

กสทช.หารือภาคอสังหาฯ ติดตั้งทีวีดิจิทัลอิง'อีไอเอ'

กสทช.ถกหน่วยงานรัฐ หารืออสังหาฯ หนุน
รับชม"ทีวีดิจิทัล" กรมที่ดินเสนอกำหนด
เงื่อนไข"อีไอเอ"โครงการใหม่ติดตั้งระบบรับ
สัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านผู้ประกอบการ
ขานรับวางระบบรับชมทีวีดิจิทัลไปแจก
ลงทุนใหม่

นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า วานนี้
(6 พ.ย.) จัดประชุมร่วมกับกรมที่ดิน การเคหะ
แห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลอาคารชุด
และผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อหารือ
และขอความร่วมมือเรื่องการเปลี่ยนผ่านการรับ
ส่งสัญญาณโทรทัศน์ไปสู่ระบบทีวีดิจิทัลในกลุ่ม
อาคารชุด ทั้งอาคารเก่าและโครงการก่อสร้างใหม่
ปัจจุบันครัวเรือนไทยจำนวน 22 ล้าน
ครัวเรือนมีทั้งที่พักอาศัยในบ้านเรือนและอาคารชุด
ซึ่งกสทช.มีเป้าหมายสนับสนุนทุกครัวเรือนให้
สามารถรับชมทีวีดิจิทัล ซึ่งเป็นมาตรฐานโลก
พื้นฐานที่ประชาชนทุกคนสามารถรับชมได้ฟรี
โดยไม่ค่าใช้จ่าย

สำหรับกลุ่มอาคารชุดซึ่งมีจำนวนมาก
ทั่วประเทศ กสทช.ต้องการหารือร่วมกับ
หน่วยงานรัฐ และผู้ประกอบการ เพื่อขอความ
ร่วมมือให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์สนับสนุน
การรับชมทีวีดิจิทัล ด้วยการติดตั้งโครงสร้างพื้น
ฐานระบบรับสัญญาณทีวีดิจิทัลในอาคารชุดเก่า
และโครงการใหม่เพื่อลดภาระประชาชนในการ
ติดตั้งเสาอากาศรับสัญญาณให้ห้องชุด

จากการหารือกรมที่ดินเสนอให้มีการ
กำหนดการจัดทำระบบรับสัญญาณทีวีดิจิทัล เป็น
หนึ่งในเงื่อนไขพิจารณารายงานผลกระทบ
สิ่งแวดล้อม(EIA) ในโครงการก่อสร้าง
อาคารชุดใหม่ ซึ่งเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีใน
การสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโทรทัศน์
ดิจิทัล โดยจะเสนอบอร์ด กสทช. เพื่อพิจารณา
การทำ MOU ความร่วมมือสนับสนุนแนวทาง



สุกัญญา กลางณรงค์

ดังกล่าว ร่วมกับภาครัฐและเอกชน

ทางด้านการลงทุนติดตั้งระบบรับ
สัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในกลุ่ม
อาคารชุด ผู้เชี่ยวชาญจากเนคเทคชี้แจงว่า
สามารถติดตั้งอุปกรณ์เสารับสัญญาณ
เพิ่มเติมร่วมกับระบบจานรับสัญญาณดาวเทียม
เดิม โดยมีค่าใช้จ่ายต่ออาคารระดับหมื่นบาท
ถึงแสนบาท ขึ้นอยู่กับจำนวนห้องของ
แต่ละอาคาร

"ในเวทีหารือทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน
สนับสนุนการรับชมทีวีดิจิทัลเป็นอย่างดีใน
กลุ่มอาคารชุด จากนั้นจะหารือเพิ่มเติมในกลุ่ม
อาคารประเภทอื่นๆ ทั้งโรงพยาบาล โรงแรม
อพาร์ทเมนต์ ร่วมกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง"

นางนันทิยา ทองยังสกุล ผู้อำนวยการ
ส่วนพัฒนาธุรกิจที่ดินและอาคารชุด กรมที่ดิน
กล่าวว่า การติดตั้งระบบรับสัญญาณทีวีดิจิทัล
และสายอากาศ รวมของอาคารชุดถือเป็น
ทรัพย์สินส่วนกลางของอาคาร และเป็น
บริการการรับชมโทรทัศน์ที่ทุกห้องพักจะ
ได้รับประโยชน์เหมือนกัน ดังนั้นนิติบุคคล
อาคารชุดสามารถสนับสนุนการรับชม
โดยขอมติจากคณะกรรมการนิติบุคคล
เพื่อใช้เงินกองทุนของมาใช้เป็นค่าใช้จ่าย
ในการดำเนินการได้ในกรณีที่ยังไม่สามารถ
เรียกเก็บค่าใช้จ่ายเบื้องต้นจากห้องชุด

คอนโดฯใหม่ต้องรองรับทีวีดิจิตอล

พหลโยธิน • กสทช.เล็งเอ็มโอยู กรมที่ดิน-กระทรวงพัฒนาฯ เป็น ตัวกลางกระจายความร่วมมือสู่ คอนโดฯ-หอพัก เปลี่ยนผ่านระบบ ดิจิตอลทีวี ด้านกรมที่ดินเสนอ ดิจิตอลทีวีอยู่ในเงื่อนไขไอเอ

นางสาวสุกัญญา กลาง ณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และในฐานะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เปิดเผยหลังการประชุมหารือขอความร่วมมือการเปลี่ยนผ่านรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ ระบบดิจิตอลทีวีในกลุ่มอาคาร

ชุดว่า จะรวบรวมรายละเอียดที่ พุดคุยกัน ส่งสำนักงาน กสทช. เพื่อขอทำข้อตกลงความร่วมมือ มือ หรือ เอ็มโอยู กับกรมที่ดิน เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่กำกับ ดูแลนิติบุคคลของอาคารชุด ให้ช่วยประชาสัมพันธ์การติดตั้งสายอากาศส่วนกลางภายใน อาคารชุด เพื่อสนับสนุนการ เปลี่ยนผ่านสู่ดิจิตอลทีวี

ส่วนหอพัก อพาร์ตเมนต์ ห้องเช่า จะเป็นการดูแลของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งจะมีการติดต่อประสานงานเพื่อหารือในเรื่องนี้ครั้งต่อไป ทั้งนี้ หลังจาก สำนักงานรวบรวมรายละเอียด

ครบถ้วนแล้ว คาดว่าจะนำเสนอ เข้าที่ประชุม กสท. ได้ในวันที่ 17 พ.ย.57 และเข้าสู่ที่ประชุม กสทช.พิจารณาต่อไป

“มองว่า หากผู้ประกอบการอาคารชุดแต่ละบริษัททำการตลาดโดยใช้จุดขายเป็น ดิจิตอลทีวี ก็เชื่อว่าจะให้ความสนใจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิตอลให้กับ กสทช. ด้วย ซึ่งเบื้องต้นเริ่มจากขอความร่วมมือของกรมที่ดิน ต่อไปจะเป็นความร่วมมือกับโรงพยาบาล โรงแรม” นางสาวสุกัญญา กล่าว ด้านนางนันทยา ทองยี่ง สกล ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาธุรกิจ

พัฒนาและอาคารชุด กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย กล่าวว่า จะ กำหนดให้การรับสัญญาณโทรทัศน์ ระบบดิจิตอลของโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิตอลทีวี กสทช. อยู่ในเงื่อนไขขอยางงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม หรือ อี ไอเอ ซึ่งเป็นรายงานที่โครงการขอก่อสร้างอาคารชุดใหม่ต้องทำอยู่แล้ว ส่วนในอาคารชุดที่มีอยู่เดิม หากนิติบุคคลต้องการเพิ่มในส่วนสายอากาศรวมของอาคารให้รับชมดิจิตอลทีวีได้นั้น นิติบุคคลของแต่ละที่สามารถดำเนินการติดตั้งเองได้ เนื่องจากไม่ใช่การก่อสร้างใหม่ จึงไม่จำเป็นต้องส่งเรื่องขออนุญาตมายังกรมที่ดิน.

กสทช.แจกคอนโด-อาคารชุดติดระบบรับสัญญาณทีวีดิจิตอลให้ผู้อยู่อาศัย

เมื่อวันที่ 6 พ.ย.นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ได้ชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการคอนโดมิเนียม อาคารชุด เพื่อวางระบบพื้นฐานให้บริการการรับชมทีวีดิจิตอลให้กับสมาชิกผู้อยู่อาศัยในห้องพัก เพื่อเข้าถึงการรับชมทีวีดิจิตอล ด้วยการติดตั้งเสาอากาศทั้งปลาเพื่อรับสัญญาณ แล้วใช้เครื่องขยายความแรงของสัญญาณไปยังห้องอื่นของสมาชิก ทำให้ผู้พักอาศัยไม่ต้องติดตั้งเสาอากาศด้วยตนเองในคอนโด อาคารชุด ทำให้ไม่สวยงาม เพียงแต่ใช้กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลของตนเองในห้อง แล้วใช้สายอากาศจากส่วนกลางที่ติดตั้งให้ในการรับสัญญาณ

นางสาวสุภิญญา กล่าวว่า เพื่อขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการ ผู้บริหารนิติบุคคล ให้ความร่วมมืออำนวยความสะดวกต่อผู้พักอาศัย รวมถึงเตรียมประสานไปยังผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท โรงพยาบาล ติดตั้งระบบรับสัญญาณรองรับการชมทีวีดิจิตอลของลูกค้ายและผู้ป่วย เนื่องจากจำนวนคนพักอาศัยตามอาคารชุดมีอยู่จำนวนมากนับหมื่นอาคารทั่วประเทศ

นอกจากนี้ กรมที่ดินแจ้งว่า เตรียมกำหนดไว้ในเงื่อนไขการยื่นเสนอขอถือครองสิทธิ์ที่ดินแปลง จะต้องกำหนดการวางระบบบริการพื้นฐาน นอกจากระบบไฟฟ้า ประปา พื้นที่ส่วนกลางแล้ว ต้องวางระบบให้บริการรับชมทีวีดิจิตอลด้วยเช่นกัน เนื่องจากต้นทุนการติดตั้งไม่สูงมากเกินไป

ด้านนายกิตติ วงศ์ถาวราวัฒน์ นักวิจัย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) กล่าวว่า เจ้าของผู้ให้บริการอพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม อาคารชุด เพื่ออำนวยความสะดวก



สะดวกให้ผู้พักอาศัยไม่จำเป็นต้องแยกการตั้งเสาอากาศในแต่ละห้อง เหมือนการให้บริการเดิมจากทีวีอนาล็อกและทีวีดาวเทียม ผู้ประกอบการเพียงแต่ใช้เสาทั้งปลาขนาดใหญ่สามารถติดตั้งสัญญาณครบวงจร สัญญาณมาพร้อมเข้ากับกล่องรับสัญญาณ และรวมสัญญาณเข้าไปในสายอากาศเดียวกันกับสัญญาณดาวเทียม เคเบิลทีวี เพราะระบบ

UHF แต่ต้องแยกคลื่นให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้สัญญาณรบกวนผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียม เพียงนำกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลมาติดตั้งและใช้สายอากาศของคอนโดมิเนียมเพื่อรับสัญญาณได้ในสายเดียวกัน เพราะได้มีการแบ่งแยกสัญญาณแล้ว

