



สกู๊ป หน้า 1

economy” จะเป็นนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศให้โตโลทันสมัย ประหนึ่ง...ทุกอย่างสั่งได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส

คำถามมีว่า...ผู้ประกอบการมีความเข้าใจและเตรียมพร้อมแค่ไหนที่จะก้าวเข้าสู่สนามนี้? บางมุมมองจากงานสัมมนา “พลิกพลังสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจดิจิทัล” ภายใต้การขับเคลื่อนสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้และผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีหลายประเด็นน่าสนใจ

อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล รองผู้อำนวยการ บอกว่า การมาของสื่อดิจิทัลที่พุ่งตัวมาอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการบางรายอาจไม่ทันตั้งรับ สิ่งที่ต้องคิดถึงคือเนื้อหาที่จะสื่อสาร ต้องคิดว่าจะวิ่งด้วยอะไรและวิธีไหน เพราะในโลกดิจิทัลทุกอย่างเกิดขึ้นเร็ว ฉะนั้นมีความรู้อย่างเดียวยังไม่พอ ต้องเรียนรู้การปรับวิธีใช้งานให้ทันตามโลก

จักรกฤษณ์ ทักษิชาติโยธินผู้ร่วมก่อตั้ง Nest CoMakingSpace มองว่าเวลานี้เรากำลังอยู่ในยุคปฏิวัติดิจิทัล ต้องเติมช่องว่างระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์ รู้จักสร้าง...สิ่งที่จับต้องได้ ความท้าทายสำคัญในยุคที่เทคโนโลยีมีทั่วไปในท้องตลาด การทำให้ประสบความสำเร็จจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

จอมทรัพย์-สิทธิพิทยา ผู้ก่อตั้งบริษัท Exzy เสริมว่า เราเริ่มจากเชื่อในผลิตภัณฑ์ว่าจะสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไรให้กับลูกค้า สิ่งที่ทำ...ไม่ได้ไปขายของ แต่คือหาอย่างไรให้ลูกค้าประสบความสำเร็จในวิชั่นที่เราเห็น

การหาผลิตภัณฑ์ที่มี “ตลาด” และ “มีคนยอมจ่าย” เกี่ยวข้องกับการตั้งราคากระบวนการตัดสินใจลูกค้า ซึ่งตอบโจทย์ได้ด้วยแนวทางบริหาร “คน”...ท้ายสุดแล้ว “ถูกใจความสำเร็จ” ที่จะอยู่รอดบนถนนเศรษฐกิจดิจิทัล คือต้องมีความเป็นครีเอทีฟ...สมารถ...ยืดหยุ่น...รวดเร็ว...เข้าใจ

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และ...รู้จักคิดนอกกรอบ

โมโมโร...“เศรษฐกิจดิจิทัล” ต่อเนื่องด้วยการต้องเร่งเปิดประมูลคลื่น 4G โดยพลัน สมเหตุสมผลมากน้อย? บันทึกรายการ...เดือนมิถุนายน 2557 คสท.มีคำสั่งให้ กสทช.ชะลอการประมูลคลื่น 4G ออกไป 1 ปี โดยไม่ได้ให้เหตุผลที่ชัดเจน...ย้อนไปปี 2555 กสทช.ได้เตรียมประมูล โดยเอาคลื่น 1800 MHz ของทรูที่กำลังจะหมดอายุสัมปทานมาประมูล แต่...สุดท้ายก็ไม่ได้ประมูลด้วยมติให้ขยายเวลาการให้บริการ อ้างว่าจัดประมูลไม่ทัน

เสียงวิจารณ์ซึ่งแซ่บประมูลซ้ำ...ยิ่งทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการในตลาดโทรคมนาคมไทยและคนไทย ก็จะเสียโอกาสในการได้ใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ

ปัญหาอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยราวกับถูกใบไม้ปิดไว้ ยังไม่นับรวมถึงการแก้ปัญหาธรรมชาติของ กสทช. และสำนักงาน กสทช. มีแต่การเร่งผลักดันกฎหมายเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งไม่ได้ตอบโจทย์

วันวานเสมือนย้อนเวลา...มาวันนี้หากจะเร่งประมูลคลื่น 4G หรือชะลอต่อไป ประชาชนคนไทยควรจะได้รู้มาจากเหตุผลใดกันแน่? สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ตั้งข้อสังเกต และ...จริงหรือที่การประมูลคลื่นจะทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน?

ร่างรัฐธรรมนูญ และร่าง พ.ร.บ.กสทช. ฉบับปรับปรุงแก้ไข ต่างมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีเนื้อหาที่แปลก ร่างรัฐธรรมนูญ: “...การจัดสรรคลื่นความถี่ต้องให้ความสำคัญต่อการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมและการให้บริการอย่างทั่วถึง ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และในราคาที่ประชาชนทั่วไปเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด มากกว่าการมุ่งหารายได้เข้ารัฐ หรือเข้า กสทช.”

ร่างกฎหมาย กสทช.: “...ในการประกอบการทางธุรกิจการคัดเลือกให้ทำโดยวิธีประมูล แต่หลักเกณฑ์การประมูลต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ โดยจะคำนึงถึงจำนวนเงินที่เสนอให้แต่เพียงอย่างเดียวไม่ได้”

สะท้อนความเข้าใจผิด...โดยเฉพาะแรงโหมสร้างความเข้าใจผิดต่อสังคมที่ว่า “การประมูลคลื่นไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะและสร้างภาระแก่ผู้บริโภค” เคยเกิดมาแล้วในช่วงการประมูลคลื่น 3G แต่ก็ไม่ได้เกิดขึ้นในช่วงประมูลคลื่นทีวีดิจิทัล ทำให้...น่าสงสัยว่าเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโทรคมนาคมบางรายหรือไม่?

สมเกียรติย้ำว่าการประมูลคลื่น...ไม่ได้ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระเพิ่มขึ้น ไม่กระทบต่อประโยชน์สาธารณะ และยังเป็นวิธีที่ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมที่สุด

จับตาประเด็นแรก...มูลค่าประมูลคลื่นไม่มีผลต่อค่าบริการ เพราะค่าบริการขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานเช่นเมื่อผู้ประกอบการประมูลคลื่น 3G มาได้ในราคาถูกมาก...ถูกกว่าราคาที่ กสทช.ประเมินไว้ ก็ไม่ปรากฏว่าผู้ประกอบการลดราคาให้แก่ผู้บริโภค แม้ กสทช.จะแสดงท่าทีกดดันให้ลดราคาลงจากเดิม 15% ก็ตาม และต่อให้ผู้ประกอบการได้คลื่นไปฟรีก็อย่าไปหวังว่าจะมีการลดราคาให้เรา...ยิ่งได้คลื่นมาฟรีก็ยิ่งถือว่าเป็น “ลาภลอย”

จับตาประเด็นที่สอง...รายได้จากการประมูลคลื่นที่รัฐได้รับมาจากการประมูลของผู้ประกอบการ คำถามมีว่า...ถ้าการประมูลคลื่นไม่ได้ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระเพิ่ม แล้วรายได้จากการประมูลมาจากไหน?

ก่อนอื่นต้องดูคู่แข่ง...ผู้ให้บริการยอมจ่ายสูงสุดเท่าไร จะทำให้รู้ราคาค่าบริการที่เท่าไรสูงสุด...การได้คลื่น 4G จะทำให้เกิดรายได้เท่าไร สมมติว่าได้ 1 แสนล้านบาทตลอดอายุใบอนุญาต ก็คำนวณต่อไปว่า...ต้องลงทุนต่างๆเท่าไรเพื่อให้ได้รายได้ตามเป้า เช่น ต้องลงทุน 3 หมื่นล้านบาท ซึ่งจะทำให้มีกำไรขั้นต้นที่ 7 หมื่นล้านบาท

แน่นอนว่า...จะไม่มีทางประมูลคลื่นสูงกว่า 7 หมื่นล้านบาท...เพราะจะขาดทุน

แต่จะประมูลสูงเท่าไร ก็ขึ้นอยู่กับการแข่งขัน...ถ้าแข่งขันกันน้อยก็อาจจะประมูลที่ 5 พันล้าน...มีกำไร 6.5 หมื่นล้าน แต่ถ้าแข่งขันมากขึ้น อาจต้องประมูลที่ 2 หมื่นล้าน...มีกำไรสุทธิลดลงเหลือ 5 หมื่นล้าน

ที่แน่ๆมากๆ...ไม่ว่าจะประมูลคลื่นมาที่ 5,000 ล้านบาท หรือ 20,000 ล้านบาท ก็จะคิดค่าบริการเท่าเดิม...ซึ่งเป็นราคาสูงสุดที่ผู้ใช้บริการยอมจ่าย

“ถ้าราคาประมูลสูงได้กำไรลดลง...แต่รัฐได้รายได้มากขึ้น ทำให้รัฐลดความจำเป็นในการเก็บภาษีจากประชาชน การประมูลจึงเป็นการแบ่งกำไรระหว่างรัฐกับผู้ประกอบการ โดยผู้บริโภคไม่ถูกกระทบ การประมูลได้ราคาสูงๆ...เป็นการดูกำไรของเอกชนมาเป็นกำไรของรัฐ...หรือของประชาชนผู้เสียภาษี”

ประเด็นสุดท้าย...การประมูลไม่ได้ขัดขวางประโยชน์สาธารณะ “ถ้ายังห่วงว่าผู้บริโภคอาจถูกเก็บค่าบริการสูงด้วยเหตุผลใดก็ตาม วิธีหนึ่งที่จะช่วยให้อุ่นใจก็คือ การที่ กสทช.กำหนดค่าบริการสูงสุดไว้ล่วงหน้าก่อนประมูล เช่น ห้ามคิดค่าบริการเกินนาทีละ 0.50 บาท เมื่อทำแผนธุรกิจ ผู้ประกอบการก็จะรู้เองว่าสมควรจะยื่นประมูลคลื่นเท่าใด จากค่าบริการสูงสุดที่จัดเก็บได้”

เช่นเดียวกัน หาก กสทช.ต้องการให้บริการ 4G มีมาตรฐานคุณภาพดีแค่ไหนและต้องให้บริการอย่างทั่วถึงอย่างไร ก็สามารถกำหนดเป็นเงื่อนไขให้ผู้ชนะการประมูลต้องปฏิบัติตามได้ โดยการประมูลยังคงสามารถใช้หลักเกณฑ์เดียวคือ “มูลค่าการประมูลสูงสุด” ...ซึ่งไม่ได้ขัดขวางประโยชน์สาธารณะแต่อย่างใด

อาจารย์สมเกียรติ ผากทั้งท้ายว่า การประมูลแบบยึดมูลค่าการประมูลสูงสุดจะทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม...ยากต่อการวิ่งเต้นตรงกันข้ามการจัดสรรคลื่นโดยไม่ประมูล แต่ใช้วิธีอื่น...คัดเลือกหรือประมูลโดยใช้หลายๆเกณฑ์จะไม่เป็นประโยชน์สาธารณะ เพราะจะทำให้เกิดการวิ่งเต้นกันขนานใหญ่

ลงท้ายด้วยการที่ กสทช.จัดสรรคลื่นความถี่ในราคาที่ต่ำมาก...ให้ผู้ประกอบการนักวิ่งเต้นเอาไปทำกำไรมหาศาล.

การประมูลแบบยึดมูลค่าการประมูลสูงสุดจะทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม...ยากต่อการวิ่งเต้น ตรงกันข้ามการจัดสรรคลื่นโดยไม่ประมูล แต่ใช้วิธีอื่น...คัดเลือกหรือประมูลโดยใช้หลายๆเกณฑ์ จะไม่เป็นประโยชน์สาธารณะเพราะจะทำให้เกิดการวิ่งเต้นกันขนานใหญ่ลงท้ายด้วยการที่ กสทช.จัดสรรคลื่นความถี่ในราคาที่ต่ำมาก

4G THAILAND THE FIRST 100 Mbps

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

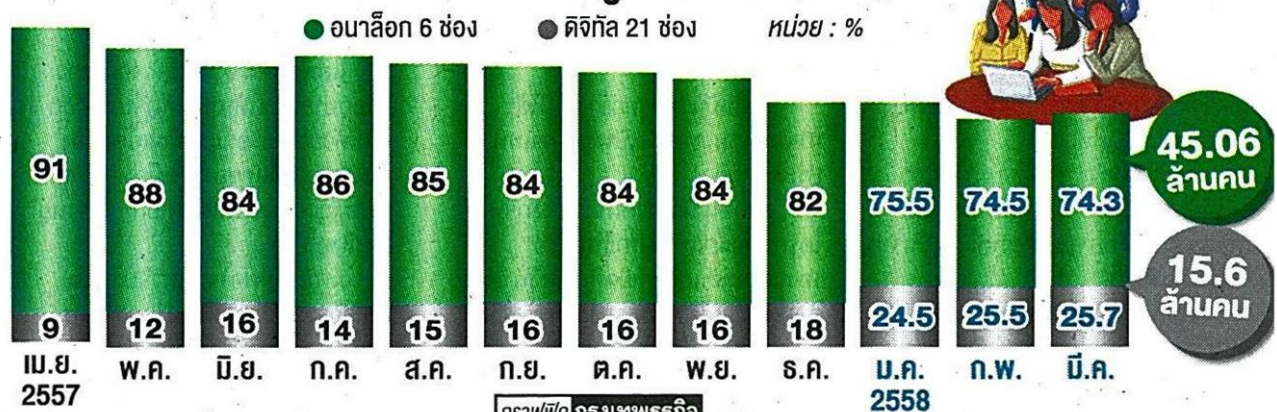
ดร. สมเกียรติ

เร่ง? ประมูล 4G คัดเลือกใคร

ซึ่งเรตติ้งแข่งออนไลน์ 'ช่อง5 - โมเดิร์นไนน์'

ผู้นำทีวีดิจิทัลแห่ขึ้นโฆษณา

สัดส่วนผู้รับชม



กราฟฟีก กรุงเทพธุรกิจ

ท็อป10เรตติ้งผู้ชม*

ปี.ค.58 หน่วย : เรตติ้ง

- ช่อง 7 3.71
- ช่อง 3 2.45
- เวิร์คพอยท์ 0.75
- ช่อง 8 0.40
- โมโม่ 0.31
- ช่อง 9 0.29
- ช่องวัน 0.23
- ไทยรัฐทีวี 0.19
- ช่อง 5 0.16
- ไทยพีบีเอส 0.16

ที่มา : บิเอสเอ็น

*อายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ เวลา 6.00-24.00 น.

