



กสทช.ชี้โอนเงินยูโซ่ให้ไอซีทีควรศึกษารอบคอบ

แหล่งข่าวจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า จากกรณีสำนักงาน กสทช.นำเสนอเรื่องแผนการใช้จ่ายเงินสนับสนุนจากโครงการกองทุนวิจัยและพัฒนาในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) หรือ ยูโซ่ วงเงิน 27,110 ล้านบาท ให้กระทรวงไอซีทีนำไปใช้ประโยชน์สร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านไอทีแก่ประชาชนนั้น มองว่าจำเป็นต้องแก้ไขกฎหมายภายใต้ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 (พ.ร.บ.กสทช.) ซึ่งต้องศึกษาถึงรายละเอียดในด้านวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบ.

ลุ้น กทค.นำส่งรายได้แผ่นดิน

พ.อ.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะประธานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) เปิดเผยว่า ภายในเดือน ธ.ค.57 นี้ จะประกาศหลักเกณฑ์การคำนวณรายได้และรายจ่าย ตามประกาศมาตรการคุ้มครองผู้ใช้บริการเป็นการชั่วคราวในกรณีสิ้นสุดการอนุญาตสัมปทาน หรือสัญญาการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ.2556

ทั้งนี้สัญญาสัมปทานระหว่างบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กับบริษัท ทรูมูฟ จำกัด และบริษัท ดิจิตอลโฟน จำกัด (ดีพีซี) ใช้คลื่น 1800 เมกะเฮิรตซ์ ได้สิ้นสุดสัญญาสัมปทานไปตั้งแต่ 16 ก.ย.2556 ที่ผ่านมา และได้มีการตั้งคณะกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์ และการตรวจสอบเงินนำส่งรายได้แผ่นดินแล้ว โดยยึดหลักการว่ารัฐจะต้องไม่เสียประโยชน์จากประกาศฉบับดังกล่าว และยังคงคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้มือถือบนคลื่น 1800 เมกะเฮิรตซ์ สามารถใช้งานได้ต่อเนื่องจากเดิมใช้งานต่อเนื่องได้ 1 ปี และสิ้นสุดในเดือน ก.ย.57

แต่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เลื่อนการประมูล 4 จีบนคลื่นความถี่ย่าน 1800 เมกะเฮิรตซ์ ออกไปอีก 1 ปี โดยคาดว่าจะประมูลได้ประมาณปลายปี 58 และในระหว่างรอการประมูลต้องเยียวยาผู้ใช้มือถือต่อไปด้วย มิให้ได้รับผลกระทบต่อแต่อย่างใด ซึ่งกสทช.ก็ต้องคุ้มครองผู้ใช้บริการมือถืออย่างต่อเนื่อง

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า คณะทำงานตรวจสอบเงินนำส่งรายได้ได้มีการประชุมหารือกันหลายครั้ง และได้รายงานให้ที่ประชุมบอร์ด กทค. รับทราบความคืบหน้าทุกครั้ง ในเบื้องต้น ได้มีการคำนวณและตรวจสอบรายได้ตั้งแต่วันที่ 16 ก.ย.56-มิ.ย.57 พบว่า ทรูมูฟมีรายได้รวม 3,544 ล้านบาท นำส่งรัฐเป็นรายได้แผ่นดิน 991 ล้านบาท คิดเป็น 27.97% ส่วนของดิจิตอลโฟน มีรายได้รวม 1,154 ล้านบาท คิดเป็นการนำรายได้ส่งรัฐ 633 ล้านบาท คิดเป็น 54.86% ฉะนั้นจึงต้องมาพิจารณาอย่างละเอียดอีกครั้งถึงการนำรายได้ส่งรัฐเหตุใดทรูมูฟและดิจิตอลโฟนจึงมีความแตกต่างกันและบอร์ด กทค.จะต้องเป็นผู้พิจารณาอนุมัติเพื่อนำรายได้ดังกล่าวเป็นเงินรายได้นำส่งแผ่นดิน.

ซีพอร์ โลกธุรกิจ

ศึกษาโอนเงินทุนส.ไปICTให้รอบคอบ



รณวันต์ ชัยวัฒน์

แหล่งข่าวจาก
 สำนักงานคณะกรรมการ
 การกระจายเสียง การ
 โทรทัศน์ และ
 การโทรคมนาคม
 แห่งชาติ (กสทช.)
 เปิดเผยถึงกรณี
 สำนักงาน กสทช.
 นำเสนอเรื่องแผนการ

ใช้เงินทุนสนับสนุนจากโครงการกองทุน
 วิจัยและพัฒนาในกิจการกระจายเสียง
 กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
 เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) หรือ
 กองทุนฯ USO ที่ขณะนี้ถูกสั่งระงับ
 โครงการจากคณะรักษาความสงบแห่งชาติ
 (คสช.) เพื่อให้กระทรวงเทคโนโลยี
 สารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที)
 พิจารณาในการให้กระทรวงไอซีทีสามารถ
 นำเงินในกองทุนไปใช้ประโยชน์ จากการ
 สร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านไอทีให้แก่ประชาชน
 โดยเงินกองทุนฯปัจจุบันมีอยู่ 27,110
 ล้านบาท ว่า การนำเงินกองทุนฯไปอยู่ภายใต้
 กระทรวงไอซีที จำเป็นที่จะต้องแก้ไข
 กฎหมายภายใต้ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่น
 ความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุ
 กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ
 โทรคมนาคม พ.ศ.2553 (พ.ร.บ.กสทช.)
 และจะต้องศึกษารายละเอียดในด้าน
 วัตถุประสงค์ต่างๆ อย่างรอบคอบ

ช่อง7เฮย่าฝั่งเดิมรายการข่าวชนช่อง3

ทีวีดิจิทัล แห่งปรับผังรอบใหม่ “เวิร์คพอยท์-แกรมมี-พีพีทีวี-ไทยทีวี” นำทีมปรังส์ส่วนรายการเดิมอรรถรสผู้ชมฟากยักษ์พีทีวี “ช่อง 7” ขยับ ลุยเฮย่าฝั่งเดือนตุลาคม อัดแน่นรายการข่าวเช้าลากยาว 4 ชม.เดิมทำชน “เรื่องเล่าเช้านี้” ด้าน “มีเดียเอเยนซี” เน้นทีวีดิจิทัลเร่งพัฒนาคอนเทนต์

ที่ผ่านมา เริ่มมีความเคลื่อนไหวในหมู่ทีวีดิจิทัลปรับผังรายการเพื่อจูงใจผู้ชมกันอย่างคึกคัก อาทิ ช่องโลกา และไทยทีวีของไทยทีวี ที่ได้เพิ่มเนื้อหารายการต่าง ๆ รวมถึงข่าวที่เข้มข้นขึ้น เช่นเดียวพีพีทีวี และจีเอ็มเอ็มซาแนล ที่ขยับตัวปล่อยคอนเทนต์เด็ดๆ ออกมา

ล่าสุดแหล่งข่าวในบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด เปิดเผยว่า ตั้งแต่ต้นเดือนตุลาคม ช่อง 7 ได้ปรับผังรายการใหม่ โดยเฉพาะช่วงเช้าลดเวลา รายการข่าว “เช้านี้...ที่หมอขิต” ที่ผลิตโดยบริษัทในเครือ คือ มีเดีย สตูดิโอให้เหลือ 1 ชั่วโมง คือ 06.00-07.00 น. จากเดิม 06.00-07.30 น. และเพิ่ม “สนามข่าว 7 สี” ซึ่งสถานีผลิตเอง ตั้งแต่ 07.00-08.45 น. ต่อด้วยรายการค้นปาก และข่าวเด็ด 7 สี ทั้งหมดนี้เป็นการจัดสรรพื้นที่โดยให้น้ำหนัก

กับรายการข่าวมากขึ้น คือ ลากยาวตั้งแต่ 05.00-09.30 น. จากเดิมออกอากาศ 05.00-08.30 น.เท่านั้น เพิ่มขึ้นอีก 1 ชั่วโมง

ส่วนผังรายการช่วงวันหยุด มีการปรับเพียงเล็กน้อย คือ วันเสาร์ ได้จัดเวลาใหม่ให้แก่วารายการซีซั่นอลโปรแกรม “ร้องสู้ไฟ” ของบริษัทคอนเทนต์ แล็บ จำกัด บริษัทในเครือเจเอสแอล ออกอากาศเวลา 16.15-17.30 น. ทำให้รายการ

ต่อจากหน้า 17

ช่อง 7

เส้นทางเศรษฐกิจ (มีเดีย สตูดิโอ) หลุดจากฝั่ง ส่วนรายการปลดหนี้ของบริษัทแม่ที่ขยับ ย้ายเวลาออกอากาศทุกวันอาทิตย์ 16.30-17.30 น. อีกรายการที่หลุดจากฝั่ง คือ ตลบหลังตลาด (แม่ที่ขยับ) จากเดิมที่ออกอากาศเวลา 15.30-16.00 น. ทุกวันจันทร์-พฤหัสบดี

การปรับผังดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดสัดส่วนผังรายการ กสทช. และเป็นการทำชนกับ “เรื่องเล่าเช้านี้” ของช่อง 3 ซึ่งออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน

นางอิชยา สันติตระกูล กรรมการบริหารบริษัท แบรินด์ คอนเนคชั่นส์ จำกัด กล่าวว่าการปรับผังรายการที่เป็นการเพิ่มรายการข่าวช่วงเช้า ช่อง 7 ยังปรับผังรายการอื่น ๆ เช่น กระชกหักด้น เปลี่ยนเป็นเวลา 11.15-11.30 น. ทุกวันพฤหัสบดี และศุกร์ จากเดิมออกอากาศเวลา 16.00-16.15 น. ทุกวันจันทร์และอังคาร และเพิ่มรายการ “ดิสนีย์คลับฮิต” ออกอากาศจันทร์-ศุกร์ เวลา 16.00-17.00 น. เป็นต้น แต่ไม่ได้ปรับขึ้นราคาโฆษณาแต่อย่างใด

นางอิชยากล่าวด้วยว่า ภาพรวมความนิยมของผู้ชม (เรตติ้ง) ช่อง 7 นั้นแข็งแกร่งในต่างจังหวัด ขณะที่ช่อง 3 ครองผู้ชมกลุ่มคนเมืองไว้ได้ดี แต่ต้องยอมรับว่าเรตติ้งบางรายการของช่อง 3 สูงกว่าส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง ในอนาคตเมื่อโครงข่ายทีวีดิจิทัลครอบคลุมทั่วประเทศ ตำแหน่งผู้นำตลาดฟรีทีวีอาจเปลี่ยนไป เพราะการแข่งขันธุรกิจทีวีจะวัดกันที่คอนเทนต์เป็นหลัก

ขณะนี้แม้ว่าโครงข่ายการรับชมยังไม่ครอบคลุม แต่ทีวีดิจิทัลทุกค่ายควร



ปรับผังชน - การแข่งขันของทีวีที่ดุเดือด นอกจากการปรับผังสร้างสีสันแล้ว คอนเทนต์กลายเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดผู้ชม