ดังนั้นสมาชิกในคอนโดมิเนียม อาคารชุด ควรเรียกประชุมกรรมการเพื่อลงมติให้วางระบบบริการให้ผู้พักอาศัย และการติดตั้งดังกล่าวเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง จึงสามารถนำเงินกองทุนจากค่าเรียกเก็บส่วนกลางไปปรับปรุงการให้บริการสัญญาณ โดยผู้ประกอบการคอนโดมิเนียม สำหรับค่าใช้จ่ายในการติดตั้งเพิ่มเติมมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก เพราะใช้สายสัญญาณเดิม เพียงแต่ซื้อตัวเร่งสัญญาณและเสาอากาศเพิ่มเติมสำหรับประชาชนทั่วไปผู้มีทีวีดิจิตอล พักอาศัยอยู่ห่าง จากตึกใบหยกซึ่งเป็นสถานีหลักในการส่งสัญญาณรัศมีไม่เกิน 20 กิโลเมตร สามารถต่อสัญญาณจากเสาหนวดกุ้งเพื่อรับชมทีวีดิจิตอลได้ แต่หากพักอาศัยรัศมีระยะทางเกิน 20 กิโลเมตร ต้องใช้เสาทั้งปลารับสัญญาณสำหรับเครื่องทีวีดิจิตอล หากเป็นทีวีรุ่นเดิมต้องใช้กล่องรับสัญญาณเพิ่มเติม

ดึงอาคารชุดบูมที่วีดีจิทัล

โพสต์ทูเดย์ > กสทช.ดึงกรมที่ดิน-บริษัท อสังหาฯ บูมที่วีดีจิทัล รายใหม่ต้องบรรจุ รายงานติดตั้งสายอากาศรวม

นางนันทิยา ทองยั้งสกุล ผู้อำนวยการ ส่วนพัฒนาธุรกิจพัฒนาและอาคารชุด กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย เปิดเผยว่า กรมที่ดินจะกำหนดให้การติดตั้งสายรับ สัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล อยู่ภายใต้ เงื่อนไขการรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (อีไอเอ) ซึ่งจะให้ผู้ประกอบการอสังหา ริมทรัพย์ที่จะขออนุญาตสร้างอาคารชุดแห่ง ใหม่ต้องแจ้งรายการติดตั้งสายรับสัญญาณ เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัล

ทั้งนี้ นโยบายดังกล่าวเกิดขึ้นภายหลัง

การประชุมร่วมกันระหว่างกรมที่ดิน การ เคหะแห่งชาติ ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ เช่น บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ บริษัท พกษา เรียลเอสเตท บริษัท ศุภาลย์ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ บริษัท โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์ และ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจาย เสี่ยง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เมื่อวันที่ 6 พ.ย.

สำหรับอาคารชุดที่มีอยู่เดิม หากต้อง การเพิ่มสายอากาศรวมของอาคารให้รับ ชมทีวีดิจิทัลได้ สามารถติดตั้งได้ทันทีโดย ไม่ต้องขออนุญาตจากกรมที่ดิน เพราะถือ ว่าไม่เป็นการก่อสร้างใหม่ ■

กสทช.คุ้มครองโฆษณาผิดกม. เอาผิดคลื่นวิทยุ-ทีวีดาวเทียม

จากการที่มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.) และเครือข่าย
 ผู้บริโภค 10 จังหวัด ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการ
 กระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
 (กสทช.) ดำเนินการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทาง
 สื่อวิทยุใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ กาญจนบุรี เพชรบุรี
 ขอนแก่น ร้อยเอ็ด พะเยา ลำปาง สุราษฎร์ธานี สงขลา และ
 สตูล จำนวน 31 คลื่น แบ่งเป็นคลื่นหลัก 31 คลื่น และ
 คลื่นวิทยุออนไลน์ 2 คลื่น ในช่วงเดือนมิ.ย.-ก.ย. 2557
 จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 1 สัปดาห์ พบว่า ร้อยละ 88 มีการ
 โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ผลิตภัณฑ์อาหารและ
 อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ยา และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง พวกบำรุง
 ร่างกาย รักษาโรคเฉพาะ ฯลฯ

น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการกิจการกระจายเสียง
 กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.) กล่าวว่า
 เมื่อ กสทช.ได้รับเรื่องร้องเรียนจะส่งเรื่องให้ อัย.พิจารณาความผิด
 จากนั้น กสทช.จะออกคำสั่งให้ระงับการโฆษณาดังกล่าว หากไม่
 ระงับจะทำการปรับวันละ 20,000 บาท ไปเรื่อยๆ จนกว่าจะ
 ระงับ และหากพบมีการกระทำความผิดซ้ำจะใช้พิจารณาในการ
 พักใช้หรือไม่ต่อใบอนุญาต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิทยุ
 โทรทัศน์ดาวเทียม และเคเบิลรายใหม่ที่ได้รับใบอนุญาตชั่วคราว

กสทช.คุมราคาโทร.ให้ได้ตาม กม.

รายงานข่าวจากที่ประชุมคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม (กทค.) แจ้งว่าได้พิจารณากรณีผู้บริโภค 8 ราย ร้องเรียนว่าประสบปัญหาค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G ไม่ได้ลดอัตราค่าบริการลง 15 เปอร์เซ็นต์ ตามที่ กทค.เคยมีมติไว้เมื่อวันที่ 1 พ.ค.56 ในเรื่องแนวทางในการกำกับดูแลค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ IMT ย่าน 2.1 GHz โดยภายหลังจากที่เปลี่ยนการให้บริการจากระบบ 2G มาเป็น 3G ยังคงต้องจ่ายค่าบริการรายเดือนในอัตราเท่าเดิม

ในกรณีของผู้ร้องเรียนทั้ง 8 ราย พบว่าเป็นการย้ายบริการจากระบบ 2G มาเป็น 3G โดยไม่ได้มีการแจ้งขอเปลี่ยนแปลงรายการส่งเสริมการขาย แต่ผู้ให้บริการได้ให้สิทธิพิเศษในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม ด้วยเหตุนี้ที่ประชุม กทค.จึงมีมติว่า รายการส่งเสริมการขายที่ผู้ร้องเรียนใช้เป็นรายการส่งเสริมการขายใหม่ และเมื่อนำไปคำนวณเปรียบเทียบกับค่าบริการเฉลี่ยที่มีอยู่ในท้องตลาด ก็พบว่าผู้ให้บริการได้ลดค่าบริการลงไม่น้อยกว่า 15 เปอร์เซ็นต์แล้ว อย่างไรก็ตามก่อนหน้านี้ระหว่างการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียน คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโทรคมนาคมได้เคยมีมติว่า การที่ผู้ให้บริการเพิ่มสิทธิพิเศษ โดยที่ผู้ให้บริการไม่ได้ขอเปลี่ยน ไม่ถือเป็นเหตุว่าเป็นรายการส่งเสริมการขายใหม่ ดังนั้นค่ายมือถือที่เป็นผู้ให้บริการจะต้องลดค่าบริการลงอย่างน้อย 15 เปอร์เซ็นต์จากอัตราค่าบริการรายเดือนเดิมที่เคยเรียกเก็บกับผู้ให้บริการ

ด้านนายประวิทย์ ลีสถาพรวงศ์ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ด้านคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมสิทธิเสรีภาพของประชาชน ซึ่งเป็นกรรมการเสียงข้างน้อยในที่ประชุม ตั้งข้อสงสัยเกิดจากหลักฐานข้อเท็จจริงในใบเรียกเก็บค่าบริการว่า ผู้ให้บริการมีการเพิ่มการใช้งานอินเทอร์เน็ต 100 เมกะไบต์ นาน 12 รอบบิลให้กับผู้ใช้บริการ แต่ไม่มีการเพิ่มบริการให้อย่างถาวรหรือตามระยะเวลาโปรโมชั่น เป็นเพียงเพิ่มบริการให้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น จึงไม่อาจตีความว่าบริการส่วนที่เพิ่มนั้นเป็นส่วนหนึ่งของโปรโมชั่น ดังนั้นไม่ควรกล่าวอ้างว่าเป็นโปรโมชั่นใหม่ และนำบริการที่เพิ่มเติมมาคำนวณว่าเป็นค่าบริการที่ลดลง ซึ่งประเด็นนี้ก็โต้แย้งในที่ประชุมแล้ว ส่วนตัวเห็นว่าสำนักงาน กสทช.ควรเลิกอ้างได้แล้วว่าผู้บริโภคได้ใช้บริการ 3G ถูกลง 15 เปอร์เซ็นต์ แต่หันมาใช้วิธีการกำกับอัตราขึ้นสูงของค่าบริการ ซึ่งคำนวณลด 15 เปอร์เซ็นต์จากราคาเฉลี่ยของค่าบริการในตลาดแล้ว โดยหากเป็นโปรโมชั่นใหม่ ค่าโทร.ในระบบ 3G ต้องไม่เกิน 0.82 บาทต่อนาที ค่าเอสเอ็มเอสต้องไม่เกิน 1.33 บาทต่อข้อความ ส่วนค่าอินเทอร์เน็ตต่อเมกะไบต์ต้องไม่เกิน 0.28 บาท ส่วนถ้าเป็นโปรโมชั่นเก่าที่สมัครไว้แต่เดิม ก็ชัดเจนว่าผู้บริโภคต้องจ่ายถูกลง 15 เปอร์เซ็นต์ ตนคิดว่าวิธีการกำกับค่าบริการในลักษณะนี้เป็นวิธีกำกับราคาที่ต้องไปตรงมา และทำให้ผู้บริโภคได้ใช้บริการที่ถูกลงจริง

ชีฟกซ์บรอดแบนด์ เร่งอัตราเข้าถึงไอที

อัลคาเทลคาดปี 2559
มีอัตราการเข้าถึง
5.3 ล้านครัวเรือน

อัลคาเทล-ลูเซนซ์ไทยขับเคลื่อนดิจิทัล อีโคโนมี
ต้องเร่งขยายฟิสิกซ์บรอดแบนด์ทั่วประเทศเพิ่ม
อัตราการเข้าถึงมองตลาดยังมีช่องขยายอีกมาก
เพราะอัตราผู้ใช้อย่างต่ำ คาดปี 2559 มีคนใช้ราว
5.3 ล้านครัวเรือน ภาครัฐนำคลื่นความถี่ที่มีอยู่ออก
ใช้งานให้เต็มประสิทธิภาพผ่านการประมูล

นายเชบาสเตียน โลฮอง ประธานของ
ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ
กรรมการผู้จัดการ บริษัท อัลคาเทล-ลูเซนซ์
(ประเทศไทย) กล่าวว่า ตามที่ประเทศไทย
ต้องการยกระดับศักยภาพของประเทศด้วย
นโยบายสมาร์ต ไทยแลนด์ ตั้งแต่ปี 2554 จนถึง
การขับเคลื่อนประเทศด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อ
ให้บริการของรัฐบาลกว่า 800 ประเภทให้เป็น
รูปแบบบริการดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนเข้าถึง
เครือข่ายที่กำลังขยายตัวได้ง่ายมากขึ้นนั้น

เขาเชื่อว่าจากนโยบายผลักดันของรัฐบาล
รวมถึงความแพร่หลายในการใช้สมาร์ตโฟนและ
การใช้จ่ายมากขึ้นในประเทศจะเพิ่มจำนวน
การเชื่อมต่อของประเทศได้เป็น 95% ใน
ปี 2563 จากปี 2554 ข้อมูลของเวิลด์ อีโคโนมิก
ฟอรัม อยู่ที่ 33%

ทั้งนี้ อัลคาเทล-ลูเซนซ์มองว่า การให้บริการ
ด้านฟิสิกซ์บรอดแบนด์แก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ต้อง
เร่งขยายบริการ และพัฒนาโครงข่ายไฟเบอร์ออฟ
ติกให้มากขึ้นเนื่องจากปัจจุบันอัตราส่วนของ
การเข้าถึงยังมีอยู่ค่อนข้างต่ำ หากเทียบกับการ
เข้าถึงเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือถึง 71-80 ล้านราย

