



รายงานการประชุมทางวิชาการ
ASEAN Broadcasting Regulation Forum 2015

ระหว่างวันที่ 7 – 8 กรกฎาคม 2558

โดย
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
ณ โรงแรมเซ็นจูรี พาร์ค กรุงเทพมหานคร

รายงานฉบับนี้เป็นการสรุปสาระสำคัญของการประชุมทางวิชาการโดยอ้างอิงเนื้อหาจากการประชุมทางวิชาการเท่านั้น
ทั้งนี้ รายงานนี้อาจมีการแสดงข้อมูลบางส่วนที่ได้รับมาจากการประชุมทางวิชาการด้วย
ดังนั้น ผู้จัดทำรายงานนี้จึงไม่สามารถยืนยันความถูกต้องของเนื้อหาหรือข้อมูลได้
และขอสงวนความรับผิดชอบที่อาจเกิดขึ้น ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม อันเกิดมาจากการนำรายงานนี้ไปใช้ทุกกรณี

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
1. ความเป็นมา	2
2. วัตถุประสงค์	3
3. รายชื่อบุคลากรที่เข้าร่วมประชุมทางวิชาการ	4
4. ผลจากการประชุมทางวิชาการ	6
5. สรุปเนื้อหาสาระสำคัญของการประชุมทางวิชาการ	
5.1 Session 1: สภาพโดยรวมของตลาดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Market overview)	9
5.2 Session 2: การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล (Transition to digital communications/Digital switchover)	22
5.3 Session 3: การกำกับดูแลสื่อใหม่ (Regulatory responses to the new media landscape)	34
5.4 Session 4: มุมมองจากอุตสาหกรรมในประเด็นด้านการกำกับดูแลที่สำคัญ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (View from the Industry: What are the key regulatory policy issues in terms of broadcasting?)	46
5.5 Session 5: การส่งเสริมและให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Empowering the User)	61
5.6 Session 6: การแข่งขันในตลาดวิทยุและโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (Competition in the Digital TV and Digital Radio Markets)	67
5.7 Session 7: คลื่นความถี่ (Spectrum Issues)	76

รายงานการประชุมทางวิชาการ ASEAN Broadcasting Regulation Forum 2015

1. ความเป็นมา

การจัดการประชุมทางวิชาการ ASEAN Broadcasting Regulation Forum 2015 มีความเป็นมาจากการที่ประธาน กสท. (พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์) ได้เล็งเห็นประโยชน์ของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนการได้รับความรู้และประสบการณ์จากประเทศต่างๆ ในการเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ Regulator Forum ในต่างประเทศ ซึ่งมีการจัดเป็นประจำทุกปีและมีมานานกว่า 10 ปี อย่างไรก็ตาม การประชุมทางวิชาการระหว่างผู้กำกับดูแลด้านนโยบายกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียนยังไม่เคยเกิดขึ้นเลย จึงเห็นว่าเป็นโอกาสอันดีที่ทางสำนักงาน กสทช. จะได้รับประโยชน์ในการจัดการประชุมทางวิชาการในระดับภูมิภาคนี้ขึ้น

การประชุมทางวิชาการ ASEAN Broadcasting Regulation Forum 2015 จัดขึ้นโดยสำนักงาน กสทช. และ The International Institute of Communications (IIC), United Kingdom ซึ่งเป็นผู้จัด International Regulator Forum มานานกว่า 10 ปี โดยในการนี้ สำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดการประชุม 2 วัน คือ วันที่ 7 และ 8 กรกฎาคม 2558 โดยในการประชุมแต่ละวันประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

วันอังคารที่ 7 กรกฎาคม 2558

1. Market Overview
 - a. How is the face of broadcasting changing in ASEAN countries?
 - b. How do demographics and geography affect the rate of change?
 - c. Where are the opportunities for growth and innovation in the broadcasting market – do they exist?
2. Transition to digital communications/digital switchover
 - a. Challenges and opportunities
 - b. Giving access to rural populations
3. Regulatory responses to the new media landscape
 - a. Investment and innovation
 - b. Encouraging local content
 - c. Must carry or must have rules
 - d. OTT and streamed content/ OTT Regulations

4. View from the industry: What are the key regulatory policy issues in terms of broadcasting?
 - a. What are the issues in terms of cross border transmission?
 - b. News and current affairs
 - c. Copyright and piracy issues?
 - d. Second set and viewing 'on the move', via the internet

วันพุธที่ 8 กรกฎาคม 2558

5. Empowering the user
 - a. Relevance of content regulation in a digital world
 - b. Protection of minors
 - c. Communications literacy
 - d. The effect on social media/contents in a borderless world
6. Competition in the Digital TV and Digital Radio markets
 - a. Ensuring access
 - b. What will the future be in terms of regulation/competition: Pay TV vs. OTT vs. cable etc?
 - c. Pricing
 - d. Funding: advertising, subscription, state aid
7. Spectrum issues
 - a. Digital dividend
 - b. Digital divide
 - c. Interference issues
 - d. Connected devices and requirements for spectrum

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้กำกับดูแลนโยบายด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนเพื่อพัฒนากิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของประเทศ และทำให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องของการกำกับดูแล สื่อสารมวลชน กฎหมาย เทคโนโลยี และเศรษฐศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามหลักปฏิบัติสากล

2.2 เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้กำกับดูแล นักวิชาการ และกลุ่มผู้ประกอบการ ให้เห็นวิธีการและการมองในหลายแง่มุมจากผู้ดำเนินการประชุมและผู้ทรงคุณวุฒิในระดับสากล นอกจากนี้ ยังจะส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์กรกำกับดูแลภายในภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย

2.3 เพื่อให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ระหว่างผู้ร่วมประชุมเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สามารถนำมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานจริง และสนับสนุนการทำงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคำนึงถึงมิติที่เกี่ยวข้องทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และความแตกต่างทางวัฒนธรรม

3. รายชื่อบุคลากรที่เข้าร่วมประชุมทางวิชาการ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
๑	นางสาวนงลักษณ์ วัชรเกียรติพงษ์	เลขานุการ	ประธาน กสท.
๒	นางสาวโสภิตา วีรกุลเทวัญ	เลขานุการ	กสทช. สุภิญญาฯ
๓	นางสาวธิดารัตน์ บุญอมร	ผู้ช่วยเลขานุการ	กสทช. สุภิญญาฯ
๔	นายสุเทพ วิไลเลิศ	ผู้ช่วยเลขานุการ	กสทช. สุภิญญาฯ
๕	นางสาวอิงพร ศิริกุลบดี	ผู้ช่วยเลขานุการ	กสทช. ธวัชชัยฯ
๖	นายกนิษฐ์ สัญชาตวิรุฬห์	ผู้ปฏิบัติงาน	ประธาน กสท.
๗	นายธนกร ศรีสุขใส	ผู้ปฏิบัติงาน	กสทช. พิระพงษ์ฯ
๘	นางสาวชมพูนุช ลิ้มปัทมธรรมาเลิศ	ผู้ปฏิบัติงาน	กสทช. ทวีศักดิ์ฯ
๙	นางพลินี เสริมสินศิริ	ผู้ปฏิบัติงาน	กสทช. สุภิญญาฯ
๑๐	นายศักดิ์สิทธิ์ มณีกรณ์	ผู้ปฏิบัติงาน	กสทช. ธวัชชัยฯ
๑๑	นายสมบัติ ลีลาพตะ	บ2 รักษาการแทน รสทช.	มส.
๑๒	นางสาวกอนก กิจบาลจ่าย	บ2	อส.
๑๓	นายพงษ์ศักดิ์ ทรัพย์าคม	บ2	คส.
๑๔	นางรมิดา จรินทร์พิทักษ์	บ2	สส.
๑๕	นายพสุ ศรีหิรัญ	บ2	วส.
๑๖	นางสาวอรศรี ศรีระชา	ข3	จส.
๑๗	นางสาวสกลกฤตา ลิ้มปิสวัสดิ์	ก1	วส. (ประธาน กสท.)
๑๘	นางศศิรา จอกลี	ก1	ขส.
๑๙	นางสาวศิริเพ็ญ สุขสารัญ	ก1	ขส.
๒๐	นายอรรถชัย แมนมนตรี	ก1	ทส.
๒๑	นายพัลลภ อังการกุล	ก1	นส.
๒๒	นางสาวกุลปาณี ตันติวงศ์	ก1	นส.
๒๓	นายอภิชาติ ไรอยแก้ว	ก1	รส.
๒๔	นายอรรถพล รัตนวิทย์	ก1	รส.

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สังกัด
๒๕	นางฉันทพร เปาทอง	ก1	สส.
๒๖	นางสาวทิพนันฐา กังวาลไกรไพศาล	ก1	สส.
๒๗	นางสาวรัชณีวรรณ ชาวนา	ก1	สส.
๒๘	นางสาวกฤติพร ศรียะพันธ์	ก1	ผส.
๒๙	นางสาวสไบใจ วงศางาม	ก1	อส.
๓๐	นางตรีทิพ โรจนวงศ์จรัส	ก1	อส.
๓๑	นางสาวจิตติมา ศุภเกษม	ก1	วส.
๓๒	นางสาวณัฐชญา ทวีวิทย์ชาครียะ	ก2	กส. (ประธาน กสท.)
๓๓	นายคชาพล รัชิตติธรรม	ก2	คส.
๓๔	นางสาวอุษา วชิรพรพันธ์	ก2	จส.
๓๕	นายอภิชาติ ทรัพย์สมบัติ	ก2	ทส.
๓๖	นายอภิชาติ ดำรงสันติสุข	ก2	บส.
๓๗	นายอัมรินทร์ สวัสดิ์วงศ์	ก2	บส.
๓๘	นางสาวบงกช กองชัยเสรีภาพ	ก2	ปส.1
๓๙	นางสาวพัชราภา พัฒนสมบูรณ์	ก2	ปส.2
๔๐	นายภาณุ วีระชาลี	ก2	สส.
๔๑	นายธนรัตน์ สุกิจจากร	ก2	ผส.
๔๒	นางสาวชนิดา สุปรีดานวัฒน์	ก2	มส.
๔๓	นางจิตสุภา ฤทธิผลิน	ก2	อส.
๔๔	นางสาวคัคณางค์ จามะริก	ก2	วส.
๔๕	นางสาวกัญญ์วรา ฝ่องสว่าง	ก3	กส. (ประธาน กสท.)
๔๖	นายพชร สิริบริรักษ์	ก3	ปส.1
๔๗	นางสาวทวิพร ทองเล็ก	ก3	ปส.2
๔๘	นางสาววัชรภรณ์ ภัยะ	ก3	ปส.3
๔๙	นายธนโชติ จำนงค์สังข์	ก3	ปส.3
๕๐	นางสาวอนรรติ โรจนสุพจน์	ก3	ผส.
๕๑	นางสาวรมิตา โรจน์สรายุรมย์	ก3	มส.

4. ผลจากการประชุมทางวิชาการ

การจัดประชุมทางวิชาการนี้ ได้รับเกียรติจากท่านประธาน กสทช. พลอากาศเอก ธเรศ ปุณศรี เป็นประธานเปิดงาน และมีรองประธาน กสทช. และประธาน กสท. พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์ กล่าวต้อนรับแขกผู้มีเกียรติซึ่งมาจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการ และบุคลากร กสทช. รวมทั้งสิ้น 15 ประเทศ กว่า 170 คน และยังได้รับเกียรติจาก กสทช. สฤัญญา กลางณรงค์ และ กสทช. พันตำรวจเอก ทวีศักดิ์ งามสง่า เข้าร่วมเปิดงาน

นอกจากนี้ รองประธาน กสทช. และประธาน กสท. พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์ กสทช. สฤัญญา กลางณรงค์ และ กสทช. ผศ. ดร. ธวัชชัย จิตรภาณุพันธ์ ยังให้เกียรติเป็นประธานในการประชุมทางวิชาการ ใน Session 2, 5 และ 6 ตามลำดับ อีกด้วย



โดยผลการประเมินโครงการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1: ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารโครงการ มีความพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 77.2 ซึ่งเป็นในเรื่องของสถานที่ ระยะเวลา เอกสารประกอบ การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ การสื่อสารข้อมูล สารระแก่ผู้อบรม

ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิทยากร มีความพึงพอใจคิดเป็นร้อยละ 81.8 ซึ่งจะเป็นในเรื่องเนื้อหาที่บรรยาย ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ การจัดกระบวนการเรียนรู้ของวิทยากร การตรงต่อเวลา ตลอดจนการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม และการตอบคำถามของวิทยากร

ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นจากการเข้าร่วม

3.1 สิ่งที่ได้รับรู้ตระหนักเพิ่มขึ้น หลักๆ มีดังนี้

- ได้เพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อในอาเซียนซึ่งเป็นโอกาสที่หาได้ยาก
- เข้าใจภาพรวมในอาเซียนเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- ได้ทราบถึงสถานการณ์ความคืบหน้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องของประเทศต่างๆ ตลอดจนแนวทางแข่งขันในอนาคต
- ได้เรียนรู้กฎหมาย แนวคิด และการพัฒนาทางเทคโนโลยี ทั้งในด้านขององค์กรกำกับดูแล และในด้านของผู้ประกอบการในหลายประเทศ ได้รับทราบความแตกต่าง ปัญหาและอุปสรรค ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศอื่นๆ
- ทำให้ทราบถึงทิศทางและพัฒนาการของการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เช่น มุมมองทางการตลาด การกำกับเนื้อหา และพฤติกรรมผู้รับชมต่อการเลือกรับสื่อระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เป็นต้น โดยสามารถปรับใช้แนวทางของประเทศต่างๆ ที่เหมาะสมกับประเทศไทยเพื่อให้เกิดมาตรฐานในระดับอาเซียน รวมถึงเพื่อพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลของไทยให้ก้าวสู่มาตรฐานสากล

3.2 การนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการทำงาน หลักๆ มีดังนี้

- นำประสบการณ์การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์รวมถึงประสบการณ์ของภาคเอกชนไปปรับใช้เพื่อออกกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปรับปรุงกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับลักษณะอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป
- การเปลี่ยนไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ส่งผลให้ต้องมีการให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวกระจายให้ทั่วถึงประชาชนทุกภาคส่วน รวมไปถึงต้องมีการเรียนรู้ถึงกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเพื่อไม่เกิดช่องว่างระหว่างกฎหมาย และให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างยุติธรรม
- ปรับใช้กับการวางแผนงานกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรได้ชัดเจนและตรงกับประเด็นมากขึ้น เลือกใช้เทคโนโลยีที่คุ้มค่าและเหมาะสมกับราคาและความต้องการ หรือสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด

- ประสบการณ์ของต่างประเทศเป็นตัวอย่างที่ดี เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกกฎหมายในการกำกับดูแลในอนาคต
- เข้าใจลักษณะของปัญหาที่เป็นอยู่ในแต่ละประเทศ รวมถึงการกำกับดูแลสื่อใหม่อันเป็นผลมาจากวิวัฒนาการของอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความสามารถมากขึ้น

5. สรุปเนื้อหาสาระสำคัญของการประชุมทางวิชาการ

5.1 Session 1: สภาพโดยรวมของตลาดในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Market overview)

Chair:	รองศาสตราจารย์สุธรรม อยู่ในธรรม คณบดีคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และประธานสถาบันวิชาการนโยบายกิจการสาธารณะกับธุรกิจและการกำกับดูแล
Keynote	Dr. Judhariksawan, Chairman, Indonesian Broadcasting Commission (KPI)
Speaker:	1. Andrew Marshall, Co-Chairman, Regulatory and Anti-piracy Committee, CASBAA 2. Jeremy Olivier, Head of Internet Policy, Ofcom-Office of Communications, UK

ASEAN Economic Community (AEC) เป็นการรวมตัวของชาติในอาเซียน 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน ซึ่งมีแนวทางหลัก 4 ประการ คือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก โดยกลุ่มประเทศ AEC มีคาดหวังว่าจะเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2020

ใน Session นี้ จะได้กล่าวถึงภาพรวมของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศในภูมิภาคอาเซียนดังกล่าว อุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียน และการเปรียบเทียบการรับชมโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร

Keynote: Understanding ASEAN Countries Broadcasting: An Overview

โดย Dr. Judhariksawan, Chairman, Indonesian Broadcasting Commission (KPI)

ในกลุ่มประเทศอาเซียนมีพื้นที่ประมาณ ๔.๕ ล้านตารางกิโลเมตร โดยมีประชากรประมาณ ๖๓๐ ล้านคน ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งเชื้อชาติ ภาษา และการปกครองประเทศ เช่นการปกครองแบบสาธารณรัฐ การปกครองโดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข การปกครองโดยมีนโยบายแบบเปิดเสรี การปกครองโดยมีความเป็นอิสระในการกำกับดูแล และการปกครองโดยการควบคุมของรัฐบาล ซึ่งระบอบการปกครองนั้น จะเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในแต่ละประเทศเช่นกัน

ยกตัวอย่างเช่นในกรณีของประเทศอินโดนีเซีย มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยที่ประชาชนมีอิสรภาพในการรับรู้ข้อมูลเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ มีอิสรภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตและดูโทรทัศน์ทั้งในระบบภาคพื้นดิน และดาวเทียม ซึ่งอาจแตกต่างจากบางประเทศ ที่มีความเข้มงวดในการนำเสนอของ

สื่อสารมวลชน เนื่องจากการนำเสนอสื่ออยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล ซึ่งอาจพบบางประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน มีการปกครองแบบผสมผสานระหว่างความมีอิสระภาพ และการกำกับดูแลของรัฐบาล

โดยส่วนใหญ่แล้ว กิจการโทรคมนาคม และการบริหารคลื่นความถี่ จะดูแลโดยรัฐบาลอย่างสมบูรณ์ ส่วนกิจการโทรทัศน์และการกำกับดูแลเนื้อหารายการ จะเป็นอิสระจากรัฐบาล เช่นเดียวกับ Indonesian Broadcasting Commission (KPI) ของประเทศอินโดนีเซีย

ถึงแม้ว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนจะมีความคล้ายกันในเรื่องสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ เช่น การรับส่งโดยผ่านระบบคลื่นความถี่ภาคพื้นดิน การรับส่งโดยผ่านระบบสายเคเบิล การรับส่งโดยผ่านระบบดาวเทียม

ทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมถึงกลุ่มประเทศอาเซียน ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และขณะนี้กลุ่มประเทศอาเซียนกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล ซึ่งก็ได้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ในการเปลี่ยนผ่านฯ และมีความพยายามที่จะยุติการส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกการภายในปี พ.ศ. 2015 – 2020 โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่จะทำการส่งสัญญาณระบบ Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System หรือ DVB-T2

ประเทศอินโดนีเซีย มีแผนกลยุทธ์ในการยุติโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบแอนะล็อก ภายในปี 2008 แต่ประสบปัญหาทางนโยบาย โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต้นแบบทางธุรกิจในระบบดิจิทัล ซึ่งอาจเป็นการเอื้อผลประโยชน์ให้กับสถานีที่มีขนาดใหญ่มากเกินไป ศาลฎีกาแห่งประเทศอินโดนีเซีย จึงกำหนดให้เพิ่มเติมกฎระเบียบ โดยมีเป้าหมายเพื่อธุรกิจโทรทัศน์ในระดับท้องถิ่น และสถานีโทรทัศน์ขนาดเล็กมากขึ้น โดยในขณะประเทศอินโดนีเซียอยู่ระหว่างรอกฎหมายใหม่ดังกล่าว

เนื่องจากเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้ามากขึ้น ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนจึงมีความต้องการรับสื่อมากกว่าในอดีต ทางเลือกในการสื่อสารทางใหม่ เช่น สื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมแบบออนไลน์ (Social Online) Internet Protocol Television (IPTV) และ Over the Top (OTT) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการรับสื่อ และจากตัวเลขด้านล่างแสดงให้เห็นถึงจำนวนประชากรในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนการใช้บริการเครือข่ายสังคมแบบออนไลน์ จำนวนการใช้โทรศัพท์มือถือ ในปี 2014

กิจกรรม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ใช้อินเทอร์เน็ต	155,173,606 คน	ร้อยละ 25
ใช้บริการเครือข่ายสังคมแบบออนไลน์	161,996,000 คน	ร้อยละ 26
ใช้โทรศัพท์มือถือ	688,607,654 คน	ร้อยละ 109

หมายเหตุ: จำนวนประชากร 630,551,581 คน แบ่งเป็น ในเมือง ร้อยละ 45 และ ชนบท ร้อยละ 55

ถือได้ว่าสื่อทางอินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์กลายเป็นหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ และมีการวิจัยถึงการใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชน โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมงในการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต แต่ใช้เวลาเพียงแค่ 1 ชั่วโมงในการดูโทรทัศน์ จากตารางด้านล่าง

แสดงให้เห็นถึงจำนวนการใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งเป็นข้อมูลจากผู้ทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ตของประเทศอินโดนีเซียระหว่างปี 2013 - 2018 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้จ่ายในการโฆษณามีอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Total Media, Digital and Mobile Internet Ad Spending in Indonesia, 2013-2018						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total media ad spending* (billions)	\$9.14	\$11.16	\$12.94	\$15.01	\$17.26	\$19.51
—% change	20.0%	22.0%	16.0%	16.0%	15.0%	13.0%
Digital ad spending** (billions)	\$0.27	\$0.53	\$0.95	\$1.61	\$2.66	\$3.99
—% change	90.0%	98.0%	80.0%	70.0%	65.0%	50.0%
—% of total media ad spending	2.9%	4.7%	7.3%	10.7%	15.4%	20.4%
Mobile internet ad spending*** (billions)	\$0.01	\$0.02	\$0.05	\$0.12	\$0.27	\$0.55
—% change	110.0%	130.0%	130.0%	130.0%	130.0%	100.0%
—% of digital ad spending	3.7%	4.3%	5.5%	7.4%	10.3%	13.7%
—% of total media ad spending	0.1%	0.2%	0.4%	0.8%	1.6%	2.8%

อย่างไรก็ตามตัวเลขนี้เป็นรายงานของประชากรในกลุ่มประเทศอาเซียนเท่านั้น แต่ส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 70 ของตลาดถูกควบคุมโดยประเทศอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียน

มีปัญหาหลายประการที่เกิดจากการสื่อสารทางใหม่ เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ และการละเมิดสิทธิในการออกอากาศ การวางกฎระเบียบในการกำกับดูแลเนื้อหารายการ การรู้เท่าทันสื่อ และอีกปัญหาหนึ่งที่สำคัญคือปัญหาด้านการจัดเก็บภาษีในการโฆษณา เพราะการตรวจสอบรายได้ที่แท้จริงค่อนข้างเป็นไปได้ยาก ทำให้รัฐบาลไม่สามารถจัดเก็บภาษีได้ตามที่ตั้งไว้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของประเทศ

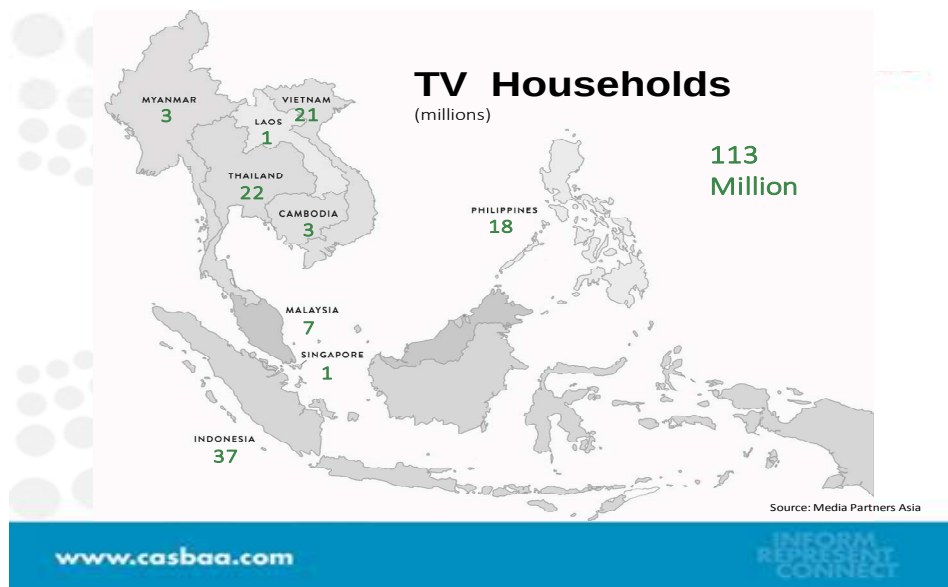
ปัญหาหลักอีกอย่างหนึ่งของกลุ่มประเทศอาเซียนนั้น คือเรื่องของเนื้อหารายการ เนื้อหาแบบดั้งเดิมในด้านวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นลดน้อยลงไป และคู่แข่งทางการค้ารายใหม่เข้ามาแทนที่ประชากรในกลุ่มวัยรุ่นและเด็กสามารถเข้าถึงการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย ซึ่งต้องสร้างจิตสำนึกในการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ และสามารถเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง อย่างไรก็ตามบางประเทศได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลด้านเนื้อหาเรียบร้อยแล้ว แต่บางประเทศยังคงอยู่ระหว่างการดำเนินการ

สุดท้ายเป้าหมายสำคัญของการเป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community (AEC) ภายในปี 2016 คือการลดการแข่งขันและเพิ่มการมีส่วนร่วม ให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี และการดำเนินการตามความร่วมมือโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ พยายามรวมทั้ง 10 ประเทศ เป็นตลาดเดียวหรือตลาดร่วม ทำให้เกิดโอกาสที่แข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ

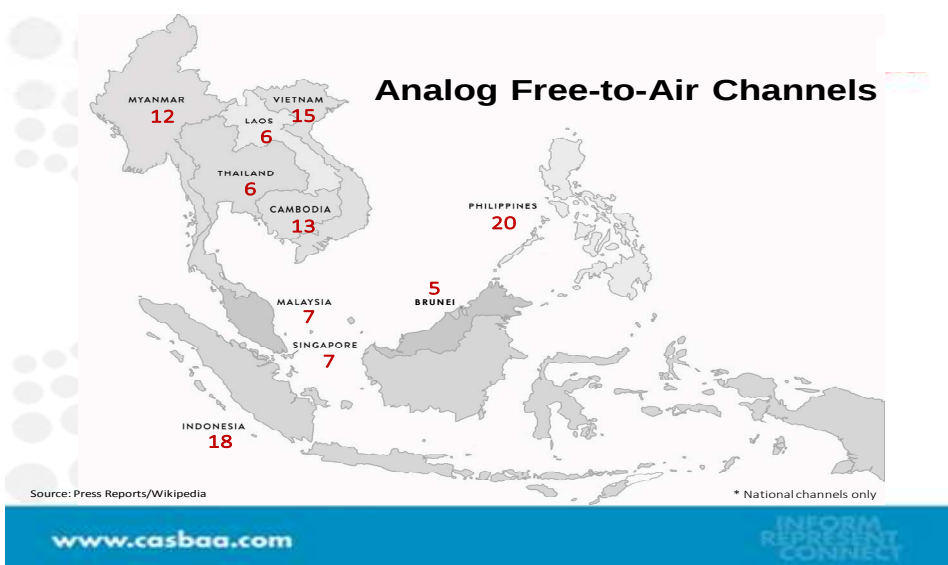
หัวข้อ: ASEAN Broadcasting Industry

โดย: Andrew Marshall, Co-Chairman, Regulatory and Anti-piracy Committee, CASBAA

จากภาพจะเห็นได้ว่าภูมิภาคอาเซียน มีครัวเรือนที่มีวิทยุและโทรทัศน์อยู่ประมาณ 113 ล้านครัวเรือน แยกเป็นแต่ละประเทศ ดังนี้ พม่า จำนวน 3 ล้านครัวเรือน เวียดนาม จำนวน 21 ล้านครัวเรือน ลาว 1 ล้านครัวเรือน ไทย 22 ล้านครัวเรือน กัมพูชา 3 ล้านครัวเรือน มาเลเซีย 7 ล้านครัวเรือน สิงคโปร์ 1 ล้านครัวเรือน อินโดนีเซีย 37 ล้านครัวเรือน และฟิลิปปินส์ 18 ล้านครัวเรือน



โดยจำนวนช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก (Analog Free-to-Air Channels) ระดับชาติ จำแนกตามแต่ละประเทศ เป็นดังนี้ พม่า 12 ช่อง เวียดนาม 15 ช่อง ลาว 6 ช่อง ไทย 6 ช่อง กัมพูชา 13 ช่อง มาเลเซีย 7 ช่อง สิงคโปร์ 7 ช่อง อินโดนีเซีย 18 ช่อง บรูไน 5 ช่อง และฟิลิปปินส์ 20 ช่อง



กล่าวได้ว่าในอาเซียนประสบปัญหาในการกำกับดูแลหลักๆ ดังนี้

- การกำกับดูแลเนื้อหารายการ
- การที่ไม่สามารถควบคุมการละเมิดสิทธิของผู้อื่น
- ประเด็นในทางธุรกิจ เช่น ภาษี การกำกับดูแลผู้มีอำนาจเหนือตลาด ตลอดจนการกำกับดูแลเนื้อหาในท้องถิ่น

โดยเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลที่ดี จึงได้เสนอแนวทางการกำกับดูแลในแต่ละด้าน ดังนี้

- ใบอนุญาต: ควรง่ายและมีการกำหนดค่าธรรมเนียมที่สมเหตุสมผล
- ทรัพย์สินทางปัญญา: ควรมีการกำกับดูแลที่ชัดเจนหรือยับยั้งการละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ โดยผ่านการจำกัดด้านการหมุนเวียนของเงินที่ให้แก่เว็บไซต์ที่ไม่ผิดกฎหมาย
- ด้านเนื้อหา: ควรกำหนดกฎเกณฑ์การกำกับดูแลที่ต่างกันระหว่างบริการโทรทัศน์ที่ต้องเสียค่าบริการในการรับชม บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และกิจการอินเทอร์เน็ต
- เนื้อหาท้องถิ่น: โดยควรมีการส่งเสริมสนับสนุนเนื้อหารายการท้องถิ่น ในลักษณะที่ไม่เป็นภาระแก่ผู้รับชมโทรทัศน์ที่ต้องเสียค่าบริการเพื่อรับชมมากไปกว่ากรณีการให้บริการอินเทอร์เน็ต
- ภาษี: มีการลดหรือบรรเทาภาระภาษีเพื่อให้เกิดการแข่งขัน
- การกำกับดูแลด้านเศรษฐกิจ: นโยบายการตลาดที่เป็นมิตรในด้านอัตราค่าบริการต่างๆ (Rate Regulation) ข้อจำกัดในเรื่องการเป็นเจ้าของ เป็นต้น

กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการวิทยุและโทรทัศน์ทุกแห่งใช้เนื้อหารายการเฉพาะ (Exclusive Content) ในการดึงดูดผู้ชมและสร้างฐานธุรกิจของตน โดยเฉพาะผู้เล่นรายใหม่เพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดและให้สามารถอยู่รอดได้ เช่น PCCW, Singtel, CTH และ Signal นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบัน เช่น Astro, Indovision, TrueVisions ก็มีช่องรายการเฉพาะเพื่อออกอากาศรายการท้องถิ่นซึ่งจะช่วยส่งเสริมการผลิตรายการท้องถิ่นอีกด้วย

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการกำหนดหลักเกณฑ์ในการออกอากาศรายการโทรทัศน์สำคัญในระดับชาติ (Listed Event Rules) เช่น กีฬาโอลิมปิก National Day Parade จึงถือว่ามีความเหมาะสม อย่างไรก็ตามควรต้องหลีกเลี่ยงกฎเกณฑ์ในลักษณะที่กำหนดว่าต้องมีแบ่งปัน (Share) เนื้อหารายการทุกประเภท เพราะจะเป็นการทำลายการแข่งขันและในท้ายที่สุดก็จะส่งผลกระทบทางลบกับผู้บริโภค

หัวข้อ: Television Audiences in the UK

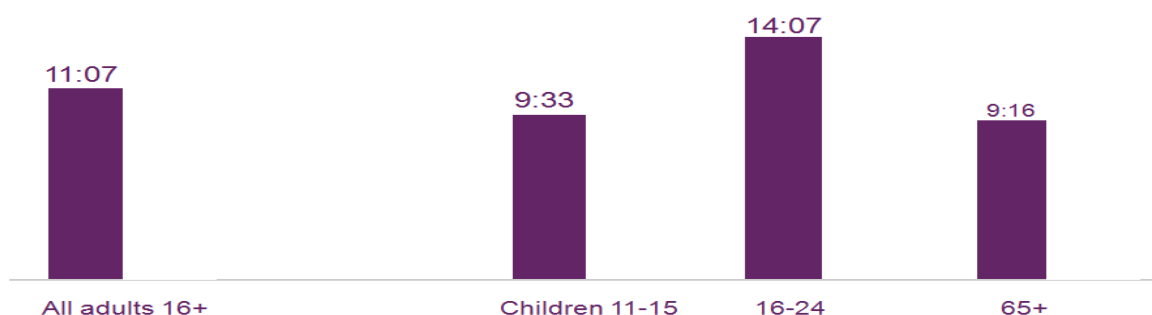
โดย: Jeremy Olivier, Head of Internet Policy, Ofcom-Office of Communications, UK

ในการนำเสนอครั้งนี้เป็นการเลือกตัวอย่างด้านกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร โดยประกอบได้ด้วยเรื่องความสนใจในการรับสื่อ ผู้ชมทีวี ตลอดถึงช่วงเวลา และกิจกรรมที่รับชม

Adults carry out over 11 hours of media and communications activity each day



Total Daily Media and Telecoms Activity (hours) in 2014



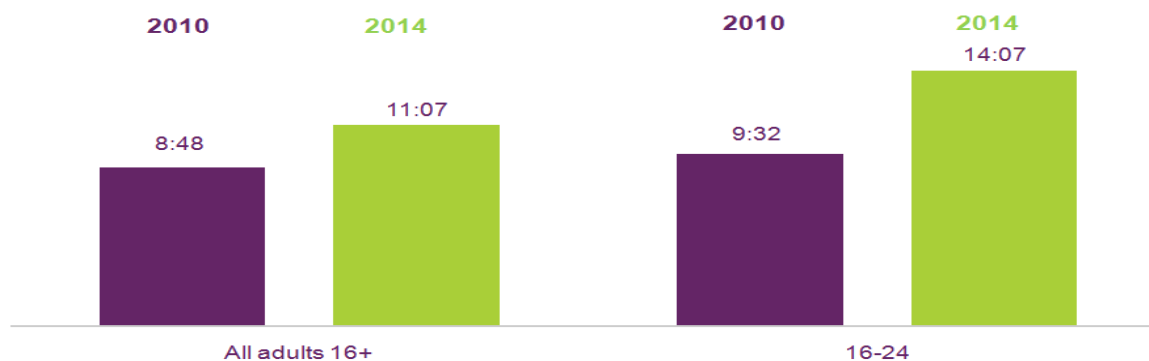
Source: Digital Day 7-day diary 2014

จากภาพแสดงให้เห็นว่าโดยรวมผู้ใหญ่ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป ใช้เวลาไปในการทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านสื่อและโทรคมนาคม (Media and Telecom) โดยเฉลี่ยถึง 11.07 ชั่วโมง ช่วงอายุ 16 - 24 ปี ใช้เวลาไปสูงสุดถึง 14.07 ชั่วโมง สำหรับเด็กอายุ 11 - 15 ปี ใช้เวลา 9.33 ชั่วโมง ในขณะที่ช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป ใช้เวลาต่ำสุดคือ 9.16 ชั่วโมง โดยเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงปี 2010 กับปี 2014 นั้น จะพบว่า ชั่วโมงที่ใช้ไปในแต่ละช่วงอายุจะเพิ่มมากขึ้น เช่น ในกลุ่มผู้ใหญ่อายุ 16 ปีขึ้นไป ในปี 2010 เวลาที่ใช้ในการรับชม 8.48 ชั่วโมง ในขณะที่ปี 2014 เวลาที่ใช้ในการรับชมสูงขึ้นถึง 11.07 ชั่วโมง

