

# ‘ทีวีดิจิทัล’ ส่อฟื้น ผู้ชม-โฆษณาโต

กสทช.ชี้สัญญาณบวทวิดีจิทัล ปี 60 สัดส่วนผู้ชมแข่งทีวีอนาล็อก เม็ดเงินโฆษณาโตต่อเนื่อง ย้ำมาตรการสนับสนุนขยายเวลาจ่ายไลเซนส์-หนุนค่าเช่าโครงข่าย ส่งผลเงินหมุนเวียนในอุตสาหกรรม 1.2 หมื่นล้านบาท มองโอกาส “โอทีที-โฮมชอปปิง” เพิ่มรายได้

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ ปี 2559 มีการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนผู้ชมทีวีชัดเจน โดยฟรีทีวีรายเดิม(ทีวีอนาล็อก) ลดลงตลอดปี จากเดิมเดือนม.ค. มีสัดส่วน 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือน ธ.ค. ส่วนทางกับสัดส่วนผู้ชม “ทีวีดิจิทัล” ช่องใหม่ ที่มีผู้ชมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากเดือนม.ค. อยู่ที่ 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือน ธ.ค.

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ

อ่านต่อหน้า 4

ต่อจากหน้า 1

## ทีวีดิจิทัล

กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่าสิ้นปี 2559 เป็นปีแรกที่ สัดส่วนผู้ชมทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ ครองส่วนแบ่งผู้ชมสูงกว่าฟรีทีวีรายเดิม หลังจากเริ่มต้นออกอากาศในปี 2557

ปัจจุบันโครงข่ายส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Mux) ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ 91.7% ภายในเดือน มิ.ย.นี้ จะครอบคลุมพื้นที่ 95% ตามแผน

จากการสำรวจการรับชมทีวี

## การผ่อนผัน จ่ายใบอนุญาตทีวีดิจิทัล

|                | แบบเดิม | ผ่อนผัน | กบพูนเวียน |
|----------------|---------|---------|------------|
| ปี 61<br>งวด 4 | 8,294   | 4,147   | 4,147      |
| ปี 62<br>งวด 5 | 6,811   | 4,209   | 2,602      |
| ปี 63<br>งวด 6 | 6,811   | 3,456   | 3,355      |

หน่วย : ล้านบาท

กรมการสื่อสาร

ที่มา : กสทช.

หมายเหตุ :

- กบพูนเวียนผ่อนผันจ่ายใบอนุญาต 3 ปี 10,104 ล้านบาท
- ลดค่าใช้จ่ายโครงข่ายดาวเทียม 3 ปี 2,500 ล้านบาท (ม.44 ให้สนับสนุน: 837 ล้านบาท)

ของครัวเรือนไทย ใน 4 ภูมิภาค 40 จังหวัด 6,000 ตัวอย่าง ที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี 2559 พบว่า คนไทยรับชมทีวีผ่านระบบดาวเทียมมากที่สุด สัดส่วน 55% รองลงเป็นทีวีดิจิทัล 30% ทีวีระบบอนาล็อก 9% และเคเบิลทีวี 6% คาดว่าปีนี้ สัดส่วนการรับชมทีวีดิจิทัลจะเพิ่มขึ้นเป็น 40%

ทิศทางการรับชมทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนการใช้งบโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัล ช่องใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยปี 2558 อยู่ที่ 17% ของอุตสาหกรรมโฆษณา ปี 2559 อยู่ที่ 19% ปีนี้คาดว่าจะอยู่ที่ 40% สอดคล้องกับสัดส่วนผู้ชมที่ครองส่วนแบ่งตลาดที่กว่า 50% ในปี 2559

“ปกติสัดส่วนเม็ดเงินโฆษณาที่ใช้ผ่านสื่อทีวีดิจิทัล จะตามหลังจำนวนผู้ชมราวปี จากการตัดสินใจซื้อสื่อของเอเยนซี ที่ประเมินจากสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นก่อนการวางแผนในปีถัดไป”

สัญญาณบวทวิดีจิทัลปี60

พ.อ.นที กล่าวว่า จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ รายงานจีดีพี และค่าใช้จ่ายในการบริโภคของประชาชนเป็นบวกต่อเนื่องในช่วง2ปีที่ผ่านมา ขณะที่มูลค่าการโฆษณาของทีวีดิจิทัลจะมีสัดส่วนประมาณ1%ของค่าใช้จ่ายการบริโภคของประชาชนทั้งประเทศ

ดังนั้น แนวโน้มเศรษฐกิจและกำลังซื้อผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การใช้งบโฆษณาของสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสื่อทีวี ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทั่วประเทศ หวังกระตุ้นการบริโภคของประชาชนมีโอกาสเติบโตตามไปด้วย

ในปีที่ผ่านมา มีการเคลื่อนย้ายของกลุ่มทุนใหญ่ที่มีความแข็งแกร่งเข้ามาซื้อหุ้น ทีวีดิจิทัล 2 ช่องคือ อมรินทร์ทีวี และ ช่องวัน จะสนับสนุนให้ภาพรวมธุรกิจทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะเม็ดเงินโฆษณาไปในทิศทางบวก จากการใช้งบประมาณของกลุ่มทุนใหญ่ ในช่องทีวีดิจิทัลที่เข้ามาซื้อหุ้น

นอกจากนี้ การออกมาตรการสำคัญต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบกิจการทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะ คำสั่ง คสช. มาตรา44 การขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามประกาศ Must Carry เป็นระยะเวลา 3 ปี ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงชัดเจนในปีนี้

หนุนทุนหมุนเวียน1.2หมื่นล้านบาท

พ.อ.นที กล่าวว่า มาตรการสนับสนุนทีวีดิจิทัล ตามมาตรา 44

ขยายการชำระค่าใบอนุญาตจากเดิมเหลืออีก 3 งวด (3 ปี) เป็น 6 งวด (6 ปี) หากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทุกรายใช้สิทธิขยายเวลาจ่ายค่าใบอนุญาต จะทำให้มีเงินหมุนเวียนในอุตสาหกรรมราว 12,615 ล้านบาท ทั้งการจ่ายค่าใบอนุญาต และการสนับสนุนค่าส่งสัญญาณโครงข่ายดาวเทียมปีละ 837 ล้านบาท เป็นเวลา 3 ปี มูลค่าราว 2,500 ล้านบาท

ทั้งนี้เฉพาะปี 2560 ผู้ประกอบการจะมีเงินลงทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น 4,984 ล้านบาท ส่งผลให้แต่ละช่องสามารถนำเงินมาลงทุนพัฒนาช่องรายการ และลงทุนคอนเทนต์ได้มากขึ้น ทั้งการลงทุนผลิตรายการเอง การร่วมผลิตกับต่างประเทศ และการซื้อลิขสิทธิ์รายการ เช่น กีฬา

ปัจจุบันพบว่า ทีวีดิจิทัลช่องใหม่ มีการพัฒนาคอนเทนต์ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แม้ปัจจุบันช่องฟรีทีวีรายเดิมยังแข็งแกร่งในกลุ่มละคร แต่รายการประเภทวาไรตี้ เกมโชว์ ของทีวีดิจิทัล มีเรตติ้งผู้ชมสูงเช่นกัน

นอกจากนี้ หลายช่องมีการพัฒนารายการกีฬา ประเภทมวย ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมเพิ่มขึ้น

“ไอที-โฮมชอปปิง” เพิ่มรายได้

พ.อ.นที กล่าวอีกว่า ปีนี้จะเห็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมทีวีเติบโตมากขึ้น ทั้งธุรกิจที่ใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์ทีวี หรือ OTT ทีวีโฮมชอปปิง และ Mobile DTV เนื่องจากปัจจุบันประชาชนมีช่องทางการรับชมเพิ่มมากขึ้น



นที สุภครณ์

โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์ทีวี ส่งผลให้การให้บริการ OTT มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และกลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการนำเสนอคอนเทนต์ อีกทั้งสร้างความท้าทายให้แก่ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล และผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวี และเพย์ทีวี ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัว

ในกรณีของฟรีทีวี ขณะนี้ก็สามารถเชื่อมโยงคอนเทนต์ที่ออกอากาศทางทีวีกับแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต (Cross Platform) เพื่อสร้างความสะดวกในการรับชมให้แก่ประชาชน หากมองในมุมมองอาจเป็นอีกช่องทางในการหารายได้ เพราะปัจจุบันรายได้จากผู้ให้บริการโอทีที มีมูลค่าราว 2,165 ล้านบาท โดยยูทูปครองส่วนแบ่งสูงสุด 77% มูลค่า 1,663 ล้านบาท ส่วนในกรณีของเพย์ทีวี ต้องปรับปรุงด้านคอนเทนต์ให้มีความน่าสนใจในราคาที่เหมาะสม

“การกำกับดูแลที่ยังมีความแตกต่างระหว่างฟรีทีวีและ OTT สะท้อนความจำเป็นในการสร้างโมเดลการอนุญาตที่มีความชัดเจน