ผนักพันธมิตรผลิต
คอนเทนต์-ชิ้นฝังใหม่
ลงจอขยายฐานผู้ชม

ครบปีออนไลน์ทีวีดิจิทัล กสทช.ชี้แนวโน้ม
ช่องใหม่แย่งแชร์ "ผู้ชม-โฆษณา" เบียดออนไลน์

ช่อง "ผู้นำ" เสริมทัพคอนเทนต์ ผนักพันธมิตร
ต้นเรตติ้ง แท้ปรับราคาโฆษณาที่เอเยนซีขึ้นค่า
ลดสัดส่วนงบโฆษณาออนไลน์หลังผู้ชม

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) จัดทำผลวิเคราะห์และคาดการณ์
อุตสาหกรรมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล)
ครบรอบ 1 ปี หลังเริ่มออกอากาศ เม.ย.2557

นายสุภากร ตันนาทสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช.
กล่าวว่าหลังจากทีวีดิจิทัล 21 ช่องใหม่ เริ่มออก
อากาศในเดือน เม.ย.ปีก่อน เริ่มต้นด้วยสัดส่วน
ผู้ชม 9% ขณะที่ช่องออนไลน์ครองสัดส่วน 91%
ของ 23 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ หรือ 60 ล้าน
ผู้ชม ขณะที่ มี.ค.2558 ผู้ชมทีวีดิจิทัล เพิ่มขึ้น
25.7% จำนวน 15.6 ล้านคน และออนไลน์ ลดลง
เหลือ 74.3% จำนวน 45.06 ล้านคน

นอกจากนี้สำนักงาน กสทช. คาดการณ์งบ
โฆษณาสื่อทีวีปี 2558 มีมูลค่า 97,524 ล้านบาท
แบ่งเป็นทีวีออนไลน์ 47,840 ล้านบาท และทีวี
ดิจิทัล 49,684 ล้านบาท โดยโฆษณาทีวีออนไลน์
มีแนวโน้มลดลง ขณะที่ทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น
คาดว่าตั้งแต่ครึ่งปีหลังปี 2558 หรือเดือน ก.ค.
ปีนี้เป็นต้นไป โฆษณาทีวีดิจิทัล จะเริ่มแข่งหน้า
ทีวีออนไลน์

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: ผู้นำ

จากตัวเลขงบโฆษณาดังกล่าว เมื่อนำมา
วิเคราะห์รายได้ของทีวีดิจิทัล 21 ช่องใหม่
โดยพิจารณาจากโฆษณารวมปี 2558 ของ
ทีวีดิจิทัล ที่มีมูลค่า 49,684 ล้านบาท เพิ่มขึ้น
3 เท่าจากปี2557 ที่มีมูลค่า 12,071 ล้านบาท
ทีวีดิจิทัลแย่งผู้ชมออนไลน์

นางพรพรรณ เดชรุ่งชัยกุล ประธาน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อาร์ทเอส จำกัด
(มหาชน) ผู้บริหารทีวีดิจิทัลช่อง 8 เปิดเผยว่า
หลังทีวีดิจิทัล ออกอากาศเดือน เม.ย.ปีก่อน
ปัจจุบันครบ 1 ปี พบว่ามีฐานผู้ชมเพิ่มขึ้นต่อ
เนื่อง เห็นได้จากช่องผู้นำทีวีดิจิทัล ทั้งช่องเวิร์ค
พอยท์ และช่อง 8 มีเรตติ้งแซงช่องออนไลน์
รายเดิม ทั้งช่อง 5 และช่อง 9

นอกจากนี้ทีวีดิจิทัล ช่องผู้นำสามารถขึ้น
ราคาต่อเนื่อง ด้วยการลด "ส่วนลด" ราคาค่า
โฆษณา (Rate Card) ปัจจุบันช่วงไพรม์ไทม์
ของทีวีดิจิทัลผู้นำราคาสูงสุด 2 แสนบาทต่อ
นาที่ ขณะที่ทีวีออนไลน์ ช่องผู้นำอันดับ 1 และ
2 ราคาโฆษณาไพรม์ไทม์อยู่ที่ 4.5-5 แสนบาท
ต่อนาที

อย่างไรก็ตามท่ามกลางการแข่งขันสูง
จากจำนวนช่องฟรีทีวีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เรตติ้ง
ผู้ชมออนไลน์ลดลงต่อเนื่อง ปีที่ผ่านมาทั้ง
ช่อง3 และช่อง 7 ครองสัดส่วนผู้ชมรวม 75%
คาดว่าสิ้นปีนี้จะลดลงเหลือ 55% ปี 2559
เหลือ 45% และปี 2560 อยู่ที่ 35% สถานการณ์
ดังกล่าวทำให้ช่องออนไลน์ไม่สามารถปรับ

ราคาโฆษณาได้อีกต่อไป

"ครบ 1 ปี การออกอากาศทีวีดิจิทัล ถือว่า ผู้ชม เอเยนซี และลูกค้าตอบรับทีวีดิจิทัลเร็วกว่าที่ประเมินไว้ ปัจจัยสำคัญมาจากผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งเป็นเจ้าของช่องทีวีดิจิทัล ย้ายรายการออกจากช่องอนาล็อกเดิม ทำให้เรตติ้งผู้ชมลดลงอย่างรวดเร็ว และกระจายตัวมากยิ่งขึ้นทีวีดิจิทัล" นางพรพรรณ กล่าว

การที่ทีวีดิจิทัล ช่องใหม่มีเรตติ้งติดอันดับท็อปไฟว์อย่างรวดเร็วแข่งกับช่องอนาล็อกเดิม เนื่องจากในกลุ่มผู้นำเสนอรายการตอบโจทย์ผู้ชมกลุ่มเมส หรือฐานผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่ดูทีวีคือรายการละคร ละครเวทีข่าวและกีฬา

ช่อง 8 ซึ่งอันดับ 3 กอบ 1.9 พันล้าน

นางพรพรรณ กล่าวว่าปีนี้ช่อง 8 วางงบลงทุนผลิตรายการ 1,000 ล้านบาท สัดส่วนคอนเทนต์ 4 กลุ่ม คือ ละคร 50% ข่าว 25% ละคร 20% และกีฬา 5% หลังจากประสบความสำเร็จรายการละครในปีที่ผ่านมา ปีนี้พัฒนาการวางไรต์และกีฬาเพิ่มเติม โดยต้นปีนี้ได้ปรับราคาโฆษณาเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวจากปีก่อน ดังนั้นสิ้นปีนี้วางเป้าหมายรายได้ช่อง 8 ที่ 1,900 ล้านบาท ครองเรตติ้งอันดับ 3 ช่องฟรีทีวี รองจากช่อง 7 และช่อง 3 จากนั้นจะพิจารณาปรับขึ้นราคาโฆษณาในปี 2559 ให้สอดคล้องกับฐานผู้ชมที่เพิ่มขึ้น คาดทำรายได้ 3,000 ล้านบาท

นายองอาจ สิงห์ลำพอง กรรมการ



พรพรรณ เดชรุ่งชัยกุล

ผู้อำนวยการสายงานโทรทัศน์ช่อง 8 บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่าไตรมาสแรกที่ผ่านมาทีวีดิจิทัลอยู่ในภาวะแข่งขันสูง เชื่อว่าไตรมาสสองยังรุนแรงต่อเนื่อง โดยภาพรวมเรตติ้งของช่องอนาล็อกเดิมส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากช่องดิจิทัลมีความพร้อมด้านคอนเทนต์และกลยุทธ์เพื่อช่วงชิงผู้ชมหลังออกอากาศครบปี

หลังจากปรับผังรายการใหม่ในเดือนมี.ค. ที่ผ่านมา ด้วยการผลิตคอนเทนต์ใหม่ในวันเสาร์และอาทิตย์เพื่อขยายฐานผู้ชมตลาดเมส

กลุ่มใหม่ เข้ามาเสริมกลุ่มเดิมในวันธรรมดา มีกระแสตอบรับดี สะท้อนได้จากเรตติ้งเฉลี่ย 2 แสนคนต่อหน้าที่ จากเดิม 1.8 แสนคนต่อหน้าที่

เวิร์คพอยท์ดันสัดส่วนโฆษณา 85%

นายชลกรณ ปัญญาโณม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานดิจิทัลทีวี บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่าปัจจุบันครัวเรือนไทยรู้จักและเข้าใจการรับชมทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ว่าแตกต่างจากระบบอนาล็อกเดิมที่รับชมได้ 6 ช่อง แต่ด้วยช่องฟรีทีวีที่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก เชื่อว่าคนดูรับชมได้ไม่เกิน 6-10 ช่อง โดยเลือกจากคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์

ช่องเวิร์คพอยท์ชุดเด่นว่าไรต์, เกมโชว์ และทาเลนต์ โชว์ ซึ่งประสบความสำเร็จด้านเรตติ้งตั้งแต่แพลตฟอร์มทีวีดาวเทียม และทีวีดิจิทัลในปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ไตรมาสสี่ปีก่อนต่อเนื่องปีนี้ เพิ่มละคร ฟอรัมเมตต่างประเทศ และเรียลลิตีโชว์ โดยไตรมาสสองปีนี้เสริมผังรายการใหม่วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-14.00 น. เพื่อขยายฐานผู้ชมเพิ่มขึ้น และรักษาดำรงเรตติ้งอันดับ 3 ท่ามกลางการแข่งขันสูง

เรตติ้งช่องเวิร์คพอยท์อยู่ที่อันดับ 3 ตั้งแต่เริ่มออกอากาศทีวีดิจิทัลในปีแรก ทำให้ตั้งแต่ต้นปีนี้สามารถปรับราคาเพิ่มขึ้น "เท่าตัว" ในทุกช่วงเวลา โดยมีราคาตั้งโฆษณาที่ 5 หมื่น-2 แสนบาทต่อหน้าที่ รูปแบบการปรับราคาใช้วิธีลดส่วนราคาตั้งโฆษณา ปัจจุบันช่วงไพรม์ไทม์ 18.00-22.00 น. ให้ส่วนลด 20% จากปีก่อนที่เริ่มต้นออกอากาศให้ส่วนลด 50% โดยส่วนลดดังกล่าวขยับใกล้กับช่องอนาล็อก ขณะที่ราคาตั้งโฆษณาทีวีดิจิทัลยังต่ำกว่าเท่าตัว ทำให้มีโอกาสขยายราคาได้อีกหากเรตติ้งเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ได้ลดส่วนลดโฆษณาผังรายการใหม่วันเสาร์และอาทิตย์ด้วยเช่นกัน จากเดิมให้ส่วนลด 40-50% เหลือ 25% เนื่องจากช่วงดังกล่าวมีเรตติ้งห่างจากช่องผู้นำอนาล็อกไม่มาก

ภาพรวมอุตสาหกรรมโฆษณาไตรมาสแรกปีนี้ไม่เติบโต แต่แนวโน้มไตรมาสสองเริ่มฟื้นตัว สะท้อนได้จากอัตราการใช้โฆษณา (Utilization) ช่องเวิร์คพอยท์ จาก 65% ในไตรมาสแรกเพิ่มเป็น 85% ไตรมาสสอง คาดว่าตลอดปีนี้จะสามารถรักษาระดับอัตราการใช้โฆษณาที่ 85% ซึ่งส่งผลให้รายได้ทีวีดิจิทัลปี 2558 อาจสูงกว่าเป้าหมาย 1,800 ล้านบาท หรือแตะระดับ 2,000 ล้านบาท

"โมโน"เสริมโลคอลคอนเทนต์

นายนาวันนรินทร์ ประสพเนตร ผู้ช่วย

ประธานกรรมการ บริษัท โมโน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) และกรรมการผู้จัดการ บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหารทีวีดิจิทัล "โมโน 29" เปิดเผยว่าภาพรวมการออกอากาศทีวีดิจิทัลปีแรก สามารถสร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้ชมทีวีได้อย่างรวดเร็ว เห็นได้จากทีวีดิจิทัลช่องใหม่ มีเรตติ้งแข่งช่องอนาล็อกเดิมทั้งช่อง 5 และช่อง 9 ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้โฆษณาและเอเยนซี

