเกิดความเบื่อกับผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาขาดทุนอย่างหนัก

น่าละห้อยใจ...เวลาผ่านไปหนึ่งปีแล้วแต่การเปลี่ยนผ่านฉายภาพชัดล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง แคมเปญไม่มีมาตรการใดออกมามาเพื่อปรับปรุงแก้ไข

ความเสียหายที่กล่าวไปแล้วข้างต้นยังไม่ได้รับรวมไปถึงดิจิตอล

รหัสข่าว: C-150511009017 (11 พ.ค. 58/04:53)

หน้า: 1/2



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด 888/128 อาคารมหาจุฬาลงกรณ์ ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10330  
 โทร 0-2659-6000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2652-6001, 0-2651-4701 อีเมล help@iqnewsclip.com

 <p><b>ไทยรัฐ</b></p> <p>Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000</p>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> จันทร์ 11 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20929 <b>หน้า:</b> 1 (ล่างซ้าย), 5 <b>Col.Inch:</b> 104.28 <b>Ad Value:</b> 312,840 <b>PRValue (x3):</b> 938,520 <b>คลิป:</b> ลีลี		
	<b>หัวข้อข่าว:</b> สู้ப்புหน้า: สาส่ง กสทช.? ดิจิตอลทีวีมันค่า		

ทีวีภาคสาธารณะและภาคชุมชน ตลอดจนผู้ประกอบการที่วิวย่อย (Production House) ซึ่งภาคว่ามีถึง 500-600 บริษัท ซึ่งต่างคาดหวังจาก กสทช.เช่นกันว่า... "ดิจิตอลทีวี" ต้องเกิดแน่นอน ความคาดหวังทำให้มีการก่อตั้ง...ลงทุนล่วงหน้ากันไปมากแน่นอนว่าจะต้องเป็นส่วนหนึ่งที่ยังผลกระทบไปไม่ได้เกิดความเสียหายกับการไม่บูมของดิจิตอลทีวีขึ้นเสียกัน

ศูนย์ทั้งภาคประชาชนเอกชน ชุมชนผู้ประกอบการรายย่อย จะรักษาสติรักษาประโยชน์ที่มีพึงได้ของตนเองเพราะเรามีประมาณถึง 50,000 กว่าล้านบาท... ในการเปลี่ยนผ่านดิจิตอลทีวีซึ่งหากร่วมกันผลักดันน่าจะสามารถสำเร็จได้ในเร็ววันมากกว่าที่เป็นอยู่ในวันนี้

เสียงหนึ่งสะท้อนความเป็นจริงแบบขำไม่ออก ถูกส่งต่อแชร์กันให้อ่านในโลกโซเชียล... "การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกมาเป็นดิจิตอลทีวีของประเทศไทยนี้ผ่านมานานี่...ทำให้เราได้เห็นอะไรบ้าง...จะดีขึ้น...ดีขึ้น...ดีมากหรือ...คือออกก็ออกมาดูกันหลายๆเหตุผล" "ดิจิตอลทีวี" นั้นยุ่งยาก ต้องลำบาก หาสัญญาณ...หลายคนดูถูกสำรอกนำอุปถัมภ์ไว้รับแจกแล้วไปแลกกล่องดิจิตอลทีวีมาแต่ก็กลับดูไม่ได้เลย เมื่อถามช่างก็พบว่าต้องไปติดตั้งเสาอากาศนอกบ้านใหม่เพราะสัญญาณมันอ่อน สุดท้ายก็ต้องจ่ายเงินเพิ่มเองจึงจะดูได้...ไม่ต่างกับตอนใช้เสาหมวกตุ้ง ก้างปลา

บางทีแบบเก่าอาจจะง่ายกว่าด้วยซ้ำ...ไม่ต้องทำอะไรก็ได้ดูแล้วเลยไม่รู้อะไรจะเป็นกล่องดิจิตอลทีวีทำไม เพราะต้องทำเสาอากาศใหม่อีก และบางทีถึงมีเสาก็ยังดูไม่ได้ด้วย เสียทั้งเงิน...ทั้งความรู้สึก

"ดิจิตอลทีวี"...ไม่มีโมเด็ม! ชาวบ้านหลายพื้นที่ปกติจะดูทีวีจากเคเบิลทีวีเพราะช่องเยอะและคมชัด พอได้ดูปอมมาแล้วก็นำไปแลกกล่องดิจิตอลทีวี เพื่อนำมาติดตั้งกับเคเบิลทีวีของตนเอง แต่ก็พบว่ากล่องดิจิตอลทีวีใช้ไม่ได้กับเคเบิลทีวี งานนี้...เจ็บหนึ่ง

"ซ้ำร้ายไปอีกเมื่อพบว่าไอ้ช่องดิจิตอลทีวีที่ตนเองอยากดูและเห็นเขาโฆษณาดีกว่าอยู่ที่เลขที่เลขนี้ แต่เมื่อเปิดหากกลับไม่มีซะอีก...เจ็บสอง งานนี้สองเต็งสิกรับบพที่มีองค์กรรับ กล่องก็ใช้ไม่ได้ ช่องก็ไม่มี"

ฝากถามไปถึง กสทช. กรณีเมื่อไม่ได้ใช้ดูปอมตามสิทธิ์ตามว่าจะเอาอุปถัมภ์ไปแลกเป็นเงินคืนมาได้ไหม...กับใครและใคร

ควรต้องรับผิดชอบ ช่วยตอบที นอกจากนี้แล้ว "ดิจิตอลทีวี"... ในกล่องความถี่ยังมี "เลขที่" กับ "เลขเทียม"...บ้านใครที่มีจานดาวเทียมอยู่แล้ว และได้ดูปอมแล้วจะไปแลกกล่องดิจิตอลทีวีขอบอกว่าไม่ต้องเพราะจะดูไม่ทันที่...มันเอามาใช้กันไม่ได้และใครๆเขาก็บอกว่าเป็นจานดาวเทียมสามารถรับชมช่องดิจิตอลทีวีได้อยู่แล้ว

ฉะนั้น...เราก็ควรต้องมีสิทธิ์เอาอุปถัมภ์ไปแลกเป็นเงินแทนกล่องดิจิตอลทีวีที่ไม่มีทางได้ใช้...ใช้ใหม่ อย่างไรก็ตามเป็นสิทธิ์ของเรานะแล้ว...การหาช่องดิจิตอลทีวีในกล่องทีวีดาวเทียมก็แสนจะยุ่งยากมาๆ

"แต่กล่องไม่เหมือนกันเลย เลขช่องสับส่วนวนาย บางกล่องเลขซ้ำ เลขมั่ว ยิ่งคนแก่รุ่นพ่อแม่ยิ่งไม่ต้องไปจำ หาช่องไม่ได้ หาช่องไม่เจอเพราะกดหาช่องลำบากจริงๆมีทั้งเลขแท้ เลขเทียมเต็มไปหมด"

ถึงตรงนี้ขอระบายความจริงแบบตรงๆว่า "ขอแบบง่ายๆเหมือนเมื่อก่อนได้มั๊ย...แบบที่เรียงช่องเหมือนกันหมดทุกบ้าน คิดว่าท่านคนแก่...พ่อคุณนน"

สุดท้ายก็มาถึงในคั้ง HD ดิจิตอลทีวี...หลายๆคนอาจจะเคยเห็นผ่านตาโฆษณาดิจิตอลทีวีว่าจะได้ดูฟรีทีวีหลายสิบช่อง แคมมีความคมชัดระดับ HD บางคนไม่ใช่แค่เห็นในคิดเอาเอง แต่กระเลือกกระตารรีบไปแลกกล่องบ้าง...รีบไปซื้อเครื่องทีวีดิจิตอลแพงๆมาดูบ้าง แต่เมื่อเปิดดูแล้ว นอกจากต้องลุ้นหรือแตกกับการหาสัญญาณเจอแล้ว ยังทนระหนอยหึงกับความธรรมดา...ไม่แตกต่าง ก็เหมือนกับทีวี 8 5 7 9 ระบุบเก่า

เสียงไม่ได้ที่ กสทช.จะต้องเข้ามาคลี่คลาย กสทช.จัดตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร? ทำประโยชน์อะไร? นอกจากหารายได้ค่าสัมปทานคลื่นความถี่แม้ว่าจะไม่ได้ทำหน้าที่สร้างเครือข่ายแก่คน...แต่จะต้องบังคับให้มีอุปการะพร้อมดำเนินการได้อย่างเต็มระบบ รองรับการออกอากาศได้เต็มรูปแบบ...คนดูได้ทั่วไทยทุกหลังคาเรือน

อย่าให้ใครดูถูกได้ว่ากินเงินเดือนแพงแล้ว...แต่ไร้ความสามารถ.



<b>ไทยรัฐ</b> Thai Ratt Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อังคาร 12 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20930 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 5 <b>Col./Inch:</b> 104.94 <b>Ad Value:</b> 314,820 <b>PRValue (x3):</b> 944,460 <b>ศิลปิน:</b> สีสี่ <b>หัวข้อข่าว:</b> สตู๊ปหน้า1: ทวงสัญญา กสทช.อย่ามโนดิจิทัลทีวี



# สตู๊ป หน้า1

ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาดิจิทัลทีวี โดยเฉพาะช่วงเปลี่ยนผ่านที่ยังมีปัญหาไม่ทำให้ระบบสมบูรณ์ ครอบคลุมผู้ชมได้ทั้งประเทศ เคยมีผู้สันทัดกรณีมองว่า ถ้าคิดแบบมีวีซีอาร์...ลงทุนยังคงแพงใหม่ให้ให้บริการทีวี 3 ฝั่งเฉลี่ยดวงละ 4,800 ล้านบาทบวกกับสถานีและอุปกรณ์ในการควบคุมความถี่จากภาคพื้นดินอีกไม่เกิน 1,000 ล้านบาท เคาะแล้วน่าจะจะได้เงินเกิน 6,000 ล้านบาท...ดิจิทัลทีวีเมืองไทยจะสู้พี่ ซัดเป๊ะเวอร์ ไม่มีปัญหาอย่างวันนี้

ซึ่งเอาตัวเลขไปเทียบกับเม็ดเงินในการประมูลคลื่นความถี่ทีวีดิจิทัลที่ กสทช. ได้ 50,000 ล้านบาท...ก็เป็นเรื่องน่าเสียดายเป็นอย่างมาก

ในทางเทคนิค การอิงตามที่ยอมรับเพิ่มในตำแหน่งที่มีอยู่ก่อนแล้วเรียกว่า...ความถี่สองดวงใจจรอยู่โดยสอดกัน ความถี่ดวงใหม่ที่ยังขึ้นไปก็สามารถกำหนดการส่งสัญญาณไปในพื้นที่ได้ว่าจะเน้นพื้นที่ให้สัญญาณนั้นๆ มีความเข้มและอ่อน ขนาดไหนก็ได้

ขณะเดียวกัน ผู้รับชมที่มีจานดาวเทียมอยู่แล้ว ก็จะสามารถรับสัญญาณดาวเทียมดวงใหม่ได้ทันที หรืออาจจะมีการเพี้ยนของสถานีอาจจะปรับรับหน้าจอ หรือใช้วิธีเพิ่มหัวรับสัญญาณของดาวเทียมหรือที่เรียกว่าติดตั้งจานแบบหลายหัวรับ... "DUO LNB" ซึ่งประเทศไทยก็นิยมติดตั้งจานดาวเทียมในลักษณะนี้อยู่แล้ว

ย้อนวันวานเมื่อครั้ง กสทช. ได้ป่าวประกาศในปี 2557 ว่าจะมีโครงการคลื่นดิจิทัลทีวีระดับประเทศ ระยะเวลา 16 ปี...มีเพียง 24 ช่องเท่านั้นผู้สนใจจะต้องมาประมูลราคาแข่งขันเอาเงินสูงสุดเป็นตัวตั้งต้น และประกาศว่ามีคุณสมบัติเหลืออีกฉบับ ดังต่อไปนี้


*ช่วงเวลาดีใจผ่านมาถึงวันนี้ ปีเต็มแล้ว...  
สิ่งที่เกิดขึ้นกลับตรงกันข้ามราวกับคำมั่นสัญญา  
ที่กสทช. เคยให้กันไว้เป็นเพียงลมปากที่ปลอญ  
ผ่านจมูกสุดแล้วหอมชื่นใจเพียงชั่วคราวเท่านั้น  
ภาคส่ง...สัญญาณดิจิทัลทีวียังถูกผู้ถูกคนไม่  
แรงซัด ครอบคลุมได้ทั่วไทยใจลอยอย่างที่พูด  
ภากรับ...ผู้ชมก็ตึกๆ ซัดๆ เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง*



