

ปัญหาในการประมวลคืนความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ปี พ.ศ. 2556

สุรพล ลีนีรันดร

การศึกษารายบุคคลนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2564

**PROBLEMS FROM THE 2013 DIGITAL TELEVISION SPECTRUM
AUCTION FOR NATIONAL COMMERCIAL
BROADCASTING SERVICES**

SURAPHON LEENIRUNDON



**An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for the Degree of Master of Communications Arts Faculty of Communication Arts
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**



ใบรับรองการศึกษารายบุคคล
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษารายบุคคล ปัญหาในการประมวลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล
ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ปี พ.ศ.2556
เสนอโดย นายสุรพล ถิณิรันดร
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.การดา ร่วมพุ่ม
ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.การดา ร่วมพุ่ม)


..... กรรมการ
(ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(อาจารย์ กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช)

วันที่ 19 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2565

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	ปัญหาในการประมวลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ปี พ.ศ. 2556
ชื่อผู้เขียน	สุรพล ถิ่นรินทร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. การดา ร่วมพุ่ม
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดอ่อน หรือ สิ่งที่เป็นปัญหาจากการประมวลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ตลอดจนการดำเนินการต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จตามที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อน หรือขณะประมวลใบอนุญาตดังกล่าว

ผลการศึกษา สรุปโดยสังเขปได้ว่า การดำเนินการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลที่ผ่านมา ประสบปัญหามากมาย ทั้งปัญหาที่เกิดจากการออกแบบการประมวล ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. ปัญหาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Disruption) ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง และ ปัญหาการประเมินสถานการณ์ที่ผิดพลาดของผู้ประกอบการเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบกิจการ โทรทัศน์ส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

นอกเหนือจากบทสรุปเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงใบอนุญาตที่ผ่านมาแล้ว ผู้ศึกษาได้จัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการประมวลครั้งใหม่ โดยหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นปัญหาจากครั้งที่ผ่านมา หรือ ประมวลโดยใช้รูปแบบ Beauty Contest ที่ไม่ใช่วิธีแข่งขันด้านราคา แต่ใช้วิธีพิจารณาคุณสมบัติของผู้ประมวลแทน หรือ ต่อใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิม โดยไม่ต้องประมวล

อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาเสนอว่า ผู้เกี่ยวข้องในการออกแบบหรือจัดประมวล ควรเปิดรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลและหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะจากภาคเอกชน เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงในอนาคตตามบริบทและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงต่อไป

คำสำคัญ: โทรทัศน์ดิจิทัล, การประมวล, ปัญหา

Individual Study Title: PROBLEMS FROM THE 2013 DIGITAL TELEVISION
SPECTRUM AUCTION FOR NATIONAL COMMERCIAL
BROADCASTING SERVICES

Author: Suraphon Leenirundon

Individual Study Advisor: Dr. Karada Ruampum

Department: Communication Arts Faculty

Academic Year: 2021

ABSTRACT

This study aimed to investigate the weaknesses or problems from the license auction of spectrums for digital television services under the category of business services at the national level, B.E. 2013, as well as the operations of relevant agencies that negatively affected the success of the digital television business, as planned by television operators before or during the bidding for such licenses.

The study revealed that the operation of digital television, so far, has encountered many problems, including problems arising from the design of the auction, problems with NBTC's operations, impacts from technology disruption, economic problems, political problems, and the problem of misevaluating the situation by the entrepreneurs themselves. As a result, most or almost all of the television operators failed to achieve the goals that had been set.

In addition to the summary of problems that have arisen in the past licensing period, the study offers some suggestions as new auction guidelines. The suggested bidding should avoid the problems from the past but should implement the Beauty Contest format that uses qualifications of the bidder instead of price competitions as done in the previous bidding. The suggestion includes giving licenses to former television operators without bidding.

However, the study suggests that relevant agencies involved in designing or organizing an auction should be open to comments from individuals and agencies from all sectors involved, especially the private sector, in order to anticipate future needs based on context and changing technology.

Keywords: Digital television, Auction, Challenges

กิตติกรรมประกาศ

งานศึกษานี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาและเอื้อเฟื้อจากผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของโทรทัศนดิิจิทัลทั้ง 10 ท่าน ได้แก่ คุณพันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย คุณเขมทัต พลเดช คุณเดียว วรตังตระกุล คุณสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์ คุณอดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนากิจ คุณสมชาย รังษิธนานนท์ คุณสุภาพ คลี่ขจาย คุณเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย และผู้บริหารที่ไม่ประสงค์ออกนาม อีก 2 ท่าน จากผู้สันทัดกรณีด้านกิจการโทรทัศน์ 2 ท่าน ได้แก่ คุณศศิกร ฉันทเศรษฐ์ และคุณสรรคชัย เตียวประเสริฐกุล จากผู้สันทัดกรณีด้านสื่อโฆษณา 2 ท่าน ได้แก่ คุณวรรณิ รัตนพล และ คุณไตรลุจน์ นวมะรัตน และจากอดีตกรรมการ กสทช. 2 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธวัชชัย จิตรภายนันท์ และ คุณสุภิญญา กลางณรงค์

ขอขอบพระคุณ ดร. การดา ร่มพุ่ม อาจารย์ที่ปรึกษาของงานศึกษานี้ ที่กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา โดยได้สละเวลาให้คำแนะนำและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ตั้งแต่ก่อนเริ่มต้นงานศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ตลอดจน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาโนช ชุมเมืองปัก และ ดร. โสภัทร นาสวัสดิ์ ได้ให้คำชี้แนะในการปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณพัชษณัฐ จันทรมาศ และ คุณธนภัทร์ ชันชหัตถ์ เจ้าหน้าที่ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่ให้ความช่วยเหลือ และประสานงานด้านต่าง ๆ อยู่เบื้องหลังการจัดทำรายงานการศึกษานี้

และสุดท้าย ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิวินารถ หงษ์ประยูร ดร. พันชกานต์ ทานนท์ ดร. มนต์ ขอเจริญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญรัตน์ หงส์วรรณิ และ รองศาสตราจารย์ ดร. วราพร จิระพันธุ์ทอง ที่ได้ให้ความรู้ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้

สุรพล ถินรินทร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.5 นิยามศัพท์.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล.....	10
2.2 แนวคิด/ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี.....	13
2.3 แนวคิด/ทฤษฎีการประมูด.....	18
2.4 ทฤษฎีอุปทานส่วนเกิน (Excess Supply).....	20
2.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	21
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	23
3.1 แหล่งข้อมูล.....	23
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	26
3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัย.....	26
3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	27
4. ผลการศึกษา.....	28
4.1 พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย.....	30
4.2 เขมทัต พลเดช.....	35
4.3 เดียว วรตั้งตระกูล.....	44
4.4 สุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.5 อติศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนากิจ.....	56
4.6 สมชาย รังษิธนานนท์.....	61
4.7 สุภาพ คลี่ขจาย.....	66
4.8 เมฆินทร์ เพ็ชรพลาย.....	71
4.9 ผู้บริหารโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 1.....	76
4.10 ผู้บริหารโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 2.....	79
4.11 ศศิกร มั่นที่เศรษฐ์.....	81
4.12 สรรค์ชัย เตียวประเสริฐกุล.....	85
4.13 วรณี รัตนพล.....	86
4.14 ไตรลุจน์ นวมะรัตน.....	90
4.15 ผศ.ดร. ธวัชชัย จิตรภักษ์นันท์.....	94
4.16 สุภิญญา กลางณรงค์.....	98
5. สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ.....	102
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	103
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	113
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	116
บรรณานุกรม.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	122

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

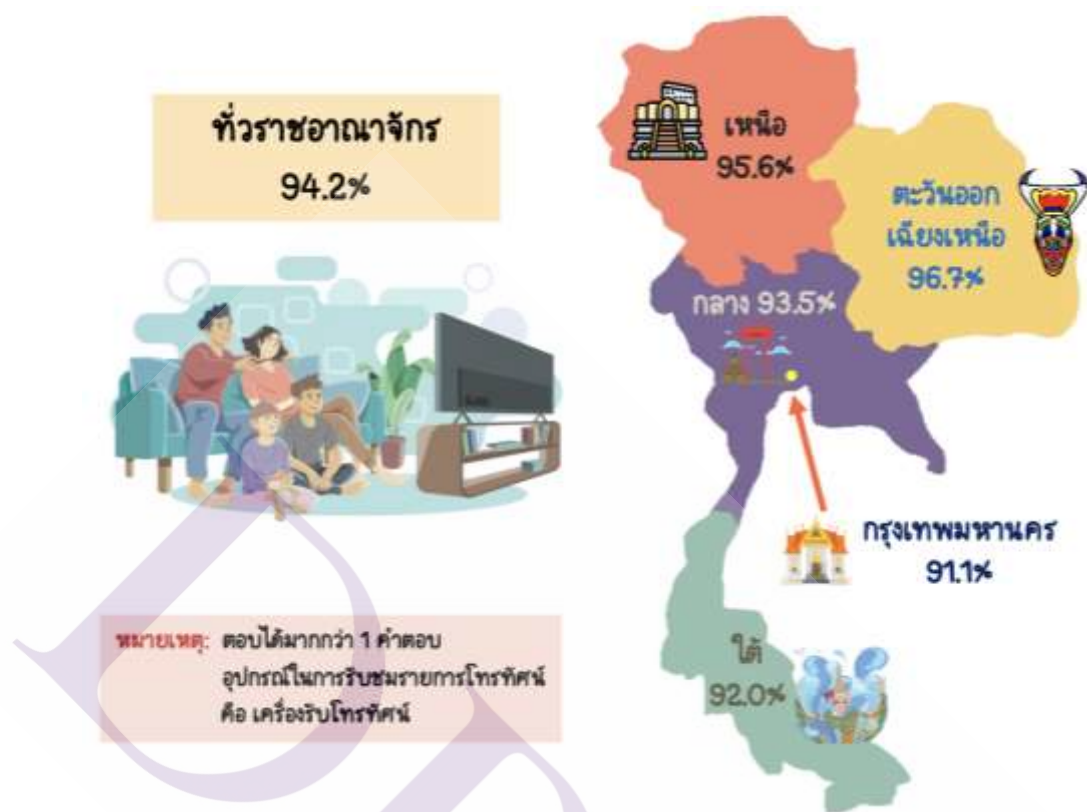
โทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) เป็นสื่อสารมวลชนพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศ เนื่องจากเป็นสื่อที่ประชาชนทุกชนชั้นและทุกพื้นที่ทั่วประเทศ สามารถเปิดรับได้โดยใช้เครื่องรับโทรทัศน์และเสาอากาศขนาดเล็ก หรือแม้แต่เสาอากาศแบบหนวดกึ่งภายในบ้าน ก็สามารถรับสัญญาณและชมรายการต่าง ๆ ทั้งภาคบันเทิง สารความรู้ และข่าวสารที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม นอกจากค่าไฟฟ้าเพียงน้อยนิดเท่านั้น

จากการสำรวจในปี 2563 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า จำนวนครัวเรือนที่มีอุปกรณ์รับชมรายการโทรทัศน์มีทั้งสิ้น 21.0 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 94.2 จากจำนวนครัวเรือนทั่วประเทศ 22.3 ล้านครัวเรือน จึงเห็นได้ชัดว่า โทรทัศน์ภาคพื้นดิน เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญที่สุดที่ภาคเอกชนหรือภาครัฐ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงประชากรส่วนใหญ่หรือ ทั้งหมดของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปี	ทั่วราชอาณาจักร	ในเขตเทศบาล	นอกเขตเทศบาล
2560	96.0	96.2	95.8
2561 (ไตรมาส 1)	95.3	94.9	95.6
2561 (ไตรมาส 4)	95.3	94.7	95.8
2562	97.0	97.0	97.0
2563	94.2	93.0	95.3

ร้อยละของครัวเรือนที่มีอุปกรณ์ในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามเขตปกครอง

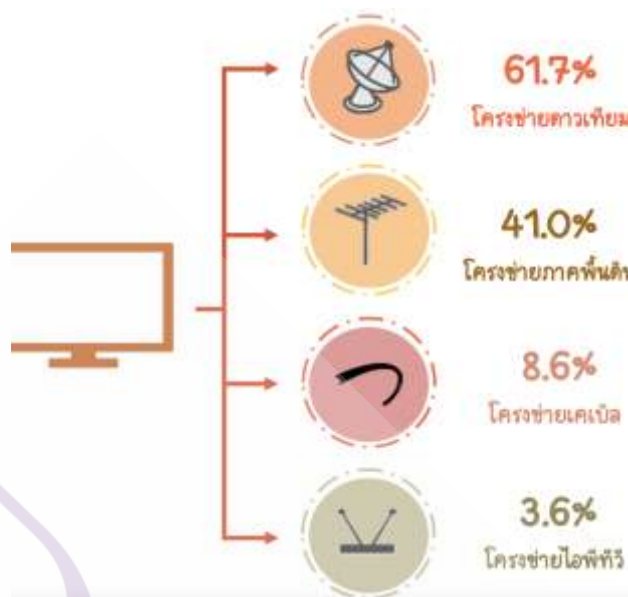
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563)



ร้อยละของครัวเรือนที่มีอุปกรณ์ในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามภาค

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563)

ร้อยละของ
อุปกรณ์ในการ
โทรทัศน์ จำแนก
รับชม



ครัวเรือนที่มี
รับชมรายการ
ตามโครงข่ายที่

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563)

จากสถิติร้อยละของครัวเรือนที่มีอุปกรณ์ในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำแนกตามโครงข่ายที่รับชม แม้จะพบว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมากกว่าโครงข่ายภาคพื้นดินก็ตาม แต่ก็ยังถือว่าเป็นการรับชมรายการโทรทัศน์เนื้อหาเดียวกับช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ออกอากาศด้วยโครงข่ายภาคพื้นดินที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. หรือเรียกง่าย ๆ ว่า ฟรีทีวีนั่นเอง

โทรทัศน์ภาคพื้นดิน หรือฟรีทีวี จึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญและมีอิทธิพล หรือ ผลกระทบต่อประชาชนมากที่สุดในด้านความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และทัศนคติ ต่อการดำเนินชีวิต การแสดงออก พฤติกรรม และการกระทำต่าง ๆ ของผู้คนในสังคม

โทรทัศน์ภาคพื้นดินประเภทบริการทางธุรกิจที่ยังคงออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน 15 ช่อง จากจำนวนทั้งหมด 24 ช่องในตอนเริ่มต้น เป็นผลจากการประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์โทรทัศน์ไทยเมื่อปี 2556

ย้อนกลับไปเมื่อเดือนเมษายน 2557 ผ่านไปเพียงปีเดียวหลังจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเริ่มออกอากาศ ผู้ประกอบการโทรทัศน์หลายช่องประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก จนไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง 15 Loca และ ช่อง 17 ไทยทีวี ของบริษัท ไทยทีวี

จำกัด จนต้องยื่นหนังสือขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลต่อ กสทช. และนำไปสู่การยุติออกอากาศของทีวีทั้งสองช่องตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 (สำนักงาน กสทช. 2562)

ในเวลาต่อมา แม้โทรทัศน์ภาคพื้นดินช่องที่เหลืออีก 22 ช่อง จะยังคงออกอากาศอยู่ต่อไป แต่ก็เป็นที่ทราบกันดีว่า เกือบทุกช่องตกอยู่ในภาวะขาดทุนสะสมอย่างหนัก แต่ก็ยังคงดำเนินการอยู่ต่อไป ซึ่งหลายช่องก็หาทางออกโดยวิธีการเพิ่มทุนหรือเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้น ตั้งแต่ปี 2559 เรื่อยมาที่สำคัญ ๆ มี 2 เหตุการณ์ ดังนี้

25 พฤศจิกายน 2559 บริษัท วัฒนภักดี จำกัด เข้าซื้อหุ้น จำนวน 47.62% มูลค่า 850 ล้านบาท ของบริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ผู้รับใบอนุญาตช่อง Amarin TV HD และในเวลาต่อมาก็มีการซื้อหุ้นเพิ่มอีกจนปัจจุบันกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วนสูงถึง 60.10% (สำนักงาน กสทช. 2562)

1 ธันวาคม 2559 บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ผู้รับใบอนุญาตช่อง One ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 1,905 ล้านบาท โดยบริษัท ประจักษ์นันทกรณ์ จำกัด จึงทำให้ บริษัท ประจักษ์นันทกรณ์ จำกัด กลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในสัดส่วน 50% ตามด้วย บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) 25.50% และ นายถกลเกียรติ วีรวรรณ 24.50% ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิม (สำนักงาน กสทช. 2562)

5 ปีแรกของการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล มีเพียงช่อง 7HD และช่อง WorkPoint เท่านั้นที่สามารถดำเนินกิจการจนมีรายได้มากกว่ารายจ่ายและมีกำไรจากธุรกิจโทรทัศน์โดยตรง (สำนักงาน กสทช. 2562) แต่ถึงกระนั้นก็ตาม กำไรในช่วง 5 ปีแรก ก็ไม่ได้มากมายเท่ากับในอดีต โดยเฉพาะช่อง 7HD (ทีวีสีช่อง 7 เดิม) ขณะที่ช่องอื่น ๆ ยังคงประสบภาวะขาดทุนจำนวนมากอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวาระสำคัญเร่งด่วนที่รัฐบาลในขณะนั้น (รัฐบาล คสช.) ต้องเข้ามาดูแลแก้ไข ก่อนที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของไทยจะเข้าสู่สภาวะล้มเหลว ซึ่งแน่นอนว่า ย่อมไม่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม โดย คสช. มีคำสั่งให้ช่วยเหลือเยียวยาผู้รับใบอนุญาตโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเป็นการเร่งด่วน ที่สำคัญมี 3 ฉบับดังนี้

คำสั่ง คสช. ที่ 76/2559 ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2559 สาระสำคัญดังนี้*

1. ผ่อนผันการจ่ายเงินค่าประมูลใบอนุญาต โดยแยกชำระค่าประมูลใบอนุญาตในส่วนของราคาขั้นต่ำที่เหลือ 10% แบ่งเป็น 2 งวด (งวดละ 1 ปี) และ ค่าประมูลในส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำที่เหลืออีก 60% แบ่งเป็น 6 งวด (งวดละ 1 ปี)
2. สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการส่งสัญญาณ โทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไปผ่านดาวเทียม (Must Carry) เป็นเวลา 3 ปี

คำสั่ง คสช. ที่ 9/2561 ลงวันที่ 23 พฤษภาคม 2561 สาระสำคัญดังนี้*

1. ผู้ได้รับใบอนุญาต สามารถยื่นขอพักชำระการจ่ายค่าประมุขใบอนุญาตได้ไม่เกิน 3 ปี
2. สนับสนุนค่าเช่าโครงข่ายทีวีดิจิทัล (MUX) จำนวน 50% แทนช่องทีวีดิจิทัล เป็นเวลา 2 ปี
3. NBT มีโฆษณาได้เท่าที่จำเป็นและเพียงพอ โดยไม่แสวงหาผลกำไร

ที่มา: สำนักงาน กสทช. (2562)

คำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ลงวันที่ 11 เมษายน 2562 สาระสำคัญดังนี้*

1. เปิดทางให้ทีวีดิจิทัลขอคืนช่อง พร้อมได้รับเงินชดเชย
2. ช่องทีวีดิจิทัล จะได้รับยกเว้นการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ตามรายละเอียดที่กำหนดไว้ในคำสั่ง คสช.
3. สนับสนุนค่าเช่าโครงข่ายทีวีดิจิทัล (MUX) แทนช่องทีวีดิจิทัล ตลอดระยะเวลาการได้รับใบอนุญาตที่เหลืออยู่
4. สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง หรือปรับเปลี่ยนอุปกรณ์โครงข่าย หรือค่าผลกระทบโดยตรงจากการปรับเปลี่ยนการให้บริการ
5. สนับสนุนองค์กรกลางในการทำทีวีเรตติ้ง

ที่มา: สำนักงาน กสทช. (2562)

และสืบเนื่องจากคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล รวม 7 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 Family ช่อง MCOT Family ช่อง Spring News ช่อง Bright TV ช่อง Voice TV ช่อง Spring 26 และ ช่อง 3SD ได้ยื่นความประสงค์ขอคืนใบอนุญาต ซึ่งแต่เดิมไม่สามารถกระทำได้นี้ เนื่องจาก กสทช. อ้างข้อกฎหมายและเงื่อนไขในการประมูล

จะเห็นได้ว่า ปัญหาความอยู่รอดของผู้ประกอบกิจการ โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล กลายเป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่รัฐบาลต้องเข้ามาแก้ไขและเยียวยาอย่างเร่งด่วน ก่อนที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินของเอกชนจะล่มสลายไปจากเมืองไทย ทั้งนี้เพราะเล็งเห็นความสำคัญของการดำรงอยู่ของสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินของภาคเอกชน

ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ ผู้ศึกษามีความสนใจและกังวลว่า หาก กสทช. จัดให้มีการประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลครั้งใหม่ในปี 2572 ซึ่งเหลือเวลาอีกเพียง 7 ปี หากการประมูลใบอนุญาตครั้งใหม่ ยังคงมีลักษณะ รูปแบบ หรือ ใช้หลักเกณฑ์ วิธีการ หรือเงื่อนไขใบอนุญาตแบบเดิม ก็อาจทำให้กิจการโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จชำระยอดสถานการณ์ที่ผ่านมาได้ จึงเห็นว่า หากสามารถศึกษาถึงจุดอ่อน ปัญหา หรือสาเหตุที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในช่วงที่ผ่านมา ไม่ประสบความสำเร็จได้ ก็น่าจะเป็นประโยชน์หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็ กสทช. หรือ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ นำผลการศึกษาไปใช้พิจารณาในการดำเนินการใด ๆ สำหรับการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ในอีก 7 ปีข้างหน้า

1.2 คำถามนำวิจัย

อะไร หรือ สิ่งใด คือ ปัญหา หรือ สาเหตุ ที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ไม่ประสบผลสำเร็จในเชิงธุรกิจตามที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อนหรือขณะประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาหาจุดอ่อน หรือ จุดที่เป็นปัญหา ของการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ตลอดจนการดำเนินการต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อให้กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ไม่ประสบผลสำเร็จตามที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อนหรือขณะประมูลใบอนุญาตดังกล่าว

1.3.2 เพื่อเสนอแนะหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และความเห็นอื่น ๆ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และออกแบบการประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ครั้งใหม่ ในปี 2572

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงจุดอ่อน หรือ ปัญหา ของการประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ตลอดจนการดำเนินการ

ต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลกระทบต่อให้กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ไม่ประสบผลสำเร็จ ตามที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อนหรือขณะประมูลใบอนุญาตดังกล่าว

1.4.2 นำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย พร้อมข้อเสนอแนะ เสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางสำหรับการออกแบบการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ครั้งใหม่

1.4.3 นำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย เผยแพร่ให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ผู้ประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ และผู้สนใจทั่วไป ใช้ศึกษา หรือเพื่อเป็นกรณีศึกษาสำหรับผู้สนใจจะเข้าร่วมประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ครั้งใหม่

1.5 นิยามศัพท์

การประมูลคลื่นความถี่ หมายถึง การประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และ เงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภท บริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2556

กสทช. หมายถึง คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และให้หมายความรวมถึง สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่อิสระ ทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

โทรทัศน์ดิจิทัล* หรือ โทรทัศน์ดิจิทัล* หรือ ทีวีดิจิทัล* หรือ ทีวีดิจิทัล* หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) ที่ออกอากาศโดยใช้คลื่นความถี่ในระบบดิจิทัล ซึ่งได้รับอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ อันเป็นผลจากการประมูลคลื่นความถี่เมื่อวันที่ 26-27 ธันวาคม 2556 และได้เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ผู้ชมโทรทัศน์ในระบบนี้ สามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ โดยติดตั้งเสาอากาศภายนอกอาคารบ้านเรือน หรืออาจจะใช้เสาอากาศภายในอาคารก็ได้หากเครื่องรับโทรทัศน์อยู่ใกล้สถานีส่งสัญญาณมาก ๆ

*คำว่า “ดิจิทัล” หรือ “ดิจิทัล” มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Digital เมื่อทับศัพท์เป็นภาษาไทยในยุคแรก จะสะกดตามวิธีการออกเสียงที่นิยมใช้กันทั่วไปว่า “ดิจิทัล” แม้ในประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 ก็ยังสะกดว่า “ดิจิทัล” แต่ในเวลาต่อมาซึ่งไม่ปรากฏชัดว่า เริ่มแต่เมื่อใดหรือหน่วยงานใดเป็นผู้เริ่ม หรือมีคำสั่งให้เปลี่ยนแปลงพบว่า หน่วยงานของรัฐได้เปลี่ยนการทับศัพท์คำว่า “ดิจิทัล” เป็น “ดิจิทัล” เพื่อให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์วิธีทับศัพท์คำที่มาจากภาษาอังกฤษ นับแต่นั้นมา จะพบว่า หน่วยงานของรัฐใช้คำว่า “ดิจิทัล” แทน “ดิจิทัล”

ในเอกสารรายงานการศึกษานี้ จะใช้คำว่า “ดิจิทัล” เป็นส่วนใหญ่ แต่บางกรณีก็อาจพบคำว่า “ดิจิทัล” เนื่องจากเป็นการยกเอาข้อความต้นฉบับเดิมมาใช้อ้างอิงแล้วแต่กรณี

ฟรีทีวี หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดิน ทั้งในระบบแอนาล็อกเดิม หรือระบบดิจิทัลปัจจุบัน ที่ประชาชนสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้โดยไม่เสียค่าบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับชมผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ปกติทั่วไปโดยตรง หรือเครื่องรับสัญญาณจากดาวเทียม หรือโดยระบบเคเบิลทีวี

โทรทัศน์ดาวเทียม หรือ ทีวีดาวเทียม หมายถึง การส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์ไปถึงผู้ชมทางบ้านผ่านระบบดาวเทียม โดยผู้รับชมโทรทัศน์ในระบบนี้ ต้องติดตั้งจานรับสัญญาณโทรทัศน์จากดาวเทียมบนท้องฟ้าด้วยจานรับสัญญาณดาวเทียมที่ติดตั้งอยู่ภายนอกอาคารบ้านเรือน

เคเบิลทีวี หมายถึง การส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์ไปถึงผู้ชมทางบ้านผ่านสายเคเบิล แทนการส่งสัญญาณทางอากาศ ผู้รับชมโทรทัศน์ในระบบนี้ จึงต้องเชื่อมต่อสัญญาณโทรทัศน์จากผู้ส่งสัญญาณเข้ากับเครื่องรับโทรทัศน์ที่บ้านด้วยสายสัญญาณ โดยในปัจจุบันจะใช้สายแบบไฟเบอร์ออปติกเป็นสายเคเบิล

โครงข่ายโทรทัศน์ หรือ MUX หมายถึง ระบบส่งสัญญาณโทรทัศน์ของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และหมายความรวมถึงผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่ได้รับอนุญาตจาก กสทช. อีกด้วย

หลักเกณฑ์ วิธี และ เงื่อนไข การประมูลคลื่นความถี่ หมายถึง ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556 กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการประมูลคลื่นความถี่ไว้ดังนี้ (สำนักงาน กสทช. 2556)

- ข้อ 5 กำหนดวิธีคัดเลือกโดยวิธีการประมูล
- ข้อ 6 แบ่งหมวดหมู่ใบอนุญาตออกเป็น 4 ประเภท
- ข้อ 7 คุณสมบัติผู้เข้าร่วมการประมูล
- ข้อ 8 ขั้นตอน วิธีการ และกำหนดระยะเวลาการประมูล
- ข้อ 9 ราคาขั้นต่ำ ราคาเริ่มต้น การเสนอเพิ่มราคา และเงื่อนไขการประมูล
- ข้อ 10 การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่
- ข้อ 11 เงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่
- ข้อ 12 การออกใบอนุญาต
- ข้อ 13 ขอบเขตและเงื่อนไขในการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (2553) สรุปเกี่ยวกับโทรทัศน์ภาคพื้นดินของไทยไว้ว่า กิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุค (Generation) คือ ยุคที่ 1 ยุคโทรทัศน์ขาว-ดำ (พ.ศ. 2490-2510) ยุคที่ 2 ยุคโทรทัศน์สี (พ.ศ. 2510-2555) และยุคที่ 3 คือ ยุคโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งในยุคกิจกรรมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล หรือยุคที่ 3 นี้ ได้มีการเปลี่ยนโครงสร้างการประกอบกิจการการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยจะมีการประกอบกิจการที่แยกออกจากกันระหว่างผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการโทรทัศน์ (ช่องรายการ) ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ให้บริการลูกค้า และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างต่างจากยุคที่ 1 และ 2 ซึ่งมีเพียงผู้ผลิตรายการ และผู้แพร่เสียงแพร่ภาพไปยังผู้ชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้น



สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก อธิบายถึงสาเหตุที่ประเทศไทย ต้องเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัลว่า มีข้อตกลงตามมติที่ประชุมรัฐมนตรีสารสนเทศอาเซียน หรือ AMRI (ASEAN Ministers Responsible for Information) ให้ทุกประเทศจะต้องแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล และต้องยุติการออกอากาศระบบอนาล็อกในระหว่างปี 2558-2563 ดังนั้นประเทศไทย ก็ต้องเร่งผลักดันให้ทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นด้วยเช่นกัน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้

สำนักงาน กสทช. (2560) ระบุว่า ประเทศไทยแต่เดิมจนถึงปัจจุบัน มีการส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินระบบอนาล็อก (Analog) ซึ่งเป็นการส่งคลื่นความถี่ไปยังเสาหนวดกุ่มหรือก้างปลาตามที่อยู่อาศัยของประชาชน และจะสามารถรับชมได้เพียง 6 ช่องรายการหลักฟรีทีวีเท่านั้น คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT และ ThaiPBS เพราะโทรทัศน์ระบบอนาล็อก สามารถส่งช่องรายการได้เพียงช่องเดียว แต่เมื่อใช้เทคโนโลยีระบบดิจิทัล จะสามารถออกอากาศได้มากถึง 8-25 ช่องรายการ พร้อมทั้งมีคุณภาพที่ดีกว่าเดิม สามารถให้บริการมัลติมีเดียใหม่ ๆ และยังช่วยลดการใช้พลังงานของประเทศ เนื่องจากระบบส่งสัญญาณและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้ามากกว่าระบบอนาล็อกหลายเท่าตัว นอกจากนี้ ทรัพยากรคลื่นความถี่จะได้รับการพัฒนาให้มีการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนยังได้รับบริการที่มีความหลากหลายจากผลของจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้น ทำให้เพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม จึงทำให้เกิดโครงการสนับสนุนประชาชนในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลขึ้น โดยการผลักดันของ สำนักงาน กสทช. เพื่อมุ่งเน้นช่วยเหลือและสนับสนุนให้ประชาชนได้รับบริการกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลอย่างทั่วถึง โดยใช้คู่มือป้องกัน

เพื่อลักษณะ ภัคดีเจริญ (2558) ดร. สิทธิศ ศิราภรณ์ นักวิชาการอิสระด้านสื่อดิจิทัลและสื่อใหม่ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์หลังจากที่ทีวีดิจิทัลออกอากาศไปกว่า 2 ปีว่า “หลายคนมองว่า มูลค่าโฆษณาจะเพิ่มสองเท่าบ้าง สามเท่าบ้าง แต่มันไม่เพิ่ม ผมเคยถามนักศึกษาว่า ตอนเป็นทีวีอนาล็อกต่างจากทีวีดิจิทัลอย่างไร ค่าโฆษณาจะเพิ่มไหม ผมให้เด็กติดตามว่า ประชากรเท่าเดิม เม็ดเงินโฆษณาก็เท่าเดิม มันคงไม่เพิ่ม สองปีที่ผ่านมา มันเป็นฟองสบู่ดิจิทัล ตอนนั้นผู้ประกอบการทุกคน มีฝันที่สวยงาม ลืมมองความเป็นจริงว่าอีก 15 ปีจะเป็นยังไง ผมบอกตั้งแต่เริ่มต้นว่า โมเดลการทำทีวีดิจิทัลจำนวนช่องเท่านี้ หรือการเปลี่ยนผ่านเพื่อคู่ความพร้อม ถ้าจะเร่งให้เติบโต มันฝันตลาดมากเกินไป ผมศึกษาแบบจำลองของหลายประเทศ อเมริกาใช้เวลา 13 ปีในการเปลี่ยนผ่าน อังกฤษพลาดสองครั้ง ญี่ปุ่นใช้เวลานานมากกว่าจะมีทีวีดิจิทัลที่สมบูรณ์ นี่ก็ประเทศพัฒนาแล้ว เราพยายามเตือนสังคมแล้ว ผู้ประกอบการมองสูงเกินไปหรือเปล่า”

อรศรี ศรีระษา (2559) สรุปบทเรียนจากการกรณีศึกษาการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน และข้อเสนอแนะ (Thailand Cast Study: Transition to Digital Terrestrial Television Broadcasting) ไว้เมื่อปี 2559 โดยมีสาระสำคัญดังนี้

ด้านการสื่อสาร

- การสื่อสารสู่สาธารณะในช่วงเปลี่ยนผ่านจากการออกอากาศโทรทัศน์ระบบอนาล็อกดั้งเดิมไปสู่ระบบดิจิทัล นับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่าน

- เนื้อหาสาระที่จะสื่อสารสู่สาธารณะ ต้องครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการหรือขั้นตอนสำคัญ ๆ ผลกระทบ ประโยชน์ และ กำหนดการของการเปลี่ยนผ่าน โดยใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจของผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้เยาว์ไปจนถึงผู้สูงอายุ

- การมีส่วนร่วมและความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานระดับชาติ หรือหน่วยงานส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรสาธารณะต่าง ๆ ในระดับชาติและระดับท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้การเปลี่ยนผ่านประสบความสำเร็จ

- การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Youtube Twitter หรือ Line เป็นช่องทางสื่อสารที่นับว่ารวดเร็ว และมีประสิทธิภาพที่สุดในการเข้าถึงประชาชนเป้าหมาย

- การสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

- ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่แจกจ่ายคู่มือ set-top-box และ หน่วยงานของรัฐบาลที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภค ช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้

- การแจกจ่ายคู่มือเพื่อนำไปแลก set-top-box ควรดำเนินการเฉพาะในพื้นที่ซึ่งสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลครอบคลุมไปถึงแล้ว

- หากมีงบประมาณที่เพียงพอ ควรแจกจ่ายคู่มือ set-top-box ให้ทั่วถึงทุกครัวเรือนและครอบคลุมผู้ชมทุกกลุ่ม

- คู่มือแลกซื้ออุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ควรมีมูลค่ามากพอสำหรับเครื่องรับสัญญาณ (set-top-box) และอุปกรณ์เสริมที่จำเป็นเพื่อการรับสัญญาณอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเสาอากาศรับสัญญาณ และ สายสัญญาณ

- การฝึกอบรมผู้ทำหน้าที่ติดตั้ง set-top-box ก่อนที่จะเริ่มแจกจ่ายคู่มือ เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ชมในพื้นที่ต่าง ๆ ให้การสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล

เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์

- มีการพัฒนาข้อกำหนดกลางของอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อก่อให้เกิดความประหยัดต้นทุนจากการผลิตจำนวนมาก

- กำหนดให้อุปกรณ์รับสัญญาณมีระบบที่สนับสนุนการรับชมรับฟังของผู้ทุพพลภาพ ตัวอย่างเช่น ระบบเสียงบรรยายภาพ และ ระบบอักษรบรรยายแทนเสียง เป็นต้น

- ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเครือข่ายโทรทัศน์ ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลการเปิดดำเนินการโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน

- การใช้อุปกรณ์และโครงข่ายร่วมกัน สามารถลดค่าใช้จ่ายด้านเครือข่ายได้อย่างมาก
- ตรวจสอบความพร้อมและความมั่นใจว่า การเปิดดำเนินการโครงข่าย และ คุณภาพของ MUX ทุกชุดเป็นไปในมาตรฐานเดียวกันเพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม

- ความพร้อมของระบบโครงข่าย ความรวดเร็วในการกู้คืนระบบ และ โครงข่ายสำรอง ควรได้รับการจัดเตรียมไว้ตั้งแต่เมื่อเริ่มการออกแบบระบบโครงข่าย

- เพื่อให้การเปิดดำเนินการโครงข่ายโทรทัศน์เป็นไปอย่างรวดเร็ว กสทช. ตัดสินใจให้ใช้ระบบเสาสัญญาณที่มีอยู่แล้วร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการเครือข่าย เพื่อให้สามารถครอบคลุมพื้นที่รับสัญญาณร้อยละ 80 ภายในระยะเวลา 2 ปี โดยใช้เสาอากาศทิศทางเดียวในแต่ละบ้าน

- กสทช. บังคับใช้กฎ “Must Carry” กับผู้ให้บริการโทรทัศน์สาธารณะและเชิงพาณิชย์ในระบบอื่น โดยนำเนื้อหารายการโทรทัศน์ของระบบดิจิทัลไปออกอากาศบนแพลตฟอร์มของตน ตัวอย่างเช่น โทรทัศน์ดาวเทียม และ เคเบิลทีวี ซึ่งครอบคลุมผู้ชมกว่าร้อยละ 70 อยู่แล้วในประเทศไทย

จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอังกฤษ ญี่ปุ่น หรือ สหรัฐอเมริกา ได้ใช้เวลาเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลมากกว่า 10 ปี แต่สำหรับประเทศไทย โดย กสทช. มีเป้าหมายและแผนงานให้การเปลี่ยนผ่านเสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่สั้นมาก จึงทำให้การดำเนินการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล เป็นความไปด้วยเร่งรีบ และความไม่พร้อมหลายประการ จนนำไปสู่ปัญหามากมายที่งานศึกษานี้จะครอบคลุมถึงด้วย

2.2 แนวคิด/ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

matichon.co.th (2564) อธิบายว่า ทฤษฎี Digital Disruption คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเป็นผลมาจากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจบางอย่างไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วตาม ทำให้เกิดการแทนที่ของธุรกิจใหม่ ๆ

พ.อ. ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2559) อธิบาย ทฤษฎีการพลิกผัน หรือ Theory of Disruption ว่า หากเราทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ ก็จะทำให้นักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางนโยบาย ผู้นำ และผู้บริหารในทุกภาคส่วน มีมุมมองใหม่ (New Perspective) ซึ่งนวัตกรรมที่จะทำให้เกิดการ

พลิกผัน (Disruptive Innovation) ถือว่ามีรูปแบบที่มีพลวัต (Dynamic) สูงมาก ที่จะทำให้อุตสาหกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด เพราะสามารถไปปลดลอคการเติบโตทางเศรษฐกิจและสวัสดิการสังคมได้

Thai Business Search (2564) อธิบายความหมายของ Digital Disruption ว่า คือการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล รูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ แพลตฟอร์มและนวัตกรรมต่าง ๆ ที่อิงเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งผลกระทบหลายภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจเดิมผลิตภัณฑ์เดิม ทำให้การทำงานและการใช้งานส่วนตัวมีการเปลี่ยนแปลง และที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ มูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการเดิมที่มีอยู่ ทำให้ธุรกิจเดิมต้องเปลี่ยนแปลงตามให้ทันเทคโนโลยี ไม่อย่างนั้นก็อาจจะต้องเลิกกิจการได้ และ Digital Disruption ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจดังนี้

- ธุรกิจต้องมีการปรับตัวโดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น Cloud, Big Data, Robotics, Machine Learning, AI และอื่น ๆ

- ผู้นำองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์ที่ดี และเข้าใจว่า ต่อให้เป็นองค์กรใหญ่ ก็เชื่อว่าไม่แพ้องค์กรขนาดเล็กที่มีวิสัยทัศน์ดีกว่า ปรับตัวกับเทคโนโลยีได้ดีกว่า เพราะการทำธุรกิจในยุคปัจจุบันอาศัยความเร็วเป็นสำคัญ

- ต้องปรับตัวตามผู้บริโภคมากขึ้น เพราะการมาของเทคโนโลยีอย่างสมาร์ตโฟนทำให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป การรับข่าวสารหาข้อมูล ก็สามารถทำได้ง่ายขึ้น การโฆษณาที่เป็นการสื่อสารทางเดียวผ่านโทรทัศน์ วิทยู จึงได้ผลยากกว่าสมัยก่อน

The Chapt (2565) อธิบายว่า Digital Disruption คือ การเปลี่ยนแปลงที่มีสาเหตุมาจากการถือกำเนิดของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีความล้ำสมัย สามารถทำงานร่วมกับมนุษย์ได้ดียิ่งขึ้น จึงทำให้ธุรกิจและสายงานต่าง ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ เป็นการตัดสินใจของธุรกิจนั้น ๆ ที่เชื่อว่า หากใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแล้ว จะทำให้กำไรของบริษัทนั้นสูงขึ้น รวมถึงยังสามารถลดต้นทุนในด้านอื่น ๆ ได้อย่างเป็นระบบ

ในความเป็นจริง Digital Disruption ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปีสองปีที่ผ่านมา แต่มันเกิดขึ้นกับโลกของเราอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่แล้ว เป็นเรื่องที่ดีสำหรับมนุษย์ เพราะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทำให้มนุษย์สามารถมีอิสระมากขึ้น รวมถึงยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย แต่ Digital Disruption ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจหรืออาชีพบางอย่างต้องหายไปเช่นเดียวกัน ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาแบบนี้ จึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญ

Supattra Ammaranon (2562) อธิบายผลกระทบของกระแสการ Disruption ว่า ทำให้วงการสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้รับความกระทบเรียกว่าขั้นรุนแรงถึงกับต้องปิดตัวลงไปหลายสำนักพิมพ์ เหตุผลก็คงมาจากการเปลี่ยนจากที่ปกติคนไทยรับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ หรือหาความรู้ต่าง ๆ ผ่านหนังสือและนิตยสาร มาเป็นการอ่านข่าวและรับรู้สื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ธุรกิจที่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสื่อออนไลน์ได้ ก็จะสามารถข้ามผ่านการโดน Disrupt ไปได้ แต่ธุรกิจที่ผ่านไม่ได้ ก็มีการประกาศปิดตัวนิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ไปหลายราย ยกตัวอย่างเช่น สกุลไทย ขวัญเรือน คิฉัน คู่สร้างคู่สม เนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นต้น

Brand Buffet (2562) ระบุว่า “วงการสื่อ” จัดอยู่ในกลุ่มแรก ๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก Digital Disruption อย่างหนักหน่วง สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ผู้ทรงอิทธิพล ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ บพทาลดลงเมื่อผู้คนหันไปเสพสื่อออนไลน์ ที่กลายมาเป็น “สื่อหลัก” แนวโน้มยังเป็น “ขาขึ้น” ยึดเม็ดเงินโฆษณาแข่งหน้าสื่อเก่าที่อยู่ในภาวะ “ถดถอย”

ปกรณ์ รัตนทรัพย์ศิริ บรรณาธิการบริการ สถานีโทรทัศน์ MONO 29 มองว่า แม้ในยุคที่สื่อออนไลน์เฟื่องฟู แต่ “ทีวี” ก็ยังสำคัญกับคนไทย เพราะเป็นความบันเทิงราคาถูก เป็นเพื่อนของสังคมสูงวัยที่ยังดูทีวีอยู่ เป็นแหล่งอัปเดตข้อมูลข่าวสาร แต่การขยายตัวของ “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม” ต่าง ๆ ทำให้พฤติกรรมผู้ชมทีวีเปลี่ยนไปจากเดิมที่ต้องดูทีวีตาม โปรแกรมที่กำหนด ปัจจุบันสามารถดู “ย้อนหลัง” ที่ไหน เมื่อไหร่ก็ได้ แต่สิ่งที่ไม่เปลี่ยนคือ Content is King คนไทยก็ยังคงดูคอนเทนต์จากทีวี และเลือกดูตามสิ่งที่ชอบ

ภัทรินทร์ เทวาทิภักทรภูวคัล โปรดิวเซอร์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) บอกว่า “ดิจิทัล ดิสรัปชัน” ที่เข้ามากระทบหลายธุรกิจและอุตสาหกรรมสื่อ คนที่อยู่รอดได้ ต้อง “คิดนอกกรอบ” เพราะดิจิทัลแพลตฟอร์ม คือ “โอกาส” เปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ทำให้คอนเทนต์ที่จากเดิมอยู่แค่ในทีวี ไปอยู่ได้ทุกที่ทุกช่องทาง ทั้งเฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ เน็ตฟลิกซ์

