



บทที่ 5

ทัศนคติของผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่มีต่อระบบ DTH

จากบทที่ 4 ที่ผ่านมามีได้กล่าวถึงเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ไปแล้ว ในบทที่ 5 นี้เป็นการนำเสนอถึงทัศนคติของผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหารของบริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด(มหาชน) ในฐานะผู้ประกอบการดาวเทียมเกี่ยวกับประเด็นสำคัญ 2 ประเด็น คือ

1. การที่ดาวเทียมไทยคมนำพาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย คือ ระบบโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือน หรือ Direct-to-Home : DTH โดยใช้อย่างความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมนั้น เทคโนโลยีดังกล่าวได้สร้างผลกระทบในแง่ลบใดขึ้นกับผู้ประกอบการ
2. การตลาดและแนวโน้มการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ในอนาคตจะมีทิศทางเป็นเช่นไร และผู้ประกอบการได้มีแผนการในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นหรือไม่/อย่างไร

ทัศนคติของผู้ประกอบการใน 2 ประเด็นดังกล่าวข้างต้นนี้ จะเป็นแนวทางที่ทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้



ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคม

ดร.ดำรงค์ เกษมเศรษฐ์¹ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีใหม่ในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์มาใช้บนดาวเทียมไทยคมคือ ระบบ DTH ที่จะใช้ย่านความถี่ Ku-Band และมีการบีบอัดสัญญาณภาพเพื่อให้มีจำนวนช่องในการออกอากาศได้มากขึ้นนั้นเนื่องจากว่า การที่โลกปัจจุบันเป็นโลก “โลกาภิวัตน์” ส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะสื่อสารระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งประโยชน์ในแง่ของการถ่ายทอดวิชาการและเทคโนโลยี จากกลุ่มประเทศในโลกที่หนึ่งไปสู่กลุ่มประเทศในโลกที่สาม และบรรดาประเทศด้อยพัฒนาและอยู่ระหว่างการพัฒนา รวมทั้งประโยชน์ในแง่การสื่อสารเพื่อธุรกิจต่าง ๆ ด้วย โดยทั้งหมดได้แสดงออกมาในรูปของอุปสงค์ (Demand) ในการใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร ความต้องการใช้ดาวเทียมดังกล่าวมีปริมาณสูงขึ้น ทำให้ช่องสัญญาณของดาวเทียมไทยคม 1 และ 2 เต็มก่อนเวลา บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ ได้เตรียมแผนการที่จะรองรับสถานการณ์ด้วยการเริ่มโครงการดาวเทียมไทยคม 3 ขึ้นตั้งแต่ปลายปี 2537 ที่ผ่านมา ซึ่งโครงการไทยคม 3 จะสามารถตอบสนองการสื่อสารของประเทศไทย, การแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับโลก “โลกาภิวัตน์” ยิ่งขึ้น และจะสามารถส่งดาวเทียมไทยคม 3 ขึ้นสู่วงโคจรได้ในราวปลายปี 2539 และเริ่มให้บริการช่องสัญญาณดาวเทียมได้ในราวต้นปี 2540

ดร.ดำรงค์ ให้ข้อมูลต่อไปอีกว่า คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการใช้งานการสื่อสารผ่านดาวเทียมนั้น เพราะดาวเทียมมีคุณลักษณะที่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ร่วมกับระบบการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ ทั้งในแง่ของการทวนสัญญาณไปยังเครือข่ายต่างจังหวัด

¹ สัมภาษณ์ ดร.ดำรงค์ เกษมเศรษฐ์, กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด(มหาชน), 30 มกราคม 2538.



รวมไปถึงระบบการออกอากาศแบบใหม่ที่สากลเรียกว่า DBS หรือ Direct Broadcasting System ซึ่งในประเทศไทยโดยบริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ ได้กำหนดชื่อของระบบการออกอากาศ สัญญาณโทรทัศน์แบบ DBS ไว้ว่า DTH หรือระบบแพร่ภาพโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือน

ในฐานที่ ดร.ดำรง เป็นผู้บริหารขององค์กรผู้ดำเนินการดาวเทียม (Satellite Operator) ดร.ดำรง คํามองถึง เทคโนโลยีที่เป็น “ของใหม่” ในดาวเทียมไทยคม คือ ย่านความถี่ Ku-Band , เทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิทัล และ ระบบการออกอากาศแบบ DTH ว่า “ทั้งหมดจะเป็นตลาดที่เกิดได้อย่างแน่นอน” ในมุมมองดังกล่าว ดร.ดำรง ได้ให้คำอธิบายเสริมไว้ว่า “มีความมั่นใจว่าผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ในระบบ VHF และ ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี ที่เรียกรวมๆว่า Television Broadcasters นั้นจะใช้เทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมอย่างแน่นอน และใช้ในระยะเวลายันใกล้นี้ด้วย” ทั้งนี้ ดร.ดำรง ให้ข้อมูลถึงเหตุผลที่ทำให้ Satellite Operator อย่างชินวัตรแซทเทลไลท์ เชื่อว่า Television Broadcasters ทุกรายจะมาใช้ย่านความถี่ Ku-Band เพื่อเข้าระบบ DTH ที่มีจุดเด่นเรื่องขนาดของจานรับสัญญาณที่เล็กกระทัดรัด และจากการบีบอัดสัญญาณภาพในระบบดิจิทัลได้ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการจะสามารถลดต้นทุนในเรื่องของค่าเช่าช่องสัญญาณลงได้ เป็นเพราะเหตุผลที่ว่า เทคโนโลยีในย่านความถี่ Ku-Band DTH ของดาวเทียมไทยคมเป็นเทคโนโลยีที่ “ก้าวหน้าที่สุด และ ดีที่สุด” ในขณะนี้ และสำหรับอนาคต เหตุผลที่ในปัจจุบันผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบ VHF ยังไม่ได้ตัดสินใจใช้ย่านความถี่ Ku-Band ระบบ DTH ที่บีบอัดสัญญาณ น่าจะเป็นเหตุผลที่ผู้ประกอบการยังไม่มั่นใจ เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่มี “ความใหม่มาก” ซึ่ง ดร.ดำรง เชื่อว่า หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการทดสอบและทดลองใช้อย่างเต็มที่แล้ว ข้อดีของเทคโนโลยีใหม่ของไทยคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความคมชัด ขนาดอุปกรณ์และจานรับสัญญาณที่มีขนาดเล็กกระทัดรัด การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคจากอาคารสูงบังสัญญาณทำให้ผู้ชมไม่สามารถชมรายการได้ชัดเจน ฯลฯ จะสามารถพิสูจน์และสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีใหม่นี้ในที่สุด ซึ่ง

