

โฆษณาทีวีดิจิทัล ฝุ่นตลบ คอนเซ็ปต์ ช่อง - กติการัฐไม่นิ่ง

Positioning Wed, 2014-04-30

จับตา "ทีวีดิจิทัล" แข่งเดือดท่ามกลาง
ภาวะคนดูยังน้อยมาก งบโฆษณายังไม่เข้า
เอเยนซีโฆษณา และเจ้าของสินค้าขอรอคอน
เซ็ปต์ช่อง และ กติการัฐให้ชัดเจนกว่านี้

สมรภูมิ "ทีวีดิจิทัล" เริ่มขึ้นแล้วหลัง
จากที่ผู้ได้รับอนุญาต "ทีวีดิจิทัล" 24 ช่อง
ต่างทยอยเปิดตัวโฉมหน้าผังรายการกันอย่าง
คึกคักมาตลอดเดือนเมษายนที่ผ่านมา

การมาของทีวีดิจิทัล นอกจากเป็นการ
พลิกโฉมอุตสาหกรรมฟรีทีวี จากเดิมที่มีแค่ 6
ช่องเพิ่มเป็น 24 ช่อง เป็นการเพิ่มทางเลือก
ใหม่ๆให้กับคนดูขณะเดียวกันด้วยจำนวนผู้เล่น
ในตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมการแข่งขัน
ของฟรีทีวีเพิ่มเติกรความร้อนแรงขึ้นทันที
เพราะทุกรายต้องอัดฉีดเม็ดเงินลงทุนผลิตราย
การดึงคนมีประสบการณ์เพื่อช่วงชิงฐานคนดู
และรายได้จากโฆษณาจากเด็กก๊อเดิมจนมี
การคาดการณ์กันว่า อาจเหลือช่องที่อยู่
รอดได้ไม่เกิน 5 - 10 รายเท่านั้นหรือประมาณ
20% ของจำนวนผู้ประกอบการ

"พฤติกรรมคนดู อย่างเก่งก็ดูเพียงแค่ 5
- 6 ช่องเท่านั้น การที่เมืองไทยมีทีวีดิจิทัลถึง
24 ช่อง ถือว่าเยอะกว่าขนาดของตลาดมาก
คาดว่าจะเหลือไม่เกิน 5 ช่อง เท่านั้นที่ครอง
ตลาดส่วนใหญ่และในจำนวนนี้เป็นรายเดิม
อย่างช่อง 3 และ ช่อง 7 ที่มีฐานคนดูอยู่เป็น
จำนวนมากอยู่แล้วส่งผลรายใหม่ ๆ ที่เข้ามาใน
ตลาดจึงต้องแย่งแข่งขันกันอย่างหนักเพื่อเป็น
1 ใน 5 ราย"

มีเดียเอเยนซีและผู้ประกอบการส่วน
ใหญ่ให้ความเห็น

นอกจากนี้ ทีวีดิจิทัล ยังต้องเผชิญกับ
ความท้าทายหลายเรื่องสภาพเศรษฐกิจ ก็ไม่
เอื้ออำนวยเนื่องจากเป็นช่วงที่การเมืองไม่นิ่ง
ส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้
บริโภคทำให้เจ้าของสินค้า เริ่มตัดงบโฆษณา

ยิ่งเมื่อดูจากโฆษณาสดลง 3 เดือนแรกของปี
จากผลวิจัยของ นีลเส็น พบว่า ตั้งแต่เดือน
มกราคมถึงมีนาคม ลดลง 6.78% จาก 26,482
ล้านบาทของปีที่แล้ว ปีนี้ลดลงเหลือ 24,687
ล้านบาท โดยที่สื่อทีวีดิจิทัลไปแล้ว 6.91%
จากปีที่แล้วมีจำนวนเงิน 16,536 ล้านบาท ปีนี้
ลดเหลือ 15,393 ล้านบาท

นอกจากต้องเจอเศรษฐกิจฝืดเคืองแล้ว
สัดส่วนของคนดูที่เปลี่ยนจากอนาล็อกมาเป็น
ระบบดิจิทัลเวลานี้ ยังมีอยู่เพียงแค่ 30% โดย
เป็นผลสำรวจผู้ชมทีวีของสมาคมมีเดียเอเยนซี
และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ที่ทำขึ้นเพื่อนำ
มาหาข้อสรุปเกี่ยวกับทิศทางของการวางแผน
สื่อโฆษณาจากการเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัล

วรรณิ รัตนพล ประธานบริหาร บริษัท
ไอพีจี มีเดียแบรนด์ส์ จำกัด และนายกสมาคม
มีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

บอกว่า เวลานี้ยังประเมินได้ยากกว่าเม็ดเงิน
โฆษณาในทีวีดิจิทัลจะมีมากน้อยแค่ไหน
เนื่องจากต้องดูจากจำนวนคนดูที่เปลี่ยนจาก
ระบบอนาล็อกมาเป็นดิจิทัลมากน้อยแค่ไหน
และ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของทีวีดิจิทัลก็ยังไม่นิ่ง
จึงต้องรอดูไปก่อน

"คนดูอยู่ที่ไหนโฆษณาก็ไปที่นั่น เมื่อลูกค้า
ยังไม่มาโฆษณาก็ยังไม่ไป"

นี่คือกติกาของเอเยนซีโฆษณา ดังนั้นเมื่อ
ตัวเลขคนดูแค่ 30% ยังน้อยมากเพราะยังมี
คนถึง 70% ที่ดูทีวีในระบบอนาล็อกแบบเดิม

โดยจากผลสำรวจของสมาคมมีเดียเอเยนซี
และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทยพบว่า คนส่วน
ใหญ่รู้ว่า "ทีวีดิจิทัล" แต่ยังไม่รู้ว่าอะไรจะเปลี่ยน
เป็นทีวีดิจิทัลได้อย่างไรส่วนหนึ่งเป็นเพราะ
ขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รับรู้
รวมถึง กสทช.ยังอยู่ระหว่างดำเนินการยังไม่มี
การแจกคู่มือเพื่อแลกซื้ออุปกรณ์ เซตท็อป
บ็อกซ์ เพื่อรับชมทีวีดิจิทัล

ในมุมมองของเอเยนซี มองว่า หากดูจาก
หลายประเทศต้องใช้เวลา 8-10 ปี ดูจากตัวอย่าง
ในอังกฤษใช้เวลาถึง 10 ปี ส่วนฝรั่งเศสใช้เวลา

6 ปี แม้ว่า กสทช. จะเชื่อว่าประเทศไทย ใช้เวลา 2-3 ปี เนื่องจากมีกฎ Must carry จะทำให้จะไทยจะเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัลโดยเร็ว

"แต่ในที่สุดแล้ว ต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของรายการถ้ารายการดีสร้างกระแสได้คนจะเปลี่ยนมาดูแต่ถ้ารายการยังสู้อนาล็อกไม่ได้การเปลี่ยนแปลงก็ทำได้ยาก"

ส่วนทางด้านนายดีแซร์คาดว่าในปีที่วีดิจิตอลจะเติบโตได้ถึง 10% จากสัดส่วนการรับชมทีวีทั้งหมดภายในสิ้นปี คือ จะมีผู้ชมที่เปลี่ยนจากการดูฟรีวีและเคเบิลทีวีมาดูมากขึ้น โดยคาดว่าเรตติ้งเฉลี่ย 0.04/ช่อง ส่วนการใช้เม็ดเงินโฆษณาภาพรวมยังคงเท่าเดิมเพียงแต่อาจจะดึงมาจากฟรีทีวีและทีวีเคเบิลไม่ได้มาจากสื่ออื่นๆนอกเหนือจากนี้ในอนาคตสัดส่วนของการใช้สื่อโฆษณาจะเป็นฟรีทีวี 70% ทีวีเคเบิล 20% และ ดิจิตอลทีวี 10%

กติการัฐไม่นิ่ง

นอกจากปัญหาเรื่องของเศรษฐกิจแล้ว สิ่งที่ยังต้องรอความชัดเจนคือเรื่องของการวัดเรตติ้งก็ยังคงอยู่ระหว่างดำเนินการยังไม่มีข้อสรุปรวมถึงกติกาของหน่วยรัฐก็ยังไม่นิ่งในหลายประเด็นทำให้เอเยนซีโฆษณาและเจ้าของสินค้าจึงชะลอการซื้อโฆษณาทีวีดิจิตอลออกไป โดยเฉพาะประเด็นที่เกิดขึ้นกับช่อง 3 ก็มีผลต่อโฆษณาทางทีวีดิจิตอล โดยมีสาเหตุมาจาก กสทช.กำหนดให้ผู้ที่ได้ใบอนุญาตโครงข่ายดิจิตอล (MUX) จะต้องนำเฉพาะช่องรายการที่ได้รับใบอนุญาตในระบบดิจิตอลมาออกอากาศ คือ 24 ช่องเท่านั้นที่เข้าข่ายตามกติกา Must carry โดยไม่คุ้มครอง 6 ช่อง ในระบบอนาล็อกซึ่งกติกานี้จะมีผลตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคมนี้เป็นต้นไป

ดังนั้นการที่มีผู้ให้บริการโครงข่ายดิจิตอล (MUX) นำรายการช่อง 3 ในระบบอนาล็อกไปออกในระบบดิจิตอลจึงถือว่าผิดกฎของ กสทช. เนื่องจากบริษัทช่อง 3 ที่ทำทีวีอนาล็อกเดิมและที่เข้าประมูลทีวีดิจิตอลเป็นคนละบริษัทกัน

ทำให้ช่อง 3 เป็นรายเดียวที่ไม่เข้าข่าย Must carry จึงไม่สามารถนำรายการในอนาล็อกมาออกอากาศในระบบดิจิตอล

ในขณะที่ฟรีทีวีอีก 5 ช่อง ออกอากาศคู่ขนานระหว่างอนาล็อก และ ดิจิตอล เนื่องจากใช้บริษัทเดิมที่ทำอนาล็อกขอใบอนุญาต

กสทช. จึงทำหนังสือแจ้งเตือนไปยังโครงข่าย อสมท ซึ่งได้นำรายการช่อง 3 ในระบบอนาล็อกมาออกอากาศในระบบดิจิตอลให้ถอดรายการออกหาก อสมท ยังไม่ปฏิบัติตามจะเข้าสู่กระบวนการทางปกครอง