"การที่ทีวีดิจิทัลช่องใหม่ได้รับความสนใจจากผู้ชม และมีเรตติ้งติดอันดับท็อปเทนมาจากคอนเทนต์ที่แตกต่าง เพิ่มทางเลือกให้ผู้ชม และหลายช่องเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายการเดิมทางฟรีทีวีอนาล็อก จึงมีฐานผู้ชมติดตามต่อเนื่อง ซึ่งช่องผู้นำทีวีดิจิทัล ล้วนเป็นคอนเทนต์ไปราวเดอร์ที่มีประสบความสำเร็จจากช่องอนาล็อก"

ขณะที่นโยบายการบริหารช่องโมโนวางคอนเซ็ปต์แตกต่างจากคู่แข่งชั้น โดยชุดเด่นช่องฟรีทีวี "หนึ่งดี ซีรีส์ดัง" การเริ่มต้นด้วยคอนเทนต์บันเทิงภาพยนตร์และซีรีส์ต่างประเทศเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเมสคนกรุงและหัวเมืองที่ชื่นชอบรายการประเภทดังกล่าว นอกจากนี้โมโนกรุ๊ป ยังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตภาพยนตร์และมีพันธมิตรคอนเทนต์ภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ โดยปีนี้ใช้งบลงทุนซื้อลิขสิทธิ์คอนเทนต์และผลิตรายการกว่า 500 ล้านบาท

ปีที่ผ่านมาช่องโมโนมีเรตติ้งอันดับ 7 ไตรมาสแรกปีนี้ขยับมาอยู่ที่อันดับ 5 แผนพัฒนาคอนเทนต์ปีนี้จะเพิ่มรายการโลคอลคอนเทนต์ทุกประเภทเพื่อขยายฐานผู้ชมหัวเมืองต่างจังหวัด และรักษาดำรงอันดับ 5 ในสิ้นปีนี้ โดยตั้งแต่ต้นปีนี้ได้ปรับราคาโฆษณาเพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 5 พันบาทต่อหน้าที่ เป็น 2.5 หมื่นบาทต่อหน้าที่ หรือ 5 เท่าตัว ซึ่งเป็นการปรับจากฐานราคาต่ำ คาดว่าปีนี้ธุรกิจทีวีจะมีรายได้ 1,000 ล้านบาท วางเป้าหมายเพิ่มเท่าตัวในปี 2559 ที่ 2,000 ล้านบาท

"ช่องวัน"จับมือ"เจเอสแอล"ลุยผังใหม่

นายถกลเกียรติ วีรวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท จีเอ็มเอ็ม วัน ทีวี จำกัด ผู้บริหารทีวีดิจิทัล "ช่องวัน" เปิดเผยว่าตั้งแต่ไตรมาสแรกปีนี้ ช่องวันเสนอรายการใหม่ทั้งว่าไรต์เรียลลิตี เกมโชว์ รวมทั้งละครเรื่องใหม่ ช่วงไพรม์ไทม์ 20.20-22.20 น. ซึ่งทำเรตติ้งสูงสุด 2-3 เท่ากับช่วงที่ออกอากาศทางช่อง 5 หรือเป็นอันดับ 3 รองจากช่อง 7 และช่อง 3 ในช่วงละครค่า ส่งผลให้ภาพรวมเรตติ้งช่องวันติดอันดับ 7 ภาพรวมฟรีทีวีทั่วประเทศ

"พฤติกรรมคนดูทีวีของผู้ชมตลาดเมสเป็นรูปแบบเดียวมาทุกยุค คือดูละครค่ามาก

ที่สุด เรียกว่าเป็นเวลาของคนไทยดูทีวี และความถนัดของแกรมมี่คือรายการบันเทิง การเปิดตัวช่องวัน จึงมุ่งผลิตละครค่าและซีทคอมที่เรตติ้ง และมีคนดูมากที่สุดเป็นลำดับแรก หลังจากผู้ชมจذابช่วงเวลาละครได้แล้ว จากนั้นจะเพิ่มรายการบันเทิงอื่นๆตลอดทั้งปี

เดือนพ.ค.นี้ ช่องวันจะปรับผังรายการใหม่ หลังจบเดอะสตาร์ เริ่มด้วยความร่วมมือกับ "เจเอสแอล" นำรายการ "เจาะใจ" ที่มีอายุ 24 ปี มาออกอากาศทางช่องวัน ทุกวันศุกร์ เวลา 22.20-23.20 น. นอกจากนี้เจเอสแอลยังผลิตอีก 1 รายการ ประเภทเรียลลิตี้ฟอร์มเมทจากต่างประเทศชื่อรายการมหัศจรรย์แห่งรัก ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 20.20 น.

นายสุพล พิรพงษ์พิพัฒน์ ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด บริษัท จีเอ็มเอ็ม วันทีวี จำกัด ผู้บริหารที่วิดิทัศน์"ช่องวัน" กล่าวว่า แนวโน้มเรตติ้งช่องวันเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงละครค่า ทำให้สามารถปรับราคาโฆษณาเพิ่มขึ้นตามเรตติ้งได้ "ทุกเดือน" ปัจจุบันราคาสูงสุดอยู่ที่ 8-9 หมื่นบาทต่อนาที ทั้งนี้ ลูกค้านและเอเยนซียอมรับแนวทางการปรับราคาดังกล่าว เนื่องจากช่องวันกำหนดราคาโฆษณาเริ่มต้นไม่สูงและปรับขึ้นเมื่อมีเรตติ้งเพิ่มขึ้น คาดสิ้นปีนี้ราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 1.5 แสนบาทต่อนาทีช่วงไพรม์ไทม์หรือเพิ่มขึ้นเท่าตัว

ปีนี้ช่องวันใช้งบผลิตคอนเทนต์ 1,000 ล้านบาท และเงินลงทุนสตูดิโอ อุปกรณ์ และค่าใบอนุญาตอีก 1,000 ล้านบาท คาดธุรกิจทีวีดิจิทัลคุ้มทุนใน 7 ปี

เอเยนซีชี้สินค้าเทงบโฆษณา

นางสาวเพียว ธรรมธีรสุนทร หัวหน้าฝ่ายวางแผนกลยุทธ์สื่อทีวี บริษัทมายด์แชร์ ประเทศไทย จำกัด เอเยนซีเครือข่ายด้านการตลาดและการสื่อสารเปิดเผยว่าปีนี้ทีวีออนไลน์ยังคงครองส่วนแบ่งงบประมาณทีวีเป็นหลัก โดยเฉพาะช่อง 7 และช่อง 3 ที่ยังคงเรตติ้งผู้นำ ในขณะที่โดยมีราคาโฆษณาไพรม์ไทม์สูงสุดที่ 5 แสนบาทต่อนาที ให้ส่วนลดเฉลี่ย 15-20% ขณะที่ทีวีดิจิทัล ในกลุ่มผู้นำเสนอราคาตั้งสูงสุดที่ 2 แสนบาทต่อนาที แต่เสนอส่วนลด 70-80% หรือนาทีละไม่เกิน 5 หมื่นบาท

อย่างไรก็ตามทีวีดิจิทัลมีแนวโน้มผู้ชมเพิ่มขึ้นหลังออกอากาศครบปี โดยมีคอนเทนต์ใหม่ๆ เป็นตัวเลือกให้ผู้ชม รวมทั้งละครแข่งกับช่องออนไลน์เดิม พบว่าสินค้าและบริการต่างๆ จัดสรรงบประมาณจากช่องออนไลน์ไปยังทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น โดยปี2557 สัดส่วนงบประมาณช่องออนไลน์ 80-90% ปีนี้อยู่ที่ 60-70% โดยงบประมาณ 30-40% ถูกจัดสรรไปใช้ในทีวีดิจิทัลและสื่อออนไลน์ที่กำลังขยายตัวสูง

จักรกระแส



• รัตติยา อังกุลานนท์
rattiya@nationgroup.com

'ราคาตั้ง'โฆษณาทีวีดิจิทัล ต้นทุนค่าเกินจริง

โอกาสครบรอบ 1 ปี การออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ในเดือน
เม.ย.นี้ สำนักงานกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ (กสทช.) จัดทำผลวิเคราะห์และประเมินมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อทีวีดิจิทัล
21 ช่องใหม่ เปรียบเทียบ 5 ช่อง (ช่อง3,7,5,9,11) ที่วือนาล็อกเดิม
โดยวิเคราะห์จากฐานข้อมูลการรายงานตัวเลขการใช้โฆษณาผ่านสื่อทีวีของ
นิลเส็น ประเทศไทย พบว่าปี 2557 นับจากการเริ่มต้นออกอากาศเดือนเม.ย.-ธ.ค.2557
ทั้ง 21 ช่องใหม่ มีมูลค่า 12,071 ล้านบาท ส่วน 2 เดือนแรกปีนี้ เดือนม.ค.อยู่ที่ 2,510
ล้านบาท และก.พ. มูลค่า 2,846 ล้านบาท

จากฐานข้อมูลดังกล่าวสำนักงาน กสทช. คาดการณ์งบโฆษณาผ่านสื่อทีวีสิ้นปี 2558
มีมูลค่า 97,525 ล้านบาท แบ่งเป็น ทีวีวือนาล็อก 5 ช่อง มีมูลค่า 47,840 ล้านบาท และ
ทีวีดิจิทัล 21 ช่อง มีมูลค่า 49,684 ล้านบาท

โดยประเมินว่างบโฆษณาทีวีวือนาล็อกมีแนวโน้ม"ลดลง"ต่อเนื่อง ขณะที่ทีวีดิจิทัล
มีทิศทาง"เพิ่มขึ้น" จากปัจจัยการขยายโครงข่ายส่งสัญญาณระบบดิจิทัล (Mux) สถานีส่ง
หลัก 39 แห่งครอบคลุมทั่วประเทศในปี

สำนักงาน กสทช. วิเคราะห์ว่าตั้งแต่ครั้งปีหลัง หรือ **ก.ค.ปีนี้เป็นต้นไป งบโฆษณา
ทีวีดิจิทัลจะเริ่มแซงทีวีวือนาล็อก**

การวิเคราะห์และประเมินมูลค่างบโฆษณาทีวีดิจิทัลดังกล่าวยังไม่สอดคล้องกับภาพ
รวมอุตสาหกรรมโฆษณาไตรมาสแรก ทั้งการชะลอตัวด้านการใช้งบโฆษณาของบรรดา
สินค้าและบริการต่างๆ ที่ยังอยู่ในภาวะติดลบ เห็นได้จากโฆษณาทีวีซึ่งครองสัดส่วนแค่
โฆษณาสูงสุดอยู่ในภาวะหดตัว 8% เทียบช่วงเดียวกันปีก่อน

ปัจจัยสำคัญ!! คือเป็นการประเมินมูลค่าโฆษณาทีวีดิจิทัล จาก **Rate Card** หรือ
"ราคาตั้ง" ที่บรรดาช่องทีวีดิจิทัลเสนอขายให้กับลูกค้าตรงและมีเดีย เอเจนซี ขณะที่การ
ซื้อขาย"จริง" ช่องทีวีดิจิทัลให้ **"ส่วนลด"** กับผู้ซื้อไม่ต่ำกว่า 50% ของราคาตั้งและอาจสูง
ถึง 80% ในบางช่วงเวลาที่เราตั้งผู้ชมต่ำ

ปัจจุบันช่องทีวีดิจิทัลกำหนดราคาตั้ง ในช่วงไพรม์ไทม์ไว้สูงถึง 2 แสนบาทต่อนาที
ส่วนทีวีวือนาล็อกสูงสุด 5 แสนบาทต่อนาที แต่ทีวีวือนาล็อก ผู้นำช่อง 3 และช่อง 7 ซึ่ง
ครองส่วนแบ่งงบโฆษณารวมกันกว่า 60% ให้ส่วนลด 10-20% จากราคาตั้ง ทำให้มูลค่า
งบโฆษณาช่องวือนาล็อกใกล้เคียงตัวเลขจริง ขณะที่ช่องดิจิทัลปัจจุบันราคาขายจริงยังอยู่

ที่หลัก“หมิ่นบาท” เป็นส่วนใหญ่

การที่ช่องดิจิทัลวางราคาตั้งโฆษณาในอัตราสูงและเสนอส่วนลดสูงเช่นกัน ส่งผลให้การประเมินภาพรวมมูลค่าโฆษณาในทีวีดิจิทัล 21 ช่องใหม่ “เกินจริง”

ขณะที่ **มีเดีย เอเจนซี** ต่างประเมินมูลค่าโฆษณาที่ใช้จ่ายจริงในผังทีวีดิจิทัลปีนี้ อยู่ที่สัดส่วนไม่เกิน 50% ของตัวเลขที่สำนักงาน กสทช.ประเมินเท่านั้น

แม้ทีวีดิจิทัล จะอยู่ในฐานะฟรีทีวีภาคพื้นดินเช่นเดียวกับทีวีอนาล็อกและสามารถ รับชมผ่านแพลตฟอร์มเคเบิลและดาวเทียมภายใต้กฎหมายได้กฏมัสต์แคร์รี่ ที่ทำให้สามารถเข้าถึง ครบถ้วนไทย 70% ทั่วประเทศ แต่ด้วยเป็นช่องใหม่และเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ทำให้ต้องใช้ เวลาสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มผู้ชม

อีกทั้งต้องรอการขยายโครงข่ายภาคพื้นดินครอบคลุมทั่วประเทศ ทั้งสถานีส่งหลัก และสถานีเสริมภายในปี 2559 ซึ่งจะทำให้กลุ่มที่รับชมผ่านเสาอากาศ สามารถรับชมทีวี ดิจิทัลช่องใหม่ ที่จะช่วยให้มีฐานผู้ชมเพิ่มขึ้น จากนั้นเชื่อว่าการซื้อขายโฆษณาจะใกล้เคียง ราคาตั้ง ทำให้มูลค่าโฆษณาทีวีดิจิทัล จะสะท้อนตัวเลขจริงที่เกิดขึ้นอุตสาหกรรมโฆษณา ทีวี