คงจะต้องให้เวลากับผู้ประกอบการแต่ละสถานีในการตัดสินใจอีกกระยะหนึ่ง ซึ่งดร.ดำรงค์เชื่อว่า เป็นเวลา “ไม่นาน”

ในส่วนของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีที่ได้ประกาศตนอย่างชัดเจนที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ของไทยคมอย่างแน่นอนนั้น ดร.ดำรงค์ชี้ว่า เป็นเพราะเคเบิลทีวีในประเทศไทยเป็นการ “เริ่มต้นใหม่” หรือ “เพิ่งจะเริ่มต้น” ดังนั้นการขยายเครือข่ายและขยายการบริการไปทั่วประเทศนั้นย่อมเป็นการดีที่สุดในขณะนี้ที่จะใช้ดาวเทียมไทยคม เนื่องจากคุณสมบัติของเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคมนั้นสามารถทำให้ธุรกิจเคเบิลทีวี “เกิดได้ทันที” และนำเทคโนโลยีการออกอากาศโทรทัศน์แบบดิจิตอลเข้ามาใช้ เทคโนโลยีสองประการดังกล่าวจึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้พัฒนากับระบบการออกอากาศโทรทัศน์แบบโดยตรงสู่บ้านเรือน หรือ Direct-Go-Home Broadcasting หรือ DTH โดยใช้ย่านความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมที่มีความแรงของสัญญาณสูง ระบบ DTH นี้จะเป็นการพลิกโฉมหน้าใหม่ของธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศครั้งสำคัญครั้งใหญ่ทีเดียว

คุณภาพของสัญญาณโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบ DTH ที่มีการริเริ่มใช้บนย่านความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมดังกล่าวแล้วนั้น มีความคมชัดสูง เนื่องจากสัญญาณมีความแรง และการใช้จานรับสัญญาณรับสัญญาณโดยตรงสามารถขจัดปัญหาการลดทอนของสัญญาณ แต่ทั้งนี้ระบบ DTH มีคุณลักษณะเฉพาะคือผู้ชมจะต้องใช้จานรับสัญญาณดาวเทียมในย่านความถี่ Ku-Band เพื่อรับชม อุปกรณ์ที่ใช้รับชมโทรทัศน์ของระบบการออกอากาศแบบ Relay Broadcasting ด้วยคลื่น VHF แต่เดิมคือเสาไดโพลนั้นไม่สามารถที่จะใช้รับชมโทรทัศน์ในระบบ DTH ได้ ดังนั้นผู้ชมจำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อรับชม ส่วนผู้ประกอบการโทรทัศน์เองก็จะต้องมีการลงทุนในส่วนของการปรับเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณจากระบบ Relay Broadcasting ด้วยคลื่น VHF ผ่านย่านความถี่ C-Band บนดาวเทียมไทยคม

มาเป็นการใช้อุปกรณ์และระบบส่งสัญญาณผ่านย่านความถี่ Ku-Band โดยที่ไม่สามารถจะนำ อุปกรณ์เดิมของย่านความถี่ C-Band มาใช้กับย่านความถี่ Ku-Band ได้

ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

ในประเด็นเกี่ยวกับผลกระทบที่ผู้ประกอบการจะได้รับสืบเนื่องจากการมีเทคโนโลยี ใหม่ของดาวเทียมไทยคมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ขึ้น นายอุดม จะโนภาษ² ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. กล่าว ว่า สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ใช้ดาวเทียมไทยคมเพื่อการออกอากาศแบบทวน สัญญาณไปยังเขตภูมิภาค โดยเป็นการใช้ในลักษณะของการ Relay Broadcasting ส่งสัญญาณ ผ่านย่านความถี่ C-Band บนดาวเทียมไทยคมไปยังสถานีภูมิภาคและออกอากาศต่อไปยังผู้ชม โดยใช้คลื่นความถี่ VHF แต่ยังไม่มีการที่จะใช้ดาวเทียมเพื่อการแพร่ภาพโดยตรงไปสู่บ้าน เรือนผู้ชม ซึ่งนายอุดมมองว่า “ระบบ DTH เป็นระบบสำหรับเคเบิลทีวีมากกว่า” เนื่องจาก นายอุดมเห็นว่า การที่เคเบิลทีวีจะขยายพื้นที่บริการออกไปยังต่างจังหวัดหรือต้องการที่จะส่ง สัญญาณไปทั่วประเทศนั้น จะเป็นการสะดวกกว่าเมื่อใช้ระบบ DTH เพราะไม่ต้องลงทุนเรื่อง สถานีทวนสัญญาณ เคเบิลทีวีจะขยายตัวได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ส่วนสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. นั้นมีสถานีลูกข่ายอยู่แล้วจึงเหมาะสมกว่าที่จะใช้ดาวเทียมเพื่อการทวนสัญญาณไป ทั่วประเทศ