ดังนั้นหากมองในแง่อัตราการเข้าถึง
บริการบรอดแบนด์ของ 6.5 ล้านครัวเรือนทั่ว
ประเทศยังมีเพียง 3 ล้านครัวเรือนที่เชื่อมต่อ

บรอดแบนด์แบบพื้นฐานในบ้าน ส่วนจำนวน
ผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือเติบโตหลายเท่าตัวใน
ช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งปี 2559 มองว่าตัวเลข
ผู้ใช้เพิ่มเป็น 93 ล้านครัวเรือน และมีจำนวน
ผู้ใช้งาน 4จีแอลทีอีราว 4.6 ล้านราย

เขากล่าวว่า การก้าวกระโดดของผู้ใช้งาน
โทรศัพท์มือถือจากระบบ 2จีมาเป็น 3จีและต่อ
ไปจะไปสู่ 4จีนั้นใช้เวลาสั้นมากเมื่อเทียบกับ
อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์
มือถือในอดีต

ดังนั้นสิ่งที่รัฐบาลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
อย่างคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) จะมีส่วนช่วยคือเร่งการนำคลื่น
ความถี่ที่มีอยู่ออกมาใช้งานให้มากที่สุดและเกิด
ประสิทธิภาพมากที่สุด ยกตัวอย่างการจัดสรร
ประมูลคลื่นความถี่ 4จี ย่าน 1800 เมกะเฮิรตซ์
เพราะการพัฒนาประเทศด้วยการนำดิจิทัลมา
เป็นส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมจำเป็น
ต้องมีคลื่นความถี่ให้มากที่สุด

นอกจากนี้ประโยชน์ที่เกิดกับประชาชน
คือได้บริการที่ดีขึ้น เครือข่ายเสถียร บริการ
แข่งขันกัน

“ที่ผ่านมากระทรวงไอซีทีวางแผนจะขยาย
การเข้าถึงบริการบรอดแบนด์จาก 21.84% ให้
เป็น 80% ในปี 2558 ผ่านการใช้งานสมาร์ตโฟน
และแท็บเล็ต นอกจากนี้ ยังมุ่งสร้างเครือข่าย
เชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานของหน่วยงานภาค
รัฐในแพลตฟอร์มเดียวกันด้วย”

ส่วนแนวโน้มของเทคโนโลยีจะเห็นการ
ขยายโครงข่ายผ่านสมอลเซลล์มากขึ้น ซึ่งจะ
เป็นทั้งการติดตั้งในและนอกอาคารเพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพของเครือข่ายให้มากขึ้น โดยที่
ผ่านมาอัลคาเทล-ลูเซนซ์ได้ให้บริการไปบ้างแล้ว
แก่โอเปอเรเตอร์ไทยที่ต้องการใช้แบนด์วิธ
จำนวนมาก เช่น 3จีเฟรมได้ เซลล์ โลโก้เรดิโอ
เมโทร เซลล์

กสทช.เคลียร์ด่วน ใช้สาขาการเมือง จตุรรับแลก 'คูปอง'

● กสทช.เรียกรวมนัก แอดวานซ์สอบ ใช้สาขา
พรรคการเมืองเป็นจุดแลกคูปอง เอกชนยอมรับมี
แนวคิดจริง แต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการใดๆ เป็น
เพียงการปรึกษากับทีมบริษัทประชาสัมพันธ์เท่านั้น
นักการเมืองจึงใช้เป็นเวทีหาเสียง

นายฐากร ดัชนีสิทธิ์ เลขาธิการคณะ
กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิด
เผยว่า สำนักงาน กสทช. ได้เรียกตัวแทนของ
บมจ.คราวน์ เทค แอดวานซ์ ที่เข้าร่วมโครงการ
สนับสนุนประชาชนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การ
รับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเข้าพบ
กรณีไปทำข้อตกลงความร่วมมือ หรือเอ็มโอยู กับ
2 พรรคการเมืองใหญ่ เพื่อใช้ที่ทำการสาขาของ
พรรคในหลายจังหวัดเป็นจุดรับแลกคูปอง โดย
กสทช. ได้สั่งให้ระงับการดำเนินการดังกล่าวแล้ว

พร้อมกันนี้ ในวันที่ 17 พฤศจิกายนนี้ จะมีการ
เรียกประชุมผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเพื่อ
หารือกันอีกครั้ง โดยขณะนี้ได้สั่งการให้สำนักงาน
ทำหนังสือแจ้งไปยังบริษัทดังกล่าว และบริษัท

ที่เข้าร่วมโครงการอีก 55 บริษัท ได้รับทราบถึง
ปัญหาที่เกิดขึ้น และเข้าใจตรงกันว่าหากต้องการ
เพิ่มจุดรับแลกคูปองจะต้องมาแจ้งและขออนุญาตที่
กสทช.ก่อน อีกทั้งหากต้องการให้จุดแลกคูปองเป็น
ที่ทำการของพรรคการเมือง และองค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่นต่างๆ ไม่สามารถทำได้

อย่างไรก็ตาม บมจ.คราวน์ เทค แอดวานซ์
ได้ชี้แจงว่า มีแนวคิดในการจะทำประชาสัมพันธ์
ลักษณะนี้จริง แต่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการใดๆ เป็น
เพียงการปรึกษากับทีมบริษัทประชาสัมพันธ์เท่านั้น
ซึ่งจากการตรวจสอบของคณะกรรมการสอบข้อเท็จ
จริง พบว่านักการเมืองได้นำเอาแนวคิดดังกล่าว
ไปดำเนินการเอง โดยวิธีการจัดทำป้ายโฆษณา
ขนาดใหญ่ที่มีรูปนักการเมือง และชื่อยี่ห้อของ
กล่องดิจิทัลพร้อมระบุข้อความว่า เปิดให้บริการ
แก่ประชาชนทั่วประเทศแล้ว

สำหรับความคืบหน้าในการแลกคูปองดิจิทัล
ที่วันนั้น พบว่ามีผู้มาใช้สิทธิ์คูปองแล้วกว่า 700,000
ราย และมีหลายบริษัทรับแลกคูปองโดยไม่ได้ออ
เอกสารจากเจ้าบ้านประกอบการแลก ไม่มีการตรวจ
สอบสถานะคูปองตามขั้นตอนกว่า 100,000 ราย
กรณีเช่นนี้ กสทช. ขอเตือนว่า เมื่อมีประชาชน
นำคูปองมาแลก บริษัทต้องตรวจสอบหลักฐาน
และขอหลักฐานจากประชาชนตามขั้นตอน หาก
ไม่มีเอกสารประกอบ และไม่ดำเนินการตาม
กระบวนการ กสทช.ก็จะไม่จ่ายเงินให้

จ่อฟันพรรคเอี่ยวแลกคูปองทีวี

เมื่อวันที่ 5 พ.ย. ที่สำนักงานคณะ ด้านกิจการพรรคการเมืองก็เห็นว่า การที่พรรค กรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) นายภูษงค์ นุตรา การเมืองจะดำเนินการในลักษณะเป็นการหา วงศ์ เลขาธิการ กกต. กล่าวกรณีคณะกรรมการ ประโยชน์เช่นนี้ไม่สามารถทำได้เพราะผิด การกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ กฎหมาย อีกทั้งขณะนี้ไม่มีประกาศคณะรักษา กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จะทำ ความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่ห้ามพรรคการเมือง หนังสือถึง กกต. สอบถามกรณี 2 พรรคการเมืองไม่ให้ดำเนินกิจกรรมทางการเมือง เช่น เมืองใหญ่ทำข้อตกลงกับบริษัทเอกชนราย การหาสมาชิกพรรค รวมทั้งประกาศ คสช. หนึ่งเพื่อให้สาขาของพรรคที่มีอยู่ทั่วประเทศ เรื่องการห้ามชุมนุมก็ยังบังคับใช้อยู่ ดังนั้นการ เป็นจุดรับ แลกคูปองกล่องทีวีดิจิทัลว่า ที่พรรคการเมืองจะดำเนินการดังกล่าวก็หมิ่น สามารถดำเนินการได้หรือไม่ นั่น ว่า จากการ เหม่ว่าอาจจะผิดกฎหมายและเกิดเรื่องราว หรือในประเด็นข้อกฎหมายกับรองเลขาธิการ ฟ้องร้องตามมาได้.

กสทช.ห้ามใช้พรรคแลกคูปอง

● รอนจ.ม.แจ่ง55บ.-เรียกถก7พ.ย.อีกรอบ

● 'เอเจ'แจ่งเป็นแค่แนวคิดยังไม่ได้เริ่มทำ

กสทช.สั่งห้ามใช้ที่ทำการพรรคการเมือง-องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นจุดแลกคูปอง ชี้ผิดเงื่อนไข เตรียมเรียก 55 บริษัทรับทราบรายละเอียด 7 พ.ย.อีกครั้ง ด้านเอเจแจ่งแค่เป็นแนวคิด แต่'บุญยืน'ปช.องค์กรผู้บริโภค โชว์ภาพส.ส.พรรคเพื่อไทยเอาไปทำป้ายแล้ว

เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน ผู้สื่อข่าวรายงานว่า สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เรียกตัวแทนจากบริษัท คราวน์ เทคโนโลยี แอดวานซ์ จำกัด หรือเอเจ เข้าพบเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงกรณีที่ทำข้อตกลงความร่วมมือ (เอ็มโอยู) กับ 2 พรรคการเมืองใหญ่ เพื่อให้ที่ทำการพรรคในแต่ละจังหวัดเป็นจุดรับแลกคูปอง ซึ่งนายก่อกิจ ด้านชัยวิจิตร รองเลขาธิการ กสทช. สายงานโทรคมนาคมเป็นประธานคณะทำงานตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นผู้หารือ อย่างไรก็ตาม หลังการหารือเสร็จสิ้น น.ส.บุญยืน ศิริธรรม ประธานสหพันธ์องค์กรผู้บริโภค หนึ่งในคณะกรรมการสอบข้อเท็จจริง ได้โชว์

ภาพป้ายโฆษณาของ นายวัฒนา เซ่งไพเราะ อดีต ส.ส. และโฆษกประธานสภาผู้แทนราษฎร พรรคเพื่อไทย ในลักษณะเชิญชวนให้ประชาชนไปแลกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลกับทางเอเจด้วย

น.ส.บุญยืนกล่าวว่า ทางเอเจแจ่งว่าเป็นเพียงแนวคิด ยังไม่ดำเนินการใดๆ แต่กรรมการพบข้อมูลว่ามีนักการเมืองได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวไปจัดทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่มีรูปนักการเมือง และชื่อสินค้าของกล่องรับสัญญาณดิจิตอล พร้อมระบุข้อความว่า ศูนย์รับแลกคูปองเปิดบริการประชาชนทั่วประเทศแล้ว และมองว่าเรื่องนี้ไม่ควรเป็นเครื่องมือในการหาเสียงของพรรคการเมือง ขณะที่คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ก็ระบุว่า

พรรคการเมืองไม่สามารถทำธุรกิจลักษณะนี้ได้ และยังพบว่ามียก 2 บริษัท ที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่ง กสทช.ควรจะเรียกทั้ง 2 บริษัทมาคุยด้วย

นายจากร ตันพิลธิ์ เลขาธิการ กสทช. กล่าวว่า เอเจชี้แจงว่า มีแนวคิดในการจะทำประชาสัมพันธ์ลักษณะนี้จริง แต่ยังไม่ได้เริ่ม ซึ่ง กสทช.ได้แจ้งไปแล้วว่าหากบริษัทใดจะดำเนินการเพิ่มจุดรับแลกคูปองจะต้องแจ้งและมาขออนุญาต กสทช. ให้ทราบก่อนทุกครั้ง ซึ่งเอเจได้ขอเปิดจุดรับแลกคูปองที่วัดจิดตอลไว้ 2 แห่ง คือร้านค้าของบริษัท และร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น อย่างไรก็ตาม กสทช.จะทำหนังสือชี้แจงไปยังเอเจและผู้เข้าร่วมโครงการอีก 55 บริษัท เพื่อให้เข้าใจตรงกันว่า หากต้องการเพิ่มจุดรับแลกคูปอง จะต้องมาแจ้งและขออนุญาตที่ กสทช.ทุกครั้ง และไม่สามารถใช้ทำการพรรคการเมืองหรือที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นจุดรับแลกคูปองเด็ดขาด เพราะเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้ ในวันที่ 7 พฤศจิกายน จะมีการเรียกผู้ประกอบการทั้ง 55 ราย มาหารืออีกครั้ง

คลื่นวิทยุ 10 จว.