เล่าสู่กันฟัง

บัญญัติ คำณวนวัฒน์

‘ก้าวที่สาม’ของทีวีดิจิทัลไทย เป้าหมายเพื่อพัฒนาประเทศ

นับจากก้าวแรก เมื่อหนึ่งปีที่แล้วซึ่งประเทศไทยได้เดินผ่านเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมโทรทัศน์ จากออกอากาศด้วยระบบอนาล็อกมาสู่ระบบดิจิทัล โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) หน่วยงานกลางผู้วางกฎกติกาการประมูลใบอนุญาตหมายเลขช่องต่างๆ กำหนดให้มีสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้งหมด 48 ช่อง แบ่งเป็นธุรกิจ 24 ช่อง, สาธารณะ 12 ช่อง และชุมชน 12 ช่อง จนถึงวันนี้มีช่องธุรกิจครบแล้ว ส่วนช่องสาธารณะมีเพียง 3 ช่อง ที่เหลือยังอยู่ในระหว่างการจัดสรร

ก้าวสอง...ตอนนี้ประเด็นสำคัญ หลังการปล่อยสัญญาณทีวีดิจิทัลของ กสทช. กำลังถูกตั้งคำถามไม่น้อยถึงทิศทางในอนาคต โดยเฉพาะบนเวทีเสวนา “โครอด โครร่วง ชะตาทีวีดิจิทัลไทย” โดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่มองว่าผู้ประกอบการทั้ง 27 ช่อง ไม่ว่าจะออกอากาศแบบความคมชัดสูงและความคมชัดปกติ ได้ลงทุนประมูลแข่งขันเพื่อซื้อใบอนุญาตเลขหมายช่องไปกว่า 5 หมื่นล้านบาท นี่เป็นเพียงต้นทุนหลักที่แต่ละช่องแบกรับไว้ มีตั้งแต่ใบอนุญาตในราคาค่าของการประมูลอยู่ที่ 600 ล้านบาท ไปจนถึงสูงสุดที่ 3,500 ล้านบาท ต้นทุนดังกล่าวยังไม่รวมค่าดำเนินการผลิตที่ต้องนำทั้งนวัตกรรมทางเทคโนโลยีบวกกับฝีมือของทีมงานมาสร้างสรรค์รายการที่สามารถดึงดูดความสนใจให้มีผู้ชมมากๆ จนเป็นที่รู้กันดีในวงการว่าบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านนี้กำลังเป็นที่ต้องการอย่างมาก มากจนต้องมีการ

ซื้อตัวย้ายค่ายกันเป็นว่าเล่น ก็อดใจแทนเพื่อนพ้องน้องพี่ทั้งหลายไม่ได้ นอกจากนี้ การแจกอุปกรณ์และเทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลก็ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้สัดส่วนของผู้รับชมระบบอนาล็อกเดิมราวๆ 90% ลดลงเหลือ 74.3% ถ้าเทียบให้เห็นชัดๆ ตอนนี้มีคนชมผ่านระบบเดิมประมาณ 45 ล้านคน และระบบดิจิทัล 15 ล้านคน นั่นหมายความว่าทิศทางทีวีดิจิทัลในบ้านเรากำลังสดใส แต่ถ้ามาดูกันที่สัดส่วนรายได้จากการโฆษณาปีนี้คาดว่าจะอยู่ที่ 97,000 ล้านบาท เติบโตกว่าปีที่แล้วเป็น 3 เท่า กลับมีส่วนแบ่งค่าโฆษณาส่วนใหญ่ยังอยู่ที่ช่องฟรีทีวีเดิมไม่กี่ช่องกว่า 47,000 ล้านบาท แต่ทีวีดิจิทัล 21 ช่องใหม่ มีส่วนแบ่งรวมกันเพียง 49,000 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามสำหรับ 1 ใบอนุญาต 1 หมายเลขช่อง มีอายุสัญญาไม่ยาวนาน คือ 15 ปี มีนักวิชาการหลายคนประเมินไว้ว่ากว่าที่ทีวีดิจิทัลจะถึงจุดคืนทุนก็ต้องใช้เวลาถึง 10 ปี เหลือเวลาที่พอจะทำกำไรได้เพียงช่วง 5 ปีหลังเท่านั้น ฟังดูน่าเป็นห่วงมากทีเดียว ดังนั้น ก้าวที่สามต่อไปนับจากนี้ หน่วยงานที่เป็นผู้ดูแลและวางนโยบายเกี่ยวกับเรื่องนี้คงจะต้องวางกฎกติกาให้ชัดเจน ครอบคลุมประโยชน์ 3 ฝ่ายสำคัญ คือ 1.ธุรกิจทีวีดิจิทัลสามารถดำเนินกิจการคงอยู่ได้ “อยู่รอดและรุ่ง” 2.ประชาชนจะต้องได้ทั้งความรู้และความสุขในการรับชม 3.ประเทศสามารถพัฒนาเศรษฐกิจต่อไปได้จากการเติบโตของธุรกิจ และสามารถขยายโครงข่ายดิจิทัลต่อไปอีกในอนาคต

เรื่องที่ได้นำมาเล่าสู่กันฟังในวันนี้...ก็ด้วยเจตนาอยากที่จะเห็นคลื่นความถี่ซึ่งเป็นสาธารณสมบัติของประเทศ ได้ถูกนำไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนสูงสุด และอยากให้ผู้ประกอบการที่ยอมควักกระเป๋าลงทุน มุ่งมั่นสร้างเนื้อหาดีๆ เพื่อประชาชนก็สามารถยืนหยัดอยู่ได้ อย่างรุ่งเรืองเช่นกัน



ต้องสู้-รอวันบูม

ก็ยังเป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล รวมไปถึงผู้ผลิตรายการ ป้อนช่อง เพราะยังไม่เกิดความสะดวกในเรื่องของธุรกิจ!!

การเรียกร้องลดค่าสัมปทานหนึ่งและการยืดเวลาสัมปทานหนึ่งก็ยังไม่ชัดเจนว่า จะเอาอย่างไร?

ใครสายป่านสั้น มีโอกาสโบกมือลาไม่ช้าก็เร็ว

การลงทุนที่ต้องใช้งบประมาณสูงลิบ แต่ยังไม่เห็นค่าโฆษณา คือจุดเริ่มต้นของการ "ขาดทุน" และยังไม่เห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์แต่ประการใด!!

โดยเฉพาะคอนเทนต์รูปแบบเนื้อหาที่ไม่แตกต่าง ไม่อาจกวักมือเรียกโฆษณาให้วิ่งเข้าไปหาได้ง่ายๆ



การเริ่มต้นเป็นหลายสิบช่องก็เหมือนการพุ่งเข้าปะทะกับภาวะเศรษฐกิจอันซบเซา ไม่ต่างอะไรกับการเล่นเรือเข้าสู่ใจกลางพายุร้าย มีแต่จะดำดิ่งสู่ก้นมหาสมุทร

ช่องที่พอมีศักยภาพมากกว่าก็ปรับทิศทาง โดยเซ็น "ละคร" ลงสู่แม่ต้นทุนจะสูง แต่ก็เรียกเรตติ้งและลูกค้าได้ดีกว่า เปรียบแล้วก็คือ "เมนูหลัก" ประจำวันพอที่จะนำเม็ดเงินค่าโฆษณาจากละครมาลดต้นทุนในส่วนอื่นได้

อย่างไรก็ตาม ทีวีดิจิตอลทุกช่องจะต้องปั้น "เอกลักษณ์" ของตัวเองให้เป็นที่ยอมรับของผู้ชม หากมีดีก็ต้องปล่อยของออกมาเพื่อพิสูจน์การก้าวเดินอย่างมั่นคง

หากจะรอให้ทุกอย่างครบสมบูรณ์ในอีก 3-4 ปีข้างหน้าตามที่ กสทช. ตั้งเป้าหมายเอาไว้ อาจจะไม่ทันกาลเสียก่อน!!

ดังนั้น ทุกช่องจะลดหย่อนตัดทอนรูปแบบเนื้อหาไม่ได้เด็ดขาด บางรายการที่ซ้ำซากจำเจต้องปรับเปลี่ยน เพราะจะขายไม่ได้อีกต่อไป

จึงต้องสู้กันด้วยเนื้อหาที่แปลกใหม่ ทันสมัย โดนใจ ทั้งลีลาการนำเสนอก็ต้องชวนติดตามด้วย

หากประจวบเหมาะับเศรษฐกิจดีตัวขึ้นเร็ววัน ก็ยังพอเห็นปรากฏการณ์ทีวีดิจิตอล "บูม" อย่างน่าพึงพอใจก็เป็นได้!!

"แจ่วริมาจ"

อลหม่านเครื่องส่งทีวีดิจิตอล “อสมท” เรื่องร้องเรียนเพียบ “กรมประมง” พิรุณอื้อ!!



อนาคตของ “ทีวีดิจิตอล” กับประเทศไทย จะไม่สดใสเท่าไรนัก ทั้งที่มีการออนแอร์ ยังสัญญาณจริงทั่วประเทศมาเป็นเวลาร่วมปี ท่ามกลางกระแสข่าวบรรดาช่องใหญ่ช่องเล็ก ล้วนแต่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการหารายได้มาจุนเจือสถานะของตัวเอง

สาเหตุก็เนื่องมาจาก การที่บรรดาบริษัทเอกชน หรือเอเยนซีโฆษณา ยังไม่พอใจกับปริมาณโปรแกรมโฆษณา และหน่วยงานของตัวเองไปที่ ฟรีทีวี ช่องหลักเช่นเดิม ส่วนแบ่งโฆษณาทางทีวี ที่ว่ากันว่าหมุนเวียนอยู่ราว 100,000 ล้านบาทต่อปี ก็เลยกระจุกตัวอยู่กับ ทีวีช่องหลักไม่กี่ช่อง เช่นเดิม และไม่ใกล้เคียงกับการที่จะใช้คำว่า “แบ่งเค้ก” ด้วยซ้ำ มีเพียงเศษเงินที่ไหลแบบกะปริกะปรอยไปถึงฝั่ง ทีวีดิจิตอล เท่านั้น

ในช่วงเปลี่ยนผ่าน ที่ยังต้องมี “ทีวีอนาล็อก” ควบคู่ไปกับ “ทีวีดิจิตอล” เช่นนี้ ช่องไหนจะรุ่ง หรือจะร่วง จึงไม่ได้อยู่ที่ว่า ใครหารายได้จากค่าโฆษณาเก่งกว่ากันเป็นหลัก แต่อยู่ที่ “สายป่าน” ของนายทุน และเจ้าของช่อง ว่าใครจะยาวมากน้อยเพียงใด ยืนระยะได้นานขนาดไหน มากกว่า

ต้นตอที่ทำให้วงการ “ทีวีดิจิตอล” เสี่ยงเป็นเป่าซาก หลายช่องใกล้เข้าสู่ช่วงวิกฤตแบบนี้ คงหนีไม่พ้น “คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ” หรือที่รู้จักกันดีในนาม “กสทช.” ที่ไม่ว่าจะหยิบจับเรื่องใดก็มีแต่ผู้คนก่นด่า มอบก้อนหินให้มากกว่าดอกไม้

กระทั่งวันนี้ ชาวบ้านก็ยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่า “ทีวีดิจิตอล-ทีวีอนาล็อก” มันแตกต่างกันตรงไหน

เรื่องผลงานสอบตกซ้ำซากของ กสทช. นี่เองที่ทำให้ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ก็ยังหมายหัว เพ่งเล็ง โดยส่ง “บิ๊กโย่ง” พล.อ.อนันตพร กาญจนรัตน์ ทุนเชื้อใจในฐานะประธานคณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณภาครัฐ (คตร.) เข้าไปตรวจสอบ และร้องบประมาณหลายโครงการของ กสทช. มาแล้ว หากจำกันได้ดี ก็เป็นผลงานของ คตร. ชุดนี้เองที่ทำให้ “คูปอง” สำหรับชื้อกล่องรับทีวีดิจิตอล ซึ่ง กสทช. รับหน้าเสื่อในการแจกให้แก่ประชาชนทุกครัวเรือนทั่วประเทศ ลดมูลค่าลงฮวบฮาบ จากที่ กสทช. ตั้งไว้ 1,000 บาท เหลือเพียง 690 บาท

เท่านั้น

ซ้ำร้าย กสทช. ยังต้องเผชิญกับข่าวที่ไม่ค่อยเป็นมงคล เมื่อรัฐบาล คสช. เตรียมผลักดันแพคเกจเศรษฐกิจดิจิตอล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอำนาจของบรรดาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดย กสทช. ก็เป็นหนึ่งในนั้น จากเดิมที่เคยเป็นหน่วยงานอิสระ มีอำนาจล้นมือรวมไปถึงรายได้มหาศาล จะต้องตกไปอยู่ในการควบคุมของ “คณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิตอลแห่งชาติ” แทน เท่ากับว่า กสทช. เหมือนถูกตัดแขน ขา และลดอำนาจลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ทั้งนี้ ก็เป็นผลมาจากการทำงานของ กสทช. ที่ไม่เข้าตามาตลอด

