

ปิ๊งกรมประชาสัมพันธ์คลื่อนมกซ์

ไทยโพสต์ ● กสท.เล็งทวงคืนมกซ์ กรมประชาสัมพันธ์ ให้ 3 ช่องใช้แทน ไทยรัฐทีวี-สปริงนิวส์-วอยซ์ทีวี ป้องกันจอดำรอบสอง

นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า จะมีการประชุมระหว่าง กสท. และผู้ให้บริการโครงข่ายส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลในวันที่ 13 พ.ย.57 นี้ ซึ่งจะเจรจากับกรมประชาสัมพันธ์ที่ไม่สามารถติดตั้งสถานีได้ทันตามที่ กสท. กำหนด โดยให้นำช่วงคลื่นดังกล่าวมาให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล 3 ราย ได้ใช้ คือ ไทยรัฐทีวี สปริงนิวส์ และวอยซ์ทีวี

ทั้งนี้สืบเนื่องจากโครงข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ มีมูลค่า 980 ล้านบาท และจะใช้วิธีจัด

ซื้อจัดจ้างแบบพิเศษ จึงถูกคณะกรรมการกิจการเศรษฐกิจ การพาณิชย์และอุตสาหกรรม วุฒิสภา ในขณะนั้น เรียกไปชี้แจงและขอให้ชะลอไปก่อนตั้งแต่เดือน ก.พ.2557 ที่ผ่านมา จนถึงขณะนี้ โครงการดังกล่าวยังไม่มีความคืบหน้า เนื่องจากต้องรอคณะรัฐมนตรี (ครม.) อนุมัติ โดยแผนการติดตั้งโครงข่ายต้องครอบคลุม 50% ของครัวเรือน ในปี 2557 และ 80% ในปี 2558

สำหรับผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลทั้ง 3 รายนั้น ปัจจุบันได้เช่าใช้โครงข่ายของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่สามารถติดตั้งได้ตามแผนที่กำหนดเช่นกัน โดย อสมท เตรียมขอผ่อนผันมาที่ กสท. ว่าจะล่าช้าไปอีก 1 ปี ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้

ประกอบการทีวีทั้ง 3 ราย ซึ่งก่อนหน้านี้เคยต้องประสบปัญหาสัญญาณออกอากาศล่มยาวนานกว่า 10 ชม. เนื่องจากโครงข่ายของอสมท มีปัญหา ซึ่ง อสมท ชี้แจงว่าได้เปลี่ยนจากการติดตั้งเองเป็นการเช่าแทน หลังจากถูกสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจรวมตัวประท้วงที่เอื้อให้กับบริษัทของกลุ่มนักการเมือง โดยการจัดซื้อจัดจ้างโครงการนี้ของช่อง 9 รวม 440 ล้านบาท

“ในเมื่อกรมประชาสัมพันธ์ ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการใดๆ เลย กสท.จึงอยากขอคลื่นที่ว่างอยู่มาใช้งานให้เกิดประโยชน์ เพราะมกซ์ที่ล่าช้าส่งผลกระทบต่อผู้เช่าใช้บริการและอุตสาหกรรมทีวีดิจิตอลทั้งระบบ กสท.จึงต้องแก้ปัญหาเรื่องนี้ให้จบโดยเร็วที่สุด” น.ส.สุกัญญากล่าว.



ขอคืนคลื่นกรมประชาสัมพันธ์ แก้ทีวีดิจิทัลจอมืด

A3

ขอคืนคลื่นกรมประชาสัมพันธ์แก้ออมมิต

เสียบแท่นอมมิต

หลังโครงข่ายสะดุด

กสท.นัดถก13พ.ย.

โพสต์ทูเดย์ > บอร์ด กสท.ขอคืนคลื่น
ประชาสัมพันธ์ แก้ปัญหาโครงข่ายทีวีดิจิทัล
ป้องกันจอมืดรอบสอง

น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการ
กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
(กสท.) เปิดเผยว่า การประชุมระหว่างบอร์ด
กสท. และผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัล
(มกซ์) ในวันที่ 13 พ.ย.นี้ จะเจรจากับกรม
ประชาสัมพันธ์ที่ไม่สามารถติดตั้งมกซ์ได้ตาม
กำหนด ให้นำช่วงคลื่นความถี่ที่ถือไว้มาให้
ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 3 ราย ได้แก่ ไทย
รัฐทีวี สปริงนิวส์ และวอยซ์ทีวี ได้ใช้

ทั้งนี้ เนื่องจากทั้ง 3 ราย ได้เช่าใช้มกซ์
ของบริษัท อสมท ซึ่งไม่สามารถติดตั้งมกซ์
ได้ตามแผนที่กำหนดเช่นกัน โดย อสมท ได้
เสนอขอผ่อนผันพื้นที่ กสท.ว่าจะล่าช้าอีก 1

ปี ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ
ทีวีทั้งสามราย ซึ่งก่อนหน้านี้เคยต้อง
ประสบกับปัญหาสัญญาณออกอากาศล่ม
นานกว่า 10 ชั่วโมง

“ในเมื่อกรมประชาสัมพันธ์ยังไม่ได้เริ่ม
ดำเนินการใดๆ เลย กสท.จึงอยากขอคืน
ที่ว่างอยู่มาใช้งานให้เกิดประโยชน์ เพราะ
มักซ์ที่ล่าช้าส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ
และอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลทั้งระบบ ทาง
กสท.ต้องแก้ปัญหาเรื่องนี้ให้จบโดยเร็ว
ที่สุด” น.ส.สุกัญญา กล่าว

อย่างไรก็ตาม บอร์ด กสท. ได้มีมติวันที่
7 ก.ค. สั่งให้ อสมท และกรมประชาสัมพันธ์
ชี้แจงแผนการติดตั้งโครงข่ายทีวี
ดิจิทัลที่ล่าช้า เพื่อประกอบการพิจารณา
และกำหนดมาตรการลงโทษ ซึ่งโครงการ
ของกรมประชาสัมพันธ์มีมูลค่า 980 ล้าน
บาท และจะใช้วิธีจัดซื้อจัดจ้างแบบพิเศษ
จึงถูกคณะกรรมการการเศรษฐกิจ การ
พาณิชย์และอุตสาหกรรม วุฒิสภาในขณะ
นั้น เรียกไปชี้แจงและขอให้ชะลอไปก่อน
ตั้งแต่เดือน ก.พ. 2557 ที่ผ่านมา ■

ญาติวีรชนของโจกสทช. ฮั่วทุนใหญ่ซื้อสติ๊กเกอร์

ไทยโพสต์ ● “ญาติวีรชน”
ของโจ กสทช.เอื้อบริษัทยักษ์
ใหญ่แจกกล่องดิจิตอล หลัง
รายย่อยไว้อยู่ไม่ได้รับสติ๊กเกอร์
ติดกล่อง set top box จี้
กสทช.ฮั่วหรือไม่

เมื่อวันอาทิตย์ นาย
อดุลย์ เขียวบริบูรณ์ ประธาน
คณะกรรมการญาติวีรชน
พฤษภา 35 กล่าวว่า ตั้งแต่
กสทช.เริ่มแจกกล่องเมื่อวัน
ที่ 10 ต.ค. และเริ่มแจกกล่อง
ได้เมื่อวันที่ 20 ต.ค.ที่ผ่านมา
จำนวนกว่า 4.6 ล้านฉบับ ซึ่ง
ตามกฎหมายของ กสทช.
กล่องรับสัญญาณจะต้องมี
การติดอากรแสตมป์ดวงละ
5 บาท และสติ๊กเกอร์ดวงละ
1.5 บาทคู่กันทุกกล่อง ปรากฏ
ว่าเมื่อบริษัทต่างๆ ไปซื้ออากร
แสตมป์และสติ๊กเกอร์กับ
กสทช.กลับบอกว่าขายไปหมด
แล้ว แต่ กสทช.ระบุว่าขณะที่
มีผู้นำคู่มือมาแลกกล่อง
เพียง 7 แสนกว่ากล่องที่ติด
อากรแสตมป์กับสติ๊กเกอร์
แล้วสติ๊กเกอร์ส่วนที่เหลือประ

มาณ 4 ล้านใบหายไปไหน
นายอดุลย์กล่าวว่า การ
ที่กล่องรับสัญญาณจะติดสติ
๊กเกอร์ได้จะต้องมี chip set
หรือแผงวงจรควบคุม ซึ่งจะ
ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
เท่านั้นแล้วมาประกอบในไทย
แต่จากข้อมูลของกรมศุลกา
กรขณะนี้ มีการนำ chip
set เข้ามาแค่ 1 ล้านกว่าตัว
แสดงว่า กสทช.มีการฮั่วกัน
กับบริษัทใหญ่ๆ บางแห่งหรือ
ไม่ โดยการซื้อสติ๊กเกอร์ไป
เก็บไว้ก่อน ทำให้บริษัทเล็ก
จึงซื้อไม่ได้ ถือเป็นการกีดกัน
บริษัทเล็ก

“ช่วงกำหนดราคา
ป้องกันแรกก็กำหนดไว้สูง
ถึงกล่องละ 1,000 บาท จน
มีการเรียกร้องให้ลดราคาลง
มาที่ 690 บาท ตอนนี้ก็ถือว่า
จะมีการฮั่วกับบริษัทใหญ่ๆ
ด้วยการซื้อสติ๊กเกอร์กันอีก
จะเป็นการคอร์รัปชันรอบสอง
หรือไม่ ดังนั้น กสทช.และ
คสช.ต้องตอบคำถามให้กระจ่างด้วย” นายอดุลย์กล่าว.

คอนโดฯ ค้าน นำเสาทีวีดิจิทัล เข้าร่วมอีไอเอ

โพสต์ทูเดย์ > เอกชนจากรัฐ ไม่ควรนำ
เรื่องเสารับสัญญาณทีวีดิจิทัล ไปอยู่ใน
รายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม

นายอาร์ง ปัญญาสกุลวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท นิรันดร์ เฮาส์ซึ่ง อดีตนายกสมาคมอาคารชุดไทย เปิดเผยว่า การที่จะกำหนดให้การรับสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัล คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) อยู่ในเงื่อนไขต้องรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมหรืออีไอเอนั้นถือว่าเป็นคนละเรื่อง ไม่เกี่ยวข้องกับการที่จะต้องทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ไม่ควรที่จะต้องนำมารวมกันอยู่ในเรื่องเดียวกัน

ทั้งนี้ การที่จะให้กรมที่ดินกำหนดเรื่องดังกล่าวไว้ในการจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมของโครงการที่จะยื่นอีไอเอนั้น ถือเป็นเรื่องไม่ถูกต้องและไม่เกี่ยวข้องกันเลย ควรจะไปพิจารณาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมากกว่า อีกทั้งจะกลายเป็นปัญหาเพิ่มขึ้นอีก เพราะปัจจุบันระบบสัญญาณทีวีดิจิทัลยังไม่สามารถออกอากาศได้ครอบคลุมในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ

นายอิสระ บุญยัง กรรมการผู้จัดการ บริษัท กานดา กรุ๊ป กล่าวว่า การติดตั้งสัญญาณทีวีดิจิทัล ไม่ควรออกเป็นเกณฑ์บังคับกับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมต้องติดตั้ง แต่ควรแค่ระบุว่าเป็นความเห็นเพิ่มเติมของคณะกรรมการบอร์ดสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์ได้มาก เช่น การรับชมผ่านสัญญาณทีวีดาวเทียม เป็นต้น และการบังคับก็จะเป็นต้นทุนที่ผู้ประกอบการจะผลักไปสู่ผู้บริโภค แม้จะไม่เพิ่มสูงมาก ■