นอกจากนี้หากช่อง 3 ไปเจรจากับทีวีดาวเทียมเพื่อนำช่องอนาล็อกไปออกอากาศจะเข้าข่ายทีวีดาวเทียม ที่มีโฆษณาได้แค่ 6 นาที ไม่ใช่ 10 นาที เหมือนระบบอนาล็อก

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับช่อง 3 ครองตลาดคนดูเป็นส่วนใหญ่ในตลาดจึงทำให้**"เอเยนซีโฆษณา"** ต้องชะลอการซื้อโฆษณาในทีวีดิจิตอล เพื่อรอความชัดเจนจาก กสทช.ก่อนครองตลาดคนดูเป็นส่วนใหญ่ในตลาด

"ส่วนช่อง 7 ออกอากาศคู่ขนานกันไปทั้งอนาล็อกและดิจิตอล คนดูผ่านอนาล็อกและดิจิตอลก็ดูได้เหมือนกันซึ่งไม่เป็นปัญหาสำหรับเอเยนซีแต่กรณีของช่อง3 ต้องดูว่าหาก กสทช. มีข้อห้ามแบบนี้ ช่อง 3 จะหาทางออกอย่างไรจะนำเฉพาะบางรายการมาออกอากาศในระบบดิจิตอลแล้วจะมีผลให้ค่าโฆษณาจะลดลงจากระบบอนาล็อกแค่ไหน"

ในขณะที่ช่อง 7 แม้ว่าจะออกอากาศคู่ขนานทั้งระบบอนาล็อกและดิจิตอล ช่อง 7 เอง ถึงแม้จะไม่มีต้นทุนการผลิต แต่มีต้นทุนค่าใบอนุญาตเพิ่มขึ้นประกอบกับการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นทำให้ช่อง 7 เองก็ไม่สามารถขึ้นราคาค่าโฆษณา จึงต้องตรึงราคาไว้เท่าเดิม

เรตโฆษณาดำกว่าฟรีทีวี 50%

ในขณะที่ พเยาว์ ธรรมธีระสุนทร Head of TV Trading มายด์แซร์ กล่าวว่า **"เรตราคาโฆษณาของช่องทีวีดิจิตอลในตอนนี้อย่างไม่มี**

ประกาศครบทุกช่องอย่างช่อง 3 ยังไม่มีประกาศออกมาแต่อย่างช่อง Workpoint RS ไทยรัฐ ที่มีเรตราคาอยู่แล้วซึ่งราคาจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลา ช่วงเวลาธรรมดา จะอยู่ที่นาทีละ 100,000 บาท ส่วนไพรม์ไทม์จะอยู่ที่ 200,000 บาท เรตราคาโฆษณาจะต่ำกว่าฟรีทีวีถึง 50% และในอนาคตราคาจะไม่สูงขึ้นไปแต่เท่าเรตราคาฟรีทีวีได้เพราะ Supply Over Demand ช่องเยอะขึ้น ราคาดันจะไม่เหมือนกับแต่ก่อนที่มีแค่ 6 ช่องแล้ว

สิ่งที่นักการตลาดต้องปรับตัว คือ ต้องศึกษาข้อมูลของแต่ละช่องก่อน เพราะแต่ละช่องมี Positioning ของตัวเองแล้วมาดูถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องทำการตลาดให้ตรงกลุ่มมากขึ้น"

ค่าโฆษณาเฉลี่ย 10,000 บาทต่อนาที

ในขณะที่ มีเดีย เอเยนซี บางรายอิงค่าโฆษณาอัตราค่าโฆษณาของทีวีดิจิตอลในอัตราทีวีผ่านดาวเทียมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ ประมาณ 10,000 บาท ต่อนาที ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำกว่าในยุคอนาล็อกมาก

พึ่งรายได้จากการขายสปอนเซอร์

เมื่อกติกาหลายอย่างยังไม่นิ่ง เอเยนซีและเจ้าของสินค้าขอรอดูสถานการณ์ไปก่อนการขายเป็นรูปสเปคที่ต้องพึ่งพาเรตติ้งยังทำได้ไม่มากให้ทีวีดิจิตอลทุกค่ายหันมาใช้วิธีการหา "สปอนเซอร์" เพื่อหารายได้เข้ามาให้ครอบคลุมต้นทุนในช่วงแรกที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างหนักเพราะมีทั้งค่าใบอนุญาตและการลงทุนด้านเนื้อหารายการ

รูปแบบการขาย "สปอนเซอร์" จึงเป็นการขายโฆษณาเป็นวอลุ่มใหญ่ทำให้ช่องรายได้ก้อนใหญ่เข้ามาทันทีโดยจะคิดค่าสปอนเซอร์ ตั้งแต่ 25 ล้านบาท - 100 ล้านบาทต่อรายต่อปี ลูกค้าที่จะมาซื้อสปอนเซอร์ส่วนใหญ่จะเป็นแบรนด์ใหญ่ที่มีงบประมาณโฆษณามากมายเช่น ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ธนาคาร บริษัทคอนซูเมอร์โปรดักต์

โดยโฆษณาของสปอนเซอร์จะถูกจัดสรรลงตามรายการต่างๆ ตามข้อตกลงระหว่างแบรนด์และสถานีซึ่งมีความยืดหยุ่นกว่าโฆษณาแบบปกติที่มักจะเลือกลงเฉพาะรายการที่คนดูมากๆ ซึ่งบางรายอาจมีการร่วมทำ Advertorial หรือ ใส่โฆษณาของแบรนด์ลงไปในเนื้อหาแบบเนียนๆ

แม้จะมีข้อดีสำหรับช่องที่จะมีเงินรายได้มาไว้ในมือทันที ไม่ต้องรอการวัดเรตติ้ง แต่เนื่องจากการแข่งขันสูง ช่องที่มีฐานธุรกิจเดิม หรือมีฐานคนดูมากๆจะได้เปรียบกว่าเช่น ไทยรัฐทีวีที่ได้โอเปอเรเตอร์ มือถือเอไอเอส แบงก์กรุงเทพ มาอยู่ในมือแล้ว

ทำให้บรรดาผู้บริหารของช่องดิจิตอลจึงต้องวิ่งหาสปอนเซอร์กันอุตลุด ด้วยข้อเสนอทั้งการลด แลก แจก แถม โฆษณา รวมถึงการทำโปรโมชันต่างๆ เพื่อจูงใจให้แบรนด์ต่างๆ เข้ามาเป็นสปอนเซอร์ อำนาจต่อรองเวลานี้จึงอยู่ที่เจ้าของสินค้าและเอเยนซี

จนเริ่มมีการตั้งข้อสังเกตว่า อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายการ เช่น หากช่องข่าวที่ต้องทำ Advertorial ให้ กับสปอนเซอร์ที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อหา รวมทั้งอุตสาหกรรมโฆษณาที่ต้องได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ในขณะที่บางค่ายได้นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาจูงใจให้กับสปอนเซอร์ เช่น ทีวีดิจิตอล "โมโน29" ของค่ายโมโน เปิดตัวไปด้วยคอนเซ็ปต์ Motion Nonstop Channel จับกลุ่มคนดูวัยทำงานGenXเน้นความเป็นช่องบันเทิง โดยนำคอนเทนต์ด้านบันเทิงที่มีอยู่เดิม บวกกับเทคโนโลยี มาเป็นจุดขายของช่องและเพิ่มรูปแบบการขายโฆษณาผ่านการเชื่อมโยงกับเครือข่ายโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น เฟซบุ๊กให้แบรนด์ ต่างๆ เข้ามาเป็นสปอนเซอร์ได้สื่อสารกับแฟนเพจผ่านหน้าจอแบบเรียลไทม์แทนการ ส่ง SMS ที่ใช้กันอยู่ในเวลานี้

รายได้เปรียบ รายใหม่ต้องรอเวลา

นอกจากนี้เอเยนซีโฆษณามักจะเลือกซื้อโฆษณาจากผู้ประกอบการรายเดิมก่อนเป็นลำดับ

แรก เช่น ช่อง 3 และ ช่อง 7 เป็นหลัก ส่วนช่องใหม่ๆยังต้องใช้เวลาในการประเมินกระแสความนิยมไปอีกพักใหญ่

"ถึงแม้ว่าคอนเซ็ปต์ของช่องจะดูแล้วโอเค แต่เอเยนซีต้องดูว่าเมื่อถึงเวลาออกอากาศจริงแล้วรายการเป็นอย่างไรสามารถสร้างกระแสให้คนสนใจได้มากแค่ไหนนี่คือสิ่งที่เราต้องรอ แต่คงใช้เวลาไม่นานก็คงรู้ผล"

วรรณิ ให้ความเห็น

ทางเลือกมากขึ้นโฆษณาากขึ้น

ทีวีดิจิตอล ยังส่งผลให้คนดูมีทางเลือกมากขึ้น เกิดการกระจายไปยังช่องต่างๆ หรือ Fragmentation สิ่งที่มาของการลงโฆษณา คือ เลือกซื้อโฆษณาทำได้ยากขึ้น จากเดิมที่เลือกซื้อรายการเดียวก็สามารถเข้าถึงคนดูได้หลายล้านคน แต่ต่อไปต้องซื้อหลายรายการ จึงจะเข้าถึงคนดูจำนวนมาก

ช่องรายการไม่นิ่ง

ขณะที่ ปัทมวรรณ สถาพร กรรมการผู้จัดการมายด์แชร์ กล่าวว่า "จากประสบการณ์ที่มายด์แชร์ พบว่า ทีวีดิจิตอลประสบปัญหาเดียวกับเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม ในช่วงนั้นปี 2005 - 2006 คือ เรตติ้งจะเท่าไรๆ เพียงแต่ตอนนี้ยังไม่เห็นภาพอะไรชัดเจนมากนักจะเห็นชัดมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่สอง ช่วงเดือนมิถุนายน"

