

● "ฐากร" แนะนำใช้ น.44 เปิดทางขายใบอนุญาต ผ่าทางตัน "ทีวีดิจิตอล"

หลังเกิดวิกฤติในหมู่ผู้ประกอบการช่องทีวีดิจิตอล จนบางรายถึงกับประกาศคืนใบอนุญาตเพราะประสบปัญหาขาดทุนหนัก โกรกเขย่าวงศ์ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลแม้บางรายโดยเฉพาะช่องฟรีทีวีเดิมจะอยู่รอดได้ แต่หลายรายยังออกอาการร่อแร่ถูกผีหลุกคน

ไม่ว่าปัญหาจะเกิดจากเหตุปัจจัยอันใดและอุตสาหกรรมทีวีดิจิตอลจะเดินหน้าอยู่รอดต่อไปได้อย่างไร!!

นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช. ได้นำเสนอบทความที่เสนอแนะแนวทางในการผ่าทางตัน หาทางออกให้กับผู้ประกอบการที่มีปัญหา ไม่สามารถเดินหน้าดำเนินธุรกิจทีวีดิจิตอลต่อไปได้ ไว้ที่น่าสนใจ ดังนี้

ขณะนี้เป็นที่รู้กันอย่างกว้างขวางว่าสถานการณ์ของผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลหลายรายกำลังอยู่ในภาวะน่าห่วง บาง

รายไม่แข็งแรงพอที่จะเดินต่อไปได้

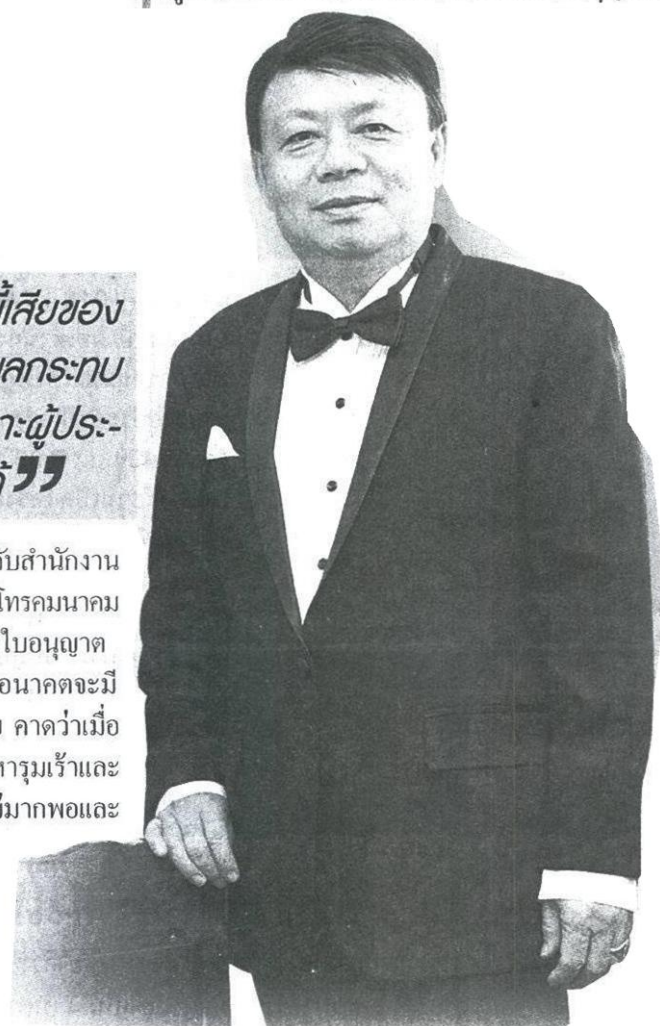
ผลจากผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลไม่จ่ายเงินค่าประมูลดังกล่าวได้ส่งแรงกดดันต่อความเชื่อมั่นด้านการลงทุน

ราคาค่าเช่าของอาคารที่ค่าประกันให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลรายดังกล่าวปรับลดลงและระดับต่ำสุดในรอบปี อีกทั้งมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด หรือมาร์เก็ตแคป ช่วงเวลาเดียวกัน ปรับลดลง 1.6 หมื่นล้านบาท จากระดับ 3.59 แสนล้านบาท เหลือ 3.43 แสนล้านบาท ผู้บริหารระดับสูงของอาคารแห่งหนึ่งออกมายอมรับว่า การที่มีผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลยื่นขอคืนใบอนุญาตทีวีดิจิตอลให้กับ

“หากปล่อยไป อาจเกิดภาวะหนี้เสียของทีวีดิจิตอลกว่า 30,000 ล้านบาท ส่งผลกระทบต่อสถาบันการเงินและเศรษฐกิจเพราะผู้ประกอบการไม่สามารถหาเงินไปชำระหนี้ได้”

รายถึงขั้นประกาศไม่ยอมจ่ายเงินค่าประมูลช่องที่เหลือให้กับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรคมนาคมและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เนื่องจากขาดสภาพคล่องและแจ้งขอเลิกใบอนุญาต

เจ้าของสถานีทีวีดิจิตอลรายหนึ่งทำนายทายทักว่า อนาคตจะมีผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลประสบความสำเร็จเพียง 5-6 ราย คาดว่าเมื่อถึงสิ้นปี 2559 จะมีผู้ประกอบการอีก 10 ราย เผชิญกับปัญหารูมเร้าและต้องหนี้อยู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างหนัก ถ้าหากสายป่านไม่มากพอและ



กสทช.นั้น ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของความเสี่ยงของธุรกิจทีวีดิจิตอล
ซึ่งเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย

นายธนาคารผู้นั้นยอมรับว่าจะต้องพิจารณาถึงความเสี่ยงดังกล่าว
มากขึ้น โดยพิจารณาผู้ประกอบการเป็นรายๆ ไปว่ามีความแข็งแกร่ง
เพียงพอและมีรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมของประชาชนหรือไม่

ขณะเดียวกันผู้บริหารระดับสูงของธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.)
ให้สัมภาษณ์ระบุว่า ธปท.เฝ้าติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด

ส่วนสาเหตุที่ทำให้ทีวีดิจิตอลอยู่ในภาวะน่าห่วงมีอยู่หลายปัจจัย
ด้วยกัน ทั้งเรื่องของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจชะงัก รายได้หลักของ
ทีวีนี้มาจากการโฆษณา เมื่อเศรษฐกิจแย่ งบฯโฆษณาก็ย่อมต้อง
หดหายเป็นเงาตามตัว ประกอบกับจำนวนช่องทีวีดิจิตอลเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน
ถึง 24 ช่อง โดย 3 ช่องเป็นผู้ประกอบการรายเดิมที่มีศักยภาพสูง แต่ที่
เหลือ 21 ช่องเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ต้องมาแย่ง
ชิงเรตติ้งและงบฯโฆษณาอย่างดุเดือดเข้มข้น

อีกสาเหตุหนึ่งมาจากการเปลี่ยนผ่านจาก
ทีวีอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิตอลทีวีซึ่งกสทช.ยอมรับ
ว่าเป็นโครงการใหม่ แน่นนอนย่อมต้องมี
อุปสรรคปัญหาเช่นการขยายโครงข่ายการรับชม
ทีวีดิจิตอลเป็นไปอย่างล่าช้า รวมทั้งการ
ทำประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้
รับทราบ

นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการทีวี
ดิจิตอลที่ตกอยู่ในภาวะย่ำแย่ไม่สามารถ
นำใบอนุญาตที่ได้จากการประมูลไป
โอนหรือเปลี่ยนมือให้กับนักลงทุนราย
อื่นๆ ที่สนใจและมีศักยภาพ
เพราะติดขัดปัญหาข้อ
กฎหมายซึ่งระบุว่า ใบ
อนุญาตไม่สามารถจะโอน
ให้แก่กันให้ถือเป็นสิทธิ
เฉพาะตัว

ด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นและผลกระทบที่ตามมารวมทั้งแนวโน้มอนาคต
ข้างหน้าทั้งหลายฝ่ายคาดการณ์ว่าจะเป็นไปในทิศทางที่ไม่ดีนัก

ในฐานะทำหน้าที่เป็นเลขานุการ กสทช.ได้คลุกคลีกับปัญหา
ทีวีดิจิตอลมาตลอด จึงใคร่เสนอทางออกเพื่อให้โครงการเปลี่ยนผ่าน
จากทีวีอนาล็อกเป็นระบบทีวีดิจิตอลไปอย่างราบรื่นกว่าที่เป็นอยู่ ณ
ปัจจุบัน โดยเห็นควรแก้ไขกฎหมายในสองฉบับ 2 มาตรา

คือ มาตรา 9 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่ระบุว่า ใบอนุญาตประกอบกิจการ
กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ที่ได้รับใบอนุญาต
จะโอนแก่กันมิได้

มาตรา 43 ของพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการ
ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม
พ.ศ.2553 ที่ระบุว่า ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผู้ที่
ได้รับใบอนุญาต จะโอนแก่กันมิได้

ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายทั้งสอง
ฉบับ มุ่งหวังให้ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบ
กิจการด้วยตัวเองเพื่อป้องกันการนำใบอนุญาต
ที่ประมูลได้จาก กสทช.ไปขายหรือทำกำไร
ซึ่งสร้างภาระให้กับประชาชนต่อไป

แต่เนื่องจากสถานการณ์ได้เปลี่ยนไปการ
ประมูลทีวีดิจิตอลในครั้งนี้ มีราคาสูงกว่าราคา
เริ่มต้นถึง 3 เท่าตัว (ราคาเริ่มต้นประมูล 16,253.30 ล้านบาท ผลการ
ประมูลรวม 54,422.74 ล้านบาท) จึงกลายเป็นภาระอันหนักหน่วงใน
การชำระเงินประมูลในแต่ละงวดและนำมาซึ่งปัญหาอื่นๆ มากมาย
ดังที่กล่าวข้างต้น

แม้ว่าในขณะนี้ กสทช.จะมีกฎกติกาอนุญาตให้ผู้ประกอบการทีวี
ดิจิตอล สามารถรวบรวมกิจการและอนุญาตให้เปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นได้
ก็ตาม แต่นั่นเป็นเพียงการรวบรวมใบอนุญาตด้วยตนเองเท่านั้น ไม่ได้
เปิดโอกาสโอนเปลี่ยนมือไปสู่ผู้ที่มีศักยภาพและมีความพร้อมราย
ใหม่ๆ เข้ามาดำเนินการแทนได้

หากปล่อยให้สถานการณ์ดำเนินไปในลักษณะ
เช่นนี้ต่อไปเรื่อยๆ อาจเกิดภาวะหนี้เสียของทีวีดิจิตอล
มีจำนวนกว่า 30,000 ล้านบาท และอาจจะส่งผล
กระทบต่อสถาบันการเงินและเศรษฐกิจในภาพ
รวมของประเทศได้เนื่องจากผู้ประกอบการดิจิตอล
ทีวีไม่สามารถหาเงินไปชำระหนี้ตามกำหนด

ดังนั้น จึงขอเสนอแนวทางดังนี้ แนวทางที่ 1
เสนอให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เร่งรีบดำเนินการ
แก้ไขกฎหมายทั้งสองมาตรา ได้แก่ มาตรา 9 พระราช
บัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์ พ.ศ.2551 และมาตรา 43 พระราชบัญญัติ
องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบ
กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการ
โทรคมนาคม พ.ศ.2553 โดยให้ผู้มีใบอนุญาตดิจิตอล
ทีวี สามารถโอนเปลี่ยนมือได้ แต่ต้องได้รับความ
เห็นชอบจาก กสทช.

แนวทางที่ 2 เสนอให้คณะรักษาความสงบแห่งชาติ
(คสช.) ออกคำสั่งตามมาตรา 44 ของรัฐธรรมนูญแห่งราช
อาณาจักรไทย ฉบับชั่วคราว พ.ศ. 2557 โดยให้ออกประกาศแก้ไขกฎหมาย

ทั้งสองฉบับของ กสทช. ให้ใบอนุญาตทีวีดิจิตอลสามารถโอนเปลี่ยนมือได้ แต่ต้องได้รับความเห็นชอบจาก กสทช.

ทั้งสองแนวทางดังกล่าว ถึงแม้จะให้โอนเปลี่ยนมือใบอนุญาตทีวีดิจิตอลได้ แต่ กสทช. จะยังคงปฏิบัติตามหลักเกณฑ์คืออนุญาตให้ผู้ถือครองช่องรายการ ถือครองได้ไม่เกิน 3 ช่อง เพื่อป้องกันการครอบงำและเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในด้านสื่อ

แนวทางที่เสนอเช่นนี้เชื่อว่าจะน่าจะเป็นทางออกของผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลที่ไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ สามารถโอนเปลี่ยนมือไปให้ผู้มีศักยภาพและมีความพร้อมประกอบกิจการต่อไป และรายได้ที่รัฐควรจะได้ นั้น จะนำไปตามผลการประมูลเช่นเดิม

อีกทั้งยังช่วยป้องกันภาวะหนี้เสียที่อาจเกิดขึ้นกับสถาบันการเงินในอนาคตข้างหน้า!!

เลขาฯ'กสทช.'แนะรื้อกม.2ฉบับ โอนใบอนุญาตได้ช่วยทีวีดิจิตอล

เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ขณะนี้ผู้ประกอบการทีวีดิจิตอลหลายรายอยู่ในภาวะน่าห่วง บางรายถึงขั้นประกาศไม่ยอมจ่ายเงินค่าประมูลช่องที่เหลือให้กับสำนักงาน กสทช.เนื่องจากขาดสภาพคล่องและแจ้งขอเลิกใบอนุญาต ซึ่งมีหลายสาเหตุทั้งเรื่องเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้บะโฆษณาตกลง ขณะที่จำนวนช่องทีวีดิจิตอลเกิดขึ้นพร้อมกันถึง 24 ช่อง มี 3 ช่องที่เป็นผู้ประกอบการรายเดิมที่มีศักยภาพ แต่อีก 21 ช่องเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ต้องแย่งชิงเรตติ้งและงบโฆษณากันอย่างดุเดือด

"อยากเสนอทางออกเพื่อให้โครงการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกเป็นระบบทีวีดิจิตอลเป็นไปอย่างราบรื่นมากขึ้น โดยแก้ไขกฎหมาย 2 ฉบับ 2 มาตรา ได้แก่ มาตรา 9 ของ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่ระบุว่าใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผูได้รับใบอนุญาตจะโอนแก่กันได้ และมาตรา 43 ของ พ.ร.บ.องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง

วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ที่ระบุว่า ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นสิทธิเฉพาะตัวของผูได้รับใบอนุญาต จะโอนแก่กันได้" นายฐากรกล่าว

นายฐากรกล่าวว่า การแก้ไขปัญหาดังกล่าวมี 2 ทาง คือ 1.เสนอให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) รื้อแก้ไขกฎหมายทั้ง 2 มาตรา และ 2.เสนอให้คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ออกคำสั่งตามมาตรา 44 ของรัฐธรรมนูญ (ฉบับชั่วคราว) โดยให้แก้ไขกฎหมายทั้งสองฉบับ โดยให้ใบอนุญาตทีวีดิจิตอลสามารถโอนเปลี่ยนมือได้ แต่ต้องได้รับความเห็นชอบจาก กสทช.

"แม้จะให้โอนเปลี่ยนมือใบอนุญาตทีวีดิจิตอลได้ แต่ กสทช.จะให้ถือครองได้ไม่เกิน 3 ช่อง เพื่อป้องกันการครอบงำและมีอำนาจเหนือตลาดในด้านสื่อ เชื่อว่าน่าจะเป็นทางออกของผู้ประกอบการที่ไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ สามารถโอนไปให้ผู้มีศักยภาพและมีความพร้อมประกอบกิจการต่อไป รายได้ที่รัฐควรจะได้จะเป็นไปตามผลการประมูลเช่นเดิม อีกทั้งยังช่วยป้องกันภาวะหนี้เสียที่อาจเกิดขึ้นกับสถาบันการเงิน ซึ่งมูลค่าของทีวีดิจิตอลโดยรวมมีกว่า 3 หมื่นล้าน" นายฐากรกล่าว

‘เจ็ดดี’ยื่นหนังสือขอเยียวยา

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า บริษัท ไทยทีวี จำกัด เจ้าของใบอนุญาตทีวีดิจิตอลช่องโลโก้ และช่องไทยทีวี ส่งแผนเยียวยาที่สำนักงานกสทช.แล้ว เนื้อหาไม่สามารถนำมาเปิดเผยได้ แต่จะนำเรื่องส่งเข้าเป็นวาระการประชุมของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ในวันที่ 15 มิ.ย.