โฆษณาผดก.ม.

**กลุ่มอาหารเสริมเพียบ
อย.เข้มโทษปรับ 1 แสน**

สุ่มสำรวจคลื่นวิทยุ 10 จังหวัด พบโฆษณา
ผลิตภัณฑ์สุขภาพผดก.ม.หมายถึง 88%
กลุ่มอาหารเสริมรักษาโรคเรื้อรังมากที่สุด
อย.เร่งปรับ พ.ร.บ.อาหารเพิ่มโทษปรับ
1 แสนบาท กสทช.เข้มสั่งระงับโฆษณา-
เพิกถอนใบอนุญาต

อ่านต่อหน้า **16**

คลื่นวิทยุ

เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน ที่โรงแรมเซ็นจูร์ พาร์ค นายพร แก้วกล้า ผู้รับผิดชอบโครงการ สร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ กล่าวในการแถลงข่าว “โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผดก.ม.ในยุค คสช.” ว่า มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่าย ผู้บริโภค 10 จังหวัด ได้แก่ กทม. กาญจนบุรี เพชรบุรี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด พะเยา ลำปาง สุราษฎร์ธานี สงขลา และ สตูล ร่วมกับสำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ดำเนินการโครงการสร้างเครือข่าย ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ เพื่อจัดการปัญหา สร้างความตื่นตัว ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2557-พฤษภาคม 2558

ทั้งนี้ ได้ดำเนินการเฝ้าระวังสื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพทางคลื่นวิทยุในช่วงเดือน มิถุนายน-กันยายน 2557 โดยเฝ้าระวัง 3 ครั้ง ครั้งละ 1 สัปดาห์ ทางสื่อวิทยุจำนวน 33 คลื่นใน 10 จังหวัด แบ่งเป็นคลื่นหลัก 31 คลื่น และคลื่นวิทยุออนไลน์ 2 คลื่น พบว่า 29 คลื่น หรือร้อยละ 88 มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์

สุขภาพผดก.ม.รวม 103 รายการ แบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์อาหารและอาหารเสริม 54 รายการ ยา 35 รายการ เครื่องสำอาง 13 รายการ และ โฆษณาสถานพยาบาล 1 รายการ

น.ส.สิรินา เพชรรัตน์ ผู้ประสานงานศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ.สุราษฎร์ธานี กล่าวว่า ในส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารและอาหารเสริม ที่โฆษณาผดก.ม.จำนวน 54 รายการนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบำรุง รักษาร่างกาย-รักษาโรคเฉพาะ รักษาโรคเรื้อรัง จักรวาล กลุ่มเสริมความงาม เช่น ลดความอ้วน ช่วยผิวขาว และกลุ่มเสริมสมรรถภาพทางเพศ ส่วนผลิตภัณฑ์ยาแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มยา อันตรายที่ห้ามโฆษณา กลุ่มยาที่โฆษณาเกี่ยวกับสมรรถภาพทางเพศ เสริมความงาม กลุ่ม ยารักษาโรคเรื้อรัง และกลุ่มยาที่โฆษณา ลดแลกแจกแถมเพื่อการขายและส่งเสริมการใช้ยาเกินความจำเป็น

“เครือข่ายได้ประสานข้อมูลการเฝ้าระวังไป ยัง กสทช. และสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา (อย.) แล้ว เพื่อให้ดำเนินการแก้ปัญหา ตามกฎหมายต่อไป ทั้งนี้ ยากเกินผู้บริโภค ว่า การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในลักษณะ เช่นนี้จะก่อปัญหาสุขภาพแก่ผู้บริโภคเอง เช่น โฆษณาการรักษาโรคเรื้อรังทำให้ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง หลงเชื่อและหยุดยาของตนเอง อาจเป็นอันตราย

ได้ ซึ่งที่ผ่านมามีการร้องเรียนการเสียชีวิต จากกรณีเช่นนี้มายังเครือข่ายหลายราย” น.ส. สิรินา กล่าว

นายนิรัตน์ เตียวสุวรรณ ผู้เชี่ยวชาญด้าน พัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ด้าน สาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและ ยา (อย.) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ต้องขอ อนุญาตขึ้นทะเบียนจาก อย.ก่อน มี 3 ประเภท คือ ยา อาหารที่แสดงสรรพคุณคุณประโยชน์ และเครื่องมือแพทย์ ส่วนเครื่องสำอางและ วัตถุอันตรายนั้น ไม่จำเป็นต้องขออนุญาตขึ้น ทะเบียน แต่จะมีการควบคุมเรื่องการโฆษณา

สำหรับปัญหาในการเฝ้าระวังการโฆษณา ผลิตภัณฑ์สุขภาพผดก.ม. แม้ อย.มีศูนย์ รับเรื่องร้องเรียนคอยเฝ้าระวังตามสื่อต่างๆ แต่ ยอมรับว่าสื่อวิทยุ ซึ่งมีจำนวนมากนั้นทำได้ยาก เพราะ อย.ไม่มีหน่วยงานในภูมิภาค ต้องอาศัย ความร่วมมือจาก สตช. ในพื้นที่ที่มีกลุ่มงาน เกสซกรทำหน้าที่เรื่องคุ้มครองผู้บริโภค รวม ถึงเครือข่ายในการร่วมเฝ้าระวังด้วย ขณะที่บท ลงโทษในปัจจุบันยังไม่รุนแรง แต่ขณะนี้นักล งเร่รังแก้กฎหมายให้บทลงโทษรุนแรงขึ้น เช่น โฆษณา ยา หรืออาหารผดก.ม.มีโทษปรับ 1 แสนบาท จากเดิมโทษของการโฆษณาอาหาร โดยไม่ได้รับอนุญาต มีโทษปรับเพียง 5,000 บาท ข้อความเท็จ จาคักไม่เกิน 3 ปี ปรับ

30,000 บาท

ด้าน น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช. กล่าวว่า เมื่อ กสทช.ได้รับเรื่องร้องเรียนจะส่งเรื่องให้ อัย.พิจารณาความผิด จากนั้น กสทช.จะออกคำสั่งให้ระงับการโฆษณาดังกล่าว ซึ่งหากไม่ระงับการออกอากาศการโฆษณาจะปรับวันละ 2 หมื่นบาท จนกว่าจะระงับการออกอากาศ และหากยังดำเนินการผิดซ้ำๆ ก็อาจเพิกถอนใบอนุญาตหรือพิจารณาไม่ต่อใบอนุญาต

น.ส.สุกัญญา กล่าวด้วยว่า ปัจจุบันกิจการวิทยุท้องถิ่น บริการธุรกิจ รวมไปถึงทีวีดาวเทียมทีวีเคเบิล จะได้รับใบอนุญาตไม่นาน หากมีการทำผิดก็จะนำมาประเมินพิจารณาในการต่อใบอนุญาต สำหรับคลื่นวิทยุหลัก เช่น วิทยุทหารอากาศ จ.ขอนแก่น และ สวท. ขอนแก่น เป็นต้น ที่เครือข่ายได้ส่งข้อมูลการเฝ้าระวังมานั้น อัย.ได้พิจารณาแล้วว่าโฆษณาผิดกฎหมายจริง ขณะนี้ กสทช.ได้สั่งระงับการออกอากาศโฆษณาดังกล่าวแล้ว หากไม่ระงับการออกอากาศก็จะปรับวันละ 2 หมื่นบาทเช่นกัน รวมถึงพิจารณาในการต่อใบอนุญาตด้วย

คลื่นวิทยุโฆษณาสินค้าสุขภาพผิต ก.ม.อ้อ

นายเพชร แก้วกล้า ผู้ประสานงานโครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แถลงข่าวเรื่องโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิตกฎหมายในยุค คสช.ว่า จากการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อวิทยุใน 10 จังหวัด จำนวน 31 คลื่น พบว่า 29 คลื่น หรือคิดเป็นร้อยละ 88 มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิตกฎหมาย

นายนิรัตน์ เตียวสุวรรณ ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคผิตกฏหมายด้านสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.)กล่าวว่า และหากพบมีการกระทำความผิดซ้ำจะใช้พิจารณาในส่วนกฎหมายที่อย.รับผิดชอบ พบว่าบทลงโทษ

ผู้ที่กระทำผิดเบาเช่น โฆษณาอาหารโดยไม่ได้รับอนุญาตมีโทษปรับเพียง 5,000 บาท ข้อความเป็นเท็จจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับ 30,000 บาท ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการปรับแก้ พ.ร.บ.อาหาร โดยเพิ่มโทษปรับเป็น 1 แสนบาท เป็นต้น

น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช.กล่าวว่าเมื่อ กสทช.ได้รับเรื่องร้องเรียนจะส่งเรื่องให้อย.พิจารณาความผิด จากนั้น กสทช.จะออกคำสั่งให้ระงับการโฆษณาดังกล่าว หากไม่ระงับจะทำการปรับวันละ 20,000 บาทไปเรื่อยๆ จนกว่าจะระงับ และหากพบมีการกระทำความผิดซ้ำจะใช้พิจารณาในการพักใช้หรือไม่ต่อไปอนุญาต.