กสทช.แจกล็อต2-คู่มือทีวีดิจิตอล

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า กสทช.ได้หารือร่วมกับผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล มีความเห็นตรงกันว่า การแจกคู่มือทีวีดิจิตอลมูลค่า 690 บาท ล็อตที่ 2 จะดำเนินการเพิ่มเติมอีก 21 จังหวัด โดยกำหนดแจกในวันที่ 28 พ.ย.นี้ เฉพาะพื้นที่ที่โครงข่ายทีวีดิจิตอลครอบคลุมให้รับชมได้แล้วไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 โดยพบว่ามีจำนวน 100 อำเภอ ใน 21 จังหวัด จากทั้งหมด 296 อำเภอ

นายฐากรกล่าวว่า ส่วนพื้นที่โครงข่ายยังไม่ครอบคลุมจะทยอยแจกภายหลังจากที่ขยายโครงข่ายสัญญาณครอบคลุมในอำเภอนั้นแล้วต่อไป อย่างไรก็ตาม พร้อมขอความร่วมมือจากฟรีทีวี ทั้ง 24 ช่อง รวมถึงบริการช่องสาธารณะ ช่วยประชาสัมพันธ์พื้นที่การแจกคู่มือว่า อำเภอใดที่มีการปรับสัญญาณให้ครอบคลุมแล้ว และสามารถแจกจ่ายคู่มือได้ รวมถึงวิธีการใช้คู่มือให้ประชาชนรับทราบด้วย

ด้าน น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กสทช. และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า ควรมีการเน้นประชาสัมพันธ์ และทำความเข้าใจกับประชาชนทั้งกลุ่มที่ได้รับคู่มือและกลุ่มที่ยังไม่ได้รับคู่มือ พร้อมแก้ปัญหาการส่งคู่มือทางไปรษณีย์ และการติดตั้งกล่องดิจิตอลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนเช่นกัน

สำหรับการแจกคู่มือทีวีดิจิตอลนั้น คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ระบุหากใช้สาขาพรรคการเมืองเป็นจุดรับแลกคู่มืออาจหมิ่นเหม่ว่าผิดกฎหมาย เนื่องจากพรรคการเมืองไม่สามารถดำเนินการในลักษณะหาประโยชน์ได้ อีกทั้งยังมีประกาศ คสช.ห้ามพรรคการเมืองไม่ให้ดำเนินกิจกรรมทางการเมือง เช่น การหาสมาชิก และประกาศ คสช.เรื่องการห้ามชุมนุมทางการเมืองยังบังคับใช้อยู่

กสท.ไล่บี้โครงข่ายทีวีดิจิตอลสุดอีด

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ในการประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและ การรับระบบเอชดีได้ กิจการโทรทัศน์(กสท.) วันที่ 7 พ.ย.57 นี้บอร์ด กสท.จะหารือถึงภาพรวมการ น.ส.สุกัญญากลางณรงค์ กรรมการในคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง ประกอบกิจการทีวีดิจิตอล การแจกใบอนุญาตทีวีดิจิตอล และ โครงข่ายทีวีดิจิตอล กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า บอร์ด เพื่อประเมินภาพของทีวีดิจิตอลทั้งหมด รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาด้วย กสท.ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัญหาโครงข่ายทีวีดิจิตอลมาก เนื่องจากมี การเร่งรัดการเปลี่ยนทีวีดิจิตอลเร็วขึ้น ขณะที่โครงข่ายไม่มีความพร้อมที่ จะรองรับการรับชมทีวีดิจิตอลที่รวดเร็ว ฉะนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องหา ทางออกร่วมกัน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าโครงข่าย

นอกจากนี้ จะหารือถึงการติดตั้งสถานีฐานโครงข่ายทีวีดิจิตอลของบริษัท “บอร์ด กสท. ต้องถกประเด็นนี้อย่างเข้มข้น อสมท ติดตั้งไม่ทันกรม อสมท จำกัด (มหาชน) ที่คาดว่าจะล่าช้ากว่าแผนเดิม 1 ปี จากเดิมจะ ประชาสัมพันธ์ยังไม่ได้จัดซื้ออุปกรณ์ ถ้าช่องที่จะนำช่วงคลื่นที่ประมูลได้ไปใช้ แล้วเสร็จภายในปี 58 แต่จนถึงขณะนี้ อสมท ยังไม่จัดซื้ออุปกรณ์แต่อย่างใด กับกรมประชาสัมพันธ์ได้หรือไม่ซึ่งก่อนหน้านี้บอร์ด กสท. ได้สั่งอสมทและ กังวลมากและห่วงเกรงว่าจะเกิดปัญหาสัญญาณขัดข้องหรือล่มอีกครั้ง อีกทั้ง กรมประชาสัมพันธ์ รายงานปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขมา ฉะนั้นรอรายงาน ที่ชัดเจนอีกครั้ง และเชื่อว่าจะมีทางออกสำหรับโครงข่ายทีวีดิจิตอลแน่นอน”

ช่องทีวีทั้ง 3 ราย ไม่สามารถย้ายโครงข่ายได้เพราะช่องความถี่เต็ม ไม่สามารถ

ชูไม่จ่ายเงินผู้ผลิตกล่องดิจิตอล หากเอี่ยวการเมือง-ทำผิดเกณฑ์

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่ง ชาติ (กสทช.) กล่าวถึงการใช้สิทธิคุ้มครอง ที่วีดิจิตอลว่า ตัวเลขล่าสุดของผู้ใช้สิทธิที่ ดำเนินการถูกต้องทุกขั้นตอนพบว่าการ ใช้สิทธิแล้วเกินกว่า 780,000 ราย แต่ผู้ ประกอบการที่ได้เข้าร่วมโครงการกลับแจ้ง ว่ามีการใช้สิทธิรวมกันทุกรายเกินกว่า 1 ล้านคนแล้ว กสทช.จึงแจ้งเตือนผู้ประกอบการ ไปว่าขอให้ดำเนินการให้ถูกต้อง เช่น ต้องมีการสแกนบาร์โค้ดคุปอง มีสำเนา

ที่มีรหัสบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ใช้ สิทธิและผู้รับมอบฉันทะ และมีสติ๊กเกอร์ที่ ตัวคุปองและอุปกรณ์ เป็นต้น เพราะหาก ดำเนินการถูกต้องระบบจะขึ้นแสดงยอด ผู้ใช้สิทธิมายัง กสทช. แต่ในทางกลับกัน หากดำเนินการไม่ครบถ้วน กสทช.จะไม่ อนุมัติให้มีการขึ้นเงินแต่อย่างใด รวมทั้ง เน้นย้ำผู้ประกอบการทั้ง 46 รายว่าจะตั้ง จุดแลกคุปองที่ใดต้องแจ้งมายัง กสทช. ก่อนทุกครั้ง และห้ามดำเนินการในสถานที่ พรรคการเมือง หรือดำเนินการใดๆ ที่ เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง



สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร พระราชทาน ประกาศนียบัตรชั้นสูงและเข็มพระปกเกล้า แก่ผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันพระปกเกล้า ที่ศาลาดุสิตดาลัย 10 พ.ย. 15.00 น. ... ■ จัดงานใหญ่ ITU Regional Forum on/ICT indicators Telecommunication ไปเดือนก่อน ยามนี้ พล.อ.ธเรศ ปุณศรี ประธาน กสทช. จึงได้ข้อมูลสรุปมาปีกใหญ่ป้อม และขยัน อ่านเองทุกประเด็น เพื่อประเมินใช้ชี้วัด การเติบโตด้านสื่อสารของไทย เพราะอยาก ขยายสู่อาเซียน... ■ เป็น พล.ร.อ. นานแล้ว แต่ยังแจกนามบัตรเก่ายุค พล.ร.ท. อยู่ โสมชบา จึงเขียนถึงแต่ลดยศให้ เพราะ ไม่(สามารถ)จำว่า พี่ตี-พี่ศักดิ์ เลื่อนยศ แล้ว -- ถ้า พี่ตี ลงทุนชักพันธ์ให้คุณนาย พิศมัย ไปพิมพ์นามบัตรใหม่ยศปัจจุบัน อัจฉินสัญญาว่าจะไม่ผิดอีก... ■ ก่อนประมวล ปัญหาลี เพ็ญชาติ แห่งคริสตียัส ชวน เศรษฐีมีเทสต์ไปชมเครื่องประดับและ นาฬิกาที่เรนของสัระหว่าง 13-14 พ.ย. ตั้งแต่ 11 โมง -- ขอบขึ้นไหนจะได้เตรียม Bid ลูโซเสียโซ่ซิมที่ฮ่องกงตอนปลายเดือน... ■

ไอโซโซ่ซิมงานให้ห่มเพชรแบบไม่ต้องยัง เพราะ สุริยน ศรีอรทัยกุลจะฉลอง Beauty Gems 50 Years of Jewelry Treasures และเปิดตัวเพชร 50 คอลเลกชันล่าสุด พร้อมหนังสือรวบรวมงานล้ำเลิศค่า 50 ปี บิวตี้เจมส์ผู้ผลิตเพชรชั้นนำของเอเชียที่ แมนดารินโอเรียนเต็ล 14 พ.ย. เวลา 18.00 น.

... ■ เร่งเครื่องรับปลายปี อุษณีย์ มหา- กิจศิริ ลีโอนีโอ ออกโดนัท คริสปี คริม หน้าใหม่ทุกเทศกาลและวันนี้ก็ได้ฤกษ์ 10.00 น. เปิดสาขา 17 ที่เซ็นทรัล เวิลด์ โดยให้แฟนคลับคิวแรก รับสิทธิ์ทานฟรี 1 ปีเหมือนเดิม... ■ รศ.ดร.กรทอง ยุธาวรร และ ว่าที่ ร.ต. จิตวัฒน์ ชาว- ลิต และภริยา ดร.อำมร จัดสวดอภิธรรม มารดา สุชีพ ชาวลิตวัย 95 ซึ่งถึงแก่กรรม ในวันลอยกระทงที่วัดชลประทานฯ จนถึง 10 พ.ย. -- ฌาปนกิจ 12 พ.ย. 16.30 น.

... ■ ส่วน อติพล ดันติวิท ก็ช่วยภรรยา มินยา จัดงานศพมารดา ปานสิริ บุญ- เกตุ เฮเกนบาด ที่วัดมกุฏฯ ตั้งแต่ 5-11 พ.ย. -- ฌาปนกิจ 12 พ.ย. 17.00 น.

... ■ ขาวนี้บาดเจ็บกรรยาส่วนใหญ่ เพราะ มักจะถูกสามีหน้าหงิกงอใส่ เวลาซื้อปิ้ง กระหน้าจึงฝากขึ้นชมบอสบางจากฯ ยอด- พจน์ วงศ์รักมิตร หนึ่งในสามีนารัก ซึ่ง ดีใจมากที่ภรรยา เกรีวัลย์ เจ้าแม่ นคร- ชัยแอร์ ได้กระเป๋แอร์เมสที่ฝากเพื่อนซื้อ จากปารีส (อีกแล้ว)



TELECOMMUNICATIONS

Call for full-scale 4G as demand soars

SUCHIT LEESA-NGUANSUK

Thailand needs to accelerate full-scale commercial deployment of fourth generation (4G) technology to facilitate economic transformation through digital productivity, says the head of Alcatel-Lucent (Thailand).

The National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) must also allocate more frequencies to provide high-speed wireless broadband services to meet the soaring mobile data traffic, said Sebastien Laurent, managing director of Alcatel-Lucent (Thailand). He cited World Bank findings that a 10% rise in broadband penetration could boost GDP by 1.38% in low- and middle-income country.

The France-based converged communication network firm has strong market shares in optical and internet protocol networks as well as small cells.

Glenn Booth, senior vice-president and general manager for long-term evolution (LTE) business of Alcatel-Lucent, said he believed the switch from 3G to 4G (LTE) technology would be much faster than the transition from 2G to 3G platform.

LTE deployment took only 2.5 years to reach 100 million subscribers globally, compared with five years for 3G transition and seven years on 2G, thanks to the soaring demand for mobile data and the proliferation of smartphones. Globally, the number of LTE network is expected to reach 300 this year, up from 50 in 2011.

