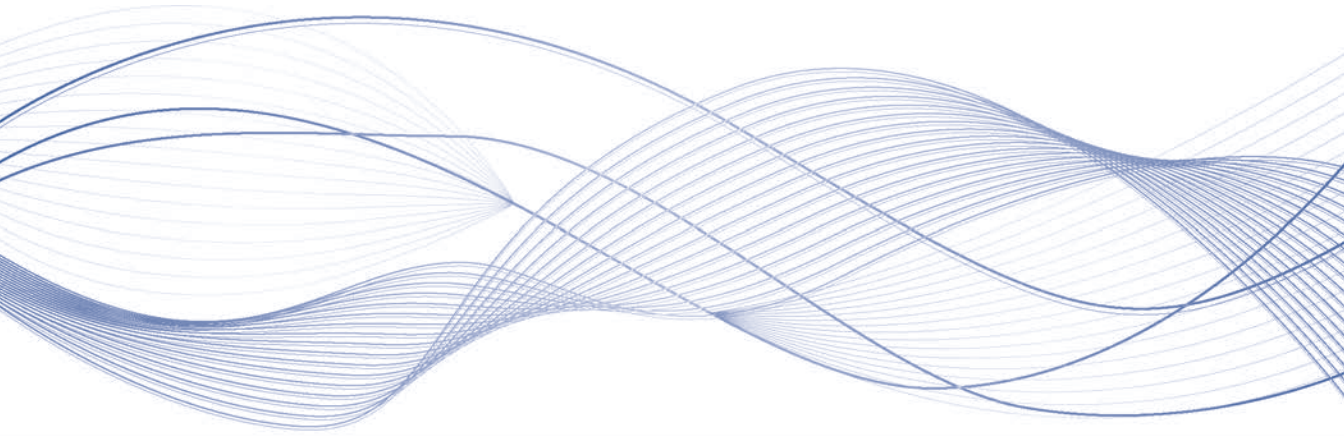
รายงานสรุปผลการศึกษา

แนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

กสทช.
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแล การแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี ของประเทศไทย



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

คำนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นไปอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบเชิงพลวัตรโดยกว้างขวางต่อภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม และต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารโทรคมนาคมในปัจจุบันไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น แต่การบรรจบกันของเทคโนโลยีทำให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีและแบบจำลองธุรกิจใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีดังกล่าวได้เชื่อมโยงสัมพันธ์กันในเชิงซ้อน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีซึ่งต่างพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีและการให้บริการแบบใหม่อย่างต่อเนื่องและมีความซับซ้อนมากขึ้น

กิจการโทรทัศน์ เป็นหนึ่งในกิจการที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด และแบบจำลองธุรกิจการให้บริการที่พลิกผันไปจากเดิม ทำให้การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบเดิมอาจไม่สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น สำนักงาน กสทช. ซึ่งมีภารกิจหลักในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม จึงเห็นควรให้มีการศึกษา และวางกรอบมาตรการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ที่สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ จึงเป็นที่มาของการจัดทำโครงการการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทยตามโครงการนี้

ในการนี้ สำนักงาน กสทช. จึงร่วมมือกับ ที่ปรึกษาเดเทคอน เพื่อการดำเนินการโครงการที่สอดคล้องตามความต้องการของสำนักงาน โดยประกอบด้วย การศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวโน้มของกิจการโทรทัศน์ในมุมมองของตลาด เทคโนโลยีและการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี และกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ในบริบทของประเทศไทยและต่างประเทศ การกำหนดแนวทางการกำกับดูแลด้านการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับตลาดและเทคโนโลยีในอนาคตที่เกิดขึ้น และ การสรุปผลโดยการจัดทำกรอบการกำกับดูแล แนวนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ รวมถึงขั้นตอนการดำเนินการที่เป็นรูปธรรม ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังสามารถพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาในเอกสารฉบับนี้

สำนักงาน กสทช. หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือรายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องและผู้ที่มีความสนใจทุกท่าน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภักดี มะนะเวศ
รองเลขาธิการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

สารบัญ

1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) 7

1.1 ตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศที่ทำการศึกษา 7

1.2 เทคโนโลยีของประเทศที่ทำการศึกษา 9

1.3 กฎระเบียบและแนวทางกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศที่ทำการศึกษา 9

1.3.1 สภาพแวดล้อมและแนวโน้มการกำกับดูแลโดยรวมของแต่ละประเทศ 9

1.3.2 กฎระเบียบ ข้อบังคับการกำกับดูแลที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี 15

1.3.3 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการกำกับดูแล 20

1.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ 21

1.4.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขัน 21

1.4.2 ข้อเสนอแนะกรอบการดำเนินการขั้นตอน (Framework) 23

1.4.3 ข้อเสนอแนะแนวทางความร่วมมือระหว่าง กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง Executive Summary 25

2 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของสหราชอาณาจักร 31

2.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ 31

2.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม 31

2.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain) 33

2.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share) 36

2.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ 37

2.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร 38

2.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์ 38

2.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ 40

2.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร 43

2.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ 43

2.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 44

2.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ 45

2.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT 47

2.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล 55

3 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของสหรัฐอเมริกา 57
3.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ 57
3.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม 57
3.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain) 59
3.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share) 62
3.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ 63
3.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา 64
3.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์ 64
3.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ 67
3.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา 69
3.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ 69
3.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 70
3.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ 72
3.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT 76
3.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล 83
4 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศเกาหลีใต้ 86
4.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ 86
4.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม 86
4.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain) 88
4.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share) 91
4.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ 92
4.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของเกาหลีใต้ 93
4.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์ 93
4.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ 96
4.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ 98
4.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ 98
4.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 100
4.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ 101
4.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT 102
4.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล 107

5 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศสิงคโปร์ 110
5.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ 110
5.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม 110
5.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain) 112
5.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share) 115
5.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ 116
5.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสิงคโปร์ 117
5.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์ 117
5.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ 119
5.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์ 121
5.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ 121
5.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 122
5.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ 124
5.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT 128
5.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล 135
6 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศไทย 137
6.1 สภาพตลาดและการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย 137
6.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม 137
6.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain) 139
6.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share) 141
6.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ 143
6.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย 144
6.2.1 ภาพรวมการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเทคโนโลยี 144
6.2.2 ภาพรวมแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ 148
6.2.3 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์ 150
6.2.4 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ 152
6.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย 153
6.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ 153
6.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล 155
6.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ 156
6.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT 159
6.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล 163

7 ข้อเสนอแนะแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขัน 166
7.1 ที่มาในการพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ 166
7.1.1 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมหารือกลุ่มย่อย และการประชุมอภิปรายแบบคณะ 166
7.2 กรอบการกำหนดเป้าหมายเชิงนโยบาย (Policy Priorities) 167
7.2.1 เป้าหมายเชิงนโยบายการกำกับดูแล (Policy Target Setting) 167
7.2.2 การสร้างการแข่งขันอย่างเท่าเทียม (Fair Competition) 168
7.2.3 การกำหนดขอบเขตผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และเป้าหมายในการกำกับดูแล (Target OTT) 169
7.3 แนวทางการดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว (Short Term/Long Term Framework) 170
7.3.1 กรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Convergent Framework) 170
7.3.2 กรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework) 170
7.3.3 ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาวและระยะสั้น 171
8 ข้อเสนอแนะกรอบการดำเนินการและขั้นตอน (Framework) 173
8.1 กรอบการดำเนินการ (Framework) 173
8.2 การดำเนินการและขั้นตอน 174
ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบการกำกับดูแล (Define Overall Framework and Approach) 174
ขั้นตอนที่ 2 การปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้อง (Consultation) 174
ขั้นตอนที่ 3 การปฏิรูปกฎหมายพื้นฐาน (Legal Framework) 174
ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดกรอบการดำเนินการใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Components of Class License for OTT VoD) 176
ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดแรงจูงใจและการดำเนินการกรณีละเมิดลิขสิทธิ์ 179
ขั้นตอนที่ 6 การทบทวนแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) 180
9 ข้อเสนอแนะแนวทางความร่วมมือระหว่าง กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 181
9.1 หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ในประเทศไทย 181
9.2 แนวทางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) 183

1 บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานผลการศึกษาโครงการพัฒนาแนวทางกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี ซึ่งมีเนื้อหากล่าวถึงผลการศึกษาด้านตลาด ด้านเทคโนโลยี รวมถึงด้านกฎระเบียบและแนวทางกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อให้สำนักงาน กสทช. สามารถนำผลการศึกษาและผลการหารือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไปวางกรอบมาตรการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ที่สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ โดยสามารถพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1.1 ตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศที่ทำการศึกษา

การศึกษาสภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศไทย และของประเทศที่ทำการศึกษาเทียบเคียง 4 ประเทศ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศสิงคโปร์มีระดับการเติบโตของตลาด OTT สูงกว่าประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศเกาหลีใต้ที่มีระดับการพัฒนาน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ ในขณะที่ประเทศไทยเพิ่งอยู่ในช่วงต้นของการพัฒนา ทั้งนี้พิจารณาจากอัตราการเข้าถึงระบบโทรทัศน์แบบ OTT และอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมของประเทศที่ทำการศึกษา
- ประเทศไทยมีการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมสูงกว่าประเทศอื่นโดยเปรียบเทียบ ในขณะที่ประเทศอื่นที่ทำการศึกษามีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมน้อยและมีแนวโน้มการใช้งานลดลง แต่การเข้าถึงไปการรับชมโทรทัศน์ขยายตัวในส่วนของการเข้าถึงโดย OTT เป็นสำคัญ
- ผู้เล่นรายหลักในตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศทั้งในเชิงปริมาณและรายชื่อของผู้เล่นรายหลัก ขณะที่ผู้เล่นรายหลักในตลาดการบริการแบบ OTT มีบางรายที่เป็นผู้เล่นเดียวกันในหลายประเทศ
- ตลาด OTT มีจำนวนผู้เล่นสำคัญในตลาดสูงกว่าโดยเปรียบเทียบกับตลาดอื่นที่มีจำนวนผู้เล่นหลักจำกัด สะท้อนถึงสภาวะการแข่งขันในตลาดซึ่งมีทั้งผู้เล่นรายใหม่และรายเดิมที่ให้ความสำคัญกับตลาดนี้
- รูปแบบการดำเนินธุรกิจในตลาด OTT เป็นการขยายการให้บริการของผู้เล่นรายเดิมในตลาดแบบดั้งเดิม (Linear TV) และการหาพันธมิตรธุรกิจภายในห่วงโซ่มูลค่ากิจการโทรทัศน์ เพื่อขยายการให้บริการสู่แพลตฟอร์มออนไลน์
- รายได้กิจการโทรทัศน์หลักยังคงอยู่ที่ตลาดแบบดั้งเดิม (Linear TV) แต่มีแนวโน้มการเติบโตของรายได้คงที่หรือลดลงในบางประเทศที่ทำการศึกษา ในขณะที่แนวโน้มการเติบโตของรายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์อยู่ที่ตลาดบนแพลตฟอร์ม OTT เพิ่มขึ้น

สามารถพิจารณารายละเอียดเชิงเปรียบเทียบเพิ่มเติมในประเด็นของอัตราการเข้าถึง ห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการ และรายได้กิจการโทรทัศน์ของประเทศที่ทำการศึกษาได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบตัวแปรสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยและประเทศที่ทำการศึกษา

ตัวแปร / ประเทศ	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
อัตราการเข้าถึงโดยเฉลี่ยสำหรับระบบโทรทัศน์แต่ละประเภทในปี พ.ศ. 2560 (อัตราการการเติบโตเฉลี่ยสะสมจากปี พ.ศ. 2560 ถึง ปี พ.ศ. 2563) (หน่วย: ร้อยละของครัวเรือน)					
โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล	22.4 (-7.4)	37.3 (1.0)	15.7 (9.2)	33.3 (10.0)	14.1 (-1.0)
โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล	8.8 (4.6)	14.1 (0.1)	44.5 (-1.6)	34.5 (-6.3)	47.5 (-0.9)
โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม	66.2 (1.0)	40.1 (-0.8)	31.2 (-2.2)	ไม่มีบริการ	14.4 (0.8)
IPTV	2.6 (15.4)	8.4 (-0.8)	8.6 (-2.7)	32.3 (-5.4)	24.0 (1.8)
OTT	4.6 (17.9)	45.6 (10.5)	111.4 (12.3)	82.8 (15.4)	40.8 (21.9)
จำนวนผู้เล่นหลักของผู้รวบรวมเนื้อหารายการ (หน่วย: จำนวนราย)					
โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล	8 ราย (4 รายเป็นของรัฐบาล)	5 ราย (2 ราย รัฐบาลสนับสนุน)	5 ราย	1 ราย (เป็นของรัฐบาล)	4 ราย (2 รายเป็นของรัฐบาล)
โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล	2 ราย	1 ราย	3 ราย	1 ราย	3 ราย
โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม	2 ราย	2 ราย	2 ราย	ไม่มีบริการ	1 ราย
IPTV	3 ราย	2 ราย	2 ราย	2 ราย	3 ราย
OTT	6 ราย	5 ราย	4 ราย	6 ราย	5 ราย
รายได้กิจการโทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2561 (ตัวเลขประมาณ) (อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมจากปี พ.ศ. 2561 ถึง ปี พ.ศ. 2563) (หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐ)					
Linear TV	1,652 (4.8)	13,127 (0.7)	154,410 (-2.0)	773 (-1.4)	6,523 (1.8)
OTT	211 (16.8)	2,644 (12.1)	23,461 (11.9)	57 (20.7)	722 (23.7)

ที่มา: Ovum, IDATE, สำนักงาน กสทช., Ofcom, KCC, IMDA, FCC

1.2 เทคโนโลยีของประเทศที่ทำการศึกษา

แนวโน้มเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการ การดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยและประเทศที่ทำการศึกษาเทียบเคียง 4 ประเทศ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- การพัฒนาเทคโนโลยี 3G/4G/5G รวมถึงการเพิ่มความเร็วในการรับส่งข้อมูลเป็นปัจจัยสนับสนุนคุณภาพการให้บริการ อัตราการเข้าถึง และการใช้งานระบบโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตของประเทศที่ทำการศึกษา
- ประเทศที่ทำการศึกษาเทียบเคียงส่วนใหญ่ อาทิ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และเกาหลีใต้ พัฒนาศักยภาพของโครงข่ายหลัก (Core Network) ให้มีความเร็ว 10 Gbps เพื่อคุณภาพในการรับชมเนื้อหาบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ขณะที่ประเทศไทยยังอยู่ในระดับ 1 Gbps
- หลายประเทศที่ทำการศึกษาได้ทบทวนการใช้งานคลื่นความถี่บนระบบ 5G ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์บนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต อาทิ ประเทศสหราชอาณาจักรดำเนินการเรียกคืนคลื่นความถี่ 700 MHz จากโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินเพื่อนำมาใช้งานสำหรับระบบ 5G ในปี 2563 เป็นต้น
- การพัฒนาเทคโนโลยีในรูปแบบของ Convergence Platform (ระหว่าง Linear TV และ Broadband Internet) เป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นในทุกประเทศที่ทำการศึกษา ยกเว้นเพียงประเทศไทย
- ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศเกาหลีใต้กำหนดมาตรฐานสำหรับการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ (ATSC 3.0) ซึ่งเป็นระบบการแพร่ภาพสัญญาณต้นแบบสำหรับช่องรายการแบบ Ultra High Definition ขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวเพื่อพัฒนาคุณภาพการรับชม
- การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชม (Customer-Premises Equipment: CPE) เป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นในทุกประเทศที่ทำการศึกษารวมถึงประเทศไทย ซึ่งเทคโนโลยี 4K ได้ถูกนำมาใช้เช่นกัน สำหรับประเทศอื่นมีการนำเทคโนโลยีนี้ไปต่อยอดเพิ่มเติมในการเชื่อมต่อ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้เทคโนโลยี 4K และการเชื่อมต่อ Live VR ในการรับชมกีฬาแบบถ่ายทอดสด และประเทศสิงคโปร์ใช้เทคโนโลยี 4K ร่วมกับฟังก์ชั่นเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงคุณภาพในการรับชม เป็นต้น สำหรับประเทศเกาหลีใต้กำลังพัฒนาสู่ขั้นเทคโนโลยี 8K เพื่อความละเอียดและความคมชัดของภาพที่มากขึ้น

1.3 กฎระเบียบและแนวทางกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศที่ทำการศึกษา

1.3.1 สภาพแวดล้อมและแนวโน้มการกำกับดูแลโดยรวมของแต่ละประเทศ

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมและแนวโน้มการกำกับดูแลโดยรวมของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญของแต่ละประเทศได้ดังนี้

- ประเทศไทย: อยู่ในช่วงเริ่มต้นรับมือกับการเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ ซึ่งต้องรักษาสมดุลและจัดสรรการใช้งานทรัพยากรคลื่นความถี่สำหรับความต้องการในอนาคต แนวทางการดำเนินการกำกับดูแลอยู่บนพื้นฐานของการออกกฎหมาย และการออกใบอนุญาตซึ่งจำเป็นต้องมุ่งเน้นการกำกับดูแลตามเป้าหมาย (ข้อควรระวัง การกำกับดูแลที่มากเกินไป อาจเป็นข้อจำกัดด้านเสรีภาพในการพัฒนาของกิจการโทรทัศน์) เนื่องจากการให้บริการ OTT เป็นประเด็นใหม่สำหรับประเทศไทยจึง

ทำให้การกำกับดูแลยังไม่ครอบคลุมในการให้บริการดังกล่าว จำกัดไว้เพียงการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมที่อาจสร้างความไม่เสมอภาคในการแข่งขันระหว่างสองช่องทางการเผยแพร่ในปัจจุบัน ดังนั้น แนวโน้มการกำกับดูแลในอนาคตจึงเป็นการสร้างความเสมอภาคในการแข่งขันของผู้เล่นในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT และให้ความสำคัญกับการออกกฎระเบียบที่ไม่จำเป็นที่อาจเป็นข้อจำกัดในการแข่งขันอย่างเสรี

- ประเทศสหราชอาณาจักร: ได้ผ่านช่วงการเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ ด้วยแผนการจัดสรรคลื่นความถี่ และการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT โดยยึดหลักการไม่เข้าไปแทรกแซงแต่ใช้หลักฐานและหลักการยุติธรรมสนับสนุนการตัดสินใจในการใช้อำนาจในการกำกับดูแล โดยมีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการควบคุมกำกับดูแลด้วยกัน นอกจากนั้นการออกใบอนุญาตที่มีความยืดหยุ่นและปรับตามสถานการณ์ตลาด เป็นสิ่งเอื้อให้สภาพแวดล้อมการแข่งขันตลาดเป็นไปอย่างอิสระเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ
- ประเทศสหรัฐอเมริกา: ได้ผ่านช่วงการเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ภายใต้แนวทางการให้อิสระแก่ผู้ประกอบกิจการโดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ ให้ความสำคัญกับการแข่งขัน ท้องถิ่นนิยม และความหลากหลายเป็นสำคัญ มีการให้อิสระในการแสดงออก (Freedom of Speech) โดยใช้กรอบสังคม (Social Norm) เป็นกลไกในการกำกับดูแลตามธรรมชาติ
- ประเทศสิงคโปร์: ได้ผ่านช่วงเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ โดยการออกClass License ให้แก่ผู้ประกอบการ OTT แนวทางการกำกับดูแลให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมกันในการได้รับเนื้อหาผ่านช่องทางแบบดั้งเดิมและแบบ OTT ความเป็นธรรมระหว่างผู้เล่นจากในและนอกประเทศ รวมถึงความเป็นกลางทางเทคโนโลยีดั้งเดิมและสมัยใหม่ เพื่อให้สภาพแวดล้อมการแข่งขันในตลาดมีความเสมอภาคและเป็นธรรม
- ประเทศเกาหลีใต้: ได้ผ่านช่วงเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ โดยการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการ OTT มีหน่วยงาน Korea Communication Commission (KCC) และ Ministry of Science and ICT (MSIT) ทำงานร่วมกันในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์และออกกฎระเบียบที่สร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรม และทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก (Consultation) ในการเปิดรับข้อเสนอเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนงานการกำกับดูแล

สามารถพิจารณารายละเอียดเชิงเปรียบเทียบเพิ่มเติมได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบภาพรวมการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยและประเทศที่ทำการศึกษา

ตัวแปร / ประเทศ	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
การกำกับดูแลโดยรวม					
แนวโน้มการกำกับดูแล	• มีการปรับแผนคลื่นความถี่และเพิ่มการเปิดตัวบรอดแบนด์ เพื่อจะรับมือกับการควบคุมคลื่นความถี่ในยุคเดิม และลด Barriers to entry • การทดแทนระหว่างแพลตฟอร์มสำหรับการส่งข้อมูลจะเป็นความท้าทายของหน่วยงานกำกับดูแลจะต้องมีความชัดเจนและคำจำกัดความที่แน่ชัดสำหรับผู้เล่นรายใหม่ เช่น OTT	• โครงการจัดสรรคลื่นความถี่ 700 MHz ใหม่ • การพิจารณาข้อเสนอเพื่อเปิดตัวช่องใหม่ คือ BBC Scotland • การกำกับดูแลการเข้าถึงของเนื้อหาอย่างทั่วถึงและอนุญาตให้ใช้บริการ OTT ข้ามพรมแดนของสมาชิกสหภาพยุโรป	• การขาดแคลนทรัพยากรคลื่นความถี่ทำให้มีการพิจารณาคลื่นความถี่ที่ก่อนหน้านี้ไม่ได้ถูกกำหนดให้ใช้กับการสื่อสารผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ • อาจมีการปรับเปลี่ยนกรอบโครงสร้าง เพื่อรองรับการพัฒนาระบบ 5G • แผนงานสนับสนุนการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์ Connecting America	• โครงการจัดทำกรอบและมาตรฐานของคลื่นความถี่ 5.9 GHz • การพิจารณาการกำกับดูแลในความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้เล่นในประเทศและต่างประเทศในตลาด OTT • การพิจารณาการกำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม OTT ให้เท่าเทียมกับเนื้อหาบนโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ	• จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อส่งเสริมการแพร่ภาพแบบดิจิทัล • การปฏิรูปกฎระเบียบเพื่อช่วยผู้ประกอบการการสนับสนุนการหาแหล่งการเงินที่มั่นคงสำหรับการผลิตเนื้อหาของผู้ประกอบการ • มีมาตรการที่เข้มงวดเพื่อจัดการกับข้อมูลที่เป็นอันตรายบนแพลตฟอร์ม
โครงสร้างการกำกับดูแล	• กสทช.จัดตั้งขึ้นโดยมีภาระความรับผิดชอบ (Accountability) ร่วมกับกระทรวงดิจิทัลฯ แต่มีความอิสระทางการเงิน จึงช่วยลดการขึ้นตรงกับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง และการมีอิทธิพลของหน่วยงานต่อหน้าที่ในการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม	• Ofcom มีความรับผิดชอบโดยตรงต่อรัฐสภาอังกฤษ และได้รับเงินทุนสนับสนุนจากผู้ประกอบกิจการ	• FCC เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง มีบทบาทในการส่งเสริม การแข่งขัน นวัตกรรม และการลงทุน	• IMDA เป็นองค์กรภาครัฐของสิงคโปร์ที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาและกำกับดูแลสื่อสารสนเทศ โดยมีภารกิจที่จะเปลี่ยนแปลงวงการดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์	• KCC และ MSIT เป็น 2 หน่วยงานหลักในการกำกับดูแลด้านกิจการโทรทัศน์ และการออกกฎข้อบังคับต่าง ๆ • ปฏิรูปกฎระเบียบและอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศ เช่น สร้างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เป็นธรรม

ตัวแปร / ประเทศ	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
การกำกับดูแลโดยรวม					
การดำเนินการกำกับดูแล	• เป็นมาตรการแบบ ex-ante โดย กสทช. ใช้การกำกับดูแล (regulate) เพื่อเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยยังไม่ถึงขั้นออกกฎเชิงบังคับ กสทช.ทำการออกกฎและควบคุมกิจการสื่อสารโทรคมนาคมรวมถึงกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์	• Ofcom มีหลักการที่จะไม่เข้าไปแทรกแซงในกิจการโทรทัศน์ โดยใช้การหาหลักฐานและหลักการที่มีความยุติธรรมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจว่าการกำกับดูแลนั้นเหมาะสมหรือไม่ และทำหน้าที่กำกับดูแลด้านการแข่งขันร่วมกับหน่วยงาน Competition and Markets Authority	• FCC ใช้การกำกับดูแลในรูปแบบของระบบบัญชาการและควบคุม โดยมีกระบวนการที่เรียกว่าการแจ้งเตือนและแสดงความเห็น (Notice of Proposed Rule Making) ในการออกหรือเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบใด ๆ	• IMDA มีอำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลตามกฎหมายและข้อกำหนดในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องมีความเป็นกลางทางเทคโนโลยี เพื่อประสิทธิภาพในการใช้ข้อกำหนดและกรอบการดูแลและสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม	• ใช้วิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบควบคุมกันเองและมีการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักให้กับสังคมเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ • มีการขอคำปรึกษาจากหน่วยงานภายนอกเพื่อนำข้อเสนอที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการดำเนินการ

ตัวแปร / ประเทศ	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
การออกใบอนุญาต	• มีระบบใบอนุญาตที่แตกต่างกันสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบต่าง ๆ สำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการออกใบอนุญาตสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT	• มีระบบใบอนุญาตที่แตกต่างกันสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบต่าง ๆ การกำกับดูแลมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนเพื่อให้ยืดหยุ่นและรองรับสถานการณ์ตลาดในประเทศ	• หน่วยงาน FCC พิจารณาการออกใบอนุญาตหรือต่อใบอนุญาตให้กับสถานีโทรทัศน์ โดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ (public interest) เป็นเกณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็นการให้ใบอนุญาตสำหรับประกอบการสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียง และใบอนุญาตสำหรับทำการแพร่ภาพและกระจายเสียง	• การจัดการออกใบอนุญาตสำหรับกิจการโทรทัศน์ กิจการด้านการสื่อสารข้อมูลและสื่อ โดยมุ่งเน้นในการทำให้ผู้เล่นในตลาดเกิดความเท่าเทียมกันและคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค	• มีระบบใบอนุญาตที่แตกต่างกันสำหรับบริการแบบต่าง ๆ มีแผนปฏิรูประบบการต่ออายุและการอนุมัติใบอนุญาต และการปรับปรุงดัชนีผลการปฏิบัติงาน

ตัวแปร / ประเทศ	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
การกำกับดูแลโดยรวม					
การกำกับดูแลการหลอมรวม	• การแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมต้องมีการประเมินสภาพแข่งขัน ระหว่างระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและ OTT เพื่อหลีกเลี่ยงการวางกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น และการที่ OTT ยังไม่ได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่ในการแพร่ภาพ จึงไม่สามารถใช้กฎระเบียบของระบบดั้งเดิมได้	• Ofcom ทำหน้าที่การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่ใช่การโฆษณาของผู้ให้บริการแบบ OTT แต่เพียงผู้เดียว เพื่อความเป็นเอกภาพในการกำกับดูแล	• FCC ได้กำหนดกรอบนโยบาย 3 ด้าน คือ ด้านการแข่งขัน ด้านท้องถิ่นนิยม และความหลากหลาย (diversity) เพื่อใช้เป็นแนวทางเพื่อดำเนินการออกประกาศหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการหลอมรวม	• การหลอมรวมของสื่อมีความท้าทายในด้านการออกใบอนุญาตแก่ผู้ให้บริการสื่อใหม่ในสิงคโปร์ โดย IMDA มุ่งเน้นการกำกับดูแล เพื่อลดความไม่เท่าเทียมกันระหว่าง ผู้เล่นในตลาด	• มีการจัดระบบการจำแนกประเภทบริการแต่ละแบบ กำหนดสถานะทางกฎหมาย และปรับปรุงวิธีการประเมินการแข่งขันของตลาดแพร่ภาพกระจายเสียงทางโทรทัศน์

ที่มา: สำนักงาน กสทช., Ofcom, KCC, IMDA, FCC, AVIA

1.3.2 กฎระเบียบ ข้อบังคับการกำกับดูแลที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

สำหรับการศึกษากฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางกำกับดูแลในกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศไทยและต่างประเทศเชิงเปรียบเทียบ สามารถสรุปกฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางการกำกับดูแลที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญได้ ดังนี้

- การพัฒนาสภาพแวดล้อมกิจการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้ Disruptive Technology ทุกประเทศที่ทำการศึกษายังคงมีหน่วยงานกำกับดูแลเดิม ทำหน้าที่กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบใหม่ (Online TV) ด้วยเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มเป็น การบรรจบกันระหว่างเทคโนโลยีบรอดแบนด์และการแพร่สัญญาณโทรทัศน์ (Convergence) หน่วยงานกำกับดูแลมีฟังก์ชั่นงานที่สามารถกำกับดูแลในส่วนการบรรจบกันของเทคโนโลยีดังกล่าว

- หากพิจารณารูปแบบวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ผ่านเครื่องมือการออกใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษามีความแตกต่างกัน ประเทศเกาหลีใต้ใช้วิธีการออกใบอนุญาตให้แก่กิจการโทรทัศน์ OTT เพื่อเป็นการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ OTT อย่างเป็นทางการ ประเทศสิงคโปร์ใช้วิธีการให้ Class License แบบอัตโนมัติซึ่งมีความคล้ายคลึงกับประเทศสหราชอาณาจักรซึ่งใช้วิธีการให้ผู้ให้บริการในตลาดแจ้ง (Notification) และเสียค่าธรรมเนียมการให้บริการแก่ Ofcom เพื่อให้ความเป็นอิสระแก่ผู้ประกอบการแข่งขันและดำเนินธุรกิจในตลาด โดยไม่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างเป็นทางการ แต่ยังอยู่ภายใต้กรอบที่กำหนดไว้ อาทิ ODPS Rules and Guidance ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีการดำเนินการกำกับดูแลใด ๆ โดยยังคงให้อิสระผู้ประกอบการในกิจการโทรทัศน์ OTT สำหรับประเทศไทยยังไม่มีการออกใบอนุญาตหรือวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ OTT จึงแสดงให้เห็นได้ว่ารูปแบบวิธีการกำกับดูแลรวมถึงระดับการกำกับดูแลอย่างเป็นทางการของประเทศที่ทำการศึกษามีความแตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาความสมดุลการใช้อำนาจกำกับดูแลกับการให้อิสระในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลาด

- ข้อจำกัดในการให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และ OTT ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ สำหรับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ OTT ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศสิงคโปร์มีการเปิด (Open) หรือให้ความเป็นอิสระแก่ผู้ให้บริการดำเนินการอย่างเป็นอิสระมากกว่าโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นที่ทำการศึกษา โดยพิจารณาได้จากการจำกัดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) การเป็นเจ้าของช่องรายการมากกว่าหนึ่งช่องทาง ระยะเวลาและเนื้อหาการโฆษณา และการเผยแพร่รายการที่กำหนดกฎ Must Have/ Must Carry เป็นต้น อีกหนึ่งประเด็นสำคัญในการพิจารณาข้อจำกัดในการให้บริการ คือ Net Neutrality ในการให้เนื้อหาบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตที่ต้องคำนึงถึงความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงเนื้อหารายการ ซึ่งประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ ดังจะเห็นได้ว่าข้อจำกัดในการให้บริการของแต่ประเทศมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการเปิดโอกาสในการแข่งขันอย่างอิสระและการให้โอกาสภาคประชาชนในการเข้าถึงเนื้อหาในช่องทางต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม

- การควบคุมกิจการโทรทัศน์ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในรายละเอียด ประเทศสหรัฐอเมริกามีระดับการควบคุมน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่น โดยให้อิสระเนื้อหารายการบนโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และ OTT และมีการให้เสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Speech) แก่ผู้รับสื่อ ในขณะที่ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสิงคโปร์ มีการควบคุมโดยการกำหนดเรตติ้งหรือประเภทรายการทั้งกับในเนื้อหาบนโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และ OTT อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการควบคุมกิจการโทรทัศน์ของแต่ประเภทมีความแตกต่างกันตามระดับการให้เสรีภาพในการแสดงออกของแต่ละประเทศ และระดับความต้องการการควบคุมของหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศ

จากประเด็นสำคัญที่สรุปมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการกำหนดแนวทางกำกับดูแลให้สอดคล้องกับการพัฒนาในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ของแต่ละประเทศมีแนวทางดำเนินการที่แตกต่างกัน กรณีประเทศไทยซึ่งอยู่ระหว่างการเปลี่ยนผ่าน Disruptive Technology ในกิจการโทรทัศน์ ปัจจุบันยังไม่มีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งสามารถเรียนรู้แนวทางการกำกับดูแลจากประเทศตัวอย่างที่ทำการศึกษา เพื่อกำหนดระดับการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการแข่งขันและพฤติกรรมการบริโภคสื่อในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

สามารถพิจารณารายละเอียดเชิงเปรียบเทียบเพิ่มเติมได้จากตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบตัวแปรด้านการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยและประเทศที่ทำการศึกษา

ตัวแปร / ประเทศที่ทำการศึกษา	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
หน้าที่หลักในการกำกับดูแล					
Control	Control	Control	Control	Control	Control
Licensing	Licensing	Licensing	Licensing	Licensing	Licensing
Content	Content	Content	Content	Content	Content
Spectrum	Spectrum	Spectrum	Spectrum	Spectrum	Spectrum
การออกใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์					
Linear TV	Issued	Issued	Issued	Issued	Issued
OTT	Not yet issued	Notified + Fee	Not yet issued	Issued	Issued
ข้อจำกัดในการให้บริการ					
FDI Linear TV	Restricted [1]	Open except M&A	Restricted	Restricted	Restricted
FDI OTT	Open	Open except M&A	Open	Open	Restricted
Cross-media ownership Linear TV	Open	Restricted	Open	Open	Restricted
Cross-media ownership OTT	Open	Restricted	Open	Open	Restricted

[1] พระราชบัญญัติประกอบกิจการฯ มาตรา 15

ตัวแปร / ประเทศที่ทำการศึกษา	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
Advertisement - Linear TV	Minutes and content	Minutes and content	Minutes and content	Minutes and content	Minutes and content
Advertisement - OTT	Content	Content	Open	Content	Content
Program supply - Linear TV	Must Carry Must Have	Must Have	Must Carry, Retrans-mission consent	Must Carry Must Have	Must Have
Program supply - OTT	Open	Net Neutrality	Open	Open	Net Neutrality
การควบคุมกิจการโทรทัศน์					
Captioning and Subtitles - Linear TV	Restricted	Restricted	Restricted	Restricted	Restricted
Captioning and Subtitles - OTT	Open	Restricted	Open	Open	Open
Rating/Classification - Linear TV	Restricted	Restricted	Restricted	Restricted	Restricted
Rating/Classification - OTT	Open	Restricted	Open	Restricted	Restricted
Content - Linear TV	Restricted	Restricted	Freedom of speech	Restricted	Restricted
Content - OTT	Restricted	Restricted	Freedom of speech	Restricted	Restricted
Content Quota - Linear TV	Open	Restricted	Restriction	Open	Restricted
Content Quota - OTT	Open	Restricted	Open	Open	Open

ตัวแปร / ประเทศที่ทำการศึกษา	ไทย	สหราชอาณาจักร	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	เกาหลีใต้
การป้องกันผู้ให้บริการและผู้บริโภค					
Copyright – Linear TV	Protected	Protected	Protected	Protected	Protected
Copyright – OTT	Protected	Protected	Protected	Protected	Protected
Consumer Protection – Linear TV	Protected	Protected	Protected	Protected	Protected
Consumer Protection - OTT	Protected	Protected	Open	Protected	Protected

ที่มา: สำนักงาน กสทช., Ofcom, KCC, IMDA, FCC, AVIA

1.3.3 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการกำกับดูแล

การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการกำกับดูแล เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการให้ได้มาซึ่งแนวทางในการกำกับดูแลที่เป็นที่ยอมรับและได้ใช้จริงในทางปฏิบัติ โดยแนวทางทั่วไปในการประสานความร่วมมือสามารถจำแนกได้เป็น 3 แนวทาง ได้แก่ การหารือร่วมกับภาคสาธารณะ (Public Consultation) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในประเทศ และการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศ

- **การหารือร่วมกับภาคสาธารณะ (Public Consultation):** เป็นแนวทางพื้นฐานที่เป็นที่ยอมรับในทุกประเทศ โดยทุกประเทศที่ทำการศึกษามีการตั้งคณะกรรมการหรือคณะที่ปรึกษาถาวรทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับภาคสาธารณะในประเทศ อาทิ สหราชอาณาจักรแต่งตั้ง Advisory Committee ประเทศสิงคโปร์แต่งตั้ง Program Advisory Committee และประเทศเกาหลีใต้แต่งตั้ง Promoting Commission ในส่วนของประเทศสหรัฐอเมริกามีการกำหนดกรอบ Notice of Proposed Rule Making: NPRM เป็นกรอบดำเนินการกรณีที่ต้องการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงข้อกำหนดหรือการกำกับดูแล ซึ่งเป็นหลักการปฏิบัติพื้นฐานภายใต้กฎหมาย Administrative Law สำหรับกรณีของประเทศไทยมีเพียงการหารือร่วมกับภาคสาธารณะ กรณีมีประเด็นหารือใหม่เกิดขึ้นยังไม่มีการจัดทำเป็นระบบที่มีคณะกรรมการหรือคณะที่ปรึกษาทำงานอย่างเป็นทางการ ดังนั้นประเทศไทยจึงอาจเรียนรู้แนวทางจากประเทศที่ทำการศึกษาเพื่อจัดทำระบบการสร้างความร่วมมือกับภาคสาธารณะอย่างเป็นทางการในอนาคต
- **การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในประเทศ:** เป็นความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนอื่น ให้บรรลุเป้าหมายหรือกรอบในการกำกับดูแล อาทิ ประเทศสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญด้านการแข่งขันอย่างเป็นธรรม จึงมีการกำกับดูแลด้านการแข่งขันระหว่าง Ofcom ร่วมกับ Competition and Market Authority ประเทศสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับประเด็นด้านความเท่าเทียมและการจัดสรรคลื่นความถี่ ดังนั้น FCC จึงมีการประสานความร่วมมือกับ USAID (BPA) ด้านการสร้างโอกาสในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม และร่วมมือกับหน่วยงาน National Telecom and Information Administration: NTIA-OSM เพื่อการจัดสรรคลื่นความถี่ เป็นต้น สำหรับกรณีประเทศเกาหลีใต้มีการประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่าง KCC และ MSIT และหน่วยงานคณะกรรมการด้านความเป็นธรรมในการแข่งขัน จะเห็นได้ว่ากรณีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นนั้นเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในการดำเนินการตามเป้าหมายหรือแนวทางกำกับดูแลให้ประสบความสำเร็จ โดยหากประเทศไทยต้องการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่เป็นธรรม รวมถึงคุ้มครองสิทธิพื้นฐานของผู้เข้าชม ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวจึงควรมีกรอบการดำเนินงานร่วมกับสำนักงาน กสทช. อย่างเป็นรูปธรรม โดยพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นปัจจัยร่วมในการพิจารณาและกำหนดเป้าหมายร่วมกัน
- **การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศ:** เป็นความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศทั้งในการประสานความเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดหรือข้อตกลงร่วมกัน โดยทั่วไปประเทศที่ทำการศึกษาเป็นสมาชิกองค์กรสื่อสารโทรคมนาคมและการแพร่ภาพกิจการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ (อาทิ ITU, International Regulator Forum) จึงมีแนวทางหรือข้อตกลงร่วมกันในภาพกว้าง นอกจากนั้น

ยังมีความร่วมมือกันในกลุ่มภูมิภาค อาทิ สหราชอาณาจักรมีการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกสหภาพยุโรป ในกรณีมีเป้าหมายหรือประเด็นปัญหาร่วมกัน เช่น กรณี Promotion of European Works on VoD Service หรือในกรณีของประเทศเกาหลีใต้ที่มีความร่วมมือระดับทวิภาคีกับประเทศในกลุ่ม OECD ด้านการพัฒนากิจการโทรทัศน์ และกรณีประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นพันธมิตรร่วมกับหลายประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมโทรทัศน์และสื่อร่วมกัน ดังจะเห็นได้ว่าความร่วมมือในระดับระหว่างประเทศสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ ทั้งความร่วมมือระดับมหภาค ระดับภูมิภาคกับประเทศหรือกลุ่มประเทศที่สามารถพัฒนาธุรกิจร่วมกันได้ หรือแม้กระทั่งกับพันธมิตรเอกชนในการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจของประเทศร่วมกัน ซึ่งประเทศไทยสามารถนำกรณีตัวอย่างที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้มาเป็นกรอบการพัฒนาตามเป้าหมายการกำกับดูแลและการพัฒนาธุรกิจของประเทศในอนาคต

1.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

1.4.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขัน

1.4.1.1 กรอบการกำหนดเป้าหมายเชิงนโยบาย (Policy Priorities)

- เป้าหมายเชิงนโยบายการกำกับดูแล (Policy Target Setting)

การพิจารณาเป้าหมายโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศตามนโยบายประเทศไทย 4.0 และยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ร่วมกับเป้าหมายในการกำกับดูแลการแข่งขันอย่างเท่าเทียมของ กสทช. มีดังนี้

1) การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ชั้นนำ มาจัดตั้งกิจการในประเทศไทย โดยอยู่ภายใต้กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแลที่กิจการชั้นนำเหล่านั้นปฏิบัติ

2) การสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT อยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการแข่งขันเสรี

- การกำหนดขอบเขตผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และเป้าหมายในการกำกับดูแล (Target OTT)

การกำหนดขอบเขตผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เป้าหมาย พิจารณาจากการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ แบบดั้งเดิม (Linear TV) ซึ่งสามารถพิจารณาจากลักษณะของการให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีความคล้ายคลึงกับการให้บริการในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) โดยการลงทะเบียน (Subscription Video on Demand) สมาชิก (Subscribers) ในประเทศไทย และการสร้างรายได้เชิงธุรกิจของกิจการโทรทัศน์แบบ OTT อันเกิดขึ้นในประเทศไทยที่มีขนาดที่มากในระดับหนึ่ง

1.4.1.2 แนวทางการดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว (Short Term and Long Term Framework)

การดำเนินการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน ในทางปฏิบัติควรกำหนดแนวทางเป็นกรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Framework) และกรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework) ดังต่อไปนี้

- กรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Convergent Framework) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้
- การระบุสิ่งที่ต้องทำในการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และการปฏิรูปกฎหมายกิจการทั้งสอง ให้อยู่ภายใต้กฎหมายฉบับเดียว
- การปฏิรูปโครงสร้างของ กสทช. ให้สอดคล้องกับการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งควรดำเนินการควบคู่ไปกับการจัดทำกฎหมายฉบับเดียวดังกล่าว

- **กรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework)**

หน่วยงานกำกับดูแลจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อบรรเทาปัญหากรอบการกำกับดูแลที่ยังไม่ชัดเจน ค่าใช้จ่ายและภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ และการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มาลงทะเบียน คือ มาตรการด้านภาษีและด้านอื่น ๆ

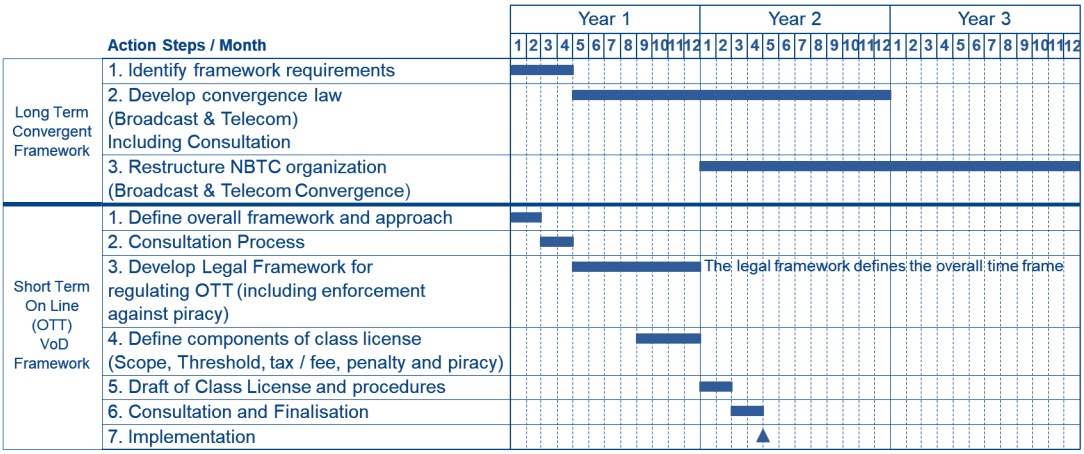
- การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (Fees) ควรกำหนดอัตราที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลกิจการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเท่านั้น ซึ่งอาจรวมถึงค่าใช้จ่ายในการบังคับใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ และการจัดการกับการละเมิดลิขสิทธิ์ เข้าไว้ในอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาต
- สำหรับการจัดเก็บค่าธรรมเนียมคลื่นความถี่ (Spectrum Fees) สำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรใช้หลักการโดยทั่วไป โดยควรกำหนดอัตราที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของการจัดการคลื่นความถี่ การตรวจสอบติดตามการใช้งานคลื่นความถี่ และการบังคับใช้งานคลื่นความถี่เท่านั้น

- **ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาวและระยะสั้น**

เนื่องจากการดำเนินการในระยะยาวจะต้องใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ โดยในเบื้องต้นกรอบการดำเนินการในระยะสั้นสามารถนำมาดำเนินการได้ก่อนและใช้ระยะเวลาอันสั้น

อย่างไรก็ตามระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Convergent Framework) และกรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework) สามารถพิจารณาได้จากตารางประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 4: ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาวและระยะสั้น



หมายเหตุ: กรอบระยะเวลาการดำเนินการอาจปรับเปลี่ยนตามความพร้อมและเงื่อนไขการดำเนินการของ กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 ข้อเสนอแนะกรอบการดำเนินการขั้นตอน (Framework)

1.4.2.1 กรอบการดำเนินการ (Framework)

กรอบการดำเนินการ มีแนวทางหลักสำคัญ 2 ประการ ดังนี้

- การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมาจัดตั้งกิจการในประเทศไทย
- การลดการกำกับดูแลของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ที่มีอยู่เดิม เพราะอาจเป็นภาระและอุปสรรคในการประกอบกิจการ

1.4.2.2 การดำเนินการและขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบการกำกับดูแล (Define Overall Framework and Approach)

การกำหนดกรอบการกำกับการดูแลกิจการโทรทัศน์สามารถพิจารณาได้เป็น 2 ส่วน คือ

1) การกำหนดกรอบการดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT โดยให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ลงทะเบียนภายใต้ระบบการจัดกลุ่มประเภทกิจการ (Class License System) และเป็นการกำหนดกรอบการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด (Light Regulation)

2) การปรับปรุงแก้ไขกรอบการกำกับดูแลและการประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ Linear TV

ขั้นตอนที่ 2 การปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้อง (Consultation)

การกำหนดกรอบการดำเนินการหรือการตัดสินใจ จำเป็นต้องมีการปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในกิจการโทรทัศน์ (Full Consultation) ในทุกขั้นตอน เพื่อจะได้กรอบการกำกับดูแลที่เป็นที่ยอมรับจากผู้เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิรูปกฎหมายพื้นฐาน (Legal Framework)

กสทช. ควรจะเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการตัดสินใจซึ่งสามารถร่างและกำหนดขอบเขตของกรอบกฎหมายใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมธุรกิจ ดังนั้น หน่วยงาน กสทช. ควรมีการจัดตั้งสำนักย่อยขึ้นมาเพื่อทำงานในส่วนนี้โดยเฉพาะ

การกำกับดูแลที่ควรจะมีการปฏิรูป คือ แนวทางการวัดความนิยม (เรตติ้ง) ของรายการโทรทัศน์ โดยทาง กสทช. ควรเปลี่ยนจากการวัดเรตติ้งจากหน้าจอโทรทัศน์ (First screen) เพียงอย่างเดียว ไปเป็นการจัดทำระบบเรตติ้งในทุกแพลตฟอร์ม (Multi screen) เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน

แนวทางการดำเนินการในประเทศไทยอาจประยุกต์ใช้แนวทาง Class License โดยอาจเริ่มให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เฉพาะรายใหญ่เข้ามาจดทะเบียน Class License ก่อน และขยายขอบเขตให้ผู้ประกอบการทุกรายเข้ามาจดทะเบียนในอนาคตหลังจากการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการรายใหญ่ประสบความสำเร็จ

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดกรอบการดำเนินการใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Components of Class License for OTT VoD

การให้ใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Class License) ควรครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินการ อันได้แก่

- การลงทะเบียน – ควรจะมีการดำเนินการลงทะเบียนและไม่ควรเป็นข้อกำหนดหรือข้อจำกัด (Requirements) ให้ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการ และผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ กสทช. กำหนดขึ้น
- การกำหนดคุณสมบัติและเส้นแบ่งคุณสมบัติเริ่มต้น (Minimum Threshold) – ควรจะกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ให้สูงพอที่จะให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญในประเทศไทยเท่านั้น มาลงทะเบียนและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ
- การกำหนดเงื่อนไขการยกเว้นการชำระภาษีและค่าธรรมเนียม (Tax and Fee Moratorium) - ค่าธรรมเนียมรายปีของใบอนุญาตแบบกลุ่ม ควรอยู่ในอัตราต่ำและคิดเป็นอัตราร้อยละคงที่ ซึ่งเทียบเคียงได้กับกรณีผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ทั้งนี้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ลงทะเบียนควรได้รับการยกเว้นการเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาตหรือภาษีนิติบุคคลในช่วงปีแรกของการดำเนินการในประเทศไทย และไม่ควรจะนำเงินส่งเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมนั้น (USO) เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการมาลงทะเบียน

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดแรงจูงใจและการดำเนินการกรณีละเมิดลิขสิทธิ์

กสทช. ควรกำหนดขั้นตอนและกลไกที่ชัดเจน เพื่อกำจัดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่ง กสทช. ควรมีอำนาจหน้าที่หรือความสามารถในการดำเนินการให้สามารถปิดเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหารายการของผู้ประกอบการที่ได้ลงทะเบียนไว้

ขั้นตอนที่ 6 การทบทวนแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

เพื่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่เท่าเทียม กสทช. ควรมีการปรับเปลี่ยนการวัดเรตติ้งให้เป็นแบบมัลติสกรีน (Multi-screen Rating) ซึ่งสามารถสะท้อนพฤติกรรมตลาด การแข่งขัน และส่งผลสำคัญต่อการกำหนดอัตราค่าโฆษณาในสื่อแต่ละประเภท นอกจากนี้ค่าธรรมเนียมรายปีควรจะปรับให้มีความเท่าเทียมกันมากขึ้น โดยอัตราค่าธรรมเนียมกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) อาจอ้างอิงอัตราขั้นบันไดที่ใช้ในปัจจุบัน และอัตราค่าธรรมเนียมกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรเรียกเก็บจากผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงในระดับที่กำหนด เพื่อไม่เป็นการสร้างภาระทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

1.4.3 ข้อเสนอแนะแนวทางความร่วมมือระหว่าง กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4.3.1 หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ในประเทศไทย

- สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (OTCC) – ประสานงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมตามกลไกของตลาด
- กรมสรรพากร – ประสานงานในส่วนของการจัดเก็บภาษีสำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา – ความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์
- ภาคสาธารณะชน – กสทช. ควรแต่งตั้งคณะกรรมการดูแลด้านการปรึกษาหารือร่วมมือกับสาธารณะชนในการหารือร่วมกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายและได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน เช่น ด้านการกำกับดูแล โดยมีการหารือว่าทำอย่างไรที่จะสนับสนุนการแข่งขันอย่างเสรีและโปร่งใส และหารือกับผู้ที่มีส่วนร่วมถึงผลกระทบหลังจากที่ได้รูปแบบการกำกับดูแล เป็นต้น

1.4.3.2 แนวทางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)

กสทช. ควรร่วมเป็นพันธมิตรระดับทวิภาคีและพหุภาคีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนากิจการโทรทัศน์ ประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกับองค์กรนานาชาติในการจัดทำแนวทางการกำกับดูแลระดับสากล เช่น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU) เป็นต้น เพื่อปกป้องผลประโยชน์ในกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศไทยควรมีความตื่นตัวในการเข้าร่วมประชุมและสัมมนาที่เกี่ยวข้องกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มการกำกับดูแลที่เกิดขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งการประชุมสำคัญระดับสากล ได้แก่ International Conference (World Radiocommunication Conference - WRC) และ International Regulator Forum (IRF Meeting)

Executive Summary

This publication is a part of final report for “TV Competitive Regulatory for Disruptive Business and Technology Environment Project” The content contains the market study, technology study, regulations, and guidelines study for five countries (USA, UK, South Korea, Singapore, and Thailand) and regulatory framework for future television business in Thailand. The purpose of the project is to enable NBTC to set up a television regulatory framework that is consistent and up-to-date with current and future technology changes. The details are as follow:

Market study in broadcasting industry

The market study for current situation in Thailand and four other countries can be summarize into four important points. The first point is the penetration of OTT platform. According to the study, United States and Singapore have higher compound annual growth rate (CAGR) than United Kingdom and Singapore for OTT platform. However, Thailand is currently in the beginning of developing phase. The second point is the penetration of Linear TV which includes DTT, Cable TV and Satellite TV. In year 2017, Thailand had the highest satellite TV penetration rate, while the other four countries had a decline trend on satellite TV platform and significantly expanded to OTT platform. The third point is the major players in OTT platform. Reflecting the competitive situation in the market, new and existing major OTT players continuously enter into several countries. In addition, the existing Linear TV players use their strategies of being partnership with OTT players in order to adapt themselves into online platform. The last point is the revenue stream in overall market. In 2018, television business revenue mainly came from Linear TV, but revenue growth trend is likely to be steady in the next three year. In the current situation, the revenue growth is leaning towards online platforms.

Policy recommendations for competition in broadcasting industry

Policy recommendations for competition

- Policy Target Setting

Consideration of goals by focusing on national development in accordance with Thailand 4.0 policy and the Thai 4.0 industrial development strategy together with the goal of overseeing equal competition of the NBTC as follows: 1) Supporting leading OTT providers to establish business in Thailand under the rules and regulations of the regulators. 2) Creating a competitive environment by appropriate supervision to both Linear TV providers and OTT providers to support open competition.

- Targets – which OTTs to regulate.

Determining the scope of OTT providers to regulate by considering the creation of a fairly competitive environment between the OTT providers and the Linear TV operators. This can be considered from the fact that OTT TV service is similar to Linear TV (Subscription Video on Demand) by having subscribers in Thailand and business revenue generation of OTT TV business formed in Thailand at a certain level.

Short term and long term framework

- **Long term convergent framework**
  - Create a project to identify what needs to be done to cover broadcast and telecommunications under one law (similar to electronic communications act).
  - Along with the convergence of the law, a programme should be developed to further converge the structure of NBTC.

- **Short Term framework**

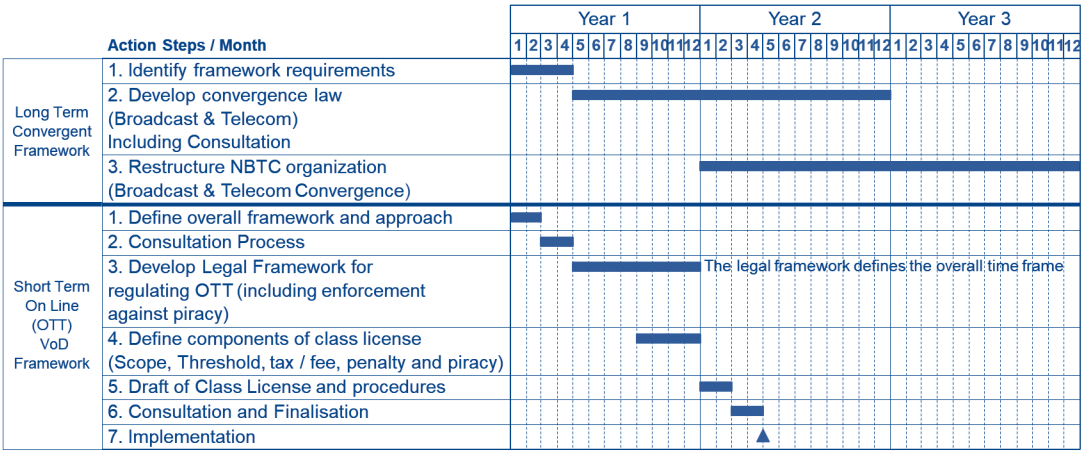
Regulator needs to have measure to mitigate the problems of unclear legal framework, expenses and the responsibility of the OTT providers, and piracy. One of the key requirements is to reduce the taxes and other burdens imposed.

- Licence fees should only be used to cover the costs of regulating the telecoms and broadcasting sector, including the costs of enforcing copyright and combatting piracy.
- Spectrum fees should in general only be used to cover the total costs of frequency management, frequency monitoring, and enforcement.
- Timeline to implement short term and long term framework

Due to the long process time of the long term framework, the short term framework can be implemented first and at a lesser time.

However, the length of implementation of the long term framework and the short term framework can be considered from the following table.

Table 1 Timeframe for short term and long term plan



*Timeframe can be changed according to conditions of NBTC and relevant stakeholders.

Define overall framework and approach

Framework

There should be two main elements in the framework:

- Regulation of the OTT TV business model that encourages entrepreneurs to establish businesses in Thailand
- Deregulation of existing Linear TV since it may provide burden and an obstacle to the businesses.

Steps and approach to the framework

First Step - Define overall framework and approach

Determination of the regulation framework, it can be considered into 2 parts:

1) Determination of the OTT TV framework by allowing OTT TV providers to register under the Class License System and establish a light regulation framework

2) Revision of the regulatory framework for licenses broadcasters.

For the scope of the OTT TV that should be taken into regulatory consideration are SVoD and AVoD that has commercial arrangements with the advertiser in Thailand.

Second Step – Consultation with related organizations

Determining the framework or decision making requires consultation with all stakeholders in the broadcasting business at every step in order to obtain a regulatory framework.

Third Step – Reform of legal framework

NBTC should be an authority that has the power to make decisions and define the scope of new legal framework that is consistent with the current business environment. Therefore, NBTC should have a sub-division established to work on this particular matter. The rule that should be reformed is the guidance related to the measurement of television rating. NBTC should change from the measurement of the first screen only to the system rating on all platforms (Multi screen) to match the current environment.

Thailand may apply Class License system, which can start from registering large OTT TV providers and expand to all operators in the future after successfully registered the main OTT providers.

Forth Step – Components of the Class License

The class licence should encompass the following

- Registration – Registration should be conducted and should not be a requirement or restriction for entrepreneurs to apply for a business license and OTT TV providers must comply with the Code of conduct.
- Minimum Threshold – Registration by using revenue threshold that is high enough to apply only to companies who have significant business in Thailand and would have an incentive to register.
- Setting conditions for exemption from payment of taxes and fees (Tax and Fee Moratorium) – Annual fees of class license should be low and a fixed percentage which is comparable to that of Linear TV. OTT providers who register should be exempt from paying any licence fees or corporate taxes until these are due in the second year of operation. The providers should not have responsibilities to submit revenue to USO fund in order to motivate providers to register since OTT TV is not under television and telecommunications businesses.

Fifth Step – Incentive determination and actions in cases of copyright infringement

- NBTC should clearly define the procedures and mechanisms to mitigate the problem of copyright infringement. NBTC should have the power, duty or ability to operate to block websites that violate copyright.

Sixth Step – Review of Linear TV guidelines

- In order to create an equally competitive environment, NBTC should implement multi-screen rating. This can reflect the competitive market behaviour, competition and has a significant effect on the determination of advertising rates in each type of media.

In addition, the annual fee should be adjusted to be more equitable. The license fee of Linear TV providers may refer to the current rate used. The rate of OTT TV should be collected from providers with high income at a specified level in order not to create financial burden for small OTT TV providers.

Cooperation between NBTC and relevant government agencies

Other Government Agencies in Thailand

- Office of the Board Trade Competition (OTCC) - Coordinate to promote fair competition according to the market mechanism.
- Revenue Department - Coordinate the tax collection for broadcasting providers.
- Department of Intellectual Property - Cooperation to eliminate piracy problems
- Public sector - NBTC should appoint a committee to oversee consultations or collaborate with the public to achieve the common goals.

ASEAN Approach

- NBTC should be a bilateral and multilateral partner in exchanging experiences and developing broadcasting businesses. Thailand should focus on collaborating with international organizations to create international regulatory guidelines, such as the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), the International Telecommunication Union (ITU), etc. in order to protect the interests of broadcasting business in Thailand. In addition, Thailand should participate in relevant conferences and seminars, broadcasting and telecommunications businesses to monitor information and trends of international governance. An important international conference includes the International Conference (WRC) and the International Regulator Forum (IRF Meeting).

2 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของสหราชอาณาจักร

2.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

2.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม

ขนาดของตลาดกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร สามารถพิจารณาได้จากจำนวนประชากรและระดับรายได้ โดยในปี พ.ศ. 2560[2] สหราชอาณาจักรมีประชากรทั้งหมด 66.2 ล้านคน จำนวนครัวเรือน 28.5 ล้านครัวเรือน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) มูลค่า 2,823 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน (GDP per Capita) มีมูลค่า 39,616 ดอลลาร์สหรัฐ หากเปรียบเทียบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศสหราชอาณาจักรกับประเทศไทยแล้วถือว่ามีจำนวนประชากรที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่ขนาดเศรษฐกิจมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของทวีปยุโรปและเป็นอันดับที่ 5 ของโลก[3] โดยหากเปรียบเทียบขนาดเศรษฐกิจกับประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสหราชอาณาจักรคิดเป็นร้อยละ 15 ของประเทศสหรัฐอเมริกา (อ้างอิง รูปที่ 1)

ข้อมูลการถือครองอุปกรณ์ในการรับชมรายการและการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2560[4] พบว่า อัตราการถือครองโทรทัศน์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 95 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 91 อัตราการถือครองสมาร์ทโฟนรายบุคคลร้อยละ 73 และอัตราการถือครองคอมพิวเตอร์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 90 ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรของประเทศสหราชอาณาจักรนั้นมีอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์ อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และอัตราการถือครองคอมพิวเตอร์ในอัตราที่ใกล้เคียงกันและเป็นอัตราสูงประชากรสามารถมีตัวเลือกในการรับชมรายการแบบดั้งเดิม (Linear TV) หรือ แบบ OTT ได้อย่างเท่าเทียม (อ้างอิง รูปที่ 1)

จากข้อมูลประมาณการของ Ovum[5] ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ประเทศสหราชอาณาจักรมีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทโครงข่ายที่แตกต่างกันของครัวเรือน โดยการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT ของครัวเรือนมีสัดส่วนที่สูงสุดถึงร้อยละ 45.6 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมสูงเป็นอันดับสองอยู่ที่ร้อยละ 40.1 สำหรับการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน อยู่ที่ร้อยละ 37.3 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลอยู่ที่ร้อยละ 14.1 และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ของครัวเรือนอยู่ที่ ร้อยละ 8.4 (อ้างอิง รูปที่ 1)

---

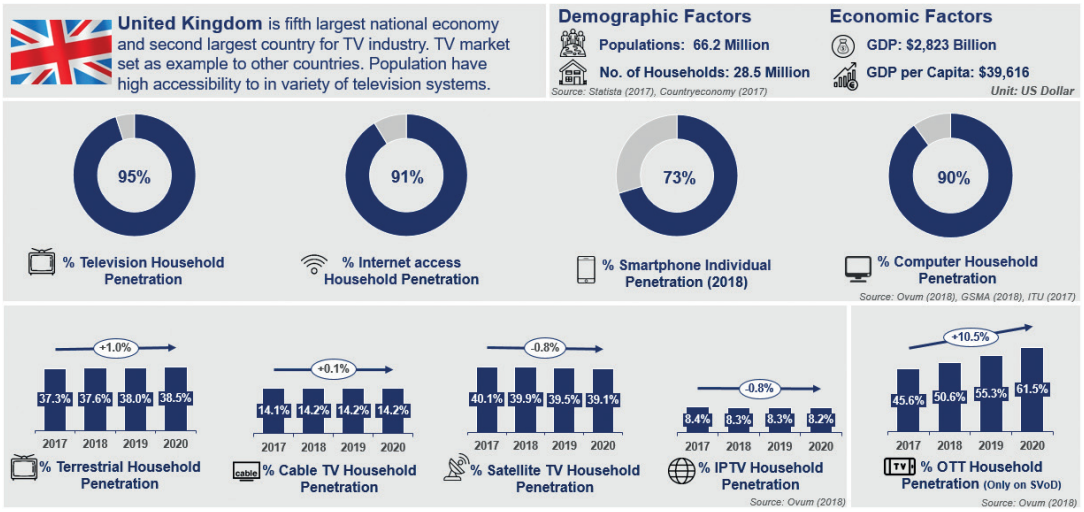
[2] https://www.statista.com/outlook/200/126/digital-media/thailand#market-marketDriver
https://countryeconomy.com/gdp

[3] https://www.onlinenewstime.com/10-อันดับประเทศที่มีขนาด

[4] Ovum (2018) GSMA (2018) และ ITU (2017)

[5] Ovum (2018)

จากข้อมูลประมาณการแนวโน้มการเข้าถึงระบบโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักรระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง 2563 พบว่า การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 1.0 ปัจจุบันภาครัฐมีมาตรการสนับสนุนให้ผู้เล่นในตลาด อาทิ BBC ได้รับเงินสนับสนุนจากครัวเรือนของสหราชอาณาจักรเพื่อผลิตรายการที่มีคุณภาพให้ผู้บริโภคได้รับชม ในส่วนของการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 0.1 -0.8 และ -0.8 ตามลำดับ ซึ่งแนวโน้มตลาดคงตัว ขณะที่แนวโน้มการรับชมโทรทัศน์ผ่านแบบ OTT เพิ่มขึ้นด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่สูงถึงร้อยละ 10.5 (อ้างอิง รูปที่ 1)



รูปที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางภูมิศาสตร์และการเข้าถึงอุปกรณ์ การรับชมโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร
ที่มา: ITU, Statista, Countryeconomy (B.E. 2561), Ovum, GSMA (B.E. 2562)

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในการพิจารณาสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร จากข้อมูลช่วงราคาโดยประมาณของการใช้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนใน รูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อทิศทางในการเติบโตการรับชมโทรทัศน์ของแต่ละประเภท กล่าวคือ การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และ การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีค่าบริการสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินและการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT เนื่องจากแพ็กเกจของผู้ให้บริการมาในรูปแบบบริการพ่วง (Bundling service) เช่น บริการอินเทอร์เน็ต และบริการโทรศัพท์มือถือ สำหรับการเข้าถึงของผู้รับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมที่สูง (ร้อยละ 40.1 ในปี พ.ศ. 2560) เป็นผลมาจากความหลากหลายของช่องรายการและความหลากหลายของแพ็กเกจการให้บริการที่ผู้รับชมสามารถเลือกได้หลากหลายตามความต้องการ (ช่วงราคาอยู่ระหว่าง 22-78 ปอนด์) ในส่วนการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินระบบดิจิทัล โดยทั่วไป ผู้รับชมจะต้องเสียค่าใบอนุญาตสำหรับครัวเรือนที่มีโทรทัศน์ (TV License) เป็นมูลค่า 150.50[6] ปอนด์ต่อปี หรือ 13 ปอนด์ต่อเดือน ในขณะที่การรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีช่วงราคาที่ถูกกว่าการรับชม

[6] https://www.gov.uk/tv-licence

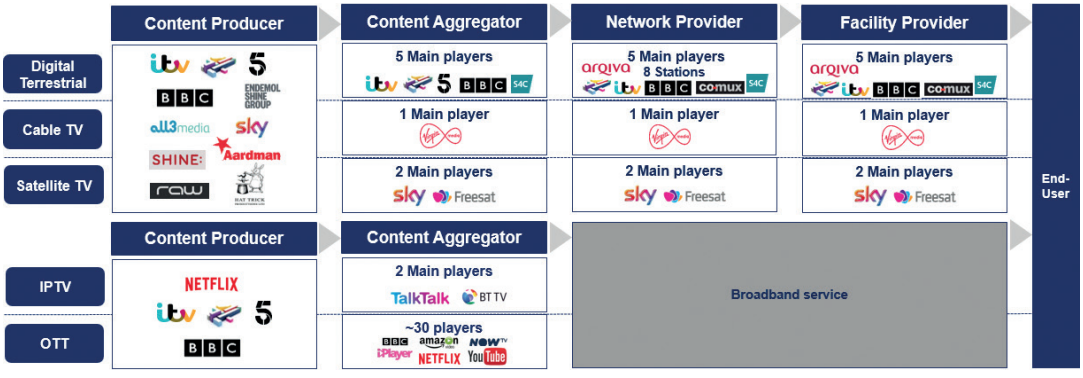
โทรทัศน์แบบ OTT (3-13 ปอนด์) เมื่อเปรียบเทียบกับการรับชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางอื่น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT นอกจากมาจากปัจจัยด้านราคาที่ถูกกว่า โดยเปรียบเทียบแล้ว ยังเป็นผลมาจากความแตกต่างของเนื้อหารายการที่หลากหลายมากกว่าเนื้อหารายการผ่านโครงข่ายเคเบิลและผ่านโครงข่ายดาวเทียม ดังนั้นผู้บริโภคจึงหันมาสนใจรับชมเนื้อหารายการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านราคามีนัยสำคัญสำหรับผู้บริโภคในการเลือกรับชมเนื้อหารายการประกอบกับปัจจัยอื่น เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพ เป็นต้น (อ้างอิง รูปที่ 2 รูปที่ 1)

	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	OTT
Subscription fee per month	13 Pound (Funded to BBC)	36-57 Pound (Bundling service)	22-78 Pound (Bundling service)	26-58 Pound (Bundling service)	3-13 Pound

รูปที่ 2 ช่วงราคาโดยประมาณของการให้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนบนโครงข่ายต่าง ๆ
ที่มา: Ofcom, Virgin, Sky, Freesat, Talk Talk, BT TV, Freeview, Netflix, Amazon video, Now TV (B.E. 2561-2562)

2.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain)

การให้บริการในตลาดกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักรสามารถรับชมเนื้อหารายการผ่าน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ซึ่งจัดอยู่ในการรับชมแบบผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยตรง ในขณะที่การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT จัดอยู่ในการรับชมรายการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาส่วนต่อไปนี้



รูปที่ 3 ห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการของสหราชอาณาจักร
ที่มา: DigitalUK (B.E. 2560), Ofcom, BBC (B.E. 2561)

[7] ซึ่งพิจารณาจากหลักเกณฑ์จานวนส่วนแบ่งตลาดประกอบกับรูปแบบธุรกิจที่มีความน่าสนใจ

2.1.2.1 ผู้ให้บริการในตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

รูปที่ 3 แสดงห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ ผู้ผลิตเนื้อหารายการซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยผู้เล่นหลักส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นรายเดียวกันตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้เล่นหลัก[7] ของระบบโทรทัศน์แต่ละระบบ ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีผู้เล่นหลักทั้งหมด 5 ราย ผู้เล่นหลักในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีจำนวน 1 ราย ผู้เล่นหลักในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีจำนวน 2 ราย

สำหรับสหราชอาณาจักรผู้เล่นสำคัญที่อยู่ในตลาดการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จะมีลักษณะการออกอากาศเป็นช่องสาธารณะ (Public Broadcasting service - PSB) โดยช่องรายการจะได้รับการสนับสนุนทั้งหมดหรือการสนับสนุนบางส่วนจากประชาชนและรัฐบาล ซึ่งมีทั้งหมดผู้เล่นหลักทั้งหมด 5 ราย ประกอบด้วย

1) ช่อง BBC เป็นช่องแรกในประเทศสหราชอาณาจักรที่ถือว่าเป็นช่องสาธารณะ (PSB) ได้รับการสนับสนุนจากภาษีของประชาชน เพราะ ช่อง BBC จะไม่มีการขายโฆษณาและสื่อใด ๆ จากช่องโทรทัศน์ช่องออกอากาศหลักของ BBC ได้แก่ ช่อง BBC One และ ช่อง BBC Two นอกจากนี้ยังมีช่อง BBC Four, ช่อง BBC News, ช่อง BBC Parliament, ช่อง CBBC และ ช่อง CBeebies

2) ITV โดย ITV plc ถือเป็นช่องแรกในการเปิดตัวสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ เดิมออกอากาศในชื่อ ช่อง 3 ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อช่องเป็นช่อง ITV มีรายการที่ได้รับความนิยม อย่างเช่น The Voice

3) Channel Four Television Corporation เป็นช่องสาธารณะเชิงพาณิชย์ที่ออกอากาศในชื่อ ช่อง 4 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบางส่วนเพื่อผลิตรายการหรือภาพยนตร์

4) Viacom International Media Networks ใช้ชื่อ ช่อง 5 เป็นช่องความบันเทิงทั่วไป มีรายการที่ได้รับความนิยม อย่างเช่น รายการ Big Brother รายการ Fifth Gear และ