“เทคโนโลยี เป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นหน้าที่ของคนทำงานต้องเรียนรู้และปรับตัว เพราะในที่สุดแล้วจะมีอะไรใหม่ ๆ เข้ามาอีก “ดิจิทัล ดิสรัปชัน” จึงเป็นทั้งผลกระทบและโอกาส อยู่ที่การปรับตัวของแต่ละคนว่าเลือกทางไหน” Brand Buffet กล่าวสรุป

ผู้จัดการ 360 องศา (2561) ระบุว่า ขณะที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการมาถึงของยุคสมัยแห่งดิจิทัลจะเป็นกลไกที่เสริมสร้างความเติบโตและส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์ให้กับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง หากแต่ท่ามกลางความไร้ขีดจำกัดของเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ทำให้วิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ของผู้คนเปลี่ยนไปนี้ กลับเป็นแรงสั่นสะเทือนที่วิ่งเข้ากระทบต่อวงการสื่อไทยอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน และทำให้สื่อกระแสหลักที่เคยครองความนิยมาอย่าง

ยาวนาน ต้องตกอยู่ในสภาพขาลง และมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อมีสื่อใหม่ในนามสื่อออนไลน์เข้ามาแทนที่

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา สื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทนิตยสาร ต่างออกมาประกาศปิดตัวและทิ้งภาพความรุ่งเรืองครั้งเก่าให้เหลือไว้เป็นเพียงตำนาน ซึ่งสาเหตุหลักของปรากฏการณ์เหล่านี้ ได้รับการประเมินว่า เป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการเหล่านี้ ไม่สามารถแบกรับภาระขาดทุนที่สะสมพอกพูนเพิ่มขึ้นได้ ขณะเดียวกัน ประเด็นว่าด้วย Digital Disruption ได้รับการประเมินว่า เป็นกระแสคลื่นที่ถาโถมเข้าใส่สื่อเก่า ทั้งนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งสื่อโทรทัศน์ เพราะทางเลือกในการเข้าถึงข่าวสารเปิดกว้างขึ้นไปสู่การเสพสื่อในแพลตฟอร์มใหม่บนโลกออนไลน์ จนทำให้สื่อเก่าเสื่อมความนิยมลงอย่างไม่อาจเลี่ยง

สถาบันวิชาการสื่อสารฯ (2564) บรรยายว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เราคุ้นชินกับคำว่า “Digital Disruption” หรือการเปลี่ยนฉันทันทางดิจิทัล นั้นเพราะว่า การเปลี่ยนแปลงนี้ได้เข้ามามีบทบาทกับสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นดำเนินชีวิต พฤติกรรม วัฒนธรรม ธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมมากมาย ต่างได้รับผลกระทบและต้องปรับตัวให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกวันนี้

อุตสาหกรรมสื่อนับเป็นอีกกลุ่มที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรง นำมาซึ่งพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้คนที่เปลี่ยนไป เทคโนโลยีสื่อและการสื่อสารเดิมถูกแทนที่ด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้ง Online Streaming, Social Network, Media/Platforms และ Application ต่าง ๆ แต่ท่ามกลางการเกิดขึ้นของสื่อยุคใหม่ ก็พบว่ามีสื่อดั้งเดิมหลายสื่อทยอยปิดตัวลงไปด้วยเช่นกัน

ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปมากเช่นนี้ นอกจากจะทำให้เห็นภาพวัฏจักรวงจรของสื่อที่มีทั้งการเติบโต-การถดถอย-การเกิดใหม่แล้ว ยังนำมาซึ่งคำถามสำหรับอนาคตว่า หลังจากนี้อุตสาหกรรมสื่อจะเป็นอย่างไรต่อไป แนวโน้มและทิศทางการทำงานของสื่อ การวางบทบาทของสื่อในอนาคตควรเป็นเช่นไร รวมไปถึงจนถึงหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชนหรือทักษะที่คนทำงานสื่อในอนาคตจำเป็นต้องเรียนรู้คืออะไรบ้าง

คำตอบคือ “สื่อ” จะยังคงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเช่นเดิม เพียงแต่สมาชิกในอุตสาหกรรมสื่อ หรือองค์กรสื่อต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับทั้งมุมมองและการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการพัฒนาทางเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นด้วย ในปัจจุบันผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสาร ไม่ได้มีเฉพาะองค์กรสื่อเพียงเท่านั้น แต่ผู้รับสารก็สามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาและสื่อสารได้เช่นกัน หรือที่เรียกว่า “User - Generated Content (UGC)” ถือเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อการปรับกลยุทธ์การทำงานในอนาคต

ศุภัสสร หาญคล้ายวง และ เฉลิมพร เข็นเขือก (2564) อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบออกอากาศที่มาพร้อมกับการหลอมรวมทางเทคโนโลยีกับสื่ออินเทอร์เน็ต (Technology Convergence) ทำให้เกิดการเชื่อมต่อของการรับชมการรายการโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต กลายเป็นสื่อโทรทัศน์ออนไลน์ หรือ Social TV จากการที่อินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมากและมีความเสถียรในการใช้งานมากขึ้น ทำให้ผู้ชมรายการ สามารถใช้สื่อออนไลน์ควบคู่ไปกับการรับชม โดย Social TV เกิดขึ้นจากพฤติกรรมใช้ “จอที่ 2” หรือ Second Screen ของคนในปัจจุบัน ได้แก่ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองที่ต้องประสบปัญหาการทำงานที่เลิกคึกและการจราจรติดขัด ทำให้ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนรถและท้องถนนมากกว่าที่จะใช้เวลาอยู่บ้านและนั่งดูจอโทรทัศน์ ดังนั้น สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต จึงเป็นอุปกรณ์ที่ถูกยกขึ้นมาใช้งาน เพื่อฆ่าเวลา และแก้เบื่อเมื่ออยู่นอกบ้าน เมื่อมีการส่งสมพฤติกรรมเป็นระยะเวลาสั้นติดต่อกัน จึงทำให้ผู้ชมคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์เหล่านี้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ ดังนั้น การรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางทีวีจึงค่อย ๆ ลดความนิยมลง โดยวัตถุประสงค์ในการรับชมเกิดความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กลายเป็นการเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้เพื่อเป็นเพื่อนในขณะที่บางคนก็ไม่รับชมแล้ว ทำให้การรับชมรายการโทรทัศน์ในรูปแบบ On Demand หรือการรับชมโทรทัศน์ตามความพึงพอใจถือกำเนิดขึ้น เพื่อลดอุปสรรคด้านเวลาในการออกอากาศทางโทรทัศน์ที่เฉพาะเจาะจง ให้สามารถรับชมได้ทุกที่ ทุกเวลา เพียงแค่มีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถรับชมได้ทั้งแบบดูขงนานไปกับการออกอากาศทางทีวี หรือย้อนหลังโดยที่ไม่ต้องรีบไปนั่งหน้าจอโทรทัศน์เพื่อให้ทันรับชมอีกต่อไป ดังนั้น นอกจากการรับมือด้านระบบการออกอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป และจำนวนช่องหรือคู่แข่งทางธุรกิจที่มีเพิ่มมากขึ้นในยุคดิจิทัลทีวีแล้ว ยังต้องทำความเข้าใจและศึกษาลึกลงไปในประเด็นเรื่องของการรับชมโทรทัศน์แบบออนไลน์ที่ปัจจุบันมีการเข้าถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ได้มากกว่า และมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่า ภายในปี พ.ศ. 2563 ตลาดโทรทัศน์ออนไลน์จะมีมูลค่าสูงถึง 1,880 - 2,190 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.0 - 3.5 ของมูลค่าตลาดผลิตรายการโทรทัศน์โดยรวม (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2558) ซึ่งในการจะเป็นผู้ครองตลาดสื่อโทรทัศน์ จะต้องมองให้ครบรอบด้านและสามารถปรับตัวได้อย่างทันทั่วทั้งที่

โดยสรุป เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นจุดกำเนิดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อ ทำให้สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ได้รับความนิยมนลดลงอย่างรวดเร็ว โดยถูกทดแทนด้วยสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งเป็นสื่อในรูปแบบดิจิทัล หรือสื่อออนไลน์

สื่อดั้งเดิมที่ได้ผลกระทบรุนแรงที่สุด ได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบกระดาษ ทั้งสื่อนิตยสารและสื่อหนังสือพิมพ์ และได้ถูกแทนที่ด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีต้นทุนที่ถูกกว่าและมีความเร็วในการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา

สื่อดั้งเดิมที่เคยใช้คลื่นความถี่ทั้งสองสื่อ ได้แก่ สื่อวิทยุ และ โทรทัศน์ ได้รับผลกระทบรุนแรงเช่นกัน แต่ช้ากว่าสื่อสิ่งพิมพ์ โดยสื่อวิทยุกระจายเสียงกำลังถูกทดแทนด้วยสื่อเสียงในรูปแบบดิจิทัลหรือออนไลน์ ผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ตในแพลตฟอร์มหลากหลาย ทั้งการรับฟังจากเว็บไซต์ และ แอปพลิเคชันประเภทเสียงอีกนับไม่ถ้วน ขณะที่โทรทัศน์ภาคพื้นดิน กำลังถูกทดแทนด้วยรูปแบบดิจิทัลหรือออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มหลากหลายเช่นกัน เช่น FaceBook, Youtube, Netflix, Disney Plus และ แอปพลิเคชัน Video Streaming ใหม่ ๆ อีกมากมาย

2.3 แนวคิด/ทฤษฎีการประมูล

economicshelp.org อธิบายว่า การประมูลคือ กิจกรรมที่บุคคลจำนวนมากแข่งขันกันเสนอราคาเพื่อได้รับสิทธิในการซื้อสินค้าจากผู้ต้องการจะขาย ซึ่งจะเหมาะกับการซื้อขายสินค้าราคาสูงและมีจำนวนน้อย หรือหาได้ยากในตลาด และยากต่อการกำหนดราคาที่ถูกต้องเหมาะสมได้

Auction are an event where different parties can bid for the right to purchase a goods or service.

แนวคิดตามทฤษฎีการประมูลนี้ โดยเฉพาะประเด็นที่กล่าวว่า เหมาะกับการซื้อขายสินค้าที่หาได้ยากในตลาด และยากต่อการกำหนดราคาที่ถูกต้องเหมาะสม น่าจะเป็นแนวคิดที่ตรงกับ การประมูลคลื่นความถี่เพื่อกิจการ โทรทัศน์ เนื่องจากคลื่นความถี่เป็นทั้งสินค้าที่มีจำกัด และการตีราคาคืนความถี่ให้เหมาะสมก็เป็นสิ่งที่ยากยิ่ง

Syed Atif Jilani & Valeed A. Ansri (2555) กล่าวว่า การประมูลจากน้อยไปหามาก เป็นรูปแบบที่พบได้บ่อยที่สุด โดยการประมูลประเภทนี้ ราคาเสนอซื้อจะค่อย ๆ เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนเหลือผู้เสนอราคาเพียงรายเดียว ซึ่งจะเป็นผู้ชนะการประมูลด้วยราคาสุดท้ายที่เสนอนั้น

Ascending-bid Auction: In this type of auction, the price is successively raised until only one bidder remains, and that bidder wins the object at the final price.

รูปแบบการประมูลด้วยการเสนอราคาจากน้อยไปหามาก เป็นรูปแบบเดียวที่หน่วยงานราชการของไทยใช้กับการประมูลสัมปทานต่าง ๆ ของรัฐ รวมไปถึงการประมูลคลื่นความถี่เพื่อใช้ในการกิจการ โทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์ (2564) อธิบายว่า เศรษฐศาสตร์คือศาสตร์ที่ว่าด้วยการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด การแลกเปลี่ยนจะเกิดขึ้นได้

ก็ต้องมีตลาดซึ่งเป็นจุดพบประระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แต่วิธีการที่จะทำให้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปอยู่ในมือคนที่เห็นค่าของมันมากที่สุด ก็หนีไม่พ้น “การประมูล”

คลื่นความถี่ แม้จะไม่ใช่ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป แต่เป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การนำคลื่นความถี่มาจัดสรรให้เอกชนนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยต้องจ่ายค่าตอบแทนให้กับรัฐ จึงเป็นวิธีการที่ถือว่าเหมาะสมและเป็นธรรม

hmong.in.th (2563) ระบุว่า การประมูลอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม โดยบังคับใช้ชุดกฎเกณฑ์เฉพาะเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรของกลุ่มผู้เสนอราคา นักทฤษฎีถือว่า การประมูลเป็นเกมทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันในสองประการ: รูปแบบและข้อมูล รูปแบบกำหนดกฎเกณฑ์สำหรับการประกาศราคา การวางการเสนอราคา การอัปเดตราคา การปิดการประมูล และวิธีเลือกผู้ชนะ วิธีที่การประมูลแตกต่างกันไปตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความไม่สมดุลของข้อมูลที่มีอยู่ระหว่างผู้เสนอราคา ในการประมูลส่วนใหญ่ ผู้ประมูลจะมีข้อมูลส่วนตัวบางอย่างที่พวกเขาเลือกที่จะระงับจากคู่แข่ง ตัวอย่างเช่น ผู้เสนอราคามักจะทราบการประเมินมูลค่าของสินค้าด้วยตนเอง ซึ่งผู้ประมูลรายอื่นและผู้ขายไม่ทราบ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้ประมูล สามารถมีอิทธิพลต่อการประเมินราคาส่วนบุคคลของผู้ประมูลรายอื่น ๆ

แนวคิดที่กล่าวว่า ผู้เสนอราคามักจะทราบการประเมินมูลค่าของสินค้าด้วยตนเอง ซึ่งผู้ประมูลรายอื่นและผู้ขายไม่ทราบ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ อย่างไรก็ตามในกรณีผู้เข้าประมูลใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรทัศน์ทุกสาย ต่างประเมินราคาของคลื่นความถี่ที่ตนจะเข้าประมูลไว้ล่วงหน้าแล้วและเก็บเป็นความลับขั้นสุดยอดไม่ให้ล่วงรู้ไปถึงผู้ประมูลรายอื่น ๆ จนกว่าจะถึงเวลาประมูล ขณะเดียวกัน แนวคิดที่ระบุว่า พฤติกรรมของผู้ประมูล สามารถมีอิทธิพลต่อการประเมินราคาส่วนบุคคลของผู้ประมูลรายอื่น ๆ ก็น่าจะสะท้อนความเป็นจริงในทางปฏิบัติอีกเช่นกัน ตัวอย่างเช่น กรณีการประมูลคลื่นความถี่ครั้งนี้ เมื่อผู้ประมูลรายอื่น ๆ ทราบว่า ช่อง 3 จะเข้าร่วมประมูลด้วย พฤติกรรมของผู้ประมูลตามที่สังคมทราบคือ เป็นผู้ที่มิมีเงินทุนจำนวนมาก และมีความมุ่งมั่นจะเป็นที่หนึ่งในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ จึงมีอิทธิพลต่อการประเมินราคาประมูลครั้งนี้ไว้สูงกว่ากรณีที่ช่อง 3 ไม่เข้าร่วมประมูลในครั้งนี้อย่างแน่นอน

กรุงเทพธุรกิจ (2563) รายงานว่า นายวิลสัน พัฒนาทฤษฎีการประมูลสินค้าที่มีมูลค่าร่วม หมายถึง มีมูลค่าไม่แน่นอนก่อนประมูล แต่ในที่สุดแล้วมีมูลค่าเท่ากันสำหรับทุกคน เช่น การประมูลคลื่นความถี่ ผู้ประมูลที่มีเหตุผลมักเสนอราคาต่ำกว่าราคาที่ประเมินไว้ดีที่สุดในที่สุดเพราะกลัวว่า จะต้องค่าสาบผู้ชนะ นั่นคือ จ่ายแพงและเป็นผู้แพ้

เทียบเคียงกรณีประมูลคลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรทัศน์ในครั้งนี้อย่างแน่นอน ก่อนการประมูล แม้แต่ กสทช. ผู้จัดการประมูลเองก็ไม่ทราบว่า ราคาประมูลสุดท้ายซึ่งก็หมายถึงราคาค่าใบอนุญาต จะเป็น

จำนวนเงินเท่าใด เช่นเดียวกับผู้เข้าร่วมประมูลทุกราย แต่เมื่อการประมูลจบลง ผู้เข้าร่วมประมูลทุกรายต่างรับทราบและกลายเป็นการยอมรับราคาสุดท้ายว่า นี่คือนิยามของคลื่นความถี่หรือราคาของใบอนุญาตที่ตนเข้าร่วมประมูลนั่นเอง

hmong.in.th (2563) อธิบายว่า คำสาปของผู้ชนะ เป็นปรากฏการณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการตั้งราคาทั่วไป - เมื่อไม่ทราบมูลค่าที่แท้จริงของผู้เสนอราคาที่แตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์และผู้เสนอราคาตามมูลค่าโดยประมาณ ในกรณีเช่นนี้ ผู้ชนะจะมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้เสนอราคาที่มีค่าประเมินสูงสุด แต่ผลการประมูลจะแสดงให้เห็นว่า ผู้เสนอราคาที่เหลือจะประเมินมูลค่าของรายการนั้น น้อยกว่าของผู้ชนะทำให้ผู้ชนะรู้สึกได้ว่าตนได้ “เสนอราคามากเกินไป”

ความรู้สึกด้านดีของผู้ชนะการประมูลคือ ตนเป็นผู้เสนอราคาสูงสุด และชนะในการแข่งขัน แต่ขณะเดียวกัน ผู้ชนะการประมูลเอง ก็มักจะมีความรู้สึกด้านร้ายอยู่ในใจลึก ๆ ว่า ราคาที่ตนเสนอไปนั้น แท้จริงแล้ว เป็นการเสนอราคาที่สูงเกินไปหรือไม่ กลายเป็นความรู้สึกที่ผิดนั่นเอง

2.4 ทฤษฎีอุปทานส่วนเกิน (Excess Supply)

คณิงนิจ (2564) อธิบายว่า อุปทานส่วนเกิน หมายถึง ภาวะขาดดุลทางการตลาด คือเกิดภาวะความต้องการขายสินค้าขึ้น ๆ มากกว่าความต้องการซื้อและราคาสินค้าอาจมีราคาเกินกว่าจุดดุลยภาพ ซึ่งหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เกิดอุปทานส่วนเกินคือ การคาดการณ์ที่คาดเคลื่อน โดยเฉพาะการคาดการณ์แนวโน้มยอดขาย และผลที่ตามมาคือ

1. เกิดสินค้าล้นตลาด เนื่องจากไม่มีความต้องการซื้อที่เพียงพอต่อความต้องการขาย
2. ราคาสินค้าต่ำลง ทำให้ผู้ประกอบการต้องอาศัยการระบายสินค้าออกด้วยการลดราคาให้ต่ำลงจนขาดทุน
3. เมื่อเกิดภาวะขาดทุนขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระจากการขาดทุน ทำให้เกิดผลกระทบต่อกิจการในระยะยาว

TerraBKK (2558) อธิบายว่า อุปทานส่วนเกิน (Over Supply หรือ Excess Supply) เกิดจากความไม่สมดุลกันระหว่างฝั่ง Demand และ Supply โดยฝั่งของผู้ผลิตหรือผู้ที่มีความต้องการขาย (Supply) มีสินค้าและบริการออกมาขายในปริมาณมากเกินไป ในขณะที่ความต้องการซื้อไม่ได้มีมากขนาดนั้น ส่งผลให้สินค้าล้นตลาด ราคาสินค้าจึงต้องปรับตัวต่ำลงเพื่อให้ขายสินค้าชนิดนั้นได้

Clay Halton (2564) Oversupply is a situation where there is more product on the market than consumers want to buy. When demand exceeds supply, prices tend to rise but if there is an increase in supply for goods or services while demand remains the same, prices tend to fall to a lower equilibrium price and a higher equilibrium quantity of goods or services.

ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เนื่องจากอุปสงค์มีปริมาณค่อนข้างคงที่ การที่ทีวีดิจิทัลมีจำนวนช่อง (15-24 ช่อง) หรือจำนวนรายการที่มากเกินไปจนอุปสงค์ จึงทำให้ช่องโทรทัศน์ไม่สามารถตั้งราคาสูงได้เท่ากับในยุคที่วีโอนาล็อกที่มีอยู่เพียง 4 ช่อง หรือไม่ผู้ซื้อก็จะเลือกซื้อโฆษณาได้เพียงบางช่องที่สามารถตอบสนองความต้องการและเป้าหมายทางการตลาดสูงสุดเท่านั้น

ผู้ศึกษาเชื่อว่า ผู้เข้าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ น่าจะประเมินรายได้ของตนสูงเกินไป เนื่องจากมิได้นำประเด็นอุปทานมากเกินไปจนอุปสงค์ ไปใช้ในการกำหนดราคาขายต่อหน่วย ส่งผลให้ประมาณการณ์ด้านรายได้ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ผิดพลาด จนทำให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ส่วนใหญ่ขาดทุน และ ส่วนน้อยที่มีกำไร แต่ก็พลาดเป้าไปมาก

2.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย



การวิจัยนี้ จะศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคจากกฎเกณฑ์ เงื่อนไข ระเบียบ และ ข้อจำกัด จากการประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่ฯ เมื่อปี พ.ศ. 2556 ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดิน จากผู้มีส่วนได้เสียที่ครอบคลุมครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นฝั่งผู้ประกอบการผู้รับใบอนุญาตและประกอบกิจการ โทรทัศน์ ฝั่งผู้สนับสนุนด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการ โทรทัศน์ในปัจจุบัน ฝั่งผู้เชี่ยวชาญธุรกิจ โฆษณาและวางแผนสื่อ โฆษณา และ ฝั่ง Regulator ผู้ออกแบบการประมูล และ กำกับดูแลกิจการ โทรทัศน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความเห็นครบถ้วน โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข้อมูลทุกกลุ่ม



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 แหล่งข้อมูล

3.1.1 ผู้รับใบอนุญาต/ผู้ประกอบการโทรทัศน์

1. ประธานกรรมการ บริษัท ไทยทีวี จำกัด
(นางพันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย) ช่อง Loca และ Thai TV
2. อธิการกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บ. บางกอกมีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จก. ช่อง PPTV และ อธิการกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. อสมท. ช่อง MCOT HD และ MCOT Family
(นายเชมทัตต์ พลเดช)
3. ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บมจ. เดอะวัน เอ็นเตอร์ไพรส์
(นายเดิชา วรตั้งตระกูล) ช่อง One HD และ GMM 25
4. กรรมการผู้อำนวยการสายธุรกิจโทรทัศน์ บมจ. บีอีซี เวิลด์
(นายสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์) ช่อง 3HD ช่อง 3SD และ 3 Family
5. กรรมการผู้อำนวยการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น
(นายอดิศักดิ์ ลิ้มปัฐพัฒนากิจ) ช่อง Nation TV และ Spring 26
6. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไบรท์ทีวี จำกัด
(นายสมชาย รั้งยี่ธนานนท์) ช่อง Bright TV
7. ผู้บริหาร Thai Rath TV และ นายกสภาคโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
(นายสุภาพ คลีขจาย)
8. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด
(นายเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย) ช่อง Voice TV
9. ผู้บริหารระดับสูง/กรรมการบริหาร ช่องดิจิทัลทีวี (ไม่ประสงค์ออกนาม)
10. ผู้บริหารระดับสูง/กรรมการบริหาร ช่องดิจิทัลทีวี (ไม่ประสงค์ออกนาม)

- 3.1.2 ผู้สังเกตการณ์ด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน
1. กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. กันตนา กรุ๊ป (นางศศิกร ฉันท์เศรษฐ์)
 2. อธิการกรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (นายสรรคชัย เตียวประเสริฐกุล)
- 3.1.3 ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสื่อโฆษณาและวางแผนสื่อโฆษณา
1. อธิการบดี สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อ แห่งประเทศไทย (นางวรรณิ รัตนพล)
 2. อธิการบดี สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อ แห่งประเทศไทย
(นายไทรลัจน์ นวมะรัตน์)
- 3.1.4 สำนักงาน กสทช. ผู้อภิบาลใบอนุญาตและกำกับดูแลโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
1. อธิการกรรมการ กสทช. ผศ. ดร. ธวัชชัย จิตรภรณ์นันท์
 2. อธิการกรรมการ กสทช. นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่อยู่ในสายงานบริหารระดับสูง จากแหล่งข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม รวม 16 ท่าน ได้แก่

1. ผู้รับใบอนุญาตและประกอบกิจการโทรทัศน์ ทั้งที่คืนใบอนุญาตแล้ว จำนวน 10 ท่าน
2. ผู้สังเกตการณ์ด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน จำนวน 2 ท่าน
3. ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสื่อโฆษณาและวางแผนสื่อโฆษณา จำนวน 2 ท่าน
4. อธิการกรรมการ กสทช. จำนวน 2 ท่าน

การสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้ง 16 ท่านนี้ ดำเนินการระหว่างวันที่ 19 เมษายน ถึง วันที่ 27 พฤษภาคม 2565 โดยใช้ระยะเวลาค่อนข้างยาวนาน เนื่องจากผู้บริหารหลายท่าน อยู่ระหว่างเดินทางต่างประเทศ

ตารางสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโทรศัพท์เคลื่อนที่และผู้เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	วันที่สัมภาษณ์	วิธีการให้สัมภาษณ์
1	นายสมชาย รัมย์ิธนานนท์	19 เมษายน 65	ทางโทรศัพท์
2	นางพันธุ์ทิพา สกุนต์ไชย	21 เมษายน 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์
3	นางวรรณิ รัตนพล	21 เมษายน 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์
4	นายไตรลจน์ นวมะรัตน	23 เมษายน 65	ทางโทรศัพท์
5	นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนากิจ	27 เมษายน 65	Zoom
6	นายสุภาพ คลีขาย	28 เมษายน 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์
7	นายเขมทัตต์ พลเดช	29 เมษายน 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์
8	ผศ. ดร. รัชชชัย จิตรภานันท์	30 เมษายน 65	ทางโทรศัพท์
9	ผู้บริหารโทรศัพท์ระบบดิจิทัล 1	1 พฤษภาคม 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์
10	นายสรรคชัย เดียวประเสริฐกุล	3 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
11	ผู้บริหารโทรศัพท์ระบบดิจิทัล 2	4 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
12	นางสุภิญญา กลางณรงค์	9 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
13	นางศศิกร ฉันทเศรษฐ์	10 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
14	นายเดียว วรตั้งตระกูล	10 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
15	นายสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์	21 พฤษภาคม 65	ทางโทรศัพท์
16	นายเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย	27 พฤษภาคม 65	พบผู้ให้สัมภาษณ์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีสัมภาษณ์แหล่งข้อมูล ทั้งการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า การสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์ และ ช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากขณะดำเนินการนี้ ประเทศเรายังอยู่ในช่วงภาวะโรคระบาดไวรัสโควิด-19 ซึ่งผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ไม่สะดวกที่จะให้เข้าสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า

การสัมภาษณ์ จะใช้วิธีการพูดคุยด้วยประเด็นกว้าง ๆ โดยปราศจากการชี้นำประเด็นปัญหาในช่วงแรกของการสนทนา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ความเห็นหรือคำตอบที่เป็นไปโดยธรรมชาติ ซึ่งคำตอบในช่วงแรกนี้ จะถือเป็นคำตอบที่มีนัยสำคัญลำดับต้น ๆ จนเมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่มีความเห็นหรือคำตอบที่อยู่ในประเด็นคำถามที่ต้องการทราบแล้ว ผู้สัมภาษณ์จึงค่อยถามคำถามในประเด็นที่ยังไม่ได้คำตอบต่อไป

ประเด็นคำถามมีดังนี้

1. อะไรคือสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการที่วิดิิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จ
2. หลักเกณฑ์ หรือเงื่อนไขใด เป็นสาเหตุ
3. มีการประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจที่ผิดพลาดของผู้ประมวลเองหรือไม่
4. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Disruption) เป็นสาเหตุหรือไม่
5. การดำเนินงานของ กสทช. เป็นสาเหตุหรือไม่ (ระบุนรายละเอียด)
6. ความเห็นเกี่ยวกับเงื่อนไขชำระเงิน ราคาใบอนุญาต อายุใบอนุญาต
7. ความเห็นเกี่ยวกับการแบ่งหมวดหมู่ใบอนุญาต
8. ความเห็นเกี่ยวกับโครงข่ายโทรทัศน์ (MUX)
9. ความเห็นเกี่ยวกับจำนวนช่องที่ประมวล จำนวนที่ควรจะมี
10. ความเห็นเกี่ยวกับการประมวลใบอนุญาตครั้งใหม่
11. ความตั้งใจเข้าประมวลใบอนุญาตครั้งใหม่
12. ความเห็นอื่น ๆ

3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบให้มีแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันถึง 4 กลุ่ม เพื่อใช้ยืนยันข้อมูลซึ่งกันและกัน ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล กลุ่มผู้สนับสนุนด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสื่อโฆษณาและวางแผนสื่อโฆษณา และ กลุ่มอดีตกรรม กสทช.

ด้วยความเห็นจากบุคคลสามฝ่ายดังกล่าว ผู้วิจัยเชื่อว่า ผลการศึกษาครั้งนี้ จะได้ผลและประโยชน์ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการวิจัยนี้ตามสมควร

3.5 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้ศึกษาจะเริ่มต้นจากการสรุปผลการสัมภาษณ์รายบุคคลของผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านก่อน เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบความเห็นที่เป็นสาระสำคัญของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละท่านในบทที่ 4

ในบทที่ 5.1 ผู้ศึกษา ได้รวบรวมความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ตรงกันหรือคล้ายคลึงสรุปเป็นหมวดหมู่ของแต่ละประเด็น

และในบทที่ 5.2 ซึ่งเป็นบทอภิปรายผลการวิจัยพร้อมข้อเสนอเกี่ยวกับแนวคิดสำหรับการประมุลครั้งใหม่จากผู้ศึกษา

จบท้ายด้วยบทที่ 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานศึกษานี้ และข้อเสนอเพื่อการทำวิจัยต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ มุ่งค้นหาจุดอ่อน จุดบกพร่อง จุดผิดพลาด หรือสาเหตุใด ๆ ที่ทำให้การดำเนินการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จในด้านผลประกอบการตามที่ได้คาดหมายไว้ ซึ่งมีทั้งช่องที่ประสบภาวะขาดทุนขนาดหนักจนต้องขอคืนใบอนุญาตก่อนครบกำหนดอายุใบอนุญาต ช่องที่ประสบภาวะขาดทุนสะสมตั้งแต่ปีแรกจนปัจจุบันแต่ก็ยังคงดำเนินกิจการต่อไปโดยคาดหวังว่า จะสามารถพลิกฟื้นกลับมามีกำไรในปีท้าย ๆ ช่องที่ขาดทุนในระยะแรกและเริ่มพลิกฟื้นกลับมามีกำไรในปีปัจจุบัน และ ช่องที่มีกำไรตั้งแต่ปีแรก ๆ แต่ต่ำกว่าเป้าหมายอย่างมาก และยังคงมีกำไรอย่างต่อเนื่องจวบจนปัจจุบัน

และด้วยสมมติฐานว่า สาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จนั้น อาจเกิดจากข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของใบอนุญาต การดำเนินการของ กสทช. การดำเนินการของผู้ประกอบการเอง หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ควบคุมหรือคาดการณ์มิได้ ผู้ศึกษาจึงได้ดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูลจากบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย รวม 16 ท่าน ดังนี้

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

1. นางพันธุ์ทิพา สกุนต์ไชย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไทยทีวี จำกัด ผู้ดำเนินการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง LOCA และ ช่อง Thai TV
2. นายเขมทัตต์ พลเดช อดีตกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บ. บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จก. ผู้ดำเนินการช่อง PPTV และ อดีตกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. อสมท ผู้ดำเนินการช่อง MCOT HD และ ช่อง MCOT Family
3. นายเด็ช วรรณตระกูล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บมจ. เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ ผู้ดำเนินการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง One HD และ GMM 25
4. นายสุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์ กรรมการผู้อำนวยการสายธุรกิจโทรทัศน์ บมจ. บีอีซี เวิลด์ ผู้ดำเนินการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง 3HD ช่อง 3SD และ ช่อง 3 Family
5. นายอดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนากิจ กรรมการผู้อำนวยการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น ผู้ดำเนินการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง Nation TV และ ช่อง Spring 26
6. นายสมชาย รั้งนิชนานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริการ บริษัท ไบรท์ทีวี จำกัด ผู้ดำเนินการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง Bright TV

7. นายสุภาพ คลีขจาย ผู้บริหาร/ผู้ดำเนินรายการ ช่อง Thai Rath TV และ นายกสมาคม โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย)

8. นายเมฆินทร์ เพ็ชรพลาย ประธานเจ้าหน้าที่บริษัท บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด ผู้ดำเนิน กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ช่อง Voice TV

9. ผู้บริหารโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 1 (ไม่ประสงค์ออกนาม) ผู้ดำเนินกิจการ โทรทัศน์ ระบบดิจิทัล

10. ผู้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 2 (ไม่ประสงค์ออกนาม) ผู้ดำเนินกิจการโทรทัศน์ ระบบดิจิทัล

ผู้สันทัดกรณีด้านกิจการ โทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการ โทรทัศน์ในปัจจุบัน

1. นางศศิกร ฉันทเศรษฐ์ กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด ผู้ผลิต รายการโทรทัศน์อันดับต้น ๆ ของไทย โดยมีประวัติศาสตร์อันยาวนานในวงการโทรทัศน์ไทย

2. นายสรรคชัย เตียวประเสริฐกุล อดีตกรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการตลาด

ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสื่อ โฆษณาและวางแผนสื่อ โฆษณา

1. นางวรรณิ รัตนพล อดีตนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อ แห่งประเทศไทย 2 สมัย และ ประธานกรรมการบริหาร Media Agency ระดับโลก IPG Media Brands

2. นายไทรจูน นวมะรัตน์ อดีตนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อ แห่งประเทศ ไทย 2 สมัย และ อดีตผู้บริหารสูงสุดของกลุ่มบริษัท Sarcom Media

สำนักงาน กสทช. ผู้ออกใบอนุญาตและกำกับดูแล โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

1. ผศ. ดร. ธวัชชัย จิตรภายนันท์ อดีตกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

2. นางสาวสุกัญญา กลางณรงค์ อดีตกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งโดยทางโทรศัพท์ และ โดยพบตัว ซึ่งได้รับความ กรณาอย่างสูงจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 ท่านจากช่องทีวีดิจิทัล มีความตั้งใจจะให้ข้อมูลเชิงลึกอย่างเปิดเผยและเต็มที่ แต่ก็ไม่ประสงค์จะให้เปิดเผยตัวตน เนื่องจาก เหตุผลทางธุรกิจ ในผลการศึกษานี้ จึงมิได้ระบุชื่อและหน่วยงานของท่านทั้งสองไว้ในเอกสารนี้

ผู้ศึกษา จะเริ่มต้นสนทนากับผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่าน โดยใช้คำถามเปิดแบบกว้างว่า ท่าน คิดว่าสิ่งใดคือสาเหตุที่ทำให้ผลประกอบการของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ตอบใช้ความรู้สึกหรือความคิดแรก ๆ ในการให้ข้อมูลโดยมิต้องใช้ความพยายาม

ในการหาคำตอบ ซึ่งจะทำให้คำตอบหรือความเห็นของแต่ละท่านเป็นไปโดยธรรมชาติ จนเมื่อไม่มีความเห็นเพิ่มเติมแล้ว ผู้ศึกษาจึงค่อยถามนำไปประเด็นที่ยังไม่ได้คำตอบต่อไป

ผลการศึกษา ได้สรุปสาระสำคัญจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

4.1 พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย

พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย เจ้าของและผู้ก่อตั้งกลุ่มบริษัท “ทีวีพูล” ในอดีต เป็นผู้นำด้านข่าวบันเทิงทั้งรายการทีวีและนิตยสารบันเทิง เคยมีรายได้สูงสุดปีละ 900 ล้านบาท เฉพาะนิตยสารทีวีพูลอย่างเดียว มียอดขายสัปดาห์ละ 300,000 ฉบับ และยังเป็นเจ้าของและผู้ผลิตรายการข่าวบันเทิงชื่อดังทางโทรทัศน์ช่อง 5 ในอดีต ถึง 2 รายการ ได้แก่ “ทีวีพูล ทูไนท์” และ “ทีวีพูล โลฟ” เคยเป็นบริษัทผู้ผลิตสื่อบันเทิงอันดับต้น ๆ ของเมืองไทยที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงก่อนที่ผันตัวเข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นเจ้าของโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลถึง 2 ช่อง จากการเปิดประมูลใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจระดับชาติครั้งประวัติศาสตร์



เมื่อปี 2556 (Nation TV, 2565)

กลุ่มบริษัท “ทีวีพูล” ในนามบริษัท ไทยทีวี จำกัด ภายใต้การนำของพันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย ได้เข้าร่วมประมูลใบอนุญาตฯ ช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเมื่อปี 2556 จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง 15 LOCA ในหมวดเด็กและครอบครัว ด้วยมูลค่า 648 ล้านบาท และ ช่อง 17 Thai TV ในหมวดข่าวสารและสาระ ด้วยมูลค่า 1,328 ล้านบาท แต่หลังจากเริ่มออกอากาศเมื่อเดือนเมษายน 2557 และ

ผ่านไปเพียงปีเดียว ผลประกอบการของบริษัท ไทยทีวี ๓ สิ้นปี 2557 ขาดทุนสุทธิถึง 350 ล้านบาท และขาดทุนต่อเนื่องในปี 2558 อีก 495 ล้านบาท จนทำให้เธอต้องตัดสินใจขอลีกกิจการและคืนใบอนุญาตทั้งหมด และได้ยุติการออกอากาศโดยสิ้นเชิงในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2558 ขณะที่ กสทช. ไม่ยินยอมให้คืนใบอนุญาตพร้อมทั้งยึดเงินค้ำประกันและเงินค่าธรรมเนียมที่ชำระไว้ล่วงหน้าแล้ว ทั้งหมด ซึ่งในขณะนั้นคดียังอยู่ในการพิจารณาของศาลปกครองกลาง จนคดีถึงที่สุดในปี 2564 เมื่อศาลปกครองสูงสุด มีคำพิพากษาให้ บริษัท ไทยทีวี สามารถคืนใบอนุญาตได้ และให้ กสทช. คืนทั้งค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ชำระล่วงหน้าไปแล้ว กับ เงินค้ำประกันที่ยึดไว้ทั้งหมดกลับสู่ บริษัท ไทยทีวี จำกัด นับเป็นโทรทัศน์ระบบดิจิตอลกลุ่มแรกที่หายไปจากหน้าจอโทรทัศน์รวม 2 ช่อง เนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจจนต้องยุติการดำเนินการ

ฐานะการเงิน บ. ไทยทีวี

หน่วย: ล้านบาท

ปี	รายได้	ขาดทุน	ทรัพย์สิน	หนี้สิน
2557	43	350	2,356	1,888
2558	89	495	1,828	1,856
2559	0	287	1,675	1,990

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

พันธุทิพา ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2565 ว่าจุดเริ่มต้นที่ทำให้กลุ่มทีวีพูล (เข้าประมูลใบอนุญาตในนาม บ. ไทยทีวี จก.) สนใจและเข้าประมูลช่องโทรทัศน์ดิจิตอล เกิดจากการให้ข้อมูลของกรรมการ กสทช. ท่านหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นการให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ และในเวลาต่อมาก็มีประกาศอย่างเป็นทางการของ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และ เงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556

ข้อมูลที่ไม่เป็นทางการนี้ มีส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มทีวีพูลที่มีประสบการณ์และความสำเร็จในการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และ ทางโทรทัศน์ดาวเทียม ตัดสินใจเข้าประมูลช่องทีวีดิจิตอลในครั้งนั้น โดยข้อมูลที่ไม่เป็นทางการนี้ พันธุทิพา ย้ำว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเข้าประมูลใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ในหมวดหมู่ “ข่าวสารและ

สาระ” ซึ่งจะมีราคาเริ่มต้นในการประมูลไม่สูงเท่าหมวดหมู่ทั่วไป ซึ่งพันธูทิพาตั้งใจจะทำช่องข่าวที่จะประมูลนี้ให้เป็น “ช่องข่าวบันเทิง” ซึ่งเป็นความแตกต่างที่ยังไม่มีโทรทัศน์ช่องใดทำ และจะกลายเป็นช่องโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ อย่างแน่นอน จึงน่าจะเป็นช่องที่มีจุดขายชัดเจนสามารถแข่งขันได้และมีกำไรภายในระยะเวลาประมาณ 2-3 ปี

ประกอบกับข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการออกอากาศของโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ผู้รับชมโทรทัศน์ สามารถเปิดรับได้ชัดเจนโดยใช้คู่มือมูลค่า 690 บาท แลกซื้อกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ ตามที่ กสทช. จะดำเนินการแจกจ่ายไปตามบ้าน ตามจำนวนครัวเรือนทั่วประเทศ ทำให้พันธูทิพา เชื่อว่า หากเข้าประมูลใบอนุญาตและเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์เองในครั้งนี้ จะเป็นโอกาสสำคัญที่กลุ่มบริษัทของพันธูทิพา จะมีรายได้และกำไรสูงกว่าการเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์เช่นที่ทำมาในอดีต

พันธูทิพา ศกุนต์ไชย ในนามบริษัท ไทยทีวี จำกัด จึงได้เข้าประมูลใบอนุญาตใช้คลื่นความถี่ และให้บริการโทรทัศน์ในครั้งนั้นถึง 2 ช่อง โดยเป็นหมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว จำนวน 1 ช่อง และ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ อีก 1 ช่อง

หลังจากการประมูลเสร็จสิ้นและ กสทช. ออกใบอนุญาตฯ เรียบร้อยแล้ว ก็เป็นช่วงเวลาที่บริษัท ไทยทีวี ต้องเตรียมการออกอากาศ โดยบริษัทฯ ต้องส่งผังรายการให้ กสทช. อนุมัติเป็นการล่วงหน้าก่อนทำการออกอากาศจริง โดยผังรายการของช่องไทยทีวี ซึ่งเป็นช่องข่าวสารและสาระ ได้บรรจุรายการประเภทข่าวบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ตามที่บริษัทฯ วางแผนไว้ตั้งแต่ก่อนการประมูล โดยเข้าใจว่า รายการประเภทข่าวบันเทิงจัดเป็นรายการประเภทข่าวสารและสาระ ตามหลักสากลทั่วไป โดย กสทช. กำหนดให้ช่องหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ต้องเป็นรายการประเภทข่าวสารหรือสาระในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบของการออกอากาศในแต่ละวัน แต่กลับปรากฏว่า กสทช. ไม่อนุมัติให้รายการข่าวบันเทิงซึ่งเป็นความถนัดและจุดขายของช่องรวมอยู่ในสัดส่วนรายการข่าวสารและสาระ แต่ให้จัดเป็นประเภทรายการทั่วไป ทำให้บริษัท ไทยทีวี ต้องปรับเปลี่ยนแผนและผังรายการออกอากาศใหม่ทั้งหมด โดยต้องนำเสนอรายการประเภทข่าวสารทั่วไป และสาระความรู้ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบ ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถวางตำแหน่ง (Positioning) ของช่องไทยทีวี ให้เป็น “ช่องข่าวบันเทิง” ดังที่วางแผนไว้แต่แรกได้ ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นเรื่องใหญ่สำหรับช่องไทยทีวี เพราะในการตัดสินใจเข้าประมูลและเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์ครั้งนี้ ได้วางแผนเชิงกลยุทธ์ให้ช่องไทยทีวี เป็น “ช่องข่าวบันเทิง” ไม่ใช่ช่องข่าวทั่วไป ซึ่งนอกจากจะเป็นปัญหาเชิงกลยุทธ์การแข่งขันในทางธุรกิจแล้ว ยังเป็นปัญหาในด้านการผลิตรายการให้มีคุณภาพอีกด้วย เนื่องจากช่องไทยทีวี หรือ กลุ่มทีวีพูลเดิม มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตข่าวบันเทิงเป็นสำคัญ แต่ไม่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตรายการข่าวสารทั่วไป หรือรายการ

