

digital 

โทรทัศน์ดิจิทัล ปฏิวัติสื่อ หรือ แค่ทางผ่าน





โทรทัศน์ดิจิทัล ทีวีดีเอส หรือ แคมทางผ่าน

สืบเนื่องจาก คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เริ่มวางโครงการประมูลคลื่นโทรทัศน์ระบบดิจิทัลซึ่งจะทำให้ประชาชนชาวไทยมีฟรีทีวีดูเพิ่มขึ้นจากเดิมอีก 48 ช่อง และคาดว่าภายใน 8 ปี หรือ ในพ.ศ.2563 จะมีการยกเลิกระบบอนาล็อกที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันอย่างสิ้นเชิง ทำให้เจ้าของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ จึงต้องเริ่มปรับตัวเพื่อเตรียมรองรับระบบใหม่ที่กำลังจะมาถึง

แต่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลคืออะไร มีข้อดีข้อเสียอย่างไร และทำอย่างไรประเทศไทยคนไทยจะได้ดูโทรทัศน์ระบบดิจิทัลและที่สำคัญ ทำไมวงการเปลี่ยนแปลงระบบในครั้งนี้จึงมีกระบวนการยุ่งยากและซับซ้อนซ่อนเงื่อนหลายๆปมหลายประเด็น ไม่เหมือนการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ขาวดำไปเป็นโทรทัศน์สีเพราะอะไร?

คณะผู้จัดทำหนังสือรายงานประจำปีสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้รวบรวมข้อมูลและบทความเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลมาไว้ในบทความเรื่อง **โทรทัศน์ดิจิทัล ทีวีดีเอส หรือ แคมทางผ่าน?** เพื่อสร้างบันทึกประวัติศาสตร์ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ในประเทศไทยซึ่งอาจเป็นรูปแบบและโมเดลที่เหมือนและแตกต่างจากนานาประเทศ เพราะเพียงแค่เริ่มต้นก็ส่อเค้าให้เห็นถึงปัญหาในกระบวนการเปลี่ยนผ่านอย่างมากมาย





ทำในประเทศไทยต้องมีโทรศัพท์มือถือ

พ.อ. ชวนรัตน์ รุ่งประธาน กสทช. และประธาน กสท. ได้ให้สัมภาษณ์ที่มหาวิทยาลัยไทยรัฐออนไลน์ ถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลเอาไว้ว่า

"ก่อนอื่นต้องขออธิบายอีกครั้งว่า "ทีวีดิจิทัล" คือการส่งเสียงและภาพด้วยสัญญาณดิจิทัลที่เป็นรหัสมีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียงสมจริงมากขึ้น แตกต่างจากทีวีอนาล็อกในปัจจุบันซึ่งไม่สามารถรับประกันคุณภาพของสัญญาณได้"

เหตุที่ กสทช. ต้อง "เปลี่ยนผ่าน" ระบบทีวีจากระบบอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัลเนื่องจากหลายประเทศในโลกเปลี่ยนระบบทีวีดิจิทัลมาแล้วหลายปีเป็นการเปลี่ยนผ่านตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หากประเทศไทยไม่เปลี่ยนระบบ อาจตกขบวนและในอนาคตอุปกรณ์ทีวีอนาล็อกจะมีราคาสูงกว่าทีวีดิจิทัล

"เช่นเดียวกับทีวีขาวดำ หรือ ทีวีจอตู้ในอดีตที่มีการปรับเปลี่ยนมาเป็นทีวีสี ก่อนจะพัฒนามาเป็นทีวีจอแบนในปัจจุบัน การเปลี่ยนผ่านที่จะมีขึ้นจึงเป็นอีกขั้นของการปฏิวัติวงการทีวี และการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้ นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในรอบ 20 ปี ซึ่งถือเป็นความจำเป็นของประเทศไทยเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้กับประชาชนได้อย่างทั่วถึงและ เท่าเทียม"

ตามแผนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ทีวีดิจิทัลนั้นในปี 2555 ที่ผ่านมาเป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมทั้งการจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์กำหนดลักษณะประเภท

ของกิจการโทรทัศน์มาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัล มาตรฐานการใช้บริการโทรทัศน์ดิจิทัล มาตรฐานกล่องรับสัญญาณ (Set Top Box) และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ฯลฯ

ขณะที่ปี 2556 นี้ จะเป็นปีแห่งการทดลองทดสอบการออกอากาศรับส่งสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบทีวีดิจิทัลการออกใบอนุญาตประกอบกิจการ การประมูลใบอนุญาต

โดยในระหว่างการทดลองออกอากาศนั้น ผู้คนที่ดูทีวีจะไม่ได้รับผลกระทบเพราะจะเป็นการเปลี่ยนผ่านแบบคู่ขนานระหว่างระบบดิจิทัลกับอนาล็อก โดยรายการต่างๆ และช่องต่างๆ จะยังคงอยู่เหมือนเดิมไปจนกว่าระบบดิจิทัลจะสมบูรณ์ และ คนไทยจะทยอยรับรู้และรับชมทีวีดิจิทัลนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2556 และเข้าสู่โหมดการเปลี่ยนผ่านที่สมบูรณ์ในปี 2559

แผนการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัล

สำหรับแผนของการเปลี่ยนผ่านนั้น ประธาน กสท.ให้รายละเอียดว่า กสทช. จะต้องออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์เป็นระยะเวลา 15 ปีตาม พ.ร.บ. ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 อันประกอบด้วย 3 ใบอนุญาตได้แก่

1. ใบอนุญาตการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐาน (Infraprovider) หมายถึง เสาส่งอาคารสถานที่ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่สามารถใช้ร่วมกันได้ ซึ่งได้ออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการไปแล้วเมื่อปลายปีที่ผ่าน

2. ใบอนุญาตโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล (Network Provider) หมายถึง เครื่องรับส่งสัญญาณ สถานีส่งสัญญาณภาคพื้นดินเป็นต้น ซึ่งจะออกใบอนุญาตให้ได้ภายใน เดือนพฤษภาคม - มิถุนายนนี้

3. ใบอนุญาตให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ (Service Provider) ได้กำหนดจำนวนช่องรายการใหม่เป็น 48 ช่อง อันมีผลทำให้ช่องรายการในปัจจุบันทั้งช่อง 3 5 7 9 11 ไทยพีบีเอสต้องถูกปรับเปลี่ยนไปด้วย

และจากช่องรายการทั้งหมด 48 ช่องนั้นได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท อันได้แก่



ประเภทชุมชน 12 ช่อง ประเภทสาธารณะ 12 ช่อง ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง

ประเภทชุมชน 12 ช่อง จะเน้นการให้บริการชุมชน จะออกใบอนุญาตได้ในปลายปี 2556

ประเภทสาธารณะ 12 ช่องจะออกใบอนุญาตให้ได้ภายในเดือนพฤษภาคม - มิถุนายนนี้ เบื้องต้นจำนวน 1 ช่องนั้น จะออกใบอนุญาตให้กับไทยพีบีเอส เพราะเป็นทีวีสาธารณะ ตามกฎหมาย ส่วนช่อง 5 และ 11 ในปัจจุบันได้สิทธิตามกฎหมายถูกจัดให้อยู่ในประเภทสาธารณะจะต้องปรับผังรายการให้สอดคล้องกับคำนิยามทีวีสาธารณะด้วย

ส่วนช่องที่เหลืออีก 9 ช่องนั้น กสทช. จะเปิดให้ผู้สนใจยื่นคุณสมบัติเพื่อเป็นเจ้าของช่องกิจการสาธารณะได้ในลักษณะเปิดยื่นข้อเสนอโครงการที่ดีและเหมาะสมหรือเป็นการประมูลแบบ Beauty Contest

ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ที่เป็นช่องที่สำคัญและได้รับความสนใจเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในประเด็นราคาใบอนุญาตซึ่งจะเปิดประมูลในเดือน สิงหาคม - กันยายนนี้

ในบรรดาช่องธุรกิจ 24 ช่องนั้น บอร์ด กสท. ได้จัดแบ่งช่องรายการออกเป็น รายการเด็กเยาวชนและครอบครัว 3 ช่อง รายการข่าว 7 ช่อง รายการทั่วไปแบบมาตรฐาน (Standard Definition: SD) 7 ช่อง และรายการทั่วไปแบบมาตรฐานสูง (High Definition : HD) 7 ช่อง

โดยในส่วนนี้ประเภทธุรกิจ ช่อง 3, 7, 9 เข้าข่ายต้องเข้าประมูลใบอนุญาตร่วมกับผู้ประกอบการใหม่รายอื่นๆ เบื้องต้นมีผู้แสดงความสนใจเข้าร่วมประมูลจำนวนมาก ได้แก่ กลุ่มทรู อินทัช อาร์เอส แกรมมี่ เวิร์คพอยท์ กลุ่มอัมรินทร์พรีนติ้ง กลุ่มสามารถคอร์ป เดลินิวส์ เนชั่น สปริงนิวส์ วอยซ์ทีวี และไทยรัฐ ฯลฯ

"ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในโลก ที่เปิดประมูลทีวีดิจิทัลเนื่องจากกฎหมายระบุไว้ชัดเจนว่าคลื่นความถี่ต้องประมูลเท่านั้นขณะที่ต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ นั้นแจกคลื่นฟรี เนื่องจากเห็นว่าเป็นสื่อมวลชนสำคัญต่อการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารของประชาชน"

(*ข้อมูลจากทีมเศรษฐกิจ ไทยรัฐออนไลน์ วันที่ 18 มีนาคม 2556)

เป็นเทรนด์ของเทคโนโลยีโลก หลายประเทศเปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลแล้ว ต่อไปอุปกรณ์ระบบอนาล็อก จะมีราคาแพงหากเรายังไม่เปลี่ยนสุดท้ายจะกลายเป็นที่ทิ้งขยะระบบอนาล็อกจากประเทศอื่น ที่สำคัญทีวีดิจิทัลดีกว่าระบบเดิม ภาพคมชัดมากขึ้นต่อให้ความละเอียดมาตรฐาน (SD) ก็ยังดีกว่าอนาล็อกเนื้อหารายการต่างๆ จะหลากหลาย และ เพิ่มทางเลือกให้คนดูมากขึ้น เพราะจำนวนช่องมากขึ้นถึง 48 ช่อง และ เป็นฟรีทีวีทั้งหมดขณะที่คนในธุรกิจบรรดแอสต์จะมีโอกาสกว้างขึ้น ต้นทุนของผู้ประกอบการจะลดลงในระยะยาวเพราะนำไปทำเป็นโมบายทีวี ได้ง่าย

(*ข้อมูลจาก ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ วันที่ 25 เดือนกรกฎาคม 2556)

ที่เราต้องเปลี่ยนระบบโทรทัศน์เป็นดิจิทัลนั้น เป็นเพราะเราต้องการพัฒนาระบบโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพดีขึ้นและให้มีช่องโทรทัศน์ที่เป็นทางเลือกมากขึ้น และ ที่สำคัญไม่พูดถึงไม่ได้ ก็คือเป็นความจำเป็น

อย่างที่กล่าวแล้วว่า โทรทัศน์ดิจิทัลมีภาพที่คมชัดมากกว่าและใช้คลื่นความถี่น้อยกว่า ดังนั้นการเปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัลนอกจากได้ภาพเสียงในการรับชมดีขึ้นแล้วยังเหลือช่องความถี่ให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้

ในส่วนของความจำเป็น ปัจจุบันทั้งโลกกำลังปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์ไปสู่ดิจิทัล มีหลายประเทศมากที่เปลี่ยนไปเรียบร้อยแล้ว หากไทยไม่เปลี่ยนต่อไปในอนาคตจะไม่มีใครผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่เป็นระบบอนาล็อกให้เราใช้และการพัฒนาโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกของโลกจะหยุดลง เราจึงจำเป็นต้องพัฒนาาร่วมไปกับชาติอื่นๆ

(* ข้อมูลจาก ดร.พนา ทองมีอาคม Blog Panaview วันที่ 14 เดือนพฤษภาคม 2556)



คนไทยจะได้ประโยชน์อะไรจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดทำเอกสารแผ่นพับเพื่อแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ประเด็นนี้ไว้ใน ดิจิทัลทีวีดูดี ทุกบ้าน เอาไว้ว่า

ประโยชน์และโอกาสของประชาชนและประเทศไทยจากประโยชน์และโอกาสของประชาชนและประเทศไทยจากการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งโทรทัศน์สู่ระบบดิจิทัล

- ◆ ประชาชนจะได้รับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้นปราศจากสัญญาณรบกวนคุณภาพคมชัดด้วยความละเอียดของภาพที่สูงขึ้นในระดับ HD

- ◆ ประชาชนจะได้รับชมโทรทัศน์ด้วยอัตราส่วนภาพแบบ Widescreen 16 : 9 ซึ่งมีความสมจริงและเหมาะกับเครื่องรับโทรทัศน์แบบ LED , LCD และ Plasma ซึ่งได้รับความนิยมในปัจจุบัน

- ◆ ประชาชนจะได้รับชมสัญญาณโทรทัศน์ที่มาพร้อมระบบเสียงในระบบ Surround จากเดิมในปัจจุบันที่เป็นเพียง Stereo

- ◆ Set top box หรือ กล่องอุปกรณ์ในการรับสัญญาณมีราคาไม่แพง และมีแนวโน้มที่จะมีราคาถูกลงอย่างต่อเนื่อง

- ◆ มีการแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาของช่องที่น่าเสนอชัดเจนไม่ว่าจะเป็นช่องบริการสาธารณะ ช่องบริการชุมชน ช่องบริการธุรกิจ

- ◆ เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชนด้วยการส่งสัญญาณในระบบ Digital TV จะเพิ่มช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินของไทยจาก 6 ช่องในปัจจุบันให้เพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง

- ◆ ประเทศมีการแพร่ภาพสัญญาณในระบบ Digital ที่มีประสิทธิภาพและมาตรฐานเดียวกับประเทศอื่น ๆ ที่พัฒนาแล้ว

- ◆ การปรับเปลี่ยนเป็นระบบ Digital ในการแพร่สัญญาณภาพจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ และการลงทุนของประเทศทั้งในกิจการโทรทัศน์และกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นการสร้างงานสร้างโอกาสให้แก่ผู้ที่มีความสามารถในการลงทุน หรือประกอบ

กิจการทางด้านกิจการโทรทัศน์ เช่น บริการโครงข่าย และ เนื้อหารายการ

- ◆ ช่วยลดการใช้พลังงานของประเทศ เนื่องจากเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยกว่าเครื่องส่งโทรทัศน์ระบบอนาล็อกมาก (ประมาณ 5 ถึง 10 เท่า)

ข้อดี - ข้อเสียทีวีดิจิทัลเป็นอย่างไร

ทีวีดิจิทัล (Digital TV) คือ ทีวีที่รองรับการออกอากาศในรูปแบบดิจิทัลให้สัญญาณภาพ และเสียงที่มีคุณภาพดีกว่าแบบอนาล็อก และใช้คลื่นความถี่ที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยดิจิทัลทีวีจะใช้สัญญาณดิจิทัล ที่ถูกบีบอัดและเข้ารหัสที่มีค่าเป็น "0" กับ "1" เท่านั้น ซึ่งในหนึ่งช่วงคลื่นความถี่จะสามารถนำมาส่งได้หลายรายการโทรทัศน์พร้อมสัญญาณภาพและเสียงที่มีความละเอียดคมชัดมากยิ่งขึ้นซึ่งปัจจุบันในต่างประเทศทั้งในยุโรป แอฟริกา และ เอเชีย ได้เริ่มเปลี่ยนมาใช้สัญญาณโทรทัศน์แบบทีวีดิจิทัลแล้วมากกว่า 38 ประเทศ

ข้อดีของทีวีดิจิทัล

นอกจากคุณภาพของ สัญญาณภาพและเสียงที่คมชัดขึ้นเนื่องจากสามารถส่งสัญญาณ FULL HD TV ได้เสถียรและไกลมากขึ้นแล้วนั้นยังมาพร้อมกับช่องฟรีทีวีที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากเป็น 48 ช่องแบ่งเป็น 24 ช่องบริการในกลุ่มธุรกิจ 12 ช่องบริการสาธารณะ และ 12 ช่องกิจการบริการชุมชนซึ่งเพิ่มการแข่งขันในวงการโทรทัศน์ได้มากเลยทีเดียว ซึ่งต้องมารอลุ้นกันว่ารายละเอียดช่องหลังจากการประมูลนั้นจะเป็นอย่างไร

ข้อเสียของระบบดิจิทัลควบคุมการโฆษณาที่เผยแพร่ผ่านช่องรายการต่าง ๆ ได้ยากขึ้น

อาจกลายเป็นช่องทางที่ใช้เพื่อปลุกกระตือรือร้นขัดแย้งทางการเมือง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกล่องรับสัญญาณมาติดตั้งมีค่าใช้จ่าย ในการเปลี่ยนจอโทรทัศน์เพื่อให้รองรับกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ

มองแบบง่ายๆ ก็เหมือนเมื่อครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงจากทีวีขาวดำมาเป็นทีวีสีนั่นเองเพียง แต่ในยุคนี้การใช้ทีวีในแต่ละครัวเรือน ยังมีจำนวน



ไม่มากนักการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป เพราะคนที่ซื้อทีวีเครื่องใหม่ ก็จะเลือกซื้อแต่เครื่องทีวีสี จนกระทั่งทีวีขาวดำค่อยๆ หายออกไปจากท้องตลาดในที่สุด

สำหรับระบบทีวีที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบันเรียกว่า ทีวีอนาล็อก (Analog) เป็นการนำเอาสัญญาณภาพมาผสมกับสัญญาณวิทยุ โดยใช้สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินเป็นตัวส่งสัญญาณซึ่งตามบ้านก็จะใช้เสาอากาศรับสัญญาณที่เรียกกันว่า "เสาข้างปลา" หรือ "เสาหนวดกุ้ง" นั่นเองซึ่งข้อเสียของสัญญาณอนาล็อก คือ ถูกสัญญาณรบกวนได้ง่ายอาจทำให้รับภาพเสียงไม่ชัด

สำหรับประเด็นการควบคุมการเผยแพร่โฆษณาผ่านทางดิจิทัลทีวีนั้น คุณสุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช. ด้านคุ้มครองผู้บริโภคมั่นใจว่าโฆษณาทางฟรีทีวี หรือ ช่องดิจิทัลนี้จะควบคุมได้ง่ายกว่าช่องเคเบิล และทีวีดาวเทียมเพราะเป็นช่องที่เกิดใหม่พร้อมกับกติกาของ กสทช. และจำนวนนาฬิกาในการโฆษณาจะมีน้อยกว่า ส่วนกรณีที่มีการผลิตรายการเพื่อปลุกกระแสมให้เกิดความแตกแยกเกลียดชังนั้นรายการเหล่านี้ก็ต้องปรับผังรายการให้เข้ากับเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดไม่เช่นนั้นก็จะไม่ได้ใบอนุญาตเป็นต้น

ในส่วนของการซื้อกล่องรับสัญญาณภาพนั้น เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2556 ที่ผ่านมากสทช. มีมติเห็นชอบในแนวทางการแจกกล่องให้กับ 22 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศเพื่อสนับสนุนการจัดซื้อกล่องรับสัญญาณ (Set top box) ซึ่งวิธีนี้ถือเป็นกระบวนการเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงระบบในการส่งสัญญาณโทรทัศน์จากอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลในประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่าการเปลี่ยนแปลงระบบทีวีอนาล็อกมาสู่ทีวีดิจิทัลนี้ จะเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มทุนรายใหม่ๆ หันมาลงทุนในอุตสาหกรรมสื่อกันมากขึ้น และ เป็นการลดการผูกขาดสื่อที่วิ่งจากเดิมซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตามรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงระบบยังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาแนวทาง รวมถึงอยู่ระหว่างการทดสอบสัญญาณซึ่งยังไม่ชัดเจนว่าจะมีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการที่ติดตั้งเคเบิลทีวี หรือ

จานดาวเทียมต่างๆหรือไม่ ดังนั้นคงต้องติดตามกันต่อไปว่าทางกสทช.จะมีบทสรุปเรื่องการปรับเปลี่ยนสัญญาณ ในครั้งนี้อย่างไรต่อไป

สำหรับในประเด็นหากโทรทัศน์ดิจิทัลเกิดเข้าจะส่งผลกระทบต่อเชิงบวกเชิงลบอย่างไร ใครได้ใครเสียผลประโยชน์จากการมีทีวีดิจิทัล เมื่อเดือนตุลาคม 2555 ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้วิเคราะห์ "Digital TV" จุดเปลี่ยนทีวีไทย...จริงหรือ? ไว้ว่า

ดิจิทัลทีวีเป็นปัจจัยเอื้อต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค แต่การเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกในปัจจุบันนั้นอาจต้องใช้ระยะเวลานานถึง 8 - 10 ปี กว่าที่จะเสร็จสมบูรณ์จึงอาจดูเป็นเรื่องไกลตัวเกินไปสำหรับผู้บริโภคที่มีทางเลือกอื่นทำให้รายจ่ายของผู้ประกอบการมีแนวโน้มสูงกว่ารายได้ในระยะแรก ดิจิทัลทีวี สำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ถูกคิดค้นมาแทนที่ระบบอนาล็อก เพื่อเพิ่มจำนวนช่องบริการและยกระดับคุณภาพสัญญาณให้คมชัดและไม่ถูกรบกวนได้ง่าย และยังสามารถพัฒนาให้รับชมในระบบความคมชัดสูง (High Definition) ระบบสามมิติ (3D) และการรับชมขณะเคลื่อนที่ (TV-on-Mobile) เพื่อตอบสนองกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ในส่วนของ ผู้ประกอบการจะสามารถสร้างรายได้จากการให้บริการที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เช่น บริการเสริมลักษณะโต้ตอบ (Interactive) เช่น VOD-on-Demand รวมถึงรายได้จากโฆษณาที่จะเพิ่มขึ้นจากการวัดเรตติ้งที่แม่นยำขึ้นผ่านระบบดิจิทัล ในด้านรายจ่ายผู้ประกอบการยังสามารถประหยัดพลังงานในการส่งสัญญาณได้ถึง 90% เมื่อเทียบกับการส่งในระบบอนาล็อกเดิมอีกด้วยแต่ผู้ประกอบการอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านต้นทุนในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์และวางโครงข่ายล่วงหน้า ในขณะที่ผู้บริโภคจะยังมีการใช้งานน้อยในช่วง 3 ปีแรกโดย กสทช. ได้สร้างแผนแม่บทในการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีนี้เป็นเวลาอย่างน้อย 8 - 10 ปี ซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลาเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัลของประเทศพัฒนาแล้วเช่น ญี่ปุ่น และ สหรัฐฯ เช่นกัน



ดิจิทัลทีวี จะทำให้เกิดการแตกตัวทางธุรกิจ มีเดีย ให้มีความหลากหลายมากขึ้นแต่ด้วยต้นทุนที่ค่อนข้างสูง ทำให้อาจมีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นหลักที่สามารถเข้าร่วมลงทุน การออกอากาศในระบบอนาล็อกเดิมจะประกอบไปด้วยผู้เล่นสองส่วนหลัก คือ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และช่องสถานีที่ทำการรวบรวมรายการและแพร่สัญญาณภาพ แต่ในระบบดิจิทัลจะมีการแตกตัวทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ช่องสถานีโทรทัศน์อาจไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของโครงข่ายและปัจจัยพื้นฐานเองทั้งหมดนอกจากนั้นอาจเกิดธุรกิจใหม่ๆ เช่น ผู้รวบรวมสัญญาณการแพร่ภาพ และ ผู้ผลิตบริการประยุกต์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับการออกอากาศ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนระบบออกอากาศมาเป็นระบบดิจิทัลจะต้องลงทุนในอุปกรณ์เพิ่มเติมและยังต้องจ่ายค่าเช่าโครงข่ายหากไม่มีเป็นของตัวเองและที่สำคัญยังต้องชำระค่าประมูลใบอนุญาตอีกด้วยทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ อาจต้องใช้เงินลงทุนหลักพันล้านบาทสำหรับหนึ่งช่องสถานี ซึ่งต่างจากการลงทุนทำช่องทีวีดาวเทียมที่ใช้เงินลงทุนเพียงหลักร้อยล้านบาท ดังนั้น การลงทุนในดิจิทัลทีวีน่าจะเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายใหญ่จากฝั่งบรรดาคสดีงรายเดิม เช่น กลุ่มฟรีทีวีเดิม (BEC, BBTB และ MCOT เป็นต้น) ที่ต้องการรักษาฐานตลาด และ กลุ่มผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ (True, GMM และ RS เป็นต้น) ที่ต้องการขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้ยังมีกลุ่มโทรคมนาคมขนาดใหญ่ที่สนใจเข้ามาลงทุนเช่นกัน โดยบริษัทเหล่านี้มีความได้เปรียบด้านเงินทุนและการมีโครงข่ายเป็นของตนเอง ส่วนผู้ประกอบการรายเล็กที่มีเงินลงทุนไม่สูงนักคงจำเป็นต้องเน้นการลงทุนในช่องทีวีดาวเทียมหรือผลิตรายการให้กับเคเบิลทีวีในรูปแบบเดิมไปก่อน

กสทช. และหน่วยงานของรัฐมีบทบาทสำคัญในการจัดการกับทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยจูงใจเพื่อให้กระบวนการเกิดดิจิทัลทีวีดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเป็นปัจจัยกดดันสำคัญที่ทำให้ไทยต้องเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัลทีวีเพราะภายในปี 2015 สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) ได้กล่าวเตือนถึงการยกเลิกการผลิตอุปกรณ์ในระบบอนาล็อกเดิมแล้ว

ซึ่งถ้าหากไทยไม่เริ่มกระบวนการเปลี่ยนผ่านภายในเวลา 3 ปีข้างหน้าก็มีความเสี่ยงในด้านอุปกรณ์การใช้งานโดยปัจจัยจูงใจที่สำคัญ คือ ความล่าช้าของการจัดประมูลใบอนุญาตที่จะมีผลกระทบต่ออ้อมทำให้บริการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมเติบโตต่อเนื่องและกลายเป็นคู่แข่งสำคัญ ที่ทำให้ผู้ประกอบการแรงจูงใจในการเปลี่ยนมาใช้ดิจิทัลทีวียิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการยังต้องลงทุนซื้อกล่องรับสัญญาณ (Set-top box) หรือ ซื่อโทรทัศน์รุ่นใหม่ ที่รองรับดิจิทัลทีวี ซึ่งปัจจัยจูงใจเหล่านี้พบในกระบวนการเปลี่ยนผ่านในหลายประเทศ

โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลคล้ายคลึงกับ กสทช. ได้มีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านเร็วขึ้น เช่น สหรัฐฯ ใช้วิธีกำหนดระยะเวลาและข้อห้ามในการขายอุปกรณ์เพื่อบีบให้ผู้บริโภคที่ถึงรอบการเปลี่ยนอุปกรณ์ต้องซื้อในระบบดิจิทัล ส่วนญี่ปุ่นใช้วิธีออกใบอนุญาตขายผู้บริโภคในการเปลี่ยนอุปกรณ์และ อังกฤษเลือกถ่ายทอดรายการสำคัญ เช่น ฟุตบอลโลก และโอลิมปิกเกมส์ผ่านระบบดิจิทัลเท่านั้น แต่ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านในแต่ละประเทศจะใช้เวลาเร็วช้าก็ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับไทยนั้นอาจใช้เวลาเร็วกว่า 8 -10 ปีก็เป็นได้ ถ้าผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์การรับชมที่ทันสมัยและมีช่องรายการต่างๆที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดผู้บริโภคเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคไทยจะปรับตัวรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้รวดเร็วและยังนิยมรับชมโทรทัศน์เพื่อเข้าถึงสาระและความบันเทิงมากกว่าช่องทางอื่น

หากทีวีดิจิทัลอลเกิดช้า จะส่งผลกระทบต่ออย่างไร ?

1. ผู้ให้บริการ-ผู้รับบริการมีความเสี่ยงที่จะไม่มีอุปกรณ์คุณภาพดีใช้งานภายหลังปี 2015 เนื่องจากทั่วโลกจะเริ่มยกเลิกการผลิตในระบบอนาล็อก ส่งผลให้อุปกรณ์มือสองจากทั่วโลกจะหลั่งไหลเข้ามาขายในไทยแต่อุปกรณ์มือหนึ่งจะหาได้ยากขึ้น

2. ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีจะเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการเข้าถึงผู้บริโภคได้ถึง 90% ของครัวเรือนไทยภายในปี 2015 จากปัจจุบันที่มีอัตราการเข้าถึงผู้บริโภคอยู่ที่ 50 - 60% ทำให้ดิจิทัลทีวีที่เกิดขึ้นในภายหลัง อาจไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค และ ลดความน่าสนใจลงทุน



3.รายได้จากโฆษณากว่า 6 หมื่นล้านบาทจะยังคงกระจุกตัวอยู่กับฟรีทีวีเดิมทั้ง 6 ช่อง เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าแย่งส่วนแบ่งรายได้ค่าโฆษณา

เมื่อทีวีดิจิทัลเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อเชิงบวกอย่างไร ?

1.ภายใน 3 - 5 ปีแรกนับจากนี้หากแผนแม่บทของกสทช. เป็นไปตามเป้าหมายจะมีครัวเรือนที่รับชมดิจิทัลทีวีตามเมืองใหญ่สูงถึง 80% ทำให้มียอดขายกล่องรับสัญญาณ (Set-top box) หรือการซื้อโทรทัศน์ใหม่ที่รองรับระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้นรวมกันอย่างน้อย 7.2 ล้านเครื่อง

2.เกิดการแตกตัวทางธุรกิจแบบใหม่ อาทิ ผู้รวบรวมรายการผู้รวบรวมสัญญาณและผู้ให้บริการเสริมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระจายตัว

ของรายได้ไปยังผู้ให้บริการในส่วนต่างๆและเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น

3.การวัดเรตติ้งโฆษณาจะมีความแม่นยำและเชื่อถือได้มากขึ้นประกอบกับช่องรายการที่หลากหลายแต่แยกประเภทชัดเจนจะทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถทุ่มงบประมาณโฆษณาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น



ใครเสียประโยชน์ เมื่อทีวีดิจิทัลเกิดขึ้น ?

ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์รายเดิม จะได้รับผลกระทบจากจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น และการแตกตัวของห่วงโซ่อุปทานที่จะเกิดการแบ่งสรรรายได้ออกไป หากไม่สามารถลงทุนดำเนินกิจการได้เองตลอดทั้งห่วงโซ่ในส่วนผู้ผลิตรายการเพื่อขายสถานีโทรทัศน์นั้น ก็จะได้รับผลกระทบทางอ้อมจากรายได้ของสถานีที่อาจลดลงจากการกระจายค่าโฆษณาไปยังจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้น และ ต้องแข่งขันกันด้วยคุณภาพรายการที่รุนแรงขึ้น

ทีวีดิจิทัลในประเทศไทยมีกี่ประเภท? อย่างไรบ้าง?