5) ช่อง S4C Authority เป็นองค์กรอิสระที่อยู่ภายใต้รัฐบาลมีช่องรายการชื่อ ช่อง S4C ซึ่งออกอากาศเป็นภาษาเวลส์ ทั้งนี้

ผู้เล่นสำคัญที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นเป็นผู้เล่นที่สามารถผลิตรายการได้อย่างครบวงจรตลอดห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการ จากผู้ผลิตเนื้อหารายการ ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก นอกเหนือจากนี้ ผู้เล่นในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมยังมีการรวมตัวของผู้เล่นรายใหญ่ เช่น กรณี Freeview ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลของสหราชอาณาจักร ที่ดำเนินการโดย DTV Services Ltd มีการร่วมทุนกันในนามของบริษัท BBC บริษัท ITV plc บริษัท Channel Four Television Corporation บริษัท Sky plc และบริษัท Arqiva รูปแบบการให้บริการของ Freeview เป็นการซื้อกล่องรับสัญญาณและรับชมช่องรายการในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินซึ่งมีคุณภาพระดับ HD

ผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ได้แก่ Virgin Media Limited (Virgin) เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ โดยเป็นผู้เล่นรายใหญ่เพียงรายเดียวที่ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลในปัจจุบัน ครอบคลุมพื้นที่มากกว่าร้อยละ 50 ของประเทศ จึงทำให้ Virgin สามารถให้บริการครบวงจรทั้งห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ

ผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการในระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ประกอบด้วย 1) Sky plc เป็นผู้เล่นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตและ Pay-TV โดยในปี พ.ศ. 2537 มีการรวมตัวกันของบริษัท Sky Television และ British Satellite Broadcasting จึงทำให้ Sky plc เป็นผู้เล่นที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในการให้บริการสื่อ และ Pay-TV ของสหราชอาณาจักรและยุโรป (ประเทศไอร์แลนด์ อิตาลี เยอรมนี และออสเตรีย) โดยใช้ชื่อว่า Sky TV และ 2) Freesat เป็นผู้ให้บริการฟรีทีวีดาวเทียมของอังกฤษโดยการร่วมทุนระหว่าง BBC และ ITV plc นำเสนอดาวเทียมเป็นทางเลือกในการให้บริการ Freeview บนโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลโดยมีช่องให้เลือกคล้ายกันซึ่งมีรูปแบบการให้บริการคล้ายกับผู้เล่น PSI ในประเทศไทย โดยผู้ใช้บริการจะสามารถซื้อกล่องรับสัญญาณ เพื่อรับช่องฟรีทีวีและไม่มีค่าใช้จ่ายรายเดือน ซึ่งผู้เล่นที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถให้บริการได้ครบวงจรห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ

2.1.2.2 ผู้ให้บริการในตลาดการให้บริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Online TV)

การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มักเป็นการให้บริการแบบบริการพ่วง (Bundling service) ปัจจุบัน ตลาด IPTV มีขนาดเล็กโดยเปรียบเทียบกับการให้บริการโทรทัศน์ผ่านช่องทางอื่น ๆ ผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการในตลาดมีดังต่อไปนี้

1) TalkTalk Group เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ภายใต้ชื่อว่า TalkTalk TV โดยใช้กล่องรับสัญญาณที่นำมาใช้กับบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของตนเอง

2) BT Group ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ภายใต้ชื่อว่า BT TV โดยเริ่มให้บริการในปี พ.ศ. 2559 ผู้บริโภคสามารถใช้บริการผ่านกล่องรับสัญญาณของ Youview[8] เพื่อเข้าถึงเนื้อหาจาก Freeview และเนื้อหาพิเศษในรูปแบบอื่น

การให้บริการในแบบ OTT มีบทบาทเพิ่มขึ้นในสหราชอาณาจักร เมื่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างกว้างขวางและได้ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดการให้บริการแบบ OTT โดยจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเกิดขึ้นของผู้เล่นใหม่ และการปรับตัวของผู้เล่นรายเดิมในตลาดการให้บริการโทรทัศน์แบบเก่าเพื่อเข้าสู่การให้บริการในตลาดการให้บริการแบบ OTT โดยผู้เล่นหลักในตลาดมีดังนี้

1) บริษัท เน็ตฟลิกซ์ จำกัด (มหาชน) ให้บริการในรูปแบบของ SVoD บนแพลตฟอร์มของ Netflix โดยเป็นผู้เล่นที่เข้าตลาด OTT ในช่วงเริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2555)

2) Amazon.com, Inc. ให้บริการแบบ OTT ภายใต้ชื่อ Amazon TV เริ่มให้บริการในสหราชอาณาจักรอย่างเป็นทางการในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 โดยให้บริการในรูปแบบของ SVoD และ TVoD

3) Sky plc ให้บริการแบบ OTT ภายใต้ชื่อว่า Now TV เริ่มให้บริการในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 ซึ่ง Now TV ให้บริการเนื้อหาในรูปแบบ Live Streaming on Demand และ TVoD

4) BBC ได้ขยายการให้บริการไปบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตโดยการสร้างแอปพลิเคชันชื่อ iBBC Player เพื่อรองรับการชมรายการของ BBC แบบ On Demand โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและไม่มีการโฆษณา

5) ยูทูบ (YouTube) เป็นผู้ให้บริการในรูปแบบของ AVoD จากผลสำรวจ Hootsuite[9] ในปี พ.ศ. 2562 พบว่าเว็บไซต์ยูทูบเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากเป็นอันดับที่สาม โดยมีสถิติคนเข้าเยี่ยมชมมากถึง 972 ล้านครั้งต่อเดือน และใช้เวลา 22 นาทีต่อครั้ง

[8] https://www.youview.com/

[9] https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-the-united-kingdom-86861467

2.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share)

เมื่อพิจารณาจากห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการในรูปที่ 3 พบว่า แต่ละตลาดจะมีผู้เล่นหลักในแต่ละตลาดย่อย โดยผู้เล่นหลักสามารถให้บริการตามห่วงโซ่มูลค่าการบริการได้อย่างครบวงจร ในการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดสามารถอ้างอิงได้จากรูปที่ 4 โดยในส่วนของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล สามารถใช้การวัดผลความนิยมจากระบบเรตติ้ง (Rating) เช่นเดียวกับประเทศไทย จากผลการสำรวจจาก BARB[10] เปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2560 พบว่า เรตติ้งของช่อง BBC 1 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (จาก 31.57 เป็น 32.14) โดยยังคงเป็นช่องรายการที่ได้รับเรตติ้งเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีจุดขายจากการทำรายการแบบทั่วไปตอบสนองกลุ่มเป้าหมายผู้ชมที่เป็นครอบครัวและเข้าถึงฐานผู้ชมได้อย่างกว้างขวาง ในขณะที่ช่อง BBC2 ผลิตรายการเฉพาะกลุ่มและมีความเข้มข้นของเนื้อหาที่มากกว่าจึงเข้าถึงฐานผู้ชมได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น ส่วนช่อง ITV มีเรตติ้งอยู่ที่ 10.27 โดยมีจุดแข็งที่สำคัญในการผลิตรายการบันเทิงและละครในช่วงเวลาสำคัญ (Primetime) สำหรับช่อง Channel 4 และ ช่อง Channel 5 มีเรตติ้งในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ 10.27 และ 6.21 ตามลำดับ โดยยังคงรักษาความนิยมได้ในสี่อันดับแรกของประเทศ เนื่องจากเป็นช่องรายการระดับชาติที่มีเนื้อหาหลากหลาย มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ (อ้างอิง รูปที่ 4)

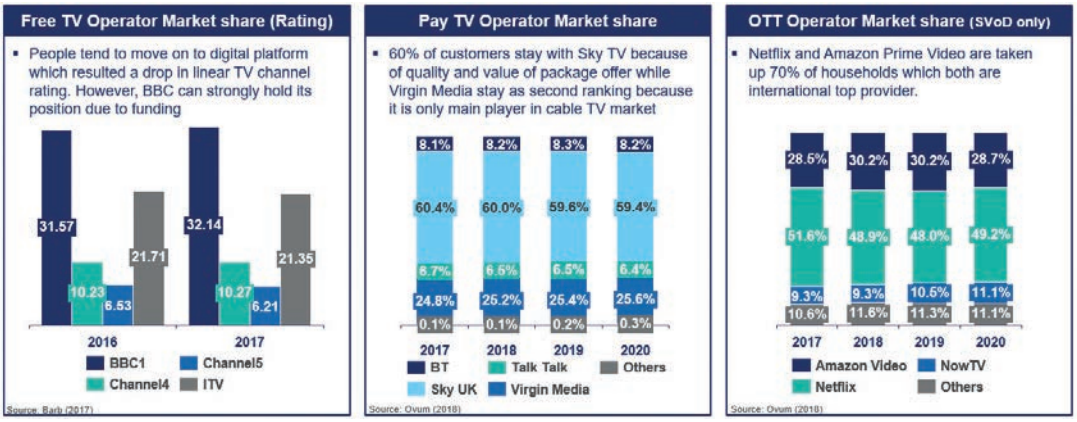
ตลาดโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) ประกอบด้วย โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และโครงข่าย IPTV มีผู้เล่นรายใหญ่ คือ Sky plc มีส่วนแบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 60 ในปี พ.ศ. 2560 โดยให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ซึ่ง Sky เป็นผู้เล่นที่ให้บริการทั้งด้านโทรศัพท์ และ Pay-TV ในหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศเยอรมนี เป็นต้น โดยหลังจากการรวมตัวกันระหว่าง Sky Television และ British Satellite Broadcasting และการเข้าซื้อกิจการของ Sky Italia และ Sky Deutschland ทำให้ Sky plc เป็นผู้ให้บริการ Pay-TV ที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักรและทวีปยุโรป ขณะที่ผู้เล่นรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสอง คือ Virgin Media เป็นผู้ให้บริการเคเบิลทีวีรายใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร โดยปี พ.ศ. 2560 มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 25 นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นสำคัญอื่นในตลาด ได้แก่ BT TV และ TalkTalk โดยทั้งสองผู้เล่นให้บริการ IPTV มีส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2560 อยู่ที่ร้อยละ 8.2 และ 6.5 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดที่ยังน้อยของ IPTV จึงอาจกล่าวได้ว่าตลาด IPTV เป็นตลาดที่ยังไม่มีความสำคัญมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT (อ้างอิง รูปที่ 4)

จากการที่สหราชอาณาจักรมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สูงถึงร้อยละ 91 ส่งผลให้ตลาด OTT มีการเติบโตรวดเร็วและสูงกว่าประเทศอื่น โดยมีผู้เล่นสำคัญในตลาดอย่างชัดเจน จากข้อมูลของ Ovum[11] แสดงให้เห็นว่า Netflix เป็นผู้นำตลาดการให้บริการแบบ OTT มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 48 เนื่องมาจากการเข้าสู่ตลาดการให้บริการแบบ OTT เร็วกว่าผู้เล่นรายอื่นจึงได้เปรียบจากการเป็นผู้เล่นรายแรกในตลาด ประกอบกับเนื้อหาที่ผลิตเองทำให้ Netflix เป็นผู้นำตลาดอย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้ครองส่วนแบ่งตลาดอันดับที่สอง คือ Amazon Video มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 30 โดยมีจุดแข็งอยู่ที่การดาวน์โหลดเนื้อหาได้หลากหลายโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อีกทั้งผู้ใช้บริการยังได้รับสิทธิพิเศษในการส่งสินค้าใน Amazon นอกจากนี้ การร่วมมือระหว่าง Sky และ Netflix ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกแพ็กเกจ Ultimate on

[10] Broadcasters' Audience Research Board เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ดูแลการวัดผลผู้รับชมโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร

[11] Ovum (2018)

Demand เพื่อรับชมเนื้อหารายการจาก Netflix ทั้งนี้ด้วยขนาดและอัตราการเติบโตต่อเนื่องของตลาดการให้บริการแบบ OTT ทำให้มีผู้เล่นเพิ่มขึ้นและส่วนแบ่งตลาดของผู้นำอาจมีแนวโน้มลดลงในอนาคต (อ้างอิง รูปที่ 4)



รูปที่ 4 ส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดการให้บริการ Pay-TV และตลาดการให้บริการ OTT

ที่มา: BARB (B.E. 2560), Ovum (B.E. 2561)

2.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์

การประมาณการและคาดการณ์รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 รายได้ของตลาดโทรทัศน์โดยรวมมีมูลค่า 13,127 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็นรายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์[12] 5,140 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 40) และรายได้จากค่าสมาชิก รายเดือน 7,987 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 60) หากพิจารณาอัตราการเติบโตของรายได้จากการโฆษณาและค่าสมาชิกรายเดือนจะเห็นได้ว่ามีอัตราการเติบโตคงที่ ด้วยสัดส่วนรายได้ของตลาดโทรทัศน์ที่มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากค่าสมาชิกรายเดือนของผู้ใช้บริการ ขณะเดียวกันองค์กร Ofcom ได้ทำการชดเชยค่าโฆษณาของแพลตฟอร์ม ผู้ให้บริการรายใหญ่อย่างช่อง BBC ด้วยการสนับสนุนจากประชาชน ทั้งนี้ในสหราชอาณาจักร ทุกครัวเรือนที่รับชมโทรทัศน์จะต้องได้รับใบอนุญาตในการรับชมโทรทัศน์ โดยจะต้องเสียค่าธรรมเนียม 13 ปอนด์ต่อเดือน จึงทำให้รายได้รวมของตลาดมีลักษณะค่อนข้างคงที่ (เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.65) (อ้างอิงข้อมูลจาก Ovum[13] และ IDATE[14] จากรูปที่ 5)

รายได้สำหรับผู้ให้บริการแบบ OTT สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ AVoD, SVoD, และ TVoD โดยรายได้ของตลาดการให้บริการแบบ OTT ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น

- รายได้จาก AVoD มีมูลค่า 1,088 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 41 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนรายได้ที่สูงสุดของการบริการในตลาดการให้บริการแบบ OTT

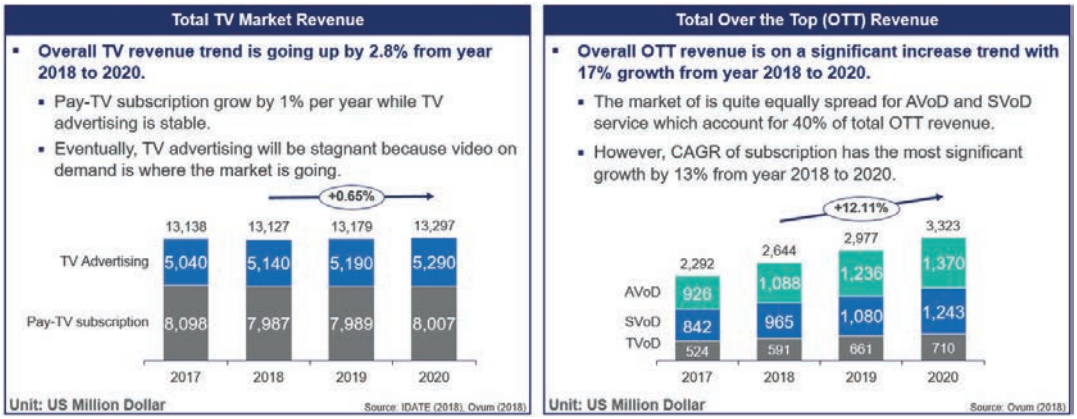
[12] โทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม

[13] Ovum (2018)

[14] IDATE (2018) รายได้จากกิจการโทรทัศน์เป็นการคาดการณ์จากปี พ.ศ. 2560

- รายได้จาก SVoD มีมูลค่า 965 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 37 ซึ่งมีความใกล้เคียงกับรายได้จาก AVoD
- รายได้จาก TVoD มีมูลค่า 591 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 22 ซึ่งถือเป็นส่วนที่น้อยสุด แต่ถึงกระนั้นก็นับว่ามีสัดส่วนสูงเมื่อเทียบกับสัดส่วนรายได้ของตลาดการให้บริการ OTT ในประเทศไทย (โดย TVoD คิดเป็นร้อยละ 1 ของรายได้ในตลาดการให้บริการ OTT ในประเทศไทย) จึงถือได้ว่า TVoD อาจมีส่วนสำคัญในการเพิ่มรายได้ของผู้เล่นในตลาด OTT

ทั้งนี้ หากพิจารณารายได้ของตลาดการให้บริการ OTT โดยรวมมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 12 ซึ่งเห็นได้ว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้จาก AVoD มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 12 ส่วนรายได้จาก SVoD มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 13 และ TVoD มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 9



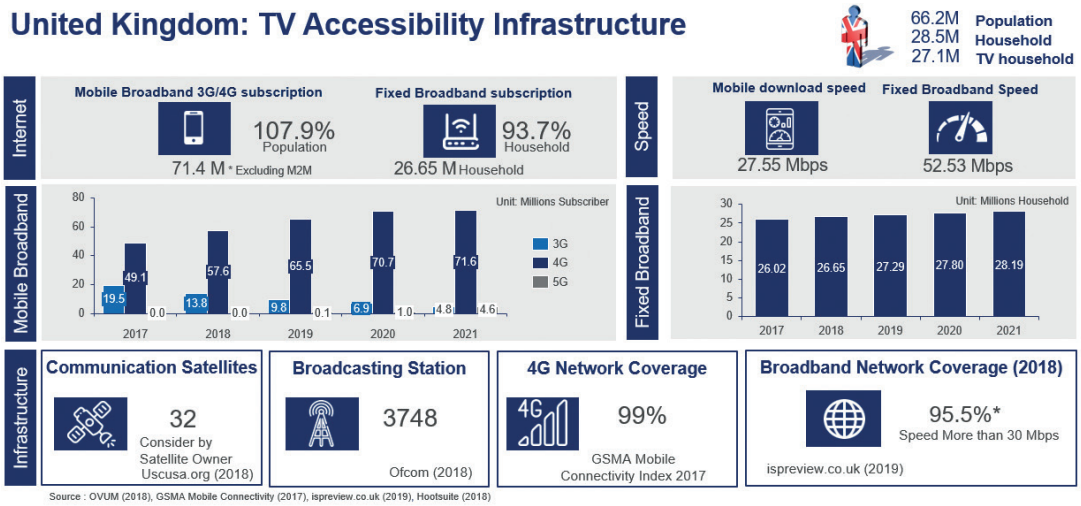
รูปที่ 5 รายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร
ที่มา: IDATE, Ovum (B.E. 2561)

2.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

2.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure): โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของ สหราชอาณาจักร ประกอบด้วย ดาวเทียมที่ใช้สำหรับการสื่อสาร (Communication) เฉพาะดาวเทียมสัญชาติ สหราชอาณาจักร ทั้งหมด 32 ดวง (อ้างอิงจากฐานข้อมูลเกี่ยวกับดาวเทียมของ Union of Concerned Scientists (UCS) ในปี พ.ศ. 2561) และมีสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Broadcasting Station) ทั้งหมด 3,748 สถานี[15] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลของ Ofcom พ.ศ. 2561) ซึ่งดาวเทียมและสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายในระบบดิจิทัลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งบริการ IPTV และบริการ OTT นั้น ใช้โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและไร้สายร่วมกับโครงข่ายดาวเทียม ซึ่งสหราชอาณาจักรมีอัตราการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในระดับสูง (อ้างอิงรูปที่ 6)

[15] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/95570/Mux-Stations.pdf



รูปที่ 6 โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการเข้าถึงระบบโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร
ที่มา: GSMA (B.E 2560), Ovum, Hootsuite (B.E. 2561), ispreview.co.uk (B.E. 2562)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (Broadband Internet): Ofcom ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล ได้จำแนกประเภทของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ตามความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลเป็น 4 ประเภท คือ

1) แบบ Standard Broadband (มีความเร็วในการดาวน์โหลดอย่างน้อย 10 Mbps ซึ่งใช้เทคโนโลยี ADSL บนสายทองแดงเป็นส่วนใหญ่)

2) Superfast Broadband (มีความเร็วในการดาวน์โหลดอย่างน้อย 30 Mbps ซึ่งใช้เทคโนโลยี Fiber Optic ร่วมกับ Coaxial โดยอาจจะอยู่ในรูปแบบของ FTTC (Fiber to the Cabinet), FTTP/FTTH (Fiber to the Premise) หรือ Cable ในรูปแบบของ DOCSIS)

3) Ultrafast Broadband (มีความเร็วในการดาวน์โหลดอย่างน้อย 300 Mbps ซึ่งใช้เทคโนโลยี Fiber Optic โดยอยู่ในรูปแบบของ FTTP/FTTH หรือใช้ Hybrid Fiber Solution)

4) Gigabit Broadband (มีความเร็วในการดาวน์โหลดอย่างน้อย 1 Gbps ซึ่งใช้เทคโนโลยี Fiber Optic โดยอยู่ในรูปแบบของ Full Fiber FTTP)

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) ในสหราชอาณาจักร ได้ลงทุนพัฒนาโครงข่าย High Speed NGN (Next Generation Network) เพื่อการให้บริการครบวงจรแบบ Multiplay เช่น การให้บริการโทรศัพท์ประจำบ้าน การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศสามารถเข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายได้ จากข้อมูลของ Ispreview[16] ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายส่วนใหญ่ในสหราชอาณาจักรใช้ Fiber เป็นเทคโนโลยีหลัก (ร้อยละ 42) ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายด้วยเทคโนโลยี xDSL รองลงมา (ร้อยละ 38.2) เมื่อพิจารณาความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ พบว่า ร้อยละ 97 ของประชากรในสหราชอาณาจักรสามารถเข้าถึง

[16] https://www.ispreview.co.uk/broadband.shtml

บริการ Standard Broadband และร้อยละ 95.5 ของประชากรสามารถเข้าถึงบริการ Superfast Broadband ในขณะที่บริการ Ultrafast Broadband กับ Gigabit Broadband นั้นกำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนาในอนาคตอันใกล้

Ovum ได้คาดการณ์ถึงจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายในปี พ.ศ. 2561 ว่ามีจำนวน 26.65 ล้านครัวเรือน โดยเทียบเป็นอัตราส่วนที่สูงถึงร้อยละ 93.7 ของจำนวนครัวเรือน และมีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 52.53 Mbps ในขณะที่จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 27.80 ล้านครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 97.5 ของจำนวนครัวเรือน ซึ่งการพัฒนาด้านความเร็วและพื้นที่ให้การให้บริการที่ครอบคลุมจะส่งผลต่อรูปแบบการให้บริการในกิจการโทรทัศน์ของประเทศในอนาคต

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย (Mobile Broadband Internet): พื้นที่ให้บริการของโครงข่าย 3G และ 4G ใน สหราชอาณาจักรครอบคลุมถึงร้อยละ 99 ของจำนวนประชากร ตามดัชนีชี้วัด Mobile Connectivity Index (MCI) ในปี พ.ศ. 2560 ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G/4G (ไม่รวมการเชื่อมต่อ M2M) เป็นจำนวน 71.4 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 107.9 ของจำนวนประชากร (อ้างอิงจากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561) แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าคนละ 1 หมายเลข ทั้งนี้แบ่งเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G จำนวน 13.8 ล้านคน และผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G จำนวน 57.6 ล้านคน (หรือร้อยละ 80 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มเป็น ร้อยละ 90 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2563) สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในปี พ.ศ. 2563 โดยประมาณการผู้ใช้งาน ในปี พ.ศ. 2564 เท่ากับ 4.6 ล้านคน ด้วยความเร็วเฉลี่ยในการใช้งาน 27.55 Mbps (อ้างอิงข้อมูลจาก Hootsuite)

การใช้งานอินเทอร์เน็ตและความเร็ว (Internet and Speed): ความพร้อมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในสหราชอาณาจักรที่มีความครอบคลุมทั่วประเทศและใช้ FTTx เป็นเทคโนโลยีหลัก ประกอบกับการที่ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ใช้งานบนระบบ 4G ส่งผลให้การรับชมรายการผ่านช่องทาง Online เช่น OTT เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ใช้บริการมีอินเทอร์เน็ตที่เร็วเพียงพอในการรับชมเนื้อหาวิดีโอที่มีคุณภาพดี

2.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มและนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์เป็นการมุ่งพัฒนาตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงการพัฒนาอุปกรณ์รับชม เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงเป็นการเพิ่มประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้น โดยสามารถพิจารณาแนวโน้มเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักรในรูปที่ 7

	Technology	Description	Impact Assessment				
			Service Provider			Customer	
			Bandwidth	Quality	Cost	Quality	Cost
Network	Broadband	▪ Vodafone starts to roll out 1 Gpbs FTTH in Jan 2019. Plan to cover 1M Households by the end of 2021 and 5M Households by the end of 2024.	●	●	●	●	●
Network	5G Network	▪ EE largest network operator, plans to launch 5G in 2019, starting with 6 cities and other areas before 2020. It also offer the OnePlus 5G smartphone (world first) ▪ Ofcom spectrum auction 700 MHZ (DTT used) and 3.6-3.8 GHZ (Satellite used) for mobile	●	●	●	●	●
			●	●	●	●	●
Network	Convergence Platform	▪ Terrestrial + VOD : Freeview launched Freeview Play based on HbbTV Technology to offer broadcasting and interactive TV. New features that will be launched in 2020 onward i.e Voice discover, Addressable advertising, Dynamic IP Content Inserted in DTT Stream	●	●	●	●	●
Transmission	DTT Broadcasting	▪ DTT in UK start in 2007 with DVB-T standard for SD and DVB-T2 standard for HD. The analog broadcasting is ceased in 2012			●	●	●
Transmission	Broadcasting Resolution	▪ Virgin Media Cable broadband ISP and TV network broadcast UK's first Ultra HD TV channel to homes in Sep 2018.	●	●	●	●	●
User	CPE	▪ Set top box with new viewing experience:. Sky Q Box Set Top Box, the 4K STB that offers multiroom and multi-device viewing. Subscriber can watch 2 channels/streaming side by side on a split screen.				●	●

รูปที่ 7 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายบรอดแบนด์ (Broadband and 5G Network): รัฐบาลของสหราชอาณาจักรมีแผนการสนับสนุนเงินลงทุนกว่า 1 พันล้านปอนด์ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลยุคใหม่ (Next Generation Digital Infrastructure) ซึ่งรวมไปถึงโครงข่าย Full Fiber Optic และโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G โดยผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายรายเริ่มพัฒนาโครงข่ายให้รองรับ Gigabit Broadband เช่น Vodafone เริ่มพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ 1 Gbps FTTH ให้ครอบคลุม 5 ล้านครัวเรือน ภายในปี พ.ศ. 2567 ทั้งนี้ค่าบริการของการใช้อินเทอร์เน็ตบนโครงข่าย Gigabit Broadband เริ่มต้นที่ 28 ปอนด์ต่อเดือน สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดที่ 100 Mbps และ 48 ปอนด์ต่อเดือน หรือราว 2,000 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 ปอนด์เท่ากับ 40.6 บาท ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562) สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดที่ 900 Mbps ส่วนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต Community Fiber ได้เริ่มพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ 10 Gbps FTTH บนเทคโนโลยี XGS-PON (ITU-T G.9807.1) โดยมีแผนการดำเนินงานให้ครอบคลุม 1 ล้านครัวเรือน ภายในปี พ.ศ. 2568

ในส่วนของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G นั้น ทาง Ofcom ได้จัดประมูลคลื่นความถี่ 2.3 GHz จำนวน 40 MHz และคลื่นความถี่ 3.4 GHz จำนวน 150 MHz ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2561 โดยมีผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 4 ราย (EE, Vodafone, Three, O2 ที่ได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่) และคาดว่าจะมีการประมูลคลื่นความถี่ 700 MHz ในปี พ.ศ. 2563 หลังจากที่ Ofcom ได้เรียกคืนคลื่นความถี่ย่านนี้ จากระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายในระบบดิจิทัลเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ EE ซึ่งเป็นผู้นำในตลาดของสหราชอาณาจักรเตรียมเปิดให้บริการระบบ 5G ครอบคลุมพื้นที่ 1,500 จุด ใน 16 เมืองของสหราชอาณาจักร (เริ่มให้บริการใน 6 เมืองหลัก ได้แก่ London, Cardiff, Edinburgh, Belfast, Birmingham และ Manchester ในปี พ.ศ. 2562) และได้วางแผนการแพร่ภาพกระจายเสียงการแข่งขันกีฬาฟุตบอล Wembley cup ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G เป็นรายแรกของโลก ทั้งนี้การนำเอาเทคโนโลยี 5G มาใช้ในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงจะช่วยอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการผลิตรายการโดยเฉพาะการถ่ายทอดสดที่สามารถจะใช้กล้องแบบไร้สายได้ อีกทั้งผู้ให้บริการโครงข่ายยังสามารถใช้การทำ Network Slicing เพื่อรับประกันคุณภาพและความเร็วในการส่งข้อมูลได้ จึงกล่าวได้ว่าเทคโนโลยี 5G จะเป็นเทคโนโลยีสำหรับการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคต

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform: บริษัท Freeview ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายในระบบดิจิทัล ได้ร่วมมือกับ Digital UK ในการให้บริการ Freeview Play โดยใช้เทคโนโลยี HbbTV 2.0 ซึ่งช่วยให้ผู้ชมโทรทัศน์ในระบบภาคพื้นดินสามารถรับชมรายการย้อนหลัง (Catch Up) และ VoD ได้เพิ่มเติมผ่านทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โดยในปี พ.ศ. 2561 มีผู้ชมโทรทัศน์ผ่านทาง Freeview Play จำนวน 2.6 ล้านคน[17] การพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัท Freeview Play ได้มุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์การรับชมให้กับผู้ชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย เช่น การรับชมเนื้อหาความละเอียด UHD ผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ หรือการเพิ่มช่องทางการรับชมรายการผ่าน Freeview Mobile Application และในอนาคตผู้ชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายผ่าน Freeview Play จะสามารถใช้งานฟังก์ชั่นใหม่ที่กำลังอยู่ในช่วงการพัฒนาระบบและคาดว่าจะมีการเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2562 เช่น การค้นหารายการด้วยเสียง (Voice Discovery) การค้นหารายการเฉพาะบุคคลผ่านทางหน้าจอ (Personalized content discovery across multiple screens) การรับชมโฆษณาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (Addressable advertising) หรือการแทรกเนื้อหาที่ส่งผ่านโครงข่ายบรอดแบนด์ในขณะรับชมรายการผ่านโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน (Dynamic IP content insertion in DTT streams) เป็นต้น

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT): สหราชอาณาจักรเริ่มมีการเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย จากระบบแอนาล็อก (Analog Terrestrial Television) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television หรือ DTT) ในปี พ.ศ. 2550 โดยใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ DVB-T สำหรับระบบ SD และ DVB-T2 สำหรับระบบ HD ส่วนการยุติการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายในระบบแอนาล็อกทั้งหมดได้ดำเนินการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2555 ทั้งนี้ Ofcom ได้วางแผนที่จะเรียกคืนความถี่ในช่วง 700 MHz ที่ใช้งานอยู่ในระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายในระบบดิจิทัลในปัจจุบัน มาใช้สำหรับการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ในอนาคต ทั้งนี้ผู้ให้บริการโครงข่ายจะต้องทำการปรับปรุงระบบตามแผน 700 MHz Clearance Program ให้แล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยรัฐบาลได้ช่วยสนับสนุนเงินลงทุนให้กับผู้ให้บริการโครงข่ายในการดำเนินงานเป็นจำนวน 529 ล้านปอนด์ หรือราว 21,477 ล้านบาท และมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 3 ปี

การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชมโทรทัศน์ (Customer-Premises Equipment: CPE) Ovum คาดการณ์ว่าภายในปี พ.ศ. 2563 ผู้ชมโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักรที่ใช้โทรทัศน์ที่รองรับระบบ 4K UHD จะมีจำนวนถึง 16.34 ล้านครัวเรือน ทำให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ Free TV และ Pay-TV มีการพัฒนาการส่งสัญญาณภาพที่ความละเอียด 4K UHD เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย BT TV ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการ IPTV ได้เริ่มให้บริการเนื้อหารายการ UHD ผ่าน BT Sport UHD ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558 ส่วน Virgin ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลได้ออกอากาศช่องรายการในระบบ UHD ช่องแรกในปี พ.ศ. 2561[18] และ Sky ซึ่งเป็น ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมได้ให้บริการช่องรายการ UHD ผ่านกล่องรับสัญญาณ 4K Sky Q Silver[19]

---

[17] https://www.fkt-online.de/fileadmin/user_upload/Bilder/FKT/Themenseiten/HbbTV/05_Simon_Hunt_UK_ Market_Update_Berlin_2018.pdf

[18] https://www.virginmedia.com/corporate/media-centre/press-releases/virgin-media-tunes-into-4k-with-uks-first-dedicated-uhd-entertainment-channel.html

[19] https://www.express.co.uk/life-style/science-technology/698242/Sky-4K-How-to-Watch-Enable-Ultra-High-Definition-Turn-On-UHD-Q-Silver

2.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

2.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (Regulatory Body): หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของ สหราชอาณาจักร คือ The Office of Communications หรือ Ofcom[20] ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐที่เป็นอิสระ Ofcom ใช้อำนาจเพื่อกำกับดูแลการแข่งขันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งรวมถึงกิจการโทรทัศน์ โดยหนึ่งในหลักการที่สำคัญ คือ ความพยายามไม่เข้าไปแทรกแซงในกิจการโทรทัศน์ การดำเนินงานของ Ofcom ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ได้รับจากผู้ประกอบกิจการ (อ้างอิง รูปที่ 8)

รูปที่ 8 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ที่มา: Ofcom, Ovum

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): พระราชบัญญัติ Communications Act 2003 ได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของ Ofcom ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ไว้ดังนี้

- ออกใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ภายในสหราชอาณาจักรทั้งหมด และเผยแพร่ Broadcasting Code[21] ซึ่งเป็นประมวลกฎหมายซึ่งกำหนดให้เนื้อหาการออกอากาศในโทรทัศน์และวิทยุจะต้องปฏิบัติตาม
- ตรวจสอบคำร้องเรียนของผู้ชมที่เกี่ยวกับรายการที่ออกอากาศทางช่องที่ได้รับอนุญาต
- รับผิดชอบในการจัดการ การกำกับดูแล ให้ใบอนุญาตคลื่นความถี่ในสหราชอาณาจักรสำหรับกิจการโทรทัศน์และวิทยุ
- การปรึกษาหารือกับภาคอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์และสาธารณะ เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินการควบคุมอุตสาหกรรมต่อไป

[20] https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/guidance/diversity/ofcoms-role
[21] https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า Ofcom จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุดจาก ผู้ให้บริการบรอดแบนด์ โทรศัพท์บ้าน บริการโทรศัพท์มือถือ รวมถึงการเข้าถึงสื่อด้านโทรทัศน์และวิทยุ กรอบการทำงานของ Ofcom ด้านการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ได้รับอิทธิพลมาจาก European Commission (EC) และ Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC)[22] เนื่องจากข้อกฎหมายหลายฉบับเป็นไปตามแนวทางของ EC ดังนั้นการทบทวนข้อกฎหมายใด ๆ ของ EC อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงข้อกฎหมายของสหราชอาณาจักรได้

แผนการดำเนินงานของ Ofcom ในปี พ.ศ. 2561-2562 ให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมถึงการร่วมลงทุน จัดการความรับผิดชอบใหม่ในการควบคุม BBC และเตรียมความพร้อมด้านการจัดสรรคลื่นความถี่ในอนาคต ในส่วนกิจการโทรทัศน์นั้น Ofcom ได้ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานการควบคุมการออกอากาศและเนื้อหารายการ

2.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล

กฎหมายระดับพระราชบัญญัติที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักรในปัจจุบัน พิจารณาได้จาก รูปที่ 9

- **พระราชบัญญัติ Communications Act 2003 (as amended)**[23] พระราชบัญญัตินี้เข้ามาแทนที่พระราชบัญญัติ Telecommunications Act 1984 ซึ่งมีใจความสำคัญ คือ การกำหนดให้มี Ofcom ในฐานะผู้กำกับดูแลกิจการสื่อสารโทรคมนาคม และกิจการแพร่ภาพโทรทัศน์ และการควบรวมหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคมและการกระจายเสียงเข้าด้วยกันให้เป็นเอกภาพภายในสหราชอาณาจักร

- **พระราชบัญญัติ Wireless Telegraphy Act 2006**[24] พระราชบัญญัตินี้ให้คำจำกัดความของ การกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ เช่น ข้อกำหนดสำหรับการเผยแพร่แผนคลื่นความถี่ การออกใบอนุญาตและการยกเว้นจากการออกใบอนุญาต ข้อกำหนดและขั้นตอนสำหรับการออกใบอนุญาต รวมถึงการบังคับใช้และบทลงโทษ จึงเป็นพระราชบัญญัติที่เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินการและการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

- **พระราชบัญญัติ Broadcasting Act 1996**[25] พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดบทบัญญัติสำหรับการออกอากาศทางโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตสำหรับผู้ให้บริการโครงข่ายแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์

- **พระราชบัญญัติ Competition Act 1998**[26] พระราชบัญญัติที่ตราขึ้นเพื่อกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจบางประเภทและการป้องกันการผูกขาดทางการตลาด นอกจากนั้นพระราชบัญญัตินี้ได้ถูกตราขึ้นเพื่อให้นโยบายการแข่งขันของสหราชอาณาจักรสอดคล้องกับนโยบายของสหภาพยุโรป

---

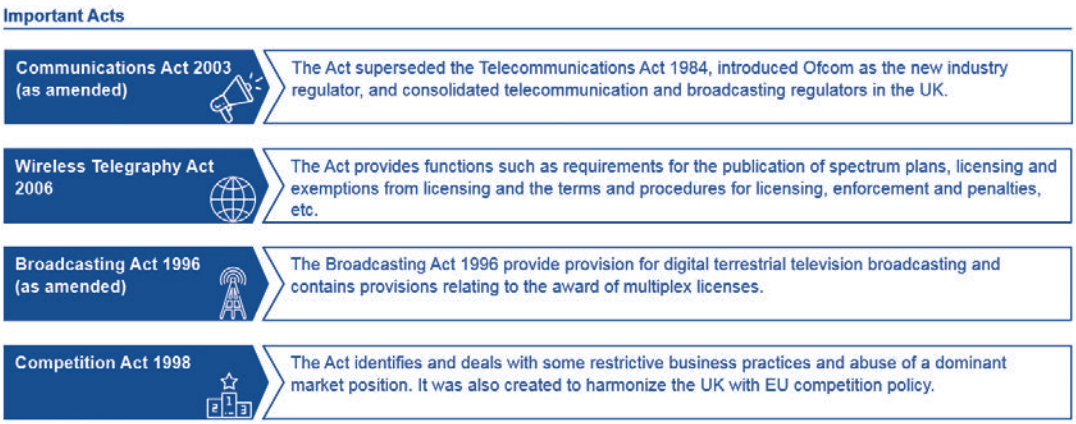
[22] BEREC ถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้กรอบการกากับดูแลของยุโรป สาหรับตลาดการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อประโยชน์ของยุโรปและประชาชนในภูมิภาค https://berec.europa.eu/eng/about_berec/what_is_berec/

[23] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents

[24] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/36/contents

[25] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1996/55/contents

[26] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1998/41/contents

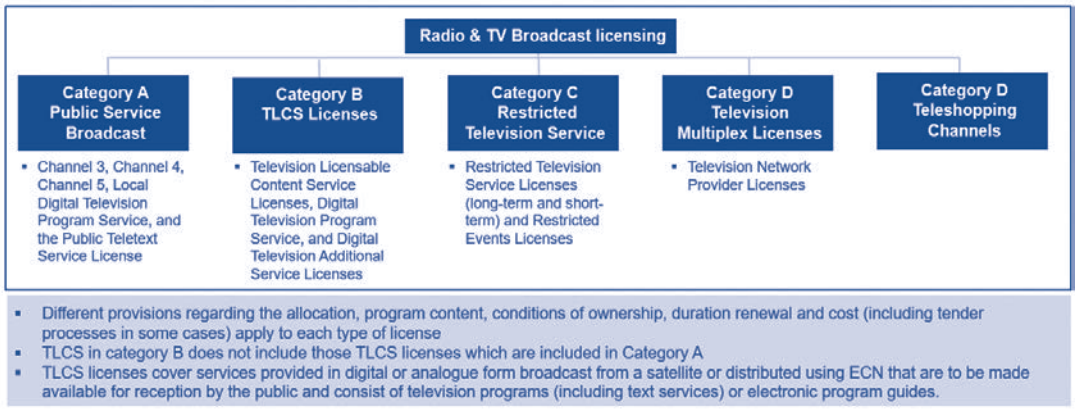


รูปที่ 9 กฎหมายแม่บทที่สำคัญ
ที่มา: Legislation Gov, Ovum

2.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์

2.3.3.1 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing Framework)

การออกใบอนุญาตของผู้ประกอบการแพร่ภาพโทรทัศน์ เพื่อให้สามารถดำเนินงานและแข่งขันในตลาดได้อย่างอิสระตามเงื่อนไขที่มีถือเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของ Ofcom โดยสามารถพิจารณาประเภทใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ได้จาก รูปที่ 10 ต่อไปนี้



รูปที่ 10 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตในสหราชอาณาจักร
ที่มา: Ofcom

- **ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์สาธารณะ[27] (Public Service Broadcast)** เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการสาธารณะ สำหรับการให้บริการของช่อง 3 (ITV), ช่อง 4, ช่อง 5, ช่องโทรทัศน์ท้องถิ่น และช่อง BBC
- **ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลและโครงข่ายดาวเทียม[28] (TLCS License)** เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (DTPS) ประกอบไปด้วยช่องโทรทัศน์ปกติที่มีภาพเคลื่อนไหวและมีอินเทอร์แอคทีฟ (Interactive) และการบริการข้อความซึ่งประกอบไปด้วยโทรภาพสาร (Teletext)[29]
- **ใบอนุญาตเพื่อการให้บริการ Television Licensable Content Services (TLCS)**[29] เป็นการให้อนุญาตบริการออกอากาศทางโทรทัศน์จากโครงข่ายดาวเทียม กระจายภาพโดยใช้โครงข่ายการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Communications Networks (ECN) และบริการที่กระจายภาพจากโครงข่าย สำหรับบริการ Video on Demand นั้นไม่ต้องมีใบอนุญาตในการประกอบกิจการ
- **ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์สำหรับเหตุการณ์เฉพาะ[30] (Restricted Event)** เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการเหตุการณ์สำคัญในประเทศ อย่างเช่น เหตุการณ์ทางศาสนา
- **ใบอนุญาตการให้บริการโครงข่าย[31] (Television Network Provider)** สำหรับผู้ให้บริการโครงข่ายพื้นฐานในการแพร่ภาพโทรทัศน์
- **ใบอนุญาตการให้บริการช่องรายการประเภทการขายสินค้าทางไกล (Teleshopping)**[32] เป็นใบอนุญาตในการให้บริการนำเสนอสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางรายการทางโทรทัศน์สู่สาธารณะชน รวมถึงอสังหาริมทรัพย์และภาระผูกพันเพื่อแลกกับค่าตอบแทนโดยการชำระเงิน

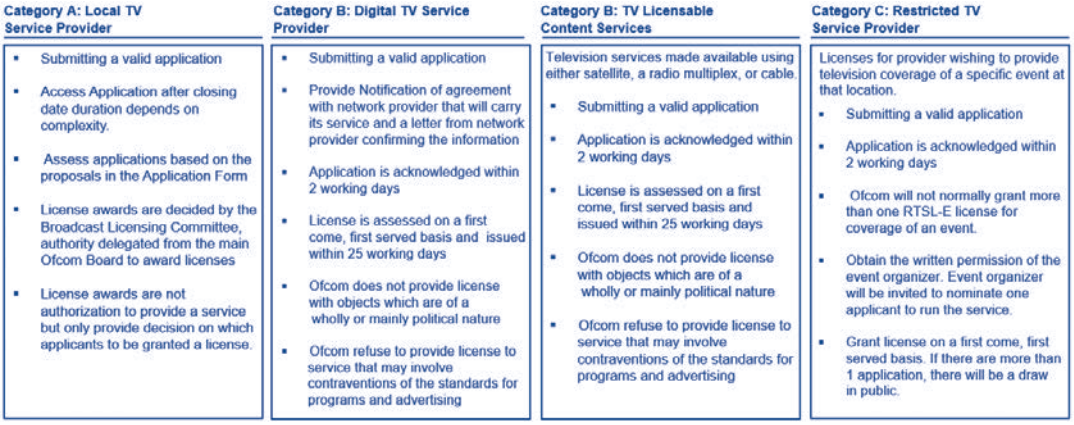
2.3.3.2 หลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์

จาก รูปที่ 11 แสดงขั้นตอนการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ในแบบต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปจะเริ่มจากการยื่นคำขอรับใบอนุญาตต่อคณะกรรมการ Ofcom จากนั้นเจ้าหน้าที่จะพิจารณากลั่นกรองเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของการให้บริการโทรทัศน์ โดยอาจขึ้นอยู่กับคลื่นความถี่ที่ยังไม่ได้มีการใช้งานในขณะนั้น (Availability) โดย Ofcom ได้จัดทำ Technical Frequency Assignment Criteria[33] ขึ้นเพื่อเป็นเอกสารข้อกำหนดทางเทคนิคที่ Ofcom ให้ความสำคัญเพื่อการตัดสินใจในการจัดสรรคลื่นความถี่ให้ตามคำขอ โดยการพิจารณาการให้ใบอนุญาตนั้นโดยปกติจะดำเนินการภายใน 25 วันทำการหลังจากวันที่ยื่นใบสมัคร และใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์โดยทั่วไปจะมีอายุระหว่าง 10-25 ปี

จึงกล่าวได้ว่าในปัจจุบันผู้ที่ได้รับใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ทุกราย มีเงื่อนไขที่จะต้องปฏิบัติ ตามข้อกำหนดทางเทคนิคหรือกฎเกณฑ์การขอรับใบอนุญาต หรือปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับอนุมัติจาก Ofcom ทั้งนี้เพื่อให้สภาพแวดล้อมตลาดมีการแข่งขันอย่างยุติธรรมและตลาดมีประสิทธิภาพไม่ถูกควบคุมเกินความจำเป็น

---

[27] https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/apply-for-a-tv-broadcast-licence
[28] https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/apply-for-a-tv-broadcast-licence
[29] Teletext หรือหนังสือพิมพ์ทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลและข่าวสารแบบหนึ่ง
[30] https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/apply-for-a-tv-broadcast-licence
[31] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/99614/Tariff-Tables-2017-18-.pdf
[32] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/99614/Tariff-Tables-2017-18-.pdf
[33] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/77209/licensing.pdf



รูปที่ 11 รายละเอียดขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต
ที่มา: Ofcom

2.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างรูปแบบการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT สามารถพิจารณาได้จากมิติด้านการออกใบอนุญาต (Licensing) ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions) การควบคุมกิจการ (Control) และการคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection) โดยรูปที่ 12 และรูปที่ 13 แสดงถึงการเปรียบเทียบการกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT ในมิติต่าง ๆ

2.3.4.1 การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing)

การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) จะต้องได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์และต้องเสียภาษีนิติบุคคล สำหรับผู้ให้บริการช่องรายการต่างประเทศต้องมีใบอนุญาตในการให้บริการยกเว้นผู้ให้บริการที่มาจากประเทศสมาชิก EU[34] ในขณะที่การให้บริการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์ม OTT ไม่มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการ OTT ต้องมีใบอนุญาตในการดำเนินการ แต่มีกฎเกณฑ์ทางกฎหมายและแนวทางที่ไม่ผูกพันสำหรับผู้ให้บริการ ODPS[35] (Statutory Rules and Non-Binding Guidance for Providers of ODPS)[36] ที่ผู้ให้บริการจะต้องแจ้ง (Notify) ต่อ Ofcom และชำระค่าธรรมเนียม (Notification Fee) ก่อนที่จะเริ่มให้บริการ และผู้ให้บริการ[37] OTT ต้องมีการแจ้ง Ofcom อีกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเชิงธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ หรือเมื่อจะหยุดการให้บริการ สำหรับผู้ให้บริการ OTT ที่ต้องแจ้งกับ Ofcom มีเกณฑ์การตัดสินโดยจะต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขหลักทั้ง 5 ข้อ คือ

[34] Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)

[35] On-demand program service

[36] https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/on-demand/rules-guidance

[37] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/47410/how_to_notify.pdf

1) วัตถุประสงค์หลักคือการให้บริการรายการโทรทัศน์

2) มีการเข้าถึงได้ตามความต้องการในเวลาที่ต้องการ (On-Demand)

3) มีความรับผิดชอบด้านการตรวจสอบเนื้อหารายการก่อนแพร่ภาพ

4) มีการเผยแพร่ต่อสาธารณชน

5) ผู้ประกอบการมีสถานประกอบการในประเทศ หากผู้ประกอบการที่มีสถานประกอบการในประเทศไม่แจ้งการให้บริการ Ofcom มีอำนาจที่จะตัดสินว่าการให้บริการของผู้ให้บริการนั้นเข้าข่ายเป็นบริการ ODPS หรือไม่ ถ้าเข้าข่ายจะถือว่าผู้ให้บริการฝ่าฝืนภาระหน้าที่ในการแจ้งและจะต้องดำเนินการแจ้งการให้บริการต่อ Ofcom

หลังจากการแจ้งในการให้บริการนั้นผู้ให้บริการ OTT จะต้องทำการเก็บรักษาเนื้อหารายการอย่างน้อย 42 วัน และอาจจะต้องส่งข้อมูลเนื้อหารายการให้แก่ Ofcom ในกรณีที่ Ofcom ต้องการตรวจสอบ นอกจากนี้ยังจะต้องให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการ เช่น ชื่อ ที่อยู่ และที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ให้บริการเป็นต้น ในกรณีที่ผู้ใช้บริการต้องการติดต่อผู้ให้บริการ

การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (License Fee): Ofcom มีอำนาจในการกำหนดค่าธรรมเนียมสำหรับผู้รับอนุญาตแต่ละราย สำหรับใบอนุญาตบริการโทรทัศน์สาธารณะและบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลและโครงข่ายดาวเทียม อัตราค่าธรรมเนียมเป็นโครงสร้างแบบขั้นบันไดโดยพิจารณาตามผลประกอบการประจำปี ซึ่งขั้นต่ำของค่าธรรมเนียมคือ 1,000 ปอนด์ สำหรับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์สำหรับเหตุการณ์เฉพาะ อัตราค่าธรรมเนียมคือ 500 ปอนด์ สำหรับใบอนุญาตการให้บริการโครงข่าย อัตราค่าธรรมเนียมอยู่ระหว่าง 5,000 ถึง 10,000 ปอนด์ อัตราค่าธรรมเนียมการแจ้งการให้บริการ (Notification Fee) โทรทัศน์แบบ OTT จะใช้โครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมแบบขั้นบันไดโดยพิจารณาตามผลประกอบการ โดยที่ผู้ให้บริการ OTT ขนาดเล็กซึ่งมีผลประกอบการประจำปีน้อยกว่า 10 ล้านปอนด์ จะไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ผู้ให้บริการ OTT ที่มีผลประกอบการประจำปี ระหว่าง 10 ถึง 50 ล้านปอนด์ จะเสียค่าธรรมเนียม 2,073 ปอนด์ สำหรับผู้ให้บริการ OTT ที่มีผลประกอบการประจำปีมากกว่า 50 ล้านปอนด์ จะเสียค่าธรรมเนียม 4,146 ปอนด์

2.3.4.2 ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions)

การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมไม่มีข้อจำกัดด้านการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนได้ทั้งในการให้บริการโทรทัศน์รูปแบบ Pay-TV และบริการรวบรวมช่องรายการ และการให้บริการบนแพลตฟอร์ม OTT ต่างไม่มีข้อจำกัดในการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติแต่อย่างใด ยกเว้นการควบรวมกิจการที่จะต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติ Competition Act

การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross Media Ownership): Ofcom ได้กำหนด Media Ownership Rules[38] ซึ่งบัญญัติขึ้นมาเพื่อป้องกันการจำกัดโอกาสในการรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย โดยไม่ให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งครอบงำกิจการในลักษณะที่เป็นการจำกัดการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อหลายประเภทในเวลาเดียวกัน การห้ามผู้รับใบอนุญาตถือครองธุรกิจในกิจการประเภทเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่เกินสัดส่วนที่กำหนด สำหรับการให้

[38] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/38375/Media-Ownership-Rules-Review.pdf

บริการโทรทัศน์ บนแพลตฟอร์ม OTT จะมีหลักเกณฑ์การกำกับดูแลด้านความเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อเหมือนกับที่กำหนดในระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

ข้อจำกัดด้านการโฆษณา (Advertisement): Ofcom ได้กำหนด Code on the Scheduling of Television Advertising (COSTA)[39] ซึ่งเป็นประมวลกฎหมายที่ควบคุมการเผยแพร่ด้านการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตาม ข้อกำหนดในข้อ 1 ของประมวลกฎหมายดังกล่าวที่กำหนดว่า “ผู้แพร่ภาพต้องแน่ใจว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์นั้นแตกต่างจากเนื้อหาโทรทัศน์ และข้อกำหนดในข้อ 2 ของประมวลกฎหมายดังกล่าวที่ได้กำหนดระยะเวลาการโฆษณาและ teleshopping ที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องปฏิบัติตาม โดยระยะเวลาการโฆษณาไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาที นอกจากนี้ไม่อนุญาตให้นำเสนอโฆษณาในรายการที่นำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็ก แต่อย่างไรก็ตามประมวลกฎหมายนี้ไม่สามารถใช้บังคับกับผู้ให้บริการที่มาจากประเทศในสหภาพยุโรป (ตามหลักการ ประเทศถิ่นกำเนิด (Country of Origin[40]) ซึ่งผู้ให้บริการที่มาจากประเทศในสหภาพยุโรปต้องปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศต้นทาง (Origin) เป็นสำคัญ

สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ต้องปฏิบัติตามประมวลกฎหมาย COSTA เรื่องการกำหนดระยะเวลาการโฆษณาเช่นกัน ผู้ให้บริการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์ม OTT ที่ไม่ได้แจ้ง (Notify) การบริการกับ Ofcom ไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตาม COSTA แต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) ที่เกี่ยวกับการโฆษณาบนแพลตฟอร์ม On Demand ซึ่งคือการห้ามโฆษณาที่มีเนื้อหาในเชิงอคติและการเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ และศาสนา การห้ามโฆษณาบุหรี่ การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (โดยเจาะจงเป้าหมายผู้รับชมไปที่เด็กและเยาวชน การห้ามโฆษณาเนื้อหาที่อาจส่งผลเสียทางร่างกาย และจิตใจของเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ ยังมีกฎระเบียบเกี่ยวกับการรับสปอนเซอร์และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ (Product Placement) นอกจากนั้น เนื้อหา VoD โฆษณาจะต้องเป็นไปตามประมวลกฎหมาย Code of Non-broadcasting Advertising and Direct & Promotional Marketing (CAP Code)[41] กล่าวคือการโฆษณาที่ต้องไม่สร้างความเข้าใจผิด ต้องไม่เป็นเนื้อหาในเชิงยั่วยุให้เกิดการเกลียดชัง การเลือกปฏิบัติ และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทางด้านสุขภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม การห้ามโฆษณายาและเวชภัณฑ์ที่ต้องได้รับการจ่ายจากแพทย์ การห้ามโฆษณาเกี่ยวกับบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งหน่วยงาน Advertising Standards Authority (“ASA”) จะเป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติตาม CAP Code นี้

ข้อจำกัดการจัดหาโปรแกรม (Program Supply): สำหรับระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ได้มีการอนุญาตให้มีการทำสัญญาสำหรับการเผยแพร่เนื้อหาเฉพาะกลุ่ม (Exclusive carriage of content) ซึ่ง Ofcom จะทำการพิจารณาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันและสร้างความมั่นใจว่าตลาดดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ[42] นอกจากนี้ผู้ที่ให้บริการโทรทัศน์สาธารณะจะต้องทำให้ช่องรายการหลักของตนสามารถเข้าถึงได้โดยทุกแพลตฟอร์ม และกำหนดให้รายการกีฬาสำคัญระดับชาติจะต้องออกอากาศผ่าน

[39] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/32162/costa-april-2016.pdf

[40] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/general-principles

[41] https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/non-broadcast-code.html

[42] AVIA

ฟรีทีวี (ซึ่งคล้ายกับกฎ Must Have ในประเทศไทย เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกและการแข่งขัน FIFA World Cup) สำหรับโทรทัศน์บนแพลตฟอร์ม OTT ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม OTT ในประเทศจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในการนำรายการสำคัญมาออกอากาศ[43] และยังมีนโยบายความเสมอภาคทางอินเทอร์เน็ต (Net Neutrality) ภายใต้กฎหมาย Open Net[44] ซึ่งกำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไม่สามารถขัดขวางการเข้าถึงเนื้อหา ลดทอนคุณภาพการรับส่งข้อมูล และเลือกปฏิบัติในการรับส่งข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการเนื้อหาและผู้ใช้บริการปลายทาง ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีอิสระในการเข้าถึงเนื้อหาทางอินเทอร์เน็ตที่ถูกกฎหมายอย่างเท่าเทียม

2.3.4.3 การควบคุมกิจการโทรทัศน์ (Controls)

การควบคุมการพากย์และคำบรรยายภาพ (Captioning and Subtitles): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีการควบคุมในด้านการพากย์และคำบรรยายภาพใน Code on Television Access Services[45] ซึ่งกำหนดค่าดัชนีเป้าหมายการพากย์ไว้สำหรับผู้ให้บริการ เช่น ผู้ให้บริการแบบ Pay-TV จะต้องมีการพากย์ร้อยละ 80 ภาษามือร้อยละ 5 และคำอธิบายเสียงร้อยละ 10 ประมวลกฎหมายนี้ไม่สามารถใช้บังคับกับผู้ให้บริการที่มาจากประเทศในสหภาพยุโรป เนื่องมาจากหลักการประเทศถิ่นกำเนิด (Country of Origin)[46] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้น ข้อกำหนดส่วนที่ 6 ข้อที่ 93 ของพระราชบัญญัติ Digital Economy Act 2017[47] ได้ให้อำนาจ Ofcom ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการพากย์และบรรยายเสียงเพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างเท่าเทียม

การควบคุมเนื้อหา (Content): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้นมี Broadcasting Code ซึ่งเป็นบทบัญญัติเพื่อกำหนดมาตรฐานด้านเนื้อหา การสนับสนุน (Sponsor) การโฆษณาผลิตภัณฑ์ (Product placement) ความเป็นธรรมและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค โดยกฎข้อที่ 1 ของ Broadcasting Code ได้กล่าวถึงการแพร่ภาพรายการและการคุ้มครองเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี โดยผู้เผยแพร่โทรทัศน์ไม่ควรแสดงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสำหรับเด็กก่อน 21:00 น. หรือหลัง 05:30 น. เนื่องจาก Ofcom ไม่มีอำนาจในการตรวจสอบเนื้อหารายการโทรทัศน์ก่อนออกอากาศ ดังนั้นผู้ให้บริการโทรทัศน์จึงมีหน้าที่ออกอากาศรายการโดยปฏิบัติตามกรอบการกำกับดูแล สำหรับผู้ให้บริการที่มาจากประเทศในสหภาพยุโรปไม่ต้องปฏิบัติตาม Broadcasting Code นี้ อันเป็นไปตามหลักการประเทศถิ่นกำเนิด Country of Origin[48] ยกเว้นเนื้อหารายการที่มีข้อยกเว้นใน AVMSD เช่น เนื้อหารายการในเชิงยั่วยุให้เกิดการเกลียดชัง ในส่วนการให้บริการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์ม OTT นั้น ต้องปฏิบัติตาม กฎข้อที่ 11[49] ของ On-Demand Program Services (ODPS) ซึ่งได้กล่าวถึงเนื้อหารายการที่ต้องไม่เป็นอันตรายเพื่อคุ้มครองผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี นอกจากนั้นยังมีกฎข้อที่ 12 ว่าด้วยเรื่องการห้ามการสนับสนุนสินค้าบุหรี่และยาสูบ นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภท

---

[43] AVIA

[44] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/open-internet-net-neutrality

[45] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/115359/channels-access-services-2019.pdf

[46] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/general-principles

[47] http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/contents/enacted

[48] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/general-principles

[49] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0022/54922/rules_and_guidance.pdf

[50] http://www.bbfc.co.uk/what-classification

เนื้อหาของโทรทัศน์ทั้ง 2 ระบบ จำแนกเป็น 7 ประเภท อาทิเช่น ทุกวัย 12 ปีขึ้นไป 15 ปีขึ้นไป และ 18 ปีขึ้นไป เป็นต้น ตามแนวทางกำกับของ British Board of Film Classification (BBFC)[50]

การจำกัดโควตาเนื้อหารายการและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่ง (Quota and Rate): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ทั้งแบบดั้งเดิมและบนแพลตฟอร์มออนไลน์ มีการควบคุมเพื่อจำกัดเนื้อหาบนช่องรายการ สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม Ofcom ได้ออกคำแนะนำ Regional TV Production and Programming Guidance[51] ซึ่งจำกัดโควตาเนื้อหารายการ สำหรับผู้ให้บริการที่จะต้องมาจากผู้ผลิตเนื้อหารายการในประเทศ เช่น ช่อง 4 จะต้องมีเนื้อหารายการจากในประเทศร้อยละ 35 ของจำนวนการออกอากาศทั้งหมด สำหรับการให้บริการโทรทัศน์บนแพลตฟอร์ม OTT นั้น AVMSD ซึ่งกำหนดให้ผู้ให้บริการ VoD จะต้องนำเสนอเนื้อหารายการจากประเทศในยุโรปอย่างน้อยร้อยละ 30 ของเนื้อหารายการบนแพลตฟอร์ม[52] ทั้งนี้การให้บริการระบบโทรทัศน์ทั้งแบบดั้งเดิมและบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่มีการควบคุมด้านราคา (ทั้งราคาระดับค้าปลีกและระดับค้าส่งของเนื้อหารายการ โดยจะปล่อยให้เป็นไปตามกลไกตลาด) อย่างไรก็ตาม Ofcom มีอำนาจในการกำหนดราคาในกรณีที่มีข้อกังวลเกี่ยวกับการแข่งขันในตลาด

2.3.4.4 การคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection)

ลิขสิทธิ์ผลงาน (Copy Rights): ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้าน Copyright, Designs and Patents Act 1988[53] ซึ่งคุ้มครองเนื้อหารายการที่ให้บริการทั้งในโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและการให้บริการบนแพลตฟอร์ม OTT ทั้งที่เป็นประเภทภาพยนตร์ ละคร และรายการโทรทัศน์ ยกตัวอย่างเช่น การคุ้มครองลิขสิทธิ์ของเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านโครงข่ายดาวเทียมและโครงข่ายเคเบิล ซึ่งกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ให้ความคุ้มครองและได้กำหนดบทลงโทษไว้อย่างเข้มงวด สำหรับการละเมิดลิขสิทธิ์ทางออนไลน์จะมีคำสั่งให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตปิดกั้นการเข้าถึงเว็บไซต์ผิดกฎหมายหรือเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งที่อยู่ในและนอกสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ ข้อกำหนดด้าน Creative Content UK[54] ได้กำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแจ้งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเมื่อพบพฤติกรรมการละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ สำหรับการดำเนินการบนแพลตฟอร์ม OTT ได้มีการการคุ้มครองลิขสิทธิ์เนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสตรีมมิ่งช่องรายการถ่ายทอดสด

การคุ้มครองผู้บริโภค (Customer Protection): สำหรับด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของระบบโทรทัศน์ทั้ง 2 รูปแบบข้างต้น กฎหมายไม่มีการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับบริการโทรทัศน์ หากแต่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยทั่วไปหรือ Consumer Protection Act 1987[55] ซึ่งมีผลบังคับใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคในโทรทัศน์ ตัวอย่างเช่น การให้สิทธิ์ในการยกเลิกบริการที่ได้สมัครไปในช่วงระยะเวลา 14 วัน (Cooling-off period)

---

[51] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/130911/Review-of-Regional-TV-Production-and-Programming-Guidance.pdf

[52] http://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20180925IPR14307/new-rules-for-audiovisual-media-services-approved-by-parliament

[53] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/48/section/6

[54] https://www.gov.uk/government/news/new-education-programme-launched-to-combat-online-piracy

[55] https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1987/43

Licensing		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Licensing	Issued (5 license types)	Not yet issued (But must notify Ofcom of service provide)
Licensing for foreign channels	Issued (But EU countries are exempted under AVMS directive)	Not yet issued
License fees and taxation	Fee applied (Annual fee set by Ofcom and subject to corporate tax)	Fee applied (Fees for large providers of UK-based ODPS using a tiered fee structure based on annual turnover)

Restrictions		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Foreign direct Investment	Open with condition (100% permit. M&A subject to Competition Law)	Open with condition (100% permit. M&A subject to Competition Law)
Cross-media ownership	Restricted (Under Communication and Broadcasting Act)	Restricted
Advertisement	Restricted (< 12 min/hr. by COSTA. EU countries are exempted)	Restricted (CAP and AVMSD)
Program supply	Restricted (Exclusive content carriage, Must Have)	Restricted (Domestic platform restrict exclusive event broadcast, Net neutrality)

รูปที่ 12 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อใบอนุญาตและข้อจำกัด

ที่มา: Ofcom, AVIA

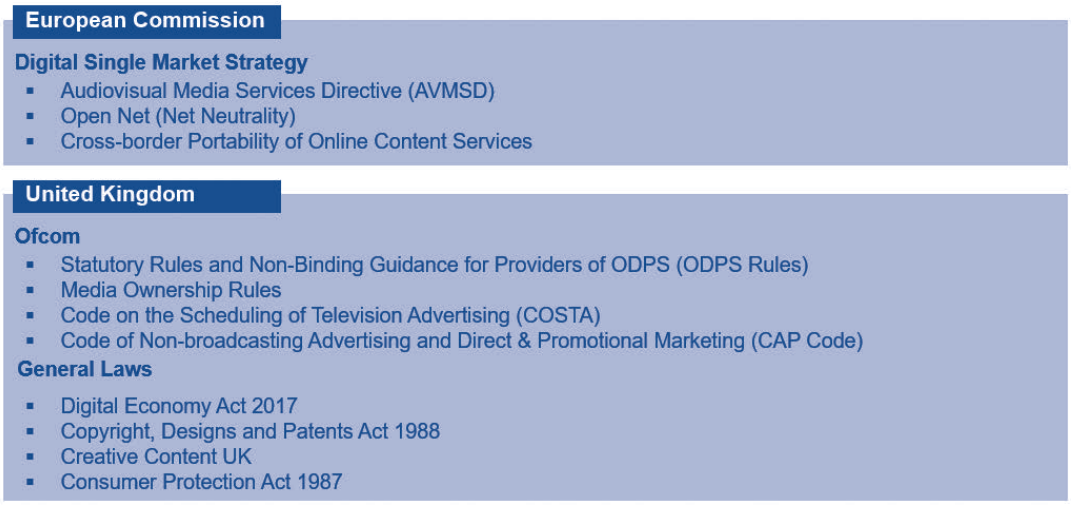
Controls		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Captioning and subtitles	Restricted (Under Ofcom's Code on Television Access Services)	Restricted (Under Digital Economy Act 2017 for on demand service)
Content	Restricted (Standards in program, sponsor, fairness, privacy. Int. service exempted.)	Restricted (Harmful material, sponsor, child protection)
Quota	Restricted (Review of Regional TV Production and Program Guidance)	Restricted (AVMS proposed to have min. quota for on-demand)
Rate	Open	Open

Protection		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Copyright	Protected (Strong protection with significant penalties. Good enforcement.)	Protected • Protection on unauthorized internet streaming of live television channels. • ISP to notify internet users if they breach copyright
Consumer	Protected (General consumer protection law applies)	Protected

รูปที่ 13 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อการควบคุมและการคุ้มครอง

ที่มา: Ofcom, AVIA

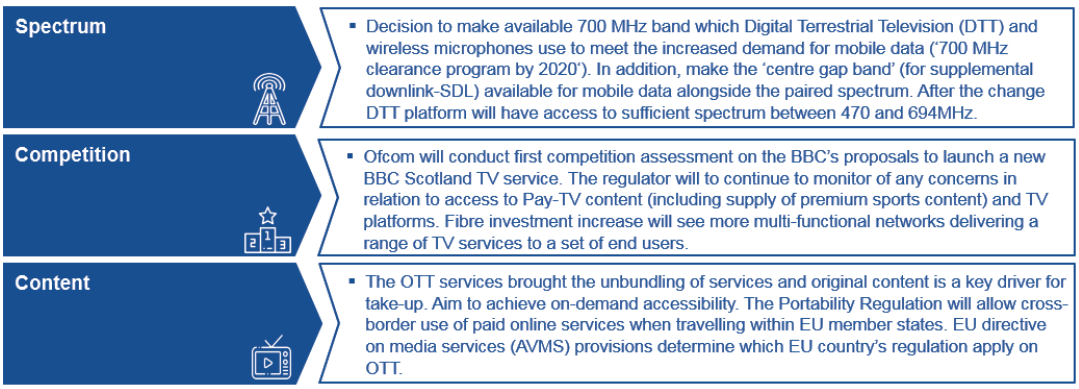
จาก รูปที่ 14 แสดงถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ระบบ OTT จะต้องปฏิบัติตาม



รูปที่ 14 สรุปการกำกับดูแล OTT ในสหราชอาณาจักร
ที่มา: Ofcom

2.3.4.5 แนวโน้มการกำกับดูแล

แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ที่สำคัญซึ่ง Ofcom จะรับผิดชอบดำเนินการ สามารถพิจารณาได้จาก รูปที่ 15 กล่าวคือ



รูปที่ 15 แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

Ofcom ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านคลื่นความถี่ โดยมีโครงการจัดสรรคลื่นความถี่ 700 MHz ใหม่ (700 MHz Clearance Program[56]) ที่ใช้สำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในปัจจุบัน โดยคลื่นดังกล่าวจะถูกนำมาใช้กับกิจการโทรคมนาคม เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ข้อมูลในมือถือที่เพิ่มขึ้น และเพื่อให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือสามารถให้บริการเพิ่มเติมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความมั่นใจถึงศักยภาพที่กว้างขึ้นของ 5G โครงการนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการมือถือ 4G และ 5G โดยรัฐบาลของสหราชอาณาจักรได้มอบหมายให้ Ofcom มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการนี้อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ Ofcom ยังรับผิดชอบด้านการออกใบอนุญาตและทำการประมูลคลื่นความถี่ใหม่เมื่อโครงการนี้เสร็จสมบูรณ์ แนวทางการจัดสรรคลื่นความถี่ดังกล่าวเป็นประเด็นสำคัญเนื่องจากโทรศัพท์มือถือนั้นถือเป็นช่องทางการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีการใช้งานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสร้าง ‘Centre Gap Band’ สำหรับการส่งข้อมูลขาลง (Downlink) เพื่อให้พร้อมใช้งานสำหรับการดาวน์โหลดข้อมูลลงมือถือ ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้งานจะสามารถดูรายการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็ว ที่เร็วขึ้น ทั้งนี้จะมีการจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่ให้กับระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน โดยเป็นคลื่นความถี่ในช่วง 470 ถึง 694 MHz และมีแผนการดำเนินงานให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2563

ด้านการแข่งขันนั้น Ofcom กำกับดูแลสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันในตลาด ยกตัวอย่างเช่น การพิจารณาข้อเสนอของ BBC เพื่อเปิดตัวช่องใหม่ คือ BBC Scotland TV นอกจากนี้ Ofcom ได้ติดตามและกำกับดูแลการเข้าถึงเนื้อหา Pay-TV เช่น การจัดหาเนื้อหากีฬาแบบพรีเมี่ยมให้แก่ผู้ใช้บริการ ในส่วนของการลงทุนใน Fiber Optic ที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการในสหราชอาณาจักรนั้นส่งผลดีในแง่การแข่งขัน เพราะจะทำให้มีการส่งสัญญาณโทรทัศน์บนโครงข่ายที่หลากหลายมากขึ้นแก่กลุ่มผู้ใช้ปลายทาง

ด้านเนื้อหารายการที่ให้บริการบนแพลตฟอร์ม OTT ทำให้เกิดการให้บริการที่ไร้ขอบเขต (Unbundling) และเกิดการพัฒนาเนื้อหารายการต้นฉบับ (Original content) ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดรายได้จากกลุ่มผู้รับชมรายการ การกำกับดูแลมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีการเข้าถึงของเนื้อหา (Accessibility) อย่างเสมอภาคและทั่วถึง และยังมีระเบียบเรื่อง Cross-border Portability of Online Content Services[57] ที่อยู่ภายใต้นโยบาย Digital Single Market ของ European Commission ว่าด้วยเรื่องการอนุญาตให้ใช้บริการ OTT ข้ามพรมแดนเมื่อเดินทางภายในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป นอกจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดของ Ofcom แล้ว ยังมีข้อกำหนด Audio Visual Media Services Directive (AVMSD) ของสหภาพยุโรปเกี่ยวกับการให้บริการสื่อ โดยได้มีการกำหนดกฎระเบียบของประเทศสหภาพยุโรปที่จะใช้กับผู้ให้บริการ OTT