'สินค้าเถื่อน'ว่อนรายการวิทยุ

●กสทช.บีบเจ้าของคลื่นคมเข้ม

เครือข่ายผู้บริโภคจับมือ กสทช.สำรวจสื่อวิทยุ 10 จว. พบโฆษณาผิดกฎหมาย 29 สถานี ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหาร จี้เจ้าของคลื่นคมเข้ม

เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน นายเพชร แก้วกล้า ผู้ประสานงานโครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แถลงข่าว “โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมายในยุค คสช.” ว่า มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคและเครือข่ายผู้บริโภค 10 จังหวัด ได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ดำเนินการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อวิทยุใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กาญจนบุรี เพชรบุรี ชอนแก่น ร้อยเอ็ด พะเยา ลำปาง สุราษฎร์ธานี สงขลา และสตูล แบ่งเป็นคลื่นหลัก 31 คลื่น และคลื่นวิทยุออนไลน์ 2 คลื่น ระหว่างเดือน มิถุนายน-กันยายน 2557 จำนวน 3 ครั้ง ครั้งละ 1 สัปดาห์ พบว่า 29 คลื่น หรือร้อยละ 88 มีโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย โดยพบผลิตภัณฑ์ 103 รายการ เป็นผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 54 รายการ ผลิตภัณฑ์ยา 35 รายการ และผลิตภัณฑ์

เครื่องสำอาง 13 รายการ และสถานพยาบาล 1 รายการ

น.ส.สิรินา เพชรรัตน์ ผู้ประสานงานศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จ.สุราษฎร์ธานี กล่าวว่า ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้ง 54 รายการ มีลักษณะเป็นกลุ่มบำรุงร่างกาย รักษาโรคเฉพาะ รักษาสารพัดโรค มากที่สุด รองลงมาเป็นเสริมความงามและเพิ่มสมรรถภาพทางเพศ ส่วนผลิตภัณฑ์ยา มีเนื้อหาโฆษณาอันตรายที่ห้ามโฆษณา โฆษณาเกี่ยวกับสมรรถภาพทางเพศ เสริมความงาม ยารักษาโรครอบจกรวาล โฆษณาลด แลก แจก แถมและชิงโชค เพื่อส่งเสริมการขายและส่งเสริมการใช้ยาเกินความจำเป็น ล่าสุดจึงได้เสนอข้อมูลดังกล่าวให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อดำเนินการตามกฎหมาย

นายนิรัตน์ เตียสุวรรณ ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ด้านสาธารณสุข กล่าวว่า ตามกฎหมายมีการกำหนดสินค้าที่ต้องขอ

อนุญาตก่อนที่จะทำการโฆษณา ได้แก่ ยา อาหารที่แสดงสรรพคุณ คุณประโยชน์ และคุณภาพของอาหาร และเครื่องมือแพทย์ ส่วนเครื่องสำอางและวัตถุอันตรายไม่ต้องขออนุญาตแต่ต้องดำเนินการกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ที่กำหนดข้อห้ามในการโฆษณา คือ ข้อความเป็นเท็จ ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ อย่างไรก็ตามในส่วนกฎหมายที่ อย.รับผิดชอบ พบว่าบทลงโทษผู้ที่กระทำความผิดมาก แต่ขณะนี้อยู่ระหว่างปรับแก้ พ.ร.บ.อาหารฯ เพิ่มโทษปรับเป็น 1 แสนบาท เป็นต้น

น.ส.สุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช.กล่าวว่า เมื่อ กสทช.ได้รับเรื่องร้องเรียน จะส่งเรื่องให้ อย.พิจารณาความผิด จากนั้น กสทช.จะออกคำสั่งให้ระงับการโฆษณา หากไม่ระงับจะทำการปรับวันละ 20,000 บาท ไปเรื่อยๆ จนกว่าจะระงับ และหากพบมีการกระทำความผิดซ้ำจะพักใช้หรือไม่ต่อใบอนุญาตให้ โดยเฉพาะในกลุ่มวิทยุ โทรทัศน์ดาวเทียม และเคเบิลรายใหม่ที่ได้รับใบอนุญาตชั่วคราว 1-2 ปี หากพบความผิดจะลดเวลาใบอนุญาตลง จากรายงานพบว่า วิทยุหลักก็มีการกระทำความผิดในเรื่องเหล่านี้เช่นกัน จึงขอให้หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบเข้มงวดสถานีวิทยุในสังกัดมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมา กสทช.ได้มีการสั่งให้สถานีระงับการออกอากาศโฆษณาที่ผิดกฎหมาย อาทิ สถานีทหารอากาศใน จ.ขอนแก่น สถานี สวพ.ขอนแก่น เป็นต้น

ข่าวสั้น ทันโลก

● **ขู่สาขาทรรคทำผิดก.ม.**:วันที่ 5 พ.ย. นายภูษงค์ นุตราววงศ์ เลขานุการคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) กล่าวถึงกรณีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จะทำหนังสือถึง กกต. เพื่อสอบถามกรณี 2 พรรคการเมืองใหญ่ทำข้อตกลงกับบริษัทเอกชนรายหนึ่งเพื่อใช้สาขาทรรคทั่วประเทศเป็นจุดรับแลกคู่มือป้องกันที่วิบัติต่อว่าดำเนินการได้หรือไม่ว่า ทราบเรื่องดังกล่าวแล้ว แต่ยังไม่ได้รับหนังสือขอหารือจาก กสทช. ซึ่งพรรคการเมืองจะดำเนินการลักษณะหาประโยชน์เช่นนี้ไม่ได้เพราะมีประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่ห้ามพรรคการเมืองดำเนินกิจกรรมทางการเมืองจึงอาจจะหมิ่นเหม่ว่าจะผิดกฎหมายได้.



อย่าทำ : นายฐากร
ต้นทสิทธิ์ เลขานุการ
คณะกรรมการกิจการ
กระจายเสียงกิจการโทร-

ทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า กสทช.จะทำ
หนังสือแจ้งไปยังบริษัทต่างๆ 56 ราย ที่เข้าร่วมโครงการรับแลกคู่มือ
ทีวีดิจิตอล 690 บาท โดย กสทช.ไม่อนุญาตให้บริษัทร่วมมือกับพรรคการเมือง
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
เพื่อใช้เป็นสถานที่รับแลกคู่มือโดยเด็ดขาด เนื่องจากไม่เหมาะสม.

ลับคมธุรกิจ



● นงนารถ ห่านวิลโล่ TWITTER @ ADDNONGNAT

การตลาดซ่อนเงื่อน 'กล่องทีวีดิจิทัล'

ในที่สุดปฏิบัติการนำร่องแจกคู่มือทีวีดิจิทัล 690 บาท ของ สำนักงาน กสทช. ให้กับครัวเรือนไทยใน 21 จังหวัด ได้สำเร็จลงแล้ว

ล่าสุด บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด นำจ่ายคู่มือเบื้องต้นแรกครบ 4.6 ล้านครัวเรือน แต่ยังมีคู่มือค้างอยู่ที่ไปรษณีย์ เพราะยังไม่มีผู้รับอีกประมาณ 7 แสนครัวเรือน สำหรับ 21 จังหวัดนำร่อง ที่ได้รับการแจกคู่มือในเบื้องต้นได้แก่ 1.กรุงเทพฯ 2.นนทบุรี 3.นครปฐม 4.ปทุมธานี 5.สมุทรปราการ 6.สมุทรสาคร 7.พระนครศรีอยุธยา 8.สิงห์บุรี 9.อ่างทอง 10.ระยอง 11.สุพรรณบุรี 12.หนองคาย 13.สุโขทัย 14.อุดรธานี 15.ฉะเชิงเทรา 16.สมุทรสงคราม 17.พัทลุง 18.สงขลา 19.นครนายก 20.ราชบุรี และ 21.ชัยนาท

ส่วนบ้านใดยังไม่ได้รับคู่มือให้รีบติดต่อขอรับที่ทำการไปรษณีย์ ในพื้นที่นั้นๆ ได้เลย ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป โดยคู่มือเบื้องต้นมีอายุใช้งานถึงวันที่ 31 พ.ค.2558

ส่วนล็อตที่ 2 สำนักงาน กสทช. เตรียมแจกคู่มือ อีก 21 จังหวัด วันที่ 28 พ.ย.นี้ ส่วนกลุ่มครัวเรือนไทยที่อยู่ในทะเบียนราษฎร์ แต่ไม่มีชื่อเจ้าบ้าน และทะเบียนบ้านชั่วคราว รวมจำนวน 2.5 ล้านครัวเรือน สำนักงาน กสทช. กำลังจัดทำหลักเกณฑ์เพื่อเสนอ บอร์ด และ คสช. พิจารณาในเร็วๆ นี้ คาดว่าจะสามารถแจกคู่มือให้กับประชาชนกลุ่มนี้ได้ภายในปีนี้

เมื่อคู่มือ มีการแจกจ่ายไปยังครัวเรือนอย่างชัดเจนแล้ว สิ่งที่มาในเวลานี้ ก็คือ ผู้ผลิตและจำหน่าย "กล่องทีวีดิจิทัล" เริ่มลั่นกลองรบเพื่อแทรกตัวเข้าชิงเค้กก้อนใหญ่ในทันที

เค้กก้อนนี้มีคนพร้อมชิงถึง 56 รายซึ่งผ่านเกณฑ์เข้าร่วมโครงการคู่มือ ของ สำนักงาน กสทช. แต่ที่ทำการตลาดจริงๆ จังๆ มีเพียงกว่า 30 ราย ความได้เปรียบเสียเปรียบในจุดนี้ไม่ใช่ประเด็นหลัก

จุดใหญ่ของการทำการตลาดของกล่องทีวีดิจิทัล จึงอยู่ที่สายป่านทางการเงิน ในการเปิดแอลซี เพื่อนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนเป็นหลัก เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่า ทุกแบรนด์ ล้วนสั่งผลิตจากโรงงานที่นั่น เนื่องจากต้นทุนต่ำกว่าผลิตในประเทศไทย มากมายหลายเท่า

ใครสั่งมากที่สุดก็ยอมได้ “ราคาต่ำสุด” จากข้อมูลพบว่าผู้ค้าที่กล้าสั่งออร์เดอร์ “เกินล้านกล่อง” มีเพียง 3-4 ยี่ห้อ เพราะธนาคารไม่กล้าปล่อยกู้วงเงินสูง เนื่องจากมีผู้เล่นมากรายนั่นเอง

นี่คือที่มาของการตั้งราคาขายในตลาดไม่เท่ากันในแต่ละยี่ห้อ

ส่วนใหญ่ราคาที่ยากกล่องครบเซต รวม เสา สายอากาศ จะเกิน 690 บาท นั่นหมายความว่าเจ้าของคูปองที่ไปแลกซื้อกล่องจะต้องเพิ่มเงินซื้อ เสา สายอากาศอีกอย่างน้อย ราว 200-500 บาท

จึงควรดูรายละเอียดให้แน่ใจก่อนแลกว่าจะต้องจ่ายเพิ่มอะไร เท่าไร เพราะมีบางยี่ห้อที่รับแลกคูปอง 690 บาท โดยไม่ต้องเพิ่มเงิน บางยี่ห้อต้องเพิ่มเงิน บางยี่ห้อ มีแต่กล่อง ไม่มีเสา และสายอากาศ

การตลาดของผู้จำหน่ายกล่องทีวีดิจิทัล ในขณะนี้จึงใช้กันหลายวิธี แต่มีวิธีหนึ่งที่กำลังแพร่หลาย คือการให้คนใหญ่คนโตในท้องถิ่น ทำหน้าที่ไปเก็บคูปองจากชาวบ้าน โดยบอกว่าจะนำไปแลกให้ ซึ่งคนที่รับหน้าที่ตรงนี้จะได้อะคอมมิชชั่นจากผู้จำหน่าย

ในจุดนี้เองที่ผู้ใช้ ไม่ได้เลือกแลก (กล่อง) “คนเลือก ไม่ได้ใช้” ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าเมื่อชาวบ้านไม่รู้ข้อมูล เมื่อนายหน้าเหล่านั้นบอกว่าต้องเพิ่มเงินก็ต้องเพิ่มเหมือนมัดมือชก หรือบางครั้งอาจแลกให้เฉพาะกล่องทีวีดิจิทัล แต่ไม่มีเสากับสายอากาศ ทำให้ชาวบ้านต้องแบกภาระไปซื้อเพิ่มทีหลัง

จึงต้องบอกว่ามีแค่กล่องทีวีดิจิทัลอย่างเดียว ไม่มี เสา สายอากาศ ซึ่งไม่สามารถรับสัญญาณช่องทีวีดิจิทัลได้ชัดเจน

ฉะนั้นหากใครไปขออาสาเก็บคูปองไปแลกให้ก็ไม่ควรยินยอม เพราะประชาชนที่ได้รับคูปองสามารถแลกเองได้โดยไม่ต้องมีความยุ่งยาก แค่เตรียมคูปอง บัตรประชาชน ทะเบียนบ้าน พร้อมสำเนาไปเพื่อเป็นหลักฐานเท่านั้นเอง หรือหากไม่มีเวลาจริงๆ ก็ควรย้ำกับผู้อสาคนนั้นว่าขอแลกกล่องที่ไม่ต้องเพิ่มเงิน เพราะว่ามันตามจริง กล่องทีวีดิจิทัลเหล่านี้มาจากแหล่งเดียวกัน คือ โรงงานในประเทศจีน!!