ประเภทสาระความรู้ ซึ่งทำให้ในที่สุดแล้ว ช่องไทยทีวีต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตรายการ ไปสู่สิ่งที่ไม่มีความถนัด และไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่ทำรายการประเภทนี้อยู่แล้ว นับเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ช่องไทยทีวี ไม่ประสบความสำเร็จด้านจำนวนผู้ชม หรือทีวีเรตติ้ง จนทำให้ รายได้จากโฆษณาอันเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวี ไม่มากพอที่จะทำให้งิการอยู่รอดได้

“สำหรับช่องข่าวสารและสาระ (ช่อง Thai TV) จากข้อมูลนอกรอบที่เราได้รับมาก่อน การประมูล ทำให้เรามั่นใจว่า เราสามารถทำโทรทัศน์ช่องข่าวบันเทิงให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากช่องข่าวทั่วไป เพราะเรามีประสบการณ์และชื่อเสียงในฐานะเป็นเบอร์หนึ่งของวงการข่าวบันเทิง แต่ กสทช. ไม่ถือว่าข่าวบันเทิงคือรายการประเภทข่าว เราจึงต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาของช่องใหม่โดยทำเป็นข่าวหนัก ๆ เหมือน ๆ กับช่องข่าวอื่น ๆ ซึ่งเราก็พยายามทำและทำได้ในที่สุด แต่มันก็ไม่ใช่ทางของเราและไม่ตรงตามแผนที่เราวางไว้แต่แรก”

“ในส่วนของช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว (ช่อง LOCA) เป็นที่ทราบกันดีว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ในทางธุรกิจจะไม่สามารถหารายได้มากพอเลี้ยงตัวเองให้อยู่รอด แต่เราก็ประมูลช่องเด็กมาหนึ่งช่อง โดยหวังว่า กสทช. จะมึงบจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ ผ่านโครงการส่งเสริมการผลิตและออกอากาศรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล รายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว เข้ามาสนับสนุนต้นทุนการผลิต ซึ่งก็จะทำให้ช่องเด็ก ๆ ของเราอยู่ได้ แต่เรื่องนี้ก็ไม่เกิดขึ้น เพราะหลังจากผ่านไป 1 ปี ก็ยังไม่ได้รับบสนับสนุนการผลิตรายการเด็ก เราทวงถามไปยัง กสทช. ก็ไม่มีคำตอบที่ชัดเจน เพราะยังไม่มีการกำหนดกติกาเกี่ยวกับการขอรับเงินสนับสนุน” พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย์ กล่าวสรุป

ปัญหาสำคัญต่อมาที่พันธุ์ทิพาบอกเล่าก็คือ ประชาชนไม่สามารถรับชมรายการโทรทัศน์ในระบบใหม่ได้อย่างทั่วถึงและในเวลาที่กำหนดไว้ โดยสาเหตุหลักเกิดจากความล่าช้าในการขยายโครงข่ายของผู้รับใบอนุญาตโครงข่าย รวมทั้งคุณภาพของโครงข่ายที่ไม่ได้มาตรฐานเดียวกันของแต่ละโครงข่าย ความล่าช้าในการแจกอุปกรณ์เพื่อแลกชื่อกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ และการที่ผู้รับชมโทรทัศน์ไม่สามารถเปิดรับสัญญาณโทรทัศน์ได้โดยง่ายหรือสะดวก เนื่องจากได้พบว่า การจะรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลได้นั้น ต้องใช้เสาอากาศสูงถึง 6 เมตร จึงจะรับสัญญาณโทรทัศน์ได้อย่างชัดเจนตามสมควร ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ในภูมิภาค ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ในระบบใหม่ได้ส่งผลให้จำนวนผู้รับชมโทรทัศน์ หรือ ทีวีเรตติ้ง ในภาพรวมต่ำกว่าที่ควรจะเป็น รายได้จากโฆษณาจึงไม่เป็นไปตามคาดหมาย

นอกจากปัญหาคุณภาพของโครงข่ายแล้ว จำนวนผู้ให้บริการโครงข่ายที่มีน้อยกว่าแผนแม่บทที่กำหนดไว้ ก็เป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ กล่าวคือ แทนที่จะมีผู้ให้บริการโครงข่ายจำนวน 4 โครงข่าย ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) และ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย รวม 4 โครงข่าย แต่สิ่งที่เกิดขึ้นจริงคือ ในระยะเริ่มต้น มีโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัลเพียง 3 ราย จาก 4 ราย โดยโครงข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ติดตั้งและเปิดให้บริการล่าช้ากว่าที่กำหนดอย่างมาก ทำให้ทางเลือกในการเลือกใช้บริการโครงข่ายที่มีคุณภาพเกิดข้อจำกัด พันธุ์ทิพา ระบุว่า นี่คือการรับผิดชอบของ กสทช. ที่จะต้องกำกับดูแลผู้ให้บริการโครงข่ายปฏิบัติตามสัญญาในฐานะผู้รับอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

พันธุ์ทิพา ให้ความเห็นว่า ปัญหาเรื่องความล่าช้า และคุณภาพโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล นอกจากจะส่งผลโดยตรงต่อจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ที่น้อยกว่าที่ควรจะเป็นแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงโฆษณาและรายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลในที่สุด

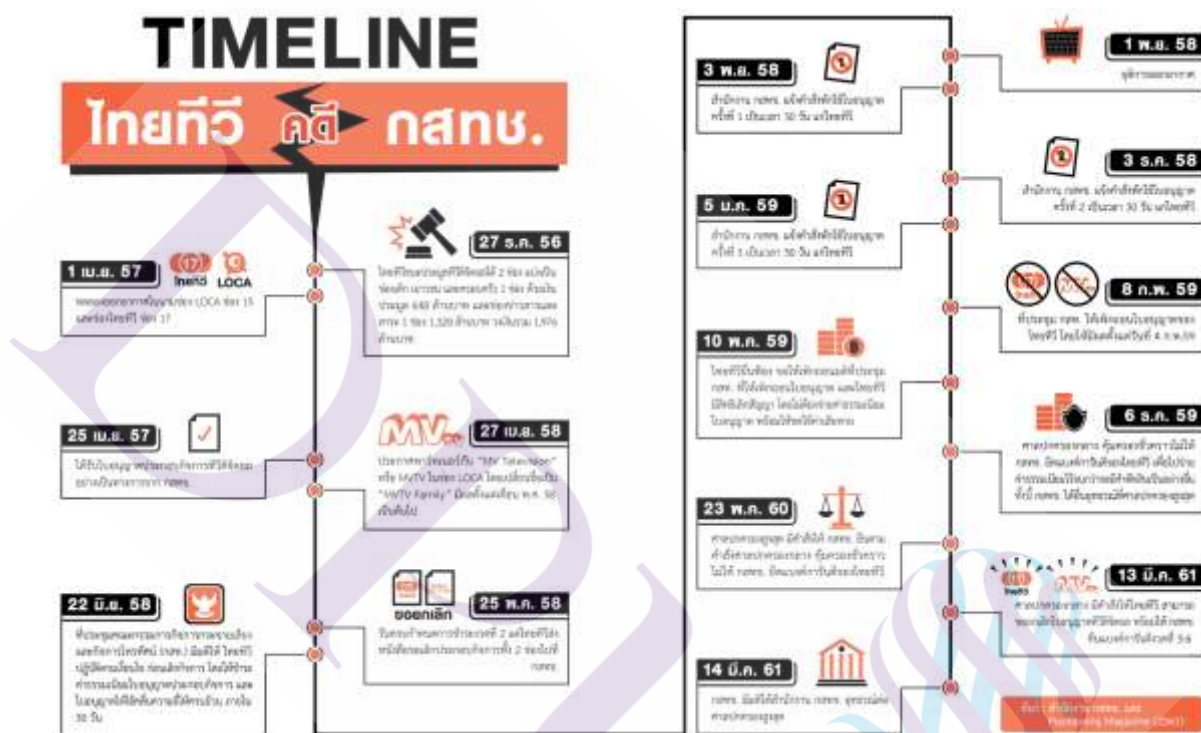
ในส่วนของผู้เงื่อนไข ข้อกำหนด หรือเงื่อนไขในการประมูล พันธุ์ทิพา ยอมรับว่า ผู้ประมูลทุกรายย่อมทราบล่วงหน้าอยู่แล้วจึงได้ตัดสินใจเข้าประมูล จึงไม่มองว่าเป็นต้นเหตุที่ทำให้ไทยทีวี ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ให้ความสำคัญไปที่ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของ กสทช. โดยปัญหาใหญ่ที่สุดคือ ประชาชนไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ได้ตามที่ กสทช. กำหนดแผนไว้ โดยเฉพาะในช่วงปีแรก ๆ ของการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเดิมไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลใหม่

“หาก กสทช. สามารถดำเนินการ หรือปฏิบัติได้ทุกอย่างในกรอบเวลาตามที่ระบุไว้ในประกาศ และแผนงานของ กสทช. แล้ว เชื่อว่า ไทยทีวี จะสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จนถึงปัจจุบัน” ชลวิภา วิริยะกุล ทนายความผู้รับผิดชอบคดีที่ บริษัท ไทยทีวี จำกัด ฟ้อง กสทช. ในคดีพิพาทเกี่ยวกับสัญญาทางปกครอง กล่าวเสริม

ชลวิภา เล่าต่อว่า ส่วนหนึ่งของคำฟ้องในคดีที่ ไทยทีวี ฟ้อง กสทช. ต่อศาลปกครอง ระบุว่า กสทช. ละเลยต่อหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดให้ต้องปฏิบัติ และปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวล่าช้าเกินสมควร เนื่องจากโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ไม่สามารถส่งสัญญาณได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศ และสัญญาณที่ออกอากาศผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เสถียรและไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ทำให้ไทยทีวี ได้รับความเสียหาย ทั้งยังสร้างปัญหาและส่งผลกระทบต่อในวงกว้างไปยังผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลรายอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งหลังจากต่อสู้คดีกันจนถึงที่สุดแล้ว ศาลปกครองสูงสุด ได้มีคำพิพากษาตัดสินให้ บริษัท ไทยทีวี จำกัด เป็นผู้ชนะคดี โดยพิพากษาให้ กสทช. คืนเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ที่ไทยทีวีชำระไว้

ล่วงหน้าแล้วทั้งหมด และหนังสือค้ำประกันธนาคารรวม 16 ฉบับ ที่ไทยทีวีวิวงค้ำประกันการชำระ
เงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ ภายใน 60 วัน นับแต่คดีถึงที่สุด

โดยนัยแห่งคำพิพากษาดังกล่าว จึงอาจสรุปได้ว่า กสทช. มีความบกพร่องในการปฏิบัติ
หน้าที่กำกับดูแล โครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ทำให้การเปลี่ยนผ่านจากระบบ
อนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ไม่มีประสิทธิภาพและในกรอบเวลาที่กำหนดไว้

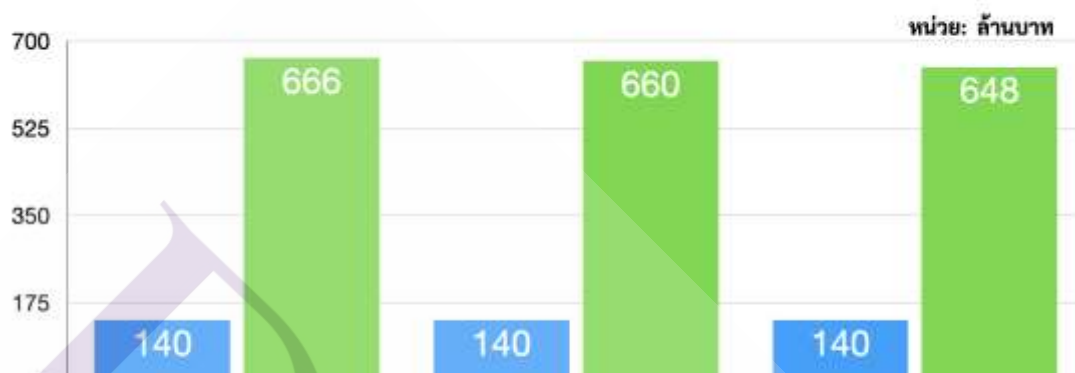


4.2 เกมตัดต์ พลเดช

เกมตัดต์ พลเดช อดีตกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอด
คาสติ้ง จำกัด ผู้ชนะประมูลช่อง PPTV HD ด้วยมูลค่า 3,460 ล้านบาท และ อดีตกรรมการ
ผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. อสมท ผู้ชนะประมูลช่องทีวีดิจิทัล จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง MCOT
Family ในหมวดเด็ก เยาวชนและครอบครัว ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 660 ล้านบาท และช่อง MCOT

HD ในหมวดทั่วไปแบบความคมชัดสูง ด้วยมูลค่า 3,340 ล้านบาท รวมเป็นภาระต้นทุนค่าใบอนุญาตที่ บมจ. อสมท ต้องชำระในการประมูลครั้งนี้ทั้งสิ้น 4,000 ล้านบาท

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว



มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดสูง



แหล่งที่มา: สำนักงาน กสทช.

เขมทัตต์ พลเดช นับเป็นผู้มีประสบการณ์ยาวนานในแวดวงโทรทัศน์ โดยก่อนจะไปรับตำแหน่งผู้อำนวยการใหญ่ PPTV ในช่วงเริ่มต้นของโทรทัศน์ดิจิทัล และต่อมาย้ายไปรับตำแหน่งกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. อสมท จนครบวาระการดำรงตำแหน่งนั้น เขมทัตต์ เคยเป็นผู้บริหารระดับรองผู้อำนวยการใหญ่ บมจ. อสมท ตั้งแต่ปี 2548 ถึงปี 2555

เขมทัตต์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2565 ให้ความเห็นว่า การประมูลคลื่นทีวีดิจิทัล เป็นเพียงช่วงกลางของเรื่องราวทั้งหมด ซึ่งด้านทางจริง ๆ คือผลพวงจากเหตุทางการเมือง ตั้งแต่ยุคที่มีการทำรัฐประหาร แล้วในเวลาต่อมาก็มีการร่างรัฐธรรมนูญใหม่กำหนดให้คลื่นความถี่

เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยกำหนดให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแล จนเป็นที่มาของการจัดตั้งหน่วยงาน กสทช. ตาม พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

มาตรา 41 แห่ง พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ ได้บัญญัติไว้ว่า “การอนุญาตให้ใช้ คลื่นความถี่ ให้ดำเนินการโดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ กสทช. ประกาศกำหนด”

จากบทบัญญัตินี้เอง ทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อกิจการ โทรทัศน์ ต้องใช้วิธีการ ประมูลเพื่อขอรับใบอนุญาตในกิจการโทรทัศน์ แต่ก็ให้อำนาจ กสทช. เป็นผู้กำหนดรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับการประมูลเอง ซึ่ง กสทช. ได้ออกแบบและเลือกใช้วิธีการประมูลด้วยการแข่งขันด้าน ราคาในการตัดสินผู้ชนะการประมูล และเป็นที่มาของค่าธรรมเนียมใบอนุญาตของผู้รับใบอนุญาต ที่สูงเกินสมควรในทุกหมวดใบอนุญาต โดยเปรียบเทียบจากราคาเริ่มต้นในการประมูล

เขมทัตต์ ระบุว่า ค่าใบอนุญาตนี้เอง เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทุกรายอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในช่วงเวลาเริ่มต้นของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งโทรทัศน์ทุกช่องต่างประสบปัญหาด้านรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าเนื่องจากความล่าช้าของ โครงข่ายและการแจกกล่องรับสัญญาณ ทำให้จำนวนผู้ชมซึ่งสะท้อนไปยังทีวีเรตติ้งต่ำกว่าที่ควรจะเป็น กระทบรายได้ค่าโฆษณาอันเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ระบบฟรีทีวี ในขณะที่ต้นทุนและ ค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับสูง

ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น ที่มาของการประมูลช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล เขมทัตต์ ให้นิยามว่าเป็น “ท่อนแรก” ของประวัติศาสตร์โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในเมืองไทย ซึ่งเมื่อดำเนินมาถึง “ท่อนกลาง” ของเรื่องนี้ เขมทัตต์หมายถึง การประมูลช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล และการดำเนินการ เปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยตรงของ กสทช. ที่จะต้อง “กำกับดูแล” ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงผลที่จะได้และผลที่จะเสียประกอบกันด้วย

เขมทัตต์ ให้ความเห็นว่า “ท่อนกลาง” หรือการประมูลครั้งนี้ เป็นไปด้วยความเร่งรีบ และเมื่อการประมูลเสร็จสิ้น (ธันวาคม 2556) และ กสทช. ประกาศรับรองผลในเดือนมกราคม 2557 กสทช. ก็เร่งให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการออกอากาศให้ทันในเดือนเมษายน ปีเดียวกัน ในขณะที่ การติดตั้งโครงข่ายโทรทัศน์ ยังมีความล่าช้าและมีปัญหาด้านคุณภาพ ขณะเดียวกัน ผู้รับใบอนุญาต ส่วนใหญ่ก็ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร เนื่องจากมีผู้ใช้ดำเนินการ โทรทัศน์แต่เดิม จึงขาดทั้ง บุคลากรและประสบการณ์ในการดำเนินการ โทรทัศน์ สิ่งที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ ส่งผลให้จำนวน

ผู้รับชมโทรทัศน์ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น รายได้ของผู้ประกอบการโทรทัศน์จากค่าโฆษณาที่เป็นรายได้หลัก จึงต่ำกว่าเป้าหมายอย่างมากในช่วง 3 ปีแรกของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ความล่าช้าและคุณภาพของโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล นับเป็นปัญหาสำคัญในช่วงเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ที่ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต้องประสบภาวะขาดทุนอย่างหนักจากรายได้ที่ไม่เข้าตามเป้า แต่มีต้นทุนรายจ่ายด้านค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและค่าบริการโครงข่ายที่ต้องจ่ายเต็ม เหมือนเป็นการซ้ำเติมสถานการณ์ให้เลวร้ายยิ่งขึ้น

เขมทัตต์ ให้ความเห็นว่า ในช่วง 3 ปีแรกที่โครงข่ายโทรทัศน์ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ตามแผนแม่บทที่ กสทช. วางไว้ กสทช. ก็ไม่ควรเรียกเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเต็มจำนวน หรือไม่เรียกเก็บเลย ขณะเดียวกัน ก็ต้องกำกับดูแลให้ผู้ให้บริการโครงข่ายเรียกเก็บค่าบริการให้สอดคล้องกับพื้นที่ให้บริการโครงข่ายที่ติดตั้งเสร็จสมบูรณ์แล้ว หรือไม่ควรเรียกเก็บค่าบริการโครงข่ายจนกว่าจะเสร็จสมบูรณ์ตามข้อกำหนดที่วางไว้

ในประเด็นโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนี้ เขมทัตต์ ให้ความเห็นว่า หากโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ดำเนินการและให้บริการโดยเอกชน เชื่อว่า ปัญหาความล่าช้าและคุณภาพโครงข่าย จะไม่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน

เมื่อ 11 เมษายน 2562 มีคำสั่ง กสทช. ที่ 4/2562 ข้อ 10 ความว่า “ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลอรรถาธิบายได้ ประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. ภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่คำสั่งนี้มีผลใช้บังคับ และให้สำนักงาน กสทช. พิจารณากำหนดค่าชดเชยให้แก่ผู้รับใบอนุญาตดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้รับใบอนุญาตได้รับในระหว่างที่ได้มีการประกอบกิจการ และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ที่ได้มีการชำระแล้ว” นับเป็นการเปิดทางให้ผู้รับใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล คืนใบอนุญาตก่อนครบกำหนด 15 ปีได้ บมจ. อสมท จึงได้ตัดสินใจคืนใบอนุญาตช่อง MCOT Family ซึ่งเป็นใบอนุญาตในหมวดหมู่ช่องรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

เขมทัตต์ เห็นด้วยกับการตัดสินใจคืนใบอนุญาตช่อง MCOT Family ซึ่งเป็นช่องรายการในหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว ซึ่งในวงการโทรทัศน์มักจะเรียกสั้น ๆ ว่า “ช่องเด็ก” ซึ่งจากการเปิดทางให้โทรทัศน์ดิจิทัลสามารถคืนใบอนุญาตได้ครั้งนี้ ทำให้ “ช่องเด็ก” ที่เหลืออยู่เพียง 2 ช่อง จากเดิม 3 ช่อง (ช่อง LOCA ยุติออกอากาศตั้งแต่ พฤศจิกายน 2558) ได้แก่ ช่อง MCOT Family ของ บมจ. อสมท และ ช่อง 3 Family ของ บริษัท บีอีซี แมคมีเดีย จำกัด ต่างพร้อมใจกันคืนใบอนุญาต “ช่องเด็ก” ทั้งหมด

หน้า ๖

เล่ม ๑๓๖ ตอนพิเศษ ๙๓ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๑๑ เมษายน ๒๕๖๒

ข้อ ๗ กรณีที่ผู้รับใบอนุญาตไม่ชำระเงินประมูลคลื่นความถี่ในส่วนที่เหลือตามงวดที่แบ่งชำระ ให้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด ผู้รับใบอนุญาตต้องชำระเงินประมูลคลื่นความถี่เพิ่ม เป็นจำนวนเงิน เท่ากับผลคูณของจำนวนเงินประมูลคลื่นความถี่ที่ค้างชำระกับอัตราดอกเบี้ยร้อยละสิบห้าต่อปี คำนวณเป็นรายวัน โดยหากพ้นกำหนดชำระเงินตามเวลาที่ระบุ จะถือว่าผู้รับใบอนุญาตกระทำผิดเงื่อนไขของการอนุญาต และ กสทช. อาจพิจารณาพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตได้

ส่วนที่ ๒

การจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรคมนาคม

ข้อ ๘ ให้สำนักงาน กสทช. ดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีการเรียกคืนตามข้อ ๑๑ สำหรับใช้ในกิจการโทรคมนาคม โดยพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ให้แก่ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ย่าน ๘๙๐ - ๙๑๕ MHz/๙๓๕ - ๙๖๐ MHz ก่อน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่สำนักงาน กสทช. กำหนด โดยมีให้นำความในมาตรา ๔๕ ววรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐ มาใช้บังคับ

ในกรณีที่ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ย่าน ๘๙๐ - ๙๑๕ MHz/๙๓๕ - ๙๖๐ MHz ไม่ประสงค์จะขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าเป็นการผิดเงื่อนไขและให้ผู้ได้รับใบอนุญาตชำระเงินประมูลคลื่นความถี่ในงวดที่เหลือตามข้อ ๕ ให้ครบถ้วน และให้สำนักงาน กสทช. จัดให้มีการประมูลคลื่นความถี่ดังกล่าวโดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ต่อไป

ส่วนที่ ๓

กรณีผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

ข้อ ๙ ในส่วนนี้ “ประกาศ” หมายความว่า ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. ๒๕๕๖

ข้อ ๑๐ ผู้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล รายใดประสงค์จะคืนใบอนุญาตที่ได้รับตามประกาศ ให้แจ้งเป็นหนังสือไปยังสำนักงาน กสทช. ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่คำสั่งนี้มีผลใช้บังคับ และให้สำนักงาน กสทช. พิจารณากำหนดค่าชดเชยให้แก่ผู้รับใบอนุญาตดังกล่าว โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้รับใบอนุญาตได้รับในระหว่างที่ได้มีการประกอบกิจการ และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ที่ได้มีการชำระแล้ว

การคืนใบอนุญาตฯ ในครั้งนั้น มีโทรทัศน์ดิจิทัลในหมวดหมู่ต่าง ๆ ดัดสินใจคืนใบอนุญาตไปทั้งสิ้นรวม 7 ช่อง ด้วยเหตุผลสำคัญคือ ทุกช่องประสบภาวะขาดทุนสะสมอย่างหนักตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเขมทัตต์ บอกว่า นี่คือ “ท่อนท้าย” ของเรื่องราวโทรทัศน์ดิจิทัลในเมืองไทย แต่ก็ยังไม่ท้ายสุด เพราะยังมีเวลาเหลืออีกราว 7 ปี ก่อนที่ใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลครั้งประวัติศาสตร์นี้จะหมดอายุลง

เขมทัตต์ กล่าวเสริมว่า เขาไม่เห็นด้วยกับการกำหนดให้ฟรีทีวีของเอกชน จัดทำช่องโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยเฉพาะ เนื่องจากในทางธุรกิจ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หากผู้สนับสนุนรายการมาลงโฆษณาและอยู่ไม่ได้ในที่สุด จะเห็นได้จากในอดีต รายการเด็กมักจะมีวงจรชีวิตที่สั้นกว่ารายการประเภทอื่น ๆ และยิ่งไปกว่านั้น เด็กยุคดิจิทัล แทบไม่ดูโทรทัศน์ภาคพื้นดินกันแล้ว หากภาครัฐปรารถนาจะให้มีช่องโทรทัศน์ หรือ รายการโทรทัศน์สำหรับ รัฐก็ต้องเป็นผู้ลงทุน โดยอาจจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุนให้เอกชนทำช่องหรือรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยเฉพาะ โดยไม่ต้องพึ่งพารายได้จากค่าโฆษณา

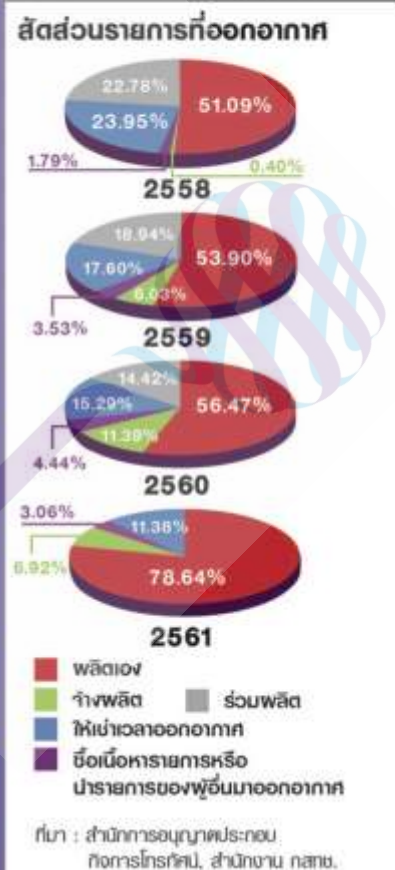
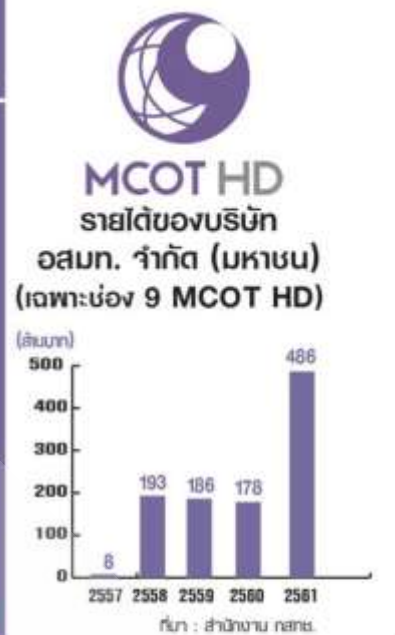
เมื่อก้าวถึงการแบ่งหมวดหมู่ของใบอนุญาต และการกำหนดสัดส่วนประเภทรายการของโทรทัศน์สำหรับแต่ละหมวดหมู่ใบอนุญาตนั้น เขมทัตต์ ไม่เห็นด้วยทั้งการแบ่งหมวดหมู่ใบอนุญาตและการกำหนดสัดส่วนประเภทรายการที่ กสทช. กำหนดไว้ในทางตรงข้าม สนับสนุนให้ใบอนุญาตไม่มีการแบ่งหมวดหมู่ ซึ่งกลไกตลาดจะทำหน้าที่แบ่งหมวดหมู่เองตามความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์

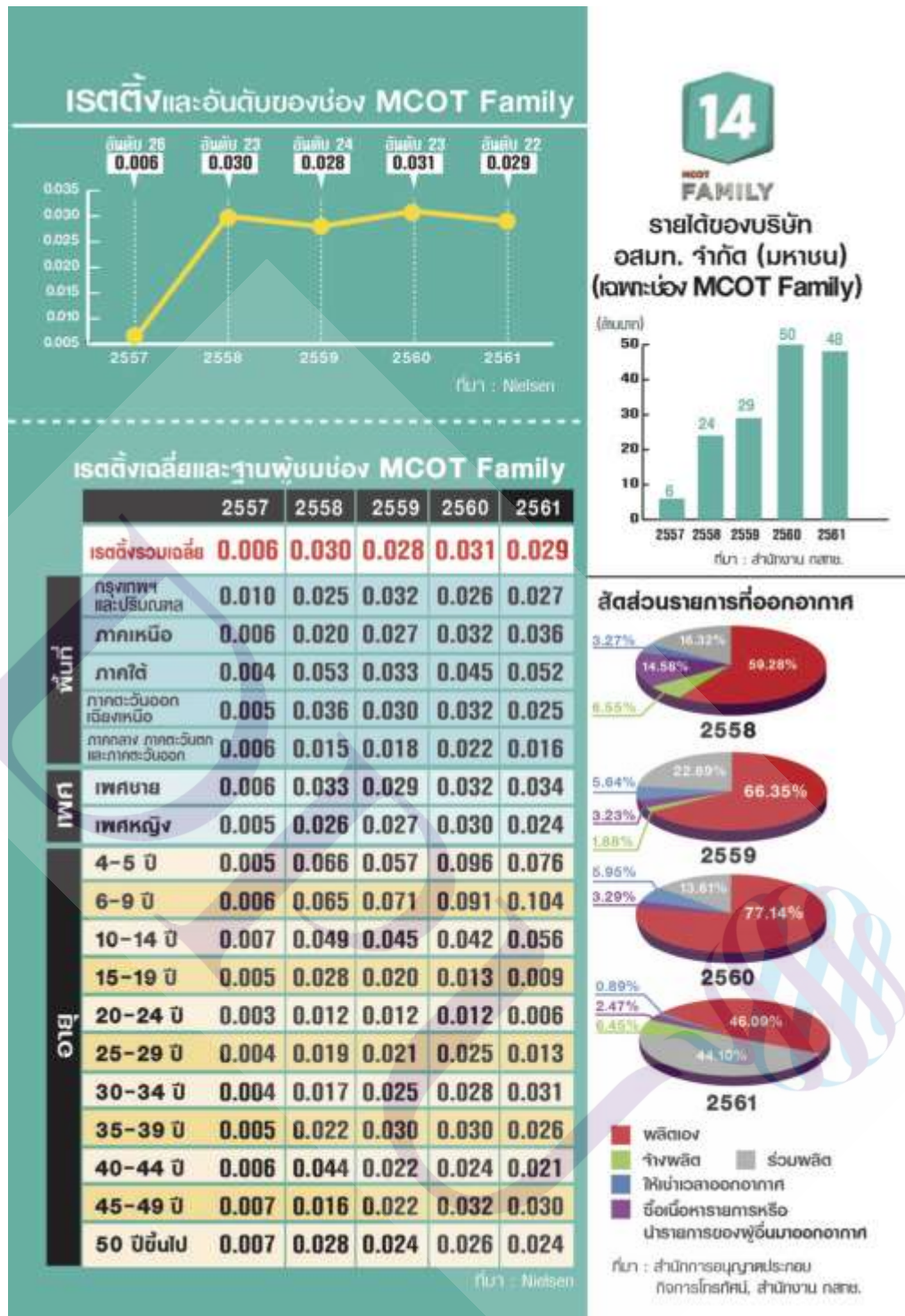
การกำหนดสัดส่วนประเภทรายการของโทรทัศน์แต่ละหมวดหมู่ โดยเฉพาะในประเด็นที่บังคับให้โทรทัศน์ทุกหมวดหมู่ ต้องมีรายการประเภทข่าวอย่างน้อยร้อยละ 25 ยกเว้นหมวดหมู่ข่าวสารและสาระที่กำหนดอย่างน้อยร้อยละ 50 ทำให้ช่องโทรทัศน์ทุกช่อง จำเป็นต้องผลิตเนื้อหาข่าวนำเสนอเป็นสัดส่วนถึงหนึ่งในสี่ของเวลาออกอากาศทั้งหมด จึงทำให้เนื้อหาข่าวของแต่ละช่องที่นำเสนอกลายเป็นเรื่องเดียวกันหรือเหมือน ๆ กันทุกช่อง ผู้ชมเปิดไปช่องใดก็จะพบแต่ข่าวที่มีเนื้อหาเดียวกัน เป็นการสูญเสียทรัพยากรโดยไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร

ในประเด็นข้อกำหนดเกี่ยวกับการชำระค่าใบอนุญาตนั้น เขมทัตต์ ให้ความเห็นว่า จริงอยู่ว่า ผู้ประมูลทุกรายทราบล่วงหน้าถึงกำหนดการที่จะต้องชำระค่าใบอนุญาตที่กำหนดให้ชำระให้เสร็จสิ้นภายใน 6 ปี ในขณะที่ใบอนุญาตฯ มีอายุ 15 ปี เท่ากับเป็นการชำระค่าใบอนุญาตล่วงหน้าถึง 9 ปี สำหรับ 9 ปีหลัง ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ ต้องแบกรับภาระต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูงมากในปีแรก ๆ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการแต่ละราย อยู่ในภาวะยากลำบากจากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวมาข้างต้น

สำหรับความเห็นเกี่ยวกับการประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลครั้งถัดไป ในปี 2572 หรืออีก 7 ปีข้างหน้า หลังจากที่ใบอนุญาตฯ ปัจจุบันสิ้นสุดลง เขมทัตต์ เชื่อว่า ไม่น่าจะมีการประมูลแบบเดียวกับครั้งแรกเกิดขึ้นอีก เนื่องจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงมากอย่างที่ใคร ๆ ก็คาดไม่ถึง จะทำให้คลื่นความถี่เพื่อการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินไม่เป็นที่สนใจหรือต้องการของนักลงทุนอีกต่อไป ผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์ หรือ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ต่างมีช่องทางในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ของตนเองผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อย่างสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญไม่มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายด้านค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและค่าบริการ โครงข่ายราคาสูงอีกด้วย







ก่อนจบการสนทนา เขมทัตต์ ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ กสทช. ว่า กสทช. ควรให้ความสำคัญในการกิจส่งเสริมไม่น้อยไปกว่าการกำกับดูแล หรือ ควบคุมผู้ประกอบการ เขาอยากให้เห็นการทำงานที่ก่อให้เกิดคุณภาพแห่งผลประโยชน์ของทั้งฝั่งผู้รับชมโทรทัศน์ และผู้ประกอบการโทรทัศน์ แบบที่เรียกว่า “Win-Win” ซึ่งจะทำให้ผู้รับชมโทรทัศน์ ได้

รับชมเนื้อหาที่พึงพอใจโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการโทรทัศน์ก็มีรายได้เพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงให้กิจการอยู่รอดตลอดไป

4.3 เดียว วรตั้งตระกูล

เดียว วรตั้งตระกูล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บมจ. เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ ประมูลช่อง One31 HD ด้วยมูลค่า 3,320 ล้านบาท

ในระยะเริ่มแรก ช่อง One31 ดำเนินกิจการในนามบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งเป็นกิจการร่วมค้าที่มี บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ และ ถกลเกียรติ วีรวรรณ เป็นผู้ถือหุ้น โดยมีทุนจดทะเบียน 1,905 ล้านบาท ต่อมาในปี 2560 ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 3,810 ล้านบาท โดยกลุ่มปราสาททองโอสถ ทำให้กลุ่มปราสาททองโอสถกลายเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่อันดับหนึ่งของ บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด จนถึงปลายปี 2564 ก็ได้นำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) จนถึงปัจจุบัน

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดสูง



แหล่งที่มา: สำนักงาน กสทช.

เดียว วรตั้งตระกูล ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2565 ให้ความเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่กิจการของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของผู้ประกอบการว่า มาจากการดำเนินงานของ กสทช. ที่ไม่สามารถกำกับดูแลและควบคุมให้การเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลได้ตามแผนงานและคำชี้ชวนให้เข้าร่วมประมูลของ กสทช. โดยประการสำคัญอันดับต้น ๆ คือ ความล่าช้าของโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล และการแจกจ่าย

กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์โดยสัญญาณภาคพื้นดินได้ตามแผนงานและกำหนดเวลาที่ กสทช. วางไว้ ประชาชนยังคงต้องรับชมโทรทัศน์โดยอาศัยจานรับสัญญาณดาวเทียม หรือ ทางเคเบิลทีวี ซึ่งส่งผลกระทบต่อเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์โดยตรง

เดิยว เล่าให้ฟังว่า ช่วงเวลา 5-7 ปีแรก นับแต่วันที่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินเริ่มออกอากาศในเดือนเมษายน 2557 เป็นช่วงเวลาแห่งความยากลำบากของผู้ประกอบการโทรทัศน์ทุกราย เพราะนอกจากปัญหาความล่าช้าในการเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลโดยสมบูรณ์แล้ว ภาระต้นทุนและค่าใช้จ่ายจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตปีละร้อยละล้านสำหรับช่องความคมชัดปกติ หรือ สองร้อยละล้านสำหรับช่องความคมชัดสูง รวมกับค่าบริการโครงข่ายโทรทัศน์ปีละร้อยละล้านสำหรับช่องความคมชัดปกติ หรือ สามร้อยละล้านสำหรับช่องความคมชัดสูง ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์เกือบทุกช่องต้องประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก หลายรายมีปัญหาทางการเงินจนต้องหาผู้ร่วมทุนรายใหม่เข้ามาสนับสนุนให้ดำเนินการต่อไปได้ ขณะที่หลายรายก็ตัดสินใจคืนใบอนุญาตเมื่อปี 2562

นอกจากนี้ การที่ กสทช. ไม่สามารถกำกับดูแลหรือควบคุมการออกอากาศของโทรทัศน์ในระบบอื่น ๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์ในระบบ OTT (Over the Top) ก่อให้เกิดความแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากโทรทัศน์ในระบบ OTT นอกจากจะไม่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านค่าธรรมเนียมใบอนุญาตหลักพันล้านบาทแล้ว ยังไม่มีต้นทุนค่าบริการโครงข่ายราคาแพงอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น OTT ก็ไม่ต้องถูกควบคุมเนื้อหาในการออกอากาศอีกด้วย ส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์จำนวนมากหันไปรับชมโทรทัศน์ในระบบ OTT จนทำให้ความนิยมโทรทัศน์ภาคพื้นดินตกต่ำอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

จำนวนช่องที่มีมากถึง 24 ช่อง ในช่วง 5 ปีแรก นับว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการแข่งขันสูง ทุกช่องโทรทัศน์ต่างต้องแย่งชิงมีดเงินโฆษณาที่ผ่านฟรีทีวีในปริมาณที่ไม่เพิ่มขึ้นจากยุคโทรทัศน์ระบบอนาล็อกที่มีช่องโทรทัศน์หลัก ๆ แข่งขันกันอยู่เพียง 4 ช่อง ทำให้รายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เป็นไปตามเป้าหมายเกือบทุกช่อง

จำนวนเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตก็เป็นภาระทางการเงินที่หนักมากสำหรับผู้ประกอบการทุกช่อง แม้ว่าค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจะถูกแบ่งชำระเป็นเวลา 6 ปีก็ตาม แต่ก็เริ่มต้นต้นทุนค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ของการประการธุรกิจที่มีอายุใบอนุญาต 15 แต่ต้องจ่ายค่าใบอนุญาตล่วงหน้าให้จบภายในระยะเวลาเพียง 6 ปี แทนที่จะจ่ายเป็นรายปี ปีละเท่า ๆ กัน

ปัญหาของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถูกซ้ำเติมด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านไฟเบอร์ออปติก หรือ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายในระบบ 4G และ 5G เป็นตัวเร่งให้ผู้บริโภคหรือประชาชนส่วนใหญ่

รับชมรายการโทรทัศน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ โดยไม่สนใจจะรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ภาคพื้นดิน โดยเฉพาะในกลุ่มประชาชนอายุน้อยที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์จากเครื่องรับโทรทัศน์ปกติอีกต่อไป

เด็ว ยอมรับว่า ครั้งแรกของอายุใบอนุญาตเป็นช่วงเวลาที่ยากลำบากของโทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่องรวมทั้งช่อง One31 ด้วย ซึ่งสำหรับช่อง One31 แล้ว แม้รายได้จะเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ แต่การทำงานก็ยากลำบากเกินกว่าที่วางแผนไว้มากมาย และก็หวังว่า ระยะเวลาที่เหลืออยู่อีก 7 ปี จะเป็นเวลาที่สามารถทำรายได้และกำไรชัดเจน 7-8 ปีแรกที่ผ่านมาด้วยความยากลำบากได้



เรตติ้งและอันดับของช่อง One



รายได้ของบริษัท
วัน สามสิบเอ็ด จำกัด
(ช่อง One)

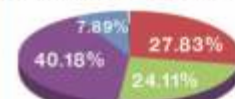


เรตติ้งเฉลี่ยและฐานผู้ชมช่อง One

	2557	2558	2559	2560	2561
เรตติ้งรวมเฉลี่ย	0.038	0.210	0.406	0.537	0.527
พื้นที่					
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0.046	0.238	0.509	0.633	0.734
ภาคเหนือ	0.030	0.188	0.360	0.475	0.414
ภาคใต้	0.032	0.208	0.383	0.540	0.466
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0.037	0.199	0.373	0.517	0.511
ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก	0.044	0.226	0.438	0.548	0.533
เพศ					
เพศชาย	0.032	0.162	0.331	0.418	0.414
เพศหญิง	0.044	0.256	0.479	0.651	0.635
อายุ					
4-5 ปี	0.023	0.101	0.197	0.290	0.292
6-9 ปี	0.020	0.122	0.243	0.371	0.348
10-14 ปี	0.040	0.189	0.311	0.420	0.393
15-19 ปี	0.039	0.254	0.345	0.329	0.306
20-24 ปี	0.033	0.223	0.310	0.320	0.287
25-29 ปี	0.035	0.173	0.341	0.387	0.396
30-34 ปี	0.032	0.179	0.345	0.417	0.423
35-39 ปี	0.031	0.171	0.398	0.528	0.506
40-44 ปี	0.041	0.234	0.405	0.571	0.578
45-49 ปี	0.039	0.256	0.479	0.602	0.618
50 ปีขึ้นไป	0.047	0.233	0.528	0.732	0.717

ที่มา : Nielsen

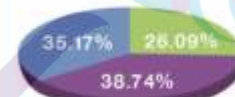
สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ



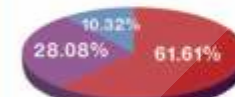
2558



2559



2560



2561

- พิธีเอง
- จ้างผลิต
- ให้นำเวลาออกอากาศ
- ซื้อเนื้อหารายการหรือ
ปารายการของผู้อื่นมาออกอากาศ

ที่มา : สำนักการอนุญาตประกอบ
กิจการโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.