หันมาดูที่ด้านเทคนิคของระบบการส่งสัญญาณของทีวีดิจิตอลเอง ก็ดูจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กระแสความนิยม ฟรีทีวีช่องใหม่ ที่เกิดขึ้นขึ้นไม่ค่อยขึ้นเท่าที่ควร เพราะดูจะมีแค่ “คนเมือง” เท่านั้นที่ได้สัมผัสกับ ทีวีดิจิตอล ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ส่วนพื้นที่อื่นๆ อาจจะดูได้บ้าง แต่ก็มีปัญหาสัญญาณสะดุด ไม่ลื่นไหล จนรำคาญใจ กลับมาคว้า “หนวดกุ้ง” อันเก่ามาเสียบดูทีวีอะนาล็อกกันต่อไป

ต้องยอมรับว่า การดำเนินแผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิตอล ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. นั้น กระทั่งคณะกรรมการแต่งตั้งแต่ต้น เหตุก็เพราะ ทีวีดิจิตอลถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย กระทั่งผู้ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลเองก็ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ จนต้องบินไปดูงานต่างประเทศกันแบบถี่ยิบ จึงเป็นที่มาของงบประมาณดูงานของ กสทช. แต่ละคนตกปีละหลายล้านบาท

ทีวีดิจิตอลในประเทศไทยนั้น ได้ทำการทดลองออกอากาศกันมาเป็นระยะเวลาพอสมควร หลังจากที่ได้อำนาจผู้ประกอบการในส่วนช่องธุรกิจ 24 ช่อง เมื่อช่วงปลายปี 2556 และได้ทำการออกอากาศจริง เมื่อเดือน มิถุนายน 2557 แต่ก็ไม่น่าเชื่อว่า เมื่อถึงเวลาออกอากาศจริงแล้ว 4 หน่วยงานหลัก ซึ่งได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ทีวีดิจิตอล หรือทำหน้าที่เป็น “แม่ข่าย” หรือ Multiplex (Mux) ได้แก่ ททบ.5 ไทยพีบีเอส อสมท และ ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ กลับยังไม่มีความพร้อม

มีเพียง ททบ.5 และไทยพีบีเอสเท่านั้นที่ทำการประมูลและจัดซื้อเครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลแล้วเสร็จก่อนการออกอากาศจริง ส่วน อสมท และ ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ เชื้อ



หรือไม่ว่า จนถึงวันนี้ก็ยังดำเนินการไม่เรียบร้อย ทั้งที่ในความ เป็นจริง 4 หน่วยงานที่ว่า ต้องดำเนินการจัดหาอุปกรณ์ส่งสัญญาณ ให้ได้ ตั้งแต่ในช่วงทดลองออกอากาศ แต่ กสทช.ในฐานะ ผู้ควบคุมโครงการ กลับไม่กำหนดเงื่อนไขเวลาว่า แต่ละรายต้อง เตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมเมื่อใด เพื่อให้การออกอากาศเป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพ

จึงกลายเป็น "ช่องโหว่" ที่ทำให้ อสมท และ ช่อง 11 กรม ประชาสัมพันธ์ ต้องเวลาการจัดหาอุปกรณ์ โดยใช้เครื่องส่งสัญญาณ ที่ใช้ในช่วงทดลองออกอากาศไปพลาง

สำหรับ อสมท นั้นมีความพยายามในการเดินหน้าจัดหา เครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ติดปัญหาความ ไม่โปร่งใสมาโดยตลอด ก่อนที่ล่าสุด บริษัท ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) เข้าวิน ในการประมูลรอบล่าสุด ท่ามกลางหนังสือร้อง เรียนของผู้ร่วมแข่งขัน ที่ร้อนให้หน่วยงานต่างๆ เข้ามาตรวจสอบ ทั้งสำนักงานผู้ตรวจเงินแผ่นดิน (สตง.) หรือ คณะกรรมการป้องกัน

และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)

ย้อนไปถึงความไม่ชอบมาพากลของกระบวนการจัดหา เครื่องส่งสัญญาณของทาง อสมท ซึ่งมีกระแสข่าว ตั้งแต่กระบวนการ การจัดทำร่างข้อกำหนด "ทีโออาร์" ที่ถูกตั้งข้อสังเกตว่า ไม่มีการนำ ข้อมูลของ ททบ.5 และไทยพีบีเอส ที่จัดหาแล้วเสร็จมาประกอบ การพิจารณา แต่กลับร่างขึ้นมาใหม่ จนถึงคนในวงการทีวีดิจิตอล วิพากษ์วิจารณ์ว่า มีความพยายาม "ลือกลืนปาก" และเอื้อให้แก่ บริษัทเอกชนบางราย รวมไปถึงดัดแปลงรายละเอียดทางเทคนิค อื่นๆ อย่างมีพิรุณ

แต่จนแล้วจนรอดก็ได้ดำเนินการประกวดราคาแล้วเสร็จ และได้ "บริษัท เทค ทีวี จำกัด" เป็นผู้ที่ได้รับเลือกให้ดำเนิน โครงการ แต่เวลาผ่านไปพอสมควร ก็ยังไม่มีมีการลงนามในสัญญา ว่าจ้างอย่างเป็นทางการ ทั้งที่เป็นเรื่องเร่งด่วน ตอนนั้นมีข่าวว่าทาง "เทคทีวี" ได้สั่งซื้ออุปกรณ์ และเตรียมบุคลากรเพื่อให้ทันเดดไลน์ ที่กำหนด รวมทั้งแจ้งขอเข้าดำเนินการติดตั้งไปยัง อสมท หลาย

ต่อหลายครั้ง เพื่อให้ส่งมอบพื้นที่สถานี สำหรับติดตั้ง แต่กลับไม่ได้รับการตอบสนองใดๆ

ที่สุดแล้ว การประกวดราคากลับถูกยกเลิกไปอย่างเงียบๆ โดยมี "ไอโม่ง" อยู่เบื้องหลังการตีเรื่องกลับไปยังคณะกรรมการเปิดซองฯ ซึ่งว่า คุณสมบัติ ของอุปกรณ์ประกอบชิ้นหนึ่งของ "เทคทีวี" ไม่ตรงกับที่ไออาร์ ทั้งที่คณะกรรมการเปิดซองฯยืนยันว่า อุปกรณ์ที่ว่าเป็นแค่เพียงอุปกรณ์ส่วนประกอบ ไม่ใช่อุปกรณ์หลัก และไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการให้บริการโครงการ

ยิ่งไปกว่านั้น การยกเลิกครั้งนั้น ไม่ได้ผ่านการพิจารณาของบอร์ด อสมท ด้วยซ้ำ แต่กลับมีการเสนอตั้งเรื่องเพื่อดำเนินการจัดหาเครื่องส่งสัญญาณซ้ำซ้อนขึ้น จนทำให้ "เทคทีวี" ต้องหันหน้าไปพึ่งกระบวนการยุติธรรม และเรื่องอยู่ในศาลปกครองขณะนี้

สำหรับการประกวดราคารอบใหม่ เพิ่งเสร็จสิ้นไปเมื่อไม่นานมานี้ ซึ่ง บริษัท ลีอกซเลย์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ได้รับคัดเลือก แต่ก็ถูกบริษัทที่ร่วมเสนอราคาประท้วง เนื่องจากอุปกรณ์หลักของทาง ลีอกซเลย์ ที่ไม่ตรงกับที่ อสมท กำหนด แต่สุดท้ายทาง อสมท ก็ไม่รับฟังข้ออ้างทั้งนี้ และลงนามในสัญญาให้ "ลีอกซเลย์" เริ่มดำเนินโครงการไป เมื่อไม่กี่วันก่อน

แต่ก็ยังมีเรื่องร้องเรียนค้างอยู่ที่ สตง. และ ป.ป.ช. ที่ยังไม่ทราบผลการพิจารณาของทั้ง 2 หน่วยงาน ตอนนี้ก็ต้องจับตาวาดูเรื่องนี้จะจบอย่างไร

ข้ามฟากมาทันที ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์กันบ้าง ก็ยุ่งเหยิงซุลมุนไม่แพ้กัน มีการ "ดิ่งเรื่อง" ถ่วงเวลามาร่วมปี โดยมีข้อนาสั่งเกตว่า มีความพยายามผลักดัน ตั้งเรื่องจัดหาเครื่องส่งฯ แต่ก็มีมีการดิ่งเรื่องไปมา เพื่อให้ใกล้ถึงเวลาออกอากาศ และใช้เป็น "ข้ออ้าง" ในการเข้าเงื่อนไขจัดซื้อวิธีพิเศษ ซึ่งไม่ได้เปิดเผยไปจากกรณีของ อสมท ที่รำลือว่ามี "ฝ่ายการเมือง" เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องหวังกอบโกยผลประโยชน์มหาศาล

ที่พิสดารไปกว่าของ อสมท ก็คือ ในวงเงินงบประมาณ 980 ล้านบาท ของกรมประชาสัมพันธ์นั้น นอกเหนือจากระบุไว้ เพื่อการจัดหาอุปกรณ์เครื่องส่งฯ เพื่อติดตั้งใน 18 สถานีหลัก จำนวน 33 เครื่อง ยังมีในส่วนของการสร้างพื้นฐานต่างๆ ไปด้วย ทั้ง เสา ระบบสาย ท่อ และอื่นๆ ที่สำคัญมีการบรรจุโครงการสร้าง "อาคารใหม่" เข้าในวงเงินดังกล่าวด้วย ซึ่งในส่วนของการก่อสร้างอาคารก็ยังมีมีการลือสเปกในรายละเอียดเล็กน้อยไว้อีกเช่นกัน

แต่การจัดหาเครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลครั้งนั้น ไม่สามารถดำเนินการต่อได้ หลังจากที่มีการระดมการเศรษฐกิจฯ วุฒิสภา และ

สตง.ได้เข้าไปตรวจสอบ พร้อมทั้งมีหนังสือท้วงติงไปยัง นายกรัฐมนตรี เพื่อให้ทบทวนโครงการดังกล่าว เนื่องจากมีสัญญาความไม่โปร่งใสในการจัดซื้อ ส่งผลให้กรมประชาสัมพันธ์ได้ยกเลิกการจัดซื้อโดยวิธีพิเศษฯ และแจ้งว่าจะเปลี่ยนเป็นการประมูลแบบเปิดกว้าง แต่ก็เพิ่งมาเริ่มกระบวนการใหม่ เมื่อช่วงปลายเดือนมี.ค. ที่ผ่านมานี้

ก่อนหน้านี้ มีกระแสข่าวว่า การที่โครงการของกรมประชาสัมพันธ์ถูกเก็บตองไว้ เนื่องจากในกระบวนการจัดทำที่ไออาร์ และการกำหนดทำสเปก มีพิรุธหลายจุด จนทำให้ "อภิรักษ์ จันทวีชัย" อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ไม่ยอมลงนามในประกาศโครงการ ทำให้ไม่สามารถเริ่มการประกวดราคาได้

แต่ในการประกวดราคาล่าสุด ที่มีการประกาศเชิญชวนเอกชนเข้าร่วม ไปเมื่อวันที่ 10 มี.ค.ที่ผ่านมา ก็ยังมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงความผิดปกติในหลายจุดด้วยกัน โดยเฉพาะการกำหนดสเปกอุปกรณ์บีบอัดสัญญาณ (Head-End) ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญของเครื่องส่งสัญญาณ ที่มีคุณสมบัติพิเศษตรงกับอุปกรณ์เพียงยี่ห้อเดียว ซึ่งเข้าร่วมการประกวดราคาด้วย จนผู้ร่วมเสนอราคารายอื่นร้องเรียนต่อคณะกรรมการฯ แต่ก็ไม่เป็นผล ทางคณะกรรมการยังยืนยันกรณ ที่จะใช้อุปกรณ์ดังกล่าว ทำให้มีผู้ไม่ผ่านคุณสมบัติในเบื้องต้นหลายราย

ล่าสุดมีรายงานข่าวแจ้งว่า เบื้องต้นมีผู้ผ่านการพิจารณาทางเทคนิคจำนวน 4 ราย ได้แก่ บริษัท สามารถคอมเทค จำกัด (บจ.สามารถฯ) บริษัท ลีอกซเลย์ จำกัด (มหาชน) บริษัท อินเทอร์เน็ตเอ็นชั่นแนล รีเสิร์ช คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (บมจ.ไออาร์พีซี) และ บริษัท สตรองบราเดอร์ส 1961 จำกัด (บจ.สตรองบราเดอร์สฯ) โดยมีการนัดหมายเข้าฟังผลและยื่นซองราคาในวันที่ 9 เม.ย.นี้ แต่สุดท้ายทาง อสมท ได้มีหนังสือแจ้งเลื่อนไปเป็นวันที่ 23 เม.ย.58 โดยให้เหตุผลว่า ยังพิจารณาคุณสมบัติ และรายละเอียดเอกสารของผู้เข้าร่วมประกวดราคาที่ยื่นเข้ามาทั้งหมด 7 ราย ไม่แล้วเสร็จ

ในทางกลับกัน แหล่งข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์ ยืนยันว่าคณะกรรมการได้ดำเนินการในส่วนของการตรวจสอบคุณสมบัติเรียบร้อยแล้ว แต่ถูกตีเรื่องกลับ เพื่อให้ตรวจสอบคุณสมบัติผู้ผ่านด้านเทคนิคใหม่อีกครั้ง ซึ่งมีการตั้งข้อสังเกตว่า มีความพยายามที่จะตัดเหลือบบริษัทที่ผ่านคุณสมบัติด้านเทคนิค และมีสิทธิ์ได้รับการพิจารณาของราคา เพียง 2 รายเท่านั้น เพื่อตัดโอกาสไม่ให้เอกชนรายอื่น ชนะการประกวดราคา