เร่งพัฒนาคอนเทนต์ เพื่อดึงความสนใจจากผู้ชมตั้งแต่เนิ่น ๆ เนื่องจากปัจจุบันผู้ชมส่วนใหญ่รับชมช่องทีวีดิจิทัลผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวีได้แล้ว ทำให้ผู้ชมเลือกรับชมได้

นอกจากนี้ จำนวนช่องที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ผู้ชมกระจายตัว เลือกรับชมเฉพาะคอนเทนต์ที่สนใจ ถ้าใครเร่งสร้างคอนเทนต์ให้ดี ก็จะได้ความสนใจจากผู้ชมได้ก่อน

“ทุกสถานีก็มองข้ามเวลาช่วงนี้ไม่ได้ ต้องเร่งพัฒนาคอนเทนต์ให้น่าสนใจ จะรอให้โครงข่ายขยายครอบคลุมทั่วประเทศไม่ได้ เพราะนั่นหมายถึงโอกาสในการสร้างฐานผู้ชมก็จะเสียไปด้วย” นางอิชยากล่าว

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า นอกจากนั้น ช่องเวิร์คพอยท์ยังมีความเคลื่อนไหวในการเตรียมปรับผังรายการอีกครั้งในเดือนพฤศจิกายนนี้ และเตรียมเพิ่มรายการใหม่เข้ามาเสริม เพื่อตอกย้ำความเป็นสถานีทีวีดิจิทัลอันดับ 1 ในแง่เรตติ้ง จากปัจจุบันที่มีเรตติ้งเทียบเท่าช่อง 5 ช่อง 9 ในระบบแอนะล็อก

'สามารถ' สู้ศึกเซตท็อปบ็อกซ์ ยิคราคาคุ้มรับแลกรับบ้าน

ยักษ์ "สามารถ" เพิ่มดีกรีแข่งคู่ ส่อง "เซตท็อปบ็อกซ์" ที่วิจิตรลงตลาด 3 รุ่นรวด ตั้งราคาเท่าคู่แข่ง 690 บาท เร่งสปีดมียอดตามเป้าเดิม 2 ล้านกล่องภายในสิ้นปี โกยมาร์เก็ตแชร์ 20% พร้อมเปิดเกมเร็ว จัด "คาราวานรถ" เดินสายรับแลกรับถึงบ้าน ทั้งจับมือ "ดีแทค" อัปเดตโปรโมชั่นลดค่าบริการ 50% นาน 1 ปี ดันยอดขาย "ไอโมบาย IQ-DTV"

นายวัฒนชัย วิโลลักษณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ.สามารถ คอร์ปอเรชั่น กล่าวว่า หลังจากเริ่มทำตลาดกล่องแปลงสัญญาณทีวีดิจิทัล (เซตท็อปบ็อกซ์) ตั้งแต่ พ.ย.ปีที่แล้ว มียอดขาย 500,000-600,000 กล่อง จากสินค้า 2 รุ่น คือ Strong และ Strong Pro ราคา 1,350 บาท และ 1,450 บาท ตามลำดับ ซึ่งบริษัทตั้งเป้าหมายขายไว้ที่ 2 ล้านกล่อง มูลค่าประมาณ 1,400 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งตลาด 20%

ล่าสุดเปิดตัวกล่องแปลงสัญญาณทีวีดิจิทัล 3 รุ่นใหม่ ซึ่งทั้งหมดตั้งราคาเท่ากับมูลค่าคู่แข่งส่วนลดที่ 690 บาท ได้แก่ Strong Black ที่กล่องมีปุ่มกดเปลี่ยนช่อง/เพิ่มเสียง และรุ่น Strong White และ Strong POP1 มีระบบเสียงดอลบี้ แตกต่างกันที่สีขาวกับสีดำ ทั้ง 3 รุ่นมีฟังก์ชันพื้นฐานของการรับชมทีวีดิจิทัล เช่น ค้นหาสัญญาณอัตโนมัติ, มีช่องเชื่อมต่อ USB เพื่อเล่นไฟล์มัลติมีเดีย และตั้งเวลาตัดรายการได้

"วัดกันที่ยอดขายของเราเดินหน้าต่อเนื่อง และแบรนด์สามารถยังการันตีเรื่องคุณภาพได้ อีกเรื่องที่ดีได้ว่าเป็นผู้นำคือเราทำเรื่องขอสถิติเกอร์อนุญาตให้จำหน่ายเซตท็อปบ็อกซ์จาก กสทช. ไปแล้ว 9.6 แสนใบ ใบละ 1.50 บาท เพื่อเอามาแปะที่กล่อง และจะขอเพิ่มอีก 8 แสนใบ สำหรับติดที่กล่องรุ่นใหม่ ซึ่ง



บุกถึงหน้าบ้าน - "สามารถ" ขนส่งเซตท็อปบ็อกซ์ถึงบ้าน... สิ่งที่ได้ส่งรถ "คาราวานความสุข" แก่ปัญหาผู้บริโภคต่างจังหวัดหาจุดแลกรับดิจิตอลลำบาก ขนสต็อกเซตท็อปบ็อกซ์ลงถึงชุมชน

ในตลาดมีไม่ถึง 5 บริษัทที่ขอสต็อกเกอร์มากขนาดนี้ กลุ่มของเราทุกรุ่นนำคูปองส่วนลด 690 บาท มาแลกซื้อได้หมด แต่บางรุ่นต้องเพิ่มเงินบ้าง"

นอกจากนี้ บริษัทยังทำตลาดเสอาอากาศด้วย โดยมีทั้งหมด 7 รุ่น แบ่งเป็น เสอาอากาศในอาคาร 2 รุ่น นอกอาคาร 5 รุ่น ราคาตั้งแต่ 100-500 บาท ตั้งเป้าหมายยอดขายรวมไว้มากกว่า 2 ล้านชุด คิดเป็นมูลค่า 600 ล้านบาท หรือมีส่วนแบ่งการตลาดกว่า 30% และในปีหน้าจะมีสินค้ารุ่นใหม่ทั้งเซตท็อปบล็อกซ์ และเสารับสัญญาณ

รวมถึงตั้งเป้าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเป็น 40% ในเซตท็อปบล็อกซ์ และเสารับสัญญาณ 50%

สำหรับจุดจำหน่ายมีที่เทสโก้ โลตัส, โฮมโปร, เซเว่นอีเลฟเว่น และตัวแทนจำหน่ายของ "สามารถ" ทั่วประเทศกว่า 1,000 แห่ง

ด้านนายทวิ อุดมกิจโชติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามารถวิศวกรรม จำกัด เสริมว่า ในประเทศไทยจะมีการจำหน่ายเซตท็อปบล็อกซ์ราว 10 ล้านกล่อง ส่วนเสารับสัญญาณอาจน้อยกว่าเล็กน้อย เพราะเสาสัญญาณเมื่อติดตั้งแล้วใช้ได้กับภาครับหลายเครื่อง แต่เซตท็อปบล็อกซ์ใช้ได้กับโทรทัศน์เครื่องเดียว คาดว่าการแข่งขันในตลาดเซตท็อปบล็อกซ์จะรุนแรงกว่า เพราะมีผู้เข้าโครงการถึง 42 บริษัท ส่วนเสาสัญญาณมีผู้ผลิตรายใหญ่ไม่ถึง 5 ราย

"ตลาดปีนี้คงแข่งขันที่ราคาและการทำโปรโมชั่น เพราะถ้าต้องการให้ผู้บริโภคซื้อ

ได้ง่ายที่สุดก็ต้องทำราคาให้เท่ากับคูปองซึ่งเราก็ทำ แต่โปรโมชั่นแถมเสอาอากาศที่คู่แข่งหลายรายทำกันเยอะ เรายังไม่ทำ เพราะไม่ทราบว่าคนที่ซื้อกล่องไปเอาไปติดที่ไหน ถ้าที่ต่างจังหวัด แต่แถมเสอาในอาคารไปก็ใช้ไม่ได้ ถึงจะแถมเสอาตามประเภทการใช้งานไปเลยก็มีผลกับการบริหารจัดการสต็อก"

นายทวิคาดว่า เมื่อผู้บริโภคได้รับคูปองส่วนลด 690 บาทจาก กสทช.ครบแล้ว จะมี 80-90% นำมาแลกซื้อ ส่วนที่เหลือที่ไม่มาเพราะขาดความเข้าใจเรื่องการใช้งาน หรืออาจอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากจุดรับแลก บริษัทจึงตัดสินใจลงทุนจัดแปลงรถบรรทุกเอกเนกประสงค์ 4 ล้อ เพื่อเดินทางเป็นคาราวานไปหาผู้บริโภคในต่างจังหวัด โดยการไปแต่ละครั้งจะเตรียมสต็อกไปราว 10,000 ชุด เพื่อให้ผู้บริโภคแลกซื้อได้ทันที

และเพื่อจูงใจผู้บริโภคมากขึ้นได้จัดโปรโมชั่นร่วมกับ "ไอโมบาย" และ "ดีแทค" โดยภายในกล่องสินค้ารุ่น Strong POP1 จะมีคูปองมูลค่า 690 บาท ให้นำไปแลกซื้อสมาร์ตโฟนไอโมบาย รุ่น IQ 6.8 DTV มูลค่า 7,990 บาท ได้ด้วย รุ่นนี้รับชมทีวีดิจิทัลได้โดยไม่ต้องต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าดีแทคที่แลกซื้อสมาร์ตโฟนรุ่นนี้ยังจะได้ส่วนลดค่าบริการ 50% นาน 12 เดือนสำหรับระบบรายเดือน และได้โทร.ฟรี 690 บาทสำหรับระบบเติมเงินถึง 31 ธ.ค.นี้ ที่ดีแทคเซอร์วิสฮอลล์

'โมเดิร์นเทรด' ระอุศึกชิง 'คูปองทีวีดิจิทัล'



จักรวรรดิตลาด

หลังจากต้องรอมากว่าครึ่งปี ในที่สุดสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เริ่มเดินหน้าแจกคูปองทีวีดิจิทัลล็อตแรก จำนวนกว่า 5 ล้านใบ ไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แม้จะมีปัญหาหลุกหลิกบ้าง ในบางพื้นที่ แต่เชื่อว่าขณะนี้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ 21 จังหวัดแรก น่าจะได้รับคูปองกันเกือบ 100% แล้ว รอเพียงนำไปแลกอุปกรณ์ในวันจันทร์ที่ 20 ต.ค.นี้ และล่าสุด กสทช.ยังเตรียมจะแจกคูปองให้กับผู้ที่อยู่ในเขตชุมชนแออัดด้วย โดยได้อนุมัติงบฯ 2,000 ล้านบาท เพื่อแจกคูปองเพิ่มอีก 2.8 ล้านใบ