An LTE user consumed three times more mobile data with 1.5 gigabyte per month, compared with 0.5 GB a month for 3G customers.

"The number of 4G subscribers in Thailand is expected to reach 4.6 million by 2016," he said. The number of fixed-based

broadband customers could top 5.3 million in 2016, up from 3 million in 2011. Fibre-optic network coverage will reach 400,000 in 2016, up from 100,000 in 2011.

Mr Booth said 4G technology played an important role in increasing new revenue sources for operators as the next-generation applications requires new generation network. Alcatel-Lucent is among top three LTE network equipment suppliers, and leads in the small mobile cell sites market.

Mr Laurent said voice-over LTE and mobile video services showed strong business potential for local mobile operators to increase revenues.

Mobile traffic is growing significantly, with a shift from outdoor to indoor consumption. Small cells enable innovative location-based services, thus creating new revenue opportunities, said Mr Laurent said.

ไอซีทีชงยุทธศาสตร์กิจการอวกาศ

“ไอซีที” ชิดเส้น 1 เดือนยกร่างยุทธศาสตร์กิจการอวกาศ เคลียร์ปมวงโคจร-การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์-ความมั่นคง ชงหม่อมอุ๋ย จี “ปลัดไอซีที” ประชุมคณะกรรมการไอซีทีแห่งชาติ เดินหน้านโยบายดิจิทัลไคโนมี

นายพรชัย รุจิประภา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) เปิดเผยว่า มอบหมายให้นางเมธิณี เทพมณี ปลัดกระทรวงไอซีทีเร่งรัดการจัดประชุมคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ เพื่อผลักดันงานตามนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล (ดิจิทัลไคโนมี) ระหว่างที่รอให้ พ.ร.บ.การจัดตั้งคณะกรรมการดิจิทัลไคโนมีแห่งชาติ ที่จะมียกย่องรัฐมนตรีเป็นประธาน ประกาศบังคับใช้ และตั้งคณะกรรมการในเดือนธ.ค.นี้ หรือไม่เกินต้น ม.ค. 2558

คณะกรรมการไอซีทีแห่งชาติ ตั้งมาตั้งแต่ปี 2541 มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน หลังจากคณะรัฐมนตรีชุดใหม่เข้ารับตำแหน่งก็ยังไม่ได้ประชุมแต่อย่างใด มีเพียงคำสั่งมอบหมายให้รองนายกฯเป็นประธานแทน “คณะกรรมการไอซีทีแห่งชาติ เข้ามา

ผลักดันนโยบายและกลไก e-Government ให้เดินหน้าไปก่อนได้ เพื่อให้ทุกหน่วยงานรัฐปฏิบัติตามกรอบ โดยมีสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติเข้ามารองรับ เพราะ e-Gov เป็นสิ่งสำคัญในการวางรากฐานดิจิทัลไคโนมี”

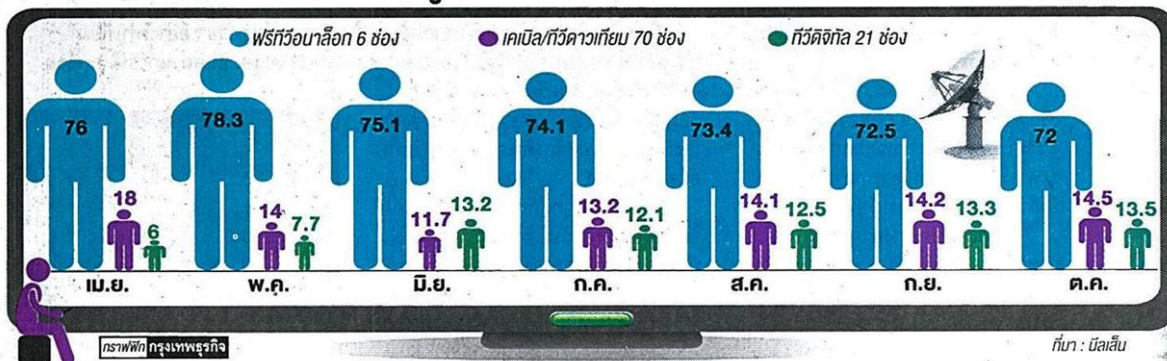
และได้มอบหมายให้ปลัดไอซีทีเร่งวางกรอบเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านอวกาศของประเทศให้เสร็จภายใน 1 เดือน เพื่อเตรียมเสนอให้คณะกรรมการนโยบายอวกาศแห่งชาติ ที่มี ม.ร.ว.ปรีดิยาธร รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานเช่นกัน

“ยุทธศาสตร์ด้านอวกาศไม่ใช่แค่ทำดาวเทียม แต่ต้องรวมถึงการบริหารจัดการ การวางแผนตำแหน่งวงโคจรดาวเทียม การใช้ประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และภาครัฐ ซึ่งจะต้องประสานกับหลายหน่วยงาน ทั้ง GISTDA (สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ทำดาวเทียมสำรวจกับจีน รวมถึงการประสานประเด็นปัญหาเรื่องดาวเทียมกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ด้วย”

'ทีวีดิจิทัล' จ่อขึ้นโฆษณาปี 58

'เอเยนซี' หันเทงบช่องดิจิทัล - ดันรายได้ปีหน้าพุ่ง 'เท่าตัว'

สัดส่วนผู้ชมทีวีแต่ละแพลตฟอร์ม ปี 2557



ราคาโฆษณาสูงสุด ทีวีดิจิทัล



เอเยนซีประเมินเม็ดเงินโฆษณา ช่องดิจิทัลสะพัดหมื่นล้าน ปีหน้า

ผู้ชมทีวีดิจิทัลขยายตัวต่อเนื่อง หลัง กสทช. หายใจแจกวัดทั่วประเทศ ช่องผู้นำเรตติ้งแท็บรับผังรายการ-ขึ้นราคาโฆษณา ดันรายได้ปีหน้าโต "เวิร์คพอยท์ - ช่อง 8" นำทีมประกาศราคาใหม่ขยับ "เท่าตัว" ด้าน "ไทยรัฐทีวี-เนชั่น"

ปรับกลยุทธ์หันส่วนลดเพิ่มรายได้ "ลูกค้า-เอเยนซี" หันเทงบช่องดิจิทัล หลัง "ทีวีออนไลน์" เรตติ้งร่วง หลังเริ่มออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ช่องใหม่เดือนเม.ย. ถึงขณะนี้กว่า 6 เดือน พบว่าผู้ชมช่องทีวีดิจิทัล สามารถรับชมผ่านแพลตฟอร์มเคเบิลและดาวเทียมที่ออนแอร์ด้วยสัดส่วน 70% ของผู้ชมทีวีในปัจจุบัน มีฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง หลังจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แจกคู่มือทีวีดิจิทัล มูลค่า 690 บาท

ลือตแรกเดือน ต.ค.จำนวน 4.6 ล้านใบ และลือตที่สองเดือน พ.ย.อีก 4.1 ล้านใบ ซึ่งจะครบ 14.1 ล้านใบ ในเดือน มี.ค.2558 ถือเป็นปัจจัยกระตุ้นผู้ชมสัดส่วน 30% จากแพลตฟอร์มทีวีออนไลน์ รับชมผ่านเสาอากาศกลางแจ้งและหนวดกุ้ง สามารถรับชมทีวีดิจิทัลช่อง

ใหม่เพิ่มขึ้น

นายรัฐกร สืบสุข ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์การลงทุณสื่อ กรู๊ปเอ็ม มีเดียเอเยนซี กล่าวว่า หลังออกอากาศทีวีดิจิทัลราว 6 เดือน

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: ทีวีดิจิทัล

หลายช่องมีรายการที่โดดเด่น มีผู้ชมเพิ่มขึ้น มีโอกาสเพิ่มขึ้นอีกหลังจาก สำนักงาน กสทช. หายใจแจกวัดทั่วประเทศ ตั้งแต่ไตรมาสปีนี้ ทีวีดิจิทัลเกือบทุกช่องปรับผังรายการใหม่ต่อเนื่อง เพื่อช่วงชิงเรตติ้งจากผู้ชมและบรรดาโฆษณาปี 2558 ตั้งแต่ช่วงเปิดตัวออกอากาศทีวีดิจิทัลหลายช่อง มีคอนเทนต์ที่ดี ตั้งใจพัฒนารายการต่อเนื่อง ถือเป็นช่องทางเลือกให้เอเยนซี และลูกค้าใช้งบโฆษณา ยอมรับว่าทีวีออนไลน์เดิมที่ออกอากาศคู่ขนานดิจิทัลในกลุ่มผู้นำทั้งช่อง 7 และช่อง 3 ยังมีฐานผู้ชม และยังคงครองส่วนแบ่งโฆษณาสูงสุดทั้งนี้ ช่องทีวีดิจิทัลที่อยู่ในกลุ่มเรตติ้งผู้นำมีโอกาสชิงงบโฆษณาจากทีวีออนไลน์กลุ่มเรตติ้งรองได้ ตัวเลขล่าสุดของเวิร์คพอยท์ มีเรตติ้งสูงกว่าช่อง 5 ขณะที่ภาพรวมโฆษณาช่องทีวีดิจิทัล ราคาต่ำกว่าทีวีออนไลน์เดิม หลังทีวีดิจิทัลมีผู้ชมเพิ่มขึ้น ขณะนี้หลายช่องมีการพูดคุยกับเอเยนซี เพื่อขอปรับราคาโฆษณาปี 2558 โดยเฉพาะทีวีดิจิทัลกลุ่มผู้นำเรตติ้ง

โฆษณาทีวีดิจิทัลสะพัดหมื่นล้าน

นายรัฐกร กล่าวว่า ปีนี้งบโฆษณาทีวีดิจิทัล

กสทช. แจกคู่มือ ทีวีดิจิทัล



*แจกครัวเรือนมีเจ้าบ้าน

หน่วย : ล้านใบ

คาดมีมูลค่า 4,500 ล้านบาท ส่วนปี 2558 หลังโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่ 80% และคู่มือกระจายถึงประชาชน 14.1 ล้านครัวเรือน ในกลุ่มที่มีเจ้าบ้าน อีกทั้งการเปิดตัวผังรายการใหม่ของช่องทีวีดิจิทัล จะเป็นปัจจัยเพิ่มฐานผู้ชมในปีหน้า ประเมินงบโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัลปี 2558 เพิ่มขึ้นจากปี 1-2 เท่าตัว หรือมีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท

ทั้งนี้ งบโฆษณาในช่องทีวีดิจิทัล มาจากช่องเคเบิลและทีวีดาวเทียมและทีวีออนไลน์ ทั้งช่อง 5 และช่อง 9 เนื่องจากมีแนวโน้มเรตติ้งลดลง จากการแข่งขันแย่งผู้ชมของทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ สอดคล้องกับการรายงานตัวเลขงบโฆษณาผ่านสื่อทีวีออนไลน์ของนิลสัน ในช่วง 3 ไตรมาสที่ผ่านมา มีอัตราลดลง 7.43%

"แม้ทีวีดิจิทัลช่องใหม่เพิ่มขึ้น แต่งบโฆษณาผ่านสื่อทีวีในช่วงเริ่มต้น จะไม่เพิ่มขึ้น พบว่าเม็ดเงินย้ายจากทีวีออนไลน์ช่องที่มี

เราตั้งท้ายๆ ไปทดลองใช้บโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัล ที่มีเราตั้งผู้นำและราคาโฆษณาต่ำกว่า เชื่อว่าปีหน้าพวกรวมมูลค่าโฆษณาสื่อทีวี ยิ่งเท่าเดิมอยู่ที่ 7 หมื่นล้านบาท" นายรัฐกร กล่าว