ส่วนเรื่องเงินค่าประมูลที่ทางบริษัท ไทยทีวี ยังคงค้างชำระนั้น หลังจากส่งหนังสือทวงถาม และชี้แจงรายละเอียดไปแล้วตั้งแต่วันที่ 28 พ.ค.ที่ผ่านมา จนถึงตอนนี้ก็ยังไม่ได้รับคำตอบกลับมา แต่อย่างไรก็ดี จึงต้องขออย่าให้ชัดเจนอีกครั้งว่า หากทางบริษัท ไทยทีวี ไม่รับดำเนินการภายใน 15 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือ ซึ่งมีการเซ็นรับหนังสือในวันที่ 30 พ.ค.2558 ที่ผ่านมาก็ทำให้วันที่ 14 มิ.ย.นี้ จะเป็นวันสุดท้ายของการจ่ายค่างวด

หากยังไม่ยอมในวันที่ 15 มิ.ย. กสทช.จะดำเนินการส่งหนังสือไปยังธนาคารกรุงเทพ เพื่อขอขึ้นเงินในส่วนแบ่งการันตีพื้นที่ และตามมติกสท.เมื่อวันที่ 3 มิ.ย. หากไม่จ่ายในส่วนนี้ จะมีผลให้ถูกพักใช้และเพิกถอนใบอนุญาต

อย่างไรก็ตาม หากถูกเพิกถอนใบอนุญาต จะส่งผลกระทบต่อไปยังคุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการที่จะขอใบอนุญาตดำเนินการต่อไป ซึ่ง บ.ไทยทีวีมีช่องทีวีดาวเทียมในครอบครองอีก 1 ช่อง คือ ช่องมิสทรี หากถูกเพิกถอนใบอนุญาตทีวีดิจิตอล อาจส่งผลไปยังช่องดาวเทียมด้วย

ย้ายยาย'ดิจิทัลทีวี'ไม่ช้าแต่'ฟิอาร์'ล้มเหลว

“กสทช.” ยันดิจิทัลทีวีขยายโครงข่ายครบตามแผน “สุภิญญา” ยอมรับประชาสัมพันธ์ล้มเหลว เดินหน้าคุมเข้มเรื่องช่องดาวเทียม-เคเบิล ย้ำ “ไทยทีวี” ต้องจ่ายเงินค่าประมูลช่องกลาง มิ.ย. ก่อนโดนริบเบงก์การันตี

นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) เปิดเผยว่า สำนักงาน กสทช. ได้ลงพื้นที่ตรวจสอบการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัล รวมถึงประชุมร่วมกับผู้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย (MUX) พบว่าการขยายโครงข่ายปีแรกที่ต้องครอบคลุม 50% ของประชากรเป็นไปตามแผน ไม่มีปัญหาคุณภาพสัญญาณ

แต่ที่ทำให้มีการร้องเรียนว่าไม่สามารถรับชมได้เกิดจากความล้มเหลวในการประชาสัมพันธ์ ประชาชนไม่ทราบว่าต้องใช้ทั้งเสาอากาศภายนอกอาคาร หรือเสากังปลาต่อเข้ากับ Set-Top-Box ถ้าใช้แค่เสาในอาคารหรือเสาหนวดกิ้งกือได้ไม่ครบทุกช่อง ซึ่งสัปดาห์หน้าจะเริ่มประกวดราคาจ้างประชาสัมพันธ์

“ตัวแทน MUX ททบ.5 ไทยพีบีเอส และ อสมท ยืนยันว่า มิ.ย.นี้จะติดตั้งสถานีฐานหลักครบ 39 แห่ง โดย ททบ.5 ตั้งสถานีเสริมเพิ่ม 2 แห่ง สัน มิ.ย.เพิ่มได้อีก 7 แห่ง ไทยพีบีเอสเพิ่ม 1 คาดว่าสิ้นปีจะ



สุภิญญา กลางณรงค์

เพิ่มได้ 45 แห่ง มีแค่กรมประชาสัมพันธ์ที่เพิ่งประกวดราคาเสร็จ”

ตามเงื่อนไขแนบท้ายใบอนุญาต MUX แต่ละรายต้องติดตั้งสถานีฐาน 177 แห่ง เป็นสถานีฐาน 39 แห่ง สถานีเสริม 138 แห่ง ปีแรกครอบคลุม 50% ปีที่ 2 ที่ 80% ปีที่ 3 ที่ 90% และปีที่ 4 ที่ 95%

ด้านนายสมบัติ สิลาลพทะ รักษาการรองเลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า ที่ประชุมคณะกรรมการ กสทช.มีมติให้บริษัท ไทยทีวี จำกัด ผู้รับใบอนุญาตช่อง LOCA และไทยทีวีที่ยื่นเรื่องขอยกเลิก

ใบอนุญาต ต้องเสนอแผนเยียวยาผู้บริโภคให้บอร์ดพิจารณาใน 7 วัน และชำระค่าธรรมเนียมรายปี รวมถึงค่าประมูลพร้อมดอกเบี้ยใน 15 วัน นับจากได้รับหนังสือทวงถาม จากสำนักงาน กสทช.ที่ส่งไปเมื่อ 28 พ.ค. มิฉะนั้นจะริบเบงก์การันตี และพิจารณาพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาต ส่งผลให้เป็นผู้ขาดคุณสมบัติในการประกอบกิจการประเภทอื่นด้วย

และมีมติให้จัดไฟกักรับเพื่อรับฟังความเห็นจากผู้ให้บริการโทรทัศน์และโครงข่ายเกี่ยวกับการจัดลำดับช่องของทีวีดิจิทัลบนโครงข่ายเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมให้อยู่ลำดับที่ 11-46 ตามมีสัดเครื่ ห้ามนำช่องทีวีดิจิทัลไปอยู่ใน 10 ช่องแรก เพื่อให้ ออกอากาศได้ช่องเดียว หลังได้รับการร้องเรียนว่ามีการจัดช่องซ้ำ กระทบการแข่งขัน

ทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการเคเบิลท้องถิ่นที่มีเลขช่องในระบบจำกัด ให้ทำเรื่องขอยกเว้นการออกอากาศช่องทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจ 24 ช่องได้ โดยห้ามเลือกออกอากาศเฉพาะบางช่องแต่ต้องออกอากาศช่องรายการประเภทบริการสาธารณะ

และมีมติอนุมัติการออกใบอนุญาตการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์แบบไม่ใช้คลื่นความถี่ IPTV ให้บริษัท AWN จำกัด และบริษัท CDN plus จำกัด ระยะเวลา 15 ปี

ศก.ชะลอตัว-แข่งขันสูง กระทบวงการ‘ทีวีดิจิทัล’

สมรภูมิฟรีทีวีแข่งเดือด“ทีวีดิจิทัล”แบกภาระต้นทุนคงที่ใบอนุญาต-ค่าธรรมเนียม-โครงสร้างสูงกว่าอนาล็อก10เท่า เรตติ้งต่ำจู่ดรายได้โฆษณาพลาดเป้า ชี้อาจจยลบพิษเศรษฐกิจกระทบอุตสาหกรรมโฆษณาชะลอตัวผู้ประกอบการยึดระยะเวลาคัมทุนเท่าตัว มุ่งบริหารต้นทุน-คุมค่าใช้จ่าย

การจัดประมูลโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 24 ช่อง ช่วงปลายปี 2556 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.) ได้รับเงินรวม 50,862 ล้านบาท จากผู้ประกอบการที่ชนะประมูล 17 บริษัท ภายใต้อายุใบอนุญาต 15 ปี เริ่มต้นออกอากาศ 25 เม.ย.2557

ช่วงก่อนการประมูลนี้เห็นรายงานมูลค่าโฆษณาผ่านสื่อทีวีอนาล็อก เคเบิลและดาวเทียมอยู่ที่ 7-8 หมื่นล้านบาท ขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการประเมินโฆษณาทีวีจะแตะแสนล้านบาท ในช่วง 3 ปีหลังทีวีดิจิทัลช่องใหม่ออนแอร์ จากปัจจัยการเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณาทุกปี และการเปิดพื้นที่ใหม่ให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และเล็ก หรือเอสเอ็มอีจำนวนมากเข้ามาใช้พื้นที่โฆษณา

แต่หลังจากออนแอร์ทีวีดิจิทัลครบปีแรก เกิดสถานการณ์สะท้อนอุตสาหกรรมสื่อทีวี เมื่อนางพันธุ์ทิพา สุทนต์ไวย ประธานกรรมการบริษัทไทยทีวี จำกัด ผู้ได้รับใบอนุญาตทีวีดิจิทัล 2 ช่อง คือช่องข่าว “ไทยทีวี” และ“ช่องเด็ก” โลโก้ ซึ่งชนะประมูลมูลค่า 1,976 ล้านบาท โดยชำระเงินงวดแรกแล้ว 341 ล้านบาท ได้ตัดสินใจส่งหนังสือขอลิขิตใบอนุญาต และเลิกประกอบกิจการทีวีดิจิทัลทั้ง 2 ช่องต่อ กสทช. เมื่อวันที่ 25 พ.ค.ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นวันครบกำหนดจ่ายเงินประมูลงวดที่2 มูลค่า

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: ศก.ชะลอตัว

288 ล้านบาท ไทยทีวียังมีภาระชำระเงินค่าประมูลงวดที่2-6 รายปี รวมอีก 1,634 ล้านบาท แม้ว่า จะตัดสินใจขอลิขิตใบอนุญาตก่อนสิ้นสุดอายุ ทีวีดิจิทัลแบกต้นทุนอ่วม



*อายุสัญญา 15 ปี ลงทุนสถานี: 10,000 ล้านบาท

ต้นทุนค่าใบอนุญาตเฉลี่ยรายปี (อายุ 15 ปี)



*ไอเอสดีค่าใบอนุญาตรายปีจากมูลค่าประมูล หน่วย: ล้านบาท

กราฟฟิก กรุงเทพธุรกิจ



ราคา
แสนบาท/บาท

ส่วนลด
%

ราคา
ขายจริง

รายได้ทีวีดิจิทัล 3 กลุ่ม

ทีวีอนาล็อกเดิม

ทีวีดาวเทียมเดิม

ทีวีดิจิทัลช่องใหม่

3 - 5

1 - 2.5

1 - 2

15 - 40

50 - 80

80 - 85

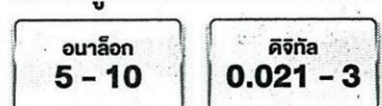
2 - 4

2.5 - 3

1.5 - 2

นายเข้มแข็ง ทัดพลเดช กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัทบางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสต์ จำกัด ผู้บริหารทีวีดิจิทัล “พีพีทีวี” และอุปนายกสมาพันธ์สมาคมวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กล่าวว่า สถานการณ์ที่มีผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ขอลิขิตใบอนุญาตและประกอบกิจการตั้งแต่ปีแรกมาจากหลายปัจจัย ทั้งนโยบาย กสทช. ด้านการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไม่เป็นไปตามแผน, สภาพการแข่งขันสูง จากผู้ประกอบการจำนวนมาก, ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมโฆษณา ซึ่งเป็นรายได้หลักของทีวี ตั้งแต่ปีที่ผ่านมาถึงปัจจุบันอยู่ใน

เรตติ้งผู้ชมช่องอนาล็อก-ดิจิทัล



*เรตติ้ง 1 = 6.5 แสนคน

ภาวะไม่เติบโต ทำให้รายได้จากโฆษณาของช่องทีวีดิจิทัลไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แม้ผู้ประกอบการทุกรายจะประเมินผลประกอบการช่วง 3-5 ปีแรกขาดทุนก็ตาม ที่สำคัญทีวีดิจิทัล มีต้นทุนสูงกว่าช่อง

ฟรีทีวี(อนาล็อก)เดิม ซึ่งเป็นคู่แข่งโดยตรงในอัตราสูง โดยมีต้นทุนคงที่จากค่าใบอนุญาต ซึ่งกสทช.กำหนดให้จ่ายรายปี 6 งวด, ค่าเช่าโครงข่ายภาคพื้นดิน(Mux) ช่องเอสดี (SD) เดือนละ 4 ล้านบาท หรือปีละ 48 ล้านบาท ช่องเอช ดี (HD) เดือนละ 14 ล้านบาท หรือปีละ 168 ล้านบาท และค่าเช่าส่งสัญญาณดาวเทียมอีกเดือนละ 1 ล้านบาท หรือปีละ 12 ล้านบาท

"ต้นทุนคงที่ทีวีดิจิทัลจะสูงกว่าทีวีอนาล็อกราว 10 เท่า ทั้งค่าใบอนุญาต ค่าธรรมเนียมใช้คลื่นความถี่และใบอนุญาตที่ต้องจ่ายให้สำนักงานกสทช. อัตรา 2% และกองทุนสื่อฯ 2% ของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย ขณะที่ช่องอนาล็อกไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้"

นอกจากนี้ ยังมีต้นทุนสำคัญคือคอนเทนต์ การบริหารจัดการและบุคลากร โดยช่องเฉลี่ยช่องเอสดีอยู่ที่ 40-50 ล้านบาทต่อเดือน หรือปีละ 400-600 ล้านบาท ส่วนช่องเอช ดี เฉลี่ยเดือนละ 90 ล้านบาท หรือปีละ 1,000 ล้านบาท โดยเฉลี่ยผู้ประกอบการต้องลงทุนตลอดอายุใบอนุญาต 15 ปี สถิติเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 1 หมื่นล้านบาท

"ข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการได้รับก่อนประมูลคือ หากไม่เข้าร่วมประมูลครั้งนี้ต้องรออีก 15 ปี ผู้ที่สนใจจึงไม่อยากตกขบวน และรู้ดีกาติว่าต้องจ่ายค่าประมูลจนครบจากการเรียกเก็บแบ่งกับการันตีล่วงหน้า เป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการ ต้องรับความเสี่ยงเองหากไม่ปฏิบัติตามแผนที่ได้ประเมินไว้ ผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการจ่ายเงินลงทุนอีกมหาศาล อาจยอมถอดใจยุติเพียงแค่เงินค่าประมูล"

เรตติ้งต่ำ-วัดเป้าโฆษณา

นายเชมทัตต์ กล่าวว่าหากพิจารณาสภาพการแข่งขันธุรกิจทีวี ปัจจุบันช่องดิจิทัล ยังเสียเปรียบช่องอนาล็อกค่อนข้างมาก เนื่องจากเกิดขึ้นหลังอนาล็อก 50 ปี วิธีการจัดเรตติ้งผู้ชมยังไม่สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล หลังจากการออกอากาศ 1 ปี เรตติ้งช่องอนาล็อกยังสูงกว่าดิจิทัล 5 เท่าตัว โดยเรตติ้งอนาล็อกอยู่ที่ 5-10 ขณะที่ช่องดิจิทัลเฉลี่ย 0.021-3 (เรตติ้ง 1 เท่ากับจำนวนผู้ชม 6.5 แสนคน)

ด้วยสภาพการแข่งขันสูงและเรตติ้งยังต่ำกว่าช่องอนาล็อก ส่งผลต่อการหารายได้โฆษณา ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว เม็ดเงินโฆษณาไม่เติบโตตั้งแต่ปีก่อน ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นออกอากาศ ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลส่วนใหญ่มีรายได้ฟลัดเป้า แม้จะประเมินไว้แล้วว่ายังต้องเผชิญกับภาวะขาดทุนช่วงเริ่มต้น

ปัจจุบันรายได้ทีวีดิจิทัล แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ 1.กลุ่มช่องอนาล็อกเดิม ราคา 3-5 แสนบาท/นาที่ ส่วนลด 15-40% 2.กลุ่มช่องทีวีดาวเทียมเดิม