ต่อการให้บริการประเภทดังกล่าวด้วย” พ.อ.นที กล่าว

ส่วน “โฮมชอปปิง” ถือเป็นอีกธุรกิจที่จะเห็นการเติบโตชัดเจนในปีนี้ และยังมีโอกาสขยายตัวได้มาก ปัจจุบันมีมูลค่าราว 1.2 หมื่นล้านบาท ซึ่งจะเห็นผู้เล่นรายใหม่สนใจเข้าสู่ตลาดนี้มากขึ้น ปัจจุบันผู้ประกอบการทีวีโฮมชอปปิงเลือกที่จะนำสินค้าและบริการมาโฆษณาผ่านทางฟรีทีวี และทีวีดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการทีวี มีรายได้จากการเข้าเวลาออกอากาศเพื่อเสนอขายสินค้า

แต่ในแง่กฎกติกาของหน่วยงานกำกับก็ต้องมีความชัดเจนตามไปด้วย เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

นอกจากนี้ ยังมีตลาด Mobile DTV ที่จะเห็นแนวโน้มการขยายตัวต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2556-2559 มีจำนวน Mobile DTV ที่ขายในท้องตลาดประมาณ 1.53 ล้านเครื่อง ซึ่งการเติบโตของตลาด Mobile DTV เกิดจากหลายปัจจัย เช่น ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น และการขยายโครงข่ายและสัญญาณดิจิทัลทีวีที่ครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่

## 'ดิจิทัลทีวี' ส่อแววสดใสกำลังฟื้นคืนงบโฆษณา

● กสทช.มองดิจิทัลทีวีปี 60 เห็นสัญญาณสดใส หลังรับมาตรการเยียวยา คาดมีเม็ดเงินลงทุน 4.98 พันล้านบาท ขณะที่เศรษฐกิจและกำลังซื้อฟื้นตัว หนุนผู้ผลิตสินค้าลงทุนโฆษณากระตุ้นมากขึ้น ธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้รับอานิสงส์ตามไปด้วย

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ทิศทางธุรกิจดิจิทัลทีวีในปี 2560 เริ่มสดใสขึ้นหลังมีมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการ ทั้งการขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามประกาศมัสต์แคร์ เป็นระยะเวลา 3 ปี ส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงและมีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 12,615 ล้านบาท คาดว่าปีนี้จะมียอดลงทุนในดิจิทัลทีวี 4,984 ล้านบาท

นอกจากนี้ การเติบโตของเศรษฐกิจและแนวโน้มการบริโภคของประชาชนเริ่มมีทิศทางบวก จึงคาดการณ์ว่า เพื่อกระตุ้นการบริโภคของประชาชน บริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการจะใช้งบโฆษณาทางทีวีมากขึ้น และการเคลื่อนย้ายทุนจากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่เข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์จะช่วยให้ช่องดิจิทัลทีวีมีความแข็งแกร่งทางการเงิน ส่งผลต่อภาพรวมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะการอัดฉีดเม็ดเงินโฆษณา

“มูลค่าการโฆษณาของทีวีดิจิทัลจะมีสัดส่วนประมาณ 1% ของค่าใช้จ่ายการบริโภคของประชาชน

ทั้งประเทศ ดังนั้น แนวโน้มเศรษฐกิจและกำลังซื้อผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การใช้งบโฆษณาของสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสื่อทีวีที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทั่วประเทศ หวังกระตุ้นการบริโภคมีโอกาสเติบโตตามไปด้วย” พ.อ.นทีกล่าว

พ.อ.นที กล่าวอีกว่า ปีนี้จะเห็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมทีวีเติบโตมากขึ้น ทั้งธุรกิจที่ใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์ทีวี หรือ OTT ทีวีโฮมช้อปปิ้ง และโมบายทีวี เนื่องจากปัจจุบันประชาชนมีช่องทางการรับชมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์ทีวี ส่งผลให้การให้บริการ OTT มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และกลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการนำเสนอคอนเทนต์ อีกทั้งสร้างความท้าทายให้แก่ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล และผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวีและเพย์ทีวี ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัว

ส่วน “โฮมช้อปปิ้ง” ถือเป็นอีกธุรกิจที่จะเห็นการเติบโตชัดในปีนี้ และยังมีโอกาสขยายตัวได้มาก ปัจจุบันมีมูลค่าราว 1.2 หมื่นล้านบาท ซึ่งจะเห็นผู้เล่นรายใหม่สนใจเข้าสู่ตลาดนี้มากขึ้น ปัจจุบันผู้ประกอบการทีวีโฮมช้อปปิ้งเลือกที่จะนำสินค้าและบริการมาโฆษณาผ่านทางฟรีทีวี และทีวีดิจิทัล ทำให้ผู้ประกอบการทีวี มีรายได้จากการเช่าเวลาออกอากาศเพื่อเสนอขายสินค้า แต่ในแง่กฎกติกาของหน่วยงานกำกับก็ต้องมีความชัดเจนตามไปด้วย เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

# กสท.ชี้ทีวีดิจิตอลเริ่มสดใส พ้นอภังเงินโฆษณาพุ่ง40%

ดินแดง • กสท.ชี้ปี 2560 ทีวีดิจิตอลสัญญาณบวก ม. 44 ขยายวงโลเชนส์-เอียวยามส์แคร์ ส่งผลเม็ดเงินหมุนในระบบกว่า 1.26 หมื่นล้านบาท มั่นใจเงินโฆษณาเติบโต 40%

พ.อ.ท. ศุภรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ทิศทางอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2560 ยังมีทิศทางเป็นบวกจากการออกมาตรการสำคัญต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบกิจการของผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล โดยมาตรา 44 ที่มีผลให้ผู้ประกอบการสามารถขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในส่วนของประเทศมีสตร์แคร์ (Must Carry) เป็นระยะเวลา 3 ปี จะส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงชัดเจนในปีนี้และมีเงินทุนหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงถึง 4,984 ล้านบาท ส่วนปี 2561 จะมีเงินในระบบที่ 2,602 ล้านบาท และปี 2562 คาดว่าจะ

มีเงินที่ 3,355 ล้านบาท โดยรวมแล้วใน 3 ปีมีเงินทุนเวียนถึง 12,615 ล้านบาท ซึ่งแต่ละช่องสามารถนำเงินมาลงทุนพัฒนาคอนเทนต์ได้มากขึ้น

ทั้งนี้ มูลค่าโฆษณาบนทีวีดิจิตอลภาคพื้นดินปี 2559 อยู่ที่ 67,492 ล้านบาท ซึ่งในภาพรวมมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาจากสื่อต่างๆ อาทิ ทีวีแอนะล็อกเดิม, ทีวีดิจิตอล, เคเบิลทีวี-ดาวเทียม และสื่อวิทยุ อยู่ที่ประมาณ 107,000 ล้านบาท ลดลงจากปี 2558 ที่มีเม็ดเงินโฆษณา 123,000 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามคาดว่าในปี 2560 นี้ มูลค่ารวมจะเพิ่มขึ้น 40% อย่างแน่นอนทั้งสัดส่วนคนดูและโฆษณา เนื่องจากปี 2560 สัญญาณทีวีดิจิตอลภาคพื้นดินจะครอบคลุมถึง 95% ทั่วประเทศ และจากอัตราการเข้าถึงในปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นชัดว่า มีผู้ชมทีวีดิจิตอลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดือน ม.ค.2559 อยู่ที่ 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือน ธ.ค.2559 ขณะที่ผู้ชมช่องรายการทีวีแอนะล็อกเดิมลดลงตลอดทั้งปี จากเดิมเดือน ม.ค. 2559 อยู่ที่ 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือน ธ.ค.2559.

# ที่วิดิจิตล์หายใจคลอง

## ● “นที” ฝนมาตรการช่วยเหลือปลดล็อกธุรกิจ

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยในงานประชุมชี้แจงทิศทางการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ปี 60 ว่า ปีนี้เป็นปีที่มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจะเริ่มเดินหน้า ไม่ว่าจะเป็นการปรับลดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และการนำส่งเงินเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการออกคำสั่งตามมาตรา 44 ขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาตออกไปอีก ซึ่งน่าจะช่วยให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลได้นำเงินไปลงทุน ต่อลมหายใจได้ “ผมประเมินว่าปีนี้ จะยังมีผู้ประกอบการราว 2 ช่อง ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ และอาจนำไปสู่การขยับขยายหากกลุ่มทุนใหม่เข้ามาเสริมทัพ สำหรับเรื่องการช่วยเหลือทั้งหมดที่จะทำในปีนี้ กสท.ประเมินว่า ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนได้ 4,984 ล้านบาท”

พ.อ.นทีกล่าวอีกว่า จากการสำรวจเมื่อกลางปี 59 ที่ผ่านมา ระยะเวลาการรับชมช่องทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้น จากวันละ 99 นาทีต่อคนในปี 58 เป็น 128 นาที ขณะที่ปริมาณการรับชมช่องทีวีเดิม (ช่อง 7 ช่อง 3 เป็นต้น) ลดลงจาก 148 นาที เป็น 128 นาทีในปี 59 ขณะที่โครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินก็ติดตั้งได้ครอบคลุมมากขึ้นถึง 91.7% ของครัวเรือนทั่วประเทศแล้ว รวมทั้งเม็ดเงินโฆษณา ก็ไหลเข้าสู่ช่องดิจิทัลเพิ่มขึ้น กินสัดส่วน 19% จากงบโฆษณาทั้งหมด 107,000 ล้านบาท จาก 17% ในปี 58 ขณะที่ช่องทีวีเดิมงบโฆษณามีสัดส่วนลดลงจาก 47% เหลือ 44%

สำหรับธุรกิจทีวีรูปแบบใหม่ ที่ให้บริการบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์มือถือ (OTT-Over the Top) นั้น ถึงเวลาจัดระเบียบแล้ว เพื่อความเป็นธรรมกับผู้ให้บริการทีวีบนแพลตฟอร์มอื่นๆ.