Total media and telecommunications activity is increasing, especially among the young



Total Daily Media and Telecoms Activity (hours)



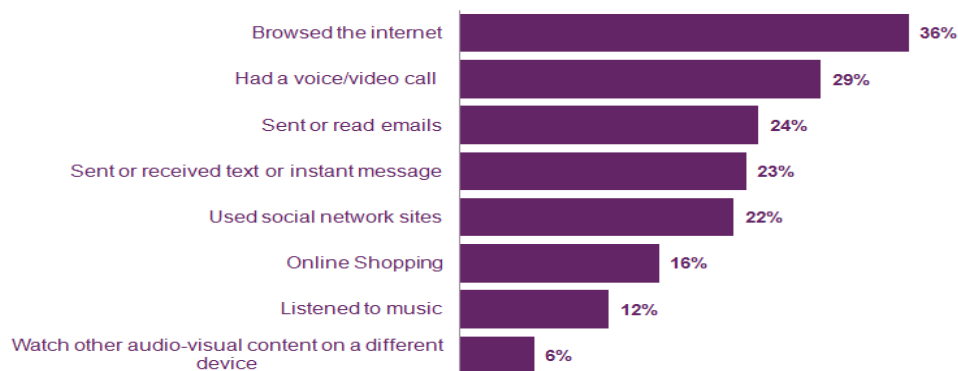
Source: Digital Day 7-day diary, 2010 and 2014

กิจกรรมที่ผู้ชมกระทำไปด้วยในขณะที่รับชมโทรทัศน์ (Medial Stacking) ที่ยอดนิยมจะเห็นได้ว่าเป็นการใช้อินเทอร์เน็ต ถึง 36 เปอร์เซ็นต์ ลำดับต่อมา คือ การสื่อสารทางเสียง (Voice/Video Call) ร้อยละ 29

Audiences do other things while watching television: we call this “media stacking”



Activities conducted while watching TV (% of population, 2013)



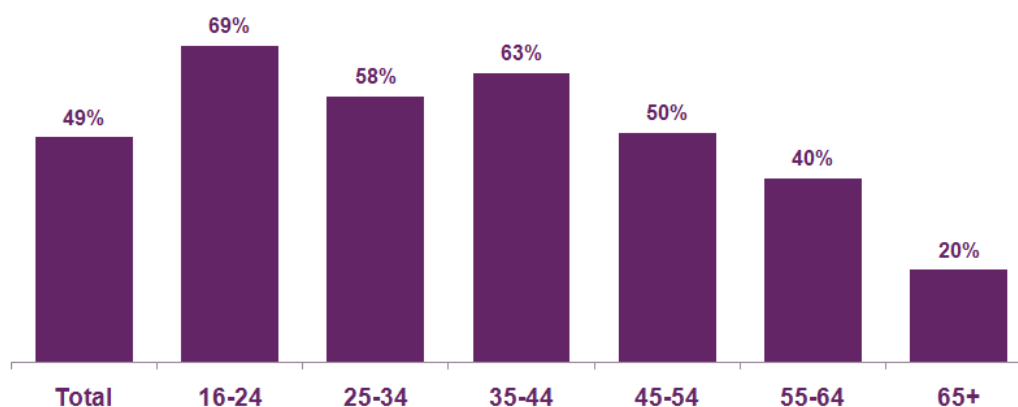
Source: Ofcom omnibus survey 2013

โดยจากภาพด้านล่างจะเป็นได้ว่าประมาณครึ่งหนึ่งของประชากรทำกิจกรรมอย่างอื่นขณะรับชมโทรทัศน์

Half the population “stack” while watching TV



Proportion of Population *Stacking* weekly



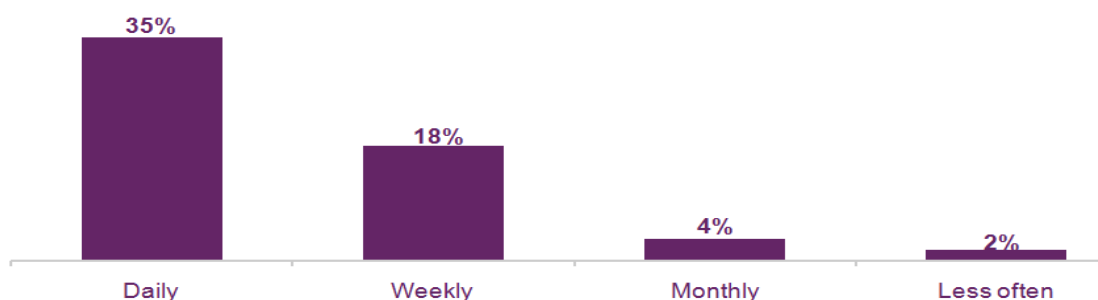
Source: Ofcom omnibus survey 2013

โดยจากสถิติรายวัน (Daily) พบว่าผู้ชมจำนวนมากกว่า 1 ใน 3 ที่รับชมโทรทัศน์กระทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วยขณะที่รับชมโทรทัศน์

More than one in three viewers *stacks* while watching TV every day



**Frequency of Stacking
(%Population)**



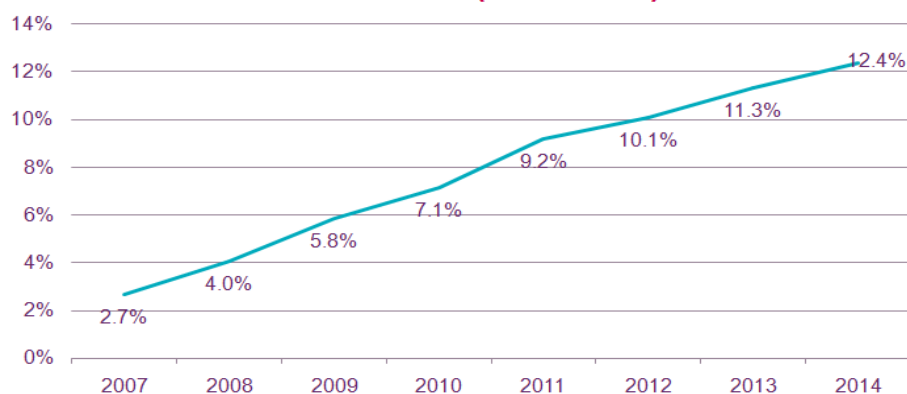
Sources: Ofcom omnibus survey 2013

นอกจากนี้ จากภาพด้านล่างจะเห็นได้ว่าปริมาณผู้ชมที่เปลี่ยนมาชมในลักษณะ Time Shifted Viewing หรือการบันทึกรายการเพื่อรับชมในภายหลังนั้น มีปริมาณสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2007 เป็นจำนวนร้อยละ 2.7 ในขณะที่ปี 2014 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.4

The proportion of viewing which is “time-shifted is growing steadily



**Proportion of time shifted viewing
(All Adults)**



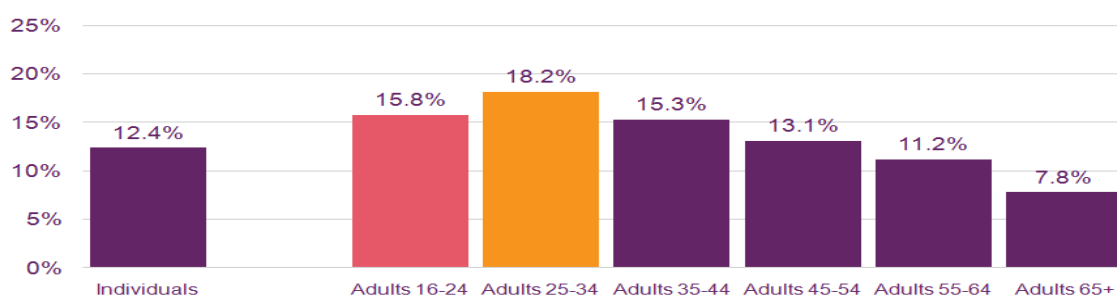
Source: BARB, Network, all Individuals

หากเปรียบเทียบตามกลุ่มอายุเราก็จะเห็นว่า ในกลุ่มอายุ 25 - 34 ปี จะเป็นกลุ่มคนที่มีการรับชมย้อนหลังมากที่สุดเป็นร้อยละ 18.2 ถัดมาจะเป็นกลุ่มอายุ 16 - 24 ปี ร้อยละ 15.8 และกลุ่มอายุ 35 - 44 ปี เป็นร้อยละ 15.3 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะการทำงานจึงทำให้ต้องมีการรับชมย้อนหลังมากขึ้นในกลุ่มอายุดังกล่าว

Younger viewers timeshift the most



Proportion of viewing which is timeshifted (2014)



Source: BARB,

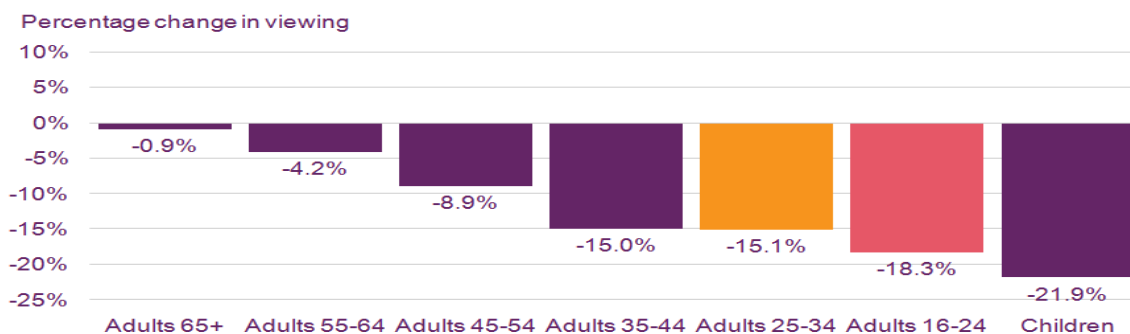
และหากเปรียบเทียบถึงประเภทรายการในสหราชอาณาจักร แล้วจะพบว่ารายการประเทศละคร ทั้ง UK Soaps และ UK Drama เป็นประเภทรายการที่มีการดูย้อนหลังมากที่สุด ถึงร้อยละ 32 และกลุ่มประเภทรายการข่าว (National News) จะเป็นประเภทที่ผู้ชมดูย้อนหลังน้อยที่สุด คือร้อยละ 3

นอกจากนี้ เมื่อดูจากกราฟย้อนหลัง จะเห็นว่าประชาชนให้ความสนใจกับช่องรายการ 4 ช่องหลัก ได้แก่ ช่อง 4 ช่อง itv ช่อง BBC TWO และช่อง BBC One ลงเกือบครึ่ง เหลือเพียง 51 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งอาจจะเป็นสัญญาณที่บ่งบอกว่าการมาของอินเทอร์เน็ตอาจส่งผลกระทบต่อวงการโทรทัศน์ก็เป็นได้ ซึ่งสอดคล้องกับภาพด้านล่างที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมที่เป็นเด็กรับชมรายการผ่านโทรทัศน์น้อยลงอย่างมาก

Viewing among the young is dropping fast



Change in weekly viewing by age group 2010-2014



Source: BARB, TAM JICTAR and Ofcom estimates. Individuals (4+).

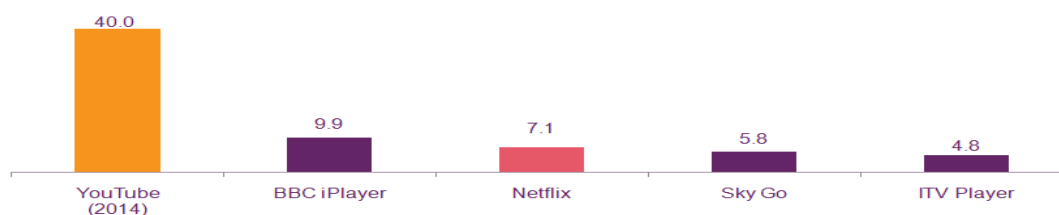
โดยจะเห็นได้ว่าบริการวิดีโอออนไลน์มีความสำคัญยิ่งขึ้น จากภาพจะเห็นได้ว่าบริการที่มาเป็นอันดับหนึ่งคือ YouTube ถึงร้อยละ 40 ถัดมาเป็น BBC iPlayer เพียงร้อยละ 9.9 จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อออนไลน์ส่งผลกระทบต่อวงการโทรทัศน์มาก เนื่องจากผู้รับชมเปลี่ยนช่องทางการรับชมจากเครื่องรับโทรทัศน์เป็นช่องทางผ่านสื่อออนไลน์

But new online video services are also significant

Ofcom

Users of Selected Online Video Services (Millions, Apr 2015)

Total unique visitors (000)



Source: comScore MMX-MP, UK April 2015

การอภิปราย

1. สถานการณ์ในกลุ่มประเทศอาเซียนในภาพรวมเป็นอย่างไรบ้างในปัจจุบัน แนวทางการดำเนินการเกี่ยวกับกิจการวิทยุและโทรทัศน์ใน AEC จะเป็นอย่างไร ควรมีการเจรจาต่อรองร่วมกันมากกว่านี้หรือไม่

Dr. Judhariksawan กล่าวว่า ในปัจจุบันมีการเพิ่มขึ้นของการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้การใช้บริการแบบดั้งเดิม (Traditional Consumer) ลดลง ผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนไปใช้บริการออนไลน์มากขึ้น ในสถานการณ์เช่นนี้ จึงควรกำกับกับดูแลเพื่อสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับการแข่งขันของการใช้บริการแบบออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งควรต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ เทคโนโลยีน่าจะต้องเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถของประชาชน โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และผู้หญิง โดยจะต้องมั่นใจว่าเทคโนโลยีนั้นปลอดภัยและช่วยเสริมสร้างศักยภาพของเด็กและเยาวชนได้ ซึ่งถือเป็นประเด็นหลักสำหรับสถานการณ์ที่รูปแบบของการแพร่ภาพกระจายเสียงนั้นมีก้าวหน้าขึ้น

2. การจำกัดสิทธิการเข้าร่วมในการประกอบกิจการของชาวต่างชาติในประเทศ ซึ่งเป็นประเด็นที่ค่อนข้างอ่อนไหวสำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งในแต่ละประเทศก็มีการกำหนดหลักเกณฑ์ของตนเองในสัดส่วนของการอนุญาตการมีส่วนร่วมของชาวต่างชาติ คิดว่าสิ่งนี้มีผลกระทบต่อกลุ่มประเทศอาเซียนหรือไม่ อย่างไร

Dr. Judhariksawan กล่าวว่า คิดว่าเรื่องกำกับดูแลนั้นน่าจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละประเทศ โดยขึ้นอยู่กับบริบทที่ประเทศนั้นๆ ได้วางไว้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับความก้าวหน้าทาง

เทคโนโลยี ทั้งนี้ มีความเห็นว่า การกำกับดูแลที่ก่อให้เกิดข้อจำกัดนั้น จะเป็นการทำให้ประชาชนต้องถูกจำกัด และติดอยู่ภายใต้ข้อห้ามหรือการกำกับดูแลบางอย่าง ซึ่งก็ย่อมทำให้ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อ รับชมได้ทุกอย่าง อย่างไรก็ตาม คิดว่าขึ้นอยู่กับแต่ละประเทศ หากปล่อยให้ประชาชนมีอิสระในการใช้ เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงเนื้อหารายการต่างๆ นั้น เนื้อหานั้นต้องอยู่ในลักษณะที่เป็นการเพิ่มขีดความสามารถ ให้กับประชาชน โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน

3. ขอบข่าย CASBAA ในประเด็นเกี่ยวกับเรื่องการกำกับดูแลด้านโฆษณา การกำกับดูแลนั้นมี ผลอย่างไรต่อการโฆษณา โดยเฉพาะในภูมิภาคนี้ ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องลิขสิทธิ์หรือไม่ ควรกำกับดูแลอย่างไรเพื่อเปิดกว้างต่อเรื่องนี้ อย่างน้อยก็ในกลุ่มประเทศอาเซียน CASBAA ในฐานะ องค์การภาคเอกชน มีความเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องนี้

Andrew Marshall กล่าวว่า CASBAA เป็นตัวแทนของช่องรายการสากล (International Channel) จำนวนหนึ่ง และดูแลโมเดลทางธุรกิจของช่องรวมถึงการโฆษณา ซึ่งนั้นย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละ ช่องรายการ เช่น บางช่องก็เป็นการโฆษณาแบบทั่วๆ ไป บางช่องต้องพึ่งการโฆษณาบางอย่าง เนื่องจากเป็น ช่องรายการที่มีเนื้อหาเฉพาะ ดังนั้น เราจึงเห็นข้อกังวลเกี่ยวกับการที่ตลาดอื่น (ประเทศอื่น) มีการกำหนด ข้อบังคับเกี่ยวกับเนื้อหารายการหรือการโฆษณา ซึ่งส่งผลทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคนั้นลดลง เพราะการถูก จำกัดรายได้ที่เกิดจากการโฆษณาเป็นการจำกัดวิถีทางที่ช่องรายการจะลงทุนเพื่อการพัฒนาเนื้อหารายการ หรือสร้างช่องใหม่ โดยเห็นว่าเรื่องรายได้จากการโฆษณายังเป็นสิ่งหลักที่สำคัญในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลดีต่อทางเลือกของผู้บริโภค และจะก่อให้เกิดการจัดให้มีเนื้อหารายการที่เพิ่มมากขึ้นให้กับผู้บริโภค ดังนั้น การกำกับดูแลเป็นการเฉพาะในแต่ละตลาด (แต่ละประเทศ) เพื่อจำกัดความเป็นเจ้าของของ ชาวต่างชาตินั้นยังถือว่าเป็นสิ่งที่ยากต่อการปฏิบัติจริง เช่นในประเทศสิงคโปร์นั้นมีช่องรายการของต่างชาติ เป็นจำนวนมาก ที่ถูก Uplink จากสิงคโปร์ หรือแม้แต่ผ่านดาวเทียม และถูกดึงไปเผยแพร่ต่อในประเทศไทย อินโดนีเซีย หรือฮ่องกง ดังนั้น การสร้างช่องรายการใหม่ๆ ในแต่ละตลาดนั้นมีค่าดำเนินการที่ค่อนข้างสูงจริงๆ ในพื้นที่หนึ่งๆ ใช้เงินถึง 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปีในการสร้างช่องรายการหนึ่งในหนึ่งตลาด ดังนั้น เรามักจะ เห็นว่าในตลาดที่เริ่มมีมาตรการกำกับดูแล จะเริ่มเกิดการหายไปของช่องรายการ เพราะมีฐานะทางการเงินที่ ไม่เพียงพอต่อการสร้างเนื้อหารายการต่อไปได้ แต่นั่นก็ดูเหมือนจะเป็นลักษณะหนึ่งที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ ใน อุตสาหกรรมนี้ไม่ว่าจะต้องการให้เป็นแบบนั้นหรือไม่ก็ตาม

4. คิดอย่างไรต่อการประสานเข้าด้วยกัน (Harmonize) ระหว่างการกำกับดูแลด้านเนื้อหา รายการ และเนื้อหาโฆษณา เนื่องจากปกติค่อนข้างเน้นไปในทางเนื้อหารายการมากกว่าด้านโฆษณา

Andrew Marshall กล่าวว่า ตามปกติแล้ว ทั้งสองด้านมีความต้องการในการกำกับดูแล ที่แตกต่างกัน แม้แต่ในประเภทรายการที่แตกต่างกันยังต้องการมาตรการที่แตกต่างกัน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่น รายการเกี่ยวกับเด็ก เป็นต้น ดังนั้น ในด้านเนื้อหาโฆษณาก็คงต้องการการกำกับดูแลที่แตกต่างกันด้วย เช่นกัน มุมมองที่สามารถปฏิบัติได้จริงในทางปฏิบัติจึงเป็นความจำเป็นต่อการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับด้าน เนื้อหารายการ

5. ในบางประเทศในอาเซียน มีผู้กำกับดูแลแยกกันระหว่างเนื้อหารายการโทรทัศน์และการกำกับดูแลโฆษณา คิดว่านั่นเหมาะสมกับประเทศในอาเซียนหรือไม่

Andrew Marshall กล่าวว่า ในความเป็นจริงแล้วเป็นการดีที่อุตสาหกรรมได้ปล่อยให้การโฆษณามีการกำกับดูแลแบบไม่เข้มงวด (Soft Regulation) เพราะจะทำให้ไม่มีกฎเกณฑ์ที่สูงเกินไป ซึ่งถือว่าเป็น Best Model ที่ควรแนะนำกับหน่วยงานกำกับดูแล

6. DSM Plan (Digital Single Market) มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักรหรือในยุโรปอย่างไร มีแผนงานหรือมีความคิดเห็นอย่างไร

Jeremy Olivier กล่าวว่า DSM นั้นมีขึ้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อตลาดดิจิทัลมากขึ้น และเพื่อให้เกิดการเติบโตในด้านยอดขายและการบริการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำกับดูแลในยุโรป ทั้งนี้จะขอกล่าวถึงสิ่งที่มีอยู่ ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงไปถึง ASEAN Community ได้ นั่นก็คือ หลักการของประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิด (Country of Origin Principle) ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากของการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ทั่วทั้งยุโรป หลักการของ Country of Origin ก็คือ ในระหว่างชุมชน (Community) ผู้ประกอบการวิทยุและโทรทัศน์ (Broadcaster) สามารถส่งสัญญาณไปยังรัฐ (State) ใดก็ได้ แต่จะต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของแต่ละรัฐนั้นๆ แม้ว่าจะทำการแพร่ภาพกระจายเสียงไปทั่วทั้งยุโรปก็ตาม ซึ่งแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงศักยภาพของแต่ละรัฐที่มีกรอบการดำเนินงานทางด้านการกำกับดูแลของตนเองทั้งในบริบทของมาตรฐานด้านเนื้อหารายการและบริบทของการจัดการในประเด็นต่างๆ อย่างไรก็ตาม หลักการ Country of Origin นั้นมีมาตรฐานร่วมกันที่ค่อนข้างกว้างที่กำหนดให้ผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์ทุกรายจะได้รับการคุ้มครองให้สามารถประกอบกิจการได้โดยไม่ให้เกิดการขาดทุน เช่น ให้มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์บางอย่างได้ ซึ่งกรอบเงื่อนไขนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการในแต่ละประเทศรู้สึกสะดวกใจยิ่งขึ้นในการรับสัญญาณการแพร่ภาพกระจายเสียงจากรัฐอื่นๆ เข้ามา เนื่องจากจะสามารถมั่นใจได้ถึงมาตรฐานและความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับด้านการลงทุนทางด้านเนื้อหารายการของประเทศนั้นๆ ดังนั้นเมื่อประเทศหนึ่งๆ มีการรับการแพร่ภาพกระจายเสียงมาจากประเทศอื่น ระบบการกำกับดูแลของประเทศนั้นๆ จะถูกใช้แทนที่ไม่ว่าจะเป็นกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงมาจากที่ใดก็ตาม สิ่งนี้เชื่อมโยงไปถึงการส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียงทางดาวเทียมด้วย และนี่ก็ถือเป็นวิธีที่สำคัญที่ให้ความรู้สึกถึงภาวะของการเชื่อมโยงและการมีส่วนร่วมต่อกันในยุโรปที่เกิดขึ้นใหม่คล้ายกับผลของการมีอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม เรารับรู้ได้ถึงสภาพตลาดและการกำกับดูแลในยุโรป ที่แม้แต่ผู้ให้บริการ Over the Top (OTT) ที่เกิดขึ้นมาใหม่ก็ยังอยู่นอกเหนือกรอบพื้นฐานในการกำกับดูแลทางด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ดังนั้น ในบางภูมิภาคจึงอาจจะมีการเข้ามาของ OTT และ Online Service จากนอกประเทศ สำหรับในยุโรปนั้น มีตัวอย่าง เช่น Netflix ที่เข้ามาเป็นในผู้ให้บริการรายใหญ่สำหรับบริการ VOD on Demand ข้ามประเทศ โดยมาตรฐานการกำกับดูแลถูกกำหนดให้ใช้ของกลุ่มประเทศยุโรป รวมทั้งมาตรฐานเกี่ยวกับการโฆษณาด้วย นั้นหมายถึงว่าประเทศต่างๆ นั้นจะสะดวกใจมากยิ่งขึ้นในการประกอบกิจการ อย่างไรก็ตาม ในบางแง่มุมก็ดูจะเป็นการทำลายต่อการเข้าประเทศชายแดนที่ต้องอยู่ภายใต้กรอบเงื่อนไขระหว่างเขตแดน ในปี 2009 ยุโรปได้สร้าง

แนวทางความเป็นกลางด้านแพลตฟอร์ม (Platform Neutral Approach) เพื่อช่วยในการกำกับดูแลการให้บริการ โดยเนื้อหาระบุว่า หากเป็นการแพร่ภาพกระจายเสียงแบบ Linear Channel (ช่องรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมต้องรับตามที่ตั้งรายการเป็นผู้เสนอเนื้อหารายการตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ โดยที่ผู้ชมไม่สามารถควบคุมเนื้อหารายการเพื่อหยุดภาพและเสียงเองได้) และใช้การส่งสัญญาณแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิม อาทิ ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก หรือ ดิจิตอล หรือไม่ว่าจะเลือกดำเนินการส่งสัญญาณผ่านระบบ IP หรือผ่านอินเทอร์เน็ตก็ตาม ถ้ามีลักษณะเหมือนเป็น Linear Channel ก็จะต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของ Linear Channel

7. ในประเทศไทยปัจจุบันได้มีการออกกฎเกณฑ์การกำกับดูแลเกี่ยวกับกรณีการหลอมรวมสื่อ (Convergence) แล้ว ในอินโดนีเซียมีสถานการณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างไรบ้าง

Dr. Judhariksawan กล่าวว่า ในอินโดนีเซียตอนนี้ยังไม่มี เนื่องจากมี Electronic Transaction ที่ค่อนข้างต่ำ แต่ก็พยายามออกกฎใหม่ๆ อยู่ ด้วยการมองว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการเพื่อกำหนดนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

8. คิดยังงกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ไม่สามารถจัดการได้มากนัก สถานการณ์เป็นอย่างไรบ้างในประเทศอินโดนีเซีย

Dr Judhariksawan กล่าวว่า ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์นี้ ซึ่งถือเป็นความท้าทาย ต้องใช้การตัดสินใจที่ชาญฉลาดในการไปให้ถึงความสำเร็จ แต่ก็คิดว่าเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ต่างชนชั้นกันมาก จึงต้องวางนโยบายที่ครอบคลุม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ในวงกว้าง วิธีการที่ดีที่สุดคือต้องทำให้เกิดการกำกับดูแลให้ดีที่สุด ทั้งด้านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในอนาคต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับประชาชนในชาติให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้

5.2 Session 2: การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล (Transition to digital communications/Digital switchover)

Chair:	พันเอก ดร. นที ศุกลรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
Speaker:	1. Tony George, Manager Broadcasting Carriage Policy, Australia Communications and Media Authority (ACMA) 2. Ling Pek Ling, Project Director of the Digital Broadcasting Deployment Office, Media Development Authority Singapore (MDA) 3. Haniza Ros Nasaruddin, Chief Commercial Officer, MYTV Broadcasting Sdn Bhd, Malaysia 4. Kim Sarin, Deputy Director of Broadcasting Department, Ministry of Information Cambodia

หัวข้อ: Transition to Digital Communications and Digital Switchover: Challenges and Opportunities, Giving Access to Rural Populations

โดย: Tony George, Manager Broadcasting Carriage Policy, Australia Communications and Media Authority (ACMA)

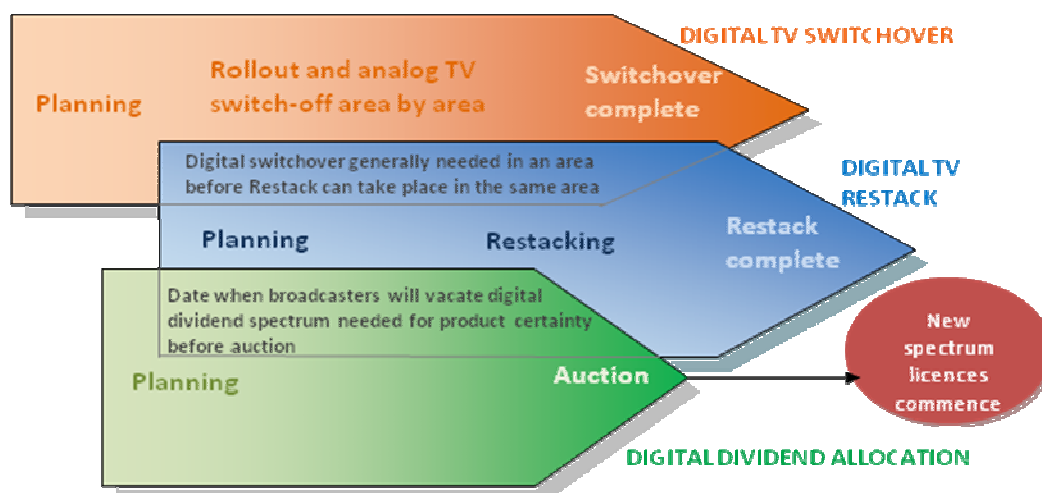
การเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล

โครงสร้างกิจการโทรทัศน์ในออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียมีการจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการตามพื้นที่ โดยจะแบ่ง 19 ตลาด (พื้นที่) ในแต่ละตลาดจะสามารถมีใบอนุญาตประเภทธุรกิจได้ 3 ใบอนุญาต ทั้งนี้ประเทศออสเตรเลียมีช่องรายการโทรทัศน์ระดับชาติ (National TV broadcasters) 2 ราย และมีอัตราการเข้าถึงการรับชมอยู่ที่ร้อยละ 98 ของประชากรทั้งประเทศ

การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

กฎหมายปี 1998 ได้กำหนดให้ประเทศออสเตรเลียเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล หลังจากนั้นรัฐบาลออสเตรเลียได้มีการวางแผนการเปลี่ยนผ่าน 3 ส่วน ได้แก่ การเปลี่ยนผ่านจากระบบแอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัล การ Restack ช่องรายการโทรทัศน์ และการวางแผนการประมูลคลื่นความถี่ โดยคาดว่าจะสามารถใช้งานคลื่นความถี่ย่าน 700 MHz ได้ในช่วงปี 2014 - 2015



โดยการเปลี่ยนผ่านนั้นได้รับความร่วมมือจากหลายส่วน ดังนี้

1. Department of Broadband Communications and the Digital Economy

มีหน้าที่หลักในการวางนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกสู่โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และการ Restack ช่องรายการ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าถึงและตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านฯ นอกจากนี้ ยังช่วยสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. Australian Communications and Media Authority (ACMA)

มีหน้าที่หลักในการอนุมัติแผนการเปลี่ยนผ่านฯ การจัดสรรช่องโทรทัศน์ รวมถึงตรวจสอบการครอบคลุมของสัญญาณและนำเสนอรายงาน

3. PIM

ทำหน้าที่บริหารโครงการทั้งหมดเกี่ยวข้องกับการ Restack แทนรัฐบาลออสเตรเลีย

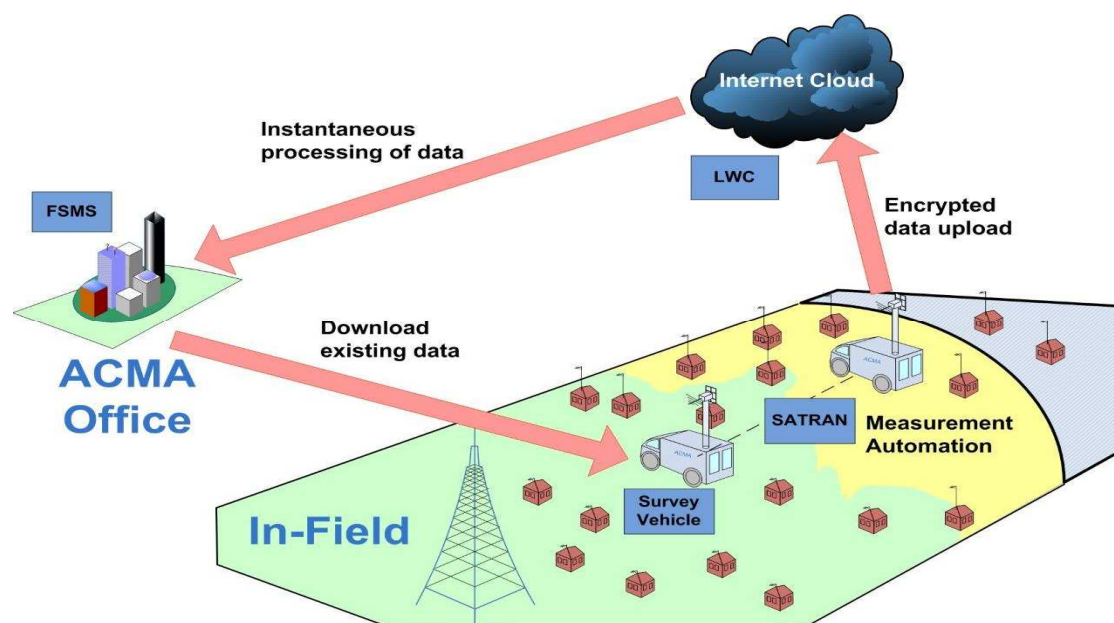
ความท้าทาย และโอกาส ในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวี

การเปลี่ยนผ่านสู่การรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ประเทศที่กำลังดำเนินการเปลี่ยนผ่านฯ จำเป็นต้องศึกษาและเตรียมพร้อมเพื่อให้กระบวนการเปลี่ยนผ่านฯ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สำหรับความท้าทายในการเปลี่ยนผ่านนั้น ทางรัฐจะต้องมั่นใจว่าสามารถที่จะกำกับดูแลเรื่องสัญญาณให้มีความครอบคลุมพื้นที่และจำนวนประชากรได้เทียบเท่ากับการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องส่งแผนการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับเข้าถึงบริการและความครอบคลุมของสัญญาณให้หน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลด้วย และที่สำคัญจะต้องคำนึงถึงการเข้าถึงบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลของประชาชนในพื้นที่ชนบทหรือพื้นที่ห่างไกลให้เข้าถึงสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลด้วยเช่นกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการ Retransmission ในพื้นที่ห่างไกลโดยได้รับความร่วมมือ