นอกจากนี้เมื่อวันที่ 17 ต.ค.ที่ผ่านมา บริษัทผู้ผลิตกล่องรับสัญญาณที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 42 บริษัท ได้ประกาศจุดรับแลกคูปองทีวีดิจิทัล ซึ่งจากข้อมูลของ กสทช. ขณะนี้มีบริษัทมาขอลงทะเบียนซื้อสต็อกเกอร์แล้วรวมประมาณ 4 ล้านดวง เท่ากับว่าจะมีอุปกรณ์กล่องรับสัญญาณขายในล็อตแรกราว 4 ล้านกล่อง

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า ความคืบหน้าดังกล่าวสร้างความคึกคักให้กับบรรดาร้านค้าและผู้ผลิตกล่องรับสัญญาณอย่างมาก



ยกตัวอย่าง กรณีของบริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่เปิดตัวกล่องรับสัญญาณดิจิทัลราคา 690 บาท เพียงแค่ 3 รุ่น ได้แก่ Strong POP 1, Strong White และ Strong Black เพื่อรองรับคูปอง 690 บาทโดยเฉพาะ

และสามารถยังจับมือดีแทค โดยผู้ซื้อกล่องรุ่น Strong POP 1 จะได้รับคูปองเงินสด 690 บาท สำหรับนำไปเป็นส่วนลดในการซื้อสมาร์ตโฟนรุ่น IQ 6.8 DTV ซึ่งสามารถดูทีวีดิจิทัลได้จากดีแทคท็อป

นายจักรกฤษณ์ กิตติโชคชัยกุล ผู้อำนวยการใหญ่อาวุโสบริหาร

"คูปองทีวีดิจิทัล"

สินค้า เพาเวอร์มอลล์ บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด กล่าวว่า เพื่อรองรับความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีวีดิจิทัลที่จะมี

มากขึ้น เพาเวอร์มอลล์ได้จัดโปรโมชั่น อาทิ การลดราคาสินค้ากลุ่มทีวีดิจิทัลสูงสุด 35%, ผ่อนชำระ 0% นาน 10 เดือน พร้อมตั้งจุดให้บริการรับแลกคูปองในบริเวณพื้นที่เพาเวอร์มอลล์ เดอะมอลล์ทุกสาขา, ดี เอ็มโพเรียม และพารากอน ดีพาร์ทเม้นต์สโตร์ พร้อมจูงใจผู้ถือคูปองด้วยการมอบ Food Court Plus Card มูลค่า 100 บาท สำหรับทานอาหารที่ Food Court เดอะมอลล์ทุกสาขา และ Food Hall ที่พารากอน เมื่อนำคูปองมาแลกที่เพาเวอร์มอลล์

"ตั้งแต่มีการปรับเปลี่ยนสัญญาณ ลูกค้าได้ให้ความสนใจในการปรับเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิทัลกว่า 90% และมีการขยายตัวในกลุ่มกล่องรับสัญญาณอย่างมาก คาดว่าในช่วงการเปิดให้ใช้คูปอง บรรยากาศของการซื้อสินค้ากลุ่มนี้น่าจะคึกคักขึ้นด้วย"

ขณะที่ เทสโก้ โลตัส ลูกขึ้นมาประกาศความพร้อมว่า โลตัส 74 สาขา ใน 21 จังหวัด พร้อมรับคูปองทีวีดิจิทัลในวันที่ 20 ต.ค.นี้ และในช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน จะเพิ่มจำนวนสาขาที่รับคูปองอีก 44 สาขา รวมทั้งเปิดจุดรับแลกคูปองที่ เทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสอีกด้วย ส่วนโปรโมชั่นสำหรับแลกคูปองนั้นจะมีส่วนลดท้ายบิลเมื่อซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิทัลและทีวีที่รองรับระบบดิจิทัล รวมถึงสามารถสะสมแต้มคลับการ์ดจากการซื้อสินค้า ซึ่งเดิมนั้นจะเปลี่ยนเป็นคูปองเงินสดส่งให้ลูกค้าเมื่อสิ้นไตรมาส

นอกจากนี้ เทสโก้ โลตัส ยังประกาศว่า ตนเป็นร้านค้าปลีกที่มีแบรนด์กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลให้ลูกค้าเลือกมากที่สุดด้วยสินค้าจากผู้ผลิต 12 แบรนด์

ด้านบิ๊กซีก็ไม่น้อยหน้า เมื่อนายภูวณานาควิโรจน์ ที่ปรึกษาบริหาร ฝ่ายองค์กรสัมพันธ์ บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: การตลาด/หน้าแรก

วันที่: จันทร์ 20 - พุธ 22 ตุลาคม 2557

ปีที่: 37

ฉบับที่: 4672

หน้า: 17(ซ้าย), 18

Col.Inch: 62.45

Ad Value: 81,185

PRValue (x3): 243,555

คลิป: สีส

คอลัมน์: จักรวรรดิตลาด: 'โมเดิร์นเทรด' ระอุคึกซิง 'คูเปอร์ทีวีดิจิทัล'

จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บริษัทได้เตรียมกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลเอาไว้กว่า 20 รุ่น ตั้งแต่กล่องแบบพื้นฐาน ไปจนถึงกล่องที่มีฟังก์ชันเสริม อาทิ ระบบตั้งอัตรารายการ (PVR) ระบบคาราโอเกะ และระบบรับสัญญาณทั้งดิจิทัล ดาวเทียม และภาคพื้นดิน ราคาจะหว่าง 690-3,000 บาท ไปจนถึงทีวีดิจิทัลทุกแบรนด์ทุกรุ่นที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. พร้อมแคมเปญผ่อนชำระ 0% แบบปลอดรูดนานสูงสุด 20 เดือนผ่านบัตรเครดิต

ส่วนความเคลื่อนไหวของรายการเงินผ่อนนายบุญยง ต้นสกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวในเรื่องนี้ว่า ได้ให้ตัวแทน 4,000 คน ไปเคาะประตูบ้านทำตลาดและให้ข้อมูลกับลูกค้าในบัญชีที่มีกว่า 2 แสนรายเกี่ยวกับกล่องรับสัญญาณของบริษัทมากกว่า 1 เดือนแล้ว รวมถึงขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ในร้านสาขา 217 แห่งอีกด้วย

ขณะเดียวกัน ซิงเกอร์ยังได้เปิดตัวกล่องรับสัญญาณดิจิทัลรุ่นราคา 690 บาทเพิ่มเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้ดูช่องได้โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน โดยกล่องรับสัญญาณดิจิทัลรุ่น 690 บาท ตัวเครื่องจะเป็นพลาสติก และต้องสั่งงานด้วยรีโมตเท่านั้น อย่างไรก็ตาม กล่องรับสัญญาณทั้ง 2 แบบ คือราคา 690 บาท และ 1,390 บาท ของบริษัทจะเป็นชุดพร้อมกับเสาอากาศแบบหนวดกิ้ง เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้ได้ทันที

การแจกกล่องครั้งนี้จะส่งผลให้ตลาดภาพและเสียงเกิดความคึกคักในระดับหนึ่ง ก่อนที่จะเข้าสู่ช่วงไฮซีซั่นปลายปี จากการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละรายทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายที่ต่างงัดกลยุทธ์มาจูงใจผู้ถือกล่อง อย่างไรก็ตามยังคงต้องติดตามดูว่าจะมีผู้บริโภคเอากล่องมาแลกมากน้อยเพียงใด



ร้องคอลเซ็นเตอร์มือถือ

นางสาวสารี อ๋องสมหวัง ประธาน
อนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการ
โทรคมนาคม เปิดเผยว่า ที่ประชุมคณะ
อนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการ
โทรคมนาคมครั้งที่ผ่านมา ได้มีการพิจารณาเรื่อง
ร้องเรียนกรณีคอลเซ็นเตอร์หรือสายงานเกิน 60
วินาที ทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการ ซึ่งถือว่า
ฝ่าฝืนประกาศ กทช. เรื่อง มาตรฐานคุณภาพการ
ให้บริการโทรคมนาคมประเภทเสียง ทั้งนี้
ประชุมฯ มีมติให้บริษัทฯ คืนเงินค่าโทรฯ ให้กับ
ผู้ร้องเรียน และขอให้ผู้ค้าปรับปรุงทางปกครองกับ
บริษัทมือถือๆ นอกจากนี้ยังเสนอให้ผู้ให้บริการ
ทุกรายและสำนักงาน กสทช. ควรร่วมกัน
ประชาสัมพันธ์ เลขหมายโทรฯฟรี เรื่องร้องเรียน
ที่เมื่อผู้ให้บริการจะมีการให้บริการดังกล่าวอยู่แต่
กลับไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการรับ
ทราบ และควรจะเป็นซึ่งเป็นเลขหมาย 4 ตัว
ตามที่ กทช. กำหนด



ดิจิตอลทีวี มีให้เลือกถึง 3 รุ่นฟรี ต่อที่ 2 คือ นำคูปองเงินสด 690 บาท บรรจุอยู่ในกล่องรับสัญญาณรุ่น STRONG POP 1 มาใช้เป็นส่วนลดในการซื้อมือถือไอ-โมบาย รุ่น IQ 6.8 DTV ได้ทันทีจนกว่าของจะหมด

และต่อที่ 3 สำหรับลูกค้าแอปปีที่ซื้อเครื่อง ไอ-โมบาย IQ 6.8 DTV จะได้รับค่าโทร.ฟรี 690 บาท และลูกค้าบัตรเครดิตแบบรายเดือน รับส่วนลดค่าบริการ 50% นาน 12 เดือน มูลค่าส่วนลดสูงสุด 7,200 บาท ภายใน 31 ธันวาคม 2557

คาดว่าเจ้าหน่ายกกล่องและเสาอากาศดิจิตอลทีวีได้ไม่ต่ำกว่า 2 ล้านชุด คิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 2,000 ล้านบาท ภายในสิ้นปี 2557 ส่วนในปี 2558 ตั้งเป้าการจำหน่ายกล่องได้ราว 2-3 ล้านกล่อง พร้อมทั้งคาดว่าจะครองส่วนแบ่งตลาดในส่วนของการกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลได้ราว 30%

ทางด้านแบรนด์ "แพลงเน็ต" ออกโปรโมชั่นลดราคากล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลจาก 1,490 บาท เหลือ 990 บาท พร้อมแถมเสาอากาศ

บางรายจัดหนักถึงขั้นลุ้นรางวัลชิงทองคำได้แก่ ค่ายเอเจ จัดโปรโมชั่นซื้อกล่องลุ้นรับทองคำรวม 1,000 บาททองคำ มูลค่ารวม 20 ล้านบาท ฟอรัท จัดโปรโมชั่นซื้อกล่องรับสัญญาณ ลุ้นรับไอโฟน 6 เดือนละ 2 เครื่อง และซัมซุงจัดส่วนลดเพิ่มเท่าตัวจากคูปอง 690 บาท เป็น 1,300 บาท ในดิจิตอลทีวี 2 รุ่น และเพิ่มส่วนลดจากคูปองเป็น 2,000 บาท จากการ