จากการเปลี่ยนถ่ายสู่ระบบทีวีดิจิตอล และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคจะทำให้เข้าสู่ยุคของมัลติสกรีนที่ชัดเจนขึ้น การทำการตลาดและการวัดผลต้องคำนึงถึงสองมุมมองหลักในด้านความคุ้มค่าในการลงทุนและด้านคุณภาพของรายการในช่อง หรือแพลตฟอร์มนั้นๆ เพราะผู้ชมในประเทศให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการที่รับชมมากขึ้น โดยแบรนด์ควรที่จะวัดคุณภาพของรายการ นอกเหนือจากเรื่อง **Awareness** และรวมไปถึง **Engagement** ที่นำสู่ **Owned** และ **Earned**

Media จากพฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีและอารมณ์ของผู้รับชมเนื้อหารายการ

แต่เรื่องที่น่ากังวลและส่งผลต่อเอเยนซีก็คือความชัดเจนในเรื่องหมายเลขช่องของระบบอนาล็อก ที่มีการเปลี่ยนใหม่ เมื่อมีการปรับระบบเพราะไม่ได้มาเรียงกับช่องดิจิตอลที่มีการกำหนดเลขช่องไว้แน่นอนแล้ว ซึ่งช่อง 3 ก็ประกาศออกมาว่าตัวเลขอนาล็อกที่อยู่กับพาร์ตเนอร์ เช่น GMM, TrueVision จะมีตัวเลขที่แน่นอนแต่กับบางกล่องจะยังไม่มีตัวเลขที่ชัดเจนมากนักเป็นเรื่องที่เอเยนซีต้องติดตามเพราะถ้าส่งผลให้คนที่ติดตามชมช่องอนาล็อกของช่อง3 จะหาชมได้อย่างไรและจะรู้ได้อย่างไรว่าอยู่ช่องนี้



Timeline การประมูลโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

10 12 กันยายน 2556	กสทช.เปิดขายซองประมูลทีวีดิจิทัล ยอดรวมมี 33 บริษัท 49 ซองประมูล
28 29 ตุลาคม 2556	วันยื่นซองประมูล มี 29 บริษัท 41 แบบคำขอ
9 ธันวาคม 2556	กสทช. ประกาศรายชื่อผู้มีสิทธิ์ประมูลทีวีดิจิทัล
16 ธันวาคม 2556	กสทช. ประกาศวันประมูลทีวีดิจิทัล ในวันที่ 25 - 26 ธันวาคม 2556
25 ธันวาคม 2556	กสทช. จัดการประมูลทีวีดิจิทัล วันแรก ในหมวดหมู่ ช่อง ว่างไร้ดี HD และ ช่อง ว่างไร้ดี SD ที่ตึก CAT บางรัก
26 ธันวาคม 2556	กสทช. จัดการประมูลทีวีดิจิทัล วันที่สอง ในหมวดหมู่ ช่อง ว่าง SD และ ช่อง เด็กและครอบครัว SD ที่ตึก CAT บางรัก
6 มกราคม 2557	กสทช. ประกาศรับรองผลประมูลทีวีดิจิทัล
27 มกราคม 2557	กสทช. ประกาศเลขช่องทีวีดิจิทัลอย่างเป็นทางการ

กสทช.ประกาศเลขช่องทีวีดิจิทัลอย่างเป็นทางการ ลำดับที่ 13 - 36 พร้อมยื่นผู้ชนะประมูล
ทั้ง 24 ช่องต้องดำเนินการด้านเอกสาร
ภายในเดือน ก.พ.นี้ ก่อนแจกใบอนุญาตต้นเดือน มี.ค.

พ.อ.นที สุกสรณ์ รองประธาน กสทช.
ในฐานะประธานคณะกรรมการ กิจการกระจาย
เสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า เมื่อ
วันที่ 27 ม.ค. ทางสำนักงาน กสทช. ได้จัดให้
มีการประกาศหมายเลขลำดับการให้บริการ
โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภท
บริการทางธุรกิจระดับชาติจำนวน 24 ช่อง ที่
ห้องเจ้าพระยา หอประชุมกองทัพเรือ ถนน
อรุณอมรินทร์ บางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ ภาย
หลังจากเมื่อวันที่ 24 ม.ค.ที่ผ่านมา กสทช.
จัดประชุมผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัลทั้ง 24
ช่องเพื่อเลือกหมายเลขลำดับช่อง โดยเริ่ม
ตั้งแต่เลขหมาย 13 - 36 ตามลำดับ ส่วน
ลำดับที่ 1 - 12 จะเป็นทีวีดิจิทัล ประเภท
สาธารณะ และ ลำดับที่ 37 - 48 เป็นประเภท
ชุมชนตามลำดับ

ทั้งนี้ ภายในเดือน ก.พ. 2557 ผู้ชนะ
การประมูลทั้ง 24 รายจะต้องดำเนินการตาม
เงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาตให้ครบถ้วนตาม
ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการและ
เงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ
โทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทาง
ธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556

ประกอบด้วยต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต
งวดที่หนึ่งภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับ
หนังสือแจ้งการเป็นผู้ชนะการประมูลซึ่งกำหนด
ให้ชำระเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 จำนวน 50%
ของส่วนราคาขั้นต่ำพร้อมหนังสือค้ำประกัน
การชำระเงินส่วนของราคาขั้นต่ำในส่วนที่เหลือ
ตามแบบที่กำหนด และ ส่วนที่ 2 จำนวน 10%
ของส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำรวมถึงหนังสือค้ำ
ประกันการชำระเงินส่วนที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ
ในส่วนที่เหลือตามแบบที่กำหนด และเอกสาร
ต่างๆ ที่ใช้ประกอบในการพิจารณามอบใบ
อนุญาต ด้วย

ขณะเดียวกัน ผู้ชนะการประมูลจะต้องขอ
ใช้บริการโครงข่ายโทรทัศน์จากผู้รับใบอนุญาต
ให้บริการโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล
(MUX) ซึ่งมี 4 บริษัท ประกอบด้วย
กองทัพบก บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
กรมประชาสัมพันธ์ และ องค์การกระจายเสียง
และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
ภายใน 30 วันเช่นเดียวกัน

"คาดว่าภายในต้นเดือนมี.ค.นี้ กสทช.จะ
สามารถมอบใบอนุญาตทีวีดิจิทัลแก่ผู้ชนะ
การประมูลทั้ง 24 รายได้โดยในช่วงเวลา
ดังกล่าว

กสทช.จะมีการหารือกับผู้ชนะการประมูลว่าจะมีการทดลองออกอากาศเมื่อใด ก่อนจะสามารถ ออกอากาศได้จริงวันที่ 1 เม.ย.นี้"

นอกจากนี้เมื่อได้รับใบอนุญาตผู้ประกอบการจะต้องประกอบกิจการตามประกาศ กสทช. ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป ว่าด้วยหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการว่าด้วยหลักเกณฑ์การแบ่งเวลาให้ผู้ยื่นดำเนินรายการ และ ประกาศอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

พ.อ.นที กล่าวว่า ส่วนกรณีการสนับสนุนช่วยเหลือการเปลี่ยนผ่านทีวี จากระบบแอนะล็อกเป็นดิจิทัล ด้วยการแจกคู่มือแก่ประชาชน 22 ล้านครัวเรือนนั้น ความเป็นห่วงล่าสุดคาดว่าจะสามารถดำเนินการแจกได้ภายหลังมีการออกอากาศจริงบนระบบทีวีดิจิทัลแล้วเนื่องจากในช่วงทดลองออกอากาศ ลำดับหมายเลขช่องต่างๆ จะยังไม่ตรงกับช่องที่ผู้ชนะการประมูลได้รับเลือกไปแต่อย่างใด ซึ่งราคาประเมินในการสนับสนุนเบื้องต้นที่เคยประกาศไว้อยู่ที่ 690 บาทต่อครัวเรือน

ขณะที่การเลือกหมายเลขลำดับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลตามลำดับที่ชนะการประมูลทั้ง 4 หมวดยุทธ ซึ่งมีผู้ชนะการประมูลทั้ง 20 บริษัท 24 ใบอนุญาต โดยผู้ที่ชนะการประมูลที่เสนอราคาสูงสุดในแต่ละหมวดยุทธเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกหมายเลขลำดับช่องก่อน ยกเว้นในหมวดยุทธ ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (HD) ที่มีผู้ชนะการประมูลด้วย ราคาเท่ากันที่ต้องมีการจับสลากเลือกลำดับก่อนหลังโดยผลการจับสลากปรากฏว่า บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ได้ลำดับที่ 6 และ บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด ได้ลำดับที่ 7

สำหรับการเลือกหมายเลขลำดับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประกอบด้วย หมวดยุทธเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว หมายเลขช่อง 13 - 15 ซึ่ง บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (ช่อง3) ได้หมายเลขช่อง 13

บริษัท อสมท จำกัด(มหาชน) หมายเลขช่อง14 บริษัท ไทยทีวี จำกัด (เครือข่ายพูล) ได้หมายเลขช่อง 15

หมวดยุทธข่าวสาร และ สาระ เริ่มจากหมายเลขช่อง 16 - 22 บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด ได้หมายเลขช่อง 16 บริษัท ไทยทีวี จำกัด (ทีวีพูล) หมายเลขช่อง 17 บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด (เครือข่ายเดลินิวส์ทีวี)หมายเลขช่อง18 บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด หมายเลขช่อง 19 บริษัท 3เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด หมายเลขช่อง 20 บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด หมายเลขช่อง 21 บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด (เครือข่ายเอ็น) หมายเลขช่อง 22

ขณะที่หมวดยุทธทั่วไป แบบความคมชัดปกติ SD หมายเลขช่อง 23-29 ผลการเลือกลำดับคือ บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด (ในเครือเวิร์คพอยท์) ได้หมายเลขช่อง 23, บริษัท ทู ดีที จำกัด หมายเลขช่อง 24, บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด หมายเลขช่อง 25 บริษัท แบงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด (เครือข่ายเอ็น) หมายเลขช่อง 26 บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด หมายเลขช่อง 27 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด (เครือข่ายช่อง 3) หมายเลขช่อง 28 และ บริษัท โมโน บรอดคาสท์ จำกัด หมายเลขช่อง 29