ข้อแรก...จะกำหนดความถี่พื้นที่ด้านหน้าสุดของทุกพื้นที่ หรือทุกแพลตฟอร์ม (Platform) เช่น ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี จะต้องให้ดิจิทัลทีวี 24 ช่องเป็นทีวีของประเทศเท่านั้นและออกเป็นกฎหมายให้ทุกแพลตฟอร์มต้องปฏิบัติตาม เรียกว่า กฎบังคับ (Must Carry) ซึ่งหมายความว่า... "ดิจิทัลทีวี" จะมีพื้นที่ที่พร้อมให้สร้างกิจการสร้างรายได้ได้ทันทีเป็นอัตราพื้นที่ 75% ของครัวเรือนในประเทศ และได้วัดด้วยว่าเป็นกฎที่จะช่วยให้ดิจิทัลทีวีเกิดขึ้นซึ่งจะเป็นประเทศแรกในโลกที่ทีวีดิจิทัลเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกได้เร็วที่สุดในโลก

ในต่างประเทศไม่ว่าจะเป็น อังกฤษ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฯลฯ จะต้องใช้เวลา 10-15 ปี แต่ กสทช. มีกฎหมายและอำนาจพร้อมจะดำเนินการให้สำเร็จได้ในเร็ววัน

ข้อที่สอง...ดิจิทัลทีวี 24 ช่องนี้ จะมีศักดิ์และสิทธิ์เป็นทีวีระดับชาติเท่านั้น มีสิทธิพิเศษเหนือกว่าทีวีระบบอื่นๆ ทั้งหมด ไม่ว่าจะ...ดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี ซึ่งไม่ได้จ่ายค่าใบอนุญาตเพราะจะได้ดิจิทัลทีวีโฆษณาได้ 10-12 นาทีต่อชั่วโมง...ทีวีอื่นๆ โฆษณาได้แค่ 6 นาที ซึ่งเป็นการประชันไม่ให้มีคู่แข่งอื่นใด

 <p>Thai Rath Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000</p>	<b>Sectios:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อังคาร 12 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20930 <b>หน้า:</b> 1(กลาง), 5		
	<b>Col.Inch:</b> 104.94 <b>Ad Value:</b> 314,820		<b>PRValue (x3):</b> 944,460 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี
<b>หัวข้อข่าว:</b> สกู๊ปหน้า1: พวงสัญญา กสทช.พยายามโน้มน้าวมติจตุรวิ			

ข้อที่สาม...สำหรับการเรียงลำดับช่องของดิจิตอลทีวี 24 ช่อง ถ้าใครต้องการอยู่เลขต้นๆด้านหน้าสุด หรือจะเลือกเลขมงคลโลก ให้มาประมูลกัน...ใครประมูลให้ราคาสูงสุดได้เลือกเลขหมายก่อน

ข้อนี้มีผล...ทำให้ราคาของคนประมูลสูงสุด ห่างกว่า...คนประมูลต่ำกว่าเป็นพันล้านบาท

ข้อที่สี่...ฟรีทีวีอนาล็อกเดิม 6 ช่อง จะหาทางชักชวน หรืออาจบังคับให้ต้องมาอยู่ในพื้นที่ดิจิตอลทีวีไม่เช่นนั้นจะเกิดปัญหา "จอดำ"...เพราะฉะนั้น ดิจิตอลทีวีจะเกิดอย่างแน่นอนและโดยข้ามคืน

ข้อที่ห้า...จะออกกฎหมายอนุมัติจัดตั้งบริษัทหรือองค์กรของรัฐเป็นโครงข่ายในการส่งสัญญาณดิจิตอลทุกระบบทั้งดาวเทียม (Satellite) และภาคพื้นดิน (Territorial) ซึ่งเรียกว่าระบบ "มัลติเพล็กซ์ (Mux)"

...เป็นโครงข่ายส่งสัญญาณร่วมกัน เพื่อลดค่าใช้จ่ายต้นทุนของดิจิตอลทีวี และเพื่อการส่งสัญญาณในระดับที่ควบคุมให้เป็นไปตามใบอนุญาต เพื่อให้เกิดการแข่งขันทันทีที่พร้อมกัน...เป็นธรรมชาติ

ซึ่งปรากฏว่า ผู้ได้รับใบอนุญาตทั้งหมดเป็นองค์กรภาครัฐ คือ ช่อง 5, อสมท, ไทยพีบีเอส, กรมประชาสัมพันธ์

ข้อที่หก...เงินที่ได้จากการประมูลจะไม่ถือเป็นรายได้ของรัฐ ไม่น่าส่งคลังจะนำมาคืนกลับให้เป็นประโยชน์ต่อดิจิตอลทีวีในการเปิดผ่าน กล่าวคือ จะนำเงินมาแจกเป็นอุปถัมภ์เพื่อให้ประชาชนและนักลงทุนดิจิตอลทีวีฟรีๆพร้อมเสียดอก หรือแจกจ่ายทุกครัวเรือน 22 ล้านครัวเรือน "ดิจิตอลทีวี"...จะเข้าถึงทุกพื้นที่ ทุกบ้านครบถ้วนในเวลาอันสั้น

ข้อที่เจ็ด...การประมูลยังมีารแบ่งประเภท แบ่งระดับความคมชัดในการชม โดยกำหนดราคาแตกต่างกันเป็นร้อยล้าน...พันล้าน ไรชอยากจะประมูลประเภทไหน...เกรดไหน เช่นแบ่งเป็นรายการที่มีเสียงข่าวเด็ก หรือเป็นระบบ HD...คมชัดสูง SD...คมชัดธรรมดาเมื่อประมูลได้แล้ว ห้ามไม่ให้มีการลักไก่หรือแอบปรับรายการหรือความคมชัด เช่น SD...ไปเป็น...HD โดยเด็ดขาด ใครฝ่าฝืนจะต้องถูกลงโทษ

ข้อที่แปด...การจ่ายเงินประมูลให้จ่ายเป็น 6 งวด งวดแรก 28% จ่ายทันทีก่อนออกอากาศเสมือนเป็นเงินดาวน์...ปีที่ 2 จ่าย 20%...ส่วนปีที่ 3-4 จ่าย 15%...ปีที่ 5-6 จ่าย 10%

ข้อเสนอดิจิตอลทีวีดังกล่าวของ กสทช. มีความสมบูรณ์ ชัดเจนสวยงามพร้อมทุกประการ แน่ใจว่าสามารถโน้มน้าวให้มติ

เห็นชอบ...ผู้ประมูลทุกรายเชื่อโดยสนิทใจ บังคับด้วย กสทช. เป็นองค์กรของรัฐ มีทั้งหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามที่ได้ประกาศไว้โดยไม่มีการขงขี้

ที่ว่า...วันนี้มีเสียงสะท้อนจาก "คนทำทีวีอาชีพ"...ซึ่งอาจจะอยู่ในฐานะ "ผู้ร้องเรียน"

เกริ่นให้เห็นภาพก่อนว่าคนทำทีวีอาชีพนั้นไม่เคยมีพื้นที่ทำกินมาฟรีชีวิต อาศัยการเช่าเวลาจากสถานีของรัฐ หรือออกชนดิไปไหน เมื่อวันหนึ่งมีองค์กรอิสระชื่อ กสทช.เกิดขึ้น เป็นผู้รับผิดชอบนำคลื่นดิจิตอลทีวีมาออกใบอนุญาตให้ผู้สนใจมาประมูล คนที่จะประมูลได้จะสามารถครอบครองคลื่นยาวนานถึง 15 ปี...ก็แน่นอน

พร้อมกันนี้ยังมีคุณสมบัติที่บริบูรณ์ครบถ้วนในฐานะฟรีทีวีระดับประเทศ เข้าถึงทุกครัวเรือน สามารถหารายได้วันแรกก็ออกอากาศ...เป็นการเปลี่ยนผ่านที่สะดวกที่สุด คนอื่นติดกับทั้งวงการไม่เว้นแม้แต่คนนอกวงการ ธนาคารต่างให้การสนับสนุนการเดินแก่ทุกรายเพื่อเข้ามาประมูลอย่างเต็มที่

แน่นอน...คนทำทีวีอาชีพต่างทุ่มเงินทั้งหมดที่ตนเองมีและกู้เงินธนาคารอย่างวางตัวหวังว่า ต่อจากนี้ไปหากมีคลื่นของตนเอง ชีวิตการทำงานจะมั่นคง เพราะเป็นงานอาชีพที่ตนทำอยู่แล้ว สิ่งที่จะหวั่นความหวังนี้ก็คือ ผลการประมูลที่มีตัวเลขสูงถึงกว่า 5 หมื่นล้านบาท ตัวเลขนี้...สูงกว่าการประมูลโทรคมนาคมที่มีเพียง 8 หมื่นกว่าล้านบาท ทั้งๆที่ธุรกิจโทรคมนาคมปีหนึ่งๆรายได้อยู่ที่ 2-3 แสนล้านบาททีเดียว...ส่วนธุรกิจทีวีอยู่ที่ 6-7 หมื่นล้านบาทเท่านั้น ช่วงเวลาดีใจผ่านมาถึงวันนี้...เป็เต็มแล้ว...สิ่งที่เกิดขึ้นกับตรงกันข้ามราวกับคำมั่นสัญญาที่ กสทช. เคยให้กันไว้เป็นเพียงลมปากที่ปล่อยผ่านจนหลุดแล้วหอมชื่นใจเพียงชั่วครู่เท่านั้น

ภาคส่ง...สัญญาณดิจิตอลทีวียังคงมีถูกคนไม่แรงจัด ครอบกลุ่มได้ทั่วไทยใจได้อย่างที่พูด ภาครับ...ผู้ชมก็ลึกลับๆเข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้างกับการตั้งสัญญาณดิจิตอลทีวีมาสู่เครื่องรับทีวีในบ้าน...เหมือนไม่ได้รับรู้ข้อมูลอย่างที่ควรจะเป็น...แต่ยังคงสับสนงงงวยกับช่องไม่ตรงกันในกล่องรับสัญญาณแต่ละระบบ

แล้วจะให้ไทยใคร ถ้าไม่ใช้เจ้าภาพหลัก "กสทช." ที่เสมือนดีแต่ไม่...พูด แต่ทำไม่ได้.



	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก			
	<b>วันที่:</b> พุธ 13 พฤษภาคม 2558			
	<b>ปีที่:</b> 66	<b>ฉบับที่:</b> 20931	<b>หน้า:</b> 1 (ล่างซ้าย), 5	<b>คลิก:</b> ลีลี
	<b>Col.Inch:</b> 105.59	<b>Ad Value:</b> 316,770	<b>PRValue (x3):</b> 950,310	
<b>คอลัมน์:</b> สตูดิโอหน้า 1: โยนบป กสทช. หายนะดิจิตอลทีวี				



ที่มีต่อการพัฒนา...ประชาสัมพันธ์เครือข่ายดิจิตอลทีวีได้ฟ้าเมืองไทย ให้ได้รับความนิยมนเป็นหนึ่งไม่เป็นสองรองที่วิวัฒนาการ เทคโนโลยีที่วิ บียอนอดีตเมื่อเสร็จจากการประมูลผู้ชนะคือใครและถึงตอน...ธกษการ ยินดีให้กู้เงินมหาศาล ถือเป็นธุรกิจที่สีด่อนาคต ต่างประเทศเดินทาง มาขอเป็นหุ้นส่วนกันมากมาย ผู้ชนะการประมูลจ่ายเงินงวดแรกไป เรียบร้อยเป็นหมื่นล้าน ขณะนี้เวลาผ่านมา 1 ปี สิ่งที่เกิดขึ้นล่าสุด ณ วันที่ 26 เม.ย.2558 เป็นความจริงที่สวนทางกับสีลหวน

กฎบัตรทีวี (Must Carry) ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาไม่มีการใช้อำนาจเพื่อบังคับให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการประมูล หากยังต้องไปจ่ายเงินเข้าพื้นที่ตาม แพลตฟอร์มต่างๆเอง แล้วจะมาประมูลเพื่อจะได้สิทธินี้ทำไม

ซ้ำร้าย กสทช.ยังออกประกาศให้แพลตฟอร์มในพื้นที่ 10 ช่องแรก จัดสรรกันได้ตามใจ ผลลัพธ์ก็คือ...ช่องแรกตามแพลตฟอร์มต่างๆ สามารถหารายได้ 10-12 นาที...ไม่ใช่ 6 นาที อย่างที่สัญญากันไว้ 10 ช่องแรก...จึงมีความโดดเด่นผู้ชมทางวัง มีคุณค่ามากกว่า ลิขสิทธิ์ทีวีทั้ง 24 ช่อง

ขณะเดียวกัน มาส (MUX) ต่างๆ ที่ได้รับการคัดเลือกอนุมัติเป็น เครือข่ายในการส่งสัญญาณดิจิตอลยังไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย ทั้งพื้นที่สัญญาณไม่ครอบคลุม...คุณภาพยังไม่สามารถเปิด HD ได้เลย

ความเสียหายด้านเทคนิคเสียงหนึ่งจากคนวางในระดับกฎบัตรการ ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม สะท้อนให้เห็นว่า สัญญาณดิจิตอลทีวีในเมือง

รหัสข่าว: C-150513039111 (12 พ.ค. 58/08:04)