ซื้อสมาร์ทีวี ที่เข้าร่วมโครงการ 2 รุ่น

นอกจากนี้ ยังมีการทำตลาดแบบไดคัต โดยส่วนใหญ่จะเป็นการแลกตรงกับบริษัท โดยไม่ผ่านร้านค้าปลีกย่อยตามกติกากฎ กสทช.กำหนด ในหลายจังหวัดมีการทำตลาดโดยให้ผู้จำหน่ายชวนให้ไปชักจูงลูกบ้านนำคูปองมาแลก และได้ค่าหัวคิวตามยอดคนใช้สิทธิที่ชักชวนมาได้รายละ 30-45 บาท

หรือบางพื้นที่ถึงขั้นรับคูปองไปก่อนตั้งแต่กระบวนการแจกและบังคับให้ชาวบ้านมาลงชื่อแลกคูปองกับบริษัทที่อยู่เบื้องหลัง การกระทำดังกล่าวเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น นอกจากนี้ ในบางพื้นที่ยังพบว่ามีการรับแลกคูปองพร้อมทองคำเงินคืนให้ชาวบ้านที่นำกล่องมาแลกรายละ 30 บาทเช่นกัน

ทั้งนี้ เพื่อความคุ้มค่าของการใช้สิทธิ ควรพิจารณาก่อนว่าคุณภาพ ราคา โปรโมชันผู้ประกอบการรายใดแรงตรงใจที่สุด หรืออยากจะรอดูไปก่อนก็สามารถทำได้ เพราะอย่าลืมว่าคูปองมีอายุอยู่ได้อีกถึง 6 เดือน

ส่วนบรรยากาศการแลกจะคึกคักแค่ไหน ต้องมาลุ้นกันว่าตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม เป็นต้นไป จะคึกคักสมกับที่หลายฝ่ายคาดการณ์ไว้หรือไม่ และจะสามารถกระตุ้นเม็ดเงินในตลาดได้ถึง 63,000 ล้านบาท จริงตามที่ กสทช.คาดการณ์ไว้หรือไม่

ต้องติดตาม!



‘ค้ำปลีก’ลุยคูปอง‘ดิจิตอล’ ถล่มแคมเปญชิงยอดขาย

ASTVผู้จัดการรายวัน - กลุ่มธุรกิจค้าปลีกคึกคัก ทั้ง “พาวเวอร์มอลล์-เพาเวอร์บาย-โฮมเวิร์ก-โฮมโปร-เทลโก้โลดส์-มิกซ์-เซเว่นอีฟเซ่น” ตบเท้าร่วมมหกรรมทีวีดิจิตอล จัดกลยุทธ์ ทั้งผนึกพันธมิตร อัปเดตโปรโมชั่นเพียบ

ภายหลังจากที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เริ่มแจกคูปองทีวีดิจิตอล เมื่อวันที่ 10 ต.ค.ที่ผ่านมา และคาดว่าจะส่งคูปองถึงประชาชนได้ครบทั้ง 21 จังหวัด 4.6 ล้านครัวเรือน ในล็อตแรกแล้วนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคนำคูปองไปแลกซื้อกล่องทีวีดิจิตอล มูลค่า 690 บาท จากทั้งหมด 14.1 ล้านครัวเรือนใน 42 จังหวัด ซึ่งประชาชนสามารถเริ่มแลกคูปองได้ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคมเป็นต้นไป ภายในระยะเวลา 6 เดือน

นอกจากจะส่งผลดีต่อตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้ว ยังส่งผลดีต่อ

อ่านต่อหน้า 18

“บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ และบริษัทในเครือเซ็นทรัล ได้แก่ โฮมเวิร์ก เพาเวอร์บาย ซูเปอร์สปอร์ต ท็อปส์ ซีเอ็มจี และพันธมิตรผู้ผลิตสินค้าชั้นนำ จัดงานนี้โดยบริษัทฯ ใช้งบกว่า 60 ล้านบาท คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 2 แสนคน เม็ดเงินสะพัดกว่า 200 ล้านบาท” นายสุทธินาสกล่าว

ในส่วนของการส่งเสริมการขายทีวีดิจิตอล ลูกค้านำคูปองมาซื้อกล่องทีวีดิจิตอล จะได้รับส่วนลดอีก 30% หรือประมาณ 300 บาท จำกัดเพียง 30 รายต่อวัน รวมเป็น 300 รายในระหว่างการจัดงาน 10 วัน ทั้งนี้จะมีสินค้าที่อุปแบรด์มาเสนอในงาน รวมถึงจะมีโทรทัศน์บางรุ่นที่ไม่ใช่รุ่นใหม่จะนำมาลดราคาตั้งแต่ 30-50% เป็นต้นไป

“โฮมโปร” รับแลกคูปองกล่อง 4 ยี่ห้อ

นางสาวศิริวรรณ เปี่ยมเศรษฐสิน ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการกลุ่มจัดซื้อ โฮม อิเลคทริก โปรดักส์ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า โฮมโปรมีสาขาทั่วประเทศกว่า 70 แห่ง จึงร่วมเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้คูปองดิจิตอลด้วย โดยท่านผู้มีสิทธิ์ได้รับคูปองจาก กสทช. นำบัตรประจำตัวประชาชน และคูปอง มาแลกได้ที่เดอะพาวเวอร์ในโฮมโปรทุกสาขา

สำหรับกล่องสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิตอลที่ทางโฮมโปรได้เตรียมไว้รับแลกคูปองมี 4 ยี่ห้อ คือ SAMART, AJ, GMM Z และ CREATECH ทั้งนี้ โฮมโปร ยินดีที่จะให้ความรู้ และความเข้าใจในการเลือกซื้อกล่องทีวีดิจิตอล และถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยน-คืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน พร้อมรับประกันถึง 2 ปีเต็ม

“เทลโก้โลดส์” จัดเต็ม 12 แปรนต์

นางสาวสลิลลา สีหพันธุ์ รองประธานกรรมการฝ่ายกิจการบรรษัท เทลโก้ โลดส์ กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมรับคูปองเพื่อใช้แลกซื้อหรือใช้เป็นส่วนลดซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิตอล ที่จะเริ่มวันที่ 20 ตุลาคมนี้ว่า เฉพาะในวันที่ 20 ตุลาคม 2557 เทลโก้ โลดส์ 74 สาขา ใน 21 จังหวัด และช่วงที่สองตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน จะเพิ่มจำนวนสาขาเป็น 44 สาขา และอยู่ระหว่างเตรียมเปิดจุดรับแลกคูปองที่เทลโก้ โลดส์ เอ็กซ์เพรส อีกด้วย

ปัจจุบัน เทลโก้ โลดส์ ขายกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวีถึง 12 แปรนต์ ซึ่งมาก

ค้ำปลีก

บรรดาร้านค้าปลีก และโมเดิร์นเทรดในการทำตลาดกระตุ้นยอดขายด้วยการใช้คูปองดิจิตอลมาเป็นกลยุทธ์หนึ่ง ซึ่ง “ASTVผู้จัดการรายวัน” ได้รวบรวมมา

“พาวเวอร์มอลล์” แจกคูปองเพิ่ม

นายจักรกฤษณ์ กิตติโชคชัยกุล ผู้อำนวยการใหญ่อาวุโสบริหารสินค้า พาวเวอร์มอลล์ บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด กล่าวว่า พาวเวอร์มอลล์เตรียมพร้อมของการแลกคูปองในวันที่ 20 ตุลาคม เป็นต้นไป พร้อมโปรโมชันให้ส่วนลด เช่น ลดราคาสินค้ากลุ่มดิจิตอลทีวีสูงสุดถึง 35%, ผ่อนชำระ 0% นานสูงสุดถึง 10 เดือน ให้บริการในพาวเวอร์มอลล์ เดอะมอลล์ ทุกสาขา, ดีเอ็มโพเรียม และพารากอน ดีพาร์ทเม้นท์สโตร์ ยังมอบ

คูปอง Food Court Plus Card รับประทานอาหารที่ Food Court เดอะมอลล์ทุกสาขา และ Food Hall ที่ พารากอน มูลค่า 100 บาทด้วย โดยคูปองสามารถใช้แลกซื้อได้ 3 กลุ่ม คือ แลกซื้อ Set Top Box ราคา 690 บาท หรือใช้เป็นส่วนลดแลกซื้อ Set Top Box และ ทีวีระบบดิจิตอลที่มีภาครับในตัว (DVB-T2) เฉพาะรุ่นที่ร่วมรายการ

“โฮมเวิร์ก-เพาเวอร์บาย” ผนึกกำลัง

นายสุทธินาส จิราธิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มธุรกิจวัสดุก่อสร้างสินค้าตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ไฟฟ้า ในเครือธุรกิจบริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด กล่าวว่า บริษัทจะใช้การจัดงาน “โฮมเวิร์ก&เพาเวอร์บาย ซูเปอร์เซลล์” ซึ่งจัดวันที่ 27 ต.ค.-5 พ.ย. พื้นที่กว่า 10,000 ตร.ม. อาคารรัฐประศาสนภักดี ศูนย์ราชการ แจ้งวัฒนะ มาเป็นช่องทางในการทำตลาดกล่องทีวีดิจิตอลด้วย

ที่สุดในกลุ่มร้านค้าปลีก โดยมีราคาเริ่มต้น 690 บาท ซึ่งลูกค้าใช้คูปองจาก กสทช. แลกซื้อได้ทันทีโดยไม่ต้องเพิ่มเงิน และยังมีโปรโมชั่นส่วนลดท้ายบิลเมื่อซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิทัล และทีวีที่รองรับระบบดิจิทัล และสะสมแต้มคลับการ์ดจากการซื้อสินค้า และแต้มนั้นจะเปลี่ยนเป็นคูปองเงินสดส่งให้ลูกค้าเมื่อสิ้นไตรมาส

“บิ๊กซี” อัดแคมเปญกว่า 20 รุ่น

นายภูธร ภูมิมิสรกุล รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บิ๊กซีมีกล่องรับสัญญาณทีวีระบบดิจิทัลมากกว่า 20 รุ่น ตั้งแต่กล่องแบบพื้นฐาน ไปจนถึงกล่องที่มีฟังก์ชันเสริม เช่น ระบบตั้งอัดรายการ (PVR) ระบบคาราโอเกะ และระบบรับสัญญาณทั้งดิจิทัล ดาวเทียม และภาคพื้นดิน ราคาระหว่าง 690-3,000 บาท นอกจากนี้ ยังได้เตรียมทีวีดิจิทัลทุกแบรนด์ทุกรุ่นที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. ให้เข้าร่วมรายการพร้อมแคมเปญผ่อนชำระ 0% นานสูงสุด 20 เดือนผ่านบัตรเครดิตซิตี้แบงก์-บิ๊กซี วิซ่า แมสเตอร์การ์ด