เกี่ยวกับการที่ดาวเทียมไทยคมนำเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิตอลมา ใช้ทำให้สามารถเพิ่มช่องสถานีในการออกอากาศได้มากขึ้นนั้น นายอุดมให้ทัศนะว่า จำนวนช่อง

² สัมภาษณ์ อุดม จะโนภาษ, ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท., 8 กุมภาพันธ์ 2538.

สถานีที่จะมีเพิ่มมากขึ้นนั้น จะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเคเบิลทีวี เนื่องจากโทรทัศน์ช่องที่เพิ่มมากขึ้นนั้นน่าจะออกมาในรูปของช่องหรือรายการที่เฉพาะทางมากขึ้น ในจุดนี้นายอุดมมองว่าจะส่งผลถึงวงการโฆษณาขึ้นด้วย ทั้งนี้บริษัทโฆษณามี "สื่อ" ที่มากขึ้น และสามารถที่จะเลือก "เจาะจงกลุ่มเป้าหมาย" ได้ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น เพราะโทรทัศน์ใหม่มีจำนวนมากจึงสามารถที่จะแยกประเภทเป็นโทรทัศน์ช่องสำหรับเด็กและเยาวชน, ช่องกีฬา, ช่องดนตรี ที่จะมีผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป การโฆษณาจะสามารถแยกเจาะกลุ่มได้ตรงขึ้น การโฆษณาที่เป็น "Waste Advertising" จะลดลง

สำหรับแผนการในอนาคตของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. นั้น นายอุดมให้สัมภาษณ์ว่า ไม่สามารถที่จะเปิดเผยได้ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันเป็นช่วงที่เทคโนโลยีและทิศทางต่าง ๆ ยังคงมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. จะต้องรอดูสถานการณ์ต่อไปอีกระยะหนึ่งก่อน

แต่อย่างไรก็ดี ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยบริษัท บางกอกเอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ขยายธุรกิจจากการเป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบ VHF เข้ามาสู่ธุรกิจเคเบิลทีวีด้วย โดยเป็นผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งที่ได้ยื่นเสนอขออนุมัติในการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกจาก อ.ส.ม.ท. และได้รับอนุมัติให้สามารถดำเนินการได้แล้ว โดยกำลังอยู่ในระหว่างการศึกษาจัดสร้างและจัดตั้งเครือข่ายการให้บริการโดยที่ทางช่อง 3 เปิดเผยผ่านทางสื่อมวลชนว่าคงจะใช้เวลาศึกษาตลาดของเคเบิลทีวีอีกไม่นานนัก

**ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ
สถานีโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.5)**

พ.อ.ยศพล มีพรหม³ ผู้บังคับศูนย์โทรคมนาคม หัวหน้าแผนกสถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน ฝ่ายเทคนิค สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยเกี่ยวกับแผนงานของ ททบ.5 ในการใช้เทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมว่า ทาง ททบ.5 จะไม่ใช้ย่านความถี่ Ku-Band หรือระบบ DTH ที่มีการบีบอัดสัญญาณเพื่อการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ของช่อง 5 ทั้งนี้ด้วยเหตุผลทางเทคนิคและเหตุผลทางด้านงบประมาณ กล่าวคือ ทางช่อง 5 ยังมีความวิตกและไม่มั่นใจในระบบของคลื่นสัญญาณย่านความถี่ Ku-Band เนื่องจาก Ku-Band มีเม็ดคลื่นขนาดเล็กเท่ากับขนาดของเม็ดฝน ซึ่งหากใช้ Ku-Band ออกอากาศในช่วงที่มีฝนตกนั้น ฝ่ายเทคนิคยังไม่แน่ใจว่าทางไทยคมจะสามารถแก้ไขปัญหาที่คลื่นสัญญาณจะถูกกลืนหายไปกับเม็ดฝนอย่างไร แต่ในระยะต่อไปข้างหน้าในอนาคต หากผลการทดสอบทางเทคนิคเรื่องประสิทธิภาพของสัญญาณ Ku-Band สามารถพิสูจน์และยืนยันได้อย่างชัดเจนว่าไม่มีผลเรื่องสัญญาณถูกกลืนหายไปขณะที่ฝนตกนั้น อาจจะพิจารณาทบทวนอีกครั้ง ซึ่งจะต้องพิจารณาประกอบกับสถานการณ์ในอนาคตในเรื่องอื่น ๆ ด้วย เช่น ระบบ DTH เป็นระบบที่แพร่หลายสำหรับมวลชนหรือไม่ เป็นต้น

พ.อ.ยศพล ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า การใช้ Ku-Band ระบบ DTH นั้นยังมีปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องของค่าใช้จ่ายและงบประมาณในการดำเนินการ เนื่องจากปัจจุบันทางททบ. 5 ได้ลงทุนพัฒนาทางเทคนิคและเครื่องส่งในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ของช่อง 5 ในระบบ C-Band แบบทวนสัญญาณไปแล้วมูลค่ากว่า 150 ล้านบาท ดังนั้นหากจะเปลี่ยนมาใช้ Ku-Band ระบบ DTH จะทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพิ่ม

³ สัมภาษณ์ พันเอกยศพล มีพรหม, ผู้บังคับศูนย์โทรคมนาคม หัวหน้าแผนกสถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก, 16 กุมภาพันธ์ 2538.

ในการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์อีกราว 150 ล้านบาท ซึ่งเมื่อรวมแล้วกับการลงทุนอุปกรณ์ C-Band ที่ดำเนินการไปแล้วแต่จะไม่ได้ใช้งาน ก็จะเท่ากับทาง ททบ.5 ต้องลงทุนสูงถึง 300 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบประมาณที่สูงเกินไปและประเมินว่าคงไม่คุ้มค่าในการเปลี่ยนและเมื่อมองไปทั้งโทรทัศน์ VHF ช่องอื่นนั้น พ.อ.ยศพลก็มีความคิดว่า VHF รายอื่น ๆ ก็คงจะคิดคล้ายคลึงกับ ททบ.5 คือ “ไม่ใช่” ระบบ DTH ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ของไทยคม คงจะใช้แต่เพียงระบบการออกอากาศ แบบ Relay Broadcasting เท่านั้น

แต่ทั้งนี้ พ.อ.ยศพล กล่าวว่า การใช้งานความถี่ Ku-Band ในการออกอากาศ สัญญาณโทรทัศน์ของช่อง 5 นั้น มิใช่จะไม่มีการใช้เลยทีเดียว แต่ ททบ.5 จะใช้ในลักษณะ “ชั่วคราว” ที่เรียกว่า Occasional Use สำหรับการถ่ายทอดข่าวสดที่เรียกว่า SNG (Satellite News Gathering) เนื่องจากข้อเด่นของ Ku-Band ที่ทราบกันอยู่ทั่วไปก็คือ อุปกรณ์ในการรับ-ส่ง สัญญาณมีขนาดเล็ก สามารถติดตั้งรวมถึงเคลื่อนย้ายได้สะดวก จึงเป็นเหตุให้ทาง ททบ.5 จะนำมาใช้พัฒนาในงานข่าวมากกว่าที่จะใช้แพร่ภาพสัญญาณทั่วไป

เมื่อย้อนกลับมาสู่ประเด็นทางเทคโนโลยีใหม่ของไทยคม พ.อ.ยศพล มีความเห็นว่าจะเป็นไปได้ยากที่ระบบ DTH จะเข้ามาแทนที่ระบบการออกอากาศแบบทวนสัญญาณที่โทรทัศน์ VHF ต่าง ๆ ใช้อยู่ในปัจจุบันได้ 100 % ทั้งนี้ พ.อ.ยศพลเชื่อว่าทั้ง 2 ระบบคือ DTH และ Relay จะยังคงมีอยู่ทั้งสองระบบ ซึ่งโดยส่วนตัวแล้ว พ.อ.ยศพลมองว่า ระบบ DTH มีความเหมาะสมสำหรับเคเบิลทีวีมากกว่า เนื่องจากโทรทัศน์ VHF ได้ลงทุนสร้างเครือข่ายต่าง ๆ มานานนับสิบปีแล้ว การจะเปลี่ยนไป DTH คงเป็นการยาก แต่เคเบิลทีวีจะต่างออกไปตรงที่เป็นช่วงเริ่มเข้าสู่ตลาดในประเทศไทย ซึ่งการขยายเครือข่ายจะทำได้ง่ายกว่ารวดเร็วกว่าเมื่อใช้ระบบของดาวเทียมในแบบ DTH เพราะไม่ต้องลงทุนมากนักเรื่องสถานีเครือข่าย เพียงแต่ต้องรุกสร้างตลาดงานรับสัญญาณดาวเทียมควบคู่กันไปด้วยเท่านั้นเอง

**ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7**

นายศรีณย์ วิรุฒมวงส์⁴ ผู้จัดการฝ่ายเทคนิคด้านวิศวกรรมวางแผน สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนมาใช้ย่านความถี่ Ku-Band และการใช้ระบบ DTH ในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ว่า ปัจจุบันเมื่อพิจารณาถึงการปรับเปลี่ยนทางเทคนิคต่างๆในเรื่องของระบบที่ใช้กับการออกอากาศ สัญญาณโทรทัศน์นั้น สามารถระบุได้เป็น 2 ลักษณะคือเทคโนโลยีของการแพร่ภาพทางภาคพื้นดิน ซึ่งรวมถึงการออกอากาศแบบ Relay Broadcasting แบบเดิมที่สถานีโทรทัศน์ต่างๆทำกันอยู่ในปัจจุบันนี้ และรวมถึงการแพร่ภาพโทรทัศน์ด้วยระบบสายภาคพื้นดินต่างๆ กับอีกลักษณะหนึ่งคือ เทคโนโลยีของการแพร่ภาพผ่านดาวเทียม

นายศรีณย์ให้ทัศนะว่า เทคโนโลยีของระบบภาคพื้นดินนั้นจะมีลักษณะที่เรียกว่า “ไปเรื่อยๆ” คือมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแบบค่อยเป็นค่อยไป ในขณะที่เทคโนโลยีของระบบดาวเทียมจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและสร้างผลกระทบที่รุนแรงกว่า ซึ่งนายศรีณย์กล่าวว่า ระบบการแพร่ภาพโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมนั้น หากจะจำแนกออกมาก็คงจะจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ นำเทคโนโลยีดาวเทียมมาใช้ในการทวนสัญญาณ ที่แต่ละสถานีได้ดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน กับอีกลักษณะหนึ่งก็คือการนำเทคโนโลยีดาวเทียมมาใช้กับระบบ DTH ที่เป็นการแพร่ภาพและรับสัญญาณโดยตรงสู่บ้านเรือนของผู้รับชม ซึ่งนายศรีณย์กล่าวว่า ดาวเทียมไทยคมได้นำพาเทคโนโลยีใหม่นี้เข้ามาสู่ประเทศไทย อีกทั้งระบบดาวเทียมในรุ่นใหม่นำ Digital เข้ามาแทน Analog ซึ่งเมื่อพิจารณาจากคุณภาพทางเทคนิคแล้ว ต้องยอมรับว่าระบบ Digital และ Ku-Band นับว่ามีจุดเด่นมากกว่ามาก