หน้า: 1/2

กฎบัตรทีวีที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ไม่มีการใช้อำนาจเพื่อบังคับให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดการประมูล หากยังต้องไปจ่ายเงินเข้าพื้นที่ตามแพลตฟอร์มต่างๆเองแล้วจะมาประมูลเพื่อจะได้สิทธินี้ทำไม ซ้ำร้าย กสทช. ยังออกประกาศให้แพลตฟอร์มในพื้นที่ 10 ช่องแรก ให้จัดสรรได้ตามใจ



ยังมีจุดอ่อนสัญญาณ บางแห่งแม้ว่าจะแก้ไขได้ด้วยการใช้อุปกรณ์ตัวช่วย ชุดสัญญาณ...เพิ่มระดับความแรง แต่ถ้าวางผิดจุดก็ทำให้รับสัญญาณได้ไม่ครอบคลุม

วันนี้...เครือข่ายทั่วประเทศน่าจะวางระบบคืนหน้าไปมากแล้ว แต่อาจไม่ทันตามสัญญาที่กสทช. ได้ให้ไว้อาพรเรียกได้ว่า "คืนหน้า...แต่ยังเติบโตไม่ถึงดวงดาว"

ย้ำประเด็นปัญหาที่เกิด กรณีแรก "ปัญหาเลขช่อง" ยกตัวอย่าง ไทยรัฐทีวีประมูลมาได้เลขช่อง 32 แต่เวลาดูในต่างจังหวัดไม่ได้ใช้ ช่องเดียวกัน

"กสทช. บังคับไม่ได้ว่าจะดูช่องเดียวกัน...ทุกกล่อง...ทุกระบบ ไม่ว่าที่วิวัฒนาการเทคโนโลยี... ถ้าเป็นดาวเทียมจะบวก 10 จากเลขช่องที่ประมูลได้เพราะ 10 ช่องแรกผู้ใช้บริการจะขอสวนเอาไว้ใช้เป็นช่องหาถิ่นขายของ"

เคยดูเรื่อง 10 ช่องแรก ด้วยทักษะส่วนตัว ไม่เห็นด้วย แต่ก็ยังมีทัศนะต่างจากฟากฝั่ง กสทช. ที่มีตำแหน่งไม่ได้ใหญ่โต สะท้อนออก

 <p>Thai Rath (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000</p>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> พุธ 13 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20931 <b>หน้า:</b> 1(กลางซ้าย), 5 <b>Col./inch:</b> 105.59 <b>Ad Value:</b> 316,770 <b>PRValue (x3):</b> 950,310 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี		
	<b>คอลัมน์:</b> สกู๊ปหน้า 1: โยนบาป กสทช.พายนะดิจิตอลทีวี		

มาว่าเพราะทีวีดาวเทียมเป็นความดีของเอกชนที่ภาครัฐไม่ได้ควบคุม ฉะนั้นก็สมควรที่จะไปก้าวข้าม ให้บริหารกันไป

อย่างนี้ก็เท่ากับภาระจะไปตกกับประชาชน พอคุณต้องดิจิตอลทีวี อย่างไทยรัฐทีวีช่อง 92 แต่พอไปดูความนิยมกลายเป็นช่อง 42 คนส่วนมากคือ... "ประชาชน" คนที่ได้ประโยชน์คือ... "เอกชน"

ปัญหา นี้ จะได้รับการช่วยเหลือมากนัก กสทช. จะดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไรต่อไปบ้าง คงต้องติดตามดูหรือเรียกร้องกันต่อไป

อีกปัญหาหลักในวันนี้ที่ต้องกล่าวถึง "ดิจิตอลทีวีกับการรับสัญญาณ" บอกรางว่าที่เจอมาเป็นประเภทตรง ชาวบ้านส่วนใหญ่จะไม่ค่อยรู้วิธีการที่จะเอาสัญญาณลงมาดูที่เครื่องรับภายในบ้าน

"ประเด็นนี้เป็นเรื่องใหญ่ สัญญาณดิจิตอลทีวีกระจายไปทั่วประเทศก็จริง แล้ววิธีการดูมันไม่ง่ายดาย เริ่มแรกจะต้องรู้ว่าบนเสาหรือฐานสถานีส่งอยู่ที่ไหน ก็หันปลายเสากว้างไปอยู่ที่ทิศทางตรงนั้น"

และ...อย่าเข้าใจผิดคิดว่า จะหันเสาไปทางไหนแล้วจะรับสัญญาณได้เหมือนระบบทีวีดั้งเดิม... ไม่ใช่แล้ว

เสาที่ใช้จะเป็น "เสาหลัก"... ที่ระบุทิศทางการรับหันให้ตรงนั้นสถานีส่ง ถ้าหันแล้วมีสิ่งกีดขวางก็ต่อดู... หลบสิ่งกีดขวาง สมมติว่าสถานีอยู่ข้างหน้าเรา มีคิงบัง แล้วด้านหลังก็มีตึกสูงก็สามารถหันเสารับสัญญาณไปที่ด้านหลัง รับสัญญาณที่สะท้อนมาจากตึกที่อยู่ด้านหลังได้เช่นกัน

"ช่องทีวีนอกกล่องจะไม่ทำแบบนี้เพราะภาพที่รับได้จะมีเงาภาพซ้อน แต่สัญญาณดิจิตอลทีวีมีข้อดี แม้ว่ารับสัญญาณสะท้อนภาพก็ชัดเจนไม่มีเงา ใช้งานได้"

ถึงวันนี้...ดิจิตอลทีวีได้พื้ในเมืองไทย ได้รับความนิยมน้อย แต่ไหน คนวงในบอกกันว่า "กว่าจะบูมคงอีกนาน... ในความรู้สึกจากที่สัมผัสมา บอกรางว่า ทั้งความนิยม ทั้งคนรู้จักทีวีดิจิตอลยังมีไม่มาก ส่วนใหญ่ดูทีวีดาวเทียมกัน"

มุมมองส่วนตัวอยากดูดิจิตอลทีวีเพราะเป็น HD... ความคมชัดสูงจอเครื่องรับที่บ้านใหญ่ก็อยากดูภาพที่คมชัดๆ แต่ที่สัมผัสกับชาวบ้านในหลายพื้นที่...หลายจังหวัด ไม่ได้ต้องการความคมชัดระดับนี้หรืออาจจะไม่รู้จักรับด้วยซ้ำ เขาเอาแค่อูทีวีช่องที่ต้องการได้เท่านั้นก็เพียงพอแล้ว

แบบว่า สัญญาณดี...ดูได้...ดูไม่ได้ก็เท่านั้นเอง

สำหรับคนที่ตั้งใจดู HD ความคมชัดสูง แล้วไม่ชัดได้ตั้งใจ ผู้รับชมกลุ่มนี้ก็มีมากแต่อาจจะแปลกใจ หากเหตุผลไม่ได้ว่าทำไม?... ทั้งที่ น่าจะเป็น HD แต่คุณภาพที่ออกมาดูสายตามันไม่ใช่อย่างที่วาดหวัง "คงไม่เข้าใจ เรื่องกลุ่มนี้แค่นี้ ช่องทีวีดิจิตอลยังคงผลิตแบ่งฝากสัญญาณกันอยู่"

ประเด็นการกระจายสัญญาณดิจิตอลทีวีทั่วประเทศวันนี้...ที่ทดสอบแบบจริงจังตามกระบวนการ เฟสแรกก็... กรุงเทพฯ ปริมณฑล เฟสที่สอง...ที่หาดใหญ่ และเฟสที่สามที่...ไปทดสอบล่าสุดที่โคราช

โครงข่ายจริงแล้วขึ้นเกือบทั่วประเทศแล้ว แต่ยังไม่ได้ทดสอบจริงระบบข้างต้น

เชื่อน โขงได้ว่า เมื่อโครงข่ายดิจิตอลทีวียังไม่พร้อมสมบูรณ์เต็มพื้นที่ทั่วประเทศ ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น... ความนิยมดิจิตอลทีวีจึงยังไม่ค่อยดีมากนัก

บวกกับกระบวนการขั้นตอนที่กว่าจะได้ดูนั้นแสนยาก...ดูยาก ถัดมาเครื่องรับก็มีปัญหาเยอะ ที่เจอกัน...เวลาสัญญาณอ่อน บางช่องจะหายไปทันทีเพราะกล่องจะตรวจจพบตามระดับความแรงสัญญาณช่องที่ได้ระดับตั้งไว้เท่านั้น เข้าใจง่ายๆว่า...ถ้าสัญญาณอ่อน กล่องก็จะตัดช่องนั้นทิ้งหายไปเลย

"หายไปแล้วก็ต้องมานั่งสแกนหาหันใหม่แน่นอน...มีปัญหาทำไม่ได้ ทำไม่เป็น หายแล้วก็หายไปเลย"

ยกตัวอย่างคนใกล้ตัว ดิฉะฉรช่อง 7 มาก แต่อยู่ดูช่องที่หายไปที่ก็กลายเป็นว่าหายไปก็เลิกดูเปลี่ยนไปเป็นดูทีวีตามทีวีชมเหมือนเดิม กับอีกปัญหาที่กล่องดิจิตอลทีวีมาแล้ว ที่บ้านดิฉฉรตามทีวีชมอยู่แล้ว ก็อยากลองไปเปลี่ยนเพื่อหวังจะดูดิจิตอลทีวี แต่ก็เจอปัญหาทีวีสัญญาณไม่ได้ เพราะคนละฟอร์แมตกัน ใช่มั้ยได้

ต้องโยนบาปให้กสทช. ที่ให้ความรู้ประชาชนกันระดับดิจิตอลทีวีน้อยเกินไป แต่...หากลองหันไปเทียบกับสายอากาศดิน ความเป็นจริงมันใช้งานไม่ได้ รับสัญญาณดิจิตอลทีวีไม่ได้ ต้องมีรายละเอียดและกว่านั้น

บรู๊สนปัญหาที่รุนแรง...ดิจิตอลทีวี 24 ช่อง เพราะหลงเชื่อ กสทช. หากทำตามสัญญาที่วางกันไว้ตั้งแต่ต้น สถานการณ์คงดีกว่านี้ ไครคิด...ไครต้องรับผิดชอบ? กงหนิความจริงไปไม่พอน...

<b>เดลินิวส์</b> Daily News Circulation: 909,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/ภาพ-ข่าวสังคม	หน้า: 5(กลาง)	คอลัมน์: ศรีสุล
	วันที่: พุธที่ 14 พฤษภาคม 2558 ปีที่: - ฉบับที่: 23954 Col.Inch: 87.59 Ad Value: 192,698	PRValue (x3): 578,094	



.....☺... ก็ว่าไป เลขาธิการกสทช. ชูกร  
ตันจาสัทธี ลาออกพร้อมปฏิเสธข่าวไปคั่วแก้อื้อใหญ่กระทรวงไอซีที...  
กำลังเป็นประเด็นคือการเลื่อนจ่ายเงินค่าประมูลทีวีดิจิตอลงวด 2 ออก  
ไป 1 ปี กสทช. หวั่นไหวจะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อเอกชน ทำให้  
รัฐเสียหาย? .....☺ มองเหรียญอีกด้าน รัฐเอาแต่คำนวณ ความเสีย  
หายของตัวเอง ไม่ดูเลยวิธีบริหารจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพทำให้ผู้  
ประกอบการเสียหายเท่าไร ได้เงินประมูลกว่าห้าหมื่นล้านทำอะไร

มั่งเพื่อให้การเปลี่ยนผ่านบรรลุเป้าหมาย ทุกครัว  
เรือนดูทีวีดิจิตอล .....☺ “ศรีสุล” คาใจตั้งแต่  
คุณภาพกล่องรับสัญญาณ แรกเริ่มก็ตั้งใจให้ได้  
ของดีสุด ราคาคุมแพงซื้อที่สศช.และเนคเทค  
ร่วมพิจารณา 1,090 บาท มาสรุปที่ 1,000 บาท  
โดยกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงฯ  
หรือกทปส.ในฐานะผู้มี “อำนาจหน้าที่” ตามมาตรา  
55 พ.ร.บ.กสทช. ....☺ ไม่รู้ด้วย อิทธิฤทธิ์อะไร  
กสทช.กลับไหลเหลวตามกระแสเอ็นจีโออนุมัติเอง  
690 บาท แล้วก็ได้กล่องเกรดต่ำรับชมระบบคอมชัดพิเศษ ไม่เต็มร้อย  
ปรับรับสัญญาณผ่านดาวเทียมเพื่อเรียงช่องเหมือนกันทั่วประเทศตาม  
เลขช่องที่ผู้ประมูลจ่ายกสทช. ก็ไม่ได้ .....☺ ณ วันนี้ ไม่เพียงเอกชน  
เป็นผู้ถูกกระทำ... ประชาชน แทนที่จะได้ชมทีวีใหม่เต็มคุณภาพก็ตกๆ  
หล่นๆจนคุมแพงจ่ายไปส่วนมากทิ้งขว้างไม่นำมาแลกกล่อง... ยอม  
บริโภคของเดิมๆแทนที่จะมีทางเลือกมากขึ้น ณ วันนี้ เลยจุดที่รัฐมองว่า  
มีเพียงตัวเองคือผู้เสียหาย?! .....☺