# 'ทีวีดิจิทัล'มีสัญญาณบวก ม.44ช่วยเพิ่มเงินหมุนเวียน

พ.อ.นที สุกสรณ์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2560 ยังมีทิศทางเป็นบวกจากการออกมาตรการสำคัญต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบกิจการของผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

โดยมาตรา 44 ที่มีผลให้ผู้ประกอบการสามารถขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในส่วนของการประชาสัมพันธ์ (Must Carry) เป็นระยะเวลา 3 ปี จะส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงชัดเจนในปี 2560 และมีเงินทุนหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงถึง 4,984 ล้านบาท ส่วนปี 2561 จะมีเงินในระบบ 2,602 ล้านบาท และปี 2562 คาดว่า จะมีเงิน 3,355 ล้านบาท โดยรวมแล้วใน 3 ปีนี้จะมีเงิน

หมุนเวียนถึง 12,615 ล้านบาท ซึ่งแต่ละช่องสามารถนำเงินมาลงทุนพัฒนาคอนเทนต์ได้มากขึ้น

ทั้งนี้มูลค่าโฆษณาบนทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินปี 2559 อยู่ที่ 67,492 ล้านบาท ในภาพรวมมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาจากสื่อต่างๆ อาทิ ทีวีแอนะล็อกเคเบิล, ทีวีดิจิทัล, เคเบิลทีวี-ดาวเทียม และสื่อวิทยุ อยู่ที่ประมาณ 107,000 ล้านบาท ลดลงจากปี 2558 ซึ่งอยู่ที่ 123,000 ล้านบาท แต่คาดว่าปี 2560 จะเพิ่มขึ้น 40% ทั้งสัดส่วนคนดูและโฆษณา เนื่องจากปี 2560 สัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินจะครอบคลุม 95% ทั่วประเทศ

“จากอัตราการเข้าถึงในปี 2559 ชี้ให้เห็นว่ามีผู้ชมทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเดือนมกราคม 2559 อยู่ที่ 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือนธันวาคม 2559 ขณะที่ผู้ชมช่องรายการทีวีแอนะล็อกเคเบิลลดลงตลอดทั้งปี จากเดือนมกราคม 2559 อยู่ที่ 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือนธันวาคม 2559”พ.อ.นที กล่าว

# กสทช.ลั่นทีวีดิจิทัลรุ่ง

โพสต์ทูเดย์ - กสทช.เผยเทรนด์ทีวีดิจิทัล แนวโน้มรุ่ง คาดปี 2560 เม็ดเงินหมุนเวียนเกือบ 5,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40%

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (รองประธาน กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ทิศทางของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลในปีนี้มีทิศทางเป็นบวกจากการออกมาตรการเพื่อส่งเสริมกิจการของผู้ประกอบการ โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 44 ทั้งการขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามประกาศมีสดีแคร์ เป็นระยะเวลา 3 ปี

ทั้งนี้ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงชัดเจนในปี และมีเงินทุนหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงถึง 12,615 ล้านบาท (ในระยะ

เวลา 3 ปี) โดยเฉพาะในปี 2560 ผู้ประกอบการจะมีเงินลงทุนหมุนเวียนเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 4,984 ล้านบาท ส่งผลให้แต่ละช่องสามารถนำเงินมาลงทุนพัฒนาช่องรายการ และลงทุนคอนเทนต์ได้มากขึ้น

สำหรับความนิยมด้านเนื้อหารายการของทีวีดิจิทัลในปี 2560 ใน 3 อันดับแรก ได้แก่ รายการกีฬา ละคร ตามช่วงเวลา และรายการข่าว เพราะเป็นรายการที่ผู้ชมต้องการความสดใหม่ ที่ผู้ชมต้องการรับชมได้แบบเรียลไทม์ ไม่สามารถทดแทนด้วยการเปิดชมย้อนหลังได้ จึงทำให้ทั้ง 3 รายการ ยังเป็นที่นิยม

นอกจากนี้ คาดการณ์ว่าการเติบโตของจีดีพี ในปี 2560 นี้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการใช้งบประมาณในการโฆษณาเพิ่มขึ้น คาดว่างบโฆษณาผ่านสื่อทีวีดิจิทัลในปีนี้จะเพิ่มขึ้น 40% จากปี 2559

ด้านสัดส่วนผู้ชมรายการ ในปี

2559 สัดส่วนผู้ชมช่องรายการเดิมลดลงตลอดทั้งปี จากเดิมเดือน ม.ค.อยู่ที่ 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือน ธ.ค. ส่วนทางกับสัดส่วนผู้ชมในช่องรายการดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดือน ม.ค.อยู่ที่ 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือน ธ.ค.โดยสิ้นปี 2560 คาดว่าการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัลจะครอบคลุมพื้นที่ทั้งประเทศถึง 95%

ขณะที่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับทีวีดิจิทัลมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่ใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมรายการโทรทัศน์ หรือโอทีทีทีวีโฮมช้อปปิ้ง และโมบาย ดีทีวี ซึ่งเป็นความท้าทายของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่ทำให้ผู้ชมรับชมเนื้อหาได้ไม่จำกัด

“ถ้าหากมองในแง่บวก โอทีทีที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ผลิตเนื้อหาได้เอง มีช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กสทช.ยังไม่ได้เข้าไปกำกับดูแลเนื้อหาในส่วนนี้ ต้องพิจารณาเวลาที่เหมาะสม” พ.อ.นที กล่าว ■

# 'ทีวีดิจิทัล' เริ่มเห็นแสงสว่าง

●อานิสงส์จีดีพี-ยืดจ่ายค่าไลเซนส์

●คนดูเพิ่ม-สวนทาง'อนาล็อก'วูบ

กสทช.มั่นใจปี'60 ทีวีดิจิทัลสดใสตามจีดีพี เหตุรับอานิสงส์จีดีพี ขยายตัวและผลจาก คลสช.ใช้ ม.44 ขยายเวลาจ่ายค่าใบอนุญาต ทำให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเพิ่มเกือบ 5 พันล้าน คนดูเพิ่มสวนทางอนาล็อกลดวูบ

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า จากการประเมินของ กสทช.พบว่าทิศทางการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2560 ยังมีทิศทางเป็นบวกจาก 2 ปัจจัยหลักคือ 1.การที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ในปี 2560 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของภาคการบริโภคและภาคธุรกิจ และ 2.การที่กลุ่มนายทุนรายใหญ่ เข้ามาอยู่ในอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น ทั้งในช่องทาง และช่องอมรินทร์ทีวี จะช่วยให้ช่องทีวีดิจิทัลมีความแข็งแกร่งทางการเงิน ส่งผลต่อการอัดฉีดเม็ดเงินโฆษณา

พ.อ.นทีกล่าวว่า ส่วนกรณีที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ใช้มาตรา 44 แห่ง

รัฐธรรมนูญ (ฉบับชั่วคราว) พ.ศ.2557 มาขยายระยะเวลาการชำระค่าใบอนุญาต และสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (มัลติแคร์รี) เป็นระยะเวลา 3 ปี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายลดลงและมีเงินทุนหมุนเวียนในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงถึง 12,615 ล้านบาท เฉพาะในปี 2560 ผู้ประกอบการจะมีเงินลงทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นประมาณ 4,984 ล้านบาท ส่งผลให้แต่ละช่องสามารถนำเงินมาลงทุนพัฒนาช่องรายการ และลงทุนคอนเทนต์ได้มากขึ้น

"ปีนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอุตสาหกรรมโทรทัศน์เติบโตมากขึ้น ทั้งธุรกิจที่ใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์โทรทัศน์ (โอทีที) ทีวีไฮมอปปิ้ง และโมบาย ดิจิทัลทีวี เนื่องจากประชาชนมีช่องทางการรับชมเพิ่มมากขึ้น โดย

เฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมคอนเทนต์โทรทัศน์ ส่งผลให้การให้บริการโอทีที มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น และกลายเป็นช่องทางสำคัญในการนำเสนอคอนเทนต์ ซึ่งจากผลการสำรวจเวลานี้ชัดเจนแล้วว่าประชาชนไม่สนใจเนื้อหารายการที่ต้องการดูจะออกอากาศผ่านช่องทางใด เพราะสามารถเลือกดูผ่านช่องทางที่ตนเองสะดวกที่สุด ซึ่งถือเป็นเรื่องท้าทายสำหรับ กสทช.ที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแล และผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งฟรีทีวีและเพย์ทีวี ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเร่งปรับตัว" พ.อ.นทีกล่าว และว่า การกำกับดูแลที่ยังมีความแตกต่างระหว่างฟรีทีวีและโอทีที สะท้อนความจำเป็นในการสร้างโมเดลการอนุญาตที่มีความชัดเจนต่อการให้บริการประเภทดังกล่าวด้วย

พ.อ.นทีกล่าวว่า สำหรับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปีที่ผ่านมา คนไทยรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบดาวเทียมมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน 55% รองลงมาเป็นการรับชมผ่านดิจิทัลทีวี 30% การรับชมในระบบอนาล็อก 9% และรับชมผ่านเคเบิลทีวีน้อยที่สุด 6% ซึ่งในปี 2559 สัดส่วนผู้ชมช่องรายการเดิมลดลงตลอดทั้งปี จากเดิมเดือนมกราคม อยู่ที่ 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือนธันวาคม ขณะที่การรับชมทีวีดิจิทัลเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนมกราคมอยู่ที่ 38.9% และมาอยู่ที่ 53.2% ในเดือนธันวาคม ขณะที่การขยายโครงข่ายดิจิทัลทีวีขณะนี้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศถึง 91.7% แล้ว



## ข่าวสั้น

### ■ แนวโน้มคนไทยดูทีวีดิจิทัลเพิ่ม

พ.อ.ทศพลรัตน์ กรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่าทิศทางและภาพรวมตลาดทีวีดิจิทัล ปี 59 คนไทยยังรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบดาวเทียมมากที่สุด 55% รองลงมาเป็นการชมผ่านดิจิทัลทีวี 30% รับชมผ่านระบบบอแนลล็อก 9% รับชมผ่านเคเบิลทีวี 6% โดยมีสัดส่วนผู้ชมช่องรายการเดิมลดลงตลอดทั้งปี จากเดิมเดือน ม.ค.59 อยู่ที่ 61.1% ลดลงเหลือ 46.8% ส่วนทางกับสัดส่วนผู้ชมรายการจากช่องทีวีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเดือน ม.ค.59 อยู่ที่ 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือน ธ.ค.59 ขณะที่การขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัลครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ 91.7% สำหรับพฤติกรรมรับชมโทรทัศน์อันดับหนึ่งยังเป็นการรับชมช่องรายการเดิมโดยปี 59 มีการรับชมช่องรายการเดิมลดลงอยู่ที่ 128 นาที/คน/วัน จากปี 58 มีการรับชม 148 นาที/คน/วัน อันดับ 2 ช่องทีวีดิจิทัล ปี 59 มีการรับชมเพิ่มขึ้น 123 นาที/คน/วัน จากเดิม ปี 58 มีการรับชม 94 นาที/คน/วัน

## BROADCASTING

# NBTC keeps eye on over-the-top operators, mulls licensing

**KOMSAN TORTERMSASANA  
NANAT SUCHIVA**

The National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) plans to place policy measures to govern over-the-top (OTT) operators, as the internet-based services are rapidly pervading all segments of commerce and society, affecting and disrupting traditional industries in ways that are difficult to control.

The rise of the OTT TV model has also changed linear live-TV viewing habits and is affecting the TV advertising market, challenging whether customers will continue to subscribe to pay-TV services.

"Most importantly, OTT operators, who ride on mobile operators' networks, are not required to pay any licensing fees or corporate income tax to the Thai government," said Col Natee Sukulrat, chairman of the NBTC's broadcasting committee.

"It is unfair to allow OTT providers to take advantage of digital TV operators and IPTV broadcasters that are licensed by the NBTC."

The NBTC is looking at drafting regulations to govern OTT services, including a licensing system, said Col Natee.

Singapore is the only country stipulating OTT operators must apply for a broadcasting licence, he said.

Consumers increasingly see OTT services — such as mobile VoIP apps, mobile instant messaging, online video and TV, and online music — as alternatives to traditional offerings, posing a critical challenge to mobile operators' call and data revenues thanks to greater broadband connectivity that provides instant access to a global network of services and applications providers.

Col Natee said the planned control measures would affect OTT services with more than 1,000 viewers.

However, he acknowledged it is difficult to classify groups of broadcasters under the current digital convergence platform because there has been no delineation of content on broadcast networks and telecom networks.

Col Natee declined to specify when the control measures will be put in place, only that they are needed by 2018 to control the social impact.

OTT services are divided into two types: free platform (advertising-driven) and paid platform (monthly payment and pay-on-demand).

The free OTT platform includes Line TV, YouTube, and some digital TV channels that broadcast their programmes via OTT platforms such as channels 3, 7, 8 and Workpoint channel.

Paid OTT platforms include Netflix, iflix, Hollywood HDTV, Primetime, AIS Play and Truevisions Anywhere.

A report conducted by the NBTC found free OTT service providers in Thailand earned combined advertising revenue of 2.16 billion baht in 2016, 70% of which or 1.66 billion stemming from YouTube.

The report found the three most popular types of OTT content were mass content such as cinema series; niche content including sport, cartoon and cuisine; and user-generated content such as on Facebook, YouTube and Instagram.

Col Natee said both free TV and pay-TV operators must adjust their strategies to overcome rapidly changing viewing habits. He suggested TV operators broaden their content offerings from traditional TV distribution platforms of terrestrial, satellite and cable to all digital platforms, especially mobile.

TV operators should deepen their cooperation or partner with OTT firms to accelerate their content and service offerings, said Col Natee.

He also expects digital TV operators to fare better this year as the country's economy improves and because there were a raft of recent takeover deals in the industry. The improving economy will encourage people to spend more, enabling manufacturers to increase their ad spending, said Col Natee.

The Media Agency Association of Thailand recently forecast a 10% rise in total ad spending this year after it fell by 11% in 2016 because of the uneven economic recovery, weak consumption and a national mourning period after His Majesty King Bhumibol Adulyadej passed away on Oct 13.

The recent takeover of some digital TV channels by tycoons should also be a boon to the industry as those operators add cash flow, said Col Natee. Digital TV operators must pay high licensing costs and there are



The rise of the OTT TV model has affected the TV advertising market and in turn the fortunes of digital TV operators.

intense competition costs.

He has said repeatedly any loss-making digital TV operators that want to return their licences and exit the business must follow the NBTC's rules.

The broadcasting committee has approved measures to ease the financial burden of digital TV operators such as subsidies for transmitting their programme signals to satellite and cable TV platforms for three years, an extension of the auction fee payment period and a new annual licence fee structure implementation.

The NBTC estimates the new fee structure will help halve the fee on average. The structure is a progressive rate, depending on the broadcaster's performance. Fees start from 0.5% for annual revenue of under 5 million baht and 0.75% for revenue between 5-50 million.

new)108

new)108  
Circulation: 300,000  
Ad Rate: 1,950

Section: First Section/THAILAND

วันที่: ศุกร์ 17 กุมภาพันธ์ 2560

ปีที่: 3 ฉบับที่: 630

Col.Inch: 10.82 Ad Value: 21,099

หัวข้อข่าว: คนดูทีวีดิจิทัลพุ่งแซงอนาล็อก

หน้า: 5(ซ้าย)

PRValue (x3): 63,297

คลิป: สีสี่

## คนดูทีวีดิจิทัลพุ่งแซงอนาล็อก

พ.อ.ท. ศุภรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า จากการประเมินของ กสทช. ต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2560 พบว่ายังมีทิศทางเป็นบวก ปีนี้จะเห็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมโทรทัศน์เติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการรับชม สำหรับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปีที่ผ่านมา คนไทยรับชมผ่านระบบดาวเทียมมากที่สุด 55% ดิจิทัลทีวี 30% ระบบอนาล็อก 9% เคเบิลทีวี 6% ซึ่งในปี 2559 สัดส่วนผู้ชมช่องรายการเดิมลดลงตลอดทั้งปี จากเดือน ม.ค. 61.1% ลดเหลือ 46.8% ในเดือน ธ.ค. ส่วนทางกับผู้ชมช่องดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากเดือน ม.ค. 38.9% เพิ่มขึ้นเป็น 53.2% ในเดือน ธ.ค.



## NBTC moves to regulate over-the-top operators for fairness sake

**USANEE MONGKOLPORN**  
THE NATION

THE NATIONAL Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) broadcasting committee has studied ways to draw up rules to regulate the fast-rising over-the-top (OTT) segment to expose all content broadcasters to the same treatment and regulations.

OTT is the delivery of media content such as films or TV programmes via the Internet to viewers, either free or for a charge.

"The main reason to regulate OTT is that we have to regulate all broadcasters on an equal basis. We're studying more details of the OTT but our regulations will not affect consumers. We'll focus on regulating content, especially the violent content," said broadcasting committee chairman Natee Sukonrat.

According to the NBTC, OTT operators on the free-of-charge platform include YouTube, Line TV, and digital TV operators such as Channels 3, 7, 8 and Workpoint. Their programmes earn income from advertising.

The paid platform OTT operators include Netflix, iflix, Primetime, Advanced Info Service's AIS Play, and TrueVisions' Anywhere.

Recently AIS secured a five-year exclusive deal with HBO to broadcast HBO HD, HBO Signature, HBO Family, HBO Hits, Cinemax, and Red via both its mobile and fixed broadband Internet networks.

The NBTC has hired Time Consulting to study the OTT industry here. According to the study, YouTube had the highest advertising OTT revenue in Thailand at Bt1.66 billion last year, while Line TV and digital TV operators offering an OTT service made a combined Bt502 million in ad revenue.

Dew Waratangtragoon, deputy chief executive of One Channel of GMM Grammy, said that besides facing tough competition among the digital-TV broadcasters, the company also experienced mounting competition from OTT operators, which have lower operating costs. Many content providers join with OTT operators to broadcast their content.

"We want the NBTC to hurry up and look into this matter," he said.

In a separate matter, Natee said the outlook for the TV broadcasting industry this year looked positive, thanks to the regulator launching several measures to ease the burden of terrestrial digital TV broadcasters.

The crucial relief measures

include an extension of the deadlines for their upfront licence payments and the NBTC's three-year (2017-2019) cost subsidy for digital-TV operators transmitting free programmes to cable and satellite TV platforms.

Natee added that the relief measures would help digital-TV broadcasters save a lot of money this year, which would result in their investing an additional Bt12.615 billion over the next three years.

He estimated that this year alone digital-TV broadcasters would invest Bt4.984 billion on programme development and content, thanks to the NBTC relief measures.

## ยกฟ้อง'ผู้บริหารเนชั่น'คดีSLC ศาลชี้ทำหน้าที่'สื่อ'โดยสุจริต

ศาลอาญา พิพากษายกฟ้อง "กรรมการอำนวยการ บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้งฯ" ไม่ผิด คดี SLC ฟ้องหมิ่น ศาลชี้โพสต์บทความ ช้อนเนชั่นลงเพชบุ๊คทำหน้าที่สื่อ ตรวจสอบ แสดงความเห็นสุจริต ตามกฎหมาย

ที่ห้องพิจารณา 812 ศาลอาญา ถ.รัชดาภิเษก วานนี้ (16 ก.พ.) ศาลอ่านคำพิพากษาคดีหมายเลขดำ อ.133/2558 ที่บมจ.โซลูชั่นคอนเน็ค (1998) หรือ SLC โดยนายอาร์กษ ราชบุรินทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท เป็นโจทก์ยื่นฟ้อง นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐงษ์พัฒนกิจ กรรมการผู้อำนวยการ บมจ.เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น เป็นจำเลยในความผิดฐานหมิ่นประมาทผู้อื่นโดยการโฆษณา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326, 328 และ พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 3, 14, 15

จากการฟ้องร้องของโจทก์เมื่อวันที่ 16 ม.ค.2558 ระบุว่า เมื่อวันที่ 23 ธ.ค.2557 จำเลยใส่ความโจทก์เกี่ยวกับมุมมองการเมือง โดยลงพิมพ์บทความในเพชบุ๊คของจำเลย ชื่อเพจ "Adisak Limparunpatanakij" ซึ่งทำให้ผู้อื่นอ่านแล้วเข้าใจได้ว่า

โจทก์ได้เข้าไปซื้อหุ้นของบมจ.เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป และยังใช้อำนาจต่อรอง ซึ่งไม่ใช่ความจริง จึงทำให้โจทก์ได้รับความเสียหาย เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นและเกลียดชัง เหตุเกิดที่วราชอาณาจักร

ศาลพิเคราะห์พยานหลักฐานแล้ว ฝ่ายจำเลย มีตัวจำเลย และ น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กสทช. เป็นพยานเบิกความซึ่ง น.ส.สุกัญญา ระบุว่า ได้มีการร้องเรียนกรณีตรวจสอบการซื้อหุ้นบ.เนชั่นฯ ที่อาจฝ่าฝืนกฎหมาย จึงเห็นว่าการกระทำของจำเลย ซึ่งเป็นสื่อประกอบกิจการ เนชั่นทีวี ทำหน้าที่ตรวจสอบ โดยแสดงความคิดเห็นสุจริตเพื่อความชอบธรรมป้องกันตนฯ ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 329 (1) จึงไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาทฯ และยังฟังไม่ได้ว่าจำเลยกระทำความผิดนำข้อมูลปลอมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ฯ ตาม พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (1) จึงพิพากษายกฟ้อง

ผู้สื่อข่าวรายงานว่าฝ่าย SLC โจทก์ นายอาร์กษ ไม่ได้เดินทางมาร่วมฟังคำพิพากษา มีเพียงผู้แทนรับมอบอำนาจมาเท่านั้น ขณะที่ นายอดิศักดิ์ จำเลย เดินทางมากับทนายความ เพื่อฟังคำพิพากษา

## ยกฟ้อง'ผู้บริหารเนชั่น'คดี'SLC'

● เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ ที่ห้องพิจารณา 812 ศาลอาญา ถ.รัชดาภิเษก ศาลอ่านคำพิพากษาคดีหมายเลขดำ อ.133/2558 ที่บริษัท โซลูชั่น คอนเนอร์ (1998) จำกัด (มหาชน) หรือ SLC โดยนายอาร์กัย ราษฎร์บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เป็นโจทก์ ยื่นฟ้อง นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐง์พัฒนกิจ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นจำเลย ในความผิดฐานหมิ่นประมาทผู้อื่นโดยการโฆษณา ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326 328 และ พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 3, 14, 15

ตามฟ้องโจทก์ วันที่ 16 มกราคม 2558 ระบุพฤติการณ์สรุปว่า เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2557 เวลากลางวัน จำเลยใส่ข้อความโจทก์เกี่ยวกับมุมมองการเมือง โดยลงพิมพ์บทความในเฟซบุ๊กของจำเลย ชื่อเพจ "Adisak Limparunpatanakij" ซึ่งทำให้ผู้อื่นอ่านแล้วเข้าใจได้ว่า โจทก์ได้เข้าไปซื้อหุ้นของ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และยังใช้อำนาจต่อรอง ซึ่งไม่ใช่ความจริงจึงทำให้

โจทก์ได้รับความเสียหาย เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นและเกลียดชัง เหตุเกิดที่ราชอาณาจักรชั้นพิจารณาจำเลยให้การปฏิเสธต่อสู้คดี

ศาลพิเคราะห์พยานหลักฐานแล้ว ฝ่ายจำเลย มีตัวจำเลย และน.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กสทช. เป็นพยานเบิกความซึ่ง น.ส.สุกัญญา ระบุว่า ได้มีการร้องเรียนกรณีตรวจสอบการซื้อขายหุ้น บ.เนชั่นฯ ที่อาจฝ่าฝืนกฎหมาย จึงเห็นว่าการกระทำของจำเลย ซึ่งเป็นสื่อประกอบกิจการเนชั่นทีวี ทำหน้าที่ตรวจสอบโดยแสดงความคิดเห็นสุจริตเพื่อความชอบธรรมป้องกันตนฯ ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 329 (1) จึงไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาทฯ และยังฟังไม่ได้ว่าจำเลยกระทำผิดนำข้อมูลปลอมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ฯ ตาม พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มาตรา 14 (1) จึงพิพากษายกฟ้อง

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า วันนี้ฝ่าย SLC โจทก์ นายอาร์กัย ไม่ได้เดินทางมาร่วมฟังคำพิพากษามีเพียงผู้แทนรับมอบอำนาจมาเท่านั้น ขณะที่ นายอดิศักดิ์ จำเลย เดินทางมากับทนายความพร้อมฟังคำพิพากษา

**QUICK NEWS****NMG executive cleared in stock-related libel case**

A Nation Multimedia Group (NMG) executive has been acquitted by the Criminal Court in a libel case filed by Arluk Rajborihan, chief executive officer of Solution Corner (1998) or SLC, currently known as News Network Corp.

The court said in a statement that NMG director Adisak Limprungpattanakit's Facebook post regarding an acquisition of NMG shares by SLC and related parties was an honest opinion, not a libellous statement as accused by the plaintiff.

In the December 23, 2015 lawsuit, Arluk alleged that the Facebook post had caused damage to his reputation.

However, the court said Supinya Klangnarong, a commissioner with the National Broadcasting and Telecom Commission (NBTC), had testified that there had been a petition for the regulatory body to launch an investigation into alleged wrongdoing regarding the acquisition of NMG shares, which could be unlawful.

As a result, the opinion expressed by Adisak in the Facebook post as a member of the media was legitimate, the court ruled.

# การศึกษาจะทำให้เวียดนามก้าวกระโดด



## บทความพิเศษ

> ว.อ.ดร.เฟรชชพงศ์ มะลิสุวรรณ

รองประธาน กสทช. และประธานกรรมการกิจการโทรคมนาคม

**ข**ณะที่ประเทศส่วนใหญ่ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC กำลังพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีซึ่งมีการวิเคราะห์จากภาคอุตสาหกรรมว่า ประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่โดดเด่นที่สุดที่จะเป็น Silicon Valley ของภูมิภาคนี้ เนื่องจากนโยบายการศึกษาที่ประสบความสำเร็จ มีการสนับสนุนจากรัฐบาล และสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการที่เหมาะสม

เวียดนามเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับว่ามีความแข็งแกร่งทางด้านการศึกษาในสาขาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ตั้ง

แต่ปี 2012 แล้ว จากผลการประเมินผลนักเรียนร่วมกับนานาชาติ (Programme for International Student Assessment) หรือ PISA ซึ่งจัดโดยองค์การเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ หรือ OECD พบว่าในปี 2012 ผลการสอบวิทยาศาสตร์ของนักเรียนเวียดนามอยู่ในอันดับที่ 8 และผลการสอบคณิตศาสตร์อยู่ในอันดับที่ 17

สำหรับการประเมินผลในโครงการ PISA ปี 2015 เวียดนามก็ยังอยู่ในอันดับที่ดีกว่าหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และประเทศไทย โดยผลการสอบวิทยาศาสตร์อยู่ในอันดับที่ 8 และผลการสอบคณิตศาสตร์อยู่ในอันดับที่ 22 ซึ่งองค์ประกอบที่ทำให้เวียดนามประสบความสำเร็จได้แก่ นโยบายของรัฐบาลที่มองการณ์ไกล, หลักสูตรที่เน้นการคิด วิเคราะห์ที่ไม่ใช่เน้นการท่องจำ และครูถือเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุด ในการแนะนำ, ให้คำปรึกษาผู้เรียน และพัฒนา

ทักษะของผู้เรียน ดังนั้นการที่ประเทศเวียดนามมีการลงทุนทางการศึกษาในอัตราส่วนที่สูงมาก อย่างเช่น การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ระบบการศึกษาก้าวหน้าไปด้วย โดยในปัจจุบันนักเรียนในประเทศเวียดนามประสบความสำเร็จมากกว่าประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ

โครงการ Young Lives Project สามารถอธิบายการประสบความสำเร็จในระดับสูงของนักเรียนเวียดนามได้เป็นอย่างดี โดยโครงการนี้พบว่านักเรียนอายุประมาณ 10 ปี สามารถบวกเลข 4 หลักได้ถึงร้อยละ 95 และสามารถบวกลบเศษส่วนได้ถึงร้อยละ 85 ซึ่งนักเรียนเวียดนามสามารถสัมผัสทุกสิ่งทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี, วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ หรือที่เรียกว่า STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) ซึ่งไม่เพียงแต่จะดึงดูดความสนใจของนักวิจัยและผู้วางนโยบายทางการศึกษาเท่านั้น แต่บริษัททางด้านเทคโนโลยียังสามารถค้นหาความสามารถใหม่ๆ จากผลผลิตในภาคการศึกษาได้อีกด้วย

ผู้เชี่ยวชาญวิศวกรซอฟต์แวร์จาก Alphabet Inc ของ Google ได้เข้าเยี่ยมชมโรงเรียนท้องถิ่นในเวียดนาม และได้พูดคุยกับนักเรียนเกี่ยวกับทักษะทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งได้พบว่านักเรียนเวียดนามมีความสามารถด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ที่สูงมากอย่างไม่เคยพบมาก่อนจากการที่ได้ดูนักเรียนเหล่านั้นแก้ปัญหา ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความท้าทายในการสัมภาษณ์งานของ Google โดยผู้บริหารระดับสูงของ Google ได้เข้าพบนาย Nguyen Tan Dung นายกรัฐมนตรีเวียดนามในขณะนั้น เพื่อปรึกษาหารือในเรื่องการลงทุนและการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต ซึ่งทางผู้บริหาร Google ยืนยันว่าเวียดนามจะกลายเป็นหนึ่งในตลาดที่สำคัญของ Google และจะเป็น 1 ใน 10 ประเทศที่มีบริษัทและบุคลากรจำนวนมากที่เป็นกำลังการผลิตสินค้าของโลก

ส่วนหนึ่งของข้อตกลงก็คือ Google จะช่วยฝึกอบรมวิศวกรด้านไอทีประมาณ 1,400 คนให้กับเวียดนาม ซึ่งจะทำให้เวียดนามได้รับผลประโยชน์จากการลงทุน และนโยบายของรัฐบาลที่จะสนับสนุนเวียดนามให้กลายเป็นศูนย์กลางทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภูมิภาค ตัวอย่างเช่นโครงการ Silicon Valley ที่วางแผนส่งเสริมโดยกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายในการปฏิรูปประเทศ ให้เป็นผู้เล่นรายใหญ่ในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โครงการนี้จะดึงดูดผู้ประกอบการที่สำคัญ ความรู้ความเชี่ยวชาญ และการลงทุน เพื่อให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี

เวียดนามได้ร้องขอให้บริษัทเทคโนโลยีระดับโลกสนับสนุนบุคลากรที่ชำนาญในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้เวียดนามสามารถมีต้นทุนที่ต่ำกว่าจีน และมีอำนาจทางการผลิตมากกว่าประเทศอื่นใน AEC ซึ่งเมื่อย้อนหลังไปประมาณ 10 ปีที่แล้ว เวียดนามเคยเป็นศูนย์กลางการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของทั้งประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น เช่น ซัมซุง, แอลจี, พานาโซนิค และโตชิบา ที่ไปตั้งโรงงานผลิตในเวียดนามแต่ในปัจจุบันเวียดนามได้เปลี่ยนผ่านประเทศจากที่เคยเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ กลายเป็นศูนย์กลางการวิจัย นวัตกรรม และการพัฒนาที่มีเทคโนโลยีเป็นของตัวเอง

บริษัท 500 Startups ซึ่งเป็นกองทุนเพื่อการลงทุนของกลุ่มนักลงทุนจาก Silicon Valley ที่เชื่อมั่นในความสามารถของชาวเวียดนาม อย่างเช่น Nguyen Ha Dong ผู้ผลิตเกม "Flappy bird" และประกาศว่าจะลงทุนในเวียดนามมูลค่าถึง 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในระยะเวลา 12 เดือน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ถือเป็นการตอกย้ำว่า ทำไมประเทศเวียดนามจึงมีศักยภาพมากขึ้นซึ่งชัดเจนว่าระบบการศึกษาที่ประสบความสำเร็จ นโยบายภาครัฐที่สนับสนุน การลงทุนจากต่างชาติ การเติบโตของภาคอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยี และการที่คนรุ่นใหม่ของเวียดนามที่คลั่งไคล้เทคโนโลยีอย่างมาก ทำให้ประเทศเวียดนามมีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดการลงทุนจากบริษัทต่างชาติอย่างมาก ซึ่งเป็นประเทศที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก เนื่องจากการมุ่งสู่ Startup ด้านเทคโนโลยี ของเวียดนามมีความชัดเจนอย่างมาก

กรณีศึกษาของเวียดนามจะทำให้เราพบว่า รากเหง้าของความสำเร็จในการพัฒนาของทุกประเทศมักเกิดจากระบบการศึกษาที่มีคุณภาพ ดังนั้น ปัญหาที่ผู้นำทุกประเทศต้องค้นหาคำตอบให้ได้คือ "เรากำลังผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อทำงานในปี 2025 หรือเพื่อทำงานในปี 2017" ถึงเวลาที่จะต้องเปลี่ยนแปลงแล้วหรือยัง???

# สมปรรณาคือใบอนุญาต 3 ปีปี

## ● ประณาน กสทช.ลงนามล่วงหน้า 9 ปีนี้มๆ

พล.อ.อ.ธเรศ ปุณศรี ประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่าเมื่อวันที่ 14 ก.พ. 2560 ตนได้ลงนามในใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคมประเภท 3 มีโครงข่ายเป็นของตัวเอง ให้กับบริษัท ทริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด หรือ 3 ปีปี ในเครือบริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด (มหาชน) แล้ว โดยใบอนุญาตมีอายุ 15 ปี มีผลตั้งแต่วันที่ 30 ม.ค.2560-29 ม.ค.2575 "การลงนามเป็นไปตามที่คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) เสนอมา ส่วนสาเหตุที่ลงนามเมื่อต้นเดือน ก.พ.ที่ผ่านมา นั้น เพราะเมื่อมีกระแสสังคมที่ทักทวง ก็ต้องขอเวลาพิจารณา แต่ในฐานะประธาน กสทช.ต้องลงนาม"

ผู้สื่อข่าวรายงานเพิ่มเติมว่า วันที่ที่ พล.อ.อ.ธเรศ เดินทางกลับจากต่างประเทศทางเจ้าหน้าที่ กสทช. ได้นำเอกสารการลงนามในใบอนุญาตของ 3 ปีปี ไปให้ลงนามถึงบ้านพัก เพื่อความรวดเร็ว และไม่ต้องการถูกกล่าวหาว่ากลั่นแกล้งเอกชน โดย 3 ปีปี ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานและบริการอินเทอร์เน็ต ครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 ก.พ.2554-28 ก.พ.2569 เป็นระยะเวลา 15 ปี ปัจจุบันมีลูกค้าใช้บริการราว 2.5 ล้านราย และขณะนี้ใบอนุญาตเหลือเวลาอีก 9 ปี แต่ทาง 3 ปีปี ได้ยื่นเรื่องขอต่ออายุใบอนุญาตล่วงหน้ายาว 20 ปี เนื่องจากมีแผนการลงทุนขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ โดยภายใน 5 ปีข้างหน้า (2560-2564) จะให้เงินลงทุนราว 30,000 ล้านบาท โดยบอร์ด กทค.พิจารณาแล้ว จึงได้มีมติเมื่อวันที่ 29 ม.ค. ที่ผ่านมา ให้ใบอนุญาต 3 ปีปี เป็น 15 ปี โดยให้เริ่มนับระยะเวลาปีที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 30 ม.ค.2560-29 ม.ค.2575.

## กสทช.จับมือรัสเซียถกลดค่าโรมมิ่ง

นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า นายเล็กซ์ วัลลิน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงโทรคมนาคมและการสื่อสาร สหพันธรัฐรัสเซีย และคณะได้เดินทางเข้าพบเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวทางในการลดอัตราค่าบริการโรมมิ่งระหว่างประเทศไทยและสหพันธรัฐรัสเซีย โดยเสนอให้มีการจัดทำความร่วมมืออย่างเป็นทางการระหว่าง 2 หน่วยงาน โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญ 3 เรื่อง ได้แก่ 1.การลดอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตบนมือถือ โมบาย โรมมิ่ง ระหว่างประเทศไทยและสหพันธรัฐรัสเซีย ทั้งในส่วนของการลดค่าบริการเสียงลง 2.ความ

ร่วมมือด้านดิจิทัลทีวีที่จะช่วยเหลือทางด้านการพัฒนาเนื้อหารายการ การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และการยุติการให้บริการโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก เพื่อก้าวสู่ระบบดิจิทัลทีวีเต็มรูปแบบ และ 3.ความร่วมมือเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ ที่สหพันธรัฐรัสเซียมีความเชี่ยวชาญ

นายฐากรกล่าวว่า ทั้งสองฝ่ายตกลงที่จะลงนามความร่วมมืออย่างเป็นทางการในช่วงเดือนพฤษภาคม หรือมิถุนายน 2560 โดยทางสหพันธรัฐรัสเซียขอเป็นเจ้าภาพในการจัดพิธีการ และได้เชิญให้ กสทช. เดินทางไปร่วมพิธีลงนามที่ประเทศรัสเซีย

12



## พลิกมุม 'ดีแทค' ในวันที่ฮอตส์!!

'โทร.ฟรี เน็ตไม่อั้น ไม่ลดความเร็ว' เป็นหนึ่งในการ 'พลิก' หรือ 'FLIP IT-แค่พลิก ชีวิตก็ง่าย' ที่เป็นการรีแบรนด์ ครั้งสำคัญของดีแทค ในแง่ของรูปแบบการให้บริการใน อุตสาหกรรมโทรคมนาคม ที่หวังจะเข้ามาแก้ปัญหาพื้นฐาน ของลูกค้าที่ใช้งานโทรศัพท์มือถือ

ที่ไม่ใช่แค่การ 'พลิก' ในมุมของแพคเกจเท่านั้น แต่ ยังรวมถึงการ 'พลิก' ในมุมของบริการที่จะเข้าไปช่วยให้เกิด การพัฒนาในระดับประเทศ จนไปถึงการ 'พลิก' ในการมอบ สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าจากแคมเปญอย่าง 'dtac reward' ที่ให้ ลูกค้าของดีแทค กลายเป็นคนพิเศษ

สิทธิโชค นพชินบุตร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มการตลาด บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค กล่าวว่า ที่ผ่านมาผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมจะติดอยู่ในกับดักในเรื่องของข้อจำกัดในการให้บริการ และกล่าวว่าเมื่อออกแพคเกจหรือบริการแบบไม่ จำกัดแล้วจะทำให้รายได้จากลูกค้าลดลง

ขณะที่ในฝั่งของลูกค้าที่ใช้งานสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่ ก็จะอยู่กับความกลัว ไม่ว่าจะเป็นกลัวเน็ตหมด กลัวเน็ตเร็ว ความเร็วลดลง พร้อมกันนี้ยังพบว่าลูกค้ากว่า 50% ที่โทร.เข้ามาเรียนเรื่องสัญญาที่แนบจะเกิดจากใช้งานอินเทอร์เน็ต ครบตามกำหนดแล้วโดนปรับลดความเร็วลง



## พลิกมุม 'ดีแทค' ในวันที่ฮอตส์!!

‘อุตสาหกรรมโทรคมนาคมถือเป็นอุตสาหกรรมที่ประหลาดมาก แบบไม่เคยเจอมาก่อน เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ตามคอนซูเมอร์ไม่ทัน ออกผลิตภัณฑ์ใหม่มาก็ไม่เคยแก้ปัญหาลูกค้าได้ ดังนั้นเมื่อดีแทคเห็นถึงปัญหาดังกล่าว ก็มาคุยกันทั้งระดับผู้บริหาร ไปจนถึงพนักงานทุกคนว่าพร้อมที่จะเปลี่ยนไหม’

ดังนั้น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง Go No Limit และ ซิม Go เฟลิม จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นของดีแทคที่จะย้อนกลับไปตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทั้งในแง่ของการให้บริการที่ไม่หมกมุ่น ใช้งานได้ไม่จำกัดตามความเร็วในแต่ละแพคเกจ รวมถึงการโทรฟรีแบบไม่จำกัดช่วงเวลาภายในเครือข่าย

ย้อนกลับไปก่อนหน้านั้น สิทธิโชค เคยเล่าให้ฟังถึงมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อดีแทค คือการเป็นแบรนด์ที่เข้าใจลูกค้า มีการออกผลิตภัณฑ์ หรือแพคเกจในการให้บริการมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด เพียงแต่ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ดีแทคเลยเผลอไปโฟกัสกับการแข่งขันตามคู่แข่งในตลาดที่เน้นการทำตลาดแบบลด แลก แจก แถม แต่ไม่ได้ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าเลย แม้ว่าแคมเปญนี้ จะถูกเลื่อนจากเดิมที่มีกำหนดว่าจะเปิดตัวในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ทำให้ดีแทคต้องมีการปรับกลยุทธ์มากขึ้น โดยเน้นการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือที่มีปัญหาจากเรื่องดังกล่าวโดยตรง ทำให้ต้องตั้ง ‘นาย-นภัทร เสี่ยงสมบุญ’ มาช่วยเล่าเรื่อง เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงแนวคิดของแพคเกจยุคใหม่ที่จะเกิดขึ้น

การปรับผลิตภัณฑ์ หรือแพคเกจของดีแทคครั้งนี้ ถือว่าสอดคล้องกับผลสำรวจจากนิต้า โพล ที่มีการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานโมบายอินเทอร์เน็ตของคนไทย แม้ว่าเกือบ 50% จะเข้าใจถึงข้อจำกัดในแง่ของความเร็วในการใช้งานแบบ Unlimited ที่จะใช้ได้ความเร็วสูงสุดถึงปริมาณหนึ่งแล้วหลังจากนั้นจะปรับลดความเร็วลง แต่อีกกว่า 35% ยังเชื่อว่าเป็นการสมัครใช้เน็ตแบบความเร็วสูงสุดตลอดระยะเวลาการใช้งาน

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าแพคเกจที่ทางผู้ให้บริการเสนอขายอยู่เกือบ 44% รองลงมาเรื่องราคาของแพคเกจที่สูงเกินไป ทำให้ไม่สามารถจ่ายค่าอินเทอร์เน็ตให้เพียงพอกับความ

ต้องการ 36% และอีก 28% มองว่าแพคเกจของผู้ให้บริการซับซ้อน เข้าใจยาก

## มันใจลูกค้าพอใจมากขึ้น

เป้าหมายสำคัญของการที่ออกมา ‘พลิก’ ในครั้งนี้ หลักๆเลยคือการสร้างความพอใจแก่ลูกค้า และเมื่อลูกค้าพอใจในแพคเกจใหม่ ก็มีโอกาสนะที่จะสร้างรายได้เพิ่ม จากการขยับขึ้นมาใช้งานแพคเกจอินเทอร์เน็ตที่ความเร็วสูงขึ้น ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันที่ค่าใช้บริการเฉลี่ยต่อรายต่อเดือนของลูกค้ารายเดือนขึ้นมามีอยู่ 550 บาท แม้ว่าแพคเกจเริ่มต้นของ Go No Limit จะอยู่ที่ 499 บาทก็ตาม

ทั้งนี้ ดีแทค ยืนยันว่าการออกแพคเกจใหม่ในครั้งนี้ ไม่ใช่จุดเริ่มต้นของสงครามราคา แต่เป็นแนวในการให้บริการ



รูปแบบใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรม แบบเปิดเผย ไม่ใช่ การทำโปรโมชันลักษณะในแบบที่เป็นใต้ดิน ลูกค้าน่าจะได้รับ ข้อเสนอถึงจะสามารถใช้งานได้ หรือมีเงื่อนไขที่ยืดหยุ่นในการ ใช้งาน

เป้าหมายหลักของแพคเกจนี้ไม่ใช่ในแง่ของการเพิ่ม ส่วนแบ่งการตลาด แต่เป็นการสร้างความน่าสนใจให้แก่ลูกค้า และเมื่อลูกค้าได้ลองใช้งานก็จะเกิดความพึงพอใจ และบอก ต่อกันไป แล้วก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม โทรคมนาคม

อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของแหล่งข่าวในอุตสาหกรรม กลับมองว่า การพลิกครั้งนี้ของดีแทค จะเกิดขึ้นในช่วงเวลา หนึ่งเท่านั้น เพราะเป็นในมุมมองของแพคเกจ โปรโมชัน ซึ่งค่าย อื่นก็มีการนำเสนอแพคเกจที่มีรูปแบบเดียวกันอยู่บ้างแล้ว แต่ ไม่ได้ถูกนำมาโปรโมตมากนัก

เพราะเมื่อสำรวจไปในตลาด แพคเกจประเภทใช้งาน ได้ไม่จำกัด ตามความเร็วที่กำหนดไม่ว่าจะเป็น 512 Kbps 1 Mbps 4 Mbps ผู้ให้บริการรายอื่นก็เริ่มให้บริการตั้งแต่ช่วง ปลายปีที่ผ่านมา เพียงแต่จะมีข้อจำกัดบางประการอย่างต้อง เปิดเบอร์ใหม่ถึงสมัครได้

ส่วนที่แตกต่างแตกต่างจึงอยู่ที่มีความหลากหลายให้ เลือกมากกว่าด้วยความเร็วตั้งแต่ลูกค้าในส่วนของผู้เติมเงินที่ 256 Kbps ไปจนถึงลูกค้ารายเดือนที่ต้องการความเร็วสูงสุด แบบไม่จำกัดตลอดเวลา ซึ่งแน่นอนว่าถ้าลูกค้ามีความต้องการ โอเปอเรเตอร์อีก 2 รายจะมีออกมาหรือไม่ใช่เรื่องแปลก

## อดใจรอ 'คอนเทนต์' ที่จะตามมา

แน่นอนว่าด้วยการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม ที่เกิดขึ้น ไม่ได้หยุดอยู่แค่ในส่วนของการให้บริการ แต่จะรวมถึงบริการอื่นๆที่จะเข้ามาเสริมเพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า ดีแทค ในฐานะที่ต้องการขึ้นเป็นเบอร์หนึ่ง ดิจิตอลอันดับ 1 จึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพร้อมกับ บริการที่เข้าถึงความต้องการของลูกค้า

พร้อมกับยกตัวอย่าง 'dtac music infinite' ที่เป็น บริการให้ลูกค้าที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถฟังเพลงได้โดยไม่ เสียค่าดาวน์ จากผู้ให้บริการที่เป็นพันธมิตร 7 ราย หรือ การ เข้าไปช่วยเกษตรกรในการนำ IoT เข้าไปใช้เพื่อช่วยให้พืชผล ทางเกษตรมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นอย่าง 'สมาร์ต ฟาร์มเมอร์'

'ดีแทคไม่ได้มองบริการอย่างช่องทางดนตรีชื่อดัง หรือ การนำ IoT ไปใช้เป็นที่จอดรถอัจฉริยะ แต่มองไปถึง การนำดิจิทัลไปช่วยในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ทำให้ ที่ผ่านมามีดีแทคจะมีโครงการที่เข้าไปช่วยเหลือผู้ใช้งานอย่าง เน็ตอาสา หรืออินเทอร์เน็ตฟอร์ออล ช่วยให้คนไทยเข้าถึง อินเทอร์เน็ตได้ ที่จะทำอย่างต่อเนื่องต่อไป'

## ลงทุนเครือข่ายต่อเนื่อง

ประเทศ ต้นภูธรานันท์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มเทคโนโลยี ดีแทค ให้ข้อมูลเสริมถึงเรื่องการลงทุนเครือ ข่ายของดีแทคว่า ยืนยันที่จะมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องด้วยบ

ลงทุนราว 1.7-2 หมื่นล้านบาทในปีนี้ แม้ว่าในปีที่ผ่านมาจะมี การเพิ่มสถานะไปกว่า 1.7 หมื่นสถานะแล้วก็ตาม

'การลงทุนทางด้านเครือข่ายของดีแทคต่อจากนี้ จะ ไม่ได้เน้นในแง่ของการเพิ่มพื้นที่การให้บริการ เพราะปัจจุบัน ให้บริการได้ครอบคลุมทุกอำเภอในประเทศไทยอยู่แล้ว แต่จะ ไปเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพให้ลูกค้าสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการใช้งานหนาแน่นเป็นหลัก'

ขณะเดียวกัน ก็มีแผนที่จะ นำบริการอย่าง 'dtac wifi calling' ที่ จะเปลี่ยนสัญญาณไวไฟทุกที่ให้กลายเป็นสัญญาณของดีแทค แม้ว่าจะ อยู่ในประเทศ หรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งปัจจุบันจะใช้งานได้บนสมาร์ตโฟน ระดับไฮเอนด์เท่านั้น ก็จะมีการเพิ่มให้ ลูกค้าที่ใช้สมาร์ตโฟนรุ่นอื่นๆ สามารถ ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพื่อติดตั้งใช้ งานบนสมาร์ตโฟนได้

## เข้าร่วมประมูลทุกคลื่น

อีกหนึ่งปัญหาที่รอการ 'พลิก' คงหนีไม่พ้นในเรื่องของคลื่นความถี่ ที่ปัจจุบันดีแทคจะหมดสัญญาสัมปทาน คลื่น 1800 MHz กับทาง กสท โทรคมนาคม ในเดือนกันยายนปี 2561 แม้ว่าในปัจจุบัน ดีแทคจะมีการเตรียม ความพร้อมในการรับมือปัญหาดังกล่าว แล้ว แต่สุดท้ายก็ต้องรอให้มีการ ประมูลคลื่นเกิดขึ้น

ลาร์ส นอร์ลิ่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดีแทค กล่าวว่า สิ่ง ที่ ดีแทคเห็นตอนนี้คือแผนที่ชัดเจน ของ กสทท.ว่าจะมีการนำคลื่นใดออก มาประมูลบ้าง และแน่นอนว่าดีแทคจะ เข้าร่วมประมูลในทุกๆ คลื่นที่มีโอกาส เพื่อนำมาให้บริการแก่ลูกค้าอย่าง แน่นอน

สำหรับคลื่นที่มีโอกาสเปิด ประมูลในระยะเวลานี้ นอกจาก คลื่น 2300 MHz ของทีโอที ที่เปิดให้ ร่วมประมูลแล้ว ก็จะมีการนำคลื่น 1800 MHz ของดีแทคที่จะหมดสัมปทานมา ให้ประมูลล่วงหน้า รวมถึงคลื่นอย่าง 2600 MHz ของทางอสมท. 850 MHz และ 700 MHz ในอีก 3 ปีข้างหน้า.



เปิดศูนย์การค้า สมัคร เจียมบุตรเศรษฐ์ อดีตรองผู้ว่าฯ กทม. และ ไพรัช  
วรปาณี กรรมการอัยการ ร่วมเป็นประธานเปิดศูนย์การค้า Ease Park แหล่งรวม  
อาหารอร่อยและฟิตเนสสุขภาพ ของ ธัชชัย ศิลป์พัฒน์ โดยมี ประเสริฐ-สุนัย  
ศิลป์พัฒน์, เจริญชัย เรียววิไลสุข, ชิตชัย ชันธนะภา ไปร่วมยินดีด้วย  
ที่ปากซอย 12 ริมถนนรามอินทรา