

digital 

# ตัวอักษร วิฤตหรือโอกาสของใคร





# ตัวตลก วิกฤติหรือโอกาสของใคร

เมื่อต้นเดือนกันยายน 2556 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดเวทีเพื่อชี้แจงกระบวนการในการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทธุรกิจให้กับผู้สนใจ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในกระบวนการก่อนซื้อของประมูลทีวีดิจิทัล โดยมีเอกสารเกือบ 40 รายเข้าร่วมเวทีการชี้แจงขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การเตรียมเอกสาร การกรอกเอกสาร การประมูล การชี้แจงคุณสมบัติผู้เข้าประมูล

โดยเปิดให้ผู้ทีสนใจเข้าร่วมประมูลเข้ามาขอซื้อเอกสารขอเข้าประมูล ในวันที่ 10 - 12 กันยายน 2556 ที่สำนักงาน กสทช. ซึ่งจำหน่ายซองในราคาหมวดละ 1,070,000 บาท ทั้งนี้ ถ้าผู้เข้าประมูลมีความประสงค์จะเข้าประมูลมากกว่า 1 หมวด ก็ต้องซื้อ เอกสารมากกว่า 1 ซอง เช่น ต้องการเข้าประมูลหมวดช่องรายการข่าว และ ช่องรายการวาไรตี้ ความคมชัดสูง (HD-เอชดี) ก็ต้อง ซื้อ 2 ซอง ราคา 2,140,000 บาท ส่วนลำดับหมวดช่องรายการที่ประมูลก่อนหรือหลัง จะค่านึงจากจำนวนที่มีผู้ต้องการเข้าประมูลมากที่สุด





โดยเปิดให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูลเข้ามาขอซื้อ เอกสารขอเข้าประมูล ในวันที่ 10 - 12 กันยายน 2556 ที่สำนักงาน กสทช. ซึ่งจำหน่ายซองในราคา หมวดละ 1,070,000.บาท ทั้งนี้ถ้าผู้เข้าประมูลมีความประสงค์จะเข้าประมูลมากกว่า 1 หมวดก็ต้องซื้อเอกสารมากกว่า 1 ซอง เช่น ต้องการเข้าประมูล หมวดช่องรายการข่าว และ ช่องรายการวาไรตี้ความคมชัดสูง (HD-เอชดี) ก็ต้อง ซื้อ 2 ซอง ราคา 2,140,000 บาท ส่วนลำดับหมวดช่องรายการที่ประมูลก่อน หรือ หลัง จะคำนึงจากจำนวนที่มีผู้ต้องการ เข้าประมูลมากที่สุด

ที่วินิจฉัยทัณฑ์ประเภทธุรกิจ กสทช.จะทำการประมูล จำนวน 24 ซอง แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) ซองเด็กเยาวชนและครอบครัวจำนวน 3 ซอง
- 2) ซองข่าวสารและสาระจำนวน 7 ซอง
- 3) ซองทั่วไปแบบความคมชัดปกติเอสดี (SD) จำนวน 7 ซอง
- 4) ซองทั่วไปแบบความคมชัดสูงเอชดี (HD) จำนวน 7 ซอง

กำหนดให้ผู้ประกอบการ 1 รายเข้าประมูลได้ สูงสุด 3 ซอง "ห้าม" ประมูลช่องข่าวและ HD คู่กัน และ คุณสมบัติผู้มีสิทธิเข้าร่วมการประมูลตาม พ.ร.บ. ประกอบกิจการกระจายเสียง และ กิจการ โทรทัศน์ พ.ศ.2551 และประกาศ กสทช. เรื่องหลัก เกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกิจการวิทยุ โทรทัศน์พ.ศ.2555 คือ สัญชาติไทย ไม่อยู่ระหว่าง โดนพักใบอนุญาต หรือ เพิกถอนไม่ครบ 3 ปี กรณี นิติบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันต้องสัญชาติ ไทย มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของทุน มีสิทธิ์ออกเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 กรรมการผู้มีอำนาจกระทำการผูกพันนิติบุคคลต้องมี สัญชาติไทย

ผู้เข้าร่วมประมูลแต่ละรายต้องไม่มีผลประโยชน์ ร่วมกัน อาทิ มีความสัมพันธ์เชิงทุน เช่น มีผู้ถือหุ้น บริษัทรายใหญ่ (เกิน 25%) ไปเป็นหุ้นส่วน หรือเป็น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่อีกบริษัทและการมีความสัมพันธ์ ไขว้กันกับอีกบุคคลธรรมดา หรืออีกนิติบุคคลอื่นที่ ได้เข้าประมูลด้วย รวมถึงกรณีที่ใช้ชื่อบุคคลอื่น ดำเนินการแทน (นอมินี) ว่าด้วยเงื่อนไขในประมูล กำหนดให้

| กรอบเวลาในการดำเนินการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทธุรกิจ |  |
|---|--|
| 3 กันยายน 2556 กสทช.                                    | ชี้แจงกระบวนการในการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลประเภทธุรกิจ  |
| 10 - 12 กันยายน 2556 กสทช.                              | เปิดจำหน่ายซองประมูลในราคาหมวดละ 1,070,000 บาท         |
| 15 ตุลาคม 2556 กสทช.                                    | ประชุมชี้แจงขั้นตอน "หลัง" การซื้อซอง                  |
| 28-29 ตุลาคม 2556 กสทช.                                 | เปิดให้ยื่นซองลงทะเบียนประมูล                          |
| เดือนพฤศจิกายน 2556                                     | กระบวนการตรวจสอบคุณสมบัติและเอกสารผู้ยื่นประมูล 45 วัน |
| ต้นเดือนธันวาคม 2556                                    | ประกาศรายชื่อผู้เข้าร่วมการประมูล                      |
| กลางเดือนธันวาคม 2556 เดือนมกราคม 2557                  | ประกาศรายชื่อ วันเวลาและลำดับการประมูล                 |
| เดือนกุมภาพันธ์ 2557                                    | กสทช. ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการประมูล                  |
| เดือนมีนาคม 2557  | ผู้ได้รับการประมูลออกอากาศด้วยระบบโทรทัศน์ดิจิทัล      |

**โทรทัศน์ดิจิทัลประเภทธุรกิจ มีผู้ประกอบการธุรกิจด้านโทรทัศน์ทั้งรายเก่าและรายใหม่ให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมประมูลโทรทัศน์ประเภทธุรกิจหลายราย ทำไม? และ เพราะอะไร?**

**โทรทัศน์ดิจิทัลจะเป็นโอกาสหรือวิกฤติของใครในอนาคตหรือไม่? วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และยุทธศาสตร์ที่จะขับเคลื่อนโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นอย่างไร?**

เพื่อตอบโจทย์และคำถาม สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้สัมภาษณ์จากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ รายเดิมที่จะเข้าร่วมประมูลที่วินิจฉัยทัณฑ์ และ ว่าที่ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลรายใหม่มีกลเม็ดอย่างไรใน ชั้นเชิงของการประมูล และ การดำเนินการธุรกิจที่วินิจฉัยทัณฑ์หลังได้รับใบอนุญาต





### สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ปราโมทย์ โชคศิรกุลชัย ที่ปรึกษา บริษัทบีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มที่เข้าฟังการขึ้นงครั้งนี้อย่างประเมินไม่ได้ว่าสนใจเข้าร่วมประมูลทั้งหมดหรือไม่ จำนวนผู้เข้าประมูลที่ชัดเจนจะอยู่ที่วันยื่นซองประมูล วันที่ 28-29 ต.ค. นี้

สำหรับกลุ่มบีอีซี ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 สนใจประมูลเต็มแพดาน 3 ช่อง คือ ช่องเด็ก วาไรตี้ และ เอชดี โดยจะใช้บริษัทบีอีซี เวิลด์ บีอีซี-เทโรและบริษัทในเครืออีกแห่งเข้าร่วมประมูลบริษัทละ 1 ช่อง



### สำราญ จัตราภัก

รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายข่าว  
สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3  
และ รองกรรมการผู้จัดการ  
บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

ช่อง 3 มีความชัดเจนว่าจะประมูลทีวีดิจิทัลช่อง

ตอนนี้ฝ่ายบริหารยังไม่ชัดเจนในเรื่องของจำนวนช่องอยู่ที่ กสทช. จะกำหนดหลักเกณฑ์ที่ตายตัวออกมาเมื่อไหร่ ล่าสุดก็เลื่อนไปอีก ความชัดเจนที่ตอบได้ในวันนี้คือประมูลแน่นอนเพราะสัมปทานเราเหลือเพียง 6 - 7 ปี ถ้าเราไม่ประมูลตอนนี้ต่อไปอีก 6 - 7 ปีจะไม่เหลือช่องเราประมูลเพื่อสำรองไว้เตรียมแผนไว้ในมุมมองของข่าวผมมองว่าแค่ SD ก็พอไม่ถึงกับ HD แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับผู้บริหาร

ในฐานะที่ดูแลด้านเนื้อหาเมื่อต้องเปลี่ยนระบบเทคโนโลยี ด้านเนื้อหาจะต้องปรับเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง

ผมอธิบายในมุมที่ผมรับผิดชอบเรื่องข่าวว่ายังไม่ชัดเจน เหตุผลอยากบอกว่าทุกคนพยายามโปร คำว่าดิจิทัลเป็นการมองแค่มุมเดียวดิจิทัล คือเทคโนโลยีจะมีช่องมากมายซึ่งโลกที่รอเราอยู่ข้างหน้าผมใช้คำว่า การหลอมรวมสื่อ เมื่อดิจิทัลมีเทคโนโลยี มีประเด็นคือเราสามารถบริโภคเนื้อหาที่ไหนก็ได้ การเข้าถึงง่ายมากนั่นคือการหลอมรวมเนื้อหาเข้าด้วยกัน ฉะนั้นสิ่งที่น่าจะมองในเรื่องการเตรียมเนื้อหาพวกดิจิทัล

มากกว่า สิ่งที่เราเตรียมคือเตรียมเนื้อหาถึงแม้จะได้ HD มาแต่เนื้อหาไม่ดีก็ไม่มีความหมายได้ช่องมาเยอะแยะมากมายแต่เนื้อหา ออกช้าแล้วช้าอีกก็ตอบโจทย์ไม่ได้เพราะในอนาคต ไม่ใช่ว่าต้องดูช่อง 3 ช่องเดียวมีเยอะมาก 20 กว่าช่องยังไม่นับ 48 ช่องที่จะประมูลอีก





ณ วันนี้ทางเลือกของคนมากอยู่แล้วเพราะฉะนั้น สิ่งที่ต้องเตรียมที่สุดคือเนื้อหาส่วนเนื้อหาจะเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร ต้องมาวิเคราะห์กันอีกครั้ง ว่าสิ่งที่เราทำผู้ชมคือใครต่อไปในอนาคตอาจจะมีอะไรมากขึ้นความเป็นกลุ่มคนทำงาน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวัยรุ่นมีอะไรที่มากมาย เพราะฉะนั้นไม่มีข้อจำกัดที่ชัดเจนอยู่ที่ว่าสิ่งที่เราจะทำต่อไปในอนาคต เราจะทำกลุ่มด้านไหนอย่างไร แต่ถามว่าความพร้อมของเรา ณ วันนี้เรื่องของเนื้อหาเราพร้อมเพราะเราเตรียมมาหลายปีแล้ว

ฟังดูเหมือนกับว่าโอกาสที่จะเจาะกลุ่มเฉพาะลงไป มีมากขึ้น

แน่นอน เพราะต้องมีการแข่งขันถ้าพูดเรื่อง เศรษฐกิจยังมีการคลัง อดสาหกรรมมากมายไม่ใช่ การเมืองต้องยื่นไม้ค้ำสัปดาห์นักการเมือง ไม่ใช่ เพราะฉะนั้นการแบ่งเป็นกลุ่ม ต่อไปในอนาคตเรื่องของเนื้อหาเยอะมากอยู่หนึ่งไม่ได้ ต้องคิดเชิงรุกผม เชื่อว่าคนอื่นเขาก็ทำได้ไม่ใช่ต้องช่อง 3 ทำได้ เพียงแต่ว่าที่ผ่านมามีคนอื่นเขาไม่มีเวทีที่จะเล่นแต่เมื่อเวทีเท่าเทียมกัน โอกาสก็เท่าเทียมกันอยู่แล้วอยู่ที่ ใครจะทำตรงนี้ให้เป็นที่ตั้งจุดผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ผังรายการจะเป็นอย่างไรจะเข้มข้นด้านเนื้อหาข่าว มากขึ้น เจาะเจาะลึกลงไปมากขึ้น?

อาจจะเป็นลักษณะนั้น นั่นคือจุดแข็งของเรา แต่เรา ไม่ใช่ตอบโจทย์แบบสูตรสำเร็จว่าต้องเป็น อย่างนั้น ขึ้นอยู่กับภาวการณ์แข่งขันซึ่งสามารถ ปรับได้ เพราะว่าสิ่งที่เราทำในสถานีข่าวใหม่อย่าลืม ว่าช่อง 3 ยังอยู่เราไม่ควรที่จะฆ่าตัว เราเอง

โอกาสที่ช่อง 3 ได้เป็นเจ้าของช่องเอง มีใบอนุญาต ถึง 15 ปี มองอนาคตข้างหน้าอย่างไร

ไม่ได้มองโดยส่วนตัวผมไม่สามารถตอบแทนผู้บริหารได้ แต่ส่วนตัวมองว่าอย่าหลงไหลได้ปลื้มกับ ความเป็นเจ้าของช่อง ควรจะหลงไหลได้ปลื้มกับ ความเป็นเจ้าของเนื้อหามากกว่า เนื้อหาดีไปอยู่ ช่องไหนก็ได้ อยู่ที่เนื้อหาสาระมากกว่าถึงจะอยู่ได้

การเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับเนื้อหาที่ต้องเปลี่ยนแปลงมีความเข้มข้นมากขึ้นแค่ไหน

ถ้าถามว่าเราพร้อมก็เปอร์เซ็นต์ เราพร้อม 70 - 80 เปอร์เซ็นต์ในเรื่องบุคลากรเพราะบุคลากร

ที่เรามีอยู่สามารถที่จะสนับสนุนได้ 2 - 3 ช่อง เพราะสิ่งที่เราทำเอาเนื้อหามากองแต่ว่าความเร็ว ออกไปเป็นนิวส์มีเดียตรงไหนบ้างเท่านั้นเอง ซึ่งไม่น่าจะมีปัญหาเพราะเราเตรียมบุคลากร มีคนว่าช่อง 3 ไปซื้อไป(คน)โน่น ซื้อไปนี่มากก็เพื่อรองรับในอนาคต ถามว่าไปซื้อไปตอนนี้ใครจะมา ไม่มี ปัญหาใหญ่ ของการทำสถานีโทรทัศน์ต่อไปในเรื่องคน ทรัพยากรมนุษย์ในด้านนี้ขาดไม่มีใครมอง กสทช. ไม่ได้มองตรงนี้เด็กรุ่นใหม่มาทำที่วีได้เลย หรือเปล่าขาดเยอะมาก ช่างเทคนิคขาดเพราะว่าสิ่งที่ช่างเทคนิคกำลังเรียนรู้อยู่ ณ วันนี้การผลิต บัณฑิตใหม่ขึ้นมาบัณฑิตช่างเทคนิคด้านทีวี เรียน ด้าน AV หมายถึง การเชื่อมสาย แต่ปัจจุบันเป็น IT แล้วนี่คือปัญหาส่วนหนึ่งที่คนมองไม่เห็น ของผม 1 ช่อง ผมใช้คนตั้งหลายร้อยในขณะที่รับผิดชอบข่าว เพียงแค่ 12-13 ชั่วโมงต่อวัน แต่ถ้า 24 ชั่วโมงต้องใช้คนขนาดไหนแล้วมันตั้ง 48 ช่อง มันคุณมหาศาล ไม่นับพวกเครือข่ายอีก ช่างเทคนิคที่จะไปดูด้าน เครือข่ายด้านต่างๆ อีกมากมายเท่าไรพอสมควรที่วีเกิดขึ้นมาพร้อมกัน 48 ช่อง ทุกคนลงทุนซื้อกล้อง คือ ซื้อ พร้อมกัน 48 สถานีใครที่ไหนจะผลิตได้ทันคือมองว่า ง่ายพยายามไปว่าดิจิทัลต้องคาพยพด้านอื่น ๆ ไม่มี ใครมองเห็น

มีองค์ประกอบเยอะมาก กสทช.กำหนดว่าประมูล แล้วต้องได้รายการดี แข่งขัน ใครจะมาแข่งขันเพราะ ที่ผลิตกันอยู่ทุกวันนี้ก็เห็นหน้ากันทั้งนั้น หมุนเวียนกัน อยู่ตรงนี้ในจำนวน 5 - 6 ช่องที่มีอยู่ สมมติยกตัวอย่าง ช่อง 5 เห็นได้ชัดเขาเป็นที่วิสาหธารณะ คำว่า สาธารณะ คือต้องผลิตเอง ทุกวันนี้ผังรายการของช่อง 5 จ่ายค่าจ้างคนออกไปเท่าไร แล้วเขาจะมีกำไรแค่ไหนที่จะ ผลิต เยอะมากองคาพยพต่างๆ เหล่านี้ ช่อง 11 โอเค เขาผลิตเองได้ไม่ประมูลเสียทีเดียวเริ่มต้นเหมือนกันหมดแต่ ทราบใดก็ตามแต่ 3 5 7 9 ก็ยังเป็นแต้มต่อ ที่ดีคนส่วนใหญ่ก็ยังดูอยู่

ความมากมายหลายช่องก็จะเกิดขึ้น ผู้บริโภคจะต่อ รับมืออย่างไร

อย่างที่ผมเรียน ต้องวิเคราะห์โจทย์ของ ประชากรศาสตร์พฤติกรรมของคนดูต่อวิเคราะห์ ตรงนี้ให้ออกสมาคมโฆษณาทุกปี เขาจะวิเคราะห์ กลุ่มผู้บริโภคของเขาว่าเป็นอย่างไรบ้าง พฤติกรรม





ของผู้บริโภคปีนี้เป็นไปอย่างไร ไม่อย่างนั้นเขาตอบโจทย์ลูกค้าไม่ได้ เหมือนกันผมก็ต้องวิเคราะห์คนที่ดูอย่างคนที่ดูคุณชาย พฤติกรรมที่ดูคุณชายตอบอะไรเราบ้างทำไมเราต้องผลิตละครพีเรียดในลักษณะอย่างนี้เพราะสังคมไทยต้องการคนดี ไม่ต้องการทะเลาะไม่รุนแรง และต้องการที่จะเห็นความเป็นอาชีพที่ชัดเจน เนื้อหาบางเรื่องก็ออกไปมันตอบโจทย์อะไรได้ค่อนข้างจะชัดทำให้เรานำประสบการณ์เหล่านั้น การสอดแทรกความรู้ลงไปในบทละครอย่างคุณหมอมไม่ใช่แต่งตัวแล้วคือคุณหมอ คุณหมอก็แสดงออกความเป็นอาชีพของคุณหมอ พฤติกรรมความเป็นคุณหมอดึงดูดอะไรบ้างให้คนรู้สึกเข้าถึงความเป็นวิชาชีพนั้นจริง ๆ

ด้านการข่าวเหมือนกัน ข่าวแบบไหนที่คุณดูแล้วได้ประโยชน์ ข่าวแบบไหนดูแล้วเกิดขบวนการมีส่วนร่วม ทะลายโครงสร้างปัญหาของสังคมได้ซึ่งเป็นปัญหาที่รัฐไม่ได้เข้าไปดูแล กฎหมายมีแต่ชาวบ้านเดือดร้อน สุดท้ายปลายทางโครงสร้างที่ไปสร้างตรงนั้นขึ้นมาใหม่ คือขบวนการมีส่วนร่วมอย่างบ่อน้ำเสียชาวบ้านลงไปตรวจสอบนี้ทำลายโครงสร้างของปัญหาสังคมที่มี ดูป.ณ.ข่าว 3 ที่เรากำลังศูนย์ขึ้นมาวันหนึ่งมีคนร้องเรียนเข้ามา 80-90 เรื่องเราให้เด็กรับเรื่อง 24 ชั่วโมง แล้วบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์บรรณาธิการทั้งหลายเข้าไปดู ข่าวสามมิติก็ได้จากนี้แล้วไปเจาะทำข่าวแสดงว่าสังคมมีปัญหาคาดที่ฟัง

ตัวอย่างป่าคนหนึ่งมาจากอยุธยามีปัญหาเรื่องที่ดินไม่ยอมโอนจนป่าเบือ เราถามว่าแล้วจะให้เราไปทำข่าวอย่างไร ป้าบอกไม่ต้องแค่นี้ให้เด็กมาเซ็นรับเรื่องว่าได้รับเอกสารร้องเรียนแล้ว แล้วลงชื่อว่าไปร้องช่อง 3 แล้ว เดี่ยวเอาลายเซ็นนี้ไปให้เจ้าหน้าที่ดูเขาก็แก้ให้ นี่ก็ความเป็นจริง สุดท้ายปลายทางแก้ปัญหาได้แสดงว่าการบริหารจัดการในภาครัฐตามหน่วยงานมีปัญหาด้านการจัดการ กลัวจะเกิดเป็นข่าวกลัวจะถูกสร้างกระแสขึ้นมาทำให้สังคมภาคประชาชนบางส่วนขาดที่ฟัง ทุกวันนี้ขาดที่ฟังหลายเรื่องมาก