ส่วนในหมวดยุทธทั่วไป แบบความคมชัดสูง HD หมายเลขช่อง 30-36 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)ได้หมายเลขช่อง 30 บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอชดีดิจิทัล ทีวี จำกัด หมายเลขช่อง31 บริษัท ทริปปิเล วิ บรอดคาสท์ จำกัด (เครือข่ายรัฐ) หมายเลขช่อง 32 บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด(เครือข่ายช่อง 3) หมายเลขช่อง 33 บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด หมายเลขช่อง 34 บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (เครือข่ายช่อง7)หมายเลขช่อง 35 และ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด ของ นพ.ปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ ได้หมายเลขช่อง 36

“ประมูลทีวีดิจิตอล” วันแรกเดือดทะเลลูเปดานช่อง HD-SD



ช่องทั่วไปความคมชัดสูง

บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด	3,530
บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ โปรดักส์ จำกัด	3,460
บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด	3,370
บริษัท ทริปเปิล วี โปรดักส์ จำกัด	3,360
บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	3,340
บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด	3,320
บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด	3,320



ยอดรวม

23,700
ล้านบาท



ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ

บริษัท ไทย โปรดักส์ จำกัด	2,355
บริษัท ทู ดีที จำกัด	2,315
บริษัท จีเอ็มเอ็ม เอสดี ดิจิทัล ทีวี จำกัด	2,290
บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด	2,275
บริษัท อาร์.เอส.เทเลวิชั่น จำกัด	2,265
บริษัท โมโน โปรดักส์ จำกัด	2,250
บริษัท แบงคอก บิสซิเนส โปรดักส์ จำกัด	2,200



ยอดรวม

15,950
ล้านบาท

ทั้งช่อง HD+SD มีมูลค่ารวม

39,650 ล้านบาท

ASTVผู้จัดการ
infoGraphics
www.manager.co.th

ที่มา : ผู้จัดการรายวัน-ออนไลน์

สำหรับบรรยากาศภายในงานมอบลำดับช่องทีวีดิจิตอลเป็นไปอย่างคึกคัก เนื่องจากมีคณะผู้บริหารระดับสูงทุกรายที่ชนะการประมูลเข้าร่วมงานกันอย่างพร้อมเพรียง รวมถึง กสทช. ยังได้ให้แต่ละช่องโทรทัศน์สามารถเชิญคนดัง ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง ในสังกัดมาร่วมเชิญหมายเลข ช่องภายในงานด้วย

(ข้อมูลจาก ASTV ผู้จัดการออนไลน์ 27 ม.ค. 2557 เวลา 21.13 น.)

Switch from analogue to digital TV starts with 24 new channels from next month

Watchiranont Thongtep The Nation January 2, 2014 1:00 am

From this year (2014), not only will the broadcasting industry be reshaped after the birth of digital terrestrial TV channels but 22 million households will also change the way they view content from free-TV channels, as there will be more choice and better viewing experiences.

From about February 24 new digital, terrestrial, commercial channels will take to airwaves. Some of these will be operated by leading content providers, namely GMM Grammy, RS, Workpoint Entertainment, the Nation Group, Amarin Group, True Visions and the publisher of Thai Rath, Daily News and Siam Sport newspapers.

Meanwhile, existing analogue broadcasters such as Bangkok Entertainment, the operator of Channel 3; Bangkok Broadcasting and Television, the operator of Channel 7; and MCOT, operator of Modernine TV, also transform themselves into digital operators by offer channels more segmented for particular audiences. MCOT, for example, aims to have its own children's channels.

The 24 digital TV channels are divided into four segments.

First group is variety TV with high definition (HD) service. There are seven channels in this category.

Second group is called variety TV channels in standard definition (SD) service. There are also seven channels with such service.

The third segment also has seven channels in SD for news programmes and the remaining three in the last category are set for producing TV programmes for children and families. These will also be telecast in SD.

After the transition from analogue to digital terrestrial TV begins, Thais will learn more about functions of public broadcasting services on top of their experience with Thai Public Broadcasting Service (Thai PBS).

Under the NBTC's broadcasting master plan, 12 channels are reserved for public services. These include Thai PBS and two state-run TV broadcasters - the Army's TV5 and NBT, the channel run by the Public Relations Department (PRD). In the near future, TV5 will transform to be a public TV station for national security, while NBT will change to public relations.

The transition will also provide communication channels for each community in the country to own and participate in broadcasting services by community-based digital terrestrial TV channels. The NBTC has reserved about 20 per cent of total available radio frequency for this purpose.

Besides having more choice and more participation, audiences will also enjoy high quality pictures and sound from digital TV, even programmes telecast in SD service. Broadcasts via a digital system will support 16:9 widescreen display, and for viewers it will be like enjoying a movie at the cinema.

Another important benefit is that digitalTV signals penetrate into areas that analogue signals can't reach, such as inside a tall building.

And with digital technology, TV broadcasters can not only provide better quality service, they will also be able to offer new "cutting edge" services such as TV on mobiles, interactive TV, three-dimension TV (3D), plus multimedia and data broadcasts.

Natee Sukonrat, chairman of the NBTC's Broadcasting Committee, said: "The benefit of digital terrestrial TV is that the digital content can interface with different platforms such as online, on mobile and on air."

People will get access to digital TV programmes anywhere and anytime. Also in the near future, viewers will also be able to listen to digital radio via TV sets and watch archived TV programmes via digital on-demand services.

Importantly, NBTC commissioner Supinya Klangnarong said digital terrestrial TV was equipped with an assertive technology for disabled and elderly people. This includes audio descriptions, with spoken subtitling, closed captions and sign language, as well as emergency warnings.

However, before getting access to these new services, people must purchase an integrated digital TV (iDTV) set or digital TV set-top box. An iDTV is a television set with built-in digital TV tuner.

Viewers will be able to use the digital TV set-top box to convert digital signals to analogue for old TV sets, if needed.

To make this TV transition smooth and fast like many other countries, the NBTC plans to give subsidy coupons for all households - approximately 22 million across the country. Discount coupons valued about Bt690 per household will help people buy an iDTV set or a set-top box.

In 2013, there were about half a million iDTV sets and digital TV set-top boxes available here, but the NBTC expects the distribution to discount coupons to begin in about April while the country's first digital TV channels will go on-air in February.

Why should people follow this change? The answer is that in the near future all equipment and TV sets used for analogue broadcasts will no longer be sold.

In 2009, at the 10th Conference of Asean Ministers in Vientiane, ministers responsible for information agreed that Asean should adopt a phased "switch off" of analogue from 2015 to 2020.

So, the analogue era is coming to an end.

ย้อนดูความหวัง ทวีติจิตัล ก่อนการออก อากาศจริง ทวีติจิตัล กระตุ้นลงทุนแสนล้าน

โดย : กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ ไอที-นวัตกรรม
วันที่ 30 ธันวาคม 2556 11:17

จุดเปลี่ยนอุตสาหกรรมสื่อปี 57"ทีวีดิจิทัล"
กระตุ้นลงทุนแสนล้าน หลังโยกเงินประมูล 5
หมื่นล้านจับตาลงทุน"คอนเทนต์"ดึงบุคลากร
ด้านต้นทุนพุ่ง

ไตรมาสแรกปี 2557 จะเกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย ครั้งสำคัญรอบเกือบ 60 ปี จากการเริ่มต้น ส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) เริ่มจากประเภทบริการธุรกิจ 24 ช่องโดย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่กิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประกอบไปด้วยช่อง เอชดี 7 ช่อง ทีวีดี 7 ช่อง ช่อง 7 ช่อง และช่องเด็ก 7 ช่อง อายุใบอนุญาต 15 ปี ซึ่งเปิดประมูลเมื่อวันที่ 26-27 ธ.ค.ที่ผ่านมา มีผู้ร่วมประมูล 29 บริษัท จาก 22 กลุ่มธุรกิจ

ผลการประมูลทั้ง 2 วัน มี 17 กลุ่มธุรกิจ ชนะการประมูลมีวงเงินรวมมูลค่าการเสนอราคาทั้งหมด 50,862 ล้านบาทคิดเป็นอัตราเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 234% จากมูลค่าราคาประมูลขั้นต่ำ ประกอบด้วย เอชดี 7 ช่อง รวมมูลค่า 23,700 เพิ่มขึ้น 124% ช่องทีวีดี 7 ช่อง รวมมูลค่า 15,950 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 500% ช่องช่อง 7 ช่อง รวมมูลค่า 9,238 เพิ่มขึ้น 500% และช่องเด็ก 3 ช่อง รวมมูลค่า 1,974 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 370%

มั่นใจผู้ชนะประมูลพร้อมลงทุน

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธาน กสทช. และประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า การประมูลทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ที่ผ่านมาประสบความสำเร็จด้วยดี เนื่องจากผู้เข้าประมูล

ในแต่ละประเภทล้วนเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ระบบการแข่งขันเสรีตามกลไกตลาด ในยุคเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยจากระบบอนาล็อกไปสู่ดิจิทัล ซึ่งจะมีช่องฟรีทีวีเพิ่มขึ้นจาก 6 ช่อง เป็น 24 ช่อง ซึ่งครัวเรือนไทยทั่วประเทศสามารถรับชมได้ฟรี

"การประมูลครั้งนี้ได้ผู้ที่มีความพร้อมและมีความต้องการอย่างแท้จริงในการเป็นผู้ดำเนินการโทรทัศน์ด้วยต้นทุนราคาที่ผู้ชนะประมูลมั่นใจว่าสามารถประกอบกิจการอยู่รอดได้ตลอดอายุ 15 ปี ผลการประมูลครั้งนี้ เป็นไปตามสมมติฐานในการจัดประมูลที่เห็นการแข่งขันของผู้ประกอบการที่มีศักยภาพอยู่บนพื้นฐานการลงทุนที่มีการวางแผนเพื่อสร้างธุรกิจทีวีดิจิทัล"

หลังจากจบกระบวนการประมูลในช่วงส่งท้ายปีบอร์ด กสท. จะพิจารณารับรองรายชื่อผู้ชนะการประมูลภายใน 15 วัน นับจากวันสิ้นสุดการประมูลจากนั้นได้รับหนังสือแจ้งการเป็นผู้ชนะการประมูลผู้ชนะประมูลจะต้องดำเนินการตามเงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาตภายใน 45 วัน คือ การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตงวดที่ 1 สัดส่วน 50% ของราคาขั้นต่ำประมูล รายประเภทช่องรายการและอีก 10% ของมูลค่าส่วนเกินการประมูลพร้อมวางหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินสำหรับค่าธรรมเนียมงวดที่สอง ภายใน 30 วัน คาดว่าผู้ได้รับใบอนุญาตทีวีดิจิทัลจะเริ่มออกอากาศได้ภายในเดือนก.พ. 2557