⁴ สัมภาษณ์ ศรีณย์ วิรุฒมวงส์, ผู้จัดการฝ่ายเทคนิคด้านวิศวกรรมวางแผน สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, 28 กุมภาพันธ์ 2538.

ในส่วนของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นั้น การที่จะปรับเปลี่ยนระบบการออกอากาศต่าง ๆ นั้น จะต้องพิจารณาใน 2 แง่มุมคือ ในแง่ของเทคโนโลยี และ แง่ของการลงทุนในด้านค่าใช้จ่ายเพื่อปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี นายศรัณย์เชื่อว่าภายใน 1-2 ปีข้างหน้าคาดว่าทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 คงจะเลือกใช้เทคโนโลยีทั้ง 2 ระบบ คือ การ Relay Broadcasting ด้วยย่านความถี่ C-Band แบบเดิม และระบบ DTH ย่านความถี่ Ku-Band

ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

นายแสงชัย สุนทรวัฒน์ ผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับประเด็นของผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมว่า สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยจะต้องพิจารณาในด้านการวางแผนเพื่อพัฒนาทั้งในด้านองค์กรและธุรกิจของตนนั้น ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเลือกใช้หรือไม่ใช้ระบบ DTH ของดาวเทียมไทยคมในการพัฒนาการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์หรือไม่นั้น ควรจะพิจารณาถึงองค์ประกอบของโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเด็นใหญ่ ๆ ที่มีความสอดคล้องต้องกันก็คือ ในเรื่องของ “เทคโนโลยี” (Hardware) “กฎระเบียบของรัฐ” (Regulations) และ “เนื้อหาของรายการ” (Software)

จากทัศนะของนายแสงชัยมองว่า การริเริ่มและการพัฒนาในธุรกิจโทรทัศน์นั้น มีรากฐานจากเรื่องของเทคโนโลยีและความเกี่ยวพันกับกฎระเบียบภาครัฐ และได้ส่งผลให้ธุรกิจโทรทัศน์เกิด “การเปลี่ยนแปลง” ขึ้นต่าง ๆ นานา และจะส่งผลกระทบไปถึงการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของ “เนื้อหา” สืบเนื่องกันมา กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจุบัน การเปลี่ยน

⁵ สัมภาษณ์ แสงชัย สุนทรวัฒน์, ผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย, 23 กุมภาพันธ์ 2538.

แปลงของธุรกิจโทรทัศนที่ในช่วงยุคนี้มีการเคลื่อนไหวและตื่นตัวกันมาก ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีหรือตัว Hardware ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศนผ่านสายโทรศัพท์ โทรทัศนผ่านสายเคเบิล โทรทัศนผ่านใยแก้วนำแสง หรือแม้แต่โทรทัศนผ่านดาวเทียมก็ตาม ที่ “ลื่อนาสาร” ในการนำหรือแพร่กระจายรายการโทรทัศนไปสู่ผู้รับชมมีการพัฒนาก้าวหน้าไป ทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการที่จะเลือกใช้ “สื่อ” ใดนำรายการของตนไปสู่ผู้รับชมได้หลายสื่อหลายช่องทางมากขึ้น

ในด้านการปรับปรุงในส่วนเทคนิคของ อ.ส.ม.ท. นั้น นายแสงชัยให้สัมภาษณ์ว่า องค์ประกอบหลักที่ อ.ส.ม.ท. จะตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใดในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศนนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่เป็นองค์ประกอบในการพิจารณา คือ “จะต้องไม่สร้างผลกระทบให้ผู้บริโภคหรือผู้ชมจะต้องไม่เสียผลประโยชน์” ซึ่งนายแสงชัยได้อธิบายเสริมว่า เมื่อเปรียบเทียบเทคโนโลยีต่างๆที่สามารถนำมาใช้ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศนนั้น คลื่นความถี่วิทยุจะมีต้นทุนถูกที่สุด เมื่อมองในแง่ผู้ประกอบการก็จะต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ผู้รับก็จะมีค่าใช้จ่ายเพียงแต่การติดตั้งเสาอากาศ เสาอากาศต่างๆ ก็จะรับชมได้แล้ว แต่ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นคือ คลื่นวิทยุมีจำกัดจนไม่สามารถที่จะขยายจำนวนช่องสถานีให้มีเพิ่มเติมมากไปกว่าในปัจจุบันได้แล้ว ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงเทคโนโลยีต่อมา ได้แก่ เทคโนโลยีทางสายภาคพื้นดินต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสายโทรศัพท์ สายเคเบิล หรือใยแก้วนำแสง เทคโนโลยีนี้จะมีราคาถูกเพราะการแพร่ภาพโทรทัศนสามารถที่จะผนวกเข้าไปได้กับสายภาคพื้นดินต่างๆที่มีอยู่แล้ว และสายดังกล่าว เช่น สายโทรศัพท์ล้วนเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของสังคมอยู่แล้ว แต่ปัจจุบันระบบสายภาคพื้นดินที่มีอยู่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการเดินทางสายต้องผนวกไปกับโครงสร้างพื้นฐานของการวางสายโทรศัพท์ต่างๆ ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการที่นาน ไม่สะดวกต่อสภาพการณ์ของธุรกิจโทรทัศนที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาถึงเทคโนโลยีดาวเทียม นายแสงชัยให้ทัศนะว่า ดาวเทียมเป็นระบบที่มีราคาแพงมาก ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมสำหรับผู้ประกอบการ การลงทุนอุปกรณ์สถานีของผู้ประกอบการ รวมทั้งการลงทุนเกี่ยวกับชุดอุปกรณ์ในการรับชมที่ผู้ชมจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อชุดรับสัญญาณเชื่อมต่อเพื่อรับสัญญาณไปยังบ้านของตน แต่แม้ว่าระบบดาวเทียมจะมีราคาแพง แต่โดยเนื้อแท้ของเทคโนโลยีนั้นสามารถ “สร้าง” ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงดูเหมือนจะเป็น “ทางเลือกที่สอดคล้องกับเวลาที่สุด”