'เวิร์คพอยท์' เคาะสูตรปรับราคา
นายชลกรณณ์ ปัญญาโณม ประธาน

เจ้าหน้าที่บริหาร สายงานดิจิทัลทีวี บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าหลังเริ่มออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง "เวิร์คพอยท์" กว่า 6 เดือน พบว่าเราตั้งช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาเริ่มเสถียรอยู่ที่อันดับ 4 ของช่องทีวีดิจิทัล 27 ช่อง รวมช่องอนาล็อกออกอากาศคู่ขนาน และทีวีดิจิทัลช่องใหม่โดยตัวเลขเรตติ้งเวิร์คพอยท์ขยับเริ่มขึ้นต่อเนื่อง ปัจจุบันเป็นรองช่อง 7, 3 และ 9

จากแนวโน้มเรตติ้งผู้ชมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง บริษัทจึงเตรียมประกาศปรับขึ้นราคาโฆษณาเดือน ม.ค.2558 โดยเตรียมแจ้งราคาใหม่กับเอเยนซีและลูกค้าช่วงปลายเดือนพ.ย.-ธ.ค.นี้

ส่วนรูปแบบการปรับราคาใหม่ใช้สูตรกำหนดราคาจาก CPRP (Cost per Rating Point) หรือต้นทุนการใช้งบโฆษณาผ่านสื่อทีวีเข้าถึงผู้ชมที่ได้ผลคุ้มค่าที่ราคา 50,000 บาทต่อ นาที คุณจำนวนเรตติ้งแต่ละรายการ กำหนดเป็นราคาโฆษณาของช่องเวิร์คพอยท์ ตัวเลขดังกล่าวมาจากฐานคิดค่า CPRP ที่ดีและคุ้มค่าที่สุดของช่องทีวีดิจิทัลปัจจุบัน คือช่อง 7 อยู่ที่ 70,000 บาทต่อ นาที ตัวเลขดังกล่าวให้ส่วนลด 30% ตามสัดส่วนผู้ชมทีวีดิจิทัลช่องใหม่ ปัจจุบันมีฐานผู้ชมจากแพลตฟอร์มเดเบิลและดาวเทียม 70% ของผู้ชมทีวีทั่วประเทศ

รายได้ทีวีดิจิทัลพุ่ง 2 พันล้าน

นายชลกรณณ์ กล่าวว่าการกำหนดสูตรการคิดโฆษณาใหม่ เมื่อคุณตัวเลขเรตติ้งปัจจุบันของเวิร์คพอยท์ ราคาโฆษณาจะอยู่ที่ 50,000-200,000 บาทต่อ นาที ปัจจุบันรายการที่มีผู้ชมสูงสุดของช่องอยู่ที่เรตติ้ง 4 ราคาโฆษณาใหม่เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันเฉลี่ย "เท่าตัว" จากราคาโฆษณาสูงสุดน่าจะถึง 100,000-150,000 บาท

สำหรับสูตรการคิดราคาโฆษณา ถือเป็นครั้งแรกที่ใช้ CPRP คุณด้วยตัวเลขเรตติ้งรายการ ดังนั้นราคาโฆษณาจะขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ชมในแต่ละรายการ มองว่าวิธีนี้จะส่งผลดีทั้งช่องทีวีและผู้ซื้อโฆษณา รวมทั้งอุตสาหกรรมโฆษณาที่สามารถวัดมูลค่าโฆษณาสื่อทีวีได้แม่นยำกว่าการกำหนดอัตราค่าโฆษณา (rate card) จากนั้นใช้วิธีให้ส่วนลดจากราคาตั้งต้น ทำให้ภาพรวมมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาทีวีปัจจุบัน ไม่สะท้อนตัวเลขที่จ่ายจริง

ภายใต้แผนปรับราคาโฆษณาปีหน้ารวมทั้งการปรับคอนเทนต์ใหม่แบบรายไตรมาสเริ่มที่ซีซั่นนอล โปรแกรมน ช่วงไพรม์ใหม่วันเสาร์-อาทิตย์ ประเภทประกวดความสามารถ, รายการใหม่ช่วงนอน ไพรม์ใหม่ จันทร์-ศุกร์ เวลา 13.00-15.00 น. และพัฒนารายการ

ไพรม์ใหม่ เวลา 17.00-23.00 น. ให้แข็งแกร่งโดยประเมินรายได้จากธุรกิจทีวีดิจิทัลปี 2558 อยู่ที่ 1,500-2,000 ล้านบาท

'อาร์เอส' ขึ้นโฆษณา 'เท่าตัว'

นางพรพรรณ เตชรุ่งชัยกุล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล "ช่อง 8" กล่าวว่าเดือนเม.ย.ที่ผ่านมา หลังช่อง 8 ปรับสู่แพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล ได้ปรับราคาโฆษณาเพิ่มขึ้นเท่าตัว มาอยู่ที่ 22,000-120,000 บาทต่อ นาที ปัจจุบันหลังออกอากาศมากกว่า 6 เดือน เรตติ้งทีวีดิจิทัลช่อง 8 อยู่ในกลุ่มผู้นำที่ท็อปไฟว์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นเดือน ม.ค.2558 บริษัทเตรียมปรับราคาโฆษณาช่อง 8 เพิ่มขึ้นประมาณ 70-100% โดยราคาโฆษณาสูงสุดอยู่ที่ 150,000-200,000 บาทต่อ นาที

การปรับราคาโฆษณาช่วงกลางปีที่ผ่านมา บริษัทยังไม่ได้รับประโยชน์มากนัก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะจองซื้อโฆษณาล่วงหน้าระยะยาวในช่วงก่อนเปลี่ยนแพลตฟอร์มออกอากาศจากทีวีดาวเทียมเป็นทีวีดิจิทัล โดยรายได้ช่อง 8 ปีนี้อยู่ที่ 850 ล้านบาท ส่วนปีหน้าหลังปรับราคาโฆษณาใหม่ และสัดส่วนการใช้เวลาโฆษณาของช่องมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้รายได้ช่อง 8 เพิ่มขึ้นเท่าตัว อยู่ที่ 1,500-1,700 ล้านบาท

จากแนวโน้มเรตติ้งทีวีดิจิทัลในกลุ่ม "ผู้นำ" ที่เพิ่มขึ้นใกล้เคียงช่องทีวีอนาล็อกกลุ่ม "เรตติ้งรอง" ขณะที่ราคาโฆษณาทีวีดิจิทัลช่องใหม่ต่ำกว่า ทำให้มีโอกาสมากขึ้นช่องทางเลือกใหม่ในการใช้งบโฆษณาเพิ่มขึ้น

ไทยรัฐทีวี หันส่วนลดถึง 1.5 พันล้าน

นางสาวจิตสุมา วัชรพล เจ้าหน้าที่บริหาร สายงานกลยุทธ์และการตลาด บริษัท ทริปปิเล วิ บรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี กล่าวว่าจากผลตอบรับจากผู้ชมพันธมิตรลูกค้าและเอเยนซีโฆษณา ช่วง 6 เดือนที่ออกอากาศ ถูกจัดอันดับให้เป็นผู้นำกลุ่มว่าไรตี้ เอชดี ตั้งแต่เดือนแรก ดังนั้นจึงมั่นใจว่าสิ้นปีนี้จะทำรายได้ตามเป้าหมาย 500 ล้านบาท ส่วนปีหน้าเพิ่มเป็น 1,500 ล้านบาท

กลยุทธ์หลักต้นรายได้ปีหน้า มาจากผลตอบรับดีจากสปอนเซอร์ในช่วงเริ่มต้น 5 ราย มีแนวโน้มสนับสนุนต่อเนื่องในปี 2558

และมีผู้สนับสนุนหลักเพิ่มขึ้น ส่วนการครองเรตติ้งผู้นำที่ท็อปไฟว์ช่องทีวีดิจิทัลต่อเนื่องทำให้อัตราการใช้เวลาโฆษณาปีนี้อยู่ที่กว่า 50% ปีหน้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากเรตติ้งผู้ชมเติบโต 15% ทุกเดือน ดังนั้นเดือน ม.ค.2558 จะปรับ "ส่วนลด" ค่าโฆษณาถึง 10-15% ทำให้มีรายได้

เพิ่มขึ้น กลยุทธ์การขายแบบ Cross Media Package สื่อในเครือไทยรัฐ ทั้งหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, ไทยรัฐออนไลน์ และไทยรัฐทีวี

'เนชั่นทีวี' ปรับโฆษณา 50%

นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐงษ์พัฒนกิจ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือเอ็นบีซี ผู้บริหารทีวีดิจิทัล "เนชั่นทีวี" กล่าวว่า ปัจจุบันเอเยนซีโฆษณายอมรับช่องเนชั่นทีวีว่าเป็นช่องข่าวทีวีดิจิทัลอันดับ 1 มาตั้งแต่วันแรกของการออกอากาศ มีกลุ่มสินค้ารายใหม่ๆ เข้ามาใช้พื้นที่โฆษณาเพิ่มขึ้น ทำให้บางรายการช่วงไพรม์ใหม่ มียอดซื้อโฆษณาเต็มดังที่ไตรมาสสี่ปีนี้เป็นต้องปรับ "ส่วนลด" ที่เสนอให้ลูกค้าลง ส่วนปีหน้าจะปรับลดอีกไม่น้อยกว่า 30-40% ตามฐานคนดูทีวีดิจิทัล

สำหรับอัตราค่าโฆษณาของรายการ "ข่าวข้นคนเนชั่น" เฉลี่ยประมาณ 28,000-30,000 บาทต่อ นาที หลังปรับส่วนลด ทำให้ราคาโฆษณาเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 บาทต่อ นาที ส่วนรายการอื่นๆ จะปรับอัตราค่าโฆษณาอีกไม่น้อยกว่า 30-50% ตามฐานคนดูที่เพิ่มจากการแลกดูช่อง

'พีพีทีวี' ขึ้นผู้ชมช่องดิจิทัลโตสูง

นายเชมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด ผู้บริหารสถานีทีวีดิจิทัล "พีพีทีวี เอชดี" กล่าวว่าหลังจากทีวีดิจิทัลออกอากาศ สามารถรับชมได้จากแพลตฟอร์มเดเบิลและทีวีดาวเทียม รวมทั้งโครงข่ายระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน พบว่าตั้งแต่เดือนเม.ย.เป็นต้นมา สัดส่วนผู้ชมช่องทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น ในเดือน ต.ค.ที่ผ่านมาอยู่ที่ 13.5% ขณะที่ช่องเคเบิลและทีวีดาวเทียมมีสัดส่วน 14.5% และทีวีอนาล็อกเดิม 72%

ทั้งนี้ ผู้ชมทีวีดิจิทัลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ฐานผู้ชมเคเบิลและทีวีดาวเทียมเปลี่ยนมาดูช่องทีวีดิจิทัลมากขึ้น แต่เป็นการรับชมผ่านแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิล เนื่องจากการขยายตัวของโครงข่ายและการจัดเก็บกลุ่มตัวอย่างวัดเรตติ้งยังมาจากแพลตฟอร์มทีวีอนาล็อกและเคเบิล/ดาวเทียม

โดยประเมินว่าสัดส่วนผู้ชมทีวีดิจิทัลจะแซงเคเบิล/ดาวเทียม ช่วงไตรมาสสองปี 2558 เนื่องจากช่องดิจิทัลมีฐานลูกค้าที่ชัดเจน

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 10 พฤศจิกายน 2557

ปีที่: 28

ฉบับที่: 9545

หน้า: 1 (บน), 4

Col.Inch: 136.89 Ad Value: 205,335

PRValue (x3): 616,005

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'ทีวีดิจิทัล' จ่อขึ้นโฆษณาปี 58 'เอเยนซี' หันเทงบช่องดิจิทัล-ดันรายได้ปีหน้า...

ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มเคเบิล/ดาวเทียม
อยู่ระหว่างปรับปรุงคุณภาพสัญญาณความคม
ชัดสูง (เอชดี) ประกอบกับโครงข่ายดิจิทัลจะ
ครอบคลุมพื้นที่กว่า 90% ของประเทศ คาดว่า
จะมีสัดส่วนผู้ชมทีวีดิจิทัล 50% ของทีวีอนาล็อก
ภายในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 60% ในปี 2561

“ดาวเทียม-เคเบิล”

ยื้อเรียงช่อง

ดับเครื่องชน

“กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล”

4

‘ดาวเทียม-เคเบิล’ ยื้อเรียงช่อง ดับเครื่องชน ‘กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล’

รอนแรงและแบ่งข้างกันชัดเจนระหว่างผู้ประกอบการ “ทีวี่ดิจิทัล” กับ “เคเบิลทีวี-ทีวี่ดาวเทียม” ในเวทีรับฟังความคิดเห็นสาธารณะร่างประกาศ กสทช. เพื่อ “จัดเรียงช่อง” ใหม่ จากเดิมให้เคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียมที่ได้รับใบอนุญาตสามารถจัดเรียงช่องลำดับที่ 1-10 ได้เอง แต่ประกาศฉบับใหม่กำหนดให้ทุกแพลตฟอร์มเรียงช่องเหมือนกันหมด

โดยเฉพาะช่องลำดับที่ 1-36 ต้องเป็นของ “ทีวี่ดิจิทัล” ด้วยเหตุผลว่าเพื่อป้องกันความสับสน

ในฝั่งฟากผู้ประกอบการทีวี่ดิจิทัลย่อมเห็นดีเห็นงามอย่างแน่นอน เพราะถ้าทุกแพลตฟอร์มเรียงช่องเหมือนกันจะทำให้ผู้บริโภคจดจำเลขช่องได้ง่ายขึ้น ขณะที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มทีวี่ดาวเทียมและเคเบิลทีวีเห็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ทรูวิชั่นส์”

นางศุภสรณ์ ไกรชัยยะ ตัวแทนจาก บมจ. ทรูวิชั่นส์ ระบุว่า การนำช่องรายการของบริษัทไปให้ทีวี่ดิจิทัลออกอากาศ ไม่ต่างอะไรกับการริบทรัพย์สินของบริษัท เพราะเลขช่องเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบกิจการ ยิ่งเลขช่องลำดับต้น ๆ ยิ่งมีมูลค่าในเชิงธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการเคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียมมีสิทธิใช้ประโยชน์และบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่

ซึ่งตามรัฐธรรมนูญและประมวลกฎหมายอาญา “การริบทรัพย์สิน” ต้องมีกฎหมายระดับพระราชบัญญัติให้อำนาจในการริบทรัพย์สิน และผู้ที่สั่ง “ริบทรัพย์สิน” ได้ต้องเป็นศาลเท่านั้น



พ.อ.นที ศุกลรัตน์

“กรณีนี้จึงมีข้อครหาได้ว่า กสทช. ไม่ใช่ศาล รวมถึงข้อครหาได้ว่า การที่ กสทช. ช่วยเหลือเฉพาะผู้ประกอบการดิจิทัลทีวีที่จ่ายเงินประมูล โดยผลกระทบทำให้ผู้ประกอบการเคเบิลดาวเทียม เป็นการเอื้อประโยชน์ดิจิทัลทีวี เป็นการออกกฎระเบียบสองมาตรฐาน สร้างความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ใช้อำนาจหน้าที่ไม่ชอบ” ตัวแทนจากทรูวิชั่นส์ย้ำ

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

“ถ้าเรตติ้งทีวี่ดิจิทัลไม่ได้รับความนิยม

เท่าที่ต้องการ ทำไม กสทช. ไม่ช่วยเหลือด้วยวิธีอื่น การกำหนดหมายเลขให้ตรงกันกับกล่องดิจิทัล อาจเป็นภาระกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิลเกินไปหรือไม่ เช่น คุณมาฝากขายสินค้า แต่กลับนำสินค้าชนิดนั้นไปไว้ในจุดที่นำเสนอดีที่สุด หรือเป็นทำเลทอง โดยเจ้าของร้านไม่ได้อะไรเลย”

ดร.เสรีระบุว่า ทางแก้ไขที่ดี ควรให้โอกาสผู้ประกอบการดาวเทียมและเคเบิลคุยกันว่าจะกำหนดให้กลุ่มช่องทีวี่ดิจิทัลไปอยู่ในเลขช่องใด กสทช. ไม่ควรเข้าไปกำหนดกฎเกณฑ์ ควรบังคับให้น้อยที่สุด

ขณะที่ “จิตร์ลดดา เฮงยศมาศ” ตัวแทน บมจ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ผู้ประกอบการช่องทีวี่ดิจิทัล กล่าวว่า การประมูลช่องทีวี่ดิจิทัลที่มีราคาสูง เกิดจากหมายเลขช่องที่เป็นตัวเพิ่มมูลค่า รวมทั้งการเกิดขึ้นของกฎ “มัสแครี” ทั้งแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิล ทำให้มั่นใจว่าช่องทีวี่ดิจิทัลจะได้ออกอากาศในทุกแพลตฟอร์ม และคาดหวังว่าทุกแพลตฟอร์มจะนำเสนอในเลขช่องที่ประมูลได้ โดยที่ประชาชนไม่สับสน

“ประกาศฉบับนี้ตรงกับความเข้าใจของผู้ประกอบการช่องทีวี่ดิจิทัลแต่แรก เพราะมีเลขช่องที่เดียวกัน ในส่วนการแข่งขันผู้ชมจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าช่องใดมีคุณภาพ”

ส่วน พ.อ.นที ศุกลรัตน์ ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า การแก้ไขประกาศฉบับใหม่ กำหนดให้ช่อง 1-36 เป็นช่อง

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,300

Section: 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: สีส

หัวข้อข่าว: 'ดาวเทียม-เคเบิล' ยื้อเรียงช่อง ดับเครื่องชน 'กสทช.-ทีวี่ดิจิทัล'

ทีวี่ดิจิทัลเหมือนกันทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้ประชาชนผู้รับชมเข้าถึงง่ายขึ้น โดยไม่สับสน

ขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดาวเทียมเคเบิลก็จะจัดเรียงช่องได้ง่ายขึ้น โดยส่วนตัวเห็นว่าเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

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

โดยส่วนตัวคิดว่า หากมีกระบวนการทางกฎหมายเกิดขึ้น ก็อาจต้องใช้ระยะเวลาทำให้ช้าออกไป แต่หากเป็นไปตามขั้นตอนปกติ จะประกาศใช้ได้ในปีนี้

ประมวลความคิดเห็นทุกฝ่าย เชื่อได้ว่านี่คือหนึ่งชีวิต ไม่แพ้ครั้ง กสท.มีปัญหา กับช่อง 3

เพราะด้านหนึ่งต้องยอมรับว่า ที่ผ่านมานำช่อง 1-10 มาสร้างประโยชน์ให้กับตัวเองมหาศาล เนื่องจากจดจำง่าย แต่อีกด้านหนึ่งต้องยอมรับว่า ช่องดังกล่าวเอกชน โดยเฉพาะเคเบิลและดาวเทียมเป็นฝ่ายลงทุนทั้งสิ้น โดยที่แทบไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ จากทีวี่ดิจิทัล และ กสทช. แม้แต่น้อย

แม้ กสท.จะยืนยันว่า ผู้ที่ได้ประโยชน์จากเรื่องนี้ในท้ายที่สุดคือคนดูก็ตาม



โยมประยุทธ์
กับท่าที กสทช.

คิดเหนือข่าว ►6

คิด
เหนือข่าว

เรียงยศ จันทร์ศิริ
editor@LokWanNee.com

‘โยมประยุทธ์’กับท่าที กสทช.

ฉบับวันนี้ที่เขียนขึ้นมาถือเป็นการ
ร้องเรียนเพื่อให้โยมประยุทธ์
จันทร์โอชา ได้อ่านโดยตรง
เนื่องจากตอนนี้ผมทราบว่าสถานี
วิทยุกระจายเสียงของพระสงฆ์
หลายสถานีไม่สามารถทำการ
ออกอากาศได้ เพราะติดขัดที่
ขั้นตอนทางกฎหมายของ กสทช.
ที่มีระเบียบจุกจิกจนทำให้สถานี
วิทยุของพระสงฆ์ไม่สามารถทำ
หน้าที่เผยแผ่พระศาสนาด้วย
การออกอากาศได้

ความจริงแล้วสถานีวิทยุต่าง ๆ
เหล่านั้นมีความชอบธรรมที่มี
กฎหมายของมหาเถรสมาคมรองรับ
อยู่ และหลายสถานีได้ดำเนินการ
ออกอากาศมานานแล้ว แต่พอ
มาถึงตอนนี้ไม่รู้ กสทช. เกิดนึกครึ้ม
อย่างไร? เครื่องระเบียบจนทำให้เกิด
การติดขัด เรื่องนี้ถ้าไปคุยในวงการ
สงฆ์โดยเฉพาะคณะสงฆ์ที่เกี่ยวข้อง
กับการทำสถานีวิทยุต่างรู้สึกอึดอัด
ใจ และสะท้อนว่าเรื่องทั้งหมดที่เกิดขึ้น
ไม่ทราบว่าจะเข้าใจอย่างไรกันดี
เพราะอาจมองได้ว่าเป็นสภาพของ
กฎหมายที่ซ้อนกฎหมาย ซึ่งไม่รู้ว่
กสทช. จะมาจากจกจกกับระเบียบ
อะไรเสียจนหุยมหุยมไปหมด!

เรื่องนี้ คสช. ไม่น่าจะเกี่ยวข้อง
ด้วย ซึ่งถ้าไม่เกี่ยวข้องแล้วน่าจะ



พระท่านความจริงไม่ได้เกี่ยวข้องกับ
การเมืองอะไรเลย เพียงแค่ทำหน้าที่เผยแผ่
พระพุทธศาสนาตามภารกิจของสงฆ์

จัดการแก้ไขตอนไหนเลย เพราะวิทยุ
ของพระที่มีอยู่ในหลายสถานีทั่ว
ประเทศ มีเนื้อหาที่ผมคิดว่าเป็นการ
ส่งเสริมศีลธรรมของชาติบ้านเมือง
ด้วยซ้ำไป ซึ่งเรื่องของศีลธรรมดัง
กล่าวนั้นไม่ใช่เป็นแค่นโยบายของ
รัฐบาล หรือ คสช. ไม่ใช่เป็นแค่
อุดมการณ์ของพวกนักคิดนักคิดที่คิด
สนุกกับการก่อกบฏบ้างถนนหรือ
ก่อกบฏในโลกโซเชียลมีเดีย แต่ทุก
คนและทุกฝ่ายล้วนเห็นพ้องด้วย
และไม่มีใครคัดค้านในเรื่องของการ
เผยแผ่พระพุทธศาสนา ผมว่าเรื่อง
นี้โยมประยุทธ์ จันทร์โอชา น่าจะ

สนใจจริงจัง และหาทางจัดการแก้ไข
โดยรีบด่วน พระท่านความจริงไม่
ได้เกี่ยวข้องกับพวกการเมืองอะไร
เลย เพียงแค่ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธ
ศาสนาตามภารกิจของสงฆ์ ถ้าหาก
จะเป็นพวกต้องบอกว่าพวก
ของพระพุทธเจ้าเท่านั้นเอง!