ที่ชนะประมูลช่องดิจิทัล ราคา 1-2.5 แสนบาท/นาที่ ส่วนลด 50-80% ราคาขายจริง 2.5-3 หมื่นบาท/นาที่ และ 3.ทีวีดิจิทัลช่องใหม่ ราคา 1-2 แสนบาท/นาที่ ส่วนลด 80-85% ราคาขายจริง 1.5-2 หมื่นบาท/นาที่

ยืดเวลาคืนทุน"เท่าตัว"

จากสถานการณ์การแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมโฆษณาชะลอตัว รวมทั้งนโยบายสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ทีวีดิจิทัลล่าช้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลส่วนใหญ่ต้องยืดระยะเวลาคืนทุนออกไป "เท่าตัว" จากเดิมคาดว่า 3 ปีจะฟื้นภาวะขาดทุนและเข้าสู่ภาวะคุ้มทุน จำเป็นต้องยืดระยะเวลากลับไปเป็น 5-6 ปี

"ภาวะการแข่งขันรุนแรงในอุตสาหกรรมสื่อทีวี ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล ต้องใช้งบผลิตและซื้อคอนเทนต์เพิ่มขึ้น ขณะที่รายได้ไปเป็นไปตามเป้า การจะยืนระยะอยู่ได้หลังจากนี้ต้องอาศัยสายป่านเงินทุนระยะยาว เพื่อรอการเปลี่ยนแปลง หลังยุติการออกอากาศอนาล็อกในปี 2563"

ประเมินลงทุน-โฆษณาทีวีพลาด

นางพรพรรณ เดชรัชชกุล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารทีวีดิจิทัล ช่อง 8 กล่าวว่าการจัดทำแผนประมูลและการลงทุนทีวีดิจิทัลของผู้ประกอบการ อาจพิจารณาจากมูลค่าอุตสาหกรรมโฆษณาที่ตลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เพราะตัวเลขโฆษณาทีวี 7-8 หมื่นล้านบาทในปี 2556 ก่อนการประมูลเป็นตัวเลขที่จัดเก็บข้อมูลของความเห็นในการลงโฆษณาของช่องต่างๆ แล้วคูณด้วยราคาขายต่อนาที่ ที่มีการประกาศไว้อย่างเป็นทางการ (rate card) ซึ่งความจริงทีวีส่วนใหญ่ไม่ได้ขายตามราคาดังกล่าว โดยเสนอส่วนลดแปรผันตามเรตติ้งรายการในช่วงนั้นๆ เรตติ้งสูงส่วนลดต่ำ

นอกจากนี้ ตัวเลข 7-8 หมื่นล้านบาทไม่สามารถนำมาประเมินเม็ดเงินที่มีอยู่จริงเพื่อการกระจายไปสู่ผู้ประกอบการทั้ง 24 ช่องได้ อีกทั้งงบโฆษณาทีวีที่ใกล้เคียงตัวเลขจริงน่าจะอยู่ที่ราว 4.5-5 หมื่นล้านบาท ขณะที่สัดส่วนงบโฆษณา 70% ยังกระจุกตัวอยู่ที่ช่องอนาล็อกเดิม ส่วนงบประมาณที่เหลือยังต้องแข่งขันกับช่องเคเบิลและดาวเทียม

ดังนั้นงบโฆษณาทีวีที่เหลือสำหรับช่องทีวีดิจิทัล จึงไม่เพียงพอต่อการดูแลต้นทุนประกอบการที่สูงมากของธุรกิจนี้ ทั้งค่าใบอนุญาต ค่าโครงข่าย และการผลิตรายการ ซึ่งเป็นต้นทุนสูงที่สุดในการออกอากาศ 24 ชั่วโมง อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณามากกว่าที่

ผู้ประกอบการประเมินไว้ โดยเฉพาะไตรมาสแรกปีนี้ภาวะกำลังซื้อผู้บริโภคตกต่ำทำให้หลายธุรกิจไม่ใช้งบโฆษณาเพราะตลาดไม่มีกำลังซื้อเช่นเดียวกับธุรกิจเอสเอ็มอี คาดหวังว่าจะใช้งบโฆษณา ต่างได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ

"ภาวะการขาดทุนบนกระดาดและขาดทุนจริงต่างกัน การต้องจ่ายเงินสดออกไปทุกวัน และมองไม่เห็นโอกาสสร้างรายได้คุ้มทุน ในเวลาอันใกล้ หรือพูดได้ว่าธุรกิจทีวีที่ไม่สามารถหารายได้จากคอนเทนต์ซึ่งเป็นต้นทุนสูงสุดเป็นการเผาเงินทิ้งในอากาศทำให้ผู้ประกอบการถอดใจ และตัดสินใจออกจากธุรกิจ เชื่อว่าอาจจะเกิดสถานการณ์ทั้งใบอนุญาตอีกใน 1-2 ปีนี้"

ไฟกสทช.ปรับต้นทุน-คุมค่าใช้จ่าย

นายวันมูหะมัดนอร์ ประเสริฐเนตร กรรมการผู้จัดการ บริษัทโมโน บรอดคาสท์ จำกัด ในเครือ โมโน กรุ๊ป ผู้บริหารทีวีดิจิทัล โมโน 29 กล่าวว่าการรวมธุรกิจทีวีดิจิทัลที่เริ่มต้นออกอากาศในปี 2557 ถึงปัจจุบัน เป็นจังหวะที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัว ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโฆษณาและทีวีดิจิทัล มีรายได้ไม่เป็นไปตามเป้า

ท่ามกลางการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจะต้องระมัดระวังการลงทุนและการบริหารต้นทุนให้สอดคล้องกับรายได้ และต้องมีการพัฒนาและลงทุนคอนเทนต์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสร้างฐานผู้ชมและเรตติ้ง ปีนี้โมโน คาดใช้งบประมาณด้านคอนเทนต์ราว 500 ล้านบาท ขณะที่การลงทุนทั้งปีอยู่ที่ 800 ล้านบาท โดยวางเป้าหมายเรตติ้งเฉลี่ยทั้งช่องจาก 0.3 เพิ่มขึ้นเป็น 0.5 ในสิ้นปีนี้



▶ ลาวีรี รินวงษ์

15 ปี คือเวลาการถือใบอนุญาตประกอบกิจการ “ทีวีดิจิทัล” ทว่า ออกสตาร์ตแค่ปีแรก กลับเห็นตอน “อวสาน” ของผู้ประกอบการบางราย หรือนี่คือสัญญาณล้มเหลวของการเปลี่ยนผ่านทีวีอนาล็อกสู่ทีวีดิจิทัล “รอด” หรือ “ร่วง” ต่อ



โมกมื่อลา เป็นรายแรก สำหรับ“บริษัท ไทยทีวี จำกัด” นำทัพโดย “เจ็ทเอ็ม ทวีพูล” หรือ“พันธมิตรฯ ศกุนต์ไชย”

ที่ร่อนจดหมาย “ประวัติศาสตร์” ถึงคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) เมื่อวันที่ 25 พ.ค.58 ขอคืนใบอนุญาตประกอบกิจการ“ทีวีดิจิทัล 2 ช่อง” คือ ช่องข่าวและสาระ “ไทยทีวี” และช่องรายการเด็กเยาวชนและครอบครัว “โลโก้” โดยระบุเหตุผลว่า...

“กสทช.ไม่ดำเนินการใดๆเพื่อให้มีการควบคุมหรือกำกับดูแลการเปลี่ยนผ่านทีวีระบบการรับชมโทรทัศน์ในระบบภาคพื้นดินไปสู่การรับส่งสัญญาณดิจิทัล ให้เป็นไปตามกฎหมายหรือแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2555-2559”

กลายเป็นเหตุผลสำคัญ ทำให้ 1 ปีที่ผ่านมา ไทยทีวี ต้องเผชิญภาวะ “เข้าเนื้อ” ขาดทุนราว 320 ล้านบาท ต่างจากการทำธุรกิจนิตยสารบันเทิงที่มี “กำไร” มาตลอด เป็นที่มาให้ไทยทีวี “ชักดาบ” ไม่จ่ายค่าใบอนุญาต ประกอบกับเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้ภาพรวมมูลค่าการโฆษณาไม่เพิ่มขึ้น ขณะที่ต้นทุนที่ต้องแบ่งมีก้อนใหญ่ขึ้น จาก 24 ช่องทีวีดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น

นี่คือสัญญาณร้ายแห่งวงการ “จอแก้วดิจิทัล” ที่เริ่มปะทุ!

ไทยทีวี ยังไม่ใช่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลเจ้าแรกที่ต้องแบก“ภาระขาดทุน” ยับในศึกสงครามแย่งคนดู แต่มีผู้ประกอบการอีกจำนวนไม่น้อยที่กำลัง“อมเลือด” ที่กระอัก

ต่อหน้า >> 2

ต่อจากหน้า >> 1

ไว้ เพราะหากพิจารณาผลประกอบการของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจทีวีดิจิทัล ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะพบว่า “สาหัส” กันถ้วนหน้า (ดูกราฟฟิกประกอบ)

ล่าสุด จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ประกาศขายกิจการสิ่งพิมพ์ทั้งหมดในเครือ หวันนิตยสาร 6 เล่ม ได้แก่ “นิตยสารอิมเมจ, อินแมกซิม, มาตามพิกาโร, แม็กซิม, เฮอร์เวิร์ด และแอตติจูด” ให้กับบริษัท ซีทิว ซึ่งเป็นธุรกิจส่วนตัวของ ซีอีโอไทยแอร์เอเชีย “ธรรพลลล์ แบลเวิร์ด” โดยอ้างว่า “ไฟบูลย์ ดำรงชัยธรรม” บิ๊กแกรมมีระบุ ว่า ต้องการกระแสเงินสดเพื่อลดสัดส่วนหนี้สินต่อทุนให้มากที่สุด รองรับกับการกู้เงินมาขยายธุรกิจอื่นๆในอนาคต

เมื่อหลายเจ้าออกอาการ “ร่อแร่” จึงต้องเร่ง

หาทางเอาตัวรอด เพื่อยื้อชีวิตธุรกิจ เพราะหากอมเลือดไปเรื่อยๆ ไม่ช้าอาจจะเห็นผู้ประกอบการรายอื่นจับตัวเองเหมือนกับ เจ็ทเอ็ม (เจ็ทเอ็ม เอฟเฟค) ส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่สะท้อนทั้งอุตสาหกรรมจอแก้วและธุรกิจเกี่ยวเนื่องมูลค่านับแสนล้าน

เมื่อกร่อนคงตกเป็นหน้าที่ของ“กสทช.” ในฐานะผู้กำกับกิจการ และ “ออกกฎระเบียบ” แบบเบ็ดเสร็จ ตลอดจนการออกแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ (พ.ศ.2555) เพื่อเร่งผลักดันให้ “การเปลี่ยนผ่าน” จากอนาล็อกทีวีสู่ “ทีวีดิจิทัล” เป็นไปตามแผน

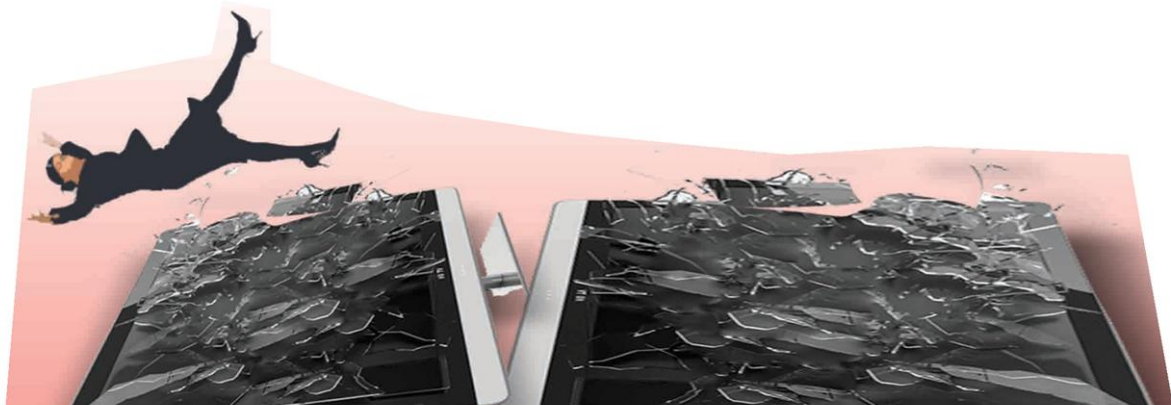
ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้การเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกเป็นทีวีดิจิทัล

นับเป็นเรื่องน่าเสียดายที่การประมูลทีวีดิจิทัลมูลค่ากว่า 5 หมื่นล้านบาท ออกอากาศ

มากพิเศษแก่กสทช. กลับเพียงอนุมัติงบประมาณประชาสัมพันธ์โครงการ 60 ล้านบาท ได้ไม่นาน

การแจกคู่มือเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้ออุปกรณ์รับสัญญาณทีวีดิจิทัล ที่ช่วงแรกๆ ดูเหมือนจะคึกคัก ผู้ประกอบการผลิตกล่องรับสัญญาณตบเท้าหวังแบ่งเค้กจากตลาด แต่ผ่านไปไม่นาน กลับนั่งตบยุงกันเล่น เป็นต้น

โยนภาระให้กสทช.ฝ่ายเดียว คงไม่ได้ ในฐานะ “ผู้ประกอบการ” ก็ต้องดิ้นเหมือนตอนอยากได้ “ช่องทีวีดิจิทัล” เพื่อ “กอบกู้” ธุรกิจตัวเองให้เต็มที่ไม่่ว่าจะเป็นการสร้างคอนเทนต์ที่ดี โดนใจผู้ชม สร้างความแตกต่างเพื่อตริงและดึงคนดูเก่า-ใหม่ เพิ่มเรตติ้งและเม็ดเงินโฆษณา ต้องหากกลยุทธ์และการตลาดมาขับเคลื่อนธุรกิจ ท่ามกลางพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนการ “เสฟสือ” คนดูหลายจอ (Multi screen) มากขึ้น กระทั่งทีวีอาจเป็น “จอที่





พร้อมถามกลับไปยังกสทช.ว่า ดูแล
ผู้ประกอบการที่ดีที่สุดหรือยัง ด้วยศัพท์แสง
วิจัยว่า ..

“เราอยากให้เห็นใจ กับเรากับพี่ๆ น้องๆ
ที่ร่วมลงทุนทีวีดิจิทัลด้วยกัน” เมื่อท่านไม่ใจ
พี่ติ่มเลยทำแบบนี้ คุญญให้เหตุผล

กล่าวขนาดนี้เลยกันว่า ติ่มมีการหรือ
“นอกรอบ” กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลรายอื่น
หรืออย่างไร คุญญเลยอย่างอารมณ์ดีว่า...

“พี่ติ่มไม่ให้บอกว่า..คุยกันหมดแล้ว..
แล้วให้พี่ติ่มนำหน้า”

โดยมีเสียงส่ายจาก “โดม เจริญยศ”
เจ้าหน้าที่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท
ไทยทีวี จำกัด ที่ยืนยันว่า..

“มีคุยมั่งครับ เห็นคุยกัน..!”

เขาขยายความด้วยว่า เหตุการณ์ครั้งนี้
บริษัทไม่ได้เรียกร้องต่อกสทช.ว่าจะขอเลื่อน
จ่ายค่างวดประมูลทีวีดิจิทัล

“เราชัดเจนมากกว่าจะขอยกเลิกสัญญา”
โดยขอกลับไปเอาดั่งเดิม นิตยสาร
บันเทิงทั้ง 3 เล่ม ได้แก่ ทีวีพูล,
สไปซ์ และสตาร์นิวส์รวมทั้งรุก
นิวมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ ซึ่ง
เป็นซิงเกิ้ลใหม่ของบริษัท

เขาบอกด้วยว่า หลังยุติ
การออนแอร์ทีวีดิจิทัล จะทำให้

สอง” หรือ Second screen ก็เป็นไปได้ ยังผล
ให้เจ้าของสินค้ากระจายการใช้เม็ดเงินไปยัง
สื่อใหม่ๆ หรือ New Media มากขึ้น

ในมุมของผู้บริโภคที่เป็น “ตัวแปร”
แน่นอน ก่อนการประมูลทีวีดิจิทัล ประชาชน
จำนวนมากที่ “ตื่นตัว” อยากจะดูทีวีระบบใหม่
กันใจจะขาด

ทว่า ผ่านไป 1 ปีเศษความตื่นเต้นกลับ
“ซา” ลง เพราะช่องทีวีที่ยังพูดถึงมาก ก็หนี
ไม่พ้น ช่อง 3 และช่อง 7 แถมถกกันแต่ “ละคร
น้ำเน่า” ภูมิทัศน์สื่อที่ว่าจะเปลี่ยนไป เลยแปลก !!