จากส่วนปกครองท้องถิ่นในพื้นที่นั้นๆ นอกจากนั้นยังมีความท้าทายในเรื่องการวางแผน Restack ช่องรายการโทรทัศน์ด้วย เพราะจำเป็นต้องวางแผนการใช้คลื่นความถี่ให้เหมาะสมกับแผนการดำเนินงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย โดยทาง ACMA ได้กำหนดนโยบายว่าจำเป็นที่จะต้องมีการใช้ซ้ำและใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด

การเปลี่ยนผ่านนั้นเป็นการสร้างโอกาสต่างๆ ให้กับประเทศออสเตรเลีย เพราะได้สร้างเทคโนโลยีใหม่ๆ สำหรับการวัดความครอบคลุมของสัญญาณ สำหรับสัญญาณแอนะล็อกนั้นจะทำการวัดเพียงแค่ 23,000 จุดเท่านั้น ในขณะที่การรับส่งสัญญาณดิจิทัลนั้นได้ทำการวัดถึง 168,000 จุด นอกจากนี้ยังมีการพัฒนากระบวนการสำรวจเรื่องการโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อตรวจวัดการส่งสัญญาณ ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์กับประเทศและประชาชนเป็นอย่างมาก



นอกจากนี้การเปลี่ยนผ่านๆ ยังก่อให้เกิดโอกาสสำคัญในการรับชมสำหรับผู้ชมที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลด้วย Viewer Access Satellite Television (VAST) ซึ่งทำให้คนที่อยู่ห่างไกลได้รับชมโทรทัศน์ 17 ช่องรายการเท่ากับคนในเมือง และยังสร้างโอกาสให้เกิดช่องโทรทัศน์ของคนท้องถิ่น (Indigenous TV Channel) อีกด้วย

หัวข้อ: Digital Switchover – Challenges and Opportunities

โดย: Ling Pek Ling, Project Director of the Digital Broadcasting Deployment Office,
Media Development Authority Singapore (MDA)

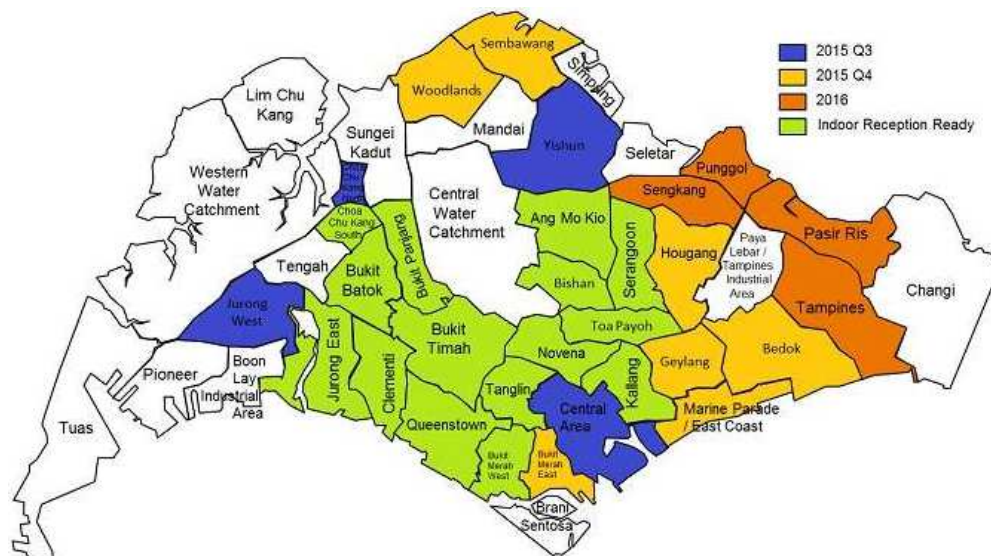
กิจการโทรทัศน์ในสิงคโปร์

การรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์ จะให้อิสระในการใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการใหม่ๆ อาทิ การให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้บริการ Wireless Broadband และมี

การให้บริการ 7 ช่องโทรทัศน์ความคมชัดสูง โดยออกอากาศบนคลื่นความถี่ 4 ช่องความถี่ (เป็นแบบ Single Frequency Network: SFN) โดยผู้บริโภครจะได้รับประโยชน์ กล่าวคือ

- ได้รับชมภาพที่มีความคมชัดดีกว่าเดิม
- คุณภาพของเสียงที่ดีกว่า
- มีคำบรรยายเป็นภาษาที่หลากหลายมากขึ้น
- ได้รับเนื้อหาหรือข้อมูลใหม่ๆ รวมถึงบริการใหม่ๆ อาทิ คู่มือโปรแกรมอิเล็กทรอนิกส์ บริการโทรทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Interactive TV)
- สามารถรับสัญญาณภายในอาคารได้ เป็นต้น

โดยจากรูปแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของครัวเรือนที่รับสัญญาณดิจิตอลทีวี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีจำนวนครัวเรือนกว่าร้อยละ 41 ในประเทศสิงคโปร์ ที่สามารถเข้าถึงหรือรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลได้แล้ว



เครื่องรับสัญญาณดิจิตอลทีวีระบบ DVB-T2

เครื่องรับสัญญาณหรืออุปกรณ์รับสัญญาณที่ขายสำหรับการใช้งานในประเทศสิงคโปร์ จะต้องมีความสัมพันธ์กันต่ำเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยในประเทศสิงคโปร์มีรูปแบบโทรทัศน์ที่รับสัญญาณ DVB-T2 จำนวน 316 รูปแบบ และมี Set Top Boxes จำนวน 6 ยี่ห้อ มีการติดป้ายเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าอุปกรณ์ดังกล่าวรองรับระบบ DVB-T2 และ Set Top Boxes ที่ใช้ด้วยกันได้



ช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณะ (Public outreach)

ทั้งนี้ ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ต่อสาธารณะมีรายละเอียดหลักๆ ดังนี้

- โฆษณาผ่านช่องทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายจอรถประจำทาง หรือบนรถไฟ
- โบรชัวร์ โปสเตอร์ วิดีโอให้ความรู้ในร้านต่างๆ
- การส่งหนังสือเล่มเล็กๆ ไปยังครัวเรือนเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับดิจิตอลทีวีผ่านทางไปรษณีย์
- โครงการผู้ช่วยเกี่ยวกับดิจิตอลทีวี สำหรับครัวเรือนที่มีรายได้น้อย
- มีการกระจายให้ความรู้บริเวณสถานที่สาธารณะหรือพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ศูนย์กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ
- มีการให้ความรู้สำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ
- มีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เป็นภาษาที่หลากหลาย จำนวน 4 ภาษา



นอกจากนี้ ยังมีการรณรงค์ (Word of Mouth Campaign) โดยการขอความร่วมมือกับผู้นำชุมชนและอาสาสมัครเพื่อสื่อสารไปยังแต่ละครัวเรือน มีการแต่งตั้งทูตดิจิตอลทีวี และการให้ความรู้แก่ครัวเรือนในการเปลี่ยนผ่านจากระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิตอลตั้งแต่เริ่มกระบวนการเปลี่ยนผ่าน

หัวข้อ: Transition to Digital Communication/Digital Switchover

โดย: Haniza Ros Nasaruddin, Chief Commercial Officer, MYTV Broadcasting Sdn Bhd, Malaysia

การให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศมาเลเซีย

ในประเทศมาเลเซียประชาชนสามารถเข้าถึงบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลถึงร้อยละ 98 ของประชากร โดยข้อดีของการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลก็คือเพิ่มรายได้ของภาคอุตสาหกรรมโฆษณา และเพิ่มความนิยมของภาคอุตสาหกรรมโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังจะส่งผลดีต่อประเทศและสังคมดังต่อไปนี้

ประโยชน์ของการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต่อประเทศ

การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน DVB-T ของประเทศมาเลเซียจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศในระยะยาว โดยมีข้อดีหลายด้าน อาทิ เช่น

- สามารถส่งออกรายการโทรทัศน์ไปยังต่างประเทศ
- สร้างทรัพย์สินทางปัญญา
- สามารถส่งออกอุปกรณ์รับสัญญาณ Set Top Boxes
- กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจในส่วนของผู้ประกอบการทั้งภาครับและส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
- กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ เช่น สายอากาศ UHF และกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์
- การพัฒนาทางโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการส่งสัญญาณ และโครงข่ายออกอากาศสัญญาณ
- เพิ่มรายได้เงินภาษีภาคเศรษฐกิจ
- กระตุ้นการขยายตัวในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก
- ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว
- เพิ่มโอกาสการจ้างงานสำหรับผู้จบการศึกษาด้านสื่อมวลชน
- เพิ่มประสิทธิภาพและทักษะการทำงาน
- เพิ่มโอกาสทางเศรษฐศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการคู่สัญญา

ข้อดีของการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต่อสังคม

- เพิ่มระดับการรับรู้ได้ของประชาชน
- ลดช่องว่างของการเข้าถึงข้อมูล
- เพิ่มระดับการศึกษา
- สนับสนุนด้านความบันเทิง
- เพิ่มคุณภาพชีวิต
- มีประโยชน์ในระยะยาวต่อผู้ใช้บริการ
- ช่วยกระจายข้อมูลสาธารณะ
- เสริมสร้างการตระหนักรู้ด้านศาสนาและสังคม
- เสริมสร้างการตระหนักรู้ด้านการเมือง
- ส่งเสริมการแข่งขันระดับชาติให้เป็นศูนย์กลางการติดต่อสื่อสาร

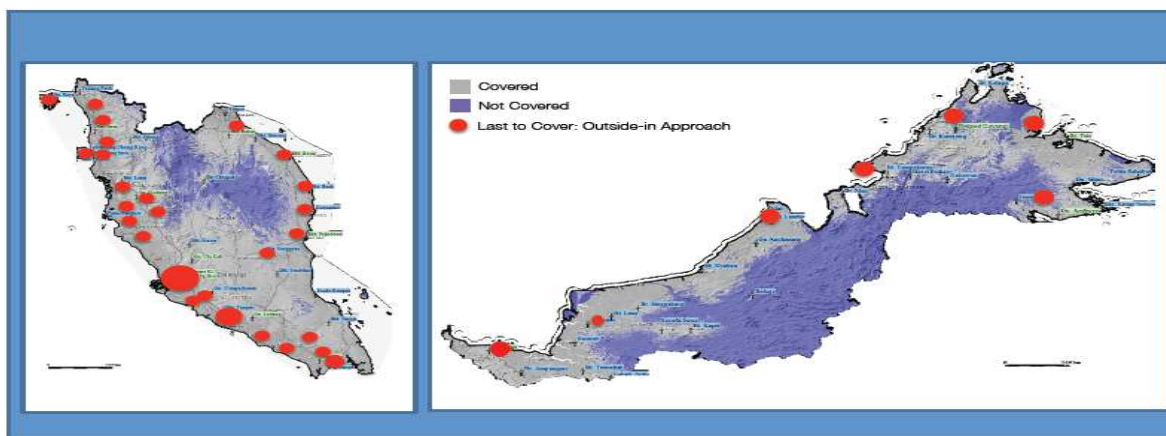
การเปรียบเทียบระหว่างการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเคเบิล ดาวเทียม และภาคพื้นดิน

จะเห็นได้ว่าการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเคเบิล ดาวเทียม และภาคพื้นดิน มีข้อดีแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนี้

1. **เป็นการให้บริการแบบไม่คิดค่าใช้จ่าย** นอกเหนือจากการซื้อกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ผู้ชมจะคาดหวังที่จะจ่ายค่าบริการอัตราต่ำหรือไม่มีค่าใช้จ่ายในการรับสัญญาณในระบบดิจิตอล รวมถึงไม่มีค่าธรรมเนียมในการรับบริการ และสามารถรักษานโยบายรัฐบาลปัจจุบันที่ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมสำหรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์
2. **ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึง** โดยรองรับการใช้งานสายอากาศ UHF เดิม ไม่จำเป็นต้องเดินสายเคเบิลใหม่หรือติดตั้งจานดาวเทียม สามารถเริ่มการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลได้โดยเร็ว ประชาชนสามารถรับสัญญาณจากสถานีส่ง UHF ที่ใกล้บ้าน รวมถึงสายโทรศัพท์พร้อมรองรับการให้บริการสำหรับบริการแบบโต้ตอบจากผู้ชมมายังสถานีโทรทัศน์
3. **มีต้นทุนการประกอบกิจการต่ำ** มีต้นทุนการลงทุนอุปกรณ์ต่ำและสามารถประมาณต้นทุนได้ เมื่อเทียบกับการติดตั้งสายเคเบิลและติดตั้งระบบดาวเทียม
4. **พื้นที่บริการมีลักษณะเฉพาะ** พื้นที่บริการสามารถกำหนดรูปแบบและขนาดพื้นที่ให้เหมาะสมกับพื้นที่ชนบทหรือทั่วประเทศ ซึ่งแตกต่างจากบริการทางดาวเทียมที่ยากต่อการกำหนดพื้นที่บริการโดยเฉพาะในบางประเทศ
5. **สัญญาณมีคุณภาพดี ทนทานต่อการรบกวน** สัญญาณระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินทนทานต่อการรบกวนจากสภาพอากาศ แตกต่างจากระบบดาวเทียมที่สัญญาณสามารถถูกรบกวนได้ง่าย
6. **รองรับการให้บริการหลายรูปแบบ** ระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินมีความเหมาะสมมากกว่าสำหรับรองรับการให้บริการแบบเคลื่อนที่และแบบพกพา

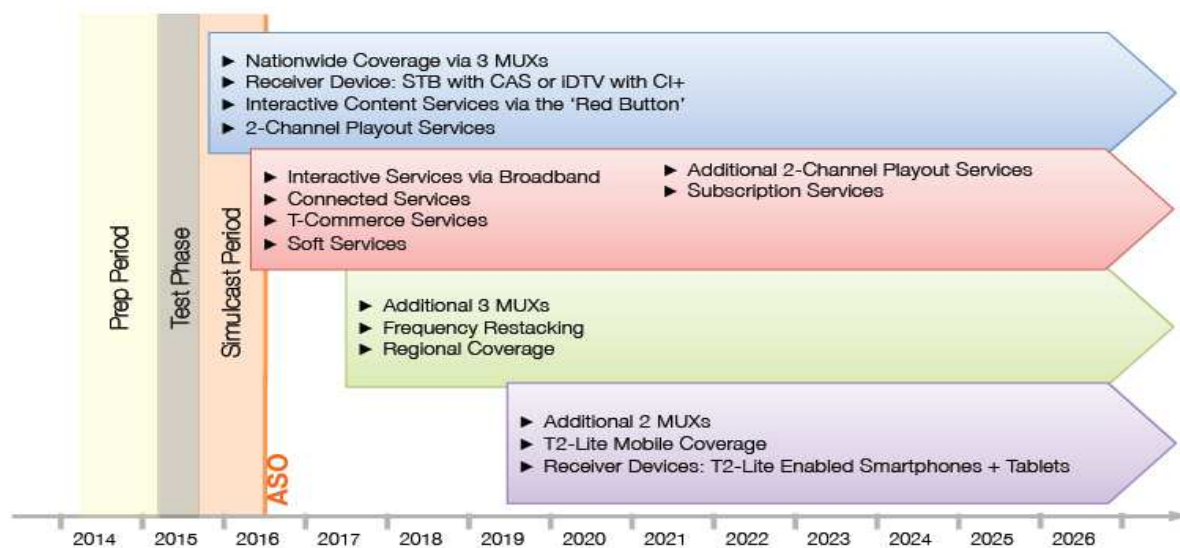
พื้นที่การให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล

ในปัจจุบันประกอบด้วย 3 พื้นที่ ดังนี้ 1. Peninsula 2. Sabah 3. Sarawak



ทั้งนี้ แผนการเริ่มรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เพื่อรองรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล แสดงให้เห็นได้ดังภาพ

Services Rollout Plan



สภาพการรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

1. ตามความเข้าใจ

- การรับชมโทรทัศน์แบบเดิมมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่เริ่มให้บริการโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต
- ตัวชี้วัดทางโทรทัศน์ยังขาดประสิทธิภาพ
- จำนวนชั่วโมงการรับชมรายการโทรทัศน์ของประชาชนลดลง

2. ตามข้อเท็จจริง

- YouTube และโทรทัศน์อินเทอร์เน็ตยังคงพยายามที่จะให้บริการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายในขณะที่ตัวชี้วัดทางโทรทัศน์กำลังมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ประชาชนรับชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 4 ชั่วโมง ในขณะที่รับชมรายการผ่านทางยูทูปโดยเฉลี่ย 10 นาที

โดยจากข้อมูลสรุปรายงานการศึกษาลูกค้าของบริษัท Ericsson เดือนกันยายน 2014 พบว่าร้อยละ 77 ของผู้ใช้บริการรับชมรายการโทรทัศน์ตามตารางออกอากาศของทางสถานีโทรทัศน์หลายครั้งในแต่ละสัปดาห์ และร้อยละ 75 ของผู้ใช้บริการรับชมรายการวิดีโอหลายครั้งในแต่ละสัปดาห์

หัวข้อ: Broadcasting in Cambodia

โดย: Kim Sarin, Deputy Director of Broadcasting Department, Ministry of Information
Cambodia

นโยบายด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีการกำหนดย่านความถี่สำหรับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์แบบแอนะล็อก กิจการโทรทัศน์ในระบบเคเบิล กิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และกิจการโทรทัศน์ดาวเทียม

ทั้งนี้ การกำหนดย่านความถี่เพื่อจัดสรรสำหรับการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ มีรายละเอียด ดังนี้

1. กิจการกระจายเสียง

1.1 กิจการกระจายเสียงระบบแอนะล็อก

ก) กิจการกระจายเสียง ระบบเอเอ็ม (Amplitude Modulation: AM) ช่วงความถี่ของกิจการกระจายเสียงระบบเอเอ็ม แบ่งได้เป็น

- คลื่นความถี่วิทยุย่านปานกลาง (Medium Wave: MW) จะอยู่ในช่วงความถี่ 525 – 1605 KHz
- คลื่นความถี่วิทยุย่านความถี่สั้น (Short Wave: SW) จะอยู่ในช่วงความถี่ 11940 KHz 9695 KHz 7350 KHz และ 6090 KHz

ข) กิจการกระจายเสียง ระบบเอฟเอ็ม (Frequency Modulation: FM) จะใช้คลื่นความถี่วิทยุย่านความถี่สูงมาก (Very High Frequency: VHF) อยู่ในย่านความถี่ประมาณ 87.5 – 108 MHz

1.2 กิจการกระจายเสียงในระบบดิจิทัล สามารถแบ่งได้ 2 ระบบ ดังนี้

- ก) DRM (Digital Radio Mondiale)
- ข) DAB (Digital Audio Broadcast)

2. กิจการโทรทัศน์ ย่านความถี่ที่ถูกกำหนดสำหรับกิจการโทรทัศน์แบบแอนะล็อกและแบบดิจิทัล ได้แก่

- ย่านความถี่ VHF Band I (47 – 68 MHz)
- ย่านความถี่ VHF Band III (174 – 230 MHz)
- ย่านความถี่ UHF Band IV (470 – 622 MHz)
- ย่านความถี่ UHF Band V (622 – 862 MHz)

โดยระบบการรับส่งสัญญาณภาพและเสียงในกิจการโทรทัศน์ในประเทศกัมพูชา มีรายละเอียด ดังนี้

- การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงในกิจการโทรทัศน์ระบบแอนะล็อก จะอยู่ในรูปแบบของระบบ PAL (Phase Alternative Line) โดยมีการส่ง 625 เส้น 25 ภาพต่อวินาที

- การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงในกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิตอล มาตรฐานจะขึ้นกับประเภทของกิจการ กล่าวคือ กิจการ Mobile TV (MTV) อยู่ภายใต้ระบบมาตรฐาน T-DMB และกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน (Digital Terrestrial Television Broadcasting: DTTB) อยู่ภายใต้ระบบมาตรฐาน DVB-T DVB-T2 และ DTMB
- การรับส่งสัญญาณภาพและเสียงในกิจการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม จะประกอบไปด้วยงานรับสัญญาณดาวเทียมแบบ C-band และ KU-Band

สถานการณ์ปัจจุบันของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศกัมพูชา

1. กิจการกระจายเสียงวิทยุ เป็นระบบแอนะล็อก กำลังส่งสำหรับวิทยุระบบเอเอ็ม จะอยู่ในช่วง 50 KW – 600 KW และกำลังส่งสำหรับวิทยุระบบเอฟเอ็ม อยู่ในช่วง 1 KW – 30 KW สถานีวิทยุกระจายเสียงมีการแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่
 - สถานีวิทยุของรัฐบาลในระบบเอเอ็ม จำนวน 1 สถานี ที่คลื่น 918 KHz และในระบบเอฟเอ็ม อีกจำนวน 21 สถานี
 - สถานีวิทยุประเภทธุรกิจในระบบเอฟเอ็ม จำนวน 327 สถานี อยู่ในเขตเมืองหลวงจำนวน 83 สถานี และต่างจังหวัดอีก 244 สถานี
2. กิจการโทรทัศน์
 - 2.1 ระบบแอนะล็อก ใช้คลื่นความถี่ย่าน VHF และ UHF ส่งสัญญาณด้วยกำลังส่งอยู่ในช่วง 1 ถึง 20 KW ประกอบด้วย
 - ช่องสถานีของรัฐบาล (TVK) โดยสถานีหลักตั้งอยู่ในกรุงพนมเปญ และมีสถานีย่อยในจังหวัดต่างๆ อีกจำนวน 15 สถานี
 - ช่องสถานีประเภทธุรกิจ ประกอบด้วย 24 สถานีหลักในกรุงพนมเปญ และ 80 สถานีย่อยในจังหวัดต่างๆ
 - 2.2 ระบบดิจิตอล ใช้คลื่นความถี่ย่าน VHF และ UHF ส่งสัญญาณด้วยกำลังส่งอยู่ในช่วง 1 ถึง 10 KW ประกอบด้วย
 - MTV (T-DMB) ของ TVK โดยเป็นการร่วมลงทุนกับประเทศเกาหลี
 - DTTB (DVB-T) ของผู้ประกอบการเอกชน 2 สถานี บริษัท PPCTV และ One TV ซึ่งมีบริการให้เลือกกว่า 60 แพลกเกจในพื้นที่ 8 จังหวัด
 - DTTB (DVB-T2) ของบริษัท Supernet และ Cam TV
 - DTMB ของ TVK โดยเป็นการร่วมลงทุนกับ YNTV ประเทศจีน
 - 2.3 ผ่านดาวเทียม ได้แก่ DTH ของ TVK โดยเป็นการร่วมลงทุนกับประเทศไทย โดยใช้ดาวเทียมไทยคม 4
 - 2.4 ผ่านสายเคเบิล โดยในกรุงพนมเปญ ได้แก่ PPCTV และ CCTV และประกอบด้วยเคเบิลท้องถิ่นอีก 189 บริษัท

การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบการรับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล

รัฐบาลกำหนดกรอบเวลาในการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล อยู่ในช่วงปี 2015 – 2020 โดยมาตรฐานที่ใช้สำหรับกิจการต่างๆ มีรายละเอียด ดังนี้

- กิจการ Mobile TV (MTV) ได้แก่ ระบบ T-DMB
- กิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television Broadcasting: DTTB) ได้แก่ ระบบ DVB-T, DVB-T2 และ DTMB
- กิจการกระจายเสียงวิทยุย่านความถี่ Band III ในระบบเอฟเอ็ม ได้แก่ ระบบ DAB (Digital Audio Broadcast: DAB)
- กิจการกระจายเสียงวิทยุในระบบเอเอ็ม ได้แก่ ระบบ DRM (Digital Radio Mondiale)

ประโยชน์จากการเปลี่ยนเทคโนโลยีไปสู่ระบบดิจิทัล

- เพื่อให้บริการในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลสามารถออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของ Ministry of Information (MOI)
- เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้จึงต้องมีการจัดสรรงบประมาณจากรัฐทั้งในส่วนของแผนกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐาน โดยจะเริ่มตั้งแต่ 2015
- เพื่อให้กิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลเป็นบริการพื้นฐานของประเทศกัมพูชา
- มีการจัดสรรคลื่นความถี่ไว้เพื่อรองรับต่อวิวัฒนาการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
- กัมพูชาให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงการใช้คลื่นความถี่เพื่อให้เกิดความหลากหลายและการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ
- อุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์จะนำไปสู่การเกิดบริการใหม่ๆ รวมถึงการหลอมรวมต่างๆ ในอนาคต อาทิเช่น HDTV, UHDTV และ 3DTV

แผนการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในอนาคต

1. กิจการกระจายเสียง

- มาตรฐาน DAB สำหรับย่านคลื่นความถี่ Band III และวิทยุ HD สำหรับ FM แล AM
- มาตรฐาน DRM สำหรับวิทยุในระบบ AM
- มีการขยายบริการวิทยุในระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

2. กิจการโทรทัศน์

- การเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลสำหรับช่องของรัฐบาลจะแล้วเสร็จสมบูรณ์ภายในปี 2020
- มาตรฐานสำหรับ MTV จะใช้ระบบ T-DMB
- กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จะใช้มาตรฐาน DVB-T2 สำหรับการให้บริการทั่วประเทศ
- มีการขยายบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

3. ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

- การพัฒนากฎ กติกา หลักเกณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง
- การพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บุคลากร ความรู้ความสามารถของบุคลากร
- การจัดทำแผนคลื่นความถี่เพื่อป้องกันการรบกวนกันและการติดตามสถานการณ์ใช้งาน
- การจัดทำแผนพัฒนาด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับกับสถานการณ์ในอนาคต

5.3 Session 3: การกำกับดูแลสื่อใหม่

(Regulatory responses to the new media landscape)

Chair:	Andrea Millwood Hargrave, Director General, IIC
Speaker:	1. Tom Pentefountas, Vice Chairman, Broadcasting, Canadian Radio Television and Telecommunications Commission (CRTC) 2. Joan Warner, Chief Executive Officer of Commercial Radio Australia, Chairperson of the WorldDMB Asia Pacific Committee and WorldDMB Steering Board Member 3. Mohamad Ali Hanafiah Mohamad Yunus, Chief Officer, Content Security and Innovation, Malaysian Communications and Multimedia Commission

หัวข้อ: Regulatory responses to the new media landscape

โดย: Tom Pentefountas, Vice Chairman, Broadcasting, Canadian Radio Television and Telecommunications Commission (CRTC)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการให้บริการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จากเดิมที่ผู้ให้บริการเป็นผู้เลือกเนื้อหารายการและกำหนดเวลาในการนำเสนอเนื้อหารายการไปสู่ผู้ชม มาเป็นผู้ชมสามารถเลือกรับชมเนื้อหารายการที่ตนต้องการในเวลาที่ต้องการรับชม (on demand) ได้อย่างไร้พรมแดน จึงทำให้อำนาจในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์เปลี่ยนไปอยู่ในมือผู้ชม ดังนั้นในการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงมีประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา ดังนี้

ประเด็นที่ 1 เนื้อหารายการที่มีคุณภาพ

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายและมีคุณภาพ โดยสามารถเสนอให้ได้ตลอดเวลา ซึ่งในตลาดโทรทัศน์ ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่ตนต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา จากทั่วทุกมุมโลก ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เนื้อหาการผลิตนั้นเป็นเนื้อหารายการที่ดีที่สุดที่ผู้ชมต้องการ ซึ่งในการปรับตัวดังกล่าวต้องคำนึงถึงรูปแบบการผลิตรายการและงบประมาณในการผลิตรายการ เป็นสำคัญ โดยอาจเปรียบเทียบได้กับการลงทุนผลิตหนังของฮอลลีวูดซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมากแต่ในขณะเดียวกันหนังนั้นก็ได้รับความนิยมจากประชาชน

ประเด็นที่ 2 การวัดระดับความนิยม

ผู้ให้บริการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นจากเดิมที่มีผู้ให้บริการสถานีหลักเพียง 3 - 4 สถานี มีจำนวนเพิ่มเป็น 400 กว่าสถานี หรืออาจจะมีย่านจำนวนมากถึง 4,000 สถานีหากนับรวมผู้ให้บริการออนไลน์ ซึ่งทำให้จำนวนผู้ชมอาจแบ่งย่อยมากขึ้นตามจำนวนผู้ให้บริการที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ระบบการ

วัดระดับความนิยมในปัจจุบัน เช่น BBM และ Nielsen ซึ่งวัดระดับความนิยมจากการสุ่มตัวอย่างจากผู้ชม สามารถวัดระดับความนิยมได้เฉพาะผู้ให้บริการรายใหญ่เท่านั้น อีกทั้ง ผู้ให้บริการอิสระบางรายซึ่งเป็นรายย่อยไม่ได้อยู่ในระบบการวัดความนิยมดังกล่าว จึงทำให้ระบบการวัดระดับความนิยมที่ใช้ในปัจจุบันไม่สามารถชี้วัดความนิยมอย่างแท้จริงได้ และเมื่อไม่มีผลระดับความนิยมหรือมีระดับความนิยมลดน้อยลงมาก จึงส่งผลต่อรายได้การโฆษณาของผู้ให้บริการดังกล่าว ดังนั้น จึงควรมีการเปลี่ยนแปลงระบบการวัดระดับความนิยมตามความเป็นจริง โดยสามารถทำได้ผ่าน Set Top Box ที่ผู้ชมใช้ในครัวเรือน ทั้งนี้ ผู้ให้บริการบางรายต่อต้านการเปลี่ยนแปลงระบบการวัดระดับความนิยม ซึ่งองค์กรกำกับดูแลอยู่ระหว่างการผลักดันให้มีการเปลี่ยนระบบการวัดระดับความนิยมให้เกิดขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ การที่ผู้ให้บริการ Over the Top (OTT) ได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้จากการโฆษณากำลังเปลี่ยนไปจากผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบเดิมไปสู่ผู้ให้บริการในรูปแบบ OTT ดังนั้น ผู้ผลิตรายการและผู้ให้บริการต้องร่วมมือกันเพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพและได้รับความนิยม รวมถึงองค์กรกำกับดูแลต้องมีการพัฒนากฎเกณฑ์การกำกับดูแลเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้ผู้ให้บริการแบบเดิมสามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ได้ และยังคงมีรายได้จากโฆษณาเช่นเดิม หากผู้ให้บริการแบบเดิมได้รับรายได้จากการโฆษณาลดลงแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ที่จะเข้าสู่องค์กรกำกับดูแลอย่างมาก และจะส่งผลกระทบต่อการผลิตเนื้อหารายการท้องถิ่นในที่สุด

ประเด็นที่ 3 การทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ

เมื่อผู้ให้บริการและผู้ผลิตรายการได้ผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพแล้ว ต้องพิจารณาถึงความสามารถของผู้ชมที่จะเข้าถึงเนื้อหารายการที่มีคุณภาพดังกล่าวด้วย ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าประชาชนยังไม่สามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่ตนต้องการได้แม้จะมีเนื้อหารายการดังกล่าวให้บริการอยู่ก็ตาม เช่น ผู้ชมร้อยละ 60 ของแคนาดาต้องการรับชมสารคดี แต่มีผู้ชมเพียงร้อยละ 7 ที่ได้รับชมเนื้อหารายการดังกล่าว จึงแสดงถึงผู้ชมที่ไม่สามารถเข้าถึงเนื้อหารายการดังกล่าวได้ร้อยละ 53 ดังนั้น ผู้ให้บริการโทรทัศน์จึงต้องพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการให้สามารถให้บริการได้ครอบคลุมและเข้าถึงประชาชนได้มากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับผู้ให้บริการ OTT

ประเด็นที่ 4 การส่งออกเนื้อหารายการ

เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ จึงควรส่งเสริมให้มีการส่งออกเนื้อหารายการสู่ระดับนานาชาติ เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศเช่นเดียวกับที่มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอื่น โดยส่งเสริมผู้ให้บริการแบบเดิมดังกล่าวให้สามารถให้บริการในรูปแบบ OTT ได้ เพื่อเป็นการส่งออกเนื้อหารายการสู่ระดับนานาชาติ นอกจากนี้ ควรลดกฎเกณฑ์การกำกับดูแลการประกอบกิจการของผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบเดิมเพื่อสร้างสภาพการแข่งขันที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบเดิมกับผู้ให้บริการ OTT ระดับนานาชาติ เช่น Netflix

นอกเหนือจากประเด็นดังกล่าวข้างต้นแล้ว องค์กรกำกับดูแลต้องคำนึงถึงการป้องกันการควมรวมกิจการของผู้ให้บริการและผู้ผลิตรายการรายใหญ่ในแคนาดา เพื่อป้องกันการผูกขาดเนื้อหารายการ

อีกทั้งการพิจารณาออกกฎเกณฑ์กำกับดูแลหรือใช้บังคับกฎเกณฑ์กำกับดูแลกับผู้ให้บริการแบบเดิม ต้องมิให้เกิดการกีดกันผู้ให้บริการดังกล่าวเกินสมควร เพื่อส่งเสริมให้ผู้ให้บริการดังกล่าวสามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ซึ่งไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลได้

หัวข้อ: Regulatory Responses to the New Media Landscape

โดย: Joan Warner, Chief Executive Officer of Commercial Radio Australia, Chairperson of the WorldDMB Asia Pacific Committee and WorldDMB Steering Board Member

ภาพรวมของวิทยุกระจายเสียงในประเทศออสเตรเลีย

ออสเตรเลียมีประชาชนประมาณ 24 ล้านคน ซึ่งเป็นประเทศที่มีพื้นที่เท่ากับสหรัฐอเมริกา ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยอยู่แถบตะวันออกของประเทศ ซึ่งในส่วนของ การให้บริการวิทยุกระจายเสียงนั้น Commercial Radio Australia เป็นองค์กรซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจ ในประเทศออสเตรเลีย โดยปัจจุบันผู้ให้บริการโครงข่าย 12 โครงข่าย ให้บริการโครงข่ายครอบคลุมมากถึง ร้อยละ 80 ของสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งหมด และผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียง 30 ราย เป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจ

ระบบการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจ ที่ออกอากาศในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ เอเอ็ม มีจำนวน 101 สถานี และเอฟเอ็ม มีจำนวน 161 สถานี โดยแบ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงตามพื้นที่การให้บริการได้คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการภายในเขตเมืองจำนวน 42 สถานี และการให้บริการในเขตพื้นที่ชุมชนจำนวน 220 สถานี

ตลาดวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจในประเทศออสเตรเลีย

การให้บริการวิทยุกระจายเสียงกระจายอยู่ทั่วประเทศออสเตรเลีย โดยผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงต้องได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงจากรัฐบาล ซึ่งแนวทางการพิจารณาออกใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงจะแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่การให้บริการ โดยปัจจุบันมีแผนสำหรับการพิจารณาออกใบอนุญาตในแต่ละพื้นที่ (License Area Plans; LAPs) ทั้งหมด 105 แผน และมีการพิจารณาออกใบอนุญาตไปแล้วประมาณ 2,600 สถานี ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ ดังนี้

- มีสถานีวิทยุประเภทธุรกิจจำนวน 260 สถานีที่เป็นสมาชิกในองค์กร Commercial Radio Australia (CRA) โดยถูกต้องตามกฎหมาย
- มีสถานีวิทยุประเภทสาธารณะ 7 สถานี โดยมีสถานีวิทยุสาธารณะหลักคือ ABC และ SBS
- มีสถานีวิทยุประเภทชุมชนจำนวน 380 สถานี
- มีสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้กำลังส่งสูงและเปิดให้บริการโดยระบบวิทยุแบบความถี่แคบจำนวน 198 สถานี

- มีสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ใช้กำลังส่งต่ำและเปิดให้บริการโดยระบบวิทยุแบบความถี่แคบจำนวน 1,776 สถานี

พฤติกรรมการฟังวิทยุของประชากรในประเทศออสเตรเลีย

ปัจจุบันการรับฟังวิทยุกระจายเสียงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยจากสถิติที่ได้ทำการวิจัยมาพบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยยอดการรับฟังวิทยุได้พุ่งสูงถึงร้อยละ 95 จากยอดประชากรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นประเภทธุรกิจ ประเภทสาธารณะ หรือประเภทชุมชนก็ตาม ประชาชนใช้เวลาถึง 18 ชั่วโมงในการรับฟังวิทยุต่อหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งเวลาที่คนส่วนใหญ่จะฟังวิทยุจะอยู่ในช่วงอาหารเช้า ช่วงเช้าระหว่างเดินทางไปทำงาน บนรถ และช่วงเย็นระหว่างทางที่เดินทางกลับ ช่องทางในการรับฟังคือ เอเอ็ม/เอฟเอ็ม ร้อยละ 90.9 DAB+ ร้อยละ 24.2 และ Streaming ร้อยละ 12.2

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียงประเภทธุรกิจ

ผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงมีหน้าที่ต้องชำระค่าธรรมเนียมการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ร้อยละ 3 ของรายได้ทั้งหมดให้กับรัฐบาล นอกจากนี้ ผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงต้องปฏิบัติตาม Broadcasting Services Act 1992 ซึ่งมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. เงื่อนไขการอนุญาตวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมุ่งเน้นการควบคุมการใช้สื่อโฆษณาในทางการเมือง การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเนื้อหารายการที่กำหนด
2. การกำกับดูแลร่วมกันตาม Commercial Radio Codes of Practice ซึ่งจะมีการทบทวนทุก 3 ปี เช่น การกำหนดโควตาเพลงที่ผลิตโดยคนออสเตรเลียหรือในประเทศออสเตรเลีย (Australia music quotas) ข้อจำกัดเกี่ยวกับการโฆษณา
3. การกำหนดมาตรฐานเนื้อหารายการ เช่น การกำหนดมาตรฐานเนื้อหาสำหรับเด็ก ทั้งนี้ ในปัจจุบันรัฐบาลยังอยู่ระหว่างการตรวจสอบและทบทวนอำนาจหน้าที่ของ Australian Communications and Media Authority (ACMA) รวมถึง Broadcasting Services Act 1992 เพื่อลดกฎเกณฑ์กำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงภายในประเทศ

ข้อบังคับเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและรายการการออกอากาศ

เมื่อเปรียบเทียบกฎเกณฑ์กำกับดูแลระหว่างการให้บริการวิทยุกระจายเสียงและการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตแล้วเห็นได้ว่า การบริการทางด้านอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ให้บริการไม่ต้องชำระค่าใบอนุญาตในการประกอบกิจการ อีกทั้ง ไม่มีกฎเกณฑ์กำกับดูแลหรือข้อบังคับเกี่ยวกับเนื้อหารายการ โควตาการออกอากาศ ข้อกำหนดเกี่ยวกับโฆษณา มาตรฐานรายการ ด้วยเหตุดังกล่าวผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตจึงมีข้อได้เปรียบผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงเป็นอย่างมาก

การพิจารณากฎเกณฑ์กำกับดูแลสำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิตอล

วิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิตอลในประเทศออสเตรเลียเปิดตัวด้วยระบบ DAB+ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากรัฐบาลและองค์กรที่กำกับดูแล ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

1. หลักเกณฑ์สำหรับการแบ่งประเภทใบอนุญาต 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทบริการธุรกิจ ประเภทบริการชุมชน และประเภทบริการสาธารณะ
2. การพิจารณาวันเริ่มต้นของระบบดิจิตอล และวันสิ้นสุดของระบบแอนะล็อก
3. การส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ด้านสังคมและเศรษฐกิจ
4. การพิจารณาจะต้องยึดถือผลประโยชน์ของวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลเป็นหลักเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น

กฎเกณฑ์กำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลในประเทศออสเตรเลีย

รัฐบาลและฝ่ายที่สนับสนุนในวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลได้เสนอคลื่นความถี่ให้กับผู้ให้บริการกิจการวิทยุกระจายเสียงรายใหญ่ โดยมีการรับประกันจำนวนคลื่นความถี่ที่ผู้ให้บริการดังกล่าวจะได้รับ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการดังกล่าวจะต้องเป็นเจ้าของและประกอบการผลิตเพล็กซ์ด้วยตนเอง และสามารถเสนอบริการวิทยุกระจายเสียงในระบบ DAB+ ได้ และทางรัฐบาลจะไม่อนุญาตให้มีสถานีวิทยุรายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นระยะเวลา 6 ปี โดยข้อเสนอนี้จะสามารถเลือกได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น ซึ่งถ้าผู้ให้บริการดังกล่าวไม่รับข้อเสนอทางรัฐบาลก็จะนำไปให้กับผู้แข่งขันรายอื่นแทน

การกำกับดูแลวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลในประเทศอื่นๆ

ประเทศเยอรมันใช้ระบบแบบบูรณาการตามแนวทางในการควบคุมวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอล คือทุกขั้นตอนในการดำเนินการกิจการวิทยุกระจายเสียง ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเอง มีการแพร่ภาพแก่สาธารณะโดยการบริการโดยเอกชน และใบอนุญาตมีอายุ 3 ปี

ประเทศเนเธอร์แลนด์ใช้ระบบแบบบูรณาการตามแนวทางเช่นเดียวกับเยอรมัน ระบบเชื่อมโยงเครือข่ายจะถูกเชื่อมโยงโดยพันธมิตรในการกระจายเสียง

การลงทุนและนวัตกรรมในเทคโนโลยีการออกอากาศระบบดิจิตอล

การลงทุนและนวัตกรรมในเทคโนโลยีการออกอากาศระบบดิจิตอล ประกอบไปด้วย

1. ความคุ้มครองและครอบคลุมไปถึงการส่งสัญญาณจะต้องทั่วถึงในพื้นที่ที่ให้บริการ การคุ้มครองในที่นี้รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคคาดหวังกับคุณภาพที่ดีขึ้นหลังจากการซื้อวิทยุระบบดิจิตอล และช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องวิทยุระบบดิจิตอลจะต้องสะดวกต่อการหาซื้อ และราคาที่ผู้บริโภคสามารถซื้อได้

2. ความร่วมมือ ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับ ควบคุม ดูแล หรือเอื้อประโยชน์ให้กับ การดำเนินกิจการกระจายเสียง ได้มีการเริ่มใช้วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอลพร้อมกันทั้ง 5 เมือง และ ยกเลิกการออกอากาศในระบบแอนะล็อกพร้อมกันเช่นกัน
3. เนื้อหารายการ เนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นในทุกบริการ วิทยุกระจายเสียงประเภทชุมชนสามารถมี เนื้อหารายการได้เพิ่มมากขึ้น คุณภาพเสียงดีขึ้น อีกทั้งยังมีประโยชน์ในยามที่ต้องการการบริการฉุกเฉิน ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในเวลาภัยพิบัติ
4. ต้นทุน ระบบดิจิตอลสามารถประหยัดต้นทุนการดำเนินการด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงได้มากกว่าเมื่อ เปรียบเทียบกับต้นทุนการดำเนินการด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงระบบแอนะล็อก ในระยะยาว การ ประหยัดต้นทุนรวมไปถึงทรัพยากรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้วย
5. การสื่อสาร ระบบดิจิตอลทำให้การสื่อสารไม่ขาดหายไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ทางภัยพิบัติก็ตาม และการ กระจายเสียงระบบดิจิตอลยังสามารถนำไปใช้ในร้านค้า เพื่อให้เข้าถึงประชากรได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงการทำ ให้เกิดการสื่อสารระหว่างภาคประชาชนและรัฐบาลมากขึ้น มีการรับฟังความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์มากขึ้น

เมื่อประมาณอาทิตย์ที่สองของเดือนกรกฎาคม ทางรัฐบาลออสเตรเลียนำ Digital Radio Report ของวิทยุประเภทธุรกิจมาเปิดเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับความคืบหน้าของ วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิตอล เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการขาย การฟัง และการรับรู้ของผู้บริโภค รวมไปถึงการ วางแผนเริ่มสำหรับการเปิดตัวของ DAB+ ในภูมิภาคออสเตรเลีย ซึ่งรัฐบาลได้พิจารณาถึงการแก้ไขพัฒนา กฎระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อให้ลดกระบวนการ และเพิ่มความยืดหยุ่นในกระบวนการสำหรับการวางแผนและ การขอใบอนุญาตวิทยุชุมชนในระบบดิจิตอล

แม้ว่าในปัจจุบันระบบวิทยุดิจิตอลจะประสบความสำเร็จ แต่ในอนาคตยังคงต้องมีการพัฒนา นวัตกรรมใหม่สำหรับการรับฟังวิทยุกระจายเสียง โดยควรจะทำอย่างไรให้วิทยุระบบ DAB+ เข้าถึงวิทยุชุมชน ด้วย และยังมีใบอนุญาตมากกว่า 100 ใบอนุญาตที่ต้องพิจารณาต่อไป

หัวข้อ: Regulatory Responses to the New Media landscape

โดย: Mohamad Ali Hanafiah Mohamad Yunus, Chief Officer, Content Security and Innovation, Malaysian Communications and Multimedia Commission

Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC) เป็นองค์กร ที่จัดตั้งขึ้นตาม Malaysian Communications and Multimedia Commission Act 1998 (MCMCA) ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 1998 หน้าที่ตามกฎหมายของ MCMC อาศัยอำนาจตาม Communications and Multimedia Act 1998 (CMA 1998), Postal Services Act 1997 (PSA), Digital Signature Act 1997 (DSA) โดยกำหนดให้เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมในด้านการ สื่อสารโทรคมนาคมและสื่อผสมต่างๆ รวมทั้งกำกับดูแลการทำงานร่วมกันของอุตสาหกรรมระบบการสื่อสาร และสื่อผสม เช่น การให้บริการด้านโทรคมนาคม ด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และการให้บริการ

อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยการพัฒนาและการกำกับดูแลอุตสาหกรรมในด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและสื่อผสมต่างๆ ของ MCMC ครอบคลุมกิจการต่างๆ ดังนี้

- กิจการด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Broadcasting): โดยกิจการกระจายเสียงเป็นระบบแอนะล็อก ซึ่งมีสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการในระบบ Free to Air มากกว่า 24 สถานี และผู้ให้บริการโทรทัศน์ระบบดาวเทียม 1 ราย การให้บริการระบบ Free to Air มีเอกชนผู้ให้บริการจำนวน 5 ราย และการให้บริการผ่านทางเครือข่ายบรอดแบนด์
- กิจการด้านการสื่อสาร (Communications): การให้บริการ Cellular โทรศัพท์ประจำที่ และบริการบรอดแบนด์
- กิจการไปรษณีย์และการขนส่ง (Post and Courier): โดยบางส่วนมีความคาบเกี่ยวกับการให้บริการด้านการขนส่ง ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการขนส่ง
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce): การดำเนินกิจการทางพาณิชย์กรรมผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่น เช่น MITI, MoSTI, Bank Negara เป็นต้น

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และกิจการด้านการสื่อสารนั้น มีความมุ่งหมายให้เกิดการหลอมรวมระหว่างเนื้อหารายการกับการสื่อสาร และพัฒนาให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง โดยปัจจุบันได้มีการเน้นการพัฒนาและเพิ่มเนื้อหารายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมเนื้อหารายการในประเทศ (Local Content) ซึ่ง MCMC ได้จัดให้มีการช่วยเหลือส่งเสริมหลายด้าน เช่น การสนับสนุนเงินทุน ซึ่งเห็นว่าไม่ใช่ว่าการส่งเสริมช่วยเหลือที่ยั่งยืนจึงจำเป็นต้องจัดให้มีการส่งเสริมอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การให้การศึกษาเพิ่มเติม (Human Capital Capacity Building) การจัดตั้งกองทุนพัฒนา การตั้งศูนย์ส่งเสริมการสร้างเนื้อหารายการ (Content Malaysia Pitching Centre) การวิจัยและพัฒนาเพื่อการคาดการณ์อนาคตของการพัฒนาเนื้อหารายการภายในประเทศ และกลยุทธ์อื่นๆ เช่น การส่งเสริมการส่งออกเนื้อหารายการในลักษณะเดียวกับประเทศเกาหลีที่มีการส่งออกซีรีส์ไปยังประเทศอื่นๆ โดยประเทศมาเลเซียเองก็มีตลาดกลุ่มเป้าหมายในการส่งออกเนื้อหารายการไปยังตลาดต่างประเทศซึ่งยังเป็นตลาดขนาดเล็ก แต่อย่างไรก็ดี นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการเปิดตลาดเนื้อหารายการของประเทศมาเลเซีย สำหรับศูนย์ส่งเสริมการสร้างเนื้อหารายการ (Content Malaysia Pitching Centre) เป็นศูนย์บริการครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการในการนำเสนอแนวคิดเพื่อหาเงินทุนสนับสนุน ศูนย์ส่งเสริมดังกล่าวจะทำหน้าที่ช่วยเหลือผู้สร้างเนื้อหารายการและผู้ผลิตรายการในประเทศมาเลเซียในการสร้างเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ ความบันเทิง และมีความน่าสนใจในเชิงพาณิชย์ทั้งแก่ตลาดและผู้ชม นอกจากนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ยังจัดให้เป็นแหล่งที่ใช้ในการรวมตัว พบปะของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ด้วย

ในส่วนของการกำกับดูแลด้านเนื้อหารายการนั้น ผู้ประกอบกิจการถูกควบคุมและกำกับดูแลอยู่ภายใต้ Communications and Multimedia Act 1998 (CMA 1998) ในส่วนของเนื้อหารายการนั้นผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จะต้องได้รับใบอนุญาตให้บริการเนื้อหารายการ (CASP-I) จาก MCMC และจะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติ กฎระเบียบ หรือนโยบายการกำกับดูแลใดๆ ที่ออกตามความแห่ง CMA 1998 ด้วย ทั้งนี้ รวมถึง Malaysian Communications and Multimedia Content Code และ

เงื่อนไขพิเศษในการอนุญาตซึ่งประกาศโดยรัฐมนตรี อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบกิจการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขพิเศษในการอนุญาตในหลายกรณี เช่น

- ต้องมีสัดส่วนเนื้อหารายการที่เป็นรายการท้องถิ่นและภาษาท้องถิ่น
- ระยะเวลาการออกอากาศรายการโฆษณา
- จะต้องออกอากาศประกาศสาธารณะตามที่รัฐบาลกำหนดเพื่อประโยชน์ของประชาชน
- เนื้อหารายการที่ออกอากาศต้องอยู่ภายใต้ Film Censorship Act 2002 และบทบัญญัติอื่นที่ออกตามแห่งความพระราชบัญญัติดังกล่าว
- การออกอากาศรายการสดหรือซ้ำออกไปขึ้นอยู่กับการณ์ของการอนุมัติของ MCMC
- ห้ามออกอากาศเนื้อหารายการที่มีลักษณะต้องห้าม กล่าวคือ การเผยแพร่ความเชื่อศาสนาอื่นนอกเหนือจากศาสนาอิสลาม เนื้อหาอาหารที่มีผลกระทบต่อแบ่งแยก ความเชื่อทางศาสนาของคนในชาติ ขัดต่อวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีของสังคม หรือเนื้อหารายการที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยเนื้อหารายการและผู้บริโภค เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มี Industry Forum ขึ้น แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) Technical Standard Forum 2) Communication and Multimedia Content Forum 3) Consumer Forum และ 4) Access Forum ซึ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอภิปรายคือ Communication and Multimedia Content Forum โดยสมาชิกประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ทั้งในส่วนผู้ประกอบกิจการและผู้บริโภค ซึ่งเห็นว่าจะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ได้ส่วนหนึ่ง

เนื่องด้วยปัจจุบันมีการพัฒนาของเทคโนโลยีการบริโภคเนื้อหารายการจึงไม่จำกัดเพียงการรับชมผ่านทางโทรทัศน์เท่านั้น แต่การรับชมเนื้อหารายการผ่านทางระบบ Over the Top (OTT) ซึ่งเป็นการรับชมผ่านทางเครือข่ายบรอดแบนด์ความเร็วสูงซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้สะดวกไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ส่วนใหญ่เป็นการรับชมผ่านทางสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ฯลฯ โดยผู้ให้บริการ OTT ในปัจจุบันยังเป็นผู้ให้บริการเนื้อหารายการจากต่างประเทศเป็นหลัก เช่น Netflix, Hulu, YouTube เป็นต้น ซึ่งผู้ให้บริการโทรทัศน์ในประเทศมาเลเซียเองเช่น Ton Ton, KLfive, ESCAPE, RTM กำลังพัฒนาการให้บริการของตนในรูปแบบการให้บริการ OTT ด้วย อย่างไรก็ตาม การให้บริการเนื้อหารายการผ่านทางระบบ OTT นั้นยังมีประเด็นปัญหาว่า หน่วยงานกำกับดูแลจะทราบได้อย่างไรว่า เนื้อหารายการท้องถิ่นได้ถูกนำมาออกอากาศตามที่กฎหมายกำหนด เนื่องจากเนื้อหารายการทุกประเภทสามารถนำออกอากาศได้ซึ่งถือเป็นเรื่องยากในการตรวจสอบกำกับดูแล ประกอบกับการให้บริการดังกล่าวยังคงดำเนินการโดยผู้ให้บริการจากต่างประเทศเป็นหลักจึงยังมีประเด็นปัญหาเกี่ยวกับเขตอำนาจการกำกับดูแลด้วย โดยขณะนี้ประเทศมาเลเซียกำลังให้ความสำคัญกับระบบสิ่งอำนวยความสะดวกของบรอดแบนด์ และการเปิดรับกับสื่อใหม่ดังเช่นการให้บริการ OTT ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น อันมีผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และเมื่อรายได้ลดลงก็ส่งผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่จะต้องชำระให้แก่หน่วยงานกำกับดูแลซึ่งคิดตามสัดส่วนรายได้ด้วยเช่นเดียวกัน

จากวัฒนธรรมความหลากหลายในการเลือกรับชมที่กำลังเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการให้บริการ OTT เทคโนโลยี บรอดแบนด์ และอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับชมได้ผ่านหลายช่องทาง เนื้อหารายการและผู้ให้บริการมีความหลากหลาย กรณีดังกล่าวไม่เป็นเพียงการเปลี่ยนเวลา สถานที่ หรืออุปกรณ์ในการรับชมเท่านั้น แต่เป็นการใช้บริการข้ามประเภทการให้บริการเลยทีเดียว และจากพฤติกรรม การรับชมที่เปลี่ยนมาใช้บริการระบบ OTT เพิ่มมากขึ้นนั้นได้ส่งผลทั้งด้านบวกและด้านลบแก่ทั้งผู้บริโภคและอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ สำหรับผู้บริโภคนั้นการให้บริการ OTT ทำให้มีเนื้อหารายการและผู้ให้บริการที่หลากหลายส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดมากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคทั้งในเรื่องคุณภาพของการให้บริการและอัตราค่าบริการที่ถูกลง ในทางกลับกันเนื่องจากผู้ให้บริการ OTT เป็นการให้บริการที่ยากแก่การกำกับดูแลทั้งในเชิงเทคนิคและอำนาจการกำกับดูแลจึงต้องคำนึงถึงปัญหาในเชิงเนื้อหารายการที่อาจไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมของคนในประเทศด้วย ในด้านธุรกิจความนิยมที่เพิ่มสูงขึ้นจะช่วยเพิ่มการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์เดิมและผู้ให้บริการ OTT และจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเนื้อหา รายการและศักยภาพของผู้ประกอบการในประเทศให้มีการปรับเนื้อหารายการให้เป็นไปตามความต้องการเพื่อบังคับควบคุมความนิยมจากผู้ชมในประเทศมากยิ่งขึ้น

ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น การให้บริการ OTT ยังเป็นปัญหาที่ท้าทายสำหรับหน่วยงานกำกับดูแล อยู่หลายประการทั้งปัจจัยด้านเทคนิค เนื้อหารายการ และอำนาจการกำกับดูแล เนื่องจากกฎหมาย ที่บังคับใช้ในปัจจุบันยังไม่สามารถกำกับดูแลการให้บริการประเภทนี้ได้ อีกทั้งการให้บริการ OTT และ Server ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการจากต่างประเทศซึ่งไม่อยู่ในเขตอำนาจในการกำกับดูแล แม้หน่วยงานกำกับดูแล อาจเรียกร้องให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสกัดการเข้าถึงบริการจากผู้ให้บริการ OTT ที่ไม่ได้รับใบอนุญาตได้ แต่ยังเป็นที่ยากที่จะควบคุมระหว่างผู้ใช้บริการกับเว็บไซต์ดังกล่าว เนื่องจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเองก็ไม้อาจทราบตำแหน่งและตัวผู้ใช้บริการได้ จึงไม่สามารถที่จะป้องกันการเข้าถึงได้จริง ดังนั้น ด้วยการพัฒนาของ เทคโนโลยีและการให้บริการ OTT ที่เพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคจึงต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเลือกรับเฉพาะประโยชน์ จากการใช้บริการดังกล่าว

การอภิปราย

1. ในฐานะตัวแทนจากองค์กรกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ ผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียง มีทัศนะเกี่ยวกับการกำกับดูแลการให้บริการ Over the Top (OTT) อย่างไร ควรมีการกำกับดูแลการให้บริการรูปแบบ OTT หรือไม่ หรือควรลดกฎเกณฑ์กำกับดูแลกิจการที่ ถูกกำกับดูแลอยู่ในปัจจุบัน หรือไม่

Mohamad Ali Hanafiah Mohamad Yunus แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล การให้บริการ OTT ว่าในปัจจุบันมีผู้ให้บริการ OTT เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งที่เป็นผู้ให้บริการจากต่างประเทศ เช่น Netflix และผู้ให้บริการในประเทศ เช่น iflix ซึ่งการให้บริการ OTT ดังกล่าวเกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนา เครือข่ายบรอดแบนด์ความเร็วสูงในประเทศ และการให้บริการดังกล่าวได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่าง มากเนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการต่างๆ ได้โดยสะดวกตามเวลาที่ตนต้องการ ด้วยเหตุ

ดังกล่าวผู้ให้บริการกระจายเสียงและโทรทัศน์จึงได้พัฒนารูปแบบการให้บริการของตนเองโดยเพิ่มเติมการให้บริการ OTT เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ได้ ในส่วนของการกำกับดูแลการให้บริการ OTT นั้น กฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถกำกับดูแลการให้บริการ OTT ได้ อีกทั้งการให้บริการดังกล่าว ผู้ให้บริการจำนวนมากให้บริการจากภายนอกประเทศ จึงยังคงมีประเด็นเกี่ยวกับเขตอำนาจในการกำกับดูแลด้วย อย่างไรก็ตาม หน่วยงานกำกับดูแลตระหนักถึงอิทธิพลของการให้บริการ OTT ต่อประชาชนและสังคม จึงได้จัดโครงการเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหารายการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงผ่านการให้บริการ OTT เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่เหมาะสม ไม่ละเมิดกฎหมายหรือลิขสิทธิ์ของผู้อื่น เช่น การให้ความรู้กับเด็กนักเรียนและนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการ OTT ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก โดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้ใช้บริการเรียนรู้และตระหนักถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม สามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง และเคารพสิทธิของผู้อื่นตามกฎหมาย ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการที่ให้บริการเนื้อหาไม่เหมาะสม หรือผิดกฎหมายต้องออกจากตลาดการให้บริการในที่สุด

Tom Pentefountas ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวว่า ในประเทศแคนาดายังไม่มีการกำกับดูแลการให้บริการ OTT เนื่องจากการให้บริการ OTT มักให้บริการจากภายนอกประเทศ ซึ่งอยู่นอกเหนืออำนาจการกำกับดูแล แม้การให้บริการ OTT จะส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ แต่การให้บริการ OTT ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ดังกล่าวมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงการให้บริการโทรทัศน์ได้มากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานกำกับดูแลได้สำรวจการใช้บริการของประชาชนปรากฏว่าประชาชนยังคงรับชมรายการโทรทัศน์ตามโปรแกรมของผู้ให้บริการโทรทัศน์ โดยเปลี่ยนวิธีการเข้าถึงจากการรับชมผ่านทางโทรทัศน์เป็นการรับชมผ่านทางบริการ OTT จึงเห็นได้ว่า เนื้อหารายการเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมผู้ให้บริการโทรทัศน์ให้สามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ได้ เมื่อเนื้อหารายการได้รับความนิยมแล้ว ประชาชนจะยังคงเลือกรับชมเนื้อหารายการดังกล่าวผ่านช่องทางที่ประชาชนสะดวก ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง OTT หรือช่องทางโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม การลงทุนในการให้บริการ OTT กับการให้บริการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมาก โดยผู้ให้บริการ OTT ไม่ต้องลงทุนในการสร้างโครงข่ายพื้นฐานเพื่อเข้าถึงผู้ฟังผู้ชม หากแต่ให้บริการผ่านเครือข่ายบรอดแบนด์ที่มีอยู่เดิม จึงทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการทั้งสองประเภทดังกล่าวที่ไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลจึงควรลดกฎเกณฑ์กำกับดูแลหรือภาระการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์กำกับดูแลบางประการลง เพื่อส่งเสริมผู้ให้บริการโทรทัศน์ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลให้สามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ได้

สุดท้าย Joan Warner ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล OTT ในมุมมองของผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงว่า ผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงไม่ได้รับผลกระทบจากการให้บริการ OTT เทียบเท่าผู้ให้บริการโทรทัศน์ เนื่องจากการให้บริการวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเฉพาะของบริการที่เน้นเนื้อหาเฉพาะท้องถิ่นและพฤติกรรมของผู้ฟังที่จะเลือกรับฟังวิทยุในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ในขณะขับรถ ดังนั้น ในการเข้าถึงเนื้อหารายการผ่านการให้บริการ OTT จึงไม่ได้รับความนิยมเนื่องจากในเวลาที่ต้องการเข้าถึงเนื้อหา รายการมักเป็นเวลาที่อยู่นอกสถานี่และต้องเข้าถึงผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ฟังจึงต้องเสียค่าใช้จ่ายข้อมูลผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ จากผลการสำรวจปรากฏข้อมูลว่า โครงข่ายโทรคมนาคม

มีความสามารถในการให้บริการข้อมูลจำกัด ซึ่งหากผู้ฟังต้องการเข้าถึงรายการใดรายการหนึ่งพร้อมกันในเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก จะไม่สามารถเข้าถึงผ่านช่องทาง OTT ได้ ในส่วนของการกำกับดูแลการให้บริการ OTT นั้น เห็นว่า หน่วยงานกำกับดูแลควรลดกฎเกณฑ์กำกับดูแลผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลเพื่อให้สามารถแข่งขันในการให้บริการกับผู้ให้บริการ OTT ซึ่งไม่ถูกกำกับดูแลได้

2. นอกเหนือจากประเด็นของการลดกฎเกณฑ์กำกับดูแล และการสร้างสภาพการแข่งขันให้เท่าเทียมแล้ว ได้คำนึงถึงประเด็นทางวัฒนธรรมหรือผลกระทบต่อความคิดของประชาชน หรือไม่อย่างไร

Mohamad Ali Hanafiah Mohamad Yunus ให้ความเห็นว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งในส่วนของบริการ OTT ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวางมากยิ่งขึ้น หากเปรียบเทียบกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบเดิมซึ่งกำหนดให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ระดับชาติต้องออกอากาศข่าวในเวลาสองทุ่มของทุกวันและประชาชนจะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางหลัก แต่เมื่อมีบริการในรูปแบบ OTT ซึ่งอำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและรวดเร็ว รวมถึงการส่งต่อข้อมูลข่าวสารดังกล่าว ทำให้พฤติกรรมของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากการเป็นผู้รับสาร กลายเป็นผู้สร้างข่าวสารและผู้ส่งข่าวสาร อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมลักษณะดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากความต้องการส่งต่อข่าวสารอย่างรวดเร็ว ให้ทันต่อสถานการณ์ จึงไม่มีการตรวจสอบแหล่งที่มาและความถูกต้องของข่าวสาร ซึ่งในขณะนี้ยังไม่มีกฎหมายกำกับดูแลกิจกรรมดังกล่าวแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม เมื่อต้นปีที่ผ่านมารัฐบาลได้เริ่มโครงการเพื่อเสริมสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการให้บริการ OTT การรับข้อมูลข่าวสารและการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารอย่างมีความรับผิดชอบ และในอนาคตอาจมีการออกกฎหมายกำกับดูแลการให้บริการในลักษณะดังกล่าวต่อไป

3. รัฐบาลมีการสนับสนุนทางด้านเนื้อหารายการเพื่อให้เนื้อหารายการสามารถแข่งขันกับเนื้อหารายการจากทั่วโลกหรือไม่ อย่างไร

Tom Pentefountas ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันประชาชนสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้อย่างหลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าเนื้อหารายการดังกล่าวจะมีที่มาจากที่ใด โดยไม่มีการปิดกั้นข้อมูลข่าวสารจึงทำให้จำนวนผู้ชมรายการมีอย่างไม่จำกัด ดังนั้น ในฐานะของผู้ผลิตรายการต้องสามารถผลิตเนื้อหารายการที่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้ โดยในแคนาดามีการเปลี่ยนรูปแบบการสนับสนุนทางการเงินสำหรับผู้ผลิตในแคนาดาให้สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพและแข่งขันกับผู้ผลิตภายนอกได้ และเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะนำเนื้อหารายการสู่ตลาดระดับนานาชาติด้วยอันจะเป็นการขยายตลาดและเพิ่มรายได้ในที่สุด ซึ่งจากข้อมูลในตลาดเพลง ปรากฏว่าเพลงของแคนาดาเป็นที่นิยมไปทั่วโลก โดยแคนาดาเป็นผู้ส่งออกเพลงอันดับสองหรือสามของโลก

แม้ในปัจจุบันแคนาดายังคงมีการกำหนดโควต้าให้ผู้ให้บริการวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ต้องออกอากาศเนื้อหารายการที่ผลิตโดยคนแคนาดาหรือผลิตในแคนาดา (Cancon) เพื่อปกป้องผู้ผลิตรายการแคนาดาให้สามารถมีช่องทางการออกอากาศได้ ซึ่งการกำหนดโควตาดังกล่าวอาจเป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการ

วิฤกษ์กระจายเสียงหรือโทรทัศน์ที่จะคัดสรรเนื้อหารายการที่เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมในตลาดเพื่อนำมาให้บริการ แต่หากพิจารณาการกำหนดโควตาดังกล่าวควบคู่กับการสนับสนุนทางการเงินสำหรับผู้ผลิตรายการ เพื่อให้สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพได้แล้วเห็นว่า การกำหนดโควตาการออกอากาศดังกล่าว ไม่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ให้บริการในการนำเนื้อหารายการแคนาดามาออกอากาศแต่อย่างใดเนื่องจากรายการที่ต้องนำมาออกอากาศตามโควตาเป็นรายการที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมจากประชาชน

5.4 Session 4: มุมมองจากอุตสาหกรรมในประเด็นด้านการกำกับดูแลที่สำคัญ ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

(View from the Industry: What are the key regulatory policy issues in terms of broadcasting?)

Chair:	Matt Pollins, Associate, Olswang Asia
Speaker:	1. Dr. Amal Punchihewa, Director Technology, Asian-Pacific Broadcasting Union (ABU) 2. Heiko Zysk, Vice President, Governmental Relations & Head of European Affairs and ProSiebenSat. 1 Media AG 3. Matthew Kurlanzik, Director of Government Relations, Asia, 21st Century Fox

หัวข้อ: View from the Industry: Key Regulatory Policy Issues in terms of Broadcasting

โดย: Dr. Amal Punchihewa, Director Technology, Asian-Pacific Broadcasting Union (ABU)

ABU ก่อตั้งขึ้นในปี 1964 เป็นสมาคมวิชาชีพที่ช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมการแพร่กระจายเสียงทั้งในรูปแบบของวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ (Radio, Television and New Media) ในภูมิภาค มีหน้าที่ดูแลประเทศสมาชิกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวม 50 ประเทศ โดยมีประเทศสมาชิก 4 ประเทศที่ยุติการออกอากาศในระบบแอนะล็อก (Analog Switch Off) ไปแล้ว ส่วนอีก 46 ประเทศอยู่ในระหว่างเริ่มกระบวนการยุติการออกอากาศในระบบแอนะล็อก ประเทศในภูมิภาคนี้จึงควรต้องมีการติดตามสถานการณ์ในเรื่อง Digital Delivery อย่างใกล้ชิด เช่น ความต้องการในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Broadband Penetration) และความต้องการที่จะเข้าถึงสื่อในขณะเคลื่อนที่แบบ Mobile

รูปแบบการส่งเนื้อหาออกอากาศ (How to deliver content)

การส่งเนื้อหาจากผู้ผลิตที่รวมทุกๆ รูปแบบของการผลิตเนื้อหาสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทำจากกล้องวิดีโอ การผลิตเนื้อหาสื่อในสตูดิโอ หรือองค์กรที่ผลิตสื่อทุกระดับ จะมีรูปแบบการส่งเนื้อหาออกอากาศอยู่ 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

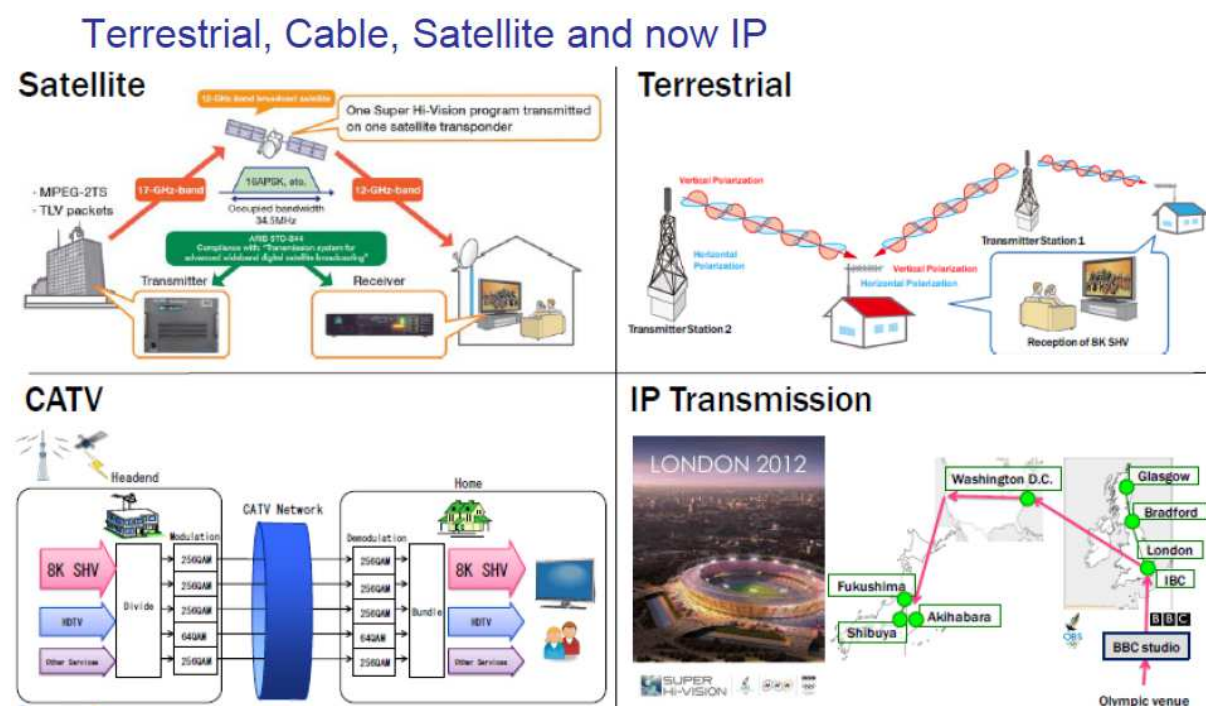
1. Over the Air (OTA) ในที่นี้จะไม่กล่าวถึงว่าเป็นการส่งแบบแอนะล็อกหรือดิจิทัล OTA เป็นการเผยแพร่เนื้อหาที่นับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุด และครอบคลุมประชากรในกลุ่มใหญ่ ซึ่ง OTA จะประกอบด้วยการส่งสัญญาณภาคพื้นดิน (Terrestrial) การส่งสัญญาณผ่านระบบดาวเทียม (Satellite)
2. Over the Cable (OTC) เป็นการส่งด้วยสายเคเบิล ที่ไม่ต้องใช้คลื่นความถี่ในการส่งสัญญาณ

3. Over the Top (OTT) เนื่องจากทั้ง OTA และ OTC มีข้อจำกัดว่าผู้รับ (Receiver) ไม่สามารถรับสัญญาณได้ขณะที่มีการเคลื่อนที่ จึงเป็นที่มาของการที่มีรูปแบบการส่งเนื้อหาในข้อที่ 3 นี้ โดยเป็นการเข้าถึงด้วยการใช้ Broadband เช่น Wireless เป็นต้น

โดยการเข้าถึงเนื้อหาสื่อมีได้ใน 2 รูปแบบ คือ การเข้าถึงสื่อแบบสาธารณะ (Free to Access) และการเข้าถึงสื่อแบบบอกรับสมาชิก (Pay to Access)

การแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcasting)

ความหมายของการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcasting) คือ รูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสำหรับมวลชน เป็นการสื่อสารแบบสาธารณะ ซึ่ง ABU มองว่าต้นทุนของการสื่อสารสาธารณะนี้มีมูลค่าสูง จึงเกิดมีการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่จะให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้ตามความต้องการที่เรียกว่า OTT provider ซึ่งเป็นการสนับสนุนความเท่าเทียมในการเข้าถึงเนื้อหาของสื่อ โดยมองว่าประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกทั้ง 50 ประเทศ มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ความแตกต่างทางสังคม และวิถีชีวิต ดังนั้น จึงต้องดำเนินการให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาของสื่อได้อย่างเท่าเทียมในรูปแบบอื่นๆ ด้วย

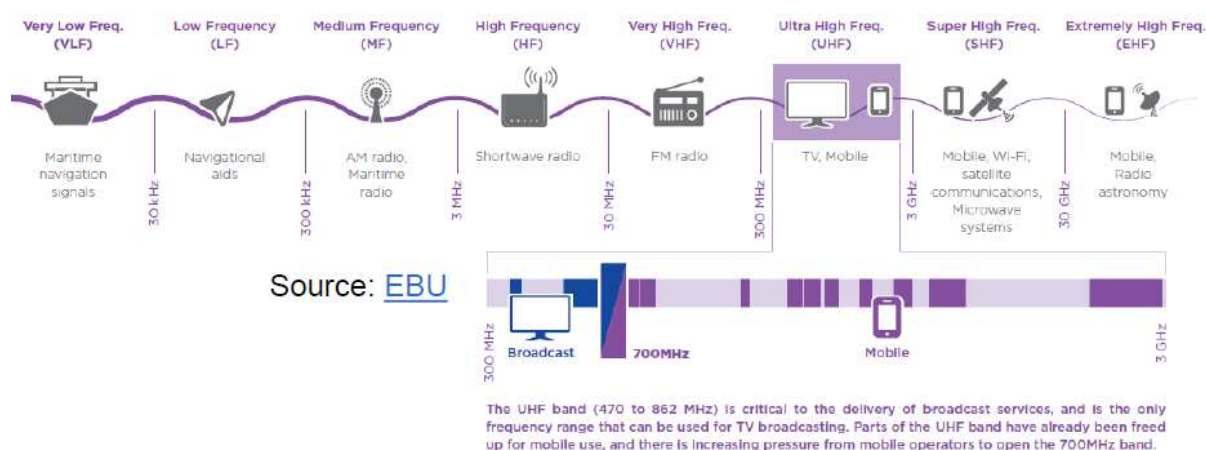


จากภาพแสดงให้เห็นรูปแบบในการแพร่สัญญาณ (Platform) การแพร่ภาพกระจายเสียงสามารถเกิดขึ้นได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบการแพร่ภาพในระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial) ดาวเทียม (Satellite) เคเบิลทีวี (CATV) และ IP Transmission ซึ่งจากการคาดการณ์การเข้าถึงสื่อในรูปแบบต่างๆ ข้างต้นนี้พบว่า 60% ของกลุ่มอายุช่วงวัยทำงานจะมีความต้องการ Mobile TV มากขึ้น ซึ่งระบบและเทคโนโลยีการแพร่ภาพก่อนหน้านี้ มีข้อจำกัดในด้านการส่งเนื้อหา คุณภาพของการแพร่สัญญาณของระบบภาคพื้นดิน รวมถึงความต้องการในการใช้ย่านความถี่ที่สูง ทำให้ปัจจุบันนี้มีรูปแบบทางธุรกิจใหม่ที่จะให้

ประชาชนได้เข้าถึงสื่อในรูปแบบ Over the Top (OTT) โดยเพียงแค่อินเทอร์เน็ต ทุกๆ คนก็สามารถที่จะเข้าถึงสื่อได้ทุกที่ในโลก สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจ และที่แน่นอนคือ กระทบกับประชาชนที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาของสื่อได้อย่างง่ายดาย นอกจากความต้องการในการเข้าถึงสื่อของประชาชนจะมีความต้องการเข้าถึง Mobile TV มากขึ้น ประชาชนยังต้องการความคมชัดของภาพในระดับที่สูงขึ้น ได้แก่ UHDTV (Ultra High Definition Television) ซึ่งเป็นมาตรฐานใหม่ของความละเอียดของ “จอภาพ” ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องเตรียมความพร้อมที่จะให้มีการเข้าใช้ในรูปแบบต่างๆ ให้มากขึ้น

คลื่นความถี่ (Spectrum)

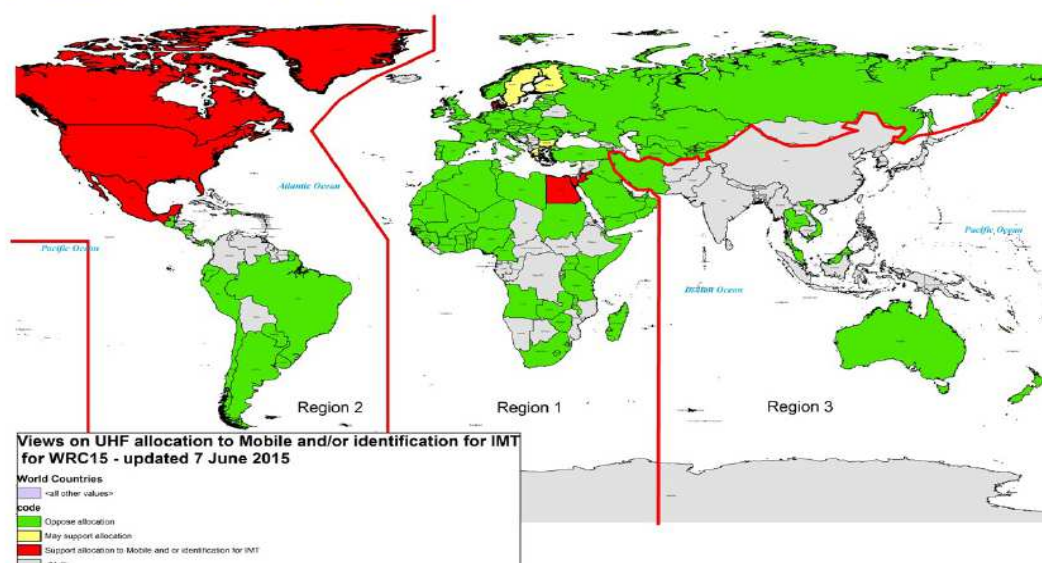
เป็นทรัพยากรธรรมชาติรูปแบบหนึ่งที่สามารถใช้ในการส่งเนื้อหาของสื่อได้ ซึ่งพบว่า ย่านความถี่สำหรับวิทยุและโทรทัศน์จะมีย่านความถี่ที่กว้างมาก โดย World Radiocommunications Conference (WRC) หน่วยงานที่ตั้งขึ้นโดย International Telecommunication Union (ITU) จะมีการประชุมกันทุกๆ 3 - 4 ปี โดยการประชุมครั้งถัดไปจะจัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน 2015 ในเรื่องที่ว่าหน่วยงานกำกับดูแลจะสามารถจัดสรรย่านความถี่ได้เพียงพอต่อความต้องการที่มากขึ้นและมีรูปแบบหลายหลายมากขึ้นได้อย่างไร โดยมีย่านความถี่สำหรับใช้งานต่างๆ ดังภาพ



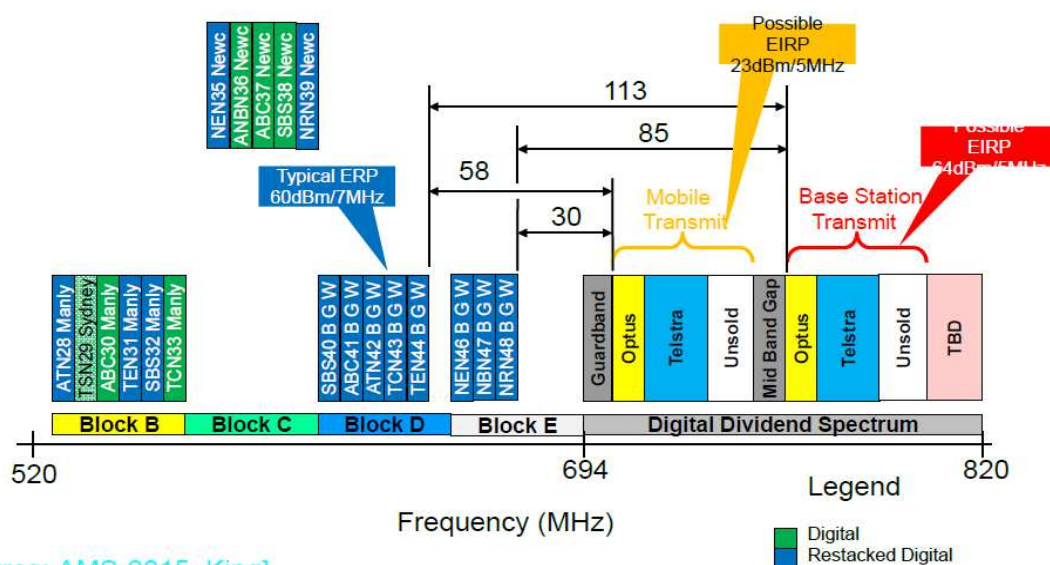
การใช้งานย่านความถี่

พบว่าการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้การสื่อสารและการใช้งานย่านความถี่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด หากแต่รูปแบบทางวิศวกรรมเหล่านั้นส่งผลกระทบต่อผู้กำหนดนโยบายด้านสังคมและเศรษฐกิจอย่างยิ่ง ในความเป็นจริงพบว่าการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับ Mobile ในปัจจุบันนั้นยังไม่มีการใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งปัจจุบันพบว่า มีจำนวนประเทศที่สนับสนุนการจัดสรรคลื่นความถี่ย่าน UHF สำหรับ Mobile (สีแดง) และกลุ่มประเทศที่ต่อต้าน (สีเขียว) ดังภาพ

JUNE 2015 – 470-694 MHZ



ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ไม่เห็นด้วยมีอยู่ด้วยกัน 5 ประเทศ คือ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย ประเทศไทย มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งประเทศออสเตรเลียได้จัดทำแผนบริหารคลื่นความถี่สำหรับให้ Mobile ใช้ในย่าน UHF ด้วยการ Restacking Digital ซึ่งจะมีย่านความถี่ที่สามารถใช้กับ Mobile ได้ในช่วง 694-820 MHz และมีกำลังส่งรวม (EIRP) ได้ 23dBm/5MHz ดังภาพ



[Source: AMS-2015, King]

การเปลี่ยนผ่านจากแอนะล็อกไปสู่ดิจิทัล

ความคาดหวังของ ITU ในการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลในแต่ละประเทศ คือการกำหนดกรอบนโยบาย การกำกับดูแล และแผนการเปลี่ยนผ่านกิจการวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลให้ครอบคลุมถึง Mobile TV และ IPTV รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการสนับสนุนการเข้าใช้สื่อแบบ Multimedia ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ด้วย

หัวข้อ: View from the Industry: Regulatory Challenges

โดย: Heiko Zysk, Vice President, Governmental Relations & Head of European Affairs and
ProSiebenSat. 1 Media AG

โทรทัศน์ในอดีต

ในอดีตโทรทัศน์เริ่มต้นจากฟรีทีวี คือ ทีวีที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชม ซึ่งในการผลิตนั้นมี Free Corporate Fund สนับสนุนอยู่เบื้องหลัง จึงทำให้ในการผลิตนั้นค่อนข้างมีปัญหาทางการเงินเนื่องจากมีงบประมาณในการผลิตที่จำกัด

เมื่อ 10 ปีก่อน ประเทศเยอรมันได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการที่มีสื่อหลากหลายให้เลือกรับชม เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการปรับตัวทางธุรกิจ เช่น มีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) รวมถึงการแสวงหากลยุทธ์ทางธุรกิจอื่นๆ อันได้แก่ เกมออนไลน์เพื่อกระตุ้นผู้บริโภค ซึ่งในยุโรปถือเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อีกมาก ในสมัยก่อนโทรทัศน์เป็นมีไว้ใช้สำหรับดูโดยไม่มีลูกเล่นอะไรมาก ต่อมาจึงได้พยายามให้เพิ่มรูปแบบของกิจกรรมให้มากกว่า 1 รูปแบบ

ในยุคพัฒนาโทรทัศน์ให้เป็น Online TV

ปัจจุบันนี้โทรทัศน์เปลี่ยนไปมาก ไม่เพียงแต่ให้ความบันเทิงเท่านั้น หากแต่ยังเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนไปสู่ธุรกิจอื่นๆ อีกด้วย ต่อมาจึงมีคนในยุโรปแนะนำว่า ถ้าโทรทัศน์มันซับซ้อน ทำไมไม่ทำให้เป็น Online เพราะในปัจจุบันนี้ทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายดาย แต่ปัญหาคือ ทุกคนรับชมเนื้อหาที่มาจากบริษัทหรือองค์กรขนาดใหญ่ระดับภาคอุตสาหกรรม (Professional Content Manufacturer) ไม่ใช่มาจากบุคคลทั่วไปสร้างขึ้นมาเอง (Homemade) จึงเป็นเหมือนกับระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ที่แต่ละฝ่ายต้องมีหลักเกณฑ์มาควบคุมในแต่ละขั้นตอน ดังนั้น การที่จะให้ระบบนิเวศน์นี้อยู่รอดไปด้วยกัน เราต้องมองภาพรวมให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่เพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น

ปัจจุบันนี้เราพยายามทำตามความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการใส่เนื้อหาทุกอย่างลงในทุกอุปกรณ์ (Device) เช่น การรับชมรายการจากบนโทรศัพท์มือถือ การรับชมรายการต่อบนจอทีวีเมื่ออยู่ที่บ้าน อาจกล่าวได้ว่าผู้บริโภคมีความต้องการมากขึ้น รู้มากขึ้นว่าผู้บริโภคต้องการอะไรและสามารถค้นหาได้เองจากในอินเทอร์เน็ต ซึ่งสิ่งนี้คือความท้าทาย เนื่องจากเรายังไม่สามารถทำได้เช่นนั้น เพราะยุโรปยังไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับร่วมกัน (Convergence Regulation) ยกตัวอย่างปัญหาในเรื่องของวัฒนธรรมกับมุมมองในประเทศเยอรมันกับประเทศเนเธอร์แลนด์ และมุมมองที่ต่างกันในเรื่องของกฎหมายทรัพย์สินของประเทศเยอรมันและประเทศอังกฤษ ดังนั้น สิ่งที่ต้องเรียนรู้ก็คือตลาดของอาจจะอยู่ในระดับประเทศที่ติดกันด้วยเขตแดนทางด้านภาษา แต่เราก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศน์ระดับโลก ดังนั้น จึงเป็นปัญหาที่ประเทศเยอรมันกำลังประสบอยู่ กล่าวคือ ประเทศเยอรมันมีการกฎระเบียบข้อบังคับอย่างหนึ่ง แต่โลกมีกฎระเบียบข้อบังคับอีกอย่างหนึ่ง อาจจะเป็นมายาคติถ้าเราจะบอกว่า เรากำลังรอกฎระเบียบข้อบังคับที่เหมือนกัน แต่จริงๆ ควรจะเป็นการตกลงร่วมกัน (Global Talks) เช่น ทุกประเทศมีการปกป้องผู้เยาว์แต่อาจจะแตกต่างกัน คงจะไม่มี

ข้อโต้แย้งในเรื่องเป้าประสงค์ แต่อาจจะแย้งในเรื่องของวิธีการ เพราะฉะนั้นจึงต้องหาวิธีการร่วมกันว่า จะทำอย่างไรให้สามารถทำงานข้ามพรมแดนได้



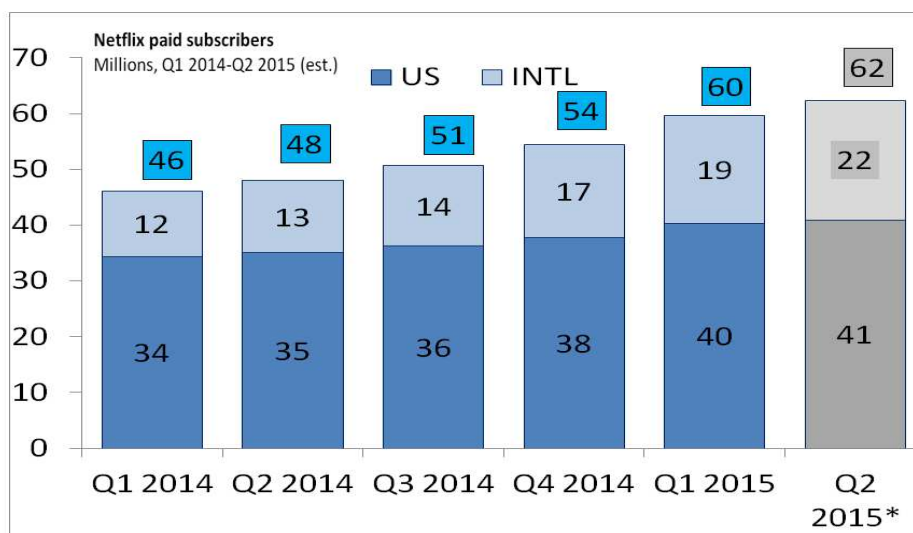
ภาพด้านบนแสดงให้เห็นถึง Smart TV ทั่วไปที่มีทั้งรายการโทรทัศน์ซึ่งอยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับ และยังมีอีกหลายๆ ที่นำเสนอเนื้อหาสาระ เช่น YouTube ซึ่งไม่ได้อยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของยุโรป เพราะฉะนั้นจึงสามารถแบ่งปันไฟล์ ข้อมูล เนื้อหาข้ามพรมแดนได้ และยังมีโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ที่สามารถแบ่งปันเนื้อหาข้ามพรมแดนได้ทั่วโลกอีกด้วย จะเห็นได้ว่า มีช่องทางมากมายที่สามารถข้ามพรมแดนมาอยู่ในจอเดียวกัน ปัญหาคือ ถ้ามีการลงทุนในการผลิตรายการทีวี จะได้เงินทุนกลับมาได้อย่างไร ในเมื่อมีกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวด จะสามารถชนะรายการทีวีที่ไม่ได้ผ่านกฎระเบียบข้อบังคับได้อย่างไร มีคนเสนอความคิดเห็นมากมายว่าจะทำอย่างไรกับเหตุการณ์นี้ดี เป็นไปได้หรือไม่ที่จะเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบข้อบังคับของยุโรป (Break Down European Regulation) เช่น นำโฆษณาต่างๆ ออกไป เพราะโฆษณามีส่วนให้คนเปลี่ยนไปดู YouTube และยังมีกฎระเบียบข้อบังคับของยุโรปที่กำหนดอีกกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของรายการทีวีต้องเป็นรายการทีวีที่มาจากคนยุโรปเป็นผู้ผลิตอีกด้วย ซึ่งในความเป็นจริงผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่ารายการนั้นผลิตมาจากไหน แต่ผู้บริโภคสนใจที่เนื้อหามากกว่า การที่ยุโรปตั้งกฎระเบียบข้อบังคับนี้เนื่องจากต้องการให้ผู้บริโภคได้รับฟังสื่อท้องถิ่น ดังนั้น หากผู้ผลิตผลิตสื่ออย่างอื่นที่ไม่เป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับนี้ก็จะไม่สามารถผลิตสื่อได้ ซึ่งจะทำให้ขาดทุน ในฐานะที่เป็นผู้กำหนดกฎระเบียบต้องพิจารณาว่าสามารถใช้งานได้จริงและเหมาะสมหรือไม่ กฎระเบียบข้อบังคับควรสามารถก้าวตามเทคโนโลยีได้ทัน เทคโนโลยีก้าวเร็วกว่ามาก การที่ทั่วโลกจะสร้างกฎระเบียบข้อบังคับพื้นฐานที่ใช้ร่วมกันได้นั้น ควรต้องมีการพิจารณาปัจจัยสำคัญต่อประเทศนั้นๆ และก้าวข้ามพรมแดนประเทศตนเอง เพื่อสร้างกฎระเบียบข้อบังคับพื้นฐานร่วมกัน

หัวข้อ: The Regulation of Online Video Services

โดย: Matthew Kurlanzik, Director of Government Relations, Asia, 21st Century Fox

OTT (Over the Top) ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จากเดิมที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมเป็นผู้ผูกขาดการให้บริการ บทสนทนาด้วยเสียงหรือวิดีโอ และการส่งข้อความในรูปแบบของตัวหนังสือ ภาพ เสียง และวิดีโอ ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีทางเลือกใหม่ คือการเลือกใช้ในด้านของธุรกิจวิทยุโทรทัศน์ที่มีผู้ให้บริการเนื้อหารายการ (Video Online) ที่ไม่ต้องลงทุนโครงข่ายเช่น YouTube, Hulu, Netflix เป็นต้น

การที่ OTT สามารถให้บริการแบบข้ามพรมแดนได้ ส่งผลให้เกิดช่องว่างในการกำกับดูแล ที่หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีเครื่องมือกลไกจะควบคุมทางการตลาดหรือเนื้อหารายการ การที่สามารถดาวน์โหลดเนื้อหาได้อย่างเสรีจะเป็นปัญหามากขึ้นในอนาคตเมื่อบริการของ OTT ได้เพิ่มความหลากหลาย และมีจำนวนผู้ใช้งานที่สูงยิ่งขึ้นไปอีก (ตัวอย่างการเติบโตของธุรกิจแสดงให้เห็นดังภาพ)



รูปแบบการให้บริการ OTT

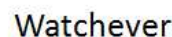
รูปแบบการให้บริการ OTT ที่ได้รับความนิยมประกอบไปด้วย

1. รูปแบบของการโฆษณา - OTT เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับนักลงทุนที่ต้องการหารายได้ เนื่องจากสามารถที่จะโฆษณาแบบใดก็ได้ ไม่มีการเสียค่าเช่าช่วงเวลา ค่าเช่าพื้นที่ เป็นการให้บริการแบบฟรี
2. รูปแบบของการบอกรับสมาชิก - OTT สามารถให้บริการได้หลากหลายรูปแบบ จะให้สมัครสมาชิกเป็นรายครั้งหรือรายเดือน เพราะอาจมีค่าใช้จ่ายของการผลิตเนื้อหา หรือการซื้อลิขสิทธิ์เนื้อหาออกมาออกอากาศ ในบางกรณีอาจให้บริการฟรีก็อาจทำได้

3. รูปแบบของไฮบริด หรือ “Freemium¹” – การแข่งขันทางการตลาดของ OTT เริ่มมีการแข่งขันมากขึ้น ผู้ให้บริการหลายรายจึงหันมาสนใจ “Freemium” มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นในเรื่องของ แอปพลิเคชัน หรือโปรแกรมที่ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดหรือนำมาใช้ได้ฟรีๆ แต่หากต้องการ Feature หรือคอนเทนต์ที่มากกว่าหรือเพิ่มเติมจากสิ่งที่มีอยู่ อาจจะต้องเสียเงินเพิ่มเติม ตามราคาของบริษัทนั้นๆ กำหนดไว้ ฟังก์ชันต่างๆ ราคาอาจจะไม่เท่ากัน แต่ส่วนใหญ่แล้ว บริการ Freemium ที่เป็นแบบฟรี จะเพียงพอแล้วสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป แต่หากต้องการฟังก์ชันเพิ่มเติม ก็จะไปใช้แบบ Premium แทน นั่นเอง
4. รูปแบบของ Pay-per-view การเข้าถึงได้ง่ายของ OTT ผู้ให้บริการอาจใช้ Pay-per-view เป็นหนทางหนึ่งของการสร้างรายได้

ประเทศไทยกับการให้บริการ OTT

ในประเทศไทย การให้บริการหรือการตลาดของ OTT มีอัตราเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ เริ่มมีผู้ให้บริการหลายรายและมีผู้รับชมให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะสะดวกกับการใช้งาน ง่ายต่อการเข้าถึง และเทคโนโลยีในไทยก็มีการพัฒนาระบบที่จะรองรับ OTT มากขึ้นด้วย



¹ Freemium เกิดจากการผสมคำ สร้างคำใหม่ขึ้นมาระหว่างคำว่า free และคำว่า premium ความหมายตามการผสมของคำ รูปแบบการขายสินค้าหรือบริการ อาทิ แอปพลิเคชัน เกม หรืออื่นๆ ทุกวันนี้ผู้ใช้งานแต่ต้องการของฟรีจะทำให้เข้าถึงผู้ใช้ได้รวดเร็ว และง่ายกว่า

ความแตกต่างระหว่าง OTT กับ IPTV

1. Independent Aggregators: ผู้ให้บริการตามที่ได้กล่าวถึงนั้น แรกเริ่มเป็นการให้บริการเพียงแค่ออนไลน์ตามเว็บไซต์ แต่ในปัจจุบัน เริ่มเพิ่มการให้บริการช่องทางเลือกใหม่ให้ผู้รับชมมีทางเลือกที่มากขึ้น



2. Authenticated TV Subscribers: OTT เป็นอีกทางเลือกของผู้ให้บริการช่องรายการที่ต้องการขยายผู้รับชมให้มากและสะดวกแก่การรับชมที่มากขึ้น โดยอาจมีการให้เลือกฟังก์ชันหรือทางเลือกในการรับชม โดยอาจให้เลือกรับชมเหมือนที่ออกอากาศผ่านโทรทัศน์ในระบบต่างๆ หรืออาจให้เลือกการบริการการรับชมเนื้อหารายการที่ต่างจากช่องทางปกติได้ โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายที่ต่างกัน



3. Content Direct to Consumers: ผู้ให้บริการที่ผลิตเนื้อหารายการเองหรืออาจซื้อเนื้อหารายการมาออกอากาศทางมือถือหรือเว็บไซต์โดยเฉพาะ



4. TV Platform Standalone: ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตทีวี



โดยสรุป กล่าวได้ว่า OTT เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภค ในการรับชมเนื้อหารายการในรูปแบบที่สะดวกมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรับชมผ่านสมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ตทีวี ฯลฯ โดยสามารถเลือกรับชมเฉพาะเนื้อหารายการที่สนใจได้

OTT มีอัตราการเติบโตทางการตลาดสูงมาก มูลค่าการตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศโดยภาครัฐ จะมีการควบคุมได้เพียงใด จะใช้หลักเกณฑ์เดียวกันกับการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์หรือไม่ จะมีการควบคุมกลไกการตลาดอย่างไร เนื่องจากการแข่งขันอย่างเสรีในปัจจุบันนี้ ถือเป็นดาบสองคม เพราะการเข้าถึงได้โดยง่ายจะเป็นช่องทางให้มีการออกอากาศเนื้อหารายการในลักษณะที่ต้องห้ามตามกฎหมายได้

การอภิปราย

1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อทั้งระบบในโลก ยกตัวอย่างเช่น Net Neutrality ที่กำลังจะมาถึง และการที่มี VDO on Demand อย่าง Netflix ที่สร้างรายได้ 40 ล้านดอลลาร์ต่อปี จึงมีคำถามว่า การแพร่ภาพกระจายเสียงในรูปแบบเดิมจะยังคงมีอยู่ต่อไปหรือไม่ อย่างไร

Dr. Amal Punchihewa มีความเห็นว่าแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไปมากก็ตาม ผู้กำกับดูแลต้องรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เพื่อให้การกำกับดูแลผู้ให้บริการที่อยู่ในอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ครอบคลุมจนถึงการ Integration กับ Broadband ด้วย

2. เมื่อกล่าวถึงบริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเทคโนโลยีหรือสภาวะแวดล้อมใดๆ ก็ตาม จึงมีคำถามว่าธุรกิจ Pay TV มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้อยู่รอดในยุคนี้ได้อย่างไรบ้าง

Matthew Kurlanzik มีความเห็นว่าพื้นที่ทั้งหมดสำหรับธุรกิจ Pay TV ในช่วง 5 - 10 ปีนี้ เรียกได้ว่าเป็นการจ่ายเพื่อรับชมเนื้อหา (Content) ไม่ว่าจะเป็น True Netflix หรือ Hooq เรียกได้ว่าเป็นธุรกิจการผลิตเนื้อหาเพื่อการบริโภค ซึ่งรายได้ของธุรกิจแบบ OTT ส่วนหนึ่งมาจากรายได้จากการรับชมโทรทัศน์ในรูปแบบเดิม



NETFLIX

HOOQ

3. การแพร่ภาพกระจายเสียงเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบหลากหลายหรือไม่ อย่างไร

Heiko Zysk มีความเห็นว่ามีหลากหลายมากในรูปแบบการส่งมอบเนื้อหา ผู้ประกอบการกิจการในธุรกิจนี้ต่างพยายามที่จะแยกอิสระออกจากกัน คือ ผู้ผลิตเนื้อหา (Content) ก็พยายามที่จะผลิตเนื้อหาและส่งมอบไปยังผู้บริโภคโดยตรง ทั้งในส่วนที่เป็น TV และ Mobile ซึ่งผู้บริโภคสามารถที่จะเข้าถึงเนื้อหาได้ในช่องทางที่หลากหลาย

4. มูลค่าทางธุรกิจนี้มีมากน้อยเท่าไร

Heiko Zysk กล่าวว่า ในอดีตรายได้ค่าโฆษณามีส่วนแบ่งตลาดเป็นร้อยละในอุตสาหกรรม Broadcasting : Non Broadcasting อยู่ที่ 80 : 20 ปัจจุบันเป็น 60 : 40 และในอนาคตคาดว่าจะอยู่ที่ 40 : 60

5. เมื่อกล่าวถึง Free to Access ที่ Dr. Amal Punchihewa ได้กล่าวไว้ จึงมีคำถามว่าผู้ประกอบการเหล่านี้มีการปรับเปลี่ยนอย่างไรเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน ซึ่งด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

Dr. Amal Punchihewa มีความเห็นว่าการปรับเปลี่ยนจากการแพร่ภาพกระจายเสียงในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Broadcaster) ไปสู่ผู้ประกอบการแพร่กระจายเสียงในรูปแบบใหม่ (Modern Broadcaster) รูปแบบการแพร่กระจายภาพและเสียงจะมีมากกว่า Over the Air และ Over the Cable โดยจะเป็นการรับชมภาพและเสียงได้ผ่าน Broadband คือ Over the Top ซึ่งสามารถเข้ารับชมภาพและเสียงได้ด้วยอุปกรณ์ที่หลากหลายขึ้น ตัวอย่างของการขับเคลื่อน OTT ในประเทศมาเลเซีย คือ Ton Ton ทั้งนี้ การแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิมจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปนำเสนอเนื้อหาผ่าน OTT ด้วย เพื่อเพิ่มรายได้สำหรับธุรกิจของตนให้เติบโตไปอย่างต่อเนื่อง

6. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่หลากหลายและพัฒนาการของรูปแบบทางธุรกิจ ซึ่งในที่นี้จะส่งผลกระทบกันไปตามลำดับ มีคำถามว่าจะมีผลกระทบไปอย่างไรบ้าง

Matthew Kurlanzik มีความเห็นว่ามีผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจภาพยนตร์อย่างแน่นอน กระทั่งต่อร้อยละทางธุรกิจและจะมีการลดลงอย่างต่อเนื่องในอนาคต

7. คุณมีความคิดเห็นอย่างไรกับรูปแบบในการกำกับดูแลในรูปแบบต่างๆ

Matthew Kurlanzik มีความเห็นว่าการกำกับดูแลด้านเนื้อหาเพื่อไม่ให้กระทบต่อผู้ผลิตเนื้อหา (Content Provider) ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของค่าธรรมเนียม (Licenses Fee) หรือภาษี (Tax)

Heiko Zysk มีความเห็นว่าการกำกับดูแลควรมองถึงความยืดหยุ่นและความเป็นไปได้ในการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตต่อการนำเนื้อหารายการมาแพร่ภาพกระจายเสียง ซึ่งแม้การผลิตเนื้อหาจะมีต้นทุนการผลิต แต่ควรคิดถึงมูลค่าในการแพร่ภาพกระจายเสียงด้วย

8. ความคาดหวังของอุตสาหกรรมนี้กับ Net Neutrality ต่อสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Landscape) เป็นอย่างไร

Matthew Kurlanzik มีความเห็นว่าในส่วนของ Net Neutrality การดำเนินการในปัจจุบันยังมีความซับซ้อนทางด้านเอกสาร การกำกับดูแลจำนวนหลายร้อยหน้าของ FCC ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง Net Neutrality กระทบต่อธุรกิจหลักคือ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) ที่ต้องดำเนินการปรับขนาดของข้อมูลให้สามารถส่งผ่าน Broadband ได้โดยไม่ให้เกิด Traffic หรือการส่งข้อมูลได้ช้าลง สำหรับบริการออนไลน์บางประเภท เช่น Netflix หรือ YouTube

Dr. Amal Punchihewa มีความเห็นว่าปัจจุบันมีบางประเทศที่ผลักดัน Net Neutrality เช่น สิงคโปร์ แต่ในขณะเดียวกันนั้น ประชาชนยังขาดความเข้าใจถึงการจัดการ Net Neutrality ที่แท้จริง ซึ่งมีความซับซ้อนในการดำเนินการ WBU รวมถึง ABU กำลังผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ให้สามารถเปิดธุรกิจรูปแบบใหม่ เช่น Digital Market ซึ่งถือว่าการเข้าสู่ยุค Convergence ได้อย่างแท้จริง

Keynote

Speaker:	Tom Pentefountas, Vice Chairman, Broadcasting, Canadian Radio Television and Telecommunications Commission (CRTC)
-----------------	---

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

จากการทำการสำรวจด้วยการสอบถามและศึกษาจากผลตอบรับของประชาชนชาวแคนาดา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2013 นั้น พบว่าเนื้อหา (Content) เริ่มมีความสำคัญมากในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพราะในกิจการดังกล่าวมีข้อมูลเป็นตัวแปรสำคัญ ซึ่งสามารถกำหนดสถานการณ์ต่างๆ ต่อไปได้ ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้น และแตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมา

ซึ่งจากการสอบถามสาธารณะชน ปรากฏให้เห็นสถานการณ์ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. กิจการการกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่มีอยู่ทั่วไปปรากฏให้เห็นว่า เนื้อหาเป็นสิ่งที่อยู่ทั่วไปทุกหนทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทย ออสเตรเลีย มาเลเซีย เกาหลี พม่า บรูไน ฟิลิปปินส์ ลาว สหราชอาณาจักร รวมทั้งแคนาดา โดยเนื้อหาเข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายๆ เรื่องที่คาดไม่ถึง แม้เมื่อ 5 ปีที่แล้วก็ตาม ข้อมูลและเนื้อหารายการเป็นสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในโลกของสื่อสารมวลชน และใช้ประโยชน์ได้ตลอดเวลา ทุกโอกาส ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคจะเลือกใช้อุปกรณ์ หรือเครื่องมือใด ในการรับสารจากรายการนั้นๆ
2. ผู้ผลิตรายการจะต้องศึกษาเนื้อหารายการ ตรวจสอบการออกอากาศด้วยตนเอง เพื่อผลิตรายการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับชม เนื่องจากจะเห็นได้ว่าทุกวันนี้มีคนดูรายการต่างๆ ไป ตามวิทยุและโทรทัศน์น้อยลง เพราะผู้ชมจะเลือกดูแต่เนื้อหาที่ตนเองสนใจ
3. การติดตามการเปลี่ยนแปลงของสื่อให้ทันทั่วทั้งที่ เนื่องจากความต้องการสื่อของผู้บริโภคเปลี่ยนไป และต้องมีการสร้างกฎระเบียบที่ใช้ในการกำกับดูแลให้ตอบสนองต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่กำลังเกิดขึ้น อันจะนำมาซึ่งการลงทุนและการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ โดยจะต้องเปิดขอบเขตการกระจายเสียงและโทรทัศน์ให้กว้างขึ้น

ในปี พ.ศ. 2556 จะเห็นได้ว่ามีทางเลือกมากขึ้นในการรับชมสื่อต่างๆ ดังจะเห็นได้จากการนำระบบการสนทนาผ่าน Laptop TV มาใช้ และจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีคนดูโทรทัศน์ตามตารางเวลาที่กำหนดน้อยลงไปทุกวัน จากที่สมัยก่อนดูโทรทัศน์แต่เฉพาะในบ้าน ในห้องรับแขก ห้องนอน ห้องครัว แต่ปัจจุบันสามารถรับชมรายการที่เราอยากชมได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เมื่อไร โดยเลือกชมรายการได้จากทางโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต แล็บท็อป หรือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ผู้คนสามารถดูโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้มากกว่า 100 รายการ จะเห็นว่าทางเลือกของผู้ชมมีเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ และไม่ถูกจำกัดขอบเขตอีกต่อไป ผู้ชมสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรายการและเนื้อหาต่างๆ ผ่านทาง YouTube ได้ทุกวินาทีและสามารถรับชมรายการที่มีอยู่ทั่วโลก ไม่ใช่แต่เฉพาะรายการที่ผลิตในประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นเนื้อหารายการจึงมีอยู่มากมายในโลกของสื่อ และปรากฏให้เห็นมากขึ้นกว่าในหลายๆ ปีที่ผ่านมา สื่อเปิดโอกาสให้

ผู้ชมได้นำเสนอประสบการณ์ นอกจากนั้น เนื้อหาดังกล่าวไม่ได้ควบคุมผู้ชมดังที่เกิดขึ้นในอดีต ในทางกลับกัน ผู้ชมต่างหากที่เป็นผู้ที่ควบคุม และเลือกที่จะบริโภครายการตามที่สนใจและต้องการด้วยตัวเอง

คำถามถัดไปที่น่าสนใจคือ เราจะสามารถแบ่งปันสื่อข้ามพรมแดนซึ่งกันและกันได้หรือไม่ (ในกรณีกับประเทศสหรัฐอเมริกา) ประเด็นนี้มีแนวโน้มว่า รายการที่ผลิตในประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีโอกาสเข้ามาในประเทศแคนาดาอย่างมาก ในกรณีนี้ จึงมีการจัดโควต้าในการถ่ายทอดรายการโทรทัศน์ของประเทศแคนาดา ว่าจะต้องมีสัดส่วนรายการที่ผลิตในประเทศแคนาดาที่มากพอและแน่นอน อย่างไรก็ตาม การจัดสัดส่วนโควตาดังกล่าวจะไม่มีคามหมายเลย เมื่อเกิดการรับชมผ่านทางออนไลน์ในปัจจุบัน

จากที่กล่าวมา ก็จะทำให้เห็นว่าเนื้อหาที่มีความสำคัญและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่ออุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ในปัจจุบันได้อย่างไรบ้าง การทำให้เนื้อหาที่มีคุณภาพ จึงเป็นหลักสำคัญ เนื่องจากจะมีผลกับผู้ให้การสนับสนุนรายการด้วย โดยเฉพาะการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพในประเทศแคนาดา เพราะถือเป็นการแข่งขันระดับโลก เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับรายการต่างประเทศ ดังที่เราคาดหวังว่า จะได้รับชมรายการที่เราอยากชมมากที่สุด ไม่ใช่รายการที่นำมาฉายซ้ำแล้วซ้ำอีก (Rerun) ซึ่งช่วงเวลาที่คนแคนาดารับชมรายการที่วิวมากที่สุด คือ ในเวลาเย็น และจะเป็นช่วงที่มีคนให้การสนับสนุนรายการโฆษณาหรือการลงทุนมากที่สุด เรียกว่า Peak Hour โดยจะมีการให้ความช่วยเหลือทางการเงินในรูปแบบการให้เงินทุนแก่ผู้ผลิตรายการวิทยุหรือโทรทัศน์

อย่างไรก็ตาม เนื้อหาท้องถิ่นของประเทศแคนาดายังคงเป็นเนื้อหาที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวัฒนธรรมหรือการเมือง ฯลฯ และต้องมีการรับประกันว่าผู้ชมในประเทศแคนาดาจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาท้องถิ่นดังกล่าวได้ ดังนั้น รายการทางวิทยุและโทรทัศน์ ที่ให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายยังคงมีบทบาทสำคัญต่อท้องถิ่นอยู่มาก นอกจากนี้ จากการสอบถามยังพบว่ารายการกีฬาและรายการละคร ควรได้รับการช่วยเหลือจากกองทุนน้อยลงหรือยุติการช่วยเหลือทางการเงินไปในที่สุด โดยคำนึงถึงผู้ที่จ่ายค่าสนับสนุนที่จะต้องทนรับชมเนื้อหาที่ไม่ต้องการ ยกตัวอย่างเช่น การนำเอาช่องที่ได้รับความนิยมมากๆ เช่น ESPN Disney ABC ฯลฯ มารวมกันแล้วขายเป็นแพคเกจดีๆ เพื่อประโยชน์ในทางการตลาด แต่หากผู้ชมชื่นชอบช่องไหน ก็ควรที่จะสามารถรับชมเฉพาะช่องนั้นๆ ได้เองเลย และไม่ควรรวมอยู่ใน Basic Package

การเปลี่ยนแปลงอีกส่วนที่สำคัญคือผู้ประกอบการ (Broadcaster) ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ชม (Viewer) และ ผู้ผลิตรายการ (Producer/Creator) อีกต่อไป เนื่องจากมีช่องทางในการเผยแพร่ออกอากาศทางสื่ออยู่มากมาย ดังนั้น Canadian Radio Television and Telecommunications Commission (CRTC) จึงได้ดำเนินการดังนี้

1. สร้างคณะทำงานในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Industry Working Group) เพื่อทำการสำรวจเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริงในอุตสาหกรรมสื่อ เพื่อให้ทราบว่าผู้ชมรับชมอะไร เหตุผลในการรับชม แหล่งการรับชม และการบริโภคสื่อใหม่ๆ ซึ่งจะถือเป็นการเปลี่ยนแปลงในทางความคิด
2. หาความสามารถในการเข้าถึงสื่อ โดยจะต้องมีความสะดวกในการใช้และสามารถใช้ได้อย่างแพร่หลาย และจะต้องเป็นการแก้ไขปัญหาที่ดำเนินการได้จริง

ทั้งนี้ ผู้ผลิตรายการ ควรคำนึงถึงความต้องการในการรับชมรายการของประชาชนเป็นหลัก โดยสำรวจความต้องการของประชาชนทำเป็นสถิติ ว่าผู้ชมต้องการรับชมรายการอะไรแล้วแข่งขันกันผลิตรายการประเภทนั้น หรือแม้กระทั่งเนื้อหาในการโฆษณา โดยเฉพาะทางออนไลน์ ที่ในปัจจุบันมีอิทธิพลอย่างมากในการจับจ่ายซื้อของ การช้อปปิ้งออนไลน์ และการส่งของทางไปรษณีย์ สร้างมิติใหม่ให้แก่การทำสื่อโฆษณา เกิดความพึงพอใจแบบทันที (Immediate Satisfaction) ในสังคม

การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ปัญหาและสร้างมิติใหม่จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจอีกด้าน อย่างที่ทราบกันว่าในปัจจุบัน หากใครจะมาเป็นคู่แข่งของ Google หรือ Amazon คงต้องปรับกลยุทธ์ตามให้ทัน เทคโนโลยีที่วุ่นอีกอย่างหนึ่งคือ Set Top Box ที่ช่วยเอื้อเรื่องของโทรทัศน์ดิจิทัลที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันในหลายๆ ประเทศ

เทคโนโลยีอีกอย่าง คือ เครือข่ายบรอดแบนด์ ที่ในอดีตเป็นเพียงเหมือนของเล่นฟุ่มเฟือย หากแต่ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ในหลายๆ บ้านขาดไม่ได้ โดยถือว่าเป็นเทคโนโลยีที่ให้ความบันเทิง ให้การศึกษา ให้ข้อมูล ข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร ให้บริการด้านสาธารณสุข และบริการอื่นๆ อีกมากมาย ปัจจุบันนี้บรอดแบนด์เป็นเหมือนแปร่งทาสีบ้านที่ตัวตีสีขึ้นมา และก่อให้เกิดภูมิทัศน์ทางสื่อมากมาย เป็นนวัตกรรมสมัยใหม่ แก่ทั้งประเทศแคนาดาและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก ซึ่งปัจจุบันคนแคนาดาสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีนี้ได้ทุกคน

การกำกับดูแลเองควรให้ความสำคัญกับผลประโยชน์สาธารณะ (Public Interests) มากกว่าทางพาณิชย์ เพราะเป็นการตัดสินใจในเรื่องของนโยบายที่มีผลต่อประชาชนในระยะยาว ซึ่งมีความสำคัญมาก และไม่ควรละเลยในรายละเอียด

5.5 Session 5: การส่งเสริมและให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Empowering the User)

Chair:	คุณสุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
Speaker:	1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิงรอร งามสุต วัฒนันท์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะกรรมการด้านผังรายการและเนื้อหารายการ (กสทช.) 2. Edgardo Legaspi, Executive Director, South East Asian Press Alliance, Philippines 3. Khin Maung Win, Deputy Executive Director & Deputy Chief Editor, Democratic Voice of Burma

หัวข้อ: Issues marring user empowerment in new media environment

โดย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิงรอร งามสุต วัฒนันท์, คณะนิเทศศาสตร์,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะกรรมการด้านผังรายการและเนื้อหารายการ (กสทช.)

การใช้กฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อ

ในการกำกับดูแลเนื้อหารายการของประเทศไทย สำนักงาน กสทช. มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลในหลายกรณี เป็นกรณีที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะ และในเรื่องศีลธรรมอันดีของประชาชน ในการวินิจฉัยตีความจึงต้องเป็นการสร้างเกณฑ์จากกรณีที่ผ่านมาว่า เนื้อหาใดที่เป็นการขัดต่อกฎหมาย โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล คือ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 37 ซึ่งห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิด

- การลัทธิการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือ
- มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือ
- มีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือ
- มีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

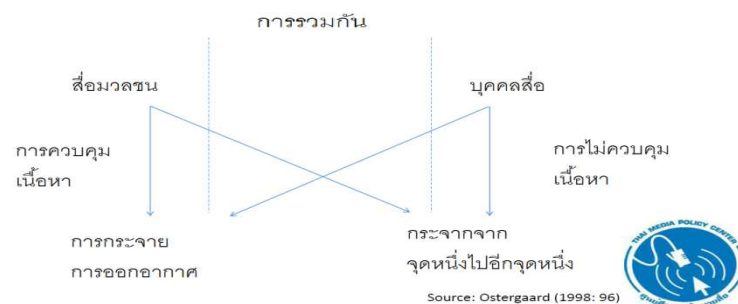
ภาพด้านล่างแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างรายการที่เข้าข่ายการกระทำความผิดตามมาตรา 37 ตัวอย่างเช่น รายการ Thailand Got Talent โดยลงโทษปรับทางปกครองกรณีนำเสนอภาพผู้หญิงเปิดหน้าอก และวาดภาพออกอากาศในรายการ เป็นต้น

Cases reprimanded under Section 37



Cases reprimanded under Section 37





จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันสื่อมีความหลากหลายมากขึ้น ประชาชนสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารจากหลายทาง เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น จากรูปด้านบน แสดงให้เห็นถึงจุดรวมกันระหว่างสื่อมวลชน กับผู้รับข่าวสาร สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวสารผ่านทางระบบการออกอากาศ โดยมีกระบวนการควบคุมเนื้อหาในการออกอากาศอยู่ แต่ปัจจุบันความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้ผู้รับข่าวสารหรือบุคคลทั่วไปสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้ ลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารจะกระจายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง และมีการส่งต่อกระจายไปเป็นทอดๆ โดยไม่มีระบบในการควบคุมเนื้อหาที่ส่งออกไป แต่จุดที่มารวมกันคือ สื่อมวลชนก็สามารถใช้เทคโนโลยีส่งข้อมูลผ่านเป็นทอดๆ ได้ และบุคคลทั่วไปที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารก็สามารถนำข้อมูลส่งต่อจนเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารออกอากาศ สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบมาจากสื่อรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน เช่น ระบบโทรศัพท์มือถือ ความรวดเร็วของระบบอินเทอร์เน็ต การรับการส่งข้อมูล เป็นรูปแบบที่ไม่มีที่สิ้นสุดสามารถเข้าถึงและส่งข้อมูลได้อย่างอิสระ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ยากต่อการกำกับควบคุมสื่อ ดังนั้น ความสำคัญจึงอยู่ที่ระดับการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจาก “เทคโนโลยีเปลี่ยนรวดเร็ว แต่ตัวบุคคลเปลี่ยนช้า”

ระบบการกำกับดูแลตนเอง

ปัจจุบันมีสมาคมหรือองค์กรวิชาชีพสื่ออยู่มากมายในประเทศไทย แต่มีส่วนน้อยมากที่จะตรวจสอบเรื่องร้องเรียนและตรวจสอบกำกับดูแลตนเองอย่างจริงจัง เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วสมาคมหรือองค์กรจะเป็นกลุ่มผลประโยชน์ และอยู่ในรูปแบบ Lobbyist การมีผลประโยชน์ระหว่างสมาคมหรือองค์กรที่มีหน้าที่ตรวจสอบกำกับดูแลตนเองกับสื่อ โดยจริยธรรมของสื่อมวลชนมีการเขียนระบุไว้แต่ไม่มีลักษณะของการบังคับใช้

การรู้เท่าทันสื่อ

กล่าวได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อ เป็นองค์ประกอบในการกำกับดูแลที่สำคัญ โดยจะต้องทำให้ผู้รับสื่อมีความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมินเนื้อหา อย่างไรก็ดี อุปสรรคที่จะนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อนั้นมีอยู่หลายองค์ประกอบ ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษาพื้นฐาน เชื้อชาติ ระดับการเข้าใจในภาษา ดังนั้น เพื่อสร้างให้ประชาชนสามารถรู้เท่าทันสื่อได้จะต้องให้การศึกษาทิ้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสนับสนุนจากภายในประเทศและสภาพแวดล้อมทางสังคมภายในประเทศ แม้ว่าสำนักงาน กสทช. จะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งการเผยแพร่ข้อมูล การขอความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ส่วนมากแล้วจะไปในทางการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น กสทช. จึงควรจะต้องมีการวางแผนในระยะยาวในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ

Edgardo Legaspi, Executive Director, South East Asian Press Alliance, Philippines

ในการทำงานในด้านภูมิภาคนั้นได้มีการจัดทำข้อกำหนดที่ใช้เพื่อเป็นมาตรฐานสำหรับการสื่อสารสำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อให้เป็นตามบริบทต่างๆ โดยทาง The Southeast Asian Press Alliance (SEAPA) พยายามผลักดันให้เกิดการแสดงออกอย่างมีอิสระและเสรี ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความรับผิดชอบต่อการแสดงออกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของสื่อ นั้น การแสดงออกอย่างอิสระเสรีนั้นควรต้องตามมาด้วยการแสดงออกอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้รับชมรับฟัง โดยเนื้อหาในการออกอากาศหรือการแสดงออกนั้นต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส โดยต้องคำนึงถึงกลุ่มต่างๆ และการแสดงออกนั้นต้องมีมาตรฐานเพื่อไม่ให้เกิดการกระทบต่อกลุ่มต่างๆ

- การสนับสนุนและส่งเสริมของ SEAPA สำหรับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นั้นควรคำนึงถึงการแสดงออกอย่างอิสระและเสรีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- สร้างขีดความสามารถขององค์กรสื่อมวลชนในหลายฝ่ายที่เป็นอิสระ รวมถึงพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของนักข่าวหรือผู้สื่อข่าวเพื่อให้มีมาตรฐานในการดำเนินการด้านการเสนอเนื้อหาก่อนที่จะทำการเผยแพร่ไปสู่ผู้ชมรับฟัง
- ส่งเสริมการเกิดการเข้าถึงข้อมูลที่มากขึ้นโดยการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมเพื่อให้เกิดการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน รวมถึงร่วมกับภูมิภาคอื่นๆ ของโลกที่จะปกป้องเสรีภาพสื่อมวลชนและการแสดงออกอย่างเสรี โดยควรจะทำอย่างไรให้ความอิสระในการดำเนินการเผยแพร่เนื้อหานั้นเป็นไปอย่างถูกต้อง
- การแสดงออกนั้นทาง SEAPA คำนึงถึงเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อเด็ก เยาวชนเป็นอย่างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความคิดเห็น การออกอากาศเนื้อหาในส่วนของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น มีความละเอียดอ่อนอย่างมาก
- สำหรับเนื้อหาที่เสนอนั้นควรคำนึงถึงผลกระทบต่อกลุ่มต่างๆ ด้วยถึงแม้จะเป็นกลุ่มชนเล็กๆ ก็ตาม
- การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) นั้นเป็นสิ่งที่ควรดำเนินการเพื่อให้เกิดการร่วมมือในการช่วยกันกำกับดูแลสื่อระหว่างภาครัฐและผู้รับใบอนุญาตหรือเจ้าของสื่อ
- ระเบียบและมาตรฐานในการกำกับดูแลควรกำหนดหรือดำเนินการวางระเบียบและกฎเกณฑ์เพื่อให้เป็นไปตามความเหมาะสม
- สำหรับการแสดงออกอย่างอิสระนั้นเป็นเหมือนดาบสองคม เนื่องจากหากไม่มีการกำกับดูแลหรือมาตรฐานในการกรองเนื้อหาที่ตินั้นก็จะทำให้เกิดการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นไปในเชิงลบหรือเป็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้
- ในปัจจุบัน การสื่อสารหรือแสดงเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีการเผยแพร่ไปอย่างกว้างขวาง เพื่อจะกำกับดูแลเนื้อหาทางอินเทอร์เน็ตควรมีการปฏิบัติตามกฎหมายและในแนวทางที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้การ พัฒนา Codes of Conduct ดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและชุมชนต่างๆ และสามารถทำหน้าที่เป็นระบบที่สร้างความโปร่งใส โดยจะช่วยตรวจสอบระบบในเรื่องของความน่าเชื่อถือและคุณภาพของข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต รูปแบบของการกำกับดูแลร่วมกันของทุกฝ่าย

โดยอยู่บนพื้นฐานของการสร้างวัฒนธรรมแห่งความรับผิดชอบ (Culture of Responsibility) ในการใช้อินเทอร์เน็ต และมีความพยายามในการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation Initiative) ของแต่ละฝ่ายเป็นองค์ประกอบหลัก ทั้งนี้ การสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในการกำกับดูแลนั้นไม่สามารถสร้างได้ในชั่วข้ามวันข้ามคืน แต่จะเป็นระบบแห่งการเรียนรู้ (Learning System) ที่จะเป็นโครงการในระยะยาว

หัวข้อ: Regulating Broadcast Media in Myanmar:

Empowering or endangering the users?

โดย: Khin Maung Win, Deputy Executive Director & Deputy Chief Editor,
Democratic Voice of Burma

Democratic Voice of Burma (DVB) เป็นองค์กรสื่อที่ไม่แสวงหากำไรที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยออกอากาศวิทยุและโทรทัศน์ที่มุ่งให้ข่าวที่ไม่มีการเซ็นเซอร์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพม่า รัฐบาลทหารพม่าในประเทศพม่า รวมถึงความขัดแย้งทางการเมือง

กฎหมายที่ใช้ในการกำกับสื่อในพม่าประกอบไปด้วย

- กฎหมายการพิมพ์และการเผยแพร่ของรัฐวิสาหกิจ เกี่ยวข้องกับการเซ็นเซอร์ตนเองโดยผู้พิมพ์
- กฎหมายสื่อสารมวลชน มีความพยายามที่จะเป็นอิสระในสื่อสิ่งพิมพ์
- กฎหมายสื่อสารสาธารณะ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของกระบอกเสียงของรัฐบาล (ทั้งกฎหมายกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์) (ยกเลิกไปแล้ว)
- กฎหมายการออกอากาศวิทยุและโทรทัศน์ สำหรับผู้ที่ไม่ใช่สื่อสาธารณะ (ทางด้านธุรกิจ รัฐบาล ชุมชน ที่ไม่แสดงหาผลกำไร เป็นต้น)

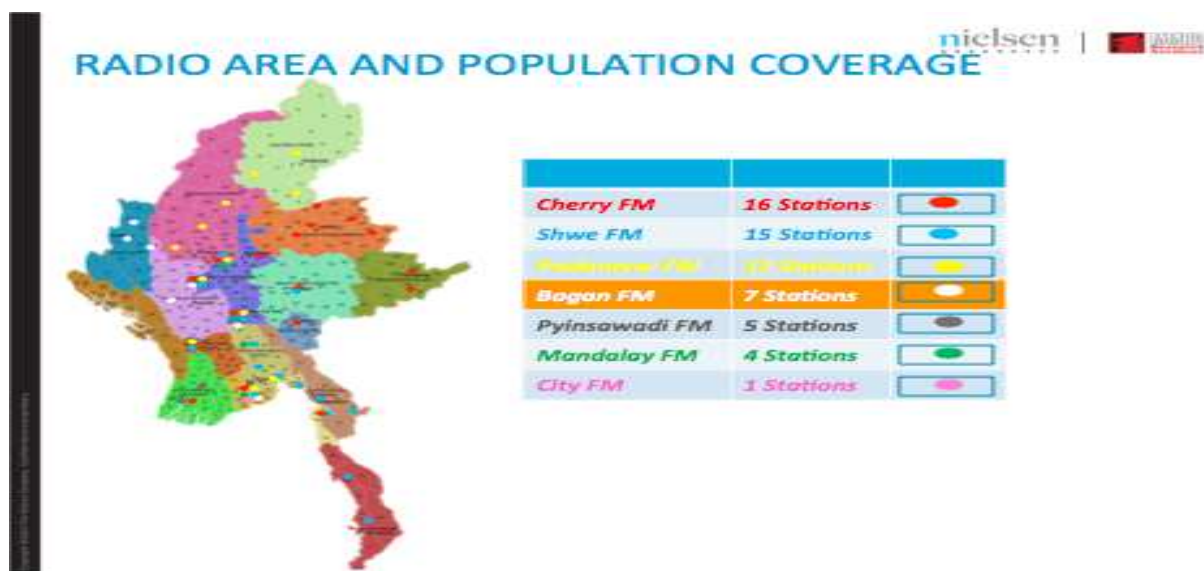
อย่างไรก็ดี กล่าวได้ว่าในพม่า ยังมีข้อบกพร่องในการดำเนินการด้านสื่อหนังสือพิมพ์ และการดำเนินการด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กล่าวคือ ในส่วนของข้อบกพร่องที่สำคัญด้านสื่อหนังสือพิมพ์นั้นคือการที่รัฐบาลทหารพม่าจะเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจต่างๆ และผู้ให้บริการในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ ยังขาดการแข่งขันที่เท่าเทียม (มีการจำหน่ายหนังสือพิมพ์รายวันของรัฐบาลที่ถูกตีพิมพ์ใน 11 พื้นที่ทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 10 ขณะที่การจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ของเอกชนที่ตีพิมพ์ในกรุงย่างกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 1 เท่านั้น) นอกจากนี้ เพียงแค่หนังสือพิมพ์รายวันจากภาคเอกชน 8 จาก 32 ฉบับที่ตีพิมพ์ออกมาในตลาดในระยะเวลา 2 ปี เป็นยอดรวมของการออกจำหน่ายประมาณครึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันของรัฐบาล โดยสรุปกล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์เอกชนที่เป็นอิสระจึงไม่สามารถอยู่รอดในตลาดได้ เท่ากับว่าการอยู่รอดของหนังสือพิมพ์รายวันภาคเอกชนที่มีคุณภาพอยู่ภายใต้การถูกภัยคุกคามที่ร้ายแรง

ในส่วนของข้อบกพร่องที่สำคัญด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ก็คือการที่รัฐบาลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมาก (รัฐมนตรีที่มีบทบาทในหน่วยงานที่กำกับดูแล) ภาคประชาสังคมไม่มีที่สิทธิมีเสียง นอกจากนี้ สื่อสาธารณะยังขาดหลักเกณฑ์ที่สำคัญของบริการสาธารณะในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และยังถูกจำกัดโดยกระบอกเสียงของรัฐบาลทหารพม่า รวมถึงมีประเด็นโต้แย้งในเรื่องแผนการจัดหา

เงินทุนที่ใช้ในการระดมทุนของสื่อสาธารณะของรัฐบาล การให้ทุน และการดำเนินการในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการการสร้างสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์หลายแห่งของรัฐบาลเอง รวมถึงไม่มีการแบ่งแยกประเภทของใบอนุญาตโดยตัวเนื้อหา เช่น ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ความบันเทิง รายการวาไรตี้ รายการครอบครัวและเด็ก เป็นต้น

โดยในปัจจุบันผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสื่อวิทยุโทรทัศน์ในพม่า มีดังนี้

- รัฐบาล: ช่องสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งพม่า (Myanmar Radio Television (MRTV))
- กองทัพ: Myawaddy (TV) จะควบคุมส่วนที่สำคัญของรายได้ในทางธุรกิจ ช่องแบบบอกรับสมาชิก (pay package) รวมถึงตีพิมพ์หนังสือพิมพ์
- กลุ่มที่มีอยู่เรื่อยๆ เป็นการทำการร่วมค้ำกับรัฐบาล, MRTV 4, ช่อง 7 และช่องแบบบอกรับสมาชิก
- Shwe Thanlwin Group เป็นการทำการร่วมค้ำกับรัฐบาล SKYNET, MNTV, MITV, ช่องแบบบอกรับสมาชิก (ส่วนมากเป็นเคเบิลทีวีรายใหญ่)
- คนสนิทในรัฐบาล มีการทำสถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟเอ็ม
- DVB สำหรับกิจการโทรทัศน์ โดยเป็นรายเดียวเท่านั้นที่ผู้ประกาศข่าวมีความเป็นอิสระ และมีการอัปเดตข้อมูลทุกๆ ชั่วโมง การยึดมั่นเพื่อคุณค่าของการบริการสาธารณะ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลงจากการหาทุนโดยการบริจาคมาเป็นสื่อทางธุรกิจในสภาพแวดล้อมของกฎระเบียบที่มีความคลุมเครือมาก
- จากภาพแผนจะเป็นได้ว่าประเทศพม่ามีผู้ประกอบการวิทยุจำนวน 7 รายการ ครอบคลุม 60 สถานีทั่วประเทศ



โดยวิทยากรมีความเห็นว่าผู้ชมของประเทศพม่าจะไม่ได้รับสื่อที่มีคุณภาพ เว้นเสียแต่ว่ากฎระเบียบในปัจจุบันได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสม

การอภิปราย

กสทช. สฤณีญา กลางณรงค์ ได้เชิญให้วิทยากรแต่ละท่านกล่าวสรุปหรือให้ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศในอาเซียน เพื่อพัฒนาและปกป้องความเป็นอิสระของสื่อ (Safeguard Press Freedom) แนวทางของหน่วยงานกำกับดูแลและอุตสาหกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคที่มีการหลอมรวมสื่อ (Convergence) การส่งเสริมการกำกับดูแลตนเอง การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงการปกป้องผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ผศ. พิรกร รามสูตร วัฒนันท์ มีความเห็นว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความเป็นอิสระของหน่วยงานกำกับดูแล โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังการปฏิวัติ โดยหน่วยงานกำกับดูแลควรตระหนักถึงสังคมโดยรวมมากกว่าการทำเพื่อความอยู่รอด ในขณะที่ Khin Maung Win ได้เสนอว่าควรมีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสม และ Edgardo Legaspi ได้กล่าวถึงประเด็นการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook ว่าปัจจุบันมีปัญหาเรื่องการใช้อำนาจเพื่อสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) โดยได้เสนอว่ารัฐต้องเข้าร่วมเพื่อพัฒนาประชาอาเซียน (ASEAN Community) และควรได้รับความเห็นจากทุกภาคส่วน มิใช่เพียงจากหน่วยงานกำกับดูแลและองค์กรภาคธุรกิจเท่านั้น

สุดท้าย กสทช. สฤณีญา กลางณรงค์ ได้กล่าวโดยสรุปว่า ในการส่งเสริมผู้บริโภคต้องมีการกำหนดให้มีความหลากหลายของสื่อ และต้องมีการค้ำประกันความเป็นอิสระของสื่อ (Press Freedom) ตลอดจนต้องมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานกำกับดูแล หน่วยงานภาครัฐ อุตสาหกรรมสื่อ ภาคประชาสังคม เพื่อปกป้องและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค

5.6 Session 6: การแข่งขันในตลาดวิทยุและโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

(Competition in the Digital TV and Digital Radio Markets)

Chair:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธวัชชัย จิตรภักษ์นันท์ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
Speaker:	1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะบุตร บุญอร่ามเรือง คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2. Joan Warner, Chief Executive Officer of Commercial Radio Australia, Chairperson of the WorldDMB Asia Pacific Committee and WorldDMB Steering Board Member 3. Jeremy Olivier, Head of Internet Policy, Ofcom-Office of Communications, UK

หัวข้อ: Thailand broadcasting industry and its statutory monopoly

โดย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะบุตร บุญอร่ามเรือง คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเป็นและภาพรวมกิจการโทรทัศน์และตลาดโฆษณา

กิจการโทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชากรผ่านทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เคเบิล ดาวเทียม รวมประมาณ 20 ล้านครัวเรือน โดยแบ่งเป็นการส่งสัญญาณ Ku-band (Direct-to-home) ประมาณ 3.5 ล้านครัวเรือน การส่งสัญญาณผ่าน C-band ประมาณ 7 ล้านครัวเรือน และการส่งสัญญาณผ่านเคเบิล ประมาณ 2.4 ล้านครัวเรือน โดยหากดูภาพรวมตลาดโฆษณากิจการโทรทัศน์ จะพบว่าสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีผลตอบแทนจากการลงทุนในการออกอากาศทั่วโลกสูงเป็นอันดับสอง และหากดูตลาดการประกอบกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะพบว่ามีประมาณ 30 เปอร์เซนต์ (โดยประมาณ 6 จากทั้งหมด 20 ล้านครัวเรือน) แต่อย่างไรก็ดีถือว่ามียุคค่าตลาดน้อยมากเมื่อเทียบกับตลาดทั้งหมด

โดยสำหรับการดำเนินกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่ผ่านมามีได้ดำเนินในระบบแอนะล็อก ซึ่งประกอบด้วย 6 ช่องดังแสดงในตาราง

ชื่อช่องรายการโทรทัศน์	ผู้ประกอบการ
ช่อง 3	บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด
ช่อง 5	กองทัพบก
ช่อง 7	บริษัท กรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด
ช่อง 9	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
ช่อง NBT	กรมประชาสัมพันธ์
ช่อง Thai PBS	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

การแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของไทย

ปัจจุบัน การแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย เข้าสู่การผ่อนปรนการผูกขาดทางกฎหมาย (Fall of Statutory Monopoly) โดยเน้นการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) โดยประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนผ่านระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล ซึ่งการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวทำให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดโทรทัศน์จากเดิมประชาชนสามารถรับชมช่องรายการโทรทัศน์ได้เพียง 6 ช่อง แต่ตอนนี้สามารถรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่เป็นการให้บริการแบบธุรกิจได้ถึง 24 ช่อง โดยผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลต้องประมูลสิทธิในการใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินดังกล่าวจึงจะได้รับการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ โดย กสทช. ได้ริเริ่มวางแผนการดำเนินงานเพื่อเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินไปสู่ระบบดิจิทัล ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เพื่อการวางโครงสร้างพื้นฐาน และการกำหนดหลักเกณฑ์ใบอนุญาตของช่องรายการประเภทสาธารณะ ชุมชน และธุรกิจ รวมถึงมีการส่งเสริมการแจกวัดเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และเริ่มดำเนินการเพื่อยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก

แนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

ประเทศไทยได้วางหลักเกณฑ์ในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์หลายด้าน ทั้งทางเนื้อหา เช่น มีการลงโทษช่องรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่รายการที่เนื้อหาใช้ความรุนแรง ลามกอนาจารหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน และกำกับดูแลคุณภาพของรายการต่างๆ รวมถึงการให้ประชาชนทุกคนมีโอกาสเข้าถึงและรับชมรายการต่างๆ ได้อย่างเท่าเทียม

กรณีตัวอย่างในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่นในปี พ.ศ. 2555 หรือ ค.ศ. 2012 กรณีการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป (ฟุตบอลยูโร) มีผู้ชมรายการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกทั้งแบบเคเบิลและจานดาวเทียม ไม่สามารถรับชมการถ่ายทอดสดได้ เพราะติดปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดของสหพันธ์ฟุตบอลแห่งชาติยุโรป (ยูฟ่า) กรณีดังกล่าวทำให้ กสทช. ได้ออกกฎเกณฑ์ทางด้านโทรทัศน์ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่

- **ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป (Must Carry Rule)**

เป็นประกาศที่กำหนดให้รายการในช่องรายการ "ฟรีทีวี" สามารถดูได้ผ่านทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นภาคพื้นดินหรือระบบผ่านดาวเทียมหรือเคเบิลทีวี ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์หรือไม่ สำหรับกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ต้องมีช่องรายการของโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไปให้สมาชิกรับชมได้ เป็นหลักประกันให้แก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ให้สามารถเข้าถึงและรับชมฟรีทีวีได้อย่างเท่าเทียม

- ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. ๒๕๕๕ (Must Have Rule) เป็นการกำหนดรายการโทรทัศน์ที่สำคัญที่ให้ออกอากาศผ่านทางฟรีทีวีเท่านั้น โดยเมื่อประกาศ Must Carry Rule กำหนดให้รายการในช่องรายการ "ฟรีทีวี" สามารถดูได้ผ่านทุกช่องทางแล้ว ดังนั้น ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกก็สามารถดูรายการโทรทัศน์สำคัญผ่านทางช่องฟรีทีวีได้เช่นกัน ซึ่งรายการดังกล่าวประกอบไปด้วยรายการแข่งขันกีฬา 7 รายการด้วยกัน ดังนี้
 1. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกีฬาซีเกมส์ (South-East Asian Games, SEA Games)
 2. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการอาเซียนพาราเกมส์ (ASEAN Para Games)
 3. การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย หรือเอเชียนเกมส์ (Asian Games)
 4. การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการเอเชียนพาราเกมส์ (Asian Para Games)
 5. การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก (Olympic Games)
 6. การแข่งขันกีฬาสำหรับคนพิการหลายประเภทจากทั่วโลก หรือกีฬาพาราลิมปิก (Paralympic Games)
 7. การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final)

อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลในเรื่องดังกล่าว ยังคงมีปัญหาหรือข้อขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานที่กำกับดูแล เช่น กรณีการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายที่ทางอาร์เอสได้รับสิทธิการถ่ายทอดสด ซึ่งบริษัทได้ทำแผนการตลาดเน้นการขายกล่องสัญญาณของบริษัทตนเองที่สามารถรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกได้ทุกนัด จึงทำให้ประชาชนทั่วไปไม่สามารถรับชมผ่านทางฟรีทีวีได้ ซึ่งเป็นการปฏิเสธที่จะปฏิบัติตามประกาศ กสทช. เรื่องกฎ Must Have Rule

ปัญหาและอนาคตของการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ไทย

ปัจจุบันไทยยังต้องเจอปัญหาใหม่ๆ อีกมากทั้งในการบริหารจัดการ ทางด้านการปฏิบัติงาน การส่งเสริมการแข่งขันและการกำกับกิจการโทรทัศน์ โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ซึ่งทำให้การแข่งขันในการประกอบกิจการโทรทัศน์ทุกภาคส่วนกำลังประสบปัญหา ไม่ว่าจะเป็นกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) ที่ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการตลาดมองหาช่องรายการใหม่ๆ มาดึงดูดให้ประชาชนมาใช้บริการเพื่อความอยู่รอด หรือประชาชนส่วนใหญ่หันไปรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิตอลแทนการสมัครเป็นสมาชิกของโทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นทำให้โทรทัศน์เคเบิลท้องถิ่นไม่ได้รับความนิยมเท่าเดิม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการของโทรทัศน์ระบบดิจิตอลบางช่องรายการก็ประสบภาวะขาดทุน โดยมีความเห็นว่า กสทช. ยังขาดการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเพียงพอ

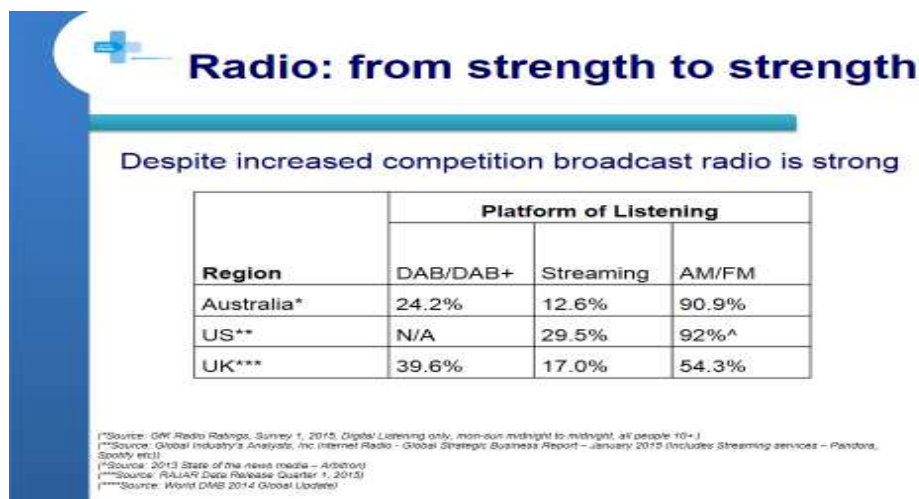
หัวข้อ: Competition in Digital Market

โดย: Joan Warner, Chief Executive Officer of Commercial Radio Australia, Chairperson of the WorldDMB Asia Pacific Committee and WorldDMB Steering Board Member

ปัจจุบันผู้กำกับดูแลมีความพยายามที่จะกำกับดูแลสื่อทุกสื่ออย่างเข้มงวดมากเกินไป (Over Regulation) สำหรับการกำกับดูแลสื่อทุกรูปแบบ และยังคงให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของอุตสาหกรรมเห็นว่า การแข่งขันและปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการวิทยุดิจิทัลกับผู้ให้บริการ OTT และวิทยุอินเทอร์เน็ต มีความจำเป็น สื่อแบบดั้งเดิมจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และหามุมมองในภาพของอุตสาหกรรมสื่อวิทยุการแข่งขันยังถือเป็นโอกาสอันดีในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ขณะเดียวกันก็ต้องพร้อมรับผู้เล่นรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน

อย่างไรก็ดี กล่าวได้ว่า วิทยุที่เป็นแบบสื่อดั้งเดิม หรือ Radio Free Broadcasting ของประเทศออสเตรเลียยังได้รับความนิยมและมีความเข้มแข็ง เนื่องจากยังมีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จากรายงานผลการวิจัยในประเทศออสเตรเลียชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับฟังวิทยุออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีระยะเวลาสั้นๆ เนื่องจากประเด็นกังวลเรื่องระยะเวลาการใช้ข้อมูล (Data Usage) และระยะเวลาของการใช้งานแบตเตอรี่ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของผู้ประกอบการวิทยุในประเทศออสเตรเลียต่างปรับตัวต่อการพัฒนาของเทคโนโลยีโดยเฉพาะการฟังวิทยุแบบ Streaming บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็ได้เสนอทำที่และความเห็นต่างๆ ไปยังหน่วยงานกำกับดูแลของออสเตรเลียเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลและความต้องการของผู้ประกอบการ สำหรับประเด็นของการส่งเสริมการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นวิทยุดิจิทัลหรือโทรทัศน์ดิจิทัลนั้น การส่งเสริมการแข่งขันในเรื่องดังกล่าวส่วนใหญ่คือผู้ประกอบการดำเนินการเอง โดยการใช้เครื่องมือสื่อสารหรือช่องทางที่มีอยู่เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้

สำหรับบทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลของประเทศออสเตรเลีย คือ การออกแบบห่วงโซ่ธุรกิจ (Value Chain) การกำหนดมาตรฐานกลางเพื่อเป็นมาตรฐานในกิจการกระจายเสียง โดยประเทศออสเตรเลียได้เลือกมาตรฐาน DVB+ เป็นมาตรฐานสำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล



จากสถิติการรับฟังวิทยุในประเทศออสเตรเลียจะเห็นได้ว่า ผู้รับฟังวิทยุจาก Free to Air มีถึงร้อยละ 90.9 ในขณะที่การรับฟังผ่านวิทยุดิจิทัลและออนไลน์อยู่ที่ร้อยละ 24.2 และ 12.6 ตามลำดับ ซึ่งชี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า Free to Air Radio ยังคงสำคัญต่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยในส่วนของ การรับฟังวิทยุดิจิทัลนั้นยังคงสามารถรับฟังได้ในเมืองใหญ่ๆ จำนวน 4-5 เมืองเท่านั้น นอกจากนี้ ในประเทศสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรเองก็ยังมีสัดส่วนการรับฟังวิทยุแบบสื่อดั้งเดิมเช่นกัน โดยการรับฟังส่วนใหญ่คือฟังในรถยนต์ เนื่องจากวิทยุแบบดั้งเดิมสามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย รวมถึงให้เป็นการให้บริการแบบไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการ ให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและเฉพาะเจาะจงพื้นที่การให้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนท้องถิ่น สัญญาณมีความทนทานต่อการรบกวนในการส่งข้อมูล มีความน่าเชื่อถือ และมีการส่งเสริมเนื้อหาและบทบาทของชุมชน

การฟังวิทยุออนไลน์ ไม่สามารถทดแทนการฟังวิทยุแบบดั้งเดิมหรือ Free to Air ด้วยข้อจำกัดหลายประการ อาทิ การลงทุนให้บริการวิทยุผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (IP) มีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ฟังวิทยุออนไลน์มีความกังวลว่าแบตเตอรี่จะหมดเร็ว และมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เป็นการใช้งานข้อมูลสูงเกินไป อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ครอบคลุมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ต และไม่สามารถใช้งานได้แบบทันท่วงทีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

อย่างไรก็ดี กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการวิทยุพร้อมปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงและต้องการแนวทางการกำกับดูแลที่เหมาะสมตามสถานการณ์และลักษณะการประกอบกิจการต่างๆ เพื่อจัดทำแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ผู้ประกอบวิทยุมองเห็นโอกาสอันดีในการเผยแพร่เนื้อหารายการไปในแพลตฟอร์มต่างๆ และสามารถให้บริการได้อย่างหลากหลายรูปแบบ เช่น AM/FM, DVB+ และ New Media ต่างๆ เป็นต้น ดังตัวอย่างแสดงในภาพ

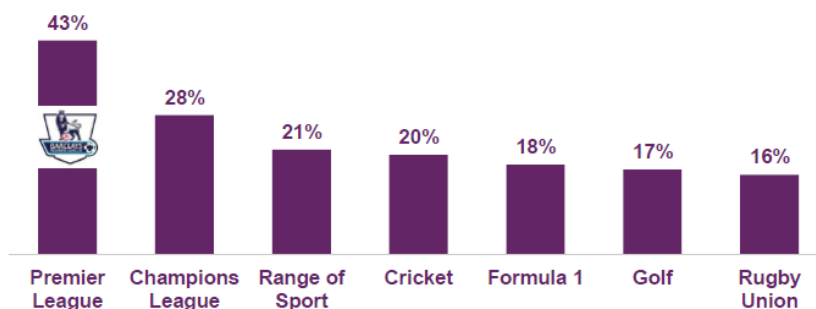


หัวข้อ: Competition in UK Pay Television and English Premiership Football

โดย: Jeremy Olivier, Head of Internet Policy, Ofcom-Office of Communications, UK

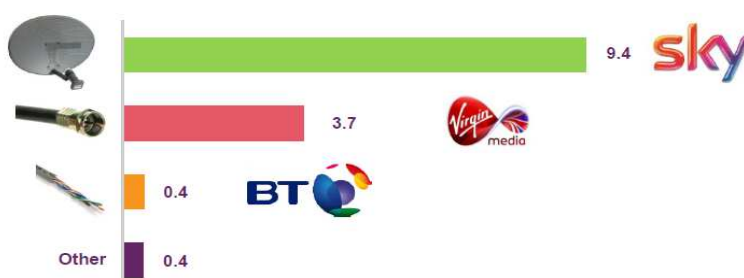
เมื่อพิจารณาการเพิ่มขึ้นของมูลค่าในลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ตั้งแต่การแข่งขันเมื่อปี 2003 จากมูลค่าประมาณ 3.9 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา สูงเพิ่มขึ้นทุกปีจนกระทั่งในปี 2015 มีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 15.8 ล้านเหรียญสหรัฐต่อการแข่งขันแต่ละแมตช์ สำหรับมูลค่าประมาณต่อฤดูกาลมีราคาเริ่มต้นที่ 529 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2003 และล่าสุดในปี 2015 มีมูลค่าสูงถึง 2,654 ล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา สาเหตุที่มูลค่าการประมูลลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสูงมากขนาดนี้ เนื่องมาจากความต้องการรับชมรายการกีฬาที่สำคัญและเป็นที่น่าสนใจ โดยฟุตบอลพรีเมียร์ลีกมีเปอร์เซ็นต์สูงที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 43 และรองลงมาเป็นฟุตบอลแชมป์เปียนลีกที่ร้อยละ 28

**Reasons for subscribing to premium sports
(% of Sky Sport subscribers)**



Ofcom หน่วยงานกำกับดูแลของสหราชอาณาจักรได้ให้ความสนใจต่อกรณีนี้มาก โดยในเดือนพฤศจิกายน 2013 ได้สอบถามผู้ชมทั้งหลายว่าเหตุใดจึงเข้าเป็นสมาชิกในระบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) คำตอบก็คือความต้องการเข้าถึงเนื้อหาที่มากขึ้น โดยร้อยละ 71 ของผู้ชมตอบว่าต้องการที่จะเข้าถึงจำนวนช่องรายการที่มากกว่าเดิม ดังนั้น Ofcom จึงให้ความสนใจต่อพื้นที่ที่สามารถรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกได้ว่าจะมีผลต่อความดึงดูดใจต่อการรับชมเพียงใด ปรากฏว่าแรงดึงดูดใจในช่องรายการจะลดน้อยลงหากไม่สามารถถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกได้ ดังนั้นการแข่งขันของ Pay TV ในแต่ละแพลตฟอร์มอยู่ที่ความสามารถในการขยายพื้นที่การให้บริการถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก โดยจากภาพแสดงให้เห็นถึงจำนวนสมาชิกของแต่ละแพลตฟอร์ม

Pay TV Subscriptions by Platform (Million, 2009)





สำหรับการดำเนินการของ Ofcom ต่อธุรกิจ Pay TV ในสหราชอาณาจักรเริ่มต้นจากปี 2007 ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันของธุรกิจ และเมื่อปี 2010 ได้ทำการสรุปผลการศึกษาและออกมาเป็น กฎเกณฑ์เรียกว่า Wholesale Must Offer (WMO) บนโครงข่าย “Sky” ต่อมา ปี 2015 ได้ทำการทบทวน และปรับปรุงกฎเกณฑ์ WMO อีกครั้งหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น รองรับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น และเน้น กลุ่มเป้าหมายไปยังรายการกีฬา

หากพิจารณาในส่วนของโครงข่าย Sky ถือเป็นการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมไปยังบ้าน ผู้รับชม โดยมีจำนวนสมาชิก 9.4 ล้านรายในปี 2009 มากที่สุดในบรรดาแพลตฟอร์มต่างๆ โดย Sky เป็นทั้ง ผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมและยังเป็นผู้ผลิตรายการในอีกหลายช่อง เช่น Sky1, Sky NEWS, Sky SPORTS และ Sky MOVIES โดย Sky SPORTS ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก 2009/10 ในสัดส่วนที่มากที่สุด ในบรรดาผู้ได้ลิขสิทธิ์ถ่ายทอด กฎ Wholesale Must Offer (WMO) บนโครงข่าย “Sky” มีสาระสำคัญดังนี้

- ให้บริการทั้งมาตรฐานความคมชัดปกติ (Standard Definition: SD) และมาตรฐานความคมชัดสูง (HD)
- ปรับค่าบริการสำหรับการรับชมความคมชัดปกติ SD โดยใช้เกณฑ์ Retail-minus
- Sky ต้องเสนอราคาอ้างอิงไว้เพื่อป้องกันการเรียกเก็บเงินเกินควร

ปัจจุบันมีครัวเรือนประมาณร้อยละ 25 ในสหราชอาณาจักรที่มีการใช้แพ็คเกจรวมอินเทอร์เน็ต และ Pay TV และมีอัตราการใช้งานเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 2005 จนปัจจุบัน โดยในไตรมาสแรกของปี 2014 มีจำนวนการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 24 รายการประเภทพรีเมียร์ลีกถูกควรวรรณเข้ากับการให้บริการบรอดแบนด์ ในอัตราที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ยกตัวอย่างเช่น BT แคมช่องรายการ BT Sport ให้กับลูกค้า หรือ Sky แคมบริการ บรอดแบนด์ถึง 2 ปี ให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกช่องกีฬาฟุตบอลยุโรป การถือครองลิขสิทธิ์ถ่ายทอดกีฬาสำคัญๆ โดยเฉพาะฟุตบอลถือเป็นปัจจัยหลักในการโน้มน้าวผู้ชมให้หันมาเป็นสมาชิกใน Pay TV ที่ทั้ง BT และ Sky ใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ดึงดูดใจผู้ใช้บริการมากที่สุด

การอภิปราย

1. ผลที่เกิดกับจำนวนผู้ใช้บริการแบบบอกรับสมาชิกในประเทศไทยเปลี่ยนไปอย่างไรหลังจากที่ CTH ชนะการประมูลลิขสิทธิ์ EPL เหนือทรูวิชั่นส์

แม้จำนวนฐานลูกค้าของ CTH จะเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากการประมูลลิขสิทธิ์มาด้วยเม็ดเงินที่สูงมากประกอบกับการบริหารงานที่ดูจะยังเป็นปัญหาอยู่ ทำให้รายได้ของ CTH ไม่ได้เป็นไปตามที่คาด ส่วนในมุมของหน่วยงานกำกับดูแลมองว่าเนื่องจากเนื้อหาของ EPL ในประเทศไทยไม่จัดว่าเป็นเนื้อหาในกลุ่มที่มีความสำคัญสูงต่อคนในชาติ องค์กรดูแลกำกับจึงไม่ได้ยื่นมือเข้าไปเกี่ยวข้อง ปล่อยให้กลไกการตลาดทำงานไปตามปกติ

2. ขอทราบความเห็นและขอคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสม ถ้าหากผู้ให้บริการสาธารณะในไทยต้องการพัฒนาไปสู่ Hybrid Radio เนื่องจากต้องมีการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น

โดยปกติในการเริ่มต้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ว่าจะจากทั้งผู้ให้บริการภาคธุรกิจหรือสาธารณะ จำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้อยู่แล้ว เช่น ต้นทุนการเช่า Internet Link เป็นต้น ซึ่งในกรณีของประเทศออสเตรเลียพบว่า การออกอากาศด้วยวิทยุดิจิทัลระบบ DAB+ สามารถช่วยประหยัดต้นทุนการกระจายสัญญาณได้ประมาณร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับการออกอากาศด้วยวิทยุระบบเอฟเอ็ม ซึ่งในส่วนที่ประหยัดต้นทุนได้สามารถนำมาพัฒนาในส่วนอื่นได้เช่น พัฒนา Hybrid Radio เป็นต้น ส่วนในแง่พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าในกลุ่มวัยรุ่นจะมีแนวโน้มการฟังวิทยุบนอุปกรณ์พกพาและโทรศัพท์มือถือมากขึ้น และจากผลการสำรวจพบที่มีความต้องการจะรับฟังวิทยุบนอุปกรณ์เหล่านี้มากขึ้นไปอีกอย่างมาก ถ้าหากไม่ต้องเสียค่าบริการข้อมูล (Mobile Data Package) และหากระยะเวลาใช้งานแบตเตอรี่จะไม่หมดไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ทาง WorldDMB และ CRA พยายามผลักดันให้มีการใส่ชิป Digital Radio ไปในโทรศัพท์มือถือเพื่อตอบสนองความต้องการในส่วนนี้

3. เนื่องจากแนวโน้มที่ทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินในไทยที่จะมีพื้นที่สัญญาณครอบคลุมมากขึ้นจนทั่วประเทศและได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้ผู้ให้บริการเคเบิลท้องถิ่นที่มีกว่า 300 รายได้รับผลกระทบและไม่สามารถแข่งขันได้ อยากทราบว่าทางหน่วยงานกำกับดูแลมีแนวทางที่จะช่วยเหลือผู้ให้บริการเคเบิลท้องถิ่นเหล่านี้อย่างไรบ้าง

ผู้บรรยายได้เล่าให้ฟังถึงกรณีในประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศออสเตรเลีย ที่มีเหตุการณ์ดังกล่าวอย่างที่เรียกกันว่า cord cutting trend เกิดขึ้นเช่นกัน ซึ่งองค์กรกำกับดูแลในทั้งสองประเทศเห็นว่าไม่จำเป็นต้องยื่นมือเข้าไปเกี่ยวข้องหรือต้องมีการแทรกแซงทางตลาด แต่หากว่าเป็นเรื่องที่ผู้ให้บริการเคเบิลท้องถิ่นต้องปรับตัวเพื่อการแข่งขันเอง เช่น ออกแพคเกจที่มีราคาถูกลง หรือพัฒนาจากเคเบิลระบบแอนะล็อกไปเป็นระบบดิจิทัลพร้อมกับให้บริการอินเทอร์เน็ตไปด้วย เป็นต้น

4. ประเด็นอื่น ได้มีการอภิปรายถึงเรื่องกฎเกณฑ์ Wholesale Must Offer (WMO) ที่ยังอยู่ในระหว่างการทบทวนเพื่อปรับปรุง รวมถึงได้พูดถึงแนวโน้มของ Internet TV, Catch Up TV และ Video on Demand ในประเทศสหราชอาณาจักรซึ่งมีการเติบโตสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งผู้บรรยายได้แสดงทัศนะว่าในช่วงระยะสั้นถึงระยะกลาง สื่อหลักอย่างโทรทัศน์ยังคงได้รับความนิยมอยู่ โดยมีสื่อใหม่อย่าง Catch Up TV หรือ Internet TV มาช่วยเสริม

5.7 Session 7: คลื่นความถี่ (Spectrum Issues)

Chair:	Dr. Amal Punchihewa, Director Technology, Asian-Pacific Broadcasting Union (ABU)
Speaker:	1. Tony George, Manager Broadcasting Carriage Policy, Australia Communications and Media Authority (ACMA) 2. คุณปริตา วงษ์ชุตินาท ผู้อำนวยการสำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.) 3. Faizah Zainal Abidin, Head of Spectrum Planning Division, Malaysian Communications and Multimedia Commission

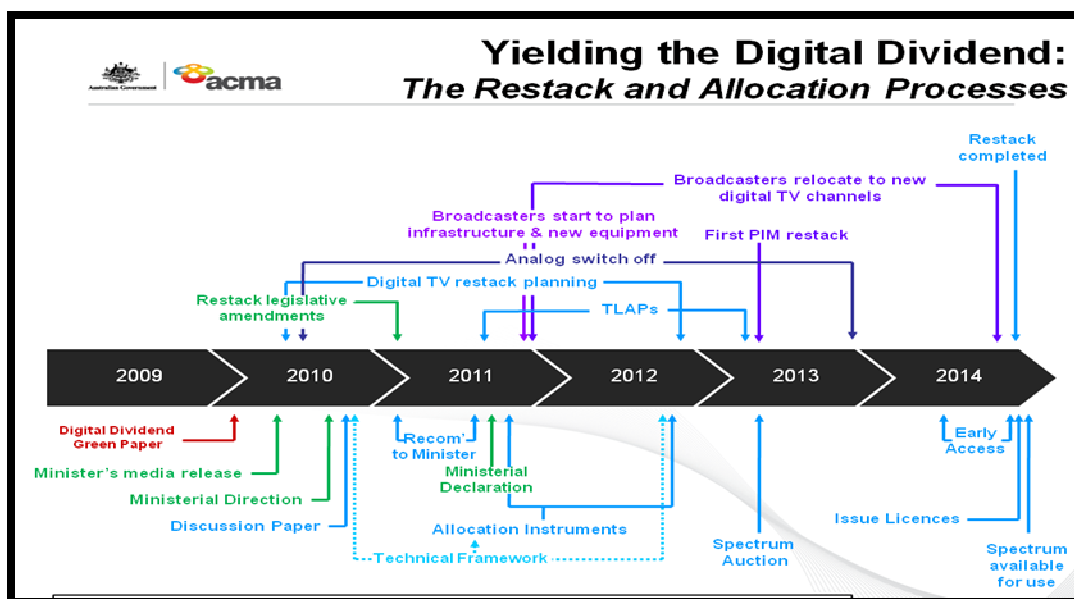
ใน Session นี้ได้มีการพูดคุยและเสวนาในประเด็นเรื่องคลื่นความถี่ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทุกประเทศต่างให้ความสำคัญต่อกระบวนการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยการเสวนาได้มุ่งเน้นการบรรยายและอภิปรายหลักๆ ในเรื่องของคลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Dividend) ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบดิจิทัล (Digital Divide) การรบกวนกันของคลื่นความถี่ (Interference Issues) และอุปกรณ์สื่อสารเชื่อมต่อและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องการคลื่นความถี่ (Connected Devices and Requirement for Spectrum) โดยเป็นการบรรยายประสบการณ์การกำกับดูแลของแต่ละประเทศ

หัวข้อ: The Australian Regulator's Experience

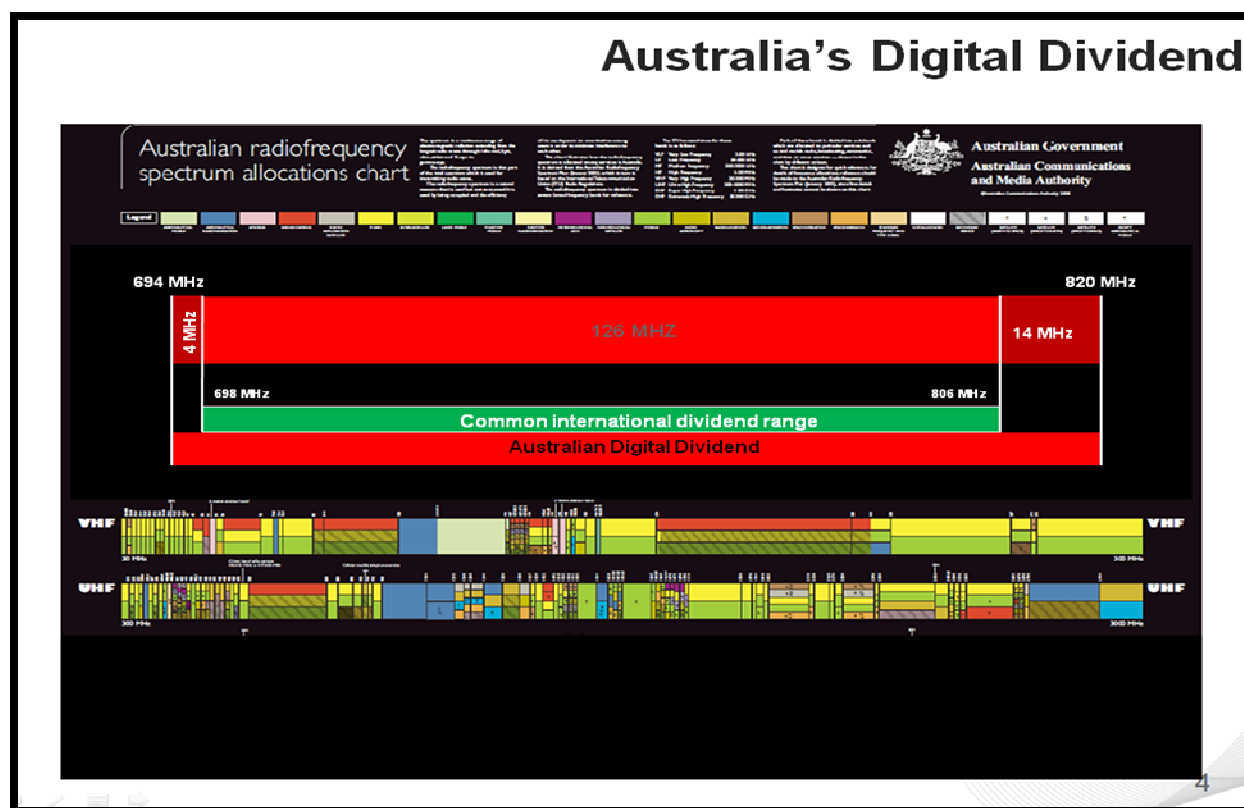
โดย: Tony George, Manager Broadcasting Carriage Policy, Australia Communications and Media Authority (ACMA)

คลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Dividend)

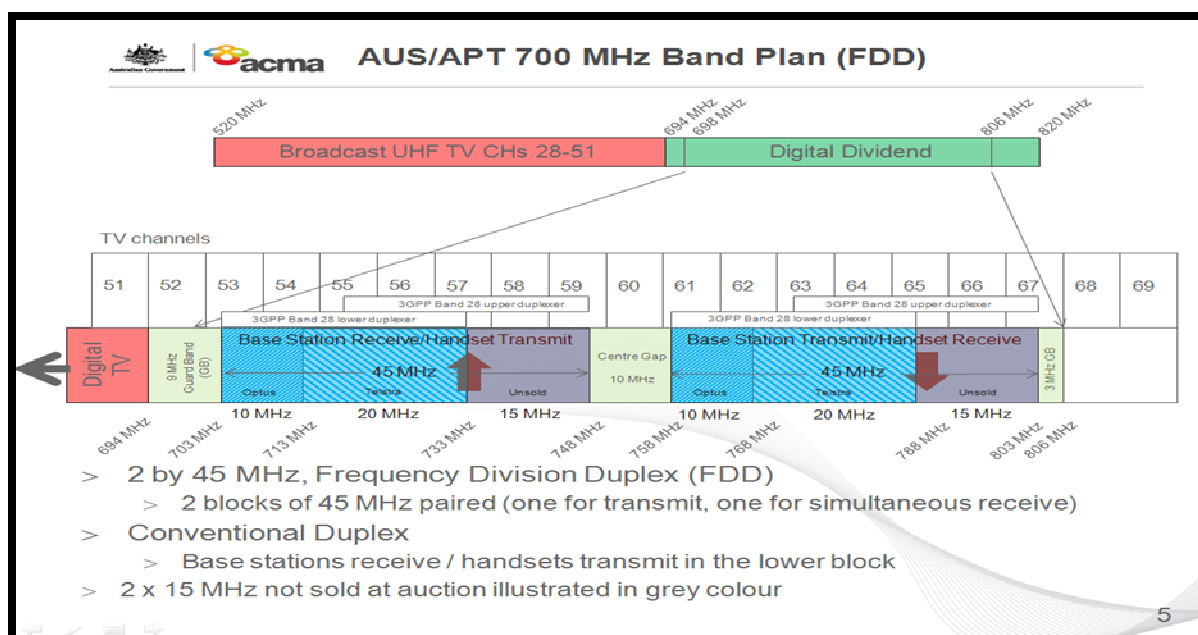
ประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีแผนการเปลี่ยนคลื่นความถี่ที่ใช้งานของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Frequency Restacking) ย่าน 700 MHz ตั้งแต่ปี 2010 โดยมีการเริ่มเปลี่ยนคลื่นความถี่ในปี 2013 และภายในปีเดียวกันนั้น ได้นำคลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนความถี่นี้ไปประมูลเพื่อใช้งานในกิจการโทรคมนาคม ซึ่งในระหว่างการประมูลนั้น คลื่นความถี่ดังกล่าวยังคงถูกใช้งานสำหรับโทรทัศน์ภาคพื้นดินทั้งในระบบแอนะล็อกและระบบดิจิทัล (สิ้นสุดปี 2014) โดยภาพแสดงให้เห็นถึงกระบวนการและระยะเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนคลื่นความถี่ที่ใช้งานของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล



ทั้งนี้ การประมูลคลื่นความถี่ในย่านดังกล่าวเป็นการประมูลร่วมกันกับย่านความถี่ 2.5 GHz ซึ่งส่งผลให้ประเทศออสเตรเลียมีรายได้กว่าหนึ่งพันล้านเหรียญออสเตรเลียจากผู้ประกอบการจำนวนสองรายที่ประมูลคลื่นความถี่ได้ ซึ่งได้แก่ Optus และ Telstra โดยผู้ประกอบการทั้งสองได้รับสิทธิใช้งานคลื่นความถี่ในบล็อก 703 MHz – 733 MHz และบล็อก 758 MHz – 788 MHz และต้องให้บริการ LTE Mobile Broadband ให้ครอบคลุมพื้นที่อย่างน้อยร้อยละ 90 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศออสเตรเลียภายในปี 2015 โดยจากภาพแสดงให้เห็นถึงย่านความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล



คลื่นความถี่ในย่าน 700 MHz ที่ได้จากการเปลี่ยนคลื่นความถี่ใช้งานของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลครอบคลุมย่านความถี่ 694 MHz – 820 MHz² มีขนาดแถบคลื่น 126 MHz และเป็นย่านความถี่สำหรับการใช้งานร่วมกัน (Spectrum Harmonization) ซึ่งมีการใช้งานอยู่ทั่วโลก ส่งผลให้อุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต ที่ใช้งานในย่านความถี่นี้มีราคาถูกลง ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนอุปกรณ์สื่อสารในย่านความถี่นี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 55 รุ่น เป็น 76 รุ่น นอกจากนี้ การใช้งานย่านความถี่สำหรับการใช้งานร่วมกันนี้ยังเป็นการช่วยลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบดิจิทัล (Digital Divide) อีกด้วย โดยภาพแสดงให้เห็นถึงการแบ่งย่านความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลเพื่อใช้ในกิจการโทรคมนาคม

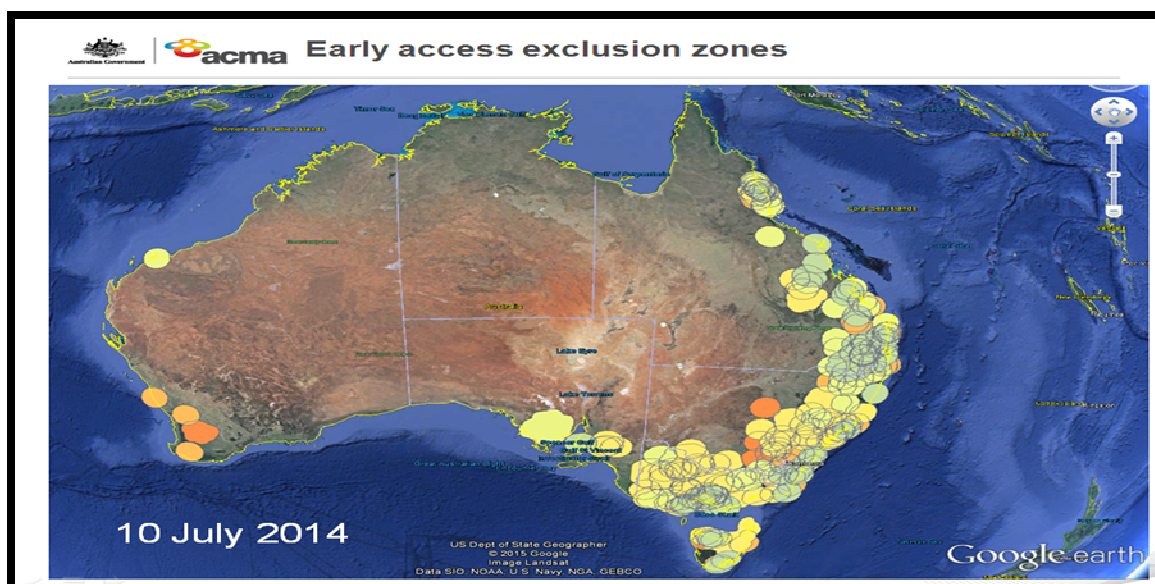


การใช้งานคลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลของผู้ชนะการประมูล (Early Access by Auction Winners)

เนื่องจากในบางพื้นที่ของประเทศออสเตรเลียยังคงมีการใช้งานของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในย่าน 700 MHz จึงทำให้การขยายโครงข่ายเพื่อใช้งานความถี่ที่ได้จากการประมูลสำหรับกิจการโทรคมนาคมไม่สามารถทำได้ในบางพื้นที่ โดยพื้นที่เหล่านี้เรียกว่า “Exclusion Zone” ซึ่งจะไม่สามารถใช้งานความถี่ได้จนกว่าการใช้งานคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจะเปลี่ยนไปใช้งานคลื่นความถี่ในย่านที่ต่ำกว่า 694 MHz เสียก่อน

² ย่านความถี่ 694 MHz – 820 MHz มีการจัดแบ่งออกเป็นสองบล็อก มีขนาดบล็อกละ 45 MHz ได้แก่ บล็อก Uplink มีความถี่ระหว่าง 703 – 748 MHz และบล็อก Downlink มีความถี่ระหว่าง 758 – 803 MHz สำหรับเพื่อใช้งานในระบบ Frequency Division Duplex (FDD) การจัดแบ่งย่านความถี่ออกเป็นสองบล็อกข้างต้นนี้เป็นที่รู้จักกันในชื่อที่เป็นทางการว่า Asia-Pacific Telecommunity (APT) Band Plan

ทั้งนี้ การกำหนดพื้นที่ Exclusion Zone ดังกล่าวก็เพื่อป้องกันปัญหาการรบกวนที่อาจจะส่งผลต่อการรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล อย่างไรก็ตาม การเข้าใช้งานพื้นที่ Exclusion Zone ของผู้ที่ประมูลคลื่นความถี่ย่าน 700 MHz ในขณะที่มีการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลอยู่นั้น สามารถทำได้ หากได้รับการยินยอมจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ซึ่งเรียกกระบวนการนี้ว่า “Early Access by Auction Winners” ซึ่งแสดงให้เห็นดังภาพ



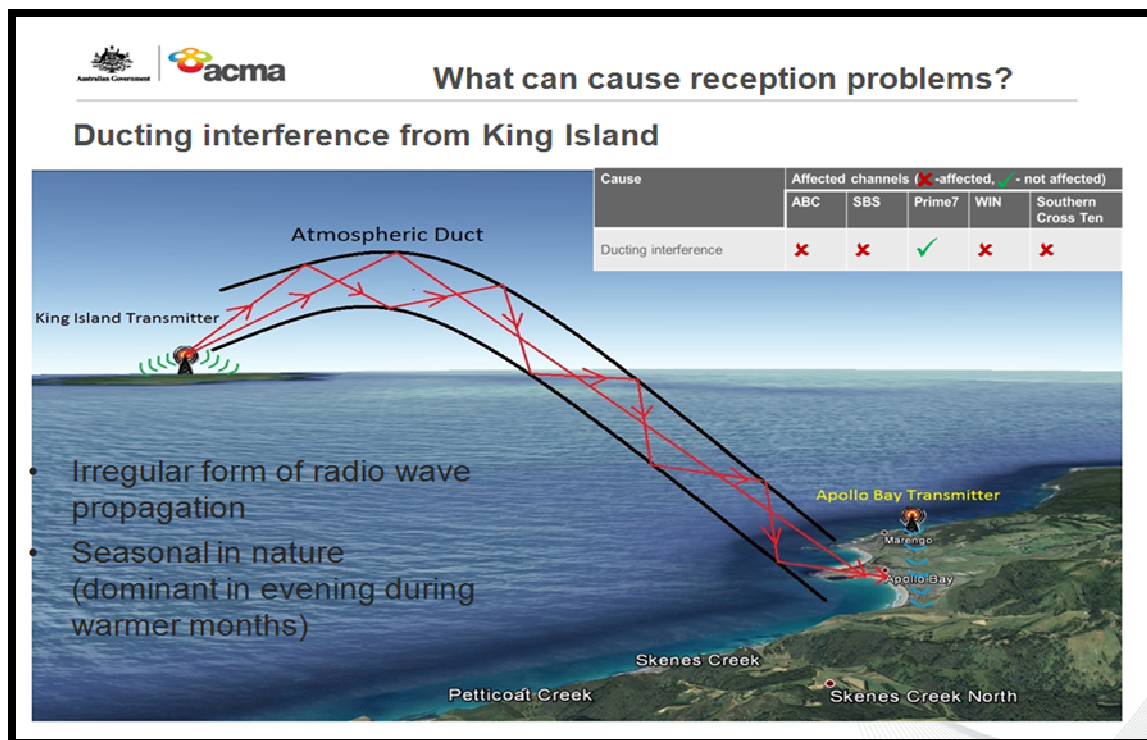
ไมโครโฟนไร้สาย (Wireless Microphones)

ประเทศออสเตรเลียมีการดำเนินการเพื่อบรรเทาผลกระทบจากการรบกวนในการใช้คลื่นความถี่ของไมโครโฟนไร้สาย (Wireless Microphone) ซึ่งใช้งานความถี่เดียวกันกับความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล โดยหน่วยงานกำกับดูแลของประเทศออสเตรเลียมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลสำคัญ (Fact Sheet) และวิดีโอ โดยวิดีโอที่จัดทำขึ้นนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก การประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ก็เพื่อสื่อสารให้แก่ผู้ใช้งานไมโครโฟนไร้สายในการปรับเปลี่ยนให้ไปใช้งานไมโครโฟนไร้สายที่มีการใช้งานคลื่นความถี่ในย่านอื่นแทน โดยไมโครโฟนไร้สายจะไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้งานในย่านความถี่ 694 MHz - 820 MHz ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2014 เป็นต้นไป

การรบกวนโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล (Interference to Digital TV)

ปัญหาการรบกวนโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศออสเตรเลียเกิดขึ้นจากทั้งที่เป็นการรบกวนจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นและจากธรรมชาติ ในส่วนที่มีมนุษย์สร้างขึ้นนั้น เป็นการรบกวนที่มีสาเหตุมาจากสายส่งไฟฟ้า (Power Line) และในส่วนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “Ducting” ซึ่งเกิดขึ้นเฉพาะบางพื้นที่ในช่วงเวลาที่อากาศอบอุ่น โดยชั้นบรรยากาศจะทำหน้าที่เสมือนท่อนำคลื่น ทำให้คลื่นซึ่งนำพาสัญญาณสามารถเคลื่อนที่ไปได้ไกลกว่าพื้นที่ให้บริการ ในประเทศออสเตรเลีย เสาส่ง

สัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่ติดตั้ง ณ King Island สามารถส่งสัญญาณไปรบกวนการออกอากาศของโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ออกอากาศ ณ Apollo Bay ได้ อันเป็นผลมาจากปรากฏการณ์ “Ducting” นั้นเอง โดยจากภาพแสดงให้เห็นถึงการเกิดปรากฏการณ์ “Ducting” ณ King Island ของประเทศออสเตรเลีย



อุปกรณ์สื่อสารเชื่อมต่อ (Connected Devices)

อุปกรณ์สื่อสารเชื่อมต่อที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้เกิดความต้องการใช้งานคลื่นความถี่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจต้องการ 5 – 10 MHz หรือน้อยกว่านั้น ดังนั้น ประเทศออสเตรเลียจึงต้องมีการเตรียมการรองรับการใช้งานคลื่นความถี่ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อไม่ให้เป็นการขัดขวางการพัฒนาอุปกรณ์สื่อสารเชื่อมต่อดังกล่าว

หัวข้อ: Thailand Regulator's Experience on Spectrum Issue

โดย: คุณปริดา วงศ์ชุตินาถ

ผู้อำนวยการสำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีกระจายเสียงและโทรทัศน์ (สำนักงาน กสทช.)

การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Thailand Digital Television Switchover)

สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) เพื่อวางแผนความถี่วิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลโดยมีรายละเอียดทางเทคนิค ดังนี้

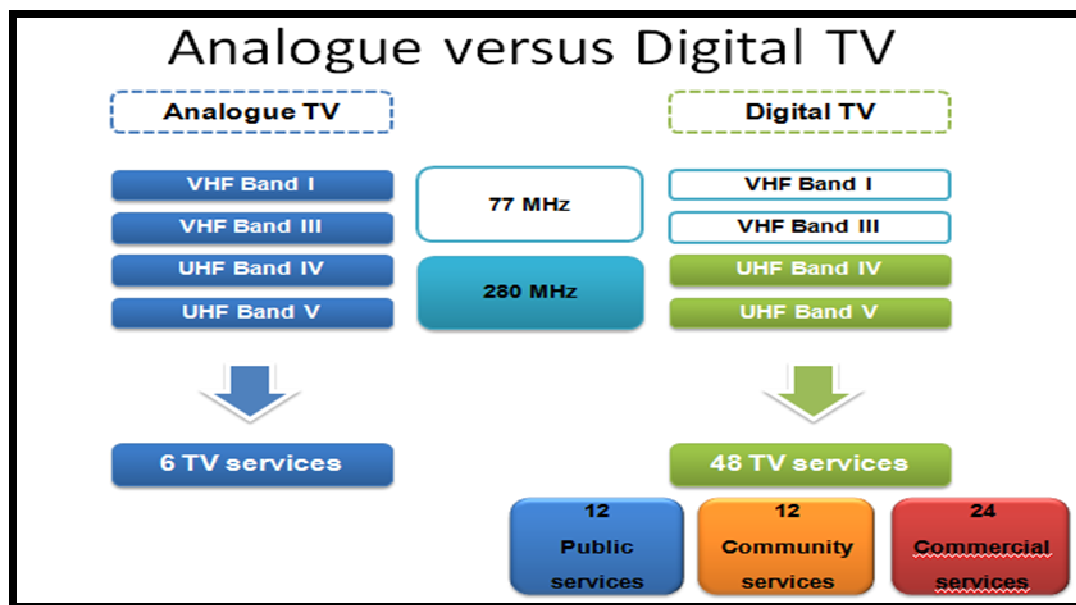
- ย่านความถี่วิทยุสูงยิ่ง (Ultra High Frequency: UHF) Band IV และ Band V ระหว่าง 510 MHz – 790 MHz
- ช่องความถี่ 26 – 60
- 5 มัลติเพล็กซ์ต่อพื้นที่
- การให้บริการโทรทัศน์ชุมชน (ภายหลังการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก) จะใช้มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 6

นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำแผนขยายโครงข่ายที่มีจำนวนสถานีหลัก 39 สถานี (เสร็จสิ้นในราวเดือนกุมภาพันธ์ 2014) และจัดทำแผนขยายโครงข่ายที่มีจำนวนสถานีเสริม 132 สถานี (เสร็จสิ้นในราวเดือนกุมภาพันธ์ 2015) พร้อมทั้งกำหนดให้ผู้ให้บริการโครงข่ายทั้งหมดใช้งานโครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน โดยการขยายโครงข่ายสามารถแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

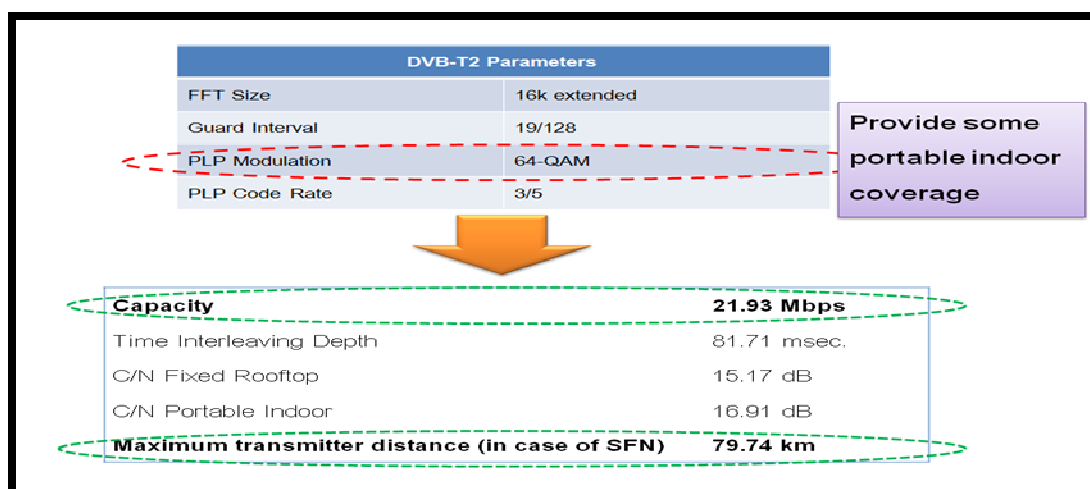
ระยะ	ช่วงเวลา	เป้าหมาย	จำนวนสถานี
1	เมษายน 2014 – มิถุนายน 2014	ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนร้อยละ 50	11 สถานีหลัก และ 1 สถานีเสริม
2	กรกฎาคม 2014 – มิถุนายน 2015	ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนร้อยละ 80	39 สถานีหลัก และ 8 สถานีเสริม
3	กรกฎาคม 2015 – มิถุนายน 2016	ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนร้อยละ 90	39 สถานีหลัก และ 45 สถานีเสริม
4	กรกฎาคม 2016 – มิถุนายน 2017	ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนร้อยละ 95	39 สถานีหลัก และ 132 สถานีเสริม
รวม			171 สถานี

ความแตกต่างระหว่างการใช้งานคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกและระบบดิจิทัลสามารถสรุปให้เห็นได้ตามภาพ กล่าวคือ การใช้งานคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบแอนะล็อก ประกอบด้วย 4 ย่านความถี่ ได้แก่ 1) VHF Band I 2) VHF Band III 3) UHF Band IV และ 4) UHF Band V ซึ่งสามารถนำมาออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการในระบบแอนะล็อกได้จำนวน 6 ราย

ส่วนการใช้งานคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิตอลประกอบด้วย 2 ย่านความถี่ ได้แก่ UHF Band IV และ UHF Band V ซึ่งสามารถนำมาออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการในระบบดิจิตอลได้จำนวน 48 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้ประกอบการบริการสาธารณะจำนวน 12 ราย ผู้ประกอบการบริการชุมชนจำนวน 12 ราย และผู้ประกอบการทางธุรกิจจำนวน 24 ราย



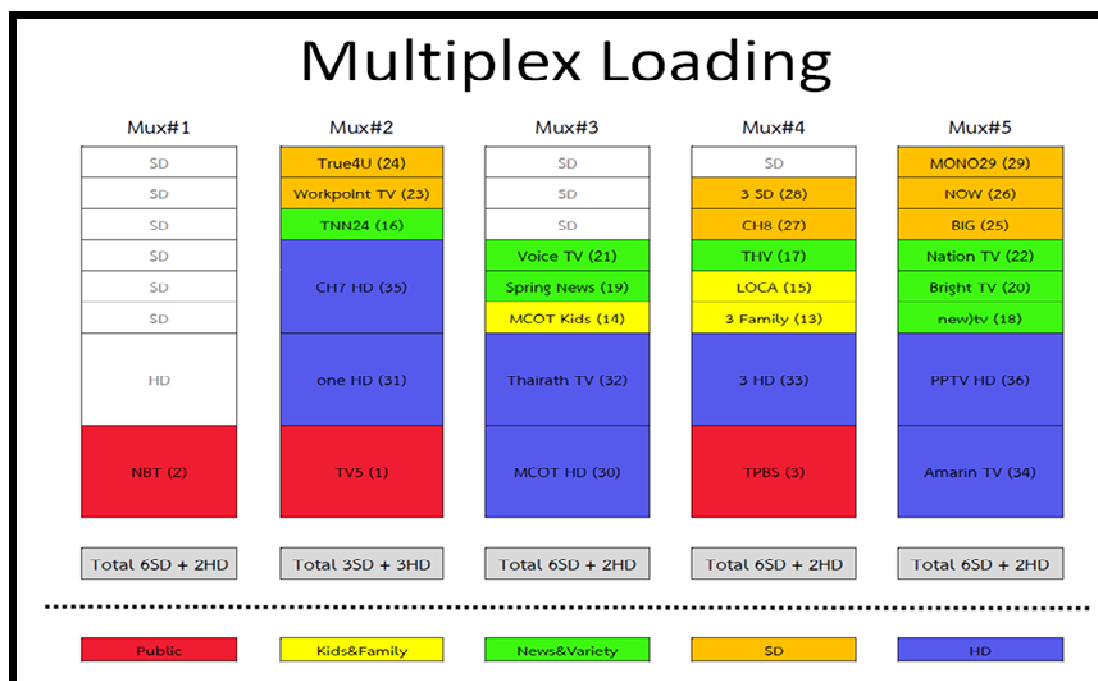
สำหรับข้อกำหนดทางเทคนิคของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลนั้น เป็นการกำหนด Modulation แบบ 64-QAM และสามารถใช้งานเพื่อรับสัญญาณแบบเคลื่อนที่ภายในอาคาร (Portable Indoor) ได้ ซึ่งในอนาคตจะมีการติดตั้งสถานีเสริมประเภทที่เป็น Gap Filler ในเขตเมืองเพื่อให้รองรับการสัญญาณแบบเคลื่อนที่ภายในอาคาร (ข้อกำหนดทางเทคนิคของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลแสดงให้เห็นดังภาพ)



ในส่วนของการใช้งานของมัลติเพล็กซ์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 5 มัลติเพล็กซ์ มีรายละเอียดดังนี้

- **มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 1:** สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วยช่องมาตรฐานความคมชัดปกติ (Standard Definition: SD) จำนวน 6 ช่องรายการ และช่องมาตรฐานความคมชัดสูง (High Definition: HD) จำนวน 2 ช่องรายการ
- **มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 2:** สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (TV5) เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วยช่องมาตรฐานความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 3 ช่องรายการ และช่องมาตรฐานความคมชัดสูง (HD) จำนวน 3 ช่องรายการ
- **มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 3:** บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วยช่องมาตรฐานความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 6 ช่องรายการ และช่องมาตรฐานความคมชัดสูง (HD) จำนวน 2 ช่องรายการ
- **มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 4:** กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วยช่องที่มีมาตรฐานความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 6 ช่องรายการ และช่องที่มีมาตรฐานความคมชัดสูง (HD) จำนวน 2 ช่องรายการ
- **มัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 5:** สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่าย ซึ่งประกอบด้วยช่องมาตรฐานความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 6 ช่องรายการ และช่องมาตรฐานความคมชัดสูง (HD) จำนวน 2 ช่องรายการ

การใช้งานของมัลติเพล็กซ์ทั้ง 5 มัลติเพล็กซ์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลแสดงให้เห็นดังภาพ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละมัลติเพล็กซ์ โดยมัลติเพล็กซ์ลำดับที่ 2 และลำดับที่ 5 มีการใช้งานเต็มความจุของมัลติเพล็กซ์แล้ว



คลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Dividend)

การเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลทำให้การใช้งานคลื่นความถี่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้คลื่นความถี่น้อยลงได้จากเดิมและสามารถให้ความจุที่เพิ่มมากขึ้นด้วย สำหรับคลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลนั้น สามารถนำมาใช้ในกิจการต่างๆ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

- กิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์
- กิจการโทรคมนาคม
- กิจการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- กิจการอื่นๆ

สำหรับย่านความถี่ VHF Band III จำนวน 56 MHz ที่ได้จากการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกนั้น จะนำมาใช้ในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

ปัญหาการรบกวน (Interference Issues)

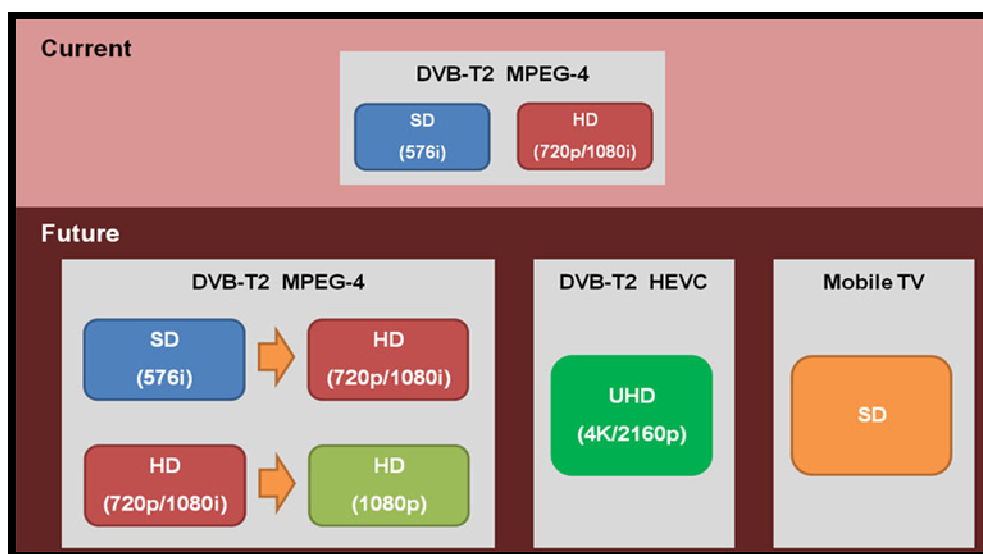
ปัญหาการรบกวนในการใช้งานคลื่นความถี่ในย่าน 698 MHz – 806 MHz ของกิจการโทรคมนาคมที่มีต่อการใช้งานคลื่นความถี่ในย่านต่ำกว่าของกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์นั้น จำเป็นต้องอาศัยข้อกำหนดทางเทคนิคเพื่อป้องกันการรบกวน โดยอาจจำเป็นต้องกำหนดระยะห่างของทั้งคลื่นวิทยุและระยะห่างระหว่างสถานีในกิจการทั้งสองเพื่อป้องกันปัญหาการรบกวน ซึ่งข้อกำหนดทางเทคนิคดังกล่าวยังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการศึกษาของ Asia-Pacific Telecommunity (APT) และ Conference Preparatory Meeting (CPM) ของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ

บริการใหม่และความต้องการคลื่นความถี่ (New Services and Spectrum Demand)

เทคโนโลยีด้านความละเอียด (Resolution) ของสัญญาณภาพและเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณตามข้อเสนอแนะของสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศทำให้เกิดความเป็นไปได้ในการให้บริการใหม่ในกิจการวิทยุโทรทัศน์ เช่น การให้บริการโทรทัศน์ระบบความคมชัดสูงยิ่ง (Ultra-High Definition Television: UHD) นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการจะเพิ่มความสามารถในการให้บริการโทรทัศน์ให้มีศักยภาพมากขึ้นโดยการเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพให้มากขึ้นด้วย

ความละเอียดของเครื่องรับโทรทัศน์ที่สูงขึ้นเพื่อรองรับสัญญาณภาพที่มีความละเอียดสูงทำให้คุณภาพความคมชัดของภาพดีขึ้นและให้สีที่มีรายละเอียดมากขึ้นโดยเทคโนโลยีความละเอียดระดับ 4K หรือ 8K ซึ่งได้แก่ เทคโนโลยี UHD และ HEVC ซึ่งมีความละเอียดที่สูงมากและมีการรับส่งข้อมูลที่สูงมากด้วย โดยในหนึ่งวินาที ประมาณ 10 – 30 Mbps ที่ 4K ต่อหนึ่งช่องรายการ ซึ่งปัจจุบันนั้น โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมาตรฐาน DVB-T2 มีการเข้ารหัสแบบ MPEG 4 ที่ความคมชัดมาตรฐาน SD แบบ 576i และความคมชัดสูง HD แบบ 720p/1080i สำหรับในอนาคตนั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงจาก SD แบบ 576i ไปเป็น HD 720p/1080i ส่วนของ HD 720p/1080i จะเปลี่ยนไปเป็น HD 1080p นอกจากนั้น ก็จะมีเทคโนโลยีของ

DVBT-2 HEVC ที่ระดับความคมชัด UHD (4K/2160p) และโทรทัศน์เคลื่อนที่ (Mobile TV) ที่ระดับความคมชัดมาตรฐาน SD โดยภาพแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีโทรทัศน์ในปัจจุบันและอนาคต



หัวข้อ: Implementation of Digital Terrestrial TV in Malaysia

โดย: Faizah Zainal Abidin, Head of Spectrum Planning Division, Malaysian Communications and Multimedia Commission

การดำเนินการด้านโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศมาเลเซีย

กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศมาเลเซียมีแผนการดำเนินงาน ดังแสดงให้เห็นในตาราง

ปี	การดำเนินการ
ปี 2005	ทดลองโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television Trial)
ปี 2011	กำหนดให้ DVB-T2 เป็นมาตรฐานโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลแห่งชาติ
ปี 2012	กำหนดข้อเสนอสำหรับผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (DTT Common Integrated Infrastructure Provider: CIIP)
ปี 2014	กำหนดผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล
ปี 2015	- การขยายโครงข่ายระยะที่ 1 (14 สถานี โดยครอบคลุมประชากรร้อยละ 85) - การออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast)
ปี 2016	- การขยายโครงข่ายระยะที่ 2 (46 สถานี ครอบคลุมประชากรร้อยละ 98) - การยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก (Analogue Switch Off) - การปรับเปลี่ยนคลื่นความถี่ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเพื่อรองรับการใช้งานกิจการโทรคมนาคม (Frequency Restacking)

ทั้งนี้ การให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ใช้หลักการโครงสร้างพื้นฐานเดิมเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุน

คลื่นความถี่สำหรับโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Frequency Band for Digital Terrestrial Television)

ประเศมาเลเซียได้กำหนดการใช้งานคลื่นความถี่สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลออกเป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1: การออกอากาศคู่ขนาน ระยะนี้กำหนดให้ใช้ย่านความถี่ 470 MHz – 742 MHz สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินทั้งในระบบดิจิทัลและแอนะล็อก

ระยะที่ 2: การยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก ระยะนี้กำหนดให้ใช้ย่านความถี่ 470 MHz – 694 MHz สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล และย่านความถี่ 694 MHz – 742 MHz สำหรับกิจการเคลื่อนที่

ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน

ประเศมาเลเซียมีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศบรูไน โดยมีความร่วมมือในการแก้ปัญหาการรบกวน ดังนี้

- ความร่วมมือระหว่างประเศมาเลเซียและประเทศไทย : Joint Technical Committee on Coordination and Assignment of Frequencies along Malaysia – Thailand Common Border (JTC)
- ความร่วมมือระหว่างประเศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศบรูไน : Frequency Assignment Committee of Singapore, Malaysia and Brunei (FACSMAB)
- ความร่วมมือระหว่างประเศมาเลเซีย และประเทศอินโดนีเซีย : Joint Committee on Communications (JCC)

คลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลในย่าน 700 MHz (Digital Dividend Spectrum in the 700 MHz Band)

ย่านความถี่ 470 MHz – 790 MHz เป็นย่านความถี่ที่ใช้งานในกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์จนกว่าจะมีการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยการดำเนินการเปลี่ยนคลื่นความถี่ใช้งานของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Frequency Restacking) คาดว่าจะแล้วเสร็จภายใน 1 ปีหลังการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก โดยคลื่นความถี่ในย่าน 700 MHz ซึ่งเป็นย่านความถี่สำหรับใช้งานร่วมกัน (Spectrum Harmonization) จะต้องถูกนำมาใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพโดยปราศจากการรบกวนโดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ชายแดน ทั้งนี้ การหาข้อตกลงร่วมกันเพื่อใช้งานคลื่นความถี่ที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อใช้งานความถี่ในย่านเดียวกันนั้นอยู่ระหว่างการดำเนินการ

การอภิปราย

1. การสนับสนุนและการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิทัลด้านวิทยุกระจายเสียงมีความแตกต่างไปจากบริบทของโทรทัศน์ ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลของแต่ละประเทศควรจะมีบทบาทอย่างไรเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล

ประเทศออสเตรเลียได้พิจารณาแล้วว่า จะไม่มีการสนับสนุนหรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่กิจการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล ซึ่งแตกต่างไปจากกรณีของกิจการโทรทัศน์ ในขณะที่ในส่วนของประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (ซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการ) จึงมีความต้องการให้การดำเนินการเปลี่ยนผ่านนี้แล้วเสร็จเสียก่อน จึงจะเริ่มพิจารณาการใช้งานวิทยุในระบบดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ทางหน่วยงานกำกับดูแลจะต้องมีการหารือกับผู้ประกอบการเพื่อรับฟังความคิดเห็นก่อนจะมีการดำเนินการเกี่ยวกับวิทยุในระบบดิจิทัล

สำหรับประเทศไทยนั้น มีบริบทของวิทยุที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงจากประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีความต้องการใช้งานคลื่นความถี่เพื่อกิจการวิทยุกระจายเสียงอย่างมาก ดังนั้น เพื่อให้เกิดทางเลือกใหม่แก่ผู้ประกอบการ จึงเห็นว่า ควรมีนโยบายสนับสนุนให้มีการทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงในระบบดิจิทัล โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่มีการใช้งานคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ เทคโนโลยี DAB+ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้จัดทำแผนความถี่วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลเพื่อการทดลอง และได้มีการจัดให้รับฟังความคิดเห็นสาธารณะไปแล้วเมื่อเดือนมิถุนายนของปีนี้

2. การเริ่มต้นใช้งานคลื่นความถี่ย่าน 700 MHz สำหรับ LTE ของประเทศออสเตรเลียนั้น มีปัญหาการรบกวนเกิดขึ้นหรือไม่ และมีแนวทางอย่างไรเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ประเทศออสเตรเลียยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นการดำเนินการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีการเตรียมการให้พร้อมเพื่อรองรับปัญหา นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาการรบกวนนี้ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการลดผลกระทบ ซึ่งเป็นการดำเนินการในลักษณะเดียวกันกับการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ Ducting ที่เกิดขึ้นบริเวณ Apollo Bay

3. หน่วยงานกำกับดูแลมีแนวทางปฏิบัติอย่างไรเกี่ยวกับการใช้คลื่นความถี่สำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในอนาคต

ประเทศออสเตรเลียเคยดำเนินการทดลองระบบโทรทัศน์ 3D ในช่วงกีฬาโอลิมปิกซึ่งพบว่าไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ประเทศออสเตรเลียจึงไม่มุ่งเป้าหมายไปที่เทคโนโลยีใหม่ๆ แต่จะมุ่งเน้นการใช้งานและปรับปรุงคุณภาพของสัญญาณภาพของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจากช่องมาตรฐานความคมชัดปกติ (SD) ไปสู่ช่องมาตรฐานความคมชัดสูง (HD) มากกว่า อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจใช้งานคลื่นความถี่จะต้องมีพื้นฐานอยู่บนความต้องการของผู้บริโภค (Audiences)

สำหรับประเทศมาเลเซียจำเป็นต้องหาจุดสมดุลระหว่างความต้องการของกิจการโทรคมนาคม และกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อจัดแบ่งคลื่นความถี่ให้สอดคล้องกับความ

ต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ การตัดสินใจใช้งานคลื่นความถี่ยังต้องคำนึงถึงย่านความถี่สำหรับใช้งานร่วมกัน (Spectrum Harmonization) ตลอดจนการประสานงานการใช้คลื่นความถี่ (Frequency Coordination) บริเวณชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านด้วย

ในส่วนของประเทศไทยมีแนวนโยบายสองด้านด้วยกัน ได้แก่ 1) การใช้คลื่นความถี่ในย่านความถี่สำหรับใช้งานร่วมกัน (Harmonization) และ 2) การหลอมรวมของเทคโนโลยี (Convergence) โดยนโยบายแรกจะช่วยให้เกิดการใช้คลื่นความถี่เดียวกันสำหรับกิจการเดียวกันในวงกว้าง ทำให้อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้งานในย่านความถี่ดังกล่าวมีราคาถูกลง ส่วนนโยบายที่สองเป็นการพิจารณาสื่อกลางสำหรับการส่งข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นประเภท Over the Top (OTT) หรือประเภทใช้คลื่นความถี่ที่มีการใช้งานอยู่เดิม เป็นต้น