อายุใบอนุญาต 15 ปี เดียว มองว่าเป็นระยะเวลาที่สั้นเกินไป เนื่องจากกิจการโทรทัศน์ ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก ระยะเวลาคืนเพียง 15 ปี นับว่าสั้นเกินไป และให้ความเห็นว่า อายุใบอนุญาตที่เหมาะสมต่อการลงทุนในกิจการโทรทัศน์ควรจะเป็น 30 ปี

เดี๋ยว เชื่อว่าโทรทัศน์ดิจิทัลอีกหลายช่อง น่าจะยังไม่สามารถคืนทุนและมีกำไรได้เมื่อสิ้นสุดระยะเวลา 15 ปี ตามใบอนุญาตฯ จึงมองว่า กสทช. ไม่ควรให้มีการประมูลใบอนุญาตครั้งใหม่เมื่อใบอนุญาตปัจจุบันสิ้นอายุลงในอีก 7 ปีข้างหน้า แต่ควรใช้วิธี “ยืดอายุ” ใบอนุญาตออกไปอีกระยะเวลาหนึ่ง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับใบอนุญาตเดิมที่ต้องการจะดำเนินกิจการต่อไป สามารถสร้างรายได้ต่อเนื่องและมีกำไรไปล้างขาดทุนสะสมจำนวนมากในช่วงอายุใบอนุญาตเดิม

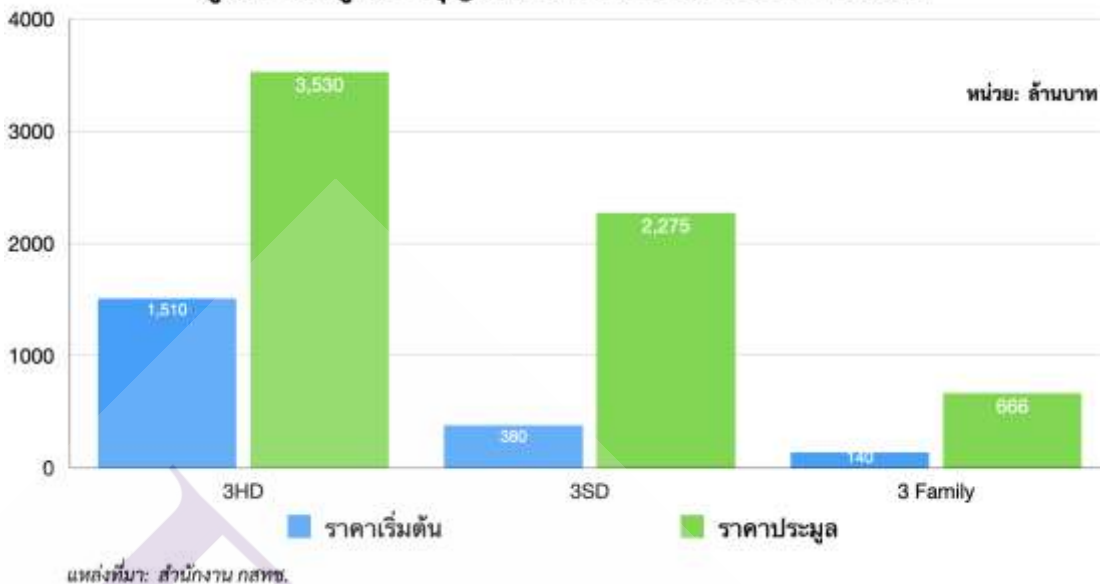
เดี๋ยว เสนอความคิดว่า กสทช. อาจใช้วิธีการ “ยืดอายุ” ใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการเดิม โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และคุณภาพของรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศอยู่ โดยให้ผู้บริโภคหรือผู้ชมรายการโทรทัศน์เป็นผู้ตัดสิน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ในปัจจุบันแข่งขันกันด้านคุณภาพ ส่งผลดีต่อภาพรวมของกิจการโทรทัศน์ไทยอีกด้วย

เมื่อครบอายุใบอนุญาตฯ ฉบับปัจจุบันแล้ว เดี่ยว เชื่อว่า การประมูลใบอนุญาตฯ ครั้งใหม่ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ เพราะเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอีกมากในอีก 7 ปีข้างหน้า จนทำให้คลื่นความถี่ ไม่มีความจำเป็นสำหรับกิจการโทรทัศน์อีกต่อไป จึงอยากให้ กสทช. เริ่มต้นศึกษาเรื่องนี้ อย่างจริงจังนับแต่บัดนี้ และหวังว่า กรรมการ กสทช. ชุดใหม่ จะมีความรู้ความเข้าใจในกิจการโทรทัศน์มากกว่าชุดเก่า และได้ใช้บทเรียน โดยเฉพาะด้านที่ล้มเหลวและผิดพลาดในอดีตของ กสทช. ในการกำกับดูแล และส่งเสริมให้กิจการโทรทัศน์สามารถดำเนินไปได้ควบคู่กับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

4.4 สุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์

สุรินทร์ กฤตยาพงศ์พันธุ์ กรรมการผู้อำนวยการสายธุรกิจ โทรทัศน์ บมจ. บีอีซี เวลด์ เป็นผู้ประกอบภายใต้นิติบุคคลเดียวที่ประมูลช่องโทรทัศน์ดิจิทัลไว้มากที่สุดถึง 3 ช่องรายการ โดยมีช่อง 3 Family ในหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 666 ล้านบาท ช่อง 3SD ในหมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 2,275 ล้านบาท และ ช่อง 3HD ในหมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดสูง ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 3,530 ล้านบาท รวมมูลค่าใบอนุญาตที่ บมจ. บีอีซี เวลด์ ต้องชำระทั้งสิ้นเป็นเงิน 6,471 ล้านบาท คิดเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่อปีเท่ากับ 431.4 ล้านบาท

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล บมจ. บีอีซี เวิลด์



เช่นเดียวกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลอีกหลายราย ที่ไม่ประสบความสำเร็จด้านธุรกิจ บีอีซี เวิลด์ ได้ตัดสินใจคืนใบอนุญาตช่อง 3 Family และ ช่อง 3SD รวม 2 ช่อง เมื่อปี 2562 เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายโดยรวมของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องของ บีอีซี เวิลด์ เพราะหลังจากที่บริษัทฯ ได้คืนใบอนุญาตไป 2 ช่องดังกล่าวแล้ว ในปีถัดมา ผลขาดทุนลดลงจากปี 2562 ที่ขาดทุน 397 ล้านบาท เหลือ 214 ล้านบาท และพลิกกลับเป็นกำไร 762 ล้านบาทในปี 2564



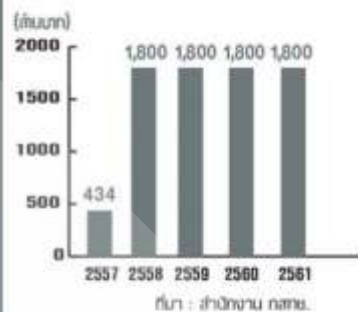
ผลประกอบการ บมจ. บีอีซี เวิลด์ ปี 2562-2564



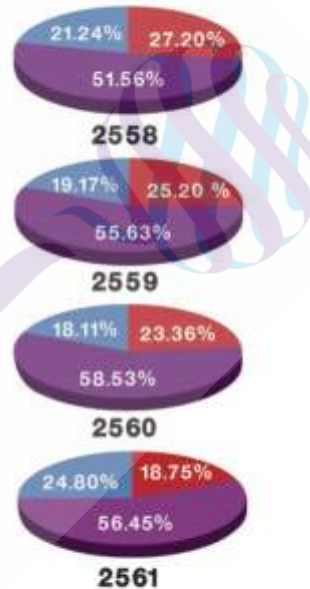
ที่มา: บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)



รายได้ของบริษัท
บีอีซี มีลตีมีเดีย จำกัด
(เฉพาะช่อง 3HD)



สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ

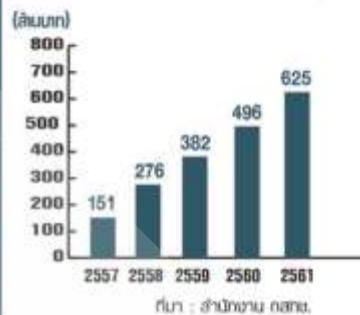


- ผลิตเอง
- ให้แม่ข่ายออกอากาศ
- ซื้อเนื้อหารายการหรือบริหารรายการของผู้อื่นมาออกอากาศ

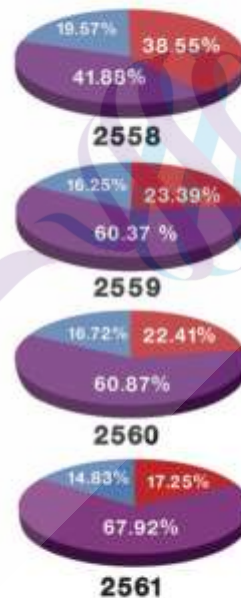
ที่มา : สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.



รายได้ของบริษัท
บีบีซี-มัลติมีเดีย จำกัด
(ช่อง 3SD หรือช่อง 28)



สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ

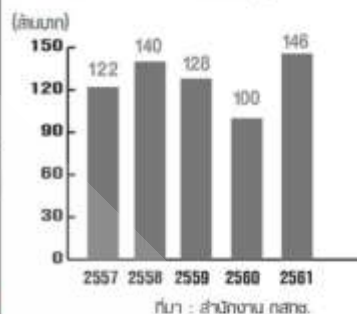


■ ผลิตเอง
■ ไฟแนนซ์จากออกอากาศ
■ ซื้อเนื้อหารายการหรือนำรายการของผู้อื่นมาออกอากาศ

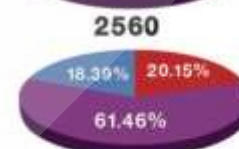
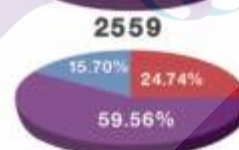
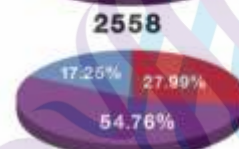
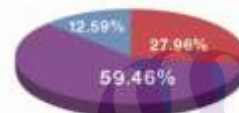
ที่มา : สำนักการอนุรักษ์ประกอบกิจการโทรทัศน์, สำนักข่าว กสทช.



รายได้ของบริษัท บีอีซี-บิลทิมีเดีย จำกัด (ช่อง 3 Family)



สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ



■ พลีตอง
■ ให้ข่าวเวลาออกอากาศ
■ เนื้อหาสาระหรือรายการของผู้อื่นมาออกอากาศ

ที่มา : สำนักงานกสทช. และสำนักงาน กสทช.

สุรินทร์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2565 เห็นว่า จุดเริ่มต้นของความผิดพลาดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในยุคเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล เกิดขึ้นจากการที่ กสทช. ฉายภาพธุรกิจโทรทัศน์ภาคพื้นดินหรือฟรีทีวีไว้สวยงามเกินจริง โดยอาศัยสมมติฐานเดิมที่ธุรกิจฟรีทีวีมีเพียง 4-5 ช่อง ซึ่งแต่ละช่องมีรายได้และกำไรเป็นกอบเป็นกำ เป็นเหตุให้มีผู้ประกอบการจำนวนมาก ซึ่งนอกเหนือจากผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิมแล้ว ยังมีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำนวนมากที่เคยผลิตรายการป้อนให้กับโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดาวเทียม และผู้ประกอบการที่ไม่อยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ เข้าร่วมประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในครั้งนี้ ซึ่งต่างก็มุ่งมั่นประมูลให้ได้ใบอนุญาตด้วยการแข่งขันเสนอราคาอย่างหนักจนทำให้ราคาประมูลขึ้นไปสูงหลายเท่าของราคาขั้นต่ำ และกลายเป็นภาระต้นทุนที่สูงมากในการดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ในที่สุด

สุรินทร์ ระบุว่า จุดผิดพลาดต่อมาก็คือ การที่ กสทช. เร่งรีบให้ผู้ประกอบการทุกราย ต้องออกอากาศพร้อมกันในระยะเวลาเพียง 3 เดือนเศษ นับจากวันที่ประกาศรับรองผลการประมูลอย่างเป็นทางการ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการโทรทัศน์เดิม ต้องเร่งรีบผลิตรายการให้พร้อมออกอากาศภายในกำหนดเวลาที่ กสทช. วางไว้ ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์เนื่องจากบุคลากรที่มีประสบการณ์มีไม่เพียงพอและการสร้างบุคลากรใหม่ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ขณะเดียวกัน โครงข่ายโทรทัศน์ และการแจกจ่ายคู่มือสำหรับแลกรับสัญญาณโทรทัศน์ ก็เกิดความล่าช้าไปจากแผนงานอย่างมาก อีกทั้งยังมีปัญหาคุณภาพของกล่องรับสัญญาณ และวิธีการติดตั้งและใช้งานกล่องรับสัญญาณ ทำให้ผู้ชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลได้โดยการรับสัญญาณโทรทัศน์จากภาคพื้นดินเหมือนเช่นโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกเดิมในระยะ 3 ปีแรกของการเปลี่ยนผ่าน

จำนวนช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่มีมากกว่า 24 ช่อง อาจมองว่าเป็นเรื่องดีในด้านความหลากหลายสำหรับผู้ชมโทรทัศน์ แต่ในความเป็นจริง สุรินทร์ ให้ความเห็นว่า ไม่ก่อให้เกิดผลดีต่อผู้ชมโทรทัศน์อย่างที่ควรจะเป็น เนื่องจากโทรทัศน์แต่ละช่อง นำเสนอเนื้อหารายการที่ไม่แตกต่างกันมาก ขณะที่คุณภาพรายการก็ไม่ได้พัฒนาอย่างที่ควรจะเป็นเนื่องจากทุกช่องโทรทัศน์ต่างมีภาระต้นทุนด้านอื่นที่สูงมากอยู่แล้วนอกเหนือจากต้นทุนในการผลิตเนื้อหารายการ

สุรินทร์ ยกตัวอย่างกรณีของรายการข่าวที่โทรทัศน์ทุกช่อง เสนอเนื้อหาซ้ำกันแทบจะทุกช่อง โดยไม่มีความแตกต่างหรือหลากหลาย เป็นความสูญเสียทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและออกอากาศอย่างน่าเสียดาย

การทำธุรกิจโทรทัศน์ ไม่เหมือนธุรกิจขายสินค้าที่จับต้องได้ เนื่องจากสินค้าของธุรกิจโทรทัศน์คือรายการโทรทัศน์และต้นทุนสินค้าคือ ต้นทุนการผลิตรายการ ซึ่งโทรทัศน์ต้อง

ออกอากาศวันละ 24 ชั่วโมง ต้นทุนด้านนี้จึงเป็นต้นทุนที่สูงมาก รายการส่วนใหญ่ที่ออกอากาศไปแล้ว ก็มักจะไม่น่ากลับมาออกอากาศซ้ำอีก หากไม่มีรายได้จากค่าโฆษณาเข้ามาหล่อเลี้ยง สุรินทร์เปรียบเทียบว่า นี่คือการ “เผาเงิน” ทั้งตลอดเวลาที่ออกอากาศรายการนั้น ๆ นับเป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างน่าเสียดาย

เปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ที่ผลิตในประเทศ กับ รายการที่นำเข้ามาจากประเทศ สุรินทร์ให้ความเห็นว่า รายการโทรทัศน์ที่ผลิตในประเทศ มีผลดีในเรื่องการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในประเทศ อย่างน้อยก็เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจไทย แต่สำหรับรายการโทรทัศน์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นรายการกีฬา ซีรีส์เกาหลี ซีรีส์จีน หรือ ซีรีส์ฝรั่ง การนำเข้ารายการเหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนไทย ไม่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ แต่กลับต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศจำนวนมากเพื่อซื้อรายการมาออกอากาศทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ที่ไม่สามารถจัดหาหรือผลิตรายการภายในประเทศได้มากเพียงพอกับเวลาที่ต้องออกอากาศวันละ 24 ชั่วโมง ซึ่งเขามองว่า นี่คือความสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างน่าเสียดาย

สุรินทร์ เปรียบเทียบต้นทุนในการซื้อรายการจากต่างประเทศในอดีตกับปัจจุบันว่า เนื่องจากตลาดรายการต่างประเทศในปัจจุบัน เป็นตลาดของผู้ขาย เมื่อช่องโทรทัศน์มีจำนวนมากกว่าในอดีต ทำให้เกิดการแย่งกันซื้อรายการจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากค่ายดัง ๆ ทำให้ราคาซื้อขายรายการโทรทัศน์ปรับตัวสูงขึ้นมากเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่มีโทรทัศน์เพียงไม่กี่ช่อง

ในยุคโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเดิม บมจ. บีอีซี เวิลด์ มีเพียง ช่อง 3 เพียงช่องเดียว ขณะที่การแข่งขันไม่สูง เพราะมีช่องเชิงพาณิชย์จริงอยู่เพียง 4 ช่อง ในยุคนั้น ช่อง 3 มีรายได้และกำไรปีละหลายพันล้านบาท มีผู้ผลิตรายการที่มีคุณภาพจำนวนมาก ผลิตและนำเสนอรายการเพื่อให้ได้ ออกอากาศทางช่อง 3 แต่ช่อง 3 ก็สามารถรองรับรายการดี ๆ เหล่านี้ได้อย่างจำกัดเนื่องจากเวลาออกอากาศมีเพียงวันละ 24 ชั่วโมง ทำให้รายการดี ๆ จำนวนมาก ไม่มีโอกาสออกอากาศให้ผู้ชมโทรทัศน์ได้รับชม ปรากฏการณ์นี้ทำให้ บีอีซี เวิลด์ ตัดสินใจประมูลช่องโทรทัศน์ในครั้งนั้นมากกว่าหนึ่งช่อง โดยวางแผนให้ช่อง 3HD เป็นช่องหลัก และทดแทนช่อง 3 เดิมเมื่อหมดสัมปทานกับ อสมท และให้ช่อง 3SD รองรับผู้จัดหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ “ล้น” จากช่องหลัก ขณะที่ช่อง 3 Family จะให้เป็นช่องสำหรับเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะ ทั้ง ๆ ที่ตระหนักอยู่แล้วว่า การทำรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ไม่มีรายได้และกำไรเพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงให้ธุรกิจอยู่ได้ แต่เป็นความตั้งใจของบริษัทฯ ที่จะ “คืนกำไร” ให้สังคม เพราะคิดว่ารายได้และกำไรจากช่องหลัก จะมีมากพอที่จะนำมาทำช่องเด็กให้อยู่ได้ แต่เมื่อผ่านไป 5 ปี รายได้จากช่องหลักไม่เป็นไปตามเป้าส่งผลให้ผลประกอบการโดยรวมขาดทุนอย่างหนัก ทำให้ บีอีซี เวิลด์ ต้องตัดสินใจคืนใบอนุญาต ทั้งช่อง 3SD และ ช่อง 3 Family เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกลับมาทำกำไรได้อีกครั้ง ซึ่งหลังจากบริษัทฯ คืน

ใบอนุญาตทั้งสองช่องดังกล่าวไปแล้วเพียง 2 ปี ก็สามารถพลิกกลับมามีกำไรถึง 720 ล้านบาทในปี 2564 และในปีต่อ ๆ ไปจากนี้

โทรทัศน์ในระบบออนไลน์ และ OTT ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลที่ ออกอากาศโดยคลื่นความถี่ภาคพื้นดิน ขณะที่โทรทัศน์ดิจิทัลมีข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนและถูก ควบคุมด้วยกฎกติกาที่เข้มงวดของ กสทช. แต่โทรทัศน์ในระบบ OTT กลับได้เปรียบด้านต้นทุน อย่างมาก และยังไม่มีการกวดขันใด ๆ ควบคุมด้านเนื้อหา ทำให้มีอิสระในการผลิตและออกอากาศ เนื้อหารายการที่ถูกต้องใจผู้ชมมากกว่า โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทที่รุนแรง หรือหมิ่นเหม่ต่อวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม

นอกจากนี้ โทรทัศน์ในระบบ OTT ยังมีข้อได้เปรียบด้านเวลาในการรับชม เพราะ สามารถรับชมในเวลาไหนก็ได้ตามที่ผู้ชมสะดวก โทรทัศน์ในระบบ OTT จึงแย่งชิงผู้ชมไปจาก โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินไปจำนวนมากอย่างมีนัยสำคัญ

สุรินทร์ ให้ความเห็นในประเด็นจำนวนช่องโทรทัศน์ที่เหมาะสมว่า แม้ปัจจุบันช่อง โทรทัศน์ที่ให้บริการเชิงธุรกิจจริง ๆ จะมีเหลืออยู่เพียง 15 ช่อง ก็ยังถือว่ามากเกินไป จำนวนช่องที่ เหมาะสมในปัจจุบันและอนาคตควรจะอยู่ที่ 5 หรือ 6 ช่องเท่านั้น เพราะด้วยจำนวนช่องระดับนี้ จะ ทำให้เกิดการคัดกรองรายการดี ๆ มีคุณภาพให้มาอยู่ร่วมกัน ทุกช่องโทรทัศน์ก็จะมีแต่รายการที่ดี และมีคุณภาพจริง ๆ น่าจะเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคมากกว่าการที่มีจำนวนช่องมาก ๆ แต่เต็มไปด้วย รายการที่ขาดคุณภาพประเด็นช่องรายการหรือรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สุรินทร์ สนับสนุน ให้โทรทัศน์มีรายการที่ผลิตขึ้นเพื่อเด็กโดยเฉพาะ แต่เป็นที่ทราบกันดีในวงการโทรทัศน์ว่า รายการ เด็กมักไม่มีผู้สนับสนุนรายการเชิงพาณิชย์ที่มากเพียงพอให้อยู่รอดได้ เนื่องจากเด็กไม่ใช่ กลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้า และแม้จะเป็นสินค้าสำหรับเด็กโดยตรง ก็ถูกข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ ของทางราชการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกด้วย จึงอยากเสนอให้ภาครัฐ จัดสรรเงินสนับสนุน ในการผลิตรายการสำหรับเด็กโดยเฉพาะ เพื่อให้รายการเด็ก สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

นอกจากการสนับสนุนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแล้ว สุรินทร์ ก็อยากให้ภาครัฐ จัดสรรงบประมาณสนับสนุนการจัดทำบริการล่ามภาษามือ บริการคำบรรยายแทนเสียง และ บริการเสียงบรรยายภาพ ในรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสารหรือสาระประโยชน์ ตามสัดส่วนที่ กสทช. กำหนด เนื่องจากการดำเนินการจัดทำบริการเสริมเหล่านี้ มีต้นทุนค่าใช้จ่ายไม่น้อย ซึ่งจะเป็น การซ้ำเติมผู้ประกอบการโทรทัศน์ในภาวะยากลำบากเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

อีก 7 ปีข้างหน้า ใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลก็จะหมดอายุลง สุรินทร์ ให้ความเห็นว่า จาก ปรากฏการณ์ที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในระยะเวลานี้ จึงมั่นใจว่า เมื่อใบอนุญาตฯ หมดอายุลงในปี 2572 คลื่นความถี่ในการออกอากาศโทรทัศน์จะไม่มีค่าสำคัญและไม่มีค่า

จำเป็นที่ผู้ประกอบการ โทรทัศน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคตจะใช้เป็นช่องทางในการออกอากาศหรือทำธุรกิจอีกต่อไป จึงเชื่อว่า จะไม่มีการประมูลคลื่นความถี่เพื่อกิจการ โทรทัศน์ภาคพื้นดินแบบเดิมอีก

สุรินทร์ กล่าวเสริมว่า อายุใบอนุญาตฯ 15 ปี เป็นระยะเวลาที่ยาวนานเกินไป เพราะนับแต่เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีไร้สายพัฒนามาถึงจุดหนึ่งแล้ว จะมีความเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดในระยะเวลาที่สั้นมาก การกำหนดอายุใบอนุญาตฯ ไว้ยาวนานถึง 15 จึงไม่ทันหรือสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ผู้รับใบอนุญาตต้องยึดติดอยู่กับเทคโนโลยีเดิม เนื่องจากต้นทุนค่าใบอนุญาตที่ชำระไปแล้วล่วงหน้าแล้วนั่นเอง

ในประเด็นเกี่ยวกับการทำงานของ กสทช. สุรินทร์ ให้ความเห็นว่า คณะกรรมการ กสทช. ชุดเก่าที่หมดวาระไปแล้วนั้น ไม่มีบุคคลที่มีประสบการณ์ หรืออยู่ในธุรกิจโทรทัศน์ จึงไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจโทรทัศน์ดีพอ ทำให้การกำกับดูแลขาดประสิทธิภาพ จึงหวังว่า คณะกรรมการ กสทช. ชุดใหม่ ซึ่งก็ไม่ใช่บุคคลในธุรกิจโทรทัศน์ จะพยายามเรียนรู้และทำความเข้าใจกับธุรกิจโทรทัศน์ให้มากกว่าคณะกรรมการฯ ชุดที่แล้ว ให้มีความสามารถกำกับดูแล และส่งเสริมให้กิจการโทรทัศน์ไทย อยู่คู่กับสังคมไทยอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนตลอดไป

4.5 อติศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนากิจ

อติศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนากิจ กรรมการผู้อำนวยการ บมจ. เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น ผู้ประมูลช่อง Nation TV ในหมวดข่าวสารและสาระ ด้วยมูลค่า 1,338 ล้านบาท สูงสุดในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ข่าวสาร และสาระ

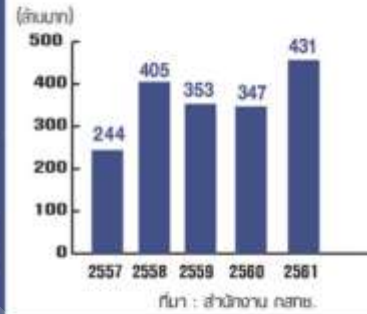


แหล่งที่มา: สำนักงาน กสทช.

เรตติ้งและอันดับของช่อง Nation TV



รายได้ของบริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (Nation TV)

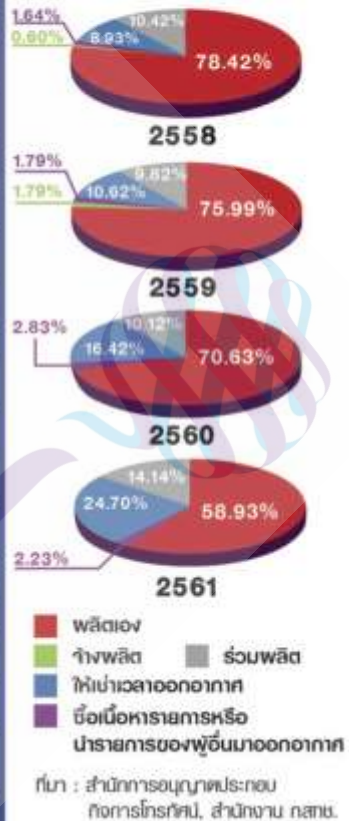


เรตติ้งเฉลี่ยและฐานผู้ชมช่อง Nation TV

	2557	2558	2559	2560	2561
เรตติ้งรวมเฉลี่ย	0.045	0.051	0.077	0.075	0.121
พื้นที่					
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0.059	0.086	0.132	0.123	0.143
ภาคเหนือ	0.036	0.041	0.076	0.091	0.137
ภาคใต้	0.055	0.059	0.065	0.063	0.135
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0.026	0.030	0.038	0.040	0.080
ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก	0.066	0.061	0.109	0.092	0.151
เพศ					
เพศชาย	0.039	0.050	0.079	0.083	0.145
เพศหญิง	0.051	0.052	0.076	0.066	0.098
อายุ					
4-5 ปี	0.008	0.011	0.021	0.020	0.042
6-9 ปี	0.011	0.011	0.019	0.021	0.035
10-14 ปี	0.014	0.013	0.020	0.017	0.038
15-19 ปี	0.009	0.011	0.016	0.014	0.027
20-24 ปี	0.014	0.014	0.026	0.020	0.039
25-29 ปี	0.022	0.026	0.041	0.031	0.035
30-34 ปี	0.039	0.035	0.042	0.036	0.036
35-39 ปี	0.039	0.032	0.045	0.048	0.057
40-44 ปี	0.048	0.058	0.084	0.054	0.086
45-49 ปี	0.056	0.057	0.090	0.082	0.135
50 ปีขึ้นไป	0.090	0.107	0.159	0.157	0.261

ที่มา : Nielsen

สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ



ในปีแรกที่โทรทัศน์ดิจิทัลเริ่มออกอากาศ (พ.ศ. 2557) ช่องโทรทัศน์ในหมวดข่าวสารและสาระมีทั้งหมด 7 ช่อง ได้แก่ ช่อง Nation, Voice, Thai TV, Spring News, TNN, New และ Bright TV แต่ภายหลังจากที่ กสทช. เปิดให้คลื่นใบอนุญาตฯ ในปี 2562 แล้ว ช่อง Voice, Spring

News, New และ Bright รวม 4 ช่อง ได้ตัดสินใจคืนใบอนุญาต บวกกับช่อง Thai TV ที่ได้ยุติออกอากาศไปตั้งแต่ปี 2558 แล้วนั้น ทำให้ปัจจุบัน มีช่องโทรทัศน์ดิจิทัลในหมวดข่าวสารและสาระเหลือออกอากาศอยู่เพียง 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง Nation และ TNN

อดิศักดิ์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2565 เล่าสรุปสาเหตุสำคัญ ๆ ที่ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลเกือบทุกช่อง ไม่ประสบความสำเร็จและต้องดำเนินธุรกิจด้วยความยากลำบากว่า เริ่มต้นจากการการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของเทคโนโลยี (Technology Disruption) ทั้งเทคโนโลยีไร้สาย และ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook, Youtube และ OTT TV ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แย่งชิงผู้ชมไปจากโทรทัศน์ภาคพื้นดินไปอย่างมากภายในเวลาไม่กี่ปี อดิศักดิ์เสริมว่า เขาให้น้ำหนักในเรื่องนี้มากที่สุด

สาเหตุลำดับถัดไป เป็นเรื่องเงื่อนไขการชำระเงินค่าใบอนุญาตซึ่ง อดิศักดิ์บอกว่า ค่าใบอนุญาตในหมวดข่าวสารและสาระ นั้นพันสามร้อยกว่าล้านบาท ไม่ได้สูงเกินไป แต่เงื่อนไขการชำระเงินที่บังคับให้จ่ายค่าใบอนุญาต 15 ปี ให้จบภายในเวลาเพียง 6 ปีนั้น กลายเป็นภาระทางการเงินที่หนักหนาสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดกลาง ทำให้ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ช่องโทรทัศน์ Nation ต้องชำระใน 6 ปีแรกเฉลี่ย 200 กว่าล้านบาทต่อปี ซึ่งหากเงื่อนไขการชำระเงินค่าธรรมเนียมนี้ ถูกเรียกเก็บเป็นรายปีในระยะเวลาของใบอนุญาต 15 ปี ก็จะทำให้ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ลดลงเหลือเพียงปีละ 89.2 ล้านบาทเท่านั้น

เปรียบเทียบการแบ่งชำระค่าธรรมเนียม 6/15 ปี

หน่วย: ล้านบาท

	แบ่งชำระ 6 ปี	แบ่งชำระ 15 ปี
จำนวนปีที่ชำระ	6	15
ค่าธรรมเนียมต่อปี	223	89.2
รวมค่าธรรมเนียม	1,338	1,338

นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ ที่เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ที่สุดแล้ว ยังมีค่าบริการโครงข่ายปีละ 60 ล้านบาท สำหรับช่องความคมชัดมาตรฐาน และ 180 ล้านบาท สำหรับช่องความคมชัดสูง ซึ่งอดิศักดิ์ ให้ความเห็นว่าเป็นราคาที่แพงเกินไป เนื่องจากผู้ให้บริการโครงข่ายทั้ง 4 ราย เป็นหน่วยงานของรัฐที่เป็นผู้กำหนดราคาร่วมกัน คล้ายกิจการผูกขาด จึงไม่เกิดการแข่งขันทั้งด้านราคาและคุณภาพ

สาเหตุล่าช้าเกินไป เป็นปัญหาที่จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่เป็นไปตามแผนงานที่ กสทช. วางไว้ เนื่องจากความล่าช้าของการขยายโครงข่าย ความล่าช้าในการแจกคู่มือแลกรหัสกล่อง รับสัญญาณโทรทัศน์ รวมไปถึงคุณภาพของกล่องรับสัญญาณและโครงข่าย ล้วนมีส่วนทำให้ จำนวนผู้ชมโทรทัศน์น้อยกว่าประมาณการและกระทบต่อรายได้จากค่าโฆษณาอย่างรุนแรง

ตารางชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

ประเภท	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ขั้นต่ำ	50%	30%	20%	10%		
ส่วนเกินขั้นต่ำ	10%	10%	20%	20%	20%	20%

ที่มา: กสทช.

หากย้อนเวลากลับไปได้ อดิศักดิ์ อยากให้ กสทช. กำกับดูแลให้โครงข่ายโทรทัศน์ขึ้น เสร็จสมบูรณ์เสียก่อนแล้วจึงค่อยเปิดประมูล ซึ่งเชื่อว่า จะช่วยให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่ ตกอยู่ในภาวะยากลำบากเช่นนี้

ตารางชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ช่อง Nation

หน่วย: ล้านบาท

ประเภท	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	รวม
ขั้นต่ำ	110	66	44	22			220
ส่วนเกินขั้นต่ำ	111.8	111.8	223.6	223.6	223.6	223.6	1,118
	221.8	177.8	267.6	245.6	223.6	223.6	1,338

ที่มา: กสทช.

วิธีการประมูลด้วยราคาสูงสุดเพื่อให้เอกชนรับใบอนุญาตในการดำเนินกิจการโทรทัศน์ ภาคพื้นดิน อาจไม่ใช่วิธีที่ดีที่สุดในสายตาของออดิศักดิ์ เพราะด้วยวิธีประมูลแบบนี้ เท่ากับว่า รัฐให้ความสำคัญกับรายได้จากค่าใบอนุญาตมากกว่าประโยชน์ที่ประชาชนคนดูจะได้รับจากการ ให้บริการของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นเสมือนสาธารณูปโภคอย่างหนึ่งของประชาชนทุกคน เขาเห็นว่า การคัดเลือกผู้ประกอบการโทรทัศน์ให้ได้รับใบอนุญาตฯ ด้วยวิธีการแบบ “Beauty Contest” หรือคัดเลือกด้วยคุณสมบัติของผู้ประกอบการ น่าจะทำให้ประชาชนได้ประโยชน์มากกว่า การคัดเลือกผู้ชนะด้วยเงินค่าตอบแทนสูงสุดที่เสนอให้กับรัฐ เพราะเมื่อผู้ประกอบการมีต้นทุนค่า

ใบอนุญาตที่สูงแล้ว ก็ต้องพยายามหาวิธีลดต้นทุนด้านอื่นลงเพื่อให้มีกำไรหรืออยู่รอด หรือหาช่องทางหารายได้แบบใหม่ ๆ ด้วยการแสวงหาโฆษณาสินค้าเข้าไปในเนื้อหารายการ กระทั่งต่อคุณภาพของรายการโทรทัศน์ แต่หากรัฐใช้วิธีคัดเลือกโดยคุณสมบัติ หรือคุณภาพแล้ว ผู้ประกอบการเหล่านั้น ก็จะพยายามรักษาคุณภาพของรายการโทรทัศน์ให้ดีที่สุด ประโยชน์ก็จะตกอยู่กับประชาชนคนดูในที่สุด

จำนวนช่องโทรทัศน์ดิจิทัล 24 ช่อง เมื่อตอนเริ่มแรก หากมองในฝั่งประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ เป็นเรื่องที่ดี ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการรับชมโทรทัศน์มาก แต่ในฝั่งผู้ประกอบการโทรทัศน์ กลับกลายเป็นเรื่องไม่ดี ทำให้การแข่งขันสูงเกินไป ประกอบกับการเข้ามาแย่งชิงผู้ชมโทรทัศน์ของสื่อออนไลน์และโทรทัศน์ในระบบ OTT ทำให้เม็ดเงินโฆษณาที่เป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงให้โทรทัศน์ทุกช่องอยู่ได้ เหตุการณ์กินใบอนุญาตของโทรทัศน์ 7 ช่องเมื่อปี 2562 เป็นสิ่งยืนยันได้ชัดว่า โทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน 24 ช่อง เป็นจำนวนที่มากเกินไปสำหรับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์

ใบอนุญาตโทรทัศน์ระบบดิจิทัลกำลังจะหมดอายุลงในปี พ.ศ. 2572 หรืออีกเพียง 7 ปีข้างหน้า เป็นเวลาที่สั้นมากสำหรับธุรกิจโทรทัศน์ที่ลงทุนสูงและใช้เวลาคืนทุนยาวนาน อธิศักดิ์ให้ความเห็นว่า หน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.) ควรเริ่มศึกษาและวางแผนสำหรับการเปลี่ยนผ่านครั้งใหม่ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่คลื่นความถี่อาจไม่ใช่หัวใจของกิจการโทรทัศน์ และสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ก็คือ โทรทัศน์พื้นฐานของไทยทั้ง 15 ช่องในปัจจุบันและช่องที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต จะไปรวมกันอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ OTT กลาง หากสมมติฐานนี้เป็นจริง กสทช. ควรมีแผนงานให้เกิดการออกอากาศแบบ “คู่ขนาน” ในช่วง 3-4 ปีก่อนหมดอายุใบอนุญาต เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านครั้งใหม่เป็นไปด้วยความราบรื่นและสมบูรณ์ ให้ประโยชน์สูงสุดตกอยู่กับประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ ขณะเดียวกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ก็สามารถทำธุรกิจให้มีรายได้และกำไรตามสมควรอย่างยิ่งยั้งตลอดไป

4.6 สมชาย รัชชิตานนท์

สมชาย รัชชิตานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไบรท์ทีวี จำกัด ผู้ประมวลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล ช่อง Bright TV ในหมวดข่าวสารและสาระ ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 1,298 ล้านบาท เป็นลำดับสุดท้ายหมวดนี้

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ข่าวสาร และสาระ



แหล่งที่มา: สำนักงาน กสทช.

สมชาย ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2565 เล่าว่า ก่อนที่จะเข้าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลครั้งนี้ บริษัทของเขา เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในนาม บริษัท 3 เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด อยู่กับโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มานานกว่า 10 ปี มีรายได้และกำไรสะสมไว้มากเพียงพอ เมื่อ กสทช. เปิดโอกาสให้มีการประมูลคลื่นความถี่เพื่อเป็นเจ้าของโทรทัศน์เองได้ เข้าจึงไม่ลังเลที่จะเข้าร่วมประมูล เพราะมีประสบการณ์ด้านรายการ การตลาด และการขายอยู่ระดับที่ดีมากเป็นทุนเดิม

สมชาย ออกตัวว่า Bright TV เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ช่องเล็ก ๆ เงินทุนไม่มาก แต่ด้วยประสบการณ์และความสามารถที่มีอยู่ ก็มีความมั่นใจว่า จะสามารถทำธุรกิจในฐานะเจ้าของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินภายใต้ชื่อ Bright TV ให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งความเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์พื้นดินนั้น นับว่ามีความสำคัญมากสำหรับเขา เพราะโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ถือเป็นโทรทัศน์พื้นฐานของประเทศ ที่มีเพียง 24 ช่อง ขณะที่โทรทัศน์ออนไลน์ มีจำนวนนับไม่ถ้วน

ย้อนหลังกลับไปวันที่ สมชาย ตัดสินใจเข้าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล แน่แน่นอนว่า เขาได้ประเมินศักยภาพของตลาดและความสามารถของบริษัทฯ แล้วว่า ธุรกิจโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่ดีที่สามารถสร้างรายได้และมีกำไรตามสมควร แต่แล้วด้วยสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง และปัจจัยภายนอกที่มีอาจควบคุมได้ ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าที่วางไว้ ทำให้บริษัทฯ ประสบภาวะขาดทุนตั้งแต่ปีแรก (2557) ซึ่งเป็นปีเริ่มต้นแต่ไม่เต็มปี จึงขาดทุนไม่มากนัก แต่ปีต่อมาคือปี 2558 เป็นปีที่ Bright TV ขาดทุนสูงสุดกว่า 200 ล้านบาท และขาดทุนน้อยลงในปี 2559 และปีต่อ ๆ มา เนื่องจากรายได้ที่เติบโตขึ้นทุกปีอย่างมีนัยสำคัญ

เรตติ้งและอันดับของช่อง Bright TV



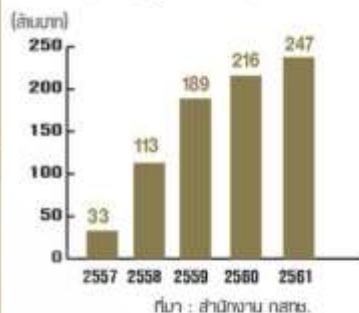
เรตติ้งเฉลี่ยและฐานผู้ชมของ Bright TV

	2557	2558	2559	2560	2561
เรตติ้งรวมเฉลี่ย	0.006	0.022	0.027	0.044	0.035
พื้นที่					
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0.007	0.018	0.038	0.056	0.038
ภาคเหนือ	0.007	0.031	0.031	0.076	0.057
ภาคใต้	0.005	0.017	0.023	0.039	0.029
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0.005	0.022	0.021	0.026	0.028
ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก	0.007	0.022	0.030	0.042	0.034
เพศ					
เพศชาย	0.006	0.025	0.030	0.047	0.035
เพศหญิง	0.006	0.019	0.025	0.040	0.035
อายุ					
4-5 ปี	0.002	0.010	0.012	0.013	0.012
6-9 ปี	0.002	0.008	0.010	0.015	0.015
10-14 ปี	0.003	0.010	0.010	0.011	0.013
15-19 ปี	0.002	0.012	0.010	0.012	0.009
20-24 ปี	0.003	0.011	0.010	0.011	0.011
25-29 ปี	0.005	0.017	0.014	0.014	0.013
30-34 ปี	0.003	0.013	0.015	0.020	0.016
35-39 ปี	0.005	0.017	0.022	0.040	0.019
40-44 ปี	0.008	0.022	0.028	0.028	0.032
45-49 ปี	0.007	0.029	0.035	0.045	0.040
50 ปีขึ้นไป	0.011	0.038	0.051	0.089	0.070

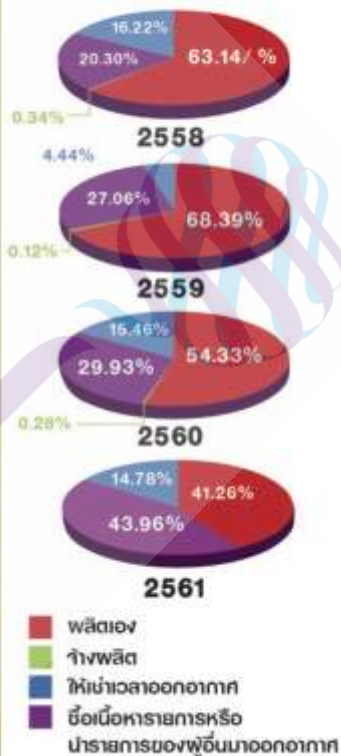
ที่มา : Nielsen



รายได้ของบริษัท ทรูทีวี จำกัด (Bright TV)



สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ



ที่มา : สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์, สำนักงาน นกข.