ทีวีดิจิทัลในประเทศไทย เบื้องต้น กสทช. กำหนดไว้ 48 ช่องรายการนั้น แบ่งเป็น 3 ประเภท

1.ประเภทสาธารณะ 12 ช่อง * ใช้หลักเกณฑ์ Beauty Contest

2.ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง* ใช้วิธีการประมูล

3.ประเภทชุมชน 12 ช่อง

เมื่อช่วงต้นปี 2556 หลังจากกสทช. ได้ประกาศหลักเกณฑ์การจัดสรรทีวีดิจิทัลประเภทสาธารณะจำนวน 12 ช่อง โดยใช้หลักเกณฑ์ Beauty Contest ในการพิจารณาออกใบอนุญาต นักวิชาชีพ และนักวิชาการ ได้มีการเคลื่อนไหวเพื่อขอให้ กสทช. ทบทวนหลักเกณฑ์พิจารณาการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลประเภทสาธารณะ ทั้งในรูปแบบจดหมายเปิดผนึก แลกเปลี่ยนและการจัดเวทีวิชาการต่างๆ อาทิ เวทีเสวนา "ทีวีสาธารณะ (ดิจิทัล) เพื่อใคร?" เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2556 และแถลงการณ์จากสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2556 เรื่อง ขอให้คณะกรรมการกิจการ

กระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)ทบทวนมติเรื่องการกำหนดการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะ 12 ช่อง

และเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2556 องค์กรวิชาชีพสื่อ 4 องค์กรประกอบด้วย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ได้ทำจดหมายเปิดผนึกองค์กรวิชาชีพสื่อเรียกร้อง กสทช.ออกหลักเกณฑ์การให้ใบอนุญาตทีวีดิจิทัลต่อประเภทบริการสาธารณะ โดยพิจารณาในอัตราใหญ่ 11คน ย้ำประกาศหลักเกณฑ์ให้ใบอนุญาตโครงข่ายต้องโปร่งใส เป็นธรรม และ ไม่เลือกปฏิบัติ





สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

**แถลงการณ์สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
เรื่อง ขอให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(กสทช.) ทบทวนมติเรื่องการกำหนดการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะ 12 ช่อง**

จากการที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) มีมติเห็นชอบ 3 ต่อ 2 เสียง ในการกำหนดช่องรายการสำหรับกิจการบริการสาธารณะโทรทัศน์ระบบดิจิทัล จำนวน 12 ช่องรายการ ซึ่งมีการกำหนดประเภทและคุณสมบัติผู้มีสิทธิยื่นขอใบอนุญาตได้ตามมาตรา 10 ใน พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ทีวีดิจิทัลสาธารณะ 12 ช่องตามกำหนดของ กสท.แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกจัดให้แก่ผู้ประกอบการรายเดิมคือช่อง 5 ช่อง 11 และไทยพีบีเอส (ในส่วนของไทยพีบีเอส นอกจากได้ช่องที่ทีวีดิจิทัลสาธารณะตามสิทธิการเป็นผู้ประกอบการรายเดิมแล้วยังได้เพิ่มอีก 1 ช่องภายใต้บันทึกข้อตกลงเบื้องต้น (MOU) ที่ทำไว้กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ขณะที่อีก 8 ช่องนั้น กสท. จะพิจารณาออกใบอนุญาตตามคุณสมบัติ (Beauty Contest)

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เห็นว่ามติของ กสท. เป็นการละเมิดเจตนารมณ์การปฏิรูปสื่อที่จะต้องกระจายคลื่นความถี่ที่อยู่ในการครอบครองของรัฐไปสู่สาธารณะ แต่มติของ กสท.กลับเป็นการมอบคลื่นความถี่ที่เป็นช่องบริการสาธารณะไปให้กับหน่วยงานของรัฐ โดยที่ กสท. ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ใดๆ

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย จึงขอเรียกร้องให้

- 1.กสทช. ทบทวนมติในการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะทั้ง 12 ช่องเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อและเพื่อให้เป็นไปตามหลักการของทีวีสาธารณะอย่างแท้จริง
- 2.กสทช. ต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาการให้ใบอนุญาตตามคุณสมบัติ (Beauty Contest) ให้ชัดเจน โดยจะต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนของสังคมอย่างรอบด้าน
- 3.กสทช. ไม่ควรเร่งรีบการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะพร้อมกันทั้ง 12 ช่องในครั้งเดียวกัน โดยขอให้พิจารณาจากความจำเป็น และ คุณภาพของเนื้อหารายการ ที่จะนำเสนอเนื้อหาเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 4.ในการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะ กสทช. ต้องไม่ทำให้โครงสร้างการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์บิดเบี้ยวเกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ทั้งนี้เนื่องจากการออกใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการประมูล ค่าธรรมเนียมรายปี และสามารถหารายได้จากการโฆษณาได้โดยไม่จำกัด

ทั้งนี้สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย จะติดตามเรื่องนี้อย่างใกล้ชิด และหาก กสทช.ไม่มีการแก้ไข ทบทวนมติดังกล่าว สมาคม ฯ จะใช้ช่องทางตามสิทธิในรัฐธรรมนูญต่อไป

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
31 มีนาคม 2556





จดหมายเปิดผนึก องค์กรวิชาชีพสื่อ เรียกร้อง กสทช. ออกหลักเกณฑ์การให้ใบอนุญาตทีวีดิจิตอล ประเภทบริการสาธารณะ โดยพิจารณาในบอร์ดใหญ่ 11 คน ย้ำประกาศหลักเกณฑ์ให้ใบอนุญาตโครงข่าย ต้องโปร่งใสเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติ

จากการที่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กำลังพิจารณาการให้ใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิตอลในประเภทต่างๆ อีกทั้งกำลังอยู่ระหว่างร่างหลักเกณฑ์ประกาศ การคัดเลือกผู้ได้รับการจัดสรรคลื่นทีวีในระบบดิจิตอลประเภทธุรกิจ แต่กลับไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ สำหรับประเภทบริการสาธารณะ โดยในจำนวน 12 ช่อง มติเสียงข้างมาก กสท. 3 ต่อ 2 เห็นชอบที่จะ อนุญาตให้ผู้ประกอบการรายเดิมคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.5) สถานีวิทยุโทรทัศน์ แห่ง ประเทศไทย (สทท.11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสทดลองออกอากาศในระบบดิจิตอลไปก่อนทั้งที่ยังไม่มี รายละเอียดขั้นตอนกระบวนการพิจารณาใดๆ เพื่อขอรับใบอนุญาต โดยจะพิจารณาจัดสรรช่องที่เหลืออีก 8 ช่องด้วยอำนาจของ กสท. เอง

องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ยังยืนยันความ จำเป็นและขอเรียกร้องให้ กสท. ต้องออกหลักเกณฑ์และกติกาในการคัดเลือกผู้เหมาะสมที่จะรับใบอนุญาต การประกอบกิจการโทรทัศน์ดิจิตอล เนื่องจากกิจการสื่อสารมวลชนเป็นสมบัติของสาธารณะ อีกทั้งมีผล กระทบต่อสังคมโดยรวมอย่างกว้างขวาง การพิจารณาให้ใครเป็นผู้ได้รับสิทธิประกอบกิจการโดยเฉพาะใน กลุ่มบริการสาธารณะและชุมชน จึงต้องผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างรอบคอบโปร่งใสตรวจสอบได้เพื่อให้ การแข่งขันเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

ทั้งนี้ องค์กรวิชาชีพสื่อข้างต้นขอเรียกร้องให้ กสท. ได้เร่งรัดการออกหลักเกณฑ์เพื่อพิจารณาคัดเลือก ผู้รับใบอนุญาตฯ โดยต้องคำนึงถึงกระบวนการมีส่วนร่วมจากประชาชนอย่างกว้างขวาง อีกทั้งต้องนำเข้าสู่ การพิจารณาของที่ประชุมคณะกรรมการ กสทช. ชุดใหญ่ 11 คน เพราะเป็นเรื่องสำคัญจึงต้องพิจารณา อย่างรอบคอบแทนที่จะพิจารณาจากคณะกรรมการ กสท. เพียง 5 คน

นอกจากนี้ ในการประกาศหลักเกณฑ์ให้ใบอนุญาตบริการสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการ โครงข่ายฯ ซึ่งต้องประกาศก่อนการพิจารณาให้ใบอนุญาตฯ ควรต้องกำหนดกระบวนการที่เปิดเผย โปร่งใส และ เปิดให้ภาคส่วนต่างๆ ได้มีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางด้วยเช่นเดียวกัน

หากกสท.ไม่กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนประกาศต่อสาธารณะจะถือว่าขัดต่อแผนแม่บท (Road Map) ของ กสทช. เองที่กำหนดให้ต้องมีประกาศหลักเกณฑ์ และวิธีการรวมทั้งเงื่อนไขการจัดสรรคลื่นความถี่ซึ่ง เป็นสมบัติของส่วนรวมอันอาจนำไปสู่การฟ้องร้องคดีทางศาลจากผู้เสียหาย หรือผู้มีส่วนได้เสียอันเนื่องจาก การที่ กสท. ละเลยต่อหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด"

ทั้งนี้ องค์กรวิชาชีพสื่อยังเห็นว่า กสทช. ไม่จำเป็นต้องให้ใบอนุญาตฯ ไปพร้อมกันทั้ง 12 ช่องในคราว เดียวแต่ควรพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อ อย่างแท้จริง

องค์กรวิชาชีพสื่อ เชิญชวนให้ประชาชนร่วมกันติดตามตรวจสอบการทำงานของ กสทช. ในประเด็น ต่างๆ อย่างใกล้ชิด และ เข้าไปมีส่วนร่วมในการพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ ดังกล่าวเพราะเกี่ยวข้องกับ ประโยชน์ของประชาชนโดยตรง

13 พฤษภาคม 2556

สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย



นอกจากนี้ยังมีเวทีวิชาการเมื่อวันที่ 24 เม.ย. 2556 ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานกสทช. ร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดสัมมนาวิชาการเรื่อง "ทีวีดิจิทัล...จุดเปลี่ยนประเทศไทย" ตอน "ทีวีดิจิทัลสาธารณะ" ขึ้นโดยมีกลุ่มนักวิชาการ นักวิชาชีพสื่อ และ ผู้สนใจเข้าร่วม แลกเปลี่ยนจำนวนมากโดยการสัมมนาครั้งนี้มุ่งหวังให้เห็นถึงมิติความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เมื่อประเทศไทยเปลี่ยนระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล

การสัมมนาเริ่มด้วยการปาฐกถา"จากจุดเริ่มต้นปฏิรูปสื่อสู่ทีวีดิจิทัล" โดย รศ. จุมพล รอดคำดี อดีตกรรมการวิทยากร่าง พ.ร.บ. จัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 ที่เน้นย้ำถึงหลักคิดของการปฏิรูปสื่อว่าเพื่อให้เกิดการวางกติกาการใช้ของสัญญาณเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริงซึ่งต้องมาพิจารณาว่าเป็นไปเช่นนั้นหรือไม่ โดยในอดีตสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้น รัฐเป็นผู้ใช้มาก่อนนับจาก พ.ศ.2498 ที่มี พ.ร.บ.ฉบับแรก เนื้อหาให้หน่วยงานของรัฐถือครองสิทธิคลื่นความถี่ไม่มีเขียนว่าประชาชนมีสิทธิเข้าครอบครองชี้ให้เห็นว่าสื่อของรัฐเข้ามายึดครองทรัพยากรของชาติมาแต่เริ่มปัญหาคือทำอย่างไรให้สื่อเหล่านี้ประชาชนได้เข้าถึงได้ เมื่อพ.ศ. 2535 เกิดเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ เกิดการต่อสู้ด้านการสื่อสารครั้งสำคัญ เพราะถ้าประชาชนมีสิทธิรับรู้ข้อมูลก็เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจว่าจะใครถูกผิด นักวิชาการนิเทศศาสตร์ บอกว่าต้องปฏิรูปสื่อ ในแนวคิดใหม่แนวคิดประชาธิปไตยให้สิทธิประชาชนแสดงออกอย่างเสรี ประชาชนถือครองคลื่นความถี่ที่เป็นทรัพยากรสาธารณะของชาติที่ไทยเป็นเจ้าของร่วมด้วย

ซึ่งการปฏิรูปจะต้องอยู่บนหลักการสำคัญคือ - ต้องกระจายการถือครองการใช้คลื่นความถี่ และประชาชนมีส่วนร่วมในการใช้ และกระจายโอกาสทั่วถึงเท่าที่จะทำได้โดยให้มีการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรมการปฏิรูปจะต้องอาศัยแนวคิดนี้เป็นหลัก โดยมีหลักประกัน คือ มาตรา 40 เขียนว่า - คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรสาธารณะที่ประชาชนใช้ได้ และเสนอให้มีองค์กรอิสระเข้ามาทำหน้าที่การจัดการคลื่นความถี่และข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และในรัฐธรรมนูญ ปี 2550 - มีหลักประกันเสรีภาพด้านสื่อ และ ประชาชนที่จะได้ประโยชน์จากการใช้สื่อด้วย

การประกอบกิจการขณะนี้แบ่งเป็นประเภททีวีบริการสาธารณะ ทีวีธุรกิจและทีวีชุมชน 3 เขียนไว้ชัดเจนในกฎหมายและบอกว่าการบริการลักษณะไหนทำอะไร แต่สิ่งที่เป็นอยู่เกิดข้อกังขาเรื่องการจัดสรรช่องสัญญาณและรายการแนวทางการเปลี่ยนผ่านมีกำหนดชัดเจนเป็นรูปธรรมอยู่ แต่สิ่งสำคัญคือกสทช.กำหนดให้ 48 ช่อง เป็นบริการสาธารณะ 12 ช่อง ชุมชน 12 ช่อง ธุรกิจ 24 ช่อง (แบ่งเป็น SD 17 และ HD 7 ช่อง) และ ในบริการสาธารณะก็แบ่งเป็น 3 หมวด

"เราอยากเห็นการแบ่งช่องสัญญาณเพื่อประโยชน์สังคมแท้จริงหรือไม่ประชาชนมีโอกาสได้รับข่าวสารหลากหลายจริงหรือไม่ เราอยากเห็นการปราศจากการผูกขาดประชาชนเลือกรับสื่อได้อย่างหลากหลายและมีคุณภาพสื่อก็ต้องทำงานภายใต้กรอบจริยธรรม มีสถานีได้รับการรองรับ หรือ ได้คลื่นไปโดยปริยาย แต่สิ่งสำคัญ คือการบริการสาธารณะมีนิยามว่าอย่างไรที่จะเป็นเกณฑ์ว่าใครจะได้ใช้หรือไม่ได้ใช้ สิ่งเหล่านี้สังคมต้องช่วยกันดูและตรวจสอบ"

จากนั้นเป็นเวทีอภิปรายผ่านมุมมองของนักวิชาการด้านต่างๆในช่วงอภิปราย "อนาคตทีวีดิจิทัลสาธารณะในมุมมองนักวิชาการด้านสื่อและกฎหมาย" วิทยากรประกอบด้วย ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต รมะนันท์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดร.มานะ ตรียาภิวัฒน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยศ.ดร.นันทวัฒน์ บรมานันท์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินรายการโดย ดร.ธีรรัตน์ พันทวี นักวิชาการสื่ออิสระ

การเปลี่ยนระบบอนาล็อกสู่ทีวีดิจิทัลจะทำให้เกิดการแข่งขันใหม่หรือไม่อย่างไร

ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต รมะนันท์ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกล่าวว่า เทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าแบบใหม่ซึ่งต่างจากอนาล็อกที่มีเพียงผู้ผลิตรายการ ดังนั้นอำนาจจะไปกองอยู่ที่สถานีโทรทัศน์เป็นหลักเพราะสถานีโทรทัศน์จะเป็นผู้เลือกกว่าจะให้ใครเข้าช่องเช่าช่วงรายการแต่หากเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิทัล ทาง กสทช. หรือ กสท. มีการจัดประเภทการประกอบกิจการโทรทัศน์ เป็นสองส่วนด้วยกัน คือ ตามรูปแบบของ





มศ.ดร.พิรงรอง รามสูต วัฒนินันท์
คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ดร.มานะ ตริยาภิวัฒน์
คณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย



ศ.ดร.นันทวัฒน์ บรมานันท์
คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การประกอบกิจการตามใบอนุญาต เช่น บริการ
สาธารณะ บริการชุมชน และบริการธุรกิจแต่ในขณะ
เดียวกันก็ดูหวังโซ่ คุณค่าในการประกอบกิจการก็จะ
แบ่งเป็นช่องรายการเป็นโครงข่าย เพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวก ดังนั้นการประกอบกิจการจะถูกขอย่อยย่อทำให้
ผู้ที่เข้าสู่ตลาดรายใหม่จะมีช่องทางเข้าได้มากขึ้น

ทั้งนี้คำว่า บริการสาธารณะ Public Service
Broadcasting เป็นศัพท์ที่ตรงตัวอยู่แล้วไม่ควร
แยกคำ หากพูดถึงทีวีสาธารณะว่าเป็นสื่อทีวี Public
Service Broadcasting ในรูปแบบของทีวีซึ่งมี
Radio มาก่อน จริงๆ แล้วตามวิวัฒนาการ Public
Service Broadcasting มีการกระจายเสียงและ
แพร่ภาพเพื่อบริการสาธารณะเกิดขึ้นในแถบยุโรป
ตะวันตกในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และถือว่าเป็น
sector หลักในการแพร่ภาพและกระจายเสียง

อย่างไรก็ตามคุณค่าของสื่อสาธารณะอยู่ที่การ
มองคนเป็นพลเมืองมากกว่าที่จะเป็นผู้บริโภคและ
มองในแง่ของการสื่อสาร หรือ การสร้างวัฒนธรรม
สร้างสังคม มากกว่าการสร้างเศรษฐกิจหาเลี้ยง
ตัวเอง อีกทั้งในแง่การสื่อสารว่าการสื่อสารที่จะก่อ
เกิดสื่อบริการสาธารณะนั้นจะต้องสร้างพื้นที่บริการ
สื่อสาธารณะที่เป็นพื้นที่ของประชาธิปไตยทุกคน
สามารถจะเข้าร่วมได้สามารถที่จะแลกเปลี่ยนถก
เถียงอภิปรายจากกลุ่มตัวแทนต่างๆ และนำไปสู่ข้อ
สรุป หรือนำไปสู่การขยายผลต่อรองนโยบายต่อผู้
มีอำนาจด้วยก็ตาม นั่นคือพื้นที่สาธารณะ

จะอย่างไรให้เป็นพื้นที่สาธารณะ คิดว่า
หลักการพื้นฐาน คือทุกคนต้องเข้าถึงได้เพราะมี
ความเป็นสาธารณะอย่างเช่น BBC ในอังกฤษ CDC
ในแคนาดา NHK ในญี่ปุ่นค่อนข้างเห็นในความ
หลากหลายเพราะมีหลากหลายกลุ่ม หลากหลาย
เชื้อชาติในสังคม เป็นต้น

*“ในแง่กฎหมายไทย Public Service Broad
casting (PSB) จะต้องมียกขบวนราชการที่เป็น
อิสระจากรัฐ ต้องสนองตอบผลประโยชน์ของ
สาธารณะ ต้องปกป้องผลประโยชน์จากการถูกครอบ
งำทางการเมืองหรือทางธุรกิจ เรื่องเนื้อหารายการ
จะต้องมีความหลากหลาย มีคุณภาพสูงเน้นให้
ความรู้ให้ข้อมูลให้ความบันเทิงส่วนด้านการบริหาร
จัดการในองค์กร PSB รวมทั้งมีบอร์ดบริหารที่มี
ความเป็นอิสระจากรัฐ และ จะต้องถูกการันตีใน
กฎหมาย”*

ประเด็นข้างต้น ถ้าเราไปดูท.ร.บ.องค์การ
แพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะแห่งประเทศไทย
ปี 2551 ซึ่งเป็นที่มาของไทยพีบีเอส ซึ่งจะมี
ความชัดเจน คือ บอร์ดบริหารของไทยพีบีเอสจะ
ต้องมาจากไหนที่มาคืออะไร และ จะทำอะไรให้มี
ความโปร่งใสและอิสระจากการครอบงำทุน และรัฐ
จะต้องตอบใจของสังคมได้ และ จะต้องมีความ
สามารถในการถูกตรวจสอบ

ทั้งนี้ รายได้ส่วนใหญ่จะต้องมาจาก Public
funding เช่น BBC ใช้วิธีเสียค่าภาษีเครื่องรับ
โทรทัศน์ อย่างญี่ปุ่นก็ได้รับสนับสนุนจากรัฐบาล
แบบครึ่งต่อครึ่ง อย่างไทยพีบีเอส ถูกออกแบบมา
โดยการใช้ภาษีบาป ถ้าหากมาเปรียบเทียบกับกฎหมาย
ไทยแบ่งประเภทบริการสาธารณะ ซึ่งแปลตรงตัวคือ
Public Service Broadcasting แบ่งเป็นสามรูป คือ
แบบที่ 1 สาธารณะเพื่อสาธารณะ
แบบที่ 2 สาธารณะเพื่อความมั่นคง (ปลอดภัย)
แบบที่ 3 สาธารณะเพื่อความเข้าใจอันดีระหว่าง
รัฐกับประชาชนผ่านผู้พิการเข้ามาด้วย แต่การนิยาม
PSB ของประเทศไทยไม่ตรงกับนิยามของสากลอาจ
เป็นความเข้าใจผิด



ปฏิรูปสื่อที่สำคัญโดน - นำไปสู่การปฏิรูปสังคมอย่างไร?

สำหรับประเด็นการแบ่งช่องทีวีบริการสาธารณะที่เหมาะสมนั้น ผศ.ดร.พิรงรอง แสดงความเห็นว่ายประโยชน์สาธารณะ คือสิ่งที่ประชาชนสนใจ ถ้ามองว่าละครก็เป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจเพราะวัดจากเรตติ้งซึ่งเราต้องมองว่าสิ่งที่ประชาชนสนใจคือสิ่งที่จะต้องจรรโลง ยกระดับสติปัญญา

ทั้งนี้กรณีการแบ่งช่องถ้าเรามองการปฏิรูปสื่อคือการพยายามสร้างเนื้อหาในรูปแบบใหม่ ซึ่งไม่ได้มีอยู่ในทีวีกระแสหลักแบบเดิม เราก็จะเห็นเรื่องราวสาระประโยชน์ ซึ่งอาจเป็นคำกว้างมากอย่างวิทยุชุมชนก็มีข้อกำหนดว่าสาระประโยชน์แต่เมื่อถึงเวลากำกับดูแลจริงๆแล้ว กสทช.จะมีการกำกับดูแลแบบใดเพราะ กสทช. ไม่สามารถเข้าไปกำกับดูแลได้ อย่างวิทยุที่จัดรายการเพลง หากเขาเขียนผังรายการว่าสาระบันเทิงสลับการเปิดเพลงและพูดในส่วนนี้ กสทช.ก็เข้าไปกำกับดูแลยาก

นอกจากนี้เรื่องใบอนุญาตทีวีดิจิทัลสาธารณะจะต้องมีการประเมินศักยภาพผู้ใช้ประโยชน์จากทีวีดิจิทัลสำหรับการประมวลหรือการนำข้อมูลเพื่อเสริมศักยภาพทางการสื่อสารของประชาชนด้วยว่ามีศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากทีวีดิจิทัลสำหรับประมวล หรือ นำเสนอข้อมูลของตนเองเพื่อเสริมศักยภาพการสื่อสารของประชาชนได้ เช่น ตัวอย่างของ NHK BBC มีสิ่งที่เรียกว่า Digital Archives สิ่งต่างๆที่เขานำเสนอไปในอดีตนั้นสามารถถูกประเมินโดยผู้ชม แต่ไม่ใช่ผู้ชมทุกคนเฉพาะคนที่จ่ายค่า License Fee ถ้าตนเป็น กสทช. ก็จะพิจารณาจากตรงนี้ด้วย

ผศ.ดร.พิรงรอง กล่าวทั้งทำยว่า ไทยต้องกลับมาที่คิดว่าการปฏิรูปสื่อคืออะไร ในต่างประเทศก็จะมีกรณีกรณีให้ปฏิรูปองค์กรกฎหมาย การกำกับดูแลโครงสร้างการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ (ของไทยเน้นการเข้าถึง และการใช้ประโยชน์ในคลื่นความถี่ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ใช้ในการสื่อสาร) หรือ อาจจะเป็นเรื่องการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอาจจะเป็นเรื่องการส่งเสริมพลังของสื่อให้เป็นอิสระเพราะถ้าเรามองว่าตอนนี้สื่อไม่เป็นอิสระเราก็ต้องดูว่าจะเสริมตรงส่วนไหนชุมชนใช้หรือไม่

อีกประการหนึ่ง คือเรื่องของการสร้างความรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญของการปฏิรูปสื่อ เพราะยังมีช่องทางการเสพสื่อหรือบริโภคสื่อมากอำนาจของ กสทช. ในการมอนิเตอร์ก็ยังไม่ค่อยละเอียด เพราะฉะนั้นจะสร้างอย่างไรให้ผู้รับสื่อสามารถคิด วิเคราะห์วิจารณ์ได้สุดท้ายการสร้างวิถีปฏิบัติในสื่อซึ่งก็คือเรื่องของจรรยาบรรณวิชาชีพจริยธรรมและการยกระดับมาตรฐานในการทำงานของสื่อ

ทั้งหมดนี้ คือแนวทางการปฏิรูปสื่อ ถามว่าถ้าเป็นทีวีดิจิทัลจะทำได้ทั้งหมดนี้ไหมก็คงทำได้บางข้ออย่างการรู้เท่าทันสื่อไม่น่าจะทำได้ เพราะคนทำสื่อไม่ถึงว่าเป็นหน้าที่ ซึ่ง กสทช. ต้องตอบโจทย์ว่าจะตอบโจทย์ทีวีสาธารณะและทำให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรมอย่างไร

ทีวีดิจิทัลสาธารณะ กับจุดเปลี่ยนของประเทศ

อ.ดร.มานะ ตรีวิทยาภรณ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กล่าวว่า แม้เทคโนโลยีเป็นการก้าวข้ามเรื่องการจำกัดคลื่นความถี่ต่างๆ แต่ที่ผ่านมามีข่าวสารเรื่องทีวีดิจิทัลยังทราบไม่ทั่วถึง สาธารณะยังไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มที่ ทั้งที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ หากเรามีทีวีดิจิทัลสิบช่องเพิ่มอีกก็สิบสามสิบช่องหรือร้อยช่องก็ตาม แต่เนื้อหายังเป็นแบบเดิม โครงสร้างการถือครองยังเป็นแบบเดิม มันก็ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงหรืออาจย้อนกลับไปยุคเดิมด้วยซ้ำ คำถามคือ เราจะยอมทิ้งสิ่งที่เรารองต่อสู้อันนี้หรือไม่ สิ่งที่เราเจออยู่ในกรอบคิดแบบเดิมการปะทะความคิดแบบเดิมในยุคแรกคลื่นความถี่ถูกจำกัดเอาไว้ว่าเป็นความถี่ของรัฐเพื่อสื่อสารกับประชาชนสื่อแบบ one way communication สื่อสารด้านเดียว แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจการเมืองระบบต่างๆ ถูกตั้งคำถามคำว่า "ความมั่นคง" ถูกตั้งคำถามว่ามันเป็นความมั่นคงของใครคำว่า "รัฐ" คือ รัฐแบบใดซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วโลก

กรณีที่ กสทช. บางท่านระบุว่าอย่าพูดคำว่า "ทีวีสาธารณะ" ให้พูดคำว่า "ทีวีบริการสาธารณะ" นั้นมันมีนัยที่ชัดเจนว่า บริการออกไปสู่ประชาชนประชาชนเป็นผู้รับบริการแต่ประชาชนไม่มีส่วนร่วม



ตนมองว่าตรรกะผิดเพี้ยนไป ถ้าเป็นที่วิสาหธารณะคือการเปิดให้มีการสื่อสารทั้งสองทางหรือหลายทางมากขึ้นคำว่า ดิจิทัล มันเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารได้หลากหลายช่องทางกันมากขึ้นผู้ส่งสารสามารถส่งไปยังผู้รับสารได้ ส่วนผู้รับสารผู้ฟังผู้ชมทีวีหากไม่ฟังพอใจสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทันทีคำถามคือผู้ที่จะบริหารช่องหรือคลื่นความถี่ยังใช้กรอบคิดแบบเดิม ในการจำกัดคิดสื่อสารด้านเดียวหรือไม่อย่างไร

ทั้งนี้ เมื่อมีการแบ่งรายการประเภทที่หนึ่งจัดสรร แบ่งช่องที่ 5 - 7 วัตถุประสงค์คือการศึกษา การศึกษา ศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ สุขภาพอนามัย กีฬาหรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน ประเภทที่สองช่อง 8 - 9 เป็นเรื่องความมั่นคงและความปลอดภัย ประเภทที่สามวัตถุประสงค์เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลประชาชนและรัฐสภากับประชาชน และการกระจายข้อมูลส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนแก่คนพิการคนด้อยโอกาส หรือ กลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือ บริการข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอื่น

คิดเห็นอย่างไรในการแบ่งประเภทข้างต้นและของไทยควรแยก ไทยพีบีเอส หรือ มีบริการสาธารณะอีกต่างหาก?

