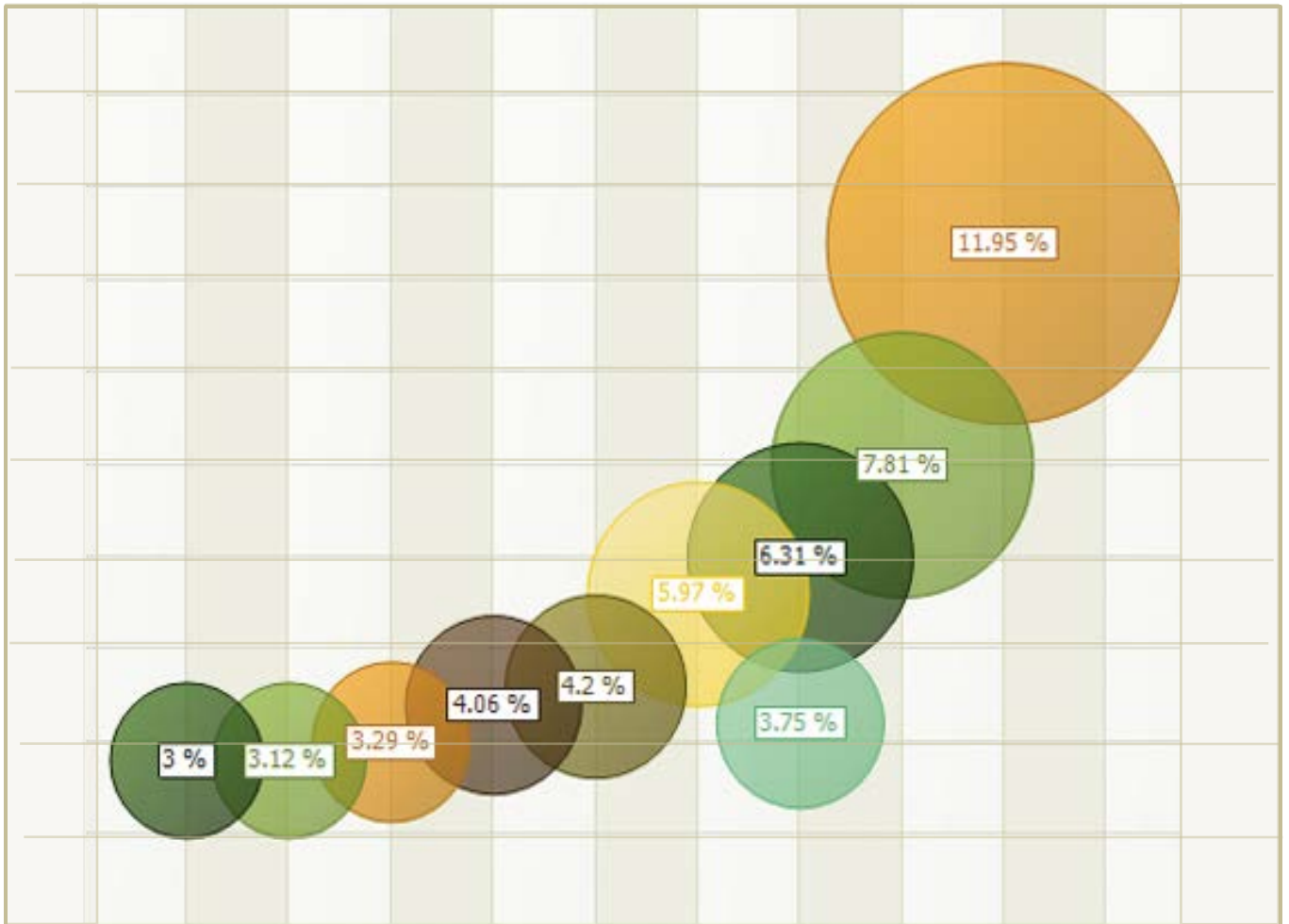


รายงานสภาพตลาดกิจการโทรทัศน์

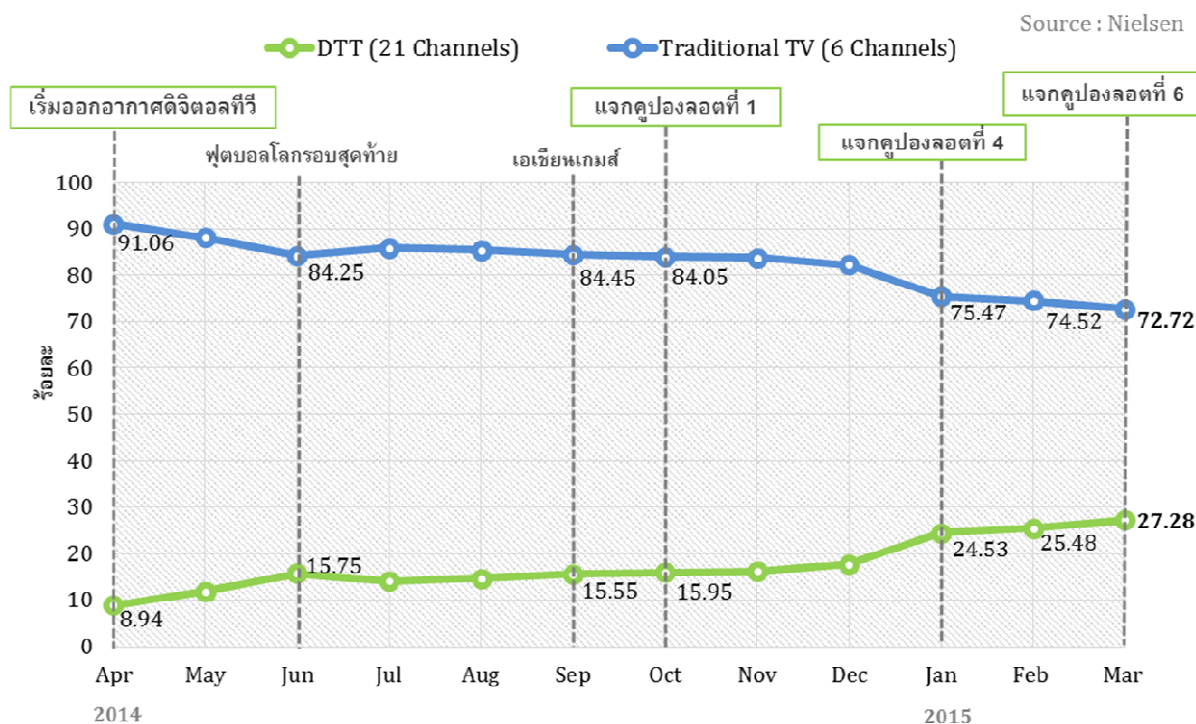


เอกสารฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ภายใน
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เท่านั้น
เอกสาร ความเห็น หรือข้อความใดๆ ที่ปรากฏในเอกสาร เป็นเพียงความเห็นในเชิงวิชาการและไม่มีผลผูกพันต่อ สำนักงาน กสทช. แต่อย่างใด

รายงานข้อมูลสภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล เดือนเมษายน 2558