“บิ๊กซีคาดว่า ผู้บริโภคที่สนใจจะนำคูปองมาใช้ จะแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มที่จะใช้คูปองแลกกล่องรับสัญญาณทีวีระบบดิจิทัลมูลค่า 690 บาท 2.กลุ่มที่จะใช้คูปองแลกซื้อกล่องรับสัญญาณทีวีระบบดิจิทัลที่มูลค่าเกิน 690 บาท โดยชำระเงินส่วนต่างเพิ่มเติม และ 3.กลุ่มที่จะใช้คูปองแลกซื้อทีวีดิจิทัล โดยสัดส่วนของผู้บริโภคทั้งสามกลุ่ม คาดว่า จะอยู่ที่ประมาณ 60-20-20”

“เซเว่น” ร่วม 4 แรนด

นายยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เปิดเผยว่า ปัจจุบันที่มีสาขามากถึง 7,900 สาขา สามารถ

เข้าถึงผู้บริโภคได้เต็มที่ บริษัทฯได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการเจ้าของแบรนด์กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล รวม 4 แรนดจาก 4 บริษัท คือ 1.แบรนด์ “อะโคนติก” (Aconatic) ของบริษัท ไฮไฟ ไทย จำกัด (มหาชน) 2.แบรนด์ “เอเจ” (AJ) ของ บริษัท คราวน์ เทคโนโลยี แอดวานซ์ จำกัด (มหาชน) 3.แบรนด์ “แฟมิลี่” (Family) ของบริษัท แฟมิลี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และ 4.แบรนด์ “ฟอร์ท” (Forth) ของบริษัท ฟอร์ท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ด้วยการให้ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นเป็นจุดรับแลกคูปองดิจิทัลทีวี ของ กสทช. รวมพื้นที่ 42 จังหวัด ตั้งแต่วันที่ 20 ต.ค.เป็นต้นไป ■

'เซเว่น อีเลฟเว่น'จับมือ4พันธมิตร รับแลกคูปอง'ดิจิตอลทีวี'ที่ร้าน

ASTVผู้จัดการรายวัน – เซเว่น อีเลฟเว่นจับมือ 4 ผู้จำหน่ายอุปกรณ์รับชมกล่องดิจิตอลทีวี รับแลกคูปองที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ครอบคลุมปี 42 จังหวัด ย้ำบริการความสะดวกให้ประชาชน กว่า 6,500 สาขา พร้อมตั้งเป้าจำหน่ายกล่องดิจิตอลทีวีกว่า 2 ล้านเครื่อง

นายยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารเซเว่น อีเลฟเว่น ร้านอิมสะดวกของคนไทย กล่าวว่า จากการที่ กสทช.กำหนดให้มีการแจกคูปองดิจิตอลทีวีปี 42 จำนวน 8.6 ล้านฉบับในพื้นที่ 42 จังหวัดทั่วประเทศไทย ทางเซเว่น อีเลฟเว่นจึงร่วมให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนด้วยการเป็นจุดรับแลกคูปองดิจิตอลทีวี ร่วมกับบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ผู้จำหน่ายกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวี "อะโคนิค" (Aconatic), บริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด (มหาชน) ผู้จำหน่ายกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวี "เอเจ" (AJ), บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผู้จำหน่ายกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวี "แฟมิลี" (Family) และบริษัท ฟอर्थ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผู้จำหน่ายกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวี "ฟอर्थ" (Forth) โดยเริ่มรับแลกคูปองที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่นได้ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคมเป็นต้นไป พร้อมตั้งเป้าจำหน่ายกล่องดิจิตอลทีวีกว่า 2 ล้านเครื่อง

"สำหรับการแลกคูปองดิจิตอลทีวีสำหรับปีในพื้นที่ 42 จังหวัดนั้น ทางร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ได้อำนวยความสะดวกแก่ประชาชนด้วยการเป็นจุดบริการรับแลกคูปองดิจิตอลทีวี ที่มีจำนวนร้านสาขารองรับถึงกว่า 6,500 สาขา นับว่าเป็นช่องทางให้บริการที่ครอบคลุมมากที่สุดและสะดวกต่อประชาชนที่มาใช้บริการ โดยที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นมีกล่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวีตรงตามมาตรฐานของ กสทช.หลากหลายแบรนด์ ได้แก่ อะโคนิค, แฟมิลี และฟอर्थ ราคา 690 บาท เท่ากับมูลค่าของคูปองที่ได้รับจาก กสทช. ซึ่งเป็นกล่องรับสัญญาณรุ่นที่ไม่มีเสาอากาศ ลูกค้านำมาแลกคูปองโดยไม่ต้องชำระเงินเพิ่ม และมีกล่องรับสัญญาณรุ่นพรีเมียมที่แถมเสาอากาศ ซึ่งต้องชำระเงินเพิ่มอีก 2 รุ่น จาก เอเจ และ แฟมิลี เพื่อเป็นทางเลือกให้กับประชาชน" รองกรรมการผู้จัดการกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการกระจายสินค้า เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ ซึ่งลูกค้าสามารถนำคูปองดิจิตอลทีวี และเอกสารตามระบุในคูปองมาที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น โดยภายในปีสามารถรับแลกคูปองดิจิตอลทีวีใน 42 จังหวัดตามพื้นที่ ที่ กสทช. ระบุ ซึ่งทางบริษัทฯ ได้เตรียมจัดให้มีบริการแลกคูปองดิจิตอลทีวีได้ที่ร้านสาขาเพื่อตอบสนองตามนโยบายภาครัฐที่ได้วางแผนไว้ ■

Established 1946

Bangkok Post

THE NEWSPAPER YOU CAN TRUST

Right way to object

The somewhat confusing meeting on media ethics last week between UK ambassador Mark Kent and Supinya Klanarong, of the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC), raises many questions. Post Publishing has serious concerns about it because it has official policies on the matter. The company has led, supported and subscribed to successful efforts to write, maintain and update ethics standards for the Thai press, both written and broadcast.

The National Press Council of Thailand (NPCT) and the Thai Journalists Association (TJA) also have public policies on media ethics. They accept complaints. They can and do censure press misconduct, and constantly debate ways to tighten ethical standards to meet public expectations.

Mr Kent, therefore, made his grievance about media ethics in the wrong place. If he had spoken to these media groups, he would have received an actual answer. Ms Supinya, apparently, told Mr Kent that she and the NBTC are working to improve media ethics. She also evidently informed him that

internet media are not subject at present to formal or informal controls or actual ethical standards. In truth, the NBTC has no role to play in these matters, although it has sought such power.

Mr Kent made his grievance about media ethics in the wrong place.

The British envoy reportedly raised one actual issue. He was unhappy that the media published reproductions of the passports of the two Koh Tao victims, Hannah Witheridge, 23, and David Miller, 24, both English.

This is a highly arguable point. Police and friends of the deceased provided the copies, to put human faces to the unspeakably savage killings. They were used at a memorial service on the evening of the murders. But the two media groups would have considered this or any complaint from Mr Kent. Unlike the NBTC, they have censure powers.

Mr Kent's Thai-language Twitter page carries four separate tweets and three large photos on his meeting with Ms Supinya. None explains its purpose. He also posted a link to a report that said the "military junta (is) to tighten up control over social media".

Ms Supinya also linked to a media report of the meeting, without clarification. Her blog said only that she held a "fruitful discussion on media ethics and freedom". She added, "We have to do more work to uplift the standard of media ethics and practices in Thailand."

One could argue we must also do more to ensure that public servants are forthcoming about official activities. While the meeting itself was public, what occurred was not transparent. It is hoped that neither the ambassador nor the commissioner agreed or even discussed putting restrictions on press freedom. Yet that is exactly the impression that some took away. Ms Supinya's statement on her home page that "The Thai media have a lot to learn" is real. In this context, it also is disquieting.

Her Twitter account and personal website (Supinya.com) both prominently display the official sticker of the Blue Ribbon Campaign for Free Speech Online. It proclaims, "Stop internet censorship". That dovetails with her reputation as a media activist, but not so much for her past three years as a broadcast and telecoms spokeswoman and commissioner.

It is troubling that the conduct of the Thai media was brought up like this, before a body that has no actual jurisdiction. The press is already under severe restrictions from the military regime. As historic defenders of press freedom, both Mr Kent and Ms Supinya should offer open criticism and suggestions when they feel the media have acted wrongly.

BROADCASTING

TV rating samples increased

SAENGWIT KEWALEEWONGSATORN

The Media Research Bureau (MRB) has set a new sample size for TV ratings at 5,000 households to enhance viewership accuracy.

The new sample size is much larger than the 1,800 households used by Nielsen Thailand, the country's only private TV ratings agency.

The criteria will be used by a new TV ratings company expected to be granted permission to set up by the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) next August, said an MRB source.

After the launch of 24 digital TV channels, there is high demand for the broadcasting industry to have an authorised ratings company, but the process is time-consuming.

Last Thursday, MRB members including media agencies, TV broadcasters, content

producers and TV platform operators agreed to raise funds of 130 million baht from members to conduct an establishment survey, a large face-to-face questionnaire designed to define the characteristics of the population and potential homes for the installation of rating panels.

About 87% of the funds will come from media owners and the rest from media agencies.

When the establishment survey is done, it will be handed to the new ratings company once it is established next year.

The MRB will work with the Institute of Research and Development for Public Enterprises to study the survey.

The source said early work on the survey would be a shortcut for TV ratings once the new company was set up.

The industry hopes the new ratings company will help to ensure the accuracy of viewership and viewer opinions.

Once the survey is done, all parties can access the data to foster fairness.

The source said the NBTC was drafting terms of reference for the TV ratings company and bidding to select the right operator to be opened next year.

"The new measurement of TV ratings will include multi-screen habits in order to reflect changing consumer behaviour," the source said.

Three ratings companies — Nielsen Thailand, Video Research International (Thailand) and GfK Thailand — have shown interest in joining the bidding.

TV ratings had a fluctuation in the five-month period after digital TV was launched in April.

Channels 7 and 3 remain the most popular, followed by Channel 9; Channel 5 was beaten by Workpoint TV; and RS's Channel 8 has a higher rating than Thai PBS and Channel 11.

Mobile firms have to pay government

USANEE MONGKOLPORN
THE NATION

TRUEMOVE and Digital Phone Co will be required to pay to the government net income earned from continuing to serve customers during the past almost one year after their concessions expired in September 2013.

The National Broadcasting and Telecommunications Commission will pass the amount to state coffers.

The NBTC's Telecom Committee approved the formula last week for calculating if they suffered a loss or earned a profit during the period.

Based on their financial operating results that they reported to the watchdog, TrueMove was found to have made revenue of Bt3.54 billion from September 2013 to June, while DPC also made revenue of Bt1.194 billion from September 2013 to July, an NBTC source said.

Settapong Malisuwan, chairman of the Telecom Committee, said the next step would be to calculate their net income after qualified expenses.

If both companies disagree with the NBTC's calculations, they'll have to negotiate with the NBTC. If no solution is reached, they can take the NBTC to court.

After their concessions expired in September 2013, the watchdog allowed them to continue operating for one more year to serve old

customers who failed to transfer to another network. This was to prevent possible hardships for customers from service disruption. However, they are not allowed to seek income after losing their concessions.