ดร.มานะ กล่าวถึงประเด็นดังกล่าวว่า การทำความเข้าใจกับประชาชนเป็นสิ่งสำคัญเป็นบทบาทหน้าที่หนึ่งในการเปลี่ยนผ่านของ กสทช. ที่จะต้องอธิบายให้กับประชาชนเข้าใจมากกว่า จะไปแจกกล่องเพื่อเปลี่ยนจากอนาล็อกเป็นดิจิทัลอย่างเดียว ซึ่งเรื่องของทีวีสาธารณะหลักใหญ่คือต้องการเปิดพื้นที่ให้กับประชาชนพลเมือง โดยเฉพาะคนตัวเล็กตัวน้อย คนชายขอบที่ไม่มีสิทธิ์เสียงที่จะพูดหรือเรื่องที่ประชาชนได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของรัฐ เช่น เชื้อปนปากมูล รวมถึงเรื่องอื่นๆ ภายใต้แนวคิดการพัฒนาประเทศ การพัฒนา

ประชาธิปไตยของรัฐ ซึ่งคนที่ได้รับผลกระทบไม่มีสิทธิ์และเสียงที่จะพูดได้แย้งใดๆ ทั้งสิ้น ผ่านสื่อการจะได้ออกสื่อแต่ละครั้งคนตัวเล็กตัวน้อย จะต้องประท้วงปิดถนน แต่แนวคิดทีวีสาธารณะคือต้องการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนคนตัวเล็กตัวน้อยและจะต้องมีเวทีกลางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น หากยังมีการจำกัดสิทธิการเข้าถึงสื่อของคนตัวเล็กตัวน้อยเขาก็ไปหาช่องทางอื่นเอง ไม่ว่าจะเป็นช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือ กระทำการอย่างอื่นเองเพื่อที่จะทำให้เสียงเขาดังขึ้น ถ้าเราไม่ต้องการที่จะจำกัด เราก็ต้องเปิดเวทีให้ประชาชนแต่ปัญหาคือแนวคิดของกสทช.ถ้ายังยึดแนวคิดแบบเดิมว่าคลื่นวิทยุคลื่นโทรทัศน์เป็นของ กสทช. เป็นของรัฐซึ่งแนวคิดนี้จะมีปัญหาตามมารัฐจะต้องแก้ปัญหาความขัดแย้งอื่นๆ ที่ระเบิดตามมามากมาย

"ไม่อยากคาดเดาว่าทีวีสาธารณะที่บอกว่าแบ่งคลื่นความถี่ต่างๆ แล้วนั้น ตอนนี้อยู่กันเกือบทั้งหมดแล้วมีเพียง 4 - 5 ช่อง ที่เหลือพื้นที่ที่จะให้คนอื่นเข้ามาเป็นสาธารณะนอกนั้นกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ติดตัวหรืออยู่ในช่องบริการแรกๆ ถ้ากดช่องบู๊ก็เจอบู๊เป็นต้น เขาสามารถหาประโยชน์เพิ่มเติมได้ รายได้เพิ่มเติมที่เป็นงบประมาณจากประชาสัมพันธ์ของกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ และงบประมาณจากโครงการต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจที่จะไหลเข้ามาและยังไม่เน้นการเช่าช่วงให้ไปดำเนินการต่อ ผมไม่อยากให้เกิดกลุ่มธุรกิจต่างๆ แย่งกันเข้ามาสนับสนุนหน่วยงานรัฐ ที่เป็นทีวีสาธารณะเพื่อหวังผลประโยชน์บางอย่างต่อเนื่องตามมา"

ปฏิรูปสื่อสู่การปฏิรูปสังคม?

ดร.มานะกล่าวว่า ดังที่ได้กล่าวไปว่าการจะปฏิรูปสื่อ ต้องเปิดพื้นที่ให้คนอย่างหลากหลายเพื่อให้เขามีโอกาสแสดงความคิดเห็น มีเวทีที่ได้พูดได้สื่อสารออกไป เพราะที่ผ่านมาตั้งแต่มีการใช้คลื่นวิทยุโทรทัศน์ มันถูกจำกัดโดยกลุ่มที่เรียกว่า รัฐและทุนแต่พื้นที่ให้คนทั่วไปมีน้อยมากแต่ถ้าปฏิรูปสื่อไปแล้ว คลื่นทั้งหมดจัดสรรแล้ว สถานการณ์ยังเหมือนเดิมคือ ประชาชนยังได้รับข้อมูลชุดเดียวแบบเดิม ประชาชนยังไม่มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างประชาชนไม่มีโอกาสที่จะได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันปัญหาต่างๆ ก็ยังมีอยู่คำถาม คือคนที่



เจอปัญหาจะทำอย่างไร ก็ต้องดีนรนาทางออก ทางอื่นเพื่อที่จะชิงพื้นที่สื่อ

"การปฏิรูปสื่อจะไม่เกิดขึ้นเลยหากว่าคนทั่วไป รู้สึกว่า มันยังงี้ก็ได้ เพราะฉะนั้นคิดว่าจังหวะที่จะก้าวต่อไปกลุ่มคนจากภาคส่วนต่างๆ คงต้องแสดงตนให้มากขึ้นว่า ถ้าจะปฏิรูปสื่อโดยเฉพาะสื่อที่เขาเปิดช่องไปแล้วตั้งแต่ต้นว่าเป็นทีวีสาธารณะ แต่เมื่อมันยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง เราจะยอมกัน อยู่ต่อไปไหม ถ้าไม่ยอมเราจะเลือกทางใดต่อ"

ทีวีสาธารณะ ทีวีบริการสาธารณะทีวีของรัฐ ทีวีความแบบใดที่เหมาะสมกับในบริบทไทยแลนด์?

ศ.ดร.นันทวัฒน์ บรรมานันท์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่าถ้าถามว่า ทีวีดิจิทัลเป็นจุดเปลี่ยนของประเทศไทยหรือไม่ ตนมองว่ามันอาจจะเป็นไปได้ แต่ขึ้นอยู่กับตัวรายการว่ารายการควรจะต้องตอบสนองประชาชนอย่างไรคำว่าสาธารณะนั้นไม่มีใครเป็นเจ้าของซึ่งเงินที่ใช้ในการจัดรายการทีวีมาจากภาษีของประชาชน ส่วนที่ทีวีของรัฐมันมีความชัดเจนอยู่แล้ว เช่น เมื่อมีการปฏิวัติก็กลายเป็นทีวีของรัฐ

ส่วนที่ทีวีบริการสาธารณะ ตนเข้าใจว่าเป็นศัพท์ด้านกฎหมายมหาชนแท้จริงแล้วคำว่า "บริการสาธารณะ" ในประเทศไทยเพิ่งนำมาใช้ไม่กี่ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ เป็นกิจการที่อยู่ในความอำนาจการหรืออยู่ในความควบคุมของฝ่ายปกครองที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองส่วนรวมของประชาชน "อยู่ในความอำนาจการ" หมายความว่า ฝ่ายปกครองเป็นผู้ดำเนินการเอง ในขณะที่คำว่า "อยู่ในความควบคุม" หมายความว่าฝ่ายปกครองให้คนอื่นไปดำเนินการซึ่งมีหลายระบบ เริ่มตั้งแต่มีการตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้นมา มีการมอบให้ท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการกิจการ หรือแม้กระทั่งเปิดให้สัมปทานให้เอกชนไปดำเนินการก็ได้ เพราะฉะนั้นบริการสาธารณะจะต้องมีส่วนส่วนที่หนึ่งจะต้องยึดโยงกับรัฐ ส่วนที่สองจะต้องตอบสนองประชาชน บริการสาธารณะประเภทแรกทางวิชาการใช้คำว่า บริการสาธารณะทางปกครองเป็นการใช้อำนาจรัฐเพื่อจัดระบบสังคมเพื่อให้อยู่กันอย่างสงบ เช่น กิจการทหารตำรวจ ความมั่นคง แนวนโยบายของรัฐเรื่องเศรษฐกิจต่างๆ และบริการสาธารณะประเภทที่สอง คือ บริการสาธารณะทาง

อุตสาหกรรม และการค้า ประเภทนี้จะเป็นการบริการที่ตอบสนองของประชาชน

ศ.ดร.นันทวัฒน์กล่าวต่อไปว่า แม้จะมีทีวีดิจิทัลแต่ไม่มีคนดูทำไปมันก็ไม่มีความหมาย ดังนั้นการที่จะทำให้มีคนดูหรือไม่มีนั้น มันขึ้นอยู่กับรายการและการจัดแบ่งช่องรายการนั้น จะเป็นเรื่องที่สำคัญมากซึ่งการแบ่งช่องนั้น ทาง กสทช.เองได้ไปศึกษาดูของเคเบิลทีวีหรือไม่ว่าคนเขาดูช่องใดเยอะหรือช่องใดน้อย ซึ่งการแบ่งช่องของราชการนั้นเป็นสิ่งที่น่ากลัวมันมีคำถามว่าจาก 12 ช่อง จะแบ่งให้เป็นเจ้าของช่อง หรือเป็นเจ้าของช่วงเวลาซึ่งตนไม่ทราบว่าหน่วยงานต่างๆ มีทั้งหมดเท่าไรแล้วจะแบ่งอย่างไรเพราะมีองค์กรต่างๆ เยอะมากและจะมีคนดูหรือไม่

"ถ้าเป็นบริการสาธารณะแล้วแต่ไม่ตอบสนองประชาชน สุดท้ายมันก็ไม่ใช้บริการสาธารณะเป้าหมายคือจะทำอย่างไรให้มันตอบสนองประชาชนได้มากที่สุดมากกว่ากำหนดว่าใครจะเป็นเจ้าของช่อง"

มติ กสทช.ที่ไม่ถามสังคม?

ศ.ดร.นันทวัฒน์ กล่าวว่า กฎหมายด้านการปกครองมันมีหลักพื้นฐานว่า ฝ่ายปกครองทำอะไรต้องโปร่งใสและตรวจสอบได้ ในอดีตเราเคยมีกฎหมายจำนวนมากที่ให้ดุลพินิจฝ่ายปกครองแต่ช่วงหลัง ตั้งแต่ปี 2539 เรามีกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการปกครองออกมา เขาก็บังคับแล้วว่าการใช้ดุลพินิจต้องมีเหตุผลประกอบว่าทำไมถึงใช้ดุลพินิจแบบนี้การจะออกเป็นประกาศหรือไม่เป็นประกาศตนเข้าใจว่าคนออกประกาศ จะต้องรับรู้อยู่



แล้วว่าจะออกหรือไม่ออก ถ้าจะออกเพราะต้องการให้ทุกอย่างมันชัดเจนมีกติกา มันก็ควรจะออกในอดีตมันอาจจะไม่มีประเด็นนี้ แต่ในปัจจุบันนี้มีประเด็นการฟ้องขอให้ศาลปกครองเพิกถอน

"ควรจะออกเพื่อจะให้เห็นความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ ลำพังแค่บอกว่ามันอยู่ในกฎหมายแล้ว 7 - 8 ฉบับมันไม่่ง่ายสำหรับประชาชน หรือคนที่จะเข้าไปตรวจสอบ ซึ่งถ้ามีประกาศจะทำให้เห็นหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและคนที่ได้รับใบอนุญาตจะได้ภายใต้หลักการเดียวกัน ไม่ได้ได้โดยหลักดุลพินิจ"

ศ.ดร.นันทวัฒน์ กล่าวสรุปว่าปัญหาของไทยมันวนมาจากจุดเริ่มต้นจุดเดียว ก็คือ ตอนที่เรามีรัฐธรรมนูญ 40 เรามีการตั้งองค์กรต่างๆเป็นจำนวนมากในขณะที่เราไม่ได้เตรียมคนที่จะเข้าสู่องค์กรนั้นเพราะคนที่อยู่ในองค์กรต้องสุดยอดต้องมีความรู้ด้านนั้น แต่ปัจจุบันเราอาจจะโชคดีมีคนที่มีรู้ตรงในบางองค์กร แต่ก็ยังมีบางองค์กรได้คนไม่รู้ปัญหามันจึงเกิดขึ้น



ทิวทัศน์ : สงครามแย่งชิงคนดู

ขอขอบคุณข้อมูลจาก www.positioningmag.com



ราม เชื้อสถาปนศิริ

ราม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการด้านสื่อ ได้เขียนบทความและวิเคราะห์ประเด็นนี้ ใน Positioning Magazine เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2556 ไว้ว่า อุตสาหกรรมโทรทัศน์ยุคดิจิทัล จะกลายเป็นทั้งวิกฤติและโอกาสของคนทำสื่อ มันอาจเป็นการแจ้งเกิดสำหรับบางช่อง และ อาจเป็นการแจ้งดับของฟรีทีวีบางช่อง? อย่างน้อยๆ ช่องสื่อสาธารณะ เช่น ช่อง NBT ช่อง 5 และ ช่องไทยพีบีเอส ก็อาจดูเป็นวิกฤติมากกว่าช่องโทรทัศน์เชิงพาณิชย์อย่างช่อง 3, 7 และ 9

ความน่าสนใจในรายการโทรทัศน์ยุคดิจิทัล จะเป็นสิ่งพิสูจน์ว่า "เนื้อหาเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด" (Content is the king!) นั่นเป็นเพราะว่า ต้นทุนของการผลิตโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจะลดลงถึงจุดที่ต่ำในระดับที่ผู้ประกอบการระดับกลาง (ทุนการผลิต 1 - 5 ล้านบาท) สามารถผลิตรายการดี ๆ ได้โดยใช้อุปกรณ์ไม่มาก ยกตัวอย่างเช่นผู้ผลิตเนื้อหาในระบบยูทูปวี ที่สามารถถ่ายทำคลิปวิดีโอได้ง่ายๆ ด้วยโทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายภาพได้ในระดับความคมชัดสูง และ นำมันไปตัดต่อเรียบเรียงเป็น



รายการในเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และ นำไปอัปโหลดเพื่อออกอากาศในระบบยูทูปวีสดริ่มมิ่ง หรือจะเป็น On-demand (สะดวกดูเมื่อไหร่ก็ได้ตามใจคุณ)ในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลที่เน้น"คลังรายการมากกว่าผังรายการ"

นอกจากนี้โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ยังไม่ได้พึ่งพิง "การเฝ้ารอเฝ้าชมตามผังเวลาออกอากาศ"อีกต่อไป หรือที่เรียกว่า "Linear Program" ซึ่งผู้คนต้อง "ตามดูให้ทันตามเวลาการออกอากาศ" แต่พวกเขาสามารถกำหนดความสนใจของตัวเองได้ตามใจชอบการดูรายการนั้นๆ จึงเป็นแบบ "ไม่ใช่เส้นตรงตามตารางเวลา"แต่เป็นตาม"ความสะดวกส่วนตัว" หรือ ที่เรียกว่าพฤติกรรมกรรรับชมแบบไม่ใช่เส้นตรง (Non-linear)

ในอนาคตการรับชมจะเป็นทั้ง 2 แบบได้พร้อมๆกันคือ ชมตามผังเวลาของสถานีและตามความสะดวกขณะนั้น"กฎความน่าสนใจของรายการ" จึงถูกโอนย้ายไปอย่างเต็มที่ ที่ตัวเนื้อหารายการ ไม่ใช่ความน่าสนใจที่ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการรับชม

อีกเหตุผลหนึ่งคือ "ดาราร/ตัวแสดง/คนดัง" จะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการกำหนดความน่าสนใจหรือความสำเร็จเสมอไปเพราะแนวคิดโทรทัศน์ดิจิทัลนี้ กำลังเกิดขึ้นพร้อมๆ กับ แนวคิดโทรทัศน์สื่อสังคม (Social TV) ที่ที่คนธรรมดาาก็กลายเป็นดารา คนดังได้เช่นเดียวกัน

และโทรทัศน์ก็ไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะ ค่ายใหญ่ ช่องใหญ่เช่นเดิมอีกต่อไปแต่เกิดบริษัทลูกย่อยๆ อีกมากมาย ที่จะเป็นช่องทางที่หลากหลายเพื่อระบายสินค้า ดารา คนดัง คนธรรมดาที่น่าสนใจก็จะกลายเป็น "ตัวนำพาเนื้อหา" นั้นๆ ไปยังผู้ชมได้ไม่ยากจะไม่มีค่ายใหญ่แต่จะมีค่ายกลางๆ และเล็กๆ (ซึ่งค่ายเล็กๆเหล่านี้จะอยู่ภายใต้ค่ายใหญ่ๆอีกที) เพราะต้นทุนการผลิตสื่อโทรทัศน์ที่ต่ำลง ช่องทางเลือกที่หลากหลายราคาที่ใช้จ่ายเพื่อการเข้าถึงจะถูกและต่ำลงเสมือนดูฟรีและค่ายเล็กควมน่าสนใจและคุณภาพรายการจะถูกตัดสินกันที่เนื้อหาเพียงอย่างเดียว

คนดู : เป้าหมายเฉพาะกลุ่ม-ลงลึกมากกว่าเดิม การกำหนดเป้าหมายคนดูโทรทัศน์ในวันนี้และวันหน้าจะไม่ใช้การกำหนดเป้าหมายแบบเดิมอีกต่อไป

ที่เน้นแบบ "มวลชน" (Mass) แต่จะกำหนดที่กลุ่มเป้าหมายแบบจำเพาะเจาะจงมากขึ้นเป็นกลุ่มตลาดแบบเล็กมากขึ้น (Niche) และมีโฆษณาลักษณะทางประชากรศาสตร์แบบเดิมๆ เช่น เพศ วัย รายได้ อายุ อาชีพ แต่ยังคงลึกถึง "ค่านิยมวิถีชีวิตทัศนคติความคิดความเชื่อ ชุดประสบการณ์ความสนใจเฉพาะทางลักษณะทางวัฒนธรรม"

ซึ่งเป็นตอบสนองและแม่นยำในการกำหนดฐานผู้ดู ผู้ชม ที่หวังผลแม่นยำ และนำไปสู่การวางแผนการเผยแพร่ตามช่องทางสื่อที่เหมาะสมได้มากกว่าเดิม

ใครลำบาก? ดูเหมือนว่า สื่อสาธารณะจะตกอยู่ในสถานการณ์ที่ลำบากมากขึ้นไปอีกเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งเฉลี่ยทั้งปีพบว่าช่อง 5 (สื่อสาธารณะเพื่อความมั่นคง) ช่อง NBT สื่อสาธารณะเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาล รัฐสภา และประชาชนและสื่อสาธารณะเพื่อการศึกษา วัฒนธรรม และ ความแตกต่างหลากหลายอย่าง ช่อง ไทยพีบีเอส กลับมีส่วนแบ่งรวมกันอยู่ที่ราวๆ 10% เท่านั้น

น้อยที่สุดคือ ช่อง 11 NBT ที่ทำส่วนแบ่งผู้ชมได้ราว 2-3% ใกล้เคียงกับรองบีวายอย่างไทยพีบีเอสที่ 3-5% ใกล้เคียงกับช่อง 5

ที่น่ากลัวคือ ช่อง 3 - 7 นั้น สามารถหารายได้จากการโฆษณาได้ และ ก็กวาดบโฆษณานิภาคธุรกิจไปได้กว่า 80% เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม นั่นเป็นเพียงตัวเลข "ในเด็กฟรีทีวี"แต่ถ้ามองเด็กคนดูทีวีทั้งหมดที่รวมเอาเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมมาด้วย ก็จะพบว่าสื่อเชิงพาณิชย์ คือ ฐานกำลังหลักที่สื่อสาธารณะ เช่น ไทยพีบีเอส ช่อง 5 กองทัพบก และ ช่อง NBT กรมประชาสัมพันธ์ แทบเป็นฝุ่นธุลี!

ข้อมูลเรตติ้งจากนิลเสน เดือนกรกฎาคม (15 - 21 ก.ค. 2556) พบว่า สัดส่วนคนดูทีวีดาวเทียมกับเคเบิลทีวีทั่วประเทศ (นับที่คนดูอายุ 4 ปีขึ้นไปทุกเพศทุกวัย) มีมากถึง 34.8%!

และที่เหลือ คือ ฟรีทีวี ซึ่งแบ่งออกเป็น ช่อง 7 (ครองอันดับหนึ่ง 32.4%), ตามด้วยช่อง 3 คนดู 22.7%, ช่อง 9 อสมท. 4.2%, ช่อง 5 กองทัพบก 3.9%, ช่อง ThaiPBS 1.1% และอันดับสุดท้าย คือ ช่อง 11 หรือ NBT มีเพียง 0.9%



พื้นที่กรุงเทพฯ กับปริมณฑล ช่อง 3 มีส่วนแบ่งคนดู 30.4%, ช่อง 7 มีส่วนแบ่งคนดู 21.8%, ช่อง 9 มีส่วนแบ่งคนดู 4.9 %, ช่อง 5 มีส่วนแบ่งคนดู 4.5%

ThaiPBS มีส่วนแบ่งคนดู 1.2% และอันดับสุดท้าย NBT มีเพียง 1%

ขณะที่ทีวีดาวเทียมกับเคเบิลทีวีรวมกัน มีส่วนแบ่งคนดูรวม 36.1 % พื้นที่หัวเมืองในเขตเทศบาลทั่วประเทศ ช่อง 3 มีส่วนแบ่งคนดู 28%, ช่อง 7 มีส่วนแบ่งคนดู 21%, ช่อง 9 มีส่วนแบ่งคนดู 4.8%, ช่อง 5 มีส่วนแบ่งคนดู 4.3%, ThaiPBS มีส่วนแบ่งคนดู 1.4% และสุดท้าย NBT มีส่วนแบ่งคนดู 0.9% ขณะที่ทีวีดาวเทียมกับเคเบิลท้องถิ่นรวมกันมีส่วนแบ่ง คนดู รวม 39.5%

พื้นที่ชนบทนอกเขตเทศบาลทั่วประเทศ ช่อง 7 มีส่วนแบ่งคนดู 39.2%, ช่อง 3 มีส่วนแบ่งคนดู 19%, ช่อง 9 มีส่วนแบ่งคนดู 3.9%, ช่อง 5 มีส่วนแบ่งคนดู 3.6%, ช่อง ThaiPBS กับ NBT มีส่วนแบ่งคนดูเท่ากันคือ 0.9% ส่วนทีวีดาวเทียมกับเคเบิลท้องถิ่น มีส่วนแบ่งคนดูรวมกันเท่ากับ 32.5%

โดยสรุป ส่วนแบ่งผู้ชมทีวีดาวเทียมกับ เคเบิลท้องถิ่น เทียบกับฟรีทีวี อยู่ที่สัดส่วน 35% ต่อ 65% หรือ คนดูฟรีทีวีเป็น 2 ใน 3 ของระบบโทรทัศน์ทั้งหมด แต่บโฆษณากลับไม่สะท้อนเช่นนั้น เพราะเอชวีแอลเห็น พบว่าสัดส่วนโฆษณาที่ฟรีทีวีกวาดไปได้

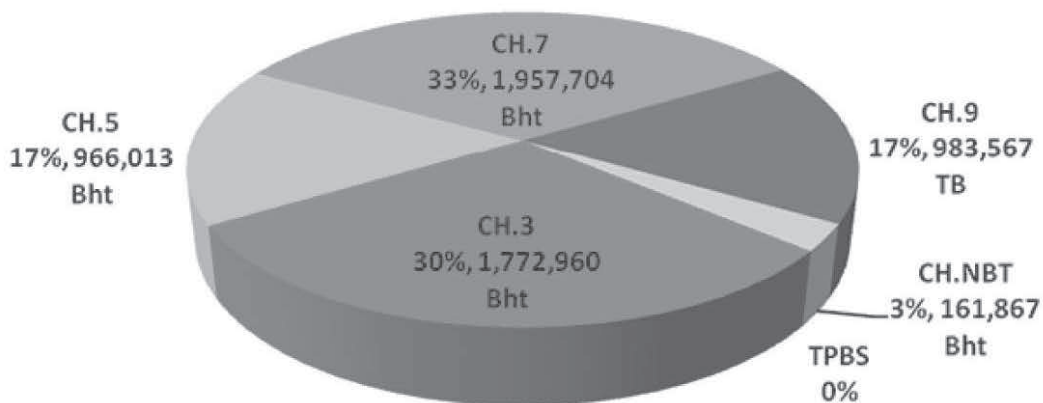
นั้นมากถึง 86.2% (34,203 ล้านบาท) ขณะที่ทีวีดาวเทียม/เคเบิลทีวีมีเพียง 13.8% (5,467 ล้านบาท) ซึ่งเพิ่มมาจากปีที่แล้ว เพียง 1% เท่านั้น!

ยิ่งชัดเจนมากขึ้น เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งบโฆษณาในรอบ 6 เดือนแรกเทียบกันดูแล้วส่วนแบ่งของทีวีดาวเทียมกับเคเบิลทีวียังมีแค่ 13.8% ประมาณ 5,467 ล้านบาท เทียบกับฟรีทีวี 86.2% ประมาณ 34,203 ล้านบาท แม้ว่าเมื่อเทียบกับปีที่แล้วในช่วงเดียวกัน ส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาของทีวีดาวเทียมกับเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นประมาณ 1% จาก 12.7% และฟรีทีวี 87.2%

นี่แสดงให้เห็นว่าโทรทัศน์ฟรีทีวี (3 กับ 7) ยังเป็นที่เบ้มีในวงการโทรทัศน์!

เฉพาะฟรีทีวี ! ลองดูส่วนแบ่งโฆษณาเดือนกรกฎาคม2556 พบว่าช่อง 7 สามารถดึงบโฆษณาไปได้มากที่สุด กว่า 33% หรือ 1,957,704,000 บาท (หรือ 1.957 พันล้านบาท) รองลงมาคือช่อง 3 คือ 30% คิดเป็นเม็ดเงิน 1,772,960,000 บาท หรือ 1.777 พันล้านบาท ขณะที่ช่อง 9 ได้เม็ดเงินโฆษณา 17% คิดเป็น 983,567,000 บาท ช่อง 5 ได้ไปใกล้เคียงกัน 17% คิดเป็น 966,013,000 บาท และน้อยที่สุดคือ ช่อง NBT คือ 3% คิดเป็น 161,867,000 บาท ส่วนไทยพีบีเอส ไม่มีบโฆษณา เพราะกฎหมายกำหนดห้ามมีโฆษณา!

ส่วนแบ่งบโฆษณาในฟรีทีวี เดือน กรกฎาคม 2556 หน่วย %, บาท
ที่มา AC Nielsen Thailand



ฝากการบ้านถึง กสทช. ก่อนและหลังประมูลทีวีดิจิทัล



อ ดิ ศ ก ฎ ดี ลี ม ป ร ุง พ ี ฒ น กั ว
กรรมการอำนวยการ

บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

ได้ฝากการบ้านถึง กสทช. ทั้งก่อน และ หลัง การประมูลทีวีดิจิทัล ผ่านบทความ "คิดใหม่ วันอาทิตย์ วิพากษ์วิจารณ์การเมือง เศรษฐกิจ <http://www.oknation.net/blog/adisak/> ไว้ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

การบ้านก่อนประมูลทีวีดิจิทัล โครงข่าย : ค่าเช่า-ครอบคลุม-เข้าถึง (1 ก.ย. 56) ค่าบริการโครงข่ายดิจิทัลทีวีน่าจะประกาศได้ในช่วงกลาง ธ.ค. 2556 ก่อนประมูล 30 วัน แต่หลังการยื่นซองประมูลในช่วงวันที่ 27 - 29 ธ.ค. ที่ผู้ประมูลจะต้องตัดสินใจแล้วว่า จะยื่นซองประมูลช่องดิจิทัลทีวีประเภทอะไร

ที่สำคัญในช่วงวันยื่นซองจะต้องวางหลักประกันการประมูลด้วยการใช้ "เงินสด" หรือ "เช็คที่ธนาคารสั่งจ่าย" ที่เป็นเช็คลงวันที่ไม่เกิน 3 วันทำการ ผู้ประมูลจะต้องตัดสินใจหาหลักประกันเงินสดโดยยังไม่รู้ตัวเลข "ค่าบริการโครงข่าย" ที่จะเป็นต้นทุนที่แพงกว่าเงินค่าประมูลเงื่อนไขเช่นนี้ มองได้อย่างเดียวคือการบีบบังคับให้เหลือผู้ประมูลรายใหญ่ที่มีสถานะการเงินเข้มแข็งเท่านั้น

รายละเอียดที่มีฐานะการเงินพอสมควร แต่ไม่สามารถหา "เงินสด" มาวางเป็นหลักประกันล่วงหน้าจะถอดใจได้

กสทช. กำหนดหลักประกันขั้นต่ำ 10 % เป็น "เงินสด" ของราคาประมูลขั้นต่ำของแต่ละประเภท ช่องวาไรตี้ประเภทความคมชัดสูง (HD) ราคาขั้นต่ำ 1,510 ล้านบาท หลักประกันเงินสด 151 ล้านบาท

ช่องวาไรตี้ประเภทความคมชัดปกติ (SD) ราคาขั้นต่ำ 380 ล้านบาท หลักประกัน 38 ล้านบาท ช่องข่าวคมชัดปกติ 220 ล้านบาท หลักประกัน 22 ล้านบาท และช่องเด็กและครอบครัว 140 ล้านบาท หลักประกัน 14 ล้านบาท

การประมูลยังระบุด้วยว่า กสทช. มีสิทธิยึดเงินค้ำประกันได้กรณีที่ผู้เข้าประมูล หรือผู้ชนะประมูล ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการประมูล กฎการประมูล หรือเงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาต แม้จะเป็นกฎมาตรฐานของการวางหลักประกัน แต่การกำหนดให้ยื่นซองประมูลก่อนจะรู้ "ต้นทุนค่าบริการโครงข่าย" เป็นการสร้างภาระให้ผู้เข้าประมูลมากเกินไป

ผมคิดว่าประเด็นนี้ กสทช. น่าจะรับฟังคำร้องขอที่แทบจะเป็น "คำวิงวอน" อยู่แล้วให้ กสทช. ตอบคำถามหรือบอกรายละเอียดของการออกใบอนุญาต ผู้ให้บริการโครงข่าย 4 ราย (Multiplexer) คือช่อง 5 กองทัพบก ช่อง 9 อสมท. ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีอายุ 15 ปี ทำไมกสทช. ไม่ใช้วิธี "ประมูล" โครงข่ายเหมือนกับประมูลช่องดิจิทัลทีวีแต่กลับใช้วิธี "ยกให้" หน่วยงานรัฐ และ รัฐวิสาหกิจได้ใบอนุญาตไปเลย



โดยไม่เปิดโอกาสให้เอกชนอีกหลายรายที่แสดงความสนใจในการเข้าประมูลโครงข่ายเช่นกัน เช่น กลุ่มสามารณ, กลุ่มอินทัช, บริษัททีโอที, บริษัทซิสโก้, บริษัทล็อกเสย์ ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้วผู้ให้บริการโครงข่ายจะเป็นผู้ครอบครอง "คลื่นความถี่" โดยตรง ไม่ใช่ผู้ประมูล "ช่องรายการ" แต่อย่างใด

ผู้ประมูลช่องรายการดิจิทัลทีวี 3 ประเภท น่าจะเป็นแค่ "ประมูลสิทธิ์ถือใบอนุญาต" การใช้คลื่นความถี่ที่อยู่ในการบริหารของผู้รับใบอนุญาตโครงข่าย หรือ MUX ที่ กสท. อนุญาตให้แพร่ภาพช่องดิจิทัลทีวี MUX ละ 8 ช่องแบ่งเป็นแบบ SD 6 ช่อง และ HD 2 ช่อง

ตัวเลขรอบแรกที่ กสท. ใช้ในการพิจารณาออกใบอนุญาตผู้ให้บริการโครงข่าย 4 รายเท่าที่มีการเปิดเผยในวงแคบประเมินว่าทั้ง 4 รายจะมีรายได้จากค่าบริการโครงข่ายรวมกันประมาณ 36,000 ล้านบาทสูงกว่าราคาประมูลขั้นต่ำของ 24 ช่องดิจิทัลทีวีที่ กสท. ประกาศออกมารวมกันได้ประมาณ 15,900 บาท ซึ่งอาจจะสูงขึ้นจากการประมูลไม่น่าจะสูงขึ้นไปถึง 1 เท่าตัว อาจจะสูงขึ้นไปเฉลี่ยประมาณ 50 - 60 % เป็นประมาณ 20,000 - 25,000 ล้านบาท