โดยขณะนี้หลายยี่ห้อที่มีการทำการตลาด โดยการเปิดจุดรับแลกตามสถานที่ต่างๆ หากติดตามข่าวสาร ก็สามารถไปแลกตามจุดแลกเหล่านั้น ได้ทั่วประเทศ!!

ติดตามลับคมธุรกิจ ทางวิทยุเนชั่น FM 90.5 ได้ทุก วันจันทร์-ศุกร์ 11-30-12.00 น.
พังก่อนหลัง www.bangkokbiznews.com , www.nationradio.co.th



อยู่กลุ่มไหนหนอ...

นี้ ตั้งแต่ กสทช.เริ่มแจกคู่มือทีวีดิจิตอลล็อตแรก จำนวน 4.6 ล้านฉบับ ไปเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม จนถึงขณะนี้ก็เกือบจะครบ 1 เดือนเต็มแล้ว แต่จากสถิติที่ กสทช.และหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนกว่า 20,000 เรื่อง พบว่า 85% ของข้อร้องเรียนคือเรื่องของการสิทธิการได้รับคู่มือ เพราะยังมีอีกหลายบ้าน หลายชุมชนกำลังข้องใจเนื่องจากยังไม่ได้รับคู่มือ

การนี้ เราจึงพาไปดูว่า ใครอยู่กลุ่มใดและจะได้รับคู่มือเมื่อไหร่บ้าง

กลุ่มแรก คือ กลุ่มบ้านที่มีทะเบียนบ้าน มีเจ้าบ้าน มีผู้อาศัย และมีคนอาศัยอยู่จริง จำนวน 14.1 ล้านครัวเรือน ซึ่งการแจกจะแบ่งเป็น 2 ล็อต ล็อตแรก 4.6 ล้านใบ ที่ได้แจกไปแล้วเมื่อวันที่ 10 ตุลาคมที่ผ่านมา ได้แก่ กรุงเทพมหานคร, นนทบุรี, นครปฐม, ปทุมธานี, สมุทรปราการ, สมุทรสงคราม, สมุทรสาคร, พระนครศรีอยุธยา, สิงห์บุรี, อ่างทอง, ระยอง, สุพรรณบุรี, หนองคาย, สุโขทัย, อุตรดิตถ์, ฉะเชิงเทรา, พัทลุง, สงขลา, นครนายก, ราชบุรี และชัยนาท ส่วนที่เหลือที่จะได้รับล็อตสองนั้นจะเริ่มระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2557-มีนาคม 2558 โดยจะแจกตามพื้นที่โครงข่ายทีวีดิจิตอลภาคพื้นดินเดินทางไปถึง

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มบ้านที่ตกร่าง บ้านที่ถือทะเบียนบ้านชั่วคราว และบ้านในชุมชนแออัดซึ่งเป็นผู้มีรายได้น้อย จำนวนราว 2.8 ล้านครัวเรือน โดยจะเปิดให้ลงทะเบียนโดยมีผู้รับรองที่สำนักงานเขต ที่ว่าการอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล คาดว่า กสทช.น่าจะเริ่มแจกได้ในเดือนธันวาคมนี้ จากเดิมที่กำหนดว่าเป็นเดือนพฤศจิกายน

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มบ้านที่ไม่มีทะเบียนบ้านแต่มีผู้อาศัย บ้านที่มีผู้อาศัยแต่ไม่มีเจ้าบ้าน บ้านที่ไม่มีเลขที่บ้าน บ้านที่ไม่มีเจ้าบ้าน บ้านที่มีเจ้าบ้านแต่ไม่มีลูกบ้านและไม่มีผู้อาศัย เป็นต้น จำนวนราว 9 ล้านครัวเรือน ซึ่งกลุ่มนี้ยังไม่ชัดเจนว่าจะดำเนินการในช่วงไหนของปี 2558

กลุ่มที่ 4 ซึ่งเป็นกลุ่มสุดท้ายคือ ผู้อาศัย บ้านเช่า ห้องเช่า หอพัก หรือ อพาร์ทเมนต์ จำนวนราว 6.9 ครัวเรือน ก็ยังไม่ชัดเจนเช่นกันว่า กสทช.จะดำเนินการแจกเมื่อไหร่ เพราะยังคิดไม่ตกว่าจะให้สิทธิกับใคร ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้อาศัยหรือผู้เช่า และหากให้ผู้อาศัย พอเปลี่ยนที่อยู่เขาจะได้คู่มือเพิ่มหรือไม่ หรือให้กับเจ้าบ้านผู้อาศัยย้ายที่อยู่จะหอบเอาอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิตอลที่ใช้สิทธิมาได้ด้วยหรือไม่

ดังนั้น ขอให้ประชาชนในกลุ่มต่างๆ ฝ้าดูแลสิทธิของตนให้ดีว่าจะได้เมื่อไหร่ ได้มากแล้วต้องใช้เมื่อไหร่ หรือจะต้องไปลงทะเบียนยืนยันรับสิทธิหรือไม่

เดี่ยวพลาดโอกาส ไม่รู้ด้วยนะ

นายมะดัน

เอ็นบีซีแจง'เนชั่นทีวี'นิวไฮ คาดการณ์ได้ทะยานถึงปีหน้า

เอ็นบีซีแจงรายได้ของ Nation TV ไตรมาส 3 ปีนี้ทำสถิติสูงเป็นประวัติการณ์เพิ่มขึ้น 91% มั่นใจในไตรมาส 4 ปีนี้ และปีหน้ารายได้ทะยานต่อเนื่อง จากฐานคนดูขยายตัวครั้งใหญ่ หลังกสทช.แจกคูปองไปแล้ว 4 ล้านคูปอง และปลายเดือน พ.ย. จะแจกอีกกว่า 4 ล้านคูปองถึงปรับอัตราค่าโฆษณาเพิ่มเฉลี่ย 30-50% ขณะที่กำไรลดลง 86% จากงวดเดียวกันปีก่อน

นายอดิศักดิ์ ลิ้มประพัฒน์กิจ กรรมการผู้อำนวยการบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) NBC เปิดเผยว่าผลประกอบการรอบ 9 เดือนที่ผ่านมา มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในไตรมาสที่ 3 เฉพาะรายได้ของช่อง Nation TV ที่ก้าวสู่ทีวีดิจิทัลแล้วนับตั้งแต่เม.ย.2557 มีรายได้โฆษณาและอื่นๆ รวมกัน 121.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว 63.41 ล้านบาท เติบโตกว่า 91% ที่เป็นอัตราการเติบโตสูงสุดนับจากไตรมาส 1 และ 2 ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของทีวีดิจิทัล

"ผมมั่นใจว่ารายได้โฆษณาของช่อง Nation TV จะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญมากกว่าหลังคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้แจกคูปองไปแล้วตั้งแต่ 10 ต.ค. ใน 21 จังหวัด รวม 4.1 ล้านคูปอง"

นายอดิศักดิ์กล่าวว่า อัตราการนำคูปองมาแลกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลวันละประมาณ 50,000 คูปอง หรือเดือนละประมาณ 1.5 ล้านคูปอง คาดว่าภายในสิ้นปีนี้ คูปองรอบแรกจะถูกนำมาแลกเป็นกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลทั้งหมด ทั้งนี้ในวันที่ 28 พ.ย. กสทช. จะแจกคูปองรอบที่สองไปอีก 21 จังหวัด ประมาณ 4 ล้านคูปองที่จะทำให้อัตราการแลกคูปองจะมีมือผู้บริโภคภายในปีรวมกว่า 8 ล้านคูปอง คาดว่าภายในไตรมาสแรกของปีหน้าผู้บริโภคจะนำคูปองมาแลกได้ทั้งหมด ส่งผลให้ฐานคนดูทีวีดิจิทัลเติบโตอย่างรวดเร็วกว่า

รายได้ของช่อง Nation TV 22 หน่วย : ล้านบาท ปี 2557 เทียบ ปี 2556



8 ล้านครัวเรือน หรือประมาณ 28 ล้านคน คิดเป็นประมาณ 40% ของประชากร โดย กสทช. จะแจกคูปองรอบที่ 3 ในจังหวัดที่เหลือภายใน มี.ค. ปีหน้า

อ่านต่อหน้า > 21

ต่อจากหน้า > 17

เอ็นบีซี

อย่างไรก็ตาม บริษัทเอ็นบีซีโฆษณาให้การยอมรับช่อง Nation TV ว่าเป็นช่องข่าวทีวีดิจิทัลอันดับ 1 มาตั้งแต่วันแรกของการออกอากาศ โดยมีกลุ่มสินค้ารายใหม่ๆ เข้ามาจนทำให้ในบางรายการช่วงไพรม์ไทม์ มียอดซื้อโฆษณาเต็ม 100% ทำให้จำเป็นต้องขอปรับส่วนลดจากอัตราขายโฆษณาในไตรมาส 4 และในปีหน้าอีกไม่น้อยกว่า 30-40% ตามฐานคนดูทีวีดิจิทัลที่เพิ่มมาจากการกระตุ้นตัวคูปองแลกกล่องทีวีดิจิทัล

"อัตราค่าโฆษณาของรายการข่าวขึ้นคนเนชั่น ในปัจจุบันเฉลี่ยสุทธิประมาณ 28,000-30,000 บาทต่อวันที่ บริษัทจำเป็นต้องขอปรับเพิ่มอัตราค่าโฆษณาสุทธิเฉลี่ยเป็น 40,000 บาทต่อวันที่และในช่วงรายการอื่นๆ น่าจะต้องขอปรับอัตราค่าโฆษณาอีกไม่น้อยกว่า 30-50% ตามฐานคนดูที่เพิ่มจากการแลกคูปอง"