นายแสงชัยให้ทัศนะเพิ่มเติมว่า จากเทคโนโลยีของดาวเทียมที่เหมาะสมสอดคล้องกับเวลาในขณะนี้มากที่สุด ซึ่งเป็นเวลาที่ปริมาณความต้องการของตลาดโทรทัศน์เติบโตขึ้นสูง เมื่อพิจารณาถึงปริมาณความต้องการของตลาดโทรทัศน์ที่เติบโตขึ้นสูงนั้น คงจะไม่ใช้การเติบโตของ Free TV ระบบ VHF แต่ทั้งนี้จะเป็นการเติบโตของ Pay TV มากกว่าที่กำลังมีปริมาณความต้องการและตลาดที่เติบโตมาก นายแสงชัยให้ทัศนะว่า บรรดาโทรทัศน์ Pay TV ที่เกิดขึ้นใหม่นั้น ไม่สามารถที่จะขยายไปด้วยคลื่นวิทยุภาคพื้นดินได้อีกต่อไปแล้ว และคงไม่สามารถรอการวางเครือข่ายของระบบสายเคเบิลต่างๆ ได้นาน ดังนั้นระบบดาวเทียมที่เกิดขึ้นใหม่คือ ระบบ DTH จะเป็นสิ่งสำคัญใน “การเกิด” ของ Pay TV ใหม่ ๆ ส่วนโทรทัศน์ระบบ VHF นั้นก็คงจะใช้ดาวเทียมสำหรับการ Relay Broadcasting ต่อไป

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ
สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.11)**

นายสมพงษ์ วิสุทธิแพทย์⁶ ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้ให้ข้อมูลถึงแผนการปรับปรุงทางเทคนิคว่าจะมีการปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมหรือไม่ นายสมพงษ์กล่าวว่า ในการเปลี่ยนมาใช้ Ku-Band ระบบ DTH นั้น สทท.11 คงยัง “ไม่ใช้” เนื่องจากปัจจัยด้านงบประมาณประกอบกับการบริหารงานของ สทท.11 นั้นเป็นการบริหารงานในระบบ “ราชการ” ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรมีลักษณะอยู่ยงและเติบโตได้ ชำกว่าผู้ประกอบการโทรทัศน์รายอื่น

นายสมพงษ์ให้ข้อมูลว่า นโยบายในการใช้ดาวเทียมไทยคมของ สทท.11 จะเป็นการใช้ “แบบชั่วคราว” หรือ Occasional Use เพื่อการส่งข่าวระบบ SNG เช่นเดียวกับทาง ททบ. 5 เนื่องจากทาง สทท.11 เองก็มีแผนการเชิงรุกที่จะปรับปรุงด้านงานข่าวอยู่แล้ว จึงมีความคิดเห็นว่า หากจะใช้ย่านความถี่ Ku-Band แล้วคงนำมาใช้กับงานข่าวมากกว่าใช้เพื่อการขยายเครือข่ายเพื่อสร้างฐานจำนวนผู้ชมที่มีผลกับค่าโฆษณาและการทำ “ธุรกิจ”

นายเชวง หวังภูษเคนทร์⁷ หัวหน้าฝ่ายช่างเครื่องส่ง สทท. 11 ได้ให้ข้อมูลเสริมว่า เหตุผลที่ทาง สทท.11 ไม่ใช้เทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมเนื่องจากมองทางด้านเหตุผลทางเทคนิคเกี่ยวกับผลกระทบจากฝนที่จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์

⁶ สัมภาษณ์ สมพงษ์ วิสุทธิแพทย์, ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย, 16 กุมภาพันธ์ 2538.

⁷ สัมภาษณ์ เชวง หวังภูษเคนทร์, หัวหน้าฝ่ายช่างเครื่องส่ง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย, 16 กุมภาพันธ์ 2538.

สรุปผลกระทบจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ โทรทัศน์ระบบ VHF

จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบ VHF ที่กล่าวมานี้ สามารถชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของดาวเทียมไทยคมที่มีต่อธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF คือ

1. การปรับเปลี่ยนตนทางเทคนิคของผู้ประกอบการโทรทัศน์ VHF จะอยู่ในลักษณะของการใช้ดาวเทียมเชื่อมโยงเครือข่ายการออกอากาศโทรทัศน์ในแบบทวนสัญญาณซ้ำ หรือ Relay Broadcasting มากกว่าการใช้เพื่อออกอากาศในระบบ DTH เนื่องจากประเด็นเรื่องการลงทุนด้านค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์ทางเทคนิคที่จะต้องปรับเปลี่ยนใหม่ทั้งหมด และบางส่วนเกิดขึ้นเนื่องจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ VHF ขาดความมั่นใจในเทคโนโลยีใหม่

2. ผู้ประกอบการโทรทัศน์ VHF มีความเห็นพ้องต้องกันว่า เทคโนโลยีทางการสื่อสารผ่านดาวเทียมที่นำมาใช้กับการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์นั้น เป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ของตลาดธุรกิจโทรทัศน์ในขณะนี้มากที่สุด เพราะระบบ DTH เป็นเทคโนโลยีที่สามารถช่วยให้การขยายเครือข่ายโทรทัศน์สามารถทำได้อย่างกว้างขวางทั่วประเทศได้อย่างรวดเร็วในทันที สอดคล้องกับการปรับปรุงกฎระเบียบของภาครัฐที่เปิดให้มีโทรทัศน์มากช่องขึ้น “การเกิด” ของโทรทัศน์ช่องใหม่จะอาศัยขีดความสามารถของระบบ DTH บนดาวเทียมไทยคมสร้างเครือข่ายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นที่ว่าระบบ DTH บนดาวเทียมไทยคม สามารถที่จะช่วยในการเกิดของโทรทัศน์ช่องใหม่ได้อย่างรวดเร็ว นั้น โทรทัศน์ช่องใหม่ดังกล่าวที่ทางภาครัฐได้มีการอนุญาตให้จัดตั้งและให้บริการเพิ่มเติมขึ้นได้นั้นจะเป็นโทรทัศน์ในระบบบอกรับเป็นสมาชิกหรือเคเบิลทีวี ในประเด็นนี้อาจพิจารณาได้ว่าจะเป็นการสร้างความเคลื่อนไหวขึ้นในธุรกิจโทรทัศน์เคเบิลทีวีขึ้น

ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ

IBC Cable TV

นายนิวัฒน์ บุญทรง⁸ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน) หรือ IBC ผู้รับสัมปทานดำเนินการธุรกิจเคเบิลทีวีเป็นระยะเวลา 25 ปีจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เปิดเผยถึงผลกระทบต่างๆที่ IBC มองว่าจะเกิดขึ้นในธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกคือ ในส่วนของ IBC เองนั้นมีแผนการขยายเครือข่ายโดยอาศัยการใช้ดาวเทียมไทยคมเข้าเสริมประสิทธิภาพการออกอากาศของ IBC เนื่องจากในปัจจุบัน IBC ประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการที่ IBC ไม่ได้ทำ "Decoder" สัญญาณภาพ จึงทำให้มีการลักลอบดักชมรายการของ IBC เป็นจำนวนมาก เป็นเหตุให้การดำเนินธุรกิจมีผลเสียทางด้านรายได้เกิดขึ้น และประเด็นสำคัญยังเป็นการไม่ยุติธรรมกับสมาชิกผู้รับชมรายการที่จ่ายค่าธรรมเนียมในการรับชมและเป็นสมาชิกของ IBC ด้วย ทาง IBC ได้มีโครงการที่จะทำการเข้ารหัสสัญญาณภาพ เพื่อที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว เพราะการเข้ารหัสจะทำให้ผู้รับชมที่เป็นสมาชิกอย่างถูกต้องเท่านั้นที่จะสามารถรับชมรายการของ IBC ได้ แต่เมื่อ IBC ได้ทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดแล้ว พบว่าการลงทุนเข้ารหัสสัญญาณนั้นก็มีความสูงและไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินการ ดังนั้นเมื่อเกิดเทคโนโลยีการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ระบบ DTH ขึ้นนั้น ทาง IBC เล็งเห็นว่าเป็นการคุ้มค่าที่จะลงทุนมากกว่า และยังสามารถขยายการออกอากาศไปยังต่างจังหวัดทั่วประเทศในทันทีอีกด้วย

⁸ นิวัฒน์ บุญทรง, เรื่องเดียวกัน.

IBC มีโครงการที่จะทำการแพร่ภาพรายการเคเบิลทีวีโดย 3 วิธีการคือ

- 1.) ใช้การแพร่ภาพด้วยคลื่นไมโครเวฟดังเช่นในปัจจุบันที่ทำการออกอากาศแบบแพร่ภาพไปยังหลายจุดหลายช่องพร้อมกันหรือที่เรียกว่า MMDS (Multichannels Multipoint Distribution System)
- 2.) ใช้การแพร่ภาพผ่านดาวเทียม ในระยะแยกเพื่อการทวนสัญญาณไปตามจังหวัดใหญ่และออกอากาศแบบ MMDS ต่ออีกครั้งหนึ่ง และจะเปลี่ยนเป็นระบบดาวเทียมแบบ DTH ในช่วงไตรมาสที่สองของปี 2538
- 3.) ใช้การแพร่ภาพผ่านทางสายเคเบิลภาคพื้นดิน, เส้นใยแก้วนำแสง(Fiber Optic)

นายนิวัฒน์ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า วิธีการแพร่ภาพเคเบิลทีวีทั้ง 3 วิธีการนั้น การใช้ระบบ DTH ผ่านดาวเทียมจะดีที่สุดในช่วงเวลานี้ เนื่องจากการแพร่ภาพระบบ MMDS ในปัจจุบัน ช่องสัญญาณมีไม่เพียงพอกับการขยายเพิ่มเติมของบรรดาผู้ประกอบการเคเบิลทีวีต่าง ๆ และก็มีปัญหาเรื่องความไม่คมชัดของสัญญาณเนื่องจากอาคารบดบังสัญญาณหรือพื้นที่เป็นหุบเขาเช่นเดียวกับปัญหาของสถานีโทรทัศน์ VHF ในขณะนี้