“เรตติ้ง” เองก็ไม่สะท้อนการรับชมทีวีมาก
นัก เพราะอย่าลืมว่า ขณะนี้อุปกรณ์รับสัญญาณ
ทีวีดิจิทัลที่ยังไม่ครอบคลุม การรับชมยังไม่ทั่วถึง
การวัดเรตติ้งก็ยังเป็นแค่ “ภาพเลือนราง” ที่
ลวงตาอยู่ดี

นี่คือ สารพัดอุปสรรค ทำให้ผู้ประกอบการ
“จ่อคิวเจ๊ง”

โททีวี รายแรกยึดถอก “เจ๊ง”

“เจ๊งไหม !!! ...การลงทุนคือความเสี่ยง
เขาว่าอย่างนั้น ก่อนหน้านั้นท่านประธาน คือ
พี่ติ่ม(พันธุ์ทิพา) ได้ศึกษา(การประมูลทีวีดิจิทัล)
แล้ว อย่างถ่องแท้ ถ้วนถี่ ด้วยเงื่อนไข บั๊จจย
ที่ควรจะเป็นไป เหมาะสมแล้วที่ควรเข้าร่วม
ประมูลในธุรกิจนี้ ด้วยความมุ่งหวังที่นักธุรกิจ
ต้องการ นั่นคือกำไร ส่วนตอนนี้มีความเจ๊งอยู่
เจ๊งเลยหรือเปล่า ? ไม่ใช่นะครับ มีเปอร์เซ็นต์อยู่
แต่เท่าไรไม่ทราบพี่ติ่มเป็นคนพูดตรงๆ บอกว่า
ขาดทุนก็ขาดทุน เท่าไหร่ว่าไปเลย ขอโทษที่
ใช้คำชาวบ้าน คือไม่หมดชุดจนครับ” นี่เป็น
วลีเด็ดของ “คุญญ มั่นรู้ธรรม” ผู้อำนวยการ
ช่องไทยทีวี บริษัท ไทยทีวี จำกัด ที่ออกมา
ตั้งโต๊ะแถลงข่าวกลางรายการของตัวเอง

จากนั้นประโยคสั้นๆ “ครับ” ได้หลังคำถามว่า
จะยุติออกอากาศช่องไทยทีวีและเลิกผ่านช่องทาง
ดิจิทัลทีวีหรือไม่ นี่คือการพยายามห้ามเลือด
ของไทยทีวี ขณะเดียวกันก็ยังคงเดินหน้าสร้าง
รายได้ ด้วยการจะนำ 2 ช่องทั้งไทยทีวี และ
โลโก้ ไปออกอากาศบนแพลตฟอร์มดาวเทียม
อีกทั้งไปรยายหอมว่า พร้อมร่วมงานกับ
บรรดาเจ้าของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ที่ไปทำข่าว
เรียกว่า “แปรรูปวิกฤติ” เป็นโอกาสไปในตัว

ทว่า การตัดสินใจเช่นนี้ ย่อมกระเทือน
“กฎหมาย” โดยเฉพาะหากไทยทีวียุติการออก
อากาศ “พลการ” และนั่นอาจนำไปสู่การถูก
ยึดใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัล รวมทั้ง
อาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตทีวีดาวเทียมไปด้วย
ต่อข้อกังวลเรื่องนี้ คุญญญบอกว่า “เหล่านี้..
เป็นความกลัวที่มีอยู่ในประเทศไทย ซึ่งนาน
มาแล้วขณะที่คนที่คุณดูแลอยู่ (กสทช.) เมื่อเรา
ไม่แยกปี เราต้องมีทางอื่นเรามีอิสระเสรีภาพ
ที่จะเรียกร้อง ท่านประธาน คือพี่ติ่มบอกว่า เรา
ไม่ยอม ที่จะให้มันเป็นอย่างนี้ต่อไปเราไม่ยอม
ให้ประเทศไทยไปด้วยความซุกซลักแบบนี้”

ปีนี้รายได้กลับมาเป็น “บวก”

“มีดิจิทัลมาถ่วง แต่เมื่อตัดออก รายได้



น่าจะมากขึ้น และเราก็เป็นนิตยสารที่มีกำไร
มาตลอด มีโบนัสมาตลอด ถ้าเราเลิกทีวีดิจิทัล
พนักงานก็จะมีความสุข เพราะเราจะได้กลับมาได้
โบนัส 3 เดือน ในปีหน้า”

ส่วนเหตุผลการทิ้งใบอนุญาตประกอบการ
ทีวีดิจิทัล “สุชาติ ชมกุล” ที่ปรึกษาฝ่ายกฎหมาย
บริษัท ไทยทีวี จำกัด ระบุไม่ต่างจากจดหมาย
ที่ร่อนถึงกสทช. ที่ก่อนหน้านี้มีการประมูล

ทีวีดิจิทัล ก็บรรยายสรรพคุณได้อย่างโน้มน้าว
นี่ มีผู้ประกอบการจำนวนมากแห่เข้าไปร่วม
ประมูล เพราะหวังว่าอุตสาหกรรมจะดีอย่าง
ที่กสทช.บรรยายไว้

กลับกันแผนแม่บทของกสทช.ที่ประกาศ
ไว้ กลับไม่เค็ม การแจกอุปทานได้แค่ 20%

“วันนี้คุณแจกกล่องไปเท่าไรแล้ว จาก
22.5 ล้านครัวเรือน แต่คุณแจกไปแค่ 4.2 ล้าน
ครัวเรือน แล้วมีข่าวว่าคุณจะแจกแค่ 14.5 ล้าน
ใบ ก็มีคำถามว่า..อ้าว! แล้วประชาชนครัวเรือน
ที่เหลือล่ะ คุณลอยแพเขาไว้ตรงไหน” นาย
โยนคำถามถึงรัฐ

ไม่เพียงเท่านั้นเขาบอกด้วยว่า อุปทานที่
แจกไปซื้ออุปกรณ์กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล
กสทช.ก็ไม่เคยไปสำรวจด้วยซ้ำว่าประชาชน
ใช้รับชมทีวีดิจิทัลได้หรือไม่ เมื่อเป็นเช่นนั้น
ก็ทั้งบอมบ์ไว้ว่า “ในวันข้างหน้า เชื่อว่าหลายราย
ก็คงถอนตัวเช่นกัน”

การคืนสัญญาขนาดนี้ เพราะเขา
บอกว่า..

“มีคนแยกว่าเรา แต่คนอื่นไม่แยกชั้น แต่

เราไม่กลัว" เมื่อมีคนนำร่องตอนนี้อย่างทำให้
กสทช.หวังว่าจะเกิดโดมิโนด้วย "ที่ปรึกษาฝ่าย
กฎหมาย" เปรย

พลาดประเมินธุรกิจ“ดีสุดโต่ง”

แค่ปีแรก ไทยทีวี ก็สร้างสีสัน และแรง
กระเพื่อมให้กว้างขวางของอุตสาหกรรมทีวี
ดิจิทัลครั้งใหญ่ แต่สำหรับผู้สังเกตการณ์
มาอย่างชกโชกก่อนยื่นเหยียดในวงการจอแก้ว
ได้ สำหรับ “เนชั่นทีวี” เมื่อเจอเกมล้มโต๊ะของ
เจ็ทเอ็มเข้า “อดิศักดิ์ ลิ้มรุ่งพัฒนกิจ” ประธาน
เจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง
คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) บอกว่า ..เรื่องนี้
เด็กๆ พร้อมยืนยันว่า จะไม่มีปรากฏการณ์
“จอดำ” เกิดขึ้นในทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างแน่นอน
ไม่เช่นนั้นแบงก์ก็ปล่อยกู้ (ธนาคารกรุงเทพ) ก็
จะถูกยึดแบงก์การันตี

“ไม่ใช่แค่ปีเดียวนะ แต่ถูกยึดทั้งก่อน เขา
ไม่ยอมอยู่แล้ว” และเขาย้ำว่า

“ผมยังเชื่อมั่นว่า ยังเป็น 24 ช่องเหมือน
เดิม ไม่หาย แต่ถึง 15 ปี (ระยะเวลาของใบ
อนุญาตประกอบกิจการ) ใหม่ไม่รู้”

“มั่นใจว่าไม่มีช่องหายไป ส่วนสิ่งที่คุณ
พันธุ์ทิพาต้องการคือ แสดงให้เห็นว่าปัญหาที่
เกิดขึ้น จะต้องได้รับการแก้ไข เพราะที่ผ่านมา
คุณพันธุ์ทิพาและพวกเราเอง(ผู้ประกอบการ
ทีวีดิจิทัล) เรียกร้องหลายอย่างจากกสทช. แต่
ไม่มีเสียงการตอบรับ มีหน้าซ้ำยังเกิดปัญหา
มากขึ้น และเหตุการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า
เห็นว่า แค่ 1 ปี มีทีวีดิจิทัล 2 ช่อง ที่ไม่สามารถ
อยู่ได้แล้ว”

ถามว่า มีคนแยกว่านี่ใหม่ อดิศักดิ์ ชี้เป้า
ไปที่ผลประกอบการในตลาดหลักทรัพย์หลาย
รายประเมินอุตสาหกรรมแบบ “เอ็กซ์ตรีม”
(สุดโต่ง) เกินไป คาดหวังว่ารายการต่างๆที่เคย
อยู่ฟรีทีวีออนไลน์เดิม เมื่อย้ายมาช่องตัวเองจะ
“โชก” ค่าโฆษณาได้เท่าเดิม แต่ผิดคาด!! หลาย
รายการเรตติ้งดี แต่เอเยนซีไม่คิดแบบเจ้าของ
ช่อง แคมเปญลดค่าโฆษณาด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ใช่แค่
กสทช.ที่จะต้องช่วย เพราะหน่วยงานอื่นที่
เกี่ยวข้อง ก็ต้องช่วยกัน เพราะมีหลายประเด็น
ที่กสทช.เองเคยบอกว่า “เรื่องนี้ไม่ได้อยู่ใน
อำนาจของเขา เขาช่วยไม่ได้ ทั้งที่เห็นด้วยที่ต้อง
ทำแบบนั้น อย่างการโอนเงินประมูล แต่
สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน(สตง.)และอัยการ
ไม่เห็นด้วย”

เขาเรียกร้องให้ กสทช.ยึดตามหลักเกณฑ์
ก่อนการประมูลและ“คำมั่นสัญญา”ที่กสทช.ให้
ไว้แก่ผู้ประกอบการให้ครบถ้วน 100% ไม่ใช่
แค่มอง 50%

อดิศักดิ์ยังมองการสิ้นสุดการออกอากาศ

“วาทกรรมเด็ด” คนทีวี

ก่อนประมูล

หลังประมูล

“มันใจแจกกล่องดิจิทัลฟรีเมื่อไหร่
ระบบอนาล็อกช่อง 3, 5, 7, 9
จึงแน่”

“ตั้งเป้า 5 ปีจะต้องเป็นเบอร์ 1
ของทีวีดิจิทัล”



เจ็ทเอ็ม ทีวีพูล หรือ พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย แห่งไทยทีวี

“ยอมรับว่าเราคาดการณ์ผิดพลาด
ที่ไปประมูลมาสองช่อง
เหมือนกล่องเรืออยู่แล้วเห็นสิ่งใหม่ดีกว่า
ก็ไปร่วมและก็ได้ดีอย่างที่คิดไว้”

“ไม่มี ไม่หนี ไม่จ่าย”

“5 ปี เปิดเงินโฆษณาโตเท่าตัว
เป็น 2 แสนล้านบาท
จาก 1 แสนล้านบาท”



พสุ ศรีศิริ

รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มงานวิชาการ และจัดการทรัพยากรกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช.

“เปิดเงินโฆษณารวมทั้งตลาดปี 2557
อยู่ที่ 1.46 แสนล้านบาท”

“งบโฆษณาทางทีวี 7.08 หมื่นล้านบาท”

“งบโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัล
4,300 ล้านบาท”

“เป้าหมายแจกกล่องป้องกัน
10 ล้านบาท”

“ภายใน ม.ย.58 ขยายโครงข่าย
สำหรับโทรทัศน์ภาคพื้นดิน
ในระบบดิจิทัลครบทั่วประเทศ”



พ.อ.ดร.นที สุกลรัตน์
รองประธาน กสทช.และประธานกกท.

“แจกกล่อง 14.1 ล้านใบ”

“ประชาชนนำมาแลก
กล่องรับสัญญาณ 5.036 ล้านใบ”

“ผมว่า 3 ปีแรกเลือดสดแน่นอน
ทำใจไว้แล้วผมว่าต้องมีคนไปก่อน”

“ตั้งเป้าคุ้มทุนภายใน
6 ปี”



วิชัย วิชิธวา

ประธานกรรมการบริหารบริษัท ทรูปลูกปัญญา จำกัด แห่งไทยรัฐทีวี

“เรตติ้งเดือน พ.ค.58
อยู่อันดับ 8 ที่ 1.84”

“โมโนวางเป้าหมายไปสู่การเป็น
สื่อธุรกิจบันเทิงอันดับต้นๆ”



พิชญ์ ไพธราภิ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการ บมจ. จัสติน อินเทอร์เน็ตซันแนล และบมจ. โมโน เทคโนโลยี เจ้าของสถานี “โมโนทีวี”

“เรตติ้งเดือน พ.ค.58
รั้งอันดับ 5 ที่ 3.48”

“เป้าหมายจะเป็นที่ 3 ของประเทศ
ภายในปี 2558”



สุรัชย์ เซษฐิศักดิ์

ประธานกรรมการ บริษัท อาร์เอส จำกัด(มหาชน)

“เรตติ้งเดือนพ.ค.58 อันดับ 4 ที่ 4.28
ห่างจากเวิร์คพอยท์
เรตติ้งเฉลี่ย 8.63”

ที่วีดิทัศน์ออกภายในปี 2561 ด้วยว่า เมื่อช่อง 5 ช่อง 9 อสมท. ช่อง 11 ช่องไทยพีบีเอส รวมทั้งช่อง 7 พร้อมยุติการออกอากาศในระบบเดิม ในปีดังกล่าว มีเพียงช่อง 3 ที่ยังออกอากาศในระบบอนาล็อก ไปจนถึง 24 มิ.ย. 2563 ตามสัญญาที่ทำไว้กับ อสมท. ประเด็นนี้เขาหวังว่าช่อง 3 จะเห็นพ้อง ยุติการออกอากาศอนาล็อกก้าวสู่การเปลี่ยนผ่าน พร้อมๆกัน

“ผมไม่ได้ให้เรียกร้องให้กสทช. ทำภายใน วันหรือสองวันนะ แต่เรียกร้องให้ทำภายในปี 2561 เพราะทุกวันนี้ดูเหมือนว่า กสทช. จะไม่ค่อยสนใจตัวชี้วัด (เคพีไอ) ของการเปลี่ยนผ่าน จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล 100% แต่พูดถึง 50% ซึ่ง มันไม่ตรงกับแผนแม่บทที่วางไว้”

ส่วนผู้ประกอบการหาดูแลธุรกิจเข้าที่ ก็คงจะมา “สมานฉันท์” กันร่วมโปรโมทสร้าง การรับรู้ให้กับทีวีดิจิทัลจริงจัง เพราะหาก สำเร็จ ผลลัพธ์ที่ตามมา เมื่อครัวเรือนมีกล่อง รับสัญญาณ รู้ว่ามีทีวีดิจิทัล 24 ช่อง รีโมทจะ ถูกกดไปช่องไหนเชื่อว่าผู้ประกอบการได้ประโยชน์ แน่ๆ