[56] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0027/129933/Statement-700-MHz-clearance.pdf
[57] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/cross-border-portability-online-content-services

2.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ (TV Market)

จากข้อมูลตลาดกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 การเข้าถึงของโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีสัดส่วนสูง (ร้อยละ 95) โดยมีผู้รับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมากที่สุด (ร้อยละ 40) ในขณะที่ประชากรสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ถึงร้อยละ 91 ส่งผลให้แพลตฟอร์ม OTT มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของผู้เล่นในโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีผู้เล่นหลัก 6 ราย ซึ่งสามารถให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการบริการได้อย่างครบวงจร ในขณะที่ตลาดการให้บริการบนแพลตฟอร์ม OTT มีอัตราการเติบโตที่สูง จึงจูงใจให้มีผู้เล่นใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น เช่น Netflix และ Amazon Video เป็นต้น ในขณะเดียวกัน ผู้เล่นรายเดิมอย่าง BBC ก็ได้ปรับตัวเข้าหาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการขยายธุรกิจไปสู่แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตและให้บริการ Video on Demand อย่างไรก็ตาม ถึงแม้รายได้ตลาด OTT จะมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมยังถือเป็นรายได้สำคัญของผู้เล่นในปัจจุบันและอนาคต

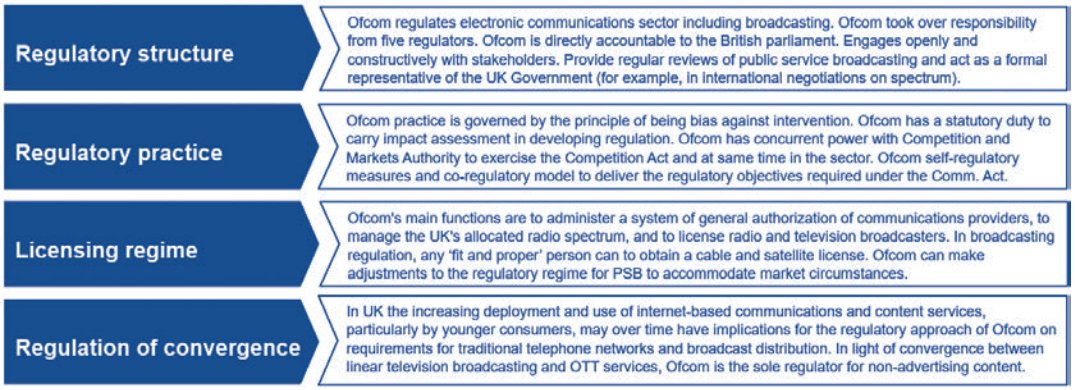
เทคโนโลยีและแนวโน้มในกิจการโทรทัศน์ (Technology and Trend)

ความก้าวหน้าของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของสหราชอาณาจักรในยุค Gigabit Broadband ประกอบกับแผนการเปิดให้บริการ 5G ของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ภายในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์มีแนวโน้มการรับชมเนื้อหารายการผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Platform) เพิ่มมากขึ้น จำนวนผู้ใช้บริการ OTT ที่มีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) จึงมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมที่ต้องการรับชมรายการได้ทุกที่ทุกเวลาและหลากหลายอุปกรณ์ โดยมีการเพิ่มช่องทางการรับชมแบบ OTT ในรูปแบบของ Convergence Platform ซึ่งเป็น Interactive TV เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์รับชมใหม่ ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้ชมโทรทัศน์อีกด้วย

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (TV Regulatory)

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของสหราชอาณาจักร สามารถพิจารณาได้ในมุมมองของโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure) การดำเนินการ (Regulatory Practice) กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime) และการกำกับดูแลการหลอมรวมของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ (Regulatory of Convergence) ซึ่งพิจารณาได้จากรูปที่ 16

ด้านโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure): หน่วยงาน Ofcom ทำหน้าที่กำกับดูแลภาคการสื่อสารโทรคมนาคมรวมถึงกิจการโทรทัศน์ โดย Ofcom มีความรับผิดชอบโดยตรงต่อรัฐสภาอังกฤษ โดยได้แสดงความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง การบริการสาธารณะ และทำหน้าที่เป็นตัวแทนของรัฐบาลสหราชอาณาจักรเกี่ยวกับกิจการสื่อสารโทรคมนาคมและกิจการแพร่ภาพโทรทัศน์ เช่น ในการเจรจาระหว่างประเทศเกี่ยวกับคลื่นความถี่



รูปที่ 16 ข้อสรุปของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร

ด้านการดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice): หนึ่งในหลักการที่สำคัญในการกำกับดูแลของ Ofcom คือความพยายามไม่เข้าไปแทรกแซงในกิจการโทรทัศน์ โดยใช้การหาหลักฐานและหลักการที่มีความยุติธรรมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจว่าการกำกับดูแลนั้นเหมาะสมหรือไม่ ทั้งนี้ Ofcom มีหน้าที่ตามกฎหมายในการประเมินผลกระทบในการพัฒนากฎระเบียบของกิจการโทรทัศน์ และทำหน้าที่กำกับดูแลด้านการแข่งขันร่วมกับหน่วยงาน Competition and Markets Authority ในการควบคุมกิจการโทรทัศน์ตามพระราชบัญญัติ Competition Act สามารถกล่าวได้ว่าเครื่องมือในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม วิทยุ และโทรทัศน์ของ Ofcom คือ การออก Broadcasting Code ให้ผู้ให้บริการปฏิบัติตาม

กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime): หนึ่งในหน้าที่หลักของ Ofcom คือ การจัดการระบบการออกใบอนุญาตผู้ให้บริการด้านการสื่อสาร เพื่อจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุของสหราชอาณาจักร และออกใบอนุญาตให้แก่กิจการวิทยุและโทรทัศน์ ด้วยการกำหนดกรอบการควบคุมการออกอากาศทางโทรทัศน์สำหรับผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติความเหมาะสมและได้รับใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ ซึ่งการกำกับดูแลและการออกใบอนุญาตโดย Ofcom มีการทบทวนและปรับเปลี่ยนเพื่อให้ยืดหยุ่นและรองรับสถานการณ์ตลาด

การกำกับดูแลการหลอมรวม (Regulation of Convergence): ในสหราชอาณาจักรนั้น การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตและความต้องการบริการเนื้อหามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากผู้บริโภคที่มีอายุน้อย ซึ่งอาจจะส่งผลต่อแนวทางกำกับดูแลของ Ofcom สำหรับโครงข่ายโทรศัพท์และการกระจายสัญญาณโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ในแง่ของการหลอมรวมกันระหว่างการกำกับดูแลการแพร่ภาพของการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT นั้น Ofcom ได้เปลี่ยนแนวทางการกำกับดูแลการให้บริการ VoD ซึ่งจากเดิมเป็นการกำกับดูแลร่วมกันกับ Authority for Television on Demand[58] มาเป็นการกำกับดูแลการให้บริการ VoD แต่เพียงผู้เดียว เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและเพื่อให้การควบคุมเนื้อหารายการของ VoD สอดคล้องกับข้อบังคับที่มีอยู่

[58] https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2015/1520333

3 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของสหรัฐอเมริกา

3.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

3.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม

ขนาดของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาพิจารณาได้จากจำนวนประชากรและระดับรายได้ โดยใน ปี พ.ศ. 2560[59] ประเทศสหรัฐอเมริกามีประชากรทั้งหมด 324.5 ล้านคน จำนวนครัวเรือน 127 ล้านครัวเรือน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) มูลค่า 19,485 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน (GDP per Capita) มูลค่า 59,792 ดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิง รูปที่ 17) ประเทศสหรัฐอเมริกามีระบบเศรษฐกิจแบบเสรี สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจและมีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก ประชากรส่วนใหญ่มีฐานะอยู่ในระดับปานกลาง อีกทั้งยังเป็นประเทศมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีเสรีภาพทางสิทธิและเสรีภาพของบุคคล สนับสนุนให้สภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกาเปิดกว้าง ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการพัฒนาเชิงเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม จึงมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ มาใช้ในกิจการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลการถือครองอุปกรณ์ในการรับชมรายการและการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตใน ปี พ.ศ. 2560[60] พบว่า อัตราการถือครองโทรทัศน์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 92 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 84 การถือครองสมาร์ทโฟนรายบุคคลร้อยละ 76 และการถือครองคอมพิวเตอร์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 87 (อ้างอิง รูปที่ 17) ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์ อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการถือครองคอมพิวเตอร์ในอัตราสูงใกล้เคียงกับประเทศสหราชอาณาจักร เนื่องด้วยความเสรีของการเลือกในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ผู้บริโภคไม่ติดยึดอยู่กับโทรทัศน์รูปแบบดั้งเดิมและเปิดรับโทรทัศน์รูปแบบใหม่ในการรับชม

จากข้อมูลประมาณการของ Ovum[61] ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทที่แตกต่างกันของครัวเรือน โดยในปี พ.ศ. 2560 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT ของครัวเรือนมีสัดส่วนถึงร้อยละ 111.4 (จำนวนผู้เข้าถึงโทรทัศน์แบบ OTT มีมากกว่า 1 บัญชีผู้ใช้บริการต่อครัวเรือน) การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ร้อยละ 44.5 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมอยู่ที่ร้อยละ 44.5 และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ร้อยละ 15.7 และ การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 8.6 (อ้างอิง รูปที่ 17)

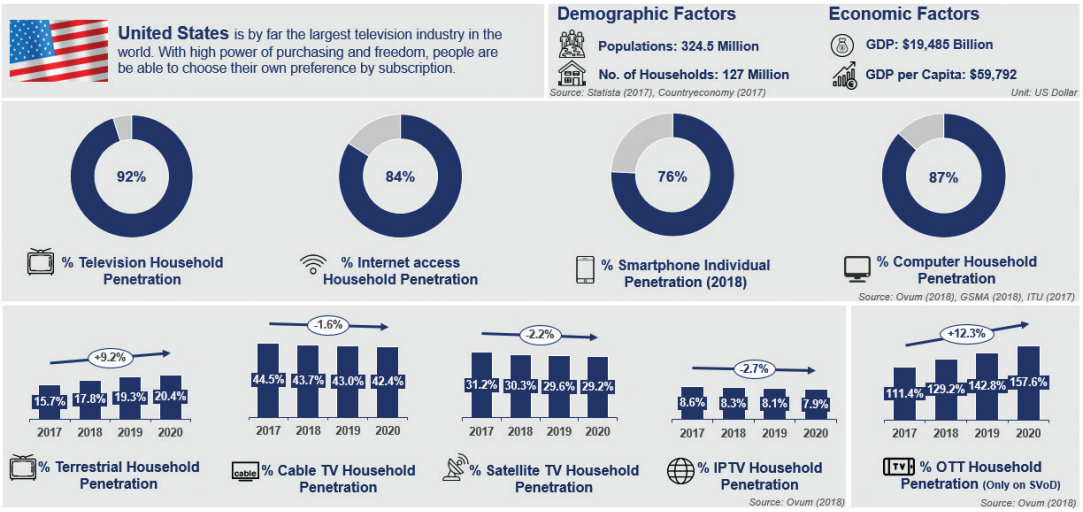
---

[59] https://www.statista.com/outlook/200/126/digital-media/thailand#market-marketDriver
https://countryeconomy.com/gdp

[60] Ovum (2018) GSMA (2018) และ ITU (2017)

[61] Ovum (2018)

จากข้อมูลประมาณการแนวโน้มการเข้าถึงระบบโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 9.2 ในส่วนของการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ร้อยละ -1.6 -2.2 และ -2.7 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดมีแนวโน้มหดตัวเล็กน้อย สำหรับการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่สูงถึงร้อยละ 12.3 (อ้างอิง รูปที่ 17)



รูปที่ 17 ข้อมูลทั่วไปทางภูมิศาสตร์และการเข้าถึงอุปกรณ์ การรับชมโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา: ITU, Statista, Countryeconomy (B.E. 2561), Ovum, GSMA (B.E. 2562)

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในการพิจารณาสภาพแวดล้อมของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินที่สูงมีปัจจัยสนับสนุนจากการให้บริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย (Free Service) ในส่วนการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายด้วยราคาที่น้อยกว่าโทรทัศน์ประเภทอื่น (ช่วงราคา 8-40 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน) สำหรับการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีข้อจำกัดจากราคาที่สูง (อัตราค่าบริการต่อเดือน 45-110 ดอลลาร์สหรัฐ) ส่งผลให้อัตราใช้งานและแนวโน้มการเติบโตไม่เพิ่มขึ้น โดยอัตราค่าบริการของผู้เล่น Pay-TV บางรายมีราคาสูงเนื่องจากผู้เล่นมีการรวมบริการพ่วงเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภคกลุ่มใหม่และรักษาฐานผู้บริโภคเดิม จึงสามารถสรุปได้ว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจรับเลือกชมโทรทัศน์ (อ้างอิง รูปที่ 18)

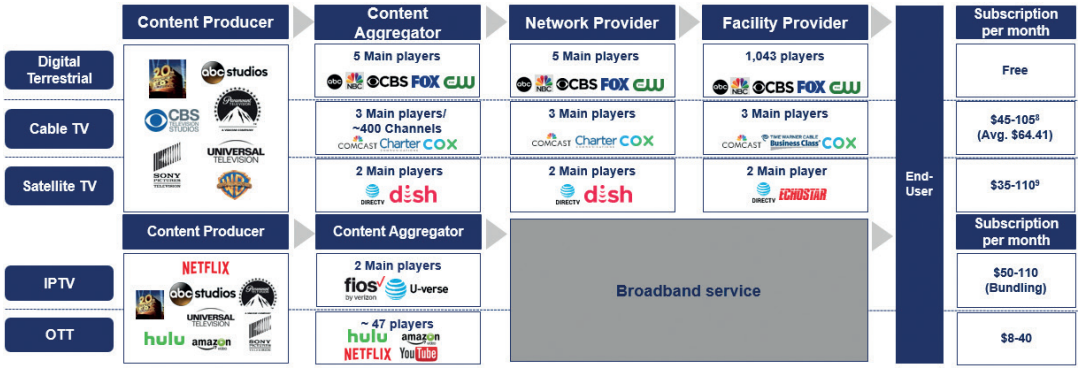
	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	OTT
Subscription fee per month	Free	$45-105[8]	$35-110[9]	$50-110 (Bundling Service)	$8-40

Source: Comcast, Charter, Cox, Dish, DirecTV, Verizon, AT&T, Netflix, Amazon Video

รูปที่ 18 ช่วงราคาโดยประมาณของการให้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนบนโครงข่ายต่าง ๆ
ที่มา: Comcast, Charter, Cox, Dish, DirecTV, Verizon, AT&T, Netflix, Amazon Video

3.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain)

การให้บริการในตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถรับชมเนื้อหารายการผ่าน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย การให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ซึ่งจัดอยู่ในการรับชมแบบผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยตรง ในขณะที่การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และ การให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT จัดอยู่ในการรับชมรายการผ่านแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาส่วนต่อไปนี้



รูปที่ 19 ห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการของประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา: OfficialUSA (B.E. 2560), Spectrum, Ovum, FCC (B.E. 2559-2561)

3.1.2.1 ผู้ให้บริการในตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

รูปที่ 19 แสดงห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ ผู้ผลิตเนื้อหารายการซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยโทรทัศน์ทุกประเภทมีผู้เล่นหลักที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้เล่นหลักของระบบโทรทัศน์แต่ละระบบ ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีผู้เล่นหลักทั้งหมด 5 ราย ผู้เล่นหลักในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีจำนวน 3 ราย และผู้เล่นหลักในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีจำนวน 2 ราย

สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้เล่นสำคัญที่อยู่ในตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมี 2 ประเภท ได้แก่ การให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ (Commercial Broadcast Service) และการให้บริการโทรทัศน์แบบสาธารณะ (Public Broadcast Service – PSB) โดยการให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ มีผู้เล่นสำคัญทั้งหมด 5 ราย ดังต่อไปนี้

1) National Broadcasting Company (NBC) มีบริษัท NBC Universal Media เป็นเจ้าของโครงข่ายและเป็นบริษัทลูกของบริษัท Comcast ซึ่งช่อง NBC มีจุดเด่นในประเภทรายการบันเทิงและรายการกีฬา

2) American Broadcasting Company (ABC) มี Disney–ABC Television Group เป็นเจ้าของโครงข่ายและเป็นบริษัทลูกของ Disney Media Networks เนื้อหาของช่อง ABC มุ่งเน้นเนื้อหาด้านครอบครัวและเด็ก

3) Columbia Broadcasting System (CBS) มี CBS Corporation เป็นเจ้าของโครงข่าย เนื้อหามุ่งเน้นรายการบันเทิงในฐานผู้ชมกลุ่มวัยรุ่น

4) Fox Broadcasting Company (FOX) มี Fox Corporation เป็นเจ้าของโครงข่าย เนื้อหามุ่งเน้นฐานผู้ชมกลุ่มผู้ใหญ่ ตัวอย่างรายการเช่น การ์ตูน เรื่อง Simpsons รายการเรียลลิตี้สำหรับผู้ใหญ่ และสารคดี เป็นต้น

5) The CW Television Network (The CW) อยู่ภายใต้เจ้าของโครงข่ายเดียวกับ CBS โดยเนื้อหามีความหลากหลายเน้นไปยังฐานผู้ชมกลุ่มวัยรุ่น

ในส่วนการให้บริการแบบสาธารณะ (Public Broadcast Service – PSB) ซึ่งถือเป็นโครงข่ายที่ไม่แสวงหาผลกำไรและทำเนื้อหาของช่องเพื่อผลประโยชน์สาธารณะ ลักษณะของเนื้อหาจะมุ่งเน้นในเชิงการศึกษาและให้ความรู้ เช่น รายการข่าว สารคดี เป็นต้น โดยผู้เล่นหลักส่วนใหญ่ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการได้อย่างครบวงจร นอกจากนี้ ผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวน 1,043[62] ราย ซึ่งผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นท้องถิ่นประจำแต่ละรัฐ โดยจะมีหนึ่งในผู้เล่นที่ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ระดับชาติร่วมทุนเป็นหุ้นส่วน

ผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ประกอบด้วยผู้เล่นหลัก 3 ราย สำหรับผู้รวบรวมเนื้อหารายการมีดังต่อไปนี้

1) Xfinity บริหารโดยบริษัท Comcast Corporation ซึ่งเป็นผู้เล่นรายใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกาในการให้บริการเคเบิลทีวีและอินเทอร์เน็ตโดยครอบคลุมพื้นที่มากกว่าร้อยละ 40[63] ของประเทศ

2) Spectrum บริหารโดยบริษัท Charter Communications, Inc. (Charter) เป็นผู้เล่นซึ่งให้บริการในส่วนของ Pay-TV โทรคมนาคม และ อินเทอร์เน็ต โดยในปี พ.ศ. 2559 Charter ได้ซื้อกิจการ Time Warner Cable ซึ่งเป็นผู้เล่นที่สามารถเป็นผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับโครงข่ายเคเบิลได้ ทำให้ Charter นั้นถือเป็นผู้ให้บริการ Pay-TV เป็นอันดับที่สาม[64] ของประเทศสหรัฐอเมริกา

3) Cox Cable บริหารโดยบริษัท Cox Communications (Cox) ซึ่งให้บริการเคเบิลทีวีที่ครอบคลุมพื้นที่ 18 รัฐ ในประเทศสหรัฐอเมริกา[65] โดยผู้เล่นสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถทำหน้าที่ได้ครบวงจรในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการเช่นเดียวกับโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล

ผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีดังต่อไปนี้

1) DirecTV บริหารโดย บริษัท AT&T Inc. (AT&T) ซึ่งเป็นบริษัทรายใหญ่ที่ให้บริการทางด้านโทรคมนาคม และโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดย AT&T ได้ซื้อกิจการ DirecTV ในปี พ.ศ. 2558 และให้บริการครอบคลุมในหลายประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ละตินอเมริกาและแคริเบียน

---

[62] FCC – List of full service station

[63] http://www.leichtmanresearch.com/press/031412release.html

[64] https://www.latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-charter-communications-to-buy-time-warner-cable-20150525-story.html#page=1

[65] https://broadbandnow.com/Cox-Communications

2) Dish Network (Dish) บริหารโดย Dish Network Corporation ซึ่งอยู่ภายใต้เครือบริษัท EchoStar ผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับโครงข่ายดาวเทียม ปัจจุบัน Dish ให้บริการทั้งในรูปแบบแพ็กเกจเดียวและแพ็กเกจแบบ Bundling service โดยผู้บริโภคสามารถสมัครบริการพ่วงสำหรับเนื้อหาแบบพรีเมี่ยมเพิ่มเติมได้

3.1.2.2 ผู้ให้บริการในตลาดการให้บริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Online TV)

จากข้อมูลการเข้าถึงการให้บริการโทรทัศน์ พบว่า การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีสัดส่วนการเข้าถึงน้อยที่สุดและมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV เป็นตลาดขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันมีผู้เล่นสำคัญทั้งหมด 2 ราย ได้แก่

1) Verizon Communications Inc. ให้บริการ IPTV ภายใต้ชื่อ Verizon Fios นำเสนอแพ็กแกจแบบ Bundling service หรืออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ และ

2) AT&T Inc. (AT&T) ให้บริการ IPTV ภายใต้ชื่อ U-verse โดยผู้บริโภคสามารถเลือกบริการแบบแพ็กเกจเดียวหรือบริการแบบพ่วง (Bundling service)

การให้บริการแบบ OTT สามารถให้บริการอย่างกว้างขวางในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศแรก ๆ ที่ริเริ่มการให้บริการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันการบริการแบบ OTT เป็นที่แพร่หลาย มีผู้เล่นทั้งรายใหม่และรายเดิมที่ต่างให้ความสำคัญกับตลาดการบริการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตตามการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ตลาดการบริการแบบ OTT จึงเป็นตลาดที่มีการเติบโตมากและมีการแข่งขันสูงของ ผู้เล่นรายหลักหลายราย โดยผู้เล่นสำคัญมีดังต่อไปนี้

1) Netflix เป็นบริษัทรายใหญ่ที่ก่อตั้งขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ให้บริการครอบคลุมทั่วโลกและเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดโลก มีรูปแบบการให้บริการแบบ OTT รูปแบบ SVoD ผู้ชมสามารถรับชมได้โดยไม่มีโฆษณา นอกจากนั้น Netflix ยังผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และซีรีย์ของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้สามารถรับชมเนื้อหาจากแพลตฟอร์ม Netflix เท่านั้น

2) Amazon.com, Inc. ให้บริการแบบ OTT ภายใต้ชื่อ Amazon TV ซึ่งเป็นบริการ Video on Demand ในรูปแบบ TVoD โดยเนื้อหาบนแพลตฟอร์มมุ่งเน้นไปยังช่องโทรทัศน์ออกอากาศเชิงพาณิชย์ ภาพยนตร์ ซีรีย์ และรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาถ่ายทอด โดยขณะนี้ Amazon Video ผลิตเนื้อหาเป็นของตนเองเช่นกัน เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างในการดึงฐานผู้บริโภคเช่นเดียวกับ Netflix

3) Hulu LLC ให้บริการ OTT ภายใต้ชื่อ Hulu เป็นการร่วมลงทุน (Joint Venture) ของทั้งหมด 4 บริษัทรายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ 1) The Walt Disney Company 2) 21st Century Fox 3) NBC Universal 4) Time Warner

4) AT&T โดย Hulu มีรูปแบบการให้บริการเป็นแบบทั้ง AVoD และ SVoD (เป็นแหล่งรายได้หลัก) รวมถึงยังมีการผลิตเนื้อหาเป็นของตนเองเช่นเดียวกับ Amazon Video และ Netflix และ 4) Youtube เป็นอีกหนึ่งผู้เล่นที่สำคัญในรูปแบบบริการของ AVoD จากข้อมูลการสำรวจของ Hootsuite[66] ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2560 พบว่า คนอเมริกามีการเข้าชมแพลตฟอร์มยูทูบมากกว่า 4 พันล้านครั้ง (เทียบกับประเทศไทยที่มีจำนวนเยี่ยมชม 4 ร้อยล้านครั้ง)

[66] https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-the-united-states-86861659
https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2018-thailand-january-2018?qid=7b6f4329-e1f7-4ecb-89a2-157a36db9aef&v=&b=&from_search=1

3.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share)

เมื่อพิจารณาจากห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ พบว่า การแข่งขันส่วนใหญ่ในตลาดเกิดขึ้นในส่วนที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการที่มีแพลตฟอร์มเป็นของตัวเอง ผู้เล่นในตลาดโทรทัศน์ใช้กลยุทธ์และจุดเด่นที่แตกต่างกันเพื่อจะดึงฐานผู้ชม สำหรับโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ชมสามารถรับชมผ่านทางโทรทัศน์ได้โดยไม่มีค่าบริการ การพิจารณาส่วนแบ่งตลาดจึงสามารถอ้างอิงได้จากการวัดผลความนิยมจากระบบเรตติ้ง (Rating) จากผลการสำรวจ Indiewire[67] ในปี พ.ศ.2560 และ 2561 พบว่า ความนิยมของช่องหลัก อาทิ ช่อง CBS, ช่อง ABC, ช่อง FOX ค่อนข้างคงที่ (ในปี พ.ศ.2561 มีเรตติ้งอยู่ที่ 9.32, 6.84 และ 5.55 ตามลำดับ) ยกเว้นช่อง NBC ที่มีเรตติ้งความนิยมเพิ่มขึ้น จาก 8.54 เป็น 9.93 เนื่องจาก NBC ได้รับโอกาสในการถ่ายทอดสดรายการอเมริกาฟุตบอลระดับโลกอย่าง Super Bowl อย่างไรก็ตาม ช่องหลักที่กำลังเป็นที่นิยม ยังเป็น 4 ช่องแรกที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง เนื่องจากช่องรายการเป็นการออกอากาศระดับชาติและสามารถเข้าถึงฐานผู้ชมได้หลากหลาย

สำหรับตลาดโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV เป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดกระจายตัวมากที่สุด โดยมีส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นหลักใน ปี พ.ศ. 2561 ดังนี้

1) AT&T ผู้ให้บริการทั้งในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมและตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 26

2) Comcast ผู้ให้บริการในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 24.3

3) Charter ผู้ให้บริการในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 17.7

4) DISH ผู้ให้บริการตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมรายใหญ่ มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 11.1

ซึ่งหากพิจารณาจากแนวโน้มตลาดในอนาคตอันใกล้จะเห็นได้ว่าสัดส่วนตลาดของ Pay-TV ยังอยู่ในระดับคงที่ ผู้เล่นรายใหญ่บางรายปรับตัวสู่การให้บริการแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้แนวโน้มตลาดอาจมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยการใช้กลยุทธ์การรวมกลุ่มหรือการหาพันธมิตรกับผู้เล่นในตลาดการให้บริการแบบ OTT

ตลาดการให้บริการแบบ OTT ในประเทศสหรัฐอเมริกามีมานานกว่า 10 ปี โดยมีผู้เล่นใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้เล่นที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในปี พ.ศ. 2561 ล้วนเป็นผู้เล่นที่เข้ามาในตลาดก่อนปี พ.ศ. 2551 โดยมีทั้งหมด 3 ราย ดังไปต่อไปนี้

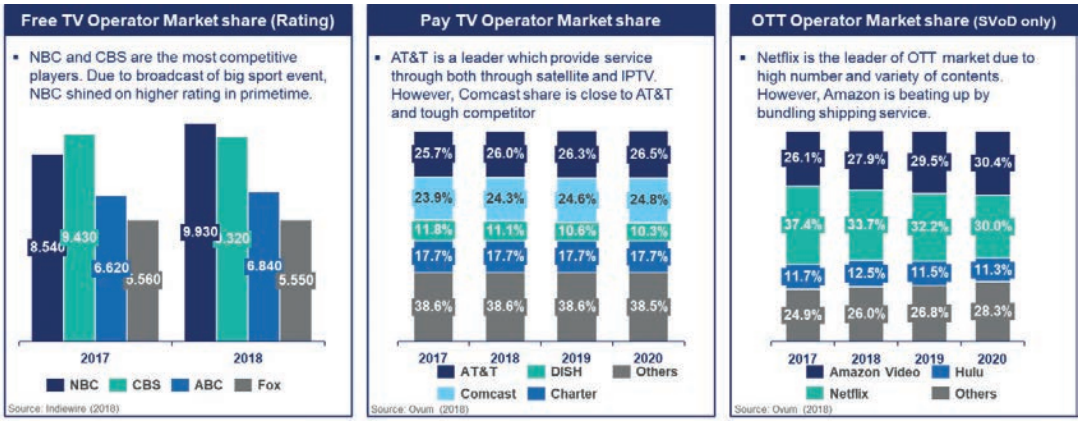
1) Netflix ผู้เล่นรายใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 33.7 มีความนิยมในส่วนของเนื้อหาที่ Netflix ผลิตขึ้นมาเอง และนอกจากนี้ Netflix ได้ร่วมกับ Dish ในการรวมแพลตฟอร์มเป็นหนึ่งเดียวเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับชมทั้งสองบริการได้ในที่เดียวกัน

2) Amazon Video มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 27.9 โดยมีความนิยมเริ่มมาจากการให้บริการพ่วงกับการส่งของในเว็บไซต์และเริ่มผลิตเนื้อหาเป็นของตนเอง

[67] https://www.indiewire.com/2018/12/network-ratings-top-channels-espn-cnn-fox-news-cbs-nbc-abc-1202030597/

3) Hulu มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 12.5 โดย Hulu มีความร่วมมือกับผู้ให้บริการรายอื่น ๆ เช่น AT&T เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้เล่นทั้งสองฝ่าย ในขณะที่ผู้บริโภคของ AT&T สามารถรับชมวิดีโอบางส่วนได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ทั้งนี้ ผู้เล่นในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล มีการปรับตัวด้วยการเพิ่มช่องทางในการให้บริการแบบ OTT ยกตัวอย่างเช่น NBC Universal มีการปรับตัวเข้าหาตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยการเพิ่มช่องทางใหม่เพื่อการรักษาฐานผู้บริโภคให้อยู่ในระดับเดิม (อ้างอิง รูปที่ 20)



รูปที่ 20 ส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดการให้บริการ Pay-TV และตลาดการให้บริการ OTT

ที่มา: Indiewire, Ovum (B.E 2561)

3.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์

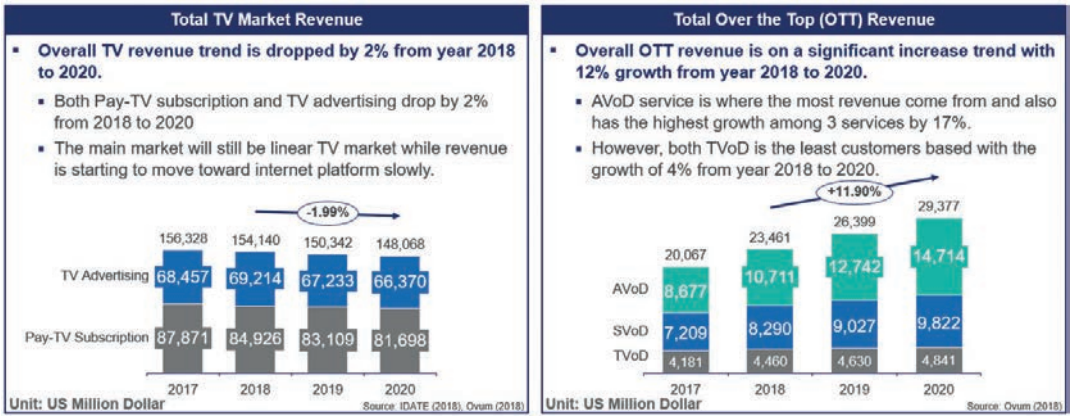
การประมาณการรายได้ของตลาดกิจการในโทรทัศน์ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 รายได้ของตลาดโทรทัศน์โดยรวมมีมูลค่า 154,140 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศสหรัฐอเมริกามีรายได้ในตลาดโทรทัศน์มากกว่าประเทศไทย 100 เท่า (รายได้ประเทศไทย 1,652 ดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2561) แบ่งออกเป็นรายได้สำหรับการโฆษณาทางโทรทัศน์[68] มูลค่า 69,214 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 45 และรายได้สำหรับจากค่าสมาชิกรายเดือน 84,926 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 55 ในขณะที่รายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์และจากค่าสมาชิกมีแนวโน้มที่จะลดลง แต่รายได้ของโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ยังคงเป็นรายได้ส่วนสำคัญของตลาดในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม หากดูในระยะยาวตลาดอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปยังแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตหรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ (อ้างอิงข้อมูลจาก Ovum[69] และ IDATE[70] จาก (รูปที่ 21)

รายได้สำหรับผู้ให้บริการ OTT สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ AVoD, SVoD และ TVoD โดยรายได้ของตลาดการให้บริการแบบ OTT ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 23,461 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น

[68] โทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม
[69] Ovum (2018)
[70] IDATE (2018) รายได้จากกิจการโทรทัศน์เป็นการคาดการณ์จากปี พ.ศ. 2560

- รายได้จาก AVoD มีมูลค่า 10,711 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 46 ซึ่งเป็นสัดส่วนรายได้ที่สูงสุดของการบริการในตลาดการให้บริการแบบ OTT
- รายได้จาก SVoD มีมูลค่า 8,290 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 35 โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจาก Netflix และ Hulu
- รายได้จาก TVoD มีมูลค่า 4,460 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 19 ซึ่งเป็นส่วนที่น้อยที่สุดและมีผู้เล่นหลักอย่าง Amazon Video

ทั้งนี้ หากพิจารณารายได้ของตลาดการให้บริการแบบ OTT โดยรวมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 17 ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่แตกต่างจากรายได้โทรทัศน์แบบดั้งเดิม โดยรายได้ AVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 15 SVoD มีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 9 และ TVoD มีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 4 จากภาพรวมรายได้ทั้งหมด ทิศทางของกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีแนวโน้มไปสู่การรับชม Video on Demand บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ถึงแม้ว่าตลาดใหญ่ในปัจจุบันยังคงเป็นตลาด โทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ก็ตาม



รูปที่ 21 รายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา: IDATE, Ovum (B.E. 2561)

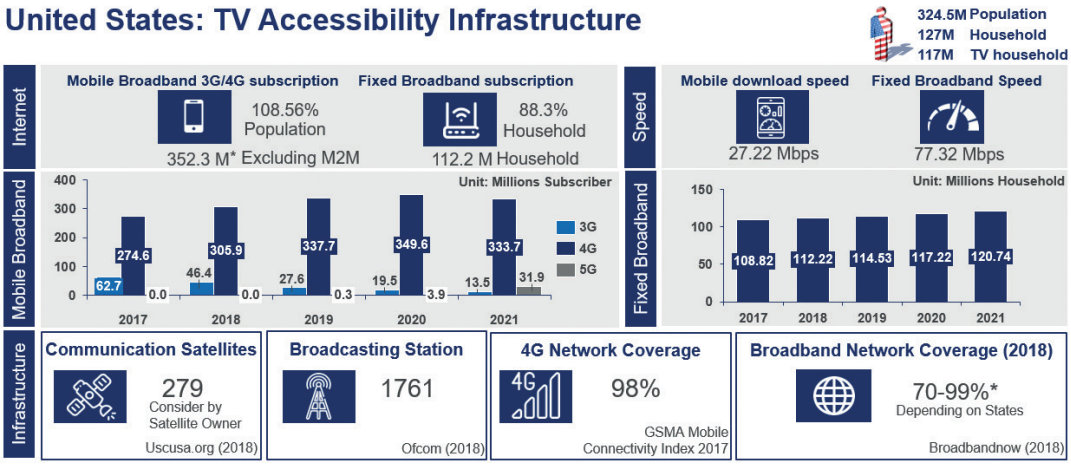
3.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา

3.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure): โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย ดาวเทียมที่ใช้สำหรับการสื่อสาร (Communication) เฉพาะดาวเทียมสัญชาติสหรัฐอเมริกา 279 ดวง (อ้างอิงจากฐานข้อมูลเกี่ยวกับดาวเทียมของ Union of Concerned Scientists (UCS) ในปี พ.ศ. 2561) สถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Broadcasting Station) ทั้งหมด 1,761 สถานี[71] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลของ FCC พ.ศ. 2561) ซึ่งดาวเทียมและสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน

[71] https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-355826A1.pdf

ในระบบดิจิทัลและการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งบริการ IPTV และบริการ OTT นั้นใช้โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและไร้สายร่วมกับโครงข่ายดาวเทียม (อ้างอิงรูปที่ 22)



รูปที่ 22 โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการเข้าถึงระบบโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา: GSMA (B.E 2560), Ovum, Broadbandnow, Statista, Hootsuite (B.E. 2561)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (Broadband Internet): หนึ่งในภารกิจหลักของหน่วยงานกำกับดูแล FCC คือ การวางแผนในการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศเพื่อประชาชน โดย FCC วางแผนสร้างโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ระดับชาติ (National Broadband Network) โดยเสนอโครงการ Connecting America: The National Broadband Plan[72] ให้รัฐสภาประเทศสหรัฐอเมริกาอนุมัติ ในเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งแผนนี้ได้ตั้งเป้าหมายสำคัญสำหรับการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ เพื่อให้ 100 ล้านครัวเรือนในประเทศสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่มีความเร็วอย่างน้อย 100 Mbps โดยประชากรทุกครัวเรือนทั่วประเทศต้องสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่มีความเร็วอย่างน้อย 25 Mbps และแต่ละชุมชนภายในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถานที่ราชการ ต้องสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่มีความเร็ว 1 Gbps ภายในปี พ.ศ. 2563

จากข้อมูลของ broadbandnow[73] ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบรนด์ในประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งหมด 2,615 ราย แบ่งเป็นผู้ให้บริการบนเทคโนโลยี xDSL จำนวน 891 ราย ผู้ให้บริการบนเทคโนโลยีสายทองแดง จำนวน 220 ราย ผู้ให้บริการบนเทคโนโลยีเคเบิล จำนวน 447 ราย ผู้ให้บริการบนเทคโนโลยี Fiber Optic จำนวน 1,205 ราย ผู้ให้บริการบนเทคโนโลยี Fixed Wireless จำนวน 1,492 ราย และผู้ให้บริการบนเทคโนโลยี Mobile Broadband จำนวน 54 ราย ทั้งนี้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ แต่ละรายให้บริการได้หลากหลายเทคโนโลยี โดยมีพื้นที่ครอบคลุมการให้บริการแตกต่างกันในแต่ละรัฐ

[72] https://transition.fcc.gov/national-broadband-plan/national-broadband-plan-executive-summary.pdf
[73] https://broadbandnow.com/All-Providers

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์รายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ AT&T, XFINITY และ Verizon Fios โดย AT&T เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบนเทคโนโลยี xDSL ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา ให้บริการอินเทอร์เน็ตครอบคลุมพื้นที่ 22 รัฐ สามารถรองรับการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชากรได้ถึง 121.8 ล้านคน ที่ความเร็วสูงสุด 100 Mbps นอกจากนี้ AT&T ยังให้บริการบนเทคโนโลยี Fiber Optic ที่มีพื้นที่ครอบคลุมการเข้าถึงบริการของประชากรได้ 15.2 ล้านคน ทั้งนี้ AT&T เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์รายแรกของโลกที่เริ่มให้บริการ Gigabit Broadband โดยเริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็ว 1 Gbps ครั้งแรกในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2557 บนเทคโนโลยี GPON สำหรับ XFINITY จาก Comcast เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบนเทคโนโลยีเคเบิลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา ให้บริการอินเทอร์เน็ตครอบคลุมพื้นที่ 39 รัฐ สามารถรองรับการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชากรได้ถึง 111.6 ล้านคน ที่ความเร็วสูงสุด 987 Mbps โดยเป็นการให้บริการผ่านโครงข่าย Hybrid Fiber-Coaxial (HFC) สำหรับ Verizon Fios เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบนเทคโนโลยี Fiber Optic ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยให้บริการอินเทอร์เน็ตครอบคลุมพื้นที่ 10 รัฐ สามารถรองรับการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประชากรได้ถึง 33.9 ล้านคน ที่ความเร็วสูงสุด 940 Mbps โดยเป็นการให้บริการผ่านโครงข่าย FTTH

Ovum คาดการณ์ถึงจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายในปี พ.ศ. 2561 ว่ามีจำนวน 112.2 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 88.3 ของจำนวนครัวเรือน และมีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 77.32 Mbps ในขณะที่จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 117.22 ล้านครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 (คิดเป็นร้อยละ 92.3 ของจำนวนครัวเรือน)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย (Mobile Broadband Internet): พื้นที่ให้บริการของโครงข่าย 3G และ 4G ในประเทศสหรัฐอเมริกาครอบคลุมถึงร้อยละ 99 และ ร้อยละ 98 ของจำนวนประชากรตามลำดับ ประเทศสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นผู้นำของโลกในการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G แม้ประเทศสหรัฐอเมริกาจะเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่แต่สามารถให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ครอบคลุมผู้ใช้บริการได้มากกว่าร้อยละ 98 ของจำนวนประชากร ทั้งนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2553 ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G/4G (ไม่รวมการเชื่อมต่อ M2M) จำนวน 352.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 108.56 ของจำนวนประชากร (จากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561) แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าคนละ 1 หมายเลข ทั้งนี้แบ่งเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G จำนวน 46.4 ล้านคน และผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G จำนวน 305.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 87 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.3 ในปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ตามโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G กำลังเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดในปี พ.ศ. 2563 โดยผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3.9 ล้านคน มีแนวโน้มเพิ่มเป็น 31.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2564 สำหรับความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 27.22 Mbps

การใช้งานอินเทอร์เน็ตและความเร็ว (Internet and Speed): ด้วยความพร้อมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายในประเทศสหรัฐอเมริกาส่งผลให้มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์จำนวนมาก ให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่หลากหลาย รวมไปถึงการให้บริการในรูปแบบ Fixed Wireless Broadband

เพื่อช่วยรองรับการใช้งานในพื้นที่ที่ไม่สามารถเข้าถึงบรอดแบนด์แบบมีสายได้ ประกอบกับการที่ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 87 ของประเทศใช้งานบนระบบ 4G ทำให้การรับชมรายการผ่านช่องทาง Online เช่น OTT มีความนิยมเพิ่มสูงขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยผู้ใช้บริการมีอินเทอร์เน็ตที่เร็วพอที่จะรับชมเนื้อหาวิดีโอที่มีคุณภาพดีได้

3.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มและนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์เป็นการมุ่งพัฒนาตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงอุปกรณ์รับชม เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงเป็นการเพิ่มประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้น สามารถพิจารณาแนวโน้มเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกาในรูปที่ 23

	Technology	Description	Impact Assessment				
			Service Provider			Customer	
			Bandwidth	Quality	Cost	Quality	Cost
Network	Broadband	▪ AT&T began offering internet speeds up to 500 Mbps with Gfast for 8 states. Since Gfast can be deployed with less necessary upgrades to the existing networks, several operators consider Gfast a more efficient option than FTTH.	●	●	●	●	●
Network	5G Network	▪ Fixed 5G is launched by Verizon with proprietary 5G technology on October 2018. AT&T has mobile 5G services available for select customers in some cities.	●	●	●	●	●
Network	Convergence Platform	▪ Satellite + VOD : DirecTV Hybrid Broadcast Broadband offer VOD connect through a unique DVR STB with Satellite	●	●	●	●	●
Transmission	DTT Broadcasting	▪ DTT in US start in 2009 with ATSC 1.0 standard. The new ATSC 3.0 standard is expected to be broadly launched by individual broadcasters beginning in 2020. New feature in ATSC 3.0 : Broadcasting and Streaming content, Return data path to broadcaster.	●	●	●	●	●
Transmission	Broadcasting Resolution	▪ DTT use SD and HD (2K). 4K will be supported in ATSC 3.0 standard DirecTV (Satellite) offers 3 Channels with 4K UHD resolution.	●	●	●	●	●
User	CPE	▪ VR/AR : NBC streamed more that 50 hours of live 360-degree video coverage of the 2018 Winter Olympics.				●	●

รูปที่ 23 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายบรอดแบนด์ (Broadband and 5G Network): ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์รายใหม่เริ่มให้บริการในรูปแบบของ Fixed Wireless Broadband โดยใช้เทคโนโลยีเฉพาะที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้ให้บริการ (Proprietary Fixed Wireless Broadband) มากยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยให้เข้าถึงผู้ใช้บริการที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและสามารถช่วยเพิ่มอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Verizon เปิดให้บริการ Verizon 5G Home บนเทคโนโลยี Fixed Wireless 5G ในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นบริการ 5G เชิงพาณิชย์แห่งแรกของโลก แม้ว่าจะใช้เทคโนโลยี 5G ที่เป็นเทคโนโลยีที่เป็นลิขสิทธิ์ของ Verizon แต่จะมีอัพเกรดเป็นมาตรฐาน 3GPP ในภายหลัง โดยมีการเปิดใช้งานในบางพื้นที่ เช่น Houston, Indianapolis, Los Angeles และ Sacramento ในขณะที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์รายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกาอย่าง AT&T ก็เริ่มนำเทคโนโลยี G.fast มาใช้งาน ทำให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์บนเทคโนโลยี xDSL สามารถใช้งานด้วยความเร็วสูงสุดถึง 500 Mbps โดยที่ผู้ใช้งานไม่จำเป็นจะต้องวางโครงข่ายใหม่ หรือเปลี่ยนเป็นสาย Fiber Optic

ในส่วนของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G นั้น หน่วยงาน FCC ได้จัดประมูลคลื่นความถี่ 28 GHz เพื่อนำมาใช้สำหรับเทคโนโลยี 5G ในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หลายรายต่างมีความพร้อมในการเปิดให้บริการระบบ 5G อาทิ AT&T เป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายแรกที่เปิดให้บริการโทรศัพท์มือถือ 5G ในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2561 ครอบคลุม

บางพื้นที่ในเขตเมืองที่สามารถใช้คลื่นความถี่สเปกตรัม mmWave (28 GHz, 39 GHz) และมีแผนให้บริการในพื้นที่อื่น ๆ รวมไปถึงเขตชานเมืองและชนบทโดยใช้คลื่นความถี่ย่านความถี่ต่ำต่อไป ทั้งนี้ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AT&T สามารถใช้งานได้ทันทีที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับการทำงานของเทคโนโลยี 5G ออกวางจำหน่าย สำหรับ T-Mobile มีใบอนุญาตคลื่นความถี่ย่านความถี่ต่ำ 600MHz ครอบคลุมทั่วประเทศ ดังนั้น T-Mobile จึงวางแผนขยายโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ทั่วประเทศภายในปี พ.ศ. 2562

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ (Convergence Platform): ผู้ให้บริการหลายรายเริ่มนำเอา Convergence Platform มาใช้เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการรับชม เช่น TiVo ได้พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อรองรับการทำงานร่วมกันระหว่างโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบสตรีมมิ่ง ช่วยให้ผู้ชมได้รับความสะดวกในการรับชมเนื้อหารายการที่บันทึกไว้จากทั้งผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและบริการสตรีมมิ่ง อาทิ Netflix, Hulu, Amazon Prime นอกจากนี้ยังมีบริการใหม่ ๆ เพิ่มเติม เช่น การแนะนำรายการ (Recommendation) การสั่งงานด้วยเสียง (Voice Control) ซึ่งสามารถรองรับการทำงานบนอุปกรณ์และหน้าจอต่าง ๆ ในขณะที่ DirecTV ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมชั้นนำในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ปรับใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสบการณ์การรับชมทีวีของผู้ชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมทำให้ผู้ชมจะสามารถชมช่องรายการปกติของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ในขณะเดียวกันก็สามารถรับชม DirecTV On Demand ซึ่งประกอบด้วย รายการย้อนหลัง ภาพยนตร์ ซีรีย์ รายการโชว์ หรือแม้กระทั่งการรับชมตัวอย่างรายการบางรายการได้ล่วงหน้าก่อนที่รายการจะออกอากาศจริง โดยผู้ชมต้องใช้กล่องรับสัญญาณ DirecTV DVR ที่เชื่อมต่อกับจานดาวเทียมร่วมกับอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT): ประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มการเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน จากระบบแอนาล็อก (Analog Terrestrial Television) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television หรือ DTT) ในปี พ.ศ. 2552 โดยใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ ATSC 1.0 ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560 หน่วยงาน FCC ได้อนุมัติมาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ ATSC 3.0 ซึ่งเป็นระบบที่ถูกออกแบบเป็นมาตรฐานของโทรทัศน์ในอนาคต (Next generation TV Standard) เพื่อเป็นการยกระดับประสบการณ์การรับชมโทรทัศน์ผ่านการแพร่ภาพกระจายเสียงแบบเดิม ทั้งนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการแพร่ภาพกระจายเสียงและการทำงานของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ซึ่งเพิ่มการทำงานในส่วนของการส่งข้อมูลกลับไปยังผู้ให้บริการเพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถรับชมเนื้อหาได้หลากหลาย สามารถโต้ตอบสื่อสารกับผู้ให้บริการได้ (Interactive) รวมทั้งสามารถให้บริการใหม่ ๆ เช่น การรับชมภาพที่ความละเอียดสูง (UHD) การรับชมโฆษณาแบบเฉพาะเจาะจง (Personalized Advertisement) และในอนาคตจะสามารถเชื่อมต่อกับระบบอื่น ๆ ได้ เช่น โครงสร้างพื้นฐานของเมืองอัจฉริยะ (Smart City Infrastructure) หรือกระทั่งเชื่อมต่อกับยานพาหนะ (Connected Vehicle) มาตรฐานใหม่นี้คาดว่าจะมีการเริ่มใช้งานได้ในปี พ.ศ. 2562 โดยผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์จะต้องสามารถรองรับการทำงานของมาตรฐาน ATSC 1.0 และ ATSC 3.0 ได้พร้อมกัน

การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชมโทรทัศน์ (Customer-Premises Equipment: CPE): ผู้ให้บริการ Pay-TV มีการปรับตัวโดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การผนวก OTT Video Application เข้ากับกล่องรับสัญญาณของตนเอง หรือการพัฒนาบริการ OTT และ TV Everywhere Application เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของผู้ชมที่ต้องการรับชมเนื้อหารายการได้ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ (Multiscreen) นอกจากนี้ผู้ให้บริการ Pay-TV หลายรายพยายามสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในการรับชมให้กับผู้ชมโทรทัศน์ เช่น NBC ใช้ Intel True VR technology เพื่อทำการถ่ายทอดสดโอลิมปิกฤดูหนาวปี พ.ศ. 2561 ในรูปแบบของ VR (Virtual Reality)[74] ด้วยความยาวกว่า 50 ชั่วโมง ให้กับสมาชิก Pay-TV ซึ่งเป็นการถ่ายทอดสดให้กับผู้รับชมในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก โดยผู้ชมสามารถรับชมได้ผ่านอุปกรณ์รับชม VR เช่น Windows Media Reality headsets, Samsung Gear VR, Google Daydream headsets เป็นต้น

3.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา

3.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (Regulatory Body): หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา คือ คณะกรรมการกลางกำกับดูแลกิจการสื่อสาร (Federal Communications Commission: FCC) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ขึ้นตรงกับรัฐสภา จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการสื่อสาร พ.ศ. 2477 (The Communications Act 1934)[75] มีอำนาจหน้าที่บริหารและบังคับใช้กฎหมายด้านการสื่อสาร (Communications Law) ที่ออกโดยรัฐสภา รวมถึงมีหน้าที่ออกประกาศใช้กฎระเบียบและข้อกำหนดต่าง ๆที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมการสื่อสารระหว่างรัฐและระหว่างประเทศ ผ่านระบบวิทยุโทรทัศน์ ดาวเทียม และเคเบิล รวมทั้งโทรคมนาคม ครอบคลุมทั้งหมด 50 รัฐ (อ้างอิง รูปที่ 24) หน่วยงาน FCC มีภารกิจหลัก 4 ประการ ได้แก่

1) การลดความเลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยี (Digital Divide) ด้วยการลดภาระค่าใช้จ่ายในการติดตั้งโครงข่ายบรอดแบนด์ของผู้ประกอบการ รวมถึงส่งเสริมให้ขยายการติดตั้งและการให้บริการในพื้นที่ห่างไกล

2) การสนับสนุนด้านการนำเทคโนโลยีและรูปแบบบริการใหม่มาใช้และให้บริการแก่ประชาชน

3) การคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) และการรักษาความปลอดภัยสาธารณะ (Public Safety)

4) การปฏิรูประเบียบภายในของหน่วยงาน FCC เพื่อปรับปรุงกระบวนการวินิจฉัยสั่งการและการบังคับใช้

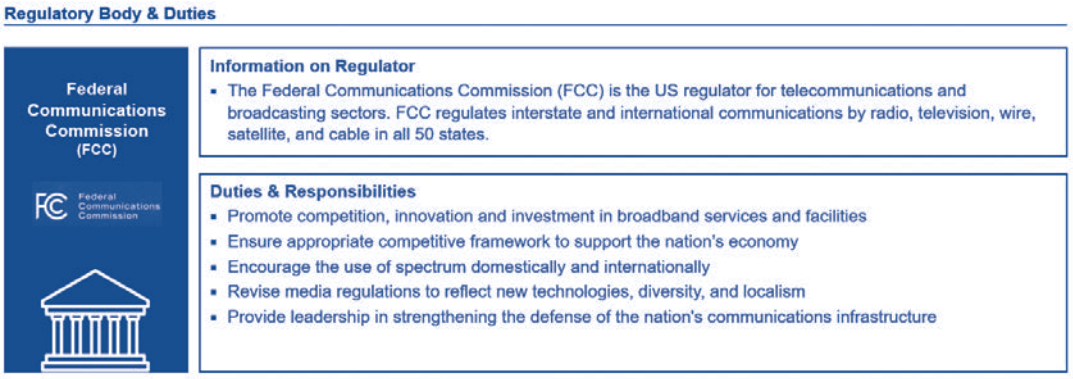
หน่วยงาน FCC ประกอบด้วยกรรมการ 5 คน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและออกกฎเกณฑ์ ประกอบด้วย ประธานบริหาร (Chairman) และกรรมาธิการ (Commissioner) จำนวน 4 ตำแหน่ง ที่แต่งตั้งโดยประธานาธิบดีและวุฒิสภา มีวาระการดำเนินงานทั้งหมด 5 ปี ได้รับมอบหมายงานจากกระทรวงยุติธรรมสหรัฐ (United States Department of Justice: DOJ) คณะกรรมการการค้าแห่งประเทศ

[74] Virtual reality หรือ VR คือการจาลองสภาพแวดล้อมจริงเข้าไปให้เสมือนจริง ทาให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้เข้าไปชมภายในสถานที่จริง และสามารถเลือกมุมในการรับชมได้ 360 องศา เป็นการเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหาให้มีความแปลกใหม่ ทั้งนี้ผู้ชมจะต้องมีอุปกรณ์เพิ่มเติมในการรับชมรายการในรูปแบบของ VR เช่น VR Headset

[75] NTIA มีหน้าที่หลักในการกากับดูแลการใช้งานด้านความถี่ของผู้ใช้งานในส่วนรัฐบาลกลาง (Federal users)

สหรัฐอเมริกา (Federal Trade Commission: FTC) สำนักบริหารข้อมูลข่าวสารและโทรคมนาคมแห่งชาติ (National Telecommunication and Information Administration: NTIA)[75] ซึ่งเป็นหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ประเทศสหรัฐอเมริกา (United States Department of Commerce) และถูกควบคุมด้วยกระบวนการทางศาลและมีการตรวจสอบโดยอำนาจตุลาการที่ประธานาธิบดีสามารถร้องขอให้ศาลระดับรัฐบาลกลาง (Federal Court) สามารถตรวจสอบข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงาน FCC ว่าขัดต่อรัฐธรรมนูญหรือรัฐบัญญัติหรือไม่

เครื่องมือหลักของหน่วยงาน FCC ที่ใช้ในการกำกับดูแล ได้แก่ กระบวนการ “Notice and Comment” ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปสามารถพิจารณาและแสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ ที่มีการประกาศโดยหน่วยงาน FCC โดยมี 7 สำนักงาน และ 10 หน่วยงานที่มีหน้าที่รองรับและสนับสนุนกระบวนการดังกล่าวโดยตรง



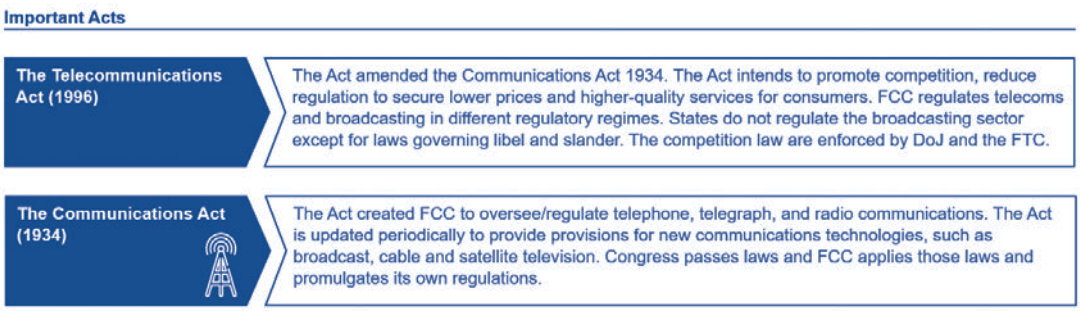
รูปที่ 24 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ที่มา: FCC

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): หน่วยงาน FCC มีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังนี้

- ส่งเสริมการแข่งขัน นวัตกรรม และการลงทุน ในบริการบรอดแบนด์และโครงข่ายบรอดแบนด์
- สร้างกรอบการแข่งขันที่เหมาะสมเพื่อช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศ
- ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
- ทบทวนและแก้ไขการกำกับดูแลเกี่ยวกับสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีรวมทั้งความหลากหลายของเชื้อชาติ (diversity) และความเป็นท้องถิ่นนิยม (localism)
- ทำหน้าที่เป็นผู้นำในการส่งเสริมและป้องกันโครงสร้างพื้นฐานในการสื่อสารของประเทศ

3.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล

กฎหมายระดับพระราชบัญญัติที่สำคัญ และเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในปัจจุบัน พิจารณาได้จากรูปที่ 25 ดังต่อไปนี้



รูปที่ 25 กฎหมายแม่บทที่สำคัญ
ที่มา: FCC

- **พระราชบัญญัติการสื่อสารโทรคมนาคม พ.ศ. 2539 (The Telecommunications Act 1996):** พระราชบัญญัตินี้ได้ถูกแก้ไขเพิ่มเติมจากพระราชบัญญัติการสื่อสาร พ.ศ. 2477 (The Communication Act 1934) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแข่งขันรวมไปถึงการผ่อนปรนข้อบังคับและการกำกับดูแลเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม สำหรับหน่วยงานปกครองของแต่ละรัฐไม่ได้ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ยกเว้นในกรณีของกฎหมายที่เกี่ยวกับหมิ่นประมาท สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวกับการแข่งขันถูกบังคับใช้โดยกระทรวงยุติธรรมสหรัฐและคณะกรรมการการค้าแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา
- **พระราชบัญญัติการสื่อสาร พ.ศ. 2477 (The Communications Act 1934):** พระราชบัญญัติดังกล่าวนี้ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงาน FCC เพื่อควบคุมดูแลกิจการ โทรศัพท์ โทรเลข และการสื่อสารทางวิทยุ พระราชบัญญัติดังกล่าวได้รับการปรับปรุงเป็นระยะเพื่อให้บทบัญญัติรองรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ รวมถึงการแพร่ภาพกระจายเสียง โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยรัฐสภาได้อนุมัติกฎหมายเพื่อให้หน่วยงาน FCC นำไปบริหารและบังคับใช้งาน

หน่วยงาน FCC มีหลักการทำงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความโปร่งใส เปิดโอกาสให้ตัวแทนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคอุตสาหกรรม ผู้บริโภค และนักวิชาการ เข้ามามีส่วนร่วมพิจารณาให้ความเห็นในกรณีที่จะมีการเปลี่ยนแปลงกฎใด ๆ โดยมีการเสนอในรูปแบบของการแจ้งเตือนและแสดงความเห็น (Notice of Proposed Rule Making: NPRM) โดยจะมีกรอบระยะเวลาให้สาธารณะชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ เช่น หน่วยงาน FCC ได้ออกประกาศเรื่องการทบทวนคำนิยามของ MVPD (Multichannel Video Programming Distributor)[76] ที่ปัจจุบันได้นิยามไว้ในมาตรา 602 (13) ของพระราชบัญญัติ Telecommunication Acts (1996) โดยหน่วยงาน FCC ได้เสนอให้เปลี่ยนคำนิยามของ MVPD เนื่องจากปัจจุบันการส่งสัญญาณวิดีโอไม่ได้เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเฉพาะเช่น โทรทัศน์ สายเคเบิล หรือดาวเทียมอีกต่อไป คำจำกัดความที่เสนอใหม่ของ MVPD รวมถึงผู้ให้บริการที่ทำรายการวิดีโอสตรีมมิ่งผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย ทั้งนี้หน่วยงาน FCC ได้ขอความเห็นจากสาธารณชนเกี่ยวกับประโยชน์รวมไปถึงผลกระทบที่มีต่อ MVPD,

[76] https://www.fcc.gov/fcc-invites-public-comment-updating-definition-multichannel-video-programming-distributor

ผู้บริโภค รวมทั้งเจ้าของเนื้อหาของแต่ละคำจำกัดความที่ได้นำเสนอ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปอย่างเป็นทางการจากหน่วยงาน FCC

3.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์

3.3.3.1 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing Framework)

หน่วยงาน FCC วางกรอบและกำหนดระบบการออกใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงการไม่เลือกปฏิบัติ ขั้นตอนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการคำนึงถึงประสิทธิภาพในการใช้คลื่นความถี่ และการเข้าถึงของประชาชนเป็นสำคัญ เป็นผลให้ระบบการประมูล[77] ถูกนำมาใช้ในการออกใบอนุญาต เนื่องจากเป็นวิธีที่เป็นกลาง มีความโปร่งใส และสามารถสร้างรายได้ให้กับภาครัฐ โดย FCC มีความระมัดระวังในการกำหนดกฎกติกาไม่ให้ผู้ประมูลรวมตัวกันหาผลประโยชน์ ด้วยการกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้สมัครก่อนให้เข้าประมูล และหากต้องการรวมตัวกันเป็นหุ้นส่วนก็ต้องแจ้งต่อหน่วยงาน FCC และต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย ในปี พ.ศ. 2559 หน่วยงาน FCC ได้สร้างระบบการประมูลที่เรียกว่า Incentive Auction[78] มีวัตถุประสงค์ในการเวนคืนคลื่นความถี่จากกิจการโทรทัศน์เพื่อนำไปใช้สำหรับการให้บริการสื่อสารอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย โดยสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ถือครองคลื่นความถี่สามารถนำคลื่นความถี่ที่ถืออยู่ไปประมูลใหม่ หรือสละคลื่นเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งตอบแทนในการประมูล ซึ่งผลของการประมูลในปี พ.ศ. 2560 ทำให้สามารถจัดสรรคลื่นความถี่ได้ 84 MHz และสามารถเปลี่ยนผ่านช่องสัญญาณให้เสร็จสิ้นภายในปี พ.ศ. 2563[79]

พระราชบัญญัติ The Communications Act 1934 ได้กำหนดเรื่องการขอใบอนุญาตในการใช้หรือดำเนินงานสถานีหรือเครื่องมืออุปกรณ์ใด ๆ เพื่อการส่งสัญญาณแพร่ภาพและกระจายเสียง และได้กำหนดให้สถานีโทรทัศน์ (Television Station) ที่แพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ต้องขอ “ใบอนุญาตในการประกอบการสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียง” จากหน่วยงาน FCC ซึ่งได้จำแนกประเภทของสถานีและวางกรอบรายละเอียดไว้ อาทิ การจำแนกสถานีโทรทัศน์แบบสถานีโทรทัศน์กำลังส่งสูง (Full Power Television Station) ที่สามารถแพร่ภาพในระดับไกล สถานีโทรทัศน์ชุมชนหรือสถานีโทรทัศน์กำลังส่งต่ำ (Low Power Television Station: LPTV) ที่สามารถแพร่ภาพได้ที่ระยะทางประมาณ 20 ไมล์[80] รวมถึงสถานีประเภท TV Translator Station ที่เป็นสถานีแพร่ภาพซ้ำ (Rebroadcast) จากสถานีที่ผลิตรายการและสถานีประเภท Class A Television Station ที่เป็นสถานีที่ตั้งขึ้นเฉพาะกิจสำหรับชุมชนในช่วงเวลาหนึ่ง ตามพระราชบัญญัติการแพร่ภาพและกระจายเสียงระดับชุมชน พ.ศ. 2542 (Community Broadcasters Act of 1999)[81] โดยหน่วยงาน FCC ได้กำหนดนโยบายสนับสนุนด้านการอนุญาตแพร่ภาพออกอากาศให้กับผู้ประกอบการสื่อท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาด เช่น การไม่บังคับให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนหรือสถานีโทรทัศน์กำลังส่งต่ำ (LPTV) เสนอรายการเพื่อสาธารณะเท่ากับสถานีโทรทัศน์กำลังส่งสูง (Full Power Television Station) เป็นต้น นอกจากนี้ หน่วยงาน FCC ยังมีการจัดสรร

[77] www.fcc.gov/auctions
[78] www.fcc.gov/about-fcc/fcc-initiatives/incentive-auctions
[79] www.fcc.gov/about-fcc/fcc-initiatives/incentive-auctions/transition-schedule
[80] Concept and Legal Rules in Broadcasting Law, Akrwij NgernKorn, Thammasat University (2546)
[81] www.fcc.gov/media/radio/how-to-apply#Television

ช่องโทรทัศน์ในส่วนกลางและในส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศโดยคำนวณจากฐานจำนวนประชากร ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนความหลากหลายของเชื้อชาติของประเทศ และการรักษาความสมดุลระหว่างความมั่นคง การเผยแพร่ความเป็นอเมริกัน และเสรีภาพของสื่อสารมวลชน โดยในส่วนใบอนุญาตสำหรับสถานีโทรทัศน์กำลังส่งสูง (Full Power Television Station) ทางหน่วยงาน FCC ได้มีการแบ่งประเภทใบอนุญาตออกเป็นแบบ Commercial และแบบ Non-Commercial Educational (NCE) ซึ่งในส่วนใบอนุญาตที่เป็นแบบ NCE จะไม่อนุญาตให้สถานีที่ได้รับใบอนุญาตประเภทดังกล่าวเผยแพร่โฆษณาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับค่าตอบแทนที่เป็นการแลกเปลี่ยนสำหรับการสนับสนุนสินค้าหรือบริการ การแสดงความคิดเห็นที่ส่งผลกระทบกับคนหมู่มาก หรือการสนับสนุนผู้สมัครในการชิงตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ[82]

ส่วนการยื่นขอใบอนุญาตสำหรับทำการแพร่ภาพและกระจายเสียง กรณีการแพร่ภาพและกระจายเสียงโดยตรงผ่านดาวเทียม (Direct Broadcast Satellite: DBS) หรือผ่านระบบสายเคเบิลนั้น ผู้ประกอบกิจการจะต้องดำเนินการโดยไม่เป็นการเฉพาะเจาะจงผู้รับรายการ ซึ่งปัจจุบันทางหน่วยงาน FCC ก็ได้พยายามผ่อนปรนกฎระเบียบลง (Deregulation) โดยปล่อยให้กลไกตลาดเป็นตัวตัดสินว่าระบบไหนเหมาะสมกับการให้บริการ

สำหรับผู้ให้บริการอุปกรณ์รับสัญญาณ (Receiver Equipment) ทางหน่วยงาน FCC ไม่ได้วางข้อกำหนดในเรื่องการขอใบอนุญาตแต่อย่างใด ทั้งนี้ก็เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นของผู้ประกอบการ และเพื่อส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การลงทุน และผลประโยชน์ต่อผู้บริโภค

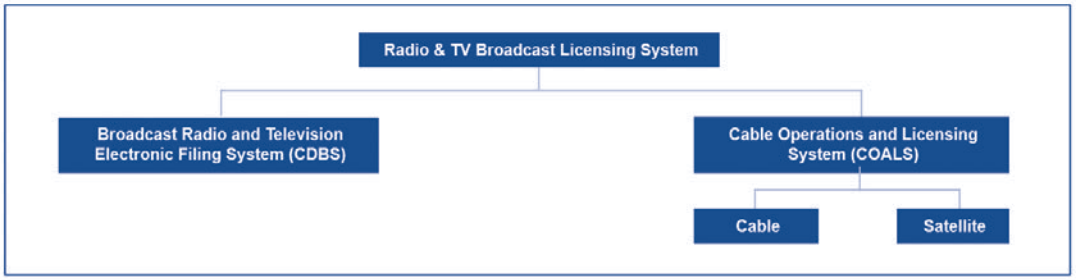
หน่วยงาน FCC ได้จัดทำระบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกระบวนการขอใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการโทรทัศน์ (อ้างอิง รูปที่ 26) ได้แก่

- Broadcast Radio and Television Electronic Filing System (CDBS) เป็นช่องทางการยื่นเอกสารการขอใบอนุญาตสำหรับสื่อมวลชน (Mass Media) เพื่อประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งทางหน่วยงาน FCC มีแผนที่จะยกเลิกระบบนี้และแทนที่ด้วยระบบใหม่ที่ชื่อว่า Licensing and Management System (LMS)[83]

- Cable Operations and Licensing System (COALS) เป็นช่องทางการยื่นเอกสารการขอใบอนุญาต สำหรับผู้ให้บริการเคเบิล (Cable Operator) และผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์หลายช่องรายการ (Multichannel Video Programming Distributor: MVPD) ที่สามารถให้บริการผ่านระบบสายเคเบิลหรือระบบดาวเทียม หมายรวมถึง ผู้ให้บริการการแพร่ภาพและกระจายเสียงโดยตรงผ่านดาวเทียม (DBS)[84] และผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV[85] นอกเหนือจากนี้ ระบบยังรองรับการยื่นเอกสารการขอใบอนุญาตสำหรับผู้ให้บริการสถานี Cable Television Relay Service (CARS) ซึ่งเป็นระบบการเชื่อมต่อด้วยย่านไมโครเวฟ (12.70 ถึง 13.20 GHz)[86] แบบ Point-to-Point หรือ Point-to-Multipoint ที่ไม่สามารถให้บริการลูกค้าปลายทางได้โดยตรง แต่เป็นสถานีที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการเคเบิล (Cable Operator) หรือผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์หลายช่องรายการ (MVPD)

---

[82] www.fcc.gov/media/radio/nature-of-educational-broadcasting
[83] www.fcc.gov/media/filing-systems-and-databases
[84] www.fcc.gov/media/engineering/cable-television
[85] www.fcc.gov/document/fy-2013-regulatory-fees-report-order
[86] Electronic Code of Federal Regulations, Section 78.18 - Frequency assignments (2019).