ต้องมองว่า การทำข่าวในวิชาชีพของเราตามที่ถูกสอนมาต้องพีริมาติดหัวตั้งหัวกลับ นั่นคือคิดเอง แต่ถามว่าในภาวะสังคมปัจจุบัน คนต้องการบริโภค

ข่าวแบบนี้หรือไม่ ความขัดแย้งในเชิงสังคมสิ่งที่เราทำไปขณะนี้เชื่อได้เลยว่าถ้าเราเอาข่าวการเมืองมา นำหน้าคนเปลี่ยนช่องหนี เพราะไม่อยากจะดูแต่ในคุณค่าความเป็นข่าววันนี้สภาผู้แทนราษฎรทะเลาะกันผลักกันเอาตำรวจไปตึง ขุนค้อนทุบโต๊ะ พาดหัวใหญ่โตถามว่าแล้วชาวบ้าน คนกรุงเทพฯ อยากรู้อหรือไม่

โอกาสที่เราจะเป็นเจ้าของช่องรายการในอนาคต เรื่องของการตรวจสอบบรรยากาศของการเซ็นเซอร์ตัวเองเพื่อหลีกเลี่ยงแรงปะทะจากกลุ่มอำนาจต่างๆ จะคลี่คลายลงหรือไม่ เพราะปัจจุบันเสี่ยงด้วยการไม่เน้นข่าวการเมือง

เป็นไปตามวัฒนธรรมของสังคม ถามว่าไม่แต่ต้องก็ได้ อยู่ที่ว่าจะให้ความสำคัญแค่ไหนอยู่ที่ภาพลักษณ์ที่เราจะวางว่าภาพลักษณ์ของเราจะเน้นไปด้านไหน ส่วนตัวผมอยากจะบอกว่าเราจะก้าวสู่ AEC สู่อุตสาหกรรม เพราะฉะนั้นจะไปเน้นอย่างไรอย่างหนึ่งอย่างเดียวที่เป็นจุดขายของตัวเอง อย่างการเมืองไม่ใช่ แต่ถ้าเป็นสังคมเศรษฐกิจต่างประเทศอันนี้น่าจะใช่กว่า อยู่ที่การวางบทบาทของเรา

ถามว่าจะต้องต่อสู้กับอำนาจรัฐ อันนี้หนีไม่พ้นสังคมไทยพูดด้วยความเป็นจริง เพราะปัญหาสังคมไทยถ้าศึกษาให้ดี ตั้งแต่ 2475 คือ สังคมเวียงวัง คลัง นา ซึ่งทุกวันนี้ยังมีอยู่การรักพวกพ้อง เจ้าขุนมูลนายยังอยู่หนีไม่พ้น ใครบ้างที่ไม่ช่วยพวกตัวเองในสังคมนี้ ไม่มี นี่ก็สังคมไทยเกิดน้ำท่วมจะเกลียดจะฆ่ากันแค่นี้ผมระดมทุนแป๊บเดียวแรงกว่านี่คือสังคมไทยที่เป็นสังคมพิเศษต้องเข้าใจว่าสภาพความต้องการของสังคมความถูกต้องบนข้อกฎหมายเพียงอย่างเดียวไม่ได้ตอบโจทย์ได้หมดกับสังคมนี้ เมืองคาพยพที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเยอะมาก ไม่เหมือนยุโรป อเมริกาที่กฎหมายต้องเป๊ะ ๆ

การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี รวมถึงความเชื่อที่ว่าเนื้อหาต้องน่าจะมีหลักประกันอะไรว่า สุดท้ายแล้วผู้บริโภค ต้องได้รับเนื้อหาที่มีคุณภาพ

คนอื่นผมไม่รู้ แต่อย่างที่ผมเรียนถ้าทำเอามันส์ไม่ใช่ที่ช่อง 3 แต่ทำให้สังคมได้รับประโยชน์นี่คือสิ่งที่เราสร้าง คนดูข่าว 1 ข่าวต้องได้ประโยชน์ ไม่ใช่คนดูละครได้รับประโยชน์บันเทิงอย่างเดียว แต่สาระความรู้ที่แทรกอยู่ในนั้น นั่นคือสภาพสังคม





ของไทยที่แตกแยกกันทุกวันนี้ เราต้องการบริโภคแบบนี้แต่วันข้างหน้าผมไม่รู้เมื่อเป็นศิวไลซ์ขึ้นมาแล้วอาจจะ ฮาร์ดคอร์ นั่นอีกเรื่อง แต่ ณ วันนี้คือแบบนี้และผมก็เชื่อว่าสิ่งที่เราทำมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันน่าจะเป็นคำตอบอย่างหนึ่ง คือพูดได้อย่างภาษาเศรษฐศาสตร์ว่า ขณะนี้เราทำชาวแบบมี CSR ไม่ได้ทำชาวเอามันส์หรือเอาแค่มะเขมราทำชาวเพื่อเอาคนดูไม่อย่างนั้นเราจะมีคำว่า ครอบครัวยุคใหม่หรือ

สื่ออื่น ๆ ก็เหมือนกันเริ่มจะมองเห็นการคืนกำไรให้กับสังคมที่ชัดเจนมากขึ้น เพราะคนกำลังจะล้นโลก การทำกำไรอย่างเดียวไม่ใช่ เราถึงมีมูลนิธิครอบครัวชาว อย่างเดือนกันยายนี่จะต้องไปแจกรถจักรยานให้กับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เราทำกิจกรรมควบคู่ไปกับชาว ไม่ใช่แค่ CSR มันคือเนื้อหาซึ่งเนื้อหาเหล่านี้รื้อเกิดไม่ได้เราต้องไปสร้างเองอย่างการแจกรถจักรยานที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ประมาณ 3,000 - 5,000 คัน เราไปพบว่าปัญหาการบูรณาการภาคใต้ ทุกวันนี้ต้องยอมรับว่าการเมืองการทหารนำไม่ใช่แล้ว คุณต้องเอาเศรษฐกิจนำ พยายามอธิบายกับผู้บริหารกองทัพว่าระดับล่างเขาเห็นเหมือนกันหมด ส่วนระดับหัวขบวนประมาณๆ อย่างเดียว ผมไม่รู้จะพูดอย่างไร สุดท้ายปลายทางแล้วชาวบ้านจะอยู่อย่างไร งบประมาณลงไปขณะนี้ประมาณสองแสนกว่าล้านปีละประมาณ 7 - 8 หมื่นล้าน ช่อง 3 เราถึงจับมือกับเครือข่ายตอนทำน้ำท่วมด้วยกันเพราะพวกนี้เขามี CSR เพราะถ้าต่างคนต่างทำมันกระจาย เอา CSR มารวมกันที่ช่อง 3 แล้วขับเคลื่อนไปพร้อมกันขับเคลื่อนได้แรงยิ่งกว่านโยบายของภาครัฐ เพราะมีงบประมาณมีทุกอย่างพร้อม ทุกคน win-win เหมือนกับปัญหาภาคใต้เราใช้ CSR ช่วย

ดังนั้นบทบาทในการทำชาว ต้องทำให้คนเข้าถึงปัญหาเชิงโครงสร้างซึ่งเราพยายามสอดแทรกให้เห็น การทะลายโครงสร้างแบบนี้ต้องร่วมมือกันไม่ใช่ออกครึ่งเดียวแล้วจบ ต้องสร้างขบวนการการมีส่วนร่วม

อย่างครอบครัวบันเทิง เมื่อก่อนผู้จัดมีเป็นสิบเจ้าต่างคนต่างผลิตตามสไตล์ของตัวเอง ปัจจุบันต้องมานั่งคุยกันสอดรับกันอย่างไร การแสดงออกถึงความเป็นวิชาชีพของตัวละครต้องชัดว่าวิชาชีพเหล่านั้นต้องเคารพวิชาชีพ หมอควรเคารพวิชาชีพ

ของหมอไม่ใช่เอาวิชาชีพของหมอไปด่าเอาความหมายเอาไปทำเสียๆหายๆ เขียนบทพูดบทประพันธ์ดั้งเดิมเป็นอย่างไรปรับแต่งอย่างไรให้ดูมีคุณค่าขึ้นมาคนที่เขาอยู่ในวิชาชีพเหล่านี้เขาจะ รู้สึกภาคภูมิใจรู้สึกเป็นคนดี คำว่า เศรษฐกิจพอเพียง ไม่ใช่แค่บอกว่าเศรษฐกิจพอเพียงดีต้องแสดงออกมาให้เห็นว่าในความคิดของเศรษฐกิจพอเพียงตามทฤษฎีของในหลวงคืออะไร หนังสือ ละคร บทประพันธ์ 1 เรื่องทำไม่เราแบ่งเป็น 4 เรื่อง อย่างเรื่องคุณชายให้แต่ละค่ายร่วมกันผลิตแข่งกันผลิต แต่อยู่ในแนวคิดเดียวกันทำให้คนคุยภาษาเดียวกันรู้เรื่อง

เป็นการปรับโฉมครั้งใหญ่ของวงการบันเทิงด้านละคร

น่าจะถือว่าใช่ คือให้คนได้เอาสิ่งที่เป็นปัจจุบันมาประยุกต์ให้เข้ากับความต้องการของคนดู บางครั้งในทฤษฎีที่บอกว่า นี่ละครนำหน้า ตบจบ มันยังขายได้ โอเคเราคงดำรงอยู่ในความเป็นน้ำเน่าแต่น้ำเน่าตรงนี้ให้สาระอะไร ชาวก็เหมือนกันความเป็นนักการเมืองของเราทำอย่างไรได้เห็นในหมู่นักการเมืองที่ขัดแย้งกันยังมีนักการเมืองดีๆ ที่เป็นรุ่นใหม่ที่จับมือกันได้ยกตัวอย่างเช่น การเลือกตั้งซ่อมที่เขตดอนเมือง ผมว่าจะสู้กันอย่างไรก็ตามแต่แต่ว่าจับมือกันได้ไม่ทำหันไม่ฆ่ากัน ซึ่งสื่อเรามีส่วนเยอะมาก

นี่คือแนวทางที่ผมว่าอย่างนี้น่าจะไปตอบโจทย์โลกของดิจิทัลในอนาคตในเชิงข่าวนะหรือในเชิงเนื้อหา น่าจะเห็นอย่างนี้มากกว่า ถ้าทุกคนทำเอามันส์ ทำเอาเงิน ยั่งยืนไม่ได้

ในฐานะสื่อจะทะลายกำแพงความขัดแย้งที่ดำรงอยู่ในสังคมอย่างไร

คงจะไปด่ากันตรง ๆ ไม่ได้ เราใช้วิธีส่งนักข่าวไปเอากรณีศึกษาจากต่างประเทศมาเทียบเคียงให้เห็นยังเกิด AEC รายการจ้อโลกเศรษฐกิจ เราหยิบเอาสิ่งที่ประเทศต่างๆ เขาเตรียมการมาสื่อสารเราจะไปด่าตรง ๆ ว่าทำไมกระทรวงพาณิชย์ ไม่เตรียมการหรือกระทรวงอื่นๆ ไม่เตรียมการไม่ได้แต่เราใช้วิธีสื่อสารว่าประเทศอื่นเขาเตรียมไปถึงไหนแล้วมากกว่านี่คือวิธีการหนึ่งที่สะท้อนออกมาให้เห็นคนไทยเราดูแล้วจะเกิดการเปรียบเทียบ





## สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

พลอากาศตรี สมสุวรรณ ธรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ตามที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้กำหนดให้มีการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ 24 ช่อง คณะกรรมการบริษัท ฯ ได้หารือกันและมีมติให้ บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (บีบีทีวี) เข้าประมูลทีวีดิจิทัลประเภทช่องเอชดีวาไรตี้ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการเตรียมพร้อมรองรับในทุกด้าน ทั้งคอนเทนต์บุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ และ เครื่องมืออุปกรณ์ทั้งด้านรายการและเทคนิคที่ส่วนใหญ่พร้อมรองรับการผลิตรายการและออกอากาศในระบบเอชดี รวมไปถึงงบประมาณลงทุนที่พร้อมประมูลอุตสาหกรรมการ broadcast ไทยต้องเปลี่ยนจากอนาล็อกสู่ดิจิทัล ตามที่ กสทช. กำหนดไว้ช่อง 7 ในฐานะผู้ประกอบการทีวีมองเห็นโอกาสการก้าวสู่ทีวีดิจิทัล เช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ”



### สมเกียรติ เจริญกัญญา ยิ่ง

กรรมการผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ และรักษาการผู้จัดการฝ่ายข่าว  
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

โทรทัศน์ดิจิทัล จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับ  
สื่อโทรทัศน์ไทย มากน้อยเพียงใด

การเตรียมการประมูลทีวีดิจิทัลซึ่งบอร์ด กสท. (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์) ได้ประกาศเลื่อนการประมูลล่าสุดเป็นราวกลางเดือนมกราคม 2557 จะเป็นจุดเปลี่ยนที่ยิ่งใหญ่ในวงการโทรทัศน์ไทย

โดยความหมายนี้ไม่ใช่แค่เพียงการเปลี่ยนแปลงในเชิงเทคนิคที่เปลี่ยนการกระจายคลื่นความถี่โทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลและไม่ใช่เพียงแค่ความหมายจากจุดเริ่มต้นของความพยายามปฏิรูปสื่อโดยนัยตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ แต่หากการเปลี่ยนแปลงนี้ ยังส่งผลกระทบสู่ปริมาณพลในแง่ระบบการสื่อสารในแง่ภูมิทัศน์สื่อในแง่ธุรกิจ ในแง่การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร สาระนั้นทั้ง ๗๗ ด้วย

จุดเปลี่ยนการกระจายคลื่นความถี่โทรทัศน์ดิจิทัลหากเป็นไปตามแผนล่าสุดของ กสท. ก็คือหลังการเปิดประมูลทีวีดิจิทัลประเภทบริการธุรกิจ 24 ช่อง

ประกอบด้วย ช่องเด็ก 3 ช่อง ช่องข่าว 7 ช่อง ช่องวาไรตี้ 7 ช่อง และ ช่องเอชดีอีก 7 ช่อง ที่คาดว่าจะประมูลเดือนมกราคม 2557 และจะสามารถออกอากาศได้ราวเดือนมีนาคม 2557

ตามแผนงานนี้ ภายในไตรมาสแรกของปีหน้า ชาวบ้านจะมีฟรีทีวีดูเพิ่มขึ้นจาก 6 ช่องเดิมเพิ่มพรวดขึ้นเป็นไม่ต่ำกว่า 30 ช่องโดยเป็นช่องประเภทธุรกิจที่เพิ่งเปิดประมูลไป 24 ช่องกับทีวีสาธารณะที่กสท. เตรียมปล่อยออกมาอีก 12 ช่อง

นี่ยังไม่รวมจอทีวีจากเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมที่แพร่ภาพออกมาอีกแห่งละ 200 - 300 ช่อง ขณะที่ ประชากรหรือกลุ่มคนดูยังมีอัตราเท่าเดิม จำนวนธุรกิจโฆษณาที่เป็นแหล่งหล่อเลี้ยงธุรกิจนี้ ก็เพิ่มขึ้นเท่าเดิมในอัตราปกติปีละประมาณ 10%

แต่พิจารณาต้นทุนตัวเลขขั้นต่ำในการประมูลรับใบอนุญาตทำทีวีดิจิทัล ช่องเด็ก เริ่มต้นที่ 140 ล้านบาท ช่องข่าวเริ่มต้นที่ 220 ล้านบาท





ช่องวาไรตี้ 380 ล้านบาท และ ช่องความคมชัดสูง (HD) 1,510 ล้านบาท ซึ่งเชื่อว่าผู้ชนะการประมูลได้ใบอนุญาตต้องจ่ายสูงกว่าตัวเลขประมูลขั้นต่ำแน่นอน

ยังไม่นับค่าโครงข่ายการออกอากาศ การบริหารจัดการ การจัดตั้งสถานที่ สตูดิโอ เครื่องไม้เครื่องมือการออกอากาศอีกสารพัด ดังนั้นต้นทุนที่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งที่ประมูลใบอนุญาตมาได้ ต้องใช้เงินนับพันล้านบาท

นี่นับเป็นปัญหา และความน่าหนักใจในแง่ผู้ประกอบการที่ต้องทุ่มทุนในการต่อสู้แข่งขัน เพียงเพื่อช่วงชิงรับใบอนุญาตและยังไม่สามารถประเมินภาพแนวโน้มทางธุรกิจฟรีทีวีในยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจนนักกว่า สภาพจะเป็นอย่างไร

ในแง่ผู้บริโภค ในไตรมาสแรกของปี 2557 จะมีฟรีทีวีให้ชาวบ้านดูราว 30 ช่อง เพิ่มขึ้นจากเดิมกว่า 5 เท่าตัว ขณะที่จำนวนคนดูยังเท่าเดิมหรือ ยังน้อยกว่าเดิม เนื่องจากระบบการแพร่ภาพที่วีดิทัศน์จะค่อย ๆ แพร่ขยายพื้นที่การออกอากาศตามแผนงานที่ กสทช. กำหนดยังไม่นับเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมอีกหลายร้อยช่อง นี่ยิ่งกว่าโอเวอร์ซัพพลายทั้งในแง่ปริมาณ คอนเทนต์ การลงทุน ความสูญเสีย และความสิ้นเปลือง

ไม่ว่าในแง่คอนเทนต์ที่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจะต้องสร้างสรรค์ ครีเอทออกมาเพื่อชิงจำนวนคนดูเพิ่มเรตติ้งของตัวเองให้มากที่สุด หรือ ความพยายามทำคอนเทนต์ให้แปลกใหม่ ฯลฯ แต่ข้อสำคัญคือ คอนเทนต์ที่ดีไม่ได้หมายความว่าได้รับการตอบสนองเพิ่มจำนวนคนดูมากขึ้นตาม ในทางกลับกันคอนเทนต์ หรือ เนื้อหาสาระที่หมิ่นเหม่ โดบเฉียว หรือหาอาจเพิ่มจำนวนเรตติ้งให้สถานีได้มากกว่าด้วยซ้ำ

นี่แสดงว่าความมุ่งหมายการปฏิรูปสื่อ ความพยายามสร้างสรรค์สังคมข่าวสาร สาระ บันเทิง การเปิดกว้างด้วยการเพิ่มจำนวนสื่อโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองและพัฒนาปลุกฝังภูมิปัญญาแก่สังคม อาจไม่บรรลุเป้าหมาย

ยิ่งท่าทีของ กสทช. ในการออกระเบียบข้อกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับควบคุมเนื้อหา

รายการในกิจการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นร่างระเบียบที่กำลังจะประกาศใช้ และถูก 4 องค์กรสภาวิชาชีพสื่อออกโรงคัดค้านอย่างรุนแรง โดยระเบียบฯ ออกข้อกำหนดที่ห้ามรายการโทรทัศน์ รายการข่าว ไม่สามารถแสดงความคิดเห็น ฯลฯ ยิ่งขัดหลักการการปฏิรูปสื่อที่มีจุดมุ่งหมายให้โทรทัศน์ สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างอิสระ ปราศจากการแทรกแซง

ในขณะที่รายการทางเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมโฆษณาขายยา ขายสินค้าที่หวัดสรรพคุณเกินจริงหรือรายการไสยศาสตร์ ยังออกอากาศกันเกลื่อนยังไม่นับช่องการเมืองสีต่าง ๆ

กสทช. ยังมีการบ้านให้จัดการและสะสางอีกมาก หลังตีเคย์ออกอากาศทีวีดิจิทัล ในต้นปีหน้า

พฤติกรรมคนดูจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรหรือไม่ และในส่วนของผู้บริโภคต้องปรับตัวอย่างไรหรือไม่

พฤติกรรมคนดูจะเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่คงตอบยาก แต่ลองพิจารณาจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เราอาจพอประเมินแนวโน้มได้บ้าง เช่น จำนวนช่องสถานีที่มีมากขึ้นแต่ละช่องก็ต้องพยายามเสนอคอนเทนต์ที่แตกต่างน่าสนใจ ชวนติดตามทั้งในแง่เนื้อหาสาระ ซึ่งไม่ได้ประกันว่าจะดีขึ้นหรือเลวลงเนื่องจากพฤติกรรมคนดูขึ้นอยู่กับรสนิยมความชื่นชอบเป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ควรต้องเป็นแมส หรือ กลุ่มก้อนขนาดใหญ่ เพื่อให้มีจำนวนเรตติ้งที่สูงพอที่จะดึงดูดให้โฆษณาหันมาสนใจ เพราะเคย์ยังคงเป็นก้อนเดิมแม้มันมีมูลค่าค่อนข้างมากประมาณปีละแสนล้านบาทแต่จากจำนวนช่องธุรกิจ 24 ช่อง ทุกช่องต่างต้องรุมแย่งชิงเค้กก้อนนี้ให้ได้มากที่สุดเป็นการต่อสู้แย่งชิงที่ดุเดือดมาก