อย่างไรก็ดี ในปี 2562 ด้วยคำสั่ง คสช. ที่ช่วยปลดล็อกให้ กสทช. สามารถให้ผู้รับใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลคืนใบอนุญาตได้ เขาได้ประเมินว่า แม้บริษัทฯ จะสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จนถึงจุดที่มีกำไร แต่ก็ยังมีความเสี่ยงที่อาจจะไม่เป็นไปอย่างที่คิด ขณะที่ยังมีหนี้สินของกิจการอยู่ก็มาก การคืนใบอนุญาตจะทำให้ได้รับเงินค่าใบอนุญาตที่ชำระไปแล้วคืนถึง 499 ล้านบาท ทำให้เขาตัดสินใจคืนใบอนุญาตฯ ในปี 2562 ซึ่งเขามั่นใจว่า เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องที่สุดแล้ว

สำหรับสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ไม่ประสบความสำเร็จนั้น สมชาย ให้น้ำหนักมากที่สุดที่ความไม่พร้อมของโครงข่ายโทรทัศน์ในช่วง 3 ปีแรก ไม่ว่าจะเป็นการขยายโครงข่ายที่ล่าช้า และ คุณภาพของโครงข่าย ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อความล่าช้าของการแจกคู่มือแลกรหัสกล่องรับสัญญาณอีกด้วย

ขณะที่เครือข่ายยังไม่พร้อมและไม่สมบูรณ์ แต่ กสทช. ก็บังคับให้ผู้รับใบอนุญาตทุกช่อง ต้องออกอากาศพร้อมกันในเดือนเมษายน 2557 จำนวนคนดูผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดินจึงมีน้อยกว่าเป้าหมายอย่างมาก ส่งผลต่อเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ ขณะเดียวกัน โทรทัศน์ออนไลน์ และ OTT ก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ จนแซงโทรทัศน์ภาคพื้นดินไปในที่สุด

ในประเด็นจำนวนช่องโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ 24 ช่อง สมชาย ให้ความเห็นว่า ในวันที่ประมูล เชื่อว่าไม่มีใครคิดว่าจะเป็นปัญหา เพราะจากตัวเลขเม็ดเงินโฆษณาที่ กสทช. นำเสนอไว้แบ่ง ๆ กันไปทุกช่อง ก็น่าจะสามารถทำให้ทุกช่องอยู่ได้ แต่หลังจากนั้นไม่นาน จึงเริ่มตระหนักว่าแท้ที่จริงแล้ว เม็ดเงินโฆษณาที่เป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ระบบฟรีทีวี มิได้มาพอจะแบ่งให้ทุกช่องอยู่ได้ ถึงจุดนี้ สมชาย ยอมรับว่า 24 ช่อง เป็นจำนวนที่มากเกินไป

การกำหนดอัตราค่าโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ชมโทรทัศน์เป็นสำคัญ ขณะที่จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ทั่วประเทศนอกจากจะไม่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ จากพฤติกรรมที่คนส่วนใหญ่หันไปรับชมเนื้อหาผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือระบบ OTT ทำให้อัตราค่าโฆษณาดำกว่าที่คาดการณ์ไว้ สมชาย บอกว่า อัตราค่าโฆษณาโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินระดับชาติของช่องที่มีเรตติ้งอันดับท้าย ๆ ราคาต่ำเทียบเท่าโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งเป็นราคาที่ผิดความคาดหมายไปมาก

ปัญหาเรตติ้งผู้รับชมโทรทัศน์ที่ไม่สะท้อนความเป็นจริง เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้โทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ ไม่สามารถกำหนดราคาค่าโฆษณาที่เหมาะสมกับต้นทุนการผลิตและออกอากาศได้

การจัดแบ่งหมวดหมู่ช่องรายการ สมชาย เห็นว่าได้ก่อให้เกิดปัญหาที่คาดไม่ถึง โดยเฉพาะปัญหาที่กระทบช่องข่าวอย่าง Bright TV และช่องข่าวอื่น ๆ เนื่องจากแต่เดิมช่องข่าวมี

เพียง 7 ช่อง การแข่งขันในหมวดหมู่นี้จึงควรจำกัดอยู่เพียง 7 ช่องข่าวที่ถือใบอนุญาตในหมวดข่าวสารและสาระเท่านั้น แต่ก็ปรากฏว่า ช่องโทรทัศน์ในหมวดหมู่ทั่วไป ทั้งที่เป็นความคมชัดปกติและความคมชัดสูงทั้งหมด ต่างแข่งกันทำรายการข่าวในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนช่องในหมวดหมู่ทั่วไปหลายช่อง กลายเป็นช่องข่าวไปโดยปริยาย ทำให้ช่องข่าวมีการแข่งขันที่สูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น สมชาย ให้ความเห็นว่า ไม่ควรแบ่งหมวดหมู่ตามประเภทของเนื้อหาการออกอากาศที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คือ หมวดหมู่เด็ก ข่าวสาร และ ทั่วไป แต่ควรแบ่งหมวดหมู่ตามความคมชัดของภาพ เพื่อความสะดวกในการกำหนดค่าใบอนุญาตและค่าบริการโครงข่ายโทรทัศน์ อย่างไรก็ดี ในอนาคต หากจำนวนช่องโทรทัศน์มีไม่มาก ก็ไม่ควรจะแบ่งประเภทความคมชัดเป็นแบบความคมชัดปกติ (SD) กับความคมชัดสูง (HD) เพราะความคมชัดสูง (HD) ได้กลายเป็นมาตรฐานของโทรทัศน์ในปัจจุบันและอนาคตไปแล้ว

ประเด็นระยะเวลาในการชำระค่าใบอนุญาต สมชาย เห็นว่าไม่เป็นธรรมกับผู้ประกอบการ เนื่องจากใบอนุญาตมีอายุ 15 ปี แต่ต้องชำระล่วงหน้าให้เสร็จสิ้นภายในเวลาเพียง 6 ปี กลายเป็นภาระทางการเงินที่หนักมากสำหรับผู้ประกอบในระยะ 6 ปีแรก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ ถึงกับขาดทุนจนดำเนินธุรกิจต่อไม่ได้

อายุใบอนุญาต 15 ปี สมชาย เห็นว่าเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่ต้องลงทุนสูงและเสริมว่า เมื่อครบอายุใบอนุญาตแล้ว ควรจะใช้วิธีต่อใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการรายเดิม แทนที่จะต้องประมูลใหม่ แต่ก็เชื่อว่า ไม่น่าจะมีการประมูลครั้งใหม่เกิดขึ้นเมื่อใบอนุญาตปัจจุบันหมดอายุลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

จากปี 2562 เป็นต้นมา มีผู้ประกอบการยื่นใบอนุญาตพร้อม ๆ กัน 7 ช่อง สมชาย ประเมินว่า น่าจะมีเม็ดเงินโฆษณาจาก 7 ช่องนี้ปีละไม่ต่ำกว่า 1,500 ล้านบาท ไหลไปที่ช่องอื่น จึงเชื่อว่า 15 ช่องที่เหลืออยู่ จะสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จนถึงสิ้นสุดใบอนุญาต

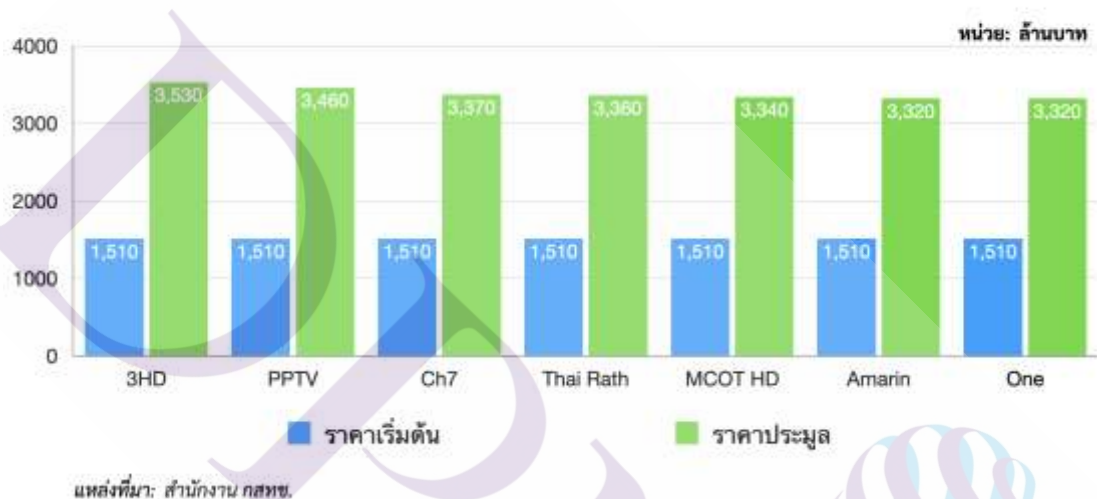
ปัจจุบัน ธุรกิจของ สมชาย รัชมิธนานนท์ ก็ยังคงดำเนินต่อไป โดยเขาบอกว่า แม้จะไม่ได้เป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลในหมวดข่าวสารและสาระ ภายใต้ชื่อ Bright TV แต่ได้ปรับเปลี่ยนธุรกิจไปอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบภายใต้ชื่อใหม่ Bright Today ในฐานะ “สำนักข่าวออนไลน์” อันดับต้น ๆ ของเมืองไทย

4.7 รูปภาพ คลื่นขาย

ในการให้ข้อมูลครั้งนี้ รูปภาพ คลื่นขาย ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2565 ในนาม นายกสมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) และ บริษัท ทริปเปิล วิ บรอดคาสท์ จำกัด เจ้าของช่อง Thai Rath TV อีกด้วย

บริษัท ทริปเปิล วิ บรอดคาสท์ จำกัด ประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล ในหมวดหมู่ทั่วไปความชัดสูง ในชื่อช่อง Thai Rath TV HD ด้วยมูลค่า 3,360 ล้านบาท

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ทั่วไป แบบความคมชัดสูง



รูปภาพ คลื่นขาย บรรยายสรุปสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จตามลำดับความสำคัญไว้ดังนี้

ประการแรก ซึ่งเป็นประการที่มีน้ำหนักมากที่สุดคือ ผู้ประมูลประเมินสถานการณ์ผิดพลาดก่อนเข้าร่วมประมูล ด้วยก่อนหน้าที่จะมีการเปิดประมูล ธุรกิจฟรีทีวี เป็นธุรกิจที่มีรายได้และกำไรมหาศาล เห็นได้จากโทรทัศน์ช่อง 3 และ ช่อง 7 ต่างมีรายได้หลักหมื่นล้านบาทต่อปี และกำไรหลายพันล้านบาทต่อปี โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในปี 2556 ก่อนปีที่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล 24 ช่องจะเริ่มออกอากาศ ช่อง 3 มีรายได้ 10,483 ล้านบาท และมีกำไร 3,500 ล้านบาท ขณะที่ช่อง 7 มีรายได้ 10,312 ล้านบาท และมีกำไรมากถึง 5,231 ล้านบาท ทำให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโทรทัศน์และที่ไม่เกี่ยวข้อง เห็นถึงโอกาสในการลงทุนในธุรกิจที่มีรายได้และกำไรสูง แม้จะไม่คาดหวังตัวเลขมากเท่ากับรายเดิมอย่างช่อง 3 และ ช่อง 7 แต่ก็ได้ประเมินแล้วว่า ธุรกิจโทรทัศน์ฟรีทีวี น่าจะสร้างรายได้และกำไรได้อย่างเป็นกอบเป็นกำในเวลาอันสั้นได้ จึงตัดสินใจเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตกันจำนวนมาก และต่างก็มุ่งมั่น

จะประมูลให้ได้ใบอนุญาตตามที่วางแผนไว้ ทำให้การประมูลในครั้งนั้น เป็นไปด้วยความคึกคัก เข้มข้นเกินกว่าที่ กสทช. ประเมินไว้ ทั้งนี้ก่อนหน้าการประมูล TDRi เคยประเมินไว้ว่า การประมูลใบอนุญาตโทรทัศนระบบดิจิทัลครั้งนี้ จะมีมูลค่าใบอนุญาตรวมกันสูงถึง 13,500 ล้านบาท แต่ปรากฏว่า การประมูลครั้งนี้จบลงที่มูลค่ารวมกัน 50,862 ล้านบาท

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่สูงมากนี้เอง เป็นสาเหตุสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประสบปัญหาทางการเงินตั้งแต่ปีแรก ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนจำกัด และประสบภาวะขาดทุนต่อเนื่องหลาย ๆ ปี จนต้องตัดสินใจคืนใบอนุญาตและยุติการดำเนินกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในที่สุด

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

หน่วย: ล้านบาท

หมวดหมู่	จำนวนช่อง	เฉลี่ยต่อช่อง	รวม
เด็ก เยาวชน	3	658	1,974
ข่าวสาร สาร	7	1,319.71	9,238
ทั่วไป คมชัดปกติ	7	2,278.57	15,950
ทั่วไป คมชัดสูง	7	3,385.71	23,700
รวม	24	2,119.25	50,862

แหล่งที่มา: กสทช.

สาเหตุประการถัดมา คือ สถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่สงบ เกิดการชุมนุมประท้วงอย่างต่อเนื่องและยาวนานและนำไปสู่ความรุนแรง จนเป็นเหตุให้เกิดรัฐประหารขึ้นในเดือน พฤษภาคม 2557 ประมาณหนึ่งเดือนหลังจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเริ่มออกอากาศ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และต่อธุรกิจโฆษณาอันเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ดิจิทัลที่เพิ่งจะเริ่มต้น

สาเหตุต่อมา ถือเป็นความบกพร่องของ กสทช. โดยตรง คือ ความล่าช้าในการกำกับดูแลให้โครงข่ายโทรทัศน์ และการแจกจ่ายคลื่นรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยอุปถัมภ์แลกซื้อคลื่นรับสัญญาณโทรทัศน์รอบแรก เริ่มแจกจ่ายในเดือนตุลาคม 2557 จำนวน 4.64 ล้านฉบับ รอบที่ 2 ในเดือนพฤศจิกายน 2557 จำนวน 3.9 ล้านฉบับ รอบที่ 3 ในเดือนธันวาคม 2557 จำนวน 6.23 ล้านฉบับ รอบที่ 4 ในเดือนมกราคม 2558 จำนวน 6.33 ล้านฉบับ และรอบ

สุดท้ายในเดือนพฤษภาคม 2558 จำนวน 5.4 ล้านฉบับ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแจกจ่ายใน 4 รอบที่ผ่านมา ยังมีประชาชนที่ไม่ได้รับคู่มือจำนวนมาก กสทช. จึงได้เก็บตกด้วยการแจกจ่ายเพิ่มเติมอีก 3.98 ล้านฉบับระหว่างเดือนมกราคมถึงมีนาคม 2560 และให้ประชาชนนำไปแลกกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน์ได้จนถึงเดือนกันยายน 2560 จึงน่าจะอนุมานได้ว่า กว่าที่ครัวเรือนทั่วประเทศจะสามารถรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลผ่านการรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน โดยสมบูรณ์ได้นั้น กินเวลาเกือบ 4 ปี ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และกระทบโดยตรงต่อรายได้จากค่าโฆษณาของโทรทัศน์ดิจิทัลทุกราย

สุภาพ ขยายความต่อว่านอกจากความล่าช้าในการขยายโครงข่ายและการแจกจ่ายคู่มือแลกกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน์แล้ว ยังมีปัญหาด้านคุณภาพของโครงข่ายและกล่องรับสัญญาณ กล่าวคือ ประชาชนที่จะชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้นั้น ต้องติดตั้งเสาอากาศที่มีความสูงไม่ต่ำกว่า 6 เมตร ซึ่งเป็นปัญหาสำหรับครัวเรือนในเขตชนบท และยังเป็นปัญหาสำหรับครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในอาคารชุดที่ไม่สามารถติดตั้งเสาอากาศเพื่อรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินได้เลย ซึ่งทางออกของครัวเรือนเหล่านี้คือการรับชมผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม หรือ เคเบิลทีวี ซึ่งเป็นระบบโครงข่ายกลางของทุกอาคารชุด

แม้ประชาชนจะสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ของโทรทัศน์ระบบดิจิทัลผ่านกล่องรับสัญญาณดาวเทียม หรือ เคเบิลทีวีได้ก็ตาม แต่วิธีการนี้ไม่ใช่วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และเป็นการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างไม่คุ้มค่า

สุภาพ สรุปว่า สาเหตุต่าง ๆ ที่สรุปมาข้างต้น ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลแทบทุกราย ประสบภาวะขาดทุนอย่างหนักในช่วง 3-4 ปีแรก เนื่องจากจำนวนคนดูโทรทัศน์น้อยกว่าเป้าหมายอย่างมาก เปรียบเสมือนการ “เผาเงินทิ้ง” อย่างน่าเสียดาย

ผลกระทบอย่างรุนแรงจากเทคโนโลยี (Technology Disruption) ก็เป็นปัจจัยที่ซ้ำเติมสถานการณ์โทรทัศน์ดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook และ Youtube หรือแพลตฟอร์ม OTT ระดับโลกที่เข้าสู่ตลาดเมืองไทย ได้แย่งชิงผู้ชมไปจากหน้าจอโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวนมาก ซึ่งทำให้โฆษณาไหลตามช่องทางเหล่านี้ไปด้วย

สุภาพบอกว่า สื่อออนไลน์รวมทั้งแพลตฟอร์ม OTT ไม่มีต้นทุนค่าใบอนุญาตและโครงข่าย อีกทั้งไม่มีกฎหมายควบคุมหรือกำกับดูแลด้านเนื้อหารายการโดยตรง ทำให้สื่อเหล่านี้มีความได้เปรียบในการแข่งขันกับโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งในปัจจุบัน กสทช. ก็ยังไม่สามารถทำอะไรกับสื่อเหล่านี้ได้ และย้ำว่า OTT เป็นปัญหาของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

จำนวนช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล 24 ช่อง ในระยะแรก สุภาพ มองว่าไม่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการแข่งขัน เนื่องจาก กสทช. ได้ออกแบบให้มีการแบ่งแยกหมวดหมู่ชัดเจนตามชื่อ

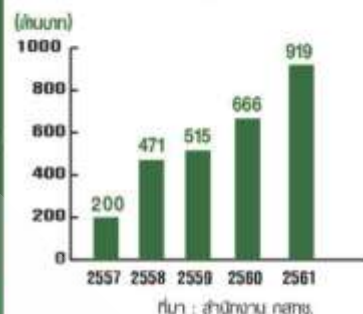
หมวดหมู่ โดยแต่ละหมวดหมู่มีจำนวนไม่เกิน 7 ช่อง การแข่งขันจึงน่าจะจำกัดอยู่ในวงแคบ คือแค่ 7 ช่อง ไม่ใช่ 24 ช่อง แต่เมื่อเวลาผ่านไปเพียงระยะเวลาไม่นาน การปรับตัวตามกระแสความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ ทำให้โทรทัศน์ทุกช่อง ปรับเนื้อหารายการและวิธีนำเสนอจนมีความคล้ายกันเกือบทั้งหมด การแข่งขันจึงไม่ได้จำกัดในหมวดหมู่เดียวกัน แต่กลายเป็นการแข่งขันกับทุกหมวดหมู่และทุกช่องโทรทัศน์ และเป็นการแข่งขันที่ไม่เกิดประโยชน์หรือผลดีต่อประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์



เรตติ้งและอันดับของช่อง ไทยรัฐทีวี



รายได้ของบริษัท
ทรูปลูกผัก ทีวี บรอดคาสท์ จำกัด
(ช่องไทยรัฐทีวี)

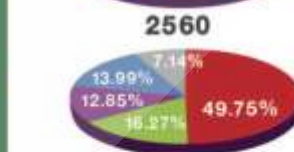
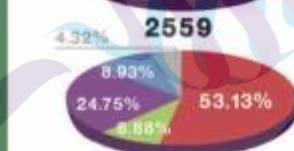
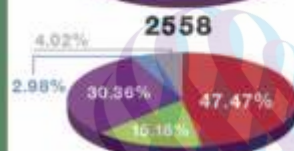
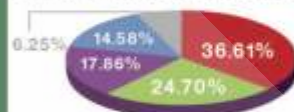


เรตติ้งเฉลี่ยและฐานผู้ชมช่อง ไทยรัฐทีวี

	2557	2558	2559	2560	2561
เรตติ้งรวมเฉลี่ย	0.052	0.140	0.203	0.265	0.410
พื้นที่					
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	0.041	0.146	0.251	0.333	0.528
ภาคเหนือ	0.067	0.181	0.247	0.344	0.501
ภาคใต้	0.042	0.117	0.169	0.182	0.282
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0.047	0.128	0.168	0.235	0.366
ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก	0.064	0.141	0.216	0.262	0.417
เพศ					
เพศชาย	0.054	0.155	0.219	0.283	0.408
เพศหญิง	0.050	0.127	0.188	0.247	0.412
อายุ					
4-5 ปี	0.034	0.063	0.078	0.092	0.165
6-9 ปี	0.021	0.060	0.077	0.094	0.171
10-14 ปี	0.034	0.093	0.097	0.112	0.187
15-19 ปี	0.044	0.103	0.095	0.113	0.144
20-24 ปี	0.022	0.073	0.081	0.087	0.149
25-29 ปี	0.039	0.089	0.093	0.114	0.191
30-34 ปี	0.039	0.098	0.123	0.158	0.254
35-39 ปี	0.042	0.108	0.180	0.195	0.314
40-44 ปี	0.051	0.177	0.223	0.248	0.389
45-49 ปี	0.067	0.205	0.291	0.366	0.535
50 ปีขึ้นไป	0.081	0.204	0.341	0.457	0.707

ที่มา : Nielsen

สัดส่วนรายการที่ออกอากาศ



- พลัดเอง
- จำพลัด
- ไข่น้ำเวลาออกอากาศ
- ชื่อนี้หรือรายการหรือ
- ร้องพลัด
- ป้ายการของผู้อื่นมาออกอากาศ

ที่มา : สำนักงานอนุภาพประกอบ
กิจการโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.

ระบบวัดเรตติ้งความนิยมคูโทรทัศน์ในปัจจุบัน ก็เป็นอีกหนึ่งปัญหารอง ๆ ที่ทำให้โทรทัศน์บางช่อง บางรายการ ไม่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ เนื่องจากตัวเลขเรตติ้งที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สะท้อนความเป็นจริง รายการโทรทัศน์จำนวนมากที่เป็นรายการคุณภาพหรือรายการน้ำดีที่น่าจะมีจำนวนผู้ชมมากระดบหนึ่ง กลับปรากฏว่า เป็นรายการที่มีเรตติ้งต่ำมากจนไม่สามารถขายโฆษณาได้ ซึ่งปัญหานี้ สุภาพเชื่อว่า จะได้รับการแก้ไขให้ดีขึ้นหลังจากที่สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิตอล ได้ร่วมมือกับ กสทช. ปรับปรุงวิธีการจัดทำเรตติ้งแบบใหม่แล้วเสร็จประมาณต้นปี 2566 และเชื่อว่า เรตติ้งระบบใหม่จะสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนารายการโทรทัศน์อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

รูปแบบการชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ก็เป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ คือแทนที่ผู้ประกอบการจะจ่ายค่าธรรมเนียมน้อย ๆ ในช่วงปีเริ่มต้นที่ยังมีรายได้น้อย แล้วค่อยจ่ายมากขึ้นในปีท้าย ๆ ที่รายได้เพิ่มมากขึ้น แต่กลับกลายเป็นว่า ผู้ประกอบการต้องจ่ายค่าธรรมเนียมสูงมากในช่วงปีเริ่มต้น ในขณะที่รายได้ของผู้ประกอบการยังน้อยอยู่นับว่าเป็นรูปแบบการชำระเงินค่าธรรมเนียมที่ไม่สมเหตุผลและไม่สอดคล้องกับธรรมชาติของการทำธุรกิจ

การที่ กสทช. รับคืนใบอนุญาตและคืนเงินค่าธรรมเนียบบางส่วนให้กับผู้รับใบอนุญาต ถือเป็นเรื่องดี เพราะเชื่อว่า จะมีผู้ประกอบการหลายรายที่ไม่สามารถอยู่รอดจนครบอายุใบอนุญาต ซึ่งหากเป็นเช่นนั้น ก็จะเป็นความสูญเสียที่ไม่ควรจะต้องปล่อยให้เกิดขึ้น

เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาตในปี 2572 สุภาพ เห็นว่า ไม่ควรมีการประมูลใหม่ และเชื่อว่า จะไม่มีผู้ประกอบการรายใดเข้าร่วมประมูลอีก แต่ควรใช้วิธีการที่ให้ผู้ประกอบการรายเดิมได้ดำเนินกิจการต่อไป โดย กสทช. เป็นผู้กำหนดคุณสมบัติ หรือ เงื่อนไขในการอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายเดิม ดำเนินกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลต่อไปอีกระยะเวลาหนึ่ง เช่น 10 หรือ 15 ปี ด้วยตลอดระยะเวลาใบอนุญาตเดิม 15 ปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ปรารถนาคงอยากลำบากในการดำเนินกิจการ บ้างก็ไม่มีกำไร บ้างก็ขาดทุนอย่างหนัก จึงควรที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเหล่านั้น ได้มีโอกาสทำธุรกิจต่อเนื่องและมีกำไรชดเชยขาดทุนในช่วงใบอนุญาตเดิม

4.8 เมฆินทร์ เพ็ชรพลาย

เมฆินทร์ เพ็ชรพลาย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด ผู้ประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล ช่อง Voice TV ในหมวดข่าวสารและสาระ ด้วยมูลค่าใบอนุญาต 1,330 ล้านบาท

วอยซ์ ทีวี เป็นหนึ่งในเจ็ดช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ขึ้นใบอนุญาตฯ เมื่อปี 2562 โดยยุติการออกอากาศทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2562 และได้รับคืนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเป็นเงิน 508 ล้านบาท

เมฉินทร์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2565 เล่าว่า ย้อนหลังไปหลายปี นับแต่วันที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร ทั้งในด้านโทรคมนาคมและด้านสื่อสารมวลชน เขามองว่า คลื่นความถี่กลายเป็นเครื่องมือที่ล้ำสมัยไปแล้ว เขาจึงตัดสินใจคืนใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลที่ใช้คลื่นความถี่เมื่อปี 2562 ในทันทีที่ กสทช. ประกาศรับคืนใบอนุญาตฯ และรับเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ชำระล่วงหน้าไปแล้วคืน เพื่อนำมาลงทุนในการทำธุรกิจผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ (Content Provider) เพื่อออกอากาศทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่อไป

มูลค่าประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล หมวดหมู่ข่าวสาร และสาระ

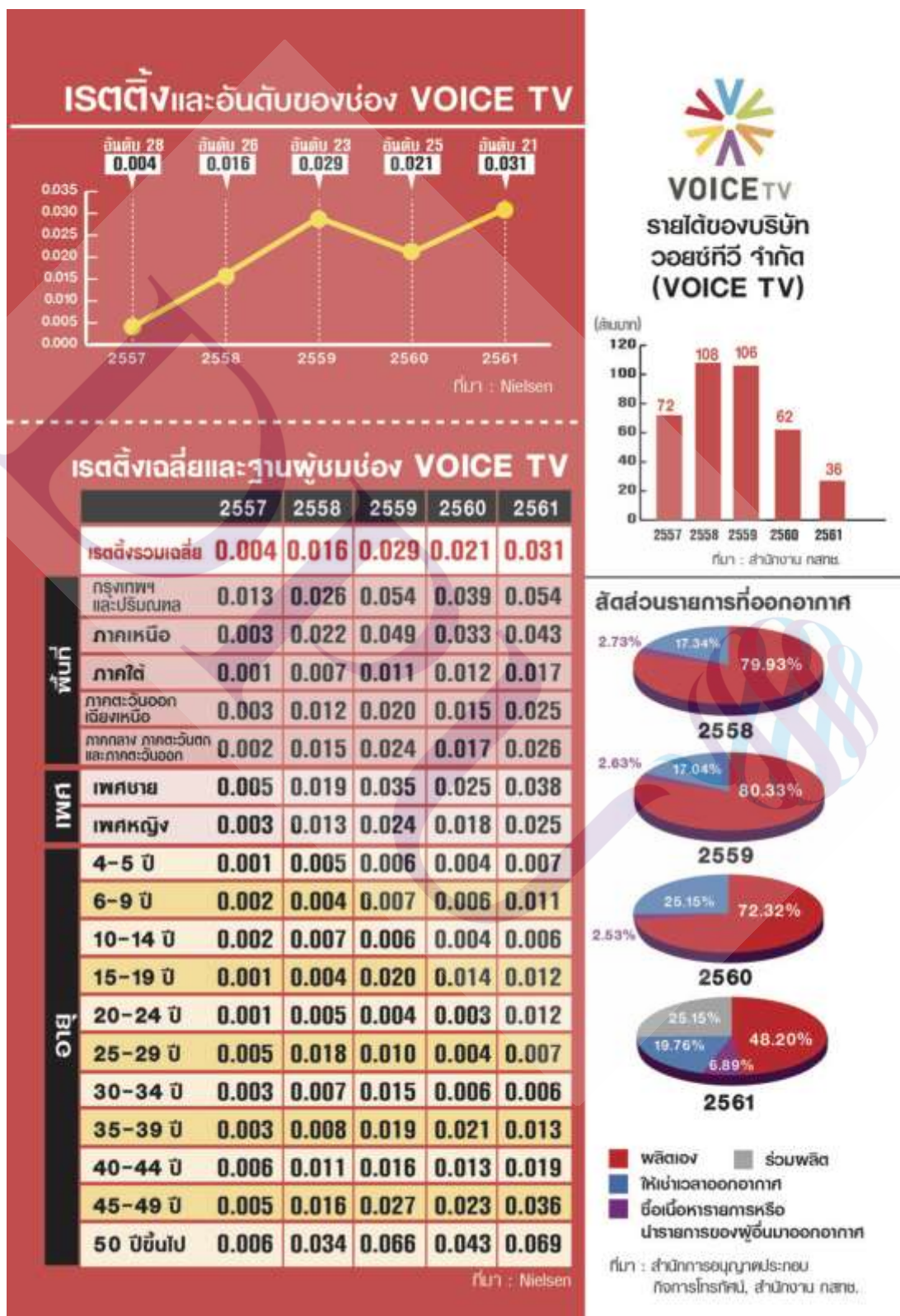


แหล่งที่มา: สำนักงาน กสทช.

ในเวลาที่มีการประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลของช่อง Voice TV ในเดือนธันวาคม 2556 นั้น เมฉินทร์ ยังไม่ได้เข้าร่วมงานกับ Voice TV เนื่องจากเขามาเริ่มงานกับ Voice TV ในเดือนธันวาคม 2557 ซึ่งในเวลานั้น เขาก็เริ่มมองเห็นแนวโน้มของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่กำลังเปลี่ยนแปลง จึงได้สั่งการให้ Voice TV ระวังการลงทุนเพิ่มในส่วน of โทรทัศน์ดิจิทัลที่ใช้คลื่นความถี่ ซึ่งการตัดสินใจในแนวทางนี้ ช่วยลดขาดทุนสะสมของบริษัทฯ ได้จำนวนมาก ณ วันที่คืนใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในปี 2562

จนถึงวันนี้ เมฉินทร์ ระบุว่าผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่อง ต่างก็มีแพลตฟอร์มออนไลน์ของตัวเองหมดแล้ว รวมทั้ง Voice TV ซึ่งได้ทำคู่ขนานมาตั้งแต่เริ่มต้นออกอากาศ

โทรทัศน์ระบบดิจิทัล เป็นสิ่งตอกย้ำความเชื่อของเขาที่ว่า คลื่นความถี่เพื่อการออกอากาศทางโทรทัศน์ ไม่ใช่สิ่งจำเป็นหรือสำคัญที่สุดอีกต่อไป



เมื่อถามถึงความเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้กิจการ โทรทัศน์ดิจิทัลของไทย ไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้ เมฉินทร์ ให้นำหนักมากที่สุดที่การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เวลากับหน้าจออื่น ๆ มากกว่าจอโทรทัศน์บ้าน อันเป็นสาระสำคัญของระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ซึ่งเขาเชื่อว่า แนวโน้มนี้ กสทช. ทราบดี แต่ก็ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนเชิงนโยบาย แผนงาน หรือ ดำเนินการใด ๆ ให้สอดคล้องหรือรับกับการเปลี่ยนแปลงนี้

ประการถัดมาคือ ปัญหาการขยายโครงข่ายที่ล่าช้า ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ขณะที่การเรียกเก็บค่าบริการโครงข่าย ก็มีได้เก็บตามสัดส่วนความสำเร็จของโครงข่ายในแต่ละช่วงเวลา ทำให้ผู้ประกอบการต้องรับภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายเต็มเม็ดเต็มหน่วยในขณะที่ผู้ชมโทรทัศน์ ต่ำกว่าเป้าหมายอย่างมาก ซึ่งในเรื่องนี้ เมฉินทร์ ให้ความเห็นว่า หาก กสทช. สามารถกำกับดูแล และควบคุมให้การขยายโครงข่ายเป็นไปตามเป้าที่วางไว้แล้ว ความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล ก็จะไม่มากอย่างที่ปรากฏ

การแบ่งหมวดหมู่ช่องรายการ และการกำหนดเงื่อนไขสัดส่วนประเภทรายการให้แต่ละหมวดหมู่ ก็เป็นปัญหาในทางปฏิบัติ และก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมแก่ช่องโทรทัศน์ในหมวดข่าวสารและสาระ โดยช่องโทรทัศน์ในหมวดหมู่ข่าว ถูกกำหนดให้มีรายการข่าวไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นเรื่องที่ถูกต้องเหมาะสมแล้วเพราะเป็นช่องข่าว ขณะที่ช่องโทรทัศน์ในหมวดหมู่ทั่วไป กำหนดให้มีรายการข่าวไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ซึ่งหากโทรทัศน์ทุกช่องดำเนินการไปตามหลักเกณฑ์นี้ การแข่งขันในช่องข่าว ก็จะจำกัดอยู่ภายในหมวดหมู่ข่าวเพียง 7 ช่องโดยปริยาย แต่ในความเป็นจริง หลังจากโทรทัศน์ดิจิทัลเริ่มออกอากาศไปเพียงปีสองปี ช่องในหมวดหมู่ทั่วไป ก็เพิ่มสัดส่วนรายการข่าวขึ้นมากกว่าร้อยละ 25 (เพราะต้นทุนรายการข่าว ถูกกว่าต้นทุนรายการประเภทอื่น ๆ มาก) ซึ่งโดยเงื่อนไขใบอนุญาต ก็สามารถทำได้ เนื่องจาก กสทช. กำหนดเพียงสัดส่วนขั้นต่ำเท่านั้น สุดท้ายโทรทัศน์เกือบทุกช่อง ก็มีสัดส่วนรายการข่าวมากกว่าร้อยละ 50 ทำให้การแข่งขันของช่องข่าว มิได้จำกัดอยู่เพียง 7 ช่องโทรทัศน์ที่ได้รับใบอนุญาตในหมวดหมู่ข่าวเท่านั้น แต่ต้องแข่งขันกับช่องรายการในหมวดอื่น ๆ อีก 14 ช่อง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้วางแผนไว้ตั้งแต่เริ่มแรก และเมื่อโทรทัศน์ทุกช่องมีรายการข่าวจำนวนมาก ข่าวที่นำเสนอก็จะมีความซ้ำกัน ทำให้โทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 24 ช่อง ที่ถูกออกแบบไว้ให้มีความหลากหลายตามชนิดของใบอนุญาต กลายเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เหมือน ๆ กัน ไม่มีความหลากหลายตามเจตนารมณ์และเป้าหมายของ กสทช.

เมฉินทร์ เสริมว่า แทนที่ใบอนุญาตจะถูกจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ตามประเภทของเนื้อหา รายการ ในทางตรงกันข้าม การไม่กำหนดหมวดหมู่ใบอนุญาตเลย อาจจะทำให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า โดยปล่อยให้กลไกตลาด ทำหน้าที่กำหนดสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการของโทรทัศน์แต่ละช่องเอง อย่างเหมาะสมตามความต้องการของประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์

เมฆินทร์ ให้ความเห็นว่า กสทช. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลโทรทัศนภาคพื้นดิน ควร มีบทบาทและให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโทรทัศนทุกรายที่เข้าประมูลและจ่าย ค่าใบอนุญาตรวมกันกว่า 5 หมื่นล้านบาท สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างราบรื่นและยั่งยืน เมื่อ อุตสาหกรรมโทรทัศนมีปัญหา กสทช. ก็น่าจะต้องหามาตรการช่วยเหลืออย่างเหมาะสมและ เร่งด่วน หากการแก้ปัญหาเริ่มต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย ก็ควรจะนำเงินรายได้จากค่าธรรมเนียมมาใช้ แก้ปัญหาอย่างทันที่

เมื่อกล่าวถึงการทำงานของ กสทช. โดยเน้นไปที่คณะกรรมการ กสทช. เมฆินทร์ ให้ความเห็นว่า คุณสมบัติของกรรมการ กสทช. ทั้งชุดที่พ้นวาระไปแล้วและชุดใหม่ที่เพิ่งแต่งตั้ง ไม่มี บุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจโทรทัศนเพียงพอ และเสนอแนวคิดในการสรรหากรรมการ กสทช. ว่า แทนที่จะใช้วิธีแต่งตั้งข้าราชการระดับสูงหรืออาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นผู้คัดเลือก กรรมการ กสทช. เพื่อมาดำรงตำแหน่งเป็นเวลา 7 ปี ควรจะว่าจ้างหน่วยงานหรือบริษัทที่มีความ เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านสรรหาบุคลากรระดับโลก ตัวอย่างเช่น บริษัท PWC (Pricewaterhouse Coopers) และการดำรงตำแหน่งของกรรมการ กสทช. จำนวน 7 คน ไม่ควรกำหนดวาระของ กรรมการไว้ตายตัวและยาวนานเท่ากันทุกคน แต่ควรกำหนดให้มีกรรมการจำนวนหนึ่งต้องออก ตามวาระและมีกรรมการที่ได้รับการคัดสรรหรือแต่งตั้งใหม่เข้ามาทำหน้าที่แทน ด้วยวิธีการแบบนี้ จะทำให้คณะกรรมการ กสทช. มีโอกาสปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบท ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุค Digital Disruption

สำหรับความเห็นเกี่ยวกับการประมูลครั้งใหม่หลังจากที่ใบอนุญาตฯ ปัจจุบันหมดอายุ ลงในปี 2572 นั้น เมฆินทร์ ให้ความเห็นว่า กสทช. ไม่ควรให้มีการประมูลคลื่นความถี่เพื่อใช้ในการ กิจการโทรทัศนภาคพื้นดินอีกต่อไป เพราะคลื่นความถี่แม้จะไม่ใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป แต่ก็ มีจำนวนจำกัด ควรนำไปใช้ในกิจการที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงกว่ากิจการโทรทัศน นั่นก็ คือ ด้านโทรคมนาคม โดย กสทช. อาจใช้วิธี “อพยพ” ช่องโทรทัศนดิจิทัลทั้งหมดที่ยังออกอากาศ อยู่ไปอยู่บนแพลตฟอร์มดาวเทียม แล้วใช้งบประมาณจำนวนหนึ่งในการจัดหาล่องและจันรับ สัญญาณดาวเทียมแจกจ่ายให้กับครัวเรือนที่มีโทรทัศน ลักษณะเดียวกับที่เคยแจกคู่มือและกล่อง รับสัญญาณโทรทัศนดิจิทัล โดยงบประมาณส่วนนี้ มาจากค่าใบอนุญาตหรือสัมปทานคลื่นความถี่ที่ จะถูกนำไปใช้ในกิจการโทรคมนาคมนั่นเอง

เมฆินทร์ ย้ำว่า Technology Disruption เป็นปัญหาใหญ่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน คลื่น ความถี่ไม่ใช่หัวใจของอุตสาหกรรมโทรทัศน และ คลื่นความถี่ควรถูกนำไปใช้ในกิจการที่สร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงสุด ดังนั้น กสทช. ต้องกำหนดแผนแม่บทสำหรับการเปลี่ยนผ่านครั้งใหม่

แต่เนิ่น ๆ และเร่งดำเนินการที่จำเป็นให้พร้อมก่อนที่จะถึงเวลาเปลี่ยนผ่านครั้งใหม่ซึ่งอาจจะเร็วกว่าอีก 7 ปีข้างหน้าก็เป็นได้

4.9 ผู้บริหารโทรทัศนระบบดิจิทัล 1

เนื่องจากผู้บริหารท่านนี้ ไม่ประสงค์ให้เปิดเผยตัวตน แต่ยินดีให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ผู้ทำการศึกษาจึงไม่สามารถระบุชื่อ และ หน่วยงานที่รับผิดชอบได้ จึงขอระบุในนาม “ผู้บริหารฯ” ในการกล่าวถึงบุคคลผู้ให้ข้อมูลในนามหน่วยงานที่รับผิดชอบในเอกสารนี้

ผู้บริหารท่านนี้ เป็นผู้ที่อยู่ในห้องประมูล และทำการเคาะประมูลใบอนุญาตฯ ด้วยตนเอง ให้สัมฤทธิ์เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 ได้เริ่มการสนทนาโดยปราศจากคำถามนำว่า การประมูลใบอนุญาตคลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรทัศนในระบบดิจิทัลครั้งนี้ จบลงด้วยราคาที่สูงเกินสมควรและเกินจากประมาณการที่เคยตั้งไว้อย่างมาก แม้เขาจะไม่ใช่อุปสรรคการโทรทัศนฟรีทีวีรายเดิม แต่ด้วยมีเป้าหมายที่แน่นอน ที่จะทำธุรกิจโทรทัศนฟรีทีวี จึงต้องยอมทุ่มเงินหลักพันล้านในการประมูลใบอนุญาตครั้งนี้ ด้วยเหตุผลที่ กสทช. เคยประกาศไว้ว่า จะไม่มีการเปิดประมูลอีกในระหว่างที่ใบอนุญาตยังไม่หมดอายุ นั่นคือ 15 ปี จำนวนใบอนุญาตมีจำกัด และ จะไม่อนุญาตให้มีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือใบอนุญาตโดยเด็ดขาด ทำให้เขาต้องประมูลสู้ราคาไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้ใบอนุญาตมา 1 ใบ ซึ่งในที่สุด บริษัทของเขาก็ชนะประมูลใบอนุญาตโทรทัศนดิจิทัลมาด้วยราคาใบอนุญาตหลักพันล้านบาท

ผู้บริหารฯ เล่าว่า ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมประมูล เขาได้ทำการประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจไว้แบบค่อนข้างปลอดภัยในระดับหนึ่ง (Conservative) โดยการประเมินรายได้ไว้ต่ำมากจากการกำหนดราคาค่าโฆษณาต่อนาทีไว้เพียงร้อยละ 10 ถึง 20 ของอัตราค่าโฆษณาตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันของโทรทัศนที่ออกอากาศอยู่ก่อนการประมูล เพราะมีสมมติฐานว่า เมื่อโทรทัศนฟรีทีวีมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 4 ช่องเป็น 24 ช่อง จำนวนคนดูก็จะถูกเฉลี่ยไปตามช่องต่าง ๆ เรตติ้งคนดูทีวีก็จะถูกเฉลี่ยออกไปเช่นกัน ส่งผลให้อัตราค่าโฆษณาต่อนาทีที่ต้องลดลงตามส่วน

จากประมาณการณ์รายได้ที่กล่าวถึงข้างต้น เขาประเมินว่า บริษัทฯ จะขาดทุนในช่วง 5 หรือ 7 ปีแรกของใบอนุญาต และจะเริ่มมีกำไรในปีที่เหลือ แต่ก็ยังเป็นระดับที่ต่ำมาก แต่เขาก็มีเหตุผลประกอบอื่น ๆ ที่ตัดสินใจเข้ามาทำธุรกิจโทรทัศนฟรีทีวี นอกเหนือจากกำไรที่ได้จากธุรกิจนี้โดยตรง

ผู้บริหารฯ กล่าวถึงลำดับสาเหตุที่ทำให้กิจการโทรทัศนดิจิทัลไม่ประสบความสำเร็จหลายประการ โดยเริ่มจากจำนวนช่องที่มากเกินไป ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง แม้ กสทช. ได้ออกแบบช่องโทรทัศนให้มีถึง 4 หมวดยุ่ เพื่อให้การแข่งขันจำกัดวงอยู่ในหมวดยุ่เดียวกัน แต่ใน

ที่สุด ก็กลายเป็นการแข่งขันของทุกช่องในทุกหมวดหมู่ เนื่องจากทุกช่อง โดยเฉพาะช่องในหมวดหมู่ทั่วไป ทั้งความคมชัดปกติและความคมชัดสูง ต่างปรับผังรายการให้มีสัดส่วนรายการข่าวมากกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากการทำรายการข่าว มีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการทำรายการประเภทอื่นมาก ผลก็คือ แทบทุกช่องกลายเป็นช่องข่าวทั้งหมด ช่องข่าวเดิมที่ควรจะมีการแข่งขันจำกัดในหมวดข่าวเพียง 7 ช่อง ก็ต้องแข่งขันกับช่องอื่น ๆ ทุกหมวดโดยปริยาย

สาเหตุลำดับถัดไป ผู้บริหารฯ ให้นำหนักไปที่การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารกับประชาชน ในการให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจในการเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของ กสทช. ขาดประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนจำนวนมากไม่ทราบถึงการเปลี่ยนผ่าน หรือ ไม่มีความรู้และความเข้าใจอย่างเพียงพอในการเตรียมความพร้อมเพื่อการรับชมโทรทัศน์ในระบบใหม่ ส่งผลให้จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ต่ำกว่าที่คาดการณ์

สาเหตุถัดไปได้แก่ ความล่าช้าในการขยายโครงข่ายโทรทัศน์ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของ กสทช. ในการกำกับดูแลให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ โดยกว่าที่โครงข่ายจะเสร็จสมบูรณ์ตามแผนนั้น ได้ล่าช้ากว่าแผนงานถึง 3 ปี จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ใน 3 ปีแรก จึงต่ำกว่าแผนงาน และส่งผลต่อรายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลที่อ้างอิงกับจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ (เรตติ้ง) โดยตรง ผู้บริหารฯ เสริมว่า 3 ปีแรกของโทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่อง เป็น 3 ปีที่เต็มไปด้วยความยากลำบากจากการที่มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูง แต่รายได้ต่ำ