An NBTC source said that according to the preliminary estimate, TrueMove would have to pay net operating income of Bt991 million to the NBTC and DPC Bt633 million. The tally will also cover their operations from July to September this year.

Under the formula, the two companies cannot include some expense items such as depreciation, marketing, sales, allowance for doubtful debts and regulatory fees as well as costs related to land and buildings.

The Telecom Committee had kept putting off considering this formula since last year, prompting some parties to ask the National Anti-Corruption Commission to look into the matter.

TrueMove and DPC have claimed that they suffered losses during the one-year period due to declining customer numbers - to 4 million at present from 17 million as of September last year for TrueMove and to 7,000 from 80,000 for DPC in the same period.

The NBTC's formula was effective until September 15. A new formula will be needed for the next one-year period because the two companies have been allowed to continue serving remaining customers under the recent instruction from the National Council for Peace and Order for the NBTC to delay by one year its plan to auction TrueMove and DPC's frequencies from the original auction schedule of August.



ตรวจจับทุจริตคูปองที่ผิดจิตอล

คูปองที่ผิดจิตอล 690 บาท ที่ กสทช.แจกให้ตลอดแรก 4.6 ล้านครัวเรือน ใน 21 จังหวัดนำร่อง เริ่มนำมาใช้แลกหรือใช้เป็นส่วนลดในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า (กล่องเซตท็อปบ็อกซ์) และเครื่องใช้ไฟฟ้าจิตอลได้วันนี้เป็นวันแรกยังไม่รู้ว่าบรรดาประชาชนจะถือคูปองนี้ไปแลกแต่สัปดาห์ที่แล้วหุ้นบริษัทขายกล่องที่ผิดจิตอลปรับตัวลึกลงมาคูปองตลอดแรกนี้มีอายุใช้ได้วันที่ 31 พ.ค. 2558 รายละเอียดวิธีการใช้และเอกสารที่ต้องใช้ประกอบ มีระบุชัดเจนในคูปองอยู่แล้ว หากเจ้าบ้านไม่สะดวกไปแลกซื้อเองสามารถมอบอำนาจให้บุคคลอื่นไปแลกแทนได้ ซึ่งหนังสือมอบอำนาจมีแนบมากับคูปอง

หมู่บ้านหรือชุมชนไหนอยู่ห่างไกลจุดแลกกล่องที่ผิดจิตอล อาจจะรวบรวมส่งตัวแทนไปแลกกล่องพร้อมกันในคราวเดียว จะได้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

หรือแกนนำชุมชนบางแห่งอาสาเป็นตัวแทนไปแลกให้ ซึ่งอาจจะได้ค่าหัวคิวจากบริษัทขายกล่อง ก็ไม่ถือว่าผิดกติกา แต่ขอให้นึกถึงใจเขาใจเราบ้าง อย่าไปเห็นแก่ค่าหัวคิวเล็กน้อยแล้วเอากล่องคุณภาพต่ำมาให้ยังงั้นก็คนบ้านใกล้เรือนเคียง โดยเฉพาะกล่องที่ใช้รีโมตบังคับอย่างเดียวไม่ควรแลกมาอย่างยิ่ง ขอให้เลือกกล่องที่มีปุ่มเปลี่ยนช่องและเพิ่มลดเสียงได้ในตัว

บริษัทขายกล่องที่เข้าร่วมโครงการกับ กสทช. มีถึง 42 เจ้า

บางบริษัทผลิตกล่องออกมาจำหน่ายหลายรุ่น ขอให้เลือกใช้รุ่นที่ดีที่สุดก็แล้วกัน

ส่วนข้อร้องเรียนการหาผลประโยชน์ เช่นการเอาคูปองของคนที่ไม่ใช้สิทธิแลกกล่องแล้วไปหลอกขึ้นเงินกับ กสทช.นั้น ตอนนี้คงเบาใจไปได้เยอะ เพราะ กสทช. ออกข่าวมาแล้วว่ามีกระบวนการตรวจสอบที่รัดกุมมาก มีการตั้งศูนย์มอดิเตอร์สถานการณ์ทุกนาที จำนวนคนที่เอาคูปองไปแลกกล่องมีเท่าไร เป็นใคร บ้านไหน แลกที่จุดไหน แลกกับบริษัทอะไร ข้อมูลจะถูกส่งไปที่ศูนย์มอดิเตอร์แบบเรียลไทม์

ทั้งคูปองและกล่องล้วนมีสติ๊กเกอร์และซีรียลนัมเบอร์กำกับอยู่ หากจำนวนคูปองที่บริษัทนำมาขึ้นเงินกับจำนวนกล่องที่ขายออกไปไม่ตรงกัน ก็จะมีทีมที่ทำการทุจริต นอกจากนี้ กสทช.จะส่งทีมงานลงสุ่มตรวจพื้นที่ ว่ากล่องที่แลกไปยังอยู่กับประชาชนหรือเปล่า หากว่าเป็นแค่กล่องลม กสทช.จะระงับการจ่ายเงิน

ฉะนั้น บริษัทไหนหลอกหลวงเอากล่องลมมาขึ้นเงินไม่เพียงเสีย

เงินฟรี ยังจะต้องถูกดำเนินคดีด้วย

กสทช.คาดการณ์ว่าจะมีคนเอาคูปองมาแลกกล่องถึง 70% ที่เหลืออีก 30% ไม่ใช่สิทธิ จึงจะเอาเงินที่เหลือส่วนนี้ไปแจกคูปองให้กับผู้ไม่มีรายชื่อยุติในทะเบียนราษฎรของกรมการปกครอง โดยเฉพาะผู้ที่พักอาศัยในชุมชนแออัดจำนวนกว่า 2.8 ล้านครัวเรือน โดยวางแผนจะแจกคูปองในเดือน ธ.ค.นี้เลย

แต่ผมว่า กสทช.คงจะคาดการณ์ผิดพลาด ถ้ามีคนมาแลกกล่องได้ถึง 50% ก็ถือว่าเก่งแล้วเพราะคนดูเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมกันเยอะ ซึ่งถ่ายทอดช่องทีวีจิตอลอยู่แล้ว คนกลุ่มนี้คงไม่ไปแลกกล่องที่ผิดจิตอล ยกเว้นซื้อทีวีมาเพิ่มแล้วไม่อยากจะจ่ายค่าบริการเพิ่มสำหรับการติดตั้งเคเบิลจิตอลใหม่ หรือไม่อยากจะจ่ายเงินซื้อกล่องรับสัญญาณจานดาวเทียม ก็คงจะหันมาติดกล่องที่ผิดจิตอล

ถ้าทีวีจิตอลประมูลเสร็จเต็มรูปแบบ 48 ช่อง จะถือว่ามีช่องให้เลือกดูเยอะเหลือเฟือและต่อให้สภาพอากาศเกิดฝนตกฟ้าปิด สัญญาณก็ไม่ล้ม ดีกว่าไปดูเคเบิลทีวีที่ต้องเสียค่าบริการรายเดือน และดีกว่าดูทีวีดาวเทียมที่มีโฆษณาขายสินค้าไม่ได้มาตรฐานเต็มไปหมด ประเด็นสำคัญอยู่ที่ กสทช.จะมีวิธีไหนมากำกับดูแลให้ช่องที่ผิดจิตอลผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระดึงดูดใจผู้ชมทางบ้านของฟรี คุณภาพดี ใครละจะไม่ดู.

“ลมกรด”

แอนะล็อก (ฟรี) ทวีติจิตัล

“หลักการ-บทเรียน

และสิ่งที่ต้องทำ”

อ่านหน้า 28

แอนะล็อก (ฟรี) ทวีติจิตัล

“หลักการ-บทเรียน และสิ่งที่ต้องทำ”

สัมภาษณ์

เคลื่อนย้ายไปอีกเปลาะ หลังกรณีช่อง 3 จบลงได้โดยผู้บริโภคไม่เดือดร้อน ทำให้กระบวนการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากแอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัลเดินหน้าต่อได้สักที เพราะผู้ประกอบการทุกรายที่ได้ใบอนุญาต 24 ช่องธุรกิจ พร้อมลงสนามแข่งเต็มตัว

เช่นกันกับการแจกคู่มือส่วนลด 690 บาท “ประชาชาติธุรกิจ” มีโอกาสพูดคุยกับ “สุกัญญา กลางณรงค์” และ “พ.อ.นที ศุกลรัตน์” ในฐานะคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ผู้ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องทั้งหมดดังนี้

● การเปลี่ยนไปสู่ทีวีดิจิทัลถือว่าเดินมาถึงขั้นไหน

พ.อ.นที : ยังเป็นช่วงรอยต่อของการเปลี่ยนผ่าน แต่เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งการออกอากาศคู่ขนานของช่องแอนะล็อกเดิม และการแจกคู่มือที่ต้องทำต่อคือร่างประกาศเรื่องการจัดเรียงช่องที่จะทำให้ช่องดิจิทัลทุกแพลตฟอร์มการออกอากาศมีหมายเลขช่องตรงกัน เพื่อป้องกันความสับสนของประชาชน

เมื่อทีวีดิจิทัลช่องธุรกิจลงตัวแล้ว ภารกิจต่อไปคือออกใบอนุญาตช่องทีวีดิจิทัลประเภท



พ.อ.นที ศุกลรัตน์



สุกัญญา กลางณรงค์

ช่องสาธารณะ และทีวีดิจิทัลชุมชน รวมทั้งเรื่องการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกในอนาคต

● ปัญหาข้อ 3 ทำให้ล่าช้า

พ.อ.นที : คิดว่าเร็วกว่าปกติเป็นอย่างมาก หลายประเทศเปลี่ยนระบบได้ช้ากว่าเรามาก วันนั้นคนไทยกว่า 60-70% รับชมช่องทีวีดิจิทัลได้แล้ว จากนั้นคือทำอะไรให้ประชาชนที่รับชมช่องแอนะล็อกเดิม 30% ที่เหลือเปลี่ยนมารับชมทีวีดิจิทัล

ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการเปลี่ยนผ่านทำให้การเปลี่ยนไปสู่ทีวีดิจิทัลเร็วมากขึ้นต่อไปก็จะไม่ยากแล้ว กระบวนการเป็นไปตามแผนนโยบายเดิมที่ออกแบบไว้ คาดว่าไม่เกิน 4 ปี หรือเร็วกว่านั้น ประชาชน 95% จะดูทีวีดิจิทัลได้อย่างแน่นอน

● จะทำอะไรต่อ

พ.อ.นที : ภารกิจสำคัญอีกเรื่อง คือการเปลี่ยนผ่านวิทยุไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่มีความซับซ้อนและละเอียดอ่อนมากจึงคิดว่าไม่น่าทันปีนี้

● กระบวนการเปลี่ยนผ่านเป็นอย่างไร

สุกัญญา : แม้มีปัญหาบ้างก็เป็นไปตามแนวทางที่วางเอาไว้ คาดไว้แล้วถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งเรื่องการออกอากาศคู่ขนาน การวางโครงข่ายภาคพื้นดิน และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค ปัญหาเปรียบเป็นการกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างตื่นตัว เนื่องจากส่งเสริมการแข่งขันเสรีให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีประสิทธิภาพที่จะแข่งขันกับรายเดิม

● ประเด็นสำคัญในการเปลี่ยนผ่าน

สุกัญญา : 1.ช่องทีวีดิจิทัลต้องมีความหลากหลายกว่า 6 ช่องฟรีทีวีแอนะล็อกเดิม 2.เดิมระบบแอนะล็อกไม่ครอบคลุมการรับชมทีวีได้ทั้งหมด จึงต้องอาศัยแพลตฟอร์มดาวเทียมและเคเบิล เมื่อเปลี่ยนเป็นดิจิทัล

ที่ครอบคลุมพื้นที่มากกว่าเดิม แต่ผู้บริโภคยังคงชินกับการรับชมรูปแบบเดิม กสทช.จึงกังวลว่าจะมีผู้ชมทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีจะเปลี่ยนมาดูช่องดิจิทัลแค่ไหน

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ยากที่สุด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นตัวชี้วัดตลาด และความอยู่รอดของช่องทีวีดิจิทัล แต่รายการคุณภาพระดับ HD อาจจูงใจให้เปลี่ยนมาดูทีวีดิจิทัลมากขึ้น

● ปัญหาและอุปสรรค

สุกัญญา : ที่ผ่านมามีประชาชนพึ่งพา ระบบดาวเทียมและเคเบิลเป็นอย่างมาก เนื่องจากคุณภาพของสัญญาณ แต่บางช่องมีเนื้อหาไม่เหมาะสม ทำให้ กสทช.ต้องจับตาระเบียบ ซึ่งยุ่งยากในการจัดการมาก แต่คาดหวังว่าท้ายที่สุดแล้วประชาชนอย่างน้อย 50% จะเปลี่ยนพฤติกรรมมาชมทีวีระบบดิจิทัลมากขึ้น คาดว่าจะใช้เวลา 2 ปีเป็นอย่างน้อย เนื่องจากการแข่งขันมีทั้งในระดับช่องต่อช่อง และแพลตฟอร์มต่อแพลตฟอร์ม

● สิ่งที่ต้องทำต่อ

สุกัญญา : การวัดเรตติ้งช่องทีวีดิจิทัลที่ถกกันว่าทำอะไรให้มีความน่าเชื่อถือและเป็นการวัดจากหลายฝ่าย สามารถถ่วงดุลซึ่งกันและกัน รวมทั้งการกำกับเนื้อหารายการ และผังรายการ ต้องให้เชื่อมั่นว่ามีความสมบูรณ์ในการกำกับดูแล

อยากให้ประชาชนรับชมเนื้อหาสาระที่มีมาตรฐานที่ดีขึ้น มีความหลากหลาย ซึ่งจะปรับเปลี่ยนทัศนคติให้ดียิ่งขึ้นที่ยากที่สุดในการเปลี่ยนจากระบบภาคพื้นดินแอนะล็อกไปดิจิทัลมี 3 เรื่อง 1.การอนุญาตให้ใช้คลื่นต้องมีการวางระเบียบและจัดสรรอย่างเป็นธรรม 2.จำนวนผู้รับชมช่องดิจิทัลที่เข้าถึงเนื้อหาสาระได้ และ 3.เป็นทางเลือกที่หลากหลายกว่าระบบเดิม

ทั้ง 3 ส่วนเป็นงานที่สำคัญ เป็นการเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่ และอาจเปลี่ยนผ่าน

ในเชิงโครงสร้างของระบบโทรทัศน์จากเดิมเป็นระบบสัมปทานมาเป็นการแข่งขันจึงเป็นปกติที่พบเจอปัญหาอุปสรรค ถึงจะขับเคลื่อนไปอย่างสมบูรณ์

● ปัญหาข้อ 3

สุภิญญา : เรื่องนี้เกิดจากช่วงแรกมีการวางแผนการเปลี่ยนผ่านอย่างรอบคอบ มีกฎข้อบังคับกฎเกณฑ์มากมาย ก่อนเข้าประมูลทุกบริษัททราบถึงหลักเกณฑ์ทั้งหมดและมีที่ท่ายอมรับกฎเกณฑ์ ทั้งเรื่อง การจะยกเลิกการอนุญาตของแอนะล็อกเดิมให้เป็นฟรีทีวี และการใช้กฎมีสดีแคร์ แต่ภายหลังอาจมีบางรายไม่ทราบ หรือทราบแต่ไม่ได้ปฏิบัติตาม กสท.ในฐานะผู้กำกับดูแลก็ต้องเข้าไปจัดการให้เป็นไปตามกติกาที่กำหนดไว้ เพื่อความเป็นธรรมกับผู้ประกอบการรายอื่น

เมื่อใช้กฎข้อบังคับแล้วไม่ปฏิบัติตาม สุดท้ายการใช้สิทธิตามหลักประชาธิปไตยคือใช้สิทธิการฟ้องศาลให้ช่วยเหลือในการตัดสินเรื่องทั้งหมด ซึ่งก็เป็นประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นที่ผ่านมา แต่ไม่ได้ส่งผลให้การเปลี่ยนผ่านช้าไปกว่าแผนที่วางไว้

● ได้บทเรียนอะไรบ้างจากกรณีข้อ 3

สุภิญญา : 1.กสท.ตื่นตัวน้อยเกินไปในการจัดการปัญหา และการคาดการณ์ถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้น ต้องมีการตั้งรับปัญหามากกว่านี้ 2.ความเป็นเอกภาพอันหนึ่งอันเดียวกันของคณะกรรมการ ในการพิจารณาปัญหาใหญ่ยังไม่เป็นเอกภาพเพียงพอปัญหานี้ต้องมีการพูดคุยกันมากกว่านี้

และ 3.บทเรียนเรื่องของการตัดสินใจถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็น การชี้ถึงอนาคตขององค์กรในการทำงานด้วยเช่นกัน

จากบทเรียนนี้คิดว่าจะนำไปสู่การปรับปรุง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก รวมถึงการ

ตัดสินใจอะไรที่มีความเสี่ยงต้องคิดให้ละเอียดรอบคอบ และอาจใช้เวลาในการพูดคุยมากขึ้น เพื่อความเป็นเอกภาพขององค์กร

นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของการยึดมั่นอยู่บนหลักการที่ถูกต้อง และการรับฟังเสียงจากหลายภาคส่วนในการช่วยกันแก้ไขปัญหา ทั้งเสียงประชาชนที่มีความเข้มแข็งขึ้นในยุคโซเชียลเน็ตเวิร์ก ซึ่งกำลังก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญ

● ไม่กังวลว่าจะจอดำ

สุภิญญา : ในฐานะที่ดูแลผู้บริโภค มีความกังวลอย่างมาก เพราะมีความเสี่ยง แต่เมื่อมีการตัดสินใจ ทางเลือกมี 2 ทาง คือ แก้ไขปัญหาโดยตรง กับ แก้ไขปัญหาโดยอ้อม คณะกรรมการ กสท. 3 ท่านตัดสินใจแก้ปัญหาดังตรงบนหลักการกฎระเบียบเดิม แต่ไม่ได้หมายความว่า จะขัดแย้งกัน ทั้ง 5 คนมีความเห็นตรงกันในเรื่องของการออกอากาศคู่ขนาน อาจเห็นไม่ตรงกันในกระบวนการ รวมถึงรายละเอียด

● ในฐานะที่ดูแลผู้บริโภคคาดหวังอย่างไร

สุภิญญา : อยากเห็นผู้ประกอบการเห็นคุณค่าใบอนุญาตที่ได้ประมูลมา เพื่อพัฒนาเนื้อหาให้ดีที่สุดเป็นทางเลือกของประชาชน รวมทั้งคาดหวังถึงผู้รับชมที่จะเปิดใจกว้างรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ตั้งใจเต็มที่ในการคิดเนื้อหาสาระต้องกลับไปทำสิ่งที่ต้องวกกลับไปในยุคเดิม เช่น ทำละครซ้ำซาก มีความรุนแรง แต่เป็นที่นิยม

กสท.ไม่อยากให้เกิดขึ้นกับยุคทีวีดิจิทัล อยากให้ผู้บริโภคเปิดใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาเนื้อหาสาระหลากหลาย เพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศ ทำให้มีเสรีภาพในการเลือกรับชมรายการที่มีรสนิยมนี่หลากหลาย

แนววิธีเลือกซื้อ

กล่องทีวีดิจิทัล

ทำใจให้คุ้ม 690 บาท

29

แนววิธีเลือกซื้อ

กล่องทีวีดิจิทัล

ไม่ต้องรีบ-แลกอย่างไรให้คุ้ม

อ่านหน้า 29

แนววิธีเลือกซื้อ 'กล่องทีวีดิจิทัล' ไม่ต้องรีบ-แลกอย่างไรให้คุ้ม 690 บาท

ชลุมกันพอสมควร หลังคุปอง ส่วนลดเพื่อแลกซื้อกล่องแปลง สัญญาณทีวีดิจิทัลเริ่มทยอยส่งตรง ถึงบ้านประชาชนแล้ว นอกเหนือ จากสารพัดปัญหาทั้งที่เกิดจากความผิดพลาดโดยไม่ได้ตั้งใจ และความตั้งใจของ แก๊งมิจฉาชีพที่หลอกลวงทำประโยชน์จาก "คุปองส่วนลด" ราคา 690 บาท

เมื่อเร็ว ๆ นี้ "เครือข่ายองค์กรผู้บริโภค และนักวิชาการ" ร่วมกันแนะนำวิธีเลือกซื้อ กล่องทีวีดิจิทัลที่คุ้มค่าต่อผู้บริโภค

"ดร.วีรพันธ์ รังสิวิจิตรประภา" อาจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย กล่าวว่า 7 ข้อสังเกตที่ ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญก่อนนำคุปอง ส่วนลดไปใช้สิทธิ คือ 1.สำรวจภายนอก กล่องรับสัญญาณที่วางจำหน่าย ควรเลือก ที่มีปุ่มเปิด-ปิดที่ตัวกล่อง เพราะหากรีโมต หายก็ยังสามารถใช้งานได้ 2.สังเกตที่ปุ่มบนตัวกล่อง ตรงเลข 5 ที่รีโมตตรงรับการใส่สำหรับผู้ที่ มีปัญหาทางการมองเห็น 3.รีโมตควรมีการ จัดทำเมนูภาษาไทยเพื่อป้องกันความสับสน ของผู้บริโภคจากปุ่มที่มีมากกว่ารีโมตทั่วไป

4.คู่มือการใช้งานควรมีทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ ตามมาตรฐานสำนักงาน กสทช. 5.ควรเลือกซื้อกล่องที่ใช้สายพ่วง ตัวแปลงไฟ (Adapter) เพราะหากสาย ต่อไฟมีปัญหาที่แยกซื้อเฉพาะ Adapter ซึ่งมีราคาถูกกว่ามาเปลี่ยนได้ ไม่ต้องซื้อ ใหม่ทั้งหมด