สมรรถภูมิการแข่งขันที่ดุเดือด จากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อนี้ ทำให้นักถึงกูรูทางเศรษฐกิจท่านหนึ่งที่กล่าวว่า ในบรรดาธุรกิจที่แข่งขันช่วงชิงกันมีเพียง 10 - 20% เท่านั้นที่อยู่รอด ถ้าเราเชื่อในทฤษฎีนี้ ก็แปลว่า จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ต้องล้มหายตายจากก่อนเวลาอันควรและทำให้กลุ่มธุรกิจหรือทุนรายใหม่เข้าเทคโอเวอร์กิจการ ฯลฯ





จุดเปลี่ยนของทีวีดิจิทัล เปรียบเสมือนการเปิดสมรภูมิรบแบบใหม่ ที่แม้พื้นที่การช่วงชิงเดิมจะมีเจ้าเก่า - รายเดิม หรือพื้นที่คนดูจำนวนเดิม ๆ อยู่ก่อนแต่ทีวีดิจิทัลไทยจะเปลี่ยนสนามการต่อสู้ใหม่ที่ประเมินสภาพการณ์ได้ยาก แม้จะมีตัวอย่างการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลในหลายประเทศ แต่เนื่องจากกฎระเบียบภูมิทัศน์สื่อ เงื่อนไขสภาพสังคม ธรรมเนียม หรือ พื้นฐาน อนาคตที่แตกต่างกัน จึงไม่สามารถประเมินสภาพยุคหลังทีวีดิจิทัลที่แน่ชัดได้

หากจะวิเคราะห์พฤติกรรมคนดูว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ หลังมีการแพร่ภาพทีวีดิจิทัลคงต้องพิจารณาส่วนประกอบสภาพแวดล้อมเพื่อเทียบเคียง เช่น ทีวีดิจิทัลที่เพิ่ม 24 ช่อง แต่ละช่องต่างมุ่งนำเสนอคอนเทนต์ที่หลากหลายเพื่อแย่งชิงคนดู แต่ในส่วนนี้ผลสำเร็จของเรตติ้งไม่อาจวัดด้วยคุณภาพรายการเนื้อหาสาระ ฯลฯ แต่ปัจจัยสำคัญเชื่อว่ายังขึ้นอยู่กับรสนิยมความคุ้นชินชื่นชอบรายการที่คงอยู่เดิมๆ โดยเฉพาะช่วงเริ่มต้นทีวีดิจิทัลทีวีช่องหลักในระบบอนาล็อก ยังคงออกอากาศคู่ขนานไปอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากยังไม่สามารถแพร่ภาพเปลี่ยนเป็นดิจิทัลฉบับพลันได้พร้อมกันทั่วประเทศ อีกส่วนหนึ่งมาจากปัญหาเครื่องรับและความพร้อมของโครงข่าย ดังนั้นเชื่อว่าภายใน 3 ปีแรก ของทีวีดิจิทัลพฤติกรรมคนดูทั่วประเทศกว่า 22 ล้านครัวเรือน ยังน่าจะคงรูปแบบเดิมแต่ด้วยคอนเทนต์และจำนวนช่องที่เพิ่มมากขึ้นและหลากหลายขึ้นพฤติกรรมคนดูน่าจะค่อยๆเปลี่ยนแปลงพัฒนาตามคอนเทนต์ที่หลากหลายๆ ค่ายนำเสนอ

ปัญหาหลักไม่น่าจะอยู่ที่พฤติกรรมของคนดูแต่ปัญหาหลักอยู่ที่การสร้างสรรค์ พัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการเนื้อหาสาระมากกว่าเพราะหากทำได้ดีทำแล้วโดนคนดูก็เฝ้าติดตามเพิ่มจำนวนขึ้นเอง นอกจากนั้นยังมีปัญหาของผู้ประกอบการที่หนักหนากว่านั่นคือรายได้ที่เข้ามา

ผู้บริโภคจะได้รับคุณภาพด้านข้อมูล ข่าวสารความบันเทิงต่างจากเดิมอย่างไร หรือ แต่ละช่องจะทำอย่างไรให้แตกต่างจากเดิม

จากจำนวนสถานีที่เพิ่มขึ้นรวมไม่ต่ำกว่า 30 ช่องน่าจะถือว่าเป็นกำไรของผู้บริโภคที่จะมีรายการข้อมูลข่าวสาร สารบันเทิง ที่ให้เลือกเสพมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าสถานีแต่ละช่องต้องพยายามเลือกสรรเฟ้นคิดเนื้อหา รูปแบบรายการ การนำเสนอให้แตกต่างเพื่อเป็นที่ดึงดูดน่าสนใจ และเพิ่มจำนวนคนดูให้ได้มากที่สุด เนื่องจากคนดูมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตามเนื้อหาสาระรายการระดับคุณภาพที่เสริมสร้างปัญญาพัฒนาภูมิความรู้และสร้างสรรค์สังคม ฯลฯ ต้องไม่ลืมน่า 24 ช่องธุรกิจต่างแย่งชิงประมูลใบอนุญาตมา มีค่าใช้จ่ายนับพันล้านบาท แถมยังต้องช่วงชิงคนดู ทำเรตติ้งเพื่อหาโฆษณาให้ธุรกิจอยู่รอด ดังนั้นรายการคุณภาพของทีวีธุรกิจน่าจะจำกัดความอยู่ที่สนองความต้องการ รสนิยมและความนิยมของคนดูเป็นหลัก เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้

ในขณะที่ยังมีทีวีดิจิทัลช่องสาธารณะอีก 12 ช่อง ที่ไม่มีต้นทุนจากการประมูลใบอนุญาต น่าจะเป็นความหวังของรายการระดับคุณภาพมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามทีวีสาธารณะส่วนใหญ่แจกจ่ายไปยังหน่วยงานภาครัฐราชการเป็นหลักความคาดหวังให้มีรายการคุณภาพอาจต้องติดตามต่อไป

การเตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ในส่วนของช่อง 7 ก็เหมือนกับฟรีทีวีช่องอื่นที่ต้องเตรียมพร้อมรับกระบวนการสู่ระบบดิจิทัลอย่างเข้มข้น โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ กระบวนการตามระเบียบข้อกำหนดกฎหมายที่ กสทช. เป็นผู้กำหนดทั้งในแง่การประมูลใบอนุญาต ข้อกำหนดผังรายการระเบียบอื่นๆ เช่นการกำหนดเนื้อหาสาระ สัดส่วนรายการ การมีใบอนุญาตของผู้





ประกาศ ฯลฯ ซึ่งมีรายละเอียดจำนวนมาก รวมทั้งข้อกำหนดอื่นๆ ที่จะตามมาอีก เช่น การเปิดโอกาสให้คนพิการผู้ด้อยโอกาสสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารรายการได้อย่างเท่าเทียม ฯลฯ ซึ่งทางช่อง 7 ทำการบ้านมาโดยตลอด

อะไรคือจุดเด่นของช่อง 9 ในด้านเนื้อหา พังรายการ

ช่อง 9 สามารถคงเรตติ้ง และมีจำนวนผู้ชมโดยรวมสูงสุดมาโดยตลอดไม่ว่ารายการข่าว ละครวาไรตี้ ฯลฯ น่าจะถือเป็นจุดแข็งของช่องปัญหาก็คือ เราก็ต้องคงจำนวนคนดู และ ทำเรตติ้งให้สูงสุดในฟรีทีวีระบบดิจิทัลต่อไป แม้จะมีผู้เล่นมากขึ้น แต่ในฐานะแชมป์เก่าที่สั่งสมประสบการณ์การทำงานอย่างยาวนาน และ ในฐานะมืออาชีพสิ่งที่ช่อง 9 ทำยังคงต้องทำต่อเนื่อง และทำให้ดีที่สุด เพราะโจทย์ไม่ได้เปลี่ยน เพียงแต่สนามใหญ่ขึ้นมีผู้เล่นเข้ามาร่วมวงมากขึ้น และทำให้ฟรีทีวีสนุกศึกษามากขึ้นผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้น น่าจะถือเป็นโอกาสที่ดีที่เราจะพัฒนาศักยภาพได้มากขึ้นจากระดับประเทศขึ้นสู่ระดับภูมิภาค อย่างน้อยก็รับการมาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่กำลังจะมาถึงในไม่ช้า

จุดเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล มีอะไรน่าเป็นห่วงบ้าง

การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล มีจุดน่ากังวลอยู่หลายประการเนื่องจากเป็นเรื่องใหม่ และ พลิก

ภูมิทัศน์สื่อฟรีทีวีอย่างมาก มีรายละเอียดค่อนข้างมากดังนั้นแทบทุกจุดค่อนข้างมีปัญหา ตั้งแต่ผู้คุมเกมในการออกกฎ ระเบียบกติกาอย่างกสทช. ไม่ว่าเรื่องใหญ่ๆ อย่างค่าเช่าโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล การประมูลฟรีทีวีประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ข้อกำหนดระเบียบ การกำกับดูแลเนื้อหา การออกใบอนุญาตพิธีกร หรือ การสนับสนุนเซทท็อปบ็อกซ์ (Set Top Box) เพื่อแปลงสัญญาณดิจิทัลเข้าเครื่องรับโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก

อย่างไรก็ตามปัญหาเหล่านี้ถือเป็นเรื่องปกติในช่วงการเปลี่ยนผ่านซึ่งแน่นอนว่าย่อมต้องมีข้อขัดข้องอยู่พอสมควร เพราะเป็นเรื่องใหม่ก็ต้องค่อย ๆ ศึกษาค่อยๆ แก้ไขและเราไม่สามารถปฏิเสธกระบวนการเปลี่ยนผ่านนี้ได้

การก้าวสู่ระบบดิจิทัลเมื่อพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วจะเห็นว่าผลดีมากกว่า โดยเฉพาะระบบเทคโนโลยีซึ่งทำให้มีลูกเล่นนอกจากภาพ - เสียง ที่คมชัดกว่ายังแตกแขนง และต่อยอดออกไปได้มากขึ้นอย่างเช่น ฐานคนดูที่เราคิดว่ายังคงเท่าเดิมแต่ความจริงต่อไปจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากระบบดิจิทัลสามารถหลอมรวมสื่ออื่นเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืนไม่ว่า คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ โดยเฉพาะเทคโนโลยี 3 จีขึ้นไป ฟรีทีวีจะไปปรากฏบนมือถือมากขึ้น มูลค่าโฆษณาก็สามารถขยายตัวผ่านไปยังมีมือถือ ฯลฯ ถือเป็นเรื่องท้าทายน่าสนใจและติดตามอย่างยิ่ง





ดร.เอนก เพ็มวงศ์เสนีย์

กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)  
พลชัย วิวิจยกุล

รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

### การเตรียมความพร้อมของช่องในการประมูล ทีวีดิจิทัล

เรามีความพร้อมหมดแล้วและเตรียมการก่อนหน้า 2 - 3 ปี เพื่อเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านมีการตั้งคณะทำงานและปี 2556 กสทช.ออกประกาศต่าง ๆ มีการวิเคราะห์ใบอนุญาตต่าง ๆ ในเรื่องที่ กสทช.กำหนดไว้เรื่องคลื่นความถี่ การส่งดาวเทียมการขอใบอนุญาตโครงข่าย ซึ่งได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ในการเป็นผู้ดำเนินการด้านโครงข่าย 15 ปี ตอนนี้กำลังรอใบอนุญาตเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนโครงสร้างพื้นฐานก็มีการเตรียมการ ทั้งเรื่องการลงทุนการให้บริการต่างๆ การประมูลช่องรายการเตรียมการไว้อยู่แล้วที่เราจะประมูลเท่าไร ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติให้เราเข้าร่วมประมูลใบอนุญาตส่งสัญญาณเสียงและโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลเมื่อต้นเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ส่วนเม็ดเงินจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับประมูลได้ และ ทารือกับสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติอีกที่เรื่องเม็ดเงินที่ต้องใช้

### เตรียมประมูลช่อง ส่วนของบุคลากรเตรียมการ อย่างไร

ที่เราขอไป ขอเข้าร่วมประมูล 4 ช่องตามที่ กสทช.กำหนดไว้แต่ละประมูลได้รูปแบบไหน ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ และ ยุทธศาสตร์ ของเราที่จะดำเนินการ

เราเตรียมเข้าประมูล 4 ช่อง แต่จริง ๆ แล้วเวลาประมูล กสทช. กำหนดให้ประมูลได้อย่างมาก 3 ช่องรายการ แต่การเตรียมพร้อมเราต้องทำให้ 4 ช่องก่อนทางเลือกของเราคือต้องเปิดทางกว้างเอาไว้ก่อนเราไปปิดช่องทางว่าจะประมูล 2 ช่อง 2 รูปแบบบางที่ไม่ได้ต้องมีแผนหลายรูปแบบในการบริหารจัดการต้องมีแผนบริหารความเสี่ยงในเรื่องเหล่านี้ด้วย

### ส่วนของบุคลากร

ในการเปลี่ยนผ่านบุคลากรก็คงใช้บุคลากรของ อสมท เหมือนเดิมแต่อาจจะต้องเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการช่องรายการต่างๆ และการดำเนินการต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงในองคาพยพใน อสมท

ปัจจุบันบุคลากรของ อสมท มีทั้งโทรทัศน์วิทยุ รวมทั้งพนักงานด้านอื่น ๆ 1,600 คน ส่วนนี้จะเป็นลูกจ้างที่ไม่ได้เป็นพนักงานประมาณ 400 คน ซึ่งอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในช่วงแรกคงจะไม่เพิ่มบุคลากร จะพยายามใช้บุคลากรที่เรามีอยู่เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย





ผังรายการจะมีการปรับเปลี่ยนอย่างไร

ดร.เอนก : ขึ้นอยู่กับว่าเราประมูลได้ช่องอะไร เช่น เราประมูลช่องวาไรตี้ ก็ต้องปรับเปลี่ยนผังรายการ การมีช่องรายการเพิ่มขึ้นของ กสทช. ช่องธุรกิจเพิ่มขึ้น 24 ช่อง เราคงจะต้องมาคิดว่าเราจะต้องมีส่วนแบ่งการตลาดในเรื่องของผู้ชมจำนวนเท่าใดเราทำอย่างไรจะต้องเป็น 1 ใน 3 ในเรื่องของส่วนแบ่งการตลาดก็ต้องมีกลยุทธ์ทางด้านเนื้อหาที่จะดึงดูดใจให้ได้ เช่น เป็นช่องวาไรตี้ทำอะไรถึงจะดึงดูดคนดูสมมติเรามีช่อง 3 ที่แข็งแกร่งทางด้านช่องวาไรตี้ กับช่อง 7 เราจะทำอย่างไร ขณะเดียวกันยังมีคู่แข่งใหม่ ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในช่องวาไรตี้ก็คือ ต้องมีกลยุทธ์ มีแนวทางที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมเราจะไปอุดมการณ์ในลักษณะที่เป็น Edutainment ขณะที่ต้องแข่งขันในตลาดคงจะลำบาก ส่วนหนึ่งของการมีช่องรายการคงจะต้องให้เป็นไปตามกลไกตลาด แต่อีกส่วนหนึ่งถ้าเรามีช่องรายการเด็ก และเยาวชนก็จะมีรูปแบบที่เป็นลักษณะของ Edu-tainment คือหารายได้ด้วยและทำในกิจการสาธารณะด้วยหรือเป็นช่องข่าวคงต้องดูเรื่องเหล่านี้

อย่างไรก็ตาม การมีช่องรายการที่เพิ่มมาช่องใดช่องหนึ่งอาจจะต้องมีอุดมการณ์ ตามข้อบังคับของ อสมท อยู่ใน การให้ความรู้เผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน คือไม่ทิ้งอุดมการณ์เดิม แต่ในลักษณะของการแข่งขัน อีกบางช่องรายการคงจะต้องปล่อยเต็มที่ เราจะมาคำนึงถึงอุดมการณ์มากไม่ได้ คือ อาจจะต้องแข่งขันโดยเสรีต้องทำในเชิงธุรกิจร้อยเปอร์เซ็นต์เพื่อความอยู่รอดของ บมจ. อสมท ซึ่งตอนนี้ประมูลจริง ๆ น่าจะเดือน มกราคม ปีหน้าเราก็ดูเป็นขั้นตอน รู้สึกว่าจะทิ้งเวลาการประมูลในแต่ละช่องรายการซึ่งเราก็คุยในเชิงกลยุทธ์ในการจะเข้าประมูล อันนี้เป็นความลับที่อาจจะไม่บอกว่าจะประมูลกี่ช่องแต่โดยหลักแล้วต้องไปซื้อใบประมูลทั้ง 4 ช่องรายการ

เตรียมการรองรับกันหรือไม่ โดยเฉพาะเนื้อหา

ดร.เอนก : ตอนนี้เราคุยกับพันธมิตรทางด้านเนื้อหา มีการเตรียมการเรื่องช่องรายการ คือ

ผังรายการเอาไว้แล้ว ทีมโทรทัศน์ของเราเตรียมไว้หมดแล้วที่นี้จะทำอะไรให้ช่องรายการของเราเป็นที่นิยม คือ ช่วงแรกคิดว่าผู้ชมทั่วประเทศยังไม่สามารถรับชมได้หมดทั้งประเทศเพราะทั้งโครงข่ายสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ยังทำไม่ทันต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 ปีถึงจะครบ 95 เปอร์เซ็นต์ หรือ 3 ปีในการทำโครงข่าย คิดว่าช่วงแรกต้อง บรรจุผังรายการเข้าไป แต่จะทำให้สมบูรณ์ตามที่ กสทช. กำหนดคงจะยากและในช่วงแรก ๆ น่าจะเป็นช่วงของการเริ่มทดลองออกอากาศมากกว่า คือยังไม่น่าจะครอบคลุมทั้งหมด

พลชัย : ขอเสริมผู้อำนวยการ 2 เรื่อง

1. เรื่องผังรายการกับเทคโนโลยี เป็นเรื่องละเอียดอ่อนอย่างยิ่งของเทคโนโลยีกับธุรกิจสื่อที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันสั้น จะเปลี่ยนแปลงไปมาก เพราะในอดีตที่ผ่านมาผังรายการจะเป็นหัวใจสำคัญ แต่ในวันนี้เรื่องเทคโนโลยีมีอยู่ทุกเวลา ทุกที่คนไม่จำเป็นต้องติดยึดเรื่องเวลาจะดูย้อนหลังเมื่อไรก็ได้อยู่ในความต้องการของผู้บริโภค ฉะนั้นผังเวลาเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและน่าห่วงใยอย่างยิ่งว่าจะต้องเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ อาจจะมีอย่างอื่นที่เพิ่มเข้ามา เพราะว่าคุณบริโภคได้ทุกเมื่อ เพราะฉะนั้นผังเวลาที่มันจะเปลี่ยนแปลงไป หลักการนี้ผมเชื่อว่าเปลี่ยนแน่

2. เรามั่นใจความแข็งแกร่งในด้านเนื้อหาข่าวของเราเชื่อมั่นในทีมและศักยภาพของเทคโนโลยีที่มีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรามั่นใจว่าทุกแพลตฟอร์มของช่องรายการจะมี 25 เปอร์เซ็นต์ของรายการข่าว นี่เป็นจุดแข็ง และ จุดเด่นของ อสมท เพียงแต่ผู้อำนวยการท่านมีนโยบายลงไปว่า ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำรายการข่าว วิธีการทำข่าวที่สามารถจะรองรับทุกแพลตฟอร์ม เพราะเดิมที่เป็นเรื่องของโมเดิร์นไนน์ แต่ต่อไปนี้เราพูดถึงช่องรายการ และในบางเรื่องผู้อำนวยการก็มีนโยบายว่าอาจจะต้องไปปรับบริหารช่องรายการ อีก 3 สถานีอีก เป็นต้น ฉะนั้นทุกแพลตฟอร์มจะมีข่าวเป็นตัวหลัก 25 เปอร์เซ็นต์ ฉะนั้นมันใจในจุดแข็งของ อสมท ที่จะเป็นโอกาสสำคัญ





ประมูลทุกช่อง ถ้าเป็นช่องข่าว

ดร.เอนก : มีประเด็นอย่างนี้ คือว่าถ้าเราต้องการช่อง HD ข่าวเราก็จะไม่ได้ อันนี้เป็นกลยุทธ์ในการประมูล คือ กสทช.จะประมูลอะไรก่อนสมมติเรามีเป้าหมายจะเอา HD ช่องข่าวเราก็จะไม่ได้ เราก็จะไปเล่นอีกช่องหนึ่ง คือ ต้องประมูล HD สมมติได้ HD ก็ต้องประมูลช่องวาไรตี้หรือช่องเด็ก ซึ่งแล้วแต่การประมูล ถ้าเราไม่เอา HD เพราะมันแพงเกินไป ไม่คุ้มกับต้นทุน เพราะต้องจ่ายค่าโครงข่ายอีก 3 เท่าของ SD ประมาณร้อยละล้านปีหนึ่งต้องจ่ายร้อยละล้านเป็นค่าสัมปทานผ่านโครงข่ายเราประมูลช่อง SD 2 ช่อง ๆ ข่าวกับช่องวาไรตี้ สมมติจะรวมกันแล้วก็ยังไม่ถึงกับค่าใช้จ่ายที่เราต้องไปประมูล HD เพราะเราเชื่อว่าในอนาคตอาจจะเป็น HD โดยอัตโนมัติเพราะเทคโนโลยีมันถูกบังคับไปแล้วก็ไม่ต้องไปเสียราคาแพงเราก็อาจจะมองลักษณะเช่นนั้นก็ได้ ตอนนี้อยู่ที่ว่าเราจะดูเรื่องส่วนแบ่งการตลาด ดูเรื่องต่าง ๆ