ปัญหาประสิทธิภาพของโครงข่ายที่ไม่สามารถส่งสัญญาณโทรทัศน์ให้ครัวเรือนสามารถรับสัญญาณโทรทัศน์โดยเสาอากาศข้างปลา หรือ เสาอากาศที่มีความสูงต่ำกว่า 6 เมตร ก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้จำนวนคนดูโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้โครงข่ายแต่ละแห่ง ก็มีคุณภาพไม่เท่าเทียมกัน กสทช. เองก็ไม่สามารถควบคุมได้เต็มที่เนื่องจากผู้ให้บริการโครงข่ายล้วนเป็นหน่วยงานของรัฐด้วยกันทั้งหมด

ก่อนการประมูลคลื่นความถี่ฯ กสทช. ได้ระบุว่า เนื่องจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ถือเป็นโทรทัศน์ระดับชาติที่ถือเป็นโทรทัศน์หลักของประชาชนผู้รับชมในทุกครัวเรือน กสทช. จะดำเนินการบังคับให้แพลตฟอร์มโทรทัศน์อื่น ๆ ต้องนำสัญญาณออกอากาศของโทรทัศน์ดิจิทัลไปออกอากาศด้วย โดยใช้กฎ “Must Carry” ซึ่งแพลตฟอร์มที่อยู่ในข่ายถูกบังคับตามนี้ได้แก่ โทรทัศน์ในระบบดาวเทียม และ เคเบิลทีวี

สาเหตุที่ กสทช. สร้างกฎ “Must Carry” นี้ขึ้นเพราะทราบดีว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่ในประเทศไทย รับชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวี มากกว่าโทรทัศน์ภาคพื้นดิน การเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล จึงต้องอาศัยแพลตฟอร์มทั้งสองดังกล่าวในการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศโดยโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินที่ถือเป็นโทรทัศน์ระดับชาติ แต่แล้วใน

ที่สุด กสทช. ก็ไม่สามารถบังคับให้โทรทัศน์ดาวเทียมและเคเบิลทีวี ทำตามกฎ “Must Carry” ได้ตามที่ประกาศไว้ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้จำนวนผู้ชมโทรทัศน์ดิจิทัล ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แม้จะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมองเห็นอยู่แล้วก่อนการประมูลจะเกิดขึ้น แต่ก็ไม่ได้คาดคิดว่า จะส่งผลกระทบต่ออย่างรวดเร็วและรุนแรงอย่างที่เกิดขึ้น และก็เป็นสาเหตุสำคัญที่กระทบธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างรุนแรง โดยแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้ง Youtube, Facebook และ OTT หลายค่ายจากต่างประเทศ เข้ามาแย่งชิงผู้ชมไปจากโทรทัศน์ดิจิทัล นอกจากนี้จะส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์ดิจิทัลลดน้อยลงเรื่อย ๆ แล้ว แพลตฟอร์มออนไลน์เหล่านั้น ยังแย่งเม็ดเงินโฆษณาของโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นหลักพันล้านบาทต่อปีอีกด้วย

เงื่อนไขการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่กำหนดให้ชำระค่าธรรมเนียมสำหรับ 15 ปี ให้จบภายในเวลา 6 ปี ก็เป็นปัญหาและภาระทางการเงินอย่างมากโดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการรายเล็ก

ประเด็นการแบ่งหมวดหมู่ช่องรายการ ผู้บริหารฯ เห็นว่าเป็นความผิดพลาดที่เกิดขึ้นเนื่องจากในระยะเวลาเพียงปีเดียวหลังโทรทัศน์เริ่มออกอากาศ โทรทัศน์เกือบทุกช่องได้ปรับผังรายการให้มีรายการข่าวมากกว่าร้อยละ 50 ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายสำหรับประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ และ เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์

ผู้บริหารเห็นว่า ในการประมูลครั้งต่อไป (ถ้ามี) ไม่ควรแบ่งหมวดหมู่ใบอนุญาตด้วยลักษณะของเนื้อหารายการ แต่ควรปล่อยให้ไปตามกลไกตลาดและความต้องการของผู้บริโภคที่รับชมโทรทัศน์

ระบบการวัดความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์หรือเรตติ้งทีวีที่ไม่สะท้อนความเป็นจริง ก็เป็นปัญหาของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล โดยเฉพาะกับรายการโทรทัศน์เชิงสาระความรู้ซึ่งความจริงมีคนดูจำนวนพอสมควร และคนดูเหล่านี้ก็เป็นผู้บริโภคที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อที่สูง แต่กลายเป็นรายการที่ไม่มีรายได้จากโฆษณาเพราะเรตติ้งต่ำจนไม่เป็นที่สนใจของผู้ลงโฆษณา

มูลค่าคูปอง (690 บาท) ที่ กสทช. แจกจ่ายให้ประชาชนเพื่อนำไปแลกซื้อกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล ผู้บริหารฯ เห็นว่า ต่ำเกินไป เพราะด้วยราคานี้ ประชาชนจะแลกได้เพียงกล่องรับสัญญาณคุณภาพต่ำ จึงมีปัญหาในการรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการใช้งานกล่องรับสัญญาณ การเชื่อมต่อ และการตั้งค่าการใช้งานที่มีความสลับซับซ้อนมาก

อายุใบอนุญาต 15 ปี ผู้บริหารเห็นว่า ไม่เพียงพอ ระยะเวลาที่เหมาะสมควรจะเป็น 20 ปี เนื่องจากธุรกิจโทรทัศน์มีการลงทุนช่วงแรกสูงมาก ต้องใช้เวลาหลายปีกว่าที่จะคืนทุนและเริ่มมีกำไร

การกำหนดให้โทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่อง ต้องให้บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และ เสียงบรรยายภาพ ก็เป็นภาระค่าใช้จ่ายอย่างมากสำหรับโทรทัศน์ทุกช่อง ผู้บริหารฯ เห็นว่า รัฐไม่ควรบังคับให้เอกชนต้องจัดทำสิ่งเหล่านี้ โดยให้เป็นภาระต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของเอกชนโดยลำพัง สมควรที่ กสทช. จะยกเลิกข้อบังคับนี้ หรือ หากรัฐประสงค์ให้เอกชนทำต่อไป ก็ควรจะเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการนี้

เมื่อสิ้นสุดใบอนุญาต 15 ปี ผู้บริหารเห็นว่า ไม่ควรมีการประมูลในแบบเดิมอีก และเห็นว่า หากข้อกำหนดหรือเงื่อนไขการประมูลยังคงเป็นแบบเดิม ก็จะไม่ช่วยให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีการพัฒนา เพราะรูปแบบเดิม การประมูลเพื่อให้ได้ใบอนุญาตมาประกอบธุรกิจนั้น ให้ความสำคัญกับมูลค่าเงินที่เสนอต่อรัฐ ทำให้กลายเป็นต้นทุนที่สูง และในที่สุดผู้ประกอบการก็ต้องทำทุกวิถีทางเพื่อลดต้นทุนด้านอื่น หรือ หารายได้ด้วยวิธีการนอกเหนือไปจากการขายสปอตโฆษณาตามปกติ เช่น การสอดแทรกโฆษณาระหว่างอ่านข่าวหรือระหว่างการสนทนาของผู้ร่วมรายการ หรือการทำให้เนื้อหาโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้ากลายเป็นเนื้อหารายการโทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งวิธีการโฆษณาสินค้าในลักษณะนี้ ไม่เคยปรากฏในยุคโทรทัศน์อนาล็อกเดิม

ผู้บริหารฯ เห็นว่า การประมูลครั้งใหม่ กสทช. ไม่ควรกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่จะออกอากาศเป็นจำเป็น เพราะจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนารายการโทรทัศน์ เขาเชื่อว่า ผู้ประกอบการทุกราย ต่างมีวิจรรย์ญาณที่ดีพอในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพและเหมาะสมกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

เมื่อสิ้นสุดใบอนุญาตในปี 2572 ผู้บริหารฯ เชื่อว่า โทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 15 ช่องที่ออกอากาศอยู่เวลานี้ จะยังคงดำเนินกิจการอยู่จนครบอายุใบอนุญาต เพราะช่องเหล่านี้ มี “เจ้าภาพ” ซึ่งน่าจะหมายถึงแหล่งทุนในการทำธุรกิจที่มั่นคงแข็งแรงนั่นเอง

4.10 ผู้บริหารโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 2

เช่นเดียวกับ 4.9 ผู้บริหารท่านนี้ ไม่ประสงค์ให้เปิดเผยตัวตน แต่ยินดีให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ผู้ทำการศึกษาจึงไม่สามารถระบุชื่อ และ หน่วยงานที่รับผิดชอบได้ จึงขอระบุในนาม “ผู้บริหารฯ” ในการกล่าวถึงบุคคลผู้ให้ข้อมูลในเอกสารนี้

ผู้บริหารท่านนี้ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2565 ได้ขอสงวนความคิดเห็นของเขาไว้ว่า เป็นเพียงความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นการทั่วไป ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจ หรือบริษัทที่เขารับผิดชอบอยู่

ผู้บริหารฯ ให้ความเห็นว่า จุดเริ่มต้นและจุดตัดสินใจในการเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตครั้งนี้ แต่ละช่องต่างก็มีโจทย์ที่ไม่เหมือนกัน เป้าหมายของแต่ละรายจึงไม่เหมือนกัน โดยอาจแบ่ง

ตามที่มาของธุรกิจก่อนการประมูลได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ กลุ่มที่ทำธุรกิจสถานีโทรทัศน์อยู่แล้ว กลุ่มที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ในฐานะผู้ผลิตรายการป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ และสุดท้ายคือ กลุ่มที่ไม่ได้ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์เลย ซึ่งเขาเชื่อว่า แต่ละกลุ่มจะกำหนดโจทย์ของตนเองไว้แตกต่างกันพอสมควร และเชื่อว่า กลุ่มที่ไม่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับโทรทัศน์โดยตรง น่าจะเป็นกลุ่มที่ตั้งเป้าหมายรายได้และกำไรไว้ค่อนข้างต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ผู้บริหารฯ ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ทำให้โทรทัศน์ดิจิทัล ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายไว้ โดยมีได้เรียงลำดับความสำคัญไว้ดังต่อไปนี้

การติดตั้งและขยายเครือข่ายโทรทัศน์ ไม่เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้ โดยกว่าที่โครงข่ายโทรทัศน์จะเสร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมาย ก็ล่าช้าไปถึง 3 ปี และทำให้การแจกคู่มือแลกรถรองรับสัญญาณโทรทัศน์ต้องล่าช้าตามไปด้วย ทำให้ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดินได้ตามเป้าหมาย

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ถึงการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบเดิมไปสู่โทรทัศน์ระบบใหม่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่ได้ผลดีพอ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ขาดความสนใจต่อการเปลี่ยนผ่านและมีความรู้ความเข้าใจถึงวิธีการรับชมที่ถูกต้อง

สาเหตุสองประการดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ต้องตกอยู่ในภาวะยากลำบากในการประกอบกิจการ เนื่องจากช่วงเริ่มต้นของการออกอากาศ เป็นช่วงที่มีการลงทุนและค่าใช้จ่ายสูงในขณะที่รายได้จากค่าโฆษณาก็เข้ามาน้อยเพราะจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ยังมีน้อยอยู่นับเป็นสถานการณ์ที่สวนทางกันโดยสิ้นเชิง

ประเด็นราคาค่าใบอนุญาตของแต่ละหมวดหมู่ ผู้บริหารเห็นว่า เป็นจำนวนเงินที่สูงเกินไปสำหรับระยะเวลาของใบอนุญาต 15 ปี เพราะเขาเชื่อว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่น่าจะทำประมาณการณ์ขาดทุนไว้ครึ่งทาง คือประมาณ 7 ถึง 8 ปี และปีที่เหลือของใบอนุญาต จะเริ่มมีกำไรเพิ่มขึ้นทีละน้อยจนถึงปีสุดท้ายของใบอนุญาต แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้ประกอบการทุกรายจะสามารถคืนทุนได้ในปีสุดท้ายหรือไม่ ผู้บริหารฯ ให้ความเห็นเสริมในประเด็นอายุของใบอนุญาตว่า เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาตฯ แล้ว กสทช. ไม่ควรให้มีการประมูลใบอนุญาตใหม่ แต่น่าจะใช้วิธีต่ออายุใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการเดิมออกไปอีก เพื่อให้โอกาสผู้ประกอบการเดิมได้สร้างรายได้และมีกำไรที่เหมาะสมกับเงินลงทุนจำนวนมากที่หมดไปในช่วง 15 ปีแรก และเขาก็เชื่อว่า ในอีก 7 ปีข้างหน้า คลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรทัศน์จะหมดความสำคัญลง แต่จะถูกทดแทนด้วยเทคโนโลยีอื่น ทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และ อินเทอร์เน็ตไร้สายผ่านคลื่น 5G หรือ 6G ทำให้สื่อสารมวลชนในรูปแบบโทรทัศน์ ไม่จำเป็นต้องใช้คลื่นความถี่ในการออกอากาศอีกต่อไป อย่างไรก็ตาม เขามองว่า หากคลื่นความถี่ที่จะใช้ในการออกอากาศโทรทัศน์ ไม่มีต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ

อย่างเหมาะสม โทรทัศน์ก็สามารถออกอากาศผ่านคลื่นความถี่ในระบบเดิมคู่ขนานไปกับแพลตฟอร์มที่อาศัยเทคโนโลยีใหม่ได้

ในประเด็นจำนวนช่องโทรทัศน์ซึ่งในปีแรกมีมากถึง 24 ช่อง ผู้บริหารฯ ให้ความเห็นว่าเป็นจำนวนที่มากเกินไปหากมองในฝั่งของผู้ประกอบการ แต่ถ้ามองในฝั่งของประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ จำนวนมากยิ่งมากก็น่าจะยิ่งดี แต่ก็ต้องพิจารณาเรื่องคุณภาพรายการประกอบด้วย เพราะหากมีจำนวนมากช่องมาก แต่คุณภาพตกลง หรือ มีแต่รายการที่ซ้ำ ๆ กัน ก็ย่อมไม่เป็นผลดีต่อประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม จากที่มีการคืนใบอนุญาตไปแล้วทั้งหมด 9 ช่อง จนปัจจุบันเหลืออยู่ 15 ช่อง ผู้บริหารฯ เห็นว่า เป็นจำนวนที่เหมาะสมกับสภาพตลาดและความต้องการของผู้บริโภคแล้ว

ประเด็นการแบ่งหมวดหมู่โทรทัศน์ ผู้บริหารฯ ให้ความเห็นว่าเป็นเหมือนจะดูดีเพราะมีการกำหนดราคาประมูลเริ่มต้นที่แตกต่างกันตามศักยภาพในการทำธุรกิจของแต่ละหมวดหมู่ แต่เนื่องจากต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการประเภททั่วไป (Variety) และรายการประเภทบันเทิง (Entertainment) สูงกว่าต้นทุนของรายการประเภทข่าวมาก ทำให้ในปัจจุบัน ช่องโทรทัศน์ในหมวดหมู่ทั่วไป ได้ปรับเปลี่ยนผังรายการ โดยเพิ่มรายการประเภทข่าวมากขึ้นจนสูงกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด การแข่งขันในระหว่างรายการข่าว และช่องข่าว จึงกลายเป็นการแข่งขันที่รุนแรงอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ในความเห็นของผู้บริหารฯ มองเป็นสองด้าน คือ ด้านที่เป็นโทษ เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัล ได้ทำให้คนดูโทรทัศน์ภาคพื้นดินลดน้อยลงเรื่อย ๆ จนเป็นปัญหาของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ แต่หากมองด้านที่ให้คุณ เทคโนโลยีดิจิทัล ก็ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการเอง (Content) สามารถนำรายการ (Content) ที่เคยออกอากาศไปแล้ว นำไปต่อยอดหารายได้เพิ่มขึ้น โดยไม่มีต้นทุน

ประเด็นสุดท้าย หากคืนใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในปี 2572 แล้ว ยังจะเข้าร่วมประมูลคลื่นความถี่เพื่อออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินอีกหรือไม่ ผู้บริหารฯ ตอบชัดเจนว่า “ไม่” เพราะผู้ประกอบการโทรทัศน์ในปัจจุบันทุกราย สามารถทำธุรกิจโทรทัศน์ต่อไปได้โดยอาศัยช่องทางหรือแพลตฟอร์มอื่นที่ไม่มีต้นทุนค่าใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม หากในอนาคต ค่าใบอนุญาตเป็นศูนย์หรือ เป็นจำนวนเงินไม่มาก ก็อาจตัดสินใจดำเนินกิจการโทรทัศน์บนคลื่นความถี่ต่อไป

4.11 ศศิกร ฉันทะเศรษฐ์

ศศิกร ฉันทะเศรษฐ์ คือ ผู้ให้ข้อมูลที่ผู้ทำการศึกษาคัดไว้ในกลุ่ม “ผู้สังเกตการณ์ด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน”

ศศิกร ฉันท์เศรษฐ์ ปัจจุบันเป็นผู้บริหารระดับสูงของ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด ตำแหน่ง กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อันดับต้น ๆ ของไทย โดยมีประสบการณ์และประวัติอันยาวนานในวงการโทรทัศน์ไทย มีรายการโทรทัศน์จำนวนมากที่ผลิตและออกอากาศอยู่ทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคอนาล็อกจนถึงยุคดิจิทัลในปัจจุบัน

บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (เรียกสั้น ๆ ว่า “กันตนา”) เคยเป็นพันธมิตรและผู้ผลิตรายการรายใหญ่ป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในอดีต และเคยสนใจที่จะเข้าไปเป็นผู้ถือหุ้นรายหนึ่งของไอทีวี แต่ไม่สามารถบรรลุข้อตกลงในรายละเอียดบางประการได้ กันตนาจึงไม่ได้เข้าไปเป็นผู้ถือหุ้นไอทีวีในที่สุด แต่ก็ยังคงเป็นผู้ผลิตรายการป้อนให้กับไอทีวีต่อไป

ด้วยประสบการณ์อันหลากหลายและยาวนานในวงการโทรทัศน์ ทำให้ผู้บริหารกันตนา ู้เห็นปัญหาของการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์เอง ซึ่งต่างจากการเป็นผู้ผลิตรายการที่ตนเองถนัด จึงมิได้ตัดสินใจเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในครั้งนั้น



ศศิกร ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2565 ให้ความเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่ประสบความสำเร็จดังที่ผู้ประกอบการตั้งเป้าไว้ดังนี้

ประการแรก จำนวนช่องมีมากเกินไป โดยศศิกร วิเคราะห์ว่า แม้ในช่วงก่อนหน้าการประมูลจะมีโทรทัศน์ช่องธุรกิจอยู่เพียง 4 ช่อง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า กิจการโทรทัศน์จะมีรายได้ดีทั่วถึงทุกช่อง ศศิกร เล่าว่า ในเวลานั้นมีเพียงช่อง 3 และ ช่อง 7 ที่มีรายได้ดีและมีกำไรอย่างเป็นกอบเป็นกำ ขณะที่โทรทัศน์ช่อง 5 และ 9 ก็ไม่ได้มีรายได้ดีในเกณฑ์น่าพอใจ มีแต่เพียงบางรายการ

ที่ออกอากาศทางช่อง 5 และ 9 เท่านั้นที่มีรายได้ดีพอสมควร จึงเชื่อว่า เมื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินเพิ่มจาก 4 เป็น 24 ช่อง จะเกิดการแย่งชิงคนดูกันอย่างรุนแรง และทำให้รายได้จากค่าโฆษณาของสถานีโทรทัศน์ไม่สูงเท่ากับในอดีตที่มีเพียง 4 ช่อง ซึ่งมูลค่าโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล ก็ค่อนข้างกระจุกตัวอยู่กับ 5 ช่องแรกที่มีอันดับคนดูสูงสุดได้แก่ ช่อง 3 ช่อง Mono ช่อง 7 ช่อง One และ ช่อง Workpoint

ประการต่อมาคือ ปัญหาโครงข่ายโทรทัศน์ และ กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ ล่าช้าและไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ทำให้จำนวนผู้ชมไม่เป็นไปตามเป้า ส่งผลต่อเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ และรายได้จากค่าโฆษณาของช่องโทรทัศน์

ประการถัดไป พฤติกรรมคนดูโทรทัศน์เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากการเติบโตของโทรทัศน์ออนไลน์และระบบ OTT ซึ่งจนถึงปัจจุบัน จำนวนคนดูโทรทัศน์ในระบบออนไลน์ และ OTT มีมากกว่าจำนวนคนดูโทรทัศน์ผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ทำให้มีการโยกย้ายงบประมาณจากโทรทัศน์ภาคพื้นดินไปสู่สื่อออนไลน์มากขึ้นเรื่อย ๆ

เมื่อถามความเห็นเกี่ยวกับจำนวนเงินประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล ศศิกร ให้ความเห็นว่า ณ วันที่มีการประมูล จำนวนเงินระดับนั้นไม่ถือว่าแพง เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจและวงการสื่อโฆษณา ยังอยู่ในภาวะปกติ แต่หลังจากวันที่เริ่มออกอากาศไปได้เพียงเดือนเดียว ก็เกิดการรัฐประหารขึ้น ทำให้เศรษฐกิจหยุดซงักไประยะเวลาหนึ่ง ในเวลาใกล้ ๆ กันนั่นเอง สื่อออนไลน์ก็ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทำให้จำนวนคนดูโทรทัศน์ดิจิทัลไม่เพิ่มขึ้นและลดลงเรื่อย ๆ ในเวลาต่อมาอันเนื่องมาจากความนิยมของโทรทัศน์ออนไลน์และ OTT ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

สำหรับช่องโทรทัศน์ในหมวดเด็กนั้น ศศิกร ระบุว่า เป็นที่ทราบกันดีในวงการโทรทัศน์ว่า รายการเด็กไม่เคยมีใครทำรอดได้ เพราะมีข้อจำกัดมากมาย ทั้งในด้านเงื่อนไขในการผลิตรายการ และข้อจำกัดในการรับโฆษณาสินค้าที่จะออกในรายการเด็ก เนื่องจากราชการห้ามโฆษณาสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว หรือ น้ำอัดลมในรายการเด็ก ทั้งที่สินค้าในกลุ่มเหล่านี้ มีเด็กเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก จึงกลายเป็นอุปสรรคในการหาสปอนเซอร์ที่จะให้การสนับสนุนให้รายการเด็กอยู่รอดได้

ประเด็นเงื่อนไขการชำระเงินค่าใบอนุญาตที่กำหนดให้ชำระค่าใบอนุญาต 15 ปี ให้จบภายใน 6 ปี ศศิกร มองว่า หากธุรกิจของโทรทัศน์ดิจิทัลสามารถทำรายได้ให้เพียงพอกับรายจ่ายเงื่อนไขลักษณะนี้ก็จะไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใด แต่ด้วยปัญหามากมายที่เกิดในช่วง 3-5 ปีแรก ทำให้รายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามเป้า ทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่อง จึงกลายเป็นปัญหาที่ยากลำบากของธุรกิจโทรทัศน์ในหลายปีที่ผ่านมา

ศศิกร ยอมรับว่า โทรทัศน์ OTT มีเนื้อหาที่ดึงดูดใจผู้ชมมากกว่าโทรทัศน์ดิจิทัล เพราะมีงบประมาณในการผลิตที่มากกว่า ย่อมได้เปรียบกว่าในการผลิตเนื้อหารายการที่ดึงดูดใจผู้ชมมากกว่า อีกทั้งยังได้เปรียบจากการที่ไม่ต้องใช้กฎเกณฑ์เดียวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ จึงเชื่อว่า โทรทัศน์ OTT จะยังคงเป็นปัญหาของโทรทัศน์ดิจิทัลตลอดไป

โทรทัศน์ดิจิทัล 15 ช่อง ที่ยังคงเหลือและออกอากาศอยู่ขณะนี้ ศศิกร เชื่อว่า จะสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จนจบใบอนุญาตฯ เพราะคิดว่า จนถึงวันนี้ ทุกช่องผ่านอุปสรรคและปัญหามากมายจนสามารถปรับตัวให้อยู่ในจุดที่เหมาะสมกับสภาพตลาด ได้อย่างลงตัวหมดแล้ว ประกอบกับต้นทุนค่าใบอนุญาตและค่าบริการ โครงข่าย ก็ไม่มีภาระต้องจ่ายอีกต่อไป จึงมั่นใจว่า โทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 15 ช่อง จะสามารถประกอบกิจการต่อไปได้จนถึงสิ้นใบอนุญาตฯ

และเมื่อใบอนุญาตฯ สิ้นสุดลงแล้ว ศศิกร เห็นว่า ไม่น่ามีการประมูลใหม่เกิดขึ้นอีก แต่ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล ควรศึกษาและทบทวนกิจการโทรทัศน์ใหม่ทั้งระบบ โดยคำนึงถึงเทคโนโลยีและนิเวศสื่อที่เปลี่ยนไป

ศศิกร ได้ให้ข้อเสนอถึงการแบ่งหมวดหมู่ช่องโทรทัศน์ว่า ไม่มีประโยชน์หรือความจำเป็นที่จะแบ่งใบอนุญาตออกตามเนื้อหาหรือหมวดหมู่ ตัวอย่างที่เกิดขึ้นแล้วคือ ช่องโทรทัศน์ที่อยู่ในหมวดหมู่ทั่วไป ในที่สุดด้วยเหตุผลด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย แทนที่จะมีสัดส่วนรายการข่าวร้อยละ 25 แล้วที่เหลือเป็นรายการประเภทอื่น ๆ ตามข้อกำหนดของใบอนุญาต แต่ปัจจุบัน โทรทัศน์ทุกช่องได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาข่าวข่าวมามากกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากต้นทุนในการผลิตรายการข่าวถูกกว่ารายการประเภทอื่นมาก ขณะเดียวกัน ก็เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อโฆษณาที่เป็นธุรกิจขายสินค้าผ่านโทรทัศน์ ที่ได้พิสูจน์แล้วว่า การลงโฆษณาขายสินค้าผ่านรายการประเภทข่าวให้ผลตอบแทนต่อยอดขายสินค้าที่ดีกว่ารายการประเภทบันเทิงอย่างเห็นได้ชัด

เมื่อถามว่า หากมีการประมูลครั้งใหม่เกิดขึ้นในอีก 7 ปี ข้างหน้า กันตนา จะเข้าร่วมประมูลด้วยหรือไม่ ศศิกร ตอบชัดเจนว่า ไม่เข้าร่วมอย่างแน่นอน เพราะไม่มีความจำเป็นที่ กันตนาจะต้องเป็นเจ้าของคลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรทัศน์ ทุกวันนี้ กันตนา นอกจากจะผลิตรายการโทรทัศน์บroadcast โทรทัศน์ดิจิทัลแล้ว ก็ยังผลิตเนื้อหาข่าวออกอากาศทางช่องทางออนไลน์ของตนเองได้ คลื่นความถี่จึงไม่จำเป็นต่อธุรกิจของกันตนาแต่อย่างใด

อย่างไรก็ดี ศศิกร ให้ความเห็นว่า การเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มีความหมาย เพราะช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน คือความน่าเชื่อถือ ทำนองเดียวกับความเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับกระดาษ ย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่าหนังสือพิมพ์ที่ไปอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์แต่เพียงช่องทางเดียว

ศศิกร ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงานของ กสทช. ว่า ด้วยเหตุที่เทคโนโลยีในยุคนี้ และยุคต่อ ๆ ไป สามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและรวดเร็วได้ การทำงานของ กสทช. จึงต้องมีความสามารถในการปรับตัวอย่างฉับไวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา

4.12 สรรค์ชัย เทียวประเสริฐกุล

สรรค์ชัย เทียวประเสริฐกุล เป็นผู้ให้ข้อมูลอีกหนึ่งท่าน ที่ผู้ทำการศึกษาจัดไว้ในกลุ่ม “ผู้ สันตทัศน์ด้านกิจการโทรทัศน์ที่มีได้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน”

สรรค์ชัย เทียวประเสริฐกุล เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทั้งกิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม อันดับต้น ๆ ของไทย โดยเขาเคยเป็นผู้บริหารระดับสูงใน บมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส ก่อนที่จะมารับหน้าที่ กรรมการผู้จัดการ บมจ. ไอทีวี เจ้าของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในอดีต

นอกจากนี้ สรรค์ชัย ยังเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาดที่ได้รับการยอมรับ โดยเฉพาะใน กิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และการสื่อสารอีกด้วย

สรรค์ชัย ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2565 ได้เล่าเรียงลำดับความสำคัญของ สาเหตุที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าไว้ดังนี้

ลำดับแรก คือจำนวนช่องที่มากเกินไป สรรค์ชัย ได้ชี้ให้เห็นมุมมองเชิงการตลาดว่า แต่ เดิมยุคที่โทรทัศน์มีเพียง 4 ช่อง การแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดจึงจำกัดอยู่กับผู้เล่นเพียง 4 ราย แต่เมื่อหลังการประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลแล้ว ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดอย่าง ฉับพลัน จากผู้เล่น 4 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 24 ราย ขณะที่มูลค่าตลาดโดยรวมไม่เพิ่มขึ้น หรือถ้าเพิ่มขึ้นก็ คงเป็นตัวเลขเพียงเล็กน้อย งบประมาณก่อนหน้านี้แทนที่จะถูกแบ่งโดยผู้เล่นเพียง 4 ราย ก็กลายเป็นแบ่ง กันในระหว่างผู้เล่น 24 ราย จึงเป็นที่มาของรายได้ที่ไม่เป็นไปตามเป้าของโทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่อง

ถัดมาเป็นเรื่องราคาประมูลใบอนุญาตที่สูงเกินไปทุกหมวดหมู่ โดยเฉพาะในหมวดหมู่ ทัวไปความคมชัดสูง ที่มีค่าใบอนุญาตสูงถึง 3,500 ล้านบาท กลายเป็นต้นทุนที่ช่องโทรทัศน์ต้อง แบกรับในช่วงแรกของสัญญา ขณะที่รายได้ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ประการต่อมาเป็นเรื่องพฤติกรรมคนดูโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป จริงอยู่ว่า ณ วันที่ประมูล ใบอนุญาตนั้น สื่อออนไลน์อย่าง Youtube และโทรทัศน์ OTT เพิ่งจะเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มคน จำนวนไม่มาก แต่ปรากฏว่า ในเวลาอันสั้นว่า สื่อใหม่ (New Media) เหล่านี้ ได้เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของคนไทยไปอย่างมีนัยสำคัญ จนปัจจุบัน สื่อใหม่ ได้กินส่วนแบ่ง การตลาดของคนดูโทรทัศน์ในประเทศไทยไปมากกว่าครึ่งแล้ว ผลลัพธ์คือ จำนวนคนดูโทรทัศน์ ลดลงอย่างคาดไม่ถึง งบประมาณจึงไหลตามสื่อใหม่เหล่านี้ไปด้วย

สาเหตุต่อมา คือ ต้นทุนรายการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ไม่ว่าจะเป็นการผลิตรายการเอง หรือการซื้อรายการสำเร็จรูปจากต่างประเทศ เพราะเกิดภาวะที่อุปสงค์สูงกว่าอุปทานอย่างรวดเร็ว

สาเหตุทั้ง 4 ประการ สรรค์ชัย สรุปว่า เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้กิจการ โทรทัศน์ดิจิทัล มีปัญหา ทำให้ช่องโทรทัศน์ส่วนใหญ่ขาดทุน หรือมีกำไรเพียงน้อยนิด ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน

เมื่อถามถึงความเห็นเกี่ยวกับเงื่อนไขการชำระค่าใบอนุญาต 15 ปี ให้จบลงภายในกำหนดเวลา 6 ปี สรรค์ชัย ให้ความเห็นว่า หากเงื่อนไขนี้เป็นที่รับรู้ตั้งแต่ก่อนประมูลแล้ว ก็คงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงมิได้ อย่างไรก็ดี ในเวลาที่ธุรกิจโทรทัศน์ตกอยู่ในภาวะยากลำบากและมีสัญญาณที่จะไปต่อไม่ไหวแล้ว กสทช. ก็ควรจะมีควมยืดหยุ่นและช่วยเหลือผู้ประกอบการ ดิกว่าที่จะปล่อยให้ผู้ประกอบการขาดทุนจนต้องเลิกกิจการไป

ผ่านไปกว่าครึ่งทางของใบอนุญาตแล้ว ในปัจจุบัน โทรทัศน์ดิจิทัล คงเหลือเพียง 15 ช่อง สรรค์ชัย ให้ความเห็นว่า ทั้ง 15 ช่อง น่าจะอยู่ครบจนจบใบอนุญาต เพราะอุปทาน (จำนวนช่อง) ลดลง งบประมาณที่มีอยู่จึงนำพอแบ่งให้ผู้เล่นทุกรายให้มีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ และอยู่ได้จนจบใบอนุญาต

หากมีการประมูลครั้งใหม่ สรรค์ชัย เห็นว่า ราคาประมูลไม่ควรสูงเท่ากับครั้งที่ผ่านมา เนื่องจากความสำคัญของคลื่นถี่ลดน้อยลงมากแล้ว จากการเข้ามาทดแทนโดยเทคโนโลยีออนไลน์ และเสริมว่า ในกิจการ โทรทัศน์ รัฐไม่ควรหารายได้จากคลื่นความถี่โดยตรง แต่ควรทำให้ประชาชนได้ประโยชน์จากคลื่นความถี่มากที่สุดเป็นสำคัญ

ระยะเวลาของใบอนุญาต 15 ปี สรรค์ชัย เห็นว่า มีความเหมาะสมแล้ว หากระยะเวลาของใบอนุญาตยาวนานกว่านี้ ก็คงไม่เป็นผลดีเท่าใดนัก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจนธุรกิจไม่สามารถปรับตัวได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น

4.13 วรณิ รัตนพล

วรณิ รัตนพล ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ ในฐานะ อดีตนายกสมาคมมีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อ แห่งประเทศไทย 2 สมัย และยังเป็นประธานกรรมการบริหาร Media Agency ระดับโลก IPG Media Brands ประจำประเทศไทย

Media Agency คือธุรกิจที่ทำหน้าที่วางแผนและเป็นตัวแทนซื้อโฆษณาทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้กับธุรกิจที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการที่ต้องการลงโฆษณาผ่านสื่อเหล่านั้น จึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างสำคัญยิ่ง เพราะรายได้จากค่าโฆษณาซึ่งเป็นรายได้

หลักของโทรทัศน์ดิจิทัลส่วนใหญ่ เกิดขึ้นจากการซื้อขายผ่าน Media Agency โดยอาศัยระบบเรตติ้งทีวีในการกำหนดราคาซื้อขาย และการเลือกรายการโทรทัศน์แทนเจ้าของสินค้าหรือบริการ

วรรณิ รัตนพล อยู่ในวิชาชีพวางแผนและซื้อสื่อโฆษณามานานกว่า 30 ปี มีความรอบรู้และเข้าใจในธุรกิจสื่อสารมวลชนทุกแขนง โดยเฉพาะธุรกิจโทรทัศน์ เนื่องจากงบประมาณที่ใช้ผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นงบก้อนใหญ่ที่สุดของงบสื่อโฆษณาทั้งหมด โดยมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 60 มาตั้งแต่ยุคก่อนโทรทัศน์ดิจิทัล วรรณิ จึงสามารถวิเคราะห์และคาดการณ์ธุรกิจโทรทัศน์ได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากมีฐานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์มากมายที่หยิบมาใช้ได้ตลอดเวลาตนเอง

วรรณิ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2565 ให้ความเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลว่า เป็นการตัดสินใจที่ผิดในการเปลี่ยนโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล โดยวิเคราะห์ว่า ณ เวลาที่ กสทช. วางแผนเปลี่ยนโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (ฟรีทีวี) ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลนั้น เป็นเวลาที่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ กว่าร้อยละ 70 ดูโทรทัศน์ฟรีทีวีผ่านระบบดาวเทียมและเคเบิลทีวี ขณะที่ประชาชนที่ดูฟรีทีวีผ่านจอโทรทัศน์ภาคพื้นดินลดน้อยลงเรื่อย การเปลี่ยนโทรทัศน์ฟรีทีวีไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลโดยอาศัยคลื่นความถี่ภาคพื้นดิน จึงไม่ใช่วิธีการที่คุ้มค่าในมุมเศรษฐศาสตร์อย่างยิ่ง และเห็นว่า วิธีการที่น่าจะคุ้มค่าและมีประสิทธิผลดีกว่า คือการอพยพโทรทัศน์ฟรีทีวีทุกช่องขึ้นสู่ดาวเทียมทั้งหมด นอกจากจะมีข้อดีจากการประหยัดการลงทุนสร้างโครงข่ายใหม่ทั้งหมดแล้ว การเปลี่ยนผ่านจะเป็นไปได้ด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากไม่ต้องเริ่มจากศูนย์ เพราะประชาชนกว่าร้อยละ 70 รับชมโทรทัศน์ฟรีทีวีผ่านระบบนี้อยู่แล้ว

ประการต่อมาเป็นเรื่องการใช้สมมติฐานที่ผิดในการประเมินมูลค่าโฆษณาในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ กล่าวคือ ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดทำโครงการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ไม่มีข้อมูลและความเข้าใจที่ถูกต้องแท้จริงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เนื่องจากใช้เพียงตัวเลขใช้จ่ายค่าโฆษณาในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (Media Spending) จากนิสเส็น ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงเกินจริง โดยเฉพาะตัวเลขของช่อง 5 และ ช่อง 9 ในอดีต ไม่ใช่ตัวเลขที่มีการใช้จ่ายจริง แต่เป็นตัวเลขที่สูงกว่าความเป็นจริงเป็นเท่าตัว จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มีการประเมินขนาดของอุตสาหกรรมโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์สูงเกินจริงไปอย่างมากมาย

นอกจากนี้ ยังมีการมองว่า ในยุคโทรทัศน์อนาล็อก จำนวนช่องโทรทัศน์มีจำกัด ในขณะที่มีโฆษณาล้น (Demand over Supplies) หากจำนวนช่องโทรทัศน์มีมากขึ้น อุตสาหกรรมโทรทัศน์ต้องเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน ซึ่งวรรณิ ระบุว่า นี่เป็นความคิดที่ผิด เนื่องจากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จำนวนช่องโทรทัศน์มิได้เป็นตัวแปรสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ แต่สภาพเศรษฐกิจต่างหากที่เป็นตัวแปรเดียวที่กำหนดขนาดของอุตสาหกรรมโฆษณาในแต่ละช่วงเวลา การ

มองว่า เมื่อจำนวนช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมโทรทัศน์หรือบิโชนาก็จะเพิ่มขึ้นด้วยนั่น ทำให้ประเมินขนาดของอุตสาหกรรมผิดพลาด จนทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ฟรีทีวีประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจผิดพลาดไปด้วย และส่งผลต่อการทุ่มเงินประมูลใบอนุญาต และการลงทุนด้านบุคลากรและเครื่องมือเครื่องมือสูงเกินสมควร โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่ไม่มีประสบการณ์เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์มาก่อน

วรรณิ เชื่อว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ประเมินรายได้จากค่าโฆษณาไว้สูงเกินจริงจากการใช้ตัวอย่างราคาค่าโฆษณาของช่อง 3 และ ช่อง 7 ในอดีตที่ระดับราคา 450,000 ถึง 500,000 บาท ต่อนาทีเป็นบรรทัดฐาน แต่อาจลืมไปว่า ณ ระดับราคานั้น เกิดจากตัวเลขเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ระดับ 10 ขึ้นไป และเมื่อมีการเพิ่มจำนวนช่องโทรทัศน์จาก 4 ช่อง กลายเป็น 24 ช่อง เรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ จะต้องถูกเฉลี่ยออกไปจนเหลือเพียงเลขหลักเดียว หรือ ต่ำกว่า 1 ซึ่งในการซื้อโฆษณาโทรทัศน์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ผู้โฆษณาจะยอมจ่ายเงินค่าโฆษณาตามตัวเลขเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ที่ตรวจวัดได้จริงเท่านั้น ส่งผลให้ราคาค่าโฆษณาของโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ได้สูงอย่างเช่นในอดีตที่มีโทรทัศน์เพียง 4 ช่อง ตัวอย่างเช่น รายการข่าวทางช่องดิจิทัลทีวี บางรายการมีอัตราค่าโฆษณาเพียง 5,000 บาท ต่อนาที และบางช่องบางรายการในช่วงเวลาที่มีคนดูมากที่สุด (Prime Time) มีอัตราค่าโฆษณาเพียงหลักหมื่นต้น ๆ เท่านั้น

วรรณิ บอกว่า เสียความสูญเสียดังกล่าวที่เกิดขึ้นจากการที่ กสทช. แจกจ่ายคู่มือให้ประชาชนไปแลกกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทั้งหมดถึง 22.9 ล้านใบ มูลค่าไปละ 690 บาท คิดเป็นงบประมาณรวมทั้งสิ้น 15,801 ล้านบาท ซึ่งสุดท้ายก็ไม่ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์จากเสาอากาศภาคพื้นดิน แต่ยังคงรับชมจากระบบดาวเทียมและเคเบิลทีวี รวมทั้งจากแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน



ในประเด็นข้อกำหนดเกี่ยวกับเนื้อหารายการโทรทัศน์ของแต่ละช่อง วรณิ ให้ความเห็นว่า นี่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้วงการโทรทัศน์ไม่เกิดการพัฒนา เพราะทุกช่องต้องปฏิบัติตามกรอบกติกาที่ กสทช. กำหนดไว้ จึงทำให้รายการโทรทัศน์มีรูปแบบและเนื้อหาที่คล้าย ๆ กันกันหมด ไม่มีความแตกต่าง ขาดเอกลักษณ์ของช่อง หรือ Positioning ที่ชัดเจน

เกี่ยวกับช่องรายการสำหรับเด็ก วรณิ เห็นว่า รัฐควรเข้ามาส่งเสริมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยตรง เพราะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้พิสูจน์แล้วว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นการดำเนินการเชิงธุรกิจ ไม่เคยอยู่รอดปลอดภัย และในที่สุดเราก็ได้เห็นช่องโทรทัศน์ดิจิทัลในหมวดเด็กทั้ง 3 ช่อง ต้องเลิกกิจการและหายไปจากหน้าจอโทรทัศน์ด้วยเหตุผลทางธุรกิจ

จำนวนช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน 24 ช่อง เป็นจำนวนที่มากเกินไปในความเห็นของวรณิ และให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ในการวางแผนและซื้อโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์นั้น จะพิจารณาซื้อจากเรตติ้งของรายการหรือช่องโทรทัศน์ ซึ่งในทางปฏิบัติที่ผ่านมา การซื้อโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์จะจำกัดอยู่เพียง 10 ช่องแรกที่มีเรตติ้งสูงสุด จึงมีความเห็นว่า จำนวนช่องที่เหมาะสมที่จะทำให้ทุกช่องมีรายได้จากโฆษณาเพียงพอให้อยู่ได้ ควรจะเป็น 10 ช่องเท่านั้น และเสริมว่า ช่องที่มีเรตติ้งอยู่ในลำดับ 5 หรือ 6 ช่องแรก จะสามารถอยู่ได้อย่างไม่ยากลำบาก และเชื่อว่า หากมีการประมูลใบอนุญาตครั้งใหม่ ช่องที่อยู่ในลำดับเรตติ้งท้าย ก็ไม่น่าจะทำต่อ

เกี่ยวกับการทำงานของ กสทช. วรณิ ให้ความเห็นว่า กสทช. ควรมีบทบาทในการส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ด้วย นอกเหนือจากบทบาทในการกำกับดูแลที่ทำอยู่ และเชื่อว่า หากในช่วงเวลาที่ผ่านมากสทช. ทำเรื่องส่งเสริมด้วย อาจจะไม่มีการโทรทัศน์ช่องใดต้องประสบความยากลำบากจนเลิกกิจการหรือคืนใบอนุญาตไปถึง 9 ช่อง จากทั้งหมด 24 ช่อง วรณิ ได้ยกตัวอย่างหน่วยงานกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการโทรทัศน์หรือสื่อสารมวลชนในหลายประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี หรือ ประเทศสิงคโปร์ ต่างมีบทบาทสำคัญในด้านส่งเสริมกิจการโทรทัศน์มากกว่าบทบาทด้านกำกับดูแลหรือควบคุมการประกอบธุรกิจของสื่อ

วรณิ ยกตัวอย่างการส่งเสริมที่เป็นรูปธรรม เช่น การจัดให้มีสตูดิโอ และ เครื่องมือในการผลิตรายการโทรทัศน์ให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายย่อยใช้บริการในราคาถูก หรือ การเป็น “เจ้าภาพ” ในการจัดทำเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับผู้ประกอบการทุกราย