ลงทุนคอนเทนต์ 5 หมื่นล้าน

นายเชมทัตต์ พลเดช กรรมการผู้จัดการ บริษัท สปา-ฮาคุโฮโด จำกัด เปิดเผยว่าการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อในปี 2557

ที่จะเริ่มออกอากาศทีวีดิจิทัล ประเภทบริการธุรกิจ 24 ช่อง จะทำให้เกิดการลงทุนมูลค่าการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจำนวนมากโดยเฉพาะต้นทุนการบริหารและผลิตคอนเทนต์ ทีวีดิจิทัล 24 ช่อง แม้ผู้ชนะบางรายจะมีช่องรายการบนแพลตฟอร์มทีวีดาวเทียมอยู่แล้วแต่จะมีการลงทุนอุปกรณ์สตูดิโอ และการผลิตคอนเทนต์เพิ่มเติม

ประเมินว่าทีวีดาวเทียมช่อง เอชดี จะต้องลงทุนด้านค่าบริหาร บุคลากร และการผลิตคอนเทนต์ ปีละ 3,000 ล้านบาทต่อช่อง ขณะที่ช่องวาไรตี้ เอสดี ปีละ 2,000 ล้านบาทต่อช่อง ส่วนช่องข่าวและเด็กปีละ 1,500 ล้านบาทต่อช่อง รวม 24 ช่องมูลค่าลงทุนอยู่ที่ 50,000 บาทต่อปี

ดังนั้น หากรวมต้นทุนค่าใบอนุญาตโครงข่ายที่ผู้ชนะการประมูลต้องจ่ายให้กับ กสทช. ตลอดในช่วง 6 ปีของเงื่อนไขการจ่ายรวมมูลค่ากว่า 5 หมื่นล้าน และการลงทุนของผังโครงข่าย จะมีมูลค่ากว่า "แสนล้านบาท"

หวั่นต้นทุนธุรกิจสี่อพุ่ง

การเพิ่มขึ้นของทีวีดิจิทัลรวม 24 ช่องในปีหน้าถือเป็นอีกอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันรุนแรง และ อาจต้องเผชิญสภาวะการแย่งชิงคอนเทนต์จากต่างประเทศเพื่อมาออกอากาศ รวมทั้งต้นทุนด้านบุคลากรที่จะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่องรายการข่าวที่ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ช่องละ 200 คน

นอกจากค่าใบอนุญาต ตามราคาของผู้ประกอบการชนะประมูลแล้ว ผู้ได้รับใบอนุญาตยังมีต้นทุนเพิ่มอีก 4% ของรายได้เป็นค่าธรรมเนียมจ่ายรายปีให้กับสำนักงาน กสทช. 2% และอีก 2% นำเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าในช่วง 1-4 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มผู้ประกอบการให้บริการช่องรายการทีวีดิจิทัลโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ อาจจะต้องเผชิญกับความท้าทายด้านการบริหารด้านการเงิน เนื่องจากในช่วงแรกของการดำเนินงานจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง เช่น เงินลงทุนด้านการผลิตและจัดหารายการโทรทัศน์การประมูลใบอนุญาตค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการรายปีค่าเช่าโครงข่ายทั้งโครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินและทีวีดาวเทียมรายปี เป็นต้น

ขณะที่รายได้หลักจากค่าโฆษณาอาจยังไม่ได้มาอย่างเต็มที่ เมื่อเทียบกับต้นทุนที่ค่อนข้างสูงดังกล่าวเนื่องจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือ เอเยนซีโฆษณา ยังไม่มั่นใจในความนิยมหรือเรตติ้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ในช่องรายการนั้นๆ เพราะเป็นรายการใหม่ประกอบกับในช่วงแรกของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัลนั้นการขยายโครงข่ายทีวีดิจิทัลภาคพื้นดินยังไม่สามารถครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศทำให้กลุ่มคนดูส่วนใหญ่อาจยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ช่องรายการฟรีทีวีเดิม

คนข่าวย้ายค่ายค่าแรงพุ่ง

นายสมชาย ริงษ์ธนาพันธ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท 3 เอ. มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เปิดเผยว่าการขยายตัวของช่องทีวีดาวเทียมกลุ่มสถานีข่าวในช่วงที่ผ่านมาทำให้เกิดความต้องการบุคลากรด้านข่าวจำนวนมาก เนื่องจากการบริหารสถานีข่าวจะต้องใช้บุคลากร 200 - 250 คน หลังจากประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่องเสร็จเรียบร้อยแล้วกลุ่มผู้ชนะประมูลทุกประเภทช่องรายการจะต้องเตรียมความพร้อมในการรับบุคลากรเพิ่มเติม ซึ่งก่อนหน้านี้การประมูลกลุ่มที่เข้าร่วมประมูลได้เตรียมความพร้อมในการรับบุคลากรไปแล้วจำนวนหนึ่ง

ขณะนี้พบว่ามีการย้ายงานของกลุ่มบุคลากรข่าวในหลายช่องอีกทั้งการรับบุคลากรในกลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเรียกเงินเดือนเพิ่ม

ในอัตรา 20-50% จากระดับเงินเดือนปกติ ปัจจุบันบริษัทมีบุคลากรประมาณ 80-90 คน หลังจากเป็นหนึ่งในรายชื่อที่ชนะการประมูลทีวีดิจิทัล เตรียมรับบุคลากรเพิ่มเติมอีกประมาณ 50 คน

โครงการลงทุน 1.4 หมื่นล้าน

นายอนุพันธ์ เตชะวันโน ผู้จัดการฝ่ายพัฒนารัฐกิจ และผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลทีวี บริษัท ชีสโก้ ประเทศไทย จำกัด เปิดเผยว่า กำหนดการออกอากาศทีวีดิจิทัลในเดือน ก.พ. 2557 ของ กสทช. ทำให้ผู้ประกอบการโครงข่าย (Mux) ที่ได้รับใบอนุญาต ประกอบกิจการจาก กสทช. 4 ราย รวม 5 โครงข่าย ประกอบด้วยไทยพีบีเอส, อสมท และ กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับใบอนุญาตรายละเอียด 1 โครงข่าย และ กองทัพบก (ช่อง 5) จำนวน 2 โครงข่าย ต่างเตรียมแผนลงทุนขยายสถานีส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ภาคพื้นดินใน 39 สถานีหลักและ 114 สถานี ส่งสัญญาณเสริมตามประกาศ กสทช. ที่กำหนดให้ขยายสถานีส่งสัญญาณครอบคลุมครัวเรือนไทยทั่วประเทศภายใน 4 ปี

คาดว่าแผนการลงทุนดังกล่าวจะดำเนินการเสร็จเรียบร้อยภายใน 2 ปี เท่านั้นเนื่องจากโครงข่ายต้องการเก็บค่าบริการที่เพดานสูงสุดสำหรับการขยายโครงข่ายได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

สำหรับแผนการลงทุนด้านการวางระบบและอุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณทีวีดิจิทัลทั่วประเทศของแต่ละโครงข่ายจะใช้งบลงทุนรวมโครงข่ายละ 3,000 ล้านบาท ขณะที่การลงทุน 2 โครงข่ายของช่อง 5 จะมีต้นทุนต่ำกว่า คืออยู่ที่ 4,500 ล้านบาท เพราะสามารถใช้อุปกรณ์ส่งสัญญาณร่วมกัน ดังนั้น คาดว่าการลงทุนรวมใน 5 โครงข่าย จะอยู่ที่ 13,500 - 14,000 ล้านบาท

จอทีวี - กล่องสะพัด 4 หมื่นล้าน

ขณะที่ภาคการรับชมทีวีดิจิทัล ผู้บริโภคจะต้องใช้อุปกรณ์รับสัญญาณดิจิทัลไม่ว่าจะเป็น

เครื่องรับโทรทัศน์ที่มีจูนเนอร์ระบบดิจิทัล DVB-T2 หรือ กล่องรับสัญญาณดิจิทัล (Set Top Box) จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการ ที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสามารถผลิตหรือนำเข้าเครื่องรับโทรทัศน์และกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัล เพื่อมารองรับความต้องการของผู้บริโภคที่คาดว่าจะสูงขึ้นในช่วงการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบทีวีดิจิทัลดังกล่าวในปี 2557

ปัจจุบัน กสทช. ได้มีการทยอย รับรองมาตรฐานและอนุญาตให้จัดจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่มีจูนเนอร์ระบบดิจิทัลแบบ DVB-T2 ในตัว รวมถึงกล่องรับสัญญาณดิจิทัล ซึ่งทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรทัศน์หรือกล่องรับสัญญาณดิจิทัลมากขึ้นเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการรับชมทีวีดิจิทัลและทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสามารถทำการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายได้อย่างเต็มที่ เช่น การให้คูปองส่วนลดการผ่อนนานโดยปราศจากดอกเบี้ย หรือแม้แต่การขายเครื่องรับโทรทัศน์ระบบอนาล็อกพ่วงไปกับการขายกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัลเพื่อเป็นการระบายเครื่องรับโทรทัศน์รุ่นเก่าในสต็อก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าตลาดเครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัลและกล่องรับสัญญาณดิจิทัลโดยรวมในปี 2557 มีมูลค่า 40,240 - 44,470 ล้านบาท ขณะที่ปี 2556 มีมูลค่า 5,200 ล้านบาท เนื่องจากผู้ประกอบการเริ่มทยอยจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัลและกล่องรับสัญญาณดิจิทัลในช่วงไตรมาสสุดท้าย

ดูงบโฆษณาฟรีทีวี - ดาวเทียม

นางวรรณิ์ รัตนพล นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ปี 2556 อุตสาหกรรมซื้อสื่อโฆษณาคาดว่าจะอยู่ที่ 3% หรือมีมูลค่ารวม 135,300 ล้านบาท ซึ่งรวมมูลค่าโฆษณาทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีส่วนแนวโน้มปี 2557 หลังทีวีดิจิทัลเริ่มออก