6.ควรเลือกกล่องและตัวจ่ายไฟที่มีความ เหมาะสมกันเพื่อให้ใช้งานได้นาน เนื่องจาก จะมีบางกล่องที่ใช้ปลั๊กจ่ายกระแสไฟฟ้า น้อยกว่าที่กล่องต้องใช้ ทำให้อายุการใช้ งานน้อยกว่ามาตรฐาน ซึ่งจะอยู่ที่ 10 ปี และ 7.หากต้องการชมช่องรายการแบบ ความคมชัดสูง (HD) ต้องเป็นกล่องที่มี สายประเภท HDMI เท่านั้น

"สารี อ๋องสมหวัง" เลขาธิการมูลนิธิ เพื่อผู้บริโภค กล่าวว่า จากการสอบถาม ไปยัง 4 บริษัทที่ผ่านการคัดเลือกของ กสทช. ให้เข้าโครงการ ได้แก่ ไทคอม, วัน บ็อกซ์โฮม, สามารดา และซูเปอร์จี พบ ว่า กล่องราคา 690 บาท บางบริษัทจะไม่ รวมเสาอากาศ แต่ถ้ามีการแข่งขันเพิ่มขึ้น กลไกตลาดจะผลักดันให้ "ราคา" ลดลง หรืออาจมีอะไรเพิ่มเติมมากขึ้น

ทั้งอยากให้ กสทช. มีโครงการรับบริจาค กล่องทีวีดิจิทัล หรือการนำกล่องไปแจก ผู้ด้อยโอกาส รวมถึงคนในพื้นที่บุงกรุก หรือ ชุมชนแออัดด้วย เนื่องจากไม่มีสถานะความเป็นเจ้าบ้าน และมีจำนวนหลายครัวเรือน

"จากการตรวจสอบในท้องตลาดมี ประมาณ 32 ยี่ห้อ ตนยังยืนยันว่าผู้บริโภค ไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่มจากราคาคุปองที่ กสทช. กำหนด 690 บาท ในตลาดมีสินค้าราคา 690 บาทจำหน่ายแน่นอน อยากแนะนำให้ผู้บริโภคไม่ต้องรีบร้อนใช้คุปอง ควร อ่านข้อมูลให้ชัดเจนก่อน เลือกกล่องที่มีคุณภาพเหมาะกับการใช้งาน มีบริการ หลังการขายที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากคุปอง มีระยะเวลาใช้ได้ถึง 6 เดือน"

ส่วนปัญหาที่เริ่มได้รับการร้องเรียนคือ 1.มีกระบวนการเก็บสำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้านในหลายพื้นที่ โดยผู้นำ ชุมชนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่น ในเขตหนองจอกและคันนายาว เริ่มมีบริษัท ไปทำการตลาดโดยการเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น มีข้ออ้างว่าจะให้หัวละ 30 บาท หาก เก็บสำเนาต่าง ๆ ได้

แยกกว่านั้นคือ 3 อำเภอในอยุธยา

ประชาชาติ ธุรกิจ

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

Section: การตลาด/ไอซีที

วันที่: จันทร์ 20 - พุธ 22 ตุลาคม 2557

ปีที่: 37

ฉบับที่: 4672

หน้า: 1 (ล่างซ้าย), 32, 29

Col.Inch: 67.32

Ad Value: 87,516

PRValue (x3): 262,548

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: แนววิธีเลือกซื้อ 'กล่องทีวีดิจิทัล' ไม่ต้องรีบ-แลกร้อยไรให้คุ้ม 690 บาท

นอกจากจะเก็บสำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านแล้ว ยังมีการเก็บคุกกี้ ส่วนลดทีวีดิจิทัลไปด้วย ทำให้ประชาชนโดนละเมิดสิทธิในการเลือกซื้อกล่องทีวีคุณภาพ เนื่องจากความไม่เข้าใจของประชาชนในพื้นที่

“หากพบเห็นการกระทำผิดเกี่ยวกับการรับแลกคุกกี้ สามารถร้องเรียนมายังมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค รวมทางสายด่วน 1200 ของสำนักงาน กสทช.ได้ เพื่อให้มีการจัดการอย่างเด็ดขาดกับผู้ที่เกี่ยวข้อง”

ฟาก “มณี จิรโชติมงคล” อนุกรรมการด้านสื่อและโทรคมนาคม องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน กล่าวว่า ในบางพื้นที่ของกรุงเทพฯ ยังมีประชาชนส่วนหนึ่งไม่ทราบว่าคุกกี้คืออะไร แสดงให้เห็นว่า สำนักงาน กสทช.ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างมาก

“ในกรุงเทพฯเองเริ่มมีการฉวยโอกาสของบริษัทต่าง ๆ ทั้งการใช้เทคนิคการขายที่ละเมิดสิทธิของประชาชน ทาง กสทช.ควรให้ความรู้กับประชาชน และเข้มงวดกับผู้โฆษณา ขณะที่ประเทศไทยเองก็ควรป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริต และทำผิดกฎหมาย รวมถึงแนะนำผู้บริโภคว่า

ไม่ควรเร่งรีบในการใช้คุกกี้ แต่ควรศึกษาการใช้งานให้รอบคอบ อยากฝาก กสทช.ให้เข้มงวดกับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบ”

“ชลดา บุญเกษม” อนุกรรมการด้านสื่อและโทรคมนาคม องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคภาคประชาชน กล่าวว่า จากการทำงานในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ประชาชนยังไม่ทราบเรื่องคุกกี้ดิจิทัลคืออะไร การใช้งานเป็นอย่างไร จึงอยากฝากสำนักงาน กสทช.ดูแลให้ความรู้ในพื้นที่ด้วย

และมีบางบริษัททำการตลาดโดยติดต่อผู้นำชุมชนให้เก็บสำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านเช่นกันกับพื้นที่อื่น ๆ และให้ประชาชนเซ็นใบจ้องการซื้อกล่องทำให้ชาวบ้านกังวลว่าอาจไม่ได้สินค้า เพราะไม่รู้ว่าจะเลือกซื้อเองได้

จากการสำรวจยังพบว่ากล่องแปลงสัญญาณทีวีดิจิทัลที่วางขายในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ราคายังค่อนข้างสูง มีตั้งแต่ 890 บาท, 990 บาท, 1,200 บาท และ 1400 บาท อีกทั้งบางยี่ห้อยังไม่มีเครื่องหมายรับรองจาก กสทช. จึงอยากฝากให้ กสทช.ดูแลด้วยเช่นกัน

ประเด็นร้อน

1. วันนี้เป็นวันแรกที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะโอนเงินช่วยเหลือให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวทั่วประเทศวงเงินกว่า 4 หมื่นล้านบาท สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในปีไร่ละ 1,000 บาท แต่ไม่เกิน 15 ไร่ หรือ 1.5 หมื่นบาท/ครัวเรือน โดยล่าสุดมีเกษตรกรมาขึ้นทะเบียนไว้ประมาณ 2.8-2.9 ล้านราย
2. หลังจากออกมาเปิดเผยข้อมูลกระบวนการลักลอบตัดไม้ในพื้นที่ภาคอีสานวันนี้ช่วงบ่ายนายวิลาศ จันทร์พิทักษ์ อดีต สส.กทผ.พรรคประชาธิปัตย์ จะเข้าพบ พล.อ.ดาว์พงษ์ รัตนสุวรรณ รมว.ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่กระทรวงเพื่อให้อธิบายเรื่องนี้ต้องติดตามว่าจะคืบหน้าอย่างไร
3. จับตาการประชุมคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) ที่มีนายณรงค์ชัย อัครเศรณี รมว.พลังงาน เป็นประธาน โดยมีวาระการพิจารณา 2 เรื่อง 1.การพิจารณาปรับเพิ่มอัตราเงินนำส่งเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงของกลุ่ม

น้ำมันเบนซินและดีเซล 50-60 สต./ลิตร 2.เสนอให้ตั้งคณะทำงานบริหารน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อประเมินภาพรวมการใช้ เชื้อเพลิงในภาคขนส่งทุกชนิด

4. นายสุภากร ตันชลีทธี เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม



ห้างสรรพสินค้าเตรียมจัดบูธรับแลกคู่มือป้องกันโควิด-19

แห่งชาติ (กสทช.) จะออกตรวจจุดรับแลกคู่มือป้องกันโควิด-19 ในวันแรกเพื่อแลกกับกล่องรับชม โดยประเมินว่าการแจกคู่มือจะกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนกว่า 6 หมื่นล้านบาท ■



ฮอตไลน์

บอर्ड กสทช. เอาใจผู้บริโภคเต็มที่ มีมติให้สำนักงานฯ เร่งร่างหลักเกณฑ์แจกคู่มือดิจิทัลให้กลุ่มประชาชนที่ตกสำรวจ ไม่มีรายชื่อในทะเบียนราษฎร เช่น ผู้อยู่ในชุมชนแออัด รวบรวม 2.8 ล้านครัวเรือน โดยเร่งด่วน เพื่อเสนอให้ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) อนุมัติเบื้องต้นอาจเปิดให้ไปลงทะเบียนกับหน่วยงานของกรมการปกครอง ในแต่ละจังหวัด คาดว่า ธ.ค.นี้จะเริ่มแจก

ที่ประชุม กสทช. ยังอนุมัติกรอบงบประมาณรายจ่ายปี 2558 เป็นเงิน 5,294.476 ล้านบาท “ฐานกร ดันสิทธิ” เลขาธิการ กสทช. ยืนยันลดค่าใช้จ่ายไปต่างประเทศเกินกว่า 50% คาดว่า

ปี 2558 จะมีเงินเหลือส่งเข้าคลังราว 2,000 ล้านบาท

หลังมีเสียงร่ำลือว่าเข้าไปมีเสียงกับผู้นำชุมชนกรณี คู่มือทีวีดิจิทัลจากชาวบ้าน “วัฒน์ชัย วิไลลักษณ์” บิ๊กบอส “กลุ่มสามมิตร” ต้องออกมายืนยันเสียงแข็งว่า ไม่มีแน่นอน เพราะขายดีคุณภาพโดนใจผู้บริโภคอยู่แล้ว และว่าอยู่ในวงการมากกว่า 59 ปีแล้ว ไม่ต้องไปเสียค่าหัวคิวให้เสียงโดนแบล็กลิสต์จาก “กสทช.”

แม้หมดวาระในตำแหน่ง ผู้อำนวยการ “เนคเทค” แต่ “ดร.พันธุ์ศักดิ์ ศิริราชดงษ์” ยังมีภารกิจช่วยรณรงค์ไอซีที ผลักดันนโยบาย “ดิจิทัล อีโคโนมี” ล่าสุดในฐานะบอर्ड “กสท โทรคมนาคม” ก็เป็นประธาน “คณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์” กำกับและติดตามการพลิกฟื้นธุรกิจ