เมื่อสิ้นสุดอายุใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลแล้ว วรณิ เห็นว่า ไม่ควรมีการประมูลใบอนุญาตในรูปแบบเดิมอีก แต่ควรหาวิธีการหรือรูปแบบอื่นในการอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายเดิม หรือ รายใหม่ ๆ ทำกิจการโทรทัศน์ฟรีทีวีบนคลื่นความถี่ต่อไปควบคู่กับแพลตฟอร์มอื่น เช่น ดาวเทียม และ ออนไลน์ รูปแบบหนึ่งที่ยกนำเสนออีกคือ การไม่เก็บค่าใบอนุญาตแต่ให้เรียกเก็บ

คำตอบแทนจากการใช้คลื่นถี่ตามศักยภาพในการทำรายได้หรือกำไรของผู้ประกอบการ ซึ่งด้วยวิธีนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการอยู่ได้ และเมื่อถึงจุดที่มีกำไรแล้ว กสทช. ก็สามารถเรียกเก็บเงินส่วนหนึ่งเข้าไปรายได้ของรัฐได้ สิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือ ประชาชนได้บริโภคบริการโทรทัศนที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการโทรทัศนอยู่ได้ และ รัฐก็ได้ส่วนแบ่งจากรายได้หรือกำไรเข้าเป็นรายได้แผ่นดินต่อไป

ก่อนจบการสนทนา วรณิ ได้ฉายภาพที่น่าตกใจสำหรับอุตสาหกรรมโทรทัศนไทยไว้ว่า ปัจจุบัน จากรายงานของนิสไลน์ที่สรุปภาพอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาของไทย โดยข้อมูลสรุปอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาล่าสุดปี 2564 ระบุว่า โทรทัศน์มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดคือ ร้อยละ 68 ขณะที่สื่อใหม่ หมายถึงสื่อออนไลน์ มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 9 ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า นิสไลน์ ไม่สามารถเก็บข้อมูลการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์ได้มากเท่ากับสื่อโทรทัศน์ แต่จากการคำนวณของ วรณิ เพื่อศึกษาว่า มูลค่าที่แท้จริงของสื่อออนไลน์ควรจะเป็นเท่าใดและมีสัดส่วนเท่าใดในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาทั้งหมด โดยใช้วิธีนำตัวเลขภาษีมูลค่าเพิ่มที่รัฐบาลไทยเรียกเก็บจากสื่อออนไลน์ นำไปคำนวณกลับเป็นรายได้ จะพบตัวเลขที่สูงระดับแสนล้านบาทต่อไป จึงทำให้สัดส่วนการตลาดของสื่อออนไลน์สูงขึ้นไปถึงร้อยละ 56 ขณะที่สื่อโทรทัศน์จะลดลงมาเหลือเพียงร้อยละ 33

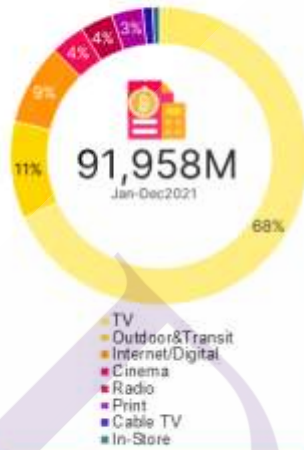
หากภาพของอุตสาหกรรมโฆษณาเป็นไปตามการคำนวณของ วรณิ จริง ย่อมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า อุตสาหกรรมโทรทัศน์ อยู่ใน “ขาดลง” โดยสมบูรณ์ และสื่อใหม่อย่างสื่อออนไลน์ เป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโต และเป็น “ขาขึ้น” อย่างก้าวกระโดด การใช้คลื่นความถี่เพื่อกิจการโทรทัศน์ จึงไม่มีความสำคัญอีกต่อไป

4.14 ไตรลุนัน นวมะรัตน์

ไตรลุนัน นวมะรัตน์ ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ ในฐานะ อดีตนายกสมาคม มีเดียเอเจนซี และธุรกิจสื่อ แห่งประเทศไทย 2 สมัย และยังเป็นอดีตผู้บริหารสูงสุดของ Media Agency ระดับโลก กลุ่มบริษัท Starcom Media ประจำประเทศไทย

ไตรลุนัน นวมะรัตน์ เป็นอีกท่านหนึ่งที่อยู่ในวิชาชีพวางแผนและซื้อสื่อโฆษณามายาวนานกว่า 30 ปี มีความรอบรู้และเข้าใจในธุรกิจสื่อสารมวลชนทุกแขนง โดยเฉพาะธุรกิจโทรทัศน์ เนื่องจากงบบริษัทที่ใช้ผ่านสื่อโทรทัศน์ เป็นงบก้อนใหญ่ที่สุดของงบบริษัทโฆษณาทั้งหมด เขามีฐานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์มากมายที่สามารถนำมาใช้อ้างอิงได้เป็นอย่างดี

MEDIA SPENDING AND MEDIA UPDATE: DECEMBER 2021



The media spending of Jan-Dec'21 was slightly lower than 2020, but the TV share is higher by 3%



TOTAL ADVERTISING EXPENDITURE



Source: Nielsen Advertising Information Service; Total advertising Expenditure Includes all industries

THE PEOPLE

แผนแบ่งเค้ก กว่า 1 แสนล้านบาท



Date: 31/01/2017

Author: Marketeer Team



สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) มั่นใจ ภาพรวมโฆษณาปี 2560 ดีกว่าปีที่ผ่านมา แล้วเม็ดเงินโฆษณาที่ไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาท จะไปอยู่ที่สื่อไหน อย่างไร ทวีติจิทัล สื่อสิ่งพิมพ์ ควรปรับตัวอย่างไร **ไตรลุจน์ นวมะรัตน์** นายกสมาคม ให้ความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ไว้อย่างน่าสนใจ

ไตรลุจน์ ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2565 ให้ความเห็นเกี่ยวกับการประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัล ครั้งที่ผ่านมามี การประมูลใบอนุญาตโดยมีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดเป็นเรื่องดี ทางด้านธุรกิจ ก่อให้เกิดการแข่งขัน และมีเดียเอเยนซี มีตัวเลือกมากขึ้น ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ ก็มีรายการ โทรทัศน์ที่หลากหลายให้เลือกชมมากขึ้น แต่การประมูลครั้งนี้ก็มีด้านเสียคือ ทำให้มีจำนวนช่องมากเกินไป จากเดิม 4 ช่อง เพิ่มเป็น 24 ช่อง เทียบกับในอดีตที่มีการประมูลสัมปทานช่องไอทีวี มีการประมูลเพียงช่องเดียว มีโทรทัศน์ช่องใหม่เกิดขึ้นเพียงช่องเดียว ซึ่งจำนวนช่องที่มีมากเกินไป นี้ ไตรลุจน์ ให้น้ำหนักความสำคัญมากที่สุดที่เป็นสาเหตุทำให้กิจการโทรทัศน์ดิจิทัลมีปัญหา

ปัญหาที่ตามมาจากการที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์เคยมีอยู่ 4 ช่อง และเพียงข้ามวัน ก็เพิ่มขึ้นถึง 24 ช่อง ทำให้เม็ดเงินโฆษณาที่มีอยู่เท่าเดิม ไม่ได้เพิ่มขึ้นตามจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้น ก็ต้อง

กระจายไปสู่โทรทัศน์เป็นสิบ ๆ ช่อง อย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ทำให้รายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัล ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่แต่ละช่องทำการศึกษาและประเมินไว้ จนเป็นเหตุให้ช่องใหม่ ๆ และเงินทุนไม่มากนัก ต้องปิดตัวลงไปถึง 9 ช่อง เมื่อปี 2562 และเชื่อว่า จำนวน 15 ช่องโทรทัศน์ในปัจจุบัน น่าจะเป็นจำนวนที่เหมาะสมและอยู่รอดได้ หลังจากผ่านการปรับตัวในทุก ๆ ด้านอย่างลงตัวแล้ว

อย่างไรก็ดี แม้ปัจจุบันจำนวนช่องจะลดลงเหลือเพียง 15 ช่อง (ไม่รวมช่องของรัฐ) ไตรลูจน์ ก็มองว่า ยังไม่ใช่จำนวนที่จะทำให้ทุกช่องมีรายได้จากเม็ดเงินโฆษณาอย่างคุ้มค่าการลงทุน ในจำนวนนี้ ยังมีหลายช่องที่ไม่สามารถทำกำไรได้ แต่ที่ยังคงดำเนินกิจการได้อยู่ ก็เพราะยังมีสายป่านที่ยาวพอ หรือมีธุรกิจอื่นที่สนับสนุนทางอ้อมอยู่ และเสริมว่า จำนวนช่องที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำให้ทุกรายมีรายได้และกำไรเพียงพอคือ 6-7 ช่องเท่านั้น เพราะงบโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์นับแต่ยุคโทรทัศน์อนาล็อก จนถึงปัจจุบัน ไม่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด แต่กลับมีแนวโน้มจะลดลง เนื่องจากการเติบโตของสื่อออนไลน์

ไตรลูจน์ พูดถึงการปรับตัวของโทรทัศน์ดิจิทัลที่นับว่าก่อให้เกิดผลดีอย่างชัดเจน เช่น ช่อง PPTV ที่เคยเป็นช่องโทรทัศน์ที่เน้นรายการประเภทกีฬา ซึ่งนับว่าเป็นความแตกต่างและโดดเด่นในเชิง Positioning ของช่อง แต่ด้วยประเภทสินค้าที่จะลงโฆษณาในรายการประเภทกีฬา มีน้อยกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ทำให้ในปัจจุบัน PPTV ได้ปรับให้มีประเภทรายการที่หลากหลายมากขึ้น สามารถรับโฆษณาสินค้าได้หลากหลายยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างฉับพลัน (Digital Disruption) ก็เป็นสาเหตุสำคัญอันดับสองรองจากจำนวนช่องที่มากเกินไป เพราะทำให้ผู้ชมโทรทัศน์จำนวนมาก เปลี่ยนพฤติกรรมการดูโทรทัศน์จากหน้าจอโทรทัศน์ในบ้าน ไปเป็นอุปกรณ์อื่น ๆ (Other Devices) ที่ระบบตรวจวัดเรตติ้งไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

ไตรลูจน์ พูดถึงปัญหาเรื่องเรตติ้งทีวีที่ไม่สะท้อนความจริงเท่าที่ควรว่า ที่ผ่านมามีโทรทัศน์หลายช่องหลายรายการ ทั้ง ๆ ที่เป็นรายการที่ดีมีคุณภาพ แต่เรตติ้งไม่ใช่อะไรที่ควรจะเป็น น่าจะเป็นผลจากการที่การจับเรตติ้งในระบบเดิมหรือปัจจุบัน ยังไม่สามารถจับข้อมูลการดูโทรทัศน์ของผู้ชมที่ไม่ได้ดูผ่านจอโทรทัศน์ปกติได้ เป็นเรื่องที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง เนื่องจากปัจจุบันมีประชาชนดูโทรทัศน์ดิจิทัลผ่านอุปกรณ์รับชมอื่น (Other Devices) ที่ไม่ใช่เครื่องรับโทรทัศน์จำนวนมาก แต่เรตติ้งทีวี ไม่สะท้อนจำนวนผู้ชมเหล่านี้ และเขาหวังว่า เรตติ้งระบบใหม่ที่สมาคมโทรทัศน์ดิจิทัลฯ กับ กสทช. ร่วมกันจัดทำ จะสามารถสะท้อนเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ได้ใกล้เคียงความจริงมากขึ้นกว่าในอดีต

เมื่อใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลสิ้นอายุในปี 2572 ไตรลูจน์ ให้ความเห็นว่า ควรให้มีการประมูลใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่ประสงค์จะเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ สามารถ

เข้าร่วมได้ อย่างไรก็ดี เงื่อนไขและกติกาต่าง ๆ ที่จะใช้ในการประมูลครั้งถัดไป กสทช. ควรนำบทเรียนจากครั้งแรกมาพิจารณา เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ประวัติซ้ำรอย และควรให้ความสำคัญกับความอยู่รอดของผู้ประกอบการโทรทัศนอย่างยั่งยืนด้วย

4.15 ผศ. ดร. ธวัชชัย จิตรภักษ์นันท์

ผศ. ดร. ธวัชชัย จิตรภักษ์นันท์ เป็นอดีตรองอธิการบดี กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในสายเศรษฐศาสตร์ ต่อไปขอเรียกสั้น ๆ ว่า อ. ธวัชชัย ซึ่งได้กรุณาให้ข้อมูลกับผู้ศึกษาโดยตรงไปตรงมา

อ. ธวัชชัย ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2565 ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ภาคพื้นดิน ไม่ประสบความสำเร็จตามที่ทุกฝ่ายคาดหวัง ดังนี้

ผู้ประกอบการประเมินมูลค่าตลาดไว้สูงเกินไป ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้า โดยมีต้นเหตุสำคัญจากสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างที่ไม่มีการคาดการณ์ใดคาดไว้ สภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงนี้ อ. ธวัชชัย ขยายความว่า คือการขยายตัวของสื่อใหม่ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ Youtube, Facebook และ แพลตฟอร์ม OTT ที่ดึงดูดคนดูโทรทัศน์ภาคพื้นดินไปเป็นจำนวนมากในระยะอันสั้น

ถัดไปเป็นเรื่องปัญหาความขลุกขลักหรือไม่ราบรื่นในการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งในประเด็นนี้ อ. ธวัชชัย ให้นำหนักไปที่ความไม่พร้อมของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและกึ่งรัฐ ขณะที่เอกชนผู้ประกอบการโทรทัศน์ มีความพร้อมตั้งแต่วันแรกที่ออกอากาศ แต่โครงข่ายกลับไม่มีความพร้อมตามเป้าหมายที่วางไว้ เปรียบเสมือนเกม “วิ่งสามขา” ที่คนหนึ่งวิ่งเร็วขณะที่อีกคนหนึ่งวิ่งช้า ทำให้การวิ่งนั้นสะดุดไม่ราบรื่นตลอดเส้นทาง

อ. ธวัชชัย บอกว่า ความล่าช้าของโครงข่าย เป็นปัญหาที่ กสทช. ไม่อาจกำกับดูแลหรือควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างที่ต้องการ เนื่องจากผู้ให้บริการโครงข่ายมีถึง 4 ราย โดย 2 รายเป็นหน่วยงานราชการร้อยเปอร์เซ็นต์ ขณะที่อีก 2 รายก็เป็นหน่วยงานกึ่งราชการ การกำกับดูแลให้หน่วยงานเหล่านี้ ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดในสัญญาจึงทำได้เต็มที่

การที่โทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย ใช้บริการโครงข่ายจากผู้ให้บริการโครงข่ายที่แตกต่างกันถึง 4 รายนี้ ได้ก่อให้เกิดปัญหาขึ้นมามากมาย ปัญหาแรกคือ ความไม่พร้อมกันของโครงข่าย ในช่วงเริ่มต้น เนื่องจากต่างคนต่างทำ แต่ละโครงข่ายจึงเสร็จไม่พร้อมกัน ปัญหาที่สองคือ คุณภาพของโครงข่ายที่ไม่เท่ากัน ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้อุปกรณ์ที่ไม่เหมือนกัน และ ปัญหาที่สามคือ ต้นทุนของแต่ละโครงข่ายค่อนข้างสูง เนื่องจากขาด Economy of Scale ซึ่งส่งผลถึงปัญหาที่สี่

อ. ธวัชชัย ให้ความเห็นว่า หากโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย มีเพียงโครงข่ายเดียว และดำเนินการโดยผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ปัญหาข้างต้นจะไม่เกิดขึ้นเลย

ปัญหาการแจกจ่ายคู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน์ ก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ทำให้ การเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างไม่ราบรื่นและตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีทั้งปัญหาความล่าช้าในการ แจกจ่ายคู่มือฯ การแจกจ่ายคู่มือในพื้นที่ที่โครงข่ายยังไม่พร้อม และ การประชาสัมพันธ์ให้ ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับการแจกจ่ายคู่มือ วิธีการแปลงกล่องรับสัญญาณ และวิธีการติดตั้งปรับแต่ง กล่องรับสัญญาณ



ประเด็นหมวดหมู่ใบอนุญาตฯ อ. ธวัชชัย เห็นว่า จะเป็นการดีกว่า ถ้าไม่มีการแบ่งหรือ กำหนดหมวดหมู่ช่องรายการ และเชื่อว่า การ ไม่มีหมวดหมู่และกำหนดรายละเอียดสัดส่วนประเภท รายการให้กับแต่ละช่องโทรทัศน์ ปล่อยให้ผู้ประกอบการออกแบบหมวดหมู่และผังรายการกันเอง ตามความต้องการและกลไกตลาด จะทำให้ผู้ประกอบการและประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ ได้ ประโยชน์มากกว่าการที่ กสทช. เป็นผู้กำหนดหมวดหมู่และกฎเกณฑ์เนื้อหารายการของแต่ละ หมวดหมู่

เหตุการณ์ที่มีผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัล ขอคืนใบอนุญาตไปแล้วรวม 9 ช่อง เป็นสิ่ง ที่น่าเสียดาย และ อ. ธวัชชัย เห็นว่า กสทช. ก็มีมีส่วนต้องรับผิดชอบ ซึ่งที่ผ่านมา กสทช. ก็ได้ทำเรื่อง ให้มีการคืนใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่สามารถไปต่อได้ และ คืนเงินค่าใบอนุญาตที่ ชำระไว้ล่วงหน้าจำนวนแก่ผู้ประกอบการที่ขอคืนใบอนุญาต (ปี 2562) ขณะเดียวกัน ก็ได้มีการ ยกเว้นค่าใบอนุญาตสองงวดสุดท้ายให้กับผู้ประกอบการที่ยังคงดำเนินกิจการต่อ พร้อมกับรับภาระ จ่ายค่าบริการโครงข่ายฯ ให้กับผู้ให้บริการโครงข่ายฯ ตลอดจนอายุสัญญาที่เหลือ เพื่อบรรเทาภาระ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลที่เหลืออยู่ให้สามารถดำเนินกิจการต่อไป ได้จนถึงสิ้นสุดใบอนุญาตในปี 2572

มาตรการช่วยเหลือที่วิดิจิทัล ตามคำสั่ง กสทช. 4/2562

1 **ขอคืนใบอนุญาตได้ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ 11 เม.ย.62**
 โดยสำนักงาน กสทช. จ่ายชดเชยโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้รับใบอนุญาตได้รับในระหว่างที่ประกอบกิจการ และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ที่ได้มีการชำระแล้ว

2 **ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการที่วิดิจิทัล 22 ช่อง** ไม่ต้องนำเงินค่าประมูล 2 จวด สุดท้าย คือ จวดที่ 5-6 มาชำระ กสทช. หากรายได้ชำระไปแล้ว สามารถมาขอคืนได้ ส่วนรายได้ชำระจวดที่ 4 ไม่ครบให้นำเงินมาชำระให้ครบในเดือน พ.ค.นี้

มาตรการช่วยเหลือที่วิดิจิทัล ตามคำสั่ง กสทช. 4/2562

3 **วงเงินค่าประมูลที่วิดิจิทัล จวด 5 และ 6 (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)** คิดเป็นเงิน 13,622 ล้านบาท

4 **ค่า MUX กสทช.จะช่วยเหลือสนับสนุน** โดยจะนำเงินไปชำระให้ผู้ประกอบการโครงข่าย คือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กรมประชาสัมพันธ์ และ อสมท รวมเป็นเงินปีละ 1,960 ล้านบาท จนถึงสิ้นสุดอายุใบอนุญาต

ที่มา: tnnthailand.com

อ. รัชชัช เชื่อว่า จากมาตรการต่าง ๆ ที่ กสทช. ได้ดำเนินการเพื่อช่วยเหลือโทรทัศน์ดิจิทัลที่ผ่านมา จะช่วยให้ช่องที่ยังออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จนถึงอายุใบอนุญาต ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมใบอนุญาต หรือ ค่าบริการ โครงข่ายโทรทัศน์

สำหรับการประมูลครั้งต่อไป อ. รัชชัช เห็นว่าหากยังมีการประมูลใบอนุญาตเกิดขึ้นอีก ราคาใบอนุญาตคงจะไม่สูงแบบครั้งที่ผ่านมา และเชื่อว่าจะไม่เป็นภาระที่หนักเกินไปสำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ แต่สิ่งที่น่ากังวลมากกว่า คือ ค่าบริการ โครงข่าย เนื่องจากเป็นสิ่งที่ กสทช. ไม่อาจควบคุมได้โดยตรง และก็จะจะไม่มีการสนับสนุนค่าโครงข่ายโดย กสทช. อีก แต่ก็หวังว่า คณะกรรมการ กสทช. ชุดใหม่ จะสามารถนำบทเรียนและปัญหาจากการประมูลครั้งที่ผ่านมา ไปออกแบบการประมูลครั้งใหม่ให้ประสบความสำเร็จและสมประโยชน์กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น ประชาชนผู้รับโทรทัศน์ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ และ ภาครัฐ

4.16 สุทธิสัญญา กลางณรงค์

สุทธิสัญญา กลางณรงค์ เป็นอดีตกรรมการ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สายสัมพันธ์กับผู้บริโภค ได้ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ภาคพื้นดิน ไม่ประสบความสำเร็จตามที่ทุกฝ่ายคาดหวัง ดังนี้

ปัญหาการประมูลใบอนุญาตสูงเกินไป กลายเป็นภาระต้นทุนที่ไม่สอดคล้องกับรายได้ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ ใดๆก็ดี สุทธิสัญญา ให้ความเห็นว่า หากปัญหานี้มีต้นเหตุจากกติกาการประมูลใบอนุญาตแล้ว ทั้ง กสทช. และ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ น่าจะต้องรับผิดชอบร่วมกัน เนื่องจากในการออกแบบการประมูลครั้งนั้น กสทช. ได้เปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ และสาระสำคัญส่วนใหญ่ก็ได้รับความเห็นชอบร่วมกันแล้ว

สุทธิสัญญา ให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2565 เล่าว่า หนึ่งเดือนหลังจากโทรทัศน์ดิจิทัลเริ่มออกอากาศ เกิดรัฐประหารขึ้น สื่อมวลชนกระแสหลัก โดยเฉพาะโทรทัศน์ดิจิทัล ถูกควบคุมการนำเสนอเนื้อหาอย่างเข้มงวด ทำให้ประชาชนจำนวนมากที่ต้องการแสวงหาข่าวสารหรือข้อเท็จจริงนอกเหนือจากสื่อมวลชนกระแสหลัก จึงหันไปใช้บริการจากสื่อออนไลน์ เป็นการส่งเสริมให้สื่อออนไลน์ได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกระทบสื่อสารมวลชนกระแสหลักทั้งหมด

กระบวนการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล เป็นไปอย่างล่าช้าและขาดประสิทธิภาพ ซึ่งสุทธิสัญญา ยอมรับว่า เป็นความรับผิดชอบของ กสทช. อย่างปฏิเสธไม่ได้ และหนึ่งในปัญหาของการเปลี่ยนผ่านนี้ สุทธิสัญญา ให้ความสำคัญกับคุณภาพของกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ที่ไม่มีคุณภาพดีพอ เนื่องจากมูลค่าอุปกรณ์เพียง 690 บาท เป็นเหตุให้ประชาชนแลกได้เพียงกล่องรับสัญญาณคุณภาพต่ำ ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสุทธิสัญญา เล่าให้ฟังว่า ก่อนที่ กสทช. จะสรุปมูลค่าอุปกรณ์แลกกล่องรับสัญญาณฯ ในราคา 690 บาทนี้ ในการประชุมคณะกรรมการ กสทช. หลายครั้ง ได้เสนอให้ กสทช. แจกอุปกรณ์มูลค่าไม่น้อยกว่า 1 พันบาท แต่จากกระแสคัดค้านของหลายฝ่ายทั้งจากองค์กรของรัฐและองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐ ทำให้ได้ข้อสรุปมูลค่าอุปกรณ์ที่ กสทช. จะแจกจ่ายที่ราคา 690 บาท

จำนวนผู้ให้บริการโครงข่ายฯ ที่มีมากกว่า 1 เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้การขยายโครงข่ายฯ ล่าช้ากว่าแผนงาน และคุณภาพโครงข่ายฯ ก็ไม่เป็นมาตรฐานหรือคุณภาพเดียวกัน ทำให้ประชาชนไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้อย่างทั่วถึงตามเป้าหมายที่วางไว้ การกำกับดูแลโครงข่ายฯ กสทช. ก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่เนื่องจากหน่วยงานที่ให้บริการโครงข่ายทั้งหมดและหน่วยงานของรัฐ และ หน่วยงานกึ่งรัฐ

สุกัญญา ขอมรับว่า ก่อนการประมูลใบอนุญาตฯ ผู้สนใจที่จะเข้าประมูลใบอนุญาต ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการประมูลล่วงหน้า ที่ไม่ตรงกับข้อมูลที่เป็นทางการเกี่ยวกับข้อกำหนด และเงื่อนไขของการประมูล ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการหลายราย ได้ซุกข้อมูลที่ผิดไปใช้ในการวางแผน ธุรกิจและการประมูล จนเป็นที่มาของการดำเนินงานที่ผิดพลาดและไม่ประสบความสำเร็จดังที่วางเอาไว้แต่แรก

สุกัญญา ไม่เห็นด้วยที่เงื่อนไขการประมูลใบอนุญาตครั้งนั้น ขอมให้ผู้ประกอบการราย เดียวสามารถประมูลใบอนุญาตได้มากกว่า 1 ใบ และเชื่อว่า เป็นสาเหตุที่ทำให้ราคาประมูลสุดท้าย ของหลาย ๆ หมวดหมู่ สูงกว่าที่ควรจะเป็น เนื่องจากเมื่อ “รายใหญ่” เข้าประมูลในหมวดใด หมวด นั้นก็จะเกิดการแข่งขันสูง ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ขอมให้เกิดขึ้นได้ แต่เมื่อ “รายใหญ่” รายเดียวกันนั้นเข้าร่วม ประมูลในหมวดอื่น ๆ ด้วย ก็จะดันให้ราคาประมูลสุดท้ายในหมวดอื่น ๆ สูงขึ้นไปด้วย สรุปสุดท้าย คือ ทุกหมวดใบอนุญาตจบลงด้วยราคาประมูลที่สูงเกินสมควรเนื่องจากมี “รายใหญ่” เข้าร่วม ประมูลในทุกหมวดใบอนุญาต

โดยเฉพาะหมวดหมู่รายการเด็ก สุกัญญา เห็นว่า ไม่ควรให้รายใหญ่เข้าร่วมประมูล เพราะจะทำให้ราคาใบอนุญาตขึ้นไปสูงมาก และสุดท้ายแม้แต่ “รายใหญ่” ที่เข้าประมูลเอง ก็ไม่สามารถทำช่องเด็กให้อยู่รอดได้ ด้วยสาเหตุจากต้นทุนใบอนุญาตที่สูงเกินไปนั่นเอง

ด้านการสำรวจความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ หรือ เรตติ้งทีวี สุกัญญา เห็นว่า กสทช. ควร ให้การสนับสนุนการจัดทำเรตติ้งทีวีให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่ง กสทช. ได้เคยเห็นชอบให้สนับสนุนงบประมาณจำนวนหนึ่งให้ผู้ประกอบการจัดหาผู้ดำเนินการ จัดทำเรตติ้งทีวีรายใหม่ตามที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขอรับการสนับสนุน แต่ก็ประสบกับอุปสรรค ที่มีผู้ประกอบการบางรายคัดค้าน จนทำให้ข้อเสนอครั้งนั้นต้องล้มเลิกไป

บริการโทรทัศน์เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ ได้แก่ บริการล่ามภาษามือ บริการเสียง บรรยายภาพ และ บริการคำบรรยายแทนเสียง ที่เป็นข้อบังคับให้โทรทัศน์ดิจิทัลทุกช่อง ต้องจัดให้มี ตามเงื่อนไขใบอนุญาตฯ นั้น สุกัญญา ตระหนักดีว่า เป็นภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ โทรทัศน์ทุกช่อง หากเป็นช่วงภาวะที่เศรษฐกิจดี ผู้ประกอบการมีรายได้และกำไรที่มากพอ ก็คงไม่ เป็นปัญหากับผู้ประกอบการ แต่ในภาวะที่ยากลำบากตั้งแต่โทรทัศน์ดิจิทัลเริ่มออกอากาศ จนถึง ปัจจุบัน ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดทำบริการเหล่านี้ มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการต้องประสบความ ยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ และเห็นว่า กสทช. หรือ ภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายใน ส่วนนี้ให้กับผู้ประกอบการ

บริการโทรทัศน์ เพื่อการเข้าถึงของคนพิการ

ตามประกาศ กสทช. (เรื่อง) การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการ
ใช้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์



ใช้บังคับกับใคร ?

ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล 26 ช่อง

ช่องสาธารณะ: 4 ช่อง



ช่องธุรกิจ: 22 ช่อง



ใครที่ได้รับประโยชน์ ?

คนพิการ

กลุ่มหลัก



คนตาบอด, คนหูหนวก, คนหูตึง
คนพิการทางการสื่อความหมาย

กลุ่มรอง



ผู้ใกล้ชิดคนพิการกลุ่มหลัก, ผู้สูงอายุ,
เด็กเล็ก หรือ คนต่างชาติที่อพยพเข้ามาเมือง

ให้บริการอย่างไร/อย่างไร ?



"บริการเสียงบรรยายภาพ" (Audio Description: AD)

สำหรับคนพิการทางการเห็น
: คำบรรยายภาพด้วยเสียง เช่นเดิมเป็นเพียงในบางช่วงเวลา



"บริการคำบรรยายแทนเสียง" (Closed Caption: CC)

สำหรับคนพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย
: ตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพ ที่แสดงขึ้นในขณะที่รายการมีเสียงพูด
หรือเสียงประกอบ



"บริการล่ามภาษามือ" (Sign Language: SL)

สำหรับคนพิการทางการได้ยินและสื่อความหมาย
: การบรรยายด้วยภาษามือในช่วงเวลาที่รายการมีเสียงพูด หรือเสียงประกอบ

ผู้ประกอบการต้องทำบริการ
ในรายการข่าวสาร หรือสารที่เป็น
ประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น

1. รายการข่าวสาร
2. รายการสารคดีที่มุ่ง
ความเข้าใจในผลกระทบ
ในระบอบประชาธิปไตย
3. รายการส่งเสริมการศึกษา
หรือรอบรู้ ศิลปะ วัฒนธรรม
4. รายการให้ความรู้ความเข้าใจ
ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม
คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

อ่านประกาศ ใต้ >>>



- ผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ต้องรายงานผลการจัดทำบริการโทรทัศน์
สำหรับคนพิการ ต่อ กสทช. ทุกปี โดยจัดส่งพร้อมกับพิงรายการประจำปีที่
กฎหมายกำหนด
- หากฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศฯ จะมีโทษตามกฎหมายต่อไป

สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์
เว็บไซต์ <http://bcp.nbtc.go.th>



<https://www.facebook.com/con.rights/>

เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาตฯ ในปี 2572 สุกัญญา เห็นว่า รายเดิมทั้ง 15 ช่อง ควรได้รับการต่อ
อายุใบอนุญาต ภายใต้กติกาหรือเงื่อนไขที่เป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนผู้รับชม

โทรทัศน์ และ ความอยู่ได้ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ด้วย และเชื่อว่า หากมีการประมูลใบอนุญาตใหม่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คงไม่เข้าร่วมประมูลด้วย

หากเป็นไปได้ เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาตฯ ในปี 2572 สุกัญญา เสนอให้มีการต่ออายุใบอนุญาตผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิม ขณะเดียวกัน เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามารับใบอนุญาตด้วย โดยใช้คลื่นความถี่ที่ยังเหลืออยู่จากช่องที่ กสทช. สำรองไว้สำหรับโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ และ บริการชุมชน ที่ยังไม่มีการดำเนินการ

ใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลปัจจุบัน กำลังจะหมดอายุลงในอีก 7 ปีข้างหน้า สุกัญญา เห็นว่า กสทช. ควรจะเริ่มศึกษาและเตรียมการตั้งแต่วลานี้ เพื่อให้มีเวลามากพอ เพราะการเปลี่ยนแปลงบางเรื่อง จำเป็นต้องแก้กฎหมาย ซึ่งจะต้องใช้เวลานานนับปีกว่าจะสำเร็จ และหวังว่าในอนาคตผู้ประกอบการจะไม่มีปัญหาข้อมูลเกี่ยวกับการประมูลที่ไม่เป็นทางการ และไม่ตรงกับข้อมูลทางการจาก กสทช. จนทำให้เกิดความสับสนและเป็นปัญหาในการวางแผนธุรกิจอีกต่อไป



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ข้อควรพิจารณาในการประมวลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2572 มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาจุดอ่อน หรือ จุดที่เป็นปัญหา จากทุกแง่มุมของการประมวลคลื่นความถี่ฯ ครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2556 ตลอดจนปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของ กสทช. และ ของเอกชนผู้ประกอบการโทรทัศน์เอง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาออกแบบการประมวลคลื่นความถี่ฯ ในครั้งต่อไป เมื่อใบอนุญาตฯ ปัจจุบันสิ้นอายุลงในปี พ.ศ. 2572 การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้ง 4 ภาคส่วน ได้แก่ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ ผู้ประกอบการ Media Agency ผู้สันักตกรณี และ อดีตผู้บริหาร กสทช. จึงมุ่งหาคำตอบว่า สิ่งใดคือปัญหาหรืออุปสรรคที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ในระยะเวลาที่ผ่านมา ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ทุกฝ่ายคาดการณ์ไว้ ในบทนี้จะสรุปปัญหาที่รวบรวมได้ทั้งหมดเป็นหมวดหมู่ ในข้อ 5.1 เพื่ออภิปรายผลในข้อ 5.2 และจบด้วยข้อเสนอแนะสำหรับการจัดประมวลครั้งต่อไปในข้อ 5.3 โดยลำดับดังนี้

ตารางสรุป ประเด็นปัญหาและความเห็นเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล

ประเด็นปัญหา/ความเห็น	ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
จำนวนช่องมีมากเกินไป																
Technology Disruption/การเติบโตของ Social Media และ OTT TV																
ราคาค่าใบอนุญาตสูงเกินไป																
ราคาค่าบริการโครงข่ายสูงเกินไป																
เงื่อนไขชำระหนี้ค่าใบอนุญาตใน 6 ปี ขณะที่ใบอนุญาตมีอายุ 15 ปี																
ระยะเวลาใบอนุญาต 15 ปี สั้นเกินไป																
ความล่าช้าของการติดตั้ง/เช่าโครงข่ายโทรทัศน์ (MUX)																
คุณภาพโครงข่ายโทรทัศน์ไม่เป็นไปตามกำหนด ไม่ได้มาตรฐาน (ใช้เสาสูง 6 ม.)																
ความล่าช้าในการแจกจ่ายอุปกรณ์กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์																
อุปสรรคค่าส่วนเกิน/แลกซื้อกล่องรับสัญญาณคุณภาพต่ำ																
การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ประชาชนไม่รับรู้/ไม่มีความรู้ความเข้าใจมากพอ																
การให้ข้อมูลรอบที่ผิดไปจากข้อมูลทางการของ กสทช.																
การให้ข้อมูลรอบที่เกินจริงในลักษณะ "ขายฝัน" ของ กสทช.																
กสทช. ไม่สามารถจัดหมวดหมู่ใบอนุญาตได้ตามจริง ก่อให้เกิดการแข่งขันสูง																
ระยะเวลาเตรียมการออกอากาศหลังทราบผลประมูลใบอนุญาตสั้นเกินไป																
ขาดการสนับสนุนงบประมาณสำหรับช่องเด็กตามที่เคยประกาศไว้																
ปัญหาการเมืองกระทบเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ																
วิธีการประมูล เป็นสาเหตุให้ใบอนุญาตมีราคาสูงเกินควร																
การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการ เป็นปัญหาต่อการพัฒนาคุณภาพรายการ																
บริการพิเศษสำหรับผู้พิการ เป็นการตั้งเงื่อนไขที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้																
เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาต ไม่ควรมีการประมูลใบอนุญาตในลักษณะเดิมอีก																
กสทช. ไม่มีบทบาทด้านส่งเสริมกิจการโทรทัศน์																
จำนวนผู้ให้บริการโครงข่าย มีมากเกินไป																
ปัญหาเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ ไม่สะท้อนความเป็นจริง																

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 จำนวนช่องมากเกินไป

ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า จำนวนช่องมีมากเกินไป แม้จะมีการแบ่งหมวดหมู่ประเภทช่องรายการไว้ 4 หมวดหมู่ หมวดหมู่ละ 3 ถึง 7 ช่อง แต่ในทางปฏิบัติ โทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 24 ช่อง ได้วางผังรายการและเนื้อหาใกล้เคียงกัน โดยมีสัดส่วนรายการประเภทข่าวมากที่สุด แทนที่การแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลจะจำกัดอยู่ในแต่ละหมวดหมู่ กลายเป็นการแข่งขันข้ามหมวดหมู่ และการแข่งขันของทุกช่องโทรทัศน์ในที่สุด

เมื่อจำนวนช่องมีมากเกินไป อุตสาหกรรมโฆษณาซึ่งเป็นรายได้หลักของโทรทัศน์ดิจิทัล ก็เกิดภาวะอุปทานสูงเกินอุปสงค์ การซื้อโฆษณาของ Media Agency ซึ่งอาศัยตัวเลขเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ จึงจำกัดอยู่ในลำดับต้น ๆ ของช่องที่มีผู้ชมสูงสุด ทำให้ช่องที่มีเรตติ้งต่ำ ๆ โดยเฉพาะตั้งแต่ลำดับที่ 10 เป็นต้นไป ไม่มีรายได้จากค่าโฆษณามากพอที่จะทำให้ธุรกิจมีกำไร และอยู่ได้ด้วยรายได้จากค่าโฆษณาเป็นหลัก

5.1.2 Technology Disruption/การเติบโตของ Social Media และ OTT TV

ประเด็น Technology Disruption และการเติบโตของ Social Media และ โทรทัศน์ในระบบ OTT แม้จะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทุกรายทราบคิดตั้งแต่ก่อนการประมูลใบอนุญาตแล้วก็ตาม แต่ก็มิได้คาดคิดว่า ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะรวดเร็วและรุนแรงจนทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ หายไปจากหน้าจอโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์มิได้ประเมินไว้ก่อนการประมูลใบอนุญาต การประเมินความเป็นไปได้ และแผนธุรกิจจึงเกิดความผิดพลาดและไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ นับเป็นสาเหตุอันดับต้น ๆ ที่ผู้ประกอบการเกือบทุกรายระบุว่า เป็นต้นเหตุที่ทำให้กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประสบความยากลำบากและไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

ในปัจจุบัน โทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินทุกช่อง ได้เพิ่มช่องทางออกอากาศผ่านระบบออนไลน์ที่เป็นแพลตฟอร์มของตัวเองเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ประชาชนส่วนใหญ่ที่รับชมโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถรับชมรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศสด และ รายการรับชมย้อนหลังได้อีกด้วย

5.1.3 ราคาใบอนุญาตสูงเกินไป

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ยอมรับว่า ก่อนการประมูลใบอนุญาต ไม่คาดคิดว่า จะสูงถึงระดับ และขณะประมูลก็ได้ประเมินแล้วว่า ราคาที่ตัดสินใจเกาะประมูลไว้ เป็นราคาที่น่าจะพอไปได้ แต่เมื่อดำเนินกิจการไปชั่วระยะเวลาหนึ่งก็พบว่า ค่าใบอนุญาตดังกล่าว กลายเป็นต้นทุนที่สูงมากของกิจการ

ผู้ประกอบการยอมรับว่า หากรายได้ของกิจการเป็นไปตามเป้าหมาย ต้นทุนค่าใบอนุญาต ก็อาจไม่เป็นปัญหาของกิจการ แต่ด้วยสาเหตุมากมายที่เกิดขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีปัญหาด้านรายได้ไม่เป็นไปตามเป้า ส่งผลให้กิจการขาดสภาพคล่องและประสบภาวะขาดทุน

โดยคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ได้ยกเว้นและคืนค่าใบอนุญาตที่ชำระไว้ล่วงหน้า ปัจจุบันจึงไม่มีผู้ประกอบการรายใดมีภาระในการชำระค่าใบอนุญาตจนถึงสิ้นสุดสัญญาในปี 2572

5.1.4 ราคาค่าบริการโครงข่ายสูงเกินไป

ผู้ประกอบการบางราย ให้ความเห็นว่า ราคาค่าบริการโครงข่ายเป็นต้นทุนที่สูงเกินไป และไม่มีทางเลือกในการใช้บริการโครงข่ายที่มีราคาค่าบริการถูกลง เนื่องจากผู้ให้บริการโครงข่ายทั้ง 4 ราย เป็นหน่วยงานของรัฐ และกึ่งรัฐ ทำให้ผู้ประกอบการไม่อาจต่อรองได้เหมือนกรณีใช้บริการจากองค์กรที่ดำเนินการโดยเอกชน

เช่นเดียวกับค่าใบอนุญาต โดยคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ได้สั่งให้ กสทช. ชำระค่าบริการ โครงข่ายแทนผู้ประกอบการโทรทัศน ตลอดระยะเวลาสัญญาที่เหลืออยู่ ทำให้ผู้ประกอบการ โทรทัศน ไม่มีภาระในการชำระค่าบริการ โครงข่ายไปจนถึงสิ้นสุดใบอนุญาต

5.1.5 เงื่อนไขชำระเงินค่าใบอนุญาตใน 6 ปี ขณะที่ใบอนุญาตมีอายุ 15 ปี

ผู้ประกอบการหลายรายให้ความเห็นว่า เงื่อนไขบังคับให้ชำระเงินค่าใบอนุญาตที่มีอายุ 15 ปี ให้จบภายใน 6 ปี เป็นเงื่อนไขที่สร้างความยากลำบากทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ เพราะ กลายเป็นค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ที่ผู้ประกอบการต้องแบกรับในช่วงระยะเวลา 6 ปีแรก ซึ่งเป็นช่วงเวลา ที่การประกอบการยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น จึงมีรายได้ไม่มากพอ หาก กสทช. กำหนดเงื่อนไขให้แบ่ง จ่ายตามระยะเวลาใบอนุญาต 15 ปี ภาระค่าใบอนุญาตต่อปีก็จะลดลงเหลือเพียง 1 ใน 15 ของค่า ใบอนุญาตทั้งหมด

อย่างไรก็ดี ด้วยคำสั่ง คสช. ที่ 4/2562 ได้ยกเว้นและคืนค่าใบอนุญาตที่ชำระไว้ล่วงหน้า ปัจจุบันจึงไม่มีผู้ประกอบการรายใดมีภาระในการชำระค่าใบอนุญาตจนถึงสิ้นสุดสัญญาในปี 2572

5.1.6 ระยะเวลาใบอนุญาต 15 ปี สิ้นเกินไป

ผู้ประกอบการบางราย ให้ความเห็นว่า ระยะเวลาใบอนุญาต 15 ปี สิ้นเกินไป เนื่องจาก กิจกรรมโทรทัศนภาคพื้นดิน เป็นกิจกรรมที่มีการลงทุนสูงกว่ากิจกรรมประเภทอื่น ทำให้ระยะเวลาคืน ทุนต้องใช้เวลาานานมาก โดยระบุว่า 7-8 ปีแรกเป็นช่วงที่กิจการขาดทุนสะสมจำนวนมาก ครึ่งหลัง ของใบอนุญาต จึงเป็นช่วงที่น่าจะทำกำไรจนชดเชยขาดทุนสะสมได้ หากอายุใบอนุญาตอยู่ที่ 15 ปี เท่ากับกิจการ 15 ปี ของใบอนุญาต เป็นการลงทุนที่สูญเปล่า หากอายุใบอนุญาตมากกว่า 15 ปี ก็จะ ช่วยให้อะไรกิจการมีกำไรในช่วงปีที่เหลือของใบอนุญาต

อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการบางราย ให้ความเห็นในทางตรงกันข้าม คือ เห็นว่าอายุ ใบอนุญาต 15 ปี ยาวนานเกินไป เนื่องจากกิจกรรมโทรทัศนได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีสูงมากดังที่ปรากฏอยู่ การกำหนดอายุใบอนุญาตไว้ 15 ปี จึงไม่สอดคล้องกับบริบทด้าน เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

5.1.7 ความล่าช้าของการติดตั้ง/ขยายโครงข่ายโทรทัศน (MUX)

ผู้ประกอบการทุกราย เห็นเป็นเสียงเดียวกันว่า ความล่าช้าของการติดตั้งและขยาย โครงข่ายโทรทัศน เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กิจการ โทรทัศนดิจิทัลประสบปัญหาจำนวนผู้ชม โทรทัศนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และล่าช้าไปกว่า 3 ปี ทำให้รายได้ของโทรทัศนดิจิทัลซึ่งขึ้นอยู่กับ จำนวนผู้ชมโทรทัศนต่ำกว่าประมาณการอย่างมาก

ความล่าช้าของการติดตั้งและขยายโครงข่ายโทรทัศน ผู้ประกอบการระบุว่า เป็น ความรับผิดชอบโดยตรง กสทช. ในฐานะผู้กำกับดูแลผู้ให้บริการ โครงข่ายโทรทัศนทั้งหมด

5.1.8 คุณภาพโครงข่ายโทรทัศนไม่เป็นไปตามกำหนด ไม่ได้มาตรฐาน

ผู้ประกอบการเกือบทุกรายเห็นว่า คุณภาพโครงข่ายโทรทัศนทั้งหมด ไม่เป็นไปตามที่ กสทช. กำหนดไว้ โดยปัญหาหลักมาจากการที่ประชาชนไม่สามารถรับชมได้โดยเสอาอากาศภายในบ้าน หรือ เสอาอากาศภายนอกบ้านที่มีความสูงไม่มากพอ

ผู้ประกอบการระบุว่า ประชาชนในเขตภูมิภาค ต้องติดตั้งเสอาอากาศสูงตั้งแต่ 6 เมตรขึ้นไปจึงจะรับสัญญาณโทรทัศนดิจิทัลได้ ซึ่งไม่เป็นไปตามคำเชิญชวนหรือข้อความประชาสัมพันธ์ของ กสทช.