สัญญาณเตือนชัดขนาดนี้ หากผู้มีส่วน เกี่ยวข้องไม่ฟังระวังเพราะอาจเกิด เจ็ตตี๋ม เอฟเฟคท์ ไหลลงมาอีก

อย่าลืมว่านี่แค่ปีแรกของ 24 ช่องทีวีดิจิทัล เท่านั้น เพราะการเปลี่ยนผ่านที่สมบูรณ์ ไทยจะ ต้องมีทีวีดิจิทัลถึง 48 ช่อง

คอนเทนต์ 'ไม่เจ๋ง' รายเล็ก 'อยู่ลำบาก'

บริษัทหลักทรัพย์ เคเคเทรด จำกัด วิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจทีวีดิจิทัล
ว่าการที่บริษัทไทยทีวี จำกัด ในฐานะเจ้าของ ช่องไทยทีวี และช่องโลก้า ขอบินใบอนุญาตทีวีดิจิทัลให้ กสทช. บ่งบอกได้ว่า ธุรกิจทีวีดิจิทัลกำลังตกอยู่ใน "ภาวะความเสี่ยง" โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กที่เป็นหน้าใหม่ของการทีวี

แต่สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่อย่างช่อง 3, 5, 7, 9, Workpoint TV, ช่อง 8 และ ช่อง ONE ไม่น่าจะมีปัญหา เนื่องจากช่องเหล่านี้มีฐานคนดูอยู่แล้ว เพียงแค่อาจต้องพยายามรักษามาร์เก็ตแชร์ให้ได้ ฉะนั้นหากรายเล็กอยู่รอดในวงการต้องปรับตัว เพื่อเรียกเม็ดเงินโฆษณา และสายตานักดู เพราะเมื่อคนดูมากขึ้น นั่นหมายถึง เรตติ้งที่ดีขึ้น

วิธีการปรับตัวที่ดีที่สุดของผู้ประกอบการรายเล็ก คือ **ต้องหาคอนเทนต์ใหม่ๆ มาเป็นตัวดึงดูดคนดู** เพื่อให้ช่องเป็นที่รู้จักมากขึ้น ยกตัวอย่าง ช่อง Workpoint TV สาเหตุที่เรตติ้งดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นเพราะเขามีรายการวาไรตี้เป็น "จุดแข็ง" ทำให้บริษัทสามารถปรับขึ้นค่าโฆษณาได้อย่างต่อเนื่อง จากนาทิละ 1 หมื่นบาท เมื่อปีก่อน เป็น 3 หมื่นบาทต่อนาทิละ ณ ปัจจุบัน

ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2558 ส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ยังคงเป็นของช่อง 7 ตามมาด้วยช่อง 3 ช่อง Workpoint TV ช่อง 8 และช่อง ONE ส่วนตัวมองว่า การเข้ามาทำธุรกิจทีวีดิจิทัลผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้ากับภาวะขาดทุนในช่วง 2-3 ปีแรก แต่การที่มีผู้ประกอบการบางรายขอคืนใบอนุญาตในช่วงนี้อาจเป็นเพราะมีปัญหาเกี่ยวกับสภาพคล่อง และไม่สามารถปรับขึ้นค่าโฆษณาได้

ด้าน **บริษัทหลักทรัพย์ คันทรี กรุป** บอกถึงวิธีการอยู่รอดของผู้ประกอบการรายเล็กในทำนองเดียวกันว่า หากต้องการแข่งขันกับรายใหญ่ ผู้ประกอบการรายเล็กต้องปรับผังรายการใหม่ ด้วยการเพิ่มคอนเทนต์ที่ตรงใจผู้บริโภค เพื่อเรียกเรตติ้ง และเม็ดเงินโฆษณา เพราะวันนี้อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ฉะนั้นหากรายเล็กไม่ปรับตัวอาจอยู่ลำบาก

"ปัจจุบันเรตติ้งยังคงอยู่ในช่องเดิมๆ อย่าง ช่อง 7, 3, 5, 9 ดังนั้นผู้ประกอบการรายเล็กๆ จะต้องมานั่งคิดว่า จะทำอะไรจึงจะแย่งมาร์เก็ตแชร์จากรายใหญ่มาได้ซึ่งมันไม่ใช่เรื่องง่าย ท่ามกลางระบบการออกอากาศที่ยังไม่มีเสถียรภาพเช่นนี้"

นักวิเคราะห์บริษัทหลักทรัพย์ เคจีไอ (ประเทศไทย) บอกว่า บริษัทจดทะเบียนที่เป็นเจ้าของทีวีดิจิทัลที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุดในอุตสาหกรรม คือ WORK .RS และ MONO เพราะบริษัทเหล่านี้มี "จุดเด่น" เป็นของตัวเอง เช่น WORK ปัจจุบันเป็นช่องทีวีดิจิทัลที่มีเรตติ้งสูงเป็นอันดับ 3 เพราะรายการวาไรตี้ของเขาได้รับความนิยมจากคนดู

ส่วนช่อง 8 เขาเดินกลยุทธ์คล้ายกับช่อง 7 ที่มีทั้งละคร และรายการใหม่ๆ ซึ่งปัจจุบันมีฐานคนดูเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำหรับช่อง MONO 29 เขานำซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์ต่างประเทศมาเรียกคนดู ถือเป็นการสร้างความแตกต่าง

สำหรับช่องทีวีดิจิทัลที่ "อ่อนแอมากที่สุด" คือ ช่องไทยทีวี สาเหตุใหญ่ที่ทำให้ช่องดังกล่าวขาดทุนหนักอาจเป็นเพราะกสทช. ขับเคลื่อนกลุ่มผู้ชมลำช้า โดยเฉพาะความล่าช้าในการเปลี่ยนผ่านช่องทางการรับชม (platform) ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ไม่สดใสทำให้เม็ดเงินโฆษณายังเข้ามาไม่มาก

"หากเศรษฐกิจฟื้นผู้ประกอบการอาจสามารถปรับขึ้นค่าโฆษณาได้บ้าง" นักวิเคราะห์เชื่อเช่นนั้น

นักวิเคราะห์ บอกว่า วันนี้ผู้ประกอบการรายเล็กๆ ยังคงต้องเผชิญหน้ากับ "ความเสี่ยง" อย่างต่อเนื่อง ทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า, อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลมีการแข่งขันสูง, พฤติกรรมผู้บริโภคที่รับชมโทรทัศน์ลดลง และการเชื่อมต่อของโครงข่ายรับสัญญาณโทรทัศน์

"กลยุทธ์การทำธุรกิจของรายเล็ก คือ ต้องหาคอนเทนต์ดีๆ มาดึงดูดผู้บริโภค ยกตัวอย่าง ช่อง ONE ใช้กลยุทธ์ละครมาดึงดูดผู้ชม ซึ่งหากมีฐานคนดูเพิ่มขึ้นก็มีโอกาสปรับค่าโฆษณาได้อีก"

เช็คระดับ 'ทีวีดิจิตอล' 'คอนเทนต์ทรู-ทูนา' ใช้จะรอด



รายการเรียกผู้ชม ขณะที่เม็ดเงิน “ค่าโฆษณา” ที่เป็น “เส้นเลือดใหญ่” หล่อเลี้ยงธุรกิจให้อยู่รอด ไม่ได้เพิ่มขึ้น เพราะบริษัทห้างร้านต่างๆ มีงบโฆษณาไม่ต่างจากปีก่อน แต่การฉกชิงเค้กก้อนนี้กลับ “ดุเดือด”

เพราะมีผู้เล่นมากขึ้น จาก 6 เป็น 24 ช่อง

ข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. พบว่า สภาพตลาดทีวีในปี 2556 มีมูลค่าโฆษณากว่า 69,000 ล้านบาท กระจายอยู่ใน 6 ช่องฟรีทีวีอนาล็อกเดิม ขณะที่เดือน เมษายน 2557 มีงบโฆษณาลงใน 21 ช่องดิจิตอลใหม่ ที่ไม่ใช่ฟรีทีวีเดิมเพียง 255 ล้านบาทเท่านั้น แต่ ณ วันที่ 15 มีนาคม 2558 พบว่า เติบโตขึ้นเป็น 1,573 ล้านบาท และคาดว่าเดือน กรกฎาคม 2558 จะแซงหน้าฟรีทีวี 6 ช่องเดิม

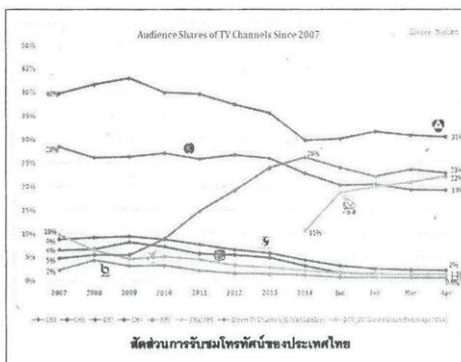
“คำถาม” ที่เกิดขึ้นตามมาหลังการจากไปของ “ไทยทีวี และโลก้า” คือ ใครจะเป็นรายต่อไป??? และทีวีดิจิตอลเมืองไทย จะทำอย่างไรเพื่ออยู่รอด ท่ามกลางการแข่งขันที่ “ดุเดือด”!!!

“เช็คระดับ” ทั้ง 24 ช่อง....จากผลวิจัยของ “มหาวิทยาลัยศรีปทุม” เกี่ยวกับการเปิดรับชมและองค์ประกอบ ของรายการที่มีผลต่อการอยู่รอดของทีวีดิจิตอล ในมุมมองผู้ชมใน เขตกรุงเทพมหานคร(กทม.) พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับชมทีวีดิจิตอล จากช่อง 3 Original/HD เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ช่อง 7 HD, ช่อง Workpoint TV, ช่อง One, ช่อง 5 และช่อง 8 ที่เป็นเช่นนี้ เพราะช่อง 3 Original/HD, ช่อง 7 HD และช่อง 5 เป็นช่องที่

ผ่านพ้น 1 ปี ไปอย่างทุลักทุเลสำหรับการออกอากาศ 24 ช่อง “ทีวีดิจิตอล” ซึ่งในแง่ผู้ชมแทบไม่ได้รับอะไรใหม่ๆ จากช่องใหม่ๆ ขณะที่ในแง่ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดประสบภาวะ “ขาดทุน”

“ไทยทีวี และโลก้า” คือ ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ “ถอดใจ” คืนใบอนุญาตทีวีดิจิตอลแล้ว หลังขาดทุน 320 ล้านบาท ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา ถือเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่ “ไม่ได้ไปต่อ”

จะว่าไปธุรกิจทีวีดิจิตอลไม่ได้ “หอมหวาน” อย่างที่คิด เพราะตลอด 1 ปีที่ผ่านมา ยังไม่มีใครมีผลกำไรจากการทำธุรกิจนี้เลย และคาดว่าอาจต้องขาดทุนสะสมต่อไปอย่างน้อย 3-5 ปี เนื่องจากทุกช่องยังต้องใช้งบลงทุนก้อนโตเพื่อลงทุน “คอนเทนต์” หรือเนื้อหา



ให้บริการผู้ชมมานานมาก ทำให้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งมีรายการที่หลากหลาย มีดารานักแสดงที่เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป

ส่วนช่อง Workpoint TV, ช่อง One และช่อง 8 แม้จะเป็นช่องใหม่ แต่เป็นช่องที่มีรายการดี มีสาระ รูปแบบรายการน่าสนใจ มีความแปลกใหม่ สนุกสนาน ไม่เครียด นอกจากนั้นยังมีการถ่ายทอดสดฟุตบอลจากต่างประเทศ ทำให้มีผู้รับชมจำนวนมากเช่นกัน

ผลการวิจัยยังแบ่งทีวีดิจิตอลออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นโอกาส และทิศทาง “รอด หรือร่วง” ของผู้ให้บริการ ดังนี้....

1.กลุ่มผู้นำ ได้แก่ ช่อง 3 Original/HD และช่อง 7 HD

2.กลุ่มทีวีดิจิตอลใหม่ ได้แก่ ช่อง Workpoint TV, ช่อง One, ช่อง 8, ช่อง Mono และ 3.กลุ่มทีวีดิจิตอลไม่ติดอันดับ ซึ่งก็คือช่องที่เหลือจากทั้ง 2 กลุ่มแรก

วิเคราะห์จากผลการวิจัยพบว่า “กลุ่มผู้นำ” มีโอกาส “รอด” สูงเพราะให้บริการผู้ชมมานาน เป็นที่รู้จักแล้ว ขณะที่กลุ่มที่ 2 ถือว่าเป็น “ดาวรุ่ง” เพราะมีพื้นฐานการผลิตรายการโทรทัศน์อยู่แล้ว และมีฐานลูกค้ามาก่อนตั้งแต่ก่อนออกอากาศ เมื่อเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิตอลทำให้มีโอกาเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น ขณะที่กลุ่ม 3 ถ้าไม่ปรับตัวโอกาส “ร่วง” สูงมาก เพราะเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่มีฐานผู้ชมมาก่อน

ผลการวิจัยระบุว่า ในกลุ่มที่ 2 ถือว่าน่าจับตาอย่างยิ่งเป็นกลุ่มที่มา “แรง” และกำลังฉกชิง “เรตติ้ง” จากช่องเดิมๆ ที่ “นิ่ง” ไม่ปรับตัวสู่ภาวะการแข่งขันที่กำลังเกิดขึ้น โดยกลุ่มที่ 2 ใช้คอนเทนต์ที่ค่อนข้าง “โดนใจ” เป็นตัวชูโรง เช่น ช่อง Workpoint TV การผลิตคอนเทนต์ของแต่ละรายการ จะมีการทดลอง หรือ “มีออกซ์” 4-6 เดือน ก่อน “ออนแอร์” อย่างเป็นทางการ หรือช่อง 8 ใช้คอนเทนต์ต่างประเทศ และ “ละคร” เป็นตัวชูเรตติ้ง เป็นต้น

แต่ “ของฟรี ไม่มีในโลก”.....การได้มาซึ่งคอนเทนต์ดีๆ ระดับ “พรีเมียม” ต้องลงทุนสูง โดยต้นทุนค่าคอนเทนต์ระดับพรีเมียม ส่วนใหญ่เป็นคอนเทนต์จากต่างประเทศที่มีราคาสูงกว่าคอนเทนต์ทั่วไป 50-100% แต่หากผู้ประกอบการยังไม่นำคอนเทนต์นั้นๆ มาออกอากาศจะทำให้ “ต้นทุนสูง” จากคอนเทนต์สูงมาก เมื่อนับรวมกับ “ภาระ” ค่าธรรมเนียม หรือค่าลิขสิทธิ์ ฯลฯ เบ็ดเสร็จผู้ประกอบการมีภาระคืบเลหลายร้อยล้านบาท ทำให้ผู้ประกอบการประสบภาวะขาดทุน

เมื่อผู้เล่นในตลาดมากขึ้น แต่ “ต้นทุน-ผลตอบแทน” ไม่สัมพันธ์กัน ทำให้ผู้ประกอบการที่ “สายป่าน” ไม่ยาวพอ

“หลุด” จากวงโคจร!!!

ขณะที่นักวิเคราะห์หลายรายมองว่าการจะ “เกิด” ในตลาดทีวีดิจิตอลได้ต้องใช้เวลานานอย่างน้อย 3-5 ปี ส่งผลให้ผู้เล่นที่ “เก๋าเกม” เริ่มมองหา “ขอนไม้” เพื่อเกาะขึ้นฝั่ง เช่น ค่ายอาร์เอส เจ้าของช่อง 8 ที่จัดหาเงินทุนจากภายนอกเพิ่มเติม ด้วยการออกตั๋วแลกเงินระยะสั้นวงเงินไม่เกิน 300 ล้านบาท ให้แก่นักลงทุนสถาบันหรือนักลงทุนรายใหญ่ ขณะที่เครือแกรมมี่, โมโน, เนชั่น หรือกระทั่ง

PPTV มีการเพิ่มทุน ระดมทุน เป็นระยะ เพื่อเตรียมลงทุน และเยียวยาให้อยู่รอดต่อไป

ทว่า.....ท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดของทีวีดิจิตอลเวลานี้ บางทีการมี “คอนเทนต์ระดับพรีเมียม” หรือ “เงินทุน” ก่อนโต อาจไม่มีเพียงพอต่อการ “ต่อลมหายใจ”!!!