สมมติคนเคยดูช่อง 3 และช่อง 3 ไปประมูลได้ช่อง 3 ใช้ SD คนก็ยังคงดูช่อง 3 เหมือนเดิมเพราะเขาติดกับเนื้อหาของช่อง 3 หรือคนดู อสมท พอไปเป็น ดิจิทัล โมเดิร์นไนน์ เหมือนเดิมเพราะติดกับรายการของช่อง 9 ผมก็เชื่อว่าน่าจะติดคือความเป็นช่องรายการติดอยู่กับพฤติกรรมผู้บริโภคเหมือนเดิมเขาก็ยังไม่มั่นใจเมื่อมีแกรมมี่มา มีอาร์เอสมา คือการเสพข่าวของเขาๆ ชอบกับการดูข่าวช่องอสมท ผมว่าพฤติกรรมเดิมๆของผู้บริโภคน่าจะจะมีผล ต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการดู

ความเป็นรัฐวิสาหกิจสามารถมีผู้ร่วมทุนได้หรือไม่

ดร.เอนก : ได้ครับเรื่องโครงข่ายเราจะมิพันธมิตรร่วมทุนแต่เรื่องช่องคงไม่มีพันธมิตรเพราะเดิมเราเติบโตมาจากโทรทัศน์เพียง ๆ คือถ้าไม่มีพันธมิตรต้องมี 1 ช่อง สมมติว่าไรต์อาจจะมิพันธมิตรก็ได้เพราะต้องทำละคร ต้องลงทุนเรื่องเนื้อหาอาจจะต้องคำนึงถึงพันธมิตรก็ได้ อันนี้เป็นเรื่องของอนาคตที่ต้องดูในเรื่องพวกนี้ด้วย แต่เราก็สามารถร่วมกับพันธมิตรที่เขาไม่ได้ประมูลช่องราย

การอย่างเช่น กันตนา สหมงคลฟิล์ม และ มีบริษัททางด้านเนื้อหาจำนวนมากที่มีคุณภาพสามารถร่วมกับพวกเราได้

ในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจ การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ มีข้อจำกัดอะไรหรือไม่

ดร.เอนก : มีข้อจำกัดคือเวลาที่เรตัดตัดสินใจทำอะไรถ้าเป็นบริษัทเอกชนจะมีเจ้าของคือมีความเป็นเจ้าของ มีประธานบริษัท แต่ในลักษณะรัฐวิสาหกิจเวลาที่เราจะก้าวอย่างตัดสินใจทำอะไรจะมีกฎระเบียบดูแลเราอยู่ก็ต้องใช้เวลา บางทีการตัดสินใจอาจจะไม่ทันการ สิ่งที่มีการแข่งขันตรงนี้จะมิปัญหาเรื่องความเป็นเจ้าของ

มีการปรับเปลี่ยน เช่น การปรับแก้กฎระเบียบอย่างไร

พลชัย : บางเรื่องไม่ใช่กติกาที่ผู้อำนวยการจะแก้ได้เอง เช่น เรื่องสำคัญที่สุดคือความเป็นกระทรวงการคลังที่มีหุ้นเกิน 50 เปอร์เซ็นต์ หลักการสำคัญวันนี้แม้เรามีเงินของเราเอง การใช้จ่ายของเราเองแต่มีระเบียบเรื่องวิธีการทางด้านงบประมาณ ตรงนี้สำคัญ วันนี้ท่านผู้อำนวยการทำหลักการตรงนี้ผ่านไปแล้ว คือ คณะรัฐมนตรีเห็นชอบแล้วแต่เรื่องนี้ต้องใช้เวลา เพราะต้องผ่านสภาพัฒน์ฯ แล้วเข้าคณะรัฐมนตรีเห็นชอบ อันนี้จะ เป็นอุปสรรคสำคัญในเรื่องของความคล่องตัวซึ่งจะต้องมีเงื่อนไขเวลาและเงินที่ผู้อำนวยการจะต้องเอาไปประมูลก็อยู่ในเหตุผลของงบประมาณ ซึ่งวันนี้เรื่องนี้ผ่านคณะรัฐมนตรีแล้ว

ถึงวันประมูลก็ไม่น่าจะมีปัญหาเรื่องเงินประมูล

ดร.เอนก : พอได้ประมูลเสร็จก็ต้องนำวงเงินไปขออนุมัติ คือจะใช้เงินอะไรจะต้องขออนุมัติถึงจะลงทุนได้

มองจุดคุ้มทุนอย่างไร

ดร.เอนก : เราดูว่าถ้าเราประมูลช่องส่วนแบ่งการตลาดเราจะเท่าไร เราจะศึกษาวิเคราะห์ถึงจุด





คุ้มทุนว่าจะจำนวนเท่าไรถึงจะประมูล เท่าไรถึงจะไม่ประมูลถ้าเราประมูลเกินกว่าเท่าไรจะไม่คุ้มทุน ขึ้นอยู่กับว่าเราศึกษาไปแล้ว และ ไปดูว่าถ้าเราประมูลราคาแพงเกินไปเราคิดว่าคงจะไม่เอาทำแล้ว ไม่ได้กำไรก็ไม่ทำ

พลชัย : เสริมท่านผู้อำนวยการว่า ผู้อำนวยการให้นโยบายว่าบางเรื่องไม่ต้องใช้ใบอนุญาตที่ไม่จำเป็นต้อง 4 ใบอนุญาต เช่น กรณีทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องทำเรื่องเนื้อหาข่าว รายการพวกนี้ไม่ได้ขึ้นกับใบอนุญาตเลยอันนี้เป็นวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งบริษัทเรา ๆ สามารถทำธุรกิจในเรื่อง ที่ไม่ต้องใช้ใบอนุญาตได้อันนี้จะเป็นรายได้หลักของ อสมท เช่นกัน

มองโอกาสของผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้อย่างไร

ดร.เอนก : อย่างที่กสทช.วิเคราะห์ว่าจะมีผู้ประกอบการมากขึ้นประเด็นก็คือว่า เราจะมีช่องธุรกิจเพิ่มมีช่องฟรีทีวี 24 ช่อง ซึ่งเป็นช่องธุรกิจ หมายความว่ามียอดตลาดให้เล่นมากผู้ประกอบการก็อาจจะมาดูช่องดิจิทัลอลมากขึ้น ขณะเดียวกันความจำเป็นจะต้องมีโทรทัศน์ดาวเทียม คนที่ยังไม่มีโทรทัศน์ดาวเทียมไม่มีกล่องสัญญาณดาวเทียม เขาก็ยังไม่จำเป็นต้องไปซื้อกล่องดาวเทียม แต่ประเด็นคือว่าจากการศึกษาในยุโรปเขามองว่าพฤติกรรมของคนที่อยู่โทรทัศน์สาธารณะฟรีทีวีก็ยังคงดูฟรีทีวีต่อ แต่คนที่ดูโทรทัศน์ดาวเทียม หรือ โทรทัศน์ที่มีกล่องรับสมาชิกเขาก็ดูของเขาต่อไป คือ พฤติกรรมจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนบ้างเล็กน้อยนี่คือสิ่งที่เกิดขึ้นในยุโรป เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศสก็เช่นเดียวกันเคเบิลทีวีก็เป็นอีกเรื่องแต่ก็เป็นสมาชิกประจำ

มีข้อห่วงใยอะไรบ้าง

ดร.เอนก : กลัวว่าในภาพรวมที่มีมากถึง 48 ช่องมีทั้งโทรทัศน์บริการสาธารณะบวกเข้าไปอีก 24 ช่อง กลัวว่าจะเหมือนกับโทรทัศน์ดาวเทียมที่มีช่องที่ไม่มีคุณภาพ หรือ ผู้ผลิตที่ไม่มีประสบการณ์คือ

ประเด็นคุณภาพทางด้านเนื้อหาจะมีลักษณะเหมือนโทรทัศน์ดาวเทียมซึ่งมีเป็นร้อย ๆ ช่อง แต่ในเรื่องของคุณภาพที่จะดูได้จริงๆ ไม่เกิน 10 ช่องอะไรอย่างนี้ที่คนดูจริงๆ คือมีลักษณะของการเลือกในระบบดิจิทัลเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าห่วงเหมือนกัน

อย่างไรก็ตาม ก็มีเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่า คนที่ดู HD ก็จะไม่ดู HD 7 ช่องของ HD ก็จะไม่ดูช่อง SD แต่บางคนก็จะบอกว่าจริงๆ ไม่ได้มีความสำคัญเนื้อหาสำคัญที่สุด ถึงแม้จะเป็น SD แต่ถ้าเนื้อหาดีคนก็จะดู SD แต่เรามองอีกประเด็นคือคนที่ดูความคมชัด ลึก เสียงดี ที่เป็น HD ก็จะไม่ดู 7 ช่อง HD อันนี้ยังเป็นอะไรที่ตัดสินกันไม่ได้ว่า เนื้อหา is a king กับ HD ที่มีความคมชัดสูง อันไหนจะชนะ ถ้า HD มีเนื้อหาดีด้วยก็จะทำให้ SD ตายไปเลยหรือไม่ คือ เรายังไม่เห็นความแตกต่างระหว่าง HD กับ SD อย่างชัดเจนตรงนี้เป็นตัวตัดสินว่า โทรทัศน์ฟรีทีวีจะเป็น HD ที่มีราคาแพง เริ่มต้นประมูล 1,500 ล้านบาทจะโดมิเนท ระบบดิจิทัล โทรทัศน์ดิจิทัลทั้งหมดหรือไม่หรือคนจะสนใจแต่ HD7 ช่องเท่านั้นหรือดู SD ด้วยถ้ามีความแตกต่างกันมากเหมือนปัจจุบันเราดูระบบปกติกับ HD ในเคเบิลทีวีเห็นความแตกต่างชัดคนก็เสพแต่ HD ไม่อยากดูที่เป็นช่องปกติ เพราะความคมชัดต่างกันเกรงว่าลักษณะแบบนี้จะไปเกิดขึ้นกับการมีระบบดิจิทัล

ดังนั้นทำไมเราไม่ปรับเปลี่ยนจาก SD เป็น HD เสียให้หมด แล้วลดจำนวนช่องเพื่อให้คนบริโภค เพราะอีกหน่อยก็จะเป็น HD หมด ทำไมถึงไม่ทำเสียทีเดียวเป็นอะไรที่น่าคิดอยู่เหมือนกันว่าในอนาคตจะเป็นอย่างไรระหว่าง SD กับ HD แต่เชื่อว่าในอนาคตมันก็ไปเท่ากันเพราะมี Ultra HD เกิดขึ้นมาอีกก็หนีกันไปเรื่อยๆ ตามกันไปขยับกันไปมันเร็วอย่างเกาหลีใช้ Ultra HD แล้ว พอใช้ Ultra HD แล้วระบบ SD ปกติก็ล้าสมัยก็ต้องขยับขึ้นไปพอขยับขึ้นก็จะมีปัญหาว่าเรากำลังแคไป SD ยังไม่เรียบร้อย ดังนั้นจะมีประเด็นเทคโนโลยีที่จะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเราก็คืออยู่ว่าจะเอาอย่างไรดี





หน้าตาสังคมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรกับระบบเทคโนโลยีที่ไล่ตามอยู่ ขณะที่เนื้อหาที่ยังไม่เข้าคำตอบว่า จะใช่หรือไม่ใช่ บวกกับเชิงปริมาณของจำนวนช่องรายการที่เกิดขึ้นมากมาย

ดร.เอนก : มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนประเด็นก็คือว่าคนไทยที่จะต้องเปลี่ยนโทรทัศน์จากจอตู้เป็นจอแบน คือ ยังมีจอตู้อยู่จำนวนมากในต่างจังหวัด แต่ว่าจอตู้กับการใช้กล่องดาวเทียมคือภาพที่จะออกมาในจอตู้จะเหมือนภาพของจอแบนหรือไม่ ถ้ามีแบบตัดขอบก็จะมีปัญหาในเรื่องการรับชมหรือไม่ ทำให้พฤติกรรมของชาวบ้านต้องเปลี่ยนโทรทัศน์จอแบนหมดใหม่ เป็นอีกเรื่องที่คนจะดูหรือเปล่า ถ้าเขาเข้าดูระบบดาวเทียมเดิมตามต่างจังหวัดที่มีระบบเคเบิลอยู่แล้วเขาสามารถดูปกติได้ไม่จำเป็นต้องมาดูดิจิทัล

ส่วนที่ว่าจะทำให้ประชาชนระดับล่างขาดโอกาสหรือไม่อันนี้ไม่แน่ใจ คือ ถ้าเป็นจอตู้แล้วมีกล่องดาวเทียมไปแล้วภาพจะเต็มหรือเปล่า เหมือนจอแบนหรือไม่ ผมไม่รู้แต่ได้ทราบว่าจะมีการตัดตรงนี้จะมีปัญหานิดหนึ่ง คือ ตำบลตำบลล่าง จะทำให้พฤติกรรมของคนพอมีเงินก็จะเปลี่ยนเองทำให้มีการซื้อโทรทัศน์ใหม่เพิ่มขึ้น จะรอซื้อโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีดิจิทัลแบบ smart TV

พลชัย : พอเป็นดิจิทัลแล้ว แปลว่าช่องทางมันมากมายหลากหลายมหาศาล ตัวนำห่วงที่สุดมันเป็นสัดส่วนเพราะว่า หนึ่ง มาจากเหตุผลเรื่องการประมูล แปลว่าต้องลงทุนฉะนั้นตรงนี้จะมีต้นทุนได้อย่างไรก็คือเรื่องการทำธุรกิจสิ่งที่จะทำธุรกิจในเชิงของรายได้คือ เนื้อหา พอเนื้อหาอย่างที่ท่านผู้อำนวยการพูดเป็นเนื้อหาเรื่องของบันเทิง เรื่องธุรกิจจะมีปัญหาเรื่องของคุณภาพ คุณภาพที่ว่าคือรายการไม่ใช่เรื่องเทคนิค ด้วยปัจจัยสังเกตดูในปัจจุบันที่มีเพียงแค่นี้หน่วยที่ไปกำกับดูแลเชิงคุณภาพยังไม่ถึง ยังไม่ทัน ยังไม่พอ แต่เพิ่มขึ้นอย่างมากมายมหาศาลเกือบสิบเท่าตัว แล้วจะเอาศักยภาพที่ไหนมาควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่น เยาวชนเราไม่มีภูมิคุ้มกันพอที่จะไปกำกับดูแลเรื่องการบริโภคพอช่องทางหลากหลายแล้วก็ต้องการเน้นกำไร

ฉะนั้นเนื้อหาที่เป็นบันเทิง และ ไม่มีคุณภาพทางด้านสมองจะเยอะมาก ทุกวันนี้เยาวชนของเราไม่บริโภคฟรีทีวีอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นช่องทางใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นชื่อนาฬ่วงโยที่สุตก็คือถ้าชักรัฐ หรือ สังคมครอบครัวยังไม่มีคุณภาพพอที่จะมีมาตรการกำกับดูแลคุณภาพของเนื้อหา ผมมองว่าเป็นเรื่องที่น่ากลัวที่สุด

นโยบายทางด้านเนื้อหาของช่อง 9 เป็นอย่างไร

ดร.เอนก : พยายามเน้นเรื่องคุณภาพเป็นหลักอย่างรายการของเราปีที่ผ่านมามีพยายามเน้นเรื่องการสร้างแรงบันดาลใจให้กับคน คือ รายการ 1 รายการชมแล้วได้อะไร ประชาชนดูแล้วจะได้อะไรกลับไป เป็นอาหารสมองให้กับประชาชนบางเรื่องเราอาจจะต้องปล่อยมีบันเทิงที่ทำให้ลืมความเครียดไปบ้างมันก็ต้องมี คือ ผสมกันแต่เรื่องที่จะทำให้เสื่อมเสียศีลธรรมก็ต้องงดต้องไม่มีเราอยากให้เป็นโทรทัศน์สีขาว คือการแข่งขันในธุรกิจ แต่เป็นธุรกิจที่มีคุณธรรมมีจริยธรรมแฝงอยู่ในโทรทัศน์ คือแข่งขันไม่ใช่บ้าเลือด ต้องเป็นสีขาว อย่างเวลาข่าวช่วงที่คนดูรับประทานอาหาร มีมาตรการเด็ดดกยางออกคนที่ทานข้าวกันไม่ได้ พ่อแม่ ลูกดูอยู่คือ เข้าขึ้นมามีเรื่องฆ่ากันตายก่อนไปทำงานไปถึงที่ทำงานก็สลดหุด

ฉะนั้นทำอะไรข่าวตอนเช้าดูแล้วมีความสุขไปทำงานมีความสุข กลับมาดูในครอบครัวมีแต่เรื่องดี ๆ ไม่มีอะไรที่รุนแรงเกิดขึ้นช่วงที่อยู่กันในครอบครัว หรือ ช่วงที่เด็กดู พยายามให้ฝ่ายข่าวและผู้ผลิตรายการระวังในเรื่องเหล่านี้ แม้เราจะไปแข่งขันในระบบดิจิทัลอย่างรุนแรงก็คงไม่ปล่อยจนขัดต่อศีลธรรม จรรยาบรรณ หรือ ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมซึ่งข้อบังคับวัตถุประสงค์การจัดตั้ง บมจ. อสมท ตั้งแต่เริ่มจะเน้นเรื่องพวกนี้ ฉะนั้นทิศทางการดำเนินการ ปรัชญาของเราคงไม่ทิ้งแม้เราจะก้าวไปสู่ในทางธุรกิจ







## สมชัย สุวรรณบุนน

ผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียง

และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.)

ในมุมมองของคุณ ประเด็นใดน่าสนใจที่สุดสำหรับ  
โทรทัศน์ดิจิทัลที่กำลังจะเกิดขึ้น

ทีวีดิจิทัลมีอยู่ในสังคมไทยมานานแล้ว ทั้งเพย์  
ทีวีและโทรทัศน์ดาวเทียม ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว  
ในช่วงที่ผ่านมาแต่สิ่งที่สำนักงานคณะกรรมการ  
กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการ  
โทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ดำเนินการใน  
ขณะนี้ คือ การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ภาคพื้นดินไป  
สู่ระบบดิจิทัล ซึ่งจะทำให้ในขั้นต้นช่องฟรีทีวีจาก  
ที่มีอยู่ 6 ช่องในขณะนี้ เพิ่มเป็น 48 ช่อง

ความน่าสนใจอยู่ที่จะทำอย่างไรให้คุณภาพ  
ของเนื้อหาไม่ซ้ารอยกับโทรทัศน์ดาวเทียมที่เป็นอยู่  
ซึ่งส่วนใหญ่แทบจะดูไม่ได้ บางช่องไร้สาระ บาง  
สถานีตั้งขึ้นมาเพื่อประโยชน์ทางการเมืองโดย  
ไม่มีความเป็นสื่อมืออาชีพ อีกหลายช่องเอาเปรียบ  
ผู้บริโภคจนน่าสงสัยว่าปล่อยให้มีการจัดรายการ  
แบบนี้ได้อย่างไร อีกการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิด  
ขึ้นอย่างแน่นอนคือการแข่งขันเพื่อแข่งขันชิงเม็ดเงิน  
โฆษณา ซึ่งเดิมกระจุกอยู่ใน 6 ช่อง หลังจากนั้นเนื้อ  
หาจะเป็นตัวตัดสิน ไม่ใช่แบรนด์ของสถานีอย่าง  
ที่ผ่านมา

คิดว่าการแข่งขันดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเนื้อหารายการ  
อย่างไรบ้าง

การแย่งชิงเรตติ้งโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ  
รายการเกิดขึ้นแน่นอน จึงเป็นความรับผิดชอบของ

ผู้ที่จะมากำกับดูแล ซึ่งที่ผ่านมาก็ดูเหมือนจะเริ่ม  
ขยับแต่ฝ่ายอื่น ๆ ในสังคมก็ขยับด้วยเหมือนกัน  
ทำให้เกิดข้อถกเถียงในเรื่องความเหมาะสมของ  
ขอบเขตในการกำกับดูแล เพราะความหวาดระแวง  
ของคนทำสื่อในประเทศไทยยังมีอยู่ ที่ผ่านมาระ  
ถูกควบคุมโดยภาครัฐมาตลอด พอตอนนี้เหมือนมี  
ความพยายามที่จะมาควบคุมอีกสังคมก็เกิดการตั้ง  
คำถาม ซึ่งผมมองว่านอกจาก Regulator แล้ว  
ผู้บริโภคซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้เสีย เช่น กลุ่มพ่อแม่  
ผู้ปกครองก็จะต้องตั้งคำถามกับบทบาทหน้าที่ของ  
สื่อด้วยเช่นกัน

จากประสบการณ์ทำงานของคุณที่สถานีวิทยุบีบีซี  
ประเทศอังกฤษ มีการกำกับดูแลเรื่องนี้อย่างไร