รูปที่ 26 ระบบสนับสนุนการขอใบอนุญาตในประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา: FCC

3.3.3.2 หลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์

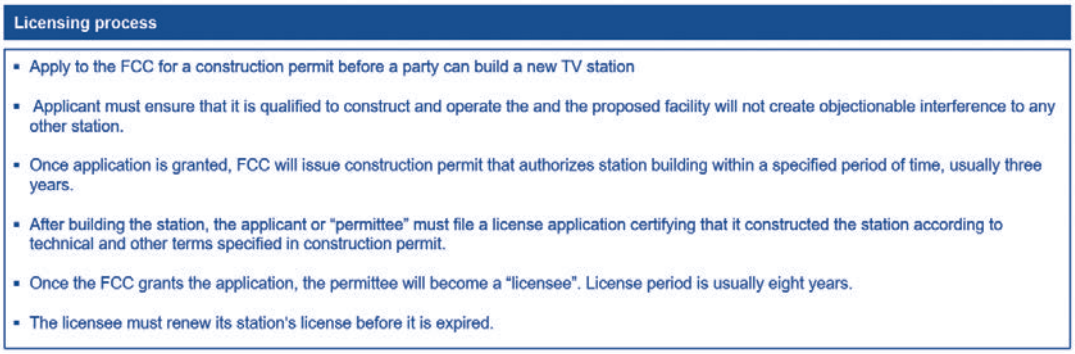
ในการพิจารณาการออกใบอนุญาตหรือต่อใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ หน่วยงาน FCC จะพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกหรือเป็นความจำเป็นของประชาชน โดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) เป็นเกณฑ์

การขอใบอนุญาตในการประกอบกิจการสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียงในแบบต่าง ๆ ผู้ประกอบการต้องยื่นขอใบอนุญาตผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดทำขึ้นเฉพาะ โดยหน่วยงาน FCC จะดำเนินการตรวจสอบเอกสารและพิจารณาตามประเภทของการขอใบอนุญาต ว่าเป็นแบบการขอเพื่อสร้างสถานีใหม่ หรือการขอเพื่อแก้ไขหรือต่ออายุใบอนุญาต หรือการขายสถานี โดยการพิจารณาจะคำนึงถึงความครบถ้วนของคุณสมบัติ และประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก

การขอใบอนุญาตเพื่อสร้างสถานีใหม่ โดยทั่วไปจะเริ่มจากผู้ประกอบการต้องยื่นคำขออนุญาตต่อหน่วยงาน FCC เกี่ยวกับสิ่งปลูกสร้าง (Construction Permit) ก่อนที่จะเริ่มสร้างสถานีโทรทัศน์ โดยต้องแสดงคุณสมบัติเบื้องต้น ข้อกำหนดทางเทคนิค ขั้นตอนในการก่อสร้างและดำเนินการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่กำหนด และการยืนยันเกี่ยวกับการไม่ส่งผลกระทบต่อสถานีอื่น ๆ และหลังจากที่ได้รับการอนุญาตจาก FCC ผู้ประกอบการจึงจะสามารถเริ่มดำเนินการก่อสร้างสถานีได้และจะต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 3 ปี เมื่อสถานีได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ ผู้ประกอบการต้องมายื่นคำขอรับใบอนุญาตในการประกอบการสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียงอีกครั้ง และต้องแสดงหลักฐานผลการก่อสร้างตามมาตรฐานและเงื่อนไขที่กำหนด ทั้งนี้ ใบอนุญาตดังกล่าวจะมีอายุไม่เกิน 8 ปี และสามารถต่ออายุได้อีกไม่เกิน 8 ปี นับจากวันหมดอายุของใบอนุญาตฉบับแรก ตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติ The Communications Act 1934 มาตรา 307 (อ้างอิง รูปที่ 27)

ส่วนการขอใบอนุญาตสำหรับทำการแพร่ภาพและกระจายเสียง สำหรับโครงข่ายเพื่อการแพร่ภาพและกระจายเสียงโดยตรงผ่านดาวเทียม (DBS) กำหนดให้ผู้ยื่นขอแสดงประเภทบริการ เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการดำเนินการแจ้งต่อภาคสาธารณะ (Public Notice) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนภายในเวลา 45 วัน หลังจากวันที่ได้รับการอนุญาตจาก FCC ผู้ประกอบการต้องติดตั้งระบบ พร้อมตรวจสอบและประเมิน (Due Diligence) โครงสร้างของระบบในทุกขั้นตอนระหว่างการติดตั้ง โดยต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 1 ปีหลังจากวันที่ได้รับใบอนุญาต และต้องเริ่มให้บริการภายใน 6 ปี หลังจากวันที่ดำเนินการติดตั้งเสร็จสิ้น ทั้งนี้ ใบอนุญาตที่ได้ในแต่ละครั้งจะมีอายุไม่เกิน 5 ปี

ตามระเบียบที่กำหนดใน Code of Federal Regulations[87] ส่วนการให้บริการผ่านระบบสายเคเบิลโดยผู้แทนจำหน่าย (Cable Franchise) ผู้ประกอบการต้องแสดงข้อมูลของพื้นที่การให้บริการ ความจุของช่องสัญญาณ เอกสารอนุญาตในการใช้สายเคเบิลตามสิทธิแห่งทางที่ได้รับจากการเป็นผู้แทนจำหน่าย ข้อเสนอด้านค่าตอบแทน (Franchise Fee) และข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งในกรณีที่ผู้ประกอบการมีเอกสารอนุญาตในการใช้สายเคเบิลอยู่แล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบในการพิจารณาใบอนุญาตในแต่ละท้องที่ ซึ่งก็คือหน่วยงาน Local Franchising Authorities (LFAs) ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นที่ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ให้บริการเคเบิล (Cable Operator) ตามมาตรา 621 ของพระราชบัญญัติการสื่อสาร พ.ศ. 2477 (The Communications Act 1934)[88] จะเป็นผู้พิจารณาการออกใบอนุญาตภายใน 90 วันหลังจากวันที่ยื่นเรื่องขอใบอนุญาต และ ในกรณีที่ไม่มีเอกสารอนุญาตดังกล่าว หน่วยงาน LFAs จะใช้เวลาในการพิจารณาภายใน 180 วัน[89] หลังจากวันที่ยื่นเรื่องการขอใบอนุญาต ซึ่งใบอนุญาตที่ได้จะมีอายุระหว่าง 5 - 15 ปี[90] ขึ้นอยู่กับผลการเจรจา ทั้งนี้ทางหน่วยงาน FCC ได้มีการควบคุมคุณภาพของการให้บริการโทรทัศน์ผ่านระบบสายเคเบิลไว้ โดยกำหนดให้ผู้ให้บริการเคเบิล (Cable Operator) ที่มีผู้ใช้บริการมากกว่า 1,000 รายต้องส่งผลการทดสอบคุณภาพทุกครึ่งปี[91] เพื่อควบคุมคุณภาพการให้บริการ



รูปที่ 27 ขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต
ที่มา: FCC

พระราชบัญญัติ The Communications Act 1934 มาตรา 310 ได้กำหนดเงื่อนไขการออกใบอนุญาตว่าด้วยเรื่องการถือครองทรัพย์สินโดยนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign Ownership) โดยจำกัดสัดส่วนการถือครองไว้ไม่เกินร้อยละ 25 ของมูลค่าการลงทุนทั้งหมด ซึ่งการพิจารณาดังกล่าวจะถูกตรวจสอบอย่างเข้มงวดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ กระทรวงยุติธรรมสหรัฐ (United States Department of Justice: DOJ) สำนักงานสอบสวนกลาง (Federal Bureau of Investigation: FBI) และกระทรวงความมั่นคงแห่งมาตุภูมิ (Department of Homeland Security) ในประเด็นความมั่นคง (National Security)

[87] Code of Federal Regulations, Title 47 – Telecommunication, Section 100.17 – License term
[88] www.fcc.gov/document/implementation-section-621a1-cable-communications-policy-act-2
[89] Code of Federal Regulations, Title 47 – Telecommunication, Section 76.41 – Franchise application process
[90] FCC Fact Sheet, docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-353963A1.pdf (2018)
[91] Code of Federal Regulations, Title 47 – Telecommunication, Section 76.601 – Performance tests

การบังคับใช้กฎหมาย (Law Enforcement) และความปลอดภัยสาธารณะ (Law Enforcement)[92] อย่างไรก็ตาม ใบอนุญาตการประกอบกิจการระบบแพร่ภาพและกระจายเสียงโดยตรงผ่านดาวเทียม (DBS) ที่มีเจ้าของหรือการควบคุมที่กระทำโดยชาวต่างชาติจะไม่ได้รับอนุญาต[93]

หลักเกณฑ์และขั้นตอนการออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกาโดย FCC มีความสะดวก อิสระ คล่องตัว และเป็นเสรี โดยอาศัยให้กลไกตลาดเป็นตัวตัดสินและการให้ใบอนุญาตก็เป็นไปตามพื้นฐานของความครบถ้วนในด้านคุณสมบัติของผู้ยื่นขอใบอนุญาตเองมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการสร้างและการดำเนินงาน โดยเฉพาะในช่วงการเปิดให้บริการในช่วงแรกๆ และการปฏิบัติตามมาตรฐานทางด้านเทคนิคที่ต้องคำนึงถึงคุณภาพของสัญญาณ การครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ การป้องกันการแทรกแซงสัญญาณรบกวน (Interference) ระหว่างสถานีรวมถึงผู้ใช้บริการด้านการสื่อสารทั่วไป อย่างไรก็ตาม มาตรฐานหรือข้อกำหนดที่กำกับโดยหน่วยงาน FCC ไม่ได้ครอบคลุมการกำหนดลักษณะของระบบหรือบริการ เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานหรือข้อกำหนดที่เฉพาะเจาะจงมากจนเกินไปจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงการคิดค้นบริการใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีในอนาคต

3.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างรูปแบบการให้บริการแบบดั้งเดิมและแบบ OTT สามารถพิจารณาได้จากมิติด้านการออกใบอนุญาต (Licensing) ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions) การควบคุมกิจการ (Control) และการคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection) รูปที่ 28 และรูปที่ 29 แสดงถึงการเปรียบเทียบการกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT ในมิติต่าง ๆ กล่าวคือ

3.3.4.1 การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing)

การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจะต้องได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยหน่วยงาน FCC จะออกใบอนุญาตเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกหรือเพื่อความจำเป็นของประชาชน โดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ (public interest)[94] ส่วนพระราชบัญญัติ The National Defense Authorization Act (NDAA) ประจำปี พ.ศ. 2562 ได้กำหนดให้สื่อต่างชาติที่มีที่ตั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา และทำการผลิตหรือเผยแพร่วิดีโอ (ตามที่กำหนดไว้ใน มาตรา 602(13) ของพระราชบัญญัติ The Communications Act 1934) ให้กับผู้ชมในประเทศสหรัฐอเมริกา หรือกรณีที่สื่อเป็นตัวแทนของรัฐบาลต่างประเทศ โดยจะต้องรายงานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับบริษัทผู้ว่าจ้างต่างประเทศกับ FCC ทุก ๆ 6 เดือน[95] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT ยังไม่มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการ OTT ต้องมีใบอนุญาตในการดำเนินการ

---

[92] www.ictregulationtoolkit.org/practice_note?practice_note_id=1803
[93] Code of Federal Regulations, Title 47 – Telecommunication, Section 100.11 – Eligibility
[94] https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting
[95] https://www.fcc.gov/united-states-based-foreign-media-outlets

การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (License Fee): ในส่วนการจัดเก็บค่าธรรมเนียม หน่วยงาน FCC ได้กำกับดูแลคลื่นความถี่ โดยมีอำนาจในการกำหนดค่าธรรมเนียมสำหรับผู้รับอนุญาตแต่ละราย และมีการจัดสรรคลื่นความถี่ผ่านการประมูลตามเงื่อนไขและเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยอัตราค่าธรรมเนียมรายปีประจำปี พ.ศ. 2561[96] สำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีเริ่มต้นที่ 49,750 ดอลลาร์สหรัฐ สถานีโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี 1,500 ดอลลาร์สหรัฐ สถานีโทรทัศน์แบบ Low Power Television (LPTV)[97] และ Class A Television[98] ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี 380 ดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายต่าง ๆ จะเสียค่าธรรมเนียมรายปีตามจำนวนผู้ใช้บริการ โดยผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี 0.77 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อจำนวนผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปี 0.48 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อจำนวนผู้ใช้บริการ

3.3.4.2 ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions)

การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีการจำกัดการถือหุ้นจากนักลงทุนต่างชาติซึ่งระบุในมาตรา 310 ของพระราชบัญญัติ Communications Act 1934 ว่าผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องไม่เป็นคนต่างชาติ โดยหากเป็นบริษัทจะต้องมีผู้ถือหุ้นต่างชาติ (สิทธิในการออกเสียง) ไม่เกินหนึ่งในห้า และหากเป็นบริษัทลูกที่ถูกควบคุมโดยทางตรงหรือทางอ้อมจากอีกบริษัทหนึ่ง ห้ามมีผู้ถือหุ้นชาวต่างชาติมากกว่าร้อยละ 25[99]

การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross Media Ownership): หน่วยงาน FCC จะมีการกำหนดทบทวนข้อกำหนดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อทุก ๆ 4 ปี โดยประกาศครั้งล่าสุด เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ได้มีการยกเลิกข้อกำหนดการจำกัดการเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อระหว่างหนังสือพิมพ์กับกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง (รวมทั้งวิทยุและโทรทัศน์) รวมทั้งการเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อระหว่างวิทยุและสถานีโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม หน่วยงาน FCC ได้มีการกำหนดห้ามมิให้มีการควบรวมกิจการระหว่างผู้ให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ อันได้แก่ ช่อง ABC, ช่อง CBS, ช่อง Fox และ ช่อง NBC[100] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลเรื่องนี้

ข้อจำกัดด้านการโฆษณา (Advertisement): มีการกำหนดระยะเวลาการโฆษณาสำหรับรายการเกี่ยวกับเด็กที่อายุต่ำกว่า 12 ปี ตามพระราชบัญญัติ Children's Television Act 1990 โดยจำกัดเพียง 10.5 นาที ต่อชั่วโมง ในวันหยุดสุดสัปดาห์ และ 12 นาที ต่อชั่วโมงในวันธรรมดา[101] นอกจากนี้กฎหมายของรัฐบาลกลางห้ามการออกอากาศโฆษณาเกี่ยวกับสลากกินแบ่ง (Lottery) หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสลากกินแบ่ง ยกเว้นสลากกินแบ่งที่ดำเนินการโดยแต่ละรัฐและโฆษณาออกอากาศโดยสถานีที่ได้รับอนุญาตให้ใช้

---

96 https://www.fcc.gov/document/fy-2018-regulatory-fees-nprm

97 สถานีโทรทัศน์ชุมชนหรือสถานีโทรทัศน์กำลังส่งต่ำซึ่งสามารถแพร่ภาพได้ที่ระยะทางประมาณ 20 ไมล์

98 สถานีที่ตั้งขึ้นเฉพาะกิจสำหรับชุมชนในช่วงเวลาหนึ่ง

99 https://www.fcc.gov/general/foreign-ownership-rules-and-policies-common-carrier-aeronautical-en-route-and-aeronautical

100 https://www.fcc.gov/consumers/guides/fccs-review-broadcast-ownership-rules

101 https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting#CHILDREN

102 https://www.fcc.gov/consumers/guides/broadcasting-contests-lotteries-and-solicitation-funds

ออกอากาศภายในรัฐนั้น[102] รวมไปถึงการห้ามไม่ให้มีการโฆษณาบุหรี่ ซิการ์ ยาสูบไร้ควันทางวิทยุโทรทัศน์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ภายใต้เขตอำนาจของหน่วยงาน FCC ในขณะที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดสามารถโฆษณาได้[103] ทั้งนี้หน่วยงาน Federal Trade Commission[104] จะมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการร้องเรียนในกรณีที่โฆษณาเข้าข่ายหลอกลวงหรือเกินจริง[105] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลเรื่องนี้

ข้อจำกัดการจัดหาโปรแกรม (Program Supply): ทุก ๆ สามปี สถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์จะต้องทำการเลือกระหว่างการดำเนินการออกอากาศรายการตามที่กำหนดผ่านทางช่องเคเบิลหรือดาวเทียม (Must carry) หรือการได้รับค่าตอบแทนจากการใช้สัญญาณ (Retransmission consent)[106] โดยถ้าเป็นกรณีแรก (Must carry) ผู้ให้บริการเคเบิลและดาวเทียมจะต้องยินยอมให้สถานีโทรทัศน์ส่งรายการผ่านทางโครงข่ายของตน และถ้าผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมตกลงที่จะให้สถานีโทรทัศน์ส่งรายการผ่านทางโครงข่ายดาวเทียมของตน ผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมนั้นจะต้องดำเนินการให้กับทุกสถานีโทรทัศน์ภายในเขตพื้นที่ที่ทำการร้องขอ ซึ่งสถานีโทรทัศน์ที่เลือกวิธีนี้จะไม่ได้รับเงินชดเชยจากผู้ให้บริการเคเบิล ทั้งนี้ ระบบเคเบิลแต่ละระบบที่มีช่องรายการมากกว่า 12 ช่องจะต้องมีการแบ่งความจุสัญญาณไม่เกินหนึ่งในสามของระบบเพื่อทำการส่งสัญญาณของ Must Carry station ตัวอย่างเช่น หากระบบเคเบิลมีช่องรายการ 60 ช่อง จะต้องสำรองช่องสัญญาณไว้ 20 ช่องสำหรับ Must Carry Station หากมี 25 สถานีโทรทัศน์เลือก Must Carry ผู้ให้บริการเคเบิลอาจเลือกที่จะให้บริการเพียง 20 สถานีโทรทัศน์ ในทางกลับกันถ้ามีเพียง 15 สถานีโทรทัศน์เลือก Must Carry ผู้ให้บริการเคเบิลจะต้องดำเนินการออกอากาศให้กับทุกสถานีโทรทัศน์ สำหรับกรณีของ Retransmission consent นั้น ทางสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ อาจจะเลือกที่จะรับเงินชดเชยจากทางผู้ให้บริการโครงข่ายเคเบิลและโครงข่ายดาวเทียม เนื่องจากสถานีนั้นอาจจะไม่บรรลุข้อตกลงในการเจรจาการถ่ายทอดสัญญาณผ่านผู้ให้บริการโครงข่าย อย่างไรก็ตามสถานีโทรทัศน์ที่ไม่ได้ดำเนินการในเชิงพาณิชย์จะไม่ได้รับสิทธิ์ชดเชยในส่วนนี้

สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT หน่วยงาน FCC ได้มีการยกเลิกกฎ Net Neutrality ไปในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ซึ่งการยกเลิกกฎนี้ ทำให้เกิดการย้ายหมวดหมู่ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจากที่อยู่ในหมวด 2 ซึ่งเป็นหมวดของผู้ให้บริการโครงข่ายทั่วไป (common carrier) กลับไปไว้ในหมวด 1 ซึ่งเป็นหมวดของผู้ให้บริการข้อมูล (information provider) เช่นเดิม ในอดีตเมื่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตถูกจัดให้อยู่ในบริการตามหมวดที่ 2 ซึ่งถูกมองว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องมีการจัดสรรและกำกับดูแลมากกว่าสินค้าชนิดอื่น หน่วยงาน FCC จะมีอำนาจกำกับดูแลผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น การกำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ไม่สามารถขัดขวางการเข้าถึงเนื้อหา ลดทอนคุณภาพการรับส่งข้อมูล และเลือกปฏิบัติในการรับส่งข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการเนื้อหาและผู้ใช้บริการปลายทางได้

3.3.4.3 การควบคุมกิจการโทรทัศน์ (Controls)

การควบคุมการพากย์และคำบรรยายภาพ (Captioning and Subtitles): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น หน่วยงาน FCC ได้กำหนดให้มีการจัดทำคำบรรยายภาพ[107] เพื่อช่วยให้

---

[103] https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting#TOBACCO

[104] Federal Trade Commission เป็นหน่วยงานรัฐบาลกลางของสหรัฐอเมริกาที่ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคและสนับสนุนการแข่งขัน โดยทำหน้าที่ตรวจสอบและป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมหรือการหลอกลวงผู้บริโภค

[105] https://www.fcc.gov/consumers/guides/complaints-about-broadcast-advertising

[106] https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting#MUSTCARRY

[107] https://www.fcc.gov/consumers/guides/closed-captioning-television

ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยินสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้ สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลในเรื่องนี้

การควบคุมเนื้อหา (Content): ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเสรีภาพในการพูด (Freedom of Speech)[108] โดยในมาตรา 326 ของพระราชบัญญัติ Communications Act 1934 ได้ระบุว่าหน่วยงาน FCC ไม่มีอำนาจในการเซ็นเซอร์[109] เนื้อหาที่ออกอากาศรวมถึงการสร้างกฎข้อบังคับอันอาจขัดต่อหลักการของเสรีภาพในการพูด โดย FCC ระบุว่าการแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระและหลากหลายจะส่งผลดีต่อผลประโยชน์ของส่วนรวม การกำกับดูแลจึงเป็นเป็นเพียงการควบคุมที่ตั้งอยู่บนฐานของเรื่องร้องเรียนมากกว่าการตรวจสอบ หรือการเซ็นเซอร์ อย่างไรก็ตามจะมีการกำหนดช่วงเวลาในการแพร่ภาพเนื้อหาไม่สุภาพและเนื้อหาในเชิงดูหมิ่น ในช่วงเวลา 6.00-22.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เด็กและเยาวชนรับชมโทรทัศน์ และยังมีการกำหนดระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการ[110] เช่น TV-Y (รายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กเล็ก อายุ 2-6 ปี) TV-Y7 (รายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 7 ปีขึ้นไป) TV-Y7-FV (รายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 7 ปีขึ้นไป แต่อาจจะมีเนื้อหาที่มีความรุนแรงและการต่อสู้) , TV-G (รายการที่เหมาะสมกับคนทั่วไป), TV-PG (รายการที่ควรได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง ซึ่งโดยทั่วไปไม่เหมาะสมกับเด็กเล็ก) TV-14 (รายการที่ไม่เหมาะสมกับเด็กอายุต่ำกว่า 14 ปี) TV-MA (รายการที่ไม่เหมาะสมกับเด็กอายุต่ำกว่า 17 ปี) สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลในเรื่องนี้

การจำกัดโควตาเนื้อหาและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่ง (Quota and Rate): หน่วยงาน FCC ได้มีการกำหนดให้สถานีโทรทัศน์ในหมวด Low Power Television (LPTV)[111] และ Class A Television[112] จะต้องทำการออกอากาศอย่างน้อย 18 ชั่วโมงต่อวัน โดยในแต่ละสัปดาห์จะต้องมีเนื้อหารายการที่ผลิตภายในท้องถิ่นไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วโมง[113] ส่วนเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการ หน่วยงาน FCC ไม่มีอำนาจในการตรวจสอบและควบคุมอัตราค่าบริการของผู้ให้บริการ Pay-TV เช่น โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การร้องเรียนเกี่ยวกับค่าบริการให้กระทำผ่านหน่วยงาน LFAs[114] โดยทาง LFAs จะมีหน้าที่ในการกำกับดูแลอัตราค่าบริการในเบื้องต้น ทั้งนี้บริษัทเคเบิลทีวีขนาดเล็กที่มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 50,000 คน หรือน้อยกว่าร้อยละ 1 ของประชากรประเทศสหรัฐอเมริกา จะได้รับการยกเว้นการควบคุมอัตราค่าบริการ อย่างไรก็ตามการกำกับดูแลค่าบริการจะอยู่ภายใต้สภาวะที่การแข่งขันไม่มีประสิทธิภาพเท่านั้น[115]

3.3.4.4 การคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection)

ลิขสิทธิ์ผลงาน (Copy Rights): สำหรับด้านผู้ให้บริการนั้น พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2519[116] (Copyright Act 1976) มาตรา 102 ได้คุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการทั้งในโทรทัศน์แบบดั้งเดิมที่เป็นประเภทภาพยนตร์ ละคร และรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์ โดยที่มาตรา 106 ได้กำหนด

---

[108] https://www.fcc.gov/consumers/guides/fcc-and-freedom-speech
[109] U.S. Code, Title 47 – Telecommunication, Section 326 – Censorship
[110] https://www.fcc.gov/consumers/guides/v-chip-putting-restrictions-what-your-children-watch
[111] สถานีโทรทัศน์ชุมชนหรือสถานีโทรทัศน์กำลังส่งต่ำซึ่งสามารถแพร่ภาพได้ที่ระยะทางประมาณ 20 ไมล์
[112] สถานีที่ตั้งขึ้นเฉพาะกิจสำหรับชุมชนในช่วงเวลาหนึ่ง
[113] https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting
[114] Local franchise authority
[115] https://www.fcc.gov/media/engineering/cable-television#block-menu-block-4
[116] https://www.copyright.gov/title17/title17.pdf

ข้อจำกัดของสิทธิแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งมีสิทธิที่จะทำซ้ำและอนุญาตให้มีการทำซ้ำหรือดัดแปลง ในขณะที่มาตรา 107 ที่เกี่ยวข้องกับหลักการใช้อย่างเป็นธรรม (Fair use) ได้กำหนดให้มีการกระทำการใด ๆ กับงานอันมีลิขสิทธิ์โดยไม่จำเป็นต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ การทำซ้ำ สำเนา หรือโดยวิธีการอื่นใดตามที่ระบุไว้ เพื่อวัตถุประสงค์ ในการวิจารณ์ การแสดงความคิดเห็น การรายงานข่าว การเรียนการสอน หรือ การวิจัย ส่วนมาตรา 122 ได้กำหนดเรื่องข้อจำกัดเกี่ยวกับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ โดยผู้ให้บริการดาวเทียมภายในตลาดท้องถิ่น (Limitations on exclusive rights: Secondary transmissions of local television programming by satellite) ซึ่งผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมที่มีการถ่ายทอดสัญญาณภายใต้ใบอนุญาตนี้ จะต้องไม่เก็บค่าลิขสิทธิ์ สรุปได้ว่า งานอันมีลิขสิทธิ์ต้องมีลักษณะเป็นไปตามความหมายในมาตรา 102 โดยเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่ผู้เดียวในการกระทำกับงานใด ๆ ของตนตามมาตรา 106 ไม่ว่าจะเป็นการทำซ้ำ จำหน่าย จ่ายแจก เผยแพร่ แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงมีหลักของการยกเว้นสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์ คือเรื่องของ Fair use ในมาตรา 107 และสำหรับกรณีของสิทธิ์แต่ผู้เดียวในการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ ตามมาตรา 122 เป็นต้น โดยเมื่อมีการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถใช้มาตรการทางแพ่งและอาญาในการขอคุ้มครองชั่วคราว หรือเรียกร้องค่าเสียหายได้ นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ดิจิทัล (Digital Millennium Copyright Act 1998 : DMCA)[117] ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2541 โดยประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรกที่สร้างมาตรการปกป้องลิขสิทธิ์ออนไลน์ที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากสหรัฐมีจำนวน ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สูง ระบบการแจ้งเตือนให้ลบเนื้อหาถูกบัญญัติขึ้นเป็นครั้งแรกปรากฏในมาตรา 512 ของ Digital Millennium Copyright Act 1998 เป็นระบบที่หาจุดกึ่งกลางระหว่างเจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เรื่องการปกป้องลิขสิทธิ์ของผลงานต่าง ๆ จากการถูกขโมย และความรับผิดของตัวกลาง ระบบนี้ในด้านหนึ่งช่วยให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ที่ให้บริการเนื้อหา เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก และโปรแกรมสืบค้นข้อมูล (Search Engines) ไม่ต้องรับผิดอันเนื่องมาจากการมีเนื้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ในพื้นที่ให้บริการของตน ขณะที่ในอีกด้านหนึ่งผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตก็มีหน้าที่ต้องจัดทำระบบรองรับการแจ้งเตือนจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่กล่าวหาว่าข้อมูลใดเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ และลบหรือทำให้เข้าถึงเนื้อหานั้นไม่ได้

การคุ้มครองผู้บริโภค (Customer Protection): สำหรับการกำกับดูแลของหน่วยงาน FCC ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นมีในหลายมุม เช่น การกำหนดให้ผู้แพร่ภาพกระจายเสียงและผู้ให้บริการเคเบิลต้องทำให้ผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยินและการมองเห็นสามารถเข้าถึงข้อมูลฉุกเฉินซึ่งช่วยคุ้มครองชีวิต สุขภาพ ความปลอดภัยหรือทรัพย์สินได้ ทั้งนี้ข้อมูลฉุกเฉินจะต้องอยู่ในรูปแบบของเสียงและภาพ[118] หรือการที่สถานีโทรทัศน์จะต้องทำการเปิดเผยกฎกติกาของการแข่งขันของรายการแข่งขัน (contest) ที่มีการแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านสถานีโทรทัศน์อย่างครบถ้วนและถูกต้องและต้องดำเนินการแข่งขันตามที่โฆษณาไว้ ในกรณีที่พบว่าการประกวดอาจเข้าข่ายหลอกลวง ผู้ชมจะสามารถร้องเรียนมาที่หน่วยงาน FCC ได้[119] อย่างไรก็ตาม ทางหน่วยงาน FCC ไม่ได้มีอำนาจในการกำกับดูแลเกี่ยวกับผังรายการของสถานีโทรทัศน์[120] หรือ Pay-TV ทั้งนี้ผู้ชมที่ต้องการร้องเรียนปัญหาเกี่ยวกับผังรายการสามารถร้องเรียนไปยังสถานีโทรทัศน์หรือผู้ให้บริการ Pay-TV ได้โดยตรง

[117] https://www.copyright.gov/reports/studies/dmca/dmca_executive.html
[118] https://www.fcc.gov/consumers/guides/accessibility-emergency-information-television
[119] https://www.fcc.gov/consumers/guides/broadcasting-contests-lotteries-and-solicitation-funds
[120] https://www.fcc.gov/consumers/guides/cancellation-rescheduling-or-refusal-radio-and-tv-programs

Licensing		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Licensing	Issued	Not yet issued
Licensing for foreign channels	Not yet issued	Not yet issued
License fees and taxation	Fee applied (subject to corporate income tax)	No fee applied

Restrictions		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Foreign direct Investment	Restricted (<25%) multiple /complimentary broadcasters)	Open
Cross-media ownership	Open	Open
Advertisement	Restricted (FCC prohibits libel and slander. FTC prohibit deceptive or misleading Ad)	Open
Program supply	Restricted (Must Carry. "Carry, Carry all" is optional for direct satellite)	Open

รูปที่ 28 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อใบอนุญาตและข้อจำกัด

ที่มา: FCC

Controls		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Captioning and subtitles	Restricted (Closed Caption for deaf/hard of hearing)	Open
Content	Restricted but subject to Freedom of Speech (Indecent & profane prohibited 6am-10pm)	Open (Subject to Freedom of Speech)
Quota	Restricted (LPTV Class A must air locally produced program 3h/w)	Open
Rate	Open	Open

Protection		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Copyright	Protected (Copyright Act 1976)	Protected (Digital Millennium Copyright Act 1998)
Consumer	Protected	Protected

รูปที่ 29 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อการควบคุมและการคุ้มครอง

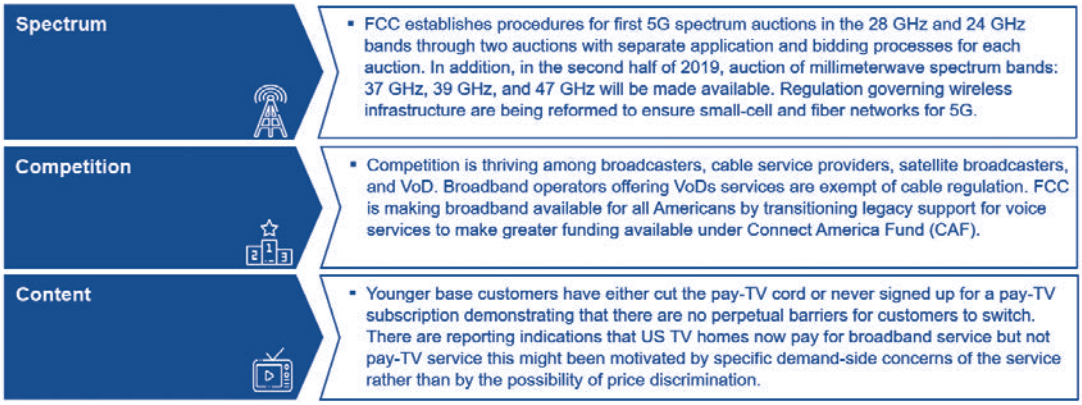
ที่มา: FCC

3.3.4.5 แนวโน้มการกำกับดูแล

แนวโน้มการกำกับดูแลหลักที่สำคัญซึ่งหน่วยงาน FCC รับผิดชอบดำเนินการ สามารถพิจารณาได้จาก รูปที่ 30 กล่าวคือ

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรคลื่นความถี่ พบว่า ความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สายผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีเพิ่มขึ้น รวมไปถึงแผนการเปิดให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G ในอนาคตอันใกล้ ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรคลื่นความถี่ หน่วยงาน FCC ผู้ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านคลื่นความถี่จึงต้องเริ่มมาพิจารณาถึงคลื่นความถี่ที่ก่อนหน้านี้ไม่ได้ถูกกำหนดให้ใช้กับการสื่อสารผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเริ่มพิจารณาทั้งคลื่นความถี่ที่มีใบอนุญาตและคลื่นความถี่ที่ไม่มีใบอนุญาตในช่วงความถี่สูงเพื่อการนำมาใช้สำหรับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G

ทั้งนี้หน่วยงาน FCC ได้จัดการประมูลคลื่นความถี่ในช่วง 24 GHz และ 28 GHz เพื่อใช้สำหรับให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ในปี พ.ศ. 2561[121] และมีแผนการที่จะประมูลคลื่นความถี่สูงในย่าน 37 GHz, 39 GHz และ 47 GHz ในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำในการใช้คลื่นความถี่สูงในระบบ 5G อย่างไรก็ตาม หน่วยงาน FCC อาจจะต้องทำการปรับเปลี่ยนกรอบโครงสร้าง (Framework) ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเพื่อรองรับการพัฒนาระบบ 5G ในอนาคตอันใกล้ และตรวจสอบว่าความถี่เหล่านี้ไม่รบกวนการบริการอื่น ๆ การประมูล 5G ของประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2561 ช่วยให้ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G และ Fixed Wireless 5G สามารถพัฒนาโครงข่ายให้พร้อมรองรับการใช้งานได้ทันที ที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G ออกวางจำหน่ายในตลาด โดยจะทำให้ผู้ใช้งานสามารถดูรายการโทรทัศน์หรือวิดีโอสตรีมมิ่งจากอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น



รูปที่ 30 แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

ในด้านการแข่งขันนั้น แม้การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลจะเป็นช่องทางที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดในบรรดาการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ผ่านโครงข่ายต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการแข่งขันการให้บริการวิดีโอผ่านช่องทางการรับชมผ่านโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และ แบบ OTT เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการที่ผู้ชมชาวสหรัฐอเมริกามีทางเลือกที่หลากหลายในการรับชมเนื้อหารายการ รวมทั้งสภาวะการแข่งขันของตลาดที่ยังเป็นไปอย่างสมดุลทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลที่ช่วยรักษาความสมดุลในการแข่งขัน นอกจากนี้ หน่วยงาน FCC ยังมีแผนงานสนับสนุนการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์ Connecting America โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้นำในนวัตกรรมของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของโลก โดยมีความเร็วและเครือข่ายที่ครอบคลุมมากที่สุด ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 หน่วยงาน FCC ได้จัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อดำเนินการวิเคราะห์เกี่ยวกับกฎระเบียบที่อาจจะเป็นอุปสรรคในการลงทุนโครงข่ายบรอดแบนด์ รวมทั้งเสนอแนะวิธีการในการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้โครงการพัฒนาอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์นี้สามารถดำเนินการได้เร็วขึ้น ทั้งนี้คณะกรรมการได้เน้นความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ รวมไปถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

[121] https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-355073A1.pdf

ในด้านเนื้อหานั้น พบว่ากรอบการกำกับดูแลในปัจจุบัน ส่งเสริมให้ผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้ามาให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับผู้ชมในการรับชมเนื้อหาวิดีโอผ่านแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เช่น การรับชมผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น นอกจากนี้ลูกค้ากลุ่มอายุน้อยยังมีแนวโน้มที่จะยกเลิกบริการ Pay-TV เพิ่มมากขึ้น (Core Cutting) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมการรับชมข้ามแพลตฟอร์มได้โดยไม่ติดปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ

3.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ (TV Market)

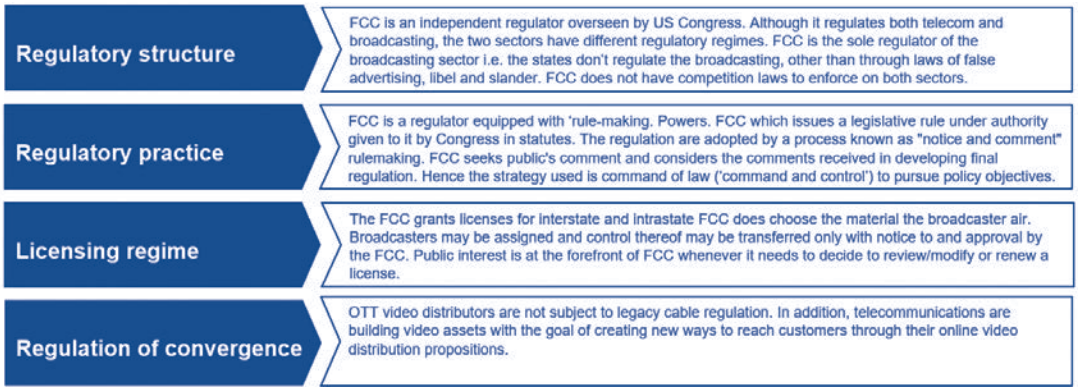
จากข้อมูลตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 การเข้าถึงของโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีสัดส่วนสูง (ร้อยละ 92) โดยมีผู้ชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมากที่สุด (ร้อยละ 44.5) ในขณะที่ประชากรสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ถึงร้อยละ 84 ประกอบกับราคาที่ต่ำ (8-40 ดอลลาร์สหรัฐ) ส่งผลให้การให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของผู้เล่นในโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีผู้เล่นหลัก 5 ราย โดยเป็นผู้ให้บริการช่องรายการระดับชาติ เช่นเดียวกับตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโครงข่ายดาวเทียมที่มีผู้เล่นหลักอย่างชัดเจนและสามารถให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการได้อย่างครบวงจร ในขณะที่ตลาดการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT มีผู้เล่นที่ครองตลาดคือ Netflix ที่มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 33.7 ในปี พ.ศ. 2561 สำหรับรายได้ตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีแนวโน้มที่ลดลงซึ่งสวนทางกับรายได้ของ OTT ที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่สูงถึงร้อยละ 12 ทำให้ผู้เล่นในตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ต้องตระหนักกับกลยุทธ์ในทิศทางของอินเทอร์เน็ตในขณะที่ต้องสามารถคงรายได้ในส่วนของโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ให้ได้มากที่สุด

เทคโนโลยีและแนวโน้มในกิจการโทรทัศน์ (Technology and Trend)

ในส่วนของเทคโนโลยีนั้น จากความก้าวหน้าของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประเทศสหรัฐอเมริกาในยุค Gigabit Broadband ประกอบกับแผนการเปิดให้บริการ 5G ของผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์ภายในปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์นิยมไปรับชมรายการผ่านทางโทรทัศน์แบบ OTT เพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ใช้บริการ OTT ที่มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 50 ของครัวเรือนในปี พ.ศ. 2561 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมที่ต้องการรับชมรายการได้ทุกที่ ทุกเวลา และหลากหลายอุปกรณ์ โดยมีการเพิ่มช่องทางการรับชมผ่านทาง Online ในรูปแบบของ Convergence Platform ซึ่งเป็น Interactive TV เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์รับชมใหม่ๆ รวมทั้งการส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้ชมโทรทัศน์ได้อีกด้วย

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (TV Regulatory):

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถพิจารณาได้ในมุมมองของโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure) การดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice) กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime) และการกำกับดูแลการหลอมรวมของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ (Regulatory of Convergence) ซึ่งพิจารณาได้จาก รูปที่ 31



รูปที่ 31 ข้อสรุปของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้านโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure): หน่วยงาน FCC เป็นหน่วยงานกำกับดูแลอิสระที่ดูแลโดยรัฐสภาแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน้าที่กำกับดูแลทั้งกิจการโทรคมนาคมและกิจการการแพร่ภาพกระจายเสียงโดยใช้กฎระเบียบที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม หน่วยงาน FCC เป็นเพียงหน่วยงานเดียวที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ในขณะที่หน่วยงาน FTC ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคและสนับสนุนการแข่งขัน โดยทำหน้าที่ตรวจสอบและป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมหรือการหลอกลวงผู้บริโภค และมีการบังคับใช้กฎหมายป้องกันการผูกขาดและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค[122]

ด้านการดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice): หน่วยงาน FCC ใช้การกำกับดูแลในรูปแบบของระบบสั่งการและควบคุม (Command and Control) โดยก่อนที่จะออกกฎระเบียบหรือเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบใด ๆ นั้น หน่วยงาน FCC จะมีกระบวนการที่เรียกว่าการแจ้งเตือนและแสดงความเห็น (Notice of Proposed Rule Making :NPRM) ซึ่งจะอธิบายถึงกฎเกณฑ์ใหม่หรือการเปลี่ยนแปลงกฎ โดยจะมีกรอบระยะเวลาให้สาธารณะชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งจะนำความคิดเห็นที่ได้รับนำมาพิจารณาในการพัฒนากฎระเบียบ ขั้นสุดท้าย ทั้งนี้หน่วยงาน FCC เคยมีแนวความคิดที่จะเปลี่ยนคำนิยามของ MPVD ที่ปัจจุบันใช้สำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยให้รวมไปถึงบริการ OTT ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้อยู่ภายใต้กรอบการกำกับดูแลแบบเดียวกันกับผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) แต่ยังไม่มีข้อสรุปอย่างเป็นทางการจากหน่วยงาน FCC

[122] https://broadcast.nbtc.go.th/bcj/2559/doc/2559_09_3.pdf

กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime): ในการพิจารณาการออกใบอนุญาตหรือต่อใบอนุญาตให้กับสถานีโทรทัศน์ หน่วยงาน FCC จะพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกหรือความจำเป็นของประชาชน โดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ (public interest) เป็นเกณฑ์ ทั้งนี้แบ่งออกเป็นการให้ใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการสถานีแพร่ภาพและกระจายเสียง และใบอนุญาตสำหรับทำการแพร่ภาพและกระจายเสียง โดยการยื่นขอใบอนุญาตของประเทศสหรัฐอเมริกามีความสะดวกและเป็นเสรี โดยอาศัยให้กลไกตลาดเป็นตัวตัดสิน ทั้งนี้หน่วยงาน FCC ไม่ได้ครอบคลุมการกำหนดลักษณะของระบบหรือบริการ เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานหรือข้อกำหนดที่เฉพาะเจาะจงมากจนเกินไป จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงการคิดค้นบริการใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีในอนาคต

การกำกับดูแลการหลอมรวม (Regulation of Convergence): หน่วยงาน FCC ได้กำหนดกรอบด้านการแข่งขัน ด้านท้องถิ่นนิยม[123] และความหลากหลายเพื่อเป็นแนวทางการออกประกาศหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ประเด็นเรื่องการแข่งขัน ความหลากหลาย และท้องถิ่นนิยม ล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน ไม่ว่าจะพิจารณาในประเด็นการจัดสรรใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบกิจการหรือกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้มีการแข่งขันกันอย่างเป็นธรรม การพัฒนาช่องทางรับชมโทรทัศน์ที่หลากหลายส่งผลให้ผู้ชมโทรทัศน์มีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีไปสู่ยุคดิจิทัลทำให้มีจำนวนสื่อที่มากขึ้นทั้งในด้านเนื้อหาที่หลากหลายและการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ อีกทั้งสื่อต่าง ๆ สามารถหลอมรวมกันได้ง่ายขึ้น เช่น การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ก่อให้เกิดการควบรวม ไม่ว่าจะเป็นการรวมกันของคู่แข่งขันในตลาดเดียวกันเพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นและส่งผลให้เป็นผู้นำตลาด หรือการที่ผู้ให้บริการต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยการเพิ่มช่องทางใหม่ ๆ ให้กับผู้ชม เช่น พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ให้สามารถรับชมโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ หน่วยงาน FCC เอง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้กรอบนโยบายทั้ง 3 ด้านข้างต้นในการพิจารณาการควบรวมในแต่ละกรณี อาทิ การควบรวมดังกล่าวจะต้องไม่กระทบต่อการแข่งขันในภาพรวมของตลาด หรือการควบรวมจะต้องไม่ทำให้สัดส่วนของความเป็นท้องถิ่นนิยมลดทอนลงไป หรือการควบรวมจะต้องไม่ทำให้ความหลากหลายของรายการลดลงไป เป็นต้น

[123] ผู้แพร่ภาพกระจายเสียงจะต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน

4 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศเกาหลีใต้

4.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

4.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม

ขนาดของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ สามารถพิจารณาได้จากจำนวนประชากรและระดับรายได้ โดยในปี พ.ศ. 2560[124] ประเทศเกาหลีใต้มีประชากรทั้งหมด 51 ล้านคน จำนวนครัวเรือน 19.5 ล้านครัวเรือน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) มูลค่า 1,531 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน (GDP per Capita) มูลค่า 29,939 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 4 ในทวีปเอเชีย[125] (อ้างอิงรูปที่ 32) หากพิจารณาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ พบว่า ประชากรมีอำนาจในการใช้จ่ายสูงกว่าประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (ประเทศไทยซึ่งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน เท่ากับ 6,950) และเป็นประเทศที่มีการพัฒนานวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีและประชากรมีการตอบรับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่อยู่เสมอ ตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องและการผลิตเนื้อหาสื่อโทรทัศน์เป็นหนึ่งในแหล่งรายได้จากการส่งออกของประเทศอย่างต่อเนื่อง (อ้างอิงรูปที่ 32)

จากข้อมูลการถือครองอุปกรณ์ในการรับชมรายการและการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2560[126] พบว่า อัตราการถือครองโทรทัศน์ของครัวเรือนเกาหลีใต้อยู่ที่ร้อยละ 98 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 99 การถือครองสมาร์ทโฟนรายบุคคลร้อยละ 83 และการถือครองคอมพิวเตอร์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 75 ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรเกาหลีใต้มีอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับที่สูง ทำให้การรับชมรายการโทรทัศน์สามารถเป็นไปอย่างกว้างขวางทั้งแพลตฟอร์มโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ถึงแม้การเข้าถึงของสมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ยังไม่ครอบคลุมทั้งประเทศแต่ถือว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นที่ทำการศึกษา (อ้างอิงรูปที่ 32)

จากข้อมูลประมาณการของ Ovum[127] ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ประเทศเกาหลีใต้มีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทโครงข่ายที่แตกต่างกันของครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2560 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลของครัวเรือนมีสัดส่วนที่สูงที่สุดถึงร้อยละ 47.5 สำหรับการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT อยู่ที่ร้อยละ 40.8 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย

---

[124] https://www.statista.com/outlook/200/126/digital-media/thailand#market-marketDriver
https://countryeconomy.com/gdp

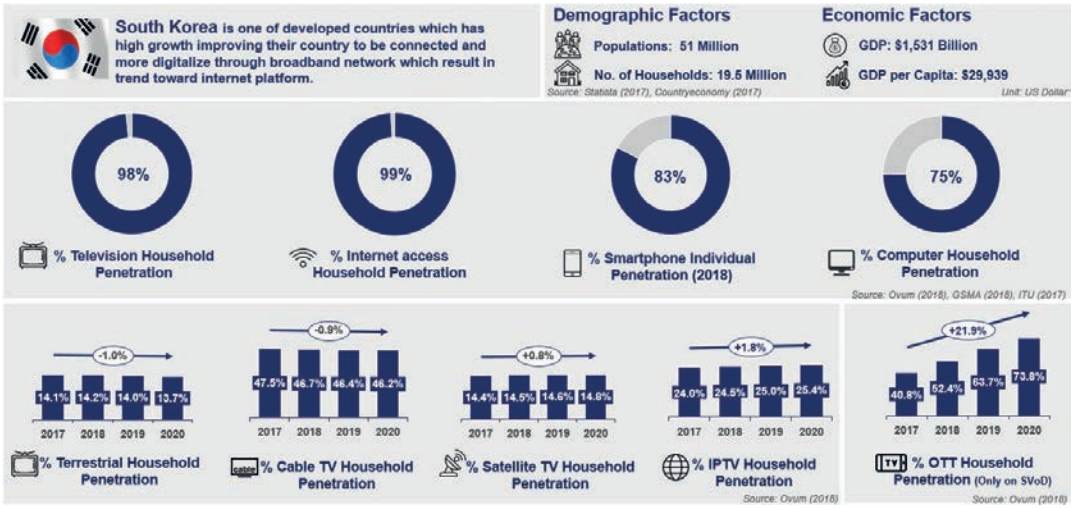
[125] http://globthailand.com/market/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%83%E0%B8%95%E0%B9%89/

[126] Ovum (2018) GSMA (2018) และ ITU (2017)

[127] Ovum (2018)

IPTV อยู่ที่ร้อยละ 24.0 และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินอยู่ที่ร้อยละ 14.1 และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมอยู่ที่ร้อยละ 14.4 (อ้างอิงรูปที่ 32)

จากข้อมูลประมาณการแนวโน้มการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (Compound Average Growth Rate: CAGR) ร้อยละ -1.0 ในส่วนการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ -0.9 ร้อยละ 0.8 และร้อยละ 1.8 ตามลำดับ ซึ่งกล่าวได้ว่าตลาดโทรทัศน์ในกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไม่มาก ในขณะที่ผู้รับชมเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้บริการ OTT มากขึ้นด้วยอัตราเติบโตที่ร้อยละ 21.9 (อ้างอิงรูปที่ 32)



รูปที่ 32 ข้อมูลทั่วไปทางภูมิศาสตร์และการเข้าถึงอุปกรณ์การรับชมโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: ITU, Statista, Countryeconomy (B.E. 2561), Ovum, GSMA (B.E. 2562)

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในการพิจารณาสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ หากพิจารณาการเข้าถึงหรือการเลือกรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดิน พบว่า ประชากรเกาหลีใต้ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการมีโทรทัศน์ต่อครัวเรือนเป็นจำนวน 2,500 วอนต่อเดือน ในขณะที่อัตราค่าบริการสำหรับการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลอยู่ในระดับ 5,000-20,000 วอนต่อเดือน ส่วนการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีค่าบริการสูงสุดที่ 26,500 วอนต่อเดือน และการรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีค่าบริการสูงสุดประมาณ 30,000 วอนต่อเดือน จะเห็นได้ว่าอัตราค่าบริการที่น้อยกว่าโดยเปรียบเทียบของระบบเคเบิลทีวีสอดคล้องกับความต้องการใช้บริการสูงสุดหรือเป็นที่นิยมมากสุดสำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ในส่วนค่าบริการของการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT ก็เป็นปัจจัยสนับสนุนการเข้าถึงการใช้งานที่เพิ่มขึ้นในทุกประเทศรวมทั้งประเทศเกาหลีใต้ โดยค่าบริการการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT อยู่ในช่วง 6,900-10,000 วอนต่อเดือน ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าอัตราค่าบริการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ (อ้างอิงรูปที่ 33)

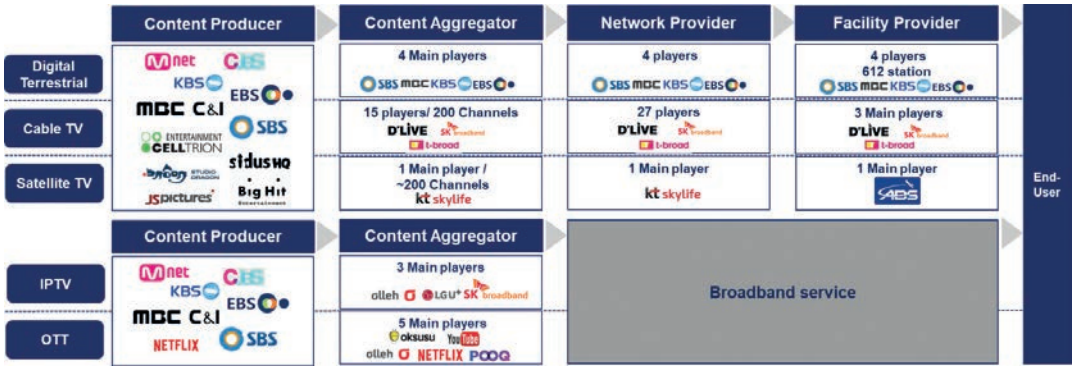
	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	OTT
Subscription fee per month	2,500 Won per household	5,000-20,000 Won	17,500-26,500 Won	10,000-30,000 Won	6,900-10,000 Won

Source: Netmanias, Skylife, Oksusu, Pooq, Quartz

รูปที่ 33 ช่วงราคาโดยประมาณของการให้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนบนโครงข่ายต่าง ๆ

4.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain)

การให้บริการในตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ สามารถรับชมเนื้อหารายการผ่าน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย การให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ซึ่งจัดอยู่ในการรับชมแบบผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยตรง ในขณะที่โครงข่าย IPTV และ OTT จัดอยู่ในการรับชมรายการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาส่วนต่อไปนี้



รูปที่ 34 ห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการของประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: Netmanias, Medistat (B.E 2560), KCTA (B.E 2561)

4.1.2.1 ผู้ให้บริการในตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

รูปที่ 34 แสดงห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการ ผู้ผลิตเนื้อหารายการซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยช่องทางการรับชมโทรทัศน์ทุกประเภทมีผู้เล่นหลักที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้เล่นหลักในแต่ละตลาด พบว่า ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีผู้เล่นหลัก 4 ราย ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีผู้เล่นหลักจำนวน 4 ราย และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีผู้เล่นหลักจำนวน 1 ราย

สำหรับประเทศเกาหลีใต้ โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และการให้บริการโทรทัศน์แบบสาธารณะ ผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ มีจำนวน 2 ราย และผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์แบบสาธารณะมีจำนวน 2 ราย กล่าวคือ ผู้เล่นหลักในการให้บริการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย

1) Seoul Broadcasting System หรือ SBS บริหารโดย SBS Media Holdings เป็นผู้ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์รายเดียวที่บริหารโดยบริษัทเอกชน และสามารถให้บริการรายการครอบคลุมทั้งประเทศ

2) Munhwa Broadcasting Corporation หรือ MBC บริหารภายใต้สัดส่วนการลงทุนของ The Foundation of Broadcast Culture (สัดส่วนหุ้นบริหาร ร้อยละ 70) และ Jeong-Su Scholarship Foundation (สัดส่วนหุ้นบริหาร ร้อยละ 30) โดยมุ่งเน้นผลิตเนื้อหารายการด้านวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้

ในส่วนของการให้บริการโทรทัศน์แบบสาธารณะ (Public Broadcaster) มีผู้เล่นหลัก ดังต่อไปนี้

1) Korean Broadcasting System หรือ KBS ผู้ให้บริการช่องรายการของรัฐบาล โดย KBS เป็นผู้ให้บริการช่องรายการแบบสาธารณะเป็นรายแรกของประเทศ ในปัจจุบันมีจำนวนช่องรายการออกอากาศ 4 ช่อง ได้แก่ ช่อง KBS1 ช่อง KBS2 ช่อง KBS UHD และ ช่อง KBS World

2) Educational Broadcasting System หรือ EBS เป็นผู้ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในประเทศ ในปัจจุบันให้บริการ 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง EBS1TV และ ช่อง EBS2TV มีจุดประสงค์เพื่อช่วยยกระดับการศึกษาในระยะยาวของประเทศเกาหลีใต้

ทั้งนี้ ผู้เล่นที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นผู้เล่นที่ให้บริการช่องรายการระดับชาติและมีสถานีออกอากาศเป็นของตัวเอง และสามารถบริการได้อย่างครบวงจร

ผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ประกอบด้วย ผู้เล่นจำนวน 15 ราย โดยมีผู้เล่นเพียง 3 รายที่เป็นผู้เล่นหลัก โดยผู้เล่นหลักเป็นผู้ให้บริการในประเภท Multiple System Operator หรือ MSO[128] ซึ่งประกอบด้วย

1) D'LIVE บริหารโดย D'LIVE Company Limited เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลรายใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ ให้บริการทั้งกล่องรับสัญญาณ (Set-top-box) และให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

2) CJ Hello vision บริหารงานโดย CJ Hello Vision และ SK Group ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลภายใต้ชื่อ Hello TV

3) T-Broad เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์บนอินเทอร์เน็ต โดยผู้เล่นสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นเป็นผู้เล่นหลักที่สามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่โดยกว้างของประเทศเกาหลีใต้ และมีสถานีถ่ายทอดสัญญาณและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นของตัวเอง

ผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการในโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมในประเทศเกาหลีใต้มีเพียงรายเดียว ได้แก่ บริษัท Korea Telecom Skylife (KT Skylife) บริหารโดยบริษัท Korea Telecom Corporation ทั้งนี้บริษัท KT Skylife มีช่องรายการเป็นของตัวเอง อาทิ ช่อง skyPetpark ซึ่งเป็นช่องรายการเกี่ยวกับสัตว์ และช่อง skyA & C ซึ่งเป็นช่องรายการเกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ Skylife ยังสามารถให้บริการโทรทัศน์ระดับคุณภาพ HD และ UHD เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีในการรับชม และ Skylife สามารถบริหารงานภายใต้ห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการได้อย่างครบวงจร สำหรับผู้เล่นที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับโครงข่ายดาวเทียมของประเทศเกาหลีใต้ มีหน้าที่เป็นสถานีทวนสัญญาณวิทยุเพื่อใช้รับและถ่ายทอดสัญญาณสู่พื้นโลก คือ บริษัท Asia Broadcast Satellite หรือ ABS

[128] ผู้ที่ให้บริการเครือข่ายโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป

4.1.2.2 ผู้ให้บริการในตลาดการให้บริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Online TV)

การเข้าถึงการบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ในประเทศเกาหลีใต้ถือว่ามีความสำคัญ โดยอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีสัดส่วนสูงกว่าประเทศอื่นที่ทำการศึกษาโดยเปรียบเทียบ (โดยมีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 24.5 ในปี พ.ศ. 2560) การเคลื่อนไหวของตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ของประเทศเกาหลีใต้ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมโดยรวมของตลาดกิจการโทรทัศน์ด้วยรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้มีผู้เล่นสำคัญทั้งหมด 3 รายที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ได้แก่

1) Olleh IPTV อยู่ภายใต้บริษัท KT Skylife (KT Skylife) ให้บริการช่องรายการมากกว่า 250 ช่อง และมีวิดีโอมากกว่า 210,000 เรื่องให้รับชม

2) LG U+ UHD จากบริษัท LG U+ เริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ให้บริการเนื้อหาทั่วไป ผู้บริโภคสามารถดูรายการสดและย้อนหลังได้ตามความต้องการและสามารถรับชม 4 ช่องรายการได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคสามารถซื้อแพ็กเกจเพิ่มเติมสำหรับการรับชม Netflix

3) B TV ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV โดยการบริหารงานของ SK Broadband การให้บริการแบบ OTT เริ่มมีบทบาทในประเทศเกาหลีใต้เมื่อปี พ.ศ. 2547 ด้วยอัตราการเข้าถึงของอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมพื้นที่โดยกว้าง สนับสนุนให้ตลาดการให้บริการแบบ OTT มีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นและหลากหลายรูปแบบ ทั้งผู้ให้บริการรายใหม่และผู้ให้บริการรายเดิม โดยบริการแบบ OTT ที่สำคัญประกอบด้วย

1) Olleh TV Mobile เป็นบริการเพิ่มเติมจากบริษัท KT Skylife ซึ่งผู้ใช้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV สามารถใช้บริการแบบ OTT ได้ฟรีสำหรับเนื้อหาที่จำกัด สำหรับผู้ใช้บริการที่ไม่ได้เป็นสมาชิกโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ของบริษัท KT Skylife สามารถสมัครใช้บริการ Olleh TV Mobile ได้ในรูปแบบของ TVoD

2) Oksusu เป็นแอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของ 2 แพลตฟอร์มในการบริการแบบ OTT ได้แก่ B TV Mobile และ Hoppin ภายใต้กลุ่ม SK Broadband โดยให้บริการในรูปแบบของ AVoD และ SVoD

3) Pooq บริหารโดย Content Coal Platform Co., Ltd. ซึ่งเป็นการร่วมทุน (Joint venture) ระหว่างผู้เล่นเดิมจากโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินระบบดิจิทัลรายใหญ่ (MBC และ SBS) ให้บริการในรูปแบบ AVoD และ Streaming Video สำหรับช่องโทรทัศน์หลักและช่องอื่น ๆ อย่างเช่น Disney Channel เป็นต้น

4) Netflix มีรูปแบบการให้บริการแบบ SVoD ซึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันกับในประเทศอื่น โดย Netflix เข้ามาให้บริการในตลาดประเทศเกาหลีใต้ในปี พ.ศ. 2559 ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางเป็นหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนการแข่งขันของผู้เล่นในตลาด OTT ด้วยการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้เล่นหลักอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนผู้เล่นรายเดิมที่สามารถขยายธุรกิจมายังโครงข่ายอินเทอร์เน็ตนี้และผู้เล่นรายใหม่จากตลาดในและต่างประเทศ

5) YouTube จากผลสำรวจ Nielson[129] ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าเว็บไซต์ยูทูบเป็นเว็บไซต์ที่มีบัญชีผู้ใช้เป็นจำนวน 23 ล้านบัญชี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40 ในการรับชมวิดีโอทางโทรศัพท์สมาร์ทโฟน

[129] http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=20222

4.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share)

เมื่อพิจารณาห่วงโซ่มูลค่าการให้บริการ พบว่า ตลาดการให้บริการโทรทัศน์แต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกัน ในส่วนโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศเกาหลีใต้ ความนิยมของผู้ชมที่รับชมผ่านทางโทรทัศน์สามารถอ้างอิงได้จากการประเมินจากสัดส่วนของระยะเวลาการรับชมแต่ละช่องรายการเทียบกับระยะเวลารับชมช่องรายการทั้งหมด (Share of audience) โดยประเมินจาก Korean Communication Commission (KCC)[130] พบว่า ในปี พ.ศ.2560 สัดส่วนการรับชมของช่อง KBS มีสัดส่วนสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 26.9 เนื่องจากเป็นช่องรายการที่รัฐบาลสนับสนุน ประกอบกับมีรายการบันเทิงที่โดดเด่น เช่น รายการ Music Bank เป็นต้น นอกจากนี้ KBS ยังผลิตและออกอากาศซีรีย์ที่ดึงดูดผู้ชมได้เป็นจำนวนมากในประเทศเกาหลีใต้และต่างประเทศ เช่น เรื่อง Descendants of the Sun เป็นต้น ช่องที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง คือ ช่อง MBC มีสัดส่วนการรับชมอยู่ที่ร้อยละ 12.5 และช่องที่ได้รับความนิยมอันดับที่สาม คือ ช่อง SBS มีสัดส่วนการรับชมคงที่อยู่ที่ร้อยละ 8.7 และอันดับที่สี่คือช่อง EBS มีสัดส่วนการรับชมสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 2.2 (อ้างอิง รูปที่ 35)

สำหรับตลาดโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 ตลาดมีการกระจายตัวของส่วนแบ่งตลาดตาม ผู้เล่นหลักดังต่อไปนี้

1) KT Skylife มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16.3 ซึ่งเป็นผู้เล่นที่ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมและโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV โดยมีจุดเด่นในการให้บริการโทรทัศน์ด้านคุณภาพของ UHD และสามารถผลิตรายการเพื่อออกอากาศในแพลตฟอร์มของตนเอง

2) CJ Hello TV มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15.9 โดยหลังจากที่มีการร่วมลงทุนกับ SK Broadband ทำให้ Hello TV กลับมาเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดอีกครั้ง

3) T-Broad มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12.8 และ

4) KT Olleh มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 11.9

ทั้งนี้ หากพิจารณาแนวโน้มของส่วนแบ่งตลาดใน 2 ปีข้างหน้า พบว่า มีแนวโน้มคงที่ (อ้างอิงรูปที่ 35) สำหรับตลาด OTT เป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดที่กระจายตัวเช่นกันเดียวกับตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โดยตลาดการให้บริการแบบ OTT ของประเทศเกาหลีใต้ได้เริ่มพัฒนาก่อนที่จะมีการเข้ามาของบริษัทผู้เล่นต่างชาติ ผู้เล่นที่ส่วนแบ่งตลาดสูงในตลาดส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการของประเทศเกาหลีใต้เอง จากข้อมูลส่วนแบ่งตลาดในปี พ.ศ. 2561 ของผู้เล่นสำคัญมีดังต่อไปนี้

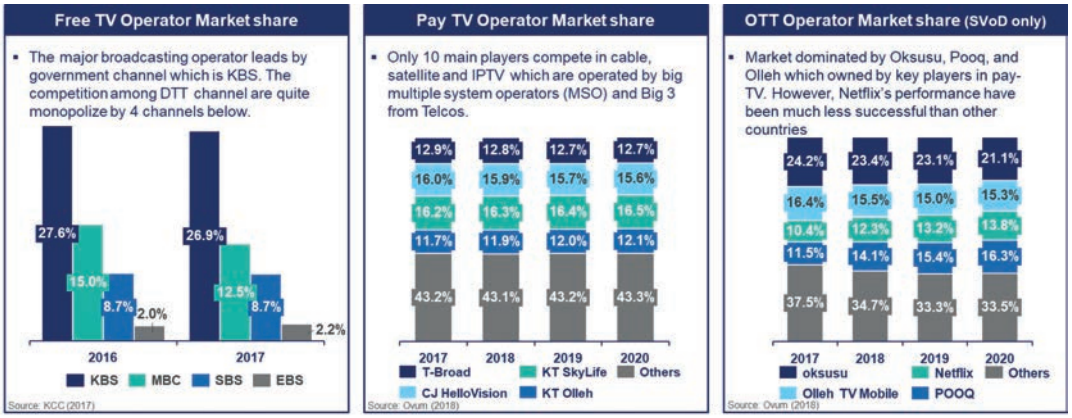
1) Oksusu มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 23.4 เกิดจากการรวมตัวของแพลตฟอร์ม OTT TV ที่มีอยู่เดิม 2 รายจากบริษัท SK Broadband ทำให้มีฐานผู้ชมที่แข็งแรงประกอบกับการผลิตเนื้อหาร่วมกันกับบริษัท JTBC และ CJ E&M ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหญ่ของประเทศเกาหลีใต้ ทำให้มีผู้ชมจำนวนมากสามารถชมผ่านแพลตฟอร์ม Oksusu ได้

2) Olleh TV Mobile มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 15.5 เป็นอีกหนึ่งผู้ให้บริการรายใหญ่ที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดสดรายการบันเทิงที่ผู้ใช้บริการทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งทำให้แพลตฟอร์มเป็นที่รู้จักและใช้งานอย่างกว้างขวาง และผู้ใช้บริการสามารถเลือกชมเนื้อหาเพิ่มเติมได้โดยเสียค่าบริการเป็นรายครั้ง

[130] https://eng.kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=E02020000&dc=E02020000&boardId=1053&cp=1&boardSeq=46584

3) Pooq มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 14.1 โดยเป็นอีกหนึ่ง ผู้ให้บริการที่เกิดจากการร่วมทุนของช่องโทรทัศน์ระดับชาติ ผู้ชมสามารถรับชมช่องโทรทัศน์แบบฟรีทีวีและช่องรายการจากต่างประเทศได้ มีเนื้อหารายการแบบพรีเมี่ยมที่ผู้บริโภคสามารถซื้อบริการเสริมเพิ่มเติมได้

4) Netflix เป็นบริษัทต่างชาติหนึ่งเดียวที่สามารถเข้ามาเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญในตลาดประเทศเกาหลีใต้ มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 12.3 โดยรูปแบบการให้บริการของ Netflix ในประเทศเกาหลีใต้คล้ายคลึงกันกับรูปแบบการให้บริการในประเทศอื่น ที่ผู้ใช้บริการสามารถรับชมเนื้อหาที่ Netflix ผลิตขึ้นเอง ทั้งนี้ Netflix ได้ลงทุนผลิตซีรีย์เกาหลีเพื่อให้เข้าถึงตลาดประเทศเกาหลีใต้ได้ตรงความต้องการมากขึ้น นอกจากนั้น Netflix ยังได้ร่วมมือกับ Pay-TV อย่าง LG U+ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ชมสามารถชมเนื้อหาทั้งสองแพลตฟอร์มได้ในที่เดียวกัน (อ้างอิง รูปที่ 35)



รูปที่ 35 ส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดการให้บริการ Pay-TV และตลาดการให้บริการ OTT

ที่มา: KCC (B.E 2560), Ovum (B.E 2561)

4.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์

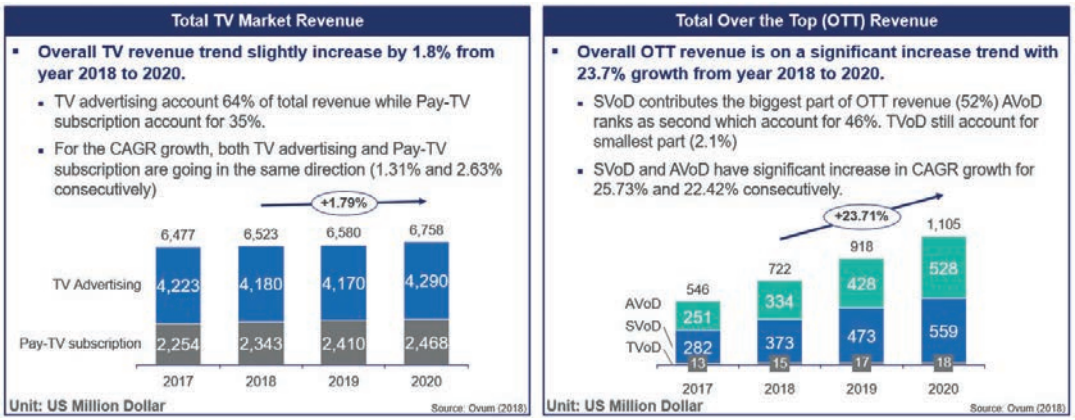
การประมาณการรายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ ในปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 รายได้ของตลาดโทรทัศน์โดยรวมมีมูลค่า 6,523 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็นรายได้สำหรับโฆษณาทางโทรทัศน์[131] มูลค่า 4,180 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 64 และรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือน 2,343 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 35 ซึ่งหากพิจารณาเชิงเปรียบเทียบกับประเทศไทย พบว่า สัดส่วนรายได้ตลาดนั้นมีสัดส่วนรายได้ที่ใกล้เคียงกับในประเทศไทย สำหรับรายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ถือเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของตลาด โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม ร้อยละ 1.31 สำหรับรายได้จากค่าสมาชิกของ Pay-TV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 2.63 เมื่อพิจารณาถึงสภาพของตลาดโดยรวม พบว่าตลาดโทรทัศน์มีแนวโน้มคงที่ กล่าวคือ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมเพียงร้อยละ 1.8 ทั้งนี้ ผู้เล่นมีรายได้ส่วนใหญ่จากตลาดโทรทัศน์และได้มีการขยายตัวไปยังแพลตฟอร์ม OTT อย่างต่อเนื่อง (อ้างอิงข้อมูลจาก Ovum[132] และ IDATE[133] จาก รูปที่ 36)

[131] โทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม
[132] Ovum (2018)
[133] IDATE (2018) รายได้จากกิจการโทรทัศน์เป็นการคาดการณ์จากปี พ.ศ. 2560

สำหรับรายได้ของผู้ให้บริการ OTT สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ AVoD, SVoD และ TVoD โดยรายได้ของตลาดการให้บริการ OTT ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 722 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น

- **รายได้จาก AVoD** มีมูลค่า 334 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 46 โดยรายได้มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันกับรูปแบบ SVoD
- **รายได้จาก SVoD** มีมูลค่า 373 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 52 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนรายได้ที่สูงสุดในการให้บริการของตลาดการให้บริการ OTT
- **รายได้จาก TVoD** มีมูลค่า 15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 2 ซึ่งถือเป็นส่วนที่น้อยสุด

หากพิจารณารายได้ของตลาดการให้บริการ OTT โดยรวมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 23 ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมสูงกว่าตลาดโทรทัศน์อย่างเห็นได้ชัด โดยรายได้ AVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 22 และ SVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 26 และ TVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 10 แนวโน้มภาพรวมของรายได้กิจการโทรทัศน์ประเทศเกาหลีใต้มีแนวโน้มการเติบโตที่คงที่ และ แนวโน้มตลาดการให้บริการ OTT มีอัตราการเติบโตที่สูง เนื่องจากรายได้ของตลาดการให้บริการ OTT มีแนวโน้มการขยายตัวที่สูงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง (อ้างอิง รูปที่ 36)



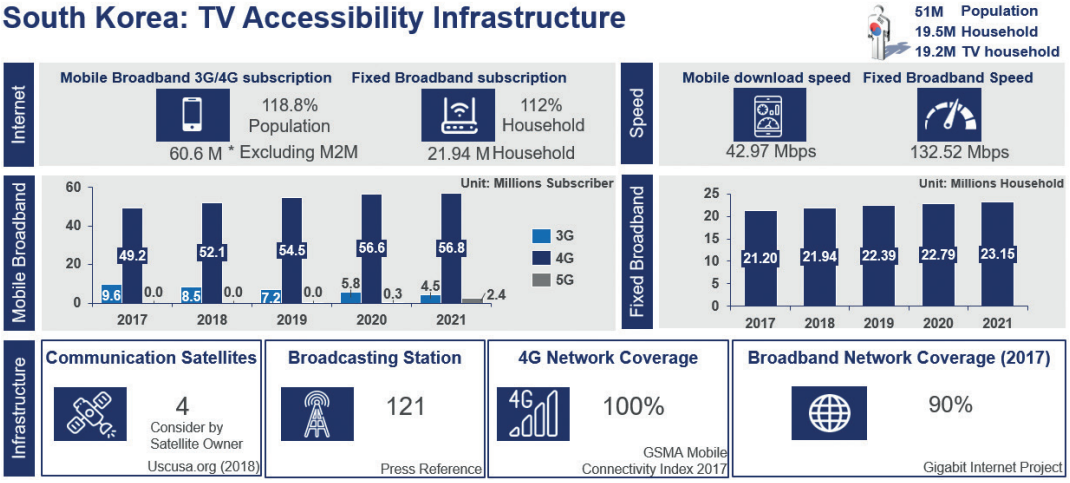
รูปที่ 36 รายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: IDATE, Ovum (B.E. 2561)