1 ปีทีวีดิจิตอล

1. สัดส่วนผู้ชมช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน



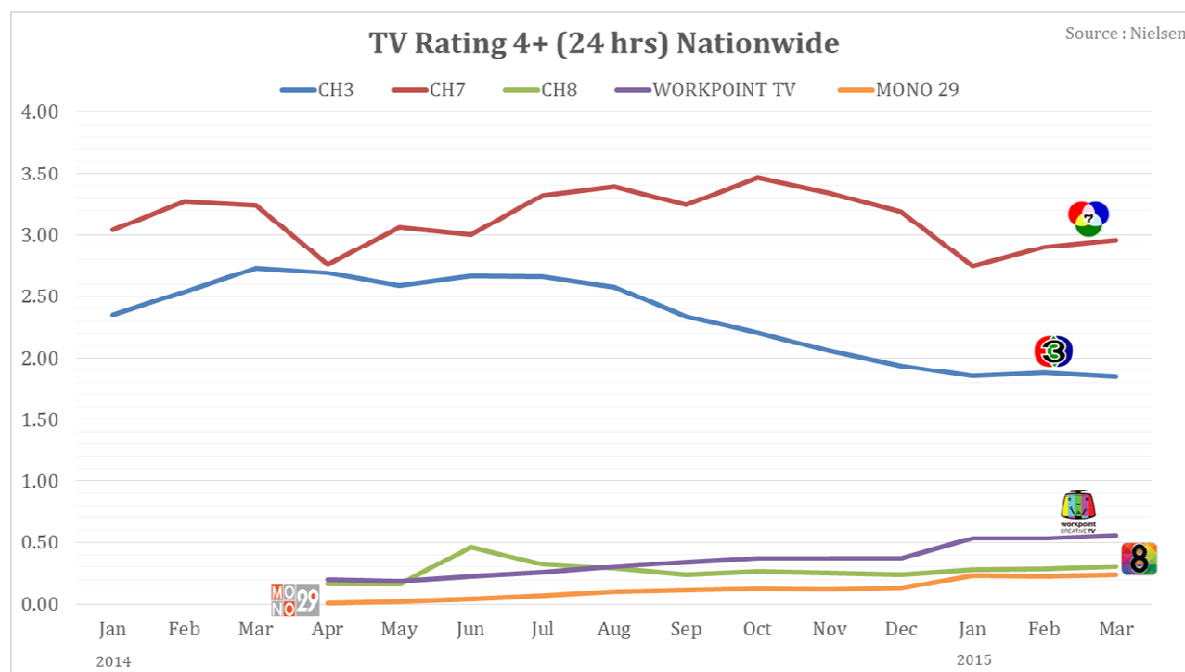
ในเดือนมีนาคม 2558 สัดส่วนการรับชมช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินช่องเดิมและช่องดิจิตอลใหม่ เป็น 72.27 : 27.28 โดยช่องดิจิตอลใหม่มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละเดือน ซึ่งพบว่า สัดส่วนผู้ชมช่องดิจิตอลใหม่เพิ่มขึ้น จากการเริ่มต้นออกอากาศในเดือนเมษายน 2557 ที่ร้อยละ 8.94 เพิ่มเป็นร้อยละ 27.28 ในเดือนมีนาคม 2558 เป็นการเติบโตถึง 3 เท่า หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นถึงประมาณร้อยละ 200 ภายในระยะเวลา 1 ปี

ทั้งนี้ การที่มีการรับชมช่องดิจิตอลใหม่ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น คาดว่าเป็นผลมาจากความน่าสนใจของเนื้อหารายการในช่องใหม่ๆ ที่หลากหลายตอบโจทย์ประชาชนในวงกว้างมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ของช่องรายการผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น อีกทั้ง มีโครงการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านๆ ทำให้ประชาชนเปลี่ยนไปใช้กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลเพิ่มมากขึ้น มีการแลกใช้คู่มือแล้วจำนวนกว่า 4 ล้านใบ และยังมีการแจกคู่มือเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ที่โครงข่ายขยายครอบคลุมถึง

นอกจากนี้ ยังมีวิธีการตลาดของช่องต่างๆ ที่ต่างต้องทำการปรับผังและรูปแบบรายการของช่องต่างๆ เพื่อแข่งขันกันในการเพิ่มฐานคนดู ซึ่งประเภทรายการที่เป็นที่นิยมนำมาใช้เรียกผู้ชม ได้แก่ ละคร และการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาที่เป็นที่นิยม และมีการนำเทคนิคต่างๆ มาใช้เสริมเพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการรับชม

2. ความนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์

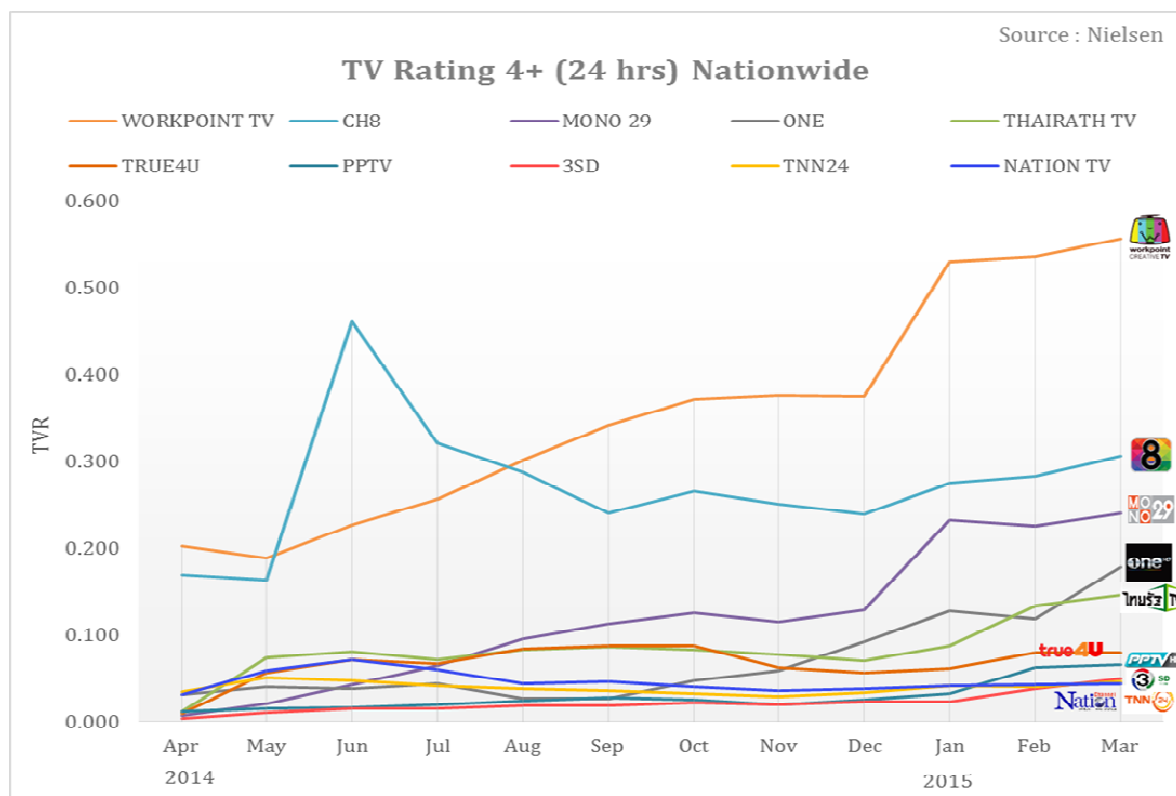
2.1 ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่มีความนิยม 5 อันดับแรก



ใน 5 อันดับแรกตลอด 1 ปีที่มีการออกอากาศทีวี่ดิจิตอลนั้น พบว่า ช่อง 7 และช่อง 3 ซึ่งเป็นช่องเดิมยังคงมีความนิยมสูงที่สุดเป็น 2 อันดับแรก เนื่องจากมีฐานผู้ชมเดิมเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว แต่จะเห็นว่าช่อง 3 มีแนวโน้มความนิยมลดลงเรื่อยๆ ตั้งแต่เริ่มมีการออกอากาศทีวี่ดิจิตอล อาจเกิดจากคนกลุ่มหนึ่งได้หันไปเลือกรับชมช่องรายการใหม่ที่น่าสนใจกว่าเดิม ตามมาด้วยช่องใหม่ในหมวดช่องรายการทั่วไป ความคมชัดปกติ (SD) ในอันดับ 3 4 และ 5 ได้แก่ Workpoint ช่อง 8 และ Mono29 ตามลำดับ ซึ่งช่อง Workpoint และช่อง 8 อาศัยกลุ่มผู้ชมจากช่องเคเบิล/ดาวเทียมที่มีอยู่เดิม อย่างไรก็ตาม มีน้องใหม่ไฟแรง MONO 29 ในเครือบริษัท โมโน หรือโมโน กรุ๊ป (Mono Group) ถือเป็นผู้ให้บริการด้านสื่อคอนเทนต์ครบวงจร ที่ขยายตลาดด้วยการจับธุรกิจทีวี่ดิจิตอล ได้รับความนิยมเป็นลำดับ 5 ที่แสดงถึงการได้รับฐานผู้ชมกลุ่มใหม่จริงๆ ดังนั้น จึงเห็นถึงการแข่งขันในเชิงธุรกิจที่ช่องดิจิตอลต้องหาความชัดเจน โดดเด่น มีจุดยืนหาจุดขายของช่อง เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ประชาชน ถือเป็นการแข่งขันด้านเนื้อหารายการของผู้ประกอบการทีวี่ดิจิตอล ซึ่งต้องนำเสนอเนื้อหารายการ รูปแบบรายการที่ดีมีคุณภาพ ด้วยการพัฒนาเนื้อหาหรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความแตกต่าง เป็นทางเลือกใหม่แก่สังคม

นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าในอันดับต้นๆ ของช่องที่ได้รับความนิยมสูง กลับไม่พบช่องรายการเดิมหลายๆ ช่อง สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อมีช่องรายการมากขึ้น ผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ช่องเดิมเหล่านั้นต้องพัฒนาคุณภาพเนื้อหารายการเพื่อให้แข่งขันในอุตสาหกรรมทีวี่ดิจิตอลต่อไป

2.2 ความนิยมในช่องรายการใหม่



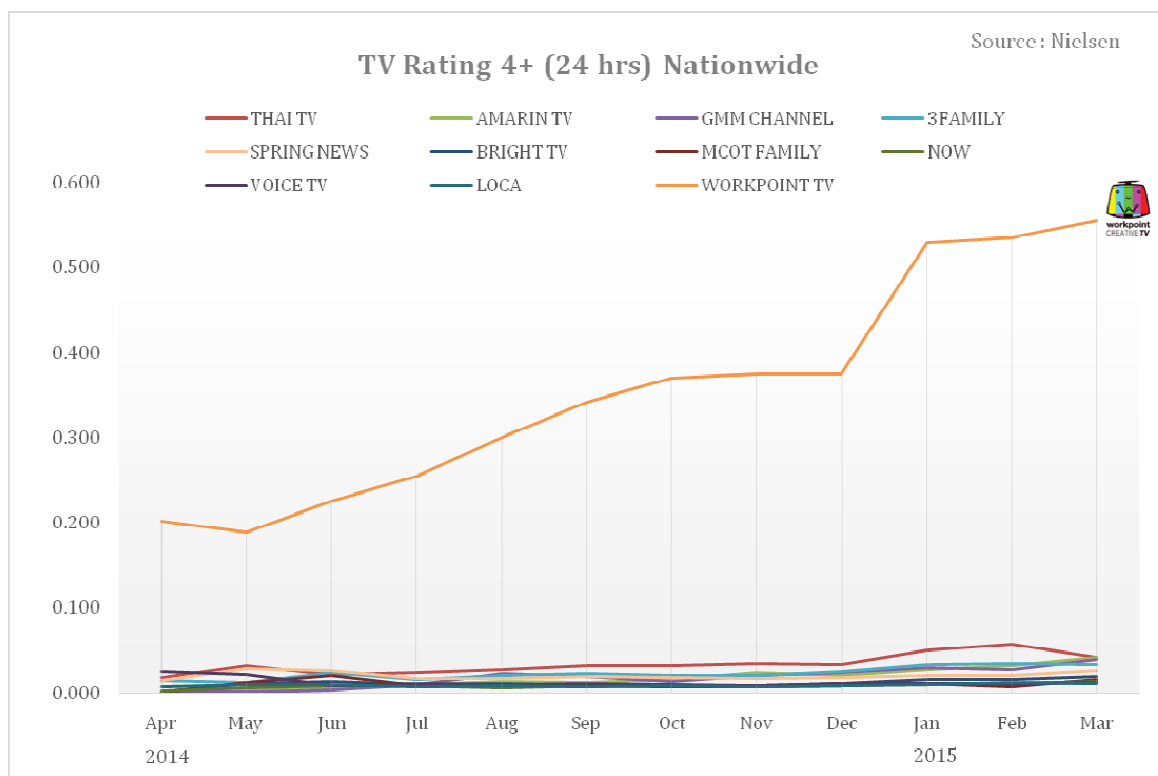
หากพิจารณาความนิยมในกลุ่มของช่องทีวีดิจิตอลกลุ่มใหม่ที่มีความนิยมสูงนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีช่องรายการผ่านทางระบบเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียมอยู่แล้ว และกลุ่มที่เป็นช่องใหม่ในอุตสาหกรรมนี้จริงๆ

ช่องรายการที่มีฐานลูกค้าเดิมทางระบบเคเบิลทีวี/ทีวีดาวเทียมอยู่แล้ว เป็นที่รู้จัก และได้รับการติดตามรับชมจากประชาชน จึงส่งผลให้มีความนิยมที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากกลุ่มลูกค้าคุ้นเคยกับช่องนั้นๆ อยู่แล้ว บวกกับการได้ฐานผู้ชมกลุ่มใหม่จากผู้รับชมผ่านระบบภาคพื้นดิน จึงไม่น่าเป็นที่แปลกใจที่จะได้เห็นช่อง 8 Workpoint True4u Nation TNN24 รวมถึง 3SD ที่เป็นช่องในเครือเดียวกันกับช่อง 3 original ติดในกลุ่ม 10 อันดับแรก

นอกจากนี้ ยังเห็นได้ว่าช่องรายการที่มีเนื้อหารายการเฉพาะตัวชัดเจน ที่เป็นทางเลือกใหม่ให้แก่สังคม เช่น Mono29 นำภาพยนตร์ต่างชาติที่มีความนิยมมาฉาย รวมถึงซีรีส์ตะวันตกที่ได้รับความนิยม อาทิ Transporter, Prison Break, NCIS, Gossip Girl และ The Vampire Diaries ในส่วนของช่อง One ไทยรัฐทีวี และ PPTV ซึ่งอยู่ในหมวดหมู่แบบความคมชัดสูง (HD) ที่ได้เปรียบกับช่องอื่นในด้านคุณภาพความคมชัดที่ละเอียดคมชัดกว่าช่องทั่วไป บวกกับมีเนื้อหารายการตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ช่อง One แม้จะเริ่มออกอากาศรายการเต็มรูปแบบเดือน ต.ค. 2557 ซึ่งถือได้ว่าช้ากว่าช่องอื่น แต่ก็เน้นเนื้อหารายการด้านที่ถนัด ได้แก่ ละคร และเกมโชว์ โดยเฉพาะละครหลายเรื่องที่ใช้นักแสดงนำหน้าใหม่แต่ก็ได้รับความนิยมจนกลายเป็นกระแสสังคมเช่นละคร เช่น เล่ห์รตี หรือ สงครามนางงาม กระตุ้นความนิยมช่วยช่อง One ให้มาอยู่

ในลำดับต้นๆ ของช่องรายการใหม่ ส่วนช่องไทยรัฐทีวีนั้น ก็เน้นการนำเสนอเนื้อหารายการข่าวที่ตนเองถนัด นำมาปรับปรุงรูปแบบรายการให้แปลกใหม่ แตกต่าง โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ประกอบการนำเสนอข่าว สร้างสีสันให้การรายงานรายการข่าวให้ตื่นตาตื่นใจ เป็นอีกทางเลือกใหม่ที่นำเสนอใจของกลุ่มเป้าหมายคอข่าวสาร และสำหรับช่อง PPTV เปิดตัวช่องด้วยการเสนอผังรายการที่นำเอาซีรีส์เกาหลีที่ได้รับความนิยมเน้นคนดูเฉพาะกลุ่มคอซีรีส์เกาหลีได้ติดตาม หลังจากนั้นช่อง PPTV มีการปรับผังรายการด้วยการนำเอาประเภทกีฬาฟุตบอลมาช่วยเสริม จนทำให้ได้รับความนิยมติดลำดับ 1 ใน 10 ช่องทีวีดิจิทัลในช่วงแรกของขบวนการเปลี่ยนผ่านจากการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องรายการอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่ได้รับความนิยมจากประชาชนเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากยังมีเนื้อหา หรือรูปแบบการนำเสนอรายการที่ยังไม่ตอบโจทย์คนส่วนมาก ทั้งนี้ สามารถแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างช่องที่มีความนิยมสูงสุด กับช่องที่มีความนิยมน้อย 10 อันดับสุดท้าย ได้ดังภาพ



จากภาพแสดงให้เห็นว่า ความนิยมของช่องรายการทีวีดิจิทัลใหม่ที่สามารถทำความนิยมขึ้นสูง ต่างกับช่องที่มีความนิยมน้อยอยู่ในระยะห่างที่ค่อนข้างมาก ซึ่งอาจมีปัจจัยที่ทำให้ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากเป็นช่องที่มีกลุ่มลูกค้าเดิม รายการ เกมโชว์ที่คุ้นเคย และมีเนื้อหารายการที่ชัดเจนตรงเป้าหมาย ในทางตรงกันข้ามกับช่องรายการที่ไม่มีกลุ่มลูกค้าเดิม และยังหากกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนไม่ได้ จึงได้รับความสนใจน้อยกว่า เช่น ช่อง LOCA NOW MCOT FAMILY หรือ BRIGHT TV

ทั้งนี้ สามารถเรียงลำดับความนิยมของช่องรายการดิจิทัลทีวีช่องใหม่ ตลอดช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาได้ดังนี้

อันดับ	ช่องรายการ
1	WORKPOINT TV
2	CH8
3	MONO 29
4	ONE
5	THAIRATH TV
6	TRUE4U
7	PPTV
8	3SD
9	TNN24
10	NATION TV
11	NEW TV
12	THAI TV
13	AMARIN TV
14	GMM CHANNEL
15	3FAMILY
16	SPRING NEWS
17	BRIGHT TV
18	MCOT FAMILY
19	NOW
20	VOICE TV
21	LOCA

Source : Nielsen

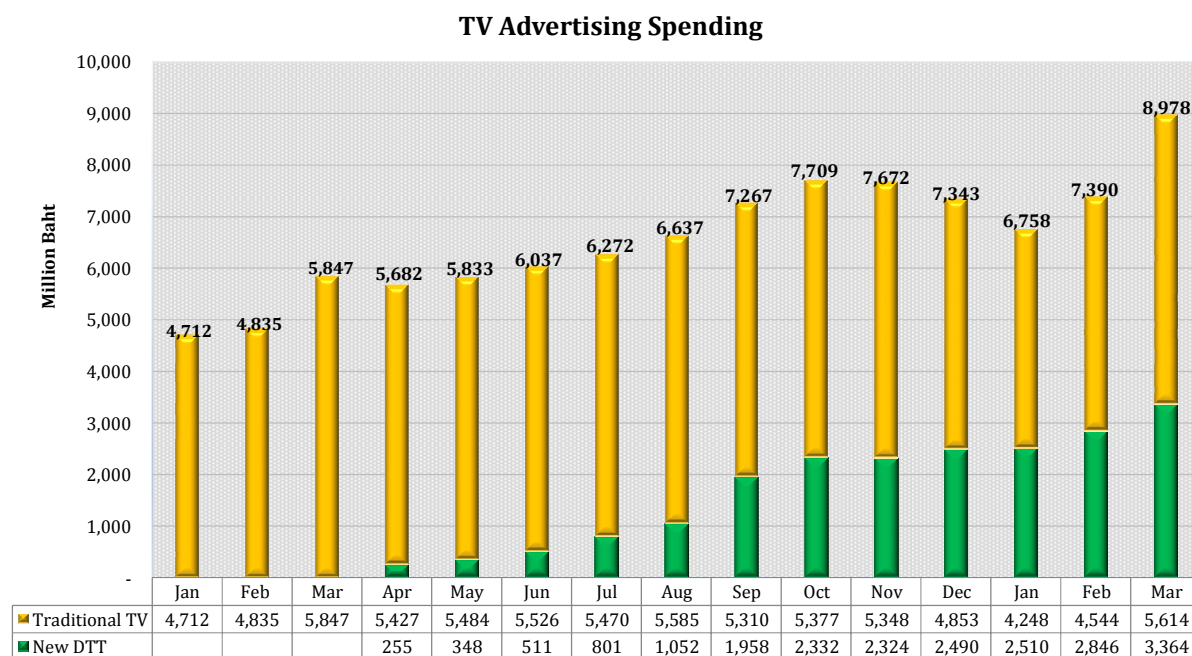
สามารถกล่าวได้ว่า ในยุคที่วีดิจิตอลนี้ เนื้อหารายการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ช่องรายการนั้นๆ สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มาก รวมไปถึงการจัดทำผังรายการ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ อีกทั้งต้องนำรายการที่กำลังอยู่ในความนิยมมาออกอากาศ เช่น การถ่ายทอดสดกีฬา ซึ่งเป็นรายการที่สามารถกระตุ้นความนิยมได้เป็นอย่างดี โดยหากผู้ประกอบการมีการแข่งขันที่เข้มข้น ย่อมเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในการได้รับบริการที่ดี มีคุณภาพ มีความหลากหลายต่อไป

อย่างไรก็ตาม ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การรับชมรายการออนไลน์ หรือการดูรายการย้อนหลังผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้น การออกอากาศทางหน้าจอโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ดังนั้น ช่องต่างๆ จึงควรพัฒนารูปแบบเนื้อหา วิธีการ หรือช่องทางการนำเสนอเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ตามมาอีกด้วย

3. มูลค่าการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

ในเดือนมีนาคม 2558 มูลค่าการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นจำนวน 1,588 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.49 ทั้งนี้ เป็นการเพิ่มขึ้นจากทั้งช่องเดิมและช่องใหม่ โดยในช่องเดิมเพิ่มขึ้น 1,070 ล้านบาท และช่องใหม่เพิ่มขึ้น 518 ล้านบาท จากเดือนก่อนหน้า คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.55 และ 18.20 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามมูลค่าการโฆษณารวมของการโฆษณาในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินตลอด 12 เดือนที่ผ่านมา (เม.ย. 57 – มี.ค. 58) มีมูลค่ารวม 83,577 ล้านบาท สูงขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า 15,470 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 (เม.ย. 56 – มี.ค. 57 = 68,107 ล้านบาท) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอย่างมีนัยสำคัญจากการเกิดขึ้นของทีวีดิจิตอล



Source : Nielsen