ซึ่งทั้ง 2 ราย ที่ได้รับการลือไว้ รายหนึ่งเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ที่เคยชนะการประกวดราคาเครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลของแม่ข่ายรายอื่นมาก่อน ขณะที่อีกรายหนึ่งเป็นบริษัทที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการผลิตรายการโทรทัศน์ แต่ไม่เคยยื่นเสนอราคาเครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลที่ได้มาก่อน เพิ่งเข้ามาเสนอราคาในส่วนกรมประชาสัมพันธ์เป็นครั้งแรก โดยทั้ง 2 บริษัทดังกล่าว ถือเป็นพันธมิตรทางการค้าของกันและกัน และยังมีสายสัมพันธ์อันดีกับ "ระดับบิกของกรมประชาสัมพันธ์" ด้วย ทำให้ต้องจับตามองว่า หากมีเพียง 2 บริษัทนี้ผ่านเข้าไปในรอบสุดท้าย ก็ย่อมเสี่ยงที่จะมีการเกิดการฮั้วประมูลขึ้นได้

ว่ากันว่า "บิกบริษัทใหญ่" อีกแห่ง ที่ร่วมวงประกวดราคากับกรมประชาสัมพันธ์ด้วย ซึ่งมีข่าวซุบซิบว่า อิงแอบอยู่กับ "เจ็ด." จนเคยไปคุยทั่วคุ้งทั่วแคว ว่า บริษัทตัวเอง "นอนมา" ที่จะชิงโครงการจัดซื้อเครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิตอลของ กรมประชาสัมพันธ์ แต่เอาเข้าจริงเมื่อโครงการถูกปิดฝุ่นขึ้นมาในยุค คสช. ก็ต้องหงายเงิบ เมื่อเริ่มรู้ระแคะระคายว่า "ตัว" ที่ตัวเองจับจองอยู่ ถูกเปลี่ยนชื่อเจ้าของไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นี่ยาว ยุคใครยุคมัน เมื่อ "ฟ้าเปลี่ยนสี" อะไรๆ มันก็เปลี่ยนไปได้

ทั้งหลายทั้งปวง ก็เป็นเรื่องราวความไม่ชอบมาพากลในวงการทีวีดิจิตอล ที่มีเครื่องหมายคำถามกำกับอยู่ในทุกขั้นตอน การดำเนินการ ว่า มีความโปร่งใสมากน้อยเพียงใด หรือยังหาญกล้าปล่อยให้ "เหลือบ" เข้าเขมือบแสวงหาผลประโยชน์ไม่เลิก ในยุคที่ "ผู้นำประเทศ" ประกาศเอาจริงเอาจังกับการปราบปรามการทุจริต คอร์รัปชัน ■

'อสมท'ตั้งโครงข่ายดิจิทัล คาดเสร็จ'ปี60'ตามแผน'กสทช.'

●ยังคงเดินหน้าติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง สำหรับช่องยักษ์ใหญ่ของไทยอย่าง อสมท ที่ก่อนหน้านี้ได้มีการติดตั้งที่ล่าช้าเลยทำให้หลายพื้นที่ยังไม่สามารถรับชมช่องดิจิทัลได้ ซึ่งผลจากการมุ่งมั่นมาโดยตลอดเลยทำให้การติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลเริ่มเห็นผลไปในทิศทางที่ดีตามเป้าหมายที่ทาง กสทช. ตั้งกฎเกณฑ์ไว้ แม้ว่ายังไม่ครบตามกำหนดการ แต่ทาง อสมท ก็มั่นใจว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2560 แน่แน่นอน โดย “นายศิวัชร ชมสุวรรณ” ในฐานะกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้ออกมาเปิดเผยถึงความคืบหน้าในการติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลว่า

“การติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลของ อสมท ในระยะที่ 2 จำนวน 10 สถานีที่เหลือ ในเขตพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน, หนองคาย, เลย, ชัยภูมิ, แพร่, สตูล, อุตรดิตถ์, บึงกาฬ, ศรีสะเกษ และ ยะลา ขณะนี้ อสมท ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว 3 สถานี คือ แม่ฮ่องสอน, เลย, ชัยภูมิ ส่วนในเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย และ แพร่ อสมท ได้เตรียมอุปกรณ์ไว้พร้อมแล้ว ซึ่งหากติดตั้งได้ก็จะเป็นไปตามเป้าหมายที่ กสทช. กำหนด เพียงแต่ขณะนี้ต้องรอความพร้อมของผู้ให้บริการส่งอำนวยความสะดวกเพื่อ อสมท เข้าไปติดตั้งได้ตามแผนต่อไป

สำหรับการติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่เหลืออีก 5 สถานี ในเขตพื้นที่จังหวัดสตูล, อุตรดิตถ์, บึงกาฬ, ศรีสะเกษ และ ยะลา ที่ กสทช. กำหนดให้แล้วเสร็จภายในวันที่ 1 มิถุนายน 2558 นั้น อสมท มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินการได้ทัน ซึ่งจะครบทั้ง 39 สถานีหลัก โดยสัญญาณการออกอากาศจะครอบคลุมร้อยละ 80 ของจำนวนครัวเรือนตามเป้า กสทช. อย่างแน่นอน อันจะเกิดผลดีต่อภาพรวมของการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัลในประเทศไทย

ทั้งนี้ กสทช. ได้กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ต้องขยายโครงข่ายให้สามารถครอบคลุมครัวเรือนทั่วประเทศ นับจากวันที่ได้รับใบอนุญาต โดยได้กำหนดแผนขยายโครงข่ายแบ่งเป็นระยะดังนี้ ระยะที่ 1 ครอบคลุมครัวเรือน ร้อยละ 50, ระยะที่ 2 ครอบคลุมครัวเรือน ร้อยละ 80, ส่วนระยะที่ 3 และ ระยะที่ 4 เป็นการติดตั้งสถานีเสริมเพื่อให้ครอบคลุมครัวเรือน ร้อยละ 90 และร้อยละ 95 ตามลำดับ โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2560” ■



ศิวัชร ชมสุวรรณ

กสทช.ไฟเขียวคูปองแลกกล่องไฮบริด

● กสทช.เตรียมเปิดให้ขายกล่องไฮบริดรับชมได้ทั้งทีวีดิจิทัลและดาวเทียมในกล่องเดียวกันเร็วๆ นี้ พร้อมเร่งแจกคูปองให้ครบอีก 14.1 ล้านใบ

นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า หลังจากได้ทยอยแจกคูปองให้แก่ประชาชนในพื้นที่การวางโครงข่ายรับสัญญาณทีวีดิจิทัลได้ทั่วถึงจำนวน 8.3 ล้านใบ ขณะนี้ประชาชนนำคูปองมาแลกกล่องรับสัญญาณไปแล้ว 4.2 ล้านใบ คิดเป็นสัดส่วน 50% ส่วนที่เหลืออยู่ประชาชนอาจรอการตัดสินใจ เนื่องจากขณะนี้คสช.ได้อนุมัติให้สำนักงาน กสทช.เปิดให้นำคูปองมาแลกกล่องรับสัญญาณแบบไฮบริดซึ่งเป็นกล่องรับสัญญาณที่รับสัญญาณได้ทั้ง 2 ระบบ คือระบบภาคพื้นทีวีดิจิทัลและสัญญาณช่องรายการทีวีดาวเทียม โดยเปลี่ยนช่องทางการรับชมผ่านรีโมท โดย กสทช.

เตรียมประกาศให้ตัวแทนจำหน่ายทั้ง 50 ราย มาลงทะเบียนเพื่อขออนุญาตนำเข้ากล่องไฮบริด

ทั้งนี้ หลังตรวจสอบคุณสมบัติของเอกชนแล้ว คาดว่าจะนำเข้ามาจำหน่ายได้ในช่วง 1-2 เดือนข้างหน้า เบื้องต้นราคากล่องรับสัญญาณแบบไฮบริดที่ขายในตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,500 บาท หากเปิดให้แลกจากคูปองอาจทำให้ราคาลดเหลือ 900-1,000 บาท ส่วนกล่องรับสัญญาณแบบเดิมอาจจะต้องทำตลาดมากขึ้นด้วยการแจกเสาอากาศหรือมีกลยุทธ์ตลาดเพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม กสทช.เตรียมแจกคูปองทั้งหมดในคราวเดียวกันทั้ง 14.1 ล้านใบครอบคลุมทั่วประเทศ หากประชาชนนำคูปองมาแลกสัดส่วน 70% ก็ถือว่าน่าพอใจ และกสทช.พร้อมขยายเวลาการนำคูปองของชุดล่าสุดที่แจกออกไปให้อีก 2 เดือน เพื่อเปิดโอกาสให้แลกกล่องไฮบริดได้มากขึ้น

บอร์ดดีอี อำนาจล้นฟ้า หน้าที่คลุมเครือ

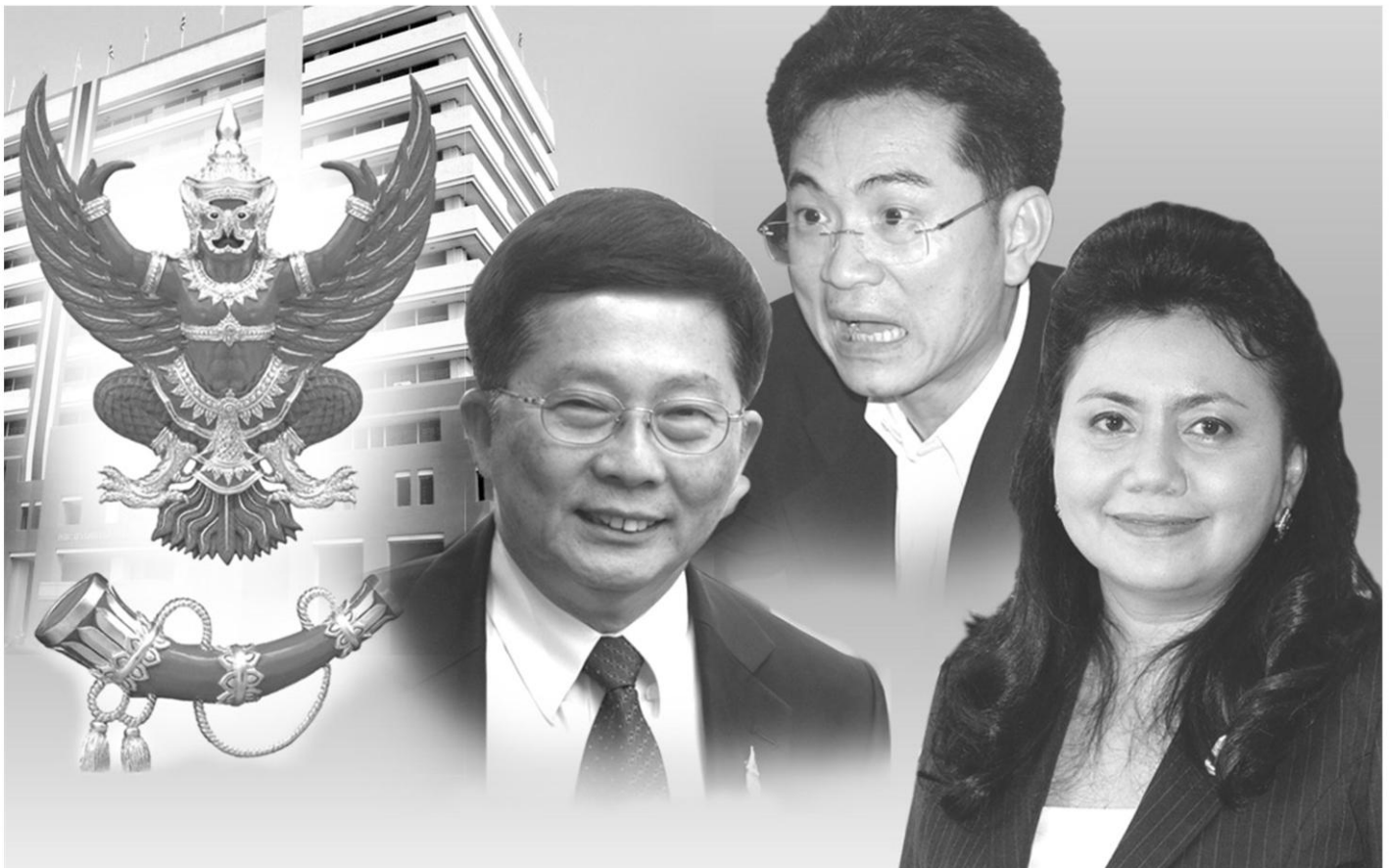


6 เมื่อการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเป็นวาระแห่งชาติ รัฐบาลได้ออกนโยบายดิจิทัลไโคโนมีเป็นหลักในการขับเคลื่อนประเทศ ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อกำหนดทิศทางและนโยบายให้ชัดเจน และเมื่อวันที่ 18 ก.พ.58 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้มีมติเห็นชอบร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการเตรียมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ.... โดยคณะกรรมการประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน, รองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแลด้านเศรษฐกิจ เป็นรองประธาน และกรรมการซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงที่เกี่ยวข้อง 9 กระทรวง, เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย, ประธานคณะกรรมการ

กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกิน 8 คน ซึ่งต้องแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากภาคเอกชนไม่น้อยกว่า 3 คน ด้านฝ่ายเลขานุการจะมีปลัดกระทรวงไอซีที เป็นกรรมการและเลขานุการ และรองปลัดกระทรวงฯ เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

นายพรชัย รุจิประภา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือไอซีที กล่าวว่า สำหรับอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดนี้ คือ การจัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมตามแนวทางที่ระเบียบกำหนด การให้ข้อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและแผนระดับชาติดังกล่าว การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการของหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งประสานความร่วมมือกับคณะกรรมการระดับชาติต่างๆ ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายอื่น

ทั้งนี้ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะต่อ ครม. ในการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการบูรณาการการกำหนดนโยบาย ตลอดจนการพิจารณาอนุมัติโครงการที่เป็นการร่วมลงทุนระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนในกิจการของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดิจิทัลเพื่อ



“คิดว่าบอร์ดดีอีควรเป็นโพลีซีเมคเกอร์ ให้มองในการทำงานเชิงทิศทางการที่จะส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลได้ ซึ่งต้องตั้งคำถามว่า ตกลงสิ่งที่กำลังทำอยู่จะเป็นการส่งเสริมหรือเป็นการทำงานที่สวนทาง เพราะในภาคเอกชนถือว่า เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล แต่ในการแก้กฎหมายทั้ง 10 ฉบับนั้น เราไปให้ความสำคัญกับภาครัฐว่าต้องเป็นคนขับเคลื่อน มีการเอื้ออำนาจให้กับพนักงานภาครัฐมากเกินไป ขาดการถ่วงดุล มองว่าแทนที่จะเป็นการส่งเสริมแต่อาจกลายเป็นการเหนี่ยวรั้ง” นายวสันต์กล่าว.