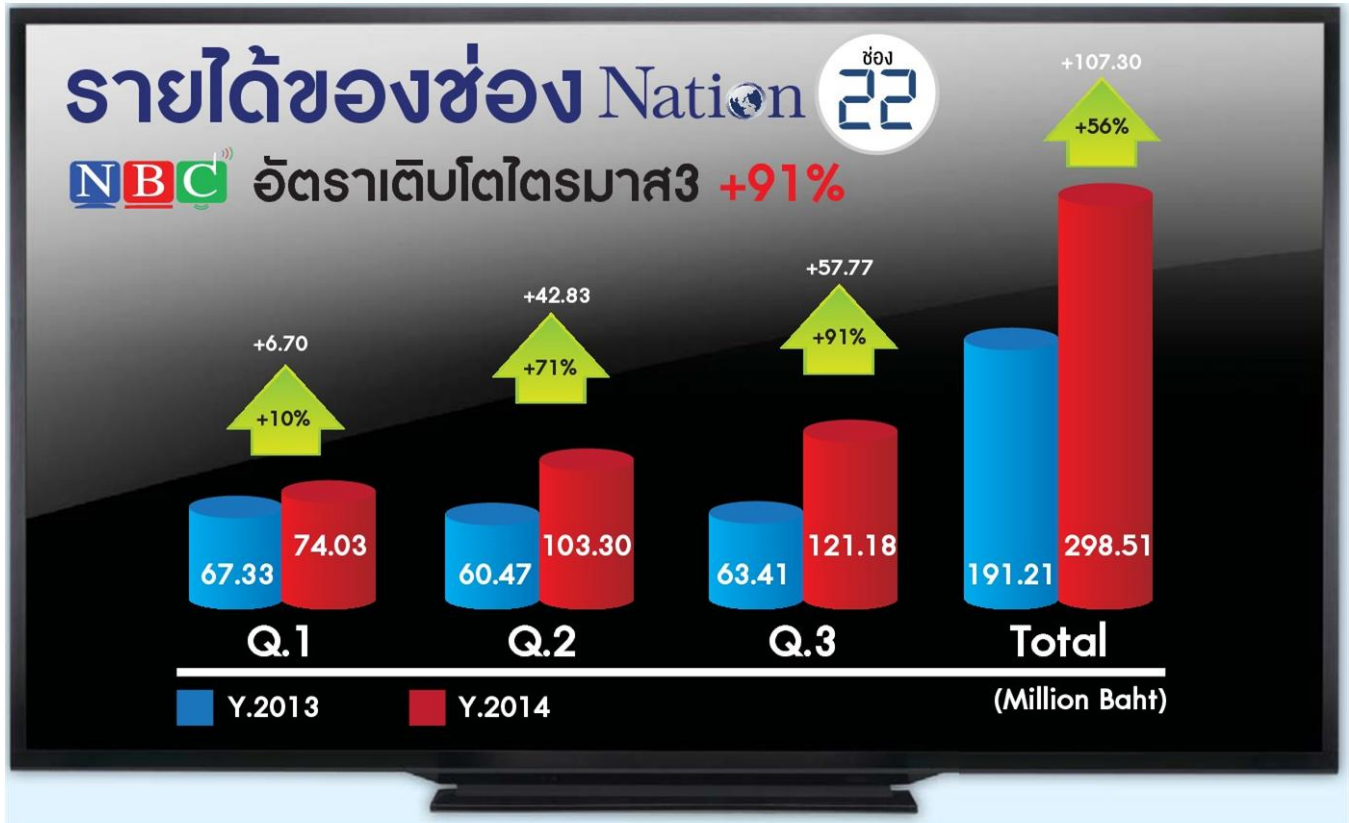
ทั้งนี้ช่อง Nation TV อยู่ระหว่างการ

เจรจาต่อสัญญาซื้อขายโฆษณากับบริษัท เอเอ็นซีโฆษณาในปีหน้า และบริษัทได้ทำข้อเสนอให้บริษัทเอเอ็นซีโฆษณาเพิ่มโฆษณาในอัตราเดิมก่อนจะเริ่มใช้อัตราโฆษณาใหม่ในปีหน้า

สำหรับภาพรวมผลประกอบการของกลุ่มบริษัท 9 เดือนของปี 2557 มีกำไร 5.86 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีกำไร 42.71 ล้านบาท คิดเป็นการเปลี่ยนแปลงลดลง 86% เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการลดลง 3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยมีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 4 ของปี 2556 ทำให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและส่งผลกระทบต่อรายได้โฆษณาจากธุรกิจโทรทัศน์ลดลง 4%

ส่วนใหญ่นำมาจากรายได้ในช่องรวมาแซนแนลและคอมซัดลีกทีวี ที่ยุติการดำเนินงานตั้งแต่กลางปี 2556 และสิ้นปี 2556 ตามลำดับ ในขณะที่เนชั่นทีวีช่อง 22 มีรายได้เพิ่มขึ้น 56% เนื่องจากรายได้ค่าโฆษณาที่มาจากกาเปลี่ยนธุรกิจในทีวีดาวเทียมมาเป็นทีวีดิจิทัล ซึ่งเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 25 เม.ย.2557 รายได้จากธุรกิจวิทยุลดลง 19% ขณะที่รายได้จากธุรกิจ New Media เพิ่มขึ้น 3%

'เนชั่นทีวี' ไตรมาส 3 รายได้ทำนิวไฮ 91%



NBC โชว์เนชั่นทีวีโดยรายได้ไตรมาส

3 ทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์เพิ่มขึ้น 91% มั่นใจในไตรมาส 4 ปีนี้ต่อเนื่องถึงปีหน้ารายได้ทะยานต่อเนื่อง จากฐานคนดูทีวีดิจิทัล โตกระโดด หลัง กสทช.แจกคู่มือไปแล้ว 4 ล้านคู่มือ ส่วนปลายเดือนพฤศจิกายนนี้เตรียมแจกอีกกว่า 4 ล้านคู่มือ เล็งขอปรับอัตราค่าโฆษณาเพิ่มเฉลี่ย 30-50%

นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐพีพัฒน์กิจ กรรมการผู้อำนวยการบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ NBC เปิดเผยว่า ผลประกอบการในรอบ 9 เดือนที่ผ่านมาของบริษัทมีแนวโน้มดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยในไตรมาสที่ 3 เฉพาะรายได้ของช่องเนชั่นทีวี ที่ก้าวสู่ทีวีดิจิทัลตั้งแต่เดือนเมษายน มีรายได้โฆษณาและอื่นๆ รวมอยู่ที่ 121.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 91% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วที่มีรายได้ 63.41 ล้านบาท นับเป็นอัตราการเติบโตสูงสุดนับจากไตรมาส 1 และ 2 ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของทีวีดิจิทัล

“ผมมั่นใจว่ารายได้โฆษณาของช่องเนชั่นทีวีจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญมากกว่านี้ หลังจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้แจกคู่มือไปแล้ว ตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม ใน 21 จังหวัด รวมจำนวน 4.1 ล้านคู่มือ” นายอดิศักดิ์กล่าวและว่า อัตราการนำคู่มือมาแลกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัล อยู่ที่วันละประมาณ 5 หมื่นคู่มือ หรือเดือนละประมาณ 1.5 ล้านคู่มือ คาดว่าภายในสิ้นปีนี้ คู่มือรอบแรกจะถูกนำมาแลกเป็นกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลทั้งหมด

ขณะที่ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 กสทช.จะแจกคู่มือรอบที่สองในอีก 21 จังหวัด ประมาณ 4 ล้านคู่มือ จะทำให้ยอดคู่มืออยู่ในมือผู้บริโภคภายในปีนี้ รวมกว่า 8 ล้านคู่มือ และคาดว่าภายในไตรมาสแรกของปีหน้า ผู้บริโภคจะนำคู่มือมาแลกได้ทั้งหมด ส่งผลให้ฐานคนดูทีวีดิจิทัลโตอย่างรวดเร็วเป็นจำนวนกว่า 8 ล้านครัวเรือน หรือประมาณ 28 ล้านคน คิดเป็นประมาณ 40% ของประชากร โดย กสทช.จะแจกคู่มือรอบที่ 3 ในจังหวัดที่เหลือภายในเดือนมีนาคมปีหน้า

นายอดิศักดิ์ กล่าวว่า บริษัทเอเยนซีโฆษณาให้การยอมรับช่องเนชั่นทีวี ว่าเป็นช่องข่าวทีวีดิจิทัลอันดับ 1 มาตั้งแต่วันแรก

ของการออกอากาศ โดยมีกลุ่มสินค้ารายใหม่ๆ ได้ตัดสินใจซื้อโฆษณาเข้ามาเรื่อยๆ จนทำให้ในบางรายการช่วงไพรม์ไทม์ เช่น รายการข่าวข้นคนเนชั่นมียอดซื้อโฆษณาเต็ม 100% จึงจำเป็นต้องขอปรับส่วนลดจากอัตราขายโฆษณาในไตรมาสที่ 4 และในปีหน้าอีกไม่น้อยกว่า 30-40% ตามฐานคนดูทีวีดิจิทัลที่เพิ่มมาจากกระแสการตื่นตัวอุปกรณ์กล่องทีวีดิจิทัล โดยอัตราค่าโฆษณาของรายการข่าวข้นคนเนชั่นในปัจจุบันเฉลี่ยสุทธิประมาณ 28,000-30,000 บาทต่อนาที บริษัทจำเป็นต้องขอปรับเพิ่มอัตราค่าโฆษณาสุทธิเฉลี่ยเป็น 40,000 บาทต่อนาที และในช่วงรายการอื่นๆ น่าจะต้องขอปรับอัตราค่าโฆษณาอีกไม่น้อยกว่า 30-50% ตามฐานคนดูที่เพิ่มจากการแลกกล่อง

นายอดิศักดิ์แนะนำว่า บริษัทเอเยนซีโฆษณาที่ส่วนใหญ่ในช่วงนี้กำลังจัดทำข้อเสนอวางแผนซื้อสื่อทีวีดิจิทัลในปีหน้าให้ลูกค้า ควรจะให้ความสนใจจัดสรรงบประมาณซื้อสื่อโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกเดิมมายังช่องทีวีดิจิทัลต่างๆ เพราะตัวเลขเรตติ้งในหลายๆ รายการของฟรีทีวีระบบอนาล็อกเริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ความคุ้มค่าในการซื้อโฆษณาเริ่มแพงเกินไปเมื่อเทียบกับเรตติ้งที่ต่ำลง ในขณะที่ช่องทีวีดิจิทัลต่างๆ อยู่ในช่วงเริ่มต้น แม้เรตติ้งแต่ละช่องใหม่ๆ ยังไม่สูงเท่าฟรีทีวีระบบอนาล็อกเดิม แต่เทียบกับอัตราค่าโฆษณาแล้วน่าจะคุ้มกว่าและยังเพิ่มความถี่ในการออนแอร์โฆษณาได้มากกว่าในการสร้างการจดจำได้ดีกว่า

“ช่องเนชั่นทีวีอยู่ระหว่างการเจรจาต่อสัญญาซื้อขายโฆษณา กับบริษัทเอเยนซีโฆษณาในปีหน้า เราทำข้อเสนอให้เอเยนซีโฆษณาเพิ่มโฆษณาด้วยอัตราเดิมก่อนจะเริ่มใช้อัตราโฆษณาใหม่ในปีหน้า” นายอดิศักดิ์กล่าวและว่า บริษัทจะเปิดเผยแผนงานนิวมีเดียและวิทย์ รวมทั้งแผนงานของช่องเนชั่นทีวี ที่จะมีการประกาศผังรายการใหม่ปีหน้าในวันที่ 26 พฤศจิกายนนี้ เพื่อเข้าสู่ฐานคนดูใหม่ๆ ที่มาจากกล่องทีวีดิจิทัล

สำหรับผลประกอบการของกลุ่มบริษัทในงวด 9 เดือน ปี 2557 มีกำไรสุทธิจำนวน 5.86 ล้านบาท ลดลง 86% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 42.71 ล้านบาท โดยมีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 482.57 ล้านบาท ลดลง 3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นตั้งแต่ไตรมาส 4 ของปี 2556 ทำให้เกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและส่งผลกระทบทำให้รายได้โฆษณาจากธุรกิจโทรทัศน์ลดลง 4% ส่วนใหญ่ลดลงจากรายได้ในช่องรามามาแซนแนลและคมชัดลึกทีวี ที่ยุติการดำเนินงานตั้งแต่กลางปี 2556 และสิ้นปี 2556 ตามลำดับ

ในขณะที่เนชั่นทีวีช่อง 22 มีรายได้เพิ่มขึ้น 56% อันเนื่องมาจากรายได้ค่าโฆษณาที่มาจากกาเปลี่ยนธุรกิจในทีวีดาวเทียมมาเป็นทีวีดิจิทัล ซึ่งเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2557 และรายได้จากธุรกิจวิทยุลดลง 19% ขณะที่รายได้จากธุรกิจนิวมีเดีย เพิ่มขึ้น 3%

ส่วนต้นทุนและค่าใช้จ่ายสำหรับงวด 9 เดือนของปี 2557 มีจำนวน 498.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลทีวีเพิ่มขึ้น

นายอดิศักดิ์กล่าวว่า ผลการดำเนินงานในงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2557 ของกลุ่มบริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนภาษีเงินได้จำนวน 7.11 ล้านบาท หากรวมภาษีเงินได้จำนวน 1.25 ล้านบาท