4.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของเกาหลีใต้

4.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure): โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญในกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ ประกอบด้วย ดาวเทียมที่ใช้สำหรับการสื่อสาร (Communication) เฉพาะดาวเทียมสัญชาติเกาหลีใต้ จำนวน 4 ดวง (อ้างอิงจากฐานข้อมูลเกี่ยวกับดาวเทียมของ Union of Concerned Scientists (UCS) ในปี พ.ศ. 2561) จำนวนสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินใน

ระบบดิจิทัล (Broadcasting Station) ทั้งหมด 121 สถานี[134] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลของ Press Reference) โดยดาวเทียมและสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งบริการ IPTV และ บริการ OTT นั้น ใช้โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและไร้สายร่วมกับโครงข่ายดาวเทียม (อ้างอิงรูปที่ 37)



รูปที่ 37 โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้การเข้าถึงระบบโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: GSMA (B.E 2560), Ovum, Broadbandnow, Statista, Hootsuite (B.E. 2561)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (Broadband Internet): ภาครัฐและเอกชนของเกาหลีใต้ได้ร่วมกันพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายใต้โครงการ GiGAtopia ซึ่งโครงการนี้มีเป้าหมายที่จะพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในระดับ Gigabit Broadband โดยในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 บริษัท KT ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์รายใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ ได้เริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็ว 1 Gbps ผ่านโครงข่าย Fiber Optic ทั่วประเทศเกาหลีใต้เป็นรายแรก ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ทางบริษัท KT ถือว่าเป็นผู้ให้บริการ IPTV รายแรกของโลกที่ให้บริการ UHD Broadcasting แบบเรียลไทม์ (Real Rime UHD Broadcasting)

ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 บริษัท SK ได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูง 2.5 Gbps โดยใช้เทคโนโลยี GPON ซึ่งปัจจุบัน SK Broadband มีพื้นที่ครอบคลุมการให้บริการร้อยละ 40 ของประชากร และมีแผนการลงทุนกว่าหนึ่งล้านล้านวอนเพื่อขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมร้อยละ 80 ของประชากรภายในปี พ.ศ. 2563 ส่วนบริษัท KT เริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูง 10 Gbps เป็นรายแรกของประเทศเกาหลีใต้ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 โดยในช่วงแรกให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในเมืองขนาดใหญ่ (เช่น โซล ปูซาน) จากข้อมูลในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของประเทศเกาหลีใต้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วระดับ Gigabit Broadband เป็น

[134] http://www.pressreference.com/Sa-Sw/South-Korea.html

จำนวนมากกว่า 6.7 ล้านครัวเรือน[135] ซึ่งการพัฒนาอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ความเร็วสูง และการให้บริการแพร่ภาพโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการในประเทศเกาหลีใต้ เป็นแนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในประเทศเกาหลีใต้

Ovum คาดการณ์ถึงจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายในประเทศเกาหลีใต้ ปี พ.ศ. 2561 ว่ามีจำนวน 21.94 ล้านครัวเรือน คิดเป็นอัตราส่วนถึงร้อยละ 112 ของจำนวนครัวเรือน แสดงถึงการที่อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายสามารถเข้าถึงทุกครัวเรือนในประเทศเกาหลีใต้ โดยบางครัวเรือนอาจมีการใช้งานมากกว่าหนึ่งบัญชีผู้ใช้งาน ด้วยความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 132.52 Mbps ซึ่งจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 22.79 ล้านครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 116.9 ของจำนวนครัวเรือนในปัจจุบัน ทั้งนี้แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนและความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการใช้งานอินเทอร์เน็ตในกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย (Mobile Broadband Internet): พื้นที่ให้บริการโครงข่าย 3G และ 4G ในประเทศเกาหลีใต้ครอบคลุมถึงร้อยละ 99 และ ร้อยละ 100 ของจำนวนประชากรตามลำดับ โดยประเทศเกาหลีใต้เริ่มเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2555 ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G/4G (ไม่รวมการเชื่อมต่อ M2M) เป็นจำนวน 60.6 ล้านคน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 118.8 ของจำนวนประชากร แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการถือครองมือถือมากกว่าคนละ 1 เครื่อง (จากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561) โดยแบ่งเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G จำนวน 8.5 ล้านคน และผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G จำนวน 52.1 ล้านคน โดยผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ถือเป็นสัดส่วนร้อยละ 86 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.24 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2563 ในขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดในปี พ.ศ. 2563 ด้วยผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 3 แสนคน ก่อนจะเพิ่มเป็น 2.4 ล้านคนในปี พ.ศ. 2564 โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 42.97 Mbps ด้วยแนวโน้มการเพิ่มความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือจึงอาจกล่าวได้ว่า เป็นปัจจัยสนับสนุนการใช้บริการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตในประเทศเกาหลีใต้ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

การใช้งานอินเทอร์เน็ตและความเร็ว (Internet and Speed): เกาหลีใต้จัดเป็นประเทศที่มีความเร็วอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก การลงทุนของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องและการสนับสนุนจากรัฐบาลส่งผลให้ธุรกิจ IPTV ของผู้ให้บริการโทรคมนาคมมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การที่ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่กว่าร้อยละ 86 ของจำนวนประชากรใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 4G และโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G ที่ครอบคลุมการบริการทั่วประเทศ เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงบริการ OTT และรับชมวิดีโอที่มีคุณภาพดีได้

[135] https://www.zdnet.com/article/south-korea-to-fund-10gb-internet-push/

4.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มและนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์เป็นการมุ่งพัฒนาตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงอุปกรณ์รับชม เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงเป็นการเพิ่มประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้น สามารถพิจารณาแนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของเกาหลีใต้ในรูปที่ 38

	Technology	Description	Impact Assessment				
			Service Provider			Customer	
			Bandwidth	Quality	Cost	Quality	Cost
Network	Broadband	▪ SK Broadband, Rival KT Roll out 10 Gpbs on GPON Technology in 2018. In March 2018, the government announced that it will fund 10Gbps internet projects to boost national rollout	●	●	●	●	●
Network	5G Network	▪ SK Telecom, LG Uplus, and KT collaborated to bring mobile 5G to the country on December 1, 2018 with the access via mobile 5G routers. SK Telecom first live TV broadcasting over commercial 5G network on 1 Jan 2019	●	●	●	●	●
Network	Convergence Platform	▪ Satellite + LTE : KT launched LTE-satellite hybrid TV with B.U.S. technology to switch between 2 platform for seamless viewing experience even in the tunnel or heavy rain.	●	●	●	●	●
Transmission	DTT Broadcasting	▪ DTT in South Korea start in 2001 with ATSC standard. The analog broadcasting is ceased in 2012. New Standard ATSC 3.0 is applied in 2017. ATSC 3.0 signals are going to cover the whole country by 2021.	●	●	●	●	●
Transmission	Broadcasting Resolution	▪ ATSC 3.0 standard offer terrestrial 4K Ultra HD broadcasting(World first)	●	●	●	●	●
User	CPE	▪ Samsung release 8K QLED TV 98-inch with AI capability that can recognize and upscale any content, regardless of the native resolution, to near 8K quality.				●	●

รูปที่ 38 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายบรอดแบนด์ (Broadband and 5G Network): ทางรัฐบาลเกาหลีใต้ได้สนับสนุนเงินลงทุน 940 ล้านวอน เพื่อขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ให้รองรับความเร็ว 10 Gbps ซึ่งจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับบริการในอนาคตที่ต้องการแบนด์วิดท์สูง เช่น Hologram, AR และ VR รวมถึงการแพร่ภาพกระจายเสียงและบริการใหม่ ๆ บนเทคโนโลยี 5G โดยมีเป้าหมายให้ครอบคลุมร้อยละ 50 ของประชากรในปี พ.ศ. 2563

ในส่วนของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ในเกาหลีใต้นั้น ผู้ให้บริการโครงข่าย 3 ราย ได้แก่ SK Telecom, LG Uplus และ KT ได้ร่วมมือกันเปิดให้บริการ 5G เชิงพาณิชย์เป็นรายแรกของโลก เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยสามารถใช้งานได้ผ่านทาง Mobile 5G Router เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับการใช้งานบนเทคโนโลยี 5G นั้นมีการคาดการณ์ว่าจะวางจำหน่ายในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 โดยทาง SK Telecom ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ ได้ทำการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย 5G เชิงพาณิชย์ได้สำเร็จเป็นครั้งแรกของโลก เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ในช่วงเวลานับถอยหลังเข้าสู่ศักราชใหม่ ซึ่งนับได้ว่าการทดลองครั้งนั้นประสบความสำเร็จอย่างสูง เนื่องจากสามารถส่งวิดีโอคุณภาพสูงและมีความเสถียร ด้วยความหน่วงน้อยกว่า 1 วินาที ในขณะที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความคับคั่งสูง ในขณะเดียวกัน KT ได้เปิดให้บริการ 5G ที่กลางกรุงโซล และมีแผนที่จะขยายพื้นที่ให้บริการครอบคลุมอีก 24 เมืองใหญ่ ก่อนหน้านี้ ทาง KT ร่วมกับ Intel ได้ทำการสาธิตและแสดงการใช้งานเทคโนโลยี 5G ในงานโอลิมปิกฤดูหนาวเมื่อปี พ.ศ. 2561 โดย KT ยังมีแผนที่จะลงทุนกว่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐในเทคโนโลยี 5G และเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับนวัตกรรมอื่น ๆ ทั้งนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายด้าน ICT และ Broadcasting Technology ของเกาหลีใต้ได้คาดการณ์ว่าจะมี

ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G เป็นอัตราส่วนร้อยละ 5 ของผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2563 ก่อนที่จะเพิ่มเป็นร้อยละ 90 ในปี พ.ศ. 2569

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform: เกาหลีใต้มีการให้บริการ Convergence Platform รูปแบบใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคมและผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมเช่น KT ร่วมกับ KT Skylife เปิดให้บริการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมในรถยนต์โดยไม่ขาดการเชื่อมต่อแม้อยู่ในอุโมงค์หรือสภาพอากาศไม่ดี ซึ่งถือเป็นจุดด้อยของการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมในปัจจุบัน ทั้งนี้ทาง KT และ Skylife ได้ร่วมกันพัฒนาเทคโนโลยี B.U.S ที่สามารถรับสัญญาณได้ทั้งจากระบบดาวเทียมและโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 4G แบบเรียลไทม์และสามารถสลับสัญญาณไปมาระหว่างกันได้ ซึ่งก่อนหน้านี้ ทาง KT Skylife ได้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมแบบเคลื่อนที่ โดยใช้ เสาอากาศดาวเทียมร่วมกับกล่องรับสัญญาณแต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากความไม่เสถียรของสัญญาณในภาครับ

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT): ประเทศเกาหลีใต้เริ่มมีการเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินจากระบบแอนาล็อก (Analog Terrestrial Television) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television หรือ DTT) ในปี พ.ศ. 2544 โดยใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ ATSC 1.0 ส่วนการยุติการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบแอนาล็อกทั้งหมดได้ดำเนินการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ในปี พ.ศ. 2555 ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2558[136] ทางรัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีจัดสรรคลื่นความถี่จำนวน 30 MHz ในย่านความถี่ 700 MHz ให้กับผู้ให้บริการช่องรายการทีวีดิจิทัลจำนวน 5 ช่อง ได้แก่ Korean Broadcasting System (KBS) จำนวน 2 ช่อง, Munhwa Broadcasting System (MBS), Seoul Broadcasting System (SBS) และ Educational Broadcasting System (EBS) จำนวน 3 ช่อง เพื่อดำเนินการพัฒนาการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินแบบก้าวหน้า (Advanced Broadcasting Service) หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2559 ทางรัฐบาลเกาหลีใต้ได้เลือกมาตรฐานการแพร่ภาพด้วยระบบ ATSC 3.0 ซึ่งเป็นระบบการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินที่ใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกามาใช้เป็นต้นแบบในการแพร่ภาพช่องรายการแบบ UHD ทั้งนี้ประเทศเกาหลีใต้ได้เริ่มใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ ATSC 3.0 ในปี พ.ศ. 2560 เพื่อให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบ 4K UHD เป็นรายแรกของโลก โดยมีแผนดำเนินการให้สัญญาณครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2564

การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชมโทรทัศน์ (Customer-Premises Equipment: CPE): ในส่วนของการพัฒนาอุปกรณ์รับชมโทรทัศน์นั้น Samsung ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีในประเทศเกาหลีใต้ ได้จัดแสดงโชว์นวัตกรรมโทรทัศน์ที่รองรับความละเอียด 8K ขนาด 98 นิ้ว ที่ถูกพัฒนาบนเทคโนโลยี QLED ในงาน CES (Consumer Electronics Show) ที่จัดขึ้นในเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ซึ่งจะมีการนำ AI มาใช้ประมวลผลและทำการปรับคุณภาพของสัญญาณที่รับไม่ว่าจะมาจากแหล่งใดหรือความละเอียดใด ให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับความละเอียด 8K มากที่สุด สำหรับความละเอียดระดับ 8K นั้น จะมีความละเอียดสูงกว่าระบบ HD ถึง 16 เท่า โดยมาตรฐานการแพร่ภาพกระจายเสียง ATSC 3.0 ที่ประเทศเกาหลีได้นำมาใช้ในปี พ.ศ. 2560 นั้นได้ถูกออกแบบให้รองรับความละเอียด 8K แล้ว

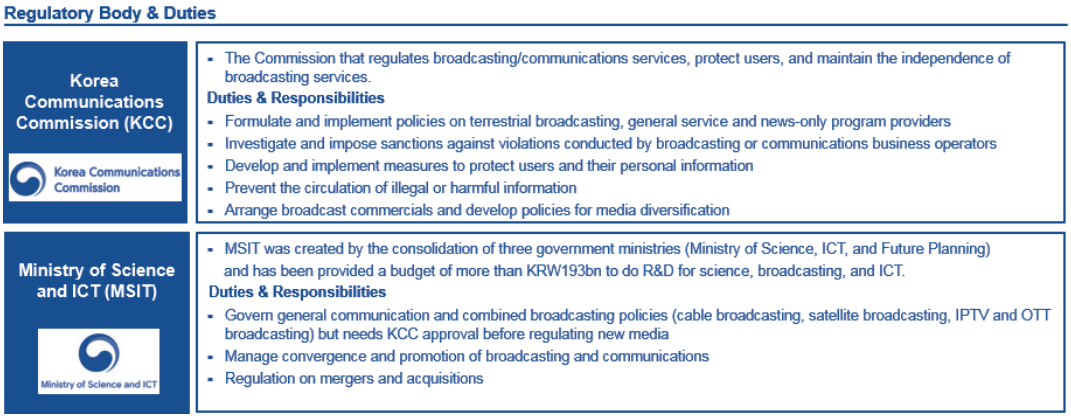
[136] https://nabpilot.org/whats-going-on-in-korea-with-uhd-broadcasting/

4.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้

4.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (Regulatory Body):หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ประเทศเกาหลีใต้ คือ Korea Communications Commission (KCC)[137] และ Ministry of Science and ICT (MSIT)[138] โดย KCC เป็นหน่วยงานหลักที่ควบคุมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กิจการการสื่อสาร คุ้มครองผู้ใช้งาน และรักษาความเป็นอิสระของบริการการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ในปี พ.ศ. 2560 KCC กำหนดเป้าหมายหลักในการแพร่ภาพโทรทัศน์และการสื่อสารโทรคมนาคมสาธารณะและมุ่งปรับปรุงกระบวนการอนุมัติใบอนุญาตให้เป็นกลางและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค (อ้างอิง รูปที่ 39)

ส่วน MSIT ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อควบคุมนโยบายกิจการสื่อสารโทรคมนาคม กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในภาพรวม โดยภาครัฐจัดสรรงบประมาณกว่า 193 ล้านวอน ให้ MSIT ทำวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ การกระจายเสียงและโทรทัศน์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ (อ้างอิงรูปที่ 39)



รูปที่ 39 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ที่มา: KCC, MSIT, Ovum

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): หน้าที่ความรับผิดชอบของ KCC เกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ มีดังนี้

- กำหนดนโยบายเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน บริการทั่วไป และบริการข่าวสาร กำหนดมาตรฐานเนื้อหา และกำกับดูแลเกี่ยวกับคลื่นความถี่
- ตรวจสอบและกำหนดบทลงโทษต่อการละเมิดกฎของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
- พัฒนาและประกาศใช้มาตรการเพื่อคุ้มครองสิทธิการรับชมของผู้ใช้งาน และข้อมูลส่วนตัว รวมถึงมาตรการข้อกำหนดการค้าที่เป็นธรรมในตลาด

[137] https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100
[138] http://english.msip.go.kr/english/main/main.do

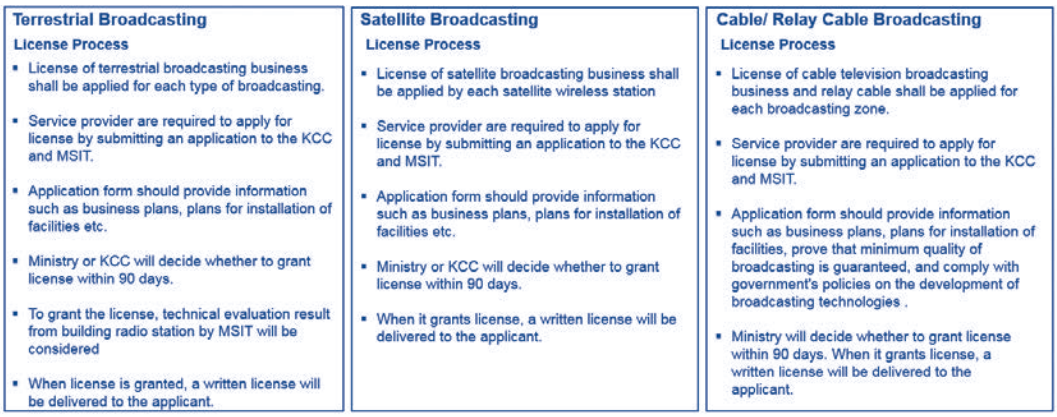
- จัดการเกี่ยวกับการโฆษณาทางโทรทัศน์และพัฒนานโยบายเพื่อความหลากหลายของสื่อ (Media diversification)

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): หน้าที่ความรับผิดชอบของ MSIT เกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ มีดังนี้

- ควบคุมนโยบายการสื่อสารและการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในภาพรวม (กิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โครงข่ายดาวเทียม IPTV และ OTT) MSIT นั้นจะต้องได้รับการอนุมัติจาก KCC ก่อนที่จะออกกฎเพื่อควบคุมสื่อแบบใหม่หรือแก้ไขขั้นตอนการอนุมัติ
- จัดการการหลอมรวมกันและการส่งเสริมการกระจายเสียงและการสื่อสาร
- กำกับดูแลเกี่ยวกับการควบรวมกิจการ

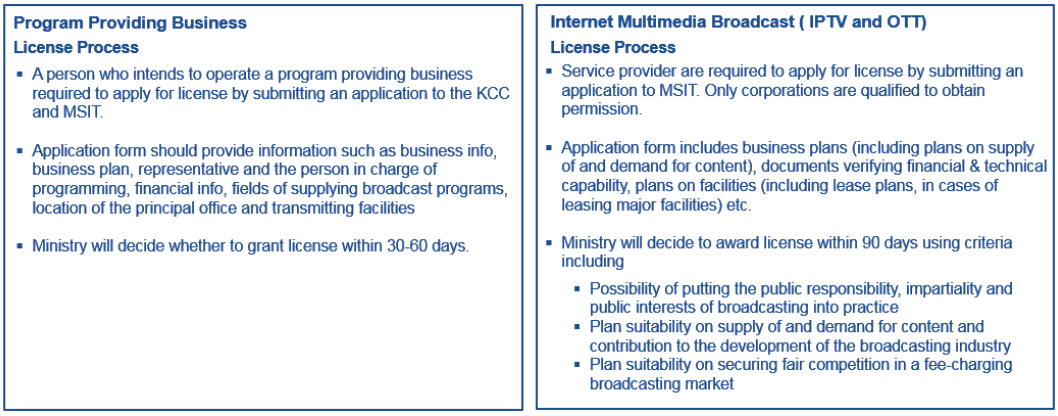
4.3.1.1 หลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์

จาก รูปที่ 40 และ รูปที่ 41 แสดงขั้นตอนในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการ การให้บริการโทรทัศน์รูปแบบต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปจะเริ่มจากการยื่นคำขอรับใบอนุญาตการประกอบกิจการต่อคณะกรรมการ โดยจะต้องยื่นใบขออนุญาตแก่ KCC และ MSIT เอกสารจะประกอบไปด้วยแผนธุรกิจ และแผนการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในการกระจายภาพ เป็นต้น จากนั้นคณะกรรมการจะพิจารณากลั่นกรองเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของการให้บริการโทรทัศน์ สำหรับการออกใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินจะต้องมีการพิจารณาผลลัพธ์ทางเทคนิคจากการสร้างสถานีวิทยุโดย MSIT สำหรับบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลนั้นอาจจะต้องมีเอกสารเพิ่มเติมเพื่อพิสูจน์ว่าได้ปฏิบัติข้อกำหนดคุณภาพขั้นต่ำเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียง และปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงแล้ว การพิจารณาการให้ใบอนุญาตการประกอบกิจการนั้นโดยปกติจะดำเนินการภายในสามสิบถึงเก้าสิบวันทำการ โดยปกติแล้วใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้จะมีอายุ 5 ปี[139]



รูปที่ 40 รายละเอียดขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต
ที่มา: KCC

[139] Article 16 (Term of Validity of License and Approval) of Broadcasting Act

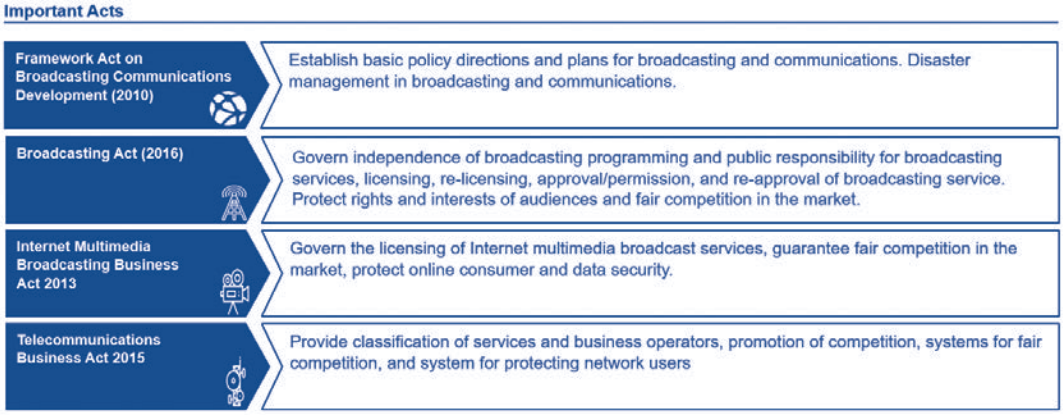


รูปที่ 41 รายละเอียดขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต
ที่มา: Korean National law enforcement

สำหรับบริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จะต้องขออนุญาตกับ Ministry of Science and ICT (MSIT) โดยผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์จะต้องส่งเอกสาร ยกตัวอย่างเช่น แผนธุรกิจ ซึ่งรวมถึงแผนเกี่ยวกับการจัดหา (Supply) และความต้องการ (Demand) สำหรับเนื้อหารายการ เอกสารที่ยืนยันความสามารถทางการเงินและทางเทคนิค แผนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งรวมถึงแผนการเช่าในกรณีที่มีการให้เช่าสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ การพิจารณาอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์นั้นจะประเมินด้วยหลักเกณฑ์ อย่างเช่น ความเหมาะสมของแผนธุรกิจในการจัดหาเนื้อหารายการและความต้องการของผู้ชม โดยคำนึงถึงการสนับสนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการออกอากาศโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงความเหมาะสมในการปกป้องความเป็นธรรมในการแข่งขันในตลาดกิจการโทรทัศน์

4.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล

กฎหมายและพระราชบัญญัติที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้ในปัจจุบัน พิจารณาได้จาก รูปที่ 42 ดังต่อไปนี้



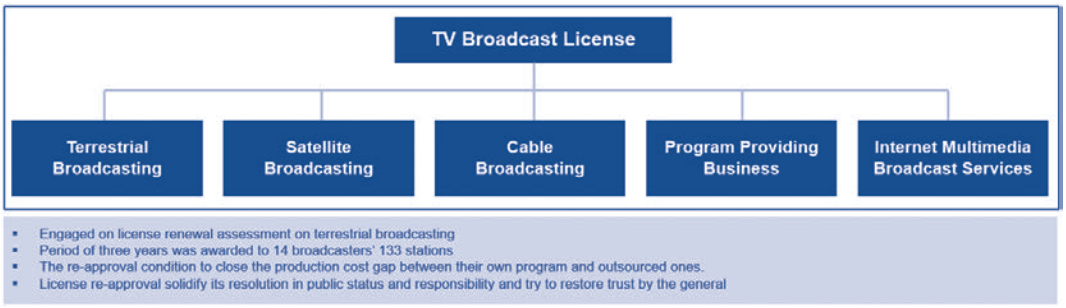
รูปที่ 42 กฎหมายแม่บทที่สำคัญ
ที่มา: KCC, Ovum

- **พระราชบัญญัติ** Framework Act on Broadcasting Communications Development (2010)[140]: พระราชบัญญัติที่กำหนดทิศทาง นโยบายพื้นฐานและแผนการกระจายภาพทางโทรทัศน์และการโทรคมนาคม รวมทั้งกำกับดูแลเกี่ยวกับการจัดการในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดคิดเกี่ยวกับภัยพิบัติในการแพร่ภาพกระจายเสียงและการสื่อสาร
- **พระราชบัญญัติ** Broadcasting Act (2016)[141]: พระราชบัญญัติดังกล่าวกำกับดูแลความเป็นอิสระของการแพร่ภาพกระจายเสียง การออกใบอนุญาต การอนุมัติใบอนุญาตใหม่และการต่ออายุใบอนุญาต นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ชมและส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด
- **พระราชบัญญัติ** Internet Multimedia Broadcasting Business Act 2013[142]: พระราชบัญญัติกำกับดูแลการออกใบอนุญาตของกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงและมัลติมีเดียบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการกำหนดคำนิยาม รายละเอียดในการขออนุญาตและต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการ การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ การควบคุมการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด การคุ้มครองผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต การเข้าถึงเนื้อหาที่เท่าเทียมกัน และการควบคุมความปลอดภัยของข้อมูล
- **พระราชบัญญัติ** Telecommunications Business Act 2015[143]: พระราชบัญญัติที่ถูกตราขึ้นเพื่อจำแนกประเภทของบริการและผู้ประกอบธุรกิจกิจการโทรคมนาคม ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและมีระบบควบคุมสำหรับการคุ้มครองผู้ใช้

4.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์

4.3.3.1 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing Framework)

การออกใบอนุญาตการประกอบกิจการของผู้ประกอบการแพร่ภาพกระจายเสียงเพื่อให้สามารถดำเนินงานและแข่งขันในตลาดได้อย่างอิสระตามเงื่อนไขที่มี ถือเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของหน่วยงานกำกับดูแล สามารถพิจารณาประเภทใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ได้จาก รูปที่ 43 ต่อไปนี้



รูปที่ 43 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตในประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: KCC

[140] https://elaw.klri.re.kr/kor_service/lawView.do?lang=ENG&hseq=42622
[141] http://www.law.go.kr/LSW/eng/engLsSc.do?query=ENFORCEMENT%20DECREE%20OF%20THE%20BROADCASTING%20ACT#liBgcolor0
[142] http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=169478&lsId=010635&chrClsCd=010202&urlMode=engLsInfoR&viewCls=engLsInfoR#0000
[143] http://www.law.go.kr/LSW/eng/engLsSc.do?query=TELECOMMUNICATIONS%20BUSINESS%20ACT

- ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการตามมาตรา 2 ข้อ 2a ใน Broadcasting Act
- ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการโทรทัศน์ตามมาตรา 7 ใน Broadcasting Act
- ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการตามมาตรา 2 ข้อ 2c ใน Broadcasting Act
- ใบอนุญาตการให้บริการผู้รวบรวมเนื้อหารายการ เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการรวมช่องรายการ (Program providing business) ตามมาตรา 8 ใน Broadcasting Act
- ใบอนุญาตการให้บริการ Internet Multimedia Broadcasting มาตรา 2 แห่ง Internet Multimedia Broadcasting Business Act[144] ได้ให้คำนิยาม Internet Multimedia Broadcasting ว่าเป็นการให้บริการสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงที่ให้บริการเนื้อหาในแบบข้อมูล ภาพ เสียง และรายการการถ่ายทอดสด ไปยังผู้ใช้บริการผ่านทางโทรทัศน์ หรือการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นใบอนุญาตประเภทนี้ได้รวมถึงการให้บริการโทรทัศน์แบบ IPTV และแบบ OTT จึงกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการแบบ OTT ในประเทศเกาหลีใต้จะต้องขอรับใบอนุญาตก่อนการให้บริการแพลตฟอร์มหรือให้บริการเนื้อหารายการผ่านอินเทอร์เน็ต

4.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างรูปแบบการให้บริการแบบดั้งเดิมและแบบ OTT สามารถพิจารณาได้จากมิติด้านการออกใบอนุญาต (Licensing) ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions) การควบคุมกิจการ (Control) และการคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection) รูปที่ 44 และรูปที่ 45 แสดงถึงการเปรียบเทียบการกำกับดูแลผู้ให้บริการรูปแบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT ในมิติต่าง ๆ กล่าวคือ

4.3.4.1 การออกใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ (Licensing)

การออกใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ (Licensing): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ทั้งแบบดั้งเดิมและแบบ OTT จะต้องได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ สำหรับผู้ให้บริการช่องรายการต่างประเทศนั้นต้องได้รับการอนุญาตจาก Ministry of Science and ICT ก่อนการให้บริการ[145]

การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (License Fee): ในส่วนการจัดเก็บค่าธรรมเนียม KCC และ MSIT มีอำนาจในการกำหนดค่าธรรมเนียมสำหรับผู้ได้รับอนุญาตแต่ละราย สำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก MSIT ได้กำหนดให้ผู้ให้บริการจ่ายค่าธรรมเนียมโดยคำนวณจากการคูณอัตราค่าธรรมเนียมที่กำหนดให้ซึ่งไม่เกินร้อยละ 6 ของรายได้จากการแพร่ภาพและการโฆษณาของผู้ให้บริการในปีที่ผ่านมา สำหรับผู้ให้บริการแบบ OTT ใน Internet Multimedia Broadcasting Business Act นั้นไม่ได้กล่าวถึงการจัดเก็บค่าธรรมเนียมของใบอนุญาต Internet Multimedia Broadcasting

[144] http://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=29654&type=part&key=43
[145] มาตรา 11 ของ Broadcasting Act

4.3.4.2 ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions)

การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ข้อจำกัดในการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติสำหรับบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน และ ผ่านโครงข่าย IPTV คือ ร้อยละ 49 มีการจำกัด ร้อยละ 20 ของหุ้นในช่องรายการทั่วไป และร้อยละ 10 ในช่องรายการข่าว[146] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้น มาตรา 9 ของ Internet Multimedia Broadcasting Business Act ได้จำกัดการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติไว้ที่ร้อยละ 49

การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross Media Ownership): มาตรา 4 ของ Broadcasting Act ได้ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อป้องกันการจำกัดโอกาสในการรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลายหลาย โดยไม่ให้บริษัทใด ๆ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์ครอบงำกิจการในลักษณะที่เป็นการจำกัดการผูกขาดในการประกอบกิจการสื่อ โดยกำหนดสัดส่วนการครองสิทธิข้ามสื่อไว้ที่ร้อยละ 49 ในกิจการโทรทัศน์ระบบโครงข่ายเคเบิล ระบบโครงข่ายภาคพื้นดิน และ ระบบ IPTV ร้อยละ 30 ในกิจการการให้บริการช่องรายการทั่วไปและช่องรายการข่าว และร้อยละ 10 ในกิจการโทรทัศน์โครงข่ายภาคพื้นดิน สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT มาตรา 8 ของ Internet Multimedia Broadcasting Business Act ได้กำหนดสัดส่วนของการถือครองหุ้นโดยผู้ที่ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์สามารถลงทุนในโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งคือไม่เกินร้อยละ 49 และกำหนดสัดส่วนหุ้นที่ผู้ประกอบการ OTT สามารถลงทุนในบริการรวบรวมช่องรายการ[147]

ข้อจำกัดด้านการโฆษณา (Advertisement): มาตรา 4 ของ Broadcasting Act ได้ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมด้านการโฆษณาโทรทัศน์ที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตาม โดยสามารถโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที เมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10.2 นาที สำหรับเนื้อหาในการโฆษณา พระราชบัญญัติ Consumer Protection Act (2004) ถูกบังคับใช้ภายใต้ Fair Trade Commission เพื่อกำกับดูแลการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งคือ การโฆษณาที่ผิด การโฆษณาที่หลอกลวง การโฆษณาเปรียบเทียบที่ไม่เป็นธรรม และ การโฆษณาที่ใส่ร้ายป้ายสี สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้น ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ Consumer Protection Act (2004) เช่นเดียวกับระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

ข้อจำกัดการจัดหาโปรแกรม (Program Supply): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีประกาศจาก KCC เพื่อกำหนดให้นำรายการสาธารณะที่ได้รับความนิยมแพร่หลายหรือมีความสำคัญมาออกอากาศ[148] ตัวอย่างเช่น โอลิมปิกฤดูร้อนและฤดูหนาว, FIFA World Cup, เอเชียนเกมส์, การแข่งขันเบสบอลคลาสสิกระดับโลก และการแข่งขันฟุตบอลทีมชาติ สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT มีกฎ Net Neutrality and Internet Traffic Management Rules ซึ่งมีประเด็นหลักคือ

1) สิทธิที่ผู้ใช้บริการที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ถูกต้องตามกฎหมาย เลือกใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงหรือใช้บริการต่าง ๆ และรับรู้ข้อมูลการจัดการรับส่งข้อมูลของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

2) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตต้องจัดการรับส่งข้อมูลและการให้บริการอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจเป็นในด้านคุณภาพของการส่งสัญญาณและคลื่นความถี่ เป็นต้น

---

146 https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/08/PUB-OTT-TV-Policies-in-Asia-2018.pdf

147 http://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=29654&type=part&key=43

148 https://kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=A02030300&dc=K02030300&boardId=1097&cp=5&boardSeq=44265

3) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลิตและพัฒนาบริการให้มีคุณภาพ

4) ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมซึ่งผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไม่สามารถห้ามการเข้าถึงบริการเนื้อหาต่าง ๆ ที่ถูกกฎหมายของผู้ใช้บริการได้ และไม่สามารถห้ามการเข้าถึงเนื้อหาและบริการต่าง ๆ บนอุปกรณ์ที่ไม่เป็นอันตรายต่อระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือเลือกในการให้บริการอย่างไม่เป็นธรรม

4.3.4.3 การควบคุมกิจการโทรทัศน์ (Controls)

การควบคุมการพากย์และคำบรรยายภาพ (Captioning and Subtitles): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น มาตรา 52 ของ Broadcasting Act ได้ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมในด้านการพากย์ ภาษามือ และคำบรรยายภาพ ซึ่งกำหนดให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจำเป็นต้องใช้ภาษามือ คำบรรยายใต้ภาพ คำอธิบายเสียง ฯลฯ เพื่อช่วยเหลือผู้ชมที่พิการ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดเป้าหมายการพากย์ไว้สำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบอื่น เช่น ผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมจะต้องมีคำบรรยายภาพร้อยละ 70 คำอธิบายเสียงร้อยละ 7 และภาษามือร้อยละ 4 และสำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV จะต้องมีคำบรรยายภาพร้อยละ 70 คำอธิบายเสียงร้อยละ 5 และภาษามือร้อยละ 3 สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นไม่มีการกำกับดูแลในเรื่องดังกล่าว

การควบคุมเนื้อหา (Content): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ทั้ง 2 ระบบนั้น การควบคุมเนื้อหาใช้วิธีการกำกับดูแลตนเอง โดยมีหน่วยงาน Korea Communications Standards Commission (KCSC)[149] ที่ทำหน้าที่ดูแลควบคุมเนื้อหาและกำหนดมาตรฐานต่างๆ ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องแสดงระดับอายุของผู้ชมที่สามารถดูได้ในรายการที่ถูกกำหนดโดย KCSC[150] ในระหว่างการออกอากาศของรายการ ซึ่งมีประเภทดังนี้ ทุกวัย 7 ปีขึ้นไป 12 ปีขึ้นไป 15 ปีขึ้นไป และ 19 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ระบบ Pay-TV ท้องถิ่นมีหน้าที่รับผิดชอบในการแสดงเรตติ้งอายุของผู้ชมในรายการต่างประเทศ[151] ในขณะเดียวกัน Korea Media Rating Board (KMRB)[152] ได้มีการกำกับดูแลการจัดเรตติ้งเนื้อหาซึ่งเกี่ยวกับความรุนแรง พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เพศ การใช้ภาษา และสิ่งเสพติด เป็นต้น ในภาพยนตร์และวิดีโอ สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นจะต้องปฏิบัติตามการควบคุมเนื้อหาของ Act On Promotion Of Information And Communications Network Utilization And Information Protection[153] ซึ่งห้ามการออกอากาศเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย เช่น เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทางเพศ เนื้อหาที่ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงและเนื้อหาของสื่อที่เป็นอันตรายต่อผู้ชมที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

การจำกัดโควตาเนื้อหาและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่ง (Quota and Rate): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น มีการควบคุมเพื่อจำกัดเนื้อหาบนช่องรายการโทรทัศน์แต่ละระบบ มาตรา 57 ของ Broadcasting Act กำหนดว่า ผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโครงข่ายดาวเทียมจะต้องมีเนื้อหาจากผู้ผลิตเนื้อหารายการในประเทศเป็นจำนวนร้อยละ 40 ถึงร้อยละ 70 ของ

[149] http://m.kocsc.or.kr/eng/PageLink.do
[150] http://m.kocsc.or.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do
[151] AVIA
[152] http://global.kmrb.or.kr/classification/ratingGuideline.do
[153] https://elaw.klri.re.kr/kor_mobile/viewer.do?hseq=42587&type=part&key=43

จำนวนเวลาการออกอากาศทั้งหมดในครึ่งปี สำหรับระบบโทรทัศน์แบบ OTT ไม่มีการกำหนดในเรื่องดังกล่าว สำหรับโทรทัศน์ทั้ง 2 รูปแบบ ไม่มีการควบคุมด้านราคาระดับค้าปลีกและระดับค้าส่ง อย่างไรก็ตาม ถ้าหากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมต้องการจะเปลี่ยนแปลงราคาจะต้องขออนุมัติจาก KCC ก่อน

4.3.4.4 การคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection)

ลิขสิทธิ์ผลงาน (Copy Rights): สำหรับด้านผู้ให้บริการนั้นมีพระราชบัญญัติ Copyright Act (2013)[154] ที่ควบคุมดูแลสิขสิทธิ์ผลงานต่างๆ อย่างเช่น งานเพลง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ ที่ได้รับการออกอากาศบนโทรทัศน์ระบบต่างๆ ซึ่งรวมถึงโทรทัศนแบบ OTT นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับการห้ามผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของผลงานในการทำซ้ำหรือดัดแปลงผลงานโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้น Ministry of Culture, Sports and Tourism มีอำนาจในการออกคำสั่งปิดกั้นการเข้าถึงเว็บไซต์ที่ผิดกฎหมายซึ่งอยู่ต่างประเทศ

การคุ้มครองผู้บริโภค (Customer Protection): สำหรับด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น ผู้ให้บริการการกิจการโทรทัศน์ระบบ Pay-TV ต้องให้บริการในราคาที่ยุติธรรมและสมเหตุสมผลเพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนมีสิทธิในการรับชมอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ KCC กำหนดรายการบางรายการเป็น “รายการออกอากาศหลัก” ที่ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์จะต้องให้บริการรายการดังกล่าวด้วยการราคาที่สมเหตุสมผล สำหรับผู้ให้กิจการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และผู้ให้บริการแบบ OTT มาตรา 20 ของ Internet Multimedia Broadcasting Business Act ได้กล่าวถึงการเข้าถึงเนื้อหาที่เท่าเทียมกัน และมาตรา 16 ของ Internet Multimedia Broadcasting Business Act ได้กล่างถึงการที่ผู้ให้บริการต้องใช้มาตรการเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้แต่ละราย การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ยังถูกบัญญัติใน Consumer Protection Act อีกเช่นกัน

Licensing			Restrictions		
Topic	Linear TV	OTT	Topic	Linear TV	OTT
Licensing	Issued (4 types)	Issued (Under Internet Multimedia Broadcasting Business Act)	Foreign direct investment	Restricted (49% in cable, DTT,IPTV)	Restricted (49% of total stocks)
Licensing for foreign channels	Issued (Approval required for each channel)	Issued	Cross-media ownership	Restricted (49% in cable, DTT operators, IPTV content provider.)	Restricted (Under Internet Multimedia Broadcasting Business Act)
License fees and taxation	Fee applied	N/A	Advertisement	Restricted (Ads. cap system and in-program advertising limited)	Restricted
			Program supply	Restricted (Broadcast public events of widespread popularity)	Restricted (Net Neutrality)

รูปที่ 44 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อใบอนุญาตและข้อจำกัด

ที่มา: KCC, AVIA

[154] https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/16953

Controls			Protection		
Topic	Linear TV	OTT	Topic	Linear TV	OTT
Captioning and subtitles	Restricted (Sign language, closed captioning, audio descriptions)	Open	Copyright	Protected (Strong protection with significant penalties)	Protected (Protect online content. Site blocking powers against infringing offshore websites)
Content	Restricted (Self regulatory approach to content regulation. Display age rating)	Restricted (Internet content regulations)			
Quota	Restricted (for domestic channels)	Open	Consumer	Protected (Supply programs at a fair and reasonable market cost and ensure equal access)	Protected (Under Internet Multimedia Broadcasting Business Act)
Rate	Open	Open			

รูปที่ 45 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อการควบคุมและคุ้มครอง

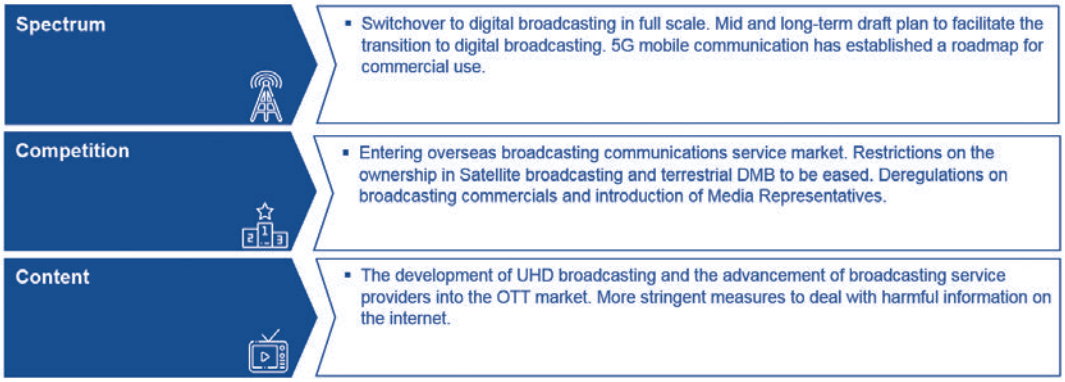
ที่มา: KCC, AVIA

4.3.4.5 แนวโน้มการกำกับดูแล

เมื่อพิจารณาจากทรัพยากรคลื่นความถี่ KCC ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อส่งเสริมกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์แบบดิจิทัลเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนไปสู่การเผยแพร่ภาพแบบดิจิทัล ซึ่งมีจุดมุ่งหมายคือการเพิ่มการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้และรวมถึงการแจกจ่ายกล่องรับสัญญาณให้แก่ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ นอกจากนี้ยังมีแผนงาน 5G เพื่อการใช้งานในเชิงพาณิชย์ ซึ่งคาดว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่นำไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมและยังเสริมสร้างรากฐานสำหรับการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน (รูปที่ 46)

ในด้านการแข่งขันนั้น KCC ได้มีการร่วมมือกับนานาประเทศเกี่ยวกับกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงต่างประเทศ โดยมีการประชุมทวิภาคี เพื่อหารือเกี่ยวกับการร่วมมือในการให้บริการโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีการปฏิรูปกฎระเบียบเพื่อช่วยผู้ประกอบการ เช่น การลดข้อจำกัดการถือหุ้นต่างชาติในบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และข้อจำกัดในการถือหุ้น เพื่อบรรเทาภาระของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อยของโทรทัศน์ภาคพื้นดิน และเพื่อกระตุ้นการลงทุน นอกจากนี้ KCC ยังมีการสนับสนุนการหาแหล่งการเงินที่มั่นคงสำหรับการผลิตเนื้อหาของผู้ประกอบการ มีการเปิดตัวโฆษณาเสมือนจริง (Virtual advertisement) ซึ่งเป็นโฆษณารูปแบบใหม่ที่สะท้อนถึงการพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม

ในด้านเนื้อหานั้น การพัฒนาเทคโนโลยีการแพร่ภาพแบบ Ultra-HD และความก้าวหน้าของการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งผู้ชมสามารถชมรายการที่ชอบได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้โทรทัศน์รูปแบบนี้ได้รับความนิยมจากผู้ชมและได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น ทำให้หน่วยงานกำกับดูแลจะต้องมีมาตรการที่เข้มงวดยิ่งขึ้นเพื่อจัดการกับข้อมูลที่เป็นอันตรายบนแพลตฟอร์ม



รูปที่ 46 แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

4.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ (TV Market):

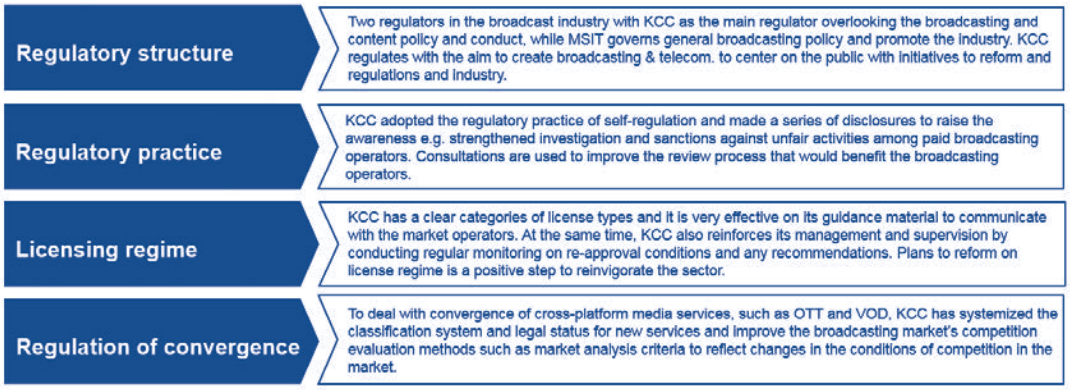
เนื่องด้วยตลาดกิจการโทรทัศน์ประเทศเกาหลีใต้ เป็นตลาดที่เปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว ทำให้การเข้าถึงของโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างกว้างขวาง โทรทัศน์แบบ OTT มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมสูงที่สุดโดยเปรียบเทียบกับช่องทางการชมโทรทัศน์อื่น โดยผู้เล่นสำคัญในโทรทัศน์แบบดั้งเดิมส่วนใหญ่ได้ขยายบริการตนเองมายังแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตเพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภค เช่น บริษัท KT มีการให้บริการโทรทัศน์ทั้ง Pay-TV และ OTT ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในทั้งสองตลาด ในขณะที่สัดส่วนการรับชมของฟรีทีวีจะเป็นการรับชมบนช่องโทรทัศน์ระดับชาติทั้งหมด อาทิ ช่อง KBS และช่อง MBC และหากพิจารณาในส่วนของรายได้ของกิจการโทรทัศน์จะเห็นได้ว่าตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิมยังคงมีสัดส่วนที่มากกว่าตลาดการให้บริการแบบ OTT โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากการโฆษณาซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่สูงขึ้นเพียงเล็กน้อย ในขณะที่รายได้จากการโฆษณาในตลาด OTT มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 24 ซึ่งมีรายได้ส่วนใหญ่มาจาก AVoD และ SVoD

เทคโนโลยีและแนวโน้มในกิจการโทรทัศน์ (Technology and Trend):

ในส่วนของเทคโนโลยีนั้น เกาหลีใต้จัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมากที่สุดประเทศหนึ่งของโลก จากการสนับสนุนของภาครัฐบาลและการลงทุนอย่างต่อเนื่องในโครงข่ายของผู้ประกอบการ ส่งผลให้เกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้าน ICT ที่ประชากรทั่วประเทศสามารถเข้าถึงได้ โดยมีความเร็วของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่เร็วที่สุดในอันดับต้นของโลกและมีโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ การพัฒนาโครงข่ายในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นไปที่ความเร็วของการส่งข้อมูลและคุณภาพการให้บริการของโครงข่าย ผู้ประกอบการในกิจการโทรทัศน์ตอบรับการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลและนำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าของบริการ และสร้างประสบการณ์และความแตกต่างในการรับชมโทรทัศน์ ส่งผลให้การรับชมรายการผ่านทางช่องทาง Online TV เช่น IPTV หรือ OTT มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (TV Regulatory):

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศเกาหลีใต้สามารถพิจารณาได้ในมุมมองของโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure) การดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice) กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime) และการกำกับดูแลการหลอมรวมของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ (Regulatory of Convergence) ซึ่งพิจารณาได้จาก รูปที่ 47



รูปที่ 47 ข้อสรุปของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศเกาหลีใต้

ด้านโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure): ประเทศเกาหลีใต้นั้นมีหน่วยงานกำกับดูแลด้านกิจการโทรทัศน์ 2 หน่วยงาน คือ KCC และ MSIT ซึ่ง KCC เป็นหน่วยงานกำกับดูแลหลักที่กำกับเกี่ยวกับเนื้อหารายการ การปฏิบัติของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ และการออกกฎข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ ส่วน MSIT เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลกิจการทั่วไปและส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ การกำกับดูแลของ KCC มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ภาคประชาชนเป็นศูนย์กลางของกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม โดย KCC ได้ริเริ่มปฏิรูปกฎระเบียบและอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศ อย่างเช่น การกำจัดสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรม

ด้านการดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice): KCC ใช้วิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบกำกับกันเองและมีการเปิดเผยข้อมูลเพื่อสร้างความตระหนักให้กับสังคมเกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ เช่น มีการสืบสวนและบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ทำธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรม มีการขอคำปรึกษาจากหน่วยงานภายนอกเพื่อนำข้อเสนอที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการดำเนินการ เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการของผู้ประกอบการโดยการหาแหล่งเงินทุนที่มั่นคงให้ด้วย

กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime): KCC กำหนดประเภทใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ไว้อย่างชัดเจน และสนับสนุนการจัดการและการกำกับดูแลด้านใบอนุญาตการให้บริการโดยทำการตรวจสอบเงื่อนไขการอนุมัติและให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ KCC มีแผนการที่จะปฏิรูประบบการต่ออายุใบอนุญาตและการอนุมัติ ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรฐานการอนุมัติในการต่ออายุใบอนุญาต และทำการปรับปรุงดัชนีผลการปฏิบัติงานในการประเมิน

การกำกับดูแลการหลอมรวม (Regulation of Convergence): เพื่อจัดการกับการบรรจบกันของกิจการโทรทัศน์ข้ามแพลตฟอร์ม อย่างเช่น โทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT และหน่วยงาน KCC ได้มีการจัดระบบการจำแนกประเภทการให้บริการกิจการโทรทัศน์แต่ละแบบ กำหนดสถานะทางกฎหมาย และปรับปรุงวิธีการประเมินการแข่งขันของตลาดกิจการโทรทัศน์ เช่น กำหนดให้มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตลาดที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

5 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศสิงคโปร์

5.1 สภาพตลาด การดำเนินธุรกิจ และการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์

5.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม

ขนาดของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์พิจารณาได้จากจำนวนประชากรและระดับรายได้ โดยในปี พ.ศ. 2560[155] ประเทศสิงคโปร์มีประชากรทั้งหมด 5.7 ล้านคน จำนวนครัวเรือน 1.3 ล้านครัวเรือน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) มูลค่า 324 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน (GDP per Capita) มูลค่า 57,752 ดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์แล้ว ประชากรมีความสามารถในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคนใกล้เคียงกับสหรัฐอเมริกา (GDP per capita มีมูลค่า 59,792 ดอลลาร์สหรัฐ) อีกทั้งยังเป็นประเทศที่รัฐบาลและหน่วยงานมีกฎหมายที่ชัดเจน และมีการกำกับดูแลตลาดกิจการโทรทัศน์ในบางประเภท ซึ่งทำให้การเข้ามาของนักลงทุนต่างชาติทำได้ยาก รายได้หมุนเวียนในตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์จึงตกอยู่กับผู้เล่นในประเทศเป็นส่วนใหญ่ (อ้างอิง รูปที่ 48)

ข้อมูลการถือครองอุปกรณ์ในการรับชมรายการและการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2560[156] พบว่า อัตราการถือครองโทรทัศน์ของครัวเรือนสิงคโปร์อยู่ที่ร้อยละ 98.5 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 81 อัตราการถือครองสมาร์ทโฟนรายบุคคลร้อยละ 80 และอัตราการถือครองคอมพิวเตอร์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 87 ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรสิงคโปร์นั้นมีอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์ในอัตราที่ใกล้เคียงกันและเป็นไปอย่างกว้างขวาง ประชากรสามารถมีตัวเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) หรือ แบบ OTT ได้อย่างเท่าเทียม (อ้างอิง รูปที่ 48)

จากข้อมูลประมาณการของ Ovum[157] ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ประเทศสิงคโปร์มีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทโครงข่ายที่แตกต่างกันของครัวเรือน โดยการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลของครัวเรือนสิงคโปร์มีสัดส่วนร้อยละ 34.5 การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน ร้อยละ 33.3 ของครัวเรือนสิงคโปร์ อัตราการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ของครัวเรือนสิงคโปร์มีสัดส่วนร้อยละ 32.3 และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT ของครัวเรือนสิงคโปร์มีสัดส่วนร้อยละ 82.8 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทมีความใกล้เคียงกันมาก ในขณะที่บริการ OTT มีฐานผู้รับชมสูงกว่าสองเท่าของโทรทัศน์ประเภทอื่นซึ่งแสดงให้เห็นว่า

---

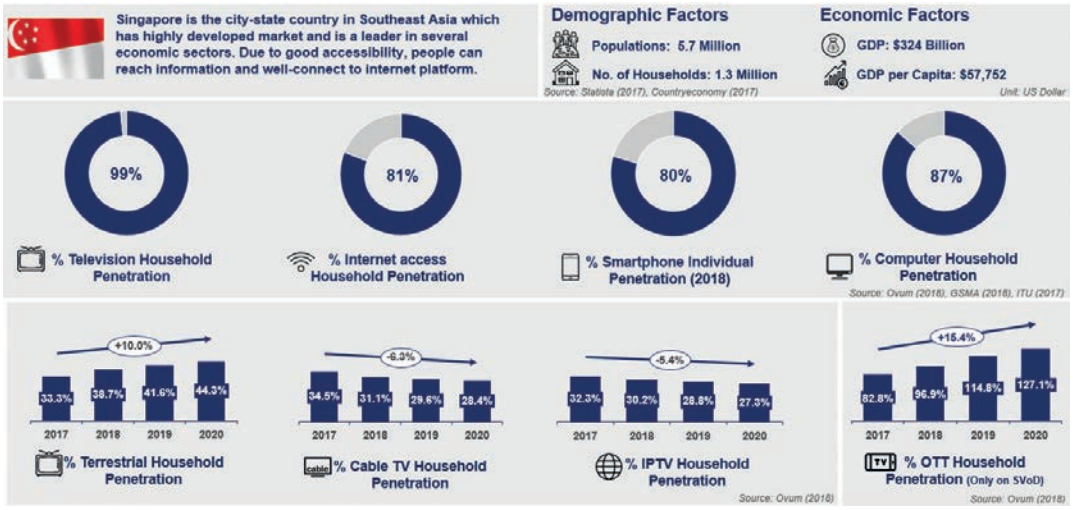
155 https://www.statista.com/outlook/200/126/digital-media/thailand#market-marketDriver
https://countryeconomy.com/gdp

156 Ovum (2018) GSMA (2018) และ ITU (2017)

157 Ovum (2018)

ผู้รับชมอาจจะมีการสมัครบริการ OTT ควบคู่กับการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน อย่างไรก็ตาม หน่วยงาน Infocomm Media Development Authority (IMDA) ไม่มีการให้ใบอนุญาตสำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมภายในประเทศสิงคโปร์ ส่งผลให้ประเทศสิงคโปร์ไม่มีผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมในปัจจุบัน (อ้างอิง รูปที่ 48)

จากข้อมูลประมาณการแนวโน้มการเข้าถึงระบบโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า การเข้าถึงของระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดิน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 10 เนื่องจากการย้ายฐานผู้ชมจากระบบแอนาล็อกไปยังระบบดิจิทัลเสร็จสมบูรณ์ในต้นปี พ.ศ. 2562 ทำให้ผู้ชมได้รับคุณภาพการรับชมที่ดี ประกอบกับการแนะนำข้อดีการในการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของหน่วยงาน IMDA ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่สนใจรับชมในระบบดิจิทัลนี้มากขึ้น ในส่วนของการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ -6.3 และ ร้อยละ -5.4 ตามลำดับ ซึ่งกล่าวได้ว่าตลาดโทรทัศน์ในกลุ่มนี้มีแนวโน้มลดลงเพราะประชาชนสิงคโปร์หันไปรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและรับชมโทรทัศน์แบบ OTT เพิ่มมากขึ้น โดยการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมที่ร้อยละ 15.4 (อ้างอิง รูปที่ 48)



รูปที่ 48 ข้อมูลทั่วไปทางภูมิศาสตร์และการเข้าถึงอุปกรณ์ การรับชมโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์
ที่มา: ITU, Statista, Countryeconomy (B.E. 2561), Ovum, GSMA (B.E. 2562)

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในการพิจารณาสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์ การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินที่สูงมีปัจจัยสนับสนุนจากการบริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย (Free Service) ซึ่งรัฐบาลสิงคโปร์มีการยกเลิกค่าธรรมเนียม[158] ในการรับชมตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2554 ในส่วนการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีข้อจำกัดด้านราคาที่สูง (อัตราค่าบริการต่อเดือน 26-175 ดอลลาร์สิงคโปร์) ทำให้อัตราใช้งานและแนวโน้มการเติบโตไม่เพิ่มขึ้นในระยะยาว สำหรับการเข้า

[158] https://www.imda.gov.sg/about/newsroom/archived/mda/media-releases/2011/radio-and-Television-licence-abolished

ถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ผู้บริโภคสามารถจ่ายค่าบริการเพิ่มหากต้องการรับชมช่องรายการที่แตกต่างจากแพ็กเกจพื้นฐาน (อัตราค่าบริการรายเดือน 10-110 ดอลลาร์สิงคโปร์) ในส่วนการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องด้วยปัจจัยสนับสนุนด้านราคาที่ต่ำกว่า (อัตราค่าบริการต่อเดือน 9-14 ดอลลาร์สิงคโปร์) เป็นไปได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลควบคู่กับการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT (อ้างอิง รูปที่ 49)

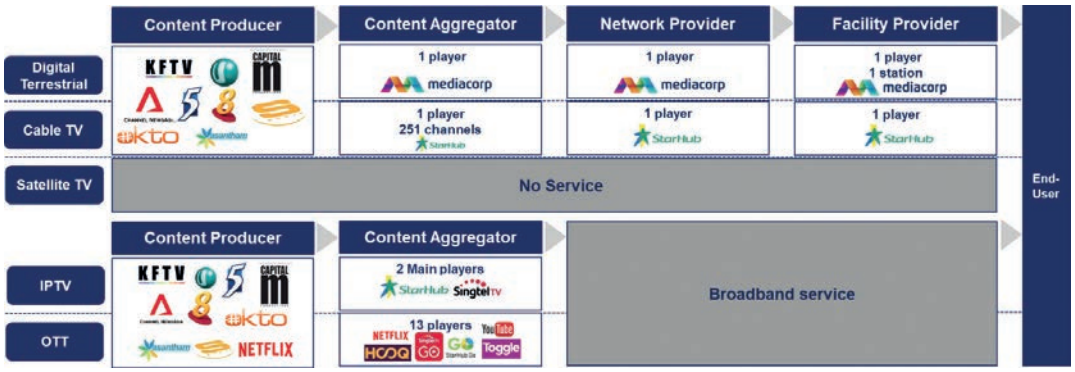
	Digital Terrestrial	Cable	IPTV	OTT
Subscription fee per month	Free	S$26-175	S$10-100	S$9-14

Source: Starhub, Singtel, Netflix, Hooq

รูปที่ 49 ช่วงราคาโดยประมาณของการให้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนบนโครงข่ายต่าง ๆ
ที่มา: Starhub, Singtel, Netflix, Hooq

5.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain)

การให้บริการในตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์สามารถรับชมเนื้อหารายการผ่าน 4 ช่องทาง ประกอบด้วย การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ซึ่งจัดอยู่ในการรับชมแบบผ่านหน้าจอโทรทัศน์โดยตรง ในขณะที่การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT จัดอยู่ในการรับชมรายการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาส่วนต่อไปนี้



รูปที่ 50 ห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการของประเทศสิงคโปร์
ที่มา: Asiawave (B.E 2560), IMDA, Ranker (B.E 2561)

5.1.2.1 ผู้ให้บริการในตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

รูปที่ 50 แสดงห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ ผู้ผลิตเนื้อหารายการซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ผู้เล่นหลักส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นเดียวกันตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้เล่นหลักในแต่ละตลาด พบว่า โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีผู้เล่นหลักจำนวน 1 ราย และโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีผู้เล่นหลักจำนวน 1 ราย

ระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศสิงคโปร์ มีผู้เล่นสำคัญคือ บริษัท Mediacorp ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำในการให้บริการสื่อ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ดิจิทัล สิ่งพิมพ์ และภาพยนตร์ในประเทศสิงคโปร์ อยู่ภายใต้การบริหารของ Temasek Holdings ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ลงทุนโดยรัฐบาล ดำเนินธุรกิจสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 7 สถานีและสถานีวิทยุ 11 สถานี ทำให้เป็นธุรกิจสื่อที่ใหญ่ที่สุดในสิงคโปร์ และเป็นผู้เล่นที่ผูกขาดในการให้บริการฟรีทีวีรายเดียวในประเทศสิงคโปร์ ในส่วนของช่องโทรทัศน์แบบฟรีทีวีมีทั้งหมด 7 ช่อง ประกอบด้วย

1) ช่อง 5 (Channel 5) ออกอากาศรายการต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ รายการเรียลลิตี้ ข่าว รายการบันเทิงทั่วไป และรายการบันเทิงที่ซื้อลิขสิทธิ์ เช่น Singapore Idol, Who Wants to Be a Millionaire? เป็นต้น ซึ่งมุ่งเน้นให้ครอบครัวรับชมเป็นสำคัญ

2) ช่อง 8 (Channel 8) ออกอากาศรายการเป็นภาษาจีน มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าว และรายการบันเทิง มุ่งเน้นให้ครอบครัวเชื้อสายจีนสามารถรับชมรายการที่มีคุณภาพ

3) ช่อง U (Channel U) ออกอากาศรายการเป็นภาษาจีน มุ่งเน้นเนื้อหาไปที่รายการบันเทิงสำหรับวัยรุ่น

4) ช่อง NewsAsia (Channel NewsAsia) ออกอากาศรายการเป็นภาษาอังกฤษ และเป็นช่องที่ครอบคลุมทั้งการออกอากาศบนแพลตฟอร์มฟรีทีวี และบนโทรทัศน์แบบ Pay-TV มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวและการพัฒนาของโลกในมุมมองของเอเชีย

5) ช่อง Okto (Channel Okto) ออกอากาศรายการเป็นภาษาอังกฤษ เป็นรายการสำหรับเด็กและออกอากาศรายการกีฬาในเวลากลางคืน

6) ช่อง Suria (Channel Suria) ออกอากาศรายการเป็นภาษามาเลย์ ซึ่งเป็นตัวเลือกสำหรับผู้ที่พูดภาษามาเลย์ในประเทศสิงคโปร์ มีเนื้อหาครบทุกรูปแบบที่ครอบครัวสามารถรับชมได้

7) ช่อง Vasantham (Channel Vasantham) ออกอากาศรายการเป็นภาษาทมิฬสำหรับคนเชื้อสายอินเดีย มุ่งเน้นผลิตรายการและนำเข้ารายการจากอินเดีย

ซึ่งช่องรายการทั้งหมดนี้ Mediacorp ให้บริการโดยคำนึงถึงความหลากหลายทางเชื้อชาติและภาษา รวมทั้งเป็นผู้เล่นเพียงรายเดียวที่สามารถให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของบริการได้ครบวงจร

สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลมีผู้เล่นสำคัญ คือ Starhub Limited เป็นหนึ่งในสามของบริษัทโทรคมนาคมรายใหญ่ของประเทศสิงคโปร์ โดยขณะนี้ Starhub เป็นผู้นำในการให้บริการเคเบิลของประเทศสิงคโปร์ เนื่องจากผลกระทบจากการรับชมบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง Starhub จึงตัดสินใจที่จะหยุดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ในวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562[159] แต่ยังคงการบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ไว้ โดยผู้ใช้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลจะได้รับส่วนลดเพื่อไปใช้งานบนการบริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV

[159] https://www.straitstimes.com/singapore/starhub-to-end-cable-services-and-go-fully-fibre

5.1.2.2 ผู้ให้บริการในตลาดการให้บริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Online TV)

การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มักเป็นการให้บริการแบบ Bundling service โดยการเข้าถึงโทรทัศน์ในระบบ IPTV มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการเข้าถึงการให้บริการโทรทัศน์ผ่านภาคพื้นดินและการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการในตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีดังต่อไปนี้

1) Starhub Limited เป็นผู้ให้บริการรายเดียวกับที่ให้บริการเคเบิล Starhub และเริ่มผลักดันการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV โดยผู้ใช้บริการสามารถรับชมช่องรายการผ่านกล่องรับสัญญาณได้มากกว่า 60 ช่อง โดยมีการผนวกเทคโนโลยีใหม่ ๆ จาก Google เช่น Google Assistant ในกล่องรับสัญญาณ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหารายการโปรดได้ง่ายขึ้น

2) SingtelTV บริหารโดย Singapore Telecom และเป็นหนึ่งในผู้ให้บริการโทรคมนาคม โดยผู้ใช้บริการสามารถรับชมช่องรายการผ่านกล่องรับสัญญาณได้มากกว่า 120 ช่อง

การให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT มีบทบาทมากขึ้นในประเทศสิงคโปร์ เพราะการลงทุนของบริษัทต่างชาติไม่ได้ถูกจำกัดอย่างโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ ประกอบกับการเข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่เป็นไปอย่างกว้างขวาง ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดการบริการโทรทัศน์แบบ OTT มีจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีทั้งการเกิดขึ้นของผู้เล่นรายใหม่และการปรับตัวของผู้เล่นรายเดิมในตลาดการบริการโทรทัศน์แบบ OTT ทั้งนี้ผู้เล่นหลักในตลาดมีดังนี้

1) บริษัท เน็ตฟลิกซ์ จำกัด (มหาชน) ให้บริการในรูปแบบของ SVoD บนแพลตฟอร์มของ Netflix โดยผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการบนแพลตฟอร์มของ Netflix เอง หรือจะรับชมผ่านผู้เล่นพาร์ทเนอร์อย่าง SingtelTV

2) SingtelTV Go เป็นการบริการโทรทัศน์แบบ OTT โดยให้ผู้ใช้บริการสามารถซื้อแพ็กเกจสมาชิกแบบ TV Go Pack เพื่อที่จะสามารถรับชมรายการแบบถ่ายทอดสด และ Video on Demand ได้

3) Starhub Go บริหารโดยบริษัท Starhub Limited โดยขยายการให้บริการจาก Pay-TV มาเป็นการบริการผ่านแอปพลิเคชัน มีแพ็กเกจที่ผู้ชมสามารถเลือกประเภทของช่องรายการและสามารถเสียค่าบริการเพิ่มเพื่อขยายจำนวนอุปกรณ์ที่สามารถรับชมได้

4) HOOQ เป็นการร่วมมือของ 2 บริษัท คือ Singtel Sony Pictures และ Warner Bros. Entertainment ให้บริการในประเทศอินโดนิเซีย ประเทศอินเดีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์ โดยสามารถรับชมผ่านแพลตฟอร์ม Hooq โดยตรงหรือรับชมผ่านแพลตฟอร์มของ Singtel ได้โดยสมัครแพ็กเกจเพิ่มเติม

5) Toggle เป็นแพลตฟอร์มที่เกิดขึ้นจาก Mediacorp ผู้ให้บริการรายเดียวในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล โดยรวบรวมช่องฟรีทีวี และรายการสดผ่านแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต รูปแบบการให้บริการเป็นแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับเนื้อหาพื้นฐานในแพลตฟอร์ม แต่ผู้ใช้บริการสามารถเสียค่าบริการเพิ่มเติม เพื่อรับชมเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นได้

6) ยูทูบ (YouTube) เป็นผู้ให้บริการในรูปแบบของ AVoD จากผลสำรวจ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าเว็บไซต์ยูทูบเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากเป็นอันดับที่สอง โดยมีสถิติคนเข้าเยี่ยมชมมากถึง 53 ล้านครั้งต่อเดือน และใช้เวลา 27 นาทีต่อครั้ง

5.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share)

เมื่อพิจารณาจากห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการในรูปที่ 50 พบว่า แต่ละตลาดจะมีผู้เล่นหลักในแต่ละตลาดย่อย โดยผู้เล่นหลักสามารถให้บริการตามห่วงโซ่มูลค่าการบริการได้อย่างครบวงจร ในการพิจารณาส่วนแบ่งตลาดสามารถอ้างอิงได้จากรูปที่ 51 โดยในส่วนของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลสามารถใช้การวัดผลความนิยมจากสัดส่วนจำนวนผู้รับชม โดยจากผลการสำรวจจาก Mediacorp[160] และ IMDA[161] เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2558 และ 2559 พบว่า ช่อง 8 ยังคงเป็นช่องรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 1 โดยมีสัดส่วนผู้รับชมคงที่ (ร้อยละ 28) เนื่องจากมีจุดขายที่ชัดเจนจากการออกอากาศช่องรายการเป็นภาษาจีนและกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมทุกช่วงอายุ อันดับที่ 2 ได้แก่ ช่อง 5 ที่มีสัดส่วนผู้ชมอยู่ที่ร้อยละ 22.4 โดยมีจุดแข็งที่สำคัญในการออกอากาศช่องรายการเป็นภาษาอังกฤษที่สามารถดูได้ทุกเพศทุกวัยเช่นเดียวกับช่อง 8 นอกจากนั้น ช่อง 5 ได้มีการออกอากาศรายการลิขสิทธิ์จากต่างประเทศเพื่อดึงดูดฐานผู้ชมอีกด้วย สำหรับช่อง U และช่อง AsiaNews มีสัดส่วนผู้ชมอยู่ที่ร้อยละ 16.5 และร้อยละ 12.9 ซึ่งลดลงเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2558 อย่างไรก็ตามทั้งสองช่องมีจุดเด่นของช่องที่ชัดเจนทำให้ยังคงความนิยมใน 4 อันดับแรกได้ (อ้างอิง รูปที่ 51)

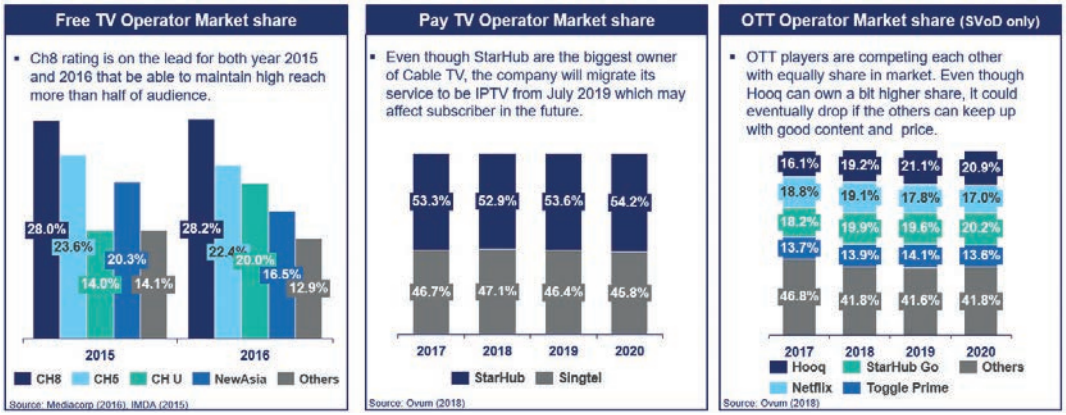
ตลาดโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) มีผู้เล่นเพียง 2 ราย ได้แก่ Starhub และ Singtel โดยผู้เล่นทั้งสองให้บริการในด้านโทรคมนาคมและขยายบริการมาในตลาด Pay-TV ในปี พ.ศ. 2561 Starhub มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 52.9 และคาดว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจาก Starhub เป็นผู้ให้บริการทั้งในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ซึ่งหากในอนาคตข้างหน้าแนวโน้มอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก Starhub มีแผนการที่จะยุติการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและย้ายฐานผู้ชมไปยังตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV สิ่งนี้อาจทำให้ผู้ใช้บริการบางราย (กลุ่ม Cord-cutting) เปลี่ยนไปสมัครแพลตฟอร์มอื่นอย่างการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ส่วน Singtel เป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV โดยมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 47.1 ซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของตลาด Pay-TV (อ้างอิง รูปที่ 51)