เศรษฐกิจและสังคม และมีอำนาจในการแต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อช่วยในการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ โดยมีสำนักงานปลัดกระทรวงไอซีทีทำหน้าที่สำนักงานเลขานุการ

อย่างไรก็ตาม การจัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะต้องครอบคลุมถึงแนวทางการดำเนินงานของคณะกรรมการที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุด อันจะก่อให้เกิดการประหยัดทรัพยากรของชาติ มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของประเทศที่ครอบคลุมถึงโครงข่ายการติดต่อสื่อสารทุกประเภทที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนประโยชน์ของประชาชนและสาธารณะเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ จะดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตและพัฒนาบุคลากร สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การสร้างความตระหนักและรู้เท่าทันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ อย่างทั่วถึง และเกิดประโยชน์ต่อประชาชนรวมถึงการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

และเมื่อระเบียบฉบับนี้ได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว กระทรวงไอซีทีที่จะใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ไปจนกว่าร่างพระราชบัญญัติคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ..... จะมีผลใช้บังคับ

บอร์ดดีอีควรเป็นโพลีซีเมคเกอร์

นายวสันต์ ภัยหลบลี้ รองประธานคณะกรรมการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) กล่าวว่า การที่มีคณะกรรมการเตรียมความพร้อมด้านดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือคณะกรรมการดีอี โดยหลักการแล้วเป็นเรื่องที่ดีและถูกต้องในการกำหนดนโยบายต่างๆ ไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล แต่ด้วยโครงสร้างคณะกรรมการที่ออกแบบมาคิดว่ายังมีปัญหาอยู่หลายอย่าง ซึ่งเรื่องแรกที่มีปัญหานั้น คือ บทบาทของคณะกรรมการยังไม่ชัดเจนว่าจะเป็นโพลีซีเมคเกอร์, เรกูเลเตอร์ หรือเพลเยอร์

ทั้งนี้ ในส่วนคณะกรรมการมีผู้ประกอบการเข้าไปอยู่ด้วย อาทิ ตัวแทนจาก บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ซึ่งตนมองว่าคณะกรรมการดีอีควรทำหน้าที่เป็นโพลีซีเมคเกอร์ หรือดูแลในส่วนของนโยบายและทิศทางมากกว่า และควรเป็นผู้นำเสนอแนวนโยบายนั้นๆ ไปสู่รัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลที่มาจากประชาชนนำเสนอสู่รัฐสภาให้ความเห็นชอบ

อีกทั้งทางอนุกรรมการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนเองก็ได้พิจารณาศึกษาใกล้ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมีความเห็นเช่นเดียวกันว่า คณะกรรมการดีอีควรเป็นเพียงผู้กำหนดนโยบาย โดยแยกบทบาทการกำกับดูแลผู้ประกอบการออกจากกันให้ชัดเจน เมื่อได้แผนหรือทิศทางนโยบายแล้ว จึงส่งต่อไปยังคณะรัฐมนตรี (ครม.) เป็นผู้พิจารณาต่อไป

“คิดว่าบอร์ดดีอีควรเป็นโพลีซีเมคเกอร์ ให้มองในการทำงานเชิงทิศทางการที่จะส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลได้ ซึ่งต้องตั้งคำถามว่า ตกลงสิ่งที่กำลังทำอยู่จะเป็นการส่งเสริมหรือเป็นการทำงานที่สวนทาง เพราะในภาคเอกชนถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล แต่ในการแก้กฎหมายทั้ง 10 ฉบับนั้น เราไปให้ความสำคัญกับภาครัฐว่าต้องเป็นคนขับเคลื่อน มีการเอื้ออำนาจให้กับพนักงานภาครัฐมากเกินไป ขาดการถ่วงดุล มองว่าแทนที่จะเป็นการส่งเสริมแต่อาจกลายเป็นการเหนี่ยวรั้ง” นายวสันต์กล่าว

นายวสันต์ยังมองว่า สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) นั้น หากต้องทำงานประสานกับคณะกรรมการดีอี ก็ให้ดำเนินการตามนโยบายที่ผ่าน ครม.แล้ว เพื่อป้องกันความสับสนและป้องกันการแทรกแซง ซึ่ง กสทช.ควรเป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่ในการจัดสรรคลื่นความถี่ ซึ่งมองว่าในการจัดสรรคลื่นความถี่นั้น ไม่ควรให้หน่วยงานอื่นเข้ามากำกับหรือเข้ามาแทรกแซงการทำงานได้ การจัดสรรคลื่นควรเป็นอำนาจโดยตรงขององค์กรอิสระ

แนะเรียกคืนคลื่นไม่ควรให้เงินชดเชย

จากกรณีที่มีกระแสข่าวออกมาว่า ในการประชุม

คณะกรรมการดีอี ได้มีการหารือเสนอเพิ่มมาตราใหม่ตามที่ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรฯ พ.ศ.2553 (พ.ร.บ.กสทช.) ยังมีการแก้ไขอยู่ในขณะนี้ โดยเบื้องต้นอาจจะเสนอให้ กสทช.มีอำนาจใกล้เคียงคลื่อนมากกว่าเรียกคืนคลื่นความถี่การจัดสรรใหม่ (รีฟาร์มมิง) เพียงอย่างเดียว รวมถึงพิจารณาเรื่องการชดเชยให้แก่หน่วยงานในกรณีที่ยึดความถี่คืน โดยไม่ให้ความถี่ใหม่กลับไป ทั้งนี้ แนวความคิดดังกล่าวเพื่อรองรับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการนำความถี่ที่มีอยู่มาจัดสรรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการเพิ่มมาตราใหม่ ก็เพื่อเปิดทางการจัดสรรด้วยวิธีทางที่หลากหลายขึ้น ดังนั้น การแก้ไขควรเดินไปด้วยกัน

นอกจากนี้ รายงานข่าวยังระบุอีกว่า พล.อ.อ.เรศ ปุณศรี ประธานคณะกรรมการ กสทช. ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการดีอี ยังยอมรับว่า กฎหมาย กสทช.ที่มีอยู่กำหนดอำนาจบทบาทไม่ชัดเจน แม้การเรียกคืนความถี่ก็ยังมีขาดประสิทธิภาพ เพราะเป็นเรื่องใหม่ที่กำลังดำเนินงานมาไม่กี่ปี แต่หน่วยงานต่างๆ ถือครองความถี่มานับสิบปี อีกทั้ง พ.ร.บ.กสทช.ที่มีอยู่กำหนดมาตรา 27 และ 28 ให้อำนาจ กสทช.ในการบริหารจัดการความถี่เพื่อประโยชน์สูงสุด และกำหนดให้ กสทช.ไปจัดทำแผนแม่บทบริหารคลื่นในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกันทั้งหมด

โดยนายวลันต์มองว่า เรื่องนี้เป็นเรื่องใหม่ และไม่แน่ใจว่าจะตอบโจทย์ปัญหาที่ผ่านมาได้หรือไม่ ซึ่งปัญหาการจัดสรรคลื่นความถี่ที่ผ่านมา ไม่ได้อยู่ที่ กสทช.มีอำนาจหรือไม่มีอำนาจ แต่เป็นเพราะ กสทช.เองวางโรดแมปการจัดสรรคลื่นไว้ค่อนข้างยาว คือ 5 ปี, 10 ปี และ 15 ปี ทั้งคลื่นที่ใช้ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ส่วนการนำเงินไปชดเชยนั้น ไม่แน่ใจว่าจะใช้เงินจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ที่มีไว้เพื่อพัฒนาด้านต่างๆ ไปใช้เพื่อจ่ายให้กับคลื่นความถี่ที่ต้องการเรียกคืนกลับมา ซึ่งโดยหลักการแล้ว ต้องถือว่าคลื่นความถี่เป็นทรัพยากรของชาติอยู่แล้ว แม้ที่ผ่านมาหน่วยงานของรัฐอาจมีการครอบครองจำนวนมาก ซึ่งโดยรัฐธรรมนูญกำหนดชัดเจนว่าคลื่นความถี่เป็นของสาธารณะ ดังนั้นไม่ควรที่จะต้องจ่ายเงินเพื่อนำคลื่นกลับมาสามารถเรียกคืนกลับมาได้โดยธรรมชาติอยู่แล้ว

ชี้กองทุนดิจิทัลไอโคโนมิให้คลังจัดงบแยก

สำหรับการแก้กฎหมาย 10 ฉบับ ซึ่งจะมีในส่วนของการนำเงินจาก กทปส.ไปใช้กับกองทุนเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น มองว่าที่มาของเงินกองทุนกับวัตถุประสงค์ที่จะใช้สวนทางกัน เพราะเงินที่เข้ากองทุนนั้นมาจากกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคม แต่จะนำเงินไปใช้ในเศรษฐกิจดิจิทัลอาจไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

อย่างไรก็ตาม หากการนำเงินจาก กทปส.ไปใช้ในกองทุนใหม่แต่ยังคงวัตถุประสงค์เดิมไว้ตามที่ กทปส.ทำอยู่ คือ ใช้ในการส่งเสริมการเข้าถึงบริการ ก็สามารถทำได้ ซึ่งล่าสุดคณะกรรมการเองก็กำลังพิจารณากันอยู่ว่าจะนำเงินไปทั้ง 100% หรือ 25% หรือจะเป็นการให้ กทปส.ส่งเงินเข้าคลังในส่วนที่เป็นรายได้แผ่นดิน แล้วค่อยทำออกมาเป็นงบประมาณที่ชัดเจนให้กับกองทุนเศรษฐกิจ

ดิจิทัล

คืบหน้าแก้กฎหมาย 5 ฉบับ รอใช้ พ.ค.นี้

ล่าสุด เมื่อวันที่ 8 เม.ย.58 ที่ผ่านมา สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพอ. ได้เปิดเผยว่า กฎหมายเศรษฐกิจดิจิทัลเตรียมประกาศใช้ 5 ฉบับ ในเดือน พ.ค.58 นี้ โดยนางสุรางคณา วายุภาพ ผู้อำนวยการ สพอ. กล่าวว่า ความคืบหน้าในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการออกกฎหมายจำนวนทั้งสิ้น 10 ฉบับ ล่าสุดสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา และที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้ให้ความเห็นชอบร่าง พ.ร.บ.คณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ พ.ศ..... ร่างประกาศ พ.ร.บ.ว่าด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล พ.ศ.... และร่าง พ.ร.บ.กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่ง พ.ร.บ.ทั้ง 3 ฉบับ จะดำเนินการรวมเป็น พ.ร.บ. 1 ชุด

อีกทั้ง ครม.ยังเห็นชอบ พ.ร.บ.ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่...) พ.ศ..... พ.ร.บ.จัดตั้งสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่...) พ.ศ.... และองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่...) พ.ศ.... หรือ (พ.ร.บ.กสทช.) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยในขั้นตอนต่อไป ครม.จะนำเสนอร่าง พ.ร.บ.ทั้ง 5 ฉบับดังกล่าว ในที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) เพื่อพิจารณาในขั้นตอนสุดท้ายก่อนประกาศใช้กฎหมายต่อไป

อย่างไรก็ตาม ในร่างกฎหมายดังกล่าว ระบุว่า สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาจะดำเนินการเผยแพร่ข้อมูล แต่จะเผยแพร่เฉพาะในส่วนของผู้ดักกฎหมายเศรษฐกิจดิจิทัล 3 ฉบับ และ พ.ร.บ.กสทช.เท่านั้น เนื่องจากกฎหมายฉบับอื่นยังคงเป็นเรื่องอ่อนไหวเกินกว่าจะเผยแพร่ ทั้งนี้ คาดการณ์ว่ากฎหมายทั้ง 3 ฉบับจะสามารถเสร็จสิ้นการพิจารณาจาก สนช.ได้ภายในเดือนพฤษภาคมนี้ ก่อนเดินทางประกาศใช้กฎหมายดังกล่าวต่อไป