อากาศจะทำให้ภาพสื่อโทรทัศน์เปลี่ยนไป โดยเม็ดเงินโฆษณาจะไหลจากสื่อย่อยมาเพิ่มในสื่อโทรทัศน์ แต่ความสำเร็จของทีวีดิจิทัลขึ้นอยู่กับผังรายการและการตลาดของแต่ละผู้ประกอบการในการสร้างเรตติ้งผู้ชมให้ได้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามการที่ กสทช. กำหนดให้ช่องทีวีดิจิทัลจะต้องแพร่ภาพในทุกแพลตฟอร์มตามหลักเกณฑ์ Must Carry ถือเป็นข้อดีที่จะทำให้การเปลี่ยนผ่านระบบทีวีอนาล็อกสู่ดิจิทัล ในปีแรกจะเข้าถึงครัวเรือนไทยทั่วประเทศทันทีกว่า 60% ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้สินค้าและเอเยนซีใช้งบโฆษณาผ่านทีวีดิจิทัล

ด้านนายเข้มแข็ง มั่งคั่ง รองอธิบดีกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มองว่าการออกอากาศของทีวีดิจิทัลในปี 2557 ที่มีฐานผู้ชมจากระบบเคเบิลและจานดาวเทียมและโครงข่ายภาคพื้นดิน อีกทั้งทั้งราคาขายแพ็คเกจโฆษณาที่อยู่ในอัตราต่ำกว่าฟรีทีวี เชื่อว่าช่วงแรกช่องทีวีดิจิทัลจะกำหนดอัตราค่าโฆษณาที่นาทีละ 1 - 2 แสนบาท ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ถือเป็นราคาที่สูงใจกลุ่มผู้ซื้อโฆษณาทางช่องฟรีทีวีในช่วงไพรม์ไทม์รวมทั้งช่องทีวีดาวเทียมและเคเบิลที่จะโยกงบโฆษณาจากสื่อกลุ่มดังกล่าวมาใช้ในช่องทีวีดิจิทัล

รวมทั้งอัตรา ค่าโฆษณาทีวีดิจิทัลในระดับหมื่นบาทถึงแสนบาทต่อนาทีจะช่วยขยายฐานผู้ลงโฆษณาได้กว้างขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่มีโอกาสใช้พื้นที่โฆษณาทางฟรีทีวีมาก่อน

<http://www.bangkokbiznews.com/home/d...%A9%D2%B9.html>

ทำไมประเทศไทยต้องมีโทรทัศน์ดิจิทัล

พ.อ.ดร.นที ศุกลรัตน์ รองประธานกสทช. และประธานกสท.ได้ให้สัมภาษณ์ทีมข่าวเศรษฐกิจ ไทยรัฐออนไลน์ถึงความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลเอาไว้ว่า

"ก่อนอื่นต้องขออธิบายอีกครั้งว่า ทีวีดิจิทัล คือ การส่งเสียงและภาพด้วยสัญญาณดิจิทัลที่เป็นรหัสมีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียงสมจริงมากขึ้นแตกต่างจากทีวีอนาล็อกในปัจจุบันซึ่งไม่สามารถรับประกันคุณภาพของสัญญาณได้"

เหตุที่ กสทช.ต้อง "เปลี่ยนผ่าน" ระบบทีวีจากระบบอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัล เนื่องจากหลายประเทศในโลกเปลี่ยนระบบทีวีดิจิทัลมาแล้วหลายปีเป็นการเปลี่ยนผ่านตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หากประเทศไทยไม่เปลี่ยนระบบอาจตกขบวนและในอนาคตอุปกรณ์ทีวีอนาล็อกจะมีราคาสูงกว่าทีวีดิจิทัล

"เช่นเดียวกับทีวีขาวดำ หรือ ทีวีจอตู้ในอดีตที่มีการปรับเปลี่ยนมาเป็นทีวีสีก่อนจะพัฒนาเป็นทีวีจอแบนในปัจจุบันการเปลี่ยนผ่านที่จะมีขึ้นจึงเป็นอีกขั้นของการปฏิวัติวงการทีวีและการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในรอบ 20 ปี ซึ่งถือเป็นความจำเป็นของประเทศเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้กับประชาชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม"

ตามแผนการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ทีวีดิจิทัลนั้นในปี 2555 ที่ผ่านมาเป็นปีแห่งการเตรียมความพร้อมทั้งการจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ การกำหนดลักษณะประเภทของกิจการโทรทัศน์มาตรฐานเครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัล มาตรฐานการใช้บริการโทรทัศน์ดิจิทัลมาตรฐานกล่องรับสัญญาณ (Set Top Box) และประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ฯลฯ

ขณะที่ปี 2556 นี้จะเป็นปีแห่งการทดลองทดสอบการออกอากาศรับส่งสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกเป็นระบบทีวีดิจิทัลการออกใบอนุญาตประกอบกิจการการประมูลใบอนุญาต

โดยในระหว่างการทดลองออกอากาศนั้น ผู้คนที่ดูทีวีจะไม่ได้รับผลกระทบเพราะจะเป็นการเปลี่ยนผ่านแบบคู่ขนานระหว่างระบบดิจิทัล กับอนาล็อกโดยรายการต่างๆ และช่อง

ต่างๆ จะยังคงอยู่เหมือนเดิมไปจนกว่าระบบดิจิทัลจะสมบูรณ์ และคนไทยจะทยอยรับรู้และรับชมทีวีดิจิทัลนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2556 และเข้าสู่โหมดการเปลี่ยนผ่านที่สมบูรณ์ในปี 2559

แผนการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัล สำหรับแผนของการเปลี่ยนผ่านนั้น ประธาน กสท. ให้รายละเอียดว่า กสท. จะต้องออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์เป็นระยะเวลา 15 ปี ตามพ.ร.บ. ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 อันประกอบด้วย 3 ใบอนุญาต ได้แก่

1. ใบอนุญาตการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก หรือโครงสร้างพื้นฐาน (Infra provider) หมายถึง เสาส่งอาคารสถานที่ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่สามารถใช้ร่วมกันได้ซึ่งได้ออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการไปแล้วเมื่อปลายปีที่ผ่านมา

2. ใบอนุญาตโครงข่ายโทรทัศน์ดิจิทัล (Network Provider) หมายถึง เครื่องรับส่งสัญญาณ สถานีส่งสัญญาณภาคพื้นดิน เป็นต้น ซึ่งจะออกใบอนุญาตให้ได้ภายในเดือนพฤษภาคม - มิถุนายนนี้

3. ใบอนุญาตให้บริการช่องรายการโทรทัศน์ (Service Provider) ได้กำหนด จำนวนช่องรายการใหม่เป็น 48 ช่อง อันมีผลทำให้ช่องรายการในปัจจุบันทั้งช่อง 3, 5, 7, 9, 11 ไทยพีบีเอส ต้องถูกปรับเปลี่ยนไปด้วย

และจากช่องรายการทั้งหมด 48 ช่องนั้น ได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท อันได้แก่

ประเภทชุมชน 12 ช่อง ประเภทสาธารณะ 12 ช่อง ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง

ประเภทชุมชน 12 ช่อง จะเน้นการให้บริการชุมชนจะออกใบอนุญาตได้ในปลายปี 2556

ประเภทสาธารณะ 12 ช่อง จะออกใบอนุญาตให้ได้ภายในเดือนพฤษภาคม - มิถุนายนนี้ เบื้องต้นจำนวน 1 ช่องนั้น จะออกใบอนุญาตให้กับไทยพีบีเอส เพราะเป็นที่วิสาธณะตามกฎหมาย ส่วนช่อง 5 และ 11 ในปัจจุบันได้สิทธิตามกฎหมาย ถูกจัดให้อยู่ใน

ประเภทสาธารณะจะต้องปรับผังรายการให้สอดคล้อง กับ คำนิยามทีวีสาธารณะด้วย

ส่วนช่องที่เหลืออีก 9 ช่องนั้น กสท. จะเปิดให้ผู้สนใจยื่นคุณสมบัติเพื่อเป็นเจ้าของช่องกิจการสาธารณะได้ในลักษณะเปิด ยื่นข้อเสนอโครงการที่ดีและเหมาะสม หรือ เป็นการประมูลแบบ Beauty Contest

ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง ที่เป็นช่องที่สำคัญและได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในประเด็นราคาใบอนุญาตซึ่งจะเปิดประมูลในเดือนสิงหาคม-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 กลุ่มอัมรินทร์ พรินติง กลุ่มสามารถคอร์ป เดลินิวส์ เนชั่น สปริงนิวส์ วอยซ์ทีวี และไทยรัฐ ฯลฯ

"ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในโลกที่เปิดประมูลทีวีดิจิทัลเนื่องจากกฎหมายระบุไว้ชัดเจนว่าคลื่นความถี่ต้องประมูลเท่านั้นขณะที่ต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ นั้นแจกคลื่นฟรีเนื่องจากเห็นว่าเป็นสื่อมีบทสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน" (*ข้อมูลจากทีมเศรษฐกิจ ไทยรัฐออนไลน์ วันที่ 18 มีนาคม 2556)

เป็นเทรนด์ของเทคโนโลยี โลกหลายประเทศเปลี่ยนไปเป็นดิจิทัลแล้ว ต่อไปอุปกรณ์ระบบแอนะล็อกจะมีราคาแพง หากเรายังไม่เปลี่ยนสุดท้ายจะกลายเป็นที่ทิ้งขยะระบบแอนะล็อกจากประเทศอื่นที่สำคัญทีวีดิจิทัลดีกว่าระบบเดิมภาพคมชัดมากขึ้น ต่อให้ความละเอียดมาตรฐาน (SD) ก็ยังดีกว่าแอนะล็อกเนื้อหารายการต่างๆจะหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้คนดูมากขึ้น เพราะจำนวนช่องมากขึ้นถึง 48 ช่อง และ เป็นฟรีทีวีทั้งหมดขณะที่คนในธุรกิจรอดแคสต์จะมีโอกาสกว้างขึ้นต้นทุนของผู้ประกอบการจะลดลงในระยะยาวเพราะนำไปทำเป็นโมบายทีวีได้ง่าย

*ข้อมูลจาก ประชาชาติธุรกิจออนไลน์
วันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2556