นอกจากปัญหาข้อจำกัดเกี่ยวกับความสูงของเสอาอากาศรับสัญญาณโทรทัศนดิจิทัลแล้ว ยังมีปัญหาคุณภาพของโครงข่ายแต่ละโครงข่ายที่ไม่ดีเท่ากันอีกด้วย โดยเฉพาะช่วง 3 ปีแรกของการออกอากาศโทรทัศนดิจิทัล ทำให้การรับชมโทรทัศนของประชาชนมีความขลุกขลักในช่วง 3 ปีแรก

5.1.9 ความล่าช้าในการแจกจ่ายคู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ระบุถึงปัญหาความล่าช้าในการแจกจ่ายคู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศนดิจิทัล ส่งผลให้ประชาชนจำนวนมาก ไม่สามารถรับชมโทรทัศนดิจิทัลได้ตามเป้าหมาย

อย่างไรก็ดี ตามประกาศและแผนการแจกจ่ายคู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศนของ กสทช. ระบุว่า การแจกจ่ายคู่มือฯ จะดำเนินการตามเขตพื้นที่ที่โครงข่ายขยายไปถึงเท่านั้น จึงสรุปได้ว่า ความล่าช้าในการแจกจ่ายคู่มือฯ เป็นผลสืบเนื่องจากความล่าช้าในการขยายโครงข่ายฯ นั้นเอง

5.1.10 คู่มือฯ มูลค่าต่ำเกินไป/แลกเปลี่ยนกล่องรับสัญญาณคุณภาพต่ำ

ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า คู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน มูลค่า 690 บาท เป็นมูลค่าที่ต่ำเกินไป จึงกลายเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ประชาชนต้องแลกเปลี่ยนกล่องรับสัญญาณ โทรทัศนคุณภาพต่ำ ทำให้มีปัญหาในการรับชมโทรทัศน และยังมีปัญหาเรื่องอุปกรณ์รีโมทคอนโทรล เมื่อผู้ใช้ทำอุปกรณ์หาย หรือ เสียบ ก็จะไม่สามารถรับชมโทรทัศนได้ต่อไป เนื่องจากกล่องรับสัญญาณ โทรทัศนคุณภาพต่ำเหล่านี้ ควบคุมการทำงานด้วยรีโมทคอนโทรลเท่านั้น

ปัจจุบัน เครื่องรับโทรทัศนทุกรุ่นทุกแบบที่มีจำหน่ายในท้องตลาด สามารถรับสัญญาณ โทรทัศนดิจิทัลได้โดยไม่ต้องอาศัยกล่องรับสัญญาณ โทรทัศนดิจิทัลอีกต่อไป

5.1.11 การประชาสัมพันธ์ไม่ดีพอ ประชาชนไม่รับรู้ ไม่มีความรู้ความเข้าใจมากพอ

ผู้ประกอบการบางราย เห็นว่า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านของโทรทัศนระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล การแจกจ่ายคู่มือแปลงกล่องรับสัญญาณ โทรทัศน และการติดตั้ง

และใช้งานกล่องรับสัญญาณ โทรศัพท์ ที่ดำเนินการโดย กสทช. ขาดประสิทธิภาพ ทำให้ประชาชนจำนวนมาก ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้ตามเป้าหมาย ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ ยังต้องรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบดาวเทียม เคเบิลทีวี หรือ แพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งไม่ใช่เป้าหมายของกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล และ ไม่สะท้อนจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ที่แท้จริงในระบบเรตติ้งทีวี

ระบบเรตติ้งทีวีในอนาคตอันใกล้ กำลังอยู่ระหว่างปรับปรุงให้สามารถตรวจวัดจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ผ่านอุปกรณ์รับชมอื่น ๆ นอกเหนือไปจากเครื่องรับโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน

5.1.12 การให้ข้อมูลไม่เป็นทางการที่ผิดไปจากข้อมูลทางการของ กสทช.

ผู้ประกอบการหนึ่ง ให้นำหนักสำคัญที่สุดกับการให้ข้อมูลไม่เป็นทางการของ กสทช. อันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กิจการโทรทัศน์มีปัญหาจนไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ และกล่าวว่า ข้อมูลไม่เป็นทางการที่ได้รับฟังมาจากกรรมการ กสทช. นี้เอง เป็นสาระสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเข้าประมูลใบอนุญาต ซึ่งในเวลาต่อมา สิ่งที่ได้รับรู้มาจากข้อมูลไม่เป็นทางการนี้ ผิดไปจากเงื่อนไขในใบอนุญาตในสาระสำคัญ จนทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการไปตามที่วางแผนไว้แต่แรกได้

อดีตกรรมการ กสทช. ท่านหนึ่ง ก็ยอมรับว่ามี การให้ข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการที่ไม่ตรงกับข้อมูลทางการเกี่ยวกับการประมูลจริง ซึ่งในเวลาต่อมาได้กลายเป็นสาระสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการมีปัญหาในการดำเนินกิจการในที่สุด

5.1.13 การให้ข้อมูลที่เกินจริงในลักษณะ “ขายฝัน” ของ กสทช.

ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องหลายราย พுகถึงข้อมูลไม่เป็นทางการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์เชิงบวกไว้เกินจริงในลักษณะ “ขายฝัน” จนทำให้ผู้ประกอบการประเมินธุรกิจและสถานการณ์ผิดพลาดตั้งแต่ก่อนตัดสินใจเข้าประมูล และขณะทำการประมูลใบอนุญาต

อดีตกรรมการ กสทช. ท่านหนึ่ง ก็ยอมรับว่ามี การให้ข้อมูลในลักษณะนี้ เพื่อเชิญชวนให้ผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลในครั้งนั้น

5.1.14 กสทช. ไม่สามารถจัดหมวดหมู่ใบอนุญาตได้ตามจริง ก่อให้เกิดการแข่งขันสูง

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นเหมือนกันว่า กสทช. ไม่สามารถกำกับดูแลให้โทรทัศน์ในแต่ละหมวดหมู่ ให้มีสัดส่วนรายการอย่างเหมาะสมตามแต่ละประเภทหมวดหมู่ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ โทรทัศน์ในหมวดหมู่ทั่วไป ทั้งระดับความคมชัดปกติและความคมชัดสูงเกือบทุกช่อง มีสัดส่วนรายการข่าวสูงกว่าร้อยละ 50 จากที่มีข้อกำหนดให้มีรายการข่าวไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 เทียบเท่าโทรทัศน์ในหมวดหมู่ข่าวสารและสาระที่ต้องมีสัดส่วนรายการข่าวไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ทำให้โทรทัศน์ดิจิทัลเกือบทุกช่องมีรายการข่าวเป็นส่วนใหญ่คล้าย ๆ กัน ทำให้รายการ

ประเภทอื่นมีน้อย ขาดความหลากหลาย ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดการแข่งขันสูง เนื่องจากแทนที่โทรทัศน์ในแต่ละหมวดหมู่จะแข่งขันกันเอง ก็กลายเป็นการแข่งขันในทุกหมวดหมู่

ผู้ประกอบการช่องโทรทัศน์ในหมวดหมู่ข่าว ได้รับผลกระทบจากปัญหานี้มากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายเล็ก เงินทุนน้อย ไม่สามารถแข่งขันกับช่องใหญ่ในหมวดหมู่ทั่วไปที่ลงมาแข่งกับช่องข่าวโดยตรง

5.1.15 ระยะเวลาเตรียมการออกอากาศหลังทราบผลประมูลใบอนุญาตสั้นเกินไป

ผู้ประกอบการหลายรายให้ความเห็นว่า นับจากวันที่ กสทช. ประกาศผลการประมูลอย่างเป็นทางการ จนถึงวันที่ กสทช. กำหนดให้เป็นวันแรกที่เริ่มออกอากาศโทรทัศน์ดิจิทัล เป็นระยะเวลาเพียง 3 เดือนเศษ นับเป็นเวลาสั้นมากในการเตรียมการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ช่องใหม่

ระยะเวลาสั้น ๆ นี้ นอกจากจะส่งผลต่อการเตรียมงานที่ถูกละหุกละเอินและอาจไม่ได้คุณภาพรายการที่ดีแล้ว ยังทำให้ผู้ประกอบการต้องแย่งชิงบุคลากรที่มีประสบการณ์โทรทัศน์โดยตรงในราคาแพง กลายเป็นต้นทุนด้านบุคลากรที่สูงกว่าประมาณการ เกิดการปรับฐานเงินเดือนของบุคลากรในวงการโทรทัศน์ในช่วงเริ่มต้น

5.1.16 ขาดการสนับสนุนงบประมาณสำหรับช่องเด็กตามที่เคยประกาศไว้

ปัญหานี้ ไม่แต่เพียงผู้ประกอบการโทรทัศน์ในหมวดหมู่เด็กจะเป็นพุดถึงเท่านั้น แต่ผู้เกี่ยวข้องในกิจการโทรทัศน์อื่น ก็ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า โทรทัศน์ในหมวดหมู่เด็ก หรือรายการเด็ก หากผู้สนับสนุนรายการเชิงพาณิชย์ยาก ในอดีตก็มีให้เห็นแล้วว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ไม่ใช่รายการการ์ตูน มีวงจรชีวิตค่อนข้างสั้น เนื่องจากรายได้ไม่พอดันทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ

ผู้ประกอบการโทรทัศน์หมวดหมู่เด็กรายหนึ่งกล่าวว่า ก่อนการประมูล ก็ตระหนักดีว่า ช่องรายการเด็ก หารายได้ยาก แต่ก็ทราบว่า กสทช. จะจัดสรรงบประมาณสนับสนุนช่วยช่องหมวดหมู่เด็ก โดยใช้งบจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) จึงตัดสินใจเสี่ยงเข้าประมูลใบอนุญาตเพื่อทำช่องรายการเด็ก แต่เมื่อดำเนินกิจการไปแล้วจนถึงวันที่คืนใบอนุญาตฯ ก็ยังไม่เคยได้รับงบสนับสนุนดังกล่าวแต่อย่างใด

5.1.17 ปัญหาการเมืองกระทบเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ

มีผู้ประกอบการหนึ่งราย และ อดีตรรรมการ กสทช. พุดถึงปัญหาการเมืองที่เป็นต้นเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจโทรทัศน์มีปัญหา โดยเฉพาะในปีแรกของการออกอากาศ เกิดรัฐประหารในเดือน

ถัดจากเดือนที่โทรทัศน์ดิจิทัลเริ่มออกอากาศ ส่งผลให้ผังรายการปกติถูกระทบอย่างหนัก เวลาออกอากาศในช่วงเวลาสำคัญก็ต้องใช้ออกอากาศรายการของทางราชการ

นอกจากนี้ บรรยากาศการเมืองก็ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจและการค้าขาย ทำให้ผู้ประกอบการระมัดระวังในการใช้จ่ายงบประมาณในการโฆษณา จึงกระทบต่อรายได้ของโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงมิได้

5.1.18 วิธีการประมูล เป็นต้นเหตุให้ใบอนุญาตมีราคาสูงเกินควร

ผู้ประกอบการ 2 ราย ให้ความเห็นเหมือนกันว่า วิธีการประมูลด้วยการแข่งขันเสนอราคาค่าใบอนุญาต เป็นต้นเหตุที่ทำให้ราคาค่าใบอนุญาตที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลทุกรายต้องจ่าย สูงเกินสมควร ทำให้กลายเป็นต้นทุนและค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ในการประกอบกิจการ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ ลง โดยเฉพาะต้นทุนในการผลิตรายการ ส่งผลให้ประชาชนสูญเสียโอกาสที่จะได้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพดีกว่าที่เป็นอยู่

ในทางตรงข้าม หากการประมูลเลือกใช้วิธีที่ไม่เน้นราคาประมูลสูงสุดเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ประกอบการก็ไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าใบอนุญาตสูงเกินสมควร ก็ไม่จำเป็นต้องหาวิธีลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ ประชาชนก็จะมีโอกาสได้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5.1.19 การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการ เป็นปัญหาต่อการพัฒนาคุณภาพรายการ

ผู้ประกอบการหลายราย ให้ความเห็นว่า กสทช. ไม่ควรกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการให้กับโทรทัศน์ทุกหมวดหมู่รายการ หรือไม่ควรกำหนดหมวดหมู่ของรายการตั้งแต่เริ่มต้น เพราะหากไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนเนื้อหารายการ หรือประเภทรายการโดยสิ้นเชิง ผู้ประกอบการเชื่อว่า กลไกตลาดจะเป็นเครื่องมือกำหนดเนื้อหาหรือประเภทรายการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชมโทรทัศน์เอง

กลไกตลาดที่เป็นไปตามธรรมชาติซึ่งถูกกำหนดโดยความต้องการของตลาดนี้เอง จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ผลิตรายการเกิดการพัฒนารูปแบบและคุณภาพรายการให้เป็นที่ถูกใจของผู้ชมโทรทัศน์ พร้อมทั้งมองหาช่องว่างทางการตลาดเพื่อสร้างสรรค์รายการใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอ ทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์เกิดการพัฒนามากกว่าสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5.1.20 บริการพิเศษสำหรับผู้พิการ เป็นภาระต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้

ผู้ประกอบการหนึ่งราย และ อดีตกรรมการ กสทช. ให้ความเห็นตรงกันว่า บริการพิเศษสำหรับผู้พิการที่เป็นข้อบังคับของใบอนุญาตฯ เป็นภาระต้นทุนที่รัฐไม่ควรให้ออกชนรับผิดชอบโดยลำพัง เนื่องจากเป็นความต้องการของภาครัฐ แต่กลายเป็นต้นทุนของเอกชนผู้ประกอบการ

หากเป็นนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้สื่อโทรทัศน์ต้องจัดให้มีบริการดังกล่าวแล้ว รัฐก็ควรส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการนี้ด้วย

5.1.21 เมื่อสิ้นใบอนุญาต ไม่ควรมีการประมูลใบอนุญาตในลักษณะเดิมอีก

ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้ง 10 ราย มีความเห็นเป็นเอกฉันท์ พร้อม ๆ กับผู้ให้ข้อมูลอื่น ๆ และ อดีตกรรมการ กสทช. ว่า เมื่อสิ้นอายุใบอนุญาตโทรทัศน์ดิจิทัลฉบับปัจจุบันแล้ว ไม่ควรมีการประมูลใบอนุญาตในลักษณะเดิมอีก เนื่องจากคลื่นความถี่ได้ลดความสำคัญและความนิยมลง และเห็นว่า หากมีการประมูลแบบเดิมอีก ก็จะไม่ใครเข้าร่วมในการประมูล ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์จะเป็นผู้เสียโอกาสในการรับชมฟรีทีวี 15 ช่องที่เหลือในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า ไม่ควรใช้วิธีประมูลใบอนุญาตโดย เสนอราคาแข่งขันกันอีก แต่ควรใช้วิธีต่อใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายเดิม โดยกำหนดเงื่อนไข หรือกติกาที่เป็นธรรมสำหรับผู้ประกอบการทุกราย และคำนึงถึงประโยชน์ที่ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์จะได้รับเป็นสำคัญ

5.1.22 กสทช. ไม่มีบทบาทด้านส่งเสริมกิจการโทรทัศน์

ผู้ให้ข้อมูล 2 ราย ระบุถึงบทบาทด้านหนึ่งที่ กสทช. ยังไม่แสดงให้เห็น หรือไม่ชัดเจน คือบทบาทด้านส่งเสริม โดยจากอดีตถึงปัจจุบัน บทบาท กสทช. ที่ชัดเจนที่ปรากฏให้เห็นมีเพียง ด้านกำกับดูแล และควบคุมกิจการโทรทัศน์ และเห็นว่า กสทช. ควรมีบทบาทด้านส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ด้วย

5.1.23 จำนวนโครงข่าย มีมากเกินไป

อดีตกรรมการ กสทช. ทั้งสองท่าน กล่าวถึงปัญหาจำนวนผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ (MUX) ที่มีมากเกินไปว่า ไม่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ เนื่องจากการที่ปัจจุบัน ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์มีมากถึง 4 ราย หรือ 4 ผู้ประกอบการ จึงมีปัญหาด้าน Economy of Scale ซึ่งทำให้ต้นทุนของแต่ละโครงข่ายสูง แล้วผลักราคาต้นทุนมาที่ราคาค่าบริการที่สูงเกินควรต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ นอกจากนี้ การมีผู้ให้บริการโครงข่ายมากถึง 4 ราย เป็นสาเหตุที่ทำให้คุณภาพของแต่ละโครงข่ายไม่ได้มาตรฐานเดียวกัน เนื่องจากอุปกรณ์และการบริการจัดการที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ การที่ผู้ให้บริการโครงข่ายถูกผูกขาดโดยหน่วยงานของรัฐหรือกึ่งรัฐ ก็เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของแต่ละโครงข่ายอีกด้วย เนื่องจาก กสทช. เองก็เป็นหน่วยงานของรัฐ จึงไม่อาจกำกับดูแลได้อย่างเข้มแข็งหรือเต็มที่

5.1.24 ปัญหาเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ ไม่สะท้อนความเป็นจริง

ผู้ให้ข้อมูลหลายราย หยิบยกปัญหาเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่สะท้อนความเป็นจริงของผู้ชมโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์ประเภท “น้ำดี” ซึ่งเป็นรายการที่ให้สาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนผู้บริโภครวมถึงมีเรตติ้งที่ต่ำมากจนไม่มีผู้ซื้อโฆษณา ซึ่งในความเป็นจริงกลับพบว่า รายการประเภทนี้มีประชาชนที่มีคุณภาพและกำลังซื้อสูงจำนวนมากหนึ่งนิยมชมชอบและดูเป็นประจำ

ผู้ให้ข้อมูลเชื่อว่า หากระบบเรตติ้งสามารถสะท้อนความเป็นจริงได้ดีกว่านี้ รายการประเภท “น้ำดี” จะมีเรตติ้งที่ดีและชัดเจนขึ้น เพียงพอให้เจ้าของสินค้าหรือบริการ สั่งซื้อโฆษณาในรายการเหล่านี้ และจะมีผู้ผลิตรายการประเภท “น้ำดี” เพิ่มมากขึ้นบนหน้าจอโทรทัศน์ดิจิทัลในที่สุด

ปัญหาเรตติ้งทีวีที่ไม่สะท้อนความเป็นจริงนี้ ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้และการศึกษาสูง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในปัจจุบัน 2,500 ตัวอย่าง



ส่องสื่อ

7 ขั้นตอน การวัดเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์ Television Audience Measurement

- 1** **สำรวจใหญ่ประจำปี**
สำรวจประชากรที่ดูโทรทัศน์ทั่วประเทศด้วยวิธีทางสถิติตามโครงสร้างประชากร ตัวอย่างเช่น จำนวนบ้านที่มีโทรทัศน์ในแต่ละภูมิภาค, อัตราส่วนจำนวนโทรทัศน์ระหว่างเมืองกับชนบท
- 2** **สุ่มเลือกบ้านตัวแทน**
นำข้อมูลจากข้อหนึ่งมาสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามกรอบ primary control และ secondary control
- 3** **ติดต่อกลุ่มตัวอย่างและติดตั้งอุปกรณ์**
คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง และติดตั้งระบบตรวจวัดข้อมูล People Meter เพื่อเก็บข้อมูลการดูโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 4** **เก็บข้อมูล**
เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
- 5** **ประมวลผลข้อมูล**
ประมวลผลข้อมูลด้วยฐานข้อมูลของ Nielsen ที่มีความน่าเชื่อถือ และควบคุมโดยผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพ
- 6** **เก็บข้อมูลรายการและโฆษณา**
เก็บข้อมูลรายการและโฆษณาของช่องโทรทัศน์เพิ่มเติม เพื่อจับคู่กับข้อมูลการใช้งานของกลุ่มตัวอย่างข้างต้น
- 7** **ส่งข้อมูลให้ลูกค้า**
นำข้อมูลที่จัดส่งผ่าน software ที่ชื่อว่า Arionna เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวก

www.songsue.co
f songsue.co @ songsue.co

ที่มา: บริษัท ส่องสื่อ มีเดีย แพล จำกัด

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา สรุปโดยสังเขปได้ว่า การดำเนินการโทรทัศนภาคพื้นดินระบบดิจิทัลที่ผ่านมา ประสบปัญหามากมาย ทั้งปัญหาที่เกิดจากการออกแบบการประมูล ปัญหาการดำเนินงานของ กสทช. ปัญหาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Disruption) ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง และ ปัญหาการประเมินสถานการณ์ที่ผิดพลาดของผู้ประกอบการเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการกิจการ โทรทัศน์ส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมด ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีความเห็นว่ เมื่อสิ้นสุดใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในปี 2572 แล้ว ทางเลือกที่ดีที่สุดคือ การไม่เปิดประมูลใบอนุญาตครั้งใหม่ แต่ให้ใช้วิธีต่อใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการที่สมัครใจจะดำเนินกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลต่อไปอีกอย่างน้อย 5 ปี โดยการจ่ายค่าธรรมเนียมต่อใบอนุญาตรายปีจากรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการเพียงชนิดเดียว ไม่มีค่าธรรมเนียมจ่ายอีก ด้วยเหตุผลสนับสนุนดังนี้

1. โทรทัศนภาคพื้นดิน ไม่มีความจำเป็นต้องใช้คลื่นความถี่ในการออกอากาศเหมือนเช่นในอดีตอีกแล้ว เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่หันไปรับชมเนื้อหาของโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากช่องทางอื่น ๆ กันเกือบหมด ช่องทางอื่น ๆ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ โทรทัศน์ดาวเทียม และ เคเบิลทีวี ซึ่งเมื่อถึงปี 2572 เชื่อว่าคงเหลือเพียงประชาชนในชนบทส่วนน้อยเท่านั้นที่ยังคงรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินผ่านคลื่นความถี่แบบเดิม

2. โทรทัศนภาคพื้นดินในระบบฟรีทีวี ยังคงเป็นสื่อสารมวลชนหลักที่ทำให้ทั้งความบันเทิงและข่าวสารพื้นฐานของประชาชนทั้งประเทศ มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รัฐควรสนับสนุนให้กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบฟรีทีวี เป็นสื่อกระแสหลักสำหรับประชาชนคนไทยทุกภาคส่วน เปรียบเสมือนเป็นสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของประชาชน การที่รัฐจะให้การสนับสนุนสิ่งนี้ รัฐต้องไม่หารายได้จากค่าใบอนุญาตเกินควรจนทำให้ผู้ประกอบการอยู่อย่างยากลำบาก หรือ ต้องคืนรณหารายได้ด้วยวิธีการที่ไม่เป็นไปตามหลักสากลนิยม เช่น การโฆษณาแฝง หรือการนำรายการขายสินค้ามาเสนอเป็นรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

3. หากเอกชนผู้ประกอบการโทรทัศน์ มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เหมาะสมและมีรายได้หรือกำไรตามสมควรแล้ว นอกจากค่าธรรมเนียมรายปีที่รัฐเรียกเก็บทางอ้อมจากรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายโดย กสทช. แล้ว รัฐยังสามารถเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้นิติบุคคลจากกำไรของผู้ประกอบการโทรทัศน์จำนวนมากได้อีกด้วย

4. กสทช. ไม่มีส่วนต้องรับผิดชอบ หรือถูกสังคมตำหนิ หากกิจการของโทรทัศน์ดิจิทัลที่ดำเนินการตามเงื่อนไขใบอนุญาตใหม่นี้ ไม่ประสบความสำเร็จแต่อย่างใด

นอกเหนือจากการต่ออายุใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการโทรทัศนรายเดิมทั้ง 15 ช่องตามความสมัครใจแล้ว ในกรณีที่คลื่นความถี่ยังมีเหลืออยู่ ไม่ว่าจะเกิดจากการที่ผู้ประกอบการโทรทัศนรายเดิมไม่สมัครใจทำต่อ หรือ เกิดจากคลื่นที่ยังไม่ได้จัดสรรในประเภทบริการสาธารณะและบริการชุมชน กสทช. ก็ควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการโทรทัศนรายใหม่ สามารถยื่นขอใบอนุญาตได้โดยใช้เงื่อนไขเดียวกับผู้ได้รับใบอนุญาตช่องเดิม ซึ่งก็เชื่อว่า ไม่น่าจะมีผู้สนใจมากนัก แต่หากมีผู้สนใจขอรับใบอนุญาตใหม่เกินกว่าจำนวนคลื่นที่มีอยู่ ก็ให้ใช้วิธีจับสลากแทนการประมูล

ผู้ศึกษาเห็นว่า เป้าหมายที่แท้จริงของกิจการโทรทัศนภาคพื้นดินสำหรับรัฐ หรือ กสทช. คือ ให้โทรทัศนภาคพื้นดิน เป็นสื่อหลักของประชาชนเพื่อประโยชน์ด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และความมั่นคง เพราะเป็นสื่อที่รัฐสามารถกำกับดูแลและควบคุมได้ แทนที่จะปล่อยให้สื่อออนไลน์ที่รัฐไม่สามารถกำกับดูแลและควบคุมได้ กลายเป็นสื่อหลักและเป็นสื่อที่มีอิทธิพลชี้นำสังคมไปในทางที่ไม่ถูกไม่ควร อันจะส่งผลร้ายต่อประเทศชาติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และความมั่นคงของชาติ การที่รัฐจะให้ความสำคัญและสนับสนุนกิจการโทรทัศนให้เป็นที่นิยมของประชาชนและกลายเป็นสื่อหลักของทุกคน จึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ากว่าการหารายได้จากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตกิจการโทรทัศนเช่นในอดีต

นอกจากแนวคิดการต่อใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการรายเดิม และ ออกใบอนุญาตเพิ่มเติมให้ผู้ประกอบการรายใหม่โดยไม่มีประมูลแล้ว หากวิธีดังกล่าวจะมีปัญหาด้านข้อกฎหมายในประการที่ว่า “การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ให้ดำเนินการโดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ กสทช. ประกาศกำหนด” เป็นเหตุให้ กสทช. ไม่อาจจัดสรรด้วยวิธีการอื่นใดได้แล้ว ผู้ศึกษาก็มีแนวคิดทางเลือกการจัดสรรคลื่นความถี่ด้วยวิธีการประมูล แต่มิใช่ด้วยการแข่งขันราคาแบบเดิม เพราะอาจไม่มีผู้ประกอบการใดเข้าร่วมประมูลอีกเนื่องจากมีบทเรียนจากการประมูลครั้งที่ผ่านมาที่ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสูงเกินศักยภาพในการหารายได้หรือสร้างผลกำไรที่คุ้มกับการลงทุน

กรณีที่ต้องการประมูลนี้ ผู้ศึกษาเสนอให้ใช้วิธีการประมูลแบบ “Beauty Contest” คือ การคัดเลือกผู้ชนะ หรือ ผู้รับใบอนุญาตด้วยเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ประมูลที่มีใช้ตัวเงินหรือค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

อย่างไรก็ดี วิธีการประมูลแบบ “Beauty Contest” โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาพิจารณาและให้คะแนนคุณสมบัติของผู้ประมูล อาจมีปัญหาเรื่องความโปร่งใส เพราะการให้คะแนนในลักษณะนี้ ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของกรรมการผู้ให้คะแนนแต่ละคน โดยอาจมีปัญหามาตรฐานการให้คะแนนของกรรมการที่แตกต่างกัน ปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อน ปัญหาการเมือง

หรือปัญหาที่คาดไม่ถึงตามมาได้ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอให้การพิจารณาและการให้คะแนน กระทำโดยประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์จำนวนมากผ่านกลุ่มตัวแทน หรือกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ เท่ากับว่า การคัดเลือกผู้รับใบอนุญาต กระทำโดยประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์เป็นสำคัญนั่นเอง ถือเป็นวิธีการที่โปร่งใสไม่แพ้วิธีการประมูลแบบเดิม

ในประเด็นคุณสมบัติของผู้ประมูลนั้น ผู้ศึกษาขอยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้เป็นรูปธรรมก็คือ สิ่งที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เสนอว่าจะทำเมื่อได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์แล้ว ตัวอย่างเช่น

- จะจำกัดเวลาโฆษณาไม่เกิน 10 นาที ต่อเวลาออกอากาศ 1 ชั่วโมง
- จะไม่มีรายการขายสินค้าในผังรายการปกติ
- จะไม่นำรายการที่ออกอากาศแล้วมาออกซ้ำอีก
- จะนำเสนอรายการถ่ายทอดสดฟุตบอลสโมสรยุโรปทุกนัด
- จะนำเสนอภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดที่ฉายในโรงภาพยนตร์ทุกวันหยุด
- จะนำเสนอซีรีส์เกาหลีทุกวันในช่วงเวลา prime time
- จะนำเสนอรายการเกมโชว์ที่ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมด้วย
- จะนำเสนอรายการข่าวด้วยความเป็นกลางโดยปราศจากอคติ อิทธิพลทางการเมือง

และผลประโยชน์ทับซ้อน

ข้อเสนอที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์จะทำเมื่อได้รับใบอนุญาตนั้น ก็เปรียบเสมือนจุดขายที่แต่ละช่องจะนำเสนอต่อผู้บริโภคหรือผู้ชมโทรทัศน์นั่นเอง หากข้อเสนอเหล่านั้นเป็นที่ถูกใจหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ผู้บริโภคก็จะให้คะแนนแก่ช่องนั้น ๆ ช่องที่ได้คะแนนสูงสุดตามลำดับและตามจำนวนใบอนุญาตที่เปิดให้ประมูล ก็จะเป็นช่องที่ได้รับใบอนุญาตไปประกอบกิจการต่อไป

วิธีการประมูลแบบ Beauty Contest นั้น ส่วนที่สำคัญคือ การกำหนดกรอบของคุณสมบัติที่ใช้ในการตัดสิน และโครงสร้าง-การได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ตัดสินหรือผู้ให้คะแนน ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่า หากได้รับการออกแบบอย่างดีพอแล้ว ก็จะทำให้สังคมและสาธารณะชนยอมรับในผลการประมูลได้ และเชื่อว่าจะเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับการประมูลครั้งต่อไปในปี 2572

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้ศึกษาเชื่อมั่นว่า ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกิจการ โทรทัศน์ภาคพื้นดินซึ่งเป็นผู้สื่อสารมวลชนพื้นฐานที่ประชาชนทุกเพศทุกวัย ทุกชนชั้นและทุกพื้นที่ สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย โดยนำข้อมูลและความเห็นทั้งจากผู้ถูกสัมภาษณ์ และจากผู้ศึกษาเอง ไปพิจารณาประกอบการวางแผนและดำเนินการเกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ใบอนุญาตเดิมจะหมดอายุลงในปี 2572 ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในปัจจุบัน และผู้ประกอบการอื่นที่อาจมีความสนใจจะเข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระยะเวลาอันใกล้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่า เมื่อสิ้นสุดใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในปี 2572 แล้ว ไม่ควรมีการประมูลใบอนุญาตในลักษณะเดิมอีก ทางเลือกหนึ่งที่เป็นไปได้และน่าจะได้ประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ตามที่ผู้ศึกษาได้นำเสนอไว้ก็คือ การประมูลแบบ “Beauty Contest” หรือการพิจารณาจากคุณสมบัติของผู้เข้าประมูล แต่ก็อาจถูกโต้แย้งหรือโจมตีในด้านความโปร่งใส โดยนักวิชาการ NGO สื่อมวลชน หรือ นักการเมือง จนทำให้ กสทช. ไม่กล้าแม้แต่จะคิดเปลี่ยนแปลงวิธีประมูลที่แตกต่างไปจากวิธีเดิม ๆ

ผู้ศึกษาจึงอยากเสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเชิงลึกว่า หาก กสทช. เปลี่ยนวิธีการประมูลแบบเดิม ไปเป็นการตัดสินผู้ชนะด้วยคุณสมบัติของผู้ประมูล จะต้องออกแบบการประมูลในรูปแบบนี้อย่างไร จึงจะเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชน นักวิชาการ NGO นักการเมือง และ ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- “เรตติ้ง” ดิ่ง ขาดทุนอ่วม. https://positioningmag.com/1242207Auction_theory
 กรุงเทพธุรกิจ. (2563). 2 ผู้คิด “ประมูล” รูปแบบใหม่ คิว “โนเบล เศรษฐศาสตร์”.
<https://www.bangkokbiznews.com/world/902212>
- คณิงนิจ. (2564). อุปทานส่วนเกิน มีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง ส่งผลกระทบอย่างไรบ้าง สรุปมาแล้ว.
https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=4208&pageid=18&read=true&count=true
- คำสาปของผู้ชนะ. https://hmong.in.th/wiki/Winner%27s_curse
 คุณครูลิซ่า, ไทยรัฐออนไลน์. (2561). คีจิทล์-คิจิตอล.
<https://www.thairath.co.th/news/local/1320301>
- ช่อง “เลิกจ้าง” กระทบคนสื่อ-ครอบครัว เกือบ 15,000 คน. <https://positioningmag.com/1247989>
 ช่อง. <https://www.tvdigitalwatch.com/news-return-tvdigital-10-05-62/>
- ทฤษฎีการประมูล. <https://hmong.in.th/wiki/>
 ทางออก. <https://brandinside.asia/mcot-crisis-q3-2016/>
 ไทยรัฐออนไลน์. (2561). เส้นทางสุดซ่า “ดิม ทวีพูล” หนีเกือบ 2 พันล้าน ก่อนชนะ กสทช. ยก
 แรก. <https://www.thairath.co.th/business/economics/1227222>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). ควักจ่าย 12,974 ล้าน ค่าเปลี่ยนผ่านทีวีคิจิทล์.
<https://www.prachachat.net/ict/news-350875>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). เปิดเส้นทาง 5 ปี “ทีวีคิจิทล์” สะท้อนบทบาท “กลุ่มทุน-คสช.”.
<https://www.prachachat.net/ict/news-356888>
- ปิดฉากประมูลทีวีคิจิตอล 24 ช่อง มูลค่ารวมสูง 50,862 ล้านบาท. [oversupply.asp](https://www.oversupply.asp)
 ผู้จัดการ 360 องศา. (2561). *Digital Disruption* จุดเปลี่ยนวงการสื่อไทย?
<http://gotomanager.com/content/digital-disruption-จุดเปลี่ยนวงการสื่อไทย/>
 พิมพ์บ้าง?. <https://bit.ly/3aq2zcS>
- เพ็ญลักษณ์ ภัคดีเจริญ. (2558). *สิขเรศ ศิรากานต์ เดดลี่คทีวีคิจิทล์*.
<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/673785>

มติชนออนไลน์. (2562). 5 ปี “ทีวีดิจิทัล” ถอยแล้ว 9 ลุ้นกันต่อ 15 ช่องที่เหลือ “รอด-ไม่รอด”.

https://www.matichon.co.th/economy/eco-report/news_1492405

มติชนออนไลน์. (2564). *Digital Disruption* คืออะไร และเราต้องเตรียมรับมืออย่างไร.

https://www.matichon.co.th/publicize/news_2936990

รพีพัฒน์ อิงคสิทธิ์. (2564). รู้จักทฤษฎีการประมูล: ออกแบบตลาดฉบับนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล. <https://www.the101.world/auction-theory/>

ราคา. <https://bit.ly/3bR48Rt>

ศาลปกครองสูงสุด. (2564). คดีพิพาทเกี่ยวกับการที่หน่วยงานทางปกครองหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ออกคำสั่งโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย (อุทธรณ์คำพิพากษา) ระหว่าง บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด กับ กสทช.

<https://www.admincourt.go.th/adminCourt/upload/admcase/Document/judgement/PDF/2561/09012-610234-1F-640201-0000675352.pdf>

ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2562). *Media Disruption: EP1* ทีวีออนไลน์และพฤติกรรมผู้เสฟสื่อที่เปลี่ยนไปในระดับโลก.

<https://www.tcijthai.com/news/2019/8/scoop/9281>

ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2562). *Media Disruption: EP4* สสำรวจพฤติกรรมเสฟสื่อที่เปลี่ยนไปของคนไทย. <https://www.tcijthai.com/news/2019/10/scoop/9502>

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2559). ทฤษฎีการพลิกผัน (*The theory of disruption*).

<https://www.it24hrs.com/2016/theory-of-disruption/#>

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก. (2553). การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล.

https://www.tv5.co.th/technics/tv_digital_in_the_future.html

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก. (2553). โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (*Digital Television*).

https://www.tv5.co.th/technics/tec_02_digital_tv.html

สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ. (2564). *Media Disruption the Series* เพราะโลก ‘สื่อ’ เปลี่ยน”.

<http://www.gscm.nida.ac.th/~chutisant/BookMediaDISRUPTION.pdf>

สำนักข่าวอิสรา. (2558). พบ “ไทยทีวี-เจ็ดสี” ขาดทุนหนัก 350 ล. ก่อน “จอคำ” 2 ช่อง.

https://isranews.org/main-issue/42402-news_42402.html

สำนักข่าวอิสรา. (2558). สสำรวจอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลล่าสุด “GMM-Mono-Amarin” ขาดทุน

“ตัวแดง” ฟรี. https://isranews.org/isranews-scoop/item/40388-report01_40388.html

สำนักงาน กสทช. (2556). *ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ*.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/document/law/doc/th/560800000001.pdf>

สำนักงาน กสทช. (2560). *ผลประโยชน์ผู้บริโภคกับการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ไปสู่ระบบดิจิทัล*.

<http://bcp.nbt.go.th/th/detail/2017-01-24-18-15-43>

สำนักงาน กสทช. (2562). *5 ปี บนเส้นทางวีดิทัศน์ บทเรียน และการเปลี่ยนแปลง*.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/6211000000001.pdf>

สำนักงาน กสทช. *บริการ OTT คืออะไร*. สืบค้นจาก <https://broadcast.nbt.go.th/ott>

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2558). *คำทับศัพท์ไอที เขียนอย่างไรให้ถูกต้อง*.

<https://www.dga.or.th/document-sharing/article/35859/>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *สรุปผลที่สำคัญ การมีอุปกรณ์รับชมรายการโทรทัศน์และการรับ*

ฟังรายการวิทยุในครัวเรือน พ.ศ. 2563. <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/>

[ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2563/TV_Radio_63.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/)

สุภัสสร หาญลำยวง และ เฉลิมพร เย็นเชือก. (2563). *การปรับตัวและการสร้างนวัตกรรมด้าน*

กลยุทธ์ของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในยุคทีวีดิจิทัล. *วารสารสมาคมนักวิจัย มกราคม-*

มีนาคม 2564

อรศรี ศรีระษา. (2559). *Thailand Case Study: Transition to Digital Terrestrial Television*

Broadcasting. <https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/5905000000001.pdf>

อาภาภัทร คงมานะชาญ. (2563). *7 ขั้นตอนการวัดเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์*.

<https://www.songsue.co/10619/>

BEC World. (2565). *ข้อมูลสำคัญทางการเงิน*. <https://www.becworld.com/th/>

Brand Buffet. (2562). *ปรับตัวให้รอดอย่างไร! เมื่อวงการสื่อมี 2 ทางเดิน ในยุค Digital Clay*

Halton. (2564). *Oversupply*. <https://www.investopedia.com/terms/o/>

Disruption “ไม่ปังก็พัง”. [https://www.brandbuffet.in.th/2019/12/nitade-chula-seminar-digital-](https://www.brandbuffet.in.th/2019/12/nitade-chula-seminar-digital-disruption-and-impacts-on-media-industry/)

[disruption-and-impacts-on-media-industry/](https://www.brandbuffet.in.th/2019/12/nitade-chula-seminar-digital-disruption-and-impacts-on-media-industry/)

Economicshelp.org. *Auction Theory in Economics*. <https://Finvestory>. (2564). *อุปสงค์ อุปทาน*

(Demand และ Supply) กลไกพื้นฐานของตลาดและ hmong.in.th.

hmong.in.th. *อุปทานส่วนเกิน*. https://hmong.in.th/wiki/Excess_supply

Isriya Paireepairit. (2559). *วิกฤตการณ์ อสมท. ปี 2559 แนวโน้มขาดทุนหนัก และยังไม่เห็น*

K. Pair. (2561). *Economies of Scale คืออะไร? (การประหยัดต่อขนาด)*. MGR Online. (2556).
 Positioningmag. (2561). *เปิดงบทีวีดิจิทัลปี 60 งบ 18 ช่องขาดทุน กำไรแค่ 3 ช่อง*. สืบค้น
 Positioningmag. (2562). *2 ช่องสุดท้ายบีบีซี “ลาจอ” กสทช. สรุป 5 ปี “ทีวีดิจิทัล” ปีคมา 9*
 Positioningmag. (2562). *ปีคมา “7 ช่อง” ทีวีดิจิทัล บนเส้นทางวิบาก ย้อนดูผลงาน 5 ปี*
 Sanook. (2562). *กสทช. สรุปคืนใบอนุญาตทีวีดิจิทัล 7 ช่อง รวมค่าชดเชย 2,932 ล้านบาท*.

Spectrum Auctions.

https://www.academia.edu/7986052/A_GUIDE_TO_AUCTIONS_SPECIAL_REFERENCE_TO_SPECTRUM_AUCTIONS

Supattra Ammaranon. (2562). *กระแสการ Disruption เข้ามา เกิดอะไรขึ้นกับวงการสื่อสิ่ง Syed*
 Atif Jilani & Valeed A. Ansri. (2555). *A Guide to Auctions: Special Reference to*
 TerraBKK. (2558). *Demand & Supply คืออะไร?*. สืบค้นจาก
 Thai Business Search. (2564). *Digital Disruption คืออะไร? ส่งผลต่อธุรกิจต่าง ๆ อย่างไร?*
 The Chapt. (2565). *Digital Disruption คืออะไร? ตามให้ทันการเปลี่ยนแปลง*. สืบค้นจาก
 TV Digital Watch. (2562). *ปีคมาทีวีดิจิทัล 7 ช่อง: อวสานช่องเด็ก เหลือทีวีดิจิทัลเอกชน 15*
 Voice Online. (2560). *อสมท. ตั้ง ผอ. ใหม่ อดีตผู้บริหาร PPTV “เขมทัตต์ พลเดช”*.

www.economicshelp.org/blog/glossary/auction-theory/

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ถีนรินทร์ นายสุรพล

ประวัติการศึกษา

พ .ศ.2562

ปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช คณะนิเทศศาสตร์

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน

เกษียณอายุ

ประสบการณ์ในอดีต

ผู้บริหารบริษัทเอเจนซีโฆษณา

ผู้บริหารบริษัทสื่อโฆษณา

ผู้บริหารบริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณา

