



TIME
CONSULTING



บทสรุปผู้บริหาร

โครงการศึกษาสภาพตลาดและพฤติกรรมของผู้รับชม
เพื่อกำหนดนโยบายกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล
ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

บทสรุปผู้บริหาร

นับตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายนปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนผ่านจากการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยได้ลดข้อจำกัดเรื่องการเข้าสู่ตลาดและจำนวนช่องรายการ ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ต่างๆ สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันกับที่มีการออกอากาศโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ได้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลทั้งต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบการทำธุรกิจของสื่อ กระทั่งการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์เป็นอย่างมาก ดังนั้นสำนักงาน กสทช. ได้พิจารณาให้ความสำคัญในการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปัจจุบัน เกิดขึ้นเป็นโครงการศึกษาสภาพตลาดและพฤติกรรมของผู้รับชมเพื่อกำหนดนโยบายกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษาสภาพอุตสาหกรรมและตลาดกิจการโทรทัศน์ที่สะท้อนสถานการณ์และกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และเพื่อนำข้อมูลสภาพอุตสาหกรรมและตลาดกิจการโทรทัศน์ตลอดจนรายงานการวิเคราะห์มาใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในอนาคต

ภายหลังจากการศึกษาสภาพอุตสาหกรรมและตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของทั้งประเทศไทยและต่างประเทศที่ได้ทำการคัดเลือกเพื่อมาเป็นกรณีศึกษาเทียบเคียงกับประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้มีการค้นคว้าข้อมูลทั้งแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อนำมาวิเคราะห์ภายใต้กรอบเชิงโครงสร้างพฤติกรรม ผลการดำเนินงาน (Structure-Conduct-Performance (SCP) Approach) และเพิ่มเติมหัวข้อนโยบายสาธารณะ (Public Policy)

รายงานฉบับนี้เป็นการสรุปงานนโยบายที่เกิดจากการศึกษาจากประเทศต่างๆ จำนวน 5 ประเทศ แบ่งออกเป็นกลุ่มประเทศที่มีสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดใกล้เคียงกับประเทศไทยจำนวน 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอิตาลี ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศแอฟริกาใต้ และกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมโทรทัศน์จำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และประเทศเกาหลีใต้ โดยนำผลการศึกษาทั้งหมดมาพิจารณาร่วมกับข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และผู้ประกอบการอื่นๆ ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในการประชุมกลุ่มย่อยที่ผ่านมา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลบางส่วน เพื่อที่จะได้ทราบถึงมุมมองต่อตลาดโทรทัศน์ในปัจจุบัน กลยุทธ์ที่

ทางผู้ประกอบการเลือกใช้ในการปรับตัว และข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายที่จะนำมาใช้ ในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในอนาคต ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หน่วยงานกำกับดูแล กิจกรรมกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยที่ปรึกษานำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เปรียบเทียบกับกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลของประเทศไทย โดยสามารถสรุปประเด็นที่น่าสนใจทั้งในต่างประเทศและ ประเทศไทยพร้อมกับข้อเสนอแนะทั้งหมด ดังนี้

ประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษากลุ่มประเทศที่มีสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดใกล้เคียงกับประเทศไทย

จากการศึกษาประเทศต่างๆ ในกลุ่มประเทศที่มีสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดใกล้เคียงกับประเทศไทย ได้แก่ ประเทศอิตาลี ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งมีสภาพตลาดโทรทัศน์ใกล้เคียงกับ ประเทศไทย โดยมีมิติต่างๆ ดังนี้ อัตราการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศเหล่านี้มีอัตราการเติบโตลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลมาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การรับชมสื่อของผู้บริโภคและผลประกอบการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ทุกช่องทาง ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ของประเทศกรณีศึกษา จึงได้ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพตลาดที่ เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้ 1) การขายส่งเนื้อหารายการโทรทัศน์ของตนให้แก่ผู้ให้บริการ Over-the-top (OTT) ตัวอย่างเช่น บริษัท MNC Corporation ซึ่งเป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ในประเทศอินโดนีเซียที่ได้มีการขาย ส่งเนื้อหาให้แก่ iflix ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ OTT เพื่อให้ iflix นำเนื้อหาของ MNC Corporation ไปให้บริการผ่าน ช่องทาง OTT ของ iflix 2) การจัดตั้งองค์กรกลางในการวัดความนิยม (เรตติ้ง) ของรายการเพื่อให้เกิดการ แข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพ เช่น กรณีศึกษาในประเทศอิตาลีที่ได้มีการจัดตั้งองค์กรกลางภายใต้ชื่อ Auditel ซึ่งทำหน้าที่ในการวัดความนิยมโดย Auditel เป็นหน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นจากผู้ประกอบการ ภายในอุตสาหกรรมสื่อของประเทศอิตาลี ส่งผลให้เกิดโครงสร้างการทำงานที่สามารถตรวจสอบซึ่งกันและกัน ได้ และ 3) การออกมาตรการสนับสนุนของ Department of Trade and Industry ในประเทศแอฟริกาใต้ ด้านค่าใช้จ่ายการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ทั้งของผู้ประกอบการภายในและต่างประเทศ โดยมีจุดประสงค์เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหาการ ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรม โทรทัศน์และภาพยนตร์ต่อไปจากการลงทุนและการใช้จ่ายในด้านเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น

ประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษากลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมโทรทัศน์

ประเทศที่มีความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่ได้ศึกษามีจำนวน 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และประเทศเกาหลีใต้ โดยประเทศเหล่านี้ก็ประสบภาวะจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีใหม่ๆ

เช่นเดียวกัน ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ได้ปรับตัวให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในสภาพตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยออกเป็น 3 แนวทางหลัก ได้แก่ 1) การร่วมมือกันจัดตั้งช่องทางการรับชมประเภท OTT ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ตัวอย่างเช่น สหราชอาณาจักร มีการร่วมมือกันจัดตั้งช่องทางการรับชม OTT ภายใต้ชื่อ Freeview Play โดยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์รายหลักในประเทศอย่าง BBC ITV และ Channel 4 รวมไปถึงผู้ให้บริการโครงข่ายอย่าง Arqiva เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการรับชมสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคในปัจจุบัน 2) การจัดตั้งศูนย์รวมสำหรับการซื้อขายเนื้อหารายการ ตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลีใต้ ที่มีผู้ผลิตเนื้อหาได้ร่วมมือกันในการจัดตั้งศูนย์รวมสำหรับการซื้อขายเนื้อหารายการภายใต้ชื่อ KcontentBank เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายเนื้อหารายการและเป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ผลิตเนื้อหาขายออกอีกด้วย ซึ่งช่องทางดังกล่าวนำไปสู่การเติบโตของอุตสาหกรรมโดยรวม และ 3) การจัดตั้งหน่วยงานในการวัดเรตติ้งที่คล้ายคลึงกับหน่วยงาน Auditel ของประเทศอิตาลีที่ได้กล่าวไปข้างต้น โดยกรณีของสหราชอาณาจักรที่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ชื่อว่า Broadcasters' Audience Research Board (BARB) เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานวัดเรตติ้งเพียงรายเดียวของสหราชอาณาจักร โดย BARB ถูกจัดตั้งจากการร่วมมือกันระหว่างผู้ให้บริการโทรทัศน์และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องของสหราชอาณาจักร ทำให้ BARB สามารถสร้างความเป็นกลางและความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้

นอกเหนือจากกลุ่มประเทศทั้ง 2 กลุ่มข้างต้นแล้ว ที่ปรึกษายังได้ศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่น่าสนใจจากประเทศต่างๆ เช่น ประเทศฝรั่งเศสที่มีการปรับระดับความคมชัดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยปัจจุบันได้มีการวางแผนทดสอบระบบการถ่ายทอดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในมาตรฐานความคมชัดสูงมาก (Ultra High Definition: UHD) นอกจากนี้ประเทศฝรั่งเศสยังมีประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องของการจัดทำกฎหมายภาษีบริการดิจิทัล โดยประเทศฝรั่งเศสได้มีการกำหนดประเภทของบริการที่จะต้องเสียภาษีดิจิทัล เพื่อให้เกิดรูปแบบการกำกับดูแลที่ตอบสนองต่อลักษณะอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ที่ปรึกษายังพบกรณีศึกษาที่น่าสนใจจากทวีปยุโรปที่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์รายหลักใน 5 ประเทศของทวีปยุโรป ได้แก่ สหราชอาณาจักร ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน ประเทศฝรั่งเศส และประเทศเยอรมัน ได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งหน่วยงานตัวแทนของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ภายใต้ชื่อ European Broadcaster Exchange (EBX) มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการซื้อขายช่วงเวลาโฆษณาระหว่างกลุ่มผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์และกลุ่มตัวแทนซื้อขายสื่อโฆษณาหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ ช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการซื้อขายช่วงเวลาโฆษณาและช่วยลดระยะเวลาในการติดต่อประสานงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

ประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย

ด้านโครงสร้างตลาด (Structure)

ในปี พ.ศ. 2561 ครั้วเรือนไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 55.3 มีการเข้าถึงโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้นดินทั้งในระบบแอนะล็อกและระบบดิจิทัล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ในด้านของสัดส่วนการรับชมช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินต่อสัดส่วนผู้รับชมช่องโทรทัศน์เคเบิลและดาวเทียมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.44 ต่อร้อยละ 11.56 (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) โดยหากพิจารณาถึงสัดส่วนการรับชมของช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน พบว่าสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้หากพิจารณาถึงการทดแทนของเทคโนโลยีและบริการ พบว่าอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และผู้บริโภคยังมีการเปลี่ยนแปลงไปรับชมวิดีโอผ่านทางช่องทางออนไลน์มากกว่าช่องทางโทรทัศน์ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการสร้างช่องทางการรับชมแบบออนไลน์ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ทั้งนี้เมื่อศึกษารูปแบบการให้บริการเนื้อหาในประเทศไทย พบว่าประชากรในประเทศไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90.9 นิยมรับชมเนื้อหาประเภทข่าวสารสาระ รองลงมาเป็นเนื้อหาประเภท ละครโทรทัศน์ รายการบันเทิง และรายการกีฬา ตามลำดับ ดังนั้น ช่องรายการโทรทัศน์จึงควรที่จะให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการให้บริการในประเภทเนื้อหารายการที่ผู้บริโภคให้ความนิยม เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและดึงดูดผู้รับชมไปในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ครั้วเรือนในประเทศไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 57.8 นิยมรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์แบบจอแบน¹ สามารถรองรับความละเอียดคมชัดของภาพในได้ระดับที่ค่อนข้างสูง นับเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการยกระดับความคมชัดในการรับชมเนื้อหาทางโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล สำหรับพฤติกรรมอุปสงค์ของผู้ให้บริการรวมไปถึงผู้บริโภคสื่อโฆษณา พบว่า ค่าใช้จ่ายโฆษณาบนโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลงในขณะที่ค่าใช้จ่ายโฆษณาดิจิทัลมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดโฆษณาที่เปลี่ยนไปลงโฆษณาบนช่องทางดิจิทัลมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่จะต้องหาแนวทางปรับตัวเพื่อตอบรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปนิยมสื่อประเภทดิจิทัลมากขึ้น

¹ เครื่องรับโทรทัศน์แบบจอแบน หมายถึง เครื่องรับโทรทัศน์ที่มีลักษณะจอแบน หนาประมาณ 1 นิ้ว เช่น เครื่องรับโทรทัศน์แบบจอแอลซีดี (LCD) จอแอลอีดี (LED) และจอพลาสมา (PLASMA) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

ด้านพฤติกรรม (Conduct)

ด้วยพฤติกรรมในการรับชมสื่อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ประกอบกับสภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการเพื่อให้สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพฤติกรรมการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการในปัจจุบันสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 พฤติกรรมหลัก ได้แก่ 1) การเพิ่มผลิตภัณฑ์ โดยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ได้มีการขายส่งเนื้อหารายการของตนให้แก่บริษัทชั้นนำด้านการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เนื้อหาในระดับโลกเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศและเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ให้แก่บริษัท 2) การเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงาน โดยผู้ประกอบกิจการได้มีการปรับเปลี่ยนผ่านการปรับโครงสร้างการบริหารองค์กร การคืนใบอนุญาตช่องรายการ และการพยายามลดต้นทุนของบริษัท 3) การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ โดยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ได้มีการร่วมมือกับช่องทาง OTT เพื่อนำเนื้อหารายการของตนไปออกอากาศในช่องทางดังกล่าว อีกทั้งยังมีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจจากปกติที่เน้นแบบออฟไลน์ให้เข้าสู่แบบออนไลน์มากขึ้น และ 4) การควบรวมและเข้าซื้อกิจการ โดยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ได้ถูกเข้าซื้อโดยผู้ประกอบกิจการจากอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์จากการผนึกกำลัง (Synergy) ระหว่าง 2 ฝ่าย และเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน

ด้านการดำเนินงาน (Performance)

จากการศึกษาวิเคราะห์การดำเนินงานและผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศไทย พบว่า บริษัทที่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่ขาดทุน และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความนิยม (เรตติ้ง) และรายได้ของช่องรายการโทรทัศน์แล้วจะพบว่า ช่องรายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งสูง จะมีรายได้จากการประกอบกิจการช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลที่สูงเช่นเดียวกัน และหากพิจารณาด้านผลกำไรสะสมจะพบว่าจะมีเพียงบางบริษัทผู้ที่เป็นเจ้าของช่องรายการโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งที่โดดเด่นเท่านั้นที่มีผลประกอบการสะสมในเกณฑ์ดี ได้แก่ ช่อง 7 HD และ ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี นอกเหนือจากการพิจารณาผลประกอบการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลแล้ว ที่ปรึกษาฯ ยังศึกษาและวิเคราะห์ระบบและรูปแบบของการวัดเรตติ้งในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศไทย โดยพบว่าประเทศไทยมีบริษัทที่

จัดทำเรตติ้งของช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลเพียงบริษัทเดียวคือ บริษัท เดอะนิลเส็นคอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด

ด้านนโยบายสาธารณะ (Public Policy)

สำหรับการกำกับดูแลอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภายในประเทศไทยนั้นเป็นอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ซึ่งมีหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนผู้ใช้บริการ โดย กสทช. ได้ออกประกาศ หลักเกณฑ์ มาตรการ และข้อกำหนดต่างๆ เพื่อการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และอนุญาตประกอบกิจการ รวมถึงกำกับดูแลให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม ตลอดจนการกำหนดนิยามตลาดที่สอดคล้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ การกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อเป็นมาตรการป้องกันการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขัน โดยเจตนารมณ์ของการกำกับดูแลการแข่งขันและการกำกับดูแลการควบรวมและเข้าซื้อกิจการเป็นไปเพื่อควบคุมมิให้สื่อตกอยู่ภายใต้อำนาจของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายรัฐหรือเอกชน ที่อาจมีการใช้สื่อครอบงำทางความคิดเพื่อผลประโยชน์อันใด ซึ่งการดำเนินการของ กสทช. สอดคล้องและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย หากแต่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิตอลในปัจจุบันถือเป็นความท้าทายของ กสทช. ที่จะวางกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการแข่งขันในภูมิทัศน์ของสื่อใหม่อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

โดยสรุป การศึกษาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศไทยทั้งในด้านโครงสร้างตลาด ด้านพฤติกรรม ด้านการดำเนินงาน และนโยบายสาธารณะ ในขณะนี้อาจไม่เพียงพอที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลสามารถแข่งขันในตลาดสื่อที่มีสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากหรือที่เรียกว่า ภูมิทัศน์สื่อใหม่ (New Media Landscape) ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพิจารณาประเด็นที่เป็นปัญหาอุปสรรคที่สำคัญภายใต้สถานการณ์ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศไทยในปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่การศึกษาหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขหรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เหมาะสมเพื่อให้อุตสาหกรรมได้รับการส่งเสริมอย่างถูกต้องและมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติต่อไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งมีประเด็นปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ขอบเขตหรือโครงสร้างตลาดของโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีและสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค รูปแบบของการหารายได้และผลประโยชน์ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลยังคงอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านเรตติ้ง และข้อกฎหมาย หลักเกณฑ์ มาตรการและข้อกำหนดต่างๆ ของ

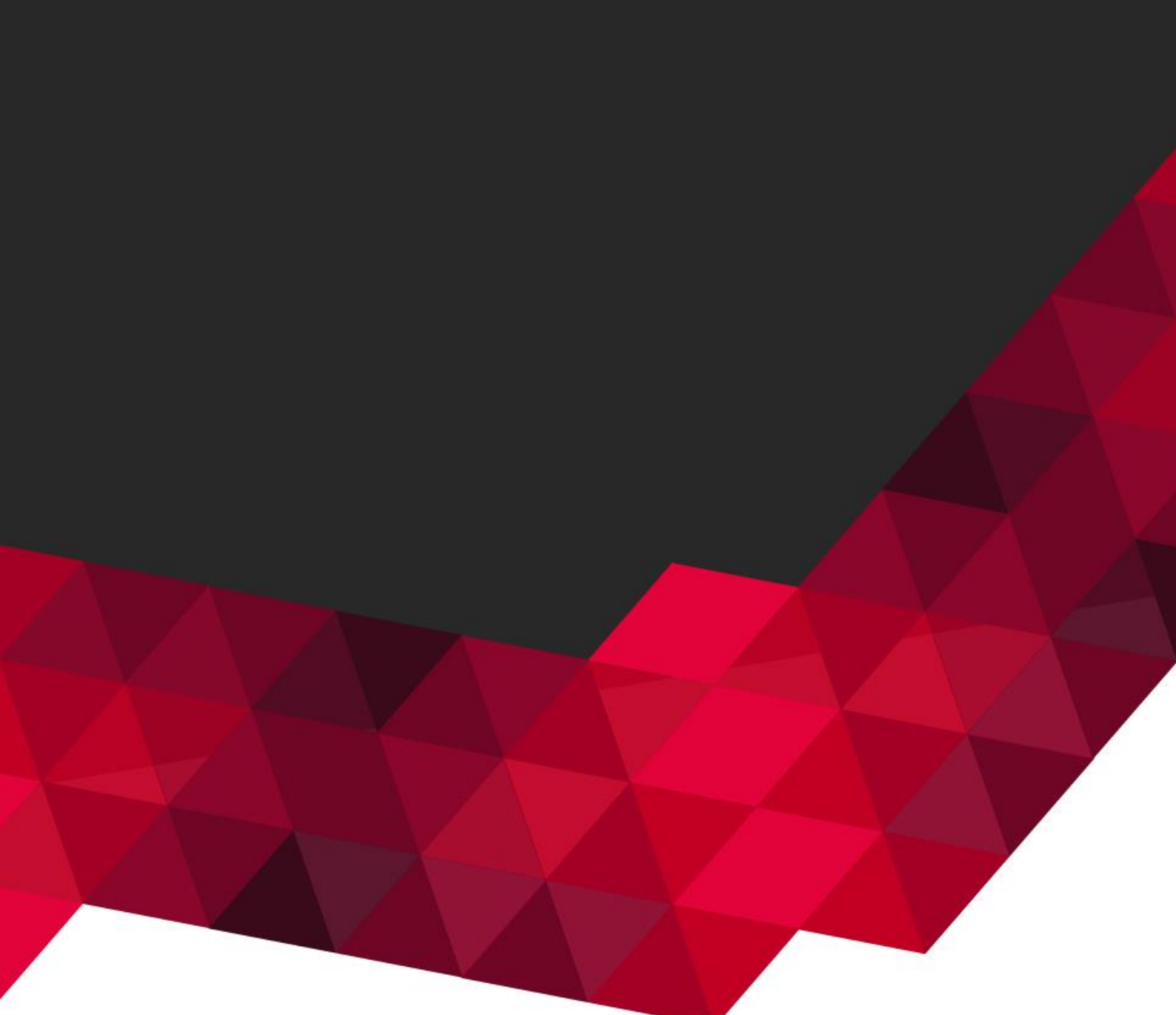
องค์กรกำกับดูแลยังไม่ครอบคลุมถึงการกำกับดูแลตามโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี ที่ผ่าน มาที่ปรึกษาได้ศึกษาอุตสาหกรรมโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของต่างประเทศที่มีทั้งในส่วนของกลุ่ม ประเทศที่มีสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับประเทศไทยและกลุ่มประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็น ข้อมูลเทียบเคียงกับประเทศไทยและเป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลที่เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้นี้เป็นข้อมูลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อุตสาหกรรมโทรทัศน ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลของประเทศไทยและต่างประเทศ โดยนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์และ สังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายขั้นต้นสำหรับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 1) การปรับปรุง ระบบในการวัดเรตติ้งของช่องรายการโทรทัศน เพื่อให้การจัดทำเรตติ้งมีความโปร่งใส มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรม 2) การปรับระดับความคมชัดในการรับชมเนื้อหาทาง โทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการโทรทัศน ให้สามารถแข่งขันกับช่องทางการรับชมทางเลือกอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) การปรับโครงสร้าง ของโครงข่ายโทรทัศนภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของอุตสาหกรรมและกระตุ้นให้ เกิดการแข่งขันได้อย่างเท่าเทียม 4) การร่วมมือในการจัดตั้งช่องทางการรับชมรายการโทรทัศนประเภท OTT เพื่อช่วยขยายขอบเขตประเภทของการให้บริการเนื้อหารายการโทรทัศนให้สอดคล้องต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ไปของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรทัศนในประเทศไทย 5) การจัดตั้งช่องทางซื้อขายเนื้อหารายการร่วม ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการโทรทัศนภาคพื้นดิน ในระบบดิจิตอลจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อทำหน้าที่ซื้อขาย ต่อรอง และอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ โทรทัศนสามารถติดต่อซื้อขายเนื้อหารายการ เพื่อเพิ่มช่องทางรายได้และช่วยกระตุ้นตลาดอุตสาหกรรม การผลิตเนื้อหารายการให้เติบโตมากยิ่งขึ้น 6) การจัดตั้งหน่วยงานตัวแทนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม โทรทัศน เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศนกับกลุ่มตัวแทนขายสื่อ โฆษณา ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการติดต่อการซื้อขายช่วงเวลาในการออกอากาศโฆษณาได้ และ 7) แนวทางการกำกับดูแลธุรกิจ ในอุตสาหกรรมโทรทัศนเพื่อความเท่าเทียมในการแข่งขัน โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดรูปแบบการกำกับดูแลที่เสริมสร้างการแข่งขันและการอยู่ร่วมกันของผู้ประกอบกิจการทั้งในรูปแบบดั้งเดิมและในรูปแบบใหม่ให้เป็นไปได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศไทยนี้เป็นข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นแนวทางสำหรับการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมจะสามารถเกิดประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นที่จะต้องได้รับความเห็นชอบจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย เพื่อให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้เติบโตไปอย่างเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน และเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์รายอื่นๆ นำไปปรับใช้เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด
เลขที่ 89 อาคารเอไอเอ แคปปิตอล เซ็นเตอร์ ชั้น 10, 15
ถ.รัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กทม. 10400
โทรศัพท์ 085-419-2419, 02-003-9778 โทรสาร 02-003-9778