ที่เราต้องเปลี่ยนระบบโทรทัศน์ เป็นดิจิทัล นั้นเป็นเพราะเราต้องการพัฒนาระบบโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพดีขึ้นและให้มีช่องโทรทัศน์ที่เป็นทางเลือกมากขึ้นและที่สำคัญไม่พูดถึงไม่ได้ ก็คือเป็นความจำเป็น

อย่างที่กล่าวแล้ว ว่าโทรทัศน์ดิจิทัลมีภาพที่คมชัดมากกว่าและใช้คลื่นความถี่น้อยกว่าดังนั้นการเปลี่ยนไปสู่ระบบ ดิจิตอล นอกจากได้ภาพเสียงในการรับชมดีขึ้นแล้วจึงยังเหลือช่องความถี่ให้ผู้ประกอบการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้

ในส่วนของความจำเป็น ปัจจุบันทั้งโลกกำลังปรับเปลี่ยนระบบโทรทัศน์ไปสู่ดิจิทัล มีหลายประเทศมากที่เปลี่ยนไปเรียบร้อยแล้ว หากไทยไม่เปลี่ยนต่อไปในอนาคตจะไม่มีใครผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่เป็นระบบอนาล็อกให้เราใช้และการพัฒนาโทรทัศน์ในระบบอนาล็อกของโลกจะหยุดลงเราจึงจำเป็นต้องพัฒนา รวมไปถึงชาติอื่นๆ

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

คนไทยจะได้ประโยชน์อะไรจากโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดทำเอกสารแผ่นพับ เพื่อแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ประเด็นนี้ไว้ในดิจิทัลทีวีดูดีที่บ้าน เอาไว้ว่า

ประโยชน์และโอกาสของประชาชน และประเทศไทยจากประโยชน์และโอกาสของประชาชนและประเทศไทยจากการเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งโทรทัศน์สู่ระบบดิจิทัล

ประชาชนจะได้รับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้นปราศจากสัญญาณรบกวนคุณภาพภาพคมชัดด้วยความละเอียด ของภาพที่สูงขึ้นในระดับ HD

ประชาชนจะได้รับชมโทรทัศน์ด้วยอัตราส่วนภาพแบบ Widescreen 16 : 9 ซึ่งมีความสมจริงและเหมาะกับเครื่องรับโทรทัศน์แบบ LED LCD และ Plasma ซึ่งได้รับความนิยมในปัจจุบัน ประชาชน จะได้รับชมสัญญาณโทรทัศน์ที่มาพร้อมระบบเสียงในระบบ Surround จากเดิมในปัจจุบันที่เป็นเพียง Stereo

Set top box หรือ กล่องอุปกรณ์ในการรับสัญญาณมีราคาไม่แพงและมีแนวโน้มที่จะมีราคาถูกลงอย่างต่อเนื่อง

มีการแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาของช่องที่นำเสนอชัดเจนไม่ว่าจะเป็นช่องบริการสาธารณะ ช่องบริการชุมชนช่องบริการธุรกิจ

เพิ่มทางเลือกให้กับประชาชน ด้วยการส่งสัญญาณในระบบ Digital TV จะเพิ่มช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินของไทยจาก 6 ช่องในปัจจุบันให้เพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง

ประเทศมีการแพร่ภาพสัญญาณในระบบ Digital ที่มีประสิทธิภาพและมาตรฐานเดียวกับประเทศอื่นๆที่พัฒนาแล้ว

การปรับเปลี่ยนเป็นระบบ Digital ในการแพร่สัญญาณภาพจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนของประเทศทั้งในกิจการโทรทัศน์และกิจการอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องทั้งยังเป็นการสร้างงาน

สร้างโอกาสให้แก่ผู้ที่มีความสามารถในการลงทุนหรือประกอบกิจการทางด้านกิจการโทรทัศน์เช่นบริการโครงข่ายและเนื้อหารายการ

ช่วยลดการใช้พลังงานของประเทศเนื่องจากเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิตอลใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยกว่าเครื่องส่งโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกมาก (ประมาณ 5 ถึง 10 เท่า)

ข้อดี - ข้อเสียทีวีดิจิทัลเป็นอย่างไร

ทีวีดิจิตอล (Digital TV) คือ ทีวีที่รองรับการออกอากาศในรูปแบบดิจิตอลให้สัญญาณภาพและเสียงที่มีคุณภาพดีกว่าแบบอนาล็อกและใช้คลื่นความถี่ที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยทีวีดิจิตอลทีวีจะใช้สัญญาณดิจิตอลที่ถูกบีบอัดและเข้ารหัสที่มีค่าเป็น "0" กับ "1" เท่านั้นซึ่งในหนึ่งช่วงคลื่นความถี่จะสามารถนำมาส่งได้หลายรายการโทรทัศน์พร้อมสัญญาณภาพและเสียงที่มีความละเอียดคมชัดมากยิ่งขึ้นซึ่งปัจจุบันในต่างประเทศทั้งในยุโรป แอฟริกา และ เอเชีย ได้เริ่มเปลี่ยนมาใช้สัญญาณโทรทัศน์แบบทีวีดิจิตอลแล้วมากกว่า 38 ประเทศ

ข้อดีของทีวีดิจิตอล นอกจากคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงที่คมชัดขึ้นเนื่องจากสามารถส่งสัญญาณ FULL HD TV ได้ เสถียรและไกลมากขึ้นแล้วนั้นยังมาพร้อมกับช่องฟรีทีวีที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากเป็น 48 ช่อง แบ่งเป็น 24 ช่องบริการในกลุ่มธุรกิจ 12 ช่องบริการสาธารณะ และ 12 ช่องกิจการบริการชุมชนซึ่งเพิ่มการแข่งขันในวงการโทรทัศน์ได้มากเลยทีเดียวซึ่งต้องมารอลุ้นกันว่ารายละเอียดช่องหลังจากการประมูลนั้นจะเป็นอย่างไร

ข้อเสียของระบบดิจิตอลควบคุมการโฆษณาที่เผยแพร่ผ่านช่องรายการต่าง ๆ ได้ยากขึ้น

อาจกลายเป็นช่องทางที่ใช้เพื่อปลุกกระตือรือร้นความขัดแย้งทางการเมือง มีค่าใช้จ่ายในการ

ซื้อกล่องรับสัญญาณมาติดตั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนจอโทรทัศน์เพื่อให้รองรับกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ

มองแบบง่าย ๆ ก็เหมือนเมื่อครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงจากทีวีขาวดำมาเป็นทีวีสีนั่นเอง

เพียงแต่ในยุคนี้การใช้ทีวีในแต่ละครัวเรือนยังมีจำนวนไม่มากนักการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไปเพราะคนที่ซื้อทีวีเครื่องใหม่ก็จะเลือกซื้อแต่เครื่องทีวีสีจนกระทั่งทีวีขาวดำค่อย ๆ หายออกไปจากท้องตลาดในที่สุด

สำหรับระบบทีวีที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบันเรียกว่าทีวีอนาล็อก (Analog) เป็นการนำเอาสัญญาณภาพมาผสมกับสัญญาณวิทยุ โดยใช้สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินเป็นตัวส่งสัญญาณซึ่งตามบ้านก็จะใช้เสาอากาศรับสัญญาณที่เรียกกันว่า "เสาข้างปลา" หรือ "เสาหนวดกุ้ง" นั่นเองซึ่งข้อเสียของสัญญาณอนาล็อกคือถูกสัญญาณรบกวนได้ง่ายอาจทำให้รับภาพเสียไม่ชัด

สำหรับประเด็นการควบคุมการเผยแพร่โฆษณาผ่านทางดิจิตอลทีวีนั้น คุณสุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค มั่นใจว่า โฆษณาทางฟรีทีวีหรือช่องดิจิตอลนี้จะควบคุมได้ง่ายกว่าช่องเคเบิลและทีวีดาวเทียมเพราะเป็นช่องที่เกิดใหม่พร้อมกับกติกาของกสทช. และจำนวนนาฬิกาในการโฆษณาจะมีน้อยกว่า ส่วนกรณีที่อาจมีการผลิตรายการเพื่อปลุกกระตือรือร้นให้เกิดความแตกแยกเกลียดชังนั้นรายการเหล่านี้ก็ต้องปรับผังรายการให้เข้ากับเงื่อนไขที่ กสทช. กำหนดไม่เช่นนั้นก็จะไม่ได้ใบอนุญาต เป็นต้น

ในส่วนของการซื้อกล่องรับสัญญาณภาพนั้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2556 ที่ผ่านมากสทช. มีมติเห็นชอบในแนวทางการแจกจ่ายให้กับ 22 ล้านครัวเรือน ทั่วประเทศเพื่อสนับสนุนการจัดซื้อกล่องรับสัญญาณ (Set top box) ซึ่งวิธีนี้ถือเป็นกระบวนการเยียวยาผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงระบบในการ

สำหรับในประเด็นหากโทรทัศน์ดิจิทัลเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อเชิงบวกเชิงลบอย่างไร? ใครได้ใครเสียผลประโยชน์จากการมีทีวีดิจิทัลเมื่อเดือนตุลาคม 2555 ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้วิเคราะห์ "Digital TV" จุดเปลี่ยนทีวีไทย...จริงหรือ? ไว้ว่า