<b>มติชน</b> Matches Circulation: 900,000 A4 Rate: 1,530	<b>Section:</b> First Section/คอลัมน์ <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 17 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 38 <b>ฉบับที่:</b> 13580 <b>หน้า:</b> 3(ล่างซ้าย) <b>Col.Inch:</b> 43.88 <b>Ad Value:</b> 66,014 <b>PRValue (x3):</b> 204,042 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี <b>คอลัมน์:</b> ที่เห็นและเป็นไป: 'ทีวีดิจิทัล'ในอีกคำตอบ
---	--



# 'ทีวีดิจิทัล'ในอีกคำตอบ

สถานการณ์ของ "ทีวีดิจิทัล" กลายเป็นเรื่องที่น่าสนใจทุกฝ่าย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) อยู่ในสภาพกดดันไม่เข้าค่ายไม่ออก หลังจากเปิดประมูลคลื่นทีวีดิจิทัลจนทำช่องฟรีทีวีขยายจาก 6 ช่อง เป็น 24 ช่อง มูลค่าประมูลกว่า 50,000 ล้านบาท ดูเหมือนจะจบปี แต่กลับกลายเป็นทุกข์หนักด้วยการบริหารในวังต่อไปนี้เสี่ยงต่อการถูกดำเนินคดีเป็นอย่างยิ่ง

ส่วนผู้ประกอบการที่ประมูลได้ แม้จะมีบางเจ้าที่ประสบความสำเร็จ แต่ส่วนใหญ่กระอักกระอ่วน เพราะผลการดำเนินงานก็ยังไม่เพียงไม่เป็นที่พอใจตามที่วางไว้ แต่ยังคงก่นทอนกันหนักหนาสาหัส แทนมองไม่เห็นโอกาสที่จะยื่นอุทธรณ์

ในส่วนของประชาชนเองที่หวังไว้มากกว่าจะได้ดูทีวีหลายช่องซึ่งอย่างมีคุณภาพและทางเลือกที่หลากหลาย แต่ทุกอย่างไม่เป็นอย่างที่หวัง แม้จะขึ้นบ้างในเรื่องมีรายการให้เลือกผู้มากขึ้น แต่หากพูดถึงด้านคุณภาพยังไม่มีความแปลกใหม่ไปกว่าเดิมมากนัก แทบจะเรียกได้ว่ามีผลเสียมากกว่าดี

คนที่ค่อนข้างมีความสุขอยู่บ้างคือกลุ่มที่ไม่ประมูลแล้วไม่ได้ หรือคนที่ทำธุรกิจทีวีที่คิดว่าจะเข้าประมูลแล้วตัดสินใจล้มเลิกไปก่อน

กลายเป็นว่าคนที่มีความสุข คือคนที่ยอมทิ้งความฝันของตัวเอง หรือคนที่พ่ายแพ้ในช่วงนั้น

นี่คือความเป็นจริงที่เกิดขึ้น และการแก้ปัญหาเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก

หนทางที่คิดกันอยู่คือ กสทช.จะต้องเลื่อนเวลาการชำระค่างวดออกไปก่อน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่ขายได้ยังห่าง

ไกลกับขายวันมากมายมีหลายที่จะหายไป แต่วิธีการนี้ กสทช.ทุกคนเสี่ยงที่จะถูกฟ้องร้อง หรือเสี่ยงที่จะถูกลอบและดำเนินคดีฐานละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หรือปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ

**อันเป็นความผิดที่ถาวรไม่น้อย**  
แต่หากไม่ผ่อนปรนให้ผู้ประกอบการอย่างน้อยยอมเกิดความรู้สึกผิดอยู่ในใจ เพราะปัญหาส่วนหนึ่งหรือไปแล้วส่วนใหญ่เกิดจากการดำเนินการของ กสทช.เอง ที่พลาดเป้าหมายไม่เป็นไปตามกำหนดการที่วางกันไว้

จนป่านนี้ประชาชนยังเข้าทีวีดิจิทัลไม่ได้ก็เป็นจำนวนมาก การแพร่ภาพยังไม่มีความเหมาะสมมาตรฐานของทีวีดิจิทัล แม้เข้าสิงได้แต่การรับชมยังสับสนและจุดขายจากอันเกิดจากปัญหาการเรียงช่องในแต่ละกล่อง

**ที่มูลค่าถูกขายเป็นว่าทีวีดิจิทัลทำทำ จะหลุดจากความอับจนาคของธุรกิจทีวี**  
เพราะมีข้อมูลว่าเลิกหุ้นใหม่ดูรายการทีวีผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ด้วยความสะดวกสบาย และการเลือกชมได้หลากหลายกว่าคนที่ลงทุนไปแล้ว กำลังหันมว่าที่จะล้มเหลวตั้งแต่เริ่มต้น

ขณะที่ กสทช.เองยังทำอะไรไม่ได้มากนัก เพราะไม่มีอิสระพอที่จะตัดสินใจ

อย่างนั้นเองว่า ทุกฝ่ายกำลังอยู่ในสภาวะที่น่าเห็นใจ

การแก้ไขจำเป็นต้องเกิดขึ้น เรื่องนี้ควรเป็นวาระเร่งด่วนที่จะต้องจัดการ

อย่าคิดว่าเป็นเรื่องของเศรษฐกิจที่ต้องเผชิญความเสี่ยงกับการดำเนินธุรกิจตัวเอง ทุกธุรกิจมีต้นทุนทำงานเข้าไปเกี่ยวข้องมากมาย

ยังมีประชาชนทั่วประเทศที่ควรจะมีโอกาสได้ดูได้ชมพัฒนาการของคุณภาพรายการทีวี เหมือนกับเพื่อนร่วมโลกชาติอื่นๆ

การแก้ปัญหาเรื่องนี้ควรจะกลับไปคิดกันใหม่ในเรื่อง **"ประโยชน์ของชาติ"**

ที่ผ่านมา **"ประโยชน์ของชาติ"** ถูกตีค่าว่า จะต้องทำให้ประเทศได้เงินจากการเปิดประมูลให้มากที่สุด

ตั้งประโยชน์ของประเทศไว้ที่ **"เงินที่จะเข้ารัฐ"**

เรื่องนี้ควรจะชบทวน เพราะประโยชน์ที่แท้จริงของชาติน่าจะเป็นการที่รัฐหาทางให้บริการที่ดีที่สุดกับประชาชน

ทำอย่างไรให้ประชาชนได้ดูรายการทีวีรายการที่มีคุณภาพทั้งเนื้อหาสาระและความคมชัดเต็มที่ตามเทคโนโลยีจะอำนวยความสะดวกความสะดวกสบาย สบายน้อยที่สุด

ประชาชนได้รับความบันเทิงและสาระที่ดี โดยที่รัฐบาลไม่จำเป็นต้องได้เงินมากมาย **น่าจะค่าตอบแทนผลประโยชน์ชาติมากกว่า**

**สุชาติ ศรีสุวรรณ**

<b>ไทยรัฐ</b> Thai Ratt Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000	<b>Section:</b> First Section/- <b>วันที่:</b> พุธ 20 พฤษภาคม 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20938 <b>Col.Inch:</b> 47.77 <b>Ad Value:</b> 143,310 <b>คอลัมน์:</b> เพาะ พาที: วิชากรรมที่วิดิจิตอล อีกหนึ่งความล้มเหลวภาครัฐ	<b>หน้า:</b> 1 (บนซ้าย), 5 <b>PRValue (x3):</b> 429,930 <b>ศิลปิน:</b> ลีลี
--	---	---

## “ซุม”...วิชากรรมที่วิดิจิตอล อีกหนึ่งความล้มเหลวภาครัฐ น.5



### วิชากรรมที่วิดิจิตอล อีกหนึ่งความล้มเหลวภาครัฐ

เดือนพฤษภาคมปีนี้มิใช่เพียงพ่อแม่ผู้ปกครองเท่านั้นที่จะต้องเดือดร้อน หากเงินหาออกมาเป็นค่าเล่าเรียนเทอมใหม่สำหรับลูกๆ ดังที่แม่เขียนไปเมื่อสัปดาห์ก่อน

ยังมีผู้ประกอบการด้านโทรทัศนอีกจำนวนหนึ่งครับ ที่จะต้องเดือดร้อนหาเงินก้อนใหญ่มาใช้จ่ายภายในเดือนพฤษภาคม

ผู้ประกอบการที่ไปประมูลทีวีดิจิตอล 24 ช่องไปแล้วครับ...จำเป็นจะต้องหาเงินก้อนใหญ่มากกว่า 8,000 ล้านบาท มาจ่ายงวดที่ 2 ให้แก่ กสทช.ภายในวันที่ 24 พฤษภาคมนี้

เมื่อปลายๆเดือนเมษายนมีข่าวว่า บอร์ด กสทช.มีมติอนุมัติในหลักการให้เลื่อนจ่ายเงินค่าประมูลทีวีดิจิตอลทีวีงวด 2 ออกไปในเวลา 1 ปี โดยให้มีการรับฟังความคิดเห็นในสาธารณะภายใน 90 วัน

ต่อมาเมื่อวันที่ 11 พ.ค.ก็มีข่าวจาก กสทช.ว่า บอร์ดมีมติให้เลื่อนการพิจารณาขอขยายเวลาการชำระค่าธรรมเนียมไปอีก 1 ปี โดยไม่ต้องคิดค่าดอกเบี้ยออกไปก่อน เพราะจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ

พร้อมกันมีมติขอให้สำนักงาน กสทช.ทำหนังสือสอบถามไปยังสำนักงานอัยการสูงสุด, สำนักงาน ป.ป.ช. และ สทง. ว่า กสทช.มีส่วนจะทำได้หรือไม่? จะเป็นการเอื้อประโยชน์เอกชนหรือไม่? หรือจะสร้างความขัดแย้งจากสำนักกระดืบที่ทั้ง 3 หน่วยงานก่อน

เรื่องจึงยังไม่จบของคู่จนถึงบัดนี้ และยังไม่มีความคืบหน้าชัดเจนว่า ผู้ประกอบการที่ประมูลทีวีดิจิตอล 24 ช่อง จะเดือดร้อนภายในวันที่ 24 พ.ค. ได้หรือไม่? อย่างไร?

ผมเดาไว้ก่อนว่า คง “ยากส์” ครับ เพราะทุกเรื่องที ป.ป.ช. หรือ สทง. เข้ามาเกี่ยวข้อง ผมไม่เห็นมีเรื่องไหนง่ายสักเรื่องเดียว

ถ้าถามใจผู้ประกอบการที่ประมูลได้ ก็คงอยากให้เลื่อน และผ่อนปรนไม่ต้องเสียค่าดอกเบี้ยผลิตค่าภายในและครบ

เพราะเท่าที่เป็นข่าวอยู่ในขณะนี้ ผู้ประมูลทีวีดิจิตอลทีวี 24 ช่อง

กำลังทยอยในภาวะหนักหนาสาหัสไปตามๆกัน ถึงขนาดคาดการณ์ว่า จะอยู่รอดได้เพียงไม่กี่รายเท่านั้นเอง หากสถานการณ์ยังเป็นเช่นปัจจุบัน สาเหตุสำคัญก็มาจากรายงานช่วงที่มากเกินไป จนต้องมาแย่งค่าโฆษณาภาคเมือง และมูลค่าโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น แม้จะมีมากกว่าสื่ออื่นๆ แต่เมื่อเทียบกับค่าเช่าบ้านไม่ก็ค่าเช่ารถ แต่ต้องมาแบ่ง 24 ช่อง จึงแข่งกันแย่งเงินอย่างดุเดือดเหวี่ยง

ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจไทยก็หดตัว งบโฆษณาทุกประเภทจึงพลอยหดตามไปด้วย ความเดือดร้อนจึงยิ่งเพิ่มทวีขึ้น

นอกจากเหตุผลในเรื่องข้อจำกัดเงินไปแล้ว ก็มาถึงเหตุผลในเรื่องความล่าช้า และการทำอะไรไม่ได้ตามสัญญาของ กสทช. ที่กำลังตกเป็นจำเลยทั้งของสังคมและผู้ประกอบการ

มีปัญหาคืออะไรนั่นตั้งแต่เรื่องการแจกต่อทีวีดิจิตอลทีวี เช่น แจกไม่ทั่วถึงเลย วันแจกไปแล้วใช้ไม่ได้เลยและที่สำคัญยิ่งไม่ได้รับแจกก็มีอีกเยอะ การเวียนเลขหมายช่องก็สิ้นเสน เพราะ กสทช.ไม่สามารถแบ่งกับ

ใช้กฎ Must Carry กับพวกทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวีได้ ทำให้หมายเลขของผู้ประมูลต้องไปเรียงอยู่ต่อจากหมายเลข 1-10 ของแต่ละเคเบิลแต่ละดาวเทียม