สำหรับเนื้อหาของวิทยุพระ
สงฆ์นั้น ผมคิดว่าถ้าโยมประยุทธ์
คิดแบบฉลาดยังสามารถใช้พวก
เหล็องขมิ้นเหล่านี้เป็นเครื่องมือได้
หลายประการ ประการแรก มีการ
รณรงค์เรื่องศีลธรรมตกต่ำในชาติ
บ้านเมืองที่เราต่างโวยวายว่านักการ

In Brief : ย่อความ

พระท่านไม่ได้ยุ่งเกี่ยวกับ
การเมืองเมือง แต่ทำไมทั้ง
สถานีวิทยุและโทรทัศน์
ของพระจึงไม่สามารถออก
อากาศได้เสียที่ ทั้งที่ คสช.
มุ่งส่งเสริมเรื่องศีลธรรม
เรื่องหน้าที่พลเมือง แต่คน
ที่รู้เรื่องดีกลับถูกปิดกั้นไม่
ให้ทำหน้าที่ แล้วอย่างนี้จะ
ให้ใครมาอบรมสั่งสอน
เยาวชนให้เป็นคนดี

เมืองทุจริตคอร์รัปชันเป็นเพราะขาด
ศีลธรรมและคุณธรรม ซึ่งผมคิดว่า
สถานีวิทยุของพระเหล่านี้สามารถ
ตอบสนองอุดมการณ์ดังกล่าวนี้ได้
ดี ที่จะช่วยรณรงค์เยี่ยวยาแก้ไขต่อ
การทุจริตในชาติบ้านเมืองของทุก
คนและทุกฝ่าย ช้าอาจทำหน้าที่นี้
ได้ดีกว่าสื่อของวิทยุทหารหรือสื่อ
วิทยุอื่นๆของทุกหน่วยงาน ข้อนี้ไม่
ควรมองข้ามเลย

เหตุผลประการต่อมา ใน
ความแตกแยกขัดแย้งของคนในชาติ
ซึ่งคนส่วนใหญ่ในประเทศนี้ล้วน
เป็นคนที่น่าถือพระพุทธศาสนา
แล้วสถานีวิทยุของพระก็มีคนติดตาม

อยู่แล้ว ผมเห็นว่าหากปล่อยให้ทำ
หน้าที่จะสามารถช่วยได้อย่างมากมาย
ที่จะลดทอนความขัดแย้งและเสียยา
แก้ไขความแตกแยกไม่ปรองดอง
สมานฉันท์ในบ้านเมือง

เหตุผลประการสุดท้าย ที่
ผมคิดว่าสำคัญนั่นก็คือ ในเรื่องของ
การซื้อสิทธิ ขายเสียง ของนักการ
เมืองที่เราถกเถียงกันนักหนา และ
กลายเป็นสาเหตุของการรัฐประหาร
โดยบอกกันว่า เพราะนักการเมือง
ซื้อสิทธิ ขายเสียง เข้าสู่อำนาจ จึง
ทำให้เกิดความเสียหายต่อชาติบ้าน
เมือง และเพราะความเสียหายดัง
กล่าวนี้นั้น ในที่สุดเสียถึงกับต้องจับ
ปืนออกมายึดอำนาจรัฐ เป็นการใช
้ธรรมวุธด้วยข้ออ้างเหตุผลว่า เพื่อ
แก้ไขปัญหาคอรัปชั่นและความแตกแยก และ
ป้องกันนักการเมืองซื้อสิทธิ ขาย
เสียงเข้าสู่อำนาจ

ผมคิดว่าในเรื่องนี้ถ้าให้วิทยุ
ของพระธรรมการซื้อสิทธิ ขาย
เสียง น่าจะเป็นกลไกที่เวิร์คมาก
ที่สุด เพราะคนในสังคมชนบทนั้น
ต่างล้วนนับถือพระสงฆ์อยู่แล้ว ถ้า
พระสงฆ์ได้เทศนาให้ความรู้เท่าทัน
นักการเมือง ไม่ให้เกิดการซื้อสิทธิ
ขายเสียง ชี้ให้เห็นว่าการณรงค์
เพื่อให้ประเทศไทยมีการเลือกตั้งที่

บริสุทธิ์ ไม่ซื้อสิทธิ ขายเสียง น่าจะ
ใช้กลไกของวิทยุพระสงฆ์ได้มาก
ที่สุด ซึ่งตรงนี้น่าจะพิจารณาเป็น
พิเศษ นี่จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่
โยมประยุทธ์จะต้องลงมาแก้ไข
และทำให้สามารถอยู่ต่อไป รวม
ทั้งภารกิจดังกล่าวนี้ด้วย

เรื่องราวทั้งหมดนี้ยังมีอีกนัย
สุดท้ายที่บอกโยมประยุทธ์ได้ว่า
สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน รวม
ทั้งสิทธิของพระสงฆ์ในการทำหน้าที่
สื่อสารวิทยุ นับว่าเป็นเรื่องจำเป็น
ต่อบ้านเมืองมาก ซึ่งเมื่อถึงที่สุด
แล้วก็ไม่มียะไรดีกว่าการปล่อยให้
สมาชิกในสังคมไทยสามารถทำ
หน้าที่และดำเนินการต่างๆไปตาม
ขอบเขตของสิทธิเสรีภาพในระบอบ
ประชาธิปไตย

วันนี้ก่อนจะคืนความสุขให้คน
ไทยทั้งประเทศ ผมว่าโยมประยุทธ์
ลองดูบทเรียนง่าย ๆ คือคืนความสุข
ให้กับพระสงฆ์เสียก่อนเป็นเบื้องต้น
ก็ได้ รับรองเรื่องนี้ไม่บาปกรรมหรอก
แถมยังเป็นการทำบุญด้วยซ้ำไป

**เพราะการสนับสนุนให้มี
การเผยแพร่พระพุทธศาสนา ยัง
ดีกว่าให้มีการณรงค์ของบาง
ฝ่ายที่ไม่ปรารถนาจะให้บ้าน
เมืองไทยมีการปกครองที่เป็น
ประชาธิปไตย!**

'เนชั่น' ไตรมาส 3 ดีกลับ โชว์กำไร 9 เดือน '51 ล้าน'

เครือเนชั่น ประกาศผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน กำไรสุทธิ 51 ล้านบาท ได้แรงหนุนทีวีดิจิทัล 2 ช่อง พร้อมเปิดแผน NOW 26 ปี 2558 เตรียมบันทึงบะจกโลกจกจกคั้ง

นางสาวดวงกมล โชตนา กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ NMG เปิดเผยถึงผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนของบริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ปและบริษัทย่อยงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 ก.ย.2557 ว่า บริษัทมีกำไรสุทธิหลังหักภาษีแล้ว 51.46 ล้านบาทโดยมีรายได้ทั้งสิ้น 2,083.60 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายรวม 2,032.10 ล้านบาท

"เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนของปี 2556 กำไรเราต่ำกว่า 77% แต่เมื่อเทียบกับ 2 ไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมาซึ่งอยู่ในไตรมาสแรกของการดำเนินงาน จะพบว่าผลการดำเนินงาน

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: เนชั่น

ของ NMG เริ่มดีกลับอย่างชัดเจน โดยไตรมาส 3 ไตรมาสเดียวที่ทำกำไรได้ 34.60 ล้านบาท" นางสาวดวงกมล กล่าว

สถานการณ์การเมืองที่คลี่คลาย ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของ NMG เริ่มฟื้นตัวอย่างช้าๆ ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยรายได้ไตรมาสที่ 3 ขยับขึ้นมาจาก 772.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ที่มีรายได้รวม 665.70 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 106.20 ล้านบาท หรือ 16% และเมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนของปี 2556 รายได้รวมเพิ่มขึ้น 2%

"เป็นไตรมาสแรกของปีนี้ที่เราทำรายได้สูงกว่าไตรมาสเดียวกันของปี 2556 ถือเป็นสัญญาณที่ดี แม้จะไม่ฟื้นตัวเร็วนักก็ตาม" กรรมการผู้อำนวยการ เครือเนชั่น กล่าวพร้อมระบุว่า ปัจจัยหลักมาจากรายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 11% จาก 490.20 ล้านบาท มาอยู่ที่ 544.70 ล้านบาท เพราะในปีนี้มีบริษัทที่มีช่องทางสร้างรายได้เพิ่ม

ขึ้นจากธุรกิจทีวีดิจิทัล Nation TV ช่อง 22 และ NOW ช่อง 26

กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป ยังเปิดเผยถึงการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล NOW 26 หลังออกอากาศมาประมาณ 7 เดือน โดยระบุว่า แม้จะมีปัญหาเรื่องการรับชมจากความล่าช้าของการแจกกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัล ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

แต่ NOW26 ซึ่งจับกลุ่มคนเมือง และเนื้อหาหลักมุ่งเน้น ข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจการลงทุน และบันเทิงไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องกับวิถีคนเมือง ก็ได้รับการตอบรับจากผู้ชม และ ผู้ลงโฆษณาอย่างดี

"NOW26 มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนแค่เพียง 6 เดือนแรกของการดำเนินงาน สามารถทำให้รายได้จากธุรกิจการroadcasting ของ NMG เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ถือเป็นอีกหนึ่งในอนาคตของเครือเนชั่น" นางสาวดวงกมล กล่าว

โชว์รายการเด่นลงจอปีหน้า

สำหรับแผนงานของ NOW28 ในปี 2558

จะมีกลุ่มรายการด้านวาไรตี้และบันเทิงทั้งในและต่างประเทศลงจอบ้าง โดยนอกจากจะให้มีความบันเทิงที่มีคุณภาพแล้ว ยังจะให้แนวคิดมุมมอง และไอเดียต่างๆ เพื่อผู้ชมนำไปปรับใช้ทั้งในด้านธุรกิจ การลงทุน และการใช้ชีวิต

ทั้งนี้ในปี 2558 ผู้ชมทีวีดิจิทัลช่อง NOW26 จะได้รับรายการกับบันเทิงระดับเวิร์ลด์คลาสจากรายการไลฟ์สไตล์ที่ได้รับการตอบรับจากคนทั่วโลก เริ่มจากร่วมต้นตั้นเร้าใจในปี 2558 กับเกมมหกรรมการแข่งขันรถทางวิบากกลางทะเลทรายอเมริกาใต้ใน "ปารีส-ดาการ์" ที่จะรายงาน วันต่อวัน แมทช์ต่อแมทช์ตลอด 15 วันของการแข่งขัน และ Top Gear รายการทดสอบประสิทธิภาพรถยนต์ที่มีผู้ชมติดตามชมมากที่สุดในโลก ส่งตรงจาก BBC ถึง 5 ซีซั่นต่อเนื่อง โดย NOW26 ได้รับสิทธิ์เผยแพร่ ตั้งแต่ ซีซั่น 17 จนถึง ซีซั่น 21 ณ ปัจจุบัน แต่เพียงผู้เดียว

รวมถึงรายการ Master Chef ที่ NOW26 ได้รับสิทธิ์การออกอากาศในประเทศไทยเพียง

ผลดำเนินงาน เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป

9 เดือน ปี 2557 (ณ 30 ก.ย.57)

กำไรสุทธิ
(ล้านบาท)

34.6

51.4

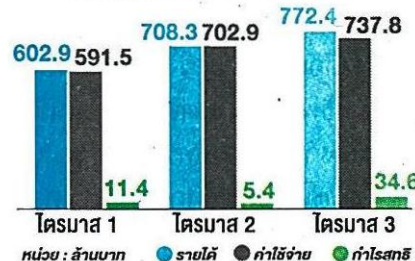
กำไรสุทธิ
ต่อหุ้น
(บาท)

0.01

0.016

ไตรมาส 3 9 เดือน

ไตรมาส 1-3 ปี 2557



ผู้เดียวเช่นกัน โดยผู้ชม NOW26 สามารถติดตามการแข่งขันทำอาหารที่โด่งดังทั้ง Master Chef

สหรัฐ ซีซั่น 6 และการแข่งขัน Master Chef ประเทศไทย และประเทศจีน โดยทยอยออกอากาศให้ผู้สนใจเรื่องราวการทำอาหาร หรือชื่นชอบรายการเรียลลิตี้ รับชมเต็มอิ่มตลอดปี