ดิจิทัลทีวีเป็นปัจจัยเอื้อต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค แต่การเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกในปัจจุบันนั้นอาจต้องใช้ระยะเวลานานถึง 8 - 10 ปี กว่าที่จะเสร็จสมบูรณ์จึงอาจเป็นเรื่องไกลตัวเกินไปสำหรับผู้บริโภคที่มีทางเลือกอื่นทำให้รายจ่ายของผู้ประกอบการมีแนวโน้มสูงกว่ารายได้ในระยะแรกดิจิทัลทีวีสำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Terrestrial TV) ถูกคิดค้นมาแทนที่ระบบอนาล็อกเพื่อเพิ่มจำนวนช่องบริการและยกระดับคุณภาพสัญญาณให้คมชัดและไม่ถูกรบกวนได้ง่ายและยังสามารถพัฒนาให้รับชมในระบบความคมชัดสูง (High Definition) ระบบสามมิติ(3D)และการรับชมขณะเคลื่อนที่ (TV-on-Mobile) เพื่อตอบสนองกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ในส่วนของผู้ประกอบการจะสามารถสร้างรายได้จากการให้บริการที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เช่น บริการเสริมลักษณะโต้ตอบ (Interactive) เช่น VDO-on-Demand รวมถึงรายได้จากโฆษณาที่จะเพิ่มขึ้นจากการวัดเรตติ้งที่แม่นยำขึ้นผ่านระบบดิจิทัลในด้านรายจ่ายผู้ประกอบการยังสามารถประหยัดพลังงานในการส่งสัญญาณได้ถึง 90% เมื่อเทียบกับการส่งในระบบอนาล็อกเดิมอีกด้วย แต่ผู้ประกอบการอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านต้นทุนในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์และวางโครงข่ายล่วงหน้า ในขณะที่ผู้บริโภคจะยังมีการใช้งานน้อยในช่วง 3 ปีแรกโดยกสทช. ได้สร้างแผนแม่บทในการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีนี้เป็นเวลาอย่างน้อย 8-10ปี ซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลาเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัลของประเทศพัฒนาแล้วเช่น ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ เช่นกัน

ดิจิทัลทีวี จะทำให้เกิดการแตกตัวทางธุรกิจมีเดียให้มีความหลากหลายมากขึ้น แต่ด้วยต้นทุนที่ค่อนข้างสูงทำให้อาจมีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นหลักที่สามารถเข้าร่วมลงทุนการออกอากาศในระบบอนาล็อกเดิมจะประกอบไปด้วยผู้เล่นสองส่วนหลักคือ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และช่องสถานีที่ทำการรวบรวมรายการและแพร่สัญญาณภาพแต่ในระบบดิจิทัลจะมีการแตกตัวทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ช่องสถานีโทรทัศน์อาจไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของโครงข่ายและปัจจัยพื้นฐานเองทั้งหมดนอกจากนั้นอาจเกิดธุรกิจใหม่ๆ เช่นผู้รวบรวมสัญญาณการแพร่ภาพ และผู้ผลิตบริการประยุกต์ต่างๆที่ใช้สำหรับการออกอากาศเป็นต้น

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนระบบออกอากาศมาเป็นระบบดิจิทัล จะต้องลงทุนในอุปกรณ์เพิ่มเติมและยังต้องจ่ายค่าเช่าโครงข่ายหากไม่มีเป็นของตัวเองและที่สำคัญยังต้องชำระค่าประมูลใบอนุญาตอีกด้วยทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่อาจต้องใช้เงินลงทุนหลักพันล้านบาทสำหรับหนึ่งช่องสถานี ซึ่งต่างจากการลงทุนทำช่องทีวีดาวเทียมที่ใช้เงินลงทุนเพียงหลักร้อยล้านบาท ดังนั้นการลงทุนในดิจิทัลทีวีน่าจะเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายใหญ่จากฝั่งบรอดแคสต์ดั้งเดิม เช่น กลุ่มฟรีทีวีเดิม (BEC BBTV และ MCOT เป็นต้น) ที่ต้องการรักษาฐานตลาด และกลุ่มผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ (True, GMM และ RS เป็นต้น) ที่ต้องการขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มโทรคมนาคมขนาดใหญ่ที่สนใจเข้ามาลงทุนเช่นกัน โดยบริษัทเหล่านี้มีความได้เปรียบด้านเงินทุนและการมีโครงข่ายเป็นของตนเอง ส่วนผู้ประกอบการรายเล็กที่มีเงินลงทุนไม่สูงนักคงจำต้องเน้นการลงทุนในช่องทีวีดาวเทียมหรือผลิตรายการให้กับเคเบิลทีวีในรูปแบบเดิมไปก่อน

กสทช.และหน่วยงานของรัฐมีบทบาทสำคัญในการจัดการกับทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัย

ชัดแจ้ง เพื่อให้กระบวนการเกิดดิจิทัลทีวีดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเป็นปัจจัยกดดันสำคัญที่ทำให้ไทยต้องเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเป็นดิจิทัลทีวี เพราะภายในปี 2015 สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) ได้กล่าวเตือนถึงการยกเลิกการผลิตอุปกรณ์ในระบบอนาล็อกเดิมแล้ว ซึ่งถ้าหากไทยไม่เริ่มกระบวนการเปลี่ยนผ่านภายในเวลา 3 ปีข้างหน้าก็จะมีความเสี่ยง ในด้านอุปกรณ์การใช้งาน โดยปัจจัยจุดรั้งสำคัญคือความล่าช้าของการจัดประมูลใบอนุญาต ที่จะส่งผลกระทบต่อทางอ้อมทำให้บริการเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียมเติบโตได้ต่อเนื่อง และกลายเป็นคู่แข่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคขาดแรงจูงใจในการเปลี่ยนมาใช้ดิจิทัลทีวียิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคยังต้องลงทุนซื้อกล่องรับสัญญาณ (Set-top box) หรือซื้อโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่มีรองรับดิจิทัลทีวีซึ่งปัจจัยจุดรั้งเหล่านี้พบในกระบวนการเปลี่ยนผ่านในหลายประเทศ

โดยหน่วยงานที่กำกับดูแลคล้ายคลึงกับ กสทช. ได้มีบทบาทกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านเร็วขึ้นเช่น สหรัฐฯ ใช้วิธีกำหนดระยะเวลาและข้อห้ามในการขายอุปกรณ์เพื่อบีบให้ผู้บริโภคที่ถึงรอบการเปลี่ยนอุปกรณ์ต้องซื้อในระบบดิจิทัลส่วนญี่ปุ่นใช้วิธีออกอุปสงค์เซย์ผู้บริโภคในการเปลี่ยนอุปกรณ์ และอังกฤษเลือกถ่ายทอดรายการสำคัญ เช่น ฟุตบอลโลกและโอลิมปิกเกมส์ผ่านระบบดิจิทัลเท่านั้นแต่ทั้งนี้การเปลี่ยนผ่านในแต่ละประเทศจะใช้เวลาเร็วช้าก็ขึ้นอยู่กับสภาวะการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับไทยนั้นอาจใช้เวลาเร็วกว่า 8-10 ปีก็เป็นได้ถ้าผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์การรับชมที่ทันสมัยและมีช่องรายการต่างๆ ที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดผู้บริโภคเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคไทยจะปรับตัวรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้รวดเร็วและยังนิยมรับชมโทรทัศน์เพื่อเข้าถึงสาระและความบันเทิงมากกว่าช่องทางอื่น

หากทีวีดิจิทัลเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบอย่างไร ?

1. ผู้ให้บริการ - ผู้รับบริการมีความเสี่ยงที่จะไม่มีอุปกรณ์คุณภาพดีใช้งานภายหลังกปี 2015 เนื่องจากทั่วโลกจะเริ่มยกเลิกการผลิตในระบบอนาล็อกส่งผลให้อุปกรณ์มือสองจากทั่วโลกจะหลั่งไหลเข้ามาขายในไทยแต่อุปกรณ์มือหนึ่งจะหาได้ยากขึ้น

2. ทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีจะเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการเข้าถึงผู้บริโภคได้ถึง 90% ของครัวเรือนไทยภายในปี 2015 จากปัจจุบันที่มีอัตราการเข้าถึงผู้บริโภคอยู่ที่ 50-60% ทำให้ดิจิทัลทีวีที่เกิดขึ้นในภายหลังกอาจไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและลดความน่าสนใจลงทุน

3. รายได้จากโฆษณาจะลดลงกว่า 6 หมื่นล้านบาท จะยังคงกระจุกตัวอยู่กับฟรีทีวีเดิมทั้ง 6 ช่อง เนื่องจากไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าแย่งส่วนแบ่งรายได้ค่าโฆษณา

เมื่อทีวีดิจิทัลเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างไร ?

1. ภายใน 3-5 ปีแรกนับจากนี้ หากแผนแม่บทของ กสทช. เป็นไปตามเป้าหมายจะมีครัวเรือนที่รับชมดิจิทัลทีวีตามเมืองใหญ่สูงถึง 80% ทำให้มียอดขายกล่องรับสัญญาณ (Set-top box) หรือการซื้อโทรทัศน์ใหม่ ที่รองรับระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้นรวมกันอย่างน้อย 7.2 ล้านเครื่อง

2. เกิดการแตกตัวทางธุรกิจแบบใหม่ อาทิ ผู้รวบรวมรายการ ผู้รวบรวมสัญญาณ และผู้ให้บริการเสริมต่างๆ เป็นต้นซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระจายตัวของรายได้ไปยังผู้ให้บริการในส่วนต่างๆ และเกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น

3. การวัดเรตติ้งโฆษณาจะมีความแม่นยำและเชื่อถือได้มากขึ้น ประกอบกับช่องรายการที่หลากหลายแต่แยกประเภทชัดเจนจะทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถทุ่มงบประมาณโฆษณาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ใครเสียประโยชน์ เมื่อทีวีดิจิตอลเกิดขึ้น ?

ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์รายเดิมจะได้รับผลกระทบจากจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น และการแตกตัวของห่วงโซ่อุปทานที่จะเกิดการแบ่งสรรรายได้ออกไปหากไม่สามารถลงทุนดำเนินกิจการได้เองตลอดทั้งห่วงโซ่ ในส่วนผู้ผลิตรายการเพื่อขายสถานีโทรทัศน์นั้น ก็จะได้รับผลกระทบทางอ้อมจากรายได้ของสถานีที่อาจลดลงจากการกระจายค่าโฆษณาไปยังจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้นและต้องแข่งขันกันด้วยคุณภาพรายการที่รุนแรงขึ้น

ทีวีดิจิตอล ในประเทศไทยมีกี่ประเภท? อย่างไรบ้าง?

ทีวีดิจิตอลในประเทศไทยเบื้องต้น กสทช. กำหนดไว้ 48 ช่องรายการนั้น แบ่งเป็น 3 ประเภท

- 1.ประเภทสาธารณะ 12 ช่อง * ใช้หลักเกณฑ์ Beauty Contest
- 2.ประเภทธุรกิจ 24 ช่อง*ใช้วิธีการประมูล
- 3.ประเภทชุมชน 12 ช่อง