ใครว่าขี้เกียจเห็นดิน หรือทนข ก็ถ้าเข้าไปเป็นไปตามกรอบเวลา และไม่ครอบคลุมพื้นที่ที่กำหนดไว้ ทำให้การรับชมในระบบดิจิตอลไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

‘สำหรับผมมองในส่วนหนึ่งก็รู้สึกเห็นใจผู้ประกอบการทั้งหลายที่กระโดดเข้ามาประมูลด้วยความหวังอันเจิดจ้า แต่กลับต้องมาเจอปัญหาตกลงในกฎหมายล่าสุด จนไม่รู้จะหาทางออกกันอย่างไรในขณะนี้

แต่ส่วนสำคัญที่สุดก็คือรู้สึกเห็นใจพี่น้องประชาชนชาวไทยครับ ที่พลาดโอกาสจะได้ดูระบบทีวีที่ดีที่สุดของโลก หรือที่ได้ดูก็เป็นไปอย่างกระตือรือร้น และยังมีแผนว่าจะได้ดูกันถ้วนหน้าเมื่อไหร่ ถ้าหากการบริหารจัดการของ กสทช. ยังเป็นเช่นที่เป็นอยู่ขณะนี้

ในการสำรวจความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยทำที่ล้มเจ้าได้ ขณะนี้ที่เราได้ค่อนข้างล้มเจ้ามาก เข้มแข็งก็คือแนวทางการบริหารจัดการต่างๆทางภาครัฐนี้แหละครับ

ก็ปรากฏว่าเขาสำรวจได้ถูกต้องจริงๆ ขนาด กสทช. ที่มีคนรุ่นใหม่ คนมีความรู้ด้านการสื่อสาร การโทรคมนาคม เป็นจำนวนมาก ไปทำหน้าที่ ...ยังทำกันไม่ได้ยุ่งยงถึงเพียงนี้แล้วจะไปหวังให้ประเทศไทย

ของเรามีได้คะแนนดีในเรื่องการบริหารจัดการภาครัฐส่วนอื่นๆ ได้ยังไหมล่ะ? ถ้ามีเวลาขอฝากลุงดูให้ช่วยดูเรื่องนี้น้ำหนักดูหน่อย!

“ซุม”



<b>ฐานเศรษฐกิจ</b> <small>Thassettaj</small> <small>Circulation: 120,000</small> <small>Ad Rate: 1,250</small>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 31 พฤษภาคม - พุธ 3 มิถุนายน 2558 <b>ปีที่:</b> 35 <b>ฉบับที่:</b> 3057 <b>หน้า:</b> 1(บน), 12 <b>Col. Inch:</b> 155.75 <b>Ad Value:</b> 194,687.50 <b>PR Value (x3):</b> 584,062.50 <b>คลิก:</b> ลีลี <b>หัวข้อข่าว:</b> ๒ปท.จับตาทวีติจิตอลกรุงไทยเงินปล่อยกู้ได้ไม่คุ้มเสีย/Kแบงก์จ่อเรียกหลักประกัน...		
---	--	--	--

■ **กรุงไทยเงินปล่อยกู้ได้ไม่คุ้มเสีย/Kแบงก์จ่อเรียกหลักประกันรายกลาง**

# รพท.จับตาทวีติจิตอล

## นักวิชาการชี้ 3 ปัจจัยดับอุตุฯที่วิตจิตอล

แบงก์ชาติรับจับตาดูภาวะธุรกิจที่วิตจิตอลใกล้ชิด ประเมินเบื้องต้นหลักประกันยังครอบคลุมหนี้ เชื่อคืนไลเซนส์กระทบบางก้น้อย กลสิกรไทยยัน 5 รายยังแกร่ง แต่พร้อมเรียกหลักประกันเพิ่มบางราย กรุงไทยเข้มเบรคปล่อยกู้ เหตุรายได้ต่ำภาวะสูง นักวิชาการเผยเหตุ 3 ปัจจัยทำล้มเหลว ช่องทีวีลินทลาด/กสทช.ไม่พร้อม/วิเคราะห์ช่องพลาตาด้านโรสมิเดียเมินสานต่อช่องเด็กจาก“เจ็ดสี”เหตุปัญหาเยอะ

อ่านต่อหน้า >12



**“รพท.ยังติดตามใกล้ชิดเชื่อว่าส่วนใหญ่ทำธุรกิจต่อไปได้”**

• **สนธยา นุ่มน่าน**

ข่าวต่อ

**สนท.**

จากการที่ผู้ประกอบการบริษัทไทยทีวี จำกัด ขอยกเลิกใบอนุญาตทีวีดิจิตอลทั้ง 2 ช่องคือไทยทีวี 1 ในหมวดข่าวสาร สาระ หลังจากที่ไม่ยอมชำระค่าประมูลงวด 2 วงเงิน 176.8 ล้านบาท และช่อง LOCA หมวดหมู่เด็ก เสาวชน และครอบครัว วงเงิน 92.8 ล้านบาท หรือรวมทั้ง 2 ช่อง คงค้างชำระ 1,634.4 ล้านบาท (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยมีธนาคารกรุงเทพรับรองวงเงินประมูล (แบงก์กักรันตี)

**รพท.เชื่อกันไลเซนส์กระทบบนอย**

ต่อเรื่องนี้นายสนธยา นุ่มน่าน ผู้ช่วยผู้ว่าการ สายกำกับสถาบันการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย(รพท.) เปิดเผยถึงกรณีที่มีผู้ประกอบการกลุ่มทีวีดิจิตอลไทยทีวี และโลก้า ตัดสินใจคืนใบอนุญาต (ไลเซนส์) จนถูกยึดแบงก์กักรันตี

โดยเชื่อว่าเรื่องนี้ ไม่กระทบต่อธนาคารพาณิชย์ที่ปล่อยสินเชื่อให้แก่นัก เพราะเท่าที่สอบถามไปยังธนาคารพาณิชย์ที่ได้ปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการรายนี้พบว่าส่วนใหญ่มีหลักประกันครอบคลุมเพียงพอ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น รพท. ยังติดตามดูใกล้ชิด โดยยังเชื่อว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในกลุ่มทีวีดิจิตอล ยังสามารถทำธุรกิจต่อไปได้ ส่วนผู้ประกอบการรายนี้ที่ตัดสินใจคืนไลเซนส์ไป ไม่แน่ว่าสาเหตุก็ถูก เป็นเพราะอะไร คงต้องรอฟังการชี้แจงอีกที

**รับจับตารัฐกิจทีวีดิจิตอล**

ทั้งนี้ โดยปกติแล้ว รพท. จะมีทีมเจ้าหน้าที่คอยติดตามดูภาวะธุรกิจในกลุ่มต่างๆ ซึ่งกลุ่มทีวีดิจิตอลก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ทีมงาน รพท. ติดตามอยู่ และในกรณีที่มีผู้ประกอบการรายนี้ตัดสินใจคืนไลเซนส์ คงต้องติดตามดูต่อไปว่าจะคืนจริงหรือไม่ และ กสทช. จะดำเนินการเรื่องนี้อย่างไร

“เราไม่คิดว่าจะมีผลกระทบต่อแบงก์มากนัก ซึ่งบังเอิญตอนนี้เป็นช่วงที่เจ้าหน้าที่ของเราเดินสายตรวจแบงก์ประจำรายปียู่แล้ว เป็นรอบของการตรวจสอบพอดี เจ้าหน้าที่เราก็มีการสอบถามแบงก์ ผมเองก็ได้ขอให้เขาส่งรายงานมาให้ดู” นายรณดลกล่าว

นายจรงค์ รัตนเพียร รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกลสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (บมจ.) เปิดเผยกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า ธนาคารปล่อยสินเชื่อให้แก่ธุรกิจสื่อทีวีดิจิตอล 5 ราย (อาทิกลุ่มเนชั่น, อมรินทร์, อาร์เอส, อสมท, ทีเอ็นเอ็น) วงเงินต่อรายหลักพันล้านบาท และเมื่อเทียบกับภาพรวมสินเชื่อธุรกิจขนาดใหญ่ถือว่ามีส่วนส่วนน้อยมาก ซึ่งปัจจุบันพอร์ตลูกค้ากลุ่มนี้ยังคงดำเนินธุรกิจเป็นปกติ และมีความแข็งแกร่งอยู่ ซึ่งธนาคารเองก็ได้มีการพูดคุยและติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง

**ชี้ศก.ชบ-แก้โขยขนานน้อย**

ทั้งนี้ หากมองภาพรวมธุรกิจสื่อทีวีดิจิตอล จะเห็นว่าอาจมีบางเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้สึกค่าเงินธุรกิจไม่ไหว เพราะต้องยอมรับว่าธุรกิจเข้ามาในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี และผู้ประกอบการ 24 ช่อง ก็มีทั้งรายที่แข็งแกร่งมาก, ระดับกลาง เห็นได้จาก การประมูลไลเซนส์มูลค่ากว่า 5 หมื่น

รหัสข่าว: C-150531022006 (30 พ.ค. 58/07:47)

หน้า: 1/3



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด 888/78 อาคารพหลโยธิน ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10330  
 โทร 0-2253-6000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5091, 0-2651-4701 อีเมล help@iqnewsclip.com

<b>ฐานเศรษฐกิจ</b>  <small>Thaisettai</small> <small>Circulation: 120,000</small> <small>Ad Rate: 1,250</small>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก			
	วันที่: อาทิตย์ 31 พฤษภาคม - พุธ 3 มิถุนายน 2558			
	ปีที่: 35	ฉบับที่: 3057	หน้า: 1(บน). 12	
	Col. Inch: 155.75	Ad Value: 194,687.50	PR Value (x3): 584,062.50	คลิก: 811
หัวข้อข่าว: 5ปท.จับตาวิถีชีวิตคนไทยเดินป่าอยู่ได้ไม่คุ้มเสีย/คนก้อจ้อเรียกหลักประกัน...				

ล้านบาท ทำให้เกิดการแข่งกันค่อนข้างสูง เพราะต้องแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ขณะที่ในส่วนของการได้จากค่าโฆษณา ก็มีเพียงก่อนเดียว จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ

**เรียกหลักประกันรายป่าบกลาง**

ในส่วนของการคาดการณ์ปล่อยสินเชื่อ ธนาคารจะพิจารณาตามความจำเป็นและความสามารถของลูกค้าเป็นหลัก คือ ปล่อยสินเชื่อโดยพิจารณาจากความเสี่ยง ซึ่งบางส่วนมีการใช้เงินตนเองด้วย เช่น ในรายที่มีเครดิตเป็นช่องที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการสร้างรายได้มั่นคงแน่นอนทางธนาคารจะเรียกหลักประกันค่าประกันไม่ไ้สูงมาก แต่ถ้าผู้ประกอบการมีความสามารถระดับกลางธนาคารจะเรียกหลักประกันเพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและช่องที่เข้าไปประมูล

อย่างไรก็ดี ในกรณีที่ถูกห้ามปัญหาไม่สามารถชำระเงินได้ตามสัญญา นั้น ธนาคารจะติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและกลับมากลุมหลักประกันที่มีอยู่ ส่วนเรื่องกันสำรองหนี้สงสัยจะสูญก็ดำเนินการเหมือนธุรกิจกลุ่มอื่นๆ หากมีแนวโน้มว่าจะเกิดความเสียหายธนาคารก็จะมีการกันสำรองหนี้ไว้ก่อนแล้ว แต่ในปัจจุบันธนาคารก็ยังไม่มีความจำเป็นต้องกันสำรองหนี้ เพราะลูกค้าของธนาคารยังดำเนินธุรกิจได้เป็นปกติ

“หลายช่องยังทำได้ค่อนข้างดี แต่ก็มีหลายรายที่ไม่เป็นไปตามคาดการณ์ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจด้วย ซึ่งมุมมองของแบงก์ก็ยังเชื่อว่าธุรกิจนี้ยังไปได้ เพราะเรคคังยังตั้งอยู่ แม้ว่าไตรมาสที่ 1 อาจจะขาดทุน แต่เป็นเพราะว่าจะต้องนำเงินไปชำระค่าไลเซนส์ แต่คิดว่าทั้งปียังมีกำไร”

**กรุงเทพฯ เ็มบอกรู้“ได้ไม่คุ้มเสีย”**

ด้านนายกิตติพันธ์ อัญญาไสตติ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธุรกิจขนาดใหญ่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย กล่าวว่า ธนาคารไม่มีพอร์ตโฟลจิวัดิจิตอล และไม่ปล่อยสินเชื่อกลุ่มนี้เลย แต่ต้อง

ยอมรับว่ามีผู้ประกอบการเข้ามาหาธนาคารหลายรายเช่นกัน แต่จากการพิจารณาแล้วเห็นว่ามีความเสี่ยงจึงไม่ปล่อยกู้ให้แก่กลุ่มนี้เลย