สำหรับตลาดการให้บริการแบบ OTT เป็นตลาดที่มีคู่แข่งมากที่สุดเพราะประเทศสิงคโปร์ยังไม่ได้มีกฎหมายชัดเจนในด้านการจำกัดการลงทุน ทำให้ผู้เล่นทั้งในประเทศและต่างประเทศมีกลยุทธ์ที่แตกต่างเพื่อที่จะได้ส่วนแบ่งตลาด ในปี พ.ศ. 2561 จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งตลาดกระจายตัวอย่างชัดเจน HOOQ, Starhub Go และ Netflix เป็นสามผู้เล่นในตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 19 ในขณะที่ Toggle Prime มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14 ทั้งนี้ผู้เล่นทั้ง 4 ราย ต่างให้บริการในรูปแบบเดียวกัน กล่าวคือ การสมัครบริการเพื่อที่จะรับชมเนื้อหาที่ต้องการ แนวโน้มพฤติกรรมผู้เล่นในปัจจุบันมีแนวทางขยายโอกาสทางธุรกิจด้วยการเป็นพาร์ทเนอร์กับผู้เล่นในการให้บริการผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ (อ้างอิง รูปที่ 51)

---

[160] https://www.mediacorp.sg/blob/8917160/a0d61a7670fa8da66b93ae4e810b1d54/2110-mediacorpkeypropositions-nielsenmediaindex2016-12-07-data.pdf

[161] https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/about/mda-ar-2016/annex.html



รูปที่ 51 ส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดการให้บริการ Pay-TV และตลาดการให้บริการ OTT

ที่มา: IMDA (B.E. 2558), Mediacorp (B.E. 2559), Ovum (B.E. 2561)

5.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์

การประมาณการรายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์ ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 รายได้ของตลาดโทรทัศน์โดยรวมมีมูลค่า 773 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็นรายได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์[162] 515 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 67) และรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือน 258 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 33) หากพิจารณาอัตราการเติบโตของรายได้จากโฆษณาเห็นได้ว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมคงที่ ในขณะที่รายได้จากค่าสมาชิกรายเดือนมีอัตราการเติบโตสะสมลดลงที่ร้อยละ 4.6 ด้วยข้อมูลการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการให้บริการแบบ OTT จึงเห็นได้ชัดว่าการให้บริการโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลง จากผลสำรวจของ Straits Times[163] พบว่าผู้ใช้บริการของ Starhub มีจำนวนลดลงถึง 35,000 คน ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งในปัจจุบันผู้เล่นฟรีทีวี และ Pay-TV ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการผ่านโครงข่ายออนไลน์เพิ่มเติมเพื่อรักษารายได้เอาไว้ เช่น Mediacorp เพิ่มบริการ Toggle, Starhub เพิ่มบริการ Starhub Go เป็นต้น (อ้างอิงข้อมูลจาก Ovum[164] และ IDATE[165] จากรูปที่ 52)

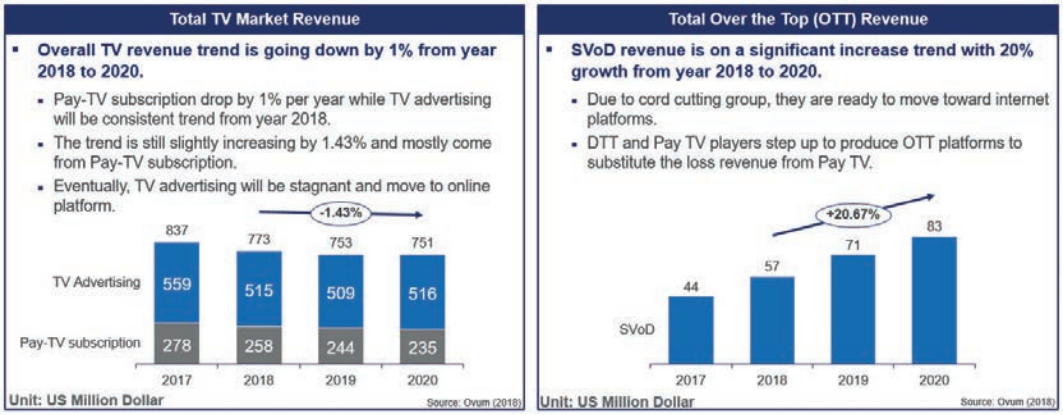
ในส่วนของผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT บริการ SVoD มีรายได้ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตสะสมอยู่ที่ร้อยละ 20.7 เนื่องจากตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว มีจำนวนผู้เล่นเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้เล่นมีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจและหลากหลายเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งของตลาด โดยมีการสร้างแพ็กเกจราคาที่ดึงดูดลูกค้าให้เปลี่ยนพฤติกรรมมาเลือกชมรายการโทรทัศน์แบบ OTT

[162] โทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม

[163] https://www.straitstimes.com/lifestyle/entertainment/tv-cuts-the-cord

[164] Ovum (2018)

[165] IDATE (2018) รายได้จากกิจการโทรทัศน์เป็นการคาดการณ์จากปี พ.ศ. 2560



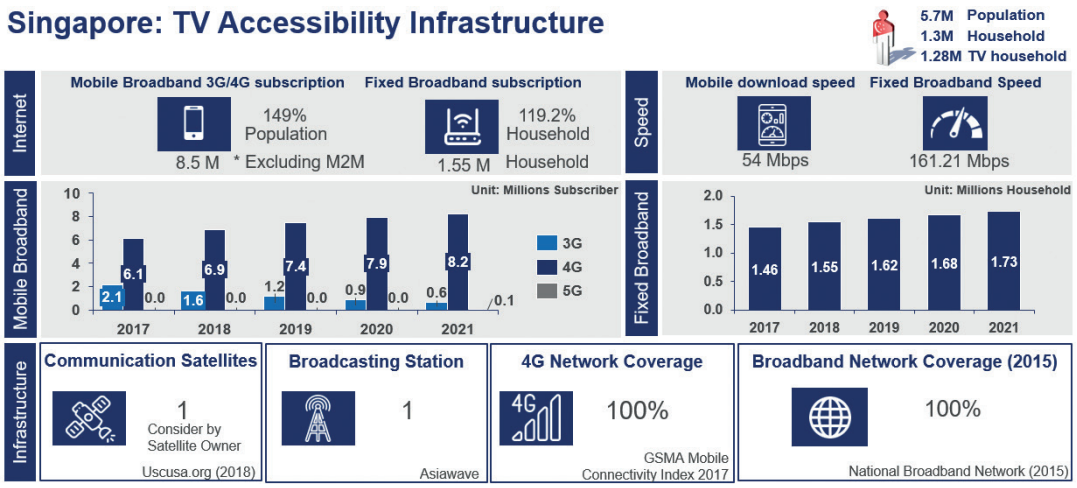
รูปที่ 52 รายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์
ที่มา: Ovum (B.E 2561)

5.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของสิงคโปร์

5.2.1 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure): โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของ ประเทศสิงคโปร์ ประกอบด้วย ดาวเทียมที่ใช้สำหรับการสื่อสาร (Communication) เฉพาะดาวเทียมสัญชาติสิงคโปร์ 1 ดวง (อ้างอิงจากฐานข้อมูลเกี่ยวกับดาวเทียมของ Union of Concerned Scientists (UCS) ในปี พ.ศ. 2561) และมีสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Broadcasting Station) 1 สถานี[166] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลของ Asiawave) เนื่องด้วยขนาดของประเทศสิงคโปร์มีขนาดเล็ก แม้ดาวเทียมและสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจะมีจำนวนน้อย แต่ก็เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมที่เพียงพอต่อการใช้งาน ส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งบริการ IPTV และบริการ OTT นั้นใช้โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและไร้สายร่วมกับโครงข่ายดาวเทียม (อ้างอิงรูปที่ 53)

[166] https://www.asiawaves.net/singapore-tv.htm



รูปที่ 53 โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้การเข้าถึงระบบโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์
ที่มา: GSMA (B.E 2560), Ovum, Broadbandnow, Statista, Hootsuite (B.E. 2561)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (Broadband Internet): รัฐบาลของสิงคโปร์ได้สนับสนุนการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายใต้โครงการ The Next Generation Nationwide Broadband Network (Next Gen NBN) โดยมีเป้าหมายในการวางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ด้วยเทคโนโลยี Fiber Optic ให้เข้าถึงทุกครัวเรือน รวมทั้ง โรงเรียน โรงพยาบาล สถานที่ราชการ และเอกชน ด้วยความเร็วอย่างน้อย 1 Gbps โดยได้เริ่มดำเนินการวางโครงข่าย Fiber Optic ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2552 และสามารถดำเนินการได้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2555 ทำให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศสิงคโปร์ทุกราย สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในระดับ Gigabit Broadband[167] ได้ เช่น ViewQwest ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่ความเร็ว 1 Gbps โดยมีค่าบริการรายเดือนที่ 42.5 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือราว 977 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน ณ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 1 ดอลลาร์สิงคโปร์ เท่ากับ 23 บาท) ในขณะที่อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่ความเร็ว 2 Gbps มีค่าบริการรายเดือนที่ 59.90 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือราว 1,382 บาท ทั้งนี้ Ovum ได้คาดการณ์ถึงจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายในปี พ.ศ. 2561 ว่ามีจำนวน 1.55 ล้านครัวเรือน โดยเทียบเป็นอัตราส่วนที่สูงมากถึงร้อยละ 119.2 ของจำนวนครัวเรือน และมีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 161.21 Mbps ในขณะที่จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 1.68 ล้านครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 129 ของจำนวนครัวเรือน

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย (Mobile Broadband Internet): พื้นที่ให้บริการโครงข่าย 3G และ 4G ในประเทศสิงคโปร์ครอบคลุมถึงร้อยละ 100 ของจำนวนประชากร ทั้งนี้ประเทศสิงคโปร์เริ่มเปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2554 เป็นรายแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และได้ยกเลิกการให้บริการบนโครงข่าย 2G ไปในเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสิงคโปร์จึงเป็นอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์อย่างสมบูรณ์ ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ใน

[167] https://www.enjoycompare.com/broadband/

ระบบ 3G/4G (ไม่รวมการเชื่อมต่อ M2M) จำนวน 8.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 149 ของจำนวนประชากร (จากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561) แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มี

การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าคนละ 1 หมายเลข แบ่งเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G จำนวน 1.6 ล้านคน และผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G จำนวน 6.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 81 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 ของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ตามโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G กำลังเข้ามามีบทบาทในตลาดในปี พ.ศ. 2564 ด้วยผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 1 แสนคน ทั้งนี้ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 54 Mbps การใช้งานอินเทอร์เน็ตและความเร็ว (Internet and Speed): สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความเร็วอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก จากความได้เปรียบด้านขนาดพื้นที่ การลงทุนของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องและการสนับสนุนจากรัฐบาลในการพัฒนาโครงข่าย Fiber Optic ในโครงการ Next Gen และการที่อัตราส่วนของจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G/4G ที่มีถึงร้อยละ 149 ของจำนวนประชากร และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายที่มีอัตราส่วนร้อยละ 119.2 ของจำนวนครัวเรือน ตลอดจนความครอบคลุมของโครงข่ายบรอดแบนด์ที่สามารถเข้าถึงได้ทั่วประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ต่างช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงบริการการรับชมผ่านโครงข่าย IPTV และแบบ OTT และสามารถรับชมวิดีโอที่มีคุณภาพดีได้

5.2.2 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มและนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์เป็นการมุ่งพัฒนาตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงอุปกรณ์รับชม เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงเป็นการเพิ่มประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้น สามารถพิจารณาแนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของสิงคโปร์ในรูปที่ 54

	Technology	Description	Impact Assessment				
			Service Provider			Customer	
			Bandwidth	Quality	Cost	Quality	Cost
Network	Broadband	▪ M1 and Singtel offer 10 Gbps fiber broadband service based on new XGPON technology. It is useful for applications such as running multiple 4K video sessions, Online gaming, remote medical services, next-generation 3D TV or 8K UHD TV in the future.	●	●	●	●	●
Network	5G Network	▪ StarHub in partnership with Nokia, completed their first outdoor pilot of 5G on the 3.5 GHz frequency band in Nov 2018. The pilot network also demonstrated Massive MIMO with beamforming and virtual reality user equipment	●	●	●	●	●
Network	Convergence Platform	▪ Terrestrial + VOD : Mediacorp launched Toggle Red Button (Asia First) based on HbbTV Technology to offer broadcasting and interactive TV	●	●	●	●	●
Transmission	DTT Broadcasting	▪ DTT in Singapore start in 2013 with DVB-T2 standard. The analog broadcasting is ceased in Jan 2019			●	●	●
Transmission	Broadcasting Resolution	▪ DTT use SD and HD (2K). 4K Channel is available in IPTV	●	●	●	●	●
User	CPE	▪ 4K TV STB from Viewqwest with basic voice control and ability to monitor healthy of Internet/Wifi Connection.				●	●

รูปที่ 54 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายบรอดแบนด์ (Broadband and 5G Network): ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหลายรายในประเทศสิงคโปร์เริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 10 Gbps ด้วยเทคโนโลยี XGPON เช่น M1 และ Singtel ซึ่งสามารถนำไปใช้กับบริการใหม่ ๆ ในอนาคต เช่น การรับชมวิดีโอ 8K UHD, Next Generation 3D TV ทั้งนี้ค่าบริการรายเดือนของ Singtel สำหรับบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็ว 10 Gbps เท่ากับ 189 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือราว 4,347 บาท

โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีการพัฒนาระบบ 4G ให้สามารถรับส่งข้อมูลได้เร็วขึ้น โดย Singtel ได้ทำการทดสอบร่วมกับ Ericsson ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 โดยใช้ 5 Carrier Aggregation ร่วมกับเทคนิค 256 QAM, 4x4 MIMO, FDD และ TDD ทำให้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโครงข่ายระบบ 4G ที่ความเร็วสูงสุดที่ 1.5 Gbps โดยคาดว่าจะมีสมาร์ทโฟนที่รองรับการทำงานของ 5CA ออกจำหน่ายในปี พ.ศ.2562 ในขณะที่ความคืบหน้าของการทดสอบระบบ 5G นั้น ทาง M1 และ Huawei ได้ร่วมกันทดสอบการแพร่ภาพเนื้อหาวิดีโอที่เป็น Virtual Reality (VR) ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G บนคลื่นความถี่ 28 GHz ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 ซึ่งการแพร่ภาพเนื้อหาวิดีโอ VR นั้นต้องการโครงข่ายที่มีแบนด์วิดท์สูง และมีความหน่วงในการรับส่งข้อมูลที่ต่ำ ในขณะที่ Starhub และ Nokia ได้ทดสอบ 5G New Radio บนโครงข่ายจริง โดยใช้คลื่นความถี่ 3.5 GHz ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ทางหน่วยงานกำกับดูแล IMDA ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการทดสอบระบบ 5G ทั้งในเชิงเทคนิคและเชิงพาณิชย์ โดยจะยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้งานคลื่นความถี่สำหรับการทดสอบระบบ 5G จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform: Mediacorp ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลได้เปิดให้บริการ Toggle Red button โดยใช้เทคโนโลยี HbbTV 2.0 ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมโทรทัศน์ในระบบภาคพื้นดินสามารถรับชมรายการย้อนหลัง (Catch Up) และ VoD รวมทั้งการดูผังรายการ EPG ล่วงหน้า ได้เพิ่มเติมผ่านทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ ทั้งนี้ผู้ชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจะสามารถใช้บริการได้โดยไม่เสียค่าบริการ โดยจะเป็นการรับชมผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ที่รองรับการทำงานของ Toggle Red Button-registered HbbTV โดยไม่ต้องใช้กล่องรับสัญญาณเพิ่มเติม

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT): ประเทศสิงคโปร์เริ่มเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน จากระบบแอนาล็อก (Analog Terrestrial Television) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television) ในปี พ.ศ. 2556 โดยใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ DVB-T2 ส่วนการยุติการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบแอนาล็อกทั้งหมดได้ดำเนินการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเดือน มกราคม พ.ศ. 2562 ปัจจุบันโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของสิงคโปร์ได้ส่งสัญญาณภาพด้วยความละเอียด SD และ HD ส่วนการรับชมรายการด้วยความละเอียดที่สูงเช่น 4K UHD นั้น สามารถรับชมได้ผ่าน IPTV

การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชมโทรทัศน์ (Customer-Premises Equipment: CPE): ผู้ผลิตอุปกรณ์กล่องรับสัญญาณต่างเริ่มพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับกล่องรับสัญญาณซึ่งมีจำนวนมากในตลาด เช่น Viewquest ได้พัฒนากล่องรับสัญญาณ VQTV5 ซึ่งนอกจากจะมีความสามารถในการรองรับภาพความละเอียด 4K การผนวก OTT Streaming Application ในกล่องรับสัญญาณ และการสั่งงานด้วยเสียงเบื้องต้นแล้ว กล่องรับสัญญาณนี้ยังมีความสามารถในการตรวจจับความผิดปกติของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และสัญญาณ Wifi ของผู้ใช้ โดยทำการประมวลผลจากข้อมูลของโครงข่ายและการใช้งานซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในเชิงสถิติ เช่น ความแรงของสัญญาณ ความเร็วในการรับส่งข้อมูล ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ Viewquest สามารถตรวจจับความผิดปกติที่อาจจะเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า และช่วยให้คำแนะนำและการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้ ขณะเดียวกันในฝั่งผู้ให้บริการโทรคมนาคมเองต่างก็ร่วมมือกับ OTT โดยการผนวกบริการ OTT เข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับชมรายการผ่านได้ทุกแพลตฟอร์ม เช่น กล่องรับสัญญาณ หรือการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ รวมไปถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับรับชมวิดีโอในแบบ OTT ที่ช่วยให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลา เช่น StarHub ให้บริการ StarHub Go ในขณะที่ Singtel ให้บริการ Singtel TV Go และ HOOQ เป็นต้น

5.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์

5.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (Regulatory Body): หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสิงคโปร์ คือ องค์กรพัฒนาสื่อและการสื่อสารของสิงคโปร์ (Info-communications Media Development Authority of Singapore: IMDA) ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐของสิงคโปร์ที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาและกำกับดูแลสื่อสารสนเทศต่าง ๆ โดยเกิดจากการรวมตัวกันขององค์กร Info-Communication Development Authority of Singapore (IDA) และ Media Development Authority (MDA) ที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแลเดิม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2559 ภายใต้สังกัดกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Ministry of Communications and Information) IMDA มีภารกิจที่จะเปลี่ยนแปลงวงการดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์โดยมุ่งเน้นในการส่งเสริมและควบคุมความปลอดภัยของข้อมูล (อ้างอิงรูปที่ 55)

นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ยังมีหน่วยงาน Government Technology Agency (GovTech) ทำหน้าที่ดูแลและบริหารโครงข่ายและบริการดิจิทัลสาธารณะของภาครัฐ (Public Digital Service and Digital Infrastructure) โดยมุ่งเน้นด้านความสามารถในการเตรียมตัวและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Resiliency) ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) เป็นหลัก

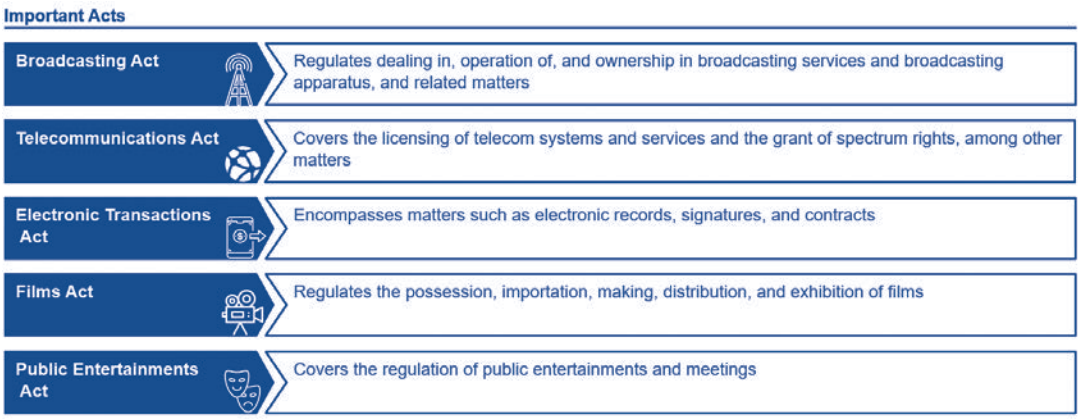
รูปที่ 55 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ที่มา: IMDA

บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): หน่วยงาน IMDA มีหน้าที่ความรับผิดชอบหลัก ดังต่อไปนี้

- ดำเนินการควบคุม และจัดการตามแผน Infocomm Media 2025 ของรัฐบาลที่จัดทำขึ้น โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาระบบการสื่อสารของประเทศ เพื่อสนับสนุนประชาชนและธุรกิจให้นำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมทั้งในด้านเทคโนโลยี ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่มีความรวดเร็ว ครอบคลุมและเชื่อถือได้ ด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ และด้านการพัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น
- พัฒนาและกำกับดูแลสื่อสารสนเทศ และการสื่อสารจากการควบรวมกันของภาคสื่อสารสนเทศ (Infocomm) และสื่อ (Media)
- ริเริ่มและพัฒนาระบบนิเวศเชิงดิจิทัล (Digital Ecosystem) ของประเทศสิงคโปร์ ด้วยการกำหนดนโยบายในด้านโครงข่ายกิจการโทรคมนาคม นวัตกรรม เนื้อหาของข้อมูล และการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคเอกชน
- ส่งเสริม สนับสนุนและให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับระบบนิเวศเชิงดิจิทัล (Digital Ecosystem)เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบนิเวศเชิงดิจิทัล (Digital Ecosystem) ของประเทศ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า หน่วยงาน IMDA มีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาประเทศสิงคโปร์ โดยได้ดำเนินการตามแผนและเป้าหมายที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับประเทศ ด้วยการโยงเทคโนโลยีเข้ากับภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และอื่น ๆ อีกมากมาย

5.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล

กฎหมายระดับพระราชบัญญัติที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์ในปัจจุบัน พิจารณาได้จากรูปที่ 56 ดังต่อไปนี้



รูปที่ 56 กฎหมายแม่บทที่สำคัญ
ที่มา: IMDA

- **พระราชบัญญัติว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Broadcasting Act):** เป็นพระราชบัญญัติที่มุ่งเน้นการควบคุมระบบและบริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 80 มาตรา สาระสำคัญของกฎหมายส่วนใหญ่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนและหลักเกณฑ์การออกใบอนุญาตการให้บริการกิจการโทรทัศน์ และการควบคุมสื่อประเภทต่าง ๆ ในประเทศสิงคโปร์

- **พระราชบัญญัติว่าด้วยการประกอบกิจการโทรคมนาคม (Telecommunications Act):** เป็นกฎหมายที่ครอบคลุมรายละเอียดขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตให้บริการกิจการโทรคมนาคม รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขในใบอนุญาตการให้บริการ เช่น เงื่อนไขเกี่ยวกับภาระการให้บริการเชื่อมต่อโครงข่าย (Interconnection) การปฏิบัติตามมาตรฐานผลงาน (Standard of Performance) การปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด (Code of Practice) และการจ่ายธรรมเนียมใบอนุญาตการให้บริการกิจการโทรคมนาคม เป็นต้น รวมถึงการจัดสรรคลื่นความถี่ การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมในด้านต่าง ๆ เช่น การกำกับดูแลอัตราค่าบริการ การส่งเสริมการแข่งขันในตลาดกิจการโทรคมนาคม การป้องกันการผูกขาด เช่น การเชื่อมต่อโครงข่าย การร่วมใช้โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม (Infrastructure Sharing) พฤติกรรมที่เป็นการผูกขาดและที่เป็นการค้าที่ไม่เป็นธรรม การควบรวมกิจการโทรคมนาคม การตกลงร่วมกันในการให้บริการของผู้ประกอบการที่เป็นการจำกัดหรือกีดกันการแข่งขัน เป็นต้น

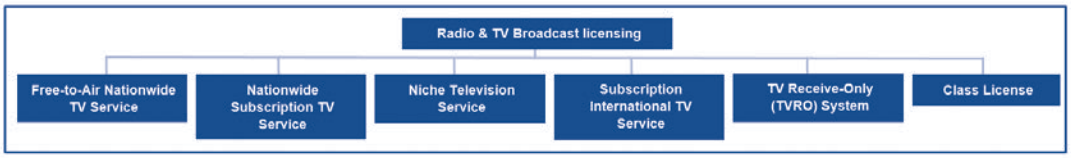
- **พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Act):** ประเทศสิงคโปร์ถือเป็นหนึ่งในประเทศแรกที่มีการตรากฎหมายเกี่ยวการกำกับดูแลและตรวจสอบการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีต้นแบบในการยกร่างกฎหมายตามกฎหมายแม่แบบว่าด้วยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Model Law on Electronic Commerce) และกฎหมายแม่แบบว่าด้วยเรื่องลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Model Law on Electronic Signature) ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อปี พ.ศ. 2541 มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหลักการเรื่องลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผลทางกฎหมายของสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ สิทธิ ภาระหน้าที่ของคู่สัญญา การเพิ่มความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ความรับผิดชอบของผู้ให้บริการเครือข่าย รวมถึงการกำหนดหลักการใช้เทคโนโลยี Public Key Infrastructure (PKI) และเทคโนโลยีชีวภาพ (Biometrics) ในการระบุตัวตน

- **พระราชบัญญัติภาพยนตร์ (Film Act):** เป็นกฎหมายหลักในการควบคุมภาพยนตร์ในประเทศสิงคโปร์ โดยกฎหมายฉบับนี้ได้ออกบังคับใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2524 และได้รับการแก้ไขปรับปรุงสาระสำคัญของกฎหมายอีกหลายครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและคอมพิวเตอร์ กฎหมายฉบับนี้มีทั้งหมด 41 มาตรา มีเนื้อหาและสาระสำคัญในการควบคุมภาพยนตร์ที่มีอยู่หรือที่เผยแพร่ในประเทศสิงคโปร์ ด้วยการใช้ระบบการให้ใบอนุญาตเป็นเครื่องมือทางกฎหมายในการควบคุมกิจการของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้า ผลิต จำหน่ายจ่ายแจก หรือเผยแพร่ภาพยนตร์ หากผู้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตแล้ว ผู้รับใบอนุญาตอาจถูกริบเงินประกันและเพิกถอนใบอนุญาต พร้อมทั้งต้องรับโทษปรับหรือจำคุกตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายภาพยนตร์อีกด้วย นอกจากการควบคุมผู้ประกอบธุรกิจแล้ว กฎหมายภาพยนตร์ยังเป็นกฎหมายหลักในการกำหนดให้มีการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ที่จะนำเข้าหรือเผยแพร่ในประเทศสิงคโปร์ โดยกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการภาพยนตร์เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหาของภาพยนตร์ด้วยอีกทางหนึ่ง พร้อมทั้งกำหนดประเภทของภาพยนตร์และเงื่อนไขในการเผยแพร่
- **พระราชบัญญัติการแสดงในที่สาธารณะ (Public Entertainment Act)** กฎหมายว่าด้วยการแสดงในที่สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นไปในรูปแบบของการเปิดแสดงดนตรี ละคร หรือภาพยนตร์ โดยผู้จัดให้มีการแสดงดังกล่าวจะต้องขออนุญาตต่อเจ้าหน้าที่ก่อนที่จะจัดให้มีการแสดงต่อสาธารณะ โดยเจ้าหน้าที่กำหนดเงื่อนไขในการอนุญาตไว้หรือกำหนดให้มีการวางประกันการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายหรือเงื่อนไขการอนุญาต อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากฎหมายในพระราชบัญญัติภาพยนตร์ (Film Act) จะมีการควบคุมการแสดงภาพยนตร์โดยใช้ระบบการอนุญาตเช่นกัน แต่การขออนุญาตดังกล่าวเป็นการขออนุญาตสำหรับผู้ประกอบธุรกิจฉายภาพยนตร์เป็นประจำเท่านั้น บุคคลธรรมดาหรือองค์กรที่มิได้ประกอบธุรกิจการฉายภาพยนตร์เป็นประจำแต่ประสงค์ที่จะจัดให้มีการแสดงภาพยนตร์เป็นครั้งคราวแล้ว บุคคลดังกล่าวจะต้องดำเนินการขออนุญาตกับเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการแสดงในที่สาธารณะ (Public Entertainment Act) แทนการขออนุญาตตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์ (Film Act)

ทั้งนี้ หากผู้ขอหรือผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการจาก หน่วยงาน IMDA มีประเด็นหรือได้รับความเสียหาย หรือได้รับผลที่ไม่ได้เป็นไปตามแนวปฏิบัติที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด (Code of Practice) ผู้ขอหรือผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสามารถร้องเรียนต่อคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาและตัดสินใจในกรณีดังกล่าว โดยผลการพิจารณาจากคณะรัฐมนตรีถือเป็นสิ้นสุด และสามารถหักล้างผลการพิจารณาของหน่วยงาน IMDA รวมถึงสั่งการให้เป็นไปตามที่กำหนดได้

5.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์

5.3.3.1 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing Framework) การออกใบอนุญาตของผู้ประกอบการแพร่ภาพกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ที่กำกับและดูแลโดยหน่วยงาน IMDA สามารถแสดงได้ตาม รูปที่ 57 ดังต่อไปนี้



รูปที่ 57 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตในประเทศสิงคโปร์
ที่มา: IMDA

- ใบอนุญาตให้บริการช่องรายการโทรทัศน์เครือข่ายระดับชาติแบบฟรีทีวี (Free-to-Air Nationwide TV Service)[168] เป็นใบอนุญาตการประกอบกิจการสำหรับผู้ให้บริการช่องรายการแบบไม่คิดค่าบริการ หรือ Free-To-Air (FTA) ในประเทศสิงคโปร์ โดยมีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามสัดส่วนของรายได้ที่ร้อยละ 2.5 แต่ไม่เกิน 250,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปีพร้อมการวางหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา (Performance Bond) ที่ 200,000 ดอลลาร์สิงคโปร์
- ใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติ (Nationwide Subscription TV Service)[169] เป็นใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ สำหรับผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์ในตลาดใหญ่ที่มีผู้ชมทั่วประเทศ (Mass Market) ในประเทศสิงคโปร์ โดยมีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามสัดส่วนของรายได้ที่ร้อยละ 2.5 แต่ไม่เกิน 50,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปี พร้อมการวางหลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา (Performance Bond) ที่ 200,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ ซึ่งเนื้อหาของข้อมูลที่นำเสนอจะต้องเป็นไปตามข้อระเบียบและมาตรฐานที่หน่วยงาน IMDA กำหนด อันได้แก่ ข้อระเบียบเนื้อหาสำหรับการรับส่งสัญญาณตามช่องรายการออกอากาศ (Content Code for Nationwide Managed Transmission Linear Television Services) ข้อระเบียบเนื้อหาสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT และการให้บริการโทรทัศน์ในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Content Code for Over-the-Top (“OTT”), Video-on-Demand (“VOD”) and Niche Services) และการโฆษณาและการสนับสนุนรายการโทรทัศน์และวิทยุ (Television and Radio Advertising and Sponsorship Code)
- ใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Television Service)[170] เป็นใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ สำหรับผู้ให้บริการในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งไม่มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาต แต่อย่างไรก็ตามเนื้อหาของข้อมูลที่นำเสนอจะต้องเป็นไปตามข้อระเบียบเนื้อหาสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT และการให้บริการโทรทัศน์ในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Content Code for Over-the-Top (“OTT”), Video-on-Demand (“VOD”) and Niche Services)

[168] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/licence-for-the-provision-of-broadcasting-services
[169] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/licence-for-the-provision-of-broadcasting-services/subscription-nationwide-television-service-licence
[170] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/licence-for-the-provision-of-broadcasting-services/niche-television-service-licence

- ใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับสากล (Subscription International TV Service)[171] เป็นใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ สำหรับผู้ให้บริการช่องโทรทัศน์ (Broadcaster) ที่ต้องการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcast) ส่งสัญญาณเชื่อมโยงขาขึ้น (Uplink) หรือขนส่งสัญญาณ (Transmit) จากประเทศสิงคโปร์ ผ่านระบบโครงข่ายดาวเทียมเพื่อให้บริการโทรทัศน์ไปยังประเทศอื่น ๆ ในระดับภูมิภาคเดียวกันด้วยระบบแพร่ภาพผ่านโครงข่ายดาวเทียมภาคพื้นดิน (Terrestrial Satellite) โดยสามารถส่งสัญญาณโครงข่ายดาวเทียมผ่านผู้ให้บริการโครงข่ายดาวเทียมที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโครงข่ายดาวเทียมในประเทศสิงคโปร์ (Satellite Uplink/Downlink for Broadcasting License) เช่น บริษัท ST Teleport, บริษัท Singapore Telecommunications, บริษัท MediaCorp, บริษัท Encompass Digital Media และบริษัท Globecast เป็นต้น โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจากมูลค่าที่สูงกว่าระหว่าง ร้อยละ 2.5 ของรายได้และ 5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปี
- ใบอนุญาตให้บริการของอุปกรณ์รับสัญญาณผ่านโครงข่ายดาวเทียม (Television Receive-Only Satellite System License)[172] เป็นใบอนุญาตการให้บริการติดตั้ง ดำเนินการ หรือให้บริการอุปกรณ์รับสัญญาณผ่านโครงข่ายดาวเทียม (TVRO) ในประเทศสิงคโปร์ โดยสามารถแบ่งประเภทของใบอนุญาตได้ดังนี้

1) ประเภท A: รับชมได้อย่างเดียว (View Only)

2) ประเภท B: รับชมและบันทึกได้ (View & Record)

3) ประเภท C: รับชม บันทึก และเผยแพร่ได้ (View, Record & Distribute)

ผู้ให้บริการที่จะยื่นขอใบอนุญาตจะต้องสามารถแสดงความจำนงในการเข้าถึงข้อมูลที่มีความอ่อนไหวต่อเวลา (Time-sensitive information) เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจหรือการดำเนินงาน โดย IMDA กำหนดประเภทของธุรกิจที่สามารถขอใบอนุญาตได้ดังต่อไปนี้

1) สถาบันการเงินรับรองโดย Monetary Authority of Singapore

2) สถาบันการค้าที่รับรองโดย Economic Development Board (EDB) หรือ IE Singapore

3) ผู้ให้บริการด้านสื่อที่รับรองโดยกระทรวงคมนาคมและสารสนเทศ เช่น โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

4) สถานทูตต่างประเทศที่รับรองโดยกระทรวงการต่างประเทศ

5) โรงแรมที่รับรองโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวสิงคโปร์

6) สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษานานาชาติที่รับรองโดย EDB

7) สถาบันการศึกษาระดับท้องถิ่นที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงศึกษาธิการ

8) สถาบันการแพทย์ที่ลงทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข

---

[171] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/licence-for-the-provision-of-broadcasting-services/subscription-international-television-service-licence

[172] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/licence-for-the-provision-of-broadcasting-services/television-receive-only-satellite-system-licence

ผู้ให้บริการที่ได้รับใบอนุญาตให้บริการสามารถรับสัญญาณโทรทัศน์จากช่องสัญญาณดาวเทียมผ่านระบบแพร่ภาพผ่านโครงข่ายดาวเทียมภาคพื้นดิน (Terrestrial Satellite) จากห้วงอวกาศ (Outer Space) ได้ โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต 1,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อปี ต่อจานรับ ซึ่งผู้ที่ได้รับอนุญาตการให้บริการต้องดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมก่อนได้รับใบอนุญาตการให้บริการอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ ยังมีอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการให้บริการ TVRO แบบชั่วคราว ไม่เกิน 30 วัน โดยมีการคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต 100 ดอลลาร์สิงคโปร์ ต่อจานรับ

นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติ Broadcasting Act บทที่ 28 มาตรา 9[173] ได้กล่าวถึงการจัดหมวดหมู่ ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์ม OTT ที่มีการบริการเข้าข่ายการเป็น Internet Service Provider และ Internet Content Provider ซึ่งจะได้รับใบอนุญาต Class License โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการบางประเภทต้องทำเรื่องยื่นขอใบอนุญาต Class License ด้วยตนเองดังนี้

- **ใบอนุญาต Class License Registration for Internet Content Provider**[174] เป็นใบอนุญาตสำหรับผู้ที่ให้บริการเนื้อหาบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ให้บริการบางประเภทดังต่อไปนี้จะต้องขอใบอนุญาตด้วยตนเอง พรรคการเมืองในประเทศสิงคโปร์ องค์กรหรือผู้ให้บริการใด ๆ ที่มีเนื้อหาสนับสนุนและเผยแพร่เกี่ยวกับการเมืองและศาสนา ผู้ให้บริการหนังสือพิมพ์ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำเรื่องยื่นขอใบอนุญาตด้วยตนเองภายใน 14 วันหลังจากวันเริ่มให้บริการและจะต้องมีเอกสารแจ้งให้ IMDA ทราบหากมียุติการให้บริการ

5.3.3.2 หลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์

ขั้นตอนในการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ในแบบต่าง ๆ สามารถแสดงได้ตามรูปที่ 58 ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงาน IMDA ผู้ขอใบอนุญาตประกอบกิจการต้องยื่นเอกสารตามที่กำหนดไว้ รวมถึงชำระค่าธรรมเนียม ซึ่งการพิจารณาการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการนั้นโดยปกติจะดำเนินการภายใน 5 ถึง 25 วันทำการ[175]

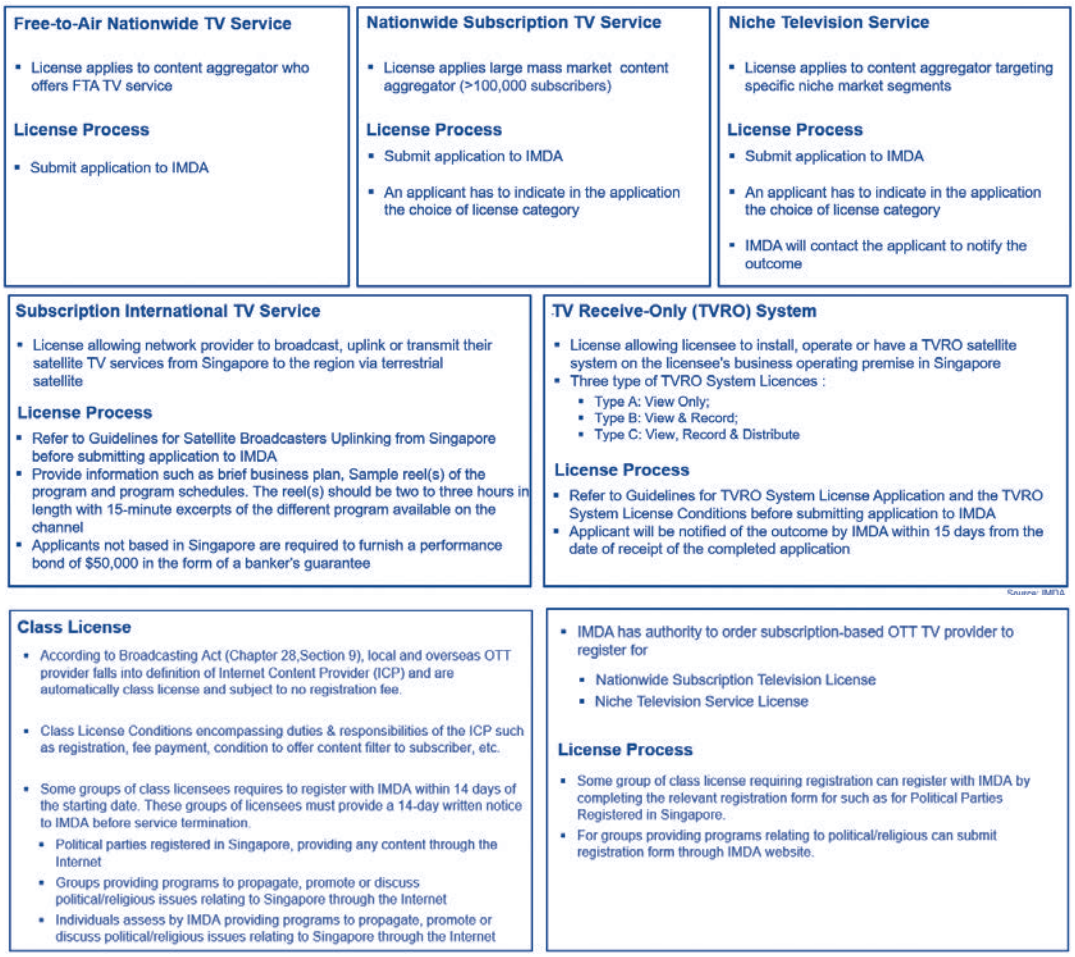
หลังจากผู้ขอรับอนุญาตได้ยื่นคำขอใบอนุญาตประกอบกิจการไป หน่วยงาน IMDA จะมีการพิจารณาตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ โดยระยะเวลาของใบอนุญาตประกอบกิจการที่จะได้รับจะแตกต่างในแต่ละประเภท เช่น ใบอนุญาตให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับสากลจะได้รับใบอนุญาตเป็นเวลา 5 ปี เป็นต้น

---

[173] https://sso.agc.gov.sg/SL/BA1994-N1?DocDate=20161227

[174] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/class-licence-scheme/class-licence-registration-for-internet-content-providers

[175] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/online-services



รูปที่ 58 รายละเอียดใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์และขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต
ที่มา: IMDA, AVIA

5.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างรูปแบบการให้บริการแบบดั้งเดิมและแบบ OTT สามารถพิจารณาได้จากมิติด้านการออกใบอนุญาต (Licensing) ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions) การควบคุมกิจการ (Control) และการคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection) รูปที่ 59 และ รูปที่ 60 แสดงถึงการเปรียบเทียบการกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT ในมิติต่าง ๆ กล่าวคือ

5.3.4.1 การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing)

การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจะต้องมีการขอใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยมีใบอนุญาตทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตการให้บริการช่องรายการโทรทัศน์เครือข่ายระดับชาติแบบฟรีทีวี ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติ ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์แบบเฉพาะ ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับสากล และใบอนุญาตการให้บริการของอุปกรณ์รับสัญญาณผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยพระราชบัญญัติ Broadcasting Act[176] มาตรา 28 ได้กล่าวถึงผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงโทรทัศน์ของประเทศสิงคโปร์ต้องขอใบอนุญาตการให้บริการและผ่านคุณสมบัติที่ได้กำหนดไว้ ในส่วนของแบบ OTT ตามข้อมูลของ IMDA[177] พบว่า ผู้ให้บริการเนื้อหาบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตจะถูกจัดอยู่ในประเภทใบอนุญาต Class License โดยอัตโนมัติ ซึ่งมาตรา 9 กล่าวถึงการกำหนดใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับ Class License และผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจะต้องทำตามหลักปฏิบัติ (Code of Practice)

การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (License Fee): ในส่วนการจัดเก็บค่าธรรมเนียม หน่วยงาน IMDA มีอำนาจในการกำหนดค่าธรรมเนียมสำหรับผู้รับอนุญาต โดยใบอนุญาตแต่ละประเภทจะมีค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน เช่น ใบอนุญาตการให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติ มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามสัดส่วนของรายได้ที่ร้อยละ 2.5 แต่ไม่เกิน 50,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ เป็นต้น ในขณะที่แบบ OTT ไม่มีอัตราค่าธรรมเนียมที่ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตจะต้องรับผิดชอบ

5.3.4.2 ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions)

การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีข้อจำกัดในการลงทุนตามพระราชบัญญัติ Broadcasting Act มาตรา 44 ว่าด้วยเรื่องสัดส่วนของการลงทุนบริษัทข้ามชาติ โดยได้กำหนดคุณสมบัติของการให้ใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติ โดยกำหนดให้สัดส่วนการลงทุนของบริษัทข้ามชาติมีกำหนดเพดานอยู่ที่ร้อยละ 49 โดยรัฐบาลมีอำนาจในการอนุมัติใบอนุญาตได้ในบางกรณีที่สัดส่วนของบริษัทข้ามชาติไม่เป็นไปตามที่กำหนด ในส่วนของ OTT ยังไม่มีกฎระเบียบชัดเจนที่กำหนดออกมาใช้กับผู้ให้บริการ

การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross Media Ownership): ระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และแบบ OTT ไม่มีข้อกำหนดการจำกัดการเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ

ข้อจำกัดด้านการโฆษณา (Advertisement): สำหรับระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม กิจการโทรทัศน์จะต้องทำตามหลักปฏิบัติ 2 อย่างได้แก่

1) หลักปฏิบัติสำหรับการโฆษณา[178] (The Code of Advertising Practice) ซึ่งบริหารงานโดยสภาโฆษณาแห่งสิงคโปร์ (the Advertising Standards Authority of Singapore-ASAS) ซึ่ง ASAS มีอำนาจที่จะถอนโฆษณาออกเมื่อเห็นว่าไม่เป็นไปตามหลักปฏิบัติ โดยจุดประสงค์ของหลักปฏิบัติคือการควบคุมการโฆษณาในเชิงพาณิชย์ของประเทศสิงคโปร์ โดยบทที่ 1 ข้อที่ 1 กล่าวว่าโฆษณาทั้งหมดควร

[176] https://sso.agc.gov.sg/Act/BA1994#pr8-

[177] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/licensing/licences/class-licence-scheme/class-licence-registration-for-internet-content-providers

[178] https://asas.org.sg/Portals/0/Images/ASAS/docs/SCAP%202008.pdf?ver=2014-05-16-093651-153

ถูกต้องตามกฎหมาย เหมาะสม มีความเป็นความจริง มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและสังคม และเป็นไปตามหลักการแข่งขันที่เป็นธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในธุรกิจ โดยเนื้อหาจะมีกล่าวถึงหลักการปฏิบัติในการโฆษณาสินค้าหรือการบริการในแต่ละชนิด

2) หลักปฏิบัติในการให้บริการสนับสนุนรายการโทรทัศน์ (TV Programme Sponsorship Code) กล่าวถึงมาตรฐานทั่วไปของผู้ให้บริการโฆษณาในทั้งช่องรายการโทรทัศน์แบบฟรีทีวี (Free to Air) ช่องรายการของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV โดยเนื้อหาจะระบุการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความสามัคคีทางเชื้อชาติและศาสนา บรรทัดฐานและค่านิยมทางสังคม รูปแบบการโฆษณา การใช้ภาษา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้สนับสนุนรายการทีวี สำหรับบทที่ 3 ได้มีการกล่าวถึงการกำหนดระยะเวลาการโฆษณาและตัวอย่างรายการ โดยผู้ให้บริการสามารถออกอากาศโฆษณาไม่เกิน 14 นาทีต่อชั่วโมง ในขณะที่ช่องรายการกีฬาสามารถออกอากาศโฆษณาได้ไม่เกิน 21 นาทีต่อชั่วโมง

นอกจากนี้ ในการขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติยังมีข้อจำกัดในเรื่องสัดส่วนของรายได้โฆษณาซึ่งจะต้องมีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 25 ของรายได้ทั้งหมด ในส่วนของ OTT ยังไม่มีข้อกำหนดชัดเจนนอกจากมีการปฏิบัติตามหลักปฏิบัติสำหรับการโฆษณา (The Code of Advertising Practice)

ข้อจำกัดการจัดหาโปรแกรม (Program Supply): สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม พระราชบัญญัติ Broadcasting Act มาตรา 19 ได้กำหนดให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะต้องนำฟรีทีวีไปออกอากาศในโครงข่ายของตนเอง (Must Carry) นอกจากนี้ IMDA ยังได้มีการใช้กฎ Anti-Siphoning ซึ่งมีจุดประสงค์ไม่ให้ผู้ให้บริการ Pay-TV มีอำนาจผูกขาดในการมีสิทธิประมูลรายการที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อการรับชมของประชาชนโดยรวม (ซึ่งคล้ายกับกฎ Must Have ในประเทศไทย) โดย IMDA ได้ประกาศรายชื่อประเภทของรายการสำคัญในราชกิจจานุเบกษา[179] ซึ่งเป็นรายการสำคัญที่เกี่ยวเนื่องกับกีฬาระดับชาติและระดับสากลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1) ประเภท A ได้แก่ Asian Games, Commonwealth Games, Formula 1 Singapore, Southeast Asian Games และ Summer Olympic Games โดยใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ของ Pay-TV ไม่อนุญาตให้ผู้ขอใบอนุญาตทำการถ่ายทอดสด หรือออกอากาศรายการย้อนหลัง

2) ประเภท B ได้แก่ ASEAN Football Federation, Suzuki Cup, Malaysia Cup, Summer Paralympic Games และ Summer Youth Olympic Games โดยใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์ของ Pay-TV อนุญาตให้ผู้ขอใบอนุญาตทำการถ่ายทอดสด แต่ไม่มีสิทธิในการออกอากาศรายการย้อนหลัง นอกจากนี้ ผู้ให้บริการ Pay-TV ต้องเผยแพร่เนื้อหา (Exclusive content) ของตนเองให้เท่าเทียมกันในทุกแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ ในส่วนของการบริการแบบ OTT ยังไม่มีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน

[179] https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/frameworks-and-policies/conducive-media-environment/mmcc-notification-antisiphoning-list.pdf?la=en

5.3.4.3 การควบคุมกิจการโทรทัศน์ (Controls)

การควบคุมการพากย์และคำบรรยายภาพ (Captioning and Subtitles): สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมผู้ขอใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิกระดับชาติและใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบเฉพาะกลุ่มอยู่ภายใต้ Content Code for Nationwide Managed Transmission Linear Television Services[180] โดยข้อที่ 8 ได้กล่าวถึงมาตรฐานการใช้ภาษาของช่องรายการ ซึ่งจะต้องใช้มาตรฐานที่สูงสำหรับ 4 ภาษาหลัก ได้แก่ ภาษาอังกฤษ จีน มาเลย์ และทมิฬ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

1) ภาษาอังกฤษจะต้องใช้หลักภาษาอย่างถูกต้องและจะต้องใช้สำเนียงของสิงคโปร์ (Singlish)

2) ภาษาจีนจะต้องเป็นภาษาจีนกลางเท่านั้น

3) สำหรับช่องฟรีทีวี ไม่ควรจะนำภาษาจีนท้องถิ่นไปใช้ในรายการข่าว หรือรายการที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลความรู้

4) สำหรับโทรทัศน์แบบสมัครสมาชิก อนุญาตให้มีสัดส่วนของเพลงในภาษาท้องถิ่นในเนื้อหารายการได้มากที่สุดร้อยละ 30 ต่อชั่วโมง

5) การสนับสนุนให้มีรายการข่าวท้องถิ่น และรายการที่ให้ข้อมูลความรู้ในภาษามาเลย์ หากมีการออกอากาศรายการต่างชาติจะต้องมีคำบรรยายในภาษา Bahasa Melayu Baku (ภาษามาเลย์กลาง)

6) ภาษาทมิฬกลางที่มีการใช้หลักภาษาและสำเนียงที่ถูกต้องควรนำไปใช้ในรายการข่าว หรือรายการที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลความรู้

นอกจากนี้ การให้ใบอนุญาตให้บริการโทรทัศน์แบบเฉพาะกลุ่ม มีข้อกำหนดสัดส่วนภาษาท้องถิ่นต้องมีน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 ของเนื้อหาทั้งหมด สำหรับ OTT ยังไม่มีกำหนดข้อควบคุมที่ชัดเจน

การควบคุมเนื้อหา (Content): หลักปฏิบัติที่ใช้ในการกำหนดและควบคุมประเภทของเนื้อหาที่จะออกอากาศมีทั้งหมด 3 หลักปฏิบัติ ได้แก่ Subscription Television Programmed Code, Content Code for OTT, VoD and Niche Services และ The Internet Code of Practice โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) Subscription Television Programmed Code[181] ใช้สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมเท่านั้น ทั้งนี้ IMDA ได้กำหนดหลักปฏิบัติ โดยมีเป้าหมายในการควบคุมเนื้อหาไม่ให้ขัดต่อผลประโยชน์ส่วนรวมและความสามัคคีของชาติ ซึ่งเนื้อหาสาระสำคัญกล่าวถึงเนื้อหาของช่องรายการแต่ละประเภทให้เป็นไปตามที่กำหนด เช่น ข้อที่ 3 รายการเด็ก คือรายการที่นำเสนอเนื้อหาให้กับเด็กที่อายุต่ำกว่า 15 ปี และรายการไม่ควรจะมีเนื้อหาหรือฉากที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือยาสูบ นอกจากว่าจะมีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

2) Content Code for OTT, VoD and Niche Services ใช้สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT โดยได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของเรตติ้งให้กับช่องรายการตามหลักเกณฑ์จากภาพยนตร์ (Film Classification Guidelines) และช่องรายการต้องแสดงเรตติ้งของช่องรายการอย่างเปิดเผยเพื่อการตัดสินใจของผู้รับชม การแบ่งประเภทมีดังนี้ 1) ทั่วไป (G) 2) ต้องได้รับการดูแลจากผู้ปกครอง (PG) 3) ต้องได้รับการดูแลจากผู้ปกครองสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี (PG13) 4) เด็กอายุต่ำกว่า 16 ปี ไม่ควรรับชม (NC16) 5) สำหรับผู้ใหญ่อายุ 18 ขึ้นไป (M18) และ 6) สำหรับผู้ใหญ่ที่อายุ 21 ปีขึ้นไป (R21)

---

[180] https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/codes-of-practice-and-guidelines/acts-codes/managed-linear-tv-services-content-code-1mar2018.pdf?la=en

[181] https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Singapore/Singapore%20-%20Subscription%20TV%20Code%20-%20national.pdf

3) The Internet Code of Practice ข้อที่ 4 ยังมีการกล่าวเพิ่มเติมสำหรับผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ในเรื่องการห้ามฉายเนื้อหาบางประเภทที่ขัดต่อพื้นฐานหลักของความเป็นมนุษย์และปัจจัยอื่น ๆ เช่น กฎข้อที่ 4 (2) (d) กล่าวถึง ลักษณะเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ปรากฏกิจกรรมทางเพศหรือลักษณะการยั่วยุทางเพศของบุคคลที่อายุต่ำกว่า 16 ปี หรือมีลักษณะอายุต่ำกว่าอายุ 16 ปี เป็นต้น

การจำกัดโควตาเนื้อหาและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่ง (Quota and Rate): ปัจจุบันประเทศสิงคโปร์ยังไม่มีการกำหนดโควตาเนื้อหาและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่งสำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและการบริการในแบบ OTT อย่างไรก็ตาม IMDA อาจจะมีการกำกับดูแลทางด้านเนื้อหา ซึ่งอาจจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับโควตาของสัดส่วนเนื้อหาภายในประเทศและเนื้อหาจากต่างประเทศในอนาคต

5.3.4.4 การคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection)

ลิขสิทธิ์ผลงาน (Copy Rights): สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมการบริการแบบ OTT สำนักงาน Intellectual Property Office of Singapore[182] ได้กล่าวถึงหลักการใช้อย่างเป็นธรรม (Fair-use) ว่าการนำงานของผู้อื่นมาใช้มากกว่าร้อยละ 10 ของเนื้อหาจะถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามสำนักงานได้มีการกำหนดข้อยกเว้นสำหรับผู้นำเนื้อหาไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการรายงานเหตุการณ์ปัจจุบันผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ

การคุ้มครองผู้บริโภค (Customer Protection): สำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิมภายใต้ Code of Practice for Market Conduct[183] ได้มุ่งเน้นการรักษาตลาดให้มีความยุติธรรมและส่งเสริมการแข่งขันในตลาด ทั้งนี้เนื้อหา บทที่ 3 ได้กล่าวถึงผู้ที่มีอำนาจในการกำกับดูแลที่จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่กล่าวไว้เพื่อความยุติธรรม โดยไม่นำข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคไปใช้ในทางที่ผิด สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT อยู่ภายใต้การคุ้มครองผู้บริโภคของ Consumer Protect Act[184] ซึ่งได้มุ่งเน้นการรักษาตลาดให้มีการทำธุรกิจทั่วไปอย่างเป็นธรรม

Licensing		
Topic	Linear TV	OTT
Licensing	Issued (5 license types)	Issued (Automatic Class License)
Licensing for foreign channels	Issued (Expect to comply with existing Code)	Issued (Automatic Class License)
License fees and taxation	Fee applied (Depends on license type)	Fee applied (Depends on license type)

Restrictions		
Topic	Linear TV	OTT
Foreign direct Investment	Restricted (49%)	Open
Cross-media ownership	Open	Open
Advertisement	Restricted (< 14 mins/hr. limit for channel with schedule program)	Restricted
Program supply	Restricted (Anti-siphoning restrictions. Make exclusive content on all relevant platform)	Open

รูปที่ 59 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อใบอนุญาตและข้อจำกัด

ที่มา: IMDA, AVIA

[182] https://www.ipos.gov.sg/understanding-innovation-ip/copyright/exceptions

[183] https://sso.agc.gov.sg/SL/S148-2010

[184] https://sso.agc.gov.sg/Act/CPFTA2003

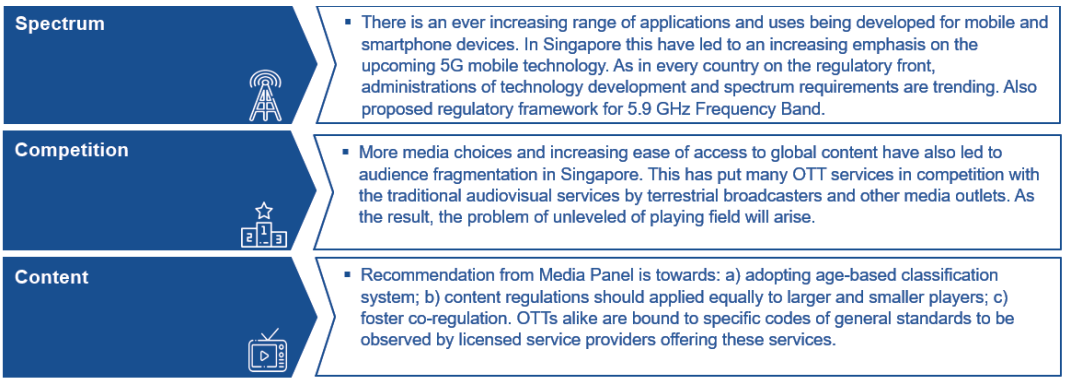
Controls			Protection		
Topic	Linear TV	OTT	Topic	Linear TV	OTT
Captioning and subtitles	Restricted (Control transmission of program in dialects)	Open	Copyright	Protected	Protected (Copyright Act allows owner to block infringe website)
Content	Restricted (Content rating showed, timing for 18+ program, parental locks)	Restricted (Content rating, Racist, hatred, sexual)			
Quota	Open	Open	Consumer	Protected (Protection on subscription contract)	Protected (But the Consumer Protection Act applies to most business-to-consumer contracts)
Rate	Open	Open			

รูปที่ 60 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อการควบคุมและการคุ้มครอง

ที่มา: IMDA, AVIA

5.3.4.5 แนวโน้มการกำกับดูแล

แนวโน้มการกำกับดูแลหลักที่สำคัญซึ่ง IMDA รับผิดชอบดำเนินการ สามารถพิจารณาได้จากรูปที่ 61 กล่าวคือ



รูปที่ 61 แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

ในด้านของคลื่นความถี่ ทาง IMDA ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านคลื่นความถี่ โดยมีการยื่นกรอบและมาตรฐานการกำกับดูแลโครงการ Intelligent Transport Systems (ITS) ในคลื่นความถี่ 5.9 GHz (5.875-5.925 GHz) เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 จุดประสงค์ของโครงการนี้เพื่อกำหนดกรอบและมาตรฐานคลื่นความถี่ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อหน่วยงาน Land Transport Authority (LTA) ที่สามารถพัฒนาและใช้งาน ITS ระดับชาติได้อย่างเต็มรูปแบบ ในช่วงเริ่มแรกของโครงการ IMDA ได้มีการจัดประชุมเพื่อรับฟัง

ความคิดเห็นสาธารณะ[185] ซึ่งมีการให้ข้อมูลด้านเทคนิคของมาตรฐาน และแนวทางการกำกับดูแลคลื่น 5.9 GHz หลังจากนั้น IMDA ได้มีการเผยแพร่[186] เนื้อหาแนวทางการกำกับดูแล ในส่วนของการจดทะเบียนอุปกรณ์และการให้ใบอนุญาตของ FBO[187] และ SBO[188] โดย Vehicular Road Side Units (RSU) จะได้รับข้อยกเว้นในการขอใบอนุญาต ในขณะที่ Non-Vehicular Installation จะต้องขอใบอนุญาต Localized Radio-Communication Station License และ Wide Area Private Network License โดยจะต้องเสียค่าธรรมเนียมตามที่ IMDA กำหนดไว้ จากขั้นตอนการลงทะเบียนและให้ใบอนุญาตจะส่งผลไปถึงการจัดสรรคลื่น 5G ที่จะเป็นส่วนสำคัญในการนำพาข้อมูลจากผู้รวบรวมเนื้อหารายการ หรือผู้ให้บริการช่องรายการของการให้บริการแบบ OTT ไปสู่ผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ทโฟน ในโครงการนี้ IMDA มีบทบาทสำคัญในการกำหนดการกำกับดูแลของคลื่นความถี่ให้เป็นกลางและเอื้ออำนวยต่อผู้ให้บริการในการอัพเกรดอุปกรณ์และเครื่องมือที่รองรับ 5G ในอนาคต

ด้านของการแข่งขัน จากการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ ตลาดการให้บริการแบบ OTT เป็นตลาดที่มีการกระจายตัวของผู้เล่นมากที่สุด ซึ่งการแข่งขันไม่ได้เกิดจากผู้เล่นในตลาดการให้บริการแบบ OTT เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีการแข่งขันกับระบบโทรทัศน์ในประเภทอื่น ๆ อีกด้วย ทั้งนี้ตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ในประเทศสิงคโปร์จะประกอบด้วยผู้เล่นภายในประเทศทั้งหมด ในขณะที่ตลาดการให้บริการแบบ OTT จะมีผู้เล่นจากต่างประเทศมาให้บริการด้วยทำให้ตลาดเปิดกว้างสำหรับผู้เล่นในประเทศและต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของผู้เล่นในตลาด (Unleveled playing field) โดยความไม่เท่าเทียมกันนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาในอนาคต ทั้งนี้ IMDA อาจจะมีแนวโน้มในการเข้ามากำกับดูแลสัดส่วนการลงทุนของบริษัทต่างชาติ ในตลาดการให้บริการแบบ OTT ให้มีข้อกำหนดคล้ายกันในแบบตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ที่มีการกำหนดสัดส่วนเพดานของการลงทุนของบริษัทข้ามชาติอยู่ที่ร้อยละ 49

ด้านเนื้อหา เนื่องจากในปัจจุบัน ตลาดการให้บริการแบบ OTT เปิดกว้างให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ เพราะฉะนั้นการควบคุมดูแลเนื้อหาให้เหมาะสมนั้นค่อนข้างที่จะเป็นไปได้ยาก ซึ่ง IMDA อาจจะมีบทบาทในการกำหนดกรอบกำกับดูแลหรือกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้เล่นในแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทั้งด้านการแยกประเภทของเนื้อหาตามอายุ ความเท่าเทียมกันในการดูแลควบคุมในทุกประเภทของกิจการโทรทัศน์ หรือการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการในการกำกับดูแลร่วมกัน เพื่อเป็นการผลักดันและส่งเสริมบรรทัดฐานในสังคมให้เป็นหนึ่งเดียวกัน และไม่ขัดต่อผลประโยชน์ส่วนรวม

---

[185] https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/inner/pcdg/consultations/20151221_its/public-consultation_its.pdf?la=en

[186] https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/consultations/consultation%20papers/2015/proposed-regulatory-framework-and-standards-for-its

[187] Facility-Based Operator

[188] Service-Based Operator

5.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ (TV Market)

ประเทศสิงคโปร์ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีเทคโนโลยีทันสมัย และประชาชนมีความสามารถในการใช้จ่ายสูงด้วยการเข้าถึงโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง ทำให้การรับชมโทรทัศน์ในแต่ละประเภทมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยตลาด OTT มีฐานผู้ชมและอัตราการเติบโตสูงที่สุดด้วยปัจจัยของราคาที่ต่ำกว่าการรับชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางอื่น และการมีผู้ให้บริการในตลาดที่หลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากโทรทัศน์แบบดั้งเดิมที่มีผู้เล่นสำคัญอยู่เพียงไม่กี่ราย อีกทั้งยังมีราคาค่าบริการที่ค่อนข้างสูง และการใช้บริการไม่สะดวกเท่าการรับชมแบบ Video on Demand โดยในตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีผู้เล่นหลักเพียงสามรายซึ่งแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาดที่ชัดเจน ในขณะที่ตลาด OTT มีส่วนแบ่งตลาดกระจายตัวมีผู้เล่นหลักหลายรายทั้งผู้เล่นรายใหม่และผู้เล่นจากตลาดดั้งเดิม สำหรับแนวโน้มรายได้ของตลาด OTT มีการเติบโตสูงขึ้น ทำให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมเริ่มให้บริการในรูปแบบของแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น

เทคโนโลยีและแนวโน้มในกิจการโทรทัศน์ (Technology and Trend)

สิงคโปร์ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมากที่สุดประเทศหนึ่งของโลก จากการสนับสนุนของภาครัฐบาลในการวางโครงข่าย FTTH รวมไปถึงความครอบคลุมของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในอัตราที่สูงมาก สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยช่วยสนับสนุนให้การรับชมรายการผ่านช่องทาง Online เติบโตขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการ Pay-TV และ โทรคมนาคมหลายรายต่างก็ปรับตัวเพื่อตอบรับกับการเข้ามาในตลาดของ OTT โดยการเป็นพันธมิตรกันรวมไปถึงการพัฒนาช่องทางรับชมของตนเองผ่านทาง OTT ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการพัฒนา Convergence Platform เพื่อให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินสามารถเข้าถึงบริการ VoD ผ่านอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการรับชมรายการได้ทุกที่ทุกเวลาตามต้องการ

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (TV Regulatory)

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศสิงคโปร์ สามารถพิจารณาได้ในมุมมองของโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure) การดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice) กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime) และการกำกับดูแลการหลอมรวมของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ (Regulatory of Convergence) ซึ่งพิจารณาได้จาก รูปที่ 62

รูปที่ 62 ข้อสรุปของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศสิงคโปร์

ด้านโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure): หน่วยงาน IMDA เป็นองค์กรภาครัฐของสิงคโปร์ที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาและกำกับดูแลสื่อสารสนเทศ โดยเกิดจากการรวมตัวกันขององค์กรด้านการสื่อสารข้อมูล IDA[189] และ ด้านสื่อ MDA[190] ภายใต้สังกัดกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีภารกิจที่จะเปลี่ยนแปลงวงการดิจิทัลในประเทศสิงคโปร์ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงาน GovTech ซึ่งทำหน้าที่ดูแลและบริหารโครงข่ายและบริการดิจิทัลสาธารณะของภาครัฐ โดยมุ่งเน้นด้านความสามารถในการเตรียมตัวและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งนี้หน่วยงาน IMDA และ GovTech สามารถเข้าถึงผู้ถือผลประโยชน์ร่วม (Stakeholders) โดยการใช้การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ

ด้านการดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice): IMDA มีอำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลตามกฎหมายและข้อกำหนดในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องมีความเป็นกลางทางเทคโนโลยี (Technology Neutral) ซึ่งหมายความว่าจะไม่ลำเอียงไปทางเทคโนโลยีใดเทคโนโลยีหนึ่งเป็นพิเศษ เพื่อประสิทธิภาพในการใช้ข้อกำหนดและกรอบการดูแลและสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ IMDA สามารถใช้อำนาจตามข้อกำหนดเพื่อหยุดหรือลดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime): หนึ่งในหน้าที่หลักของ IMDA คือ การจัดการออกใบอนุญาตสำหรับกิจการโทรทัศน์ กิจการด้านการสื่อสารข้อมูลและสื่อ โดยมุ่งเน้นในการทำให้ผู้เล่นในตลาดเกิดความเท่าเทียมกัน และคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค ทั้งนี้ IMDA มีการกำหนดประเภทและรายละเอียดของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการให้บริการความช่วยเหลือทาง Hotline และการให้บริการขอใบอนุญาตทางอินเทอร์เน็ต

การกำกับดูแลการหลอมรวม (Regulation of Convergence): เนื่องจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการใช้บริการบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ทำให้การหลอมรวมของสื่อมีความท้าทายในด้านการออกใบอนุญาตแก่ผู้ให้บริการสื่อในสิงคโปร์ ความท้าทายเหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่กฎเกณฑ์การเข้าตลาดของผู้เล่น เช่น ความไม่เท่าเทียมที่เกิดจากการที่ไม่ต้องขอใบอนุญาตบางประเภทสำหรับสื่อประเภทใหม่ ซึ่งส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของผู้เล่นในตลาด

[189] The Infocomm Development Authority
[190] The Media Development Authority

6 การศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแลของประเทศไทย

6.1 สภาพตลาดและการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

6.1.1 สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์โดยรวม

ขนาดของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยพิจารณาได้จากจำนวนประชากรและระดับรายได้ โดยในปี พ.ศ. 2560[191] ประเทศไทยมีประชากรทั้งหมด 69 ล้านคน จำนวนครัวเรือน 19.6 ล้านครัวเรือน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) มูลค่า 455.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน (GDP per Capita) มีมูลค่า 6,590 ดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้ว ประชากรมีความสามารถในการใช้จ่ายน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมหาอำนาจอย่างประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร (ซึ่งมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคน เท่ากับ 59,792 และ 39,616 ดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ) ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีรายได้หมุนเวียนหลักอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและตามหัวเมืองหลักซึ่งประชากรมีอำนาจในการใช้จ่ายสูงกว่าประชากรในแถบชานเมือง (อ้างอิง รูปที่ 63)

ข้อมูลการถือครองอุปกรณ์ในการรับชมรายการและการรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2560[192] พบว่า อัตราการถือครองโทรทัศน์ของครัวเรือนไทยอยู่ที่ร้อยละ 99 อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 60 อัตราการถือครองสมาร์ทโฟนรายบุคคลร้อยละ 63 และอัตราการถือครองคอมพิวเตอร์ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 28 ซึ่งหากพิจารณาจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชากรไทยนั้นมีอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์สูง การรับชมรายการโทรทัศน์สามารถเป็นไปอย่างกว้างขวาง แต่การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ยังมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งอาจเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการดำเนินกิจการโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบัน (อ้างอิง รูปที่ 63)

จากข้อมูลประมาณการของ Ovum[193] ระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แต่ละประเภทโครงข่ายที่แตกต่างกัน โดยการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม (Satellite Household Penetration) ของครัวเรือนไทยมีสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 66.2 ด้วยเหตุผลความสามารถในการเข้าถึงประชากรและการครอบคลุมพื้นที่ให้บริการได้ทั้งประเทศ สำหรับการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน (Terrestrial Household Penetration) และการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล (Cable TV Household Penetration) ของครัวเรือนไทย พบว่า มีสัดส่วนที่น้อยกว่าที่ร้อยละ 22.4 และ 8.8 ตามลำดับ สำหรับอัตราการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระบบโทรทัศน์แบบ IPTV และแบบ OTT มีอัตราการเข้าถึงของครัวเรือนไทยน้อยในปัจจุบันที่ร้อยละ 3 และ 6 ตามลำดับ (อ้างอิง รูปที่ 63)