“ธาม เชื้อสถาปนศิริ” นักวิชาการสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ(สวส.) ไทยพีบีเอส กล่าวบนเวทีเสวนา “ใครรอด ใครร่วง ชีชะตาทีวีดิจิตอลไทย” จัดโดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่า ปัจจัยที่จะทำให้ช่องดิจิตอลไปไม่รอด คือ “เรตติ้ง-อัตราค่าโฆษณา-รายได้-กฎ กสทช.” คำถามคือประชาชนได้ประโยชน์อะไรจากการที่ กสทช.ทำทีวีดิจิตอล กฎระเบียบที่กำหนดจะสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ให้ช่องต่างๆ ตอบโจทย์นี้ได้หรือไม่

นักวิชาการผู้นี้มองว่า สภาพการแข่งขันของธุรกิจทีวีจากนี้ไปจะเปลี่ยนไป เดิมแต่ละช่องแข่งกันให้คนดูจำเลขช่องและวันออกอากาศ แต่ทุกวันนี้ผู้ชมเลือกดูย้อนหลังทางออนไลน์ตามเวลาที่ตนเองสะดวกได้ “อำนาจอยู่ที่ผู้ชม” แพลตฟอร์มอื่นจะกระโดดเข้ามาแข่งด้วย การหารายได้จากโฆษณาต้องเปลี่ยน ต่อไปการตลาดจะไปถึงระดับกดชุมชนดูยี่ห้อเสื้อผ้าที่ดาราใส่ แล้วส่งซื้อได้ทันที เทรนด์การแข่งขัน “แค่คอนเทนต์ไม่พอ” ต้องพัฒนาให้ตอบโจทย์มัลติสกรีนต่อ ยอดและสร้างรายได้ข้ามสื่อ เช่น สร้างเกมจากรายการทีวี เป็นต้น

นี่คือ “การบ้าน” ที่ผู้ประกอบการต้องขบคิด....

ลำพัง “ทุนหนา” แต่ยังไม่ทำตลาดแบบเดิมๆ อาจ “ไม่รอด”!!!

นำฝน บำรุงศิลป์
 SCOOP@NAEWNA.COM

แบงก์ยันปล่อยกู้หลักประกันค้ำ

“แบงก์กรุงเทพ” ยืนยันไม่จำเป็นต้องทบทวนสินเชื่อที่นิติบุคคลใหม่ เชื่อ “ทีวีพูล” หาทางออกกับ “กสทช.” ได้ ยืนยันแบงก์ไม่กระทบ เหตุทุกรายมีหลักประกันค้ำมูลหนี้ ขณะที่กสทช. ยืนยันธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่นิติบุคคล ผู้ผลิต “กล่อง-รายการป้อนสถานี” ไม่น่าห่วง

แม้สถานการณ์ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลรายใหม่ เริ่มส่งสัญญาณหยุดชำระเงินค่าใบอนุญาตจนเกิดความวิตกกังวลว่าปัญหาดังกล่าว

จะส่งผลกระทบต่อธนาคารพาณิชย์ ในฐานะผู้ออกแบงก์ประกันดี และจะส่งผลกระทบต่อธนาคารพาณิชย์ รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทีวีดิจิทัล ก็จะได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน

ล่าสุดแหล่งข่าวจากธนาคารกรุงเทพเปิดเผยว่าธนาคารไม่มีความจำเป็นต้องทบทวนการให้สินเชื่อกับธุรกิจทีวีดิจิทัลอีกครั้ง แม้ว่า

อ่านต่อหน้า > 4

ต่อจากหน้า > 1

: แบงก์

สถานการณ์โดยรวมขณะนี้เริ่มเห็นสัญญาณน่ากังวลมากขึ้น แต่ธนาคารมองว่าหัวใจสำคัญของการให้สินเชื่อคือการขบวนการตั้งขั้นตอนของการพิจารณาสินเชื่อแรกเริ่ม โดยเฉพาะธุรกิจนี้ที่ถือเป็นธุรกิจใหม่ ธนาคารต้องเรียนรู้ ซึ่งในขณะนั้นธนาคารก็ได้เลือกลูกค้าที่แข็งแกร่งทุกคนก่อนให้สินเชื่อ และเพื่อความปลอดภัยกับสินเชื่อที่ให้แก่เป็นสินเชื่อที่มีหลักประกันครอบคลุมความเสี่ยงทั้งหมด

“ธุรกิจทีวีดิจิทัลถือเป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นเราก็พิจารณาแล้วว่ามีการแข่งขันแรงแค่ไหนมีโอกาสที่จะสำเร็จหรือไม่ซึ่งก็ดูไปตามเนื้อหา ถึงตอนนี้ก็ไม่ต้องรีวิวอะไรใหม่ เพราะเราให้ไปแล้ว สำคัญที่ตอนให้เงิน หรือออกหนังสือค้ำประกันใดๆ ก็ตาม ต้องทำตั้งแต่ตอนนั้น เราไม่สามารถมาประเมินใหม่ตอนนี้ได้”

ฐานะทีวีพูล-ผู้ประกอบการรายอื่นแกร่ง
ทั้งนี้ลูกค้าที่ธนาคารปล่อยสินเชื่อ หรือออก

หนังสือค้ำประกันส่วนใหญ่ บริษัทที่ให้แบงก์การันตี จะมีความแข็งแกร่ง รวมถึงกรณีของทีวีพูล ถือว่ามีฐานะการเงินแข็งแกร่ง แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องที่ทางทีวีพูล และ กสทช. ต้องไปตกลงกันให้ได้ ซึ่งขั้นตอนหลังจากนั้นธนาคารต้องทำตามเงื่อนไขการรับประกัน และต่อให้กรณี

เลวร้ายที่สุดลูกค้าจะผิดนัดชำระหนี้ ธนาคารก็มีหลักประกันค้ำ จึงเป็นเรื่องที่ไม่ต้องกังวลใดๆ

“แม้กระทั่งหนังสือค้ำประกันในงวดถัดๆ ไป หากทีวีพูลไม่จ่ายค่าสัมปทานธนาคารก็ต้องเป็นผู้จ่ายให้ กสทช. ตามเงื่อนไขของสัญญา และธนาคารต้องมาบังคับหลักประกันที่ทีวีพูลวางไว้จนครบทุกงวด”

แหล่งข่าวจากแบงก์กรุงเทพ ยังเชื่อมั่นว่าทีวีพูลจะไม่ก่อให้เกิดการผิดสัญญา กับ กสทช. และให้ธนาคารยึดหลักประกันครบทุกงวด เพราะไม่แตกต่างจากการที่ทีวีพูลจ่ายใบอนุญาตอยู่ดี จึงเชื่อว่าระหว่างนี้ทางทีวีพูล และ กสทช. ต้องหาทางตกลงร่วมกันให้ได้

สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทีวีดิจิทัล ทั้งผู้จำหน่ายกล่องทีวีดิจิทัลหรือผู้รับจ้างผลิตรายการนั้นธนาคารไม่ได้เข้าไปปล่อยสินเชื่อให้ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเน้นผู้ประมูลเป็นหลัก

ยันไม่กระทบผู้ผลิตกล่อง-รายการ
ด้าน นายพัชร สมะลาภา รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกสิกรไทย กล่าวว่า ที่ผ่านมามาธนาคารได้คัดเลือกผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลค่อนข้างมากและให้การสนับสนุนเพียงไม่กี่รายที่ดูแล้วมีโอกาสที่จะอยู่รอดได้ เพราะราคาประมูลค่อนข้างสูง รายใดที่เห็นว่าโอกาสในการอยู่รอดมีน้อยธนาคารก็ได้ปฏิเสธสินเชื่อไปตั้งแต่แรกแล้ว

ส่วนธุรกิจต่อเนื่องจากทีวีดิจิทัลเช่น ผู้ผลิตรายการป้อนสถานีนั้นส่วนใหญ่มีต้นทุนที่ต่ำ ไม่จำเป็นต้องลงทุนมูลค่าสูงและไม่มีภาระในการประมูล นอกจากนี้ยังมีปริมาณงานที่ล้นไม่สามารถผลิตได้ทันจำนวนช่องทีวีที่มีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

“ลูกค้ากลุ่มนี้จึงถือว่าไม่น่ากังวล แม้จะเริ่มเห็นผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลหลายรายเลิกจ้างหลายบริษัทนอก หรือเอาท์ซอร์ส และดึงงานกลับมาทำเองเพื่อควบคุมต้นทุนเชื่อว่าจะไม่กระทบกับลูกค้ากลุ่มนี้มากนัก เนื่องจากกรณีเลวร้ายที่สุดก็กลับไปมีปริมาณงานเท่าเดิมจากช่วงที่ยังไม่มีทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นเลย”



ตลาดเซตท็อปบล็อกซ์ย่าแย่ส่อขาดสภาพคล่อง

โพสต์ทูเดย์ เซตท็อปบล็อกซ์ยอดขายฮิต ขาดเงินลุยต่อ เผยเม็ดเงินค้างในระบบกว่า 2,000 ล้านบาท

นายสมชาย เปรื่องวิริยะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แฟมิลีคอร์ปอเรชั่น เปิดเผยว่า ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมามีจนถึงขณะนี้ยอดขายกล่องเซตท็อปบล็อกซ์ (กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล) ของบริษัท ลดลงถึง 50% เนื่องจากอุปสงค์ 690 บาท ส่วนหนึ่งยังตกค้างอยู่ที่ประชาชน และอีกส่วนหนึ่ง ผู้บริโภคไม่ยอมนำมาแลก เนื่องจากประชาชนยังไม่เข้าใจคุณสมบัติ และวิธีการติดตั้งกล่องเซตท็อปบล็อกซ์

นอกจากนี้ การที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ขาดการประชาสัมพันธ์การใช้กล่องเซตท็อปบล็อกซ์ อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์ว่าประชาชนสามารถดูทีวีดิจิทัลผ่านกล่อง

ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีได้ จึงทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งยังคงรับชมช่องทีวีดิจิทัลผ่านระบบดังกล่าว

“ปัญหาที่เกิดขึ้นส่งผลให้ตอนนี้ผู้ประกอบการหลายรายไม่มีเงินที่จะนำมาโปรโมตสินค้า หรือทำกิจกรรมการตลาดเพิ่ม แม้ว่า กสทช.จะขยายเวลาการแลกกล่อง 690 บาท เพื่อนำไปแลกกล่องเซตท็อปบล็อกซ์ หรือนำไปใช้เป็นส่วนลดก็ตาม” นายสมชาย กล่าว

สำหรับอุปสงค์ 690 บาท ที่แจกไปกว่า 14 ล้านใบ ขณะนี้มีประชาชนนำมาแลกกล่องเซตท็อปบล็อกซ์เพียงกว่า 4 ล้านใบเท่านั้น ทำให้ยังมีเงินค้างอยู่ในระบบที่ไม่ถึงผู้ประกอบการอีกกว่า 2,000 ล้านบาท ไม่รวมกล่องเซตท็อปบล็อกซ์ที่ค้างอยู่ต่างประเทศ ที่ผู้ประกอบการสั่งไว้แต่ยังไม่ได้นำมาจำหน่ายอีก 10 ล้านกล่อง คิดเป็นมูลค่าประมาณ 7,000-8,000

ล้านบาท เนื่องจากยังมีสินค้าค้างในสต็อก

นายพลชัย วินิจชัยกุล รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท กล่าวว่า ขณะนี้ยังมีอุปสงค์ 690 บาท ที่ต้องจัดการอีก 9 ล้านใบ เนื่องจากที่ผ่านมามีประชาชนนำอุปสงค์ 690 บาท มาแลกกล่องเซตท็อปบล็อกซ์น้อยมาก แบ่งเป็นของเดิมที่ยังค้างอยู่อีกกว่า 4 ล้านใบ ซึ่งจะครบกำหนดการแลกในเดือน ก.ค.นี้ และของใหม่ที่ออกมาอีกประมาณกว่า 5 ล้านใบ ซึ่งจะครบกำหนดการแลกในเดือน ต.ค.

ทั้งนี้ จากปัญหาที่เกิดขึ้นอยากให้ กสทช.ปรับการทำงานใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมเคลียร์ปัญหาทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นการจัดการอุปสงค์ที่ตกค้าง หรือการประชาสัมพันธ์การใช้อุปสงค์ 690 บาท เนื่องจากที่ผ่านมามีการประชาสัมพันธ์น้อยมาก ■

เซตท็อปบ็อกซ์เจ็บหนัก

บิ๊กสท.เร่งแก้คุ้มครองค่าวี

■ จะเรียม สำรอง

เกือบตัวไม่น้อยไปกว่า ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล สำหรับ ผู้ประกอบการกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล (เซต ท็อป บ็อกซ์) ภายหลัง ประชาชนส่วนหนึ่งที่ได้รับคุ้มครอง 690 บาทไป ไม่ยอมนำมาแลกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล ขณะเดียวกัน อีกส่วนหนึ่งก็ยังคงตกค้างอยู่ที่ ไปรษณีย์

จากปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ประกาศ ตัวออกมาจำหน่ายกล่องรับสัญญาณ ทีวีดิจิทัล ต่างเจ็บตัวไปตามๆ กัน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ยังคงเลือก ที่จะรับชมรายการต่างๆ ของทีวีดิจิทัลผ่านทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ซึ่งปัจจุบันติดตั้งในบ้านอยู่แล้ว กว่า 70% ของการดูทีวี ประกอบกับ ก่อนหน้านี้ สำนักงานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ออกมาประชาสัมพันธ์ว่า สามารถรับชมทีวีดิจิทัลได้ผ่าน ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ยิ่งทำให้ ประชาชนเลือกที่จะดูทีวีดิจิทัลผ่าน ระบบดังกล่าว

นอกจากนี้ การที่ กสทช.ออก มาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้ กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลน้อยเกินไป ส่งผลให้ประชาชนยังคงขาด ความเข้าใจในการใช้กล่องรับสัญญาณ ทีวีดิจิทัล และเลือกที่จะไม่ติดตั้ง เพราะติดตั้งไปก็รับสัญญาณไม่ ชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันการติดตั้ง

ผู้ประกอบการ

กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล แอวัญหาขาดขาด

ปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

- กสทช.มีการประชาสัมพันธ์ ที่น้อยเกินไป
- ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจ การใช้กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล
- ประชาชนหันไปดูทีวีดิจิทัล ผ่านกล่องทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี
- การส่งมอบมีปัญหาตกค้าง ทางไปรษณีย์
- ประชาชนไม่นำคู่มือมาแลก
- ผู้ประกอบการขาดสภาพคล่องทางการเงิน

โครงข่ายทีวีดิจิทัล (มีกซ์) ยังคงมีความล่าช้า

สมชาย เปรื่องวิริยะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น กล่าวว่า ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมาบริษัท มียอดขายกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลแฟมิลีลดลงไปประมาณ 50% เนื่องจากคุ้มครอง 690 บาท ยังคงตกค้างอยู่ที่ไปรษณีย์ และอีกส่วนหนึ่งผู้บริโภคไม่ยอมนำมาแลก เนื่องจากประชาชนยังไม่มี ความเข้าใจคุณสมบัติและวิธีการติดตั้ง

ผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการกล่องรับ สัญญาณทีวีดิจิทัลต้องเดินทางไป ยื่นหนังสือถึง กสทช. ในนามชมรม ผู้ประกอบการกล่องรับสัญญาณ

สิ่งที่ผู้ประกอบการอยากให้ กสทช.เร่งช่วยแก้ไขปัญหาคือ

- เร่งทำการประชาสัมพันธ์
- แจ้งความชัดเจนในด้านของ วันเวลาและสถานที่รับแลกคู่มือ
- เร่งติดตั้งโครงข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศ
- แก้ไขปัญหาการส่งมอบตกค้าง