ทั้งนี้ความเสี่ยงที่ธนาคารมองเห็นแบ่งเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ 1.ลูกค้าที่เข้ามาฐานะการเงินไม่ค่อยแข็งแรง จึงมีความเสี่ยงในเรื่องของความสามารถในการใช้หนี้ และ 2.ค่าใช้จ่ายที่ผู้ประกอบการจะต้องชำระหรือเข้าไปประมูลขอใบอนุญาตค่อนข้างสูง แต่รายได้จากค่าโฆษณาไม่เพียงพอแล้วและมูลค่าเท่าเดิมประมาณ 7 หมื่นล้านบาท ทำให้มีความเสี่ยงในแง่รายได้อีก

อย่างไรก็ดีหากมีการปล่อยสินเชื่อ ธนาคารทั่วไปจะพิจารณาจากค่าตามความสามารถและฐานเงินทุนของลูกค้า หากมีฐานการเงินแข็งแกร่งเรียกหลักประกันค่าประกันก็จะน้อยกว่ากลุ่มที่มีฐานเงินทุนแข็งแกร่งลงมา แต่โดยส่วนใหญ่หลักประกันที่ประกันไม่ไ้คุ้มมูลหนี้ทุกราย โดยการนี้ที่เกิดขึ้นหาก กสทช.ต้องเรียกเก็บค่าเสียหายจากธนาคาร ธนาคารก็ต้องไปเรียกเก็บต่อจากลูกค้าอีกที ส่วนการกันสำรองหนี้ ก็ต้องเป็นปกติเหมือนธุรกิจทั่วไป

“ต้องบอกว่ามีคนเดินมาหาเราหลายราย แต่เราเห็นว่าธุรกิจนี้รายได้มาจากโฆษณา ซึ่งมีจำนวนเท่าเดิม แต่ค่าใช้จ่ายเรื่องไลเซนส์สูง รายไหนที่ไม่ไหวก็อาจจะไม่รอด เราจึงไม่ปล่อยสินเชื่อ แต่ถามว่าโอกาสเติบโตยังมีอยู่ แต่คงไม่ได้ได้ได้ภายใน 1-2 ปี”

**ชี้อำนาจกสทช.ยึดแบงก์ก้ารันดี**

ด้านบมจ.ธนาคารกรุงเทพแหล่งข่าวกล่าวว่า ขณะนี้กำลังศึกษารายละเอียดในสัญญาการค้าประกันใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ตลอด 6 ปีแต่กรณีไทยที่เรียกเลิกดำเนินการในระยะเริ่มต้น 2 ปีแรกจะอยู่ในข่ายไหน แต่ถ้าเป็นการคิดสัญญาให้ทางปฏิบัติทางกสทช.อาจจะมีสิทธิเรียกร้องหรือยึดแบงก์ก้ารันดีแต่ขณะนี้ยังไม่สามารถระบุว่าจะผสมอย่างไร จำนวนเท่าไร

ทั้งนี้ปัจจุบัน นอกจากธนาคารกรุงเทพ จะปล่อยกู้ให้กลุ่ม CTH วงเงิน 1.4 หมื่นล. ยังออกหนังสือคำประกันหรือ

แบงก์ก้ารันดีให้ผู้ประกอบการที่วิดิจิตอลถึง 6 ราย โดยผู้บริหารธนาคารยืนยันหลักประกันยังครอบคลุมมูลหนี้

**วิกฤติช่องโทรทัศนับคนตลาด**

ขณะที่นักวิชาการ ผศ.ดร.พิณพิกานต์ ดวงรัตน์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ภัณฑศาสตร์ และที่ปรึกษาสมาคมวิชาการนิเทศศาสตร์และการสื่อสารแห่งประเทศไทย ให้ความเห็นกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับวงการที่วิดิจิตอลเกิดมาจาก 3 ด้าน คือ 1 ช่องโทรทัศน์ในประเทศเข้าสู่สภาวะเงินตลาด 2 ความไม่พร้อมของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และ 3 ผู้ประกอบการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของตนเองไม่ถูกต้องกับการเข้าร่วมประมูลและดำเนินการที่วิดิจิตอล ดังนั้นหากย้อนไปปัญหาเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนการประมูลซึ่งกสทช.ได้ใช้หลักการวิเคราะห์ผลรวมและค่าสรุปให้ประเทศไทยมีช่องที่วิดิจิตอล 48 ช่อง (ไม่นับรวมช่องเคเบิลและดาวเทียมที่มีอยู่กว่า 200 ช่องในปัจจุบัน) แม้ในเวลานั้นจะมีหลายฝ่ายคัดค้านก็ตาม ซึ่งการมีจำนวนช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นมานั้นส่งผลให้ประเทศไทยเข้าสู่สภาวะช่องโทรทัศน์เงินตลาด

พฤติกรรมผู้ชมไทยจะรับชมโทรทัศน์ช่องประจำหลักเพียงไม่กี่ช่อง ดังนั้นช่องโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นจึงมีจำนวนมากกว่าความต้องการของผู้ชม ขณะเดียวกันแม้จะเกิดช่องที่วิดิจิตอลแล้วแต่ช่องไหนทีวีความคมชัดและเคเบิลก็ไม่ได้หายไป ประกอบกับผู้ชมที่ติดกล้องรับสัญญาณเคเบิลและทีวีดาวเทียมอยู่แล้วไม่ย้ายเปลี่ยน เนื่องจากสัญญาณโครงข่ายที่วิดิจิตอลคุณภาพไม่ดีพอ คิดตั้งลำบาก และไม่รับทราบประโยชน์แท้จริงจึงส่งผลให้ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของเรื่องที่วิดิจิตอล และไม่เฝ้าดูช่องที่ได้หายไปแทนที่ช่อง”

**วิเคราะห์จัดิมพลาดลงทุนไปก่อ**

อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวไม่



<b>ฐานเศรษฐกิจ</b>  <small>Thasertakd</small> <small>Circulation: 120,000</small> <small>Ad Rate: 1,250</small>	<b>Section:</b> First Section/หน้าแรก <b>วันที่:</b> อาทิตย์ 31 พฤษภาคม - พุธ 3 มิถุนายน 2558 <b>ปีที่:</b> 35 <b>ฉบับที่:</b> 3057 <b>หน้า:</b> 1(บน), 12 <b>Col. Inch:</b> 155.75 <b>Ad Value:</b> 194,687.50 <b>PR Value (x3):</b> 584,062.50 <b>คลิก:</b> สีสี <b>หัวข้อข่าว:</b> ๑๒๗.จับตาทีวีดิจิตอลกรุงไทยเดินปลอญดูได้ไม่คุ้มเสีย/กบงทจ้อเรียกหลักประกัน...		

ได้มีเพียงแต่ฝ่ายกสทช.เท่านั้นที่วิเคราะห์ผิดพลาด แต่ในด้านของผู้ประกอบการต่างก็ประเมินธุรกิจของตัวเองไม่ขาดเช่นกัน อย่างกรณีล่าสุดผู้ประกอบการช่องโทรทัศน์THV (ไทยทีวี) และ LOCA (โลโก้) ทีวีเคระหะที่ซื้อตัวเองผิดไปจากที่ประมูล เนื่องจากต้นทุนและทีมงานที่บริษัทดังกล่าวมีอยู่เป็นด้านบ้านแค่ง แต่กลับกลายเป็นเลือกช่องข่าวสารและสารและช่องเด็ก ซึ่งบริษัทไม่มีต้นทุนด้านนี้เลย จึงส่งผลให้การทำงานของไทยทีวีและโลโก้ยากขึ้น เพราะต้องเริ่มตั้งแต่ศูนย์ และไม่ได้มีเพียงแค่ช่องนี้เท่านั้นที่เกิดปัญหาวิกฤติในปัจจุบัน

สำหรับเหตุการณ์นี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของความผิดพลาดของกสทช.และผู้ประกอบการ แต่เมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วก็อยากให้ออกมาแก้ปัญหา

### โรสไม่สลับกวีติดตอล

"ฐานเศรษฐกิจ" ได้สอบถามไปยังโรสมีเดีย ผู้บริหารลิขสิทธิ์คอนเทนต์การ์ตูนรายใหญ่ ซึ่งก่อนหน้านี้เข้าร่วมประมูลทีวีดิจิตอล ในช่องเด็กแต่พลาดการประมูล ว่าสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นพันธมิตรในการบริหารช่อง LOCA หรือไม้นั้น ดร.อรรถพร มนต์พิชิต บวรวิณะ รองประธานสายงานลิขสิทธิ์และกลุ่มทีวี บริษัท โรสมีเดีย แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด กล่าวว่า ในอดีตเคยมีความคิดที่อยากได้ช่องทีวีดิจิตอลประเภทเด็กและครอบครัว แต่หลังจากที่แพ้การประมูลไม่ได้ช่อง แล้วมานั่งประเมินภาพรวมอุตสาหกรรมนี้ 1 ปีที่ผ่านมาเห็นเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นจึงไม่สนใจ และไม่อยากจะซื้อช่องทีวีดิจิตอลมา

ครอบครองอีกแล้ว

"ช่องเด็กเป็นช่องที่มีข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจจำนวนมาก ทั้งในด้านของสปอนเซอร์และโฆษณา เป็นต้น อีกทั้งในช่วงที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดด้านผังรายการที่กสทช.กำหนดกรอบขึ้นมา ยิ่งทำให้ทำงานลำบากมากขึ้น ดังนั้นในวันนี้อาจขอเป็นคอนเทนต์โปรดิวเซอร์ดีกว่า"ดร.อรรถพร กล่าว

### วอนเห็นใจผู้ประกอบการ

ขณะที่นายอดิศักดิ์ อิมปรุงพัฒน์กิจ กรรมการผู้อำนวยการบริษัท เนชั่นบรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารช่องเนชั่นทีวี กล่าวว่า การที่ผู้ประกอบการช่องต่างๆสามารถนำเงินไปจ่ายได้ ไม่ได้หมายความว่าไม่เจอปัญหาแบบเดียวกับที่ช่องดังกล่าวเจอ แต่ทุกรายเจอปัญหาเช่นเดียวกันทั้งหมด แต่ที่ทุกรายยังยืนได้เนื่องจากทุกรายยังมีความอดทนและมีสายป่านยาว

"ที่ผ่านมากสทช.ไม่เคยยอมรับกับการทำงานที่ผิดพลาดของตัวเอง ส่วนตัวอยากให้ออกมาออกมยอมรับผิดบ้างกับปัญหาที่เกิดขึ้นที่ผ่านมา อยากให้กสทช.เห็นใจคนทำงานด้านนี้บ้าง"

นายศุภกิจญู มั่นรุ่งธรรม ผู้อำนวยการช่องไทยทีวี กล่าวว่า ขณะนี้อยู่ระหว่างเจรจาเบื้องต้นกับกสทช. กรณีการชำระเงิน อย่างไรก็ตามบริษัทยืนยันไม่ออกอากาศทีวีดิจิตอลในช่องไทยทีวี และโลโก้ต่อไปอีกแน่นอน เนื่องจากกสทช.ไม่สามารถเดินตามแผนแม่บทที่วางไว้ได้ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการติดต่อข่าย หรือการนำแพลตฟอร์ม

เข้าถึงกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ แต่จะปรับกลยุทธ์นำช่องดังกล่าวมาออกอากาศผ่านช่องทางทีวีดาวเทียมแทน โดยการออกอากาศใหม่ครั้งนี้บริษัทได้วางงบประมาณอยู่ที่ 100 ล้านบาท ทำธุรกิจทีวีทั้งหมด 3 ช่อง คือ ช่องไทยทีวี โลโก้ และทีวีพูลแขนงผล

ด้านความเห็นของนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีต่อผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลโดยนางสาวพัชรินทร์ วิวัฒนาแก้วศรีเพชร นักวิเคราะห์บริษัทหลักทรัพย์(บล.)คันทรีกรุป จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า กรณีบมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ การปรับรายการพิเศษทำให้ผลกำไรสุทธิไตรมาส 1/2558 ที่ 377 ล้านบาท ซึ่งหากไม่รับรวมรายการพิเศษพบว่ายังมีผลขาดทุนปกติที่ 350 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากผลขาดทุนจากธุรกิจทีวีดิจิตอลที่เพิ่มขึ้น

ขณะที่คงประมาณการผลประกอบการปี 2558 บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ขาดทุนระดับ 1.4 พันล้านบาท และคาดว่าจะกลับมากำไรตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นไป ด้านผู้บริหารบมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ประเมินต้นทุนปี 2558 สำหรับช่อง ONE อยู่ที่ 2.3 พันล้านบาท และช่อง GMM อยู่ที่ 1.3 พันล้านบาท



<p>Thai Raj (Mik-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,000</p>	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ <b>วันที่:</b> อังคาร 2 มิถุนายน 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20951 <b>หน้า:</b> 8(ซ้าย)		
	<b>Col. Inch:</b> 62.58 <b>Ad Value:</b> 100,128	<b>PRValue (x3):</b> 300,384	<b>ศิลปิน:</b> ขาว-ดำ
<b>หัวข้อข่าว:</b> ไฟเขียวคลังยืมเงินพื้นล้าน กสทช.ขีดเส้นต้องชำระหนี้คืนภายใน 3 ปี			