เรามี Regulator ที่เข้มแข็ง ความแตกต่าง  
ที่สำคัญ อีกประเด็นผมคิดว่าอยู่ที่ความเป็นมาของ  
สื่อสาธารณะด้วยเหมือนกัน อังกฤษ เป็นสังคมที่  
สื่อสาธารณะได้รับการวางรากฐานมาตั้งแต่ก่อน  
สงครามโลกครั้งที่ 2 สื่อพาณิชย์เกิดทีหลังในช่วง  
ทศวรรษ 1960 สื่อสาธารณะที่ดำเนินการมานาน  
มากแล้วจึงอยู่ในความรู้สึกของคนอังกฤษ เมื่อมี  
สื่อใหม่เกิดขึ้นจึงถูกยึดโยงกับมาตรฐานที่สื่อ  
สาธารณะทำไว้โดยมีลักษณะของเนื้อหาที่เป็นการ  
ส่งเสริมค่านิยมสาธารณะ แต่เขาก็สามารถสร้าง





รายการที่มีคุณภาพพร้อมไปกับการให้ความบันเทิง ซึ่งเปิดโอกาสสำหรับการหารายได้ แต่ของไทยเริ่มจากสื่อที่ถูกควบคุมโดยรัฐแล้วกลายเป็นพาณิชย์ไปเลย สื่อสาธารณะเพิ่งเกิดเมื่อปี 2551 พฤติกรรมผู้บริโภคก็ติดอยู่แบบเดิม สื่อสาธารณะเกิดขึ้นใหม่พยายามจะขยายค่านิยมเพื่อสังคมก็ต้องใช้เวลา

จะเกิดอะไรขึ้นบ้างกับไทยพีบีเอส เมื่อเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัล

ขณะที่อีกหลายช่องยังมีความไม่แน่นอนในเรื่องการประมูล แต่ไทยพีบีเอสมีความชัดเจนที่สุดในขณะนี้ว่าเราจะเป็นสถานีโทรทัศน์ ช่องแรกที่จะทำครบทั้งห่วงโซ่ของโทรทัศน์ดิจิทัล ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเราเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ เป็นเจ้าของช่องซึ่งเราจะได้สองช่อง เราเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 นอกจากนี้เรายังเป็นรายเดียวในขณะนี้ที่ได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ให้เป็นผู้ให้บริการสื่อความสะดวกลงในการออกอากาศ

ทำไมไทยพีบีเอสจึงเป็นสถานีเดียวที่ดำเนินการครบทั้งกระบวนการเช่นนี้

เป็นการทำงานของเราในฐานะสื่อสาธารณะร่วมกับ กสทช. ที่ต้องการให้ระบบการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินเป็นไปอย่างรวดเร็วที่สุดรวมทั้งเป็นการลดรายจ่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆที่เราทำครบ Value chain โดยที่ต้นทุนของเราถูกกว่าคนอื่น การให้บริการของเราจะถูกตามไปด้วยคนที่มาใช้บริการเช่าโครงข่ายจากเราก็จะสามารถลดรายจ่ายในการดำเนินงานลงได้ เป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตเนื้อหารายย่อยที่ต้องการผลิตรายการมีประโยชน์ อย่างรายการเด็กเยาวชน หรือ ชุมชนซึ่งไม่ได้มีคำตอบแทนทางธุรกิจมากมายนักประโยชน์สุดท้ายจึงตกแก่ผู้บริโภคที่ไม่ต้องถูกเอารัดเอาเปรียบ ซึ่งถือเป็นหน้าที่ของสื่อสาธารณะที่จะเข้ามาคานากับกลไกตลาด

ไทยพีบีเอสต้องดำเนินการในส่วนการให้บริการเครือข่าย และ สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนนี้ต้องลงทุนเพิ่มหรือไม่

เราต้องใช้งบประมาณอย่างต่ำ 1,200 - 1,500 ล้านบาททั้งเรื่องอุปกรณ์กำลังคน และการเพิ่มศักยภาพบุคลากรที่มีอยู่ แต่ถือว่าเราสามารถดำเนินการด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าคนอื่นอยู่ดี เพราะเตรียมตัวมาล่วงหน้าอย่างที่บอกไปตอนต้น แต่การต้องจัดหางบประมาณเพิ่มจากที่ถูกกำหนดเพดานไว้ไม่เกิน 2 พันล้านบาท ถือเป็นเรื่องท้าทายสำหรับไทยพีบีเอส

การจัดหางบประมาณเพิ่มเพื่อการนี้ มีช่องทางอย่างไรบ้าง

กฎหมายกำหนดไว้ว่าทุก 3 ปี เราสามารถของบเพิ่มได้ซึ่งก็ดำเนินการไปแล้ว แต่กระทรวงคลังยังไม่ตอบสนองกลับมา ผมก็เข้าใจเพราะทางกระทรวงคลังและรัฐบาลมีรายจ่ายที่ได้รับการจัดความสำคัญลำดับต้น ๆ เยอะมาก

ส่วนช่องทางอื่นที่เป็นไปได้คือการติดตามเงินทุนประเดิมที่คณะรัฐมนตรีอนุมัติไว้ตั้งแต่สมัยรัฐบาล พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ซึ่งยังไม่ได้ง่ายมาประมาณ 340 ล้านบาท นอกจากนี้อาจใช้วิธีการตั้งหน่วยธุรกิจขึ้นมาเพื่อหารายได้ ในช่วง 4 - 5 ปีที่ผ่านมาเรามีคอนเทนต์คุณภาพดีที่สามารถนำไปสร้างรายได้ในลักษณะทรัพย์สินทางปัญญา หรืออีกวิธีคือการตั้งกองทุนมูลนิธิเหมือนในอเมริกาพีบีเอส ของเขาทุกปีจะมีการรณรงค์ให้ประชาชนมาช่วยกันลงในกองทุนนี้เพื่อสถานีจะนำเงินไปใช้ประโยชน์ ทางเราก็มีการวางแผนกันอยู่ส่วนจะได้ถึง 1,200-1,500 ล้านบาท หรือไม่ยังตอบไม่ได้เหมือนกันก็ต้องพยายามกันหลาย ๆ ช่องทาง

เมื่อรายได้หลักของไทยพีบีเอสยังเป็นงบประมาณจากทางรัฐบาล เรื่องอิสระในการทำงานเป็นอย่างไรบ้าง

ที่ผ่านมา ไทยพีบีเอสเผชิญแรงกดดันจากทุกส่วนทุกสื่ออยู่ตลอดเวลา แต่เราก็ต้องยืนหยัดในหลักการและยืนยันว่าขอให้พิจารณาในภาพรวม ไม่ใช่





ดูแค่รายการเดียว หรือ แค่บางช่วงเวลาแล้วจะตัดสินการทำงานของเรา ผมคิดว่าถึงขณะนี้บทบาทของเรามีความชัดเจนพอสมควร และทุกคนก็คงจะรับรู้ที่เราไม่ได้เข้าข้างใคร

แรงกดดันที่ว่าหมายถึงแรงกดดันในเชิงโครงสร้างและระบบการทำงานด้วยหรือเปล่า

ผมคิดว่านักการเมืองยุคนี้ไม่มีมารยาทที่จะไม่เข้ามาแทรกแซงกดดันหรืออะไร หลายปีที่ผ่านมาบทบาทของสื่อสาธารณะเด่นชัดมากขึ้น นักการเมืองคงจะรับรู้ตรงนี้ ผมเองทำงานที่นี้มาตั้งแต่แรกเริ่มไม่เคยรู้สึกว่ามีนักการเมืองคนใด หรือพรรคการเมืองใดที่ตั้งใจเข้ามาล้วงลูก ส่วนจะตำหนิติฉินินทาหรือกระแสดกดดันไม่เป็นไร การวิพากษ์วิจารณ์เป็นเรื่องปกติที่ยอมรับได้แต่ที่จะใช้อำนาจกดดันยังไม่เคยเห็นภาพที่ชัดเจนมีแค่เสียงลือเสียงเล่าอ้างแต่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ก็ต้องปล่อยไปผมดูที่ข้อเท็จจริง

ขอให้ช่วยขยายความเกี่ยวกับ 2 ช่องสถานีของไทยพีบีเอส ที่กล่าวถึงเมื่อสักครู่นี้

ตามที่กำหนดกันไว้สำหรับ ดิจิทัลเอชดี เราจะมี 2 ช่อง คือช่องแรกที่กำลังจะเริ่มดำเนินการในช่วงปลายปีนี้ ส่วนช่องที่สองจะได้เพิ่มอีกหลังจากคืนคลื่นอนาล็อกให้กับ กสทช.

ในแง่เนื้อหาวางแผนทั้งสองช่องรายการไว้อย่างไร

ช่องที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน สัดส่วนรายการข่าวคิดเป็นร้อยละ 40 ของทั้งหมด แต่หลังจากนี้เราจะค่อยๆ ปรับเพิ่มส่วนข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าวให้เป็นร้อยละ 50 และให้ถึงร้อยละ 70 ในท้ายที่สุดเพื่อเป็นการแบ่งกลุ่มผู้ชมให้ช่องนี้เป็นกลุ่มของคนที่สนใจข่าวสารและสาระทางวิชาการที่ค่อนข้างหนัก ส่วนอีกช่องจะเน้นด้านเด็กเยาวชน ครอบครัว และการศึกษาที่มีข่าวด้วยแต่ไม่มากเท่ากับช่องแรก

ไทยพีบีเอสเพิ่มสัดส่วนข่าวบ้านในขณะที่ยังช่องสถานีประเภทข่าวและสาระความรู้ที่ กสทช. กำลังจะเปิดประมูลสัดส่วนข่าวลงเหลือแค่ร้อยละ 50 มองเรื่องนี้อย่างไร

เราไม่ได้อยู่ภายใต้เงื่อนไขกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการของทาง กสทช. แต่เราเป็นสื่อสาธารณะก็สามารถวางจุดยืนที่ชัดเจนเพราะถ้าเป็นผู้ประกอบการเอกชนจะให้ทำข่าวร้อยละ 60 - 70 เขาอาจจะกลัวหาโฆษณาไม่ได้ ก็ถือเป็นโอกาสของเรา

ไทยพีบีเอสเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างไร

เราเตรียมความพร้อมมา 2 - 3 ปีแล้ว ตั้งแต่ก่อนที่ กสทช. จะกำหนดมาตรการต่างๆ โดยตั้งแต่ปี 2551-2552 คณะกรรมการนโยบายและทีมผู้บริหารมองเห็นแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อเราสร้างตึกใหม่เราจึงซื้อของใหม่ทั้งหมดเพราะเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่อุปกรณ์ต่างๆ ที่เป็นมรดกมาจาก ITV อยู่ในสภาพที่ใช้การไม่ได้แล้ว ทั้งอุปกรณ์และบุคลากรของเราจึงได้รับการเตรียมเพื่อเข้าสู่ระบบ Digital HD ตั้งแต่ตอนนั้น วันนี้เราจึงเป็นโทรทัศน์ช่องแรกๆ ที่ออกอากาศด้วยระบบดิจิทัลเพียงแต่คนที่รับชมในระบบ HD ยังมีไม่มาก เพราะต้องติดตั้งจานดาวเทียม และ ระบบถ่ายทอดผ่านภาคพื้นดินกำลังอยู่ระหว่างทดลองออกอากาศร่วมกับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 รวมทั้งรอกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนจาก กสทช.

การก้าวสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัลหลังจากนี้มีข้อกังวลอย่างไร

มันคือการเปลี่ยนผ่านที่ทุกคนต้องทำความเข้าใจ รวมทั้งกับคนทำงานว่าเมื่อโลกเปลี่ยนการทำงานก็ต้องเปลี่ยนด้วย คนทำงานต้องรับรู้และเรียนรู้ตรงนี้ เราเป็นสื่อสาธารณะไม่ต้องกังวลกับการหารายได้อย่างภาคเอกชนแต่เราก็ไม่ใช่ราชการ ใจทย์ของเราก็คือจะทำอย่างไร จึงจะสามารถสร้างประสิทธิภาพในการทำงานโดยไม่ได้มีเป้าหมายที่การทำกำไรสูงสุดให้ได้





เรื่องการแย่งชิงบุคลากร เป็นปัญหาสำหรับไทย ปีไอเอส หรือไอ

มีคนของเราไปสมัครที่อื่น แต่หลายคนจากสถานอื่นก็มาสมัครงานกับเราเหมือนกัน แสดงว่ามีสมองไหลออกแล้วก็มีไหลเข้าด้วย การดึงตัวบุคลากรเกิดขึ้นแน่นอนเมื่อความต้องการมีมากขึ้น จุดอ่อนของเราคือเราคงไปทุ่มซื้อตัวกับเขาไม่ได้ เพราะเรามีเงินจำกัด ไม่เหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ แต่การที่เราไม่ได้เป็นธุรกิจก็ถือเป็นจุดแข็งด้วย เช่นกันผมเพิ่งสัมภาษณ์โปรดิเวเซอร์ ที่มาสมัครงานกับเราเร็ว ๆ นี้เขาบอกว่า เขามาที่นี่เพราะอยากทำรายการเด็กดี ๆ เพราะเห็นว่าที่นี่เปิดโอกาสสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานอย่างแท้จริง โดยไม่ต้องมาคิดว่าเขาไปโฆษณาไปแชนไวต์ตรงนั้น เขาโลโก้

มาวางไวต์ตรงนี้ ซึ่งเขาคิดว่ามันคือการขาดอิสระในการทำงานแล้วก็เหมือนไม่จริงใจกับคนดู คนแบบนี้จะมาทำงานกับเรา

ภาควงอย่างไร กับบทบาทของสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

คงต้องช่วยกันดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคทางกสทช.มี Super board คงไม่เพียงพอ ภาคประชาชนต้องช่วยกันดูแลทิศทางการกำหนดนโยบายของ กสทช. ที่ทำอย่างไรจะรักษาประโยชน์ผู้บริโภคให้มากที่สุดโดยเฉพาะการกำหนดมาตรการต่างๆ ที่จะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้การทำโทรทัศน์ดิจิทัลมีต้นทุนถูกที่สุดเพื่อผู้ประกอบการจะไม่ต้องไปเอาเปรียบผู้บริโภคกันภายหลัง



เทพชัย หย่อง

บรรณาธิการอำนวยการเครือเนชั่น

อะไรคือความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจากการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทย

ผมสนใจการเพิ่มจำนวนช่องรายการโทรทัศน์ให้มากขึ้นที่ผ่านมามีโทรทัศน์ในประเทศไทยถูกผูกขาดโดยหน่วยงานรัฐ ทางเลือกจึงมีไม่มากนัก ช่องที่เพิ่มขึ้นและกระจายการถือครองไปยังเอกชนมากขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ดีก็ตามใหญ่ก็คือจะนำไปสู่คุณภาพรายการที่ดีขึ้นเพียงใด ช่องรายการประเภทบริการทางธุรกิจ 24 ช่องซึ่งจะเกิดขึ้นเป็นลำดับแรกๆ จึงถูกคาดหวังว่า จะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญใครก็ตามที่ได้ช่องรายการ ไปคงพยายาม

ทำให้รายการของตัวเองมีคุณภาพ เพราะหมายถึงจำนวนคนดูและโฆษณา แต่ก็มีความคาดหวังที่สูงพอสมควรว่าคุณภาพจะหมายรวมถึงเนื้อหารายการที่ให้ความรู้และประโยชน์กับคนดู ไม่ใช่แค่ความบันเทิงเพียงอย่างเดียวและหวังว่า กสทช.คงจะกำกับดูแลให้สิ่งนี้เกิดขึ้นได้จริง

อีกประเด็นที่ผมมองว่าเป็นความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือความเคลื่อนไหวครั้งใหญ่ ที่จะเกิดขึ้นกับวงการสื่อสารมวลชน เพราะการเกิดฟรีทีวีจำนวน





มากขนาดนี้พร้อมๆ กันเป็นสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประเทศไทย แม้จะกำหนดประเภทช่องรายการข่าวและสาระไว้ 7 ช่อง แต่ไม่ได้หมายความว่าอีก 17 ช่อง จะไม่มีข่าวผมเชื่อว่าการแข่งขันด้านข่าวจะสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลายมากขึ้นและประชาชนมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้นด้วย

กระบวนการกระจายการถือครองโทรทัศน์ดิจิทัล มีความเป็นธรรมในการแข่งขันเพียงใด

กตทท. กำหนดถือว่ายอมรับได้ระดับหนึ่งแม้ว่าที่ผ่านมาสมาคมฯและคนในวงการสื่อสารมวลชนพยายามผลักดันว่าไม่ควรตัดสินด้วยการประมูลซึ่งหมายถึงตัวเงินเพียงอย่างเดียว แต่ควรพิจารณาประวัติความตั้งใจ และแผนดำเนินการของผู้ประมูลด้วยโดยเฉพาะในช่องรายการข่าวและสาระซึ่งผู้ที่เข้ามาทำไม่ควรเป็นคนที่หวังผลกำไรสูงสุด แน่หนอนในเชิงธุรกิจต้องอยู่ได้ แต่อีกด้านต้องมีความตั้งใจที่จะรับใช้สังคมในแง่ของการให้ข้อมูลข่าวสารที่จะสร้างความตื่นตัวและการมีส่วนร่วมในด้านต่างๆ ของสังคมมากขึ้นซึ่งในจุดนี้ผมยังไม่เห็นว่า กสทช. จะดูแลได้อย่างไร และ ผมเองไม่ได้มีความคาดหวังสูงนักกับ กสทช. ชุดปัจจุบันซึ่งดูเหมือนจะให้หน้าหนักกับกระบวนการออกใบอนุญาตมากกว่าการวางกรอบเพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้ที่เข้าร่วมประมูลจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริง และมีประวัติการทำงานเป็นที่ยอมรับของสังคมสักเท่าไร

ตัวเลขราคาประมูล กสทช. กำหนด บางคนเห็นว่าถูกเกินไปบ้างก็ว่าแพงไป คุณมองอย่างไร

ผมเห็นด้วยว่าราคาประมูลช่องข่าวและสาระไม่ควรสูงเกินไป เพราะหากเชื่อมั่นว่าคนที่จะเข้ามีความตั้งใจ ในการทำรายการข่าวที่ดีสำหรับสังคม เขาก็ไม่ควรถูกผูกมัดด้วยค่าประมูลที่สูงจนกระทั่งต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ซึ่งหมายความว่าอาจต้องทำบางอย่างที่ไม่ถูกต้องตามหลักการของสื่อและในทางปฏิบัติ การทำช่องข่าวต้องลงทุนสูง ดังนั้นใบอนุญาตหรือค่าเช่าโครงข่ายที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือนไม่ควรสร้างภาระทางการเงินมากเกินไป

มีความมั่นใจเพียงใดในเรื่องความอยู่รอดทางธุรกิจของช่องข่าว

ผมคิดว่าเป็นความท้าทาย และคงไม่ใช่สิ่งที่ยากเกินไปเพราะข่าวก็คือรายการ และ รายการที่ดีก็ต้องใช้ความพยายามและการลงทุนสูง แต่คนทำต้องมั่นใจว่าจะสามารถผลิตรายการที่ดี มีคุณค่า และมีคนดูด้วย อย่างตอนทำไอทีวีเป็นสถานีข่าวถ้าเป็นในภาวะปกติและค่าใช้จ่ายในการประมูลไม่สูงเกินไปก็อยู่ได้เพียงแต่ตอนนั้นมีปัญหาว่าผู้ประมูลไปตั้งราคากับรัฐบาลไว้สูง พอเกิดวิกฤติเศรษฐกิจก็เลยเป็นปัญหา

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโทรทัศน์ดิจิทัลจะเปลี่ยนไปอย่างไร

การมีทางเลือกมากขึ้นน่าจะหมายถึงแหล่งข่าวสารและความรู้ที่เพิ่มขึ้น การกำหนดประเภทช่องรายการที่มีทั้งช่องข่าวช่องเด็กเยาวชน และ ช่องทั่วไปก็เป็นความตั้งใจที่จะให้เกิดความหลากหลายในแง่ของผู้บริโภคจึงถือเป็นข่าวดี แต่ก็มีความท้าทายต่อพ่อแม่ที่จะดูแลให้เด็กดู ช่องที่ควรหรือไม่ควรดู เพราะช่องยิ่งมากการแข่งขันมากก็อาจมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมแฝงเข้ามาด้วย แต่ผมยังมองเป็นแง่บวกมากกว่าแง่ลบ

โทรทัศน์ดิจิทัลจะส่งผลอย่างไรต่อความขัดแย้งทางการเมืองที่ยังเป็นอยู่

ผมเชื่อว่าใครก็ตามที่ลงทุนกับโทรทัศน์ดิจิทัล คงพยายามเลือกจุดยืนในการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ไม่สร้างให้เกิดความแตกแยกหรือทำให้คนมีความเห็นแตกต่างปฏิเสธที่จะรับชม โดยเฉพาะช่องที่เป็นธุรกิจต้องการคนดูมากที่สุด การลงทุนไปตั้งมากมายแล้วลุกขึ้นมาประกาศเลือกข้าง เลือกสี ถือเป็น การฆ่าตัวตายทางธุรกิจนอกจากนี้ กลไกที่จะกำกับดูแลวิธีการทำงานของโทรทัศน์เหล่านี้ ก็คงมีความเข้มข้นเพิ่มขึ้นด้วย ผมมองในแง่ดีว่าในสังคมและบรรยากาศทางการเมืองแบบนี้ ที่วิดิทัศน์มีข้อดีมากกว่าเพราะจะเป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ สำหรับคนที่เคยดูแต่เฉพาะสื่อที่มีความคิดเห็นทางการเมืองและสังคมสอดคล้องกับตัวเองเพียงอย่างเดียว





การกำกับดูแลเป็นสิ่งจำเป็น ขณะเดียวกันเราก็เรียกร้องเสรีภาพของสื่อด้วยมองแนวโน้มความสมดุลในเรื่องนี้อย่างไร

เวลาพูดถึงเสรีภาพของสื่อมวลชน เราไม่ได้หมายถึงเสรีภาพของคนทำข่าว แต่หมายถึงสื่อที่มีเสรีภาพในการทำหน้าที่สะท้อนข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้โดยไม่มีใครมาปิดกั้นหรือแทรกแซงอีกด้านก็เป็นช่องทาง เพื่อให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นความรู้สึก หรือ ข้อเสนอแนะต่อกลไกหรืออำนาจของรัฐโดยไม่ถูกปิดกั้น หรือ แทรกแซงเหมือนกัน

กสทช.เป็นองค์กรตามกฎหมายที่มีหน้าที่ชัดเจนในการกำกับดูแล แต่การกำกับก็ต้องอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญที่ให้หลักประกันเรื่องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและรับรู้ข่าวสารด้วยเช่นกัน แต่ความพยายามของ กสทช. ในขณะนี้ผมมองเป็นการควบคุมสื่อมากกว่า นี่เป็นคำถามใหญ่กว่า กสทช.กำลังทำสิ่งที่เกินบทบาทตัวเองหรือไม่ ในการลงไปตรวจสอบล้วงลูกถึงขั้นจะมากำหนดรูปแบบเนื้อหารายการ และ ชี้ดเส้นว่าสิ่งไหนเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมซึ่งผมคิดว่าเกินเลยหน้าที่และคิดว่า กสทช.ยังคิดแบบเดิมๆอาจเพราะมีคนมาจากหน่วยงานของรัฐที่เคยมีความคิดแบบโบราณ ๆ ต่อสื่อทำให้มีการผลักดันระเบียบที่คล้ายคลึงกับกฎหมายการพิมพ์สมัยโบราณ ที่มีการเชื่อมโยงประเด็นความมั่นคงหรือศีลธรรมของสังคม เป็นเรื่องที่ตีความได้กว้างและคงไม่สามารถมีใครมาชี้ผิดชี้ถูกได้ผมคิดว่าต้องเชื่อในวิจารณ์ญาณของผู้ชม สังคมไทยไม่ใช่สังคมที่ถูกปิดกั้นจนคนไม่รู้ว่าจะอะไรเป็นอะไร

ผู้ชมจะมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหาของทีวีดิจิทัลอย่างไรเป็นรูปธรรมได้อย่างไร

นักสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะองค์กรสื่อและสื่อที่จะได้รับใบอนุญาตต้องให้ความมั่นใจกับประชาชนและสังคมด้วยว่าจะมีกลไกบางอย่างที่ทำให้สื่อถูกตรวจสอบ และ มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ด้วยไม่ใช่พูดลอย ๆ ว่าจะดูแลกันเองแต่ไม่เคยมีการลงโทษกันไม่เคยมีการไต่สวนซึ่งกันและกัน และไม่เคยเปิดโอกาสให้สังคมเข้ามาตรวจสอบได้ ผมคิด

ว่าสังคมมีสิทธิเรียกร้องการทำหน้าที่ของสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่ได้รับใบอนุญาตว่าจะมีการสร้างกลไกเหล่านี้ขึ้นมาได้อย่างไร ซึ่งอาจอยู่ในกรอบที่ กสทช. มีส่วนในการวางด้วยก็ได้ แต่สุดท้ายแล้วการกำกับไม่ควรเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเฉพาะองค์กรที่มีอำนาจแบบกสทช. เพราะถ้าเป็นไปตามกฎระเบียบที่ กสทช. ร่างมาเท่ากับว่า กสทช. มีอำนาจสูงมาก ยิ่งอำนาจสูงเท่าไรก็หมายถึงโอกาสที่จะถูกการเมืองเข้าแทรกแซงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมสื่อสูงขึ้นด้วย

ในส่วนของการเตรียมพร้อมเรื่องทีวีดิจิทัลอย่างไร

เนชั่นประกาศชัดเจนว่าเราจะร่วมประมูลในทุกกลุ่มที่ระเบียบของทางกสทช. อนุญาตผมคิดว่าความท้าทายอยู่ที่การสร้างทีมงานซึ่งจะสามารถเป็นหัวหอกในการสร้างมิติใหม่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและรายการต่างๆ ได้ ต้องยอมรับว่าวันนี้เมื่อเทียบกับกว่า 10 ปีที่แล้ว ตอนเราไปทำไอทีวีซึ่งเป็นฟรีทีวี ทีวีเสรีแห่งแรกของไทยการแข่งขันบรรยากาศและการทำงานเปลี่ยนไปมากเนชั่นเองจะปรับตัวอย่างไร ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนี้

ขอให้ช่วยขยายความถึงความเปลี่ยนแปลงที่ว่า

รูปแบบการนำเสนอข่าว ความรวดเร็ว ความลึก รอบด้าน และหลากหลาย ของข่าวที่วิทุกช่องมีการปรับตัวและพัฒนาขึ้นมา เรามีรายการข่าวที่ดีมีนักข่าว และพิธีกรที่เก่งเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผมว่าขณะนี้ไม่มีช่องไหนที่มีข่าวโดดเด่นกว่าช่องอื่นๆอย่างเด็ดขาดอาจสูสีกัน หรือ มีความเด่นบ้างในแต่ละวันในแต่ละข่าว ฉะนั้น จึงเป็นความท้าทายของคนที่จะมาทำทีวีดิจิทัลโดยเฉพาะด้านข่าวว่า หนึ่ง จะทำอย่างไรจึงจะอยู่รอดทางธุรกิจ สอง จะสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับตัวเองได้อย่างไร





## เบนตบโจกย๋นืออย่างไร

เป็นความตั้งใจว่าถ้าเนชันลงมาแล้วก็ต้องมีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เราประกาศแล้วว่าเราต้องการเป็นเบอร์หนึ่งของวงการข่าวโทรทัศน์ และผมมั่นใจว่าเราสามารถไปถึงจุดนั้นได้ เรามีการคุยกันตลอดเวลาในเรื่องทิศทางและเนื้อหา เนชันได้เปรียบในแง่ที่เราไม่ได้เริ่มต้นจากศูนย์ เรามีประสบการณ์จากไอทีวี และ โทรทัศน์ดาวเทียม 3 - 4 ช่องที่มีอยู่ และ เราเห็นแนวทางชัดเจน รวมทั้งมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ เรามีคณะทำงานด้านต่างๆ ข่าวรายการสารคดีข่าวรวมถึงรายการอื่นๆ ที่ไม่ใช่ข่าวก็สามารถอยู่ในช่องนี้ได้ด้วย เราให้ความสำคัญกับวิธีการรายงาน และการฝึกอบรมบุคลากร

การขาดแคลนบุคลากรในวงการข่าว เป็นประเด็นที่น่าเป็นห่วงเพียงใด

ผมคิดว่าเป็นความท้าทายใหญ่ เพราะวงการสื่อสารมวลชนไทยไม่เคยมียุคไหนที่มีสื่อใหม่เกิดขึ้นพร้อมกันมากขนาดนี้มีความต้องการบุคลากรพร้อมกันขนาดนี้ลองคิดแบบไม่ซับซ้อนภายใน สัปดาห์นี้มีทีวีเพิ่มอีก 24 ช่อง ช่องหนึ่งต้องการช่างเทคนิคอย่างน้อย 100 คน ช่องข่าวต้องการทีมข่าวอย่างน้อย 200 - 300 คน ช่องหนึ่งต้องการคนอย่างต่ำ 400 คน คุณด้วย ก็เกือบหมื่นคน คำถามจึง

กลับไปที่สถาบันการศึกษาว่าผลิตนิสิตนักศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์เพียงพอหรือไม่ ในแง่ปริมาณพอแน่นอน แต่คุณภาพของคนที่จะมารองรับความต้องการตรงนี้มีหรือเปล่า รวมทั้งบุคลากรที่มีอยู่ด้วย สิ่งที่จะเกิดขึ้นในหลายเดือนข้างหน้าอย่างแน่นอนคือ สื่อที่รับใบอนุญาตจะตกเป็นเป้าหมายของสื่อที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ ทีวี หรือ หนังสือพิมพ์ เรื่องการ แย่งชิงบุคลากร

## มองบทบาทองค์กรวิชาชีพสื่ออย่างไร

สมาคม และ องค์กรวิชาชีพสื่อต้องพบความท้าทายด้วยเหมือนกันเมื่ออุตสาหกรรมสื่อใหญ่ขึ้นมีคนเข้ามาเล่นมากขึ้นแน่นอนคนที่เข้าเป็นสมาชิก หรือ มาเกี่ยวข้องกับสมาคมก็จะมีมากขึ้นจะมีประเด็นต่างๆ ที่ทำให้สมาคมต้องเกี่ยวข้องกับสื่อไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ ฝึกอบรมการมีส่วนในการให้ความเห็นหรือรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ รวมทั้งการมีส่วนร่วมปฏิสัมพันธ์กับองค์กรสื่อที่เกิดขึ้นใหม่ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยคงต้องวางบทบาทของตัวเองในอนาคต ว่าเมื่อวงการใหญ่ขึ้นสมาคมฯ จะรับมืออย่างไรที่จะทำให้ตัวเองมีความหมายและความสำคัญในสายตาของคนในวงการ







## วิชัย กองแดง

กรรมการ บริษัท เทเบิล ไทยโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)

CTH ให้ความสนใจโทรทัศน์ดิจิทัลกำลังจะเกิดขึ้นอย่างไร

การเกิดขึ้นของทีวีดิจิทัลครั้งนี้ ถือเป็นจุดเปลี่ยนใหญ่ของประเทศ ถึงแม้จะช้าจนประเทศรอบข้างแซงหน้าไปหมดแล้วแต่ก็ไม่สายเกินไป และผมเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ผู้ที่ได้ประโยชน์คือประชาชนซึ่งจะได้รับชมทีวีที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น ทั้งในแง่ความคมชัดและทางเลือกในด้านเนื้อหา อย่างไรก็ตาม นี่ไม่ใช่จุดเปลี่ยนใหญ่สำหรับเรา

ทีวีดิจิทัลเปลี่ยนแปลงวงการโทรทัศน์ไทย ชีโกเอช ไม้จำเป็นต้องปรับตัวหรือ

เราไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากการเกิดขึ้นของฟรีทีวีที่จะประมูลกันใหม่ เพราะเรามีเน็ตเวิร์กและแพลตฟอร์มเป็นของตัวเอง รวมทั้งแสวงหาคอนเทนต์ด้วยตัวเอง สิ่งที่จะพิจารณาในขณะนี้คือ เราจะเข้าร่วมการประมูลหรือไม่ ซึ่งคงจะเป็นการตัดสินใจในนาทีสุดท้าย เพราะยังมีหลายปัจจัยที่ต้องนำมาวิเคราะห์อย่างละเอียดและรอบคอบการเป็นทั้งเจ้าของแพลตฟอร์มทางเคเบิล และ ฟรีทีวีพร้อมๆ กันแน่นอนจะทำให้เรามีความหลากหลายในธุรกิจด้านนี้รวมทั้งมีอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น แต่จนถึงขณะนี้ยังไม่สามารถตอบโจทย์ได้ว่าสิ่งนี้จะพาเราไปสู่ความสำเร็จหรือปัญหาในอนาคตได้มากกว่ากัน

อะไรคือข้อพิจารณาที่สำคัญในการตัดสินใจร่วมหรือ ไม่ร่วมการประมูล

ประการแรก มูลค่าการประมูลเพราะถึงจะมีการกำหนดขั้นต่ำ แต่พอถึงเวลาจริงอาจประมูลกันด้วยตัวเลขที่สูงมาก ถัดไปคือเรื่องของการลงทุนในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ซึ่งต้องใช้เม็ดเงินไม่น้อยที่เป็นห่วงอีกอย่างคือการทำทีวีดิจิทัลจำเป็นต้องเตรียมพร้อมทีมการตลาดที่เข้มแข็งจำนวนมาก เพราะผู้ที่ตั้งใจประมูลก็คือคนที่มุ่งจะแบ่งเค้กในงบประมาณแสนล้านบาทที่มีอยู่ ฉะนั้นจะเกิดการแย่งชิงบุคลากรด้านการตลาดอย่างแน่นอน

หลักคิดในเบื้องต้นของผมคือ ใครก็ตามที่จะเข้าประมูลทีวีดิจิทัล ไม่ควรเดินเข้าไปคนเดียว แต่น่าจะจับมือกับ Business partner เพื่อป้องกันความเสี่ยงซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต ชีโกเอช เองก็เช่นกัน ถึงแม้โดยศักยภาพเราไปเดี่ยวก็ได้แต่เมื่อพิจารณาจากความเสี่ยงแล้วถ้าตัดสินใจร่วมประมูลเราคงไปกับพันธมิตร โดยเฉพาะเราเป็นมือใหม่ยังต้องระวัง

อะไรคือจุดแข็งของชีโกเอชในวันนี้

จุดแข็งประการที่หนึ่ง เน็ตเวิร์กที่ครอบคลุม 900 อำเภอทั่วประเทศและสามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากที่สุดในทุกกลุ่มประชากรตั้งแต่ระดับรากหญ้าจนถึงยอดดึกสูง และเหนือกว่าฟรีทีวี ที่ไปถึงคนดูในรูป





ของสัญญาณ แต่เราเป็นไฟเบอร์ทูลโฮมซึ่งสามารถทำ Interactive ได้

จุดแข็งประการที่สอง เรามีช่องท้องถิ่นซึ่งหากวิเคราะห์หลังเลิกแต่ละพื้นที่ แต่ละอำเภอ แต่ละจังหวัดมีไม่น้อยกว่าครึ่ง ที่อยากดูข่าวท้องถิ่นของตัวเอง ฉะนั้น ข่าวท้องถิ่นเป็นจุดแข็งสำหรับเคเบิลท้องถิ่นอย่างพวกเรา แม้ขณะนี้เคเบิลท้องถิ่นที่เข้าร่วมกับเรายังมีเพียงจำนวนหนึ่ง แต่เราก็เปิดโอกาสอย่างเต็มที่ เพราะต้องเข้าใจด้วยว่างานด้านเคเบิลของซีทีเอชถือเป็นความเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็วโดยทั่วไปแล้ว การจะสร้างให้เกิดบรอดแบนด์แห่งชาติหรืออินเทอร์เน็ตเวิร์กแพลตฟอร์ม อย่างเราต้องใช้เวลาประมาณ 8 -9 ปี แต่เราใช้เวลาแค่ 15 เดือน นี่จึงเป็นความเปลี่ยนแปลงที่ผู้ประกอบการท้องถิ่นหลายท่านยังปรับตัวไม่ทัน ซึ่งการปรับตัวในที่นี้รวมถึงเงินทุนด้วย เนื่องจากการเชื่อมต่อกับระบบดิจิทัลต้องอาศัยเงินทุนผู้ประกอบการรอบนอกหลายรายยังกังวลเรื่องนี้อยู่ ถึงจะเซ็น MOU กับเราแล้วแต่ยังไม่กล้าเชื่อมต่อบริษัทเพราะการจะทำเช่นนั้นได้เขาต้องปรับเทคโนโลยีจากอนาล็อกให้เป็นดิจิทัลเสียก่อน

ปัจจุบัน ซีทีเอช ให้ความสำคัญกับเนื้อหาด้านกีฬา มองอนาคตไว้อย่างไร

ณ วันนี้ เรานั่นกีฬา แต่ในอนาคตเนื้อหาจะหลากหลายขึ้นกว่านี้อย่างแน่นอน โดยเฉพาะเมื่อทีวีดิจิทัลจะมีช่องรายการเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 24 ช่องก่อนจะกลายเป็น 48 ช่อง ช่องทางการออกอากาศไม่ใช่ปัญหาอีกต่อไป แต่จะเป็นเรื่องของคอนเทนต์ ฉะนั้น สิ่งที่ผมมองว่าน่าลงทุนอย่างแน่นอนคือคอนเทนต์อาจจะนำลงทุนเสียยิ่งกว่าการเป็นเจ้าของช่องเสียด้วยซ้ำ

หมายความว่าก้าวต่อไปของ ซีทีเอช เป็นไปได้ถึงการร่วมประมุขวิดิทัศน์และการเป็นพันธมิตรคอนเทนต์

เรื่องประมุขยังอยู่ระหว่างการศึกษาข้อมูล แต่สำหรับคอนเทนต์บอกได้เลยว่ามีแน่นอน ถึงเราจะเป็มือใหม่ในวงการสื่อ แต่เรามีประสบการณ์ธุรกิจ

มาไม่น้อย และ ผมเชื่อว่าคนทำธุรกิจทุกคนต้องมีการมองอนาคตธุรกิจของตัวเองไว้ล่วงหน้าของเรา มองภาพอย่างน้อยอีก 5 ปี โดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงไว้แล้ว ในส่วนของทีวีดิจิทัล เราต้องประเมินว่าถ้าเข้าร่วมประมุขจะเป็นอย่างไร ถ้าไม่เข้าร่วมจะเป็นอย่างไร ผลที่ติดตามมาจะเป็นอย่างไรแล้วเราจะต้องเตรียมรองรับผลกระทบอย่างไร อะไรเป็นงบประมาณที่จำเป็นต้องเพิ่มอีกบ้าง ต้องเน้นอะไร ไม่เน้นอะไรทุกอย่างเป็นยุทธศาสตร์ขับเคลื่อน ซึ่งเราต้องวางไว้ล่วงหน้า

อีก 5 ปีข้างหน้า ซีทีเอช จะเป็นอย่างไร

เราต้องเป็นบริษัทที่ใหญ่มากบริษัทหนึ่งเมื่อเข้าไปในลิสต์ของตลาดหลักทรัพย์แล้ว อย่างน้อยอยากให้อยู่ใน SET100 แต่ยังไม่รู้จะทำได้เพียงใดที่แน่ๆ เราต้องเติบโตขึ้น การลงทุนในตอนนี้เป็น 2 ก้อนคือเน็ตเวิร์กแพลตฟอร์ม และ คอนเทนต์ ซึ่งในสวนคอนเทนต์ มีวิธีการทำธุรกิจของมันอยู่ไม่ซับซ้อนแต่การเชื่อมต่อเครือข่ายกับพี่น้องทั่วประเทศถือเป็นส่วนที่ใช้กำลังคนมากที่สุด ทีมงานของเราตอนนี้อยู่ที่ราว 400 กว่าคน หลักใหญ่คือบุคลากรด้านเน็ตเวิร์กแพลตฟอร์ม ซึ่งนั่งทำงานกันค่อนข้างแออัดในออฟฟิศชั่วคราว และเรากำลังอยู่ระหว่างการออกแบบตึกใหม่ที่รองรับคนได้สัก 1,000 คน

เมื่อเกิดดิจิทัลทีวีเพิ่มอีกหลายสิบช่อง มองแนวโน้มเรื่องบุคลากรอย่างไร

รับประกันได้เลยว่ามีปัญหาแน่นอน เพราะเท่าที่มีกันอยู่ตอนนี้ก็หาคนทำงานค่อนข้างยากอยู่แล้ว เราเป็นเจ้าของใหม่ ตามหลักการบริหารงานบุคคลก็ต้องไปสรรหาคนจากที่นั่นที่นี้ อาศัย Head hunter บ้าง เป็นเรื่องธรรมดายุทธศาสตร์ของงานบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource - Hr.) ก็คือต้องดึงรุ่นพี่มาก่อน แล้วให้เขาไปดึงรุ่นน้อง พร้อมๆกับการสร้างคนรุ่นใหม่ เพื่อให้เขาอยู่กับเรานาน ๆ จากประสบการณ์ที่ได้ทำงานสื่อมาระยะหนึ่ง





ผมค่อนข้างชื่นชมสถาบันอุดมศึกษา ที่ผลิตบุคลากรด้านนิเทศศาสตร์ผมว่าแต่ละมหาวิทยาลัยสร้างคนได้น่าพอใจเด็กรุ่นใหม่มีความคิดสร้างสรรค์ถูกไม่ได้เลยทีเดียว

ส่วนในอนาคตอันใกล้ คนเรียนจบสาขาวิชา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ ไม่ต้องกลัวตกงานผมเองก็เตรียมตัว เตรียมใจไว้แล้วคนในแวดวงย่อมรู้กันดีว่าหลังการประมูลโทรทัศน์ดิจิทัลการไหลเวียนบุคลากรเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน

มองภาพโทรทัศน์ไทยหลังจากมีทีวีดิจิทัลอย่างไร

โทรทัศน์บ้านเรา แต่เดิมผูกขาดกันแค่ไม่กี่สถานี ใครอยากเป็นเจ้าของช่องต้องวิ่งเต้นเจรจาต่อรอง ต้องไปรบกวมนผู้หลักผู้ใหญ่ถือว่าเป็นระบบที่ต้องใช้เส้นสายแต่หลังจากนี้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามาเป็นเจ้าของช่องได้ แต่การเปิดโอกาสเช่นนี้ต้องยอมรับว่าผู้เล่นมีทั้งคนที่แข็งแรงและอ่อนแอกว่าซึ่งคนแข็งแรงยังคงได้เปรียบอยู่เหมือนเดิมเพราะเขาทำธุรกิจด้านนี้มานานจึงได้รับผลประโยชน์ค่อนข้างสูงจนถึงปัจจุบัน ฉะนั้น หน้าใหม่ที่เข้ามาลงแข่งประมูลเพื่อเป็นเจ้าของช่องก็ยังคงเหนื่อยยากกว่ากลุ่มฟรีทีวีที่เขาอยู่มาก่อน แต่ผมเชื่อว่าทุกคนที่จะร่วมประมูลคงต้องวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ เหล่านี้มาอย่างรอบคอบแล้ว และ คงจะมองเห็นช่องทางที่จะมีโอกาสแบ่งเค้กชิ้นนี้

อีกประเด็นที่เป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญคือผลประโยชน์ที่จะเกิดกับบริษัทผลิตคอนเทนต์เล็กๆ ซึ่งจะมีโอกาสเข้าถึงช่องฟรีทีวีได้ง่ายกว่าเดิมอย่างมหาศาล สมัยก่อนกว่าจะเอาคอนเทนต์ที่ผลิตไปลงช่องได้ต้องไปนั่งเฝ้าผู้ใหญ่เป็นวันๆ ต่อไปสิ่งเหล่านี้จะไม่เกิดขึ้นอีก แต่จะเกิดสิ่งที่กลับกันคือเจ้าของช่องจะเป็นฝ่ายเดินมาหาคอนเทนต์ ก็จะมีโอกาสพัฒนาตัวเองเพื่อสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพสูงขึ้น กล้าลงทุนมากขึ้นเพราะมีตลาดที่จะไปขาย แต่จะคว้าโอกาสแบบนั้นได้หมายความว่า ตอนนี้ผู้ประกอบการต้องเริ่มเตรียมตัวแล้ว เพราะถ้าไม่เตรียมตัวล่วงหน้าคงไม่ทันกับการแข่งขันที่กำลังจะเกิดขึ้น

คุณมีมุมมองอย่างไร ในเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อ

วันนี้ถือว่าผมอยู่ในแวดวงสื่อ เวลาคิด พยายามคิดแบบสื่อ แต่จะให้ผมพูดว่าเราต้องมีเสรีภาพต้องเป็นอิสระโดยสิ้นเชิง ใครอยากมาวางกฎเกณฑ์ผมคงทำได้ไม่เต็มที่ เพราะต้องยอมรับว่าตัวผมเองเติบโตจากครอบครัวชนบท เป็นครอบครัวพุทธศาสนิกชนที่ยึดมั่นกฎเกณฑ์กติกาศงของสังคมภายใต้กรอบอันดีงาม และ ผมเคยมีความสุขมากภายใต้ประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ทุกวันนี้บ้านผมยังคงรักษาขนบประเพณีโบราณที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ปู่ย่าตาทวด ส่วนตัวผมก็มีความภาคภูมิใจและห่วงแหนในวัฒนธรรมของชาติที่ผมเชื่ออยู่ลึกๆ ว่าเรามีความโดดเด่นที่สุดในโลก

ความเห็นส่วนตัวในเรื่องการกำกับดูแลด้านเนื้อหา ผมคิดว่าเราต้องสร้างสมดุลอิสระของสื่อต้องมีขอบเขตหากไม่ต้องการคนมากำกับ ก็หมายความว่าสื่อจะต้องสามารถควบคุมเรื่องจรรยาบรรณและจริยธรรมกันเองได้อย่างเข้มแข็ง ซึ่งผมยังไม่แน่ใจว่าวันนี้เรามีความพร้อมในเรื่องเหล่านี้หรือยัง

เรื่องทางการเมืองก็เช่นกัน ผมเน้นย้ำกับผู้ประกอบการเคเบิลทั่วประเทศที่เข้าร่วมกับ ซีทีเอชอยู่ตลอดเวลาว่าเมื่อมาร่วมงานกันแล้วขอให้ทุกคนยึดมั่นความเป็นกลาง ซึ่งผมก็รู้ว่าทุกคนมีสิทธิมีความเชื่อของตัวเอง แต่ขออย่าได้นำสื่อไปเล่นการเมือง สื่อของเราต้องมีความเที่ยงตรง อันที่จริงเคเบิลท้องถิ่นเขามีข้อตกลงเหล่านี้กันอยู่แล้วพอสมควร ผมแค่นำสิ่งที่เขาทำกันไว้มาตั้งเป็นกติกาให้ยึดถือร่วมกัน ไม่ถือว่าเป็นของใหม่เสียทีเดียว

มีข้อคิดฝากถึง สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยอย่างไร

ผมเป็นห่วงผู้ประกอบการรายย่อย เพราะคิดว่าการเกิดทีวีดิจิทัล แม้จะมีด้านดีมากกว่าแต่ยังมีหลายเรื่องที่เป็นผลกระทบต่อรายเล็กอย่าง เช่น เงื่อนไขกฎ Must carry ของ กสทช.ที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ดาวเทียมและอื่นๆต้องนำฟรีทีวีเผยแพร่ในช่องทางของตนเอง การทำเช่นนั้นหมายความว่า





ถึงค่าใช้จ่ายมหาศาลซึ่งเป็นมหันตภัยสำหรับรายย่อย ส่วนผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่ต้องห่วง เพราะแม้จะเพิ่มรายจ่ายส่วนนี้เขาก็ยังอยู่ได้ ตอนนี้อย่างไม่มีใครไว้วางใจเรื่องนี้มากนัก อาจเพราะยังไม่รู้ประเด็นของผมก็คือ ยังมีข้อมูลอีกมากที่ผู้ประกอบการรายย่อยยังเข้าไม่ถึง หรือยังไม่มีโอกาสได้ศึกษา และข้อมูลเหล่านี้ เป็นความเปลี่ยนแปลงที่จะส่งผลกระทบต่อความเป็นความตายของพวกเขา เป็นอันตรายที่จำเป็นต้องคำนึงถึง ผมคิดว่าสมาคมฯ สามารถมีบทบาทในเรื่องเหล่านี้

อีกประเด็น กลับไปที่เรื่องการคุมหรือไม่คุมสื่อ ซึ่งผมอยากให้มีความสมดุล ตามที่กล่าวไปตอนต้น

หมายถึงความสมดุลระหว่างฝ่ายผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลกับฝ่ายสื่อมวลชนเอง สองฝ่ายน่าจะมีความร่วมมือกันซึ่งสมาคมฯ ถือเป็นตัวแทนสื่อมวลชน ที่มีความเหมาะสม เช่น อาจมีการตั้งคณะทำงานร่วมกันในการศึกษาถึงผลกระทบจากกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะออกมาเพื่อสร้างให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่ายเพราะอย่างไร กสทช. ก็ตั้งขึ้นมาแล้วรวมทั้งมีอำนาจหน้าที่ในเรื่องเหล่านี้ และผมก็ไม่อยากให้การเกิดขึ้นของกฎกติกาใหม่ๆ กลายเป็นการเพิ่มอำนาจให้ผู้กำกับดูแลจนมากเกินไป ซึ่งอาจกลายเป็นอำนาจในการต่อรองอย่างที่ไม่ควรจะเป็น



ศุภกรณ์ เวชชาชีวะ  
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ  
บริษัท โฟสท์พับลิชซิง จำกัด (มหาชน)

ความมั่นคงในการเข้าร่วมประมูลทีวีดิจิทัล ในฐานะ  
น้องใหม่

จริง ๆ เราไม่ใช่หน้าใหม่ เพราะโฟสท์เราทำกับช่อง 11 มา 3 ปีแล้ว ผลิตข่าว 8 ชั่วโมงทุกวัน ขยายโฆษณาทั้งวันมาแล้วตลอด 3 ปี รายการทีวีก็ทำอยู่แล้ว 3 - 4 รายการ ช่อง 5 เวลา 6 โมงเช้าเราก็ทำอยู่ทั้งผลิตและข่าวรายการพูดเรื่องข่าวใน TNN เราก็ทำอยู่ จริง ๆ เรื่องทีวีเราทำมา 3 - 4 ปีแล้ว

สิ่งที่เราทำนั้น ทุกวันเป็นการเช้าเวลาแล้วผลิตและขยายโฆษณา เพราะฉะนั้นธุรกิจเราทำมาลึกซึ้งแล้วแต่เราไม่เคยเป็นเจ้าของช่อง กลยุทธ์บริษัท

ตั้งแต่ 5 ปีที่แล้ว เราวางไว้แล้วว่าเราต้องแตกไลน์ทำเรื่องโทรทัศน์ ซึ่งจริงๆก็ทำมาตั้งแต่ 4 - 5 ปีแล้วและเป็นส่วนที่คิดว่าจะโตขึ้นเพราะในเรื่องสิ่งพิมพ์ของเราๆ คิดว่าและเรามั่นใจว่าแต่ละอันที่เราทำเป็นอันดับ 1 ใน เซกเตอร์ที่เราทำทุกอันในแง่ของการเติบโตยังมีอยู่เพียงแต่ไม่มาก เพราะสิ่งพิมพ์เองมีข้อจำกัดของมัน โดยเฉพาะเราทำข่าวธุรกิจกับชาวภาษาอังกฤษ ทำให้โตได้น้อยแต่ที่โตมาก คือ สิ่งพิมพ์ฟรี ส่วนนี้โตเร็วมากซึ่งเราคิดว่าทั้ง 3 เสนอนี้ น่าจะเป็นหมายเลข 1 ของตลาดหมดแล้ว





ตลาดนิตยสารเราก็เกือบจะอันดับ 1 หมดเกือบทุกอันที่เราทำก็มาดูเรื่องออนไลน์กับโทรทัศน์ที่เราไม่ได้เริ่มทำจริง ๆ จัง ๆ โทรทัศน์เองเริ่มมา 3-4 ปี ตอนแรกคิดจะขึ้นช่องดาวเทียม แต่เมื่อมีการประมูลช่องข่าวกับทีวีดิจิทัล 24 ช่อง รวมทั้งกฎ Must Carry ของกสทช. ทำให้ในทางธุรกิจโอกาสในแง่ของดาวเทียมน้อยลงและหันมามองทีวีดิจิทัลที่จะเกิดใหม่ ซึ่งวางไว้ 2 ระดับๆ แรกคือการประมูลช่องข่าวส่วนจะได้หรือไม่ก็วางแผนที่จะเดินไปส่วนแผนเดียวกันที่สอดคล้องกันก็คือผลิตเนื้อหาป้อนกับช่องทีวีที่จะเกิดขึ้นใหม่กับช่องเดิม ถึงแม้จะได้ช่องเราเองเราก็ยังทำตรงนี้อยู่ หรือ แม้จะไม่ได้ช่องเราก็ทำตรงนี้อยู่

#### มีแผน 1 แผน 2

เป็นแผนที่ไปด้วยกันเลย แผน 2 คือ แผน B ที่ผลิตเนื้อหาให้คนอื่นก็เกิดขึ้นอยู่ดี แผน 1 จะมีช่องหรือไม่มีช่องก็แล้วแต่เกิดหรือไม่เกิด ซึ่งจริง ๆ ไปด้วยกันได้ก็เลยเริ่มลงทุนเรื่องห้องส่ง เรื่องคนก็โอนมาจากที่ผลิตให้ช่อง 11 อยู่แล้ว นี่คือในแง่ข่าว ส่วนอุปกรณ์ก็ลงทุนไปแล้ว ใช้โรงพิมพ์เก่าที่อยู่ด้านหลังตึกสร้างสตูดิโอสร้างสำนักงานและเอาอุปกรณ์มาลงการจะเป็นช่องของตัวเอง ก็ต้องมีมากขึ้นถ้าผลิตรายการก็น้อยลงซึ่งได้เริ่มไปแล้วและรอกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนเพื่อที่จะปิดช่องข่าว และเราก็จัดทีมงานที่จะทำเนื้อหา ทีมขายโฆษณาคิดว่าเราน่าจะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง ในแง่ความแข็งแกร่งทางการเงิน เนื้อหา มีทั้งตึกหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับ แมกกาซีน 10 ฉบับ ถึงแม้โทรทัศน์จะไม่เหมือนกับสิ่งพิมพ์ก็ตาม แต่ว่าหัวข้อที่มีในการทำข่าว ทำรายการที่ไม่ใช่ข่าว รายการสารคดี เราทำเกือบจะได้ทุกอย่างคิดว่าเรามีบุคลากรในตึกนี้พอ ทีมโทรทัศน์ที่มาใหม่ก็เสริมด้วยกันลูกค้าโฆษณาตามจริง ๆ ก็ลูกค้าหนังสือพิมพ์มากกว่าลูกค้าโทรทัศน์มากเราน่าจะเป็นกลุ่มสื่อที่มีลูกค้ามากที่สุดในประเทศไทย แมกกาซีน 10 ฉบับ หนังสือพิมพ์ 3 ฉบับเพราะฉะนั้นหนังสือพิมพ์แต่ละ

ฉบับก็มีลูกค้าแยกออกมาอีกส่วนลูกค้าโทรทัศน์เรามีมาตั้งแต่ทำช่อง 11 กับช่อง 5 ซึ่งไม่ได้ไม่น้อยกว่าคนอื่น เพียงแต่เราไม่ได้ขึ้นช่องดาวเทียม

จุดเด่นของช่อง 9 ในความเป็นช่องข่าว จะแตกต่างอย่างไร

รับรองไม่เหมือนคนอื่นแน่ ๆ แต่ยังไม่บอกไม่ได้ เพราะเป็นเรื่องการตลาดได้หรือไม่ได้ จะพูดได้เต็มปาก

เรื่องทีมบุคลากรก็บอกว่ามีอยู่แล้ว มีรายละเอียดอย่างไร

จริง ๆ ทีมที่เราทำเรื่องทีวีมีอยู่แล้ว บริษัทที่เราทำช่อง 11 มีพนักงานอยู่ 120 กว่าคน ทั้งนักข่าว ผู้ประกาศ ช่างกล้อง เทคนิคทุกอย่าง ติดต่อทีมขายโฆษณาทั้งหมด แทบจะไม่ได้เปลี่ยนอะไรเลย แต่นั่นเป็นเพียงแค่ภาพในแง่ของข่าว ช่องข่าว 50 - 50 เป็นไปได้ว่า 50 ไร่ดี 50 ข่าวแต่เนื้อหาเข้าใจว่าจะเปลี่ยน 75 หรือ 25 ก็ได้เราคงไม่ได้ทำข่าวอย่างเดียว

ฐานข้อมูลข่าวก็จะใช้จากสื่อที่มีอยู่ในเครือ

ผมว่า เอาจากที่เดียวเลยไม่ได้เพราะข้ามสื่อกัน ต้องมีคนเฉพาะที่วิมาทำแต่หมายความว่าตัวเนื้อหา มีหมดมีมากพอสมควร เรื่องนี้ผมว่ามี 2 มุม เราคิดว่านักข่าวแต่ละสื่อ สมมติว่าเราบอกว่าสมัยนี้นักข่าวเริ่มจากหนังสือพิมพ์ คงต้องทำมากกว่าเขียนเราก็ฝึกให้นักข่าวโพสต์ทูเดย์ บางกอกโพสต์ เขียนเรื่องขึ้นอินเทอร์เน็ตอยู่แล้วเป็นข่าวสั้น ข่าวหนังสือพิมพ์ก็ยาวลึกหน่อยเราอาจจะถ่ายวิดีโอ ก็ได้นั้นก็ชุดหนึ่ง แต่ว่าเราไม่คิดว่าตรงนั้นมาใช้เป็นเนื้อหาในโทรทัศน์ได้เลย แน่นนอนต้องมาปรับอย่างอื่น ซึ่งทีมด้านผลิตโทรทัศน์จะไม่เหมือนกัน แต่จุดเริ่มต้นของข่าวอาจจะใช้ขึ้นเดียวกันได้ แต่ก็ต้องมีทีมซึ่งแยกกันอยู่แล้วแต่แน่นอนเราใช้ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ของเราเป็นประโยชน์อยู่แล้ว





กำข่าภาษาอังกฤษด้วยหรือไม่ เพราะมีฐานที่แกร่ง  
อยู่

คงไม่ เพราะว่าโทรทัศน์เองชาวต่างชาติคงดู  
ไม่มาก ถ้ามีก็อาจจะมึนตึ๋นหน่อยที่เป็นรายการของ  
บางกอกโพสต์ แต่ไม่ใช่จุดหลักของการทำช่องทีวี  
เพราะคนที่ดูข่าวภาษาอังกฤษดูได้จาก CNN  
BBC แต่ไม่ใช่เหตุผลที่เราจะมาทำธุรกิจโทรทัศน์  
เพราะว่าบางกอกโพสต์

มีเรื่องไหนก็น่าเป็นห่วงบ้าง

ผมว่าทุกคนห่วงเหมือนกันหมดว่างบโฆษณา  
ในโทรทัศน์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 5 ช่อง จริง ๆ ก็ 2  
ช่องใหญ่ ซึ่งบใช้อยู่ประมาณ 7 หมื่นล้านบาทต่อปี  
เราไม่ได้คิดว่า ตรงนั้นจะโตมากในช่วง 3 - 4 ปี ได้  
ต้องแซร์กันออกมาอีกตั้ง 24 ช่อง รวมกับช่องเดิม  
ตรงนั้นก็เป็อะไรที่เราคิดว่าในแง่ของการขายหรือ  
การทำรายการ ต้องทำให้ดีเพื่อที่จะไปขายได้แต่เรา  
ไม่คิดว่าส่วนนั้นจะโตมากในช่วง 3 - 4 ปีแรก  
แต่เราคิดว่าเรามีฐานลูกค้าที่ลงโฆษณากับเราทั้ง  
แมกกาซีน กับ หนังสือพิมพ์ยอดขายปีหนึ่งเกือบ 3  
พันล้านบาทอยู่แล้ว เราคิดว่าเราเพิ่มตรงนั้นได้เข้า  
มาเรามั่นใจในฐานลูกค้าเราว่าเราสามารถเพิ่ม  
โฆษณาจากฐานลูกค้าเดิมของเราเข้ามาในสื่อ  
โทรทัศน์ได้ ส่วนนี้คือด้านการขาย ซึ่งเราไม่ได้คิดว่า  
ตรงนั้นจะโต แต่หลังจาก 4 - 5 ปี ผมว่ามันโต  
สัมปทาน 15 ปี 3 ปีแรกต้องมีแน่นอน คือ ขาดทุน  
แต่หวังว่าไม่ได้ไปจุดผลประกอบการของบริษัทโดย  
รวม หลังจากนั้นก็จะโตขึ้นข้อสำคัญก็คือรายการ  
ต้องดีเรตติ้งต้องดี วิธีวัดเรตติ้งต้องชัดเจนให้  
เหมือนกับฟรีทีวีที่มีอยู่ ถ้าตรงนั้นไม่ชัดเจนก็ลำบาก  
สำหรับทุกคนที่เข้ามา แต่ผมเชื่อว่าทางบริษัท  
โฆษณาหรือลูกค้าโฆษณาคงต้องใช้ระบบในการวัด  
เรตติ้งให้เหมือนกัน ไม่เช่นนั้นจะเทียบกันไม่ได้  
อย่างเช่นปัญหาของทีวีดาวเทียมกับเคเบิลไม่ได้วัด  
เรตติ้ง เพราะฉะนั้นค่าโฆษณาก็อยู่อย่างนั้นถึงแม้  
จะมีก็ไม่ได้ใช้ระบบเดียวกันกับฟรีทีวี เพราะฉะนั้น  
คนที่ทำเรตติ้งต้องทำระบบในการวัดให้ได้ อย่างทำ

รายการดีมาก ๆ แต่เรตติ้งไม่มี ในแง่เอเยนซีก็เป็น  
ปัญหาเดิมอันนี้คือ จุดสำคัญ และเนื้อหาที่ต้อง  
แตกต่างและดีกว่าคนอื่น

อยากจริงจัง ๆ เรื่องเนื้อหาของช่อง

พูดได้อย่างนี้นะครับ ในแง่ของข่าวคงไม่ทำข่าว  
ชนเหมือนกับช่องอื่น ๆ แต่เราจะดูว่าคนชาติอะไร  
ทุกคนที่ทำธุรกิจเราดูว่าคนชาติอะไรจากสิ่งที่เขา  
มีอยู่

ความเป็นช่องข่าวของเรา ไม่กลัวหรือกับช่องอื่น ๆ  
ที่เขากำข่าวจนได้รับความนิยม

นั่นคือสิ่งที่ผมบอกกับทีมงานว่า คุณต้องแข่ง  
กับสิ่งที่มีอยู่แล้ว ซึ่งเป็นข่าวที่ดีมาก คือ ช่อง 3  
กับช่อง 7 ต้องแข่งกับช่อง 5 ช่อง 9 ในแง่ของข่าว  
ไทยพีบีเอสก็มี ช่องข่าวดาวเทียมเคยมีอยู่แล้ว 3 -  
4 ช่อง ก็คงมาประมูลเหมือนกันอย่าง TNN อย่าง  
สปริงนิวส์ เพราะฉะนั้นต้องคิดให้ดีกว่าเราจะเป็น  
อย่างไร เพราะถ้าเราทำตามสิ่งที่มีอยู่แล้วเราก็ไป  
ชนโดยที่อาจจะไม่ใช่จุดแข็งของเราต้องหาวิธีทำ  
ข่าวอย่างอื่นที่คนขาดอยู่เราต้องทำให้แตกต่างซึ่ง  
เป็นโจทย์ที่ยาก แต่เราต้องมั่นใจ

ก็มกัว่ามีอยู่ 120 กว่าคน มีกัใหม่เข้ามาเสริม  
หรือไม่ กราบว่าเรื่องบุคลากร กังกับแย่งกัน

มี 120 กว่าคนไม่พอหรอก ตอนนี่เราก็ประกาศ  
รับเพิ่มอยู่แต่หลายรายที่ประกาศรับคนเพิ่มก็ทำให้  
ค่าตัวบุคลากรขึ้นพอสมควรและหาคนยาก สุดท้าย  
แล้วก็ต้องแย่งครับ เพราะว่าหน้าจออย่างไรก็สำคัญ  
ที่สุด บุคลากรข้างหลังก็ดีแต่หน้าจออาจจะมีการ  
แย่งกันมากกว่านี้และมีการผสมหน้าใหม่เข้ามาด้วย

ก็บอกว่า 3 ปี อาจจะมองไม่เห็นผลกำไรจากการกำ  
กัวีดีจกัล กิดว่าจะเริ่มมีกำไรปีก็เท่าไร

ผมไม่แน่ใจว่า คนอื่นมองอย่างไร แต่ผมเชื่อว่า  
2 ปีแรกไม่มีกำไรกำไร ถ้าลงทุนตามที่วางกันไว้ใน  
การผลิตช่อง 1 ช่อง กับเบรกโฆษณาที่คิดว่ายังไม่สูง  
มากผมว่า 1-2 ปีแรกทุกคนน่าจะขาดทุนยกเว้นจะทำ





ไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เคยทำมาในทีวีดาวเทียม คือไม่ลงทุนมาก ขายโฆษณาได้ต่ำ กำไรก็ไม่มาก ขาดทุนก็ไม่มาก แต่ว่าอันนั้นอาจจะสู้เรตติ้งไม่ได้ มันต้องลงทุนเรื่องบุคลากรเรื่องการผลิตและกลับ มาที่ราคาที่เรายินดีที่จะประมูลต้องแข่งกันเรื่อง ประมูล

ถ้าประมูลไม่ได้ก็ไม่รู้สักอะไร ก็กำถ่านผลิตเนื้อหา ป้อนช่องอื่นไป

ถูกต้องครับ แต่ได้ช่องดีกว่าอยู่แล้วครับ เพราะเราทำข่าวต้องมีช่องของตัวเอง เพราะในแง่ ของการนำเสนอข่าวต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง ในการตัดสินใจเรามั่นใจในการประมูล ซึ่งเราก็มี ราคาของเราส่วนคนอื่น จะวางตัวเลขไว้อย่างไรผม ไม่ทราบ แต่ในแง่ของทุนความพร้อมเราไม่แพ้ใคร อาจจะดีกว่าคนอื่นด้วย

การปรับเปลี่ยนระบบเป็นทีวีดิจิทัล จะสร้างความ เปลี่ยนแปลงให้กับวงการสื่อโทรทัศน์อย่างไร

จริง ๆ สำหรับผมนะ ช่วงนี้เป็นช่วงที่สำคัญ เพราะนี่คือทีวีที่มีสัมปทานชัดเจน โลเชนส์ ชัดเจน ที่มาจากภาครัฐ ข้อสำคัญคือ Must Carry การที่มี Must Carry คือ เข้าทุกแพลตฟอร์มอันนี้คือจุด สำคัญคือเหมือนช่อง 3 ช่อง 7 และอีก 24 ช่อง จึง เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการทุกคน ไม่ว่าจะทำ บันเทิงทำข่าวที่จะเป็นเจ้าของช่องโอกาสอันนี้ไม่เคย เกิดขึ้นมา 40 กว่าปี อันนี้คือจุดเปลี่ยนเพราะฉะนั้น ใครที่สนใจจะขยาย อาจจะเป็นเจ้าของอาจจะเป็นผู้ผลิตตรงนี่คือโอกาสที่ต้องทำ สำหรับบริษัทหนังสือ พิมพ์ บางคนเริ่มเดินเรื่องทีวีมาก่อน บางคนไม่ได้ เดินแต่ทุกคนมองเหมือนกันหมดว่าตรงนี้เป็น โอกาสที่จะเข้าไปทำเนื่อหามากขึ้น หรือ ว่าเป็น เจ้าของช่องเองทุกคนได้ผลประโยชน์หมดคนดูก็ อาจจะมီးอะไรที่เลือกมากเกินไป มีให้เลือก 30 ช่อง ทีวีทีวีรวมกันประเทศอื่นไม่มีนะ แต่สุดท้ายแล้วมัน ก็เป็นช่องที่เพิ่มคนก็ถามว่า ดาวเทียมไปต่อได้มั๊ย ผมว่าไปได้เพราะมันก็มีรายการ แต่ว่าการที่มี 24 ช่องในทุกแพลตฟอร์ม มันก็ได้เปรียบดาวเทียม เองถ้าเป็นช่องบันเทิง หรืออื่น ๆ ก็ยังคงไปได้อยู่

แต่ในแง่ของข่าวมี 7 ช่องข่าวเข้ามาในฟรีทีวีดิจิทัล ใหม่ช่องที่อยู่ในดาวเทียมอย่างเดียว ไม่ได้มีใน 7 ช่องนี้คงไปได้ลำบาก แต่ว่าช่องอื่นที่เขาไม่ใช่ข่าว ดาวเทียมก็ไปได้

มันใจได้อย่างไรว่าผู้บริโภคข่าวจะได้อะไรที่แตกต่าง จากสื่อที่มีอยู่ทุกวันนี้

ผมไม่แน่ใจว่า คนอื่นทำงานอย่างไร แต่ตั้งแต่ ทำมาที่โพสต์ ทุกสินค้าที่เราออกเราไม่ออกเองโดย เราไม่ถามผู้ชมว่าทุกสินค้าที่เราทำการศึกษาของ การตลาดการวิเคราะห์ความต้องการของประชาชน ชัดเจน การทำวิจัยของช่อง โดยเฉพาะช่องข่าวเรา ทำมามากเพราะฉะนั้นเราก็มั่นใจว่า สิ่งที่เราได้มา จากผู้บริโภคคืออะไร ผมถึงบอกว่าการที่จะไปแข่ง กับไทยพีบีเอส หรือที่ทำข่าวแบบทุกข่าว ทุกอย่าง เราไม่ทำอยู่แล้ว

ผู้บริโภคจะปรับตัวอย่างไรกับปริมาณมากมาย ของข่าว และ ช่องต่าง ๆ ที่จะเกิด

ไม่ต้องเลย นั่งดูเฉยๆผู้บริโภคมีสิทธิเลือก มากมายเต็มไปหมด ถ้าทุกคนผลิตของที่ดีก็น่า จะเป็นแบบนั้น (โอกาสทองของผู้บริโภค) และเป็น โอกาสดีของผู้ลงโฆษณาที่เมื่อก่อนอาจจะบอกว่าลง โฆษณาทีวีไม่ไหวมันแพงตอนนั้นก็เปิดตลาด กว้างให้กับผู้ประกอบการหลายคนที่จะมี สินค้า มีบริการที่จะได้มีโอกาสมาลงในฟรีทีวีเมื่อก่อนก็เลื่อนมาระดับหนึ่งแล้วมีดาวเทียมแต่ทุกบ้าน ไม่ได้รับแต่ตรงนี้ทุกบ้านได้รับ

เมื่อเป็นช่องข่าว วางสัดส่วนว่าจะมีข่าวเศรษฐกิจ สังคม การเมืองไว้อย่างไร

ยังบอกไม่ได้แต่ผมว่าทุกช่อง 24 ช่อง ไม่ใช่แค่ข่าวนะ ทุกคนต้องคิดอะไรที่ผ่านการวิเคราะห์มา มากเขาที่อยู่แล้ว 4 ช่อง 2 ช่องหลักๆ ช่อง 3 ช่อง 7 แข็งแรงอยู่แล้ว ด้านข่าวก็แข็งแรง ทีวีดีก็แข็งแรง ด้านบันเทิงก็แข็งแรง ทุกอย่างแข็งแรงอยู่แล้วถ้า คิดจะสู้เขาต้องตั้งใจมอง คือหนีไม่พ้นผมว่าทุกคน ต้องมีการเจาะเฉพาะกลุ่มลงไปซึ่งแล้วแต่กลยุทธ์ ของแต่ละคนแต่สำหรับผู้บริโภคสมัยนี้ซึ่งเมืองนอก





เป็นกันมากแล้ว คือ สิ่งที่เขาต้องการจากที่มีทีวีหลายๆช่อง ต้องเป็นทีวีที่เจาะเฉพาะบางกลุ่มถ้าทำทุกอย่างก็จะแข่งกับเจ้าเดิมนอกจากทำได้ดีกว่า เขาก็ต้องชนกันตรงๆ ผมว่าสมัยใหม่มองเป็นเฉพาะไปเลยจะเป็นข่าว แบบไหนจะเป็นบันเทิง แบบไหนก็มาคล้าย ๆ กันในเคเบิลกับดาวเทียมแล้ว ผมว่าการที่เพิ่มช่องฟรีทีวีเข้ามา 24 ช่องก็ออกมาในแนวนั้น

ถ้าจับแง่ของการผลิตเนื้อหาข่าว ศักยภาพของบางกอกโพสต์ เชี่ยวชาญ ทำข่าวด้านไหน

จริง ๆ ข่าวทีวีกับข่าวหนังสือพิมพ์ แน่นนอนคงไม่เหมือนกันหมด โพลด์ทูเดย์ ก็ชำนาญในการทำข่าวเศรษฐกิจ บางกอกโพสต์ก็ทำข่าวทั่วไปได้ดี นิตยสารก็ทำประเด็นเรื่องผู้หญิงได้ดี ซึ่งคงต้องเน้นในสิ่งที่เราทำเป็น เราก็คงไม่ทำข่าวบันเทิง เพราะมีคนอื่นที่เขาทำได้ดีกว่าเรา แต่ถ้าเป็นข่าวเศรษฐกิจข่าวธุรกิจประเด็นเกี่ยวกับสังคมเราก็ทำได้

ด้านอื่น ๆ เช่นแผนการลงทุนก็ไม่มีอะไรที่น่าห่วง

ไม่ใช่ไม่ห่วง โครงการนี้เป็นโครงการใหญ่ในการลงทุนน่าจะเป็นโครงการใหญ่ที่สุดที่บริษัทเคยทำมาแต่ไม่ได้ใหญ่กว่าการซื้อแทนเราที่ลงทุนไปเมื่อ 5 ปีที่แล้วเป็นพันธมิตร M2F ค่าใช้จ่ายปีหนึ่งก็หลายร้อยล้านบาท ทีวีก็ใหญ่กว่านาน 15 ปี อาจจะมากกว่าเพราะต่อได้ เพราะฉะนั้นในแง่ของการลงทุนยาวอยู่แล้วเราต้องจัดเรื่องการเงิน ให้ดี ถ้าสภาพการเงินไม่แข็งแรงเราก็ไม่เสี่ยงอยู่ แล้วคือเราต้องมั่นใจว่าฐานเราดีเราถึงทำแบบนี้ได้ ถ้าทำไปโดยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจเดิมหรือบริษัทในภาพรวมก็ไม่ดี

บางรายก็จะร่วมเข้าประมูล เขาก็เตรียมหากทางออกไว้ด้วยการมีพันธมิตร

ผมก็มีพันธมิตร ก็ต้องเตรียมไว้หลายด้าน ด้านโทรทัศน์ และทุกด้านครับ







## พุทธรีย์ ชัยบุญนาค

ประธานกรรมการบริหาร  
สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์

**โทรทัศน์ดิจิทัล จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสื่อโทรทัศน์ของไทยมากน้อยเพียงใดอย่างไร**

พูดถึงโทรทัศน์ดิจิทัลที่คณะกรรมการ กสทช. กำลังจะเปิดการประมูลในช่วงปลายปีนี้หรือต้นปีหน้า กลุ่มผู้ประกอบการวงการโฆษณาผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้ดูโทรทัศน์ที่มีความคมชัดมีรายการให้ดูหลากหลายมากขึ้น เพราะ จัดให้มีโทรทัศน์ภาคธุรกิจถึง 24 ช่องรายการ แต่ความเป็นจริงถึงทุกวันนี้วงการโทรทัศน์ไทยเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัลแล้ว อุปกรณ์การผลิตและออกอากาศล้วนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแล้วทั้งนั้น และส่วนใหญ่เป็นดิจิทัลที่สามารถก้าวสู่ความเป็นดิจิทัล HD ด้วยซ้ำไป เพียงแต่ในภาครับคือกลุ่มประชาชน ผู้บริโภคเครื่องรับโทรทัศน์ตามบ้านยังเป็นระบบแอนะล็อก (Analog) จึงต้องใช้กล่องแปลงสัญญาณจากดิจิทัลกลับสู่ระบบแอนะล็อก

ฉะนั้นเพื่อความจริงที่ถูกต้องควรกลับมาตั้งหลักเข้าใจเทคโนโลยีกันให้ถูกต้องคือ ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลที่คณะกรรมการ กสทช. กำลังจะจัดให้มีขึ้นในประเทศไทยนั้นเป็นเพียงโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินคือส่งสัญญาณที่ตั้งอยู่ภาคพื้นดินไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ตามบ้านเท่านั้นเอง ซึ่งขณะนี้ประเทศไทยก็มี

การออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแล้ว เพียงแต่ส่งคลื่นสัญญาณผ่านดาวเทียม ส่งตรงไปตามบ้านขณะนี้เรามีการติดตั้งจานดาวเทียมตามบ้านเรือนประชาชนแล้วไม่น้อยกว่า 15 ล้านครัวเรือน หรือ มีประชาชนที่รับชมโทรทัศน์ดิจิทัลผ่านจานดาวเทียมแล้วกว่า 45 ล้านคน เพียงแต่จะต้องมีกล่องแปลงสัญญาณจากระบบดิจิทัลกลับไปสู่ระบบแอนะล็อก เพราะเครื่องรับโทรทัศน์ บ้านเรายังเป็นระบบแอนะล็อกอยู่ซึ่งความคมชัดยังสู้ระบบดิจิทัลไม่ได้ แต่ต่อไป เครื่องรับโทรทัศน์ของเราที่ออกจำหน่ายรุ่นใหม่ๆ จะเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแล้ว ฉะนั้นไม่ว่าผู้ชมทางบ้านจะรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินที่ กสทช. กำลังจะจัดให้ดำเนินการอยู่ในเร็ววันนี้ หรือจะรับชมผ่านระบบจานดาวเทียมคุณภาพการรับชมความคมชัดจะเท่าเทียมกันเพราะเป็นเทคโนโลยีดิจิทัลเหมือนกัน เพียงแต่ต้นทุนของภาคดาวเทียมจะต่ำกว่าต้นทุนของโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินอยู่หลายเท่าตัว





โทรทัศน์ภาคพื้นดินที่คาดว่าจะเริ่มเปิดดำเนินการได้ในช่วงกลางปีหน้า แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกพื้นที่ในประเทศไทยจะเปิดรับได้ทั่วถึง คงเริ่มที่พื้นที่กรุงเทพฯและจังหวัดใหญ่ๆ ก่อนคาดว่าจะรับสัญญาณได้ทั่วถึงคงจะใช้เวลากว่าหนึ่งปีหรือสองปีไปแล้ว เมื่อถึงเวลานั้นเนื้อหา (Content) ของช่องรายการจะเป็นลักษณะ Segment พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีอำนาจในการเลือกชมช่องรายการได้ตามรสนิยมของแต่ละคนหรือแต่ละครัวเรือน เพราะมีช่องโทรทัศน์ให้เลือกชมกว่า40ช่องรายการซึ่งมีทั้งช่องเพื่อสาธารณะและช่องรายการเพื่อธุรกิจอีก 24 ช่อง ภาระจึงตกไปเป็นของผู้ผลิตเนื้อหา (Content) ว่าจะทำอย่างไรช่องรายการของตนจึงจะดึงดูดใจเป็นที่นิยมเลือกชมของผู้บริโภคได้อย่างไร

สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ ได้เตรียมพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลแล้วหรือยัง

การเตรียมความพร้อมของสถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ซึ่งปัจจุบันเป็นสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม เพื่อเข้าสู่กระบวนการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินของ กสทช. ทางด้านเทคโนโลยีเราคงไม่น่าเป็นห่วง เพราะอุปกรณ์การผลิตทั้งห้องส่ง และระบบออกอากาศของสถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์เป็นระบบดิจิทัลแล้ว เราจึงเน้นความพร้อมด้านบุคลากรและเนื้อหาเป็นสำคัญ ปัจจุบันนับว่าเราโชคดี ที่ได้บุคลากรคนรุ่นใหม่เป็นส่วนใหญ่ที่มีความกระตือรือร้น มีมุมมองแนวคิดใหม่ๆ เรายึดมั่นในความเป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมงสร้างความชัดเจนใน Segment ของรูปแบบรายการที่เป็นสถานีข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ นำเสนอข่าวสารสาระที่เป็นความจริงที่เจาะลึกรอบด้านและที่สำคัญคือ ความเป็นกลางไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ยึดสโลแกนของสถานีฯ "ข่าวจริง สปริงนิวส์ ทันเหตุการณ์ เห็นอนาคต"

ฉะนั้นการยื่นประมูลช่องรายการของเรา จะยื่นประมูลประเภทสถานีข่าวเพียงประเภทเดียวเพื่อสร้างความชัดเจนของ Segment สถานี

วางแผนด้านบุคลากรที่จะมีการเปลี่ยนแปลง หรือโยกย้ายไปมาสลับส่งกัได้อย่างไรบ้าง

ปัญหาที่ผู้คนในวงการโทรทัศน์ห่วงกันคือ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ที่ขณะนี้ค่ายผู้ผลิตยักษ์ใหญ่ต่างๆ ล้วนสะสมบุคลากรที่มีประสบการณ์มีการตั้งราคาตัวกันสูง ๆ แต่เราเตรียมการเรื่องนี้ไว้แล้ว โดยการจัดหาคนรุ่นใหม่เข้าสู่วงการ และ สร้างความ

แข็งแกร่งโดยการนำสื่อมวลชนอาวุโสที่มีความชำนาญในการทำข่าวเจาะลึกเข้ามาเสริมทีม และนำประสบการณ์มาเป็นพี่เลี้ยงให้กับนักข่าวรุ่นใหม่

ฉะนั้นสปริงนิวส์เราจึงมีทั้งคนรุ่นเก่าที่มากประสบการณ์ และคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดใหม่ๆ เข้าสร้างความแข็งแกร่งให้กับทีมของเรา เพื่อสร้างสรรคการนำเสนอข่าวที่เน้นความจริงที่ครบถ้วนทุกแง่มุม รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเพื่อบริการแก่ประชาชนผู้รับชมทางสถานีของเรา

แผนงานการจัดการรายได้ หรือโฆษณาจะทำอย่างไรในยุคที่มีช่องทีวีให้ต้องแข่งขันกันมากขึ้น

ในเรื่องการโฆษณาซึ่งแต่เดิมสถานีโทรทัศน์หลักหรือฟรีทีวีปัจจุบันจะแบ่งงบประมาณ 70% ของงบโฆษณาทางโทรทัศน์ คือ งบที่แบ่งกันเพียง 4-5 ช่อง ขณะที่ในกลุ่มโทรทัศน์ดาวเทียมและกลุ่มนิรมิตเดียต่างแย่งเม็ดเงินที่เหลือ 30% กันเกือบ 100 ราย เมื่อเราจะก้าวจากเวทีเล็ก (ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม) ขึ้นไปสู่วะทีใหญ่คือโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน ที่มีคู่แข่ง 24 ราย แต่ก็ถือเป็นโอกาสของผู้ผลิตรายการที่มีพื้นฐานมาแล้วจากธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ที่มีเม็ดเงินน้อยก้าวสู่เวทีใหญ่ที่มีเม็ดเงินโฆษณาก่อนโต

ฉะนั้นการจะอยู่รอดหรือเติบโตขึ้นเทียบเท่าสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีเดิมก็อยู่ที่เนื้อหารายการที่จะสร้างความสนใจดึงดูดผู้ชมให้หันมานิยมได้อย่างไร ก็เป็นเรื่องที่ไม่เหนือบ่ากว่าแรงที่สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ จะทำได้เราค่อนข้างมั่นใจในทีมงานของเราว่าจะทำสำเร็จได้โดยใช้เวลาไม่นานนัก

คาดหวังหรืออยากให้สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างไรบ้าง

ท้ายสุดมีข้อคิดฝากถึงสมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทยซึ่งเป็นองค์กรที่จะดูแลและปกป้องให้ผู้ประกอบวิชาชีพด้านโทรทัศน์และวิทยุของไทยมีความมั่นคง มีอิสระมีเสรีภาพเพียงพอ ในการทำหน้าที่สื่อมวลชนมืออาชีพยึดมั่นในจรรยาบรรณของวิชาชีพ และ ที่สำคัญจะทำงานอย่างอิสระปราศจากการแทรกแซงหรือควบคุมจากกลุ่มทุนทั้งกลุ่มทุนธุรกิจและกลุ่มทุนฟากการเมืองอย่างไร