โตชิบาลั่นสินค้าพร้อมรับดิจิทัลอีโคโนมี

**โพสต์ทูเดย์ > โตชิบามั่นใจไทยยังแกร่ง
รอนโยบายดิจิทัลอีโคโนมีชัดพร้อมลุย
พร้อมเร่งเครื่องขายทีวีดิจิทัล**

นายยูกิฮารุ อาดาชิ ประธาน บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ เปิดเผยว่า บริษัทยังให้ความสำคัญกับตลาดเป็นหนึ่งในตลาดหลักของโตชิบา ประเทศญี่ปุ่น เพราะเชื่อมั่นในพื้นฐานของเศรษฐกิจประเทศไทย ซึ่งการมีรัฐบาลใหม่เชื่อว่าจะทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาโตชิบาจะทำธุรกิจโดยไม่ยุ่งเกี่ยวกับการเมือง

ขณะที่นโยบายดิจิทัลอีโคโนมีของรัฐบาลนั้น ขณะนี้ยังเห็นภาพไม่ชัดเจนนัก แต่โตชิบามีสินค้าในกลุ่มไอทีอย่าง เซมิคอนดักเตอร์ คลาวด์ และระบบ

สาธารณูปโภคพื้นฐานด้านไอทีพร้อมรับอยู่แล้ว หากมีความชัดเจนก็พร้อมจะขับเคลื่อนได้ทันที

สำหรับรอบปีบัญชีครึ่งปีแรกของโตชิบา (1 เม.ย. 2557-1 มี.ค. 2558) พบว่ารายได้ยังเติบโตได้ตามเป้าหมาย แม้ว่าเศรษฐกิจไทยจะยังอยู่ในภาวะยากลำบากและไม่ฟื้นตัวนัก แต่บริษัทมีสินค้าหลายกลุ่มที่ยังคงเติบโต เช่น กลุ่มภาพและเสียง ที่คาดว่าจะเติบโต 10% เช่นเดียวกับผลประกอบการทั้งปีคาดว่าจะเติบโตได้ 10%

ปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของโตชิบา ไทยแลนด์ มาจากเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน หรือเอชเอ 4-50% กลุ่มภาพและเสียง หรือเอวี 35% และอีก 15% เป็นไอที

ทั้งนี้ สินค้ากลุ่มเอวีในปีนี้ได้อานิสงส์สนับสนุนตั้งแต่การแข่งขันฟุตบอลโลก จนถึงการเปลี่ยนผ่านจากทีวีระบบอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัล ทำให้เกิดความต้องการเปลี่ยนทีวีเป็นดิจิทัลมากขึ้น และส่งผลให้ตลาดรวมเติบโตไม่ต่ำกว่า 10%

นอกจากนี้ การแจกคู่มือ 690 บาท เพื่อแลกซื้อกล่องสัญญาณรับชมทีวีดิจิทัลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนใช้ทีวีดิจิทัลมากขึ้นด้วย เนื่องจากผู้บริโภคโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่ ที่มีกล่องเคเบิลและทีวีดาวเทียมอยู่แล้ว จะนำคู่มือที่ได้มาแลก

ซื้อทีวีดิจิทัล ทำให้คาดว่าจะลดส่วนที่ทีวีดิจิทัล
จะเพิ่มขึ้น 70% ในปีนี้ และเพิ่มขึ้น
มากกว่า 80% ในปีหน้า

นายอาดาชิ กล่าวต่อว่า บริษัทได้
จัดกิจกรรม โตชิบาใจดีจัดให้ สำหรับลูกค้า
ที่ต้องการซื้อทีวีดิจิทัล โดยมอบส่วนลดให้
ทันที 690 บาท สำหรับทีวีรุ่นที่รวมรายการ
ราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 1.19-2 หมื่นบาท ตั้งแต่
วันที่ 1 พ.ย.-31 ธ.ค.นี้ รวมทั้งออกทีวีใหม่
2 รุ่น อัลตรา เอชดี 4 เค ทีวี แอล 9450
ซึ่งเป็นซีรีส์แรกของโลกที่ผสานเทคโนโลยี
ความคมชัดระดับ 4 เค ระบบปฏิบัติการ
แอนดรอยด์ ดิจิทัลทีวีเข้าไว้ด้วยกัน
และรุ่น แอล 5450 ที่มีทั้งดิจิทัลและ
แอนดรอยด์ ■

ส่องหุ้น

บล.เคจีไอ
moneywatta@gmail.com



'ซื้อ'SIMราคา4.80บาท

บริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) หรือ SIM คาดว่าผลประกอบการจะอ่อนแอในไตรมาส 3/57 จากปัจจัยด้านฤดูกาลและการบริโภคที่ซบเซาในตลาดต่างจังหวัด แต่เชื่อว่าไตรมาส 3/57 น่าจะเป็นจุดต่ำสุดของปีนี้แล้ว และอนาคตที่สดใสกำลังรออยู่ข้างหน้า ยอด

ขายโทรศัพท์มือถือรวมในไตรมาส 3/57 จะอยู่ที่ประมาณ 1 ล้านเครื่อง โดยคาดว่า 70% จะเป็นเครื่องประเภท smart phone ขณะที่ราคาขายเฉลี่ยน่าจะทรงตัว QoQ อยู่ที่ 2,700 บาท ทำให้คาดว่ารายได้ในไตรมาส 3/57 จะอยู่ที่ 2,800 ล้านบาท

มีมุมมองที่เป็นบวกต่อผลประกอบการของ SIM ในไตรมาส 4/57 เนื่องจาก 1.เป็นช่วง high

season 2.ได้ประโยชน์จากการแจกคู่มือแลกกล่องรับสัญญาณทีวี.ดิจิทัลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งเริ่มในไตรมาสนี้ และ 3.การรับรู้รายได้จากการขายเครื่องมือถือใหญ่ 5 แสนเครื่องให้กับ DTAC และ "ซื้อ" ราคาเป้าหมาย 4.80 บาท

สมครเอ็มดีทอท.คึกคัก กก.สรรหาใน2สัปดาห์

ASTVผู้จัดการรายวัน - สมครชิงเก้าอี้
เอ็มดี ทอท. 5 คน เผย "ก๋อกิจ" รอง
เลขาธิการสห.โตดรวมชิงเก้าอี้ ด้าน
"ราชมพ" ประธานสรรหาเร่งตรวจสอบ
คุณสมบัติ คาดเรียกประชุมกก.สรรหา
ไม่เกิน 2 สัปดาห์

นายประสงค์ พูนธเนศ อธิบดีกรม
สรรพากรในฐานะประธานคณะกรรมการ
(บอร์ด) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด
(มหาชน) หรือ ทอท.เปิดเผยว่า จากที่
ทอท.ได้เปิดรับสมัครบุคคลเพื่อคัดเลือก
เข้าดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการใหญ่ ทอท.



อ่านต่อหน้า 18

ประสงค์ พูนธเนศ

สมครเอ็มดี

ระหว่างวันที่ 16 ตุลาคม-6 พฤศจิกายน 2557
ปรากฏว่า มีผู้ยื่นสมัครทั้งสิ้น 5 คน โดยคณะ
กรรมการสรรหาผู้อำนวยการใหญ่ ทอท. ที่มี
นายราชมพ ศรีสุวรรณ เป็นประธานนั้นจะ
ดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้สมัคร
ทั้ง 5 คนก่อน จากนั้นจะรายงานให้ทราบใน
สัปดาห์หน้า

นายราชมพ ศรีสุวรรณ ประธานคณะ
กรรมการสรรหาผู้อำนวยการใหญ่ ทอท.กล่าว
ว่า ในวันที่ (7 พ.ย.) จะหารือกับฝ่ายเลขานุ
การเพื่อตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้สมัคร
ทั้ง 5 คนก่อน จากนั้นหากไม่มีปัญหา คาดว่า
จะเรียกประชุมคณะกรรมการสรรหา
ภายใน 1-2 สัปดาห์นี้ เพื่อเร่งสรุปผลตาม
นโยบายของประธานบอร์ด ทอท.ทั้งนี้ ยอมรับ
ว่า การบริหารงาน ทอท.ค่อนข้างยาก ดังนั้น
จะต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาก
ที่สุด เบื้องต้นมีผู้สมัคร 5 คนถือว่าน่าพอใจ
และได้รับรายงานว่ามีผู้สมัคร 2-3 คนที่มี
ประสบการณ์สูง แต่คงต้องรอการตรวจสอบ
เชิงลึกก่อนว่าคุณสมบัติเป็นไปตามที่ ทอท.
ต้องการหรือไม่

รายงานข่าวแจ้งว่า ผู้สมัคร 5 คน มีนาย
กฤต ธีรพงศ์ ผู้จัดการบริษัท บริษัท ซีวิล
เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด ซึ่งเคยสมัครสรรหาผู้อำนวยการ
ใหญ่ ทอท.ในสมัยที่นายเมฆินทร์ เพ็ชร
พลาย ได้รับการคัดเลือก และผู้สมัครอีกคน
หนึ่งคือ นายก๋อกิจ ด้านชัยวิจิตร รองเลขาธิการ
คณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) ซึ่ง ทอท.ได้ประกาศรับสมัครผู้อำนวยการ
ใหญ่โดยกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้น กรณี
เป็นผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานภาคเอกชน
ต้องดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่าระดับรองผู้บริหาร
สูงสุดของหน่วยงาน และมีรายได้ไม่น้อยกว่า
5,000 ล้านบาทต่อปี โดยกำหนดประกาศรายชื่อ
ผู้ผ่านคุณสมบัติครบถ้วน วันที่ 9 ธันวาคม 2557

โดยนายเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย อดีตผู้
ำนวยการใหญ่ ทอท.ได้ลาออกจากตำแหน่ง
เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2557 หลังจากรับตำแหน่ง
เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2556 โดยบอร์ด ทอท.
ได้แต่งตั้งนายนิรันดร์ ชีรนาทสิน บอร์ด ทอท.
ทำหน้าที่รักษาการผู้อำนวยการใหญ่ และตั้ง
เป้าให้เร่งกระบวนการสรรหาให้แล้วเสร็จภายใน
3 เดือน ■

Nation TV revenue surges in the third quarter, company confident of further growth

THE NATION

THE NATION Broadcasting Corporation says revenue from its Nation TV digital channel in the third quarter soared to a record high.

NBC president Adisak Limprungpatanakij said the channel enjoyed quarterly revenue of Bt121.18 million, a sharp rise of 91 per cent from Bt63.41 million in the same period last year.

He is confident that the station's advertising revenue will continue to grow significantly as the number of viewers grows. This will be stimulated after the National Broadcasting and Telecommunications Commission began distributing 4.1 million vouchers on October 10 to households in 21 provinces to buy either digital set-top boxes or TVs with digital tuners. About 50,000 of these vouchers have been used daily to buy such digital-TV equipment.

The NBTC will give away another 4 million vouchers in the second phase on November 28 to households in another 21 provinces. This means that before the end of this year the base of digital TV viewers will reach 8 million households or 28 million people.

The NBTC will give away vouchers in the third phase next March.

Adisak said the net advertising rate of Nation TV's news programme "Khao Khon Khon Nation" was Bt28,000-Bt30,000

REVENUE OF NATION TV IN THE FIRST NINE MONTHS



Source: NBC

NATION GRAPHICS

per minute.

The company will raise this rate to Bt40,000 per minute. It will also raise the advertising rates of its other programmes on the channel by 30-50 per cent in response to the growing digital-TV viewer base.

For the consolidated NBC financial performance in the first nine months, it made profit of Bt5.86 million, a sharp drop of 86 per cent year on year from Bt42.71 million. Revenue from sales and services in the first nine months was Bt482.57 million, down 3 per cent year on year because of the impacts of negative political situations, which erupted in the fourth quarter of last year and affected the economy.