นอกจากนี้ NOW 26 เตรียมรายการวาไรตี้คุณภาพคับแก้ว พร้อมลงจอในปี 2558 ทั้งการแข่งขันทำขนม Junior Bake Off ที่กำลังออกอากาศ ซีซั่น 1 อยู่ขณะนี้ และมีแผนลงจอซีซั่น 2 กลางปีหน้า รวมถึงการแข่งขัน "มวยไทยสมัครเล่น" ที่นำเสนออัตลักษณ์ของชาติในรูปแบบเรียลลิตี้มวยไทยในไตรมาส 2 ปี 2558 โดยมีอดีตสุดยอดแชมป์โลกอย่าง สามารถ พยัคฆ์อรุณ, เขาทาย กาแล็คซี่, สมรักษ์ คำสิงห์ และ เจริญทอง เกียรติบ้านช่อง ร่วมดำเนินรายการ

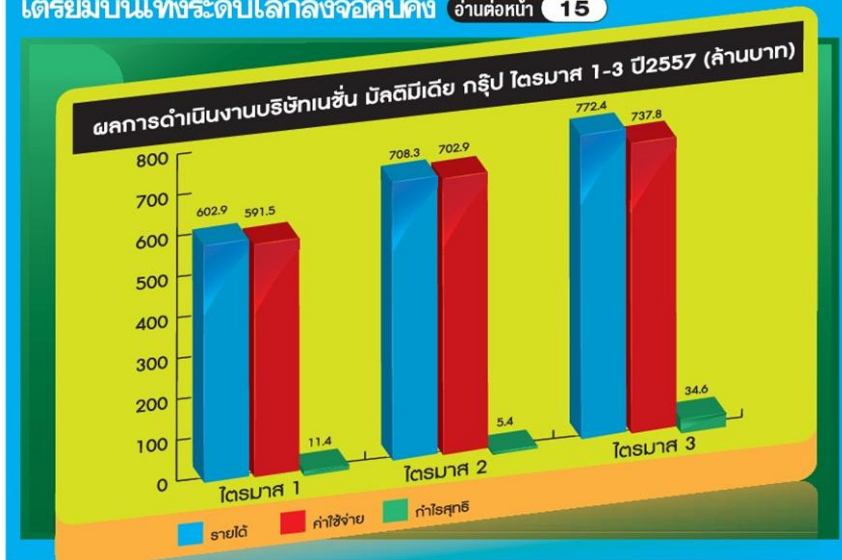
"การแจกคู่มือทีวีดิจิทัลของ กสทช. เฟสแรกได้เริ่มไปแล้ว และ ระยะที่ 2 กำลังตามมาในปลายเดือนนี้ เรามั่นใจว่า การรับชม ช่องทีวีดิจิทัล NOW26 จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มคนเมืองที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ"

นางสาวดวงกมล กล่าว

เนชั่นกรุ๊ปไตรมาส3ดีกลับ โชว์กำไรเดือน51 ล้าน NOW26ดันบันเทิงระดับโลกลงจ

เครื่องเนชั่น ประกาศผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน กำไรสุทธิ 51 ล้านบาท ได้แรงหนุนดิจิทัลทีวี 2 ช่อง พร้อมเปิดแผน NOW 26 ปี 58 เตรียมบันเทิงระดับโลกลงจ

อ่านต่อหน้า 15



เนชั่นกรุ๊ป

น.ส.ดวงกมล โชตะนา กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ เอ็นเอ็มจี เปิดเผยถึงผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนของบริษัทเนชั่น มีเดีย กรุ๊ป และบริษัทย่อยงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 ว่า บริษัทมีกำไรสุทธิหลังหักภาษีแล้ว 51.46 ล้านบาท โดยมีรายได้ทั้งสิ้น 2,083.60 ล้านบาท ขณะที่มีค่าใช้จ่ายรวม 2,032.10 ล้านบาท

“เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนของปี 2556 กำไรเรายังต่ำกว่า 77% แต่เมื่อเทียบกับ 2 ไตรมาสแรกของปีที่เศรษฐกิจไทยอยู่ในมรสุมการเมือง จะพบว่า ผลการดำเนินงานของ เอ็นเอ็มจีเริ่มดีกลับอย่างชัดเจน โดยไตรมาส 3 ไตรมาสเดียว ทำกำไรได้ 34.60 ล้านบาท” น.ส.ดวงกมล กล่าว

น.ส.ดวงกมล กล่าวต่อว่า สถานการณ์การเมืองที่คลี่คลายส่งผลให้ผลการดำเนินงานของ เอ็นเอ็มจีเริ่มฟื้นตัวอย่างช้าๆ ตามการฟื้นตัว

ของเศรษฐกิจ โดยรายได้ไตรมาสที่ 3 ขยับขึ้นมายู่ที่ 772.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ที่มีรายได้รวม 665.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 106.20 ล้านบาท หรือ 16% และเมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนของปี 2556 รายได้รวมเพิ่มขึ้น 2%

“เป็นไตรมาสแรกของปีนี้ ที่เราทำรายได้สูงกว่าไตรมาสเดียวกันของปี 2556 ถือเป็นสัญญาณที่ดี แม้จะไม่ฟื้นตัวเร็วนักก็ตาม โดยปัจจัยหลักมาจากรายได้โฆษณาที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 11% จาก 490.20 ล้านบาท มายู่ที่ 544.70 ล้านบาท เพราะในปีนี้มีบริษัทมีช่องทางสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากธุรกิจทีวีดิจิทัล Nation TV ช่อง 22 และ NOW ช่อง 26” กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มีเดีย กรุ๊ป กล่าว

กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มีเดีย กรุ๊ป ยังเปิดเผยถึงการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล NOW 26 หลังออกอากาศมาประมาณ 7 เดือน โดยระบุว่า แม้จะมีปัญหาเรื่องการรับชมจากความล่าช้าของการแจกกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัลของ

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แต่ NOW 26 ซึ่งจับกลุ่มคนเมืองและเนื้อหาหลักมุ่งเน้นข่าวเศรษฐกิจ ธุรกิจ การลงทุน และบันเทิงไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องวิถีคนเมือง ก็ได้รับการตอบรับจากผู้ชม และผู้ลงโฆษณาอย่างดี

“NOW 26 มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนเพียง 6 เดือนแรกของการดำเนินงาน สามารถทำให้รายได้จากธุรกิจบรรดาสดของเอ็นเอ็มจีเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ถือเป็นอีกหนึ่งอนาคตของเครื่องเนชั่น” น.ส.ดวงกมล กล่าว

ส่วนแผนงานของ NOW 26 ในปี 2558 น.ส.ดวงกมล กล่าวว่า จะมีกลุ่มรายการด้านวาไรตี้และบันเทิงทั้งในและต่างประเทศลงจocab คับคั่ง โดยนอกจากจะให้ความบันเทิงที่มีคุณภาพแล้ว ยังจะให้แง่คิดมุมมอง และไอเดียต่างๆ เพื่อผู้ชมนำไปปรับใช้ ทั้งในด้านธุรกิจ การลงทุน และการใช้ชีวิต ทั้งนี้ในปี 2558 ผู้ชมทีวีดิจิทัล ช่อง NOW 26 จะได้รับบรรณาธิการบันเทิงระดับเว็ลด์คลาส จากรายการไลฟ์สไตล์ที่ได้รับการตอบรับจากคนทั่วโลก เริ่มจากร่วมต้นเต็นเร้าใจรอบปี 2558 กับมหกรรมการแข่งขันรถทางวิบาก กลางทะเลทรายอเมริกาใต้ ใน “ปารีส-ดakar” ที่จะรายงานวันต่อวัน แมทช์ต่อแมทช์ ตลอด 15 วันของการแข่งขัน และ Top Gear รายการทดสอบประสิทธิภาพรถยนต์ที่มีผู้ชมติดตามชมมากที่สุดในโลก ส่งตรงจากบีบีซีถึง 5 ซีซั่นต่อเนื่อง โดย NOW 26 ได้รับสิทธิ์เผยแพร่ตั้งแต่ ซีซั่น 17 จนถึงซีซั่น 21 ณ ปัจจุบัน แต่เพียงผู้เดียว

นอกจากนี้ยังรวมถึงรายการ Master Chef ที่ NOW 26 ได้รับสิทธิ์การออกอากาศในประเทศไทยเพียงผู้เดียวเช่นกัน โดยผู้ชม NOW 26 สามารถติดตามการแข่งขันทำอาหารที่โด่งดังทั้ง Master Chef สหรัฐอเมริกา ซีซั่น 6 และการแข่งขัน Master Chef ประเทศเกาหลี และประเทศจีน โดยทยอยออกอากาศให้ผู้สนใจเรื่องราวการทำอาหาร หรือชื่นชอบรายการเรียลิตี รับชมเต็มอิ่มตลอดปี

กรรมการผู้อำนวยการ บริษัทเนชั่น มีเดีย กรุ๊ป กล่าวต่อว่า NOW 26 เตรียมรายการวาไรตี้คุณภาพคับแก้ว พร้อมลงจอบปี 2558 ทั้งการแข่งขันทำขนม Junior Bake Off ที่กำลังออกอากาศ ซีซั่น 1 อยู่ขณะนี้ และมีแผนลงจอบซีซั่น 2 กลางปีหน้า รวมถึงการแข่งขัน “มวยไทยสมัครเล่น” ที่นำเสนออัตลักษณ์ของชาติในรูปแบบเรียลิตีมวยไทยใน

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,100

Section: First Section/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 10 พฤศจิกายน 2557

ปีที่: 14

ฉบับที่: 4769

หน้า: 1(ซ้าย), 15

Col.Inch: 56.90

Ad Value: 119,490

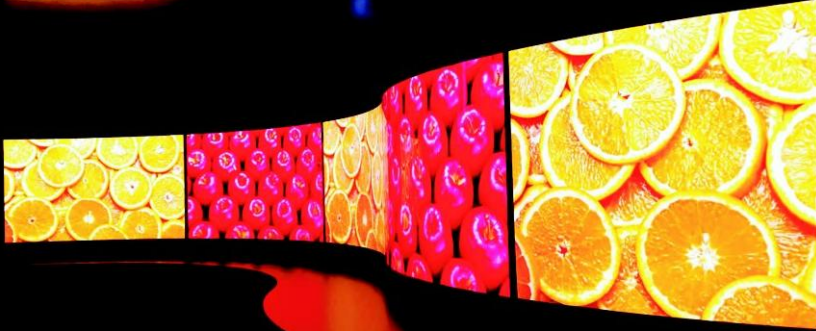
PRValue (x3): 358,470

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: เนชั่นกรุ๊ปไตรมาส3ดีกลับโชว์กำไร9เดือน51ล้านNOW26ดันขึ้นแท่นระดับโลกลงจ่อ

ไตรมาส 2 ปี 2558 โดยมีดีสุดยอดแชมป์
โลกอย่าง สามารถ พยัคฆ์อรุณ เขาทราย
กาแล็คซี่ สมรักษ์ คำสิงห์ และ เจริญทอง
เกียรติบ้านช่อง ร่วมดำเนินรายการ

“การแจกกดอรับสัญญาณทีวีดิจิทัลของ
กสทช. เฟสแรกได้เริ่มไปแล้ว และระยะที่ 2
กำลังตามมาในปลายเดือนนี้ เรามั่นใจว่า การ
รับชมช่องทีวีดิจิทัล NOW 26 จะเพิ่มขึ้นอย่าง
รวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มคนเมืองที่เป็นกลุ่ม
เป้าหมายสำคัญ” น.ส.ดวงกมล กล่าว



คึกคัก- คูโปงดิจิทัลกลายเป็นลูกเล่นทางการตลาดใหม่ของผู้ประกอบการทีวีที่
แท็กทีมร้านค้าจูงใจแลกซื้อ-เปลี่ยนทีวีใหม่

'เพาเวอร์บาย'ปูพรมสาขาตจว. ลดราคา-ชิงโชคลุ้นปิด2หมื่นล.