ที่มา : โพสต์ทูเดย์รวบรวม

ดิจิทัลทีวีภาคพื้นดิน เพื่อขอความ เป็นธรรม หลังจากการเปลี่ยนผ่านสู่ ระบบทีวีดิจิทัลในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา มีปัญหาอุปสรรคหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งโครงข่ายไม่ เป็นไปตามแผนการที่กำหนดไว้ หรือ การสร้างภาระให้ประชาชนในการ รับชมทีวีดิจิทัล เนื่องจากวงเงินใน คุ้มครอง 690 บาท ไม่สามารถแลกซื้อ กล่องและเสาอากาศได้ นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้บริโภคต้องแบกภาระเพิ่ม ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว จึงอยากให้ กสทช.เร่งเข้ามาแก้ไขปัญหา ในด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลครัวเรือน การแจกคู่มือที่ไม่ชัดเจน พื้นที่การ ติดตั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลที่ล่าช้า และ วันเวลารวมไปถึงสถานที่การแจก

คู่มือที่ไม่ชัดเจน เพราะสิ่งดังกล่าว ล้วนเป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการ กล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียม นอกจากนั้น ยังมีเงินค้างใน ระบบที่ไม่สามารถเบิกได้อีกว่า 2,000 ล้านบาท ทำให้ผู้ประกอบการกล่อง รับสัญญาณทีวีดิจิทัลประสบปัญหา สภาพคล่อง ไม่มีเงินที่จะนำมาทำ กิจกรรมส่งเสริมการขายกล่องรับ สัญญาณทีวีดิจิทัล แม้ว่า กสทช.จะ ขยายเวลาออกไปอีก 2 เดือน ซึ่ง เม็ดเงินดังกล่าวยังไม่ได้นำมารวม กับกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลที่ยัง ตกค้างอยู่ในต่างประเทศอีกประมาณ 10 ล้านกล่อง คิดเป็นมูลค่า 7,000- 8,000 ล้านบาท ที่ผู้ประกอบการ ได้เตรียมส่งนำมาจำหน่าย

สำหรับแผนตลาดของกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลแฟมิลีนั้น จากนี้ จะเน้นให้ความรู้ความเข้าใจลูกค้าผ่านสินค้า 2 รุ่นหลัก 2 ราคา คือ รุ่นดีอาร์ 111 ราคา 990 บาท แกรมเสารับสัญญาณ และรุ่นทีโอ 31 ราคา 690 บาท โดยสิ้นปีคาดจะมียอดขายตามเป้า 1.5 ล้านกล่อง

ทวิ อุดมกิจโชติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สามารถวิศวกรรม กล่าวว่า แนวทางการดำเนินธุรกิจของกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลของสามารถนับจากนี้ บริษัทจะเน้นไปในด้านของการแถมเสารับสัญญาณ เนื่องจากปัจจุบันปัญหาของการรับชมทีวีดิจิทัลผ่านกล่องรับสัญญาณ คือ การใช้เสารับสัญญาณที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากปัจจุบันการติดตั้งโครงข่ายรับสัญญาณทีวีดิจิทัลยังมีความล่าช้า

ดังนั้น การจะรับสัญญาณทีวีดิจิทัลผ่านกล่องรับสัญญาณที่ดี ควรใช้เสาที่มีคุณภาพ ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว บริษัท สามารถวิศวกรรม จึงจะใช้ช่องว่างดังกล่าวเป็นจุดขาย โดยในส่วนของกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลที่นำมาจำหน่ายในปัจจุบัน ยังคงเน้นไปที่ 3 รุ่นหลัก คือ รุ่นแบล็ค ราคา 690 บาท รุ่นไวท์ ราคา 690 บาท และรุ่นโกลด์ ราคา 1,350 บาท ซึ่งหลังจากออกมาทำตลาดดังกล่าว คาดสิ้นปีจะมียอดขายตามเป้า 1-2 ล้านกล่อง

ด้าน **พลชัย วินิจชัยกุล** รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท กล่าวว่า แผนการดำเนินธุรกิจกล่องรับสัญญาณของเอเอ็มคอท นับจากนี้ จะเน้นไปที่การใช้สื่อที่มีอยู่ในมือ อสมท มาทำการประชาสัมพันธ์กล่องรับสัญญาณของบริษัท ไม่ว่าจะสถานีโทรทัศน์ที่มีอยู่ในมือ หรือคลื่นวิทยุ รวมไปถึงการ

จัดโรดโชว์ไปตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้ความรู้กับประชาชน โดยทีมวิศวกรรมที่มีอยู่ในมือ

ปัจจุบัน อสมท มีกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลวางจำหน่ายในท้องตลาดด้วยกัน 3 รุ่น คือ รุ่นเคิร์บ ราคา 690 บาท รุ่นวิว ราคา 890 บาท และรุ่นเพลย์ ราคา 1,390 บาท ซึ่งหลังจากออกมาทำตลาดมากขึ้น คาดสิ้นปีจะมียอดขายเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

การออกมากัดฟันสู้ของผู้ประกอบการกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลในครั้งนี้ จะช่วยให้ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ คงลุ้นที่ประชาชนจะนำคู่มือ 690 บาท มาแลกอย่างเดียวยังคงไม่ได้ทาง กสทช. ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย คงต้องเข้ามาช่วย โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ และการติดตั้งโครงข่าย เพราะถ้าประชาชนยังไม่เข้าใจ เมื่อติดตั้งไปแล้วรับได้บ้าง ไม่ได้บ้างไม่เสถียร หากยังเป็นเช่นนี้กล่องทีวีดิจิทัลก็คงขายไม่ออกเช่นเดิม แม้จะมีคู่มือ 690 บาท กระตุ้น



การประมูลคลื่น 4G ที่น่าจับตามอง



ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไร้สายทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนในยุคปัจจุบัน เรียกได้ว่าป็นปัจจัยที่ 5 สำหรับการดำรงชีวิต จำนวนการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในปี พ.ศ. 2557 มียอดผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 93.7 ล้าน เลขหมาย และในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2558 มียอดผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 94.5 ล้านหมายเลข ในขณะที่ประชากรของประเทศ ไทยมีประมาณ 60 ล้านคน แสดงให้เห็น ว่าประชากร 1 คนใช้โทรศัพท์มากกว่า 1 เลขหมาย

ในอดีตโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำได้แค่ เพียงการพูดคุย ส่งข้อความ สั้น ๆ การพัฒนาเทคโนโลยีของผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่มือถืออย่างต่อเนื่อง

ทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันมีน้ำหนักเบา และสามารถทำหน้า ที่ได้หลายอย่าง เช่น ถ่ายรูป ดูหนัง ฟังเพลง เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จน เรียกกันว่าสมาร์ตโฟน ซึ่งแทบทุกรุ่นจะมาพร้อมกับฟังก์ชันคล้าย คอมพิวเตอร์ สร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้คนหลากหลายอาชีพ รวมถึงนักเรียนและนักศึกษา บางคนใช้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน หรือ “ธนาคารเคลื่อนที่” ทำให้มีผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทยไม่ ต่ำกว่า 18 ล้านเครื่อง

แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่อาจไม่เพียงพอความต้องการ ผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีไร้สาย จึงหาสมาร์ตดีไวซ์อย่างแท็บเล็ต ซึ่งผู้ใช้ต้อง เชื่อมโทรศัพท์มือถือเพิ่มเพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่บางยี่ห้อรองรับระบบ 2 ซิม ยังทำให้จำนวนเลขหมาย โทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2558 จะเป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ใน เทคโนโลยีโทรคมนาคมของประเทศไทย เพราะคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จะเปิดประมูลคลื่นความถี่ในย่าน 1800 MHz และ 900 MHz เพื่อใช้สำหรับโทรศัพท์มือถือ 4G

แม้การประมูล 4G ยังไม่ได้เริ่มขึ้น แต่จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ บริการโทรศัพท์มือถือบางรายได้นำเทคโนโลยี 4G มาให้บริการ เพราะ คลื่นความถี่ที่ใช้สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น กสทช.ไม่ได้กำหนดว่า จะต้องให้บริการโดยเทคโนโลยีประเภทใด ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่บางราย จึงนำคลื่นความถี่ที่ถือครองอยู่ไปพัฒนาให้บริการ 4G เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมต่อ ทั้ง ยังสามารถรับส่งข้อมูลได้เร็วกว่าระบบ 3G ซึ่งถือว่าการล้ำหน้า และเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

เทคโนโลยี LTE-Long Term Evolution ที่มักเรียกกันว่า 4G เป็นเทคโนโลยีที่ต่อยอดจาก 3G ซึ่งมีคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองการ ใช้งานบรอดแบนด์ไร้สายความเร็ว สูง โดยทำความเร็วตั้งแต่ 100

Mbps-1024
Mbps (1Gbps)
ซึ่งเร็วกว่า 3G ถึง
7 เท่า มีคุณสมบัติ

การเชื่อมต่อเสมือนจริงในรูปแบบ

สามมิติ (Three-Dimensional) ระหว่างผู้ใช้โทรศัพท์ด้วยกันเอง ระบบ 4G ยังสามารถส่งไฟล์วิดีโอ ที่มีความละเอียดสูง ทั้งการ ถ่ายทอดสดแบบ Live Broadcast หรือแบบ Real Time การประชุม ทางไกลแบบ Interactive ที่สามารถ ได้ตอบกันได้ทันที รองรับต่อการ เรียนการสอนผ่านทาง e-learning การรักษาโรคทางไกล (Telemedicine) รวมถึงการชมภาพยนตร์ความ ละเอียดสูง

โทรศัพท์มือถือระบบ 4G จะเป็นประโยชน์มาก เมื่อนำมา ใช้ในทางการศึกษาและทางการแพทย์ สอดคล้องกับการประกาศ

นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาล เศรษฐกิจดิจิทัลแบบใหม่ จะมีการใช้สมาร์ตดีไวซ์ (Smart Device) เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ที่ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง

การจัดประมูลคลื่นของ กสทช. จะมี 2 ย่านความถี่ คือ (1) คลื่นย่านความถี่ 1800 MHz จัดประมูลในวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 โดยแบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ใบ แต่ละใบอนุญาตจะมีขนาด

ของคลื่น (Bandwidth) 12.5 MHz (2) คลื่นย่านความถี่ 900 MHz จัดประมูลในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยแบ่งใบอนุญาต ออกเป็น 2 ใบ แต่ละใบอนุญาตจะมีขนาดของคลื่น 10 MHz ใบ อนุญาตที่ กสทช. จะประมูลคลื่นความถี่ที่ใช้กับโทรศัพท์มือถือ 4G นี้ มีราคาเริ่มต้นไม่ต่ำกว่า 11,000 ล้านบาท และราคาจะเพิ่มสูงขึ้นอีกมาก เมื่อมีการประมูล

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการจัดแบ่งคลื่นย่านความถี่ 1800 MHz จะไม่เกิดประสิทธิภาพและคุ้มค่าอย่างแท้จริง เพราะ กสทช.ได้แบ่งใบอนุญาตออกเป็น 2 ใบ แต่ละใบจึงมีขนาดของ คลื่น 12.5 MHz แต่ขนาดคลื่นที่มีความเหมาะสมสำหรับโทรศัพท์ ระบบ 4G ตามระบบสากล คือขนาด 20 MHz ซึ่งผู้ประกอบการ ต้องประมูลใบอนุญาตถึง 2 ใบ และจะได้ขนาดของคลื่น 25 MHz ซึ่งเกินความต้องการถึง 5 MHz และหากได้รับได้ใบอนุญาตเพียง ใบเดียว คือ ขนาดของคลื่น 12.5 MHz ซึ่งในกรณีของคลื่นที่มี ขนาดไม่ใหญ่ การใช้งานที่เหมาะสมจะอยู่ที่ 10 MHz ส่วนที่เกิน 2.5 MHz ก็ไม่สามารถใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

ขณะนี้โทรศัพท์ เคลื่อนที่ในระบบ 3G เพียง บางรุ่นที่รองรับการใช้งาน ระบบ 4G หากผู้บริโภค คนใดต้องการเข้าถึงระบบ 4G ส่วนใหญ่ก็จะมี ความจำเป็นที่ต้องซื้อโทรศัพท์ เครื่องใหม่ ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นจำนวนไม่น้อย เพราะทุกคนต่างต้องการได้ ระบบ 4G ที่มีประสิทธิภาพ

อย่างที่คาดหวังให้คุ้มค่ากับเงินที่ต้องลงทุนซื้อโทรศัพท์เครื่องใหม่

คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์ สาธารณะที่ไม่มีวันหมดและมีความสำคัญต่อประเทศ การจัดสรร คลื่นความถี่ด้วยการประมูลจึงต้องทำเพื่อให้เกิดประโยชน์และ ประสิทธิภาพสูงสุด หากดำเนินการอย่างไม่ลงตัวและไม่เหมาะสม ย่อมส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ประกอบการและประชาชนที่เป็นผู้ใช้บริการ.

รุจิระ บุนนาค

rujira_bunnag@yahoo.com

Twitter : @RujiraBunnag



CAT PUTS ITS HOPES ON GETTING NBTC NOD TO LAUNCH 4G SERVICE >> 2B

CAT puts its hopes on 4G service launch

HOPES TO GET NBTC NOD BY NOVEMBER

SANPACHAI HOPES THAT CAT CAN GET THE APPROVAL BEFORE NOVEMBER, WHEN THE NBTC INTENDS TO AUCTION LICENCES FOR THE 1,800MHZ SPECTRUM, WHICH CAN BE USED FOR 4G.

USANEK MONGKOLPORN
THE NATION

CAT Telecom aims to catapult itself to the frontier of wireless broadband by offering a 4G-850MHz service.

Sanpachai Huvanandana, acting chief executive officer, said last week that CAT has already submitted this plan to the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC).

True Corp and Total Access Communication (DTAC) are the only providers of both commercial 3G and 4G services, using the 2.1GHz band.

CAT hopes to win the NBTC's approval so that it can provide

faster data transmission speeds to customers.

An NBTC source said the Telecom Committee is expected to okay CAT's plan soon.

CAT wholesales most of its 850MHz bandwidth to Real Move of True Corp to provide 3G cellular service.

The state enterprise also retails the 3G-850MHz service under its "My" brand.

If CAT gets the green light from the regulator, it will talk to BFKT (Thailand), a subsidiary of True, on its plan to roll out the 4G network.

Under the CAT-True partnership for 3G-850MHz, CAT has hired BFKT to install the 3G-850MHz network for its current wholesaling of 3G-850MHz bandwidth.

CAT now runs 13,500 3G-850MHz base stations nationwide.

CAT's 3G-850MHz network counts about 9 million users, of which 8 million are with Real Move and 700,000 with MY.

Sanpachai hopes that CAT can get the approval before November, when the NBTC intends to auction licences for the 1800MHz spectrum, which can be used for 4G.

CAT would also submit to the

NBTC the plan of DTAC, which operates on a concession from CAT, to use part of the company's 1800MHz to provide 4G service.

In April, DTAC said it would allocate more bandwidth for 4G, as it aims to boost its 4G subscriber base to 2.5 million by the year-end from 970,000

currently.

DTAC utilises 5MHz on the 2.1-gigahertz spectrum to offer 4G, with the remainder being used for 3G.

It will allocate 10MHz of its 25MHz bandwidth on the 1,800MHz spectrum to offer 4G, giving it total bandwidth of 15MHz for 4G. This move needs the nods of CAT and the NBTC. The company uses all 25MHz of its bandwidth on 1,800MHz for 2G cellular service, while it uses 850MHz to provide 3G. DTAC's concession will expire in September 2018.



กสทช.

ประชาสัมพันธ์

การกำหนดระยะเวลาการยื่นคำร้องขอเปลี่ยนแปลง ที่ตั้งและความถี่ของสถานีวิทยุที่ได้รับอนุญาตทดลอง ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) อาศัยอำนาจตามข้อ 10 ของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555 กำหนดให้สถานีวิทยุที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงที่มีเหตุจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงที่ตั้งหรือเปลี่ยนแปลงความถี่ให้ดำเนินการยื่นคำร้องขอเปลี่ยนแปลงข้อมูลดังกล่าว โดยให้แจ้งเหตุผลความจำเป็น พร้อมเอกสารหลักฐานประกอบการพิจารณาต่อสำนักงาน กสทช. ให้แล้วเสร็จภายใน **วันที่ 1 ตุลาคม 2558** ทั้งนี้ หากพ้นกำหนดระยะเวลาดังกล่าว กสท. จะไม่พิจารณาคำร้องขอเปลี่ยนแปลง เว้นแต่กรณีมีเหตุสุดวิสัย

อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ข่าวประชาสัมพันธ์ <http://www.nbtc.go.th/>

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ สำนักงาน กสทช.

สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง โทร. 0 2271 7600 ต่อ 5123, 5129

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ดาร์บี้แมตช์เมืองอุบลหั่นกันไม่ลง

ศึกลูกหนังเอไอเอสลีก สัปดาห์ที่ 2 โซนตะวันออกเฉียงเหนือ วันที่ 6 มิ.ย. ไฮไลต์อยู่ที่ภาคอีสาน จ.อุบลราชธานี สี่กัรบ์แมตช์เมืองคอกบัว “เทพอินทรี”อุบล ยูเอ็มที ยูไนเต็ด อันดับ 3 มี 35 แต้ม เปิดบ้านสนามกีฬากลาง จ.อุบลราชธานี (ทุ่งบุรพา) รับทีมร่วมเมือง “พยัคฆ์ร้ายแห่งลุ่มน้ำมูล” อุบลราชธานี เอฟซี อันดับ 8 มี 25 แต้ม

ทั้งสองทีมเคยดวลแข้งกันมาแล้วในนัดสุดท้ายของลีกแรก ผลปรากฏว่าอุบล ยูเอ็นอุบล เอฟซี 1-0 นัดนี้จึงถือเป็นแมตช์ล้างตาของฝั่งผู้มาเยือน อีกทั้งทั้งสองทีมต้องการชัยชนะเพื่อเก็บ 3 แต้ม ขยับอันดับเกาะติดกลุ่มนำหัวตารางโซนอีสาน

สำหรับบรรยากาศหน้าสนามกีฬาทุ่งบุรพา เอไอเอสเดินทางมาจัดกิจกรรม “เอไอเอส 2015” สร้างความสุขให้กับแฟนบอลชาวอุบลราชธานี ซึ่งมีการเปิดบุธลงทะเบียนชมเอไอเอสวันทูลอด เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของ กสทช. โดยชมการดจะด้องลงชื้อภายในวันที่

31 ก.ค. ก่อนที่ชมที่ไม่ได้ลงทะเบียนจะระงับใช้การไม่ได้ อีกทั้งเอไอเอสยังแจกชมวัน ทูลอด ให้กับแฟนบอลชาวอุบลฯ และผู้สนใจ ฟรี

นอกจากนี้ เอไอเอสยังจัดบุธกิจกรรมสร้างความสนุกประกอบไปด้วยกิจกรรมเกมฟาดแข้ง กิจกรรมแม่น์เรียกพี และกิจกรรมยิงให้ผ่าน ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดหน้าสนามได้รับความสนใจจากแฟนบอลชาวอุบลฯ ให้ความสนใจเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก ก่อนปิดท้ายช่วงเวลา 17.00 น. เอไอเอสยังได้จัดมินิคอนเสิร์ต นำโดยลูกแพร อุไรพร และไกรสร มาสร้างความสนุกบันเทิงให้กับชาวอุบลฯ เป็นอย่างมาก

ส่วนเกมฟาดแข้งในสนามนัดแรกเลกสอง กัรบ์แมตช์เมืองอุบล เจ้าบ้านอุบล ยูเอ็มที ยูไนเต็ด เสมออุบลราชธานี เอฟซี 0-0

ผลคู่อื่น ชัยภูมิ ยูไนเต็ด ชนะ มุกดาหาร ลำโขง 1-0, นครพนม เอฟซี แพ้ อุครธานี เอฟซี 0-1 และขอนแก่น ยูไนเต็ด เจ้าบ้านฟอร์มโหด ถล่ม หนองคาย เอฟซี 3-0

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/เศรษฐกิจ/การตลาด

วันที่: จันทร์ 8 มิถุนายน 2558

ปีที่: 14

ฉบับที่: 4979

หน้า: 9(กลาง)

Col.Inch: 118.91 Ad Value: 261,602

PRValue (x3): 784,806

คลิป: สีสี่

โฆษณา: true: ใหม่ ทรูดิจิตอล เอชดี 2 ใช้คูปองดิจิตอลทีวีแลกซื้อได้



ใหม่

ทรูดิจิตอล เอชดี 2

ใช้คูปองดิจิตอลทีวีแลกซื้อได้



ราคาปกติ 1,690 บาท



เริ่มแลกได้กลาง มิ.ย. นี้
จองสิทธิ์แลกซื้อพร้อมรับสิทธิพิเศษที่
www.truedigitalhd.com

แลกทั้งที แลกทรูดิจิตอลเอชดี 2

- ✓ **2** ระบบจานดาวเทียม และเสาอากาศ
- ✓ **200** ช่องฟรีทีวีดาวเทียม
- ✓ **HD** สูงสุด 15 ช่อง*
- ✓ **ไม่มีรายเดือน**

*สูงสุด 15 ช่อง เอชดี นับรวมทุกระบบ • โปรดอ่านเงื่อนไขสำคัญที่ www.truedigitalhd.com

หมายเหตุ :

- คูปองดิจิตอลทีวีมูลค่า 690 บาท ใช้เป็นส่วนลดในการแลกซื้อกล่อง หรือเพียง 1,000 บาท (ราคาปกติ 1,690 บาท)
- รับแลกได้กว่า 200 ช่องในระบบ C-Band และ 100 ช่องในระบบ KU Band
- รับ 15 ช่องเอชดีในระบบ C-KU Band, 11 ช่องเอชดี ระบบ C-Band และ 5 ช่องเอชดี ระบบ KU Band
- ใช้คูปองดิจิตอลทีวีแลกซื้อได้ ตั้งแต่วันที่ - 31 ก.ค. 2558 หรือจนกว่าคูปองดิจิตอลทีวีจะหมดอายุตามที่ระบุบนคูปอง
- กล้องรับสัญญาณชนิดขยาย ไม่รับประกันการรับชม



ดม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/เศรษฐกิจ/การตลาด

วันที่: จันทร์ 8 มิถุนายน 2558

ปีที่: 14

ฉบับที่: 4979

หน้า: 9(กลาง)

Col.Inch: 118.91 Ad Value: 261,602

PRValue (x3): 784,806

ศิลปิน: สีสี่

โฆษณา: true: ใหม่ ทรูดิจิตอล เอชดี 2 ใช้คูปองดิจิตอลที่วีแอลซีโอได้

ใหม่
ทรูดิจิตอล เอชดี 2
ใช้คูปองดิจิตอลที่วีแอลซีโอได้

ราคาปกติ
1,690 บาท

690 บาท

ดม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/เศรษฐกิจ/การตลาด

วันที่: จันทร์ 8 มิถุนายน 2558

ปีที่: 14

ฉบับที่: 4979

หน้า: 9(กลาง)

Col.Inch: 118.91 Ad Value: 261,602

PRValue (x3): 784,806

คลิป: สีสี่

โฆษณา: true: ใหม่ ทูดิจิตอล เอชดี 2 ใช้คู่มือดิจิตอลทีวีแลกซื้อได้

รูปถ่ายโดย: 31 กรกฎาคม 2558

0000 0000 0000 0000

เริ่มแลกได้กลาง มิ.ย. นี้
จองสิทธิ์แลกซื้อพร้อมรับสิทธิพิเศษที่
www.truedigitalhd.com

แลกทั้งที แลกทรูดิจิตอลเอชดี 2

- ✓ **2** ระบบจานดาวเทียม และเสาอากาศ
- ✓ **200** ช่องฟรีทีวีดาวเทียม
- ✓ **HD** สูงสุด 15 ช่อง*
- ✓ **ไม่มีรายเดือน**

*สูงสุด 15 ช่อง เอชดี นับรวมทุกระบบ • โปรดอ่านเงื่อนไขสำคัญที่ www.truedigitalhd.com

หมายเหตุ :

- คู่มือดิจิตอลทีวีมูลค่า 690 บาท ใช้เป็นส่วนลดในการแลกซื้อกล่อง เทลีสเพียง 1,000 บาท (ราคาปกติ 1,690 บาท)
- รับชมได้กว่า 200 ช่องในระบบ C-Band และ 100 ช่องในระบบ KU Band
- ชม 15 ช่องเอชดีในระบบ C-KU Band, 11 ช่องเอชดี ในระบบ C-Band และ 5 ช่องเอชดี ในระบบ KU Band
- ใช้คู่มือดิจิตอลทีวีแลกซื้อได้ ตั้งแต่วันที่ - 31 ก.ค. 2558 หรือจนกว่าคู่มือดิจิตอลทีวีจะหมดอายุตามที่ระบุบนคู่มือ
- กล่องรับสัญญาณชนิดขยายขาด ไม่มีค่าบริการรายเดือน

true

พระราม 9 เรื่องเล่า ปากซอย

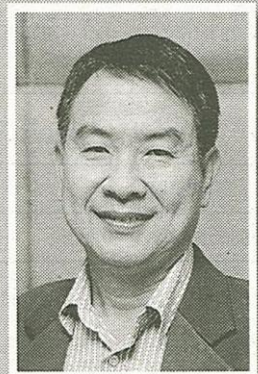
ชื่อเลื่อยี่ดลายุของ Hillary Clinton ข้ามน้ำข้ามทะเลมาใส่เลย...เพราะความชื่นชอบส่วนตัวส่วนตัวล้วนๆ...ที่ให้ความหมายดีๆ ว่า “การเป็นหญิงนักต่อสู้ ไม่ยอมแพ้อุปสรรค” คอนเซ็ปต์นี้ คล้ายกับ ดร.ยุ้ย ที่ยึดถือยึดมั่นหลักคำสอนจากคุณพ่อที่ว่า “ถ้าชกไม่ครบ 10 ยกห้ามลงจากเวทีเด็ดขาด” !!!...แต่แรงเกินหญิงไทยจริงๆ ใครสนใจเอาเป็นแบบอย่างที่ดีได้เลยนะจะไม่สงวนลิขสิทธิ์??? ❖❖ ฟาก มูลนิธิแมงป่อง ร่วมกับ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ขอเชิญชวนผู้ใหญ่ใจดีทุกท่าน ร่วมบริจาคโลหิตภายใต้โครงการ “ใจอาสาบริจาคโลหิตเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารี” วันพฤหัสบดีที่ 11 มิถุนายน 2558 เวลา 11.00-15.00 น. ณ อาคารกสิกรรม สำนักงานใหญ่แมงป่อง ถนนลาดพร้าว 92 สอบถามรายละเอียดได้ที่ 0-2514-7999 ต่อ 1608, mangpongcsr.org.....มาร่วมกัน

❖❖ ประเดิมเริ่มต้นกับผู้บริหารคนสวยนาม “ผศ.ดร.เกษรา ธัญลักษณ์ภาคย์” แห่งค่ายเสนาติเวลลอปเม้นท์ หรือ SENA ผู้บริหารหญิงแกร่งรักโลก ขอเมาต์มอยต์นิดนุง...แอบเห็น “ดร.ยุ้ย” คนเก่ง ลัง



>>> กันตพร ทองมัน

บริจาคโลหิต=ช่วยชีวิตด้วยความรัก ❖❖ หลังจากที่ประสบความสำเร็จกับการจัดคอนเสิร์ต BEAST ให้แฟนคลับศิลปินเกาหลี ได้ใช้ ABC Point แลกบัตรคอนเสิร์ตจนเป็นที่ถูกอกถูกใจและเรียกร้องให้มีรอบต่อไปล่าสุด... บอสสาวสวย “กันตพร ทองมัน” กรรมการผู้จัดการ ของบริษัท เอสเซท ไบรท์ หรือ ABC ที่บินลัดฟ้าไปนั่งโต๊ะเจรจากับค่ายเพลงเกาหลี!!! ❖❖ งานนี้แน่นอนว่าเตรียมจัดทัพศิลปินจัดคอนเสิร์ต



>>> นีรันตร์ เชาวกิตติโสภณ

ใหญ่ในช่วงปลายปี งานนี้สาวกก็มีห้ามพลาด รีบล่าแต้มสะสมคะแนนด่วน!!! เพราะงานนี้ใช้ ABC Point แลกบัตรคอนเสิร์ต...เหมือนได้ฟรี เช่นเดิมจ้ะ!!!! ❖❖ หลังจากกสทช. เร่งดำเนินการแจกคู่มือทีวีดิจิตอลให้กับประชาชนทั่วประเทศล่าสุดท้ายไปแล้วเมื่อช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา งานนี้ยังงัย...ยังงัย...ก็อย่าลืมนึกถึงสินค้าดี แบรนด์คุณภาพ ของ บมจ.ควาร์น เทคโนโลยี เอ็ดวอนซ์ (AJD) พระเอกตัวจริงกันนะจ๊ะ สามารถใช้คู่มือมาแลกกล่องทีวีดิจิตอล (Set Top Box) รุ่น AJ DVB-93 ฟรี!!! ได้แล้ววันนี้ ใครมีคู่มือแล้วอย่าลืมาแลกซื้อกัน?? ❖❖ เก็บตกกับผู้บริหาร “นีรันตร์ เชาวกิตติโสภณ” แห่งค่าย โฮม พอดเทอรี่ หรือ HPT ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาที่กำลังเตรียมเข้าตลาด mai กันบ้าง หลังจาก



>>> กัตกุล ดำรงไยวุฒิ

พูดคุยก็ให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติที่อารมณ์ดีดี แถมเป็นคนรักสุขภาพอีกต่างหาก งานนี้เฮียฉวีรัตน์พูดออกตัวแรงว่าเดี่ยวทุกคนจะไม่เชื่อว่าผมชอบโยคะ ว่าแล้วเฮียก็โพสต์ท่าโยคะสารพัดท่า แหม ท่าทางม้วนมือโพล่หลังหัวเฝียอ่อนช้อยขนาดนั้น เชื่อแล้วว่าเป็นนักโยคะตัวยง!!! ❖❖ เท่านั้นยังไม่พอยังหยอดมุกว่าเข้าตลาดต้องมีธรรมชาติ แต่เชื่อเหอะ ผมนะธรรมชาติตัวยงเชียว เป็นแนวถนัด เพราะไม่ว่าจะไปจ่ายค่าอะไร ก็ต้องเก็บบิลมาให้กรรยาเก็บไว้เป็นหลักฐาน แบบนี้เค้าเรียกว่าธรรมชาติตั้งแต่ในบ้านยันนอกบ้าน เรียกว่าโปร่งใสตั้งแต่ต้นน้ำกันเลยทีเดียว!!!!

❖❖ สุดท้ายและท้ายสุดกับผู้บริหารที่ นิตยสาร “ฟอร์บส์ ไทยแลนด์” จัดอันดับให้เป็นเศรษฐีเมืองไทย โดย นพ.สมยศ และ จีรพร อนันตประยูร ผู้บริหาร WHA ที่รายได้ติดอันดับ 32 โดยมีทรัพย์สิน 2.57 หมื่นล้าน ส่วน เฮียฉวี

ภาสกรนที ผู้บริหารแห่ง อีซีตัน รายได้ติดอันดับ 38 โดยมีทรัพย์สิน 2.15 หมื่นล้าน และ เฮียกัลกุล ดำรงปิยวุฒิ ผู้บริหารแห่ง GUNKUL โดยมีสินทรัพย์ทั้งสิ้น 1.76 หมื่นล้าน!!! งานนี้ขอแสดงความยินดีด้วยกับความเป็นอภิมา เศรษฐีไทย เห็นทีปีนี้คงติดอันดับเศรษฐีกันอีกปี เพราะดูจากธุรกิจของแต่ละคนแล้ว มีแนวโน้มจะรวยเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่า งานนี้ดูจากวิสัยทัศน์และแผนอนาคตแล้ว บอกได้คำเดียวว่า ไปโลด!!!!!! ☺

ชา โจ้ ปาก ซอย



>>> นพ.สมยศ อนันตประยูร