สำหรับการแพร่ภาพทางสายภาคพื้นดินนั้น ก็ยังคงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลานอันใกล้ เพราะการเดินสายเคเบิลหรือเส้นใยแก้วนำแสงไปทั่วประเทศไม่สามารถทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว ต้องรอเวลาอีกระยะหนึ่งกว่าจะเดินสายไปทั่วประเทศได้ครบถ้วน ซึ่งนายนิวัฒน์เองเชื่อว่า "ต้องใช้เวลาอีกหลายปี"

ในขณะที่ 2 วิธีการดังกล่าวมีปัญหาในการแพร่ภาพ นายนิวัฒน์มองว่า การใช้ดาวเทียมเข้ามาเสริมในการออกอากาศนั้นน่าจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดขณะนี้ เนื่องจากสัญญาณของดาวเทียมไทยคมมีความแรง พื้นที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศในการส่งสัญญาณขึ้นลงเพียงครั้งเดียว และปัจจัยสำคัญอีกประการคือ ดาวเทียมไทยคมช่วยแก้ปัญหาของระบบ MMDS เดิมที่ยังมีจุด

อ่อนเรื่องคุณภาพและการลดทอนของสัญญาณ รวมทั้งการใช้ดาวเทียมมาแพร่ภาพสัญญาณรายการด้วยระบบ DTH ในย่านความถี่ Ku-Band มีข้อดีคือ ผู้ประกอบการไม่ต้องลงทุนด้านค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสถานีเครือข่ายเพราะเป็นระบบที่สมาชิกของเคเบิลทีวีสามารถรับชมรายการได้โดยตรงด้วยการติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม อีกทั้งจานรับสัญญาณดาวเทียมดังกล่าวในระบบ DTH ยังมีขนาดเล็กมากด้วย

จากมุมมองของนายนิวัฒน์เกี่ยวกับทัศนะว่าผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบ VHF ที่ปัจจุบันใช้ดาวเทียมเฉพาะสำหรับการทวนสัญญาณไปตามต่างจังหวัดทั่วประเทศโดยใช้ย่านความถี่ C-Band นั้น จะเปลี่ยนมาใช้ย่านความถี่ Ku-Band และแพร่ภาพด้วยระบบ DTH หรือไม่นั้น นายนิวัฒน์เชื่อว่า “โทรทัศน์ VHF น่าจะเปลี่ยนมาใช้ในที่สุด” แต่ทั้งนี้องค์ประกอบในการตัดสินใจเปลี่ยนมาใช้หรือไม่นั้น คงมีองค์ประกอบหลายประการด้วยกัน เช่น โทรทัศน์ VHF สามารถแพร่ภาพในย่านความถี่ Ku-Band ในแบบเดิมคือ เพื่อการทวนสัญญาณควบคู่ไปกับระบบ DTH ที่รับโดยตรงตามบ้านเรือนได้หรือไม่ เพราะกลุ่มผู้ชมของโทรทัศน์ VHF มีจำนวนหลักสิบล้านคน และในจำนวนไม่มากในสิบล้านเท่านั้นที่สามารถติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียมได้ โทรทัศน์ VHF จึงไม่สามารถทอดทิ้งฐานผู้ชมจำนวนมากมายได้ องค์ประกอบต่อมาอาจได้แก่แผนงานของโทรทัศน์ VHF เหล่านี้ว่าจะเร่งขยายพื้นที่ส่งสัญญาณหรือไม่ ถ้ามีแผนเพิ่มขยายพื้นที่ออกอากาศ ก็น่าที่จะตัดสินใจใช้ระบบดาวเทียมแพร่สัญญาณตรงสู่บ้านเรือนเพราะจะไม่มีข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงผู้ชม และไม่มีอุปสรรคในด้านคุณภาพของสัญญาณภาพที่ส่งออกมา

นายนิวัฒน์ให้ความเห็นว่า การที่โทรทัศน์ VHF ยังมิได้ตัดสินใจว่าจะใช้ระบบ DTH และย่านความถี่ Ku-Band หรือไม่ น่าจะเป็นเพราะเหตุผลทางเทคนิคมากกว่าคือโทรทัศน์ VHF ไม่มั่นใจว่า สัญญาณ Ku-Band และจานรับสัญญาณดาวเทียมขนาดเล็กของระบบ DTH จะสามารถใช้ได้เต็มประสิทธิภาพเมื่อเกิดพายุหรือมีฝนตกหนักหรือไม่

ผลกระทบจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการ

Thaisky Cable TV

นายวิชัย ตันตราธิวุฒิ⁹ รองประธานบริษัท สยามบรอดคาสติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ในฐานะผู้ให้บริการรายการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก Thaisky TV / TST ได้ให้สัมภาษณ์กับ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันฉบับประจำวันที่ 22-23 ตุลาคม 2537 เรื่องในพิธีลงนามเช่าใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคมกับบริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน)ว่า TST ได้เช่าใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคมในย่านความถี่ C-Band จำนวน 1 ทรานสพอนเดอร์ เพื่อใช้สำหรับการทวนสัญญาณเข้าไปตามต่างจังหวัดตามแผนการขยายเครือข่ายของ TST โดยจะเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2537 เป็