# ไฟเขียวคลังยืมเงินพื้นล้าน

## ● กสทช.ขีดเส้นต้องชำระหนี้คืนภายใน 3 ปี

กสทช.หวนมองขมกลืนให้ "คลัง" ยืมเงินกองทุน กทปส. 14,300 ล้านบาท เพื่อบริหารจัดการน้ำและระบบขนส่งทางถนน เพราะประโยชน์สาธารณะ พร้อมหาแนวทางชำระคืนเงินกองทุนด้วยการแบ่งชำระเป็นงวดๆ ส่วนโครงการนำร่อง 2 "พืชปลูก-หนองคาย" ที่ไอที อดใจรออีกนิด

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า จากที่คณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติให้กระทรวงการคลังยืมเงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนาโครงการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กองทุน กทปส.) จำนวน 14,300 ล้านบาท โดยไม่มีภาระดอกเบี้ย เพื่อใช้ในโครงการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำและระบบขนส่งทางถนนระยะเร่งด่วนนั้น กสทช.พร้อมที่จะดำเนินการตามมติ ครม.ดังกล่าวและ กสทช.อยู่ระหว่างรอหนังสือจากกระทรวงการคลังอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับมติดังกล่าวและเมื่อได้รับหนังสืออย่างเป็นทางการจากกระทรวงการคลังแล้ว ก็จะเชิญประชุมคณะกรรมการ กทปส.เพื่ออนุมัติให้ยืมเงิน 14,300 ล้านบาท ตามลำดับขั้นตอนต่อไป

ขณะเดียวกัน ก็ต้องหารือถึงแนวทางการชำระคืนเงินที่สอดคล้องกับการใช้เงินของกองทุน กทปส.ด้วยเพราะกองทุน กทปส.มีภาระหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ของ พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและกิจการกำกับกิจการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (พ.ร.บ.กสทช.) ที่กำหนดวัตถุประสงค์ให้บริการโทรคมนาคมอย่างทั่วถึงบริการกระจายเสียงให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงบริการด้วย


ทั้งนี้ ในเบื้องต้นได้หารือถึงแนวทางการชำระคืน ด้วยการแบ่งชำระคืนเงินคืนกองทุน กทปส.ภายใน 3 ปี ได้หรือไม่ ซึ่งอาจแบ่งชำระเป็นงวดๆ โดยงวดแรก 1,000 ล้านบาท งวดที่ 2 ราว 2,000 ล้านบาท และงวดที่ 3 ประมาณ 9,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การยืมเงินดังกล่าว จะต้องรอหนังสืออย่างเป็นทางการจากกระทรวงการคลังมาก่อน ปัจจุบันกองทุน กทปส.มีเงินอยู่ประมาณ 20,000 ล้านบาท หากให้กระทรวงการคลังยืม ก็จะเงินเหลืออยู่ที่กองทุน กทปส.ราว 4,000 ล้านบาท ซึ่ง

เงินส่วนนี้จะต้องนำไปใช้ในแผนการจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม หรือ โครงการยูไอ และ โครงการอื่นๆ

นอกจากนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการกองทุน กทปส.ได้รับอนุมัติกรอบวงเงิน 1,000 ล้านบาท ให้ กสทช.เพื่อจัดทำโครงการของ กสทช.ในปี 2558 ซึ่งแต่ละโครงการจะต้องใช้งบประมาณไม่เกิน 20 ล้านบาท โดยแต่ละโครงการจะต้องเสนอวัตถุประสงค์การดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส.ด้วย ซึ่งจะแตกต่างจากปี 2557 ที่อนุมัติโครงการล่าช้ามาก เนื่องจากการจัดทำรายละเอียดของโครงการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน กทปส.นั้นให้เวลาในการพิจารณาทำให้ปีที่ผ่านมามีมติงบประมาณไปเพียง 60 ล้านบาท จากงบประมาณที่กำหนดไว้มากถึง 400 ล้านบาท

นายฐากรกล่าวไว้ว่า สำหรับความคืบหน้าโครงการบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม ซึ่ง กสทช.ได้เปิดประมูลนำร่องไปเมื่อวันที่ 2 จังหวัดคือ พืชปลูกและหนองคาย โดยบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ชนะประมูลไปวงเงิน 441 ล้านบาทนั้น คณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลของกระทรวงดิจิทัลและนวัตกรรมได้เห็นชอบในหลักการแล้ว แต่ต้องนำเสนอให้คณะกรรมการสช.แห่งชาติ (คสช.) มีคำสั่งให้ดำเนินการต่อไปได้ก่อน เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของคำสั่ง คสช.ที่ให้ กสทช.จะลดโครงการบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคมมูลค่า 20,000 ล้านบาทไว้ก่อน จะเห็น เมื่อบอร์ดเศรษฐกิจดิจิทัลเห็นชอบโครงการใดก็ต้องเสนอให้ คสช.มีคำสั่งให้ดำเนินการด้วยความถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมาย

ทั้งนี้ ตามแผนงานโครงการนำร่องดังกล่าวที่ไอที จะต้องจัดให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐานโดยทั่วถึงและบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใน

 Thai Rak (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ		
	วันที่: อังคาร 2 มิถุนายน 2558		
	ปีที่: 86	ฉบับที่: 20951	หน้า: 8(ซ้าย)
	Col.Inch: 62.58	Ad Value: 100,128	PRValue (x3): 300,384
	หัวข้อข่าว: โฟเขียวคลังยืมเงินล้าน กสทช.ชี้คลื่นต้องชำระหนี้คืนภายใน 3 ปี		คลิป: ข่าว-คำ

2 จังหวัดนำร่อง ได้แก่ จังหวัดพิจิตร และ จังหวัดหนองคาย ด้วยการติดตั้งโทรศัพท์สาธารณะ ๓4 แห่ง สร้างศูนย์อินเทอร์เน็ตชุมชนประจำตำบล 19 แห่ง และให้บริการอินเทอร์เน็ตในโรงเรียน สถานีอนามัย และ อบต. 321 แห่ง

“การทำให้มีบริการโทรคมนาคมพื้นฐาน โดยทั่วถึงและบริการเพื่อสังคม โดยการขยายบริการระบบอินเทอร์เน็ตไปยังพื้นที่ชนบททั่วโลก ให้สามารถเข้าถึงการติดต่อสื่อสาร และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้บริการได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมอย่างไม่มีข้อจำกัดซึ่ง กสทช.ก็ต้องดำเนินการต่อไป และคงต้องเสนอ คสช.อนุมัติเป็นรายโครงการ”.

 <p>Thai Rath (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,500</p>	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> อังคาร 2 มิถุนายน 2558 <b>ปีที่:</b> 86 <b>ฉบับที่:</b> 20951 <b>หน้า:</b> 9(ลาฯ)		
	<b>Col. Inch:</b> 26.84 <b>Ad Value:</b> 42,944		<b>PR Value (x3):</b> 128,832 <b>ศิลปิน:</b> ขาว-ดำ
	<b>หัวข้อข่าว:</b> เอชอีอีอีก 7 ข้อดีจិតอลที่คจับ เผย 4 เดือนแรกไม่มีเม็ดเงินโฆษณาเข้าระบบ		
	(Additional information or details)		

## เสียดสีอีอีอี 7 ข้อดีจิตอลที่คจับ


### ● เผย 4 เดือนแรกไม่มีเม็ดเงินโฆษณาเข้าระบบ

นายสุรชัย แซ่เช็ง อดีตเลขาธิการพรรคประชาธิปัตย์ วิจารณ์อย่างรุนแรงว่า ครึ่งปีหลังการใช้เม็ดเงินโฆษณาของบริษัท อีอีอี จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บริษัทอีอีอีจิตอล จะสิ้นเงินกว่าครึ่งปีแรก

เริ่มเห็นภาพชัดเจนในทุกๆเรื่อง ทั้งคนดูเริ่มเปลี่ยนพื้นที่เมื่อมีทางเลือกมากขึ้น, เวทลิงเริ่มย้ายไปที่ทีวีช่องอื่นๆมากขึ้น โดยช่องที่ขายคือ ช่อง 5 และช่อง 9 เริ่มตกลงอย่างเห็นได้ชัด 5 ช่องที่อยู่รอดได้ในอุตสาหกรรมนี้ที่เหลือจะมี 2 กลุ่ม คือ ช่องที่ช่องนำ ช่อง 3 เวทลิงเกือบ 50% มีผู้ชมเหลือเพียง 1.1 ล้านคนต่ออาทิตย์ จากเดิม 1.7-1.8 ล้านคนต่ออาทิตย์ ช่อง 7 ตก 40% มีผู้ชมเหลือเพียง 1.6 ล้านคนต่ออาทิตย์ จากเดิม 2-2.2 ล้านคนต่ออาทิตย์ และมีผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จ ในการทำธุรกิจจนอยู่ไม่ได้ ขอยืนยันว่าไม่ใช่ขบวนการรวมของ อุตสาหกรรมนี้ เพื่อแค่เห็นภาพเรื่กว่าที่คาดการณ์ไว้เท่านั้น

ทั้งนี้ ในส่วนของช่อง 8 จิตอลทีวี ของอาร์เอสนั้น การทำธุรกิจถือว่าอยู่ในแผนที่วางไว้ มีผลกำไรตั้งแต่ปีแรกที่ ค่าเงินธุรกิจ คือ มีผลกำไร 10 ล้านบาท ปี 2558 นี้ก็คาดว่า จะมียอดกำไรเพิ่มขึ้นมากกว่าปีแรกแน่นอน แม้เศรษฐกิจปีนี้จะ ช้าแต่กว่าที่คาดการณ์ไว้ เม็ดเงินโฆษณาจะลดลง เห็นได้จาก ช่วง 4 เดือนแรก ตลาดไม่มีเม็ดเงินโฆษณาออกมาเลย แต่

“ปีหน้าและปีต่อไปจะเห็นภาพชัดเจนกว่านี้ ว่ามี ผู้ประกอบการทีวีจิตอลช่องไหนเป็นอย่างไร เพราะนอกจาก 5 ช่องที่อยู่รอดได้ในอุตสาหกรรมนี้ที่เหลือจะมี 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มผู้ประกอบการที่ขาดทุน แต่มีสายป่านยาว ที่พอจะ ประคับประคองธุรกิจไว้ไปต่อได้ 2. กลุ่มที่ขาดทุน แต่มี านาเงินไปก็จะกระทบกระแสเงินสด ซึ่งพวกนี้จะเห็นเพิ่มอีก ในปีหน้า แต่ที่แน่ๆ ณ เวลานี้จะมี 5 บริษัท รวม 7 ช่องที่จะ เลือกเดินตามแบบบริษัท ไทยทีวี- จำกัด ของนางพันธุทิพา ศฤงคารสิน หรือเจ็ดสี ทีวีพูล โดยการฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย ต่อการดำเนินงานที่พลาดเป้าหมายกับ กสทช. เพียงแต่ยอม จ่ายเงินค่าประมุขทีวีจิตอล วงค์ที่ 2 ให้กสทช.ก่อนเท่านั้น อย่างไรก็ตาม โดยส่วนตัวแล้วยังมองว่าธุรกิจทีวีจิตอลยังมีอุม หวานสำหรับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการทำ ธุรกิจเหมือนอาร์เอสและเป็นผลดีสำหรับประชาชนผู้บริโภค รวมถึงรัฐบาลที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้น”

	<b>Section:</b> First Section/ข่าวเศรษฐกิจ <b>วันที่:</b> อังคาร 2 มิถุนายน 2558 <b>ปีที่:</b> 66 <b>ฉบับที่:</b> 20951 <b>หน้า:</b> 9(กลาง)		
	<b>Col. Inch:</b> 48.73 <b>Ad Value:</b> 77,968 <b>PR Value (x3):</b> 233,904	<b>คอลัมน์:</b> ข่าว-คำ <b>หัวข้อข่าว:</b> ตราหมาสี่คนรุ่งก็ค้องมีร่วง "นที" ไวปี "ทีวีดิจิทัล" คนดูเพียบ	
<b>Thai Rate</b> Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,500			

# ● “นที” ไวปี “ทีวีดิจิทัล” คนดูเพียบ คราหน้า! นีคนรุ่งก็ค้องมีร่วง

“นที” เผย 1 ปี ทีวีดิจิทัล 24 ช่อง แย่งคนดูได้ 27% ของครัวเรือน ถือว่าเร็วมาก เมื่อเทียบกับฝรั่งเศส ซึ่งมีโครงสร้างคล้ายไทยใช้เวลา 7 ปี ย้ำการแข่งขันในธุรกิจย่อมต้องมีทั้งคนที่สำเร็จและไม่สำเร็จ เพราะ 1 ปีมีหลายช่องประสบความสำเร็จ โดยช่อง 3 และช่อง 7 ใช้เวลามากกว่า 5 ปี กว่าจะขึ้นเป็นวันนี้