กองทัพบกเสนอราคาค่าบริการโครงข่าย ช่อง SD ปีที่หนึ่ง 18 ล้านบาท, ปีที่สอง 30 ล้านบาท ปีที่สาม 48 ล้านบาท, ปีที่ 4-15 ปีละ 60 ล้านบาท รวมช่องละ 816 ล้านบาท และช่องแบบ HD ปีที่หนึ่ง 54 ล้านบาท ปีที่สอง 90 ล้านบาท ปีที่สาม 144 ล้านบาท และ ปีที่ 4 - 15 ปีละ 180 ล้านบาท รวม 2,448 ล้านบาท

อสมท. เสนอราคาค่าบริการโครงข่าย ช่อง SD ปีที่หนึ่ง 60 ล้านบาท ปีที่สอง 61.8 ล้านบาท ปีที่สาม 63.6 ล้านบาท ปีที่ 4-15 ปีละ 65.52 ล้านบาท รวมช่องละ 971.64 ล้านบาท ส่วนช่องแบบ HD ยังไม่พร้อมเสนอราคา

กรมประชาสัมพันธ์ เสนอราคาค่าบริการโครงข่ายช่อง SD ปีที่หนึ่ง 28.8 ล้านบาท, ปีที่สอง 38.4 ล้านบาท, ปีที่ 3-15 ปีละ 48 ล้านบาท รวมช่องละ 691.2 ล้านบาท และช่อง HD ปีที่หนึ่ง 84 ล้านบาท ปีที่สอง 120 ล้านบาท ปีที่ 3-15 ปีละ 144 ล้านบาท รวมช่อง HD 2,076 ล้านบาท

ไทยพีบีเอส เสนอราคาค่าบริการโครงข่ายช่อง SD ปีที่หนึ่ง 24 ล้านบาท ปีที่สอง 38.4

ล้านบาท ปีที่สาม 43.2 ล้านบาท และปีที่ 4 - 15 ปีละ 48 ล้านบาท รวมช่องละ 681.6 ล้านบาท และช่องแบบ HD ปีที่หนึ่ง 54 ล้านบาท, ปีที่สอง 86.4 ล้านบาท, ปีที่สาม 97.2 ล้านบาท และปีที่ 4 - 15 ปีละ 108 ล้านบาท รวมช่องละ 1,533.6 ล้านบาท

ตัวเลขเหล่านี้ถ้าหาก กสท. ต้องการให้เงินประมูลสูงขึ้นน่าจะพิจารณาควบคุมเพดานราคาค่าบริการโครงข่าย "ขั้นสูง" โดยใช้มาตรฐานที่สูงกว่าไทยพีบีเอสเล็กน้อยที่เสนอราคาต่ำที่สุดก็ได้เพื่อช่วยให้ผู้รับใบอนุญาต MUX มีกำไรบ้างตามสมควรเพราะไทยพีบีเอสเป็นเจ้าของ "เสาหลัก" มากที่สุด 34 ฐานจาก 39 ฐาน ที่เหลือ 5 แห่งเป็นของ อสมท. ไทยพีบีเอส ย่อมมีต้นทุนที่ต่ำกว่ารายอื่น

แม้ตัวเลขของไทยพีบีเอสจะถือว่าต่ำกว่าทุกราย แต่หากเทียบกับการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมของทีวีดาวเทียมในปัจจุบันเฉลี่ยประมาณช่องละ 1 ล้านบาทที่ครอบคลุมทั้งประเทศ ค่าเช่าโครงข่ายดิจิทัลทีวีเมื่อเต็มพื้นที่ไม่น่าจะสูงเกินกว่า 2 - 3 เท่าของค่าเช่าช่องทีวีดาวเทียม

คำถามต่อมากการครอบคลุม Network Coverage ที่ กสท. ได้กำหนดเงื่อนไขการขยายโครงข่ายในปีแรก 50 % ของประชากร, ปีที่สอง 80 %, ปีที่สาม 90 % และปีที่สี่ 95 % ทำไม กสท. ไปกำหนดเวลานานเกินไปหรือเปล่าเพราะลองสอบถามความพร้อมของผู้ให้บริการโครงข่าย

อธิบายว่า "เสาหลัก" 39 ฐานและเสาส่งสถานีฐานหรือ Gap Filler Station อีก 153 แห่งมีอยู่แล้วจะไม่เสียเวลาในการทดสอบสัญญาณvárรับภาพได้หรือไม่ที่เป็นขั้นตอนที่เสียเวลามากที่สุด ผู้ให้บริการโครงข่ายสามารถติดตั้งเครื่องส่งดิจิทัลให้แล้วเสร็จภายใน 2 - 3 ปีเท่านั้น

อยากให้ กสท. ลองทำการบ้านอย่างละเอียดกับผู้ให้บริการโครงข่ายอีกครั้งเพื่อเร่งการขยายฐานเสาส่งให้เร็วขึ้นจะเป็นประโยชน์กับการขยายฐานคนดูให้เพิ่มขึ้นเร็วขึ้น รวมทั้งการรับสัญญาณได้ในอาคาร (Indoor Reception) การรับสัญญาณผ่านอุปกรณ์มือถือ (Mobile Inception) และการรับสัญญาณในรถยนต์ ที่ส่งด้วยความเร็วขั้นต่ำประมาณ 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง



รวมทั้งความชัดเจนในการออกใบอนุญาตกล่องรับสัญญาณ (Set-Top-Box) ที่ควรออกใบอนุญาตให้ก่อนการประมูลเพื่อปล่อยให้กลไก ตลาดของภาคเอกชนแข่งขันกันผลักดันให้กล่องรับสัญญาณรุ่นต่างๆ ที่มีหลายแบบให้เข้าไปในจังหวัดหลักที่โครงข่ายจะเริ่มดำเนินการในปีแรก

เท่าที่ได้ทราบ 15 จังหวัดแรกประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี ระยอง สุโขทัย ขอนแก่น อุดรธานี เชียงราย สระแก้ว นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ และ สิงห์บุรี รวมการเข้าถึงของโครงข่าย 12.4 ล้านครัวเรือน ประมาณ 55 % ของครัวเรือนไทย

คำถามต่อมาคือ อัตราการเข้าถึงดิจิทัลทีวี (Penetration Rate) ที่แม้โครงข่ายขยายครอบคลุมไปแล้วแต่ถ้าหากผู้บริโภคใน 15 จังหวัดแรกไม่ได้สนใจจะซื้อกล่องรับสัญญาณไปติดตั้งกับโทรทัศน์แบบเดิม ก็ไม่มีประโยชน์สำหรับช่องดิจิทัลทีวีใหม่ 24 ช่อง รวมทั้งโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่มีจูนเนอร์รับสัญญาณดิจิทัลทีวีได้ 54 รุ่น 4 ยี่ห้อที่ กสท. เพิ่งอนุมัติให้วางจำหน่ายได้แล้ว หลังจากอันไม่ให้อนุญาตมานานโดยไม่มีเหตุผลแจ้งชัดว่าทำไม? ทำให้ยอดจำหน่ายโทรทัศน์รุ่นเก่าตกต่ำลงไปรวม 30 % ในไตรมาส 1 - 2

หาก กสท. เร่งทำเรื่องเหล่านี้ให้มีความชัดเจนก่อนการประมูลจะทำให้ผู้เข้าประมูลตัดสินใจเพิ่ม "ราคาประมูล" แข่งขันกันได้อย่างไม่ลังเล เพราะคนดูโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทีวีจะเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าตัว

พฤติกรรมของคนดูทั่วโลกกำลังพัฒนาไปสู่การชมโทรทัศน์ผ่าน Second Screen ที่กลายเป็นพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ของคนอเมริกันที่มีสัดส่วนการดูโทรทัศน์ที่เป็นจอที่หนึ่ง (First Screen) ควบคู่ไปกับจอที่สอง (Second Screen) มากถึง 60-70 % เพื่อเข้าสู่การส่งต่อคอนเทนต์ผ่าน Social Media การพัฒนาไปสู่การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากการดูโทรทัศน์ Interactive ฯลฯ คนไทยก็ไม่น้อยหน้าอย่างแน่นอน อากาศเพื่อดิจิทัลทีวี เกิดขึ้นโดยทั่วไปและพฤติกรรมแบบ Second Screen ควบคู่กับ First Screen ก็แพร่หลายมากๆ ในช่วงละครเรตติ้งสูง

การบ้านที่ กสท. ยังไม่ได้ทำ/ศึกษา OZTAM ระบบเรตติ้งออสเตรเลีย (11 ส.ค.56)

การเกิดขึ้นของดิจิทัลทีวีจะเป็นการไปทดแทนโทรทัศน์แบบอนาล็อกในอีกประมาณ 5 ปี เปรียบเสมือน "ตลาดเก่า" ที่มีอยู่ 6 แผง (ช่อง) เปิดมานานร่วม 50 ปี แล้วมีกำหนดเวลายกเลิกการเช่าตลาดแน่นอนแล้ว

เพราะ กสท. กำลังสร้าง "ตลาดใหม่" ที่แบ่งเป็น 24 ร้านค้า (ช่องรายการเชิงธุรกิจ) แล้วกันพื้นที่ไว้ 12 ช่อง สำหรับช่องบริการธุรกิจที่ส่วนใหญ่น่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ และเมื่อไว้สำหรับแผงย่อยๆ สำหรับช่องชุมชน ที่กำหนดให้เป็นสินค้าชุมชนอีกมุมละ 12 แผงย่อย

ตลาดใหม่ดิจิทัลทีวี 24 ช่องกำลังจะเปิดประมูลในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า กสท. ยังมีการบ้านที่ยังไม่ได้ทำ (ยังไม่มีเวลาลงมือทำมากกว่า) อีกหลายข้อเพื่อช่วยทำให้ ECOSYSTEM ของการเกิดขึ้นของดิจิทัลทีวีในประเทศไทยเกิดประโยชน์กับประเทศจริงๆ

ระบบเรตติ้งวัดความนิยมคนดูเป็นโจทย์ใหญ่ที่ กสท. ยังไม่มีเวลาเข้ามาศึกษาอย่างจริงจังจึงว่าควรจะเป็นอย่างไร จึงอยากให้ลองศึกษากรณีประเทศออสเตรเลียที่มีระบบวัดเรตติ้งคนดูโทรทัศน์ที่น่าสนใจ

OZTAM เป็นบริษัทที่เกิดขึ้นมา เพื่อปฏิรูประบบการวัดความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ที่มีปัญหาความไม่น่าเชื่อถือมาเป็นเวลานานช่วงก่อนปี 1999 มาจากการรวมตัวกัน "ลงขัน" ของเครือข่ายโทรทัศน์รายใหญ่ของออสเตรเลีย คือ Seven Network Nine Network Network Ten ABC CBS ที่เป็นทั้งโทรทัศน์แบบ Free to Air และบอกรับสมาชิกโดยมีตัวแทนจากสมาคมวิชาชีพด้านมีเดียของออสเตรเลีย 3 สมาคม เข้าร่วมเป็นผู้สังเกตการณ์ในคณะกรรมการของ OZTAM เพื่อรับรองความถูกต้องน่าเชื่อถือของระบบวัดความนิยมของ OZTAM

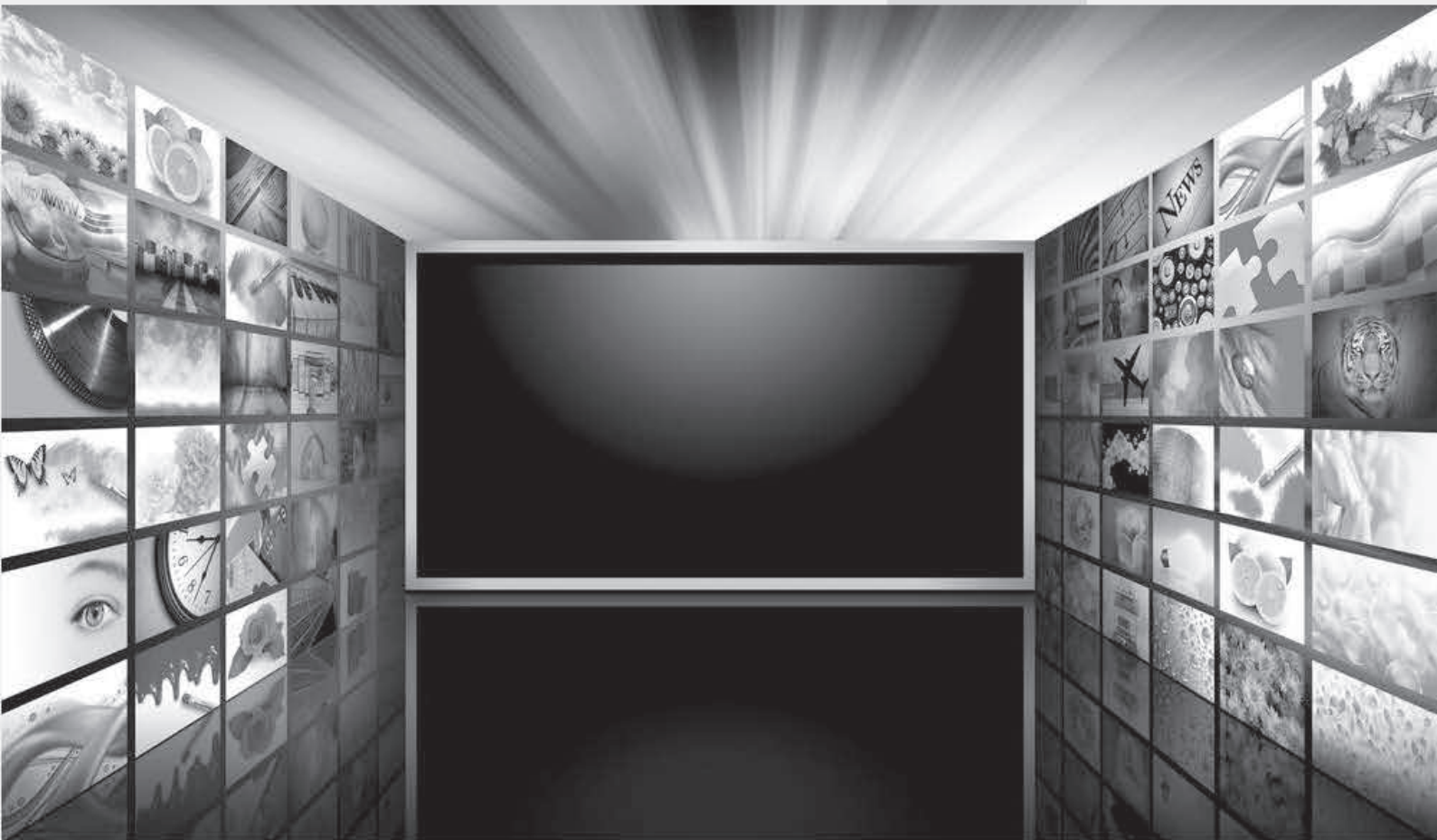
เป้าหมายสำคัญของ OZTAM คือ มีความเป็นอิสระในการจัดทำข้อมูลและยังมีคณะกรรมการด้านเทคนิคจากผู้เชี่ยวชาญของสถานี และ ภายนอกเพื่อให้มีความแม่นยำที่สุด โดยในปี 2005 ได้เริ่มวัดความนิยมของโทรทัศน์ระบบดิจิทัล



ภาคพื้นดิน ปี 2010 พัฒนาไปสู่การวัดในรูปแบบ Time Shift Viewing รวมไปถึงการวัดความนิยม และพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์แบบ Multi Screen ที่ถือเป็นแนวโน้มใหม่ของผู้ชมโทรทัศน์ทั่วโลก ข้อมูลของ OZTAM จะแสดงผลแบบนาฬิกาที่ต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง, 7 วัน และ 365 วันไม่มีวันหยุด ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยทำให้ผู้ผลิตรายการ แต่ละช่องที่เป็นสมาชิกอยู่ประมาณ 100 ช่อง นำไปพัฒนารายการและวางแผนโฆษณา

อย่างไรก็ตาม OZTAM ได้ใช้วิธีการเปิดให้ บริษัทวิจัยหลายๆ แห่งได้นำเสนอรูปแบบการวิจัย

ให้พิจารณาซึ่งแม้ว่าก่อนหน้านี้ บริษัทเนลสัน จะถูกวิพากษ์วิจารณ์ค่อนข้างมากแต่ OZTAM กลับยังเลือกบริษัทเนลสันให้จัดทำระบบการวัดความนิยม และ จัดเก็บข้อมูลภายใต้เงื่อนไขของ OZTAM ซึ่งทำให้สถานีโทรทัศน์ต่างๆ ได้เรทติ้งในแนวทางที่เหมาะสม มากกว่ากำหนดทุกอย่างมาจากบริษัท วิจัยเนลสันฝ่ายเดียว โดยมีตัวแทนสมาคมวิชาชีพ โฆษณาเข้ามามีส่วนร่วมสังเกตการณ์ในคณะกรรมการของ OZTAM





เส้นทางขรุขระสู่ดิจิทัลทีวีอังกฤษ ต้นแบบล้มก่อนสำเร็จ

ก่อนจะไปสู่การประมูลดิจิทัลทีวี 24 ช่องในเดือนต.ค.เราน่าจะย้อนไปศึกษาบทเรียนการเปลี่ยนผ่านจากทีวีแบบอนาล็อกไปสู่ดิจิทัลทีวี (Analog Switch Off : ASO , Digital Switch Over) ของต่างประเทศที่มีข้อพึงระวังให้เป็นบทเรียน แม้ดิจิทัลทีวีของประเทศไทยมาช้าไปพอสมควร แต่น่าจะดีในแง่ "ไม่ควรทำผิดซ้ำ" จนทำให้ ASO ล่าช้ากว่า "อายุ" ประเทศอื่น ๆ ที่ผ่านพ้นมาอย่างลุล่วงทุกเลในหลายประเทศ

ผมขอขอบคุณแหล่งข้อมูลจากหลายๆ แห่งที่สำคัญๆ มาจาก Blog ของ ดร.ลิขเรศ ติรากานต์ นักวิชาการอิสระ ที่ทำวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก Digital TV in Thailand เปรียบเทียบกับออสเตรเลีย ปี 2551 มหาวิทยาลัยแมคควอรี ออสเตรเลีย บทวิเคราะห์ธุรกิจดิจิทัลทีวีที่มีอยู่หลายชิ้น ของทีมวิจัยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ และรายงานการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดทำนโยบายการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลสำหรับประเทศไทยของ NECTEC เมื่อปี 2552

เริ่มจากต้นตำรับประเทศอังกฤษเป็นประเทศแรกๆ ในโลก ที่เริ่มต้นเทคโนโลยีการออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมาตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1998 (พ.ศ.2541) ผ่านขั้นตอนล้มเหลว และ วนวายหลายๆ มาในช่วง 4 ปีแรก กว่าจะประสบความสำเร็จ

สามารถยกเลิกการออกอากาศแบบอนาล็อกทุกพื้นที่บนเกาะอังกฤษได้เมื่อเดือนวันที่ 24 ตุลาคม 2012 ปีที่แล้วนี้เอง รวมระยะเวลาการออกอากาศแบบอนาล็อกมา 76 ปีและงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลมากกว่า 1,000 ล้านปอนด์

ความวุ่นวาย-สับสนเกิดขึ้นในช่วงปี 1998-2002 ที่ถือว่ายังไม่มีความพร้อมทางเทคโนโลยีทำให้ระบบออกอากาศไม่นิ่งไม่มีเสถียรภาพ ถึงขั้นจอดับไปถึงกว่า 1.2 ล้านครัวเรือน

สาเหตุสำคัญยังมาจากคณะกรรมการอิสระเพื่อการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (ITC-Independent Television Commission) หรือ กสทช.ของอังกฤษ เกิดมาขาดความกล้าการ "ผูกขาดข้ามสื่อ" ของกลุ่ม News Corp ที่เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ของเจ้าพ่อสื่อระดับโลก"รูเฟิร์ต เมอร์ด็อก"ที่ถูกเชิญให้ถอนตัวหลังจากถูกชวนให้เข้าร่วมร่วมในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวีในช่วงแรกๆ

เริ่มแรก ITC ออกแบบ Multiplex โครงการขั้วดิจิทัลทีวีไว้ 6 โครงการ แบ่งเป็น 3 โครงการจัดสรรให้ผู้ประกอบการรายเดิม คือ บริษัทกระจายเสียงอังกฤษ BBC Channel 3 (ITV) กับ Channel 4 รวมกันในชื่อ D3&4 และ Channel 5 ส่วนอีก 3 โครงการเก็บไว้ประมูลในภายหลัง



แล้ว ITC เชิญชวนผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิม เข้ามาร่วมดำเนินการด้านคอนเทนต์ของดิจิทัลทีวี คือ Carlton Television, Granada TV, BSkyB ที่เป็นกิจการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของเมอร์ดีอค แต่ต่อมา BSkyB ถูกขอให้ถอนตัวเพราะ ITC กลัวการผูกขาด เพราะในช่วงนั้น BSkyB เป็นแพลตฟอร์มทีวีดาวเทียมที่มีมากถึง 140 ช่อง

นับจากนั้น "สงครามแพลตฟอร์ม" บนเกาะอังกฤษได้ระเบิดขึ้นระหว่าง BSkyB ของเมอร์ดีอค ที่อยู่บนดาวเทียม 140 ช่องแบบบอกรับสมาชิก เป็นส่วนใหญ่มากับกลุ่มคาร์ลตันทีวีและกลุ่มกรานาดาทีวีที่เพิ่งเริ่มต้นแพลตฟอร์มดิจิทัลทีวีที่รวมตัวกันในชื่อ ON digital เริ่มจากแค่ 18 ช่อง

การแย่งชิงลิขสิทธิ์กีฬาฟุตบอลระหว่างกลุ่ม On Digital ที่ตอนหลังเปลี่ยนชื่อมาเป็น ITV กับกลุ่มเมอร์ดีอค เป็นไปอย่างเข้มข้นแทบไม่แตกต่างจากประเทศไทยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงผู้ถือลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกจากทรูวิชั่นเคเบิลทีวีมาเป็นของกลุ่มซีทีเอช (Cable Thai Holding) ด้วยเงินประมูลสูงมากกว่า 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ITV แพ้การเสนอราคาประมูลถือลิขสิทธิ์สโมสรฟุตบอลอังกฤษ "พรีเมียร์ลีก" 5 ปีที่ในช่วงปีนั้นถือเป็น King of Contents ให้กับกลุ่มเมอร์ดีอคที่เสนอราคาสูงมากถึง 304 ล้านดอลลาร์สำหรับการถ่ายทอดสดทุกแมตช์

นายรูเฟิร์ต เมอร์ดีอค บอกว่าต้องการเอาชนะประมูลเพราะถือว่าฟุตบอลพรีเมียร์ลีกเป็นเสมือน Battering Ram เครื่องกระทุ้งกำแพงของกองทหารในสมัยโบราณของธุรกิจ Pay TV ให้เกิดขึ้นให้ได้ สัญชาติญาณดิ้นรนธุรกิจอย่าง "วิชัย ทองแดง" ที่ตัดสินใจเพิ่มราคาประมูลลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก คงไม่ต่างจาก "รูเฟิร์ต เมอร์ดีอค" สักเท่าไร

ทำให้ ITV หันไปสนับสนุนการแข่งขันฟุตบอลในระดับรองๆลงไปและไม่มีลิขสิทธิ์รายการอื่นๆแบบเอ็กซ์คลูซีฟที่มาสู้กับกลุ่มเมอร์ดีอคได้เลย

ในขณะที่เดียวกันเทคโนโลยีดิจิทัลทีวีในช่วงเริ่มต้นเข้าขั้นห่วยขั้นเทพเกิดอาการติด ๆ ดับๆ จากถูกสัญญาณโทรศัพท์มือถือรบกวน กล้องรับสัญญาณดิจิทัลทีวีขาดตลาดระบบบริการลูกค้าแย่งแย่งที่สุดขสข ทำให้ผู้ชมไม่พึงพอใจต่อการรับชมดิจิทัลทีวี

เมื่อเทียบกับอนาล็อกทีวีที่ดูได้อยู่เดิม ในขณะที่ยังมีทางเลือกที่ดีกว่าคือ BSkyB ทีวีดาวเทียมของกลุ่มเมอร์ดีอค ที่มีลิขสิทธิ์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกและรายการดีๆ อีกมากมาย

BSkyB มีช่องรายการมากถึง 140 ช่องและพัฒนาคุณภาพของช่องรายการอยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่การเปิดตัวในปี 1999 ด้วยการทุ่มทุนแจกกล่องรับสัญญาณไปมากกว่า 1 ล้านกล่องที่ทำให้กระทบกระเทือนกล่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวีของ ITV ในปี 2000 BSkyB พัฒนาระบบออกอากาศเป็นแบบ Interactive ได้เป็นครั้งแรกในโลกปี 2003 BSkyB มีสมาชิก 7 ล้านสมาชิก, ปี 2006 เริ่มออกอากาศช่องรายการที่มีภาพคมชัดสูง หรือ High Definition และ ปี 2010 ออกอากาศด้วยระบบ 3D ที่มีสมาชิกเพิ่มเป็นกว่า 10 ล้านสมาชิก และยังให้บริการออกอังกฤษได้อีก

ด้วยคุณภาพช่องรายการที่ดีกว่ามาก ทำให้ BSkyB เอาชนะ ITV ดิจิทัลทีวีภาคพื้นดินได้อย่างราบคาบเบ็ดเสร็จจนถึงขั้น ITV ประกาศยุติการดำเนินธุรกิจในวันที่ 1 พ.ค.2002 ขาดทุนยับเยินกว่า 1,200 ล้านดอลลาร์

ในที่สุด OFCOM ที่เป็น กสทช. ของอังกฤษ ได้ตัดสินใจให้ BBC เข้ามารับช่วงดำเนินการต่อแล้ว จัดสรร Multiplex ใหม่อีก 3 โครงข่าย แล้วชวนให้กลุ่มเมอร์ดีอคเข้ามาร่วมในโครงการดิจิทัลทีวีบางส่วน BBC เป็นหัวหอกในการรวมกล่องรับสัญญาณจากทุกโครงข่ายในชื่อใหม่ FREEVIEW ถือเป็นการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มโทรทัศน์ภาคพื้นดินกับโทรทัศน์ดาวเทียมของเมอร์ดีอค ที่ต่อมากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวีของอังกฤษก็ไปได้สวย จนสามารถยุติการออกอากาศแบบอนาล็อกทีวีไปเมื่อเดือนพ.ย. 2012 นี้เอง

ช่วงเวลาจากปี ค.ศ.1998 - 2002 ถือเป็น 4 ปีที่อยู่ในภาวะผันร้ายของวงการโทรทัศน์อังกฤษที่ไร้เสถียรภาพอย่างที่สุด เริ่มจากก่อตั้งโครงการนี้ด้วยความไม่พร้อมทางเทคโนโลยี ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา จนในที่สุดต้องยอมรับความจริงยุติการออกอากาศที่ทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในหมู่ผู้บริโภคอย่างมาก ว่าแม้กระทั่งกลุ่มคาร์ลตันกับกลุ่มกรานาดาที่เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์รายใหญ่ของอังกฤษยังล้มเหลวไม่เป็นท่าได้



ทำให้ OFCOM ต้องตัดสินใจถึง BBC ที่ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือมากที่สุดมาเป็น "หัวทอก" และยอม "เสียหน้า-เสียหลักการ" เลิกกีดขวางผูกขาดของกลุ่มเมอร์ต็อก ให้เข้ามาร่วมผลักดันโครงการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวีของประเทศประสบความสำเร็จ และ แพลทฟอร์มทีวีดาวเทียมก็ยังเป็นช่องทางรับชมโทรทัศน์ที่สำคัญของคนอังกฤษในการเข้าถึงได้พอๆ กัน และเสริมกันในส่วนพื้นที่

บทเรียนของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทีวีในอังกฤษน่าศึกษามากถึงความล้มเหลวในช่วงต้นแล้ว

สำเร็จในช่วงท้าย กสทช.ไทยคงศึกษารณีอังกฤษมาอย่างดีที่พยายามให้ "ผู้เล่นรายใหม่" บนทีวีดาวเทียมและแพททฟอร์มเคเบิลทีวีเข้ามาแข่งขันในสนามใหม่ "ดิจิทัลทีวี" แต่สิ่งที่ไม่ควรทำอย่างยิ่งคือการให้แต้มต่อกับ "ผู้เล่นรายเก่า" มากเกินไปหรือกำลังใช้วิธีสร้างภาวะ "หลังถ่าน" ให้รายใหม่ในช่วงชำระเงินค่าประมูลในปีต้นๆ และการแบกภาระค่าโครงข่ายสูงๆ ที่ "ผู้เล่นรายเก่า" เป็นผู้ลงทุนได้ประโยชน์ตรงๆ



เส้นทางขรุขระสู่ดิจิทัลทีวีฝรั่งเศส 3 ปีแรกสายใหม่"ตัวแดง"

(16 มิ.ย. 56)

บทเรียนอังกฤษในการเป็น "ผู้บุกเบิก" รายแรกของโลกในการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์แบบอนาล็อกภาคพื้นดินสู่ดิจิทัล ที่ใช้เวลานานที่สุดถึง 14 ปี คงทำให้ประเทศอื่นๆทั้งหมด ในทวีปยุโรปใช้เวลาสั้นกว่าอังกฤษ ส่วนใหญ่อยู่ในระยะเวลา 5 - 8 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการเปลี่ยนผ่านของประเทศฝรั่งเศสที่ใช้เวลา 6 ปี มีปัจจัยแวดล้อมที่เทียบเคียงได้กับประเทศไทยมากที่สุด

อ่านข้อมูลกระบวนการเปลี่ยนผ่าน Analog Switch-off : Digital Switch-over ของประเทศฝรั่งเศสแล้ว น่าจะสรุปได้ว่าคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จำลองการออกแบบการเปลี่ยนผ่านไปสู่ Digital Terrestrial Television มาเกือบทุกกระบวนการผลลัพธ์จะออกมาแบบเดียวกันหรือไม่ โปรดติดตามอย่ากะพริบตา

ยกเว้นอย่างเดียวที่แตกต่างกันเลย คือฝรั่งเศสใช้วิธี Beauty Contest ในการออกใบอนุญาตรายเก่าและรายใหม่ทั้งส่วนของโครงข่าย Multiplex ที่ออกแบบไว้ 6 โครงข่ายกับช่องรายการที่มี ทั้งหมด 20 ช่อง ที่มีแยกประเภทต่างๆ คล้ายกันมาก แต่ประเทศไทยจำเป็นต้องใช้แบบAuction ที่กำหนด

ให้ต้องมีการประมูลเปลี่ยนความถี่ในภาคธุรกิจแต่ใช้วิธี Beauty Contest ในช่องประเภทบริการสาธารณะ

ปัจจัยแวดล้อมด้านการรับชมโทรทัศน์ของคนฝรั่งเศสในปี ค.ศ. 2004 (พ.ศ.2547) ที่เริ่มมีการออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลคนดูโทรทัศน์ระบบอนาล็อก 67% ประมาณ 15.7 ล้านครัวเรือนผ่านจานดาวเทียม 17% 4 ล้านครัวเรือน และเคเบิลทีวี 16% 3.75 ล้านครัวเรือนรวมประมาณ 20 ล้านครัวเรือนสัดส่วนนี้ใกล้เคียงกับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2553 ค่อนข้างมากที่ครัวเรือนไทยประมาณ 50% ยังดูโทรทัศน์ระบบอนาล็อก

แต่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา คนไทยหันไปรับชมโทรทัศน์จากจานดาวเทียมกับเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นปีละร่วม 10% จนในปี 2555 รับชมผ่าน จานดาวเทียมมากถึง 44% ประมาณ 10 ล้านครัวเรือน ยังดูผ่านเสาอากาศก้างปลาระบบอนาล็อก 36% ประมาณ 7 - 8 ล้านครัวเรือนที่เหลือดูในระบบออกรับสมาชิกหรือ PayTVผ่านเคเบิลท้องถิ่นประมาณ 11% ประมาณ 2.5 ล้านครัวเรือน และ ทรูวิชั่นส์ 9% ประมาณ 2 ล้านครัวเรือน รวมประมาณ 22 ล้านครัวเรือน



จำนวนสถานีโทรทัศน์ของฝรั่งเศสที่ออกอากาศในระบบอนาล็อกก่อนเพิ่มขึ้น ในระบบดิจิทัลทีวีมีทั้งหมด 7 ช่องเป็นระบบ Free-to-Air 6 ช่อง กับแบบบอกรับสมาชิก 1 ช่อง

หน่วยงานการกำกับและดูแลการเปลี่ยนผ่าน ASO/DSO ของฝรั่งเศสแบ่งหน้าที่กันหลายหน่วยงานมีทั้งหน่วยงานวางแผนการใช้ตารางคลื่นความถี่ รับผิดชอบการออกใบอนุญาต รับผิดชอบการดูแลเนื้อหาที่อยู่ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและสื่อสาร กระทรวงเศรษฐกิจอุตสาหกรรมส่งเสริมการแข่งขันซึ่งเป็นโครงสร้าง ที่มีการถ่วงดุลกันพอสมควร

แตกต่างจากประเทศไทยที่ดูเหมือนว่า "รวมศูนย์" อำนาจเบ็ดเสร็จอยู่กับ กสทช. ที่มีกรรมการในฝั่งบรรดาศักดิ์ 5 คน ที่มีกัมมเสีย "ไหวด" เป็นบล็อก 3 ต่อ 2 เป็นส่วนใหญ่

รัฐบาลฝรั่งเศสออกกฎหมาย Audiovision Law on Future TV ในวันที่ 5 มี.ค.ปี 2007 (พ.ศ.2550) เพื่อให้การทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ มีกฎหมายรองรับ โดยกำหนดวันยุติการออกอากาศระบบอนาล็อกไว้เลยในวันที่ 30 พ.ย.ปี 2011 (พ.ศ.2554) โดยจะต้องให้การออกอากาศของดิจิทัลทีวีครอบคลุมพื้นที่อย่างต่ำ 95% และอีก 5% ที่สัญญาจะไปไม่ถึงยังให้รับด้วยระบบดาวเทียมรัฐบาลได้ตั้งงบประมาณสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลไว้ 277 ล้านยูโร มาจากสถานีฟรีทีวีเดิม 6 สถานี อีก 79 ล้านยูโร รวม 352 ล้านยูโร (ประมาณ 14,000 ล้านบาท)

ในขณะที่กระบวนการนี้ของประเทศไทยที่รับผิดชอบโดย กสทช. ไม่ได้ตั้ง "เงินสนับสนุน" จากงบประมาณ แต่หวังว่าจะได้เงินจากการประมูลช่องประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ราคาขั้นต่ำรวมประมาณ 15,000 ล้านบาท เพื่อนำมาแปลงเป็น "คูปอง" สนับสนุนทางการเงินให้ผู้บริโภคนำไปซื้อกล่องรับสัญญาณ (Set top box) เองคาดว่าน่าจะเป็นมูลค่าคูปองประมาณ 690 บาทต่อครัวเรือน

กสท.ของฝรั่งเศสได้ให้ใบอนุญาตช่องดิจิทัลทีวีกับช่องฟรีทีวีระบบเดิมทุกช่องๆ ละ 1 ใบ และอนุญาตให้ออกอากาศช่องอนาล็อกแบบคู่ขนาน Simulcast ในระบบดิจิทัลทีวีอีกรายละ 1 ช่อง โดยมีข้อแลกเปลี่ยนให้ขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่อย่างน้อย 95% ภายใน 15 ปี

โดยในช่วงแรก ออกใบอนุญาตช่องดิจิทัลแบบความคมชัด ปกติ (Standard Definition) แล้วหลังจากนั้นอีก 3 ปี จึงออกใบอนุญาตเพิ่มเติมแบบความคมชัดสูง (High Definition) แล้วยังออกกฎหมายบังคับให้ผู้ผลิตโทรทัศน์ขนาด 32 นิ้วขึ้นไป จะต้องผลิตแบบ HD เท่านั้น

ช่องดิจิทัลทีวีของฝรั่งเศสประกอบด้วย ช่องสาธารณะ 6 ช่อง ที่ในนั้นมีช่องรัฐสภา 1 ช่อง และช่องความคมชัดสูง (HD) 1 ช่อง คือ ARTE ที่กำหนดให้เป็นช่องแนวศิลปวัฒนธรรม ที่ค่อนข้างมีรสนิยม และ คุณภาพดี

ช่องทั่วไป 5 ช่อง ช่องข่าว 2 ช่อง ช่องเด็ก 1 ช่อง ช่องบันเทิง - ดนตรี 3 ช่อง และช่องแบบ Pay TV ที่เป็นภาพยนตร์ กีฬาและบันเทิง 9 ช่อง ยังมีช่องท้องถิ่นที่น่าจะเป็นแบบช่องชุมชนของไทยอีก 6 ช่อง โดยกำหนดให้มีโครงข่าย Multiplex 6 รายใกล้เคียงกับ กสทช. ไทย

กสท.ฝรั่งเศสเปิดให้ผู้ประกอบการยื่นข้อเสนอตามแนวช่องในระบบ Beauty Contest ให้คะแนนคุณภาพเนื้อหาที่ไม่ได้วัดด้วยตัวเงิน ปรากฏว่ามีผู้สนใจยื่นข้อเสนอมาทั้งหมด 70 ราย สำหรับช่องดิจิทัลใหม่ 20 ช่อง ซึ่งผู้ได้รับการคัดเลือกจาก กสท. ฝรั่งเศสที่เป็นผู้เล่นใหม่มาจากผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์, ธุรกิจเพลง ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจวิทยุ และ ธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม

ประเทศฝรั่งเศส น่าจะศึกษาบทเรียนความล้มเหลวของประเทศอังกฤษทำให้กระบวนการออกใบอนุญาตและการเปลี่ยนผ่านดำเนินไปอย่างดีพอสมควร ไม่มีอุปสรรคแบบอังกฤษที่ถูกยักษ์ใหญ่ BSkyB ทีวีดาวเทียมล้มกระดานจนกลุ่มดิจิทัลทีวีแทบเอาตัวไม่รอด

ภายใน 3 ปี หลังจากเริ่มออกอากาศระบบดิจิทัลแล้วครัวเรือนฝรั่งเศส ที่รับชมโทรทัศน์ระบบนี้เพิ่มเป็น 24% โดยระบบอนาล็อกลดลงจาก 67% เหลือประมาณ 42% จานดาวเทียมทรงๆอยู่ที่ 16% ระบบ DSL-FIBER 13% และระบบเคเบิลทีวี 6%

ต่อมามีอีก 3 ปี ครัวเรือนฝรั่งเศสหัน มารับชมผ่านดิจิทัลมากขึ้นเป็น 39% แทนที่ระบบอนาล็อกที่ยกเลิกออกอากาศ แต่โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมก็เติบโตจาก 16% เป็น 25% ระบบ DSL-FIBER ขยายตัวไปถึง 29% และ เคเบิลทีวีลดลงเหลือ 7%



ขั้นตอนการเปลี่ยนผ่านยุติการออกอากาศแบบอนาล็อกของฝรั่งเศสน่าสนใจมาก เพราะได้กำหนดพื้นที่เป็นเขตๆ ในการยกเลิกทั้งหมดเริ่มจากพื้นที่แรกประมาณ 10,000 ครั้วเรือนรับชมดิจิทัลทีวีได้ 100% ในวันที่ 4 ก.พ. ค.ศ. 2009 แล้วทยอยยกเลิกระบบอนาล็อกไปเป็นเขตๆจนครบทั้ง 100% ในวันที่ 30 พ.ย. 2011 (พ.ศ.2554) ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ซึ่งประเทศไทยทาง กสทช. ยังไม่ได้กำหนดวันทีเดียว เพียงแต่กำหนด "ตัวชี้วัด" ไว้คร่าวๆว่าภายใน 5 ปีหรือปี 2560 ครั้วเรือนไทยไม่น้อยกว่า 80% ในเมืองใหญ่จะต้องเข้าถึงดิจิทัลทีวีและวิทยุ

หากไปดูผลประกอบการของ "ผู้เล่นรายเก่า" กับ "ผู้เล่นรายใหม่" ในระบบดิจิทัลทีวีของฝรั่งเศสพบว่า ผู้เล่นรายเก่าอันดับหนึ่ง TF1 ที่น่าจะเปรียบได้กับช่อง 7 ของไทยมีส่วนแบ่งคนดูลดลงจาก 32% ในปีค.ศ. 2005 เหลือ 24% ในปี 2011 และมาร์จินลดลงจาก 14% เหลือ 10.8% เมื่อการเปลี่ยนผ่านสิ้นสุด ช่อง TF1 ต้องพยายามลดค่าใช้จ่ายลง เพื่อรักษากำไรไม่ให้มีสัดส่วนน้อยลงแต่โดยภาพรวมแล้ว "ผู้เล่นรายเดิม" ยังคงรักษา "เม็ดเงิน" ของตัวเองไว้ได้หมดแต่สัดส่วนกำไร หรือ มาร์จิน

เริ่มลดน้อยลง ช่องเก่าได้แก้ปัญหาหลายอย่าง เช่น ลดราคาโฆษณา การควบรวมกิจการ การลดค่าผลิตรายการ ฯลฯ

เม็ดเงินโฆษณาของธุรกิจโทรทัศน์ในฝรั่งเศสได้ขยายตัวมากกว่า 40-50% เมื่อเทียบกับปีแรกหลังการเปลี่ยนผ่านสิ้นสุดที่ใช้เวลา 6 ปี แต่ในช่วง 3 ปีแรก การเติบโตของเม็ดเงินโฆษณายังมองเห็นไม่มากนักทำให้ "ผู้เล่นรายใหม่" ทุกรายขาดทุนจำนวนมหาศาลตัวเลขติดลบมากกว่า 100% ในช่วง 3-4 ปีแรกที่ในปีที่ 3 มีอยู่เพียง 1 ช่องที่เริ่มมีกำไรสุทธิเล็กน้อยจนถึงปีที่ 4 ผู้เล่นรายใหม่เริ่มหายใจคล่องขึ้นมีกำไรเพิ่มมาเป็น 3 ช่องจาก 20 ช่อง

บทเรียนการเปลี่ยนผ่านของประเทศฝรั่งเศส ที่ กสทช. ไทยจำลองแบบมาใช้กับการออกแบบโครงสร้างใหม่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยน่าจะช่วยให้พอมองเห็นว่า "ผู้เล่นรายเก่า" ยังเป็นผู้กำหนดเกมมากกว่า "ผู้เล่นรายใหม่" ที่ทุกรายต้องกระเสือกกระสนดิ้นรนรับผลขาดทุนจำนวนมหาศาล รายที่สายป่านทางการเงินสั้น ก็ถูกควบรวมกิจการกับผู้เล่นรายเก่า และผู้เล่นรายใหม่ที่มีสายป่านทางการเงินยาวมากกว่า ผู้เล่นรายใหม่กับผู้เล่นรายเก่าของประเทศไทยก็คงมีชะตากรรมไม่ต่างจากฝรั่งเศสมากนัก



ฝากการบ้าน กสท.ที่ยังไม่ทำ "คู่ขนาน" ตัวผู้บริโภคสู่ยุคดิจิทัลทีวี

อดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒน์กิจ
(21 ก.ค.56)

บอกทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยทำ "การบ้าน" 9 ให้กับ กสท.ที่เวลาส่วนใหญ่กำลังคร่ำเคร่งกับการเตรียมการการประมูลดิจิทัลทีวีที่ยังมี "การบ้าน" โจทย์ยากๆอีกหลายข้อที่ยังไม่สามารถฝ่าออกไป เน้นประเด็นที่ไปเกี่ยวพันกับผู้บริโภคเพราะจุดนี้เป็นชี้ตายของการประมูลดิจิทัลทีวีที่จะเกิดขึ้นหลังประมูลดิจิทัลทีวีเสร็จ

เมื่อทั้งหมด 24 ช่องที่ประมูลออกอากาศพร้อมๆกันในราวต้นเดือนมกราคม 2557 รวมกับช่องบริการสาธารณะอีก 12 ช่องจะทำให้ประเทศไทยเปลี่ยนจากยุคโทรทัศน์พรีทีวีภาคพื้นดิน 6 ช่องมานานกว่า 50 ปี เพิ่มช่องฟรีทีวีเป็น 36 ช่องดิจิทัลทีวีกับ 6 ช่องอนาล็อก รวมเป็นช่องฟรีทีวีทั้งหมด 42 ช่อง โดยยังไม่นับรวมทีวีดาวเทียมที่อยู่บนท้องฟ้าอยู่แล้วมากกว่า 200 ช่อง และ เคเบิลทีวีระดับชาติสายใหญ่ล่าสุดคือ CTH ที่คงให้บริการอย่างเต็มที่กว่า 140 ช่อง น่าจะทำให้คนไทยมีทางเลือกในการรับโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าตัว

แต่ EYEBALL หรือ "ลูกตา" ของคนดูที่อยู่ใน 22 ล้านครัวเรือน หรือ รวมกันประมาณเกือบ 70 ล้านคน ยังไม่ได้เพิ่มมากขึ้นแต่อย่างใด แม้ว่าการเกิดขึ้นของดิจิทัลทีวีภาคพื้นดิน คือการเปลี่ยนผ่านจากยุคโทรทัศน์แบบอนาล็อกไปสู่ยุคโทรทัศน์แบบดิจิทัลที่มีจำนวนช่องที่มีความคมชัดมากขึ้น และการเพิ่มลูกเล่นในการรับชมกับโฆษณาทำให้หลากหลายขึ้นตลาดบโฆษณาน่าจะใหญ่ขึ้น จากการเปลี่ยนจากกิ่งผูกขาดของ ช่อง 3 กับช่อง 7 มาสู่ยุคสนามใหม่ที่มีความเท่าเทียมมากขึ้น ไม่มีใครจะ "ครอบงำ" ตลาดผู้ชมโทรทัศน์ได้อีกต่อไป

กสท.ยังไม่ได้ลงมือ "เตรียมความพร้อมผู้บริโภคนโยบายดิจิทัลทีวี" ให้เห็นเป็นรูปธรรมเว้นแต่มีการจัดสัมมนา หรือ ปฏิบัติการกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนเสียมากกว่ายังไม่ได้ลงไปในระดับผู้บริโภคที่เป็นชาวบ้านทั่วไปที่มีเวลาดูโทรทัศน์ที่บ้านมากกว่าทำอย่างอื่น

ผมขอแนะนำกลยุทธ์สื่อสาร 6 ชั้นบันไดสู่ยุคดิจิทัลทีวีที่ดัดแปลงมาจากกรณีศึกษาการเปลี่ยนผ่าน Analog Switch - Off / Digital Switch Over ของประเทศอังกฤษ ที่เกิดการรวมตัวกันของภาครัฐและภาคเอกชนหรือ DTV UK Movement ที่เรียกกลุ่มจัดตั้งว่า Digital UK เพื่อผลักดันแคมเปญถึงผู้บริโภคคู่ขนานกับแผนการเปลี่ยนของรัฐบาลอังกฤษที่ก่อนหน้านี้ล้มเหลว

กระแสการตื่นตัวในการมาของ "ดิจิทัลทีวีไทย" ที่เริ่มคึกคักตั้งแต่เดือนตุลาคมปีที่แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคยังไม่มีความรู้ชัดเจนว่าคืออะไร ทำให้ตั้งแต่ต้นปีเป็นต้นมายอดการจำหน่ายโทรทัศน์โดยทั่วไปทั้งแบบจอแบน, พลาสมา หรือ LED ชะลอลดตกต่ำประมาณ 15 - 20 % อย่างไม่น่าจะเป็นไปได้เหตุผลมาจากความสับสนว่าโทรทัศน์ที่มีจำหน่าย ในท้องตลาดจะรับชม "ดิจิทัลทีวี" ได้หรือไม่และจะขอรอความชัดเจนว่า กสทช. จะแจกกล่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวีเมื่อไหร่

กลยุทธ์สื่อสาร 6 ชั้นสู่แคมเปญ Digital Thailand น่าจะแบ่งออกเป็นชั้นเริ่มต้นพื้นฐานคือ Educate and Awareness การให้การศึกษาให้ข้อมูลกับผู้บริโภคเพื่อสร้างการตระหนักรู้ว่าประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ยุคดิจิทัลทีวี ผู้บริโภคจะมีทางเลือกมากขึ้นในการรับชมโทรทัศน์แบบฟรีทีวีมากกว่า 6 ช่องเป็น 36-48 ช่องในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าซึ่งในขณะนี้ผู้บริโภคยังไม่มีความรู้เรื่องดิจิทัลทีวีเพิ่มขึ้นสักเท่าไรในทางตรงกันข้ามจะยิ่งสับสนมากยิ่งขึ้นที่มีข่าวออกมามากๆ เรื่องหลักเกณฑ์เงื่อนไขการประมูล, การออกใบอนุญาตโครงข่าย ฯลฯ ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ชมโทรทัศน์

ชั้นที่สองคือ Understanding สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในคุณประโยชน์ของการจัดสรรคลื่นความถี่โทรทัศน์ภาคพื้นดินใหม่จากเดิมมีแค่ 6 ช่อง



ในระบบบนานาล็อกมาเป็น 48 ช่องในระบบดิจิทัลทีวี เพราะผู้บริโภคจำนวนหนึ่งบอกว่าทุกวันนี้มีฟรีทีวี 6 ช่องกับทีวีดาวเทียมมากกว่า 200 ช่องก็ไม่มีเวลาดูทั้งหมดอยู่แล้วจะไปเพิ่มช่องฟรีทีวีอีกทำไม?

ประเทศของเราใช้ "คลื่นความถี่" ไม่คุ้มค่านานามากแล้วเพราะการออกอากาศ แบบอนาล็อกถือว่าสิ้นเปลืองทรัพยากรอย่างมากคือหนึ่งคลื่นความถี่ ต่อหนึ่งช่องรายการการเปลี่ยนมาออกอากาศแบบดิจิทัลทีวีภาคพื้นดิน จะทำให้การใช้คลื่นความถี่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่างกว่าหนึ่งคลื่นความถี่สามารถเพิ่มช่องรายการเป็น 4 - 6 ช่อง กสท. กำลังทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ใหม่ให้มีช่องรายการมากขึ้นและยังมีช่องทีวีเพื่อชุมชนในอีก 39 พื้นที่รวมแล้วประมาณ 468 ช่องที่เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค

ขั้นที่สามคือ Attitudes สื่อสารเพื่อปรับทัศนคติในเชิงบวก ขั้นที่สี่ Intention to Convert สื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ยินยอมปรับเปลี่ยนจากการรับชมโทรทัศน์ด้วยเสาอากาศแบบหนวดกุ้ง-ก้างปลา ให้มาติดตั้งกล่องรับสัญญาณ Set-Top-Box เพื่อรับชมช่องดิจิทัลทีวีที่มีมากขึ้น มิเช่นนั้นหากยังมีผู้บริโภคไม่ยินยอมปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลทีวีอีกเป็นจำนวนมาก จะทำให้การยุติออกอากาศระบบอนาล็อกทำได้ยาก ซึ่ง กสท. ได้วางกำหนดเวลาในส่วนช่อง 5, ช่อง 9 และช่อง 11 ไว้ไม่เกิน 5 ปี และช่องไทยพีบีเอสไม่เกิน 3 ปี

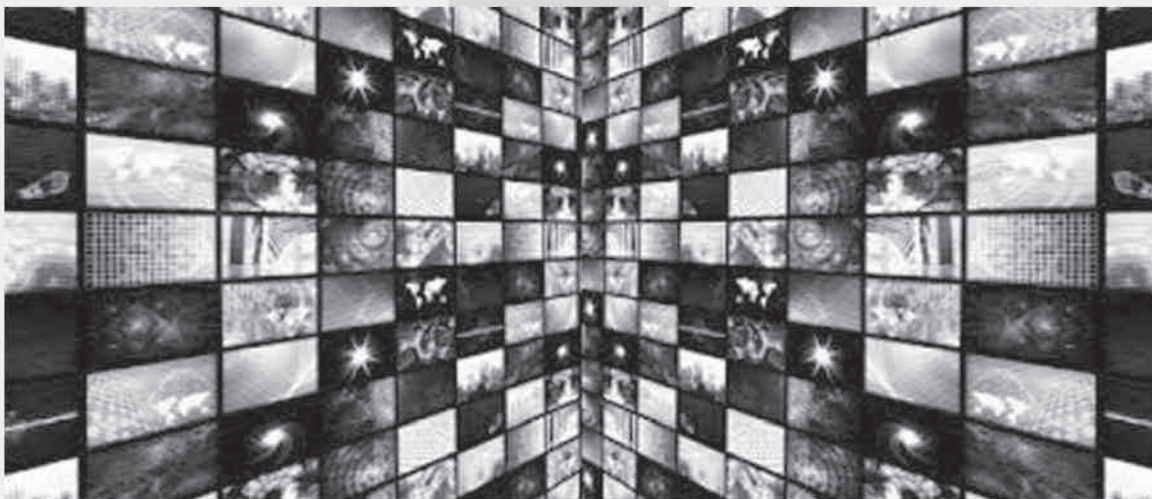
ประเด็นนี้ยังเกี่ยวข้องกับแผนการแจก "คูปอง" เพื่อนำไปเป็น "ส่วนลด" แลกซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวีที่ กสท. จะเริ่มหลังประมูลดิจิทัลทีวีจบสิ้น

แล้วเพราะ กสท. จะนำเงินจากการประมูลไปแปลงเป็น "คูปองส่วนลด" เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคนำไปซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิทัลทีวี ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคนำคูปองไปใช้เป็นส่วนลดซื้อกล่องรับสัญญาณน้อยก็แสดงให้เห็นว่าอนาคตของดิจิทัลทีวีรีบหรืออย่างแน่นอน

ขั้นตอนต่อมาคือ Conversion สื่อสารเพื่อปรับพฤติกรรมสู่ภาคปฏิบัติให้ดิจิทัลทีวีเป็นวิถีชีวิตประจำวันเช่นเดียวกันกับการรับชมโทรทัศน์ 6 ช่องอนาล็อกเดิม และ ขั้นตอนสุดท้าย Satisfaction With Digital TV การสื่อสารเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังจากรับชมดิจิทัลทีวีไปได้ระยะหนึ่งแล้ว

ฝากเป็นการบ้านให้ กสท. ทั้ง 5 ท่านได้ลองพิจารณาดำเนินการ"คู่ขนาน"ไปกับการระดมทุนเตรียมประมูลดิจิทัลทีวี เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความรู้และรู้สึกว่าคุณคนกำลังเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านครั้งประวัติศาสตร์ประเทศไทยจากยุคโทรทัศน์อนาล็อกที่ใช้มากกว่า 50 ปี ไปสู่โทรทัศน์แบบดิจิทัลภาคพื้นดินที่ประเทศส่วนใหญ่ที่พัฒนาแล้วสามารถเปลี่ยนผ่านได้สำเร็จ

ผมยังเชื่อในภาวะการตื่นตัวของผู้บริโภคไทยที่ได้ชื่อว่าตื่นตัวและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆได้รวดเร็วกว่าหลายๆประเทศ หากกสท. สนับสนุนให้เอกชนได้มีการรวมตัวกันและให้การสนับสนุนเพื่อสร้างแคมเปญ Digital Thailand ให้เป็น "วาระดิจิทัลทีวีแห่งชาติ" จะทำให้กระบวนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็วกว่าทุกประเทศจะกลายเป็นสถิติโลกได้ไม่ยาก





ดร.สิขเรศ ศิระกานต์

ปกอเปลือก "ทีวีดิจิทัล" ดร.สิขเรศ ศิระกานต์ ผู้เชี่ยวชาญด้านทีวีดิจิทัล ซึ่งเป็นเจ้าของ
วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก หัวข้อ Digital TV in Thailand

(ที่มา: แชนสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2556)

ดร.สิขเรศ ศิระกานต์ ผู้เป็นเจ้าของวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก หัวข้อ Digital TV In Thailand ผู้ที่ได้ PhD In International Communication Macquarie University Sydney Australia ปัจจุบัน ดร.สิขเรศ ศิระกานต์ มีตำแหน่งเป็น ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา 'การบริหารจัดการสื่อใหม่' (Master of Communication Arts Program in New Media Management : NMM) ที่มหาวิทยาลัยเนชั่น

'ผมทำฮิลิสม์นี้ในช่วงปี 2004 - 2007 โดยประมาณ แล้วด้วยความที่ผมทำงานด้านโปรดักชันมาก่อนจนถึง โปรดิวเซอร์ สิ่งที่น่าสนใจ อย่างน้อยๆ มันก็ต้องแบ็คกราวด์ของตัวเอง แบ็คกราวด์ของเราก็อยู่ใน แวดวงโทรทัศน์ภาพยนตร์มาก่อนเพราะฉะนั้นเลยเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และ ช่วงนั้นเป็นช่วงรอยต่อการเปลี่ยนผ่านจากอนาล็อกไปสู่ดิจิทัลพอดี ไม่ว่าจะ เป็นสหรัฐอเมริกา อังกฤษ หรือ ออสเตรเลีย เหมือนบ้านเราตอนนี้เขาเริ่ม มีกระบวนการนี้เกิดขึ้นแล้ว แต่ที่นี้เข้าเนื้อหาก็คือว่า กระบวนการนี้ ในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลบ้านเราจริงๆ แล้วมีมาตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1990 ก็คือช่วง 1998 - 99 ตอนนั้นเป็นช่วงที่เป็นการแข่งขันของเจ้าพ่อ เทคโนโลยีของโลก เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เพราะฉะนั้นตอนนั้นเป็นเรื่องของการชิงธงความเป็นเจ้าพ่อทางด้านเทคโนโลยีบรรดาศดตั้ง จากยุค อนาล็อกมาสู่ยุคดิจิทัล'



อาจารย์ตั้งหัวข้อในเชิงเปรียบเทียบ จากช่วงเวลา แล้วตอนนั้นบ้านเรายังไม่มีทีวีดิจิทัลให้เปรียบเทียบ หรือเปล่า

บ้านเราหลายคนเข้าใจผิดว่า โทรทัศน์ดิจิทัล มันเพิ่งเกิดและมันกำลังจะเกิด ไม่ใช่ซะครับ(ยิ้ม) ประเด็นของเราถ้าพูดถึงคำว่าโทรทัศน์ดิจิทัล ผมอยากจะให้นิยามแก่คนอ่านให้ถูกต้องก่อนชนิดหนึ่ง ก็คือว่าอันที่หนึ่งคำว่าโทรทัศน์ดิจิทัล ถ้าจะแบ่งตามแพลตฟอร์ม หรือ หมายถึงการแบ่งตามวิธีการส่งสัญญาณผมคิดว่าเราต้องมาบอกก่อนว่าโทรทัศน์ มันมีการส่งอยู่ 3-4 ลักษณะ หนึ่งส่งผ่านคลื่นความถี่ทางภาคพื้นดิน หรือ Terrestrial Television หรือ โทรทัศน์ภาคพื้นดินนั่นเอง สองคือผ่านดาวเทียม หรือ Satellite Television อันที่สามก็คือ ผ่านสายเคเบิลหรือเคเบิลทีวีนั่นเอง และมันยังมีรูปแบบอื่นๆ อีกนะ เช่น ไอพีทีวี หรือ Internet Protocol Television ก็คือโทรทัศน์ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แล้วยังมีเรื่องเกี่ยวกับ Second screen เพิ่มเติมเข้ามาอีก นี่คือระบบนิเวศของโทรทัศน์ มันเป็นอย่างนี้ แต่ถ้าจะแบ่งอย่างง่าย ๆ

- 1.แบบใช้คลื่นความถี่ และ
- 2.แบบไม่ใช้คลื่นความถี่นั่นเอง

สิ่งที่เรากำลังพูดถึง คือ โทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน

ใช่ ถ้าว่า ทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน เพิ่งเริ่มมีการขยับเขยื้อนมีการปรับเปลี่ยนมีการทำตรงนี้ใช่หรือไม่ ไม่ใช่ หลายคนรู้ ผู้ใหญ่ในวงการโทรทัศน์เรารู้ดี หลักฐานหนังสือช่วงปี 2543 มีการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลเกิดขึ้น ก็ปีมาแล้วครับ ปีนี้ กสทช. บอกว่าจะทำการส่งสัญญาณทีวีดิจิทัล คือ 5 ธันวาคม 2556 ก็นับมาได้เมื่อ 13 ปีที่แล้ว เรามีแล้วทีวีดิจิทัลเป็นโมเดลคล้ายกันการทดลองออกอากาศเหมือนกัน ผู้ประกอบการผู้บริหาร สถานีใหญ่ๆ ทั้งหมดทุกท่านทราบอยู่แล้ว จะเข้าร่วมโครงการตรงนี้อยู่แล้ว ถ้าว่าโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินเพิ่งมีในประเทศไทยหรือเปล่า ผมตอบเลยไม่ใช่ะ มีการรับทราบ มีการอิมพลีเม้นต์เข้ามาเมื่อ 13 ปีที่แล้วเราเป็นประเทศในกลุ่มแรกๆ เสียด้วยซ้ำไปที่ได้เริ่มสัมผัสกับเทคโนโลยีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดิน

ความพร้อมของผู้ประกอบการในช่วงนั้นเป็นอย่างไร ตอนนั้นผมทำวิทยานิพนธ์ปี 2004 -2007 โดยประมาณ ผมได้มีโอกาสไปสถานีโทรทัศน์ไทยเกือบทั้งหมด ได้มีโอกาสไปดูไปสังเกตการณ์และได้คุยกับผู้บริหาร ซึ่งต้องขอขอบคุณ ถ้าว่าพร้อมไหมพร้อมนะครับมันเหมือนกับการสับสวิทช์นะครับ ยกตัวอย่าง ช่วงนั้นเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านระหว่างเทคโนโลยีการผลิตของโทรทัศน์อนาล็อกไปสู่ดิจิทัล ช่วงนั้นสวิทช์ทั้งหมดรออยู่แล้วเป็นระบบดิจิทัลทั้งหมดแล้ว คือจะบอกว่าเป็นเซนที่ตกลง คือสมัยนั้นเราทำงานทั้งหมดเลยด้วยเครื่องตัดต่อด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก ด้วยเวอร์ชวลสตูดิโออะไรทุกอย่าง แต่เวลาเราเอาท์พุท เราต้องเอาท์พุทด้วยเทปเบต้าแคมคืออนาล็อก ต้องไปใส่เทปเพลย์เยอร์แล้วส่งสัญญาณออกอากาศอีกทีหนึ่ง ซึ่งในการส่งสัญญาณออกอากาศบางที่เราส่งขึ้นดาวเทียมเสียด้วยซ้ำไป ซึ่งดาวเทียมสมัยนั้นไทยคมก็เป็นดิจิทัลเรียบร้อยแล้วเหมือนกัน

แต่บ้านเราไม่เกิดเพราะอะไรคงต้องย้ำกับอีกที

ครับ เพราะเป็นช่วงสัญญาณของ กสทช. เรา มีเต็มก็คือ กทค. (คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม) ก็ไม่สามารถจะทำบทบาทอะไรบางอย่างของ กสทช.ได้เพราะการเปลี่ยนผ่านมันต้องใช้กลไกทางกฎหมาย มันต้องใช้กลไกทางการบังคับบัญชา มันต้องใช้กลไกทางรัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ไม่ใช่อยู่ดีๆ เราจะสามารถเข้าช่อง 3 ส่ง เลขะดิจิทัล ไม่ได้.. เพราะฉะนั้น ในงานวิจัยของผมจึงบอกว่าถึงสิ่งเหล่านี้ที่เราไม่สามารถมีทีวีดิจิทัลได้เพราะเราไม่มีเรกกูเลเตอร์ หรือ กสทช. ที่มีอำนาจเปลี่ยนผ่านเด็ดขาดสิ่งเหล่านั้นคืออุปสรรค

ในต่างประเทศการเปลี่ยนผ่านของเขาเกิดปัญหากำหนดนี้ไหม

ร้อยแปดเหมือนกัน ยกตัวอย่างในอเมริกาแบบเขามีอีโก้ของตัวเองมากในการเปลี่ยนผ่านช่วงปี 2002 เขาอยากจะทำแต่ก็ทำไม่ได้ จนเลื่อนมาเรื่อยๆ จนปี 2009 คิดดูว่าเขาเริ่มพูดกันช่วงต้นปี 1999 ก็ปีทศวรรษหนึ่งเลยนะ กว่าอเมริกาจะสวิทช์ออฟระบบอนาล็อกได้ เขามีเงินขนาดไหนเขายังใช้



เวลา 10 ปีโดยประมาณ เพราะอะไร พูดเลยว่าเป็นแค่จุดเล็กๆหลายเรื่องที่เราคิดไม่ถึง เช่น เพราะเขาไม่สามารถบริหารจัดการในการแจกคู่มือสนับสนุนโทรทัศน์ดิจิทัลได้ และ เซตที่อปบ็อกซ์หรือกล่องรับสัญญาณ ไม่สามารถนำส่งหรือไม่สามารถแจกจ่ายให้กับประชาชนได้ คือ ปัญหานี้ ต้องบอกเลยว่ามันคิดได้ไง (หัวเราะ)

นอกจากนี้ยังมีเรื่องของกรมการยอมรับนวัตกรรม มันมีหลายระดับนะ สิ่งที่น่าใจของคนนะ อันที่ 1 ถ้ากลไกราคาไม่เป็นที่พึงพอใจสำหรับผู้บริโภคเขาก็ปฏิเสธ เพราะฉะนั้นอเมริกาที่พยายามคิดเรื่องแจกคู่มือ อันที่ 2 ถ้าคุณลักษณะ หรือคุณภาพของมันเปรียบเทียบไม่แตกต่าง ประชาชนก็ยอมรับนวัตกรรมตรงนี้ไม่ได้ แล้วเราอย่าลืมว่าในเส้นเคฟของนวัตกรรมมันมีกลุ่มคน 4 - 5 กลุ่ม จากคนที่รับนวัตกรรมได้เลย จนถึงคนที่ไม่เอาเลย เพราะฉะนั้นที่อเมริกาปลายปี 2009 ตอนแรกต้องสวิตซ์ออฟฟิศกุมภภาพ 2009 เลื่อนไปเป็นมิถุนายน 2009 โอบามาคนเซ็นอนุมัติเลย เลื่อนเพราะอะไรเพราะในช่วงสุดท้ายเขาทำการสำรวจ มีประชากรอเมริกาประมาณร้อยละเกือบ 15 เปอร์เซนต์ไม่สนใจการเปลี่ยนตรงนี้ ถือว่าเยอะนะครับ เพราะอเมริกาประเทศใหญ่ผลคือบางบ้านเขายังพอใจระบบเดิมอยู่ แล้วก็เรื่องคู่มือที่ตกสำรวจอะไรก็แล้วแต่ที่แค่ประเทศเดียวนะทางญี่ปุ่นเขาก็เลื่อนๆ เหมือนกัน (หัวเราะ)

เรามีโอกาสเดินตลาดเหมือนประเทศต่างๆ ที่เล่ามานี้ การศึกษาเปรียบเทียบในสาขาที่ผมเรียนมา หรือว่าอินเตอร์เนชั่นแนลคอมมิวนิตีชั่น มันให้ข้อดีกับผมคือเราเรียนรู้ร่วมกัน คือตอนนี้สังคมไทยวิพากษ์อย่างเดียว ไม่เสนอทางออกผมก็อยากจะทำเสนอทางออกในส่วนของคนเล็กๆ มุมเล็กๆ เป็นลูกชาวบ้านนี้แหละ ถามว่าผมสนับสนุนไหม ที่วีดิทัศน์เต็มทีเลยแต่ผมไม่อยากจะให้ หนึ่งในเราเสียเงินเปล่าโดยใช่เหตุ คิดดูนะครับ ราคาประมูลตั้งต้น 20,000 กว่าล้านมันมาจากไหน นอกจากนี้ยังมีค่ามัลติเพล็กซ์คือค่าเช่าโครงข่ายส่งสัญญาณ ซึ่งยังไม่เปิดเผยข้อมูลว่ามันเป็นทางการ ซึ่งถ้ามันราคาตามที่เราได้ยินผมว่าผู้ประกอบการตาย อันที่ 3 ค่าประกอบการสามขาไม่ว่าจะภาคไหน แต่ผมเนี่ยรักภาค

ไม่ต้องพูดถึง ไม่ใช่ นะ ภาคพาณิชย์ก็หมายถึงภาคประชาชนด้วย เพราะอะไรคือถ้าเขาเจ๊งคนเป็นร้อยต่งงานใหม่

เพราะฉะนั้นง่ายเลยผมถามสูตรหรือฟอร์มูล่าในการประมูลเคยเปิดเผยก่อนที่จะประกาศใหม่ เมืองนอกไม่มีหรอกครับ จะโกงผมก็ได้นะเมืองนอกไม่มีหรอกนะที่จะจ้างที่เดียวให้ทำ เขาต้องมีจัดสาธารณะหมายถึงเรื่องเกี่ยวกับงานวิจัย การตั้งราคาประมูลมันเหมือนกับ 3 จี ผมอ่านงานวิจัยสิบกกว่าหน้า ผมเชื่อเลยว่าคณาจารย์ทั้งหมดหวังดีกับประเทศและมีการนำเสนอออกพชั่น มีการนำเสนอข้อมูลอย่างดีแต่อาจมีการหยิบยกแค่พารากราฟเดียวหน้าเดียวเอาไปใช้

ซึ่งโทรทัศน์ดิจิทัลยิ่งกว่าอีก คือผมไม่เคยเห็นเลย ถามว่ามันถึงจุดหนึ่ง มันก็ต้องมีการวิพากษ์กันทั้งนั้น ผมว่ามันทุกฝ่ายด้วยนะผู้ประกอบการจะได้ตีเฟนด์ได้ อัยยราคาถูก ไปราคาสูงไปโอเคคุณจะทำเศรษฐกิจศาสตร์แบบไหนมาจับผมเชื่อว่าคนประเทศนี้เก่งเศรษฐกิจศาสตร์และวิศวะที่คำนวณตรงนี้ได้เยอะมากซึ่งผมอาจจะแค่ปลายแถว แต่ผมถามว่าราคาตรงนี้มาจากไหน และ กลไกอื่นๆ อีก

อาจารย์ก็ศึกษาความล้มเหลวของต่างประเทศมา เห็นอะไรของบ้านเรา

สามส่วนนี้ คุณต้องมองซินารีโออีก 15 ปี ของประเทศนี้ ถามว่ามันจะล้มไหมผู้ประกอบการกิจการ ผมเชื่อว่ามันจะมีล้ม มีลูกใหม่ มี ถามว่าอาจารย์ไปยุ่งอะไรกับเขา อาจารย์มาเข้าข้างเชิงพาณิชย์ไปไหม ผมก็คิดว่าโอ๊ยถ้าอย่างนั้นไม่ถูกแล้วผมเป็นคนเดียวด้วยเข้าไปในเวลาหนึ่งที่ขออนุญาตเลยนะ โทรทัศน์ชุมชน โทรทัศน์ภาคประชาชน ยังไม่มีใครพูดถึงเลย อย่างช่องสาธารณะที่อายุมันก็ลับลวงพรางกันอยู่หรือเปล่า เพราะกำลังเงี้ยวๆ อยู่ แต่อีก 12 ช่องของประชาชนไม่มีใครพูดถึงเลย เหมือนกับประชาชนถูกเตะออกหมด เรามัวแต่เถียงกันเรื่องช่องสาธารณะ ช่องพาณิชย์ แต่ช่องบริการชุมชนละ ผมกราบเรียนวิงวอนเถอะ ใครก็ได้ช่วยพูดเรื่องนี้ที่ ช่วยนำมาเป็นประเด็นสาธารณะในสังคมที่

คำถามคือมันจะล้มได้ไหม ยังกฤษล้มมาแล้ว สเปนล้มมาแล้ว เพราะเชื่อมั่นในตัวเองตัดสินใจผิด



กว่าผู้ประกอบการจะล้มตาฮ้าปากขึ้นมาได้เหมือนกันมันจะเป็นเคิฟเหลวเลยครึ่งกว่าจะขึ้นมา บางประเทศเป็นรูปตัววี บางประเทศเป็นรูปตัวยู เพราะฉะนั้นอันนี้ไม่ได้มาพูดเพื่อไซโค ถามว่า สิขเรศ คุณแหม ไม่ใช่ครับ ผมกำลังถามว่าพวกเรามาย้อนคิดกันอีกทีใหม่ในส่วนที่เรายังไม่ได้กำหนดหรือประกาศอะไรก็แล้วแต่มาช่วยกันได้ไหม

แต่ทุกอย่างไม่ได้มาฟรีๆ

ใช่ แต่ถามว่า 20,000 ล้านบาทตั้งต้นมาจากไหน หรือ จะเอามาช่วยเรื่องเซตท็อปบ็อกซ์ถามว่า มันเป็นโมเดลอย่างนั้นใช่ไหม ถามประชาชนหรือยัง ว่าเขาอยากได้เซตท็อปบ็อกซ์หรือเปล่า มันมีวิธีอื่นใหม่ในการรับสัญญาณ โมเดลการแจกจ่ายทำไม ถึงใช้โมเดลอเมริกา ยังมีโมเดลอังกฤษอีกนะ มันไม่มีเวทีสาธารณะให้นักวิชาการ หรือ คนที่มีประสบการณ์อยู่ที่ประเทศนั้น หรือที่เขาผ่านประสบการณ์มาได้รู้ว่ามีข้อดี - ข้อเสียอะไร ผมไม่เคยได้ยิน มีแต่มติดอกมา มติดอก มติดอก ง่ายๆ เลย ประชาพิจารณ์ผมไปมาหลายที่ ตอนเช้าจบ ตอนบ่ายจบ มีคนฟรีเซ็นด์ เปเปอร์ มีเวทีเปิดไมค์แป๊บหนึ่งครึ่งวันหรือเกือบวัน ผมว่าอันนี้ไม่ใช่ประชาพิจารณ์ไม่ใช่การรับฟัง

สรุปง่ายๆ คนไทยยังไม่รู้อะไรอีกเยอะที่ควรรับรู้ นอกเหนือจากนั้นจะมีกวีพูดขึ้นจะได้กล่องแจกฟรี

เอาภาพกว้างนะ ต่างประเทศที่ผมศึกษามาเขาจะเน้นเลยว่ากระบวนการเปลี่ยนผ่านที่ประสบความสำเร็จคืออะไร สิ่งหนึ่งเลย คือ การรณรงค์โครงการสื่อสารให้ภาคประชาชนได้รับทราบ ที่ไม่ใช่งานเปิดตัวคลุมป้าอย่างเดียว หรืองานตัดริบบิ้น หรืองานจัดโชว์ที่ศูนย์การประชุมใหญ่ๆ อย่างเดียวมันต้องมีกลยุทธ์ในเชิงรุกที่ กสทช. บางที่รับงานอะไรจนล้นภาระจนเกินไปตัวเองน่าจะหาเรื่องการวางกรอบนโยบายให้ดีและมีเหตุผลที่สุด เป็นผู้คุมกฎที่ดีที่สุด เมืองนอกทุกที่ครับ เขาใช้หน่วยงานภาคเอกชนเขาให้เอกชนเป็นตัวโตรีฟ เรื่องเกี่ยวกับกระบวนการรณรงค์รัฐก็เปิดทางไฟเขียว แล้วก็ดึงภาคอุตสาหกรรม - กรรมมา เช่น ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ กับ ผู้ประกอบการของภาคอุตสาหกรรมเครื่องรับโทรทัศน์ ตั้งเป็นกลุ่มขับเคลื่อนโทรทัศน์ดิจิทัล และ มีหน่วย

งานที่คุ้มครองสิทธิประชาชนคุ้มครองผู้บริโภค แล้วจัดตั้งหน่วยงานแบบ ดิจิทัลยูเค คือ เขามีกันแล้วทุกประเทศ ออสเตรเลียก็มี อเมริกาก็มีเป็นหน่วยงานที่ขับเคลื่อนพลวัตของโทรทัศน์ดิจิทัลภาคประชาชน เพื่อทำแคมเปญเดินสายโรดโชว์ให้ข้อมูลคอลเซ็นเตอร์ วิทยากรทุกอย่าง

ยังมีเรื่องเซตท็อปบ็อกซ์ เพราะตอนนี้ มีหากกล่องหลากสีมาก เซตท็อปบ็อกซ์มาจากไหน เส้นเงินอินเตอร์เน็ตใหม่ มันคืออะไร มันคือเงินทองรั่วไหลไปผมไม่เชื่อหรือกว่าประเทศไทยผลิตไม่ได้ ทำไมภาครัฐไม่เริ่มตั้งแต่ต้นปีที่แล้ว สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมเรา การที่เราอยู่ดีๆให้สื่อใหญ่บักถือตลังมาจากเมืองจีน อันนี้ผมคุ้มครองโดยรัฐธรรมนูญนะครับ สิทธิของนักวิชาการสามารถพูดได้ไม่ต้องมาฟ้องนะครับ คืออะไร เราพัฒนาภาคอุตสาหกรรมเราสิ เราอยู่อยู่แล้วแต่เรามีวิธีใหม่ที่เราจะเอาเงินมาฟ้องถ่ายตรงนี้สัก 30% เป็นค่าแรงงานของคนในประเทศ 30% ของหมื่นล้านได้เท่าไร

ยังมีอะไรจะฝากถึง กสทช. อีกไหม


ที่จะฝากนะ กสทช. ไปเอาโมเดลของอเมริกาที่สิบปีที่แล้ว ซึ่งมันไม่เข้ากับสังคมตอนนี้ ถ้าจะมองซินารีโอแบบหยาบๆ นะ โมเดลมันมีอยู่ 4 กลุ่มเรียบร้อยแล้ว (ทีวีภาคพื้นดิน ทีวีดาวเทียม เคเบิลทีวี ไอพีทีวี) แล้วยังมีจอที่สองอีก ถ้าคุณจะไปเอาโมเดล 48 ช่องแบบสมัยโบราณยกตัวอย่าง 'ฮอริโมนส์' ผมถามเด็กที่ผมสอนเลยว่าดูยังไง เขาบอกแนวมาก เขาบอกว่ารีโมทหาไม่เจอแล้ว แต่ดูย้อนหลังผ่านยูทูป ถามว่าดูบนไหน ดูบนจอที่สอง คือ แทบเล็ต สมาร์ทโฟน เพราะฉะนั้นต้องเข้าใจกันใหม่เรื่อง ภูมิสถาปัตยกรรม หรือระบบนิเวศของสื่อมันเปลี่ยนไปแล้ว ผมยังไม่รู้เลยว่าประมวลมาเพื่ออะไร แต่ถามผมว่าทีวีดิจิทัล ดีไหม ผมสนับสนุนทำลายแต่ทำยังไงละที่บอกทำให้ดี ถ้าสถานีโทรทัศน์เราล้มรายหนึ่งเกิดอะไรขึ้น ง่ายๆ ของเนชั่น พนักงานก็คนเป็นพันใหม่ (ยิ้ม) ส่งเงินให้พ่อ - แม่ก็คน เลี้ยงลูกก็คน แล้วมันไม่ใช่แต่สถานีอย่างเดียว ยังมีเอเยนซีโปรดักชั่นเฮาส์ ทั้งหมดนี้แค่ไม่จ่ายเงินเดือนๆ เดียว ฟังทั้งระบบนี้ล่อไป 48 ช่องตัวอย่างมันมีอยู่แล้ว ไอทีวีของอังกฤษล้ม เป็นหมื่นๆ ล้านเลยเงินตรงนี้

*ที่มา : เนชั่นสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2556 (ปกเปิดชื่อ "ทีวีดิจิทัล" ดร.สิขเรศ ศิราภรณ์ดีแม่หมอบางส่วน จากผู้เชี่ยวชาญด้านทีวีดิจิทัล ซึ่งเป็นเจ้าของวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก หัวข้อ Digital TV in Thailand ผู้ที่ได้ด็อกเตอร์ PhD in International Communication Macquarie University Sydney Australia)



กรณีศึกษาการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัล


โดย ดร.สิขเรศ ศิระกานต์ ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา "การบริหารจัดการสื่อใหม่" มหาวิทยาลัยเนชั่น





มหาวิทยาลัยเนชั่น

DIGITAL TV SERIES (1)

เสนาหนังสือคอมพิวเตอร์ สุธอชัย หนู่น - อติศักดิ์ ลิ้มปึงพัฒน์กิจ - ดร.สิขเรศ ศิระกานต์
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา ความล้มเหลวของ ITV Digital (UK) ปราสาททรายกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลแห่งสหราชอาณาจักร


ย้อนไปเมื่อ 11 ปีมาแล้ว (ค.ศ. 2002) ความฝันในการชิงธงนำยุโรปก้าวสู่ผ่านการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของสหราชอาณาจักรดับสลายลง นับเป็นการศึกษาที่น่าสนใจเพราะกิจการกระจายเสียงสหราชอาณาจักรมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนานและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นแม่แบบของกิจการวิทยุ-โทรทัศน์โลก อีกทั้งสหราชอาณาจักรเป็นประเทศหนึ่งที่มีความมั่งคั่งมั่นคงทางการเงินการคลัง ตลอดจนเสถียรภาพทางด้านการเมืองการปกครอง จึงนำเสนอศึกษาว่าความฝันและความทะเยอทะยานเมื่อทศวรรษก่อนของสหราชอาณาจักรเกิดผิดพลาดได้อย่างไร อะไรคือสาเหตุหลัก การถอดบทเรียนจากกรณีศึกษานี้ น่าจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เป็นกรณีศึกษาที่ขอเชิญชวนภาคประกอบการกิจการโทรทัศน์บริการธุรกิจ ผู้บริหารและองค์กรกำกับดูแลกิจการสื่อสาร นวัตกรรม แมชีน (Time Machine) ช้อปเวลาไปศึกษา ความล้มเหลวของดาวรุ่งพุ่งแรง "ไอทีวี ดิจิทัล" (ITV Digital) ภายหลังจากดำเนินกิจการมาได้แค่ 4 ปี

"ไอทีวี ดิจิทัล" (ITV Digital) เป็นสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภาคพื้นดินแห่งแรกๆ ของโลก ก่อตั้งกิจการด้วยทุนมหาศาล ต้องยุติกิจการเมื่อปี ค.ศ. 2002 และในช่วงนี้เกิดความสับสนอลหม่านในวงการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ทั่วเกาะอังกฤษ เกิดกระแสและเสียงวิพากษ์อย่างหนักจากสาธารณะต่อประสิทธิภาพของรัฐบาลและองค์กรกำกับดูแลกิจการสื่อสารของสหราชอาณาจักรในขณะนั้น ซึ่งกรณีการยุติกิจการของ ITV Digital ส่งผลกระทบต่อและเป็นส่วนหนึ่งของความล่าช้าในกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลที่ยืดเวลามาถึงปี 2012

อ่านต่อที่ <https://www.dropbox.com/s/8026es9e89rg0p8/ITV%20Digital%20UK.pdf> หรือ <https://docs.google.com/file/d/0B62VpgMVCXEoNmQwZG9WeGtKcm8/edit?usp=sharing-->

ดร. สิขเรศ ศิระกานต์
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น
sikares_sir@nation.ac.th
28 กรกฎาคม 2556


ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series 1 กับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares
และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย




มหาวิทยาลัยเนชั่น

DIGITAL TV SERIES (1)

เสนาหนังสือคอมพิวเตอร์ สุธอชัย หนู่น - อติศักดิ์ ลิ้มปึงพัฒน์กิจ - ดร.สิขเรศ ศิระกานต์
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



แหล่งรายได้และเงินทุนสนับสนุนกิจการโทรทัศน์สาธารณะในสหรัฐอเมริกา



PUBLIC BROADCASTING SERVICE

- จากรายงานการศึกษาโดย Corporation for Public Broadcasting (CPB) เปิดเผยถึงแหล่งรายได้และเงินทุนสนับสนุนกิจการโทรทัศน์สาธารณะ โดยภาพรวมทั้งประเทศพบว่า ในปี ค.ศ. 2010
- (1) เงินจากการบริจาค/อุดหนุนโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล 22%
- (2) เงินสนับสนุนจากรัฐบาลกลางผ่าน Corporation for Public Broadcasting (CPB) 18%
- (3) เงินสนับสนุนจากรัฐ/มลรัฐ 14%
- (4) เงินจากผลการประกอบการธุรกิจ/รายได้เลี้ยงตนเองเชิงพาณิชย์ 13%
- (5) เงินสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย 8%
- (6) เงินสนับสนุนจากมูลนิธิ/สมาคม 7%
- (7) เงินสนับสนุนอื่นๆ จากภาครัฐ/หน่วยงานรัฐ 5%
- (8) เงินสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่น 4%
- (9) เงินทุนจากแหล่งอื่นๆ 9%
- ที่มา CPB (June 2012)

ดร. สิขเรศ ศิระกานต์
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น
sikares_sir@nation.ac.th
29 กรกฎาคม 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series 1 กับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares
และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย





DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดีตนักตีพิมพ์พัฒนาถึง - ดร.สิขเรศ ศิริภากนต
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



แผนงานหรือยุทธศาสตร์ระดับชาติในการช่วยเหลือประชาชนในช่วงการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัล
(ก) การสนับสนุนทางด้านการจัดสรรงบประมาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล และ
(ข) การสนับสนุนทางด้านการให้บริการช่วยเหลือประชาชนในการติดตั้ง บริการทางเทคนิค และการบริหารให้ข้อมูลและคำปรึกษา

กรณีศึกษาในต่างประเทศ รัฐบาล/องค์กรที่รับผิดชอบสามารถตัดสินใจเลือกรูปแบบในช่วยเหลือประชาชน 2 ทางเลือก

การสนับสนุนและการบริการช่วยเหลือประชาชนเฉพาะกลุ่ม

ในสหราชอาณาจักร: ศสช.ใจเปิดโครงการสนับสนุนและการบริการช่วยเหลือเฉพาะกลุ่ม ผ่านโครงการ "Switchover Help Scheme" เพื่อแนะนำและสนับสนุนผู้พิการ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ และผู้ด้อยโอกาสทางเทคโนโลยี นวัตกรรมและ Department for Culture, Media and Sport และ BBC โครงการจัดสรรงบประมาณ Digital Switchover (Disclosure of Information) Act 2007 ซึ่งกำหนดจำนวนครัวเรือนที่ด้อยโอกาสที่มี 7 ล้านครัวเรือน กำหนดวงเงินงบประมาณไว้ที่เงิน 603 ล้านปอนด์

โดยที่อังกฤษมี BBC มีภารกิจของสื่ออังกฤษแห่งชาติภายใต้ระบบสองระบบ ซึ่งยังใช้เงินอุดหนุน การเงินในการช่วยเหลือ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาส (ที่ด้อยโอกาส) มีบทบาทในการช่วยเหลือนำการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ที่ขาดแคลนผู้พิการ เป็นการบริการต่อเนื่องระหว่างประมาณ 6-12 เดือนต่อผู้ให้บริการที่มีสิทธิ์ตามกฎหมาย

คุณสมบัติของผู้ที่มีสิทธิ์ในงบช่วยเหลือได้แก่ ผู้สูงอายุตั้งแต่ 75 ปีขึ้นไป ผู้พิการ ผู้พิการทางประสาทสัมผัส รวมถึงผู้พิการทางสายตา และผู้พิการทางหูที่มีอยู่ในรายการผู้มีสิทธิ์รับการเลือกซื้อฟรี โดย BBC ได้ถือสิทธิ์ในสิทธิ์ Digital Switchover Help Scheme Ltd เพื่อให้บริการ Switchover Help Scheme เป็นการเฉพาะ ส่วนงานดูแลผู้ด้อยโอกาสในสหราชอาณาจักร 2007-2012 BBC ได้ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในการเข้าถึงรายการแห่งชาติในเงิน 1.3 ล้านบาท (อังกฤษ Peter White, Chief Executive, BBC Switchover Help Scheme)

ในออสเตรเลีย: โครงการช่วยเหลือประชาชนในบางประเทศในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลออสเตรเลียชื่อว่า HAS-Household Assistance Scheme เพื่อให้บริการแก่ผู้พิการ Digital Switchover Taskforce (Digital Ready) ส่วนบริการช่วยเหลือและแนะนำผู้พิการจากหน่วยงาน Department of Broadband, Communications and the Digital Economy รวมถึง ACMA-The Australian Communications and Media Authority และภาคีความร่วมมือในการให้บริการช่วยเหลือประชาชนแก่ ACCAN (Australian Communications Consumer Action Network)

HAS ได้ให้บริการช่วยเหลือด้านเทคนิค และการให้คำแนะนำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือน รวมถึงการช่วยเหลือผู้พิการ ในการให้บริการช่วยเหลือ

(ก) ครอบคลุมถึงผู้พิการและผู้สูงอายุ (A High definition set-top box)
(ข) บริการทางเทคนิคต่อครัวเรือนและผู้พิการ โดยภาคีความร่วมมือในการให้บริการช่วยเหลือ
(ค) บริการช่วยเหลือด้านทีวีดิจิทัล
(ง) บริการช่วยเหลือผู้พิการ 12 เดือน และดำเนินการติดตามให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค

การให้การสนับสนุนและการบริการช่วยเหลือประชาชนโดยเสมอภาค

ในสหรัฐอเมริกา: โครงการ "Digital TV Converter Box Coupon Program" ดำเนินงานโดย NTIA-National Telecommunication Administration สังกัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้ดำเนินการภายใต้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย Digital Television Transition and Public Safety Act of 2005 (SEC.3005 DIGITAL-TO-ANALOG CONVERTER BOX PROGRAM) เป็นหน่วยงานรัฐบาลกลางที่รับผิดชอบบริหารจัดการและแจกจ่ายให้ เป็นส่วนลด/สนับสนุนกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลแก่ประชาชนสหรัฐอเมริกาทั่วประเทศ ไม่เกินครัวเรือนละ 2 ใบ มูลค่าใบละ 40 เหรียญสหรัฐ จากรายงานของโครงการ ระหว่างเดือนที่ 9 กันยายน 2009 ครอบคลุมจำนวนประมาณ 34,761,546 ใบได้ถูกนำไปใช้รับสิทธิ์ ซึ่งโครงการนี้ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 1.34 พันล้านเหรียญสหรัฐ



ดร. สิขเรศ ศิริภากนต
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
sikares_sir@nation.ac.th
27 กรกฎาคม 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares
และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดจนหาข่าวการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย



DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดีตนักตีพิมพ์พัฒนาถึง - ดร.สิขเรศ ศิริภากนต
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา BBC ~ DMI เมื่อยักษ์สะดุด... การบริหารเทคโนโลยีดิจิทัลผิดพลาด!
BBC ~ DIGITAL MEDIA INITIATIVE (DMI)
5 ปี ปรากฏการณ์ £98.4 ล้านปอนด์ หรือประมาณเกือบ 5,000 ล้านบาท!

BBC Digital Media Initiative





- BBC DMI เปิดตัวอย่างยิ่งใหญ่ เมื่อปี 2008 แต่ต้องปิดตัวอย่างยับเยิน เมื่อพฤษภาคม 2013
- BBC DMI เป็นโครงการแห่งความฝันสุดล้ำที่จะสร้างระบบบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลของ BBC ทั้งระบบ โดยเฉพาะสายการผลิตรายการ จัดเก็บเชื่อมโยง และเผยแพร่ข้อมูล ในรูปแบบ วิดีโอ ภาพนิ่ง เสียง มัลติมีเดีย ของทั้งองค์กร พร้อมนำ BBC ซึ่งงมดในโอกาสสื่อสารยุคใหม่ แต่ด้วยการบริหารจัดการ การวิเคราะห์ และการลงทุนที่ผิดพลาด ความฝันในการเป็นผู้นำสายไปภายใน 5 ปี พร้อมเงินมหาศาลที่ละลายไปกับโครงการนี้ BBC ถูกวิจารณ์อย่างหนักจากสาธารณชน และกำลังถูกตรวจสอบอย่างเข้มข้นจากรัฐสภา
- อ่านกรณีศึกษาที่ <http://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/posts/The-BBC-announces-the-closure-of-the-Digital-Media-Initiative-DMI>

ดร. สิขเรศ ศิริภากนต
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
sikares_sir@nation.ac.th
28 กรกฎาคม 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares
และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดจนหาข่าวการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย





DIGITAL TV SERIES (1)

เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดิศักดิ์ ลิ้มปึงพัฒน์กิจ - ดร.สิริเรศ ศิริภานต์ โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา "กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล Set-top Box เพื่อผู้พิการทางสายตา" Bush Talking Television HD Set Top Box ในออสเตรเลีย



บริษัท BUSH ได้วิจัยทดสอบ ออกแบบและผลิต ภายใต้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับ VISION AUSTRALIA องค์การภาครัฐเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้พิการทางสายตาในออสเตรเลีย

ทำนุพิศมาชิกวุฒิสภาออสเตรเลีย พาเนลา สตีเฟน คอนรอย ซึ่งดำรงตำแหน่งรัฐมนตรี Broadband, Communications and the Digital Economy และผู้ช่วยนายกรัฐมนตรีด้าน Digital Productivity แถลงข่าวว่ารัฐบาลออสเตรเลียอนุมัติให้การสนับสนุนและบรรจุไว้ในบัญชีรายชื่อ "กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล Set-top Box เพื่อผู้พิการทางสายตา" สำหรับโครงการช่วยเหลือประชาชนในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัลที่ชื่อว่า HAS-Household Assistance Scheme ซึ่งเป็นโครงการของคณะทำงาน Digital Switchover Taskforce (Digital Ready) ดำเนินงานโดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐเจ้าภาพหลักคือ Department of Broadband, Communications and the Digital Economy และภาคอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์และองค์กรภาคประชาชน (อ่านแถลงข่าวของทำนุรัฐมนตรีที่ http://bit.ly/YysjDi)

HAS จัดให้บริการช่วยเหลือด้านเทคนิคและการให้ความรู้ (โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด) แก่พลเมืองออสเตรเลียผู้สูงอายุ ทหารผ่านศึก ผู้พิการ โดยการให้บริการครอบคลุมถึง

- (1) กล่องรับสัญญาณดิจิทัลความคมชัดสูง (a high definition set-top box)
- (2) บริการการติดตั้งกล่องรับสัญญาณดิจิทัล โดยภาคเอกชนที่ได้รับการจัดจ้างจากรัฐบาล
- (3) การสาธิตแนะนำวิธีใช้อุปกรณ์
- (4) รับประกันอุปกรณ์ 12 เดือน ตลอดจนการบริการและให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค

ชมวิดีโอสาธิตที่ <http://youtu.be/nytUsekxj2g>

ดร. สิริเรศ ศิริภานต์
ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
srikare_s@assumption.ac.th
29 กรกฎาคม 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดจนหาทางเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย



DIGITAL TV SERIES (1)

เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดิศักดิ์ ลิ้มปึงพัฒน์กิจ - ดร.สิริเรศ ศิริภานต์ โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัลของเนปาล NEPAL DIGITAL TELEVISION ROADMAP



NEPAL TELEVISION LIVE 24/7 FREE

Roadmap for the Transition from ANALOGUE TO DIGITAL TERRESTRIAL TELEVISION BROADCASTING IN NEPAL

- ประชากร 28.5 ล้านคน ตั้งอยู่ระหว่างสองยักษ์เอเชียคือ จีน และ อินเดีย
- เริ่มต้นกิจการ Nepal TV (NTV) กิจการโทรทัศน์ของรัฐเมื่อ ค.ศ. 1985 ปัจจุบันมีผู้ได้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบอนาล็อกทั้งสิ้น 32 ราย NTV มีสถานีส่งสัญญาณทั่วประเทศทั้งสิ้น 19 แห่ง และเป็นของเอกชนอีก 3 แห่ง NTV คือผู้ครองตลาดกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินเข้าถึงในอัตราร้อยละ 72 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และ NTV+ ในอัตราร้อยละ 40 ตามลำดับ
- เนปาลเลือกใช้มาตรฐานโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลระบบ DVB T2 (มาตรฐานเดียวกับประเทศไทย)
- แผนในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Switchover Plan) เน้นเริ่มส่งสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลในเขตประชากรหนาแน่นก่อนเป็นลำดับแรก คือ ในเขตเมืองหลวง "กาฐมาณฑุ" ในปี 2012 และเรียงลำดับเป็นช่วงๆ ตามเขตพื้นที่ต่างๆ 6 ช่วง ในระยะเวลา 5 ปี
- NTV และ NTV+ เนื่องจากเป็นสถานีรัฐและมีสถานีครอบคลุมทั่วประเทศรับภารกิจหลักในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป้าหมายคือยุติการส่งสัญญาณอนาล็อกในปี 2017
- ที่มา ITU 2012

ดร. สิริเรศ ศิริภานต์
ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
srikare_s@assumption.ac.th
30 กรกฎาคม 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดจนหาทางเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย





DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดีตคัดค้านปฏิรูปพลังงาน - ดร.สิริเรศ ศิริภาคนัด
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



แหล่งรายได้และเงินทุนสนับสนุนกิจการโทรทัศน์สาธารณะในสหรัฐอเมริกา



กิจการกระจายเสียงเพื่อการบริหารสาธารณะในสหรัฐอเมริกา
ประวัติความเป็นมาเริ่มต้นเมื่อ ปี ค.ศ. 1938
ต่อมาประธานาธิบดีไอเซนฮาวเออร์ได้ออกกฎหมายด้านความ
มั่นคงและการศึกษาในปี 1958 เพื่อสนับสนุนวิทยุและโทรทัศน์เพื่อการ
ศึกษา (National Defense Education Act of 1958)
และในที่สุดรัฐสภาสหรัฐได้ออกพระราชบัญญัติกิจการกระจายเสียง
สาธารณะ ค.ศ. 1967 เป็นจุดเริ่มต้นของการก่อสร้างระบบกิจการ
สถานีวิทยุและโทรทัศน์เพื่อการบริหารสาธารณะระดับชาติขึ้นแต่นั้นมา
จากข้อมูลของ PBS เมื่อ กุมภาพันธ์ 2011 อ้างว่ากิจการโทรทัศน์
บริหารสาธารณะในสหรัฐอเมริกาที่มีสมาชิกสถานีเครือข่ายราว 360
สถานี ดำเนินกิจการบริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนสหรัฐอเมริกา
จำนวนกว่า 117 ล้านคน

ดร. สิริเรศ ศิริภาคนัด
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
sirikas_sir@nation.ac.th
29 มิถุนายน 2556

- จากรายงานการศึกษาโดย Corporation for Public Broadcasting (CPB) เปิดเผยถึงแหล่งรายได้และเงินทุนสนับสนุนกิจการโทรทัศน์สาธารณะ โดยภาพรวมทั้งประเทศพบว่า ในปี ค.ศ. 2010
- (1) เงินจากการบริจาค/อุดหนุนโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล 22%
- (2) เงินสนับสนุนจากรัฐบาลกลางผ่าน Corporation for Public Broadcasting (CPB) 18%
- (3) เงินสนับสนุนจากรัฐ/มลรัฐ 14%
- (4) เงินจากผลการประกอบการธุรกิจ/รายได้เสียงตนเองเชิงพาณิชย์ 13%
- (5) เงินสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย 8%
- (6) เงินสนับสนุนจากมูลนิธิ/สมาคม 7%
- (7) เงินสนับสนุนอื่นๆ จากภาครัฐ/หน่วยงานรัฐ 5%
- (8) เงินสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่น 4%
- (9) เงินทุนจากแหล่งอื่นๆ 9%
- ที่มา CPB (June 2012)

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sirkas
และ Facebook www.facebook.com/drsirkas ตลอดเส้นทางปรับเปลี่ยนผ่านผู้ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย



DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดีตคัดค้านปฏิรูปพลังงาน - ดร.สิริเรศ ศิริภาคนัด
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา "สรุปบทเรียนจากประสบการณ์ของ DTV UK ในสหราชอาณาจักรด้าน 'Switchover Help Scheme' หรือแผนงานหรือยุทธศาสตร์ระดับชาติในการช่วยเหลือประชาชนโดยเฉพาะ ผู้พิการ ผู้ยากไร้ คนชรา และผู้ด้อยโอกาสทางเทคโนโลยีในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล"



Switchover Help Scheme

We are here to provide older and disabled people with everything they need to switch their TV to digital



ดร. สิริเรศ ศิริภาคนัด
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการสื่อใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
sirikas_sir@nation.ac.th
29 มิถุนายน 2556

โครงการร่วมมือของภาครัฐ UK Department for Culture, Media and Sport และ Office of Communications และภาคเอกชน

- (1) มีการออกกฎหมายพระราชบัญญัติ และระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจนถึง ด้วนิยาม ขอบเขต ผู้รับผิดชอบ "Switchover Help Scheme" หรือแผนงานหรือยุทธศาสตร์ระดับชาติในการช่วยเหลือประชาชนโดยเฉพาะ ผู้พิการ ผู้ยากไร้ คนชรา และผู้ด้อยโอกาสทางเทคโนโลยี ในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล อาทิ Digital Switchover (Disclosure of Information) Act 2007 ใน Chapter 8 (ที่มาเพิ่มเติมที่ http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2007/8/pdfs/ukpga_20070008_en.pdf)
- (2) สถานีโทรทัศน์ BBC มีการดำเนินงานช่วยเหลือทางด้านกฎหมายตาม พ.ร.บ. ที่อ้างไว้ในเบื้องต้น มีการบุกพื้นที่ในการช่วยเหลือ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสทางด้านการศึกษา การบริการด้านสังคม การให้บริการใช้ร่วมระหว่างช่วงชมเวลาในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล (ดูตัวอย่างตารางเวลาการให้บริการที่ด้านศึกษาที่ <https://docs.google.com/filed/0B62VpgtMVCxEod3FfeGd0Nk53blU/edit?usp=sharing>)
ให้การบริการต่อเนื่องและระยะยาวประมาณ 6-12 เดือน คือผู้ด้อยโอกาสที่ไม่มีสิทธิตามกฎหมาย ซึ่งคุณสมบัติของผู้ที่มีสิทธิ์ในขอใช้บริการได้แก่ ผู้สูงอายุอายุตั้งแต่ 75 ปี ผู้พิการ และผู้ที่พิการทางสายตา/มีปัญหาด้านการมองเห็นที่ลงทะเบียนกับทางราชการไว้ และผู้พิการทางหูที่มีชื่ออยู่ในรายชื่อนามผู้รับเงินสวัสดิการเบี้ยยังชีพของรัฐ โดย BBC ได้ก่อตั้งบริษัทชื่อ Digital Switchover Help Scheme Ltd เพื่อบริหารจัดการ Switchover Help Scheme เป็นการเฉพาะ ส่วนงานสั่งซื้อ BBC offices ในลอนดอน ระหว่างปี 2007-2012 BBC ได้ช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสและผู้พิการที่สหราชอาณาจักรทั้งสิ้น 1.3 ล้านราย (อ้างจาก Peter White, Chief Executive, BBC Switchover Help Scheme ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมที่ <http://bbc.in/XTUjSy>)
- (3) มีการรณรงค์ให้ความรู้ผ่านสื่อและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัลสู่ประชาชนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลการสนับสนุนทางด้านเทคนิค การติดตั้งและปรับเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากภาครัฐและสมาคมผู้ประกอบการภาคเอกชน อาทิ โฆษณาระยะสั้นที่เผยแพร่และรายการพิเศษการรณรงค์ให้ความรู้ผ่านสื่อเกี่ยวกับความช่วยเหลือประชาชนในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sirkas
และ Facebook www.facebook.com/drsirkas ตลอดเส้นทางปรับเปลี่ยนผ่านผู้ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย





DIGITAL TV SERIES (1)
เสนาหาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดิศักดิ์ ลิ้มปทุมพัฒน์กิจ - ดร.สิขเรศ ศิริภานต์
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา "สรุปบทเรียนจากประสบการณ์ของ DTV UK ในสหราชอาณาจักรด้าน 'Switchover Help Scheme' หรือแผนงานหรือยุทธศาสตร์ระดับชาติในการช่วยเหลือประชาชนโดยเฉพาะ ผู้พิการ ผู้ชายไร้ ครอบครัวย และผู้ด้อยโอกาสทางเทคโนโลยีในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล"



Switchover Help Scheme

We are here to provide older and disabled people with everything they need to switch their TV to digital.



ดร. สิขเรศ ศิริภานต์

ผู้อำนวยการ หลักสูตรบัณฑิตศึกษาด้านนิเทศ (การศึกษาดิจิทัล)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
sksarec_np@nation.ac.th

29 กรกฎาคม 2556

โครงการร่วมมือของภาครัฐไทย Department for Culture, Media and Sport และ Office of Communications และภาคเอกชน

(1) มีการออกกฎหมายพระราชบัญญัติ และระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจนซึ่ง คำนิยาม ขอบเขต ผู้รับผิดชอบ "Switchover Help Scheme" หรือแผนงานหรือยุทธศาสตร์ระดับชาติในการช่วยเหลือประชาชนโดยเฉพาะ ผู้พิการ ผู้ชายไร้ ครอบครัวย และผู้ด้อยโอกาสทางเทคโนโลยี ในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล อาทิ Digital Switchover (Disclosure of Information) Act 2007 ใน Chapter 8 (ศึกษาเพิ่มเติมที่ http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2007/8/pdfs/ukpga_20070008_en.pdf)

(2) สถานโทรทัศน์ BBC รับภารกิจตามข้อกฎหมายด้านกฎหมายตาม พรบ. ที่อ้างไว้ในเบื้องต้น มีการผูกพันในการช่วยเหลือ ผู้พิการ ผู้สูงอายุ ขาดความรู้ในการใช้โทรทัศน์ดิจิทัลหรือทีวีดิจิตอล ให้สามารถใช้งานได้โดยง่าย โดย BBC ได้ก่อตั้งบริษัทที่ชื่อว่า Digital Switchover Help Scheme Ltd เพื่อให้บริการ Switchover Help Scheme เป็นการเฉพาะ สำหรับบ้านที่ติดตั้ง BBC offices ในลอนดอน ระหว่างปี 2007-2012 BBC ได้ช่วยเหลือผู้สูงอายุและผู้พิการที่สหราชอาณาจักรทั้งสิ้น 1.3 ล้านราย (อ้างจาก Peter White, Chief Executive, BBC Switchover Help Scheme ศึกษาเพิ่มเติมที่ <http://bbc.in/XTUjSy>)

นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคเอกชน/ สมาคมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โทรทัศน์/ องค์การพัฒนาเอกชน อื่นๆหลายแห่ง ที่ร่วมมือกับ Ofcom - Office of Communications และรัฐบาลสหราชอาณาจักรในการดำเนินแผนงานช่วยเหลือประชาชน อาทิ DIGITAL UK องค์การเอกชนบรรณาธิการโทรทัศน์ดิจิทัล เริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2005 - ปัจจุบัน โดยได้รับทุนสนับสนุนจาก BBC, ITV, Channel 4, Five, S4C และ Teletext และอยู่ในบริการเชิงอำนาจความเสถียรและโทรข่าย Digital Multiplex Operators

(3) มีการรณรงค์ให้ความรู้ผ่านสื่อและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัลเพื่อประชาชนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลการสนับสนุนทางด้านเทคนิค การติดตั้งและปรับเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ โคมไฟประชาสัมพันธ์และรายการพิเศษการรณรงค์ให้ความรู้ผ่านสื่อเกี่ยวกับความช่วยเหลือประชาชนในการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ดิจิทัล

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางในการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย



DIGITAL TV SERIES (1)
เสนาหาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดิศักดิ์ ลิ้มปทุมพัฒน์กิจ - ดร.สิขเรศ ศิริภานต์
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



กรณีศึกษา: สหราชอาณาจักร
UK Analogue Switch off - Digital Switchover

ตัวอย่างจากวิธีการที่ 1 :
การยุติการส่งสัญญาณอนาล็อกโดยมีการกำหนดช่วงเวลาส่งสัญญาณออกอากาศแบบคู่ขนาน (ASO with Simulcast Period)

กำหนดช่วงเวลาส่งสัญญาณออกอากาศแบบคู่ขนานในช่วงระยะหนึ่ง ก่อนการยุติการส่งสัญญาณอนาล็อกอย่างสมบูรณ์แบบโดยกำหนดหรือออกแบบให้เป็นไปตามเขตพื้นที่หรือภูมิภาค จากเขตพื้นที่/ภูมิภาคหนึ่งไปสู่อีกเขตพื้นที่/ภูมิภาคหนึ่ง (Region by Region Approach)



Region	Regional Manager	Number of Homes	Switchover started/ completed
STV North	John Ashes	398,000	17 October 2007 (switchover started), 20 October 2007 (switchover completed)
STV Central	Paul Hughes	662,000	5 May 2010 (switchover started), 20 October 2010 (switchover completed)
Ulster	Bill Taylor	793,000	8 April 2009 (switchover started), 9 September 2009 (switchover completed)
Wales	Enya Hughes	1,3 million	12 August 2009 (switchover started), 11 March 2010 (switchover completed)
West Country	John Ashes	1 million	12 August 2009 (switchover started), 11 March 2010 (switchover completed)
West	Bill Taylor	911,000	16 March 2010 (switchover started), 7 April 2010 (switchover completed)
Meridian	Bill Taylor	1,000,000	23 November 2011 (switchover started), 23 November 2011 (switchover completed)
Anglia	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Central	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Yorkshire	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Tyne Tees	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Border	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
STV North	John Ashes	398,000	17 October 2007 (switchover started), 20 October 2007 (switchover completed)
STV Central	Paul Hughes	662,000	5 May 2010 (switchover started), 20 October 2010 (switchover completed)
Ulster	Bill Taylor	793,000	8 April 2009 (switchover started), 9 September 2009 (switchover completed)
Wales	Enya Hughes	1,3 million	12 August 2009 (switchover started), 11 March 2010 (switchover completed)
West Country	John Ashes	1 million	12 August 2009 (switchover started), 11 March 2010 (switchover completed)
West	Bill Taylor	911,000	16 March 2010 (switchover started), 7 April 2010 (switchover completed)
Meridian	Bill Taylor	1,000,000	23 November 2011 (switchover started), 23 November 2011 (switchover completed)
Anglia	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Central	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Yorkshire	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Tyne Tees	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)
Border	John Ashes	1,1 million	30 March 2011 (switchover started), 28 September 2011 (switchover completed)

ดร. สิขเรศ ศิริภานต์
ผู้อำนวยการ หลักสูตรบัณฑิตศึกษาด้านนิเทศ (การศึกษาดิจิทัล)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์
sksarec_np@nation.ac.th

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางในการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย





รายงานประจำปี 2556



DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อดีตคีย์ ลิมปัฐพัฒนกิจ - ดร.สิขเรศ ศิราภานต์
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



ในกรณีที่ต้องการเร่งการยุติการส่งสัญญาณอนาล็อก ควรมีการกำหนดพื้นที่ อาณาบริเวณ เขต ทดลองพิเศษ ทุ่มเขตการดำเนินการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดเป็นพื้นที่ตัวอย่างกรณีศึกษาสำหรับเขตอื่น ควรพิจารณาตรวจสอบและเตรียมความพร้อมอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งทางด้าน Hardware และ Software และ บุคลากร ตลอดจนการบริหารคลื่นความถี่เพื่อใช้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมต่อเขตพื้นที่ตัวอย่างในการยุติการส่งสัญญาณอนาล็อก

วิธีการพิจารณากำหนดพื้นที่ตัวอย่างในการดำเนินการยุติการส่งสัญญาณอนาลอคมมี 3 ทางเลือก คือ

ทางเลือกที่ 1	ทางเลือกที่ 2	ทางเลือกที่ 3
กำหนดพื้นที่ตัวอย่างในเขตเมืองหรือจังหวัดใหญ่ที่มีจำนวนประชากร/ผู้รับโทรทัศน์จำนวนมาก สำหรับการวัดผลได้อย่างมีนัยสำคัญ พื้นที่นั้นต้องมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน ประชาชนส่วนใหญ่มีความพร้อม ซึ่งการเลือกดำเนินการในพื้นที่ตัวอย่างที่จำนวนประชากรมาก จะทำให้เป็นเขตหลักในกรณีใหญ่ขึ้นเช่นเขต ภาค และทวีปประเทศต่อไป ประเทศที่เลือกแนวทางนี้คือ ประเทศเยอรมัน	กำหนดพื้นที่ตัวอย่างในเขตเมืองหรือจังหวัดที่มีจำนวนประชากร/ผู้รับโทรทัศน์จำนวนน้อย หรือจังหวัดเล็ก ข้อดีของการเลือกทางเลือกนี้คือ สามารถทำการทดลองและทดสอบในขอบเขตและในมิติต่างๆ ที่ควบคุมได้ง่าย ผลกระทบหากเกิดข้อผิดพลาดจะไม่ส่งผลกระทบต่อ การบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องทางเทคนิคสามารถทำได้ง่ายมีประสิทธิภาพและพื้นที่ทั้งนี้ ประเทศกรณีศึกษาที่เลือกแนวทางนี้คือ ประเทศสวีเดน และสหราชอาณาจักร	กำหนดพื้นที่ตัวอย่างในพื้นที่อาณาเขตเฉพาะเจาะจง (พื้นที่หรือขอบเขตเลือกกว่าเมืองหรือจังหวัด) หรืออาจเรียกว่าเป็นเขตพื้นที่พิเศษในการดำเนินการยุติการส่งสัญญาณอนาล็อก กรณีศึกษาได้จาก ประเทศสเปน (ในพื้นที่ทดสอบ Castile and Leon) และประเทศอิตาลี (ในพื้นที่ทดสอบ Castile and Leon)

แนวคิดเบื้องต้น 3 ประการ เพื่อการบริหารจัดการเร่งกระบวนการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล คือ 3Cs: Coverage - Content - Cost

Coverage - ส่งเสริมสนับสนุนให้ทั้งภาคการส่งและรับสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

Content - เนื้อหา ข่าวสาร สารบันเทิง ตลอดจนรูปแบบรายการใหม่ๆ จากผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ต้องมีความน่าสนใจและดึงดูด สามารถแสดงให้เห็นสิ่งที่พัฒนาที่ดีขึ้นจากเทคโนโลยีดิจิทัลทั้งในด้านการนำเสนอ วิธีการนำเสนอ บริการใหม่ๆ ที่ผู้ชมสามารถเปรียบเทียบและเห็นได้ชัดเจนถึงความแตกต่าง และสิ่งนี้ที่พัฒนาขึ้นดีกว่าเนื้อหาระบบอนาล็อกเดิม

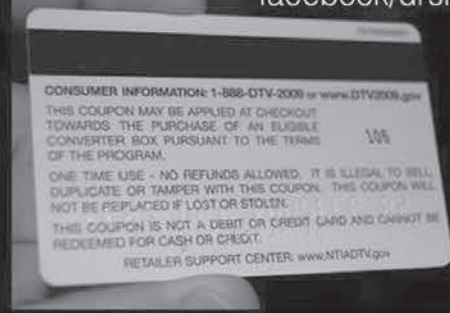
Cost - การบริหารจัดการด้านการลงทุนค่าใช้จ่ายของภาคผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ (ภาครัฐ เอกชน และชุมชน) ตลอดจนการสำรวจเครือข่ายและสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพ และการสนับสนุนภาคประชาชนด้านค่าใช้จ่ายเครื่องรับกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล

ดร. สิขเรศ ศิราภานต์
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการออนไลน์)
NPMH - NEW MEDIA MANAGEMENT
www.nationuniversity.ac.th
siksarec_s@nationuniv.ac.th
27 มิถุนายน 2556

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series 1 กับ Twitter @suthichai @adisaklive @siksares
และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดจนทางการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย




คู่มือสนับสนุนกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลในสหรัฐอเมริกา
facebook/drsikares



Wednesday, July 24, 13




สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย




ดร. สิเรศ ศิริวานิช
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการเชิงใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเอเชีย
sikares@nation.ac.th
29 กรกฎาคม 2556

DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อติศักดิ์ ลิ้มปริญญ์พัฒนกิจ - ดร. สิเรศ ศิริวานิช
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



ย้อนสถิติโทรทัศน์สหรัฐอเมริกา... ก่อนการก้าวผ่านสู่โทรทัศน์ดิจิทัล เมื่อปี ค.ศ. 2009



ที่มา: สำนักงานสถิติสหรัฐอเมริกา (คุณภาพชีวิต 2009)

110 ล้านครัวเรือน = จำนวนครัวเรือนที่มีโทรทัศน์ในการครอบครองสำรวจเมื่อปี ค.ศ. 2006 เทียบกับ 76 ล้านครัวเรือนเมื่อปี ค.ศ. 1980

98.2% = อัตราการมีโทรทัศน์ในครัวเรือนในปี ค.ศ. 2005

2.6 เครื่อง = จำนวนโทรทัศน์ต่อหนึ่งครัวเรือนในปี ค.ศ. 2005 ซึ่งในปี ค.ศ. 1980 คือ 1.7 เครื่องต่อหนึ่งครัวเรือน

273 ล้านเหรียญ = มูลค่ายอดขายจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์ระบบอนาล็อกในปี ค.ศ. 2007 มูลค่าตกลงอย่างมากเมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2003 ที่มูลค่าเท่ากับ 5.8 พันล้านเหรียญ

26.3 พันล้านเหรียญ = มูลค่ายอดขายจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในปี ค.ศ. 2007 มูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2003 ที่มูลค่าเท่ากับ 8.7 พันล้านเหรียญ

73.2 ล้านครัวเรือน = จำนวนครัวเรือนที่เป็นสมาชิกโทรทัศน์ระบบเคเบิล ในปี ค.ศ. 2006 หรือคิดเป็น 2 ใน 3 ของครัวเรือนที่มีโทรทัศน์ในครอบครอง

1,704 ชั่วโมง = ชั่วโมงการดูโทรทัศน์ของประชากรหนึ่งคนภายในหนึ่งปี (อายุตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป) ในปี ค.ศ. 2008 หรือ 4.7 ชั่วโมงต่อวัน เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2000 อยู่ที่ 1,502 ชั่วโมงต่อปี หรือ 4.1 ชั่วโมงต่อวัน

364.79 เหรียญ = ค่าใช้จ่ายโดยประมาณที่ผู้บริโภคจ่ายสำหรับค่าบริการสมาชิกโทรทัศน์ระบบเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ในปี ค.ศ. 2009 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2000 ที่อัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 173.58 เหรียญ

38.4 พันล้านเหรียญ = ยอดรายได้ในกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกในปี ค.ศ. 2006

10 ล้านใบ = ประชากรสหรัฐที่ยื่นเรื่องขอรับคู่มือสนับสนุนกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Set-top Box) สำรวจเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2008

2 ใบ = จำนวนคู่มือมูลค่า 40 เหรียญที่ครัวเรือนมีสิทธิ์จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

11,448 ร้านค้า = จำนวนร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายที่ยอมรับ/เข้าร่วมโครงการคู่มือกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล

มากกว่า 1,600 สถานี = พร้อมออกอากาศในระบบดิจิทัล

39 ล้านเหรียญ = เงินทุนสนับสนุนสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ: 28 สถานีเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล เมื่อปี ค.ศ. 2003

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางารเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย



ดร. สิเรศ ศิริวานิช
ผู้อำนวยการ หลักสูตรนิเทศศาสตร์นานาชาติ (การจัดการเชิงใหม่)
NMM - NEW MEDIA MANAGEMENT
มหาวิทยาลัยนวัตกรรมเอเชีย
sikares@nation.ac.th
28 กรกฎาคม 2556

DIGITAL TV SERIES (1)
เสวนาสื่อสังคมออนไลน์กับ สุทธิชัย หยุ่น - อติศักดิ์ ลิ้มปริญญ์พัฒนกิจ - ดร. สิเรศ ศิริวานิช
โทรทัศน์ดิจิทัล... จุดเปลี่ยนทีวีไทย



ความสำเร็จและกลยุทธ์ของ เบอร์ลินโมเดล Berlin DIGITAL SWITCHOVER MODEL



ตัวอย่างการกำหนดพื้นที่ตัวอย่าง
ในการดำเนินการยุติการส่งสัญญาณอนาล็อก
ทางเลือกที่ 1

ทางเลือกที่ 1

กำหนดพื้นที่ตัวอย่างในเขตเมืองหรือจังหวัดใหญ่ที่มีจำนวนประชากร/ผู้รับโทรทัศน์จำนวนมาก สำหรับการวัดผลได้อย่างมีนัยสำคัญ พื้นที่นั้นต้องมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน ประชาชนส่วนใหญ่มีความพร้อม ซึ่งการเลือกดำเนินการในพื้นที่ตัวอย่างที่จำนวนประชากรมาก จะทำให้เป็นแรกผลักดันในระดับใหญ่ขึ้นเช่นเขต ภาค และทั่วประเทศต่อไป ประเทศที่เลือกแนวทางนี้คือ ประเทศเยอรมัน





- 1 พฤศจิกายน ค.ศ. 2002 - 8 สิงหาคม ค.ศ. 2003 ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน รวมระยะเวลาทั้งสิ้นเพียงแต่ประมาณ 9 เดือน เป็นช่วงเวลาในการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลได้สำเร็จ เบอร์ลินนับเป็นเมืองแรกของโลกที่สามารถก้าวสู่โทรทัศน์ดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ
- กรุงเบอร์ลิน (Berlin) เป็นเมืองหลวงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เป็นหนึ่งไมล์หินวิซของเยอรมันเบอร์ลิน แบ่งเป็นสิบสองเขตเทศบาล (Bezirke) จากการสำรวจของ citypopulation.de เมื่อ 31 ธันวาคม 2001 พบว่ามีประชากรประมาณ 3,388,434 คน มีพื้นที่ประมาณ 892 ตารางกิโลเมตร เมื่อเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานคร ในปี ค.ศ. 2001 มีประชากรอยู่ราว 5,726,203 คน และมีพื้นที่ประมาณ 1,569 ตารางกิโลเมตร อาจจะกล่าวได้ว่า กรุงเบอร์ลิน มีจำนวนประชากรน้อยกว่าและพื้นที่เล็กกว่ากรุงเทพมหานครในราวร้อยละ 40 และหากจะเทียบขนาดพื้นที่ที่ใช้เห็นภาพได้ชัดเจนขึ้นสามารถเทียบได้ว่ากรุงเบอร์ลินมีพื้นที่ขนาดใกล้เคียงกับ จังหวัดสมุทรสาคร ของประเทศไทยที่มีพื้นที่ประมาณ 872 ตารางกิโลเมตร

ขอเชิญร่วมเสวนาแบบเจาะลึก Digital TV Thailand Series ไปกับ Twitter @suthichai @adisaklive @sikares และ Facebook www.facebook.com/drsikares ตลอดเส้นทางารเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลของประเทศไทย

ข้อบังคับสมาคม



สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
Thai Broadcast Journalists Association

จากจุดเริ่มต้น

กลางปี พ.ศ. 2543 ท่ามกลางกระแสความตื่นตัวเรื่องการปฏิรูปสื่อหลังการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 บรรดานักข่าวทั้งในระดับปฏิบัติงานและฝ่ายบริหารของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ และ ค่ายอิสระต่าง ๆ กลุ่มหนึ่ง ได้รวมตัวกันเพื่อจัดตั้ง "สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย" ขึ้นเพื่อรณรงค์และติดตามกระบวนการปฏิรูปสื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะมาตรา 40 ที่ระบุว่าคลื่นความถี่เป็นสมบัติของชาติ ซึ่งจะมีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของชาติ หรือ กสทช. เป็นองค์กรอิสระที่สำคัญที่สุด ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์และวิทยุทั้งหมดของประเทศ ที่เคยขึ้นอยู่กับการดูแลของหน่วยงานราชการและกองทัพเพื่อให้มีการจัดสรรใช้ประโยชน์จากทรัพยากรคลื่นความถี่เหล่านี้ เปิดประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริง

ต่อมาเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2544 สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการโดยจุดประสงค์หลักที่สำคัญของสมาคมฯ คือการมุ่งเป็นองค์กรหลักที่เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการปฏิรูปคลื่นความถี่ และผลักดันให้เกิดความโปร่งใสไม่ให้เกิดความบิดเบือนจนการปฏิรูปสื่อกลายเป็นเพียงเวทีรักษาผลประโยชน์ของคนไม่กี่กลุ่มเท่านั้น ขณะเดียวกันก็มุ่งหวังที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพัฒนาคุณภาพและจิตสำนึกของคนข่าววิทยุและโทรทัศน์เพื่อให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ ปราศจากการครอบงำทางการเมืองและทางธุรกิจ ทั้งทางตรง และทางอ้อม

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้วางการทำงานในด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

- งานด้านสิทธิเสรีภาพ
- งานด้านวิชาการ
- งานด้านต่างประเทศ
- งานด้านสมาชิกสัมพันธ์

คณะกรรมการบริหาร และ สมาชิก คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ มีจำนวนไม่เกิน 15 คน เป็นผู้แทนจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากหน่วยงานต่าง ๆ ได้รับการแต่งตั้งจากที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี ส่วนสมาชิก จะต้องเป็นผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์

(ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในข้อบังคับสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย)





ข้อบังคับ

ของ

สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2543

หมวดที่ 1

ความทั่วไป

ข้อ 1. สมาคมนี้นี้มีชื่อว่าสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ย่อว่า **สขวท.** เรียกเป็นภาษา THAI BROADCAST JOURNALISTS ASSOCIATION ย่อว่า TBJA

ข้อ 2. เครื่องหมายของสมาคมมีลักษณะเป็นรูป นกพิราบอยู่บนสายฟ้า

ข้อ 3. สำนักงานของสมาคมตั้งอยู่ ณ 538/1 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

ข้อ 4. วัตถุประสงค์ของสมาคม เพื่อ

4.1 ปกป้องคุ้มครองสมาชิกของสมาคมผู้ปฏิบัติหน้าที่โดยชอบ

4.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบวิชาชีพนักข่าววิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ให้มีเสรีภาพในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการโฆษณาและการแสดงออก ส่งเสริมสิทธิการรับรู้ของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย

4.3 ผดุงไว้ซึ่งมาตรฐานอันดีงามของสมาชิก โดยให้ยึดจริยธรรมแห่งวิชาชีพและความรับผิดชอบเป็นหลักอันสำคัญยิ่ง

4.4 ส่งเสริมสวัสดิการและความสามัคคีระหว่างสมาชิก ส่งเสริมการทำตนให้เป็นประโยชน์ ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างเพื่อนร่วมวิชาชีพทั้งภายในและนอกประเทศ

4.5 ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างชนในชาติ ความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศเพื่อยังสันติสุข ภราดรภาพ ความเคารพในสิทธิมนุษยชนตลอดจนความอยู่ดีกินดีให้เกิดขึ้นในโลก

หมวดที่ 2

สมาชิก

ข้อ 5. สมาชิกของสมาคมมี 2 ประเภท คือ

5.1 สมาชิกสามัญ ได้แก่

5.1.1 นักสื่อสารมวลชนที่มีตำแหน่งและ/หรือรายได้ประจำ และมีอายุงานไม่น้อยกว่า

6 เดือน

5.1.2 ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์และมีอายุงานไม่น้อยกว่า 6 เดือน

5.1.3 ผู้เคยมีคุณสมบัติตามข้อ 5.1.1 แต่พ้นจากตำแหน่งมาไม่เกิน 1 ปี โดยมีได้ถูกวินิจฉัยโดยองค์กรวิชาชีพว่าประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

5.2 วิสามัญสมาชิก ได้แก่

5.2.1 ผู้เคยมีคุณสมบัติตามข้อ 5.1 และพ้นจากตำแหน่งมาแล้วเกิน 1 ปี โดยมีได้ถูกวินิจฉัยว่าประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

5.2.2 ผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเสนอข้อมูล ข่าวสาร และสาระประโยชน์ผ่านสื่ออื่น

ข้อ 6. สมาชิกจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

6.1 เป็นผู้บรรลุนิติภาวะแล้ว

6.2 เป็นผู้มีความประพฤติเรียบร้อย

6.3 ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ

6.4 ไม่ต้องคำพิพากษาของศาลถึงที่สุดให้เป็นบุคคลล้มละลาย หรือไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถหรือต้องโทษจำคุก ยกเว้นความผิดฐานประมาท หรือ ลหุโทษ การต้องคำพิพากษาของศาลถึงที่สุด ในกรณีดังกล่าวจะต้องเป็นในขณะที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกหรือในระหว่างที่เป็นสมาชิกของสมาคมเท่านั้น

ข้อ 7. ค่าลงทะเบียน และค่าบำรุงสมาคม

7.1 สมาชิกสามัญ จะต้องเสียค่าลงทะเบียนครั้งแรก 100 บาท ค่าบำรุงสมาคมเป็นรายเดือนๆ ละ- บาทหรือค่าบำรุงเป็นรายปีๆ ละ 100 บาท

7.2 สมาชิกกิตติมศักดิ์ มิต้องเสียค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาคมแต่อย่างใดทั้งสิ้น

ข้อ 8. ผู้ประสงค์สมัครเป็นสมาชิกให้ยื่นใบสมัครตามแบบของสมาคมต่อเลขาธิการ โดยมีสมาชิกสามัญรับรองอย่างน้อย 1 คน

เมื่อเลขาธิการได้รับใบสมัครแล้วให้ตรวจสอบคุณสมบัติและความถูกต้องก่อนเสนอต่อคณะกรรมการบริหารพิจารณาในการประชุมคราวถัดไป

หากเลขาธิการเห็นว่าไม่สมควรรับผู้ใดเข้าเป็นสมาชิกให้แจ้งให้ผู้ยื่นทราบโดยไม่ชักช้า และให้ผู้ยื่นมีสิทธิยื่นอุทธรณ์ต่อนายกสมาคมภายในกำหนดเวลาสิบห้าวัน นับแต่วันที่ได้รับคำปฏิเสธและให้นายกสมาคมนำเรื่องเข้าหารือในการประชุมคณะกรรมการบริหารในคราวถัดไป

มติในการรับสมาชิกจะต้องได้รับคะแนนเสียง 2 ใน 3 ของกรรมการที่มาประชุมเมื่อคณะกรรมการบริหารมีมติรับผู้ใดเป็นสมาชิกแล้ว ให้ผู้นั้นนำเงินค่าสมัครและค่าบำรุงมาชำระให้เสร็จสิ้น จึงจะมีผลให้ผู้นั้นเป็นสมาชิกโดยสมบูรณ์

ข้อ 9. ถ้าคณะกรรมการพิจารณาอนุมัติให้ผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิก ก็ให้ผู้สมัครนั้นชำระเงินค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาคม ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่รับแจ้งจากเลขาธิการ และสมาชิกภาพของผู้สมัครให้เริ่มนับตั้งแต่วันที่ผู้สมัครได้ชำระเงินค่าลงทะเบียน และค่าบำรุงสมาคมฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ถ้าผู้สมัครไม่ชำระเงินค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงภายในกำหนด ก็ให้ถือว่าการสมัครนั้นเป็นอันยกเลิก

ข้อ 10. สมาชิกภาพของสมาชิกกิตติมศักดิ์ ให้เริ่มนับตั้งแต่วันที่หนังสือตอบรับค่าเชิญของผู้ที่คณะกรรมการ ได้พิจารณาอนุมัติให้เชิญเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมได้มาถึงยังสมาคม

ข้อ 11. สมาชิกภาพ ของสมาชิกให้สิ้นสุดลงด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

11.1 ตาย

11.2 ลาออกโดยยื่นหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรต่อคณะกรรมการและคณะกรรมการได้พิจารณาอนุมัติและสมาชิกผู้นั้นได้ชำระหนี้สินที่ยังติดค้างอยู่กับสมาคมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

11.3 ขาดคุณสมบัติสมาชิก

11.4 ที่ประชุมใหญ่ของสมาคม หรือคณะกรรมการได้พิจารณาอนุมัติให้ลบชื่อออกจากทะเบียน เพราะสมาชิกผู้นั้นได้ประพฤตินำความเสื่อมเสียมาสู่สมาคม

ข้อ 12. สิทธิและหน้าที่ของสมาชิก

12.1 มีสิทธิเข้าใช้สถานที่ของสมาคมโดยเท่าเทียมกัน

12.2 มีสิทธิเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการของสมาคมต่อคณะกรรมการ



- 12.3 มีสิทธิได้รับสวัสดิการต่างๆ ที่สมาคมได้จัดให้เพิ่มขึ้น
- 12.4 มีสิทธิเข้าร่วมประชุมใหญ่ของสมาคม
- 12.5 สมาชิกสามัญมีสิทธิในการเลือกตั้ง หรือ ได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งเป็นกรรมการสมาคมและมีสิทธิออกเสียงลงมติต่างๆ ในที่ประชุมได้คนละ 1 คะแนนเสียง
- 12.6 มีสิทธิร้องขอต่อคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบเอกสารและบัญชีทรัพย์สินของสมาคม
- 12.7 มีสิทธิเข้าชื่อร่วมกันอย่างน้อย 1 ใน 5 ของสมาชิกสามัญทั้งหมดหรือสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน ทำหนังสือร้องขอต่อคณะกรรมการให้จัดประชุมใหญ่วิสามัญได้
- 12.8 มีหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติ และข้อบังคับของสมาคมโดยเคร่งครัด
- 12.9 มีหน้าที่ประพฤติตนให้สมกับเกียรติที่เป็นสมาชิกของสมาคม
- 12.10 มีหน้าที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานกิจการต่างๆ ของสมาคม
- 12.11 มีหน้าที่ร่วมกิจกรรมที่สมาคมได้จัดให้เพิ่มขึ้น
- 12.12 มีหน้าที่ช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงของสมาคมให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

หมวดที่ 3

การดำเนินการสมาคม

ข้อ 13. ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง ทำหน้าที่บริหารกิจการของสมาคมมีจำนวนอย่างน้อย 11 คน อย่างมากไม่เกิน 15 คน คณะกรรมการนี้ ได้มาจากการเลือกตั้งของที่ประชุมใหญ่ของสมาคมและให้ผู้ที่ได้เลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ เลือกตั้งกันเองเป็นนายกสมาคม 1 คน และอุปนายก 1 คน สำหรับตำแหน่งกรรมการในตำแหน่งอื่นๆ ให้นายกเป็นผู้แต่งตั้ง ผู้ที่ได้รับเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่เข้าดำรงตำแหน่งต่างๆ ของสมาคมตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งตำแหน่งของกรรมการสมาคมมีตำแหน่งและหน้าที่โดยสังเขปดังต่อไปนี้

13.1 นายกสมาคม ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าในการบริหารกิจการของสมาคม เป็นผู้แทนสมาคมในการติดต่อกับบุคคลภายนอกและทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุมคณะกรรมการและการประชุมใหญ่ของสมาคม

13.2 อุปนายก ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยนายกสมาคมในการบริหารกิจการสมาคมปฏิบัติตามหน้าที่นายกสมาคมได้มอบหมายและทำหน้าที่แทนนายกสมาคม เมื่อนายกสมาคมไม่อยู่ หรือไม่สามารถจะปฏิบัติหน้าที่ได้แต่การทำหน้าที่แทนนายกสมาคม ให้อุปนายกตามลำดับตำแหน่งเป็นผู้กระทำการแทน

13.3 เลขาธิการ ทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบคณะกรรมการบริหาร นัดประชุมใหญ่วิสามัญประจำปี นัดประชุมใหญ่อื่นๆ บันทึกการประชุม ดูแลรักษาเอกสารอันรวมทั้งทรัพย์สินต่างๆ ของสมาคมติดต่อกับสมาชิก และปฏิบัติหน้าที่อย่างอื่นที่มีได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ใดผู้หนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ควบคุมดูแลจัดการกิจการของสมาคม ควบคุมพนักงานเจ้าหน้าที่ของสมาคม แต่การรับบุคคลเข้าทำงานหรือให้ออกจากงาน เลขาธิการ จะกระทำได้ต่อเมื่อได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร

13.4 ทรัพย์สิน มีหน้าที่เกี่ยวกับการเงินทั้งหมดของสมาคมเป็นผู้จัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย บัญชีงบดุลของสมาคม และเก็บเอกสารหลักฐานต่างๆ ของสมาคมไว้เพื่อตรวจสอบ

13.5 ปฏิคม มีหน้าที่ในการ ให้การต้อนรับแขกของสมาคมและจัดเตรียมสถานที่ประชุมต่างๆ ของสมาคม

13.6 นายทะเบียน มีหน้าที่เกี่ยวกับทะเบียนสมาชิกทั้งหมดของสมาคมประสานงานกับทรัพย์สิน ในการเรียกเก็บเงินค่าบำรุงสมาคมจากสมาชิก

13.7 ประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เผยแพร่กิจการและชื่อเสียง เกียรติคุณของสมาคมให้สมาชิก และบุคคลโดยทั่วไปให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย



13.8 กรรมการตำแหน่งอื่น ๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งคณะกรรมการเห็นสมควรกำหนดให้มีขึ้นโดยมีจำนวนเมื่อรวมกับตำแหน่งกรรมการตามข้างต้น แล้วจะต้องไม่เกินจำนวนที่ข้อบังคับได้กำหนดไว้ แต่ถ้าคณะกรรมการมิได้กำหนดตำแหน่งก็ถือว่าเป็นกรรมการกลาง คณะกรรมการชุดแรกให้ผู้เริ่มการจัดตั้งสมาคมเป็นผู้เลือกตั้ง ประกอบด้วยนายกสมาคมและกรรมการอื่น ๆ ตามจำนวนที่เห็นสมควรตามข้อบังคับของสมาคม

ข้อ 14. คณะกรรมการของสมาคมสามารถอยู่ในตำแหน่งได้คราวละ 2 ปี และเมื่อคณะกรรมการอยู่ในตำแหน่งครบวาระแล้ว แต่คณะกรรมการชุดใหม่ยังมิได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนจากทางราชการก็ให้คณะกรรมการที่ครบกำหนดตามวาระรักษาการไปพลางก่อน จนกว่าคณะกรรมการชุดใหม่จะได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนจากทางราชการ และเมื่อคณะกรรมการชุดใหม่ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนจากทางราชการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ให้ทำการส่งและรับมอบงานกันระหว่างคณะกรรมการชุดเก่าและคณะกรรมการชุดใหม่ให้เป็นที่เสร็จสิ้นภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่คณะกรรมการชุดใหม่ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนจากทางราชการ

ข้อ 15. ตำแหน่งกรรมการสมาคม ถ้าต้องว่างลงก่อนครบกำหนดตามวาระก็ให้คณะกรรมการแต่งตั้งสมาชิกสามัญคนใดคนหนึ่งซึ่งเห็นสมควรเข้าดำรงตำแหน่งที่ว่างลงนั้น แต่ผู้ดำรงตำแหน่งแทนอยู่ในตำแหน่งได้เท่ากับวาระของผู้ที่ตนแทนเท่านั้น

ข้อ 16. กรรมการอาจจะพ้นจากตำแหน่ง ซึ่งมีขึ้นเป็นการออกตามวาระด้วยเหตุผลต่อไปนี้ คือ

- 16.1 ตาย
- 16.2 ลาออก
- 16.3 ขาดจากสมาชิกภาพ
- 16.4 ที่ประชุมใหญ่ลงมติให้พ้นจากตำแหน่ง

ข้อ 17. กรรมการที่ประสงค์จะลาออกจากตำแหน่งกรรมการ ให้ยื่นใบลาออกเป็นลายลักษณ์อักษรต่อคณะกรรมการ และให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อคณะกรรมการมีมติให้ออก

ข้อ 18. อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

18.1 มีอำนาจออกระเบียบปฏิบัติต่างๆ เพื่อให้สมาชิกได้ปฏิบัติ โดยระเบียบปฏิบัตินั้นจะต้องไม่ขัดกับข้อบังคับฉบับนี้

18.2 มีอำนาจแต่งตั้งและถอดถอนเจ้าหน้าที่ของสมาคม

18.3 มีอำนาจแต่งตั้งกรรมการที่ปรึกษา หรือ อนุกรรมการได้ แต่กรรมการที่ปรึกษาหรืออนุกรรมการจะสามารถอยู่ในตำแหน่งได้ไม่เกินวาระของคณะกรรมการที่แต่งตั้ง

18.4 มีอำนาจเรียกประชุมใหญ่สามัญประจำปี และประชุมใหญ่วิสามัญ

18.5 มีอำนาจแต่งตั้งกรรมการในตำแหน่งอื่น ๆ ที่ยังมีได้กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้

18.6 มีอำนาจบริหารกิจการของสมาคม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ตลอดจนมีอำนาจอื่น ๆ ตามที่ข้อบังคับได้กำหนดไว้

18.7 มีหน้าที่รับผิดชอบกิจการทั้งหมด รวมทั้งการเงินและทรัพย์สินทั้งหมดของสมาคม

18.8 มีหน้าที่จัดให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญ ตามที่สมาชิกสามัญจำนวน 1 ใน 3 ของสมาชิกทั้งหมด ได้เข้าชื่อร้องขอให้จัดประชุมใหญ่วิสามัญขึ้น ซึ่งการนี้จะต้องจัดให้มีการประชุมใหญ่วิสามัญขึ้นภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือร้องขอ

18.9 มีหน้าที่จัดทำเอกสารหลักฐานต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับการเงินทรัพย์สินและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของสมาคมให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ และสามารถจะให้สมาชิกตรวจสอบได้เมื่อสมาชิกร้องขอ



18.10 จัดทำบันทึกการประชุมต่างๆ ของสมาคม เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานและจัดส่งให้สมาชิกได้รับทราบ

18.11 มีหน้าที่อื่นๆ ตามที่ข้อบังคับได้กำหนดไว้

ข้อ 19. คณะกรรมการจะต้องประชุมกันอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง โดยให้จัดขึ้นภายในวันที่ 10 ของทุกๆ เดือน ทั้งนี้เพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับการบริหารกิจการของสมาคม

ข้อ 20. การประชุมคณะกรรมการ จะต้องมีการเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งหมดจึงจะถือว่าครบองค์ประชุม มติของที่ประชุมคณะกรรมการ ถ้าข้อบังคับมิได้กำหนดไว้เป็นอย่างอื่นก็ให้ถือคะแนนเสียงมากเป็นเกณฑ์ แต่ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันก็ให้ประธานในการประชุมเป็นผู้ชี้ขาด

ข้อ 21. ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้านายกสมาคมและอุปนายกสมาคมไม่อยู่ในที่ประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติตามหน้าที่ได้ ก็ให้กรรมการที่เข้าประชุมในคราวนั้นเลือกตั้งกันเอง เพื่อให้กรรมการคนใดคนหนึ่งทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุมคราวนั้น

หมวดที่ 4 การประชุมใหญ่

ข้อ 22. การประชุมใหญ่ของสมาคม 2 ชนิด คือ

22.1 ประชุมใหญ่สามัญ

22.2 ประชุมใหญ่วิสามัญ

ข้อ 23. คณะกรรมการจะต้องจัดให้มีการประชุมใหญ่สามัญประจำปีๆ ละ 1 ครั้ง ภายในเดือนกรกฎาคมของทุกๆ ปี

ข้อ 24. การประชุมใหญ่วิสามัญ อาจจะมีขึ้นได้ ก็โดยเหตุที่คณะกรรมการเห็นควรจัดให้มีขึ้นหรือเกิดขึ้นด้วยการเข้าร่วมกันของสมาชิกไม่น้อยกว่า 1 ใน 5 ของสมาชิกสามัญทั้งหมดหรือสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 100 คน ทำหนังสือร้องเรียนต่อคณะกรรมการให้จัดให้มีขึ้น

ข้อ 25. การแจ้งกำหนดนัดประชุมให้สมาชิกการเป็นผู้แจ้งกำหนดนัดประชุมใหญ่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยระบุ วัน เวลาและสถานที่ให้ชัดเจนโดยจะต้องแจ้งให้สมาชิกได้ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน และประกาศแจ้งกำหนดนัดวันประชุมไว้ ณ สำนักงานของสมาคมเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 7 วัน ก่อนถึงกำหนดวันประชุมใหญ่

ข้อ 26. การประชุมใหญ่สามัญประจำปี จะต้องมีการประชุมอย่างน้อยดังต่อไปนี้

26.1 แลกเปลี่ยนกิจการที่ผ่านมาในรอบปี

26.2 แลกเปลี่ยนรายรับ รายจ่าย และบัญชีงบดุลของปีที่ผ่านมาให้สมาชิกรับทราบ

26.3 เลือกตั้งคณะกรรมการชุดใหม่ เมื่อครบกำหนดวาระ

26.4 เลือกตั้งผู้สอบบัญชี

26.5 เรื่องอื่นๆ ถ้ามี

ข้อ 27. ในการการประชุมใหญ่สามัญประจำปี หรือการประชุมใหญ่วิสามัญ จะต้องต้องมีสมาชิกมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด หรือจำนวนไม่น้อยกว่าห้าสิบคนจึงจะเป็นองค์ประชุม

ข้อ 28. การลงมติต่างๆ ในที่ประชุมใหญ่ ถ้าข้อบังคับมิได้กำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ก็ให้ถือคะแนนเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ แต่ถ้าคะแนนเสียงที่ลงมติดีคะแนนเสียงเท่ากัน ก็ให้ประธานในการประชุมเป็นผู้ชี้ขาด

ข้อ 29. ในการประชุมใหญ่ของสมาคม ถ้านายกสมาคม และอุปนายกสมาคมไม่มาร่วมประชุมหรือไม่สามารถปฏิบัติตามหน้าที่ได้ ก็ให้ที่ประชุมใหญ่ทำการเลือกตั้งกรรมการที่มาร่วมประชุมคนใดคนหนึ่งให้ทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุมคราวนั้น



หมวดที่ 5 การเงินและทรัพย์สิน

ข้อ 30. การเงินและทรัพย์สินทั้งหมด ให้อยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการเงินสดของสมาคมถ้ามีให้นำฝากไว้ในธนาคาร ที่มีความมั่นคงหรือข้อตราสารทางการเงินที่ออกหรือรับรองโดยรัฐบาล

ข้อ 31. การลงนามในตัวเงินหรือเช็คของสมาคม จะต้องมียามมือชื่อของนายกสมาคมหรือผู้ทำการแทนลงนามร่วมกับเหรียญกษาปณ์หรือเลขอาธิการ พร้อมกับประทับตราของสมาคมจึงจะถือว่าใช้ได้

ข้อ 32. นายกสมาคม มีอำนาจสั่งจ่ายเงินได้ไม่เกินครั้งละหนึ่งหมื่นบาท หากจำเป็นต้องใช้จ่ายเงินเกินกว่านี้ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร การอนุมัติจ่ายเงินทุกครั้งตามวรรคหนึ่ง นายกสมาคมต้องแจ้งให้คณะกรรมการบริหารทราบในการประชุมคราวถัดไป

ข้อ 33. ให้เหรียญกษาปณ์มีอำนาจเก็บรักษาเงินสดของสมาคมได้ไม่เกิน 5,000 บาท(ห้าพันบาทถ้วน)ถ้าเกินกว่าจำนวนนี้ จะต้องนำฝากธนาคารในบัญชีของสมาคมทันทีที่โอกาสอำนวยให้

ข้อ 34. เหรียญกษาปณ์ จะต้องทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และบัญชีงบดุล ให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ การรับหรือจ่ายเงินทุกครั้งจะต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือ ลงลายมือชื่อของนายกสมาคม หรือผู้ทำการแทนร่วมกับเหรียญกษาปณ์หรือผู้ทำการแทน พร้อมกับประทับตราของสมาคมทุกครั้ง

ข้อ 35. ผู้สอบบัญชีจะต้องมีใบกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ของสมาคม และจะต้องเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต

ข้อ 36. ผู้สอบบัญชี มีอำนาจหน้าที่จะเรียกเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเงินและทรัพย์สินจากคณะกรรมการ และสามารถจะเชิญกรรมการ หรือเจ้าหน้าที่ของสมาคมเพื่อสอบถาม เกี่ยวกับบัญชีและทรัพย์สินของสมาคมได้

ข้อ 37. คณะกรรมการจะต้องให้ความร่วมมือกับผู้สอบบัญชี เมื่อได้รับการร้องขอ

หมวดที่ 6 การเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อบังคับและการเลิกสมาคม

ข้อ 38. ข้อบังคับของสมาคมจะเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ โดยมติของที่ประชุมใหญ่เท่านั้น และองค์ประชุมใหญ่จะต้องมีสมาชิกสามัญเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของสมาชิกสามัญทั้งหมด มติของที่ประชุมใหญ่ในการให้เปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อบังคับจะต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของสมาชิกที่เข้าร่วมประชุมทั้งหมด

ข้อ 39. การเลิกสมาคม จะเลิกได้ก็โดยมติของที่ประชุมใหญ่ของสมาคมยกเว้นเป็นการเลิกเพราะเหตุของกฎหมาย มติของที่ประชุมใหญ่ที่ให้เลิกสมาคมจะต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของสมาชิกสามัญที่เข้าร่วมประชุมทั้งหมด

ข้อ 40. เมื่อสมาคมต้องเลิก ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆก็ตาม ทรัพย์สินของสมาคมที่เหลืออยู่ หลังจากที่ได้ชำระบัญชีเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ให้ตกเป็นของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (ผู้รับต้องมีฐานะเป็นนิติบุคคล ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสาธารณประโยชน์)

หมวดที่ 7 บทเฉพาะกาล

ข้อ 41. ข้อบังคับฉบับนี้ ให้เริ่มใช้บังคับได้นับตั้งแต่วันที่สมาคมได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเป็นต้นไป

ข้อ 42. เมื่อสมาคมได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลจากทางราชการ ก็ให้ถือว่าผู้เริ่มการทั้งหมดเป็นสมาชิกสามัญ.



ระเบียบ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาชิกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2555
(แก้ไขเพิ่มเติม เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2555)

เพื่อให้สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย มีมาตรฐานการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
สื่อสารมวลชน และ มีความสำนึกในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม

อาศัยความตามข้อ 4.3 และข้อ 18.1 แห่งข้อบังคับสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2543 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2547) คณะกรรมการบริหารสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมัยที่ 8 ในการประชุมครั้งที่ 3 / 2555 เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 มีมติเห็นชอบให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เรื่อง จริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศ เป็นต้นไป

ข้อ 3 จริยธรรมแห่งวิชาชีพ ที่สมาชิกรูทุกคนต้องยึดถือปฏิบัติได้แก่

- (1) นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริงเพื่อประโยชน์สาธารณะด้วยความถูกต้องครบถ้วนเป็นธรรม
- (2) เคารพสิทธิมนุษยชน คัดค้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าว
- (3) มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อวิชาชีพสื่อสารมวลชนและไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน
- (4) ปกป้องและปฏิบัติต่อแหล่งข่าวอย่างเป็นธรรม
- (5) ให้ความเป็นธรรมต่อผู้ตกเป็นข่าวหากนำเสนอข้อมูลผิดพลาดต้องดำเนินการแก้ไขโดยทันที พร้อมขอภัยในความผิดพลาดดังกล่าว

(6) ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น

(7) ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพ หรือ ความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ข้อ 4 ให้มีคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ โดยให้ที่ประชุมใหญ่ คัดเลือกจากสมาชิกและที่ปรึกษาที่มีความประพฤติดีงามขึ้นมาคณะหนึ่งมีจำนวนไม่เกินห้าคน ทำหน้าที่คณะกรรมการจริยธรรมโดยให้ผู้ได้รับการคัดเลือกแต่งตั้งผู้ทำหน้าที่ประธาน กรรมการ และ เลขาธิการคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

ข้อ 5 คณะกรรมการจริยธรรมมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

- (1) ส่งเสริมและให้ความรู้แก่สมาชิก ให้ตระหนักถึงความสำคัญของจริยธรรมทางวิชาชีพสื่อมวลชน
- (2) ดำเนินกิจกรรมเพื่อยกระดับและส่งเสริมวิชาชีพของสื่อมวลชน
- (3) สอดส่องความประพฤติของสมาชิกให้เป็นไปตามข้อบังคับและจริยธรรมของวิชาชีพ
- (4) ตรวจสอบข้อเท็จจริงสมาชิกที่ถูกกล่าวหาว่าประพฤติผิดจริยธรรมเมื่อได้รับคำขอจากคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ

(5) เสนอแนะแนวทาง ข้อคิดเห็น ด้านจริยธรรมต่อคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ

ในกรณีที่คณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้วให้เสนอความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรต่อคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ เพื่อดำเนินการต่อไป

ข้อ 6 คณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ มีวาระการดำรงตำแหน่งเท่ากับอายุของคณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ในชุดนั้นๆ กรณีที่คณะกรรมการจริยธรรม วิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ รายใดลาออกหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้ ให้คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ เรียกประชุมวิสามัญเพื่อแต่งตั้งสมาชิกหรือ ที่ปรึกษาทำหน้าที่แทนต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555

(นายวิสุทธิ์ คมวัชรพงศ์)

นายก สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