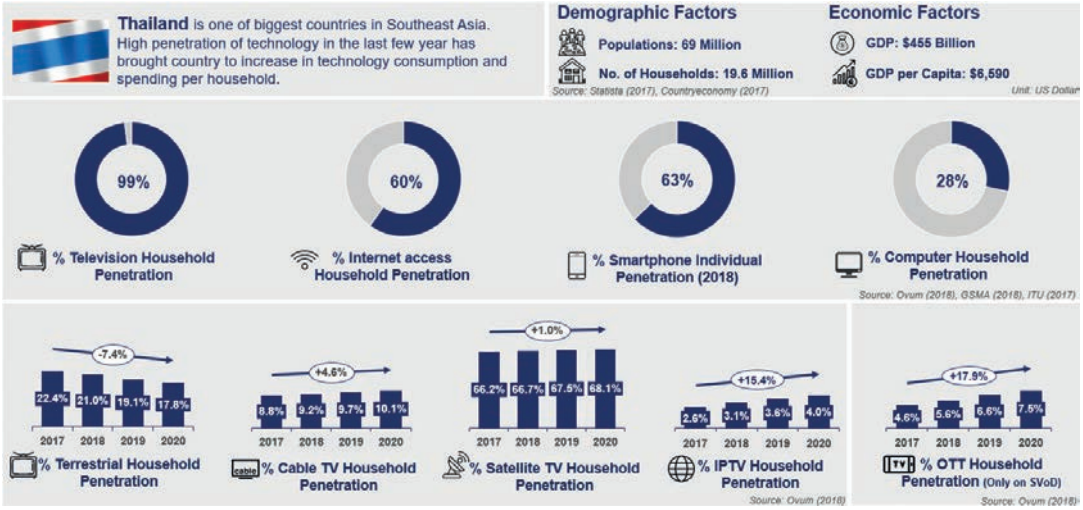
---

191 https://www.statista.com/outlook/200/126/digital-media/thailand#market-marketDriver
https://countryeconomy.com/gdp

192 Ovum (2018) GSMA (2018) และ ITU (2017)

193 Ovum (2018)

จากข้อมูลประมาณการแนวโน้มการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2560 ถึง 2563 พบว่า การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน (Terrestrial TV Household Penetration) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (Compound Average Growth Rate: CAGR) ร้อยละ -7.4 เนื่องจากการย้ายฐานผู้ชมจากระบบแอนาล็อกไปยังระบบดิจิทัล ทำให้ผู้ชมบางส่วนตัดสินใจรับชมในโทรทัศน์ในระบบอื่นแทน ในส่วนของการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล (Cable TV Household Penetration) และการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม (Satellite TV Household Penetration) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 4.6 และ ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ซึ่งกล่าวได้ว่าตลาดโทรทัศน์ในกลุ่มนี้ยังคงมีแนวโน้มเป็นบวกถึงแม้จะมีอัตราการเติบโตไม่สูงมาก ในขณะที่การรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีแนวโน้มเติบโตสูง อัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมที่ร้อยละ 15.4 และ 17.9 ตามลำดับ (อ้างอิง รูปที่ 63)



รูปที่ 63 ข้อมูลทั่วไปทางภูมิศาสตร์และการเข้าถึงอุปกรณ์ การรับชมโทรทัศน์ในประเทศไทย
ที่มา: ITU, Statista, Countryeconomy (B.E. 2561), Ovum, GSMA (B.E. 2562)

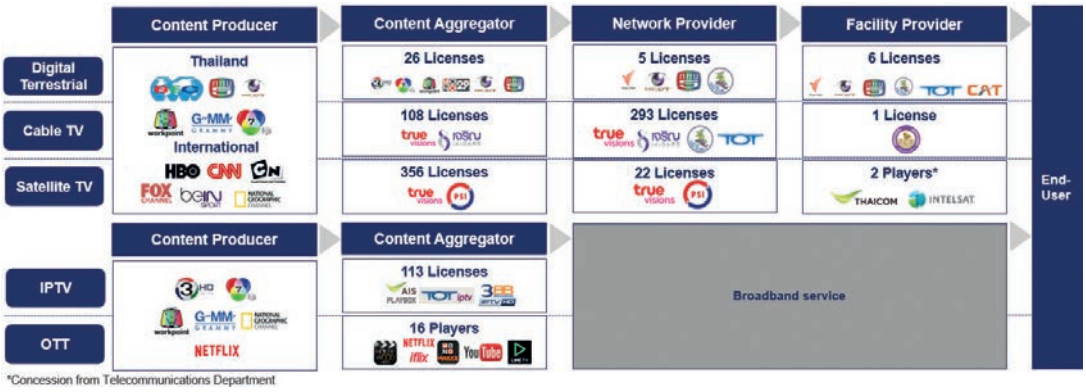
ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในการพิจารณาสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินที่สูงมีปัจจัยสนับสนุนจากการบริการแบบไม่มีค่าใช้จ่าย (Free Service) ในส่วนการเข้าถึงการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมมีข้อจำกัดด้านราคาที่สูง (อัตราค่าบริการต่อเดือน 299-2,200 บาท) ทำให้อัตราใช้งานและแนวโน้มการเติบโตไม่เพิ่มขึ้นในระยะยาว สำหรับการเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และ การเข้าถึงการรับชมโทรทัศน์แบบ OTT มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องด้วยปัจจัยสนับสนุนด้านราคาที่น้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ (อัตราค่าบริการต่อเดือนต่ำกว่า 600 บาท) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าเงื่อนไขสำคัญกำหนดแนวโน้มตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีราคาและอัตราการเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญ (อ้างอิง รูปที่ 64)

	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	OTT
Subscription fee per month	Free	299 - 2200 Baht	299 - 2200 Baht Only 2 monthly subscription players	150-599 Baht	100-420 Baht

รูปที่ 64 ช่วงราคาโดยประมาณของการให้บริการโทรทัศน์แบบรายเดือนบนโครงข่ายต่าง ๆ
ที่มา: True, Charoen Cable, AIS, TOT, 3BB, Netflix, Iflix

6.1.2 ผู้ให้บริการในห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ (Value Chain)

การให้บริการในตลาดกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยสามารถรับชมเนื้อหารายการผ่าน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย การให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial) การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล (Cable TV) การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม (Satellite TV) ซึ่งจัดอยู่ในการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ในขณะที่การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT จัดอยู่ในการรับชมรายการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งพิจารณารายละเอียดได้จากเนื้อหาส่วนต่อไปนี้



รูปที่ 65 ห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการของประเทศไทย
ที่มา: รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ประจำปี 2560, ข้อมูลจากสำนักงาน กสทช. (B.E 2562)

6.1.2.1 ผู้ให้บริการในตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

รูปที่ 65 แสดงห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการ ผู้ผลิตเนื้อหารายการ (Content Producer) เป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยจำนวนผู้เล่นในตลาดกระจุกตัวอยู่ที่ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ (Content Aggregator) กล่าวคือ ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ หรือ ผู้ให้บริการช่องรายการของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลได้รับใบอนุญาตเป็นจำนวน 108 ใบอนุญาต และผู้รวบรวมเนื้อหารายการ หรือผู้ให้บริการช่องรายการของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมได้รับอนุญาตเป็นจำนวน 356 ใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาผู้เล่นสำคัญในระบบโทรทัศน์ต่าง ๆ พบว่าผู้เล่นสำคัญบางรายมีบทบาทในทุกส่วน

ประกอบในห่วงโซ่ (เช่น ช่อง 9 ช่อง 5 ช่อง TPBS และช่อง NBT) และบางผู้เล่นมีบทบาทในการบริการเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง (เช่น TOT และ AIS)

สำหรับประเทศไทย ผู้เล่นสำคัญที่อยู่ในตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประกอบด้วย

1) บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ให้บริการเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้รวบรวมเนื้อหารายการเพื่อออกอากาศทาง ช่อง 7 เอชดี

2) บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ให้บริการเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้รวบรวมเนื้อหารายการเพื่อออกอากาศทาง ช่อง 3 เอชดี ช่อง 3 เอสดี และช่อง 3 แฟมมิลี่

3) บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มีธุรกิจหลักในการเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้รวบรวมเนื้อหารายการประเภทรายการบันเทิง โดยมีช่องรายการเป็นของตัวเอง คือ ช่องเวิร์คพอยท์

4) บริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด มีธุรกิจหลักในการเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการและผู้รวบรวมเนื้อหารายการโดยเฉพาะภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ ออกอากาศในช่อง โมโน 29

นอกจากนั้นยังมี สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) กรมประชาสัมพันธ์ และ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เป็นผู้เล่นที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร จากผู้ผลิตเนื้อหารายการ ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ผู้ให้บริการโครงข่าย และผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก โดยแต่ละผู้เล่นมีช่องรายการเป็นของตัวเอง ได้แก่ ช่อง 5, ช่อง MCOT, ช่อง NBT, ช่อง TPBS ตามลำดับ

ผู้เล่นสำคัญที่อยู่ในตลาดการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ผู้เล่นระดับชาติ ผู้เล่นระดับภูมิภาคและผู้เล่นระดับท้องถิ่น กล่าวคือ ผู้เล่นสำคัญจะให้บริการโครงข่ายระดับชาติ ซึ่งประกอบไปด้วยผู้เล่นสำคัญ คือ บริษัท ทรูวิชั่น จำกัด ให้บริการเกือบครบทั้งครบวงจรสำหรับผู้ผลิตเนื้อหารายการ ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ และผู้ให้บริการโครงข่ายซึ่งสามารถให้บริการได้ครอบคลุมทั้งประเทศ และบริษัท เจริญเคเบิลทีวี เน็ตเวอร์ค จำกัด เป็นผู้ให้บริการรวบรวมเนื้อหารายการ และผู้ให้บริการโครงข่าย โดยจะให้บริการเฉพาะบางพื้นที่ของประเทศไทย สำหรับผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจะมีรายเดียวในประเทศไทย ได้แก่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ผู้เล่นสำคัญในการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม มีทั้งแบบตลาดค้าส่งและตลาดค้าปลีก โดยในเอกสารรายงานฉบับนี้จะกล่าวถึงตลาดค้าปลีกเป็นหลัก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีการเข้าถึงผู้บริโภคในประเทศไทยอย่างแท้จริง สำหรับผู้เล่นสำคัญในระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ประกอบไปด้วย บริษัท ทรูวิชั่น จำกัด ให้บริการเช่นเดียวกับระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และ บริษัท พีเอสไอ บรอดคาสติ้ง จำกัด เป็นผู้เล่นสำคัญที่ให้บริการเป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการ และผู้ให้บริการโครงข่าย ทั้งนี้ปัจจุบันมีดาวเทียมที่ใช้ในการแพร่ภาพกระจายเสียงทั้งหมด 2 ดวง ได้แก่ ดาวเทียมไทยคม และดาวเทียม Intelsat

6.1.2.2 ผู้ให้บริการในตลาดแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต (Online TV)

การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV ถือเป็นตลาดที่ยังมีขนาดเล็กในประเทศไทย เป็นแพลตฟอร์มใหม่ที่เข้ามาทำให้การให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมรายการ ปัจจุบันมีผู้เล่นสำคัญ 3 รายที่ให้บริการเป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการ ได้แก่ บริษัท ซุปเปอร์ บรอดแบนด์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (ให้บริการ AIS Playbox) บริษัท ทีโอที จำกัด (ให้บริการ TOT IPTV) และบริษัท ทริปเปิลทีบรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) (ให้บริการ 3BB IPTV)

การให้บริการแบบ OTT เริ่มมีบทบาทในปี พ.ศ. 2557 ด้วยอัตราการเข้าถึงของอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันที่มีน้อยในเขตนอกเมือง ทำให้มีข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการแบบ OTT อย่างไรก็ตามบริการ OTT มีค่าบริการที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการโทรทัศน์ในประเภทอื่น ส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของผู้ให้บริการรายใหม่ภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามาแทรกแซงตลาดทำให้ห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการมีการแข่งขันที่มากขึ้น ปัจจุบันผู้เล่นสำคัญในตลาดการให้บริการแบบ OTT ประกอบด้วย กลุ่มผู้เล่นต่างชาติ ได้แก่ บริษัท เน็ตฟลิกซ์ จำกัด (มหาชน) ให้บริการในรูปแบบของ Subscription Video on Demand (SVoD) ซึ่งให้บริการบนแพลตฟอร์มของเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) และ บริษัท กูเกิล จำกัด (มหาชน) ให้บริการในรูปแบบของ Advertising Video on Demand (AVoD) ผ่านเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) โดยเน้นเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้บริการอิสระบนแพลตฟอร์ม Youtube ผลิตขึ้น หรือที่เรียกว่า User Generated Content (UGC) ในขณะที่ผู้เล่นจากฟรีทีวีสำหรับกลุ่มผู้เล่นไทย ได้แก่ บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด ขยายการให้บริการในแบบ OTT โดยการสร้างแอปพลิเคชันชื่อ เมลโล (Mello) เพื่อรองรับลักษณะการรับชมแบบ On Demand นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นอีกหลายรายในตลาดการให้บริการแบบ OTT เช่น บริษัท ไพร์มไทม์ จำกัด (Primetime) บริษัท ฮอลลีวูด มูฟวีส์ จำกัด (Hollywood Movie) บริษัท ไอฟลิกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (iflix) บริษัท ฮุค ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด (Hooq) เป็นต้น

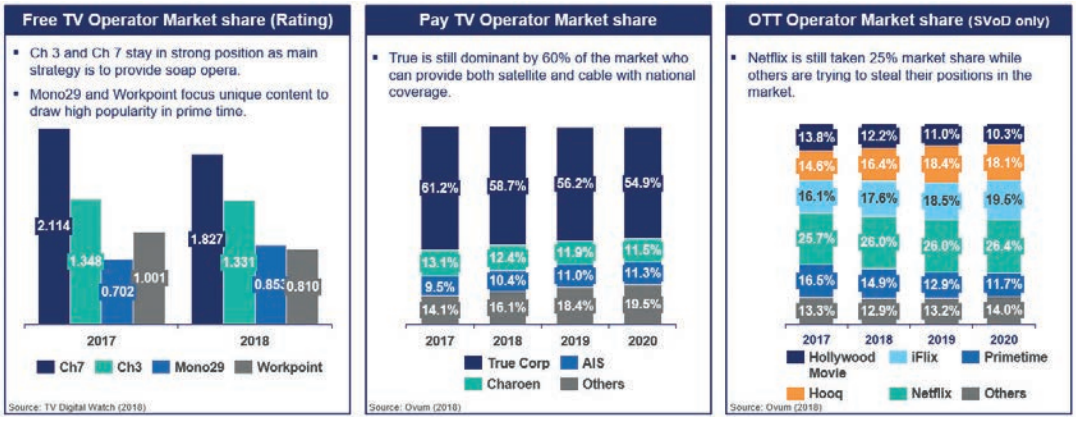
6.1.3 ส่วนแบ่งตลาดกิจการโทรทัศน์ (Market Share)

เมื่อพิจารณาจากห่วงโซ่มูลค่าของการให้บริการในรูปที่ 66 พบว่า การแข่งขันส่วนใหญ่ในตลาดจะเกิดขึ้นในส่วนที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหารายการที่มีแพลตฟอร์มเป็นของตัวเอง ซึ่งในแต่ละตลาดโทรทัศน์ผู้เล่นจะใช้กลยุทธ์และจุดเด่นที่แตกต่างกันเพื่อจะดึงฐานผู้ชมให้ได้มากที่สุด ในส่วนโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทย ผู้ชมสามารถรับชมผ่านทางโทรทัศน์ได้โดยไม่มีค่าบริการ การพิจารณาส่วนแบ่งตลาดสามารถอ้างอิงได้จากการวัดผลความนิยมจากระบบเรตติ้ง (Rating) จากการประมาณการของ TV Digital Watch[195] ในปี พ.ศ. 2560 และ 2561 พบว่า ความนิยมของช่องหลักลดน้อยลงเนื่องจากคนไทยสามารถเข้าถึงช่องฟรีทีวีได้ถึง 24 ช่อง ทำให้ความนิยมมีการกระจายตัวไปให้ช่องอื่นมากขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยกลยุทธ์การออกอากาศละครไทยที่สามารถดึงดูดคนไทย ทำให้ ช่อง 7 และช่อง 3 ยังคงได้รับระดับความนิยมสูงสุดที่ 1.8 และ 1.3 ในปี พ.ศ. 2561 ตามลำดับ สำหรับช่องโมโน 29 (Mono 29) ได้สร้างกลยุทธ์ที่แตกต่างด้วยการออกอากาศภาพยนตร์และซีรีย์ดังจากต่างประเทศ และช่องเวิร์คพอยท์ได้กำหนดจุดยืนอย่างชัดเจนในการผลิตรายการบันเทิง รวมถึงการซื้อลิขสิทธิ์รายการในต่างประเทศเพื่อนำมาผลิตใหม่ในรูปแบบของประเทศไทย เช่น รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการ The Mask Singer เป็นต้น

[195] https://www.tvdigitalwatch.com/anual-rating-2560/
https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-year2018/

สำหรับตลาดโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Pay-TV) ซึ่งประกอบด้วย โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV มีผู้เล่นหลักที่ครองตลาดอย่างชัดเจน คือ บริษัท ทรูวิชั่น จำกัด ให้บริการโทรทัศน์แบบ Pay-TV ในระบบทั้งเคเบิลและดาวเทียมด้วยช่องรายการมากกว่า 500 ช่อง สามารถเข้าถึงผู้ชมได้หลากหลายประเภทสำหรับผู้ใหญ่ เด็ก และครอบครัว อย่างไรก็ตามบริษัท ทรูวิชั่น จำกัด คาดว่าจะมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดที่น้อยลงใน 2 ปีข้างหน้า (จากร้อยละ 61 ลงลดไปอยู่ที่ร้อยละ 55) เนื่องจากอาจมีฐานลูกค้าบางส่วนโยกย้ายไปสมัครกับผู้เล่นอื่นที่มีความร่วมมือกับการบริการแบบ OTT เช่น บริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (AIS) ซึ่งเห็นได้ชัดว่าแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสองของระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลอย่าง บริษัท เจริญเคเบิลทีวี เน็ตเวอร์ค จำกัด ซึ่งเป็นโทรทัศน์ผ่านเคเบิลที่ให้บริการครอบคลุมพื้นที่โดยกว้างและมีฐานลูกค้าเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป เช่น โรงพยาบาล โรงแรม คอนโดมิเนียม หอพัก เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เจริญเคเบิลทีวีอยู่รอดในตลาดได้

สำหรับตลาดการให้บริการแบบ OTT เป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดกระจายตัวมากที่สุดเพราะยังเป็นตลาดใหม่ และมีผู้เล่นรายใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดเป็นจำนวนมากเพื่อให้บริการแบบ OTT ทั้งผู้ให้บริการแบบ OTT ผู้ให้บริการจาก Pay-TV และผู้ให้บริการจากฟรีทีวีที่ขยายแพลตฟอร์มตัวเองผ่านการให้บริการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อคงฐานลูกค้าเดิม สำหรับผู้เล่นหลักในตลาดการให้บริการแบบ OTT ส่วนใหญ่จะเป็นผู้เล่นใหม่ เช่น Netflix โดยมีส่วนแบ่งในตลาดมากกว่าร้อยละ 25 ใช้เวลาเข้ามาในตลาดประเทศไทยน้อยกว่า 2 ปี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ามีความประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในด้านส่วนแบ่งตลาด โดย Netflix ได้มีการลงทุนในเนื้อหาของตัวเองประกอบกับการโฆษณาในสื่ออย่างหนัก ทำให้คนไทยในพื้นที่ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตรู้จักอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้เล่นอื่นอย่างเช่น Hooq iFlix และ Hollywood Movie มีส่วนแบ่งในตลาดอยู่ที่ร้อยละ 10 ถึง 16 อย่างไรก็ตามผู้เล่นในตลาดการให้บริการแบบ OTT อาจจะเผชิญกับแรงกดดันในการแข่งขันในระยะยาวจึงเริ่มมีการร่วมมือกับพันธมิตรผู้เล่นในตลาด Pay-TV เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมทั้งสองแพลตฟอร์ม เช่น AIS ได้ร่วมมือ HOOQ, Netflix และ Viu เพื่อให้บริการแบบ OTT โดย AIS มีการรวมแพ็กเกจสำหรับลูกค้าที่ต้องการจะสมัครหรือสามารถแยกสมัครได้โดยผู้บริโภคจะได้รับสิทธิพิเศษในการรับชมฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด ในท้ายที่สุดแล้ว Pay-TV อาจไม่สามารถก้าวทันการเติบโตที่ก้าวกระโดดของ OTT ได้เพราะผู้ให้บริการรายใหม่ได้เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกรับชมเนื้อหาด้วยราคา และคุณภาพในแบบที่ต้องการ



รูปที่ 66 ส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตลาดการให้บริการ Pay-TV และ ตลาดการให้บริการ OTT

ที่มา: TV Digital Watch, Ovum (B.E. 2561)

6.1.4 รายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์

การประมาณการรายได้ของตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 รายได้ของตลาดโทรทัศน์โดยรวมมีมูลค่าอยู่ที่ 1,652 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็นรายได้สำหรับโฆษณาทางโทรทัศน์[196] มีมูลค่าอยู่ที่ 1,093 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 66 และรายได้จากค่าสมาชิกรายเดือน 559 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 34 หากพิจารณาจากรายได้โดยรวมแล้วมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นหลังจากช่วงแสดงความอาลัยในช่วงปี พ.ศ. 2559 และ 2560 ในส่วนรายได้จากโฆษณาทางโทรทัศน์ยังเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดเนื่องจากมีจำนวนเงินสะพัดที่มากและมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมที่สูงขึ้นร้อยละ 3.8 ในอีก 2 ปีข้างหน้าซึ่งถือเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับรายได้จากค่าสมาชิกของ Pay-TV มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 6.7 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับตลาดโทรทัศน์โดยรวม อย่างไรก็ตามการเข้ามาใหม่ของแพลตฟอร์มออนไลน์อาจทำให้แนวโน้มรายได้ของ Pay-TV มีทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากผู้ชมมีทางเลือกที่สามารถเลือกชมรายการแบบ On Demand ได้เพิ่มขึ้น (อ้างอิงข้อมูลจาก Ovum[197] และ IDATE[198] จากรูปที่ 67)

ในส่วนของรายได้สำหรับผู้ให้บริการแบบ OTT รายได้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ AVoD เป็นรายได้มาจากการโฆษณาของตลาดบริการแบบ OTT ส่วน SVoD เป็นรายได้จากเรียกเก็บค่าสมาชิก และส่วน TVoD[199] เป็นรายได้ที่เรียกเก็บจากการเลือกชมของผู้บริโภคในเฉพาะเนื้อหาที่ต้องการ โดยรายได้ของตลาดบริการแบบ OTT ในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าอยู่ที่ 21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น

[196] โทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม

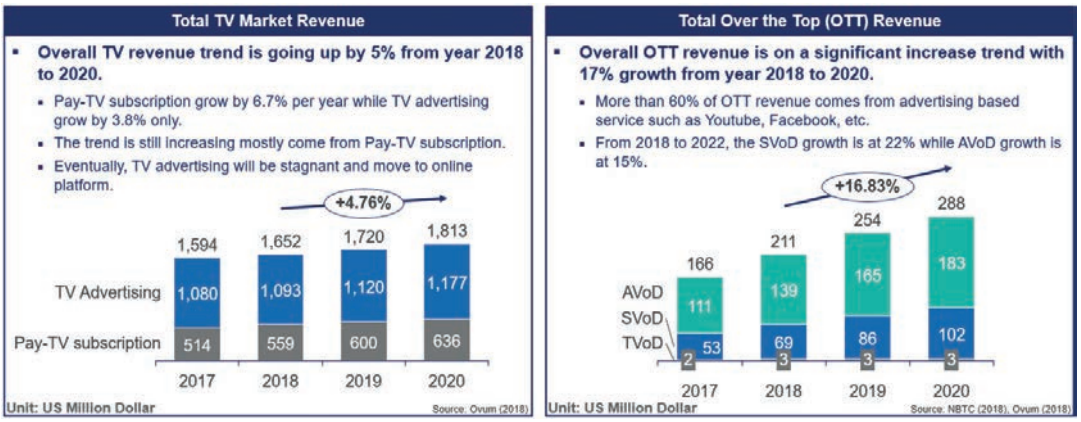
[197] Ovum (2018)

[198] IDATE (2018) รายได้จากกิจการโทรทัศน์เป็นการคาดการณ์จากปี พ.ศ. 2560

[199] Transactional Video on Demand

- รายได้จาก AVoD มีมูลค่า 139 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 66 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนรายได้ที่สูงสุดในตลาดการบริการแบบ OTT จากการสำรวจจากสมาคมโฆษณาดิจิทัลแห่งประเทศไทย DAAT ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) สามารถทำรายได้สูงที่สุด และ Youtube สามารถทำรายได้เป็นอันดับที่สอง
- รายได้จาก SVoD มีมูลค่า 69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 33 และคาดว่าน่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจากมีผู้เล่นสำคัญอย่าง Netflix เข้ามาทำการตลาดในประเทศไทยใน 2 ปีที่ผ่านมา
- รายได้จาก TVoD มีมูลค่า 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1 ซึ่งถือเป็นส่วนที่น้อยสุด เนื่องจากคุ้มค่าของราคานั้นไม่เท่ากับการบริการในรูปแบบอื่น

ทั้งนี้ หากพิจารณารายได้ของตลาดการให้บริการ OTT โดยรวมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 17 ซึ่งสูงกว่าสองเท่าของรายได้โทรทัศน์ โดยรายได้ AVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 15 และ SVoD มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 22 จากภาพรวมรายได้ พบว่า ทิศทางของกิจการโทรทัศน์ประเทศได้หันไปทางการรับชมแบบ Video on Demand บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ถึงแม้ว่าตลาดใหญ่ในปัจจุบันยังคงเป็นตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)



รูปที่ 67 รายได้ตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย
ที่มา: สำนักงาน กสทช., Ovum (B.E 2561)

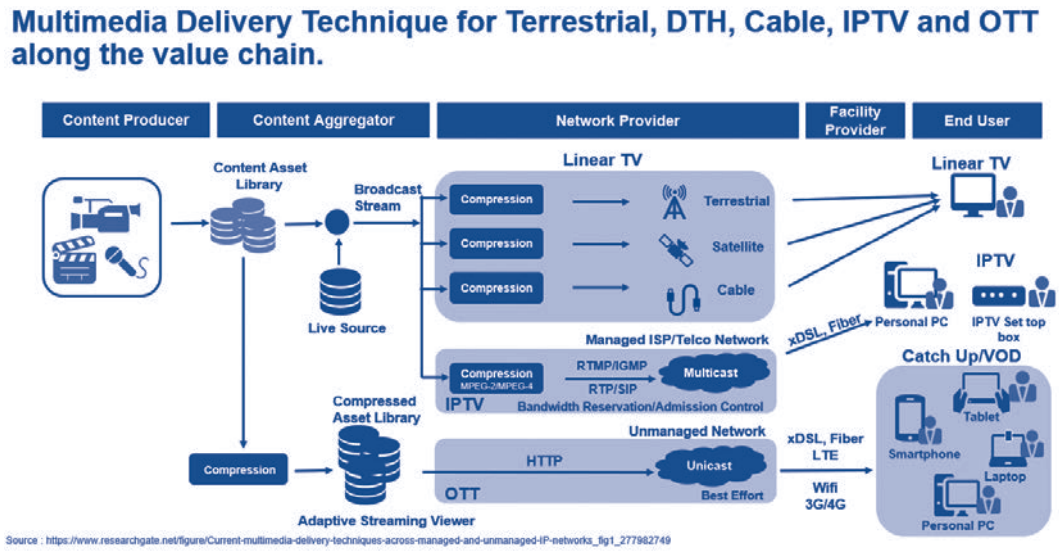
6.2 เทคโนโลยีและแนวโน้มของเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

6.2.1 ภาพรวมการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีในการรับชมโทรทัศน์มีการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการส่งสัญญาณโทรทัศน์ และเพิ่มประสบการณ์การรับชมโทรทัศน์ให้ดีขึ้น เทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล การพัฒนาจากการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมและการส่งสัญญาณตามสายเคเบิลหรือที่เรียกว่าเคเบิลทีวี มาเป็นการส่งด้วยโครงข่ายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ปัจจุบันสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากจำแนกกลุ่มวิวัฒนาการการส่งสัญญาณโทรทัศน์ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มกิจการที่ต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่

ซึ่งในปัจจุบันหมายถึงโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และกลุ่มกิจการที่ไม่ต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ ซึ่งกลุ่มกิจการนี้หมายถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโครงข่ายดาวเทียม

หากพิจารณาเทคโนโลยีการส่งสัญญาณโทรทัศน์ตามกลุ่มตลาด สามารถจำแนกได้เป็น 2 ตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และ การรับชมผ่านแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต (Online TV) ซึ่งสามารถพิจารณาภาพรวมการส่งสัญญาณโทรทัศน์และเทคโนโลยีการสื่อสารได้จากภาพต่อจากนี้



รูปที่ 68 ภาพรวมของการส่งสัญญาณโทรทัศน์และเทคโนโลยีสื่อสาร

การรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ประกอบด้วย การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล หรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม โดยมีเทคนิคในการส่งสัญญาณ (Delivery Technique) ที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

- **การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial TV):** เป็นการส่งสัญญาณโทรทัศน์ด้วยความถี่คลื่นวิทยุ (Radio frequency) ระบบที่ใช้ส่งสัญญาณไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ตามบ้านเรือน หรือที่เรียกกันว่า ฟรีทีวี (Free to the air: FTA) เป็นการแพร่ภาพกระจายคลื่นไปในอากาศในสภาพของสนามแม่เหล็กไฟฟ้า การเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยี การส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลทำให้ผู้ชมโทรทัศน์สามารถรับชมสัญญาณภาพและเสียงที่มีคุณภาพดีขึ้น

- **การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล (Cable TV):** เกิดขึ้นจากการให้บริการแก่ผู้ชมโทรทัศน์ที่อยู่ในพื้นที่ที่ไม่สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินได้อย่างมีคุณภาพ โดยอาจจะมีการตั้งเสาอากาศเพื่อรับคลื่นจากจุดที่รับภาพได้ดีในชุมชน จากนั้นจึงต่อสายเคเบิลจากเสาอากาศนั้นไปยังครัวเรือนในชุมชน ปัจจุบันมีผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลทั้งในระบบแอนาล็อกและระบบดิจิทัล โดยการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลในระบบแอนาล็อกมีการให้บริการส่งสัญญาณผ่านสาย

นำสัญญาณในระบบแอนาล็อก ข้อเสียของการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลระบบแอนาล็อก คือ ความคมชัดของภาพ และข้อจำกัดทางเทคโนโลยีที่ทำให้โครงข่ายเคเบิลแบบแอนาล็อกสามารถเผยแพร่สัญญาณภาพได้เพียง 60-80 ช่องรายการเท่านั้น ส่วนโครงข่ายเคเบิลแบบดิจิทัลจะมีการแปลงสัญญาณภาพ เสียง และเนื้อหาของรายการ โดยการเข้ารหัสข้อมูลเป็นสัญญาณดิจิทัล จากนั้นจึงส่งสัญญาณผ่านโครงข่าย ซึ่งผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลจะใช้สาย Fiber Optic ร่วมกับ Coaxial ประกอบเป็นโครงข่ายเคเบิลใยแก้วให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิก

- **การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม หรือทีวีดาวเทียม (Satellite TV หรือ Direct to home : DTH):** เป็นรูปแบบการรับชมโทรทัศน์ที่นิยมรูปแบบหนึ่ง นอกจากการรับสัญญาณภาพและเสียงได้อย่างชัดเจน สามารถรับชมช่องรายการได้เป็นจำนวนมากแล้ว พื้นที่การส่งสัญญาณยังครอบคลุมบริเวณกว้างและไกลแม้อยู่ในพื้นที่ทุรกันดาร หลักการทำงานของการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมถึงผู้รับ จะมีการส่งสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการออกอากาศไปยังสถานีควบคุมดาวเทียมภาคพื้นดิน สัญญาณจะถูกส่งขึ้นไปยังดาวเทียม (Uplink) แล้วส่งกลับมา (Downlink) ยังผู้รับโดยตรงผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียมขนาดเล็ก

- **การรับชมผ่านแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต (Online TV)** ประกอบด้วย ส่วนของบริการ IPTV และ OTT จะมีลักษณะเชิงเทคนิคในการส่งสัญญาณ (Delivery Technique) ที่คล้ายคลึงกัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G และ 4G และโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายที่ถูกพัฒนาให้มีความเร็วสูงขึ้นและครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ เป็นวงกว้าง ส่งผลให้การรับชมโทรทัศน์ผ่านทางเทคโนโลยีโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือ Online TV เป็นทางเลือกใหม่ในการรับชมโทรทัศน์นอกเหนือไปจากการรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล หรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม การส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการแปลงสัญญาณโทรทัศน์ที่เดิมเคยอยู่ในระบบแอนาล็อกให้เป็นระบบดิจิทัล แล้วส่งผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยเทคโนโลยีไอพี (Internet Protocol) ที่สามารถรองรับการส่งสัญญาณภาพและเสียงในรูปแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ได้เป็นอย่างดี ทำให้รูปแบบการรับชมโทรทัศน์เปลี่ยนไปและหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยจะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระบบคือ IPTV (Internet Protocol Television) และ OTT (Over The Top) กล่าวคือ

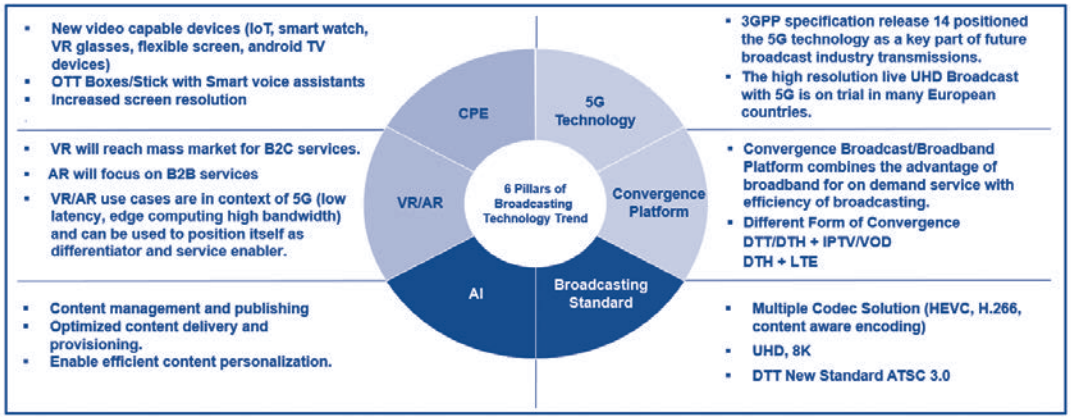
- **ระบบ IPTV (Internet Protocol Television):** เป็นการส่งสัญญาณภาพและเสียง Streaming คุณภาพสูง รวมทั้งวิดีโอตามความต้องการ (Video on demand : VoD) ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (IP Network) ซึ่งสามารถให้บริการอินเทอร์เน็ต บริการโทรศัพท์ และบริการโทรทัศน์หรือมัลติมีเดียได้พร้อม ๆ กัน โดย IPTV เป็นระบบปิดที่ใช้การส่งตรงถึงผู้รับในรูปแบบของ Multicast มีรูปแบบการให้บริการที่ต้องบอกรับเป็นสมาชิก (Pay-TV) มีระบบจัดการเพื่อควบคุมคุณภาพการใช้งาน (Quality for service) โดยผู้ให้บริการผ่านโครงข่าย IPTV ทำให้ภาพและเสียงที่ได้รับมีคุณภาพดีเป็นพิเศษ จุดเด่นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของ IPTV ที่แตกต่างจากการรับชมโทรทัศน์ในรูปแบบอื่น ๆ คือ การที่ผู้ใช้บริการสามารถ

สนทนาโต้ตอบกับผู้ให้บริการได้โดยผ่านสื่อตัวเดียวกัน (Interactive) เช่น ห้องสนทนา (Chat room) บริการ Pop Up Poll อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวของผู้ใช้บริการ (Personal TV) โดยผู้ใช้บริการสามารถกำหนดการรับชมรายการตามที่ตนเองต้องการได้ และผู้ให้บริการจะส่งเฉพาะรายการที่ผู้ใช้บริการร้องขอเท่านั้น ทำให้การรับชมของผู้ใช้บริการแต่ละคนไม่เหมือนกัน ซึ่งจะต่างจากการส่งสัญญาณของโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมที่ผู้ให้บริการจะส่งสัญญาณของรายการทั้งหมดตามผังรายการให้ผู้รับชมเหมือนกันทุกคน การส่งสัญญาณแบบ IPTV นี้ จะมีข้อดีในแง่ของการบริหารทรัพยากรโทรคมนาคม เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าไม่เปลืองช่องสัญญาณ เพราะผู้ให้บริการส่งสัญญาณเท่าที่ผู้ใช้บริการร้องขอเท่านั้น เมื่อพิจารณาในส่วนของการแพร่ภาพโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV นั้น การส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถส่งผ่านได้หลายสื่อเทคโนโลยีที่เป็นบรอดแบนด์ ไม่ว่าจะเป็น xDSL หรือ Fiber Optic FTTx โดยมีการกำหนดมาตรฐานโครงข่ายสำหรับการให้บริการ IPTV เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถรับชมผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มาตรฐาน MPEG (Moving Picture Experts Group) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับการบีบอัด (Compression) สัญญาณภาพและเสียงดิจิทัลให้มีขนาดเล็กลง นอกจากนี้ยังมีการกำหนดมาตรฐานในการใช้เทคโนโลยีป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ (Digital Right Management หรือ DRM) เพื่อป้องกันลิขสิทธิ์ของสัญญาณที่จะส่งออกอากาศที่เรียกว่า MPEG-21 อีกด้วย หรือกำหนดมาตรฐานโครงสร้างเครือข่ายที่รองรับการควบคุมคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service : QoS) เป็นต้น

- **OTT (Over the Top):** คือ บริการสื่อสาร แพร่ภาพ และเสียงผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนโครงข่ายโทรคมนาคมหรืออุปกรณ์เป็นของตัวเอง แต่อาศัยโครงสร้างพื้นฐานของผู้ให้บริการโครงข่ายเพื่อเป็นช่องทางในการกระจายการสื่อสารและเนื้อหาไปยังผู้บริโภค อาทิ โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โครงข่ายวงจรเช่า (Leased line) ทำให้ไม่สามารถรับประกันคุณภาพการใช้งานได้ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรคมนาคมหรือผู้ผลิตอุปกรณ์ยังไม่มีความสามารถที่จะรับรู้หรือควบคุมรายละเอียดของข้อมูลจากธุรกิจ OTT ที่วิ่งผ่านระบบตัวเองได้ โดยจุดเริ่มต้นของ OTT เกิดจากการที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมเริ่มให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เช่น 3G หรือ 4G และผู้ผลิตอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ได้อนุญาตให้มีการพัฒนาแอพพลิเคชันที่ให้บริการแบบ OTT ผ่านอุปกรณ์และโครงข่าย ตัวอย่างของ OTT ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันในด้านของธุรกิจวิทยุโทรทัศน์ เช่น Netflix, YouTube, LineTV ฯลฯ และในอนาคตอาจมีอุตสาหกรรมอื่นที่ได้รับผลกระทบจากธุรกิจในแบบของ OTT ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากการแพร่กระจายของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสมรรถนะที่สูงขึ้นของอุปกรณ์ในการเข้าถึง ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้เลือกบริการที่มีความแตกต่างในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยยิ่งขึ้นต่อไป

6.2.2 ภาพรวมแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์

เทคโนโลยีในการรับชมโทรทัศน์มีการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการส่งสัญญาณโทรทัศน์ และเพิ่มประสบการณ์การรับชมโทรทัศน์ให้ดีขึ้น เมื่อพิจารณาภาพรวมแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์นั้น สามารถพิจารณาได้ดังรูปที่ 69



รูปที่ 69 ภาพรวมของแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีในกิจการโทรทัศน์
ที่มา: Telekom Innovation Laboratories

5G Technology: การพัฒนาโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5G ซึ่งนอกจากจะเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ความเร็วในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นในระดับ 1-10 Gbps และความหน่วงของการรับส่งข้อมูล (network latency) ที่ลดลงในระดับ 1 ms แล้ว จากประสิทธิภาพของโครงข่ายที่เพิ่มขึ้นทำให้สามารถนำมาใช้งานกับธุรกิจได้หลากหลาย รวมถึงใช้ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ได้อีกด้วย โดย 3GPP Standard Release 14 ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมโดยใช้โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5G ซึ่งในอนาคตสามารถนำมาใช้กับการถ่ายทอดสดสัญญาณโทรทัศน์ไปยังอุปกรณ์ Virtual Reality (VR) หรือถ่ายทอดภาพในระบบ UHD ซึ่งมีความต้องการโครงข่ายที่มีแบนด์วิดท์สูงและมีความหน่วงของการรับส่งข้อมูลที่ต่ำเพื่อช่วยให้ประสบการณ์การรับชมมีความราบรื่นไม่สะดุด นอกจากนี้เทคโนโลยี 5G ยังสามารถนำมาใช้อำนวยความสะดวกในขั้นตอนการผลิตรายการโดยเฉพาะการถ่ายทอดสดที่สามารถจะใช้กล้องแบบไร้สายได้ และด้วยประสิทธิภาพของโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ที่ผู้ให้บริการโครงข่ายยังสามารถใช้การทำ Network Slicing เพื่อรับประกันคุณภาพและความเร็วในการส่งข้อมูลได้ ทำให้คาดว่า 5G จะเป็นเทคโนโลยีสำหรับการแพร่ภาพกระจายเสียงในอนาคตต่อไป

Convergence Platform: การให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform เป็นการผสมผสานระหว่างการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ซึ่งมีข้อดีในแง่ของพื้นที่การให้บริการที่มีความครอบคลุมทั่วประเทศ กับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบอินเทอร์เน็ตที่ผู้ชมสามารถที่จะสื่อสารโต้ตอบกับผู้ให้บริการ (Interactive) หรือใช้บริการ VoD ได้ ก่อให้เกิดการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ ทั้งนี้รูปแบบการให้บริการโทรทัศน์แบบ Convergence Platform นี้จะมีความหลากหลาย โดยอาจจะอยู่ในรูปแบบของการผสมผสานการให้บริการระหว่างโทรทัศน์ภาคพื้นดินกับอินเทอร์เน็ต (DTT+VoD) หรือแม้กระทั่งการผสมผสานการให้บริการระหว่างโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมกับโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (DTH+LTE) เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการรับชมโทรทัศน์

Broadcasting Standard: จากความต้องการของผู้ชมที่ต้องการรับชมวิดีโอที่มีคุณภาพดีขึ้น ทำให้ผู้ผลิตจะต้องรับภาระในการหาที่จัดเก็บ (Storage) ขนาดใหญ่รวมทั้งมีความต้องการใช้ความจุช่องสัญญาณ (Bandwidth) ที่สูงขึ้นในการส่งสัญญาณภาพ จึงเกิดการพัฒนามาตรฐานการบีบอัดข้อมูล (codec) เพื่อเป็นการแปลงไฟล์ดิบ (raw file) ให้เป็นไฟล์สำหรับให้บริการจริง (output file) ที่มีขนาดเล็กลงแต่ยังมีคุณภาพดีเท่าเดิม ในปัจจุบันได้มีการพัฒนา Codec ใหม่ เช่น Future Video Codec (FVC) หรือ H.266 เพื่อมารองรับความละเอียดภาพที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ตั้งแต่ 4K, 8K, 12K และ 16K หรือแม้กระทั่งวิดีโอในรูปแบบ 3D ทั้งนี้ FVC/H.266 เวอร์ชั่นแรกจะสามารถใช้งานได้ในปี พ.ศ. 2562 โดยจะมีอุปกรณ์ที่รองรับมาตรฐานนี้ในปี พ.ศ. 2564 นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานการส่งสัญญาณ ATSC 3.0 ที่ถูกพัฒนาขึ้นสำหรับการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน โดยที่สามารถส่งสัญญาณในระบบ UHD รวมทั้งการเพิ่มความสามารถในส่วนของ data return path ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการสื่อสารโต้ตอบกับผู้ชมได้ และสามารถส่งเนื้อหารายการหรือกระทั่งโฆษณาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

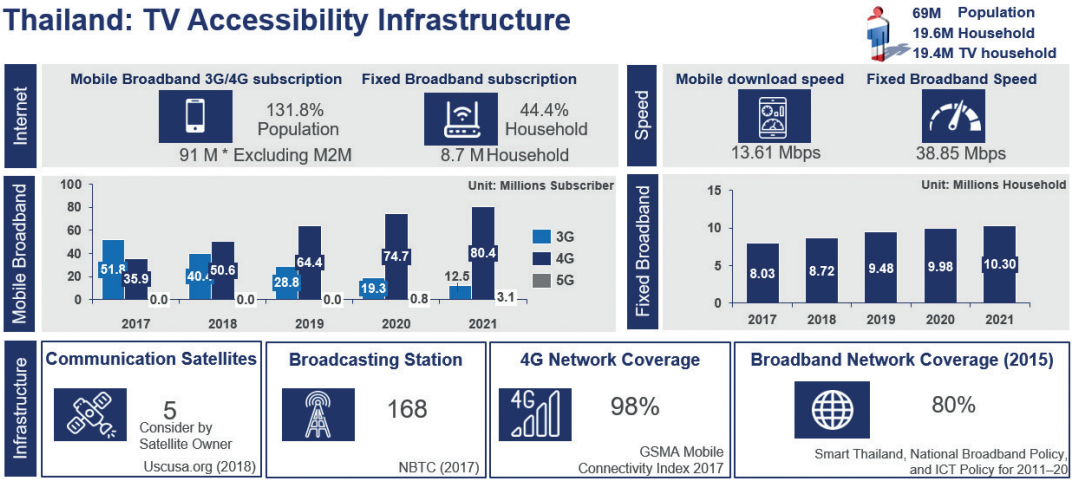
AI: การนำ AI มาใช้ในธุรกิจโทรทัศน์ จะช่วยในการบริหารจัดการเนื้อหารายการที่มีความจำเป็นต้องจัดการกับข้อมูลในปริมาณมาก โดยจะต้องมีการจับคู่ชุดความรู้ต่าง ๆ แล้วทำการเรียนรู้ Pattern ที่เกิดขึ้นได้ใกล้เคียงความสมบูรณ์แบบ 100% (Machine Learning) จนสามารถนำมาใช้วิเคราะห์เรียนรู้เชิงลึกและปรับอัลกอริทึมได้ด้วยตัวเอง (Deep Learning) ตัวอย่างการนำเอา AI มาใช้ เช่น วิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมแต่ละคนเพื่อแนะนำรายการที่มีความเฉพาะเจาะจงกับบุคคล (Personalization)

VR/AR: ถูกนำมาใช้ในการสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าของธุรกิจได้ โดยมีการใช้ร่วมกันกับโครงข่ายความเร็วสูง เช่น โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ที่มีแบนด์วิดท์สูง และความหน่วงในการรับส่งข้อมูลต่ำ รวมถึงยังสามารถรับประกันคุณภาพในการส่งสัญญาณได้ เช่น การถ่ายทอดสดกีฬาในลักษณะของ VR ที่ทำให้ผู้รับชมสามารถเลือกได้ว่าจะรับชมรายการจากจุดไหนภายในสนามกีฬา

CPE: การเพิ่มขีดความสามารถของอุปกรณ์ปลายทางของผู้ใช้บริการ เป็นการสร้างประสบการณ์การรับชมที่ดีและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมโทรทัศน์ เช่น การเพิ่มความสามารถในการค้นหาด้วยเสียงในกล่องรับสัญญาณ (Smart Voice Assistant) การเพิ่มแอปพลิเคชันจากผู้ให้บริการแอปพลิเคชันรายอื่น (3rd Party) ในกล่องรับสัญญาณ หรือการที่กล่องรับสัญญาณสามารถตรวจจับความผิดปกติของโครงข่ายของผู้ใช้บริการขณะรับชม และสามารถส่งสัญญาณกลับไปบอกผู้ให้บริการให้ดำเนินการแก้ไขได้โดยอัตโนมัติ

6.2.3 เทคโนโลยีการเข้าถึงการใช้บริการโทรทัศน์

โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure): โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทย ประกอบด้วย ดาวเทียมที่ใช้สำหรับการสื่อสาร (Communication) เฉพาะดาวเทียมสัญชาติไทย ทั้งหมด 5 ดวง[200] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลเกี่ยวกับดาวเทียมของ Union of Concerned Scientists (UCS) ใน ปี พ.ศ. 2561) และมีสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Broadcasting Station) ทั้งหมด 168 สถานี[201] (อ้างอิงจากฐานข้อมูลของ กสทช. ในปี พ.ศ. 2560) ซึ่งดาวเทียมและสถานีแพร่ภาพกระจายเสียงสำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งบริการ IPTV และบริการ OTT นั้น ใช้โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายและไร้สายร่วมกับโครงข่ายดาวเทียม (อ้างอิง รูปที่ 70)



รูปที่ 70 โครงสร้างพื้นฐานที่ใช้การเข้าถึงระบบโทรทัศน์ของประเทศไทย
ที่มา: GSMA (B.E 2560), Ovum, Broadbandnow, Statista, Hootsuite (B.E. 2561)

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ (Broadband Internet): สำหรับโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศไทยนั้น ภาครัฐได้พัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ภายใต้โครงการบรอดแบนด์แห่งชาติ (Smart Thailand, National Broadband Policy, and ICT Policy for 2011–20) มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนสามารถได้รับบริการบรอดแบนด์อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม อีกทั้งช่วยส่งเสริมการแข่งขันโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีของประเทศให้อยู่ในกลุ่ม TOP 25% (World Competitiveness Ranking) โดยการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ให้ครอบคลุมประชากรอย่างน้อยร้อยละ 80 ในปี พ.ศ. 2558 และร้อยละ 95 ในปี พ.ศ. 2563 จากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี

[200] https://www.ucsusa.org/nuclear-weapons/space-weapons/satellite-database?_ga=2.158327161.250289558.1548215293-1430224331.1548215293#.XFf171wzbIV

[201] https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2017/08/4-Spectrum-for-Broadcasting-in-700-MHz-in-Thailand.pdf

พ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายจำนวน 8.7 ล้านครัวเรือน โดยเทียบเป็นอัตราส่วนร้อยละ 44.4 ของจำนวนครัวเรือนโดยมีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 38.85 Mbps และมีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายจำนวน 9.98 ล้านครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของจำนวนครัวเรือน

โครงข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบไร้สาย (Mobile Broadband Internet): หน่วยงาน GSMA Intelligence ได้วัดประสิทธิภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือโดยใช้ดัชนีชี้วัด คือ Mobile Connectivity Index (MCI) เป็นเกณฑ์ ซึ่งผลการประเมินในปี พ.ศ. 2560 พบว่า พื้นที่ให้บริการของโครงข่าย 3G และ 4G ในประเทศไทยครอบคลุมถึงร้อยละ 98 ของจำนวนประชากร[202] ปัจจุบันมีผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G/4G โดยไม่รวมการเชื่อมต่อ M2M เป็นจำนวน 91 ล้านคน โดยเทียบเป็นอัตราส่วนร้อยละ 131.8 ของจำนวนประชากร (อ้างอิงจากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561) แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าคนละ 1 หมายเลข ทั้งนี้แบ่งเป็นผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G จำนวน 40.4 ล้านคน และผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G จำนวน 50.6 ล้านคน โดยเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแนวโน้มการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งสองระบบพบว่าผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่มีการให้บริการระบบ 4G ในปี พ.ศ. 2556 โดยผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มมีการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากระบบ 3G ไปเป็นระบบ 4G อย่างเห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2561 จากข้อมูลการคาดการณ์ทางสถิติของ Ovum ในปี พ.ศ. 2561 โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 5G จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดในปี พ.ศ. 2563 ด้วยจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 8 แสนคน ก่อนจะเพิ่มเป็น 3.1 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2564 ทั้งนี้ผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเร็วเฉลี่ยในการใช้งานตามข้อมูลทางสถิติของ Hootsuite ในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 13.61 Mbps

การใช้งานอินเทอร์เน็ตและความเร็ว (Internet and Speed): จากข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับการเติบโตของบริการ IPTV และ OTT จะมีความเชื่อมโยงกับความพร้อมของโครงข่ายบรอดแบนด์ภายในประเทศ โดย IPTV มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการพัฒนาอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายโดยเฉพาะ FTTx ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามทั้งบริการแบบ OTT และ IPTV จะไม่ส่งผลกระทบสำหรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ในระยะเวลาอันใกล้นี้ เนื่องจากรายงานประจำปีของบริษัททรู[203] ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสาย ส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังใช้ xDSL เป็นเทคโนโลยีหลัก โดยเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 ในขณะที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายด้วยเทคโนโลยี FTTx มีเพียงร้อยละ 15 นอกจากนี้จากค่าความเร็วเฉลี่ยของโทรศัพท์มือถือที่ 13.61 Mbps ที่ได้กล่าวไปข้างต้น ทำให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีอินเทอร์เน็ตที่เร็วพอที่จะรับชมเนื้อหาวิดีโอที่มีคุณภาพดีได้

[202] https://www.mobileconnectivityindex.com/

[203] http://true.listedcompany.com/misc/PRESN/20170825-true-glance-2q2017.pdf

6.2.4 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มและนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์เป็นการมุ่งพัฒนาตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐาน ไปจนถึงอุปกรณ์รับชม เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงเป็นการเพิ่มประสบการณ์รับชมที่ดีขึ้น สามารถพิจารณาแนวโน้มเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยในรูปที่ 71

	Technology	Description	Impact Assessment				
			Service Provider			Customer	
			Bandwidth	Quality	Cost	Quality	Cost
Network	Broadband	• xDSL remains the mainstream technology for fixed broadband in Thailand. New Technology i.e Gfast for short loop can be considered to increase bandwidth.	●	●	●	●	●
Network	5G Network	• 5G can be used for terrestrial broadcasting and satellite broadcasting according to 3GPP Standard release 14. Truemove and AIS now trial 5G using 3500 MHz. 5G Auction in Thailand is planned to be in 2020.	●	●	●	●	●
Network	Convergence Platform	• VOD is not available for Linear TV. It is available through IPTV and Application only. Media players and Telco operators tends to develop their own TV applications.	●				
Transmission	DTT Broadcasting	• DTT in Thailand start in 2014 with DVB-T2 Standard. The analog broadcasting is expected to be shut down completely in 2020.			●	●	●
Transmission	Broadcasting Resolution	• DTT support SD and HD. To support UHD (4k), the HEVC video encoding is required. 4K in Cable and Satellite : True Visions (Cable&Satellite) launched Thailand's first 4K Ultra HD channel in June 2018 during FIFA world's cup.	●	●	●	●	●
User	CPE	• 4k Set top box : True vision new STB to watch 4K UHD Channel. • Set top box with App integrated : AIS Playbox (IPTV) with Netflix integrated.				●	●
						●	●

รูปที่ 71 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายบรอดแบนด์ (Broadband and 5G Network): สามารถพิจารณาได้จากการพัฒนาโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5G ซึ่งความคืบหน้าของการพัฒนาโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5G ในประเทศไทยนั้น ทาง TrueMove[204] ได้มีการทดสอบและสาธิตการใช้งานเทคโนโลยี 5G บนคลื่นความถี่ 28 GHz ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 จากผลการทดสอบพบว่าระบบ 5G มีความเร็วในการรับส่งข้อมูลถึง 18 Gbps ซึ่งสูงกว่าระบบ 4G ถึง 20 เท่า ทั้งนี้ ทาง กสทช. ได้มีแผนการในการเรียกคืนคลื่นความถี่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ทั้ง 1500 MHz, 2300 MHz และ 2600 MHz[205] และมีแผนการประมูลคลื่น 700 MHz ภายในปี พ.ศ. 2562 เพื่อนำมาจัดสรรในการให้บริการ 5G ในอนาคต โดยมีการคาดการณ์ว่าจะมีการประมูลคลื่นความถี่สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 5G ในปี พ.ศ. 2563

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform: เป็นการผสมผสานระหว่างการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) กับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบอินเทอร์เน็ตที่ผู้ชมสามารถที่จะสื่อสารโต้ตอบกับผู้ให้บริการ (Interactive) หรือใช้บริการ VoD ได้ ก่อให้เกิดการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ ปัจจุบันผู้รับชมโทรทัศน์ของประเทศไทย สามารถใช้บริการ VoD ได้ผ่านทางแพลตฟอร์ม IPTV และ OTT เท่านั้น ในขณะที่ผู้ชมที่ต้องการดูรายการย้อนหลัง (Catch-up) จะสามารถดูได้จากแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการแต่ละราย ทั้งนี้ ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) อาจจะพิจารณาถึงการนำเทคโนโลยี Convergence Platform มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

[204] https://www.whatphone.net/news/pr/truemove-h-5g-finished-testing/
[205] https://www.naewna.com/business/373250

การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television: DTT): ประเทศไทยเริ่มมีการเปลี่ยนผ่านระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินจากระบบแอนาล็อก (Analog Terrestrial Television) ไปสู่ระบบดิจิทัล (Digital Terrestrial Television หรือ DTT) ในปี พ.ศ. 2557 โดยใช้มาตรฐานการแพร่ภาพในระบบ DVB-T2 ทั้งนี้ กสทช. ได้ประเมินว่าสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จะครอบคลุมพื้นที่ของประเทศไทยกว่าร้อยละ 95[206] ในปี พ.ศ. 2560 และการยุติการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบแอนาล็อกทั้งหมด 6 ช่องรายการ และดำเนินการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งการแพร่ภาพสัญญาณดิจิทัลนั้นจะทำให้ผู้ชมมีคุณภาพการรับชมที่ดีขึ้นกว่าระบบแอนาล็อกแบบเดิม ทั้งนี้ยังสามารถพัฒนาให้รับชมในระบบความคมชัดสูง (High Definition) ระบบสามมิติ (3D) และการรับชมขณะเคลื่อนที่ (TV on Mobile) ได้ด้วย

การพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนการเชื่อมต่อกับผู้ชมโทรทัศน์ (Customer-Premises Equipment: CPE) สามารถทำได้ในรูปแบบของการเพิ่มคุณภาพความละเอียดของสัญญาณภาพตลอดจนอุปกรณ์รับชม ไปสู่ระบบ Ultra High Definition (UHD) เช่น ระบบ 4K ซึ่งมีความละเอียดของภาพ 3840 x 2160 พิกเซล และมีความละเอียดมากกว่าระบบ Full HD ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 4 เท่า อย่างไรก็ตาม การรับชมสัญญาณภาพ 4K ในประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น มีผู้ให้บริการ Pay-TV บางรายเริ่มให้บริการในระบบ 4K เช่น AIS ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์แบบมีสายผ่านโครงข่าย Fiber Optic เริ่มให้บริการ AIS Playbox ในรูปแบบของ IPTV ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์แบบมีสายสามารถรับชมภาพยนตร์ที่ความละเอียด 4K UHD ได้ ในขณะที่ True Vision ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมชั้นนำในประเทศไทย ได้เริ่มออกอากาศช่องสัญญาณ 4K UHD ผ่านระบบโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลและโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ซึ่งถือเป็นช่อง UHD ช่องแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้[207] ทั้งนี้ผู้ชมโทรทัศน์จะต้องใช้กล่องรับสัญญาณที่รองรับระบบ 4K ด้วย

6.3 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

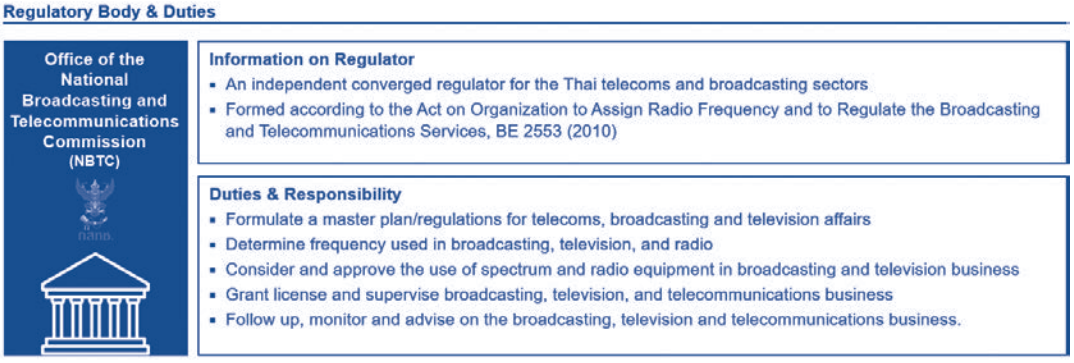
6.3.1 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ

หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (Regulatory Body): หน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 อันเป็นกฎหมายที่ตราขึ้นให้เป็นไปตามมาตรา 60 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ที่บัญญัติว่า “รัฐต้องจัดให้มีองค์กรของรัฐที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อรับผิดชอบและกำกับการดำเนินการเกี่ยวกับคลื่นความถี่ให้เป็นไปตามวรรคสอง ในการนี้ องค์กรดังกล่าวต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มี

[206] https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2017/08/4-Spectrum-for-Broadcasting-in-700-MHz-in-Thailand.pdf

[207] https://www.imaginecommunications.com/resources/press-release/true-visions-delivers-thailand-s-first-4k-uhd-premier-football-event

การแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรมหรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน รวมตลอดทั้งป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลหรือข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชน” ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุ กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน (อ้างอิง รูปที่ 72)



รูปที่ 72 หน่วยงานกำกับดูแลและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ที่มา: สำนักงาน กสทช.

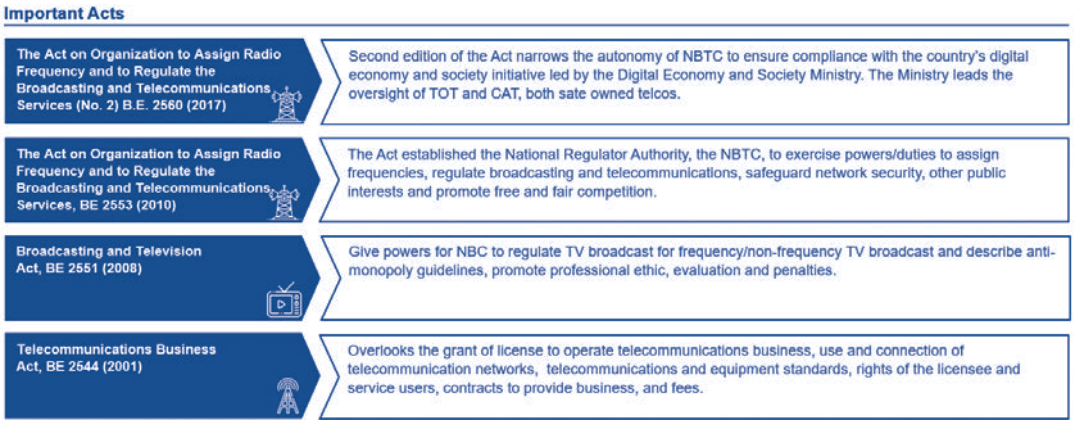
บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (Duties and Responsibility): กสทช. มีหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นไปตาม มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) โดยสรุปดังนี้

- จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุและแผนเลขหมายโทรคมนาคม
- กำหนดการจัดสรรคลื่นความถี่ ระหว่างคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม
- พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่ และเครื่องวิทยุคมนาคมในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคมและกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาต
- พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
- ติดตามตรวจสอบและให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า กสทช. จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับและกำกับดูแลการบรรจบกันของกิจการโทรคมนาคม กิจการโทรทัศน์และกิจการกระจายเสียง และ กสทช. มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลทั้งในด้านผู้ให้บริการและด้านเนื้อหารายการกิจการโทรทัศน์ ซึ่งถูกเผยแพร่โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานและโครงข่ายที่เกี่ยวข้องไปสู่สาธารณชน

6.3.2 กฎหมายแม่บทที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล

กฎหมายระดับพระราชบัญญัติที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยในปัจจุบันพิจารณาได้จาก รูปที่ 73 ดังต่อไปนี้



รูปที่ 73 กฎหมายแม่บทที่สำคัญ
ที่มา: สำนักงาน กสทช.

- **พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 (พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นฯ)** พระราชบัญญัติดังกล่าวได้จัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลแห่งชาติ (กสทช.) ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ วิทยุ และกิจการโทรคมนาคม เช่น การกำหนดความถี่ในกิจการ การควบคุมการออกอากาศ และโทรคมนาคม เพื่อรักษาผลประโยชน์สาธารณะ และส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม

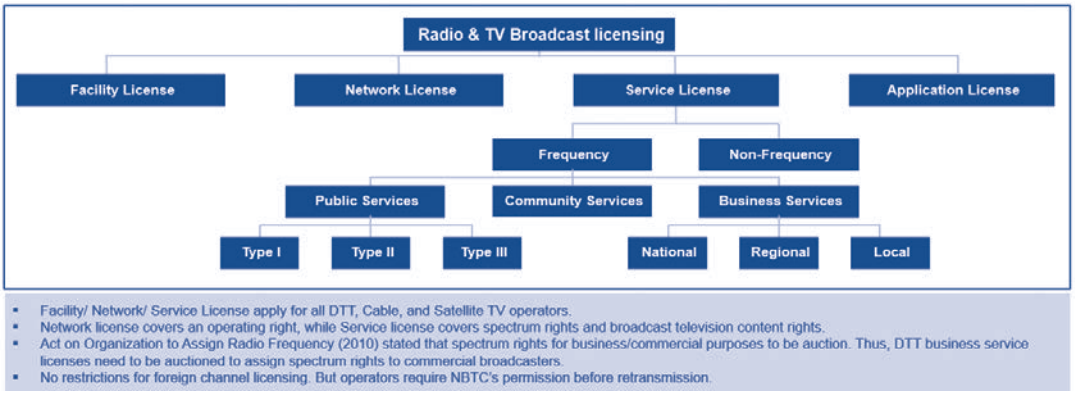
- **พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560** เป็นการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งมีบทแก้ไขเกี่ยวกับอำนาจของคณะกรรมการ กสทช. ซึ่งคณะกรรมการจะดูแลสัดส่วนของการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะและเชิงพาณิชย์ให้เหมาะสม ป้องกันการนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ปรับปรุงวิธีการจัดสรรคลื่นความถี่ เพื่อเพิ่มเติมทางเลือกนอกจากการประมูลและเพื่อให้มั่นใจว่านโยบายการบริหารคลื่นความถี่และกิจการสอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

- **พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 (พ.ร.บ. การประกอบกิจการฯ)** พระราชบัญญัติที่ให้อำนาจแก่ กสทช. ในการกำกับการออกอากาศทางโทรทัศน์สำหรับกิจการการออกอากาศทางโทรทัศน์ที่ใช้ความถี่ และไม่ใช้ความถี่ นอกจากนี้ยังอธิบายถึงแนวทางการป้องกันการผูกขาด การส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และการคุ้มครองผู้เสียหายจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ การกำกับดูแล และบทกำหนดโทษ
- **พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544** พระราชบัญญัติที่ครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ ของกิจการโทรคมนาคม ดังเช่นการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจโทรคมนาคม การใช้งานและการเชื่อมต่อเครือข่ายโทรคมนาคม มาตรฐานโทรคมนาคมและอุปกรณ์ สิทธิของผู้รับใบอนุญาตและของผู้ใช้บริการ และสัญญาเพื่อให้บริการธุรกิจและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ โดยจะเห็นได้ว่ากิจการโทรคมนาคม กิจการโทรทัศน์ (รวมถึงโทรทัศน์ที่รองรับการสมัครสมาชิก) และกิจการกระจายเสียงได้รับการกำกับดูแลโดย กสทช. ดังนั้นผู้ให้บริการเนื้อหา ภาพ และเสียงอื่น ๆ ที่ใช้การสื่อสารโดยไม่ผ่านเครือข่าย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ จะถูกกำกับดูแลโดยหน่วยงานอื่น

6.3.3 ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์

6.3.3.1 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing Framework)

การออกใบอนุญาตของผู้ประกอบการแพร่ภาพกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้สามารถดำเนินงานและแข่งขันในตลาดไทยได้อย่างอิสระตามเงื่อนไขที่มีถือเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของ กสทช. การออกใบอนุญาตไม่เพียงแต่จะกำหนดเงื่อนไขให้กับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในประเทศ แต่ยังใช้เพื่อเป็นวิธีในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงถือได้ว่าบทบัญญัติของการออกใบอนุญาตในประเทศมีความเข้มงวดในด้านการกำกับดูแล สามารถพิจารณาประเภทใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ได้จาก รูปที่ 74 ต่อไปนี้



รูปที่ 74 กรอบแนวทางการออกใบอนุญาตในประเทศไทย
ที่มา: สำนักงาน กสทช., ITU

- **ใบอนุญาตการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียง หรือโทรทัศน์**[208] เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ นั้นรวมถึง โครงสร้างพื้นฐาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นที่ดิน อาคาร สิ่งปลูกสร้าง เสา ระบบสาย สายอากาศ ท่อ
- **ใบอนุญาตการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์**[209] เป็นใบอนุญาตเพื่อการให้บริการระบบเชื่อมโยงของกลุ่มเครื่องส่งหรือถ่ายทอดสัญญาณเสียงหรือภาพที่ใช้ในการส่งข่าวสารสาธารณะหรือรายการ จากสถานีไปยังเครื่องรับ ไม่ว่าจะโดยสื่อตัวนำที่เป็นสาย คลื่นความถี่ แสง คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า หรือสื่ออื่น ๆ
- **ใบอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์**[210] แบ่งออกเป็น 2 แบบ ดังต่อไปนี้

1) กลุ่มที่ใช้คลื่นความถี่ คือ การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ซึ่งต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ตามกฎหมายว่าด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งปัจจุบันได้แก่ ผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

2) กลุ่มที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ คือ การประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ซึ่งไม่ต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ ซึ่งปัจจุบันได้แก่ โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม และโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV

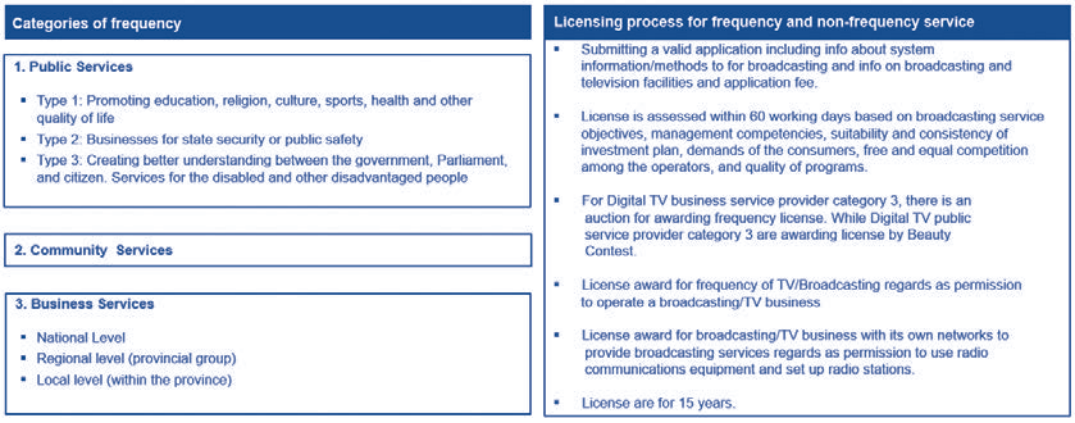
- ใบอนุญาตการให้บริการแบบประยุกต์ คือ การให้บริการข้อมูล การให้บริการสื่อประสม หรือการให้บริการอื่นทำนองเดียวกันผ่านทางการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ หรือการให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ และให้รวมถึงการให้บริการสำรวจความนิยมในกิจการกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ ไม่ว่าจะมีการเรียกเก็บค่าบริการ ค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายอื่นใดหรือไม่ก็ตาม แต่ในทั้งนี้ไม่ได้รวมถึงการให้บริการโทรคมนาคม ในปัจจุบันทาง กสทช.ยังไม่ได้มีการออกประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการแบบประยุกต์ แต่ได้มีการให้คำจำกัดความสำหรับบริการนี้ใน ประกาศ กสทช. เรื่องการกำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557

6.3.3.2 หลักเกณฑ์ในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์

จากรูปที่ 75 และ รูปที่ 76 แสดงขั้นตอนในการออกใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปจะเริ่มจากการยื่นคำขอรับใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ต่อคณะกรรมการ พร้อมกับเอกสารที่ กสทช.กำหนด อาทิ เอกสารหลักฐานของผู้ขอรับใบอนุญาตการให้บริการ ข้อมูลทางเทคนิค ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ข้อมูลแผนการลงทุน และแผนการจัดหาเงินทุน

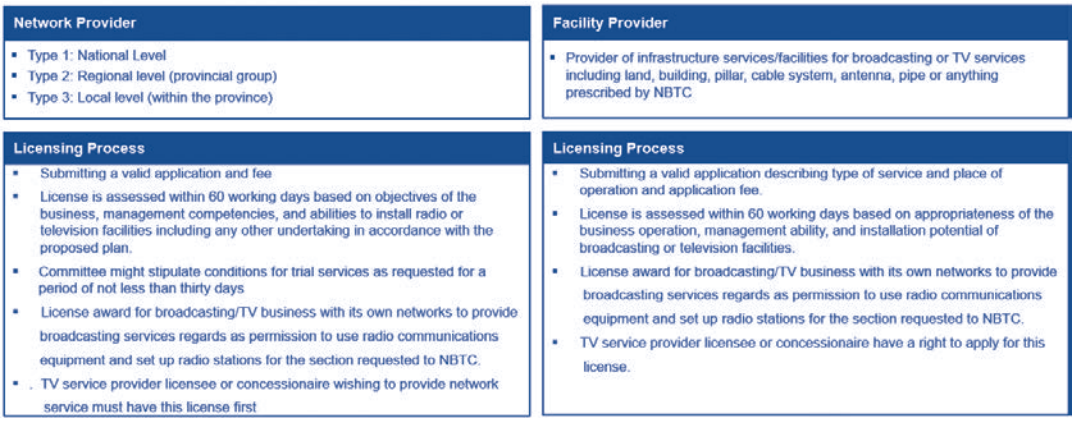
[208] ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการสิ่งอานวยความสะดวกด้านกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555
[209] ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555
[210] ประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555

จากนั้น พนักงานเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่คณะกรรมการ กสทช. แต่งตั้งจะพิจารณากลั่นกรองเพื่อจัดทำรายงานการวิเคราะห์ความเหมาะสมของการให้บริการโทรทัศน์ และจัดทำร่างใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์พร้อมเงื่อนไขให้คณะกรรมการพิจารณาภายในหกสิบวันทำการ ทั้งนี้ใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์นั้น จะมีอายุไม่เกิน 15 ปี



รูปที่ 75 รายละเอียดใบอนุญาตประเภทการให้บริการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่และขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต

ที่มา: สำนักงาน กสทช.