พ.อ.นที กุญชรรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า จากกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากทีวีระบบอนาล็อกไปสู่ดิจิทัลผ่านไปแล้ว เป็นันถือได้ว่า การดำเนินการส่วนใหญ่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดและทำให้ยอดการรับชมของทีวีดิจิทัลของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถแบ่งส่วนแบ่งการรับชมจากทีวีระบบอนาล็อกได้แล้ว 27% ในเดือน พ.ค. 58 ที่ผ่านมา ถือว่าเร็วมาก เมื่อเทียบกับหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศฝรั่งเศสที่มีโครงสร้างกิจการ โทรทัศน์ เช่นเดียวกับไทย แต่ใช้เวลาในการเปลี่ยนผ่านหลายปีและใช้เวลากว่า 7 ปี ที่ช่องทีวีดิจิทัลช่องใหม่จะแบ่งส่วนแบ่งของผู้ชมได้ 22%

ส่วนการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัล ซึ่งผู้ประกอบการได้ติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลครอบคลุมประชากรแล้วประมาณ 80% ของครัวเรือนหรือติดตั้งไปแล้ว 35 สถานีและคาดว่าภายในเดือน มิ.ย.-ก.ค. นี้ จะติดตั้งครบ 39-40 สถานีตามกำหนด ซึ่งจะครอบคลุมพื้นที่การรับชมทีวีดิจิทัลมากขึ้นในช่วงแรกบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้แจ้งว่าจะติดตั้งเสาขั้วแต่ที่จุดแล้วอสมท ก็ได้เร่งการติดตั้งโครงข่าย คาดว่าจะติดตั้งแล้วเสร็จภายในเดือน มิ.ย.-ก.ค. 58

สำหรับการแจกใบอนุญาต 890 บาท เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน ได้เริ่มตั้งแต่ ค.ค. 2557 แล้วจากทีวีดิจิทัลได้เริ่มออกอากาศ

ไปแล้วประมาณ 6 เดือน ปัจจุบันได้มีการแจกออกไปแล้ว 143 ด้านโบ และมีการใช้สิทธิ์การแจกออกไปแล้ว 5 ด้านโบ คาดว่าในเร็วๆ นี้ จะมีประชาชนมาใช้สิทธิ์แจกออกไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากจุดจุดดิจิทัลออกแรก จะสิ้นสุดในวันที่ 30 ก.ค. 58 นี้แล้ว

พ.อ.นทีกล่าวต่อว่า ธุรกิจโทรทัศน์ของประเทศไทย จากเดิมการแข่งขันไม่รุนแรง เพราะช่องธุรกิจมีเพียง 2 ช่องหลักคือ ช่อง 3 กับช่อง 7 แต่เมื่อ กสทช. ได้เปิดประมูลช่องธุรกิจ 24 ช่อง ทำให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นซึ่งการประกอบกิจการที่มีการแข่งขันก็ย่อมมีผู้ประกอบการประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม หากมองย้อนกลับไป การประกอบกิจการของช่อง 3 และช่อง 7 ต่างก็ใช้เวลามากกว่า 5 ปี กว่าจะคืนทุนและสร้างกำไรได้ และตลอด 1 ปีที่ผ่านมา ก็ได้มีช่องทีวีดิจิทัลหลายช่อง ที่ได้พิสูจน์ฝีมือในการสรรหาเนื้อหาของรายการที่มีคุณภาพและโดนใจผู้บริโภค เช่น โมโน, เว็กรักษา, ไทยรัฐทีวี, ช่องวัน ก็สามารถสร้างกลุ่มผู้ชมของตัวเองและติดอันดับ 1 ใน 10 ช่องของกบว รักระดับความนิยม (เรตติ้ง) ก็ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง

“กสทช. ได้คาดคิดไว้แล้วว่าผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจะมีทั้งประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งกสทช. ก็ได้กำหนดกรอบกติกาในการดำเนินการอย่างครบถ้วนและให้ได้รับอนุญาตใช้คลื่นความถี่เป็นระยะเวลา 15 ปี มิใช่ปีต่อปี ดังนั้นจึงเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมในการประกอบการได้ ขณะที่การชำระเงินค่าประมูลของทีวีดิจิทัลนั้น กสทช. ก็ได้กำหนดให้จ่ายเป็นงวดๆ โดยให้วางหนังสือค้ำประกันของธนาคารไว้นั้นก็เพื่อมิให้เป็นภาระต่อผู้ประกอบการจนเกินไป และให้ผู้ประกอบการนำเงินนั้นไปสร้างสรรค์เนื้อหาที่ต่อผู้บริโภค”

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อและนามสกุล	นางสาวประภาวดี ธานีรนานนท์
วัน เดือน ปีเกิด	24 พฤศจิกายน 2508
การศึกษา	พ.ศ. 2531 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พ.ศ. 2541 สำเร็จการศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นศ.ม.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2532 – ปัจจุบัน บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)



# สรุปย่อ

ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เรื่อง ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศนระบบดิจิทัลของประเทศไทย  
ผู้วิจัย นางสาวประภาวดี ธาณิรนานนท์ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57  
ตำแหน่ง ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร  
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเทคโนโลยีโทรทัศนระบบดิจิทัลถือได้ว่าเป็นวิวัฒนาการของกิจการโทรทัศนครั้งสำคัญ เพราะเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการใช้คลื่นความถี่วิทยุให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ด้วยขนาดคลื่นความถี่วิทยุที่เท่ากัน โทรทัศนระบบอนาล็อกสามารถส่งช่องรายการได้เพียงช่องเดียว แต่ในระบบดิจิทัลจะสามารถออกอากาศได้มากถึง 8 – 25 ช่องรายการ ด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม สามารถลดการใช้พลังงานของประเทศ เนื่องจากระบบส่งสัญญาณและเครื่องรับ โทรทัศนระบบดิจิทัลจะประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากกว่าระบบอนาล็อกหลายเท่าตัว และประโยชน์ที่สำคัญที่สุดคือประชาชนจะได้รับบริการที่มีความหลากหลาย จากจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาระบบสังคมและเศรษฐกิจของประเทศโดยตรง

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศนของประเทศไทยได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบโทรทัศนดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมโทรทัศนในประเทศไทย โดยมีการออกใบอนุญาตให้แก่ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศนอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557

เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งสัญญาณจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลของประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นวาระแห่งชาติครั้งสำคัญ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.) ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาต ผู้ผลิตอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรับชมสื่อโทรทัศน เจ้าของสินค้าและตัวแทนผู้ลงโฆษณา และที่สำคัญที่สุดคือประชาชนผู้รับชมสื่อโทรทัศน จำนวน 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้จะสำเร็จตามเป้าหมายได้ ทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องและให้ความร่วมมือ เพื่อช่วยให้การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ แต่สถานการณ์ปัจจุบันพบว่า การเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้ประชาชนผู้รับชมยังไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

ในการรับข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจและการสร้างงานในธุรกิจ  
สื่อซึ่งส่งผลเสียหายโดยรวมต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ

งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบ  
ดิจิทัลในทุกมิติจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาโดยรวมและแนวทางในการ  
แก้ปัญหา โดยผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนให้การ  
เปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลอย่าง  
แท้จริง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย
2. เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล  
ของประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล  
ของประเทศไทย และศึกษาถึงแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของชาติและ  
ประชาชนในชาติเป็นหลัก

ประชากรที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กสทช. (Regulators)
2. ผู้เข้าประมูล (Bidders)
3. ผู้ชม / ประชาชน (Viewers)
4. กลุ่มตัวแทนผู้ลงโฆษณาโทรทัศน์ (Media Buyer)

ขอบเขตเวลาในการศึกษาเรื่อง “ปัญหาการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ  
ประเทศไทย” ทำการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2557 – มิถุนายน 2558 เก็บข้อมูลโดยการ  
สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายน 2558



## วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยดังกล่าว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ปัญหา ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ได้แก่ นักวิชาการ กลุ่มผู้ประมวลทีวีดิจิทัล และประชาชน ผู้รับชม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาโดยการสืบค้นข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ เอกสาร

บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ผลการวิจัย

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

### 1. ปัญหาในมุมมองของ กสทช.

- 1.1 ปัญหาด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้เข้าประมวล
- 1.2 ปัญหาด้านคุณภาพเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ
- 1.3 ปัญหาความล่าช้าของการขยายโครงข่าย (MUX)
- 1.4 ปัญหาการแจกกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน์ดิจิทัล
- 1.5 ปัญหาการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD) ผ่านระบบจานดาวเทียม

### 2. ปัญหาในมุมมองของผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

- 2.1 ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. ที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชม
- 2.2 ปัญหา Must Carry ปัญหาการเรียงเลขช่องที่ไม่ตรงกันในทุกแพลตฟอร์ม
- 2.3 ปัญหาการรับชมในระบบความคมชัดสูง (HD)
- 2.4 ปัญหาการวัดเรตติ้งระบบเดิมที่อาจไม่สะท้อนความเป็นจริงอีกต่อไป
- 2.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ไร้ประสิทธิภาพ
- 2.6 ปัญหาเรื่องกฎ กติกา และความเป็นเอกภาพของ กสทช.

### 3. ปัญหาในมุมมองของผู้ชม ประชาชน

- 3.1 ไม่ได้รับคูปองจาก กสทช.

- 3.2 ไม่เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเปลี่ยนการรับชมโทรทัศน์ให้เป็นระบบดิจิทัล
- 3.3 เกิดความสับสนกับหมายเลขช่องที่เรียงไม่ตรงกันในทุกแพลตฟอร์ม
- 3.4 ผิดหวังกับการรับชมช่องความคมชัดสูง (HD)
- 3.5 ปัญหาการประชาสัมพันธ์เรื่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่ทั่วถึงและไม่ชัดเจน

#### 4. ปัญหาในมุมมองของผู้ลงโฆษณา

- 4.1 กสทช. ไม่มีความเข้าใจในตลาดโฆษณาและพฤติกรรมของผู้ชม
- 4.2 ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์
- 4.3 ตำแหน่งการเรียงช่องมีผลต่อเรตติ้งและอัตราค่าโฆษณา
- 4.4 ปัญหาเรื่องช่องความคมชัดสูง HD
- 4.5 ปัญหาเรื่องการจัดทำเรตติ้ง

#### แนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

##### 1. แนวทางการแก้ปัญหาของ กสทช.

- 1.1 การบังคับใช้ Must Carry ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ กสทช. เคยให้ไว้ก่อนการประมูล
- 1.2 ปรับปรุงวิธีการวัดเรตติ้งให้เหมาะสมและสะท้อนความเป็นจริง
- 1.3 สร้างกลไกทางการตลาดเพื่อให้ประชาชนนำคู่มือมาแลกเปลี่ยนเพื่อดึงให้คนเข้ามาอยู่ในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลให้มากขึ้น
- 1.4 กสทช. ต้องมีมาตรการกำกับดูแลผู้ให้บริการโครงข่าย (MUX) ให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพสัญญาณที่ได้มาตรฐาน และออกมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการ ในกรณีที่เกิดความบกพร่องในการให้บริการของผู้ให้บริการโครงข่าย
- 1.5 กสทช. ควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยและร่วมพัฒนาคุณภาพรายการของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
- 1.6 กสทช. ต้องทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้ประชาชน

##### 2. แนวทางการแก้ปัญหาของผู้ประกอบการ

- 2.1 สร้างเอกลักษณ์ให้กับช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของตนเอง
- 2.2 พัฒนาเนื้อหารายการให้ตรงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- 2.3 ผู้ประกอบการต้องมีความอดทน และต้องประเมินศักยภาพในการลงทุนเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะหลักของการวิจัยครั้งนี้

1. กสทช. ควรดำเนินการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วที่สุด เพื่อลดผลกระทบและความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อทุกฝ่าย
2. ควรมีการปรับแก้กฎระเบียบ กฎหมาย ที่เกี่ยวกับทีวีดิจิทัลให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน โดยต้องให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลายของลักษณะประชากร
2. ควรมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสื่อเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหา และสัมภาษณ์เพื่อหาวิธีการสร้างสรรค์รายการที่ชัดเจนมากขึ้น
3. ควรศึกษาการเปลี่ยนผ่านของประเทศอื่นๆ เพื่อนำมาเทียบเคียงและหาทางแก้ปัญหาเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากหลากหลายมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงควรรับฟังความเห็นของทุกฝ่ายเพื่อทำความเข้าใจกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น
2. ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงลักษณะทางประชากรของกลุ่มเป้าหมายและสร้างสรรค์รายการให้ผู้ชมนิยมเปิดรับ ควรใช้สื่อต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุดเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ
3. ควรใช้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นจุดเริ่มเพื่อเสนอแนวทางแก้ไขที่เป็นที่ป็นรูปธรรมจากทุกฝ่าย โดย กสทช. ควรรับฟังและเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือในการแก้ปัญหา ผลักดันให้การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในครั้งนี้ประสบความสำเร็จ เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนในชาติ