



วิทยุท้องถิ่นโอดกสทช. ปิด160คลื่น/หวั่นเปลี่ยนผ่านดิจิตอลแบ็ก

โอด! กสทช. สั่งปิด 160 สถานีวิทยุกระจายเสียง อาทิ ลาดกระบังเรดิโอ พระยาเมืองน้อย คณเสด็จ ฯลฯ เหตุไม่ยื่นต่ออายุ ด้านนายกสมาคมวิทยุท้องถิ่นฯ เผยการทำงานกสทช.ทับซ้อน ลำช้า ส่งผลผู้ประกอบการได้รับผลกระทบ คาดการเดินหน้าวิทยุดิจิตอลส่อเค้าแบ็กเช่นเดียวกับทีวีดิจิตอล ขณะที่เลขาฯกสทช. ชี้ผู้โดนตัดสิทธิ์สามารถยื่นคำขอให้ กสท. พิจารณาทบทวนได้

สืบเนื่องจากกรณีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงจำนวน 160 สถานีสิ้นสุดสิทธิในการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงตามมติที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ครั้งที่ 7/2558 วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2558 และที่ประชุม

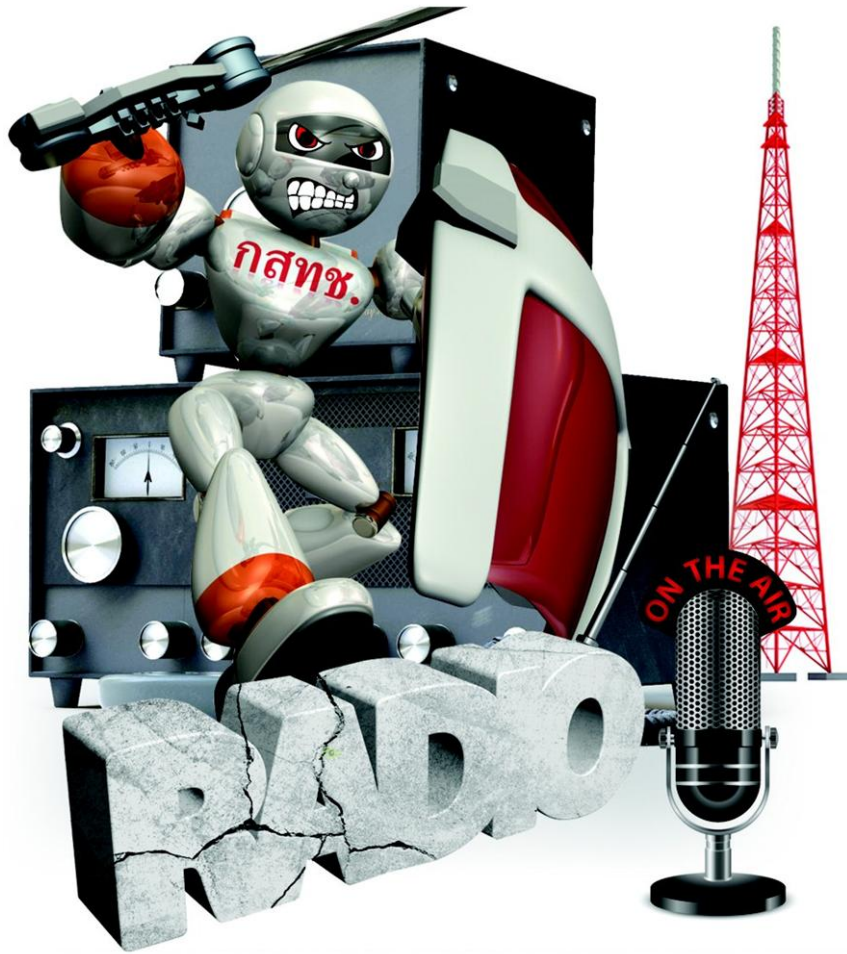
กสท. ครั้งที่ 12/2558 วันที่ 30 มีนาคม 2558 เนื่องจากไม่ได้ยื่นขอต่ออายุการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงภายในระยะเวลาที่กำหนด หลังจากที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้ยื่นขอต่ออายุ โดยให้ผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงที่สิ้นสุดสิทธิในการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง ยุติการออกอากาศทันที

โดยเรื่องดังกล่าวนายเจริญ ถิ่นเกาะแก้ว นายกสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย เปิดเผยกับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า แม้ในปัจจุบันการทำงานของกสทช. จะสามารถจัดการธุรกิจวิทยุให้เป็นระเบียบได้ แต่ในเรื่องขั้นตอนบางอย่างในการทำงานและข้อกำหนดบางประการยังมีการทับซ้อนในหลายด้านส่งผลให้ผู้ประกอบการวิทยุหลายรายยังมีความ

อ่าน ต่อหน้า >18

“

ปัจจุบัน
คลื่นวิทยุรายใหญ่
ยังออกโฆษณา
ที่ผิดข้อห้ามอยู่
ดังนั้นกสทช.
จึงควรเร่ง
ตรวจสอบและให้
ความเท่าเทียม”



ข่าวต่อ วิทยุท้องถิ่น

เข้าใจตลาดเคลื่อนไหวและผลิตผลได้ อีกทั้งยังทำให้ขั้นตอนบางอย่างล่าช้าและกระทบต่อการดำเนินธุรกิจวิทยุฯ ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถต่ออายุการทดลองประกอบกิจการวิทยุฯ ได้ทันตามที่กำหนด จนถูกสั่งยุติการออกอากาศดังกล่าว

“การประกอบธุรกิจวิทยุในปัจจุบันต้องผ่านขั้นตอนการตรวจเครื่องรับส่งสัญญาณให้อยู่ในระดับ 500 วัตต์ และต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการทั้ง 3 ใบ ได้แก่ 1.ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง 2.ใบอนุญาตการออกอากาศ และ 3.ใบอนุญาตตรวจสอบมาตรฐานทางเทคนิคเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีใบอนุญาตครบทั้ง 3 ใบ จึงจะสามารถดำเนินการได้”

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการวิทยุใน

ประเทศไทยจำนวนกว่า 3 พันรายที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ ขณะเดียวกันก็มีบางรายที่เริ่มโดนตัดสิทธิการออกอากาศบ้างแล้ว เนื่องจากการโฆษณาสินค้าที่อยู่ในข้อห้ามของกสทช. ซึ่งในเรื่องนี้สมาคมมองว่าเป็นความไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากในปัจจุบันยังมีคลื่นวิทยุรายใหญ่ออกโฆษณาที่ผิดข้อห้ามอยู่ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการวิทยุชุมชนหลายรายยังละเมิดกฎข้อนี้อยู่มาก ดังนั้นกสทช. จึงควรเร่งตรวจสอบและให้ความเท่าเทียมกัน

ขณะเดียวกันในช่วงที่ผ่านมาสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วิทยุชุมชนสาธารณะ และธุรกิจ พร้อมทั้งมีการกำกับดูแลสมาชิกในเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรสื่อ มาโดยตลอด ทั้งนี้หลังจากการเข้ามาของคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ (คสช.) ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการวิทยุธุรกิจ

ขนาดเล็ก ทำให้ต้องเลิกจ้างพนักงาน จนเกิดปัญหาสังคม และครอบครัวต่อไป ท่ามกลางความไม่มั่นใจ และมั่นคงในการประกอบกิจการ

นอกจากนี้ในเรื่องของการประกอบกิจการวิทยุรูปแบบอนาล็อกในปัจจุบันยังมีปัญหามากมายที่เข้ามาทั้งในเรื่องของใบอนุญาต โฆษณาอื่นๆ ซึ่งต่อไปหากกสทช. ออกข้อกำหนดให้วิทยุชุมชนต้องเปลี่ยนเป็นวิทยุดิจิตอล จะส่งผลให้ผู้ประกอบการวิทยุอีกจำนวนมากหายไปจากอุตสาหกรรมได้ เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านวิทยุอนาล็อกไปสู่ดิจิตอลต้องใช้งบประมาณการเปลี่ยนผ่านสูงแล้วยังมีผู้ประกอบการชาวบ้านที่ไม่มีความถนัดด้านเทคโนโลยีอีกจำนวนมาก ประกอบกับตัวอย่างเรื่องของทีวีดิจิตอลที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันยังมีปัญหาเกิดขึ้นมาก ดังนั้นการเปลี่ยนวิทยุอนาล็อกไปสู่ดิจิตอลจึงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก

ด้านนายฐากร ดัชนีสิทธิ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือเลขาธิการ กสทช. กล่าว ว่า ตามประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่องห้ามไม่ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ไม่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงตามกฎหมายออกอากาศ ลงวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2558 โดยเคร่งครัด หากฝ่าฝืนจะถือเป็นการใช้คลื่นความถี่เพื่อประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงโดยไม่ได้รับอนุญาตซึ่งเป็นความผิดตามมาตรา 66 แห่ง พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 หากผู้ทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงที่สิ้นสิทธิในการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงดังกล่าวอาจยื่นคำขอให้ กสทช. พิจารณาทบทวนคำสั่งให้สิ้นสิทธิในการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงได้ตามมาตรา 54 แห่ง พ.ร.บ. วิธีการปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539

สำหรับรายชื่อสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้ง 160 สถานีที่สิ้นสิทธิในการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง

อาทึ ปทุมแกวระแหงพัฒนา พะเยาเมือง
นำอยู่ คนสะเดียง ลาดกระบังเรดิโอ
เป็นต้น

ทั้งนี้ในช่วงที่ผ่านมากสทช. ร่วม
กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและ
ยา(อย.) เพื่อจัดการแก้ไขปัญหาโฆษณา
อาหารและยาในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา
สามารถแก้ปัญหาได้ระดับหนึ่ง โทรศัพท์
ดาวเทียม และเคเบิลทีวีมีความระมัด
ระวังมากขึ้น แต่ระยะหลังทั้ง อย. และ
กสทช. ตรวจพบว่าเริ่มมีบางช่องกลับ
มาออกอากาศโฆษณาผลิตภัณฑ์
สุขภาพที่ผิดกฎหมายอีกแล้ว นับจาก
นี้ไปหากช่องใดที่มีการกระทำผิดซ้ำ
แล้วซ้ำอีก จะเริ่มมาตรการพักใช้ใบ
อนุญาต

นอกจากนี้ กสทช. จะเดินทาง
ตกลงทำความร่วมมือกับกรมวิชาการ
เกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพื่อ
ดูแลการโฆษณาสารเคมีทางการเกษตร
ที่เข้าข่ายหลอกลวงผู้บริโภค และ
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้
บริโภค (สคบ.) เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา
โฆษณาเครื่องรางของขลัง และการ
โฆษณาสินค้าโดยใช้เทคนิคการตลาด
แบบตรง ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเหล่านี
ยินดีให้ความร่วมมือเพื่อร่วมกัน
คุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกเอาเปรียบจากการ
โฆษณาในสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ที่ กสทช.
มีกฎหมายที่จะกำกับดูแลได้

คิดใหม่วันอาทิตย์

●อดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิก

adisak@nationgroup.com

วิชากรรม 1 ปี ที่วัดจิตต (1) ข้อเสนอเร่งด่วน'เยียวยา-ยกเครื่อง'

บดือนเม.ย.ปีนี้ครบ 1 ปีของการออกอากาศช่องทีวีดิจิทัล 24 ช่อง เสมือนเกิดขึ้นในภาวะสงครามที่เกิดขึ้นอย่างยากลำบาก

ทำให้ตลอด 1 ปีที่ผ่านมาถือว่า 17 บริษัท 24 ช่องทีวีดิจิทัลดำรงอยู่อย่างทุลักทุเล จนถึงวันนี้ยังมีชีวิตอยู่รอดมาได้ครบ 24 ช่องถือว่าผู้ประกอบการทุกค่ายกัดฟันเพื่ออนาคตมีความอดทนสูงมากต่อภาวะความล้มเหลวส่วนที่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นมาจากการไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำสัญญาของ "ผู้คุมกฎ" คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (กสท.) เป็นส่วนใหญ่

หากกสท.ได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างสมบูรณ์ยึดมั่นในหลักการ-กฎหมาย-เจตนารมณ์ของกฎหมายและแผนแม่บทการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลที่ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเสรีและเป็นธรรม การสร้างสนามแข่งที่เท่าเทียม (Level Playing Field) โดยไม่ใช้ "ดุลยพินิจอันชวนสงสัย" หรือ "อคติ" ส่วนตัวในการวินิจฉัยเรื่องราวต่างๆ ที่รังแต่จะถูกกล่าวหาว่ามีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง

สถานการณ์ของทีวีดิจิทัลจะไม่แย่ขนาดนั้น จมมองแทบไม่เห็นอนาคตสักเท่าไร ท้าทายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงบวกเกิดขึ้นอย่างมากและรวดเร็วว่าการคาดการณ์ของทุกฝ่าย

ผมจะเขียนสรุปปัญหาของทีวีดิจิทัลอันเกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของกสท. ชุดนี้เป็นครั้งสุดท้าย พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาเร่งด่วนภายใน 3-6 เดือนและการแก้ปัญหาในเชิงโครงสร้างของการกำกับดูแลในระบบ "องค์กรอิสระ" แบบกสทช. หรือเฉพาะสายบรอดแคสต์ กสท.

ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา หลังการประมูลทีวีดิจิทัลเสร็จสิ้นลงในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของปี 2556 ก่อนทุกคนหยุดเทศกาลปีใหม่ไม่กี่วัน อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยได้ถึงจุดเปลี่ยนครั้งใหญ่ที่สุดในรอบกว่าครึ่งศตวรรษที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมากภายในรอบปีที่ผ่านมาทีวีดิจิทัล 24 ช่อง ที่ได้เริ่มทดลองออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย. 2557 และกสท.ออกใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลให้ในวันที่ 25 เม.ย. 2557

อายุใบอนุญาต 15 ปี สิ้นสุดวันที่ 24 เม.ย. 2572

การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเกิดขึ้นมากมาย

● **ดุลอำนาจในวงการโทรทัศน์เปลี่ยน** จากเดิมยาวนานกว่าครึ่งศตวรรษอยู่ในมือของช่องทีวีอนาล็อก 6 ช่องหรือ 2 ช่องหลัก คือช่อง 3 กับ ช่อง 7 ไปสู่ "ผู้ชม" ที่มีอำนาจมากที่สุดในการใช้ "รีโมท" เปลี่ยนช่องได้ตลอดเวลา เพราะจากเดิม "ผู้ชม" แทบจะไม่ทางเลือกมากนัก หากไม่ต้องการจ่ายเงินค่าสมาชิกเคเบิลทีวี จำใจต้องดูรายการของ 6 ช่องฟรีทีวีอะนาล็อก

ผลกระทบอันเลื่องลือที่มองเห็นชัดขึ้นเรื่อยๆ คือจำนวนคนดูของช่องฟรีทีวีอนาล็อกลดลงฮวบฮาบเป็นครั้งแรก ช่อง 5 กับ ช่อง 9 เป็นช่องที่คนดูเอาใจออกห่างลดลงไปมากกว่า 50-60% ส่งผลให้รายได้โฆษณาหายไปไม่น้อยกว่า 20-30% ในขณะที่ช่อง 3 กับช่อง 7 ที่แม้ยังเป็นผู้นำอยู่ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ แต่ถือเป็นครั้งแรกที่บัลลังก์เริ่มสั่นคลอนอย่างรุนแรง ช่อง 3 มียอดคนดูลดลงถึงประมาณ 20-25% และช่อง 7 ลดลงประมาณ 7-8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

● **Content is The King เป็นจริง** การเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีดิจิทัล 24 ช่องหรือเพิ่มขึ้น 4 เท่าตัว แม้การรับชมทีวีดิจิทัลยังไม่ได้ครอบคลุม 100% แบบอนาล็อก แต่การแข่งขันได้เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนการประมูลในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2556 ค่ายใหญ่ซบตัวปรับโครงสร้างเตรียมบุคลากรเพื่อสร้างคอนเทนต์เป็นการใหญ่

เมื่อสนามเปิดขึ้นหลายๆ ค่ายได้ตัดสินใจระดมทุนมาทันที ค่ายที่มีคอนเทนต์ในมือได้เปรียบมากกว่าค่ายที่ไม่มีคอนเทนต์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์, ผู้ประกาศข่าว นักข่าว ฯลฯ กลายเป็น "มนุษย์ทองคำ" เป็นที่ต้องการของช่องต่างๆ ปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนคือผู้ประกาศข่าวลาออกจากฟรีทีวีอะนาล็อกไปสู่ช่องทีวีดิจิทัล ผู้ผลิตรายการอิสระไม่ต้องไปง้อสถานีโทรทัศน์แล้วสูตรการทำธุรกิจเปลี่ยนจากเช่าเวลาเป็นรับจ้างผลิตรายการ

● งบประมาณโทรทัศน์จากกระทรวงการคลังเริ่มกระจายตัว แม้บริษัทเอเยนซีโฆษณาจะบ่นดังๆ อยู่เป็น ประจำว่าสภาพแวดล้อมในปีที่ผ่านมาไม่ส่งเสริมให้ช่องทีวีดิจิทัลเกิดได้อย่างเต็มตัวและยังไม่ได้พอใจกับ ช่องทีวีดิจิทัลสักเท่าไร แต่เสียงเรียกร้องจาก “คนดู” ที่แสดงผ่านมาทางตัวเลขเรตติ้งของช่องทีวีดิจิทัลที่ เกือบทุกช่องเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในแต่ละเดือน ช่วงระหว่าง 30-300% เมื่อเทียบกับตอนเป็นทีวีดาวเทียม ทำให้บริษัทเอเยนซีโฆษณาเริ่มวางแผนกระจายงบโฆษณาไปยังช่องทีวีดิจิทัลใหม่ๆ ประมาณหลัก 8-10 ช่อง การได้งบโฆษณาตลอดสัปดาห์ของทีวีดิจิทัลบ้าง ทำให้ช่องเหล่านี้เหมือน “ปลาได้น้ำ” เจริญเติบโตคือนั่นเองที่เหล่าออลดั่งอยู่ตลอดเวลา ทำให้การปรับผังเป็นไปอย่างคึกคัก

แม้ยังมีช่องทีวีดิจิทัลเกินกว่าครึ่งหนึ่งอยู่ในสภาพ “ปลาขาดน้ำ” หายใจพะงาบๆ แต่ดูเหมือนว่า พวกเขายังมีความหวังจะรอดจากการปรับแผนธุรกิจใหม่และหากได้รับการช่วยเหลือเยียวยาอย่างเร่งด่วน ในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า น่าจะทำให้ทุกราย “กัดฟัน” เดินหน้าต่อไปอีกอย่างน้อย 1-2 ปีกว่าจะถอดใจจริงๆ

ผมพอมีความหวังในอนาคตของทีวีดิจิทัลขึ้นมาบ้าง เริ่มมองเห็นหนทางหลุดจากทางตันจาก อำนาจของ “กสท.” ที่แทบจะพิกลพิการจากผลประโยชน์ล่อใจ

หลังจากเมื่อวันที่ 9 มี.ค. ได้มีการประชุมกลุ่มย่อยหรือ Focus Group ที่จัดขึ้นโดยหอการค้าไทยมี แกนหลักคือ ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่อยู่ในคณะ ทำงานจัดทำนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยที่สามารถผลักดันเรื่องนี้ให้เป็นนโยบาย หลักของรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่เป็นรูปธรรมที่สุด แม้ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์จากแนวคิดการออก กฎหมายเกี่ยวกับดิจิทัลที่ยังไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจดิจิทัลมากนักเพราะแนวคิดความมั่นคงครอบงำอยู่

ดร.โกศลบอกตัวแทนของชมรมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลว่าสภาหอการค้าได้ศึกษา “การจัดทำแผน เศรษฐกิจดิจิทัล” พบว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเรื่องคุ้นเคยของสภาหอการค้า เช่น ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์, อุตสาหกรรมไอที, อุตสาหกรรมโทรคมนาคม, อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ฯลฯ แต่อุตสาหกรรม ทีวีดิจิทัลเป็นเรื่องที่ไม่คุ้นเคยเพิ่งเกิดขึ้นใหม่ โดยคาดการณ์ไว้ว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ทุกรูปแบบมีเงินหมุนเวียน มากถึง 100,000 ล้านบาท ทีวีดิจิทัล 24 ช่องจะเป็น “หัวหอก” ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในอนาคต

ตัวแทนของชมรมผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่นำโดย “สุภาพ คลีขฉาย” ได้ร่วมกันจัดทำข้อเสนอ เร่งด่วนเพื่อการ “เยียวยา-ยกเครื่อง” ทีวีดิจิทัลให้อยู่รอดเป็นพลังของเศรษฐกิจดิจิทัล ผ่านทางสภา หอการค้าแห่งประเทศไทยที่ได้นำข้อเสนอนี้ส่งเข้าไปยังคณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคมที่เพิ่งจัด ตั้งขึ้น ซึ่งมีอำนาจเหนือกสท. สามารถกำหนดนโยบายและสั่งการให้กสท.ดำเนินการแก้ไขปัญหาก็ได้

ข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาระงับด่วนภายใน 3 เดือน

1.การผ่อนภาระทางการเงิน

1.1 การชำระค่าใบอนุญาต งวดที่ 2 และ 3 ขอให้ผ่อนผันออกไปอีก 2 งวด เพราะงวดที่ 2 ประมาณ 20% ของยอดเงินประมูลแต่ละช่องจะต้องชำระภายใน 30 วัน หลังจากใบอนุญาตครบ 1 ปีคือภายในวันที่ 24 พ.ค.2558 หรืออีกประมาณ 1 เดือนข้างหน้า หากไม่ได้รับการผ่อนผันออกไปจะทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล หลายช่องคงเกิดภาวะ “ขาดสภาพคล่อง” อย่างรุนแรง

1.2 ค่าโครงข่าย ขอให้ผ่อนผันการชำระ โดยอิงกับสัดส่วนของการแจกจ่ายคู่มือแลกกล่องไปยัง ผู้บริโภคที่มากแล้ว ไม่ควรไปอิงกับการขยายโครงข่ายของผู้ถือใบอนุญาตที่ขยายไปก็ยังไม่มีความคืบหน้าภาค พื้นดิน หากกสท.ยังไม่ได้เอาใจจริงแจ้งกับภาคประชาสังคมเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจการเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลมาก กว่านี้ หลังจากมีผู้บริโภคนำคู่มือไปแลกกล่องรับสัญญาณภาคพื้นดินในสัดส่วนเพียงประมาณ 50% ที่คู่มือ งวดแรกจะหมดอายุในสิ้นเดือนพ.ค.

ภาระหลังแอนของผู้ประกอบการช่องทีวีดิจิทัลรายเดือนตอนนี้ ช่องแบบ SD ถูกเรียกเก็บเงินค่า โครงข่ายเดือนละประมาณ 4.8 ล้านบาท และ ช่อง HD เดือนละประมาณ 14.5 ล้านบาท หากผ่อนผัน ลดหย่อนลง ไม่จะต้องอยู่ผู้ประกอบการได้มาก

1.3 ขอให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตแบบ 2%+2 % จากรายได้ของแต่ละช่อง จนกว่าการเปลี่ยน ผ่านจากอนาล็อกสู่ดิจิทัลเสร็จสิ้นลง หากยึดตามสัญญาสัมปทานระบบอนาล็อกฉบับสุดท้ายระหว่างช่อง 3 กับ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) จะสิ้นสุดในวันที่ 24 มี.ค. 2563 หรืออีกประมาณ 5 ปี

ยังมีข้อเสนอแนวทางการแก้ปัญหาในระยะเร่งด่วน 3 เดือนอีกเรื่องคือการยกเครื่องแผนประชาสัมพันธ์ ความรู้เกี่ยวกับทีวีดิจิทัลที่เป็น “จุดบอด” ที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ได้กระตือรือร้นในการนำคู่มือไป แลกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน แต่ กสท. กลับไปเป็นข้ออ้างขยายประมาณการแลกกล่องรับ สัญญาณเป็นแบบไฮ-บริดที่เป็นเรื่องทำเกินกว่ากฎหมายกำหนดอีกแล้ว

ขอขยายอดแนวทางข้อเสนอแก้ปัญหาทีวีดิจิทัลแบบเร่งด่วน 6 เดือนไปสัปดาห์หน้าด้วยการ ยกเครื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และการกำกับดูแลในระบบองค์กร อิสระแบบกสท.ที่บทเรียนที่ผ่านมาทำให้ทุกฝ่ายเห็นข้อบกพร่องที่ควรจะต้องแก้ไขอย่างยั้ง

สถานีน้องหมาทีวี



อินโนเทค

คนชอบเล่า

วันนี้ขอพักจากแวดวง

โซเซียล เปลี่ยนเป็นแนวนับเทงยุคทีวีดิจิทัล ที่เชื่อว่าปัจจุบันคนไทยทั้งประเทศคงเริ่มคุ้นเคยมากขึ้นทุกวัน จากหลากหลายช่องทางการสื่อสารที่มุ่งสร้างความรู้ ความเข้าใจแบบต่อเนื่อง และจากความคมชัดในการรับชมที่หากเป็นไปตามแผนงานที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนดไว้ ล่าสุดก็น่าจะครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศเกือบครึ่งของประเทศไทยแล้ว

ด้วยข้อได้เปรียบด้าน

เทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นมา สามารถออนไลน์ได้มากกว่า 1 หน้าจอ นอกเหนือจากจอทีวีแล้ว ยังขยายไปถึงจอคอมพิวเตอร์ จอสมาร์ทโฟน/อุปกรณ์พกพาอื่นๆ อย่างเช่น แท็บเล็ต จึงไม่น่าแปลกใจว่า ทำไมจึงสามารถกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้มีผู้ผลิตรายการหลากหลายประเภทยิ่งขึ้น หลายรายการมุ่งเจาะจงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เนื่องจากยังมีประเภทหน้าจอในการรับชมเพิ่มขึ้น ก็ยังมีโอกาสเข้าถึงสายตาผู้ชมมากขึ้น

ณ วันนี้กลุ่มผู้ชมทีวีเฝ้า

หมายไม่ได้จำกัดแค่ “คน” เพราะล่าสุดมีผู้เปิดตัว ด็อกทีวี (Dog-TV) สถานีน้องหมาแห่งแรกของโลกขึ้นมาแล้ว ปัจจุบันกลายเป็นเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ครอบคลุมผู้ชมไม่ต่ำกว่า 35 ประเทศทั่วโลก ทั้งยังมีแอปพลิเคชัน DOGTV Anywhere ให้เข้าไปดาวน์โหลดผ่านกูเกิลเพลย์สโตร์ และแอปสโตร์ของค่ายแอปเปิ้ล มีการเปิดเป็นสถานีทีวีดิจิทัลบนยูทูปให้ “น้องหมา” ทั่วโลกได้มีโอกาสรับชมรายการที่ผลิตขึ้นมาเพื่อผู้ชม

4 ขาโดยเฉพาะ

นายเลวี หนุ่มชาวอิสราเอล เป็นเจ้าของสถานีทีวีแห่งนี้ ซึ่งประกาศชัดเจนว่า เป็นทีวีสำหรับน้องหมา แต่ถ้าคนรักหมาจะเข้ามาเป็นแฟนคลับก็ไม่เป็นไร เขาเปิดตัวด็อกทีวีในอิสราเอลเมื่อปี 2552 และขยายเครือข่ายอย่างเป็นทางการแล้วใน 9 ประเทศ ส่วนในอีกหลายประเทศเป็นรูปแบบสมัครสมาชิก หรือรับชมฟรีผ่านแอป มุ่งสร้างสรรค์รายการที่ผ่านการศึกษาแล้วทั้งเชิงวิทยาศาสตร์และงานวิจัยว่า เหมาะสมกับพัฒนาการทางอารมณ์ และลดความเครียดของสมาชิก 4 ขา ซึ่งถูกทอดทิ้งให้เฝ้าบ้านอย่างโดดเดี่ยว ช่วงที่เจ้าของออกไปทำงาน

สถานีนี้เริ่มก้าวแรกจากรายการ ความยาว 2 ชั่วโมงที่ทีมงานผลิตขึ้น (จากผลการทำงานรวบรวมข้อมูลเกือบ 3 ปี) และทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในแอลเอ และนิวยอร์ก มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้อพาร์ทเมนต์ 38 แห่ง เพื่อบันทึกพฤติกรรมน้องหมา ระหว่างรับชมรายการเนื้อหาและภาพ ตลอดจนโทนสีที่นำเสนอระดับความถี่ของคลื่นเสียง รวมถึงดนตรีประกอบ ได้รับการจดสิทธิบัตรไว้แล้ว 11 สิทธิบัตร และที่แน่ๆ คือ ช่องด็อกทีวี จะไม่มีภาพแมวปรากฏขึ้นอย่างเด็ดขาด เพราะพบว่า กลุ่มผู้ชมหลัก จะมีปฏิกิริยาไม่พึงพอใจขึ้นมาทันทีที่เห็นน้องเหมียวบนหน้าจอ และพยายามหลีกเลี่ยงเนื้อหารายการที่มีสุนัขส่งเสียงเห่าด้วย

ปัจจุบันสถานีแห่งนี้เข้าถึงผู้ชมกว่า 60 ล้านคน ซึ่งเปิดทีวีช่องนี้ หรือดาวน์โหลดรายการไปให้น้องหมาที่บ้าน ได้เกาะติดหน้าจอ ดังเช่นในอเมริกา มีผลสำรวจว่า ชาวอเมริกัน 57% เปิดทีวีทิ้งไว้เป็นเพื่อนสัตว์เลี้ยงระหว่างที่ต้องถูกทิ้งให้อยู่บ้านตามลำพัง



เปิดสมัครซีอีโอ "ทีโอที" รอบ 2 คนเริ่ม
ลิกคักทั้งคนในอดีตคนในและคนนอก ตั้งแต่ มนต์-
ชัย หนูสง รักษาการซีอีโอ พ.ศ.ป.ยวิชัย วงศ์-
สวัสดิ์ รองผอ.องค์การคลังสินค้า อานนท์ ทับเที่ยง
และ ชีรวิทย์ จารุวัฒน์ 2 อดีตซีอีโอ รวมทั้ง เจษฎา
สิวรักษ์ พนักงาน ทีโอที เก่า ที่ลาออกไปนั่งเป็น
เลขาหน้าห้องเศรษฐกิจคณะรัฐมนตรี รองประธาน
กสทช.และประธาน กทท.---ผู้คนที่ลี้ภัยกัน...@
ขณะที่ตอนเปิดรับสมัครรอบแรก มีมาแล้ว 3 ผ่าน
คุณสมบัติ 1 คือ สมพรดี สาระ-
โกเศศ รวมกับรอบ 2 อีก 5 จึงมี
ชายงามเข้าแข่งขันเบ็ดเสร็จ 6 คน ไม่
เกิน ก.ค. 58 น่าจะรู้ผลใครจะได้เป็นซีอีโอคนต่อ
ไป...@ โดยซีอีโอใหม่ที่ว่ามีงานหนักก็จริงอยู่
เพราะต้องเข้ามาผ่าตัดองค์กรเพื่อความอยู่รอด หา
พันธมิตรร่วมทุนแก้อาการรอเรื้อรังให้อยู่รอด---เหนื่อย
หน่อย แยกๆ...@ มติคณะกรรมการเตรียมการด้าน
ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมบอกให้เอาคลื่นที่ดี
ที่สุดมาประมูลได้ทุกความถี่ กสทช. เลยต้องปวด
หัวดับ เมื่อ อสมท เจ้าของคลื่น 2600 MHz แจ้ง
ว่ามีสิทธิ์ใช้และกำลังใช้คลื่นอยู่ เข้าใจ...@ ส่วนคลื่น
ความถี่ 2300 MHz ทีโอที ในฐานะเจ้าของ ก็ยืนยัน
ว่าคลื่นนี้ได้มานานแล้วกันปัจจุบันให้บริการโทรศัพท์

ทางไกลชนบท เป็นบริการสาธารณะเพื่อสังคม ถ้าจะ
เอาคลื่นนี้ขึ้นไป สองเอาคลื่น 900 MHz มาแลก ก็อาจจะ
ยอม...@ หัวใจเป็นอย่างยิ่งกับ "ซัมซุง กาแล็กซี่ เอส 6
(Samsung Galaxy S6)" รุ่นใหม่ วิชัย พรพระตั้ง รองประธานธุรกิจ
โทรคมนาคมและไอที ไทยซัมซุง จึงจัดงานเปิดตัวให้ "ว้าว" สุดๆ โดยมีผู้รัก
บันลือโลก "ลิเดีย-แมทธิว" มาเป็นเซเลบให้ วันที่ 21 เม.ย. นี้ ตั้งแต่ 6 โมง
เย็นเป็นต้นไป ณ บางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ ชั้น 22 เซ็นทารา เซ็นทรัล
เวิลด์...@ พีวเจอร์ซอส คอนซัลต์ บริษัทวิจัยตลาดโปรเจกเตอร์ เผยผล
สำรวจตลาดประจำปี 2014 พบอุปสงค์มีส่วนแบ่งตลาดโปรเจกเตอร์สูง 29.4%
ขยับขึ้นมาจาก 28.1% ในปี 2013 นับเป็นการลดลง 40 ปี ที่เพอร์เฟกต์สุดๆ...@
my โดย กสท โทรคมนาคม หรือ แคท จัดโปรรับลมร้อน โทร.ต่างประเทศ
สุดคุ้มนาทีละ 1.50 บาท สำหรับ 21 ปลายทางสุดฮิต ได้แก่ จีน อเมริกา
สิงคโปร์ฮ่องกง เป็นต้น ถึง 28 เม.ย. 58 คลิก www.mybycat.com...@

ไอที ชิตี จัดกิจกรรมงาน ซัมเมอร์ส เซอร์ไพรส์
เฟส 2015 (Summer Surprise Fest 2015) ถึง
22 เม.ย. ลดกระหน่ำสินค้าไอทีทุกชนิดทุกแบรนด์
ตั้งแต่โทรศัพท์มือถือ แอลอีดี 42 นิ้ว แบรินด์ Pro
Vision ราคา 7,990 บาท พรินเตอร์ซัมซุงเลเซอร์
รุ่น SL-C460FW ราคา 8,990 บาท พรินเตอร์ฟูจิ
ซีร็อกซ์ โมโนเลเซอร์ ออลอินวัน ฟังก์ชัน พรินท์
สแกน ราคา 2,990 บาท เป็นสิ่งแปลกใหม่
ไหนเห็นของลดราคาไม่ได้ เจ็บใจไปทีไอทีชิตี 8e
สาขาทั่วประเทศ...@ โรงหนัง 4D ที่ เซ็นทรัล
เอ็มบาซีสี่สุดเจ๋งแห่งใหม่ที่ทรูซึ่งเปิดโรงหนัง
ที่ เอ็มควอเทียร์ ห้างใหม่คนแน่นปึก สมชัย
เลิศสุทธิวงศ์ ซีอีโอ เอไอเอส จึงต้องแน่นไปเปิด
โรงแข่งบ้าง อย่างไ...@



ความแตกต่างในความเหมือน ของ 2 สถานีโทรทัศน์ชั้นนำของญี่ปุ่น (ต่อ)



■ พรพรรณ เดชรุ่งชัยกุล
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)
twitter@kungporn-pan

ห ลังจากที่ฉบับที่แล้วได้พูดถึงบทบาทและความสำเร็จของเอ็นเอชเคในฐานะทีวีสาธารณะเพียงรายเดียวของญี่ปุ่นประเทศที่มีขนาดของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลกไปแล้ว วันนี้เราจะมาพูดถึงฟูจิทีวี ในฐานะผู้นำของสถานีโทรทัศน์เอกชนของประเทศกันบ้าง ฟูจิทีวีก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2491 ปัจจุบันก็มีอายุ 67 ปีแล้ว แต่ก็ยังนับว่าอ่อนเยาว์กว่าเอ็นเอชเคซึ่งกำลังจะมีอายุครบ 90 ปี ฟูจิทีวีมีโครงสร้างในลักษณะของ Media conglomerate คือมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย ไม่ได้ทำเพียงแค่สถานีโทรทัศน์ ทำตั้งแต่งานผลิตภาพยนตร์ เพลงโฆษณา และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่พัฒนาพื้นที่อาคารสำนักงานใหญ่ในเขตเมืองใหม่ที่เกิดจากการถมทะเล หรือเขตโอไดบะและทำให้เป็นที่รู้จักในฐานะแลนด์มาร์ก หรือสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของโตเกียวในหมู่นักท่องเที่ยว



เราได้ไปเยี่ยมชมทั้ง อาคารสำนักงานและสตูดิโอที่ยังทันสมัย แม้จะก่อสร้างมากกว่า 18 ปีแล้ว นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงของฟูจิทีวี ได้ให้เกียรติมาต้อนรับและอธิบายถึงพัฒนาการของการออกอากาศรวมถึงการปรับตัวของสถานีในยุคที่ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่หน้าจออื่นนอกเหนือจากจอโทรทัศน์ ในความน่าสนใจในการปรับ

ตัวของสถานี เราก็ได้พบความจริงที่ว่า แม้แต่สถานีโทรทัศน์ในประเทศญี่ปุ่นซึ่งถือเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในการหาโมเดลการทำธุรกิจที่อยู่นอกเหนือจากจอโทรทัศน์ได้ รายได้จากการทำธุรกิจบนช่องทางออนไลน์ยังน้อยมากเมื่อเทียบกับเม็ดเงินโฆษณาบนสื่อโทรทัศน์

ในแง่ของแนวทางการสร้างเนื้อหา เราก็ได้ทราบว่า ฟุจิทีวี เริ่มต้นมาจากผู้ผลิตที่จับกลุ่มเป้าหมายอายุน้อย ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มอาร์เอสของเรา และยังมีธุรกิจเพลงเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มอยู่ด้วย แม้ว่าในแง่ของส่วนแบ่งการตลาด ฟุจิทีวีจะเป็นผู้นำทั้งในแง่ของเม็ดเงินโฆษณาและส่วนแบ่งคนดู แต่กลับมีอัตราการทำการต่ำกว่าสถานีอื่นที่มีส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่า เดาเอาเองว่าน่าจะเกิดจากการทำธุรกิจหลากหลายประเภทซึ่งมีอัตราการทำการที่แตกต่างกันและน่าจะต่ำกว่าอัตราการทำการของธุรกิจสื่อ

นอกจากนี้หากมองออกไปนอกขอบของธุรกิจ ดูเหมือน 2 สถานีอยู่กันคนละโลกกันเลยทีเดียว ในขณะที่เอ็นเอชเค มีสำนักงานใหญ่ที่เก่าแก่ ตั้งอยู่ที่ชิบูยา และพนักงานบนเรือลิฟต์ที่เก่าและช้ากับผู้มาเยี่ยมชมอย่างพวกเรา สำนักงานใหญ่ของฟุจิทีวีกลับเป็นอาคารทันสมัย เป็นแลนด์มาร์กในย่านโอไดบะที่ออกแบบโดยสถาปนิกชื่อดังของญี่ปุ่น เค็นโซ่ ทังเกะ ผู้ออกแบบอนุสรณ์สถานแห่งเสรีภาพฮิโรชิมา นอกจากนี้ผู้ก่อตั้งฟุจิทีวี ยังมีความหลงใหลในงานศิลปะของศิลปินก้องโลก ปิกัสโซ่ ถึงขั้นสะสมงานของศิลปินก้องโลกท่านนี้กว่า 300 ชิ้น จนถึงขั้นก่อตั้งพิพิธภัณฑ์กลางแจ้งฮาโกเน่ และเปิดให้สาธารณชนได้เข้าชม ตอนที่พวกเราเข้าไปประชุมกับผู้บริหารที่สำนักงานใหญ่ก็ยังแอบเห็นทั้งภาพวาดและงานปั้นของศิลปินท่านนี้ด้วย

ทุกองค์กรต่างมีรากฐานและที่มาแตกต่างกัน ในฐานะของผู้มาเยือนจากประเทศไทยอย่างพวกเราถือว่าได้เรียนรู้ทั้งจากความเหมือนและ

ความต่างของ 2 องค์กรเก่าแก่ของวงการสื่อโทรทัศน์ของประเทศญี่ปุ่น บางอย่างได้เห็นก็เอามาปรับใช้ บางอย่างก็ได้เข้าใจแนวคิด แต่บางอย่างก็ไม่มีตัวอย่างให้ดู ต้องกลับมาคิดและแก้ปัญหาเอง

ระหว่างที่นั่งเขียนคอลัมน์นี้อยู่ก็พอดีได้รับรู้ข่าวใหญ่ของวงการสื่อโทรทัศน์ฮ่องกง เมื่อสถานีโทรทัศน์เอทีวี 1 ใน 2 สถานีฟรีทีวีของฮ่องกง ที่ใบอนุญาตกำลังจะหมดอายุลงในเดือนเมษายนปีหน้า และได้หยุดจ่ายเงินเดือนพนักงานมาระยะเวลาหนึ่งเนื่องจากขาดทุนติดต่อกันมาหลายปี ตัดสินใจไม่ต่ออายุใบอนุญาตและคงจะหยุดดำเนินการในไม่ช้านี้ หลายคนคาดว่าเอทีวีไม่น่าจะอยู่ต่อไปถึงเมษายนปีหน้าได้ และน่าจะประกาศล้มละลายอีกไม่นานจากนี้ โดยทางภาครัฐคงต้องยึดความถ่วงคืนกลับมาหาผู้ดำเนินการใหม่ นักลงทุนจากฮ่องกงรายที่เข้ามาคุยด้วยบอกว่า ใจหายเหมือนกันที่สถานีโทรทัศน์ที่มีอายุเกือบ 60 ปีรายนี้ต้องปิดกิจการและหายไปจากวงการ แม้ว่าจะมีอาคารที่ส่งสัญญาณถึงความอ่อนแอมานานหลายปีแล้วก็ตาม แต่ก็ไม่นึกว่าจะมีจุดจบแบบนี้

สุดท้ายธุรกิจก็ต้องมีหลักการและกติกาของมันในการคงอยู่ เรื่องนี้อาจเป็นกรณีศึกษาให้กับวงการโทรทัศน์ในบ้านเราได้บ้างเหมือนกัน แต่บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันก็คงทำได้เพียงดูเขาแล้วก็มาย้อนดูตัวเราเท่านั้นเอง

วันนี้วงการโทรทัศน์ไทยได้ก้าวผ่านหลักไม่สำคัญในการเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลไปเรียบร้อยแล้ว จากแผนที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือ กสทช. ได้วางไว้ เราจะสิ้นสุดการออกอากาศในระบบอนาล็อกในปี 2563 แต่ระยะเวลาอีก 6 ปีนับจากนี้ยาวนานเกินกว่าที่จะจินตนาการได้ว่า ถึงวันนั้นภูมิทัศน์ของวงการสื่อโทรทัศน์ไทยจะเปลี่ยนไปขนาดไหน อย่างไร เพราะในโลกของการแข่งขันเสรี ผู้ชมท่านนั้นคือผู้ให้คำตอบสุดท้าย

ขอบคุณสำหรับการติดตามนะคะ จนกว่าจะพบกันใหม่



วอยซ์ทีวีทุ่มพันล.ขยับเบเรตตั้ง อุดช่องโหว่รายการ ต่อยอดการตลาดเพิ่มฐานผู้ชม

วอยซ์ ทีวี ทุ่มงบ 1 พันล้านบาทพัฒนาช่องรายการ วางเป้าผู้ชม
กลุ่มคนเมืองต่อยอดการตลาด อีเวนต์ ออนไลน์ ย้ำพร้อมรักษาตำแหน่ง
เป็นช่องข่าว Urban เบอร์ 1 คาดรายได้สิ้นปีเติบโต 35% ล่าสุดเตรียม
เดินสายโรดโชว์จัดหาที่พัก 10 จังหวัดทั่วประเทศ

นายเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย กรรมการ
ผู้อำนวยการ บริษัทวอยซ์ ทีวี จำกัด
สถานีโทรทัศน์ วอยซ์ ทีวี เปิดเผยกับ
“ฐานเศรษฐกิจ” ว่า ในปีนี้บริษัทวางบ
ลงทุนโดยรวมอยู่ที่ 1 พันล้านบาท แบ่ง
เป็นการลงทุนโดยตรงสำหรับวอยซ์อยู่ที่
600 ล้านบาท และพาร์ตเนอร์ 400 ล้าน
บาท โดยการลงทุนครั้งนี้เพิ่มขึ้นจากปีที่
ผ่านมา 35-40% ซึ่งแบ่งเป็นการใช้งบ
ในด้านต่างๆ เช่น การตลาด, พัฒนา
รายการ, พัฒนาบุคลากร, โปรโมตช่อง
และเทคโนโลยี ขณะเดียวกันบริษัทได้
วางกลุ่มเป้าหมายผู้ชมเป็นกลุ่ม Urban
Citizen (ประชาชนในเมือง) เนื่องจาก
ต้องการต่อยอดรายได้ธุรกิจให้มีความ
หลากหลายและยั่งยืนมากขึ้น อีกทั้ง
กลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้กำลังเป็นที่จับตามอง
ของนักการตลาด

“ปัจจุบันประชากรในประเทศไทย
มีบุคลากรที่ทำงานมีเงินเดือน 1
หมื่นบาท/เดือน ขึ้นไปจำนวน 34% ของ
ประชากรทั้งหมด หรือจำนวน 22 ล้าน
คน ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญของบริษัท
อย่างมาก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้
มีกำลังซื้อ และเป็นกลุ่มที่สำคัญของ
นักการตลาด” นายเมฆินทร์กล่าวและว่า
ขณะที่ในปัจจุบันผู้ชมของวอยซ์
ทีวีส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้
1.5 หมื่นบาทขึ้นไป โดยอาศัยในพื้นที่
กรุงเทพฯและปริมณฑล รวมถึงหัวเมือง
ใหญ่ในต่างจังหวัด ซึ่งเป้าหมายที่บริษัท
ตั้งไว้ส่งผลให้ขณะนี้ช่องวอยซ์ทีวีขึ้น

เป็นสถานีข่าวอันดับ 1 ที่เจาะกลุ่มคน
เมืองรายได้ 3 หมื่นบาทขึ้นไปได้สำเร็จ

ขณะเดียวกันในด้านการตลาด
บริษัทจะเน้นการจัดกิจกรรมอีเวนต์ และ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง
ออนไลน์ควบคู่กันไปกับช่องทีวีดิจิทัล
เพื่อให้ผู้ชมรู้จักกว้างขวางมากขึ้น อีกทั้ง
เป็นการต่อยอดรายได้เพิ่มขึ้นอีกช่องทาง
หนึ่ง ซึ่งในเบื้องต้นบริษัทได้เตรียมเดิน
ทางโรดโชว์นอกสถานที่ทั่วประเทศ 10
จังหวัด ภายใต้แคมเปญ Smart Voice
Speech Contest รายการประกวดพูด
โดยใช้งบประมาณกว่า 80 ล้านบาท

ส่วนในด้านผังรายการของช่อง
วอยซ์ทีวีปีนี้นั้นบริษัทจะเน้นกลยุทธ์
พัฒนาผังรายการ 3 ด้าน ได้แก่ 1.Chanel
Policy สัดส่วนรายการข่าวบริษัทยังคง
เน้นรายการข่าวและสาระ 70% ขณะที่
ไลฟ์สไตล์ 30% 2. Content Policy
มุ่งพัฒนารายการให้มีประสิทธิภาพ
เสนอมุมมองข่าวเสรี สร้างสรรค์และ
เท่าเทียมกัน 3. Media Policy บริหาร
ช่องรายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่
เป็นผู้ชมของช่องวอยซ์ทีวี โดยมีรายการ
ข่าวเช้า และข่าวค่ำ ถือเป็นรายการ
ไพรม์ไทม์ที่สามารถทำเรตติ้งได้ดี มีค่า
โฆษณาอยู่ที่ 1.3-1.6 แสนบาท/นาที
ขณะเดียวกันบริษัทวางเป้าหมายรายได้
สิ้นปีเพิ่มขึ้นจากปี 2557 ประมาณ 35%
สำหรับแนวโน้มอุตสาหกรรมทีวี
ดิจิทัลในที่ผ่านมาเป็นปีที่ยาก
ลำบากมากสำหรับการบริหารสื่อโทร



• เมินกอร์ เพ็ชรพลาย

ทัศน์ เนื่องจากเกิดปัจจัยลบหลายด้าน
เช่น การเมือง เป็นต้น แต่หลังจากที่ผ่าน
พ้นปัญหาดังกล่าวมาได้และก้าวเข้าสู่ปี
นี้ แนวโน้มอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลจะดี
ขึ้น พร้อมทั้งภาพรวมของเม็ดเงินโฆษณา
ทั้งหมดในปีนี้จะจากสมาคมมีเดียฯ คาด
การณ์จะเติบโตจากปีก่อน 40% ขณะที่ปี
ก่อนเม็ดเงินโฆษณาทีวีดิจิทัลอยู่ที่
ประมาณ 1.2 หมื่นล้านบาท

“มองอุตสาหกรรมโทรทัศน์อยู่
ในยุคเปลี่ยนผ่าน ที่ไม่สามารถทำช่อง
ทีวีหรือรายการให้เจาะกลุ่มแมสได้เช่น
เดียวกับในอดีต แต่จะต้องพัฒนา
หรือปรับปรุงให้ช่องโทรทัศน์เพื่อกลุ่ม
เป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากขึ้น และควร
หาจุดเด่น และจุดแข็งของช่องตัวเอง
ให้เจอ