เสียงค้านแก้กฎหมาย

ส่วนที่ประชุมสภาปฏิรูปแห่งชาติ (สปช.) เมื่อวันที่ 8 เม.ย. 58 มีการพิจารณารายงานของคณะกรรมการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ เกี่ยวกับกฎหมายดิจิทัล 10 ฉบับ โดย นายจุ้มพล รอดคำดี ประธานกรรมาธิการ กล่าวว่า ร่างกฎหมายดังกล่าวไม่สามารถสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคม รวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการสำนักงานและองค์กรขึ้นมาใหม่หลายคณะและหลายหน่วยงาน เพราะยังขาดความชัดเจนในเรื่องสถานะความรับผิดชอบ และรูปแบบขององค์กร ว่าเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน

อีกทั้งพบอีกว่าในการบริหารจัดการมีการกำหนดให้สามารถเข้าเป็นหุ้นส่วน หรือเข้าร่วมทุนกับบุคคลอื่น โดยไม่ต้องเข้าสู่กระบวนการหรือหลักเกณฑ์ นอกจากนี้ร่างกฎหมายดังกล่าวทั้ง 10 ฉบับมีบทบัญญัติที่เพิ่มอำนาจหน้าที่เหมือนตำรวจของพนักงานเจ้าหน้าที่อย่างไร้ขอบเขต และไม่มีการกำหนดการหรือกลไกปกป้องสิทธิเสรีภาพของประชาชน ซึ่งขัดต่อหลักการตามรัฐธรรมนูญ โดยหลัง

จากนี้กรมการจะนำข้อสังเกตและข้อเสนอแนะของสมาชิกไปปรับปรุงเพื่อเป็นรายงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อนนำเสนอต่อ ครม. เพื่อประกอบการพิจารณาและดำเนินการต่อไป

ด้าน นายสุภาพ คล้ายฉาย ประธานชมรมผู้ประกอบการที่วิดิทัศน์ภาคพื้นดิน กล่าวว่า ผู้ประกอบการของรายการที่วิดิทัศน์ต่างให้ความกังวลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลทั้ง 10 ฉบับที่กำลังจะออกมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำ กสทช.ไปเป็นอีก 1 องค์ประกอบของคณะกรรมการดีอี เนื่องจากรูปแบบของกฎหมายดังกล่าว เปรียบเสมือนให้ กสทช.กลับเข้าไปอยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่มีฝ่ายการเมืองครอบงำอีกชั้นหนึ่ง ส่งผลให้ กสทช.หมดความเป็นองค์อิสระอย่างที่ควรจะเป็นตามที่รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540 ระบุไว้ ทั้งนี้ เบื้องต้นได้มีการปรึกษากับ นายสมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ ซึ่งนายสมเกียรติได้แนะนำว่า การที่สื่อจะปราศจากการครอบงำจากที่ฝ่ายการเมืองได้ จะต้องมีความหมายที่คุ้มครองสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชนออกมาป้องกัน

สำหรับสาระสำคัญของร่างกฎหมายที่มีการปรับปรุงแก้ไขในส่วน กสทช.นั้นคือ การปรับปรุงองค์ประกอบ คุณสมบัติ และกระบวนการสรรหา กสทช. มีการปรับลดจำนวนองค์ประกอบของ กสทช.เหลือ 7 คน จาก 11 คน โดยไม่กำหนดด้านความเชี่ยวชาญและจำนวนคนในแต่ละด้าน เช่น กฎหมายปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการสรรหาที่กำหนดขึ้นใหม่จะเป็นผู้กำหนดลักษณะความเชี่ยวชาญและจำนวนกรรมการของแต่ละด้าน

ส่วนการปรับปรุงคุณสมบัติทั่วไป มีดังนี้ ต้องมีอายุระหว่าง 45-65 ปี, กำหนดตำแหน่งขั้นต้นที่สามารถเป็นได้ กล่าวคือ 1.กรณีหน่วยงานของรัฐต้องเป็นหัวหน้าส่วนราชการตั้งแต่ระดับกรมขึ้นไป หรือหน่วยงานของรัฐอื่นที่เป็นนิติบุคคล 2.กรณีภาคเอกชน ต้องเป็นผู้บริหารที่ไม่ต่ำกว่ารองกรรมการผู้จัดการใหญ่ในบริษัทมหาชนที่มีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 1,000 ล้านบาท ไม่น้อยกว่า 3 ปี 3.กรณีภาควิชาการ ต้องรองศาสตราจารย์ขึ้นไป 4.กรณีข้าราชการทหารต้องมียศตั้งแต่พลโทขึ้นไป 5.กรณีข้าราชการตำรวจ ต้องมียศตั้งแต่พลตำรวจโทขึ้นไป และ 6.กรณีภาคผู้บริโภคร ต้องมีประสบการณ์การทำงานมาไม่น้อยกว่า 20 ปี

สำหรับการปรับปรุงกระบวนการสรรหา กสทช. มีดังนี้ 1.ตัดการสรรหาด้วยวิธีการคัดเลือกกันเองออก 2.กำหนดให้มีคณะกรรมการสรรหา ทำหน้าที่คัดเลือก กสทช. ประกอบด้วย ประธาน 3 ศาสด คือ ประธาน ป.ป.ช., ประธาน คตง. และประธานผู้ตรวจการแผ่นดินและพิทักษ์สิทธิมนุษยชน ทั้งนี้ โดยมีสำนักงาน กสทช.เป็นหน่วยธุรการโดยคณะกรรมการสรรหาจะสรรหาบุคคลที่สมควรได้รับการคัดเลือกเป็นจำนวน 2 เท่า เพื่อให้วุฒิสภาพิจารณาคัดเลือกต่อไป และในส่วนประธานกรรมการให้กรรมการที่ได้รับการสรรหาคัดเลือกกันเองก่อนโปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง ซึ่งบทเฉพาะกาลกำหนดให้ กสทช.ชุดปัจจุบันทำหน้าที่ต่อจนกว่าจะครบวาระการดำรงตำแหน่ง

อย่างไรก็ตาม ทั้งเรื่องอำนาจหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการดีอี การแก้กฎหมาย รวมถึงบทบาทของ กสทช.ต้องมีแนวทางที่ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น หากคลุมเครือและไม่สามารถหาจุดยืนของตนเองได้ อาจส่งผลต่อเนื่องได้ในอนาคต.

โบรกฯ เชื่อผ่านจุดต่ำสุด ไตรมาส 2 บอชมะณาค์

โบรกเกอร์คาดบอชมะณาค์เพิ่มขึ้นไตรมาส 2 หลังผ่านจุดต่ำสุดของปีในไตรมาสแรก เชื่อ ผลประกอบการไตรมาสต่อเนื่อง ช่องเรตติ้งดีเตรียม ปรับขึ้นค่าโฆษณาเกินกว่าเท่าตัว ซึ่งปัจจัยเสี่ยงบริโคม ภายในประเทศเห็นตัวต่ำกว่าคาด ประเมินราคาหุ้น ของ"บริษัทเรตติ้งดี" เริ่มเกินพื้นฐาน

นางสาวพัชรินทร์ วัฒนาแก้วศรีเพ็ชร นักวิเคราะห์ บล.คันทรีกรุป เปิดเผยว่า แนวโน้มของ อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ช่วงไตรมาส 2 น่าจะเติบโต จากไตรมาสแรกที่ผ่านมา ตามแผนการดำเนินงาน ของหลายๆ ช่อง ที่จะปรับขึ้นค่าโฆษณาเกินกว่าเท่า ตัว ประกอบกับช่วงไตรมาส 1 ที่ผ่านมา ถือเป็น ช่วงโลว์ซีซั่นของอุตสาหกรรมทีวี ทำให้งบประมาณ ที่เข้ามาในกลุ่มนี้ยังไม่มากนัก

"เชื่อไตรมาสแรกปีนี้เป็นช่วงที่ต่ำที่สุดของ อุตสาหกรรม และตั้งแต่ไตรมาส 2 เป็นต้นไป งบประมาณสำหรับการโฆษณาของภาคธุรกิจจะเริ่ม ออกมามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผลประกอบการ ของบริษัทในกลุ่มนี้เติบโตขึ้น"

นางสาวพัชรินทร์ กล่าววว่า โดยเฉพาะบริษัท ที่มีเรตติ้งค่อนข้างดี อาทิ บริษัท เวิร์คพอยต์

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: โบรกฯ

เอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) หรือ WORK บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) หรือ RS และบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) หรือ GRAMMY ที่มีแผนจะปรับ ขึ้นค่าโฆษณาเกินกว่าเท่าตัว

หัวนรายเล็กรายได้ไม่คุ้มค่าใช้จ่าย

ส่วนแนวโน้มการปรับขึ้นค่าโฆษณาเกินกว่า เท่าตัว อาจจะได้รับผลกระทบจากการบริโภค ภายในประเทศ เพราะหากการบริโภคภายใน ประเทศไม่ฟื้นตัวอย่างที่คาดไว้ อาจจะทำให้ งบประมาณในการโฆษณาของภาคธุรกิจ ที่จะ เข้ามาสู่อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลน้อยกว่าที่คาด

ไว้ โดยเฉพาะกลุ่มของผู้ประกอบการรายเล็กๆ ที่เรตติ้งยังไม่ดีเท่าที่ควร อาจจะทำให้รายได้ที่ เข้ามาไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

"จากการพูดคุยในเบื้องต้นกับ อาร์เอส ซึ่งเริ่มปรับขึ้นค่าโฆษณาแล้วในไตรมาสแรก

ที่ผ่านมา โดยยอดจองโฆษณา ยังถือว่าน้อย มาก ทำให้บริษัทต้องให้ส่วนลดทางการค้ากับ หลายๆ บริษัท เพราะฉะนั้นแนวโน้มของราย ได้ที่จะเข้ามาในไตรมาส 2 อาจต้องพิจารณา การฟื้นตัวของบริโคมในประเทศประกอบ ไปด้วย" นางสาวพัชรินทร์ กล่าว

กลุ่มเรตติ้งดีราคาหุ้นเกินพื้นฐาน

ส่วนราคาหุ้นของบริษัทในกลุ่มนี้ ประเมิน ว่าเป็นระดับที่ค่อนข้างแพง หากพิจารณาจาก ผลประกอบการที่ผ่านมาและแนวโน้มผล ประกอบการในปีนี้ โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัท ที่มีเรตติ้งค่อนข้างดี ซึ่งการเข้าลงทุนในขณะนี้ อาจจะไม่ปลอดภัยนัก

ด้านนายประสิทธิ์ สุจิรวรรณ นักวิเคราะห์ การลงทุนปัจจัยพื้นฐานด้านหลักทรัพย์ บล.บัว หลวง เปิดเผยว่า แม้ค่าพีอีของหุ้นในกลุ่มทีวี ดิจิทัลปัจจุบัน จะค่อนข้างสูง แต่เชื่อในอนาคต ผลประกอบการ ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะบริษัทที่มีเรตติ้งอยู่ในกลุ่มผู้นำ อาทิ อาร์เอส เวิร์คพอยท์ แกรมมี่ หรือโมโน เพราะ ต้นทุนที่ใช้ในการลงทุนด้านระบบ จะเริ่มลดลง ตั้งแต่ช่วงไตรมาส 2 ปีนี้ และที่สำคัญ คือ การ ปรับขึ้นค่าโฆษณาเกินกว่าเท่าตัว

"แม้ปีนี้ค่าโฆษณาจะปรับขึ้นอีกกว่าเท่า ตัว แต่จะสังเกตว่า ค่าโฆษณาของทีวีดิจิทัลยัง อยู่ในหลักหมื่น ขณะที่ทีวีอนาล็อกอยู่ในหลัก แสน ซึ่งยังมีช่องว่างอยู่มาก ขณะที่แนวโน้ม เรตติ้งระบบดิจิทัล ก็มีทิศทางที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งปี 2559 คาดเรตติ้งของทีวีดิจิทัล เทียบกับอนาล็อกจะเกิน 50% จากปัจจุบันอยู่ที่ 24% แต่หากมองย้อนหลังไป เมื่อปีที่แล้วจะเห็น ว่าสัดส่วนทีวีดิจิทัลอยู่ที่ 7% เท่านั้น ถือเป็นการ เติบโตที่ค่อนข้างรวดเร็ว" นายประสิทธิ์ กล่าว

ห่วงช่องหลุดที่อุปเทนต้นทุนพุ่ง

ส่วนช่องทีวีดิจิทัลที่เรตติ้งไม่ได้อยู่ 1 ใน 10 ค่อนข้างจะน่าเป็นห่วงในการแข่งขันเพราะ ในปัจจุบันบริษัทต้องแบกรับต้นทุนอยู่มาก เพราะฉะนั้นในปีนี้น่าจะเห็นผู้ประกอบการที่ ไม่ค่อยดีพยายามลดต้นทุน ปรับผัง หรือเจรจา ยืดเวลาชำระค่าใบอนุญาต หรือปรับเกณฑ์ ต่างๆ กับกลตท.มากขึ้น แต่ทั้งนี้ยังเชื่อว่า ทุกบริษัทจะยังทำธุรกิจต่อไป และจะไม่มีการ คืนใบอนุญาตในปีนี้