รูปที่ 76 รายละเอียดการให้บริการโครงข่ายและสิ่งอำนวยความสะดวกและขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต

ที่มา: สำนักงาน กสทช.

6.3.4 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT

การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างรูปแบบการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สามารถพิจารณาได้จากมิติด้านการออกใบอนุญาต (Licensing) ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions) การควบคุมกิจการ (Control) และการคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection) รูปที่ 77 และรูปที่ 78 แสดงถึงการเปรียบเทียบ การกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และแบบ OTT ในมิติต่าง ๆ กล่าวคือ

6.3.4.1 การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing)

การออกใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (Licensing): การให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจะต้องได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์และต้องเสียภาษีนิติบุคคล สำหรับผู้ให้บริการช่องรายการไทยและต่างประเทศจะต้องได้รับใบอนุญาตการให้บริการกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ในขณะที่โทรทัศน์แบบ OTT ยังไม่มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการ OTT ต้องมีใบอนุญาตในการดำเนินการการจัดเก็บค่าธรรมเนียม (License Fee): ในส่วนการจัดเก็บค่าธรรมเนียม กสทช. ได้กำกับดูแลคลื่นความถี่ โดยมีอำนาจในการกำหนดค่าธรรมเนียมการให้บริการโทรทัศน์สำหรับผู้รับอนุญาตแต่ละราย และมีการจัดสรรคลื่นความถี่ผ่านการประมูลตามเงื่อนไขและเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ผู้รับใบอนุญาตจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการประกอบกิจการตามที่ กสทช. กำหนดด้วย

6.3.4.2 ข้อจำกัดในการให้บริการ (Restrictions)

การลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment): การให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมมีการจำกัดการถือหุ้นจากนักลงทุนต่างชาติซึ่งระบุว่า ผู้ถือหุ้นต่างชาติจะต้องไม่ถือหุ้นเกินร้อยละ 25 [211]

การเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross Media Ownership): สำหรับระบบโทรทัศน์ทั้ง 2 รูปแบบข้างต้น ยังไม่มีหลักเกณฑ์เรื่องการเป็นเจ้าของการครองสิทธิข้ามสื่อ แต่ใน มาตรา 31 ของ พ.ร.บ. ประกอบกิจการฯ ได้กล่าวถึงการป้องกันการจำกัดโอกาสของผู้ใช้บริการในการรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และได้มีการระบุเปิด ไว้ว่า กสทช.สามารถออกประกาศที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลในเรื่องนี้ได้

ข้อจำกัดการด้านการโฆษณา (Advertisement): มีการกำหนดระยะเวลาการโฆษณาที่ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์จะต้องปฏิบัติตาม ซึ่งคือ

1) กรณีช่องแบบไม่ใช้คลื่น เป็นไปตาม มาตรา 28 ของ พ.ร.บ. การประกอบกิจการฯ สามารถโฆษณาบริการหรือสินค้าและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที และเมื่อรวมเวลาโฆษณาบริการหรือสินค้าและการบริการธุรกิจตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 5.5 นาที

2) กรณีช่องแบบใช้คลื่น เป็นไปตาม มาตรา 23 ของ พ.ร.บ. การประกอบกิจการฯ สามารถโฆษณาบริการหรือสินค้าและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที และเมื่อรวมเวลาโฆษณาบริการหรือสินค้าและการบริการธุรกิจตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที

[211] มาตรา 15 ของ พ.ร.บ. การประกอบกิจการฯ

นอกจากนี้สำหรับโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะแบบที่ 2 สามารถโฆษณาบริการหรือสินค้าและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที และเมื่อรวมเวลาโฆษณาบริการหรือ สินค้าและการบริการธุรกิจตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 8 นาที[212] และผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์จะต้องไม่โฆษณา อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การชักจูงหรือให้มีการพนัน การสูบบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์[213] และจะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541 (พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ) มาตรา 22 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมมาตรา 23 ซึ่งห้ามการโฆษณาที่แสดงการกระทำที่เป็นอันตรายต่อร่างกายหรือก่อให้เกิดความรำคาญ ถ้าเกิดพบว่ามีการโฆษณาที่เข้าข่ายมาตราข้างต้น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาจมีคำสั่งให้แก้ไขข้อความหรือการโฆษณาด้วยอำนาจตามมาตรา 27 สำหรับบริการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่มีการจำกัดระยะเวลาการโฆษณาที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องปฏิบัติตาม แต่จะต้องปฏิบัติตาม พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ เหมือนกับระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

ข้อจำกัดการจัดหาโปรแกรม (Program Supply): กสทช.ได้ออกประกาศและมาตรการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการรับประกันว่าประชาชนจะสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านทรัพยากรของชาติร่วมกัน เช่น การกำหนดให้ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะต้องนำดิจิทัลทีวีไปออกอากาศในโครงข่ายของตนเอง (ประกาศ Must Carry) การกำหนดให้มีการจัดลำดับช่องรายการฟรีทีวีให้อยู่ในลำดับเดียวกันในทุกโครงข่ายและการกำหนดให้รายการกีฬาสำคัญ 7 รายการจะต้องออกอากาศผ่านฟรีทีวีเท่านั้น (ประกาศ Must Have) สำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลในเรื่องนี้

6.3.4.3 การควบคุมกิจการโทรทัศน์ (Controls)

การควบคุมการพากย์และคำบรรยายภาพ (Captioning and Subtitles): สำหรับระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น มีการควบคุมในด้านการพากย์และคำบรรยายภาพ ซึ่ง กสทช.ได้จัดทำมาตรฐานการให้บริการเสียงบรรยายภาพ[214] ไว้สำหรับผู้ให้บริการ แต่สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการกำกับดูแลในเรื่องนี้

การควบคุมเนื้อหา (Content): การควบคุมในด้านเนื้อหา สำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้น รายการโทรทัศน์จะต้องมีการจัดระดับความเหมาะสมแสดงอยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งได้ 6 ประเภท คือ ป3+ ด6+ ท ทุกวัย น13+ น18+ ฉ เฉพาะผู้ใหญ่[215] และยังมีการจำกัดเวลาการออกอากาศรายการประเภทต่าง ๆ[216] สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้นยังไม่มีการมีการจัดระดับความเหมาะสมของรายการแต่จะต้องปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 (พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ) มาตรา 14 ซึ่งได้มีการกำหนดลักษณะข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ห้ามนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์หรือเผยแพร่ ดังนี้

---

[212] รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ประจาปี 2560 หน้า 4

[213] http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-30-12-06-48

[214] ประกาศ กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดทาล่ามภาษามือ คาบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพสาหรับการให้บริการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์

[215] ประกาศ กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

[216] ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทาผังรายการสาหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556

1) ข้อมูลที่มีลักษณะปลอม ซึ่งอาจเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน

2) ข้อมูลที่มีลักษณะเท็จ ซึ่งอาจก่อความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือสร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

3) ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคง

4) ข้อมูลที่มีลักษณะลามก

5) เผยแพร่หรือส่งต่อเนื้อหาข้อมูลที่มีลักษณะต้องห้ามตามข้อ 1) – 4)

หากมีการอัพโหลดเนื้อหาดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ที่อัพโหลดเนื้อหามีความผิดต้องรับโทษ และผู้ให้บริการ OTT อาจจะถือว่ามีความผิดต้องรับโทษด้วย เพราะอาจถือว่าผู้ให้บริการ OTT ได้เผยแพร่เนื้อหาในแพลตฟอร์ม OTT สนับสนุน ยินยอม ให้เผยแพร่ข้อมูลที่กระทบให้ผู้อื่นเดือดร้อน ได้รับความเสียหายหรือกระทบความมั่นคงของรัฐ

การจำกัดโควตาเนื้อหาและการกำหนดราคาค้าปลีกและค้าส่ง (Quota and Rate): สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ทั้งแบบดั้งเดิมและแบบ OTT นั้น ไม่มีการควบคุมเพื่อจำกัดเนื้อหาอยู่บนช่องรายการและ ไม่มีการควบคุมด้านราคาระดับค้าปลีกและระดับค้าส่ง แต่ กสทช. ได้มีประกาศ กสทช. เรื่อง แนวทางการกำกับดูแลอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม

6.3.4.4 การคุ้มครองผู้ให้บริการและผู้บริโภค (Protection)

ลิขสิทธิ์ผลงาน (Copy Rights): สำหรับด้านผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์นั้น พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์พ.ศ. 2537 และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 มาตรา 6 ได้คุ้มครองเนื้อหารายการที่ให้บริการทั้งในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT ที่เป็นประเภทภาพยนตร์ ละครและรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ มาตรา 28 แห่ง พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ฯ ได้กำหนดว่าผู้ใดทำซ้ำหรือดัดแปลง เผยแพร่งานลิขสิทธิ์ประเภทภาพยนตร์ต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ จะต้องรับโทษตามกฎหมาย นอกจากนี้ มาตรา 32/3 ยังให้อำนาจศาลในการบล็อกหรือลบเนื้อหาที่ละเมิดลิขสิทธิ์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่น สำหรับมาตรา 20 พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ ได้ให้อำนาจกับเจ้าหน้าที่ของกระทรวงเศรษฐกิจดิจิทัลและสังคม เพื่อระงับการเผยแพร่หรือลบเนื้อหาออนไลน์ซึ่งเป็นความผิดตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจนำไปสู่การบล็อกหรือลบเนื้อหาเว็บไซต์

การคุ้มครองผู้บริโภค (Customer Protection): สำหรับด้านการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ในการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ได้มีประกาศ กสทช.เรื่อง มาตรฐานของสัญญาการให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก พ.ศ. 2556 เพื่อกำหนดข้อกำหนดบางประการสำหรับสัญญา เช่น กระบวนการร้องเรียน ฯลฯ สมาชิกอาจบอกเลิกสัญญาการเป็นสมาชิกได้ตลอดเวลาโดยไม่มีการลงโทษโดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 5 วัน ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของช่องรายการที่ก่อให้เกิดการลดสิทธิหรือผลประโยชน์ของผู้สมัครสมาชิก ผู้ใช้บริการสามารถยกเลิกสัญญาการสมัครสมาชิกได้ทันที สำหรับโทรทัศน์แบบ OTT นั้น การคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นด้านการกำกับดูแลด้านโฆษณาออนไลน์ดังที่กล่าวไปข้างต้น

Licensing		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Licensing	Issued (Infrastructure / Network / Service)	Not yet issued
Licensing for foreign channels	Issued	Not yet issued
License fees and taxation	Fee applied (Annual fees of 2% of gross revenue + USO fund and corporate income tax)	No fee applied

Restrictions		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Foreign direct investment	Restricted (Thai nationals invest/hold capital not less than 3/4 of total capital of such juristic person)	Open
Cross-media ownership	Open	Open
Advertisement	Restricted (DTT:12 mins/hr., SAT,CAB: 6 mins/hr., Consumer Protection Act)	Restricted (Consumer Protection Act)
Program supply	Restricted (Must Have and Must Carry)	Open

รูปที่ 77 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อใบอนุญาตและข้อจำกัด

ที่มา: สำนักงาน กสทช., AVIA, ITU

Controls		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Captioning and subtitles	Restricted (Encouraged to dub or subtitle into Thai)	Open
Content	Restricted (Parental rating required. Control on adult program period)	Restricted (Computer-related Crime Act B.E 2550)
Quota	Open	Open
Rate	Open with conditions	Open

Protection		
Topic	**Linear TV**	**OTT**
Copyright	Protected (Minimal enforcement and penalties)	Protected • Copyright Act of 1994, applies to internet broadcasts • Provisions to remove/block pirate content
Consumer	Protected • Rule on standard subscription contracts for Pay-TV • Subscriber may terminate contract any time w/o penalty	Protected (Consumer protection Act)

รูปที่ 78 การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT สำหรับหัวข้อการควบคุมและการคุ้มครอง

ที่มา: สำนักงาน กสทช., AVIA, ITU

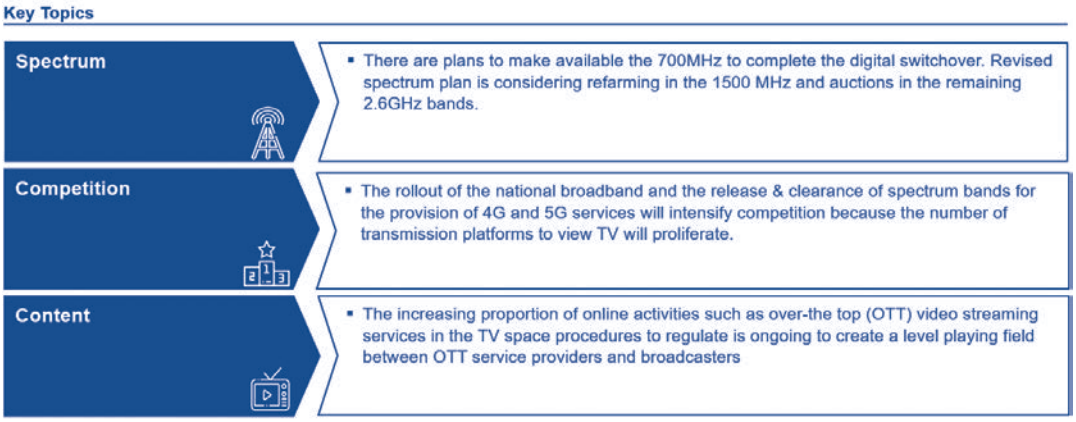
6.3.4.5 แนวโน้มการกำกับดูแล

การที่ กสทช. มีการปรับแผนคลื่นความถี่และเพิ่มการเปิดตัวบรอดแบนด์ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับการควบคุมคลื่นความถี่ในยุคดั้งเดิม ถือว่าเป็นแนวโน้มที่ดีเมื่อเทียบกับการกำกับดูแลเพียงแค่กิจการวิทยุและกิจการโทรทัศน์ในอดีต ในปัจจุบันผู้ให้บริการระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมในประเทศไทย มีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถแข่งขันกับแพลตฟอร์มโทรทัศน์ทางเลือก เช่น แพลตฟอร์มถ่ายทอดเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต และมีความเสี่ยงที่จะถูกครอบงำจาก “สเปกตรัมไร้สาย” โดยผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (รูปที่ 79)

ความสามารถในการทดแทนที่เพิ่มขึ้นระหว่างแพลตฟอร์มสำหรับการส่งข้อมูล (Platform Convergence) กำลังจะกลายเป็นความท้าทายสำหรับ กสทช. ในปัจจุบันกฎระเบียบของการแพร่ภาพนั้น

มีความเข้มงวดสำหรับประเภทบริการที่มีโครงสร้างทางกายภาพที่จับต้องได้ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคชาวไทยเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูโทรทัศน์ไปเป็นแพลตฟอร์มหรือรูปแบบธุรกิจที่มีการควบคุมน้อยกว่า อย่างเช่น OTT จึงจะต้องมีความชัดเจนและคำจำกัดความที่แน่ชัดสำหรับผู้เล่นรายใหม่อย่างเช่นผู้ให้บริการ OTT เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการให้บริการในทางที่ผิด ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อระดับการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม (Level playing field) ในอุตสาหกรรม

การแพร่ภาพแบบแอนาล็อก ความสามารถในการแพร่ภาพสัญญาณเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการเข้ามาใหม่ (Barriers to entry) ของผู้เล่นรายใหม่ที่สนใจ เพราะจำนวนช่องสัญญาณนั้นจะถูกจำกัดโดยจำนวนของสเปกตรัมที่ใช้ได้ แต่ในการแพร่ภาพสัญญาณแบบดิจิทัลนั้นไม่มีข้อจำกัดดังที่กล่าวมา จึงไม่มีอุปสรรคที่สำคัญในการเข้ามาใหม่ ดังนั้นสำหรับ กสทช. การขยายขีดความสามารถในการแพร่ภาพสัญญาณและการเปิดตัวการแพร่ภาพผ่านแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เช่น การจัดสรรคลื่นความถี่ให้กับผู้ประกอบการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อให้บริการในระบบ 4G/5G และการส่งเสริมการพัฒนาโครงข่ายบรอดแบนด์ระดับชาติ จะช่วยลดปัญหาคอขวดในการแพร่ภาพซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้ามาใหม่



รูปที่ 79 แนวโน้มการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

6.4 บทสรุปการศึกษาตลาด เทคโนโลยี และแนวทางกำกับดูแล

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ (TV Market):

การรับชมโทรทัศน์ของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการรับชมผ่านโครงข่ายดาวเทียมซึ่งถือเป็นการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ซึ่งแนวโน้มการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลต่อสภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยในอนาคต โดยการเติบโตของตลาดการให้บริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Video on Demand และ OTT) อาศัยข้อได้เปรียบเชิงเทคนิคด้านการเข้าถึงการรับชมได้ง่ายและระดับราคาที่ไม่สูงมาก ทำให้ตลาดการบริการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตนี้มีแนวโน้มการแข่งขันมากขึ้นและส่วนแบ่งตลาดมีการกระจายตัว เนื่องจากมีผู้เล่นรายใหม่เกิดขึ้นหลายราย และผู้เล่นเก่าจากโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินขยายธุรกิจมายังโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อความอยู่รอดและสามารถสร้างรายได้ทดแทนส่วนที่หายไปในตลาดโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ด้วยสภาพแวดล้อมและแนวโน้มตลาดดังกล่าว

ตลาดการให้บริการแบบ OTT จึงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคตตามการพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการรับชม Video on Demand และ OTT เพิ่มขึ้น

เทคโนโลยีและแนวโน้มในกิจการโทรทัศน์ (Technology and Trend):

ประเทศไทยกำลังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการแพร่ภาพโทรทัศน์ในประเทศไทย ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่าย (Pay-TV) ชั้นนำมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีในการเสริมสร้างประสบการณ์และทางเลือกการรับชมที่ดีให้กับผู้ใช้บริการด้วยการพัฒนาคุณภาพของสัญญาณภาพและการเพิ่มช่องทางการรับชมบนแพลตฟอร์ม OTT ในส่วนผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล และ โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม มีแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบของ Convergence Platform เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ (TV Regulatory):

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันของประเทศไทย สามารถพิจารณาได้ในมุมมองของโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure) การดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice) กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime) และการกำกับดูแลการหลอมรวมของรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ (Regulatory of Convergence) ซึ่งพิจารณาได้จาก รูปที่ 80

รูปที่ 80 ข้อสรุปของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

ด้านโครงสร้างการกำกับดูแล (Regulatory Structure): กสทช. ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับและกำกับดูแลการบรรจบกันของกิจการโทรคมนาคม กิจการโทรทัศน์และกิจการกระจายเสียง โดยมีภาระความรับผิดชอบ (Accountability) ร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ ตามความรับผิดชอบ และการดำเนินการอย่างเป็นอิสระและประสานกันระหว่างหน่วยงาน อย่างไรก็ตามความอิสระทางการเงินของ กสทช. นั้น ช่วยลดการขึ้นตรงกับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งและการมีอิทธิพลของหน่วยงานอื่นต่อหน้าที่ในการกำกับดูแลอย่างเหมาะสมของ กสทช.

ด้านการดำเนินการกำกับดูแล (Regulatory Practice): เป็นมาตรการแบบ ex-ante โดย กสทช. ใช้การกำกับดูแล (regulate) เพื่อเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยยังไม่ถึงขั้นออกกฎเชิงบังคับ กสทช. ทำการออกกฎและควบคุมกิจการสื่อสารโทรคมนาคมรวมถึงกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้ดำเนินกิจการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งหน่วยงานและเป็นไปตามกรอบใบอนุญาตที่ได้ระบุไว้

กรอบการออกใบอนุญาต (Licensing Regime): กสทช. มีระบบใบอนุญาตการให้บริการกิจการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันสำหรับการให้บริการกิจการโทรทัศน์รูปแบบต่าง ๆ สำหรับการจัดสรรทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดในประเทศไทย สำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้น ยังไม่ได้มีการควบคุม ซึ่งคือ ยังไม่มีการออกใบอนุญาตสำหรับการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT

การกำกับดูแลการหลอมรวม (Regulation of Convergence): โทรทัศน์แบบ OTT ยังไม่ได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีจำกัด การเรียกร้องให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมจึงต้องมีการประเมินสภาพแข่งขัน ระหว่างการให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ OTT ในตลาดประเทศไทย เพื่อหลีกเลี่ยงการวางกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น และการที่ OTT ยังไม่ได้มีการจัดสรรคลื่นความถี่ในการแพร่ภาพจึงไม่สามารถใช้กฎระเบียบของระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมได้

7 ข้อเสนอแนะแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขัน

7.1 ที่มาในการพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

7.1.1 ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประชุมหารือกลุ่มย่อยและการประชุมอภิปรายแบบคณะ

จากการจัดการประชุมหารือกลุ่มย่อย (Focus Group) และการประชุมอภิปรายแบบคณะ (Panel Discussion) ซึ่งผู้เข้าร่วมประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และกิจการโทรทัศน์แบบ OTT การจัดการประชุมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้สภาพแวดล้อมกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ในส่วนการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยี ความท้าทายเชิงธุรกิจ และความคิดเห็นต่อหน่วยงานกำกับดูแล หรือสำนักงาน กสทช. ในด้านบทบาทหน้าที่และการกำกับดูแลที่เหมาะสมภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ ซึ่งสามารถพิจารณาสรุปประเด็นสำคัญจากการประชุมหารือกลุ่มย่อยดังกล่าวได้ดังนี้

สรุปประเด็นสำคัญจากประชุมหารือกลุ่มย่อย

- ปัญหาสำคัญของผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ในปัจจุบันที่ต้องการการสนับสนุนจาก กสทช. คือ ปัญหาด้านการละเมิดลิขสิทธิ์
- กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันไม่ครอบคลุมผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งการดำเนินการแก้ไขกฎระเบียบและกฎหมายอาจจะต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการถึง 5 ปีจึงอาจจะต้องพิจารณาถึงมาตรฐานการกำกับดูแลที่สามารถดำเนินงานได้ในระยะสั้น อาทิเช่น การจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมของผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT (OTT Industry forum) เพื่อให้อุตสาหกรรมมาพิจารณาแนวทางกำกับดูแลร่วมกันสรุปประเด็นสำคัญจากการประชุมอภิปรายแบบคณะ
- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญ คือ การที่ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิเช่น ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไปพัฒนาเพื่อสร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่การรับชมเนื้อหารวมถึงปรับเนื้อหารับชมให้เข้ากับกลุ่มผู้บริโภคได้เหมาะสมมากขึ้น
- ความท้าทายของเทคโนโลยี คือ การสร้างระบบนิเวศของแพลตฟอร์มโทรทัศน์แบบ OTT ให้มีความยั่งยืนและเอื้ออำนวยแก่ผู้บริโภคในการรับชมเนื้อหาโดยมีรูปแบบในการสมัครสมาชิกที่หลากหลายและสามารถรับชมเนื้อหาที่มีคุณภาพดี และรวดเร็วที่สุด
- บทบาทของหน่วยงานกำกับดูแลควรจะมีเป้าหมายในการกำกับดูแลเพื่อตอบสนองความต้องการและประโยชน์ของผู้บริโภค โดยมีประเด็นสำคัญ อาทิเช่น การกำกับดูแลการละเมิดลิขสิทธิ์ของเนื้อหา การกำกับดูแลในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลของทุกประเทศจะต้องทบทวนกฎระเบียบเดิมที่มีอยู่และควรแก้ไขกฎระเบียบเดิมให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมสามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการแบบออนไลน์ได้อย่างเท่าเทียม

จากการรวบรวมความคิดเห็นจากการประชุมหารือกลุ่มย่อยและการประชุมอภิปรายแบบคณะ สามารถสรุปประเด็นความคิดเห็น และข้อกังวลเกี่ยวกับแนวทางการกำกับดูแลของ กสทช. ซึ่งสามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการปฏิรูปแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ได้ดังต่อไปนี้

- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการโทรทัศน์ไม่ได้แสดงความกังวลใด ๆ เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่ได้ขึ้นทะเบียนหรือไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย
- ผู้เข้าร่วมหารือกลุ่มย่อยที่ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) แสดงความกังวลเกี่ยวกับภาระหน้าที่ตามกฎหมายที่ตนมี และภาระหน้าที่ดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในยุคเปลี่ยนผ่านในปัจจุบัน โดยผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) เรียกร้องให้ กสทช. ลดความเคร่งครัดในการกำกับดูแลให้กับผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตสามารถแข่งขันกับผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ได้
- ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้นแตกต่างจากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ดังนั้นจึงควรได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างกันจากหน่วยงานกำกับดูแล
- ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT รายใหญ่ เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและพร้อมที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล แต่หน่วยงานกำกับดูแลควรตระหนักว่าผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยงจากการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหารายการโดยเฉพาะในประเทศไทยที่ผู้รับชมไม่ต้องการจ่ายค่าบริการเพื่อรับชม และมีการละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหารายการอย่างต่อเนื่อง
- หากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ถูกควบคุมมากเกินไป ผู้ชมจะหันไปใช้บริการจากผู้ให้บริการเนื้อหาออนไลน์ที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุม ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และท้ายที่สุดหน่วยงานกำกับดูแลจะไม่สามารถควบคุมกิจการแบบ OTT ได้ในที่สุด

7.2 กรอบการกำหนดเป้าหมายเชิงนโยบาย (Policy Priorities)

7.2.1 เป้าหมายเชิงนโยบายการกำกับดูแล (Policy Target Setting)

การกำหนดแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยกิจการโทรทัศน์รูปแบบดั้งเดิมและกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้น ควรตั้งต้นจากการพิจารณาเป้าหมายและลำดับความสำคัญเชิงนโยบายอย่างรอบคอบว่า แนวนโยบายหรือเป้าหมายในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์นั้นคืออะไร และควรกำหนดกรอบการพัฒนากฎระเบียบการแข่งขันของกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม หาก กสทช. พิจารณาเป้าหมายโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศตามนโยบายประเทศไทย 4.0 และยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 (รวมถึงอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล 4.0) เป็นสำคัญ ร่วมกับการพิจารณาเป้าหมายในการกำกับดูแลการแข่งขันอย่างเท่าเทียมของ กสทช. แล้ว ทางเลือกเชิงนโยบายที่ กสทช. ควรพิจารณาให้ความสำคัญ คือ

1. การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ชั้นนำ มาตั้งจัดตั้งกิจการในประเทศไทย โดยอยู่ภายใต้กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแลที่กิจการชั้นนำเหล่านั้นปฏิบัติได้ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างแวดล้อมเชิงนวัตกรรม และการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม เศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

2. การสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์โทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT อยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการแข่งขันเสรี

การที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ชั้นนำ มาจัดตั้งกิจการในประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขการกำกับดูแลที่ใช้กับผู้ประกอบการไทยในปัจจุบันนั้นอาจเป็นไปได้ยาก ดังนั้นเงื่อนไขที่เป็นไปได้ในการสนับสนุนผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ชั้นนำให้มาตั้งกิจการและลงทะเบียนในประเทศไทย คือ การลดข้อจำกัดด้านกฎระเบียบการกำกับดูแลที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด (Light Regulation)

ในส่วนการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้น ควรเป็นไปตามแนวทางการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่เป็นธรรมและเป็นไปอย่างเสรี ภายใต้กฎกติกาที่เหมาะสม ซึ่งการจะสร้างสภาพแวดล้อมดังกล่าวให้เกิดขึ้นในประเทศไทย คือ การลดการกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์โทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) (Deregulation) ในส่วนที่ไม่เหมาะสมและเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในสภาพธุรกิจในปัจจุบัน

7.2.2 การสร้างการแข่งขันอย่างเท่าเทียม (Fair Competition)

ประเทศไทยมีข้อบังคับทางกฎหมายมากมายเช่นเดียวกันกับประเทศอื่น ๆ ที่บังคับใช้กับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ เนื่องจากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมนั้นสามารถกำกับดูแลได้ง่ายและไม่มีทางเลือกเนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถประกอบกิจการได้หากไม่มีใบอนุญาต ดังนั้นผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมจึงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตามหรือในกรณีใดก็ตาม สิ่งสำคัญในการกำกับดูแล คือ การกำกับดูแลในสัดส่วนที่เหมาะสมและการกำกับดูแลเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น

สำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งผู้ประกอบการ OTT ชั้นนำในปัจจุบันมีที่ตั้งอยู่นอกประเทศไทย การที่ผู้ประกอบการดังกล่าวจะมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกฎหมายไทยก็ต่อเมื่อพวกเขาเต็มใจที่จะอยู่ภายใต้กฎระเบียบเท่านั้น ดังนั้นการกำกับดูแลจึงควรกำหนดกรอบการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด (Light Regulation) ซึ่งเป็นแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศชั้นนำของโลกนำมาใช้ในทางปฏิบัติโดยทั่วไป การกำกับดูแลดังกล่าวเป็นการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด แต่ถึงกระนั้นแม้ว่าแนวทางการกำกับดูแลจะเป็นการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด แต่กรอบการกำกับดูแลควรกำหนดอย่างสอดคล้องกับนโยบายเป้าหมายเชิงนโยบายการกำกับดูแลของ กสทช.

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการกำหนดนโยบายในการกำกับดูแล คือ การกำกับดูแลมักอยู่ภายใต้แรงกดดัน ทั้งแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเชิงพลวัตร หรือการเปลี่ยนแปลงของแบบจำลองธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่ส่งกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในตลาดที่ได้รับผลกระทบจากการด้อยความสามารถในการแข่งขันหรือจากที่ข้อกำหนดในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแรงกดดันดังกล่าวทำให้หน่วยงานกำกับดูแลมีความโน้มเอียงที่จะดำเนินนโยบายหรือกำหนดแนวทางการกำกับดูแลมากเกินไป (Over-regulation) ดังนั้นหน่วยงานกำกับดูแลจึงควรตระหนักว่าการกำกับดูแลที่มากเกินไปอาจเป็นสาเหตุสำคัญทำให้การกำกับดูแลนั้นล้มเหลว การกำกับดูแลจึงควรอยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสมและเป็นการกำกับดูแลเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น

7.2.3 การกำหนดขอบเขตผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และเป้าหมายในการกำกับดูแล (Target OTT)

กิจการโทรทัศน์แบบ OTT มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายและแตกต่างกัน ดังนั้นจุดตั้งต้นสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จในความพยายามในการกำกับดูแลจึงเป็นการพิจารณาว่าการให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ลักษณะใดที่ควรนำมากำหนดเป้าหมายเพื่อการกำหนดกรอบการกำกับดูแล เพราะการกำกับดูแลผู้ประกอบการทุกคนอย่างครอบคลุมทั้งหมดอาจไม่มีความจำเป็น ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จในการกำกับดูแลจึงควรกำหนด OTT เป้าหมายที่ชัดเจน และมุ่งให้ความสำคัญกับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เป้าหมายนั้น

การกำหนดขอบเขตผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เป้าหมาย พิจารณาจากการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT และผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ซึ่งสามารถพิจารณาจากลักษณะของการให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีความคล้ายคลึงกับการให้บริการในกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) โดยการลงทะเบียน (Subscription Video on Demand) สมาชิก (Subscribers) ในประเทศไทย และการสร้างรายได้เชิงธุรกิจของกิจการโทรทัศน์แบบ OTT อันเกิดขึ้นในประเทศไทยที่มีขนาดที่มากในระดับหนึ่ง

ปัจจุบันหน่วยงานกำกับดูแลอาจมีแรงกดดันด้านความต้องการในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ขอบเขตรูปแบบการให้บริการ OTT ขยายขอบเขตกว้างขึ้น รวมถึง OTT ของโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ YouTube อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลควรมุ่งเน้นไปที่กิจการโทรทัศน์รูปแบบ VoD OTT ที่ถูกกฎหมาย อาทิเช่น Netflix ที่เป็นผู้ให้บริการเนื้อหารายการบนพื้นฐานการสมัครสมาชิก (Subscription) และมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจในระดับที่มีนัยสำคัญ (Significant Business) โดยให้ผู้ประกอบการดังกล่าวจะมาลงแจ้งสถานะการให้บริการและปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลในประเทศไทย

7.3 แนวทางการดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว (Short Term/Long Term Framework)

การดำเนินการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน ในทางปฏิบัติควรกำหนดแนวทางการดำเนินการออกเป็นกรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Framework) และกรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework) โดยการดำเนินการในระยะยาวเป็นการดำเนินการที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการหลอมรวมเทคโนโลยีระหว่างกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (Long Term Convergent Framework) ซึ่งต้องใช้เวลาในพิจารณาและการดำเนินการ ส่วนการดำเนินการในระยะสั้นเป็นแนวทางที่สามารถนำมาดำเนินการได้ก่อน เพื่อสามารถดำเนินการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันได้ในระยะเวลาอันสั้น (Short Term VoD Framework) ซึ่งเป็นกรอบการดำเนินการที่หน่วยงาน กสทช. สามารถดำเนินการได้เอง

7.3.1 กรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Convergent Framework)

ในระยะยาวนั้น กฎหมายและข้อบังคับที่มีผลกระทบต่อกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ควรต้องมีการปรับเปลี่ยนและหลอมรวมเข้าไว้ด้วยกัน (Converge) ซึ่งความต้องการในการปรับเปลี่ยนดังกล่าวนั้นมีตัวขับเคลื่อนสำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีรวมถึงการหลอมรวมเทคโนโลยีระหว่างกิจการโทรทัศน์ กิจการกระจายเสียง และกิจการโทรคมนาคม และการขับเคลื่อนโดยกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีแบบจำลองการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวทางการดำเนินการในระยะยาว ควรมีขั้นตอนดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การระบุสิ่งที่ต้องทำในการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม และการปฏิรูปกฎหมายกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้อยู่ภายใต้กฎหมายฉบับเดียว (คล้ายกับ Electronic Communications Act ของ สหราชอาณาจักร)

2. การปฏิรูปโครงสร้างของ กสทช. ให้สอดคล้องกับการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งควรดำเนินการควบคู่ไปกับการจัดทำกฎหมายฉบับเดียวดังกล่าว

การหลอมรวมกันของกฎหมายเป็นสิ่งจำเป็น หากแต่การปรับเปลี่ยนกฎหมายนั้นใช้เวลานานในการดำเนินการ ดังนั้น กสทช. ควรเน้นให้ความสำคัญกับการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นไปได้ในระยะสั้นประกอบกัน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองกับแนวโน้มกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน

7.3.2 กรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework)

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ขนาดใหญ่และทำธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่างให้ความสนใจในตลาดประเทศไทย และเต็มใจที่จะเข้าร่วมลงทะเบียนดำเนินธุรกิจในประเทศไทยและปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลในอนาคต แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการยังไม่เต็มใจที่จะแจ้งการประกอบกิจการหรือแจ้งลงทะเบียนในประเทศไทย เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

- กรอบการกำกับดูแลยังไม่ชัดเจน ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่ทราบว่าจะต้องเสียภาษีเท่าใด และมีภาระผูกพันอย่างไร หากพวกเขาลงทะเบียนกับหน่วยงานกำกับดูแล
- ค่าใช้จ่าย และภาระหน้าที่อื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในปัจจุบันสำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ที่ได้รับใบอนุญาตนั้นค่อนข้างสูง ค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลนั้นเหมือนเป็นภาษีส่วนเพิ่มสำหรับผู้ประกอบการ OTT
- ความท้าทายหลักของ ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT รายใหญ่ คือ การถูกละเมิดลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่มีการดำเนินการที่ไม่เพียงพอในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้ประกอบการจะไม่เต็มใจที่จะลงทะเบียน หากไม่มีสิ่งจูงใจหรือได้รับประโยชน์ในการลงทะเบียน ในขณะที่เนื้อหาลิขสิทธิ์ของตนยังคงถูกละเมิดอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินนโยบายในระยะสั้น หน่วยงานกำกับดูแลจำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อบรรเทาปัญหาเหล่านี้ และหนึ่งในมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มาลงทะเบียนที่สำคัญ คือ มาตรการจูงใจด้านภาษีและด้านการจัดการละเมิดลิขสิทธิ์

การจัดเก็บค่าธรรมเนียม (Fees) ควรกำหนดอัตราที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเท่านั้น ซึ่งอาจรวมถึงค่าใช้จ่ายในการบังคับใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ และการจัดการกับการละเมิดลิขสิทธิ์ เข้าไว้ในอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตด้วย

สำหรับการจัดเก็บค่าธรรมเนียมคลื่นความถี่ (Spectrum Fees) สำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรใช้หลักการโดยทั่วไป โดยควรกำหนดอัตราที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของการจัดการคลื่นความถี่ การตรวจสอบติดตามการใช้งานคลื่นความถี่ และการบังคับใช้งานคลื่นความถี่เท่านั้น

ดังนั้น เป้าหมายในการกำกับดูแลที่ กสทช. ควรพิจารณาให้ความสำคัญในการดำเนินการในระยะสั้น คือ การสร้างกรอบการกำกับดูแลที่ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT รายใหญ่ยินดีที่จะลงทะเบียน ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และชำระค่าธรรมเนียมการให้บริการในประเทศไทย

7.3.3 ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาวและระยะสั้น

การดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะสั้นและระยะยาว ประกอบด้วยกิจกรรมดำเนินการตามแนวทางดังที่ได้อธิบายไว้ในเบื้องต้น โดยการดำเนินการในระยะยาวเป็นในส่วนของการดำเนินการที่ต้องใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหลอมรวมเทคโนโลยีระหว่างกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (Long Term Convergent Framework) ซึ่งต้องใช้เวลานานในการพิจารณาและการดำเนินการ ส่วนการดำเนินการในระยะสั้นเป็นแนวทางที่สามารถนำมาดำเนินการได้ก่อนและใช้ระยะเวลาอันสั้น เพื่อสามารถดำเนินการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบันได้ในระยะเวลาอันสั้น (Short Term Framework) ซึ่งจะได้อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของขั้นตอนการดำเนินการหลักตามกรอบการดำเนินการในระยะสั้นในเนื้อหาส่วนต่อจากนี้

ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาว (Long Term Convergent Framework) และกรอบการดำเนินการในระยะสั้น (Short Term Framework) สามารถพิจารณาได้จากตารางประกอบต่อไปนี้

ตารางที่ 5: ระยะเวลาการดำเนินการตามกรอบการดำเนินการในระยะยาวและระยะสั้น

	Action Steps / Month	Year 1												Year 2												Year 3											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Long Term Convergent Framework	1. Identify framework requirements																																				
	2. Develop convergence law (Broadcast & Telecom) Including Consultation																																				
	3. Restructure NBTC organization (Broadcast & Telecom Convergence)																																				
Short Term On Line (OTT) VoD Framework	1. Define overall framework and approach																																				
	2. Consultation Process																																				
	3. Develop Legal Framework for regulating OTT (including enforcement against piracy)													The legal framework defines the overall time frame																							
	4. Define components of class license (Scope, Threshold, tax / fee, penalty and piracy)																																				
	5. Draft of Class License and procedures																																				
	6. Consultation and Finalisation																																				
	7. Implementation																																				

หมายเหตุ: กรอบระยะเวลาการดำเนินการอาจปรับเปลี่ยนตามความพร้อมและเงื่อนไขการดำเนินการของ กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8 ข้อเสนอแนะกรอบการดำเนินการและขั้นตอน (Framework)

ในส่วนของกรอบการดำเนินการในระยะสั้น ซึ่งหน่วยงาน กสทช. สามารถดำเนินการได้เองและใช้ระยะเวลาอันสั้นนั้น สามารถพิจารณากรอบการดำเนินการและขั้นตอนการดำเนินการได้ในเนื้อหาส่วนต่อจากนี้

8.1 กรอบการดำเนินการ (Framework)

การจัดทำกรอบการกำกับดูแล ในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ กสทช. ใช้เป็นแนวทางพัฒนาการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ได้อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินการตามกรอบการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ ด้วยวิธีการดำเนินการที่เป็นรูปธรรมทาง กสทช. สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

กรอบการดำเนินการ มีแนวทางหลักสำคัญ 2 ประการ ดังนี้

- การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการดังกล่าวมาจัดตั้งกิจการในประเทศไทย
- การลดการกำกับดูแลของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) ที่มีอยู่เดิม อาจเป็นภาระและอุปสรรคในการประกอบกิจการ

การดำเนินการของ กสทช. ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลว โดยการสร้างแรงจูงใจในเบื้องต้นเพื่อให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทย และการลดแรงต้านในการดำเนินการ ในขณะเดียวกันก็ลดปัจจัยแห่งความล้มเหลวในการดำเนินการ กล่าวคือ

- การดำเนินการตามกรอบการกำกับดูแลผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT จำเป็นต้องมีสิ่งจูงใจให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม
- การลดแรงต้านจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ด้วยการดำเนินการตามแนวทางการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด

การลดแรงต้านจากสังคมเป็นสิ่งที่ กสทช. ควรตระหนักและให้ความสำคัญ เนื่องจากท้ายที่สุดแล้ว ทางเลือกเดียวที่ กสทช. สามารถทำได้ในการควบคุมกิจการโทรทัศน์แบบ OTT คือ การบล็อกการให้บริการไม่ให้ผู้รับชมสามารถเข้าถึงและรับชมเนื้อหาได้ ซึ่งอาจเป็นแนวทางที่นำไปสู่ความไม่พอใจและไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไป และขัดต่อแนวทางการปฏิบัติสากลที่มุ่งสู่การสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันเสรี

8.2 การดำเนินการและขั้นตอน

เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามกรอบการดำเนินการและตามเป้าหมายเชิงนโยบายที่ได้อธิบายไว้ในเนื้อหาส่วนต้น เนื้อหาส่วนนี้จึงอธิบายวิธีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน ซึ่งทาง กสทช. สามารถนำไปพิจารณาและใช้ปฏิบัติได้จริง ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบการกำกับดูแล (Define Overall Framework and Approach)

การกำหนดกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถพิจารณาได้เป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

- การกำหนดกรอบการดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT แยกออกมาจากการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบทั่วไป โดยให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ลงทะเบียนภายใต้ระบบการจัดกลุ่มประเภทกิจการ (Class License System) และเป็นการกำหนดกรอบการกำกับดูแลแบบไม่เคร่งครัด (Light Regulation)
- การปรับปรุงแก้ไขกรอบการกำกับดูแลและการประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ Linear TV

การกำหนดขอบเขตกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ควรนำมาเป็นเป้าหมายในการกำกับดูแลสำหรับประเทศไทย ในปัจจุบันมีรูปแบบการให้บริการ 2 ลักษณะ ดังนี้คือ

- การให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT รูปแบบ Subscription Video on Demand (SVoD)
- การให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT รูปแบบ Advertising Video on Demand (AVoD) เฉพาะกลุ่มที่มีข้อตกลงทางการค้า (Commercial Arrangement) กับผู้ให้บริการโฆษณา (Advertiser) ที่อยู่ในประเทศไทยเท่านั้น

การกำหนดกลุ่มผู้เล่นเป้าหมายดังกล่าวพิจารณาจากรูปแบบการให้บริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการในกลุ่ม SVoD มีรูปแบบการให้บริการที่มีความคล้ายคลึงกับผู้ประกอบการ Pay TV และผู้ประกอบการในกลุ่ม AVoD นั้นมีรูปแบบการให้บริการที่มีความคล้ายคลึงกับ ผู้ประกอบการ Free TV ในประเทศไทย ซึ่งหลักการกำหนดกลุ่มผู้เล่นเป้าหมายเพื่อมาจัดทำกรอบการกำกับดูแลนี้ สามารถพิจารณาตัวอย่างได้จากประเทศสิงคโปร์และสหราชอาณาจักร

ขั้นตอนที่ 2 การปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้อง (Consultation)

ทั้งนี้ การดำเนินการในขั้นตอนนี้ มีความอ่อนไหวและสำคัญ ดังนั้นการกำหนดกรอบการดำเนินการหรือการตัดสินใจใด ๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในกิจการโทรทัศน์ (Full Consultation) ในทุกขั้นตอน เพื่อจะได้กรอบการกำกับดูแลที่ได้รับความคิดเห็นและเป็นที่ยอมรับจากผู้เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิรูปกฎหมายพื้นฐาน (Legal Framework)

ดังที่ได้อธิบายไว้แล้วในเบื้องต้นว่า กรอบกฎหมายในปัจจุบันไม่ครอบคลุมผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกฎหมายเฉพาะ โดยกฎหมายเฉพาะหรือพระราชกฤษฎีกานี้ควรกำหนดขึ้นเพื่อเป็นกรอบทางกฎหมายสำหรับการประกอบกิจการในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน นอกจากนั้นกรอบกฎหมายนี้ควรสามารถใช้ควบคู่กับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม อย่างไรก็ตามในระยะยาวกฎหมายเหล่านี้จะถูกทดแทนด้วย

กฎหมายที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมธุรกิจที่มีการหลอมรวมทั้งกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมในด้านการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ ซึ่งควรเป็นกฎหมายฉบับเดียว

ในส่วนของอำนาจการกำกับดูแลของ กสทช. ควรจะเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการตัดสินใจและสามารถร่างและกำหนดขอบเขตของกรอบกฎหมายใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมธุรกิจ ดังนั้นด้วยบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการหลอมรวมกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมดังกล่าว หน่วยงาน กสทช. ควรจะจัดตั้งสำนักย่อยขึ้นมาเพื่อทำงานในส่วนนี้โดยเฉพาะ

ในส่วนของการกำกับดูแลที่ควรจะต้องมีการปฏิรูป คือ แนวทางการวัดค่านิยม (เรตติ้ง) ของโทรทัศน์โดยทาง กสทช. จะต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการวัดเรตติ้งให้เข้าสภาพแวดล้อมการรับชมโทรทัศน์ในปัจจุบันซึ่งควรเปลี่ยนจากการวัดเรตติ้งจากหน้าจอโทรทัศน์ (First screen) เพียงอย่างเดียว ไปเป็นการจัดทำระบบเรตติ้งในทุกแพลตฟอร์ม (Multi screen)

ในส่วนของการออกใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ในรูปแบบของ Class License นั้น กสทช. ควรจะพิจารณาว่าใบอนุญาตประเภทนี้สามารถอยู่ภายใต้บริบทของกฎหมายฉบับใหม่ได้หรือไม่ ซึ่งมีประเทศสิงคโปร์เป็นกรณีศึกษาตัวอย่าง โดยหน่วยงานกำกับดูแล IMDA ได้กำหนด Class License ขึ้นโดยมีบัญญัติไว้ใน Broadcasting Act บทที่ 28 มาตรา 9[217] มีประเด็นสำคัญของ Class License ต่อไปนี้

- Class License เป็นใบอนุญาตที่จัดทำขึ้นเพื่อการกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ทั้งในกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม
- Class License ครอบคลุม Internet Content Provider โดยคำนิยามได้กล่าวถึงการให้บริการเนื้อหาเพื่อการค้าผ่านโครงข่ายทางอินเทอร์เน็ตซึ่งผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เข้าข่ายคำนิยามที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ทุกรายจะต้องได้รับ Class License สำหรับกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศาสนา หรือ การเมืองจะต้องมีการลงทะเบียนด้วยตนเองภายใน 14 วัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปในลักษณะเดียวกับในประเทศสหราชอาณาจักร โดยผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ทุกรายจะต้องแจ้ง (Notification) ถึงการประกอบกิจการในประเทศแก่หน่วยงานกำกับดูแล

สำหรับแนวทางการดำเนินการในประเทศไทยอาจประยุกต์ใช้แนวทาง Class License เช่นตัวอย่างจากประเทศสิงคโปร์ โดยสามารถปรับเปลี่ยนเงื่อนไขตามความเหมาะสมกับประเทศไทย กล่าวคือประเทศไทยอาจเริ่มให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เฉพาะรายใหญ่เข้ามาจดทะเบียน Class License ก่อนที่จะขยายขอบเขตให้ผู้ประกอบการทุกรายเข้ามาจดทะเบียนในอนาคตหลังจากการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการรายใหญ่ประสบความสำเร็จแล้ว

[217] https://sso.agc.gov.sg/SL/28-N1?DocDate=20161227#pr2-

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดกรอบการดำเนินการใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Components of Class License for OTT VoD)

การให้ใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Class License) แก่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. การลงทะเบียน (ไม่ใช่การขอใบอนุญาตประกอบกิจการ Registration – Not Application)

- การออกใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Class License) ควรจะมีการดำเนินการเพื่อการลงทะเบียนผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เท่านั้น ไม่ควรเป็นข้อกำหนดหรือข้อจำกัด (Requirements) ให้ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมหรือจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาลงทะเบียน
- สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่มาขอใบอนุญาต เนื่องจากกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านกฎหมายที่อาจถูกการปฏิเสธที่จะได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ จึงทำให้ผู้ให้บริการตัดสินใจที่จะไม่ขอใบอนุญาตตั้งแต่ต้น ดังนั้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ชั้นนำ มาลงทะเบียนในประเทศไทย จึงควรจูงใจด้วยการสนับสนุนให้การออกใบอนุญาตเป็นการทั่วไปหรือใบอนุญาตแบบกลุ่มเท่านั้น

รายละเอียดในการลงทะเบียนของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT สามารถพิจารณาตัวอย่างตามรูปแบบการลงทะเบียนในประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งผู้ประกอบการนำส่งข้อมูลดังต่อไปนี้ในขั้นตอนการลงทะเบียน[218]

รายละเอียดในการลงทะเบียนของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT กสทช. สามารถใช้ตัวอย่างของการลงทะเบียนในประเทศสหราชอาณาจักร โดย กสทช. จะต้องให้ผู้ประกอบการนำส่งข้อมูลดังต่อไปนี้ในขั้นตอนการลงทะเบียน[219]

1) รายละเอียดการติดต่อของผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลรายละเอียดการติดต่อแก่ กสทช. ได้แก่ ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ และรายละเอียดผู้ติดต่อหลัก (บุคคลที่ กสทช. สามารถติดต่อ สอบถาม หากมีข้อสงสัย และแจ้งข้อมูลทั่วไปแก่ผู้ประกอบการ) ผู้ติดต่อด้านการกำกับดูแลและกฎระเบียบ และผู้ติดต่อที่ภาคสาธารณะที่ กสทช.สามารถจะติดต่อได้ โดยรายละเอียดการติดต่อนั้น จะถูกเผยแพร่ในเว็บไซต์ของกสทช. เพื่อให้ผู้บริโภค หรือบุคคลภายนอกสามารถเข้าถึงข้อมูลนี้ได้

2) บริการที่จะนำเสนอ

- ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลของ ชื่อบริการที่จะนำเสนอ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของผู้ให้บริการที่จะต้องทำให้แน่ใจว่าสามารถใช้ชื่อนั้นได้ โดยอาจจะต้องทำข้อตกลงหรือขออนุญาตด้านลิขสิทธิ์ก่อนการเริ่มให้บริการ
- ผู้ประกอบการจะต้องให้คำอธิบายอย่างสั้นเกี่ยวกับบริการที่นำเสนอ ซึ่งข้อมูลนี้จะได้ถูกนำไปจัดเก็บในฐานข้อมูลสำหรับบริการที่จะนำเสนอ โดยผู้ประกอบการต้องให้ข้อมูลว่าบริการที่จะนำเสนอนั้นเป็นเนื้อหารายการต้นฉบับ เนื้อหารายการที่ออกอากาศที่อื่นมาแล้ว (Archive) หรือการผสมผสานของบางส่วนหรือทั้งหมด

[218] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/47410/how_to_notify.pdf
[219] https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/47410/how_to_notify.pdf

- ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการที่จะนำเสนอว่าจะเป็นบริการแบบไม่ต้องเสียเงิน หรือเป็นบริการแบบมีเงื่อนไขที่ผู้ชมต้องการชำระเงิน สมัครสมาชิก หรือเป็นการรวมกันของทั้งสองรูปแบบ
- ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลรายละเอียดของเว็ปไซด์ หรือแอปพลิเคชันทั้งหมดที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของ

3) การเปิดเผยข้อมูล

- ผู้ประกอบการสามารถแจ้งให้ กสทช. ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่ไม่ประสงค์จะเปิดเผยต่อสาธารณะได้ ในส่วนนี้ กสทช.ควรมีความพยายามที่จะทำตามความประสงค์ของผู้ประกอบการ เพื่อให้เป็นเหตุจูงใจในการมาลงทะเบียน เว้นแต่บางกรณีที่มีข้อกำหนดที่จะต้องเผยแพร่ข้อมูลที่จำเป็นบางอย่างให้กับสาธารณะ

นอกจากนั้น กสทช.ควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ร่วมกันสร้างและปฏิบัติตามกฎระเบียบการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ดังตัวอย่างจาก สหราชอาณาจักรที่มีแนวทางซึ่งไม่ผูกพันสำหรับผู้ให้บริการ ODPS (Statutory Rules and Non-Binding Guidance for Providers of ODPS) เนื้อหาของกฎระเบียบการให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT สามารถพิจารณากฎพื้นฐาน ได้ต่อไปนี้

กฎด้านการบริหารจัดการ (Administrative Rules)

กฎระเบียบของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์รูปแบบ OTT นั้นจะต้องมีกฎทางด้านการบริหารจัดการเพื่อให้มีมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังนี้

- ผู้ประกอบการจะต้องลงทะเบียน (Registration) ก่อนการเริ่มดำเนินการธุรกิจ และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเชิงธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และ เมื่อจะหยุดการให้บริการ
- ผู้ประกอบการจะต้องชำระค่าธรรมเนียมรายปี (Annual Fee)
- ผู้ประกอบการจะต้องทำการเก็บรักษาเนื้อหารายการอย่างน้อย 42 วัน (หรือตามที่ กสทช.กำหนดขึ้น) ซึ่งมาตรา 38 ใน พรบ.ประกอบกิจการฯ ได้ระบุว่าผู้ประกอบการจะต้องทำการเก็บรักษาเนื้อหารายการไม่น้อยกว่า 30 วัน
- ผู้ประกอบการอาจจะต้องส่งข้อมูลเนื้อหารายการให้แก่หน่วยงานกำกับดูแล (หากได้รับการร้องขอ)
- ผู้ประกอบการจะต้องให้ความร่วมมือกับกสทช. (หากได้รับการร้องขอ)
- ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการ เช่น ชื่อ ที่อยู่ และที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ให้บริการในกรณีที่ผู้ใช้บริการต้องการติดต่อผู้ให้บริการ

กฎด้านเนื้อหารายการที่เผยแพร่ (Editorial Rules)

กฎระเบียบของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นั้นจะต้องมีกฎทางด้านเนื้อหารายการเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่จะเผยแพร่ของผู้ประกอบการ ไม่เป็นอันตรายต่อผู้ชม ดังนี้

- ห้ามเผยแพร่เนื้อหารายการที่เป็นอันตราย ที่มีแนวโน้มที่จะสร้างความเกลียดชัง (หรือตามที่กฎหมายไทยกำหนด)
- เนื้อหารายการจะต้องไม่เป็นอันตรายเพื่อคุ้มครองผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
- ห้ามการสนับสนุนสินค้าบุหรี่และยาสูบ หรือสินค้าที่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงามในประเทศไทย

- ห้ามเผยแพร่เนื้อหารายการที่เป็นอันตราย ที่มีแนวโน้มสนับสนุนการก่ออาชญากรรมและเนื้อหารายการที่มีลักษณะลามก

สำหรับค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียน กสทช.ไม่ควรทำการเรียกเก็บ ซึ่งเป็นไปในลักษณะเดียวกับประเทศสิงคโปร์ที่ได้สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เข้ามาลงทะเบียนและมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช.

2. การกำหนดคุณสมบัติและเส้นแบ่งคุณสมบัติเริ่มต้น (Minimum Threshold)

สำหรับคุณสมบัติของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่จะมาลงทะเบียนควรมีดังต่อไปนี้

- กฎหมายที่ร่างขึ้นควรครอบคลุมการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีขนาดธุรกิจที่มีนัยสำคัญ (Significant Business) ในประเทศไทย และเป็นผู้ประกอบกิจการที่มีแรงจูงใจในการลงทะเบียนในประเทศไทย
- ควรหลีกเลี่ยงกฎหมายที่บังคับใช้กับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ในประเทศไทยขนาดเล็กที่ไม่มีรายได้หรือรายได้น้อย ซึ่งไม่ได้ลงทะเบียนและอาจทำให้เป็นผู้ให้บริการที่ผิดกฎหมายในที่สุด ในท้ายที่สุดแล้ว กสทช. ก็มีอำนาจในการควบคุมผู้ให้บริการขนาดเล็กนี้เพียงการปิดเว็บไซต์ซึ่งอาจสร้างความไม่พอใจให้เกิดขึ้นในสังคม
- การกำหนดคุณสมบัติและเส้นแบ่งคุณสมบัติเริ่มต้น ของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่จะต้องลงทะเบียนนั้น ควรจะกำหนดให้สูงพอที่จะให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญในประเทศไทยเท่านั้น มาลงทะเบียนและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างเป็นระบบ อาทิเช่น การกำหนดขนาดกิจการที่มีรายได้มากกว่า 50 ล้านบาทต่อปี มาทำการลงทะเบียนเพื่ออยู่ภายใต้ใบอนุญาต Class License เป็นต้น
- การกำหนดคุณสมบัติของผู้เล่นลงทะเบียนนั้นอ้างอิงรูปแบบของประเทศสิงคโปร์ในบางส่วน ด้วยเหตุผลที่ว่าประเทศสิงคโปร์มีจุดประสงค์ให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ทุกรายมาลงทะเบียน อย่างไรก็ตามหน่วยงาน IMDA มีอำนาจในการตัดสินใจโดยใช้จำนวนสมาชิกของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เป็นเกณฑ์ในการขอใบอนุญาตประเภทอื่นเพิ่มเติมของกิจการโทรทัศน์ทั่วไปในประเทศสิงคโปร์ ในกรณีของประเทศไทยอาจไม่สามารถทำได้เนื่องจาก พรบ. ประกอบกิจการฯ ไม่ได้ครอบคลุมถึงกิจการโทรทัศน์แบบ OTT อย่างในประเทศสิงคโปร์ ทางที่ปรึกษาจึงจะใช้รูปแบบบางส่วนจากสหราชอาณาจักร โดยการกำหนดขนาดกิจการที่จะมาลงทะเบียน

3. การกำหนดเงื่อนไขการยกเว้นการชำระภาษีและค่าธรรมเนียม (Tax and Fee Moratorium)

- การกำหนดค่าธรรมเนียมรายปีใบอนุญาตแบบกลุ่ม (Class License) ควรอยู่ในอัตราต่ำและคิดเป็นอัตราร้อยละคงที่ อาทิเช่น ค่าธรรมเนียมอยู่ในรูปแบบขั้นบันไดโดยมีอัตราสูงสุดร้อยละ 1.5 ของรายได้จากผู้สมัครสมาชิก (Subscriber) ซึ่งเป็นอัตราที่เทียบเคียงได้กับกรณีผู้ประกอบการ โทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT

- ข้อกังวลสำคัญของผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT คือ การเสียภาษีหรือค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจากรายได้ในขั้นตอนการลงทะเบียน ดังนั้น หน่วยงาน กสทช. จึงควรที่ผ่อนผันหรือระงับการชำระภาษีและค่าธรรมเนียมการกำกับดูแลให้แก่ผู้ประกอบการในขั้นตอนการลงทะเบียน
- ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ลงทะเบียนควรได้รับการยกเว้นการเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาตหรือภาษีนิติบุคคลในช่วงปีแรก หรืออาจกำหนดให้ชำระภาษีและค่าธรรมเนียมหลังจากครบกำหนดปีที่สองของการดำเนินการในประเทศไทย เป็นต้น
- สำหรับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ดำเนินการในประเทศไทย ควรได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมและภาษีย้อนหลัง เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามาจดทะเบียน
- การนำส่งเงินได้จากค่าธรรมเนียมนั้น ไม่ควรนำส่งเงินรายได้เข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมนั้น (USO) เนื่องจากกิจการโทรทัศน์แบบ OTT นี้ไม่ได้อยู่ภายใต้กฎหมายและข้อบังคับของกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดแรงจูงใจและการดำเนินการกรณีละเมิดลิขสิทธิ์

- ข้อกังวลหลักอีกประการหนึ่งของผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT คือ การละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหารายการ ดังนั้น กสทช. ควรกำหนดขั้นตอนและกลไกให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่ลงทะเบียนแล้วให้สามารถรายงานการละเมิดลิขสิทธิ์ของบริการของตนได้
- กสทช. ควรเพิ่มอำนาจหน้าที่หรือความสามารถในการดำเนินการให้สามารถปิดเว็บไซต์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์เนื้อหารายการของผู้ประกอบการที่ได้ลงทะเบียนไว้
- กสทช. ควรจัดการปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเป็นขั้นตอนและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นแรงจูงใจสำคัญให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT มาลงทะเบียนมากขึ้น
- การกำหนดบทลงโทษกรณีละเมิดลิขสิทธิ์ โดยสามารถพิจารณากรณีตัวอย่างบทลงโทษจากหน่วยงานกำกับดูแล Ofcom สหราชอาณาจักร ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เข้ามาแจ้งการให้บริการของธุรกิจ หากมีการพบว่าผู้ประกอบการทำการขัดต่อข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง Ofcom จะเผยแพร่การละเมิดกฎของผู้ประกอบการ และ ใช้อำนาจในการออกประกาศแจ้งเตือนการบังคับใช้ ยกตัวอย่างเช่น

- ยุติหรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ และมีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้ใช้บริการก่อนการเลือกรับชมเนื้อหารายการของผู้ประกอบการ

- นอกจากนี้ Ofcom อาจมีพิจารณาบทการลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนข้อกำหนด ซึ่งคือการจ่ายค่าปรับ ปัจจุบันค่าปรับได้ที่ถูกกำหนดไว้อาจสูงถึง 5% ของรายได้ของผู้ประกอบการหรือ สองแสนห้าหมื่นปอนด์ (แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า)

ขั้นตอนที่ 6 การทบทวนแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV)

เพื่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่เท่าเทียมระหว่างกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จึงเป็นที่มาของทบทวนกรอบการกำกับดูแลผู้ให้บริการในกิจการโทรทัศน์ โดยแนวทางการดำเนินการกับกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) คือ การลดการกำกับดูแลผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) (Deregulation) ในส่วนที่ไม่เหมาะสมและเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในสภาพธุรกิจในปัจจุบัน

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ได้เสนอต่อ กสทช. ในส่วนของการทบทวนการกำกับดูแลในปัจจุบันให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมตลาดกิจการโทรทัศน์ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งผู้รับชมโทรทัศน์สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้หลากหลายสื่อ อาทิ ผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ต นอกเหนือจากการเข้าถึงสื่อผ่านหน้าจอโทรทัศน์แบบดั้งเดิมเพียงอย่างเดียวอย่างในอดีต ดังนั้น การวัดเรตติ้งแบบมัลติสกรีน (Multi-screen Rating) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดกิจการโทรทัศน์ที่สำคัญจึงถูกเสนอให้เป็นบรรทัดฐานใหม่ในสภาพแวดล้อมการรับชมโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เนื่องจากสามารถสะท้อนพฤติกรรมตลาด การแข่งขัน และส่งผลสำคัญต่อการกำหนดอัตราค่าโฆษณาในสื่อแต่ละประเภท

อีกแนวทางหนึ่งในการสร้างการแข่งขันที่เท่าเทียมระหว่างกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) และกิจการโทรทัศน์แบบ OTT คือ การที่กิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) มีการชำระค่าธรรมเนียมรายปีในอัตราขั้นบันไดตามขนาดของรายได้ ในขณะที่กิจการโทรทัศน์แบบ OTT ยังไม่ค่าธรรมเนียมรายปี ดังนั้นแนวทางในการสร้างการแข่งขันที่เท่าเทียม คือ การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีในอัตราที่เหมาะสมและไม่สร้างอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการโทรทัศน์อันจะส่งผลกระทบต่อการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขันยุคดิจิทัล โดยอัตราค่าธรรมเนียมกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม (Linear TV) อาจอ้างอิงอัตราที่ใช้ในปัจจุบัน และอัตราค่าธรรมเนียมกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ควรเรียกเก็บจากผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงในระดับที่กำหนด เพื่อไม่เป็นการสร้างภาระทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก และภาระในการดำเนินการให้แก่หน่วยงาน กสทช. เอง

9 ข้อเสนอแนะแนวทางความร่วมมือระหว่าง กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะในส่วนของความร่วมมือระหว่าง กสทช. และหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนหน่วยงานภายในประเทศและหน่วยงานระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในกิจการโทรทัศน์ร่วมกัน ดังสามารถพิจารณาแนวทางความร่วมมือตามกลุ่มของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

9.1 หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ในประเทศไทย

แนวโน้มความร่วมมือของหน่วยงานกำกับดูแลชั้นนำในระดับสากล คือ การกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรคมนาคมและกิจการโทรทัศน์ ดำเนินการภายใต้สำนักงานกำกับดูแลการแข่งขัน (Competition Commission)[220] มีคณะกรรมการกำกับดูแลหรือหน่วยงานกำกับดูแลทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในส่วนผู้ให้บริการด้านกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อส่งเสริมการนำกฎระเบียบและกฎหมายด้านการแข่งขันไปใช้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ กสทช. ควรทำงานภายใต้ความร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ความร่วมมือ กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

หน่วยงาน	ความร่วมมือกับ กสทช.
สำนักงานคณะกรรมการ การแข่งขันทางการค้า (OTCC)	1. การส่งเสริมความร่วมมือและการประสานงานร่วมกัน ในกรณีที่มีพฤติกรรมการกีดกันทางการแข่งขัน (Anti-Competitive Behavior) ในการศึกษาตลาด และการสอบสวนผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค และสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรม 2. การอำนวยความสะดวก เพื่อให้มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในกรณีที่มีพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันที่น่าสงสัยภายในกิจการโทรทัศน์ และ โทรคมนาคม 3. การแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และการจัดสรรแลกเปลี่ยนทรัพยากรบุคคล ระหว่างหน่วยงานเพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 4. การสร้างความมั่นใจ และแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสของการกำกับดูแลของหน่วยงานทั้งสองหน่วยงาน

[220] หน่วยงานอิสระไม่ขึ้นกับกระทรวงหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่กรณีประเทศไทยหน่วยงานดังกล่าวขึ้นกับ กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์

หน่วยงาน	ความร่วมมือกับ กสทช.
กรมสรรพากร	1. จัดเก็บภาษีนิติบุคคลจากผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีสำนักงานในประเทศไทย 2. การสร้างแนวทางและความร่วมมือในการแบ่งปันข้อมูลรายได้เพื่อให้ กสทช. สามารถนำไปเป็นเกณฑ์คุณสมบัติในการลงทะเบียน Class License 3. การกำกับดูแลผู้เสียภาษีเป็นรายผู้ประกอบการ การตรวจปฏิบัติการ และการตรวจสอบภาษีอากรสำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีสำนักงานในประเทศไทย
กรมสรรพากร	4. การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรในกรณีทั่วไปและกรณีพิเศษสำหรับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT ที่มีสำนักงานในประเทศไทยหรือให้บริการในประเทศไทย
กรมทรัพย์สินทางปัญญา	1. การดำเนินการเกี่ยวกับการจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา 2. การกำหนดแนวทางป้องกันและปราบปรามร่วมกันในการละเมิดลิขสิทธิ์ด้านเนื้อหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว 3. ความร่วมมือผลักดันศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์และระงับการเผยแพร่การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและการกระทำความผิดอื่น ๆ ทางออนไลน์ (COPTICS) เพื่อลดเวลาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ 4. กสทช. ประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT เพื่อติดตามสถานการณ์และเอาผิดผู้กระทำความผิดในการละเมิดลิขสิทธิ์
ภาคสาธารณะชน	กสทช ควรแต่งตั้งคณะกรรมการที่ดูแลด้านการปรึกษาหารือร่วมกันกับภาคสาธารณะในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ สามารถพิจารณาตัวอย่างจากประเทศสิงคโปร์ เพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการจัดตั้ง เพราะมีคณะกรรมการที่ตั้งขึ้นจากภาคธุรกิจ โดยเป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อย่างเช่น ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ นักกฎหมาย ที่ปรึกษาธุรกิจ ที่ปรึกษาทางการเงิน เป็นต้น เพื่อให้คำปรึกษา และ หาแนวทางร่วมกันกับ กสทช เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายและได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน

9.2 แนวทางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)

กสทช. ควรร่วมเป็นพันธมิตรระดับทวิภาคีและพหุภาคีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนากิจการโทรทัศน์ ประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกับองค์กรนานาชาติในการจัดทำแนวทางการกำกับดูแลระดับสากล โดยสามารถอ้างอิงแนวทางการดำเนินการที่ประสบความสำเร็จแล้วในต่างประเทศ อาทิ แนวทางในการดำเนินการของ Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) ของภูมิภาคยุโรป เป็นแนวทางตัวอย่างเพื่อปกป้องผลประโยชน์กิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งองค์กรระหว่างประเทศมีดังต่อไปนี้

- สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)
- กลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (APEC)
- องค์การโทรคมนาคมแห่งเอเชียและแปซิฟิก (APT)
- สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU)

นอกจากนี้ประเทศไทยควรเข้าร่วมประชุมและสัมมนาที่เกี่ยวข้องกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มการกำกับดูแลที่เกิดขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งการประชุมสำคัญระดับสากลมีดังต่อไปนี้

- International Conference (WRC)
- International Regulator Forum (IRF Meeting)

ชื่อหนังสือ รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย

เลขที่ ISBN 978-616-416-024-8

เจ้าของ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

รายชื่อผู้จัดทำ ส่วนงานติดตามสภาพตลาดและส่งเสริมการแข่งขัน
สำนักงานส่งเสริมการแข่งขันและการกำกับดูแลกันเอง

1. นางรมิดา จรินทิพย์พิทักษ์
2. นางธันยพร เปาทอง
3. นายณัฏฐชาติ พวงสุดรัก
4. นางสาวสกุณา แซ่ซึ่ง
5. นางสาวจิตตินันท์ อภิญญานนท์
6. นางสาวธัญธารีย์ สุธีวราสิทธิ์
7. นางสาวกชมน ทวิชศรี
8. นายภาณุ วีระชาลี
9. นางสาวอารดา ทางตะคุ
10. นางสาวณฤดี วงศ์วัฒนะ
11. นางสาวกรรณิการ์ สุวรรณมณี
12. นายปภังกร ใจปินตา

คณะที่ปรึกษา บริษัท เดเทคอน (ไทยแลนด์) จำกัด

1. นายโรเจอร์ บรูซ แบล็คชอว์ (หัวหน้าคณะที่ปรึกษา)
2. นางสาวศุภวรรณ นิลคำแหง (ผู้จัดการและประสานงานโครงการ)
3. นางสาวกัญญพัชร ชัยอภิชิตไพบูลย์ (นักวิจัยหลัก)
4. นางสาวฐิตา ศรีไพรวัลศุภกิจ (นักวิจัยหลัก)

ข้อจำกัดความรับผิดชอบ

หนังสือ รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่งานทางวิชาการด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ข้อมูล ความเห็น หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในหนังสือฉบับนี้ไม่มีผลผูกพันต่อการออกประกาศ ระเบียบ คำสั่ง แนวปฏิบัติ หรือแนวนโยบายใด ๆ ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางตรงหรืออ้อมจากการนำข้อมูล ความเห็นหรือข้อความในหนังสือไปใช้ หรือการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล ความเห็น หรือข้อความที่ปรากฏในหนังสือ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทร : 0 2670 8888 Call Center 1200 (โทรฟรี)