เพาเวอร์บายไม่หวั่นเศรษฐกิจเร่ง
ขยายสาขาส่งท้ายปี ไตรมาสสุดท้าย
อัดโปรถึยิบ เดินหน้าลดราคา-ลุ้น
ทอง พร้อมเกาะกระแสทีวีดิจิทัล
เพิ่มมูลค่าคูโปงดิจิทัล 7 เท่า หวัง
ลุ้นรายได้สิ้นปี 2 หมื่นล้าน

นางสาวสอวาทิพย์ อมรฉัตร
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายการ
ตลาด บริษัท เพาเวอร์บาย จำกัด
ผู้บริหารร้านเพาเวอร์บาย เปิดเผยกับ
"ประชาชาติธุรกิจ" ว่า ในไตรมาส 4

นี้บริษัทวางแผนเปิดสาขาเพิ่มอีก
3 สาขา ได้แก่ ปราจีนบุรี มหาสารคาม
และมุกดาหาร รวมเป็น 90 สาขาในปี
ส่วนปี 2558 คาดว่าจะขยายสาขาอีกไม่
ต่ำกว่า 10 สาขา เน้นพื้นที่ต่างจังหวัด
ตามยุทธศาสตร์เดิมที่จะเพิ่มฐานลูกค้า
นอกกรุงเทพฯ

สำหรับภาพรวมของบริษัทใน
ไตรมาส 4 เพื่อทดแทนรายได้
ที่หายไปในช่วงต้นปี บริษัท
วางแผนระดมจัดจ้านลดราคา

ต่อจากหน้า 17

"เพาเวอร์บาย"

สินค้าจากเดิม 3 งาน เพิ่มเป็น 5-6 งาน
ล่าสุดได้จัดงาน "โฮมเวิร์ค & เพาเวอร์บาย
ซูปเปอร์เซลล์" ที่ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ
นอกจากนี้ ยังมีงานตามเทศกาล เช่น ฮัลโลวีน
และการเปิดตัวไอโฟน 6 งานเทศกาลสินค้า
ของขวัญในช่วง 24-29 ธันวาคม ที่ไบเทค
บางนา และมีแผนที่จะจัดงานใหญ่อีกครั้ง
ช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนนี้

ส่วนตลาดสินค้าของขวัญปลายปี บริษัท
พบว่าเทรนด์มีการเปลี่ยนแปลงไป จาก
เดิมที่ผู้บริโภคจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นเล็ก
เช่น เครื่องปิ้งขนมปัง หม้อสุกี้ หม้อหุงข้าว
เพื่อมอบเป็นของขวัญ แต่ปัจจุบันหันไปนิยม
ซื้อสินค้าไอทีอย่างแท็บเล็ตและสมาร์ตโฟน
มากกว่า ด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นเล็กจะ
ถูกใช้เป็นของรางวัลในงานจับสลากหรือ
งานเลี้ยงแทน

ดังนั้น โปรโมชันช่วงสิ้นปีจึงย้ายมาเน้น
กลุ่มสินค้าไอทีแทน โดยจะร่วมกับบัตร
เครดิตจัดโปรผ่อน 0% นาน 10 เดือน
ส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นเล็กจะมีการจัด
ดีเซลเพลย์ร่วมกับโปรโมชันที่ตอบสนอง
การซื้อครั้งละมาก ๆ สำหรับเป็นของรางวัล
เช่น ซื้อครบ 3 ชิ้น จะได้ลดราคา เป็นต้น

"เราจะเน้นขยายไปยังกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น-
วัยเริ่มทำงาน โดยจะใช้สตีกเกอร์ไลน์



ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,300

Section: การตลาด/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 10 - พุธ 12 พฤศจิกายน 2557

ปีที่: 37

ฉบับที่: 4678

หน้า: 17(ขวา), 18

Col.Inch: 46.26

Ad Value: 60,138

PRValue (x3): 180,414

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'เพาเวอร์บาย'ปูพรมสาขาคงจ.ลดราคา-ชิงโชคลุ้นปิด2หมื่นล.

ต่อเนื่องจากไตรมาส 2 ซึ่ง จะเปิดตัว
สต็อกเกอร์ไลน์ “น้องปลั๊กกี้” ชุด 2 ภายใน
สิ้นปีนี้”

ทั้งนี้ บริษัทได้ปรับลดคาดการณ์ยอดขาย
รวมจากเดิม 2.1-2.2 หมื่นล้านบาท ลงมา
เป็นประมาณไม่เกิน 2 หมื่นล้านบาท ใกล้
เคียงกับปีที่แล้ว ซึ่งรายได้ไม่ถึง 2 หมื่นล้าน
เช่นกัน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ
ที่ฟื้นตัวช้ากว่าที่คาดไว้ อย่างไรก็ตาม
เชื่อว่าไตรมาสแรกของปี 2558 จะเริ่มเห็น
ผลจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล
โดยบริษัทวางเป้าหมายเติบโตไว้ 10%

“เป้าหมายหลักของช่วงไตรมาส 4 นี้
คือทำให้คนกล้าใช้เงิน เนื่องจากสภาพ
เศรษฐกิจทำให้ทั้งบริษัทเองและซัพพลายเออร์
มีสต็อกสินค้าเหลือจำนวนมาก จึงต้องทำ
ทุกวิถีทางสร้างดีมานด์ในตลาดให้ได้
ทันสิ้นปี”

นอกจากนี้ บริษัทยังได้อาศัยกระแส
คุปองดิจิทัล 4.2 ล้านใบ ที่ กสทช.เริ่มแจก
ลอตแรก สร้างแคมเปญสำหรับสินค้าทีวี
โดยเพิ่มมูลค่าคุปองทีวีดิจิทัลอีก 7 เท่า
จาก 690 บาท เป็น 4,830 บาท เมื่อนำ
มาซื้อทีวีซัมซุงและทีซีแอล หรือสินค้าทีวี
ดิจิทัลอื่น ๆ ที่ร่วมรายการ



กองกรรพย

นักพัฒนาแอปพลิเคชัน อาชีพดาวรุ่งยุคสมาร์ทโฟน

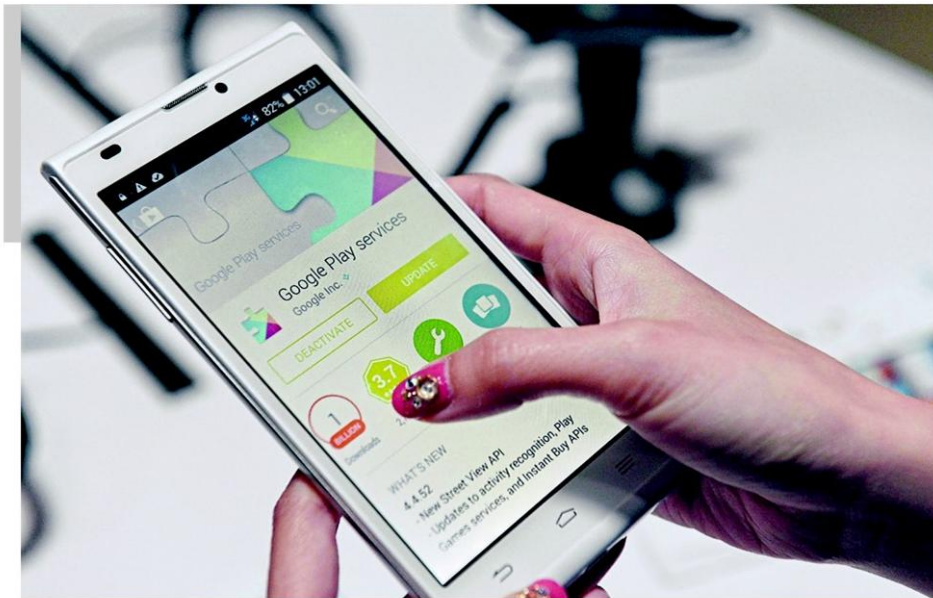
ยุคที่สมาร์ทโฟนกลายเป็นสิ่งแรกที่เราต้องเอื้อมมือหยิบเมื่อลืมตาตื่น และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือก็กลายเป็นสิ่งที่เราเปิดใช้งานประจำ สอดคล้องกับข้อมูลของ กสทช. ที่เผยตัวเลขของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในปี 2557 ว่า มีสูงถึง 43 ล้านคน แสดงให้เห็นว่าคนสามารถเข้าสู่อินเทอร์เน็ตได้ง่ายมากขึ้น และการเติบโตของโมบายแอปพลิเคชันทั้งแอป สโตร์, กูเกิลเพลย์ และวินโดวส์ มาร์เก็ต ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นสัญญาณที่บอกว่า “นักพัฒนาแอปพลิเคชัน” เป็นอาชีพที่น่าจับตามองและเป็นที่ต้องการอย่างมากเช่นกัน

พรทิพย์ กองชุน หัวหน้าฝ่ายการตลาด บริษัท กูเกิล ประเทศไทย กล่าวว่า เมื่อมีเทคโนโลยีและมีผู้ใช้งานจำนวนมากแล้ว สิ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือนักพัฒนา ซึ่งตลาดของนักพัฒนาแอปเติบโตมากในเมืองไทย “เมื่อก่อนคนอาจจะทำแอปขึ้นมาเพื่อทดลอง หรืออาจจะแค่ชอบ แต่ปัจจุบันเราทำแอปแล้วมีคนใช้งานเยอะตรงนั้นก็ก่อให้เกิดรายได้กับนักพัฒนาแอป บางคนขายไอเท็มในแอป บางคนแปะโฆษณาในแอป เป็นการสร้างรายได้เป็นต้น ซึ่งในภาพของอุตสาหกรรม เราต้องการนักพัฒนาแอปที่หลากหลาย เพราะสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้ได้ทุกกลุ่ม ซึ่งนักพัฒนาแอปพลิเคชันด้านสุขภาพก็เป็นที่ต้องการนอกเหนือจากที่แอปฮิตอย่างเกมหรือบันเทิง”



ได้กับนักพัฒนาแอป บางคนขายไอเท็มในแอป บางคนแปะโฆษณาในแอป เป็นการสร้างรายได้เป็นต้น ซึ่งในภาพของอุตสาหกรรม เราต้องการนักพัฒนาแอปที่หลากหลาย เพราะสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้ได้ทุกกลุ่ม ซึ่งนักพัฒนาแอปพลิเคชันด้านสุขภาพก็เป็นที่ต้องการนอกเหนือจากที่แอปฮิตอย่างเกมหรือบันเทิง”

หัวหน้าฝ่ายการตลาดกูเกิลไทยแลนด์ บอกอีกว่า กูเกิลมีนักพัฒนาที่เรียกว่า ดีเวลลอปเปอร์กรุ๊ป ซึ่งจะทำกิจกรรม ให้คำปรึกษาให้ความรู้



ภาพ : คลังภาพโพสต์ทูเดย์

เกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ต้องเขียนโปรแกรมขึ้นมา “ต้องดูว่ารูปแบบของการพัฒนาโปรแกรมทำอะไร ให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย เรามองว่าการให้เวลานักพัฒนาแอปพลิเคชัน ถ้ามีเวทีการประกวดจะเปิดโอกาสให้นักพัฒนารุ่นใหม่เข้ามาแชร์ไอเดีย เกิดแอปใหม่ๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ โดยใช้ลักษณะเดียวกันกับกูเกิลในต่างประเทศทำ ก็คือ ในลักษณะการเข้าแคมป์กับนักพัฒนา ระดมไอเดียที่จะใช้ วิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้แอป การพัฒนา การส่งเสริมด้านการตลาด

“คนที่จะมาทำอาชีพนี้ส่วนใหญ่จะต้องสนใจเทคโนโลยี มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์หรือเทคนิคด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ แต่ก็เชื่อว่า จะสร้างแอปขึ้นมาได้เลย เพราะในทีมหนึ่งจะต้องมีดีไซน์เนอร์ที่ออกแบบหน้าตาแอปให้ดึงดูดผู้ใช้ มีนักวางแผนส่งเสริมการตลาด จึงจะทำให้แอปของเรามีความน่าสนใจ และสิ่งที่เราต้องทำอยู่ตลอดเวลา คือ ต้องอัปเดต และรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา” พรทิพย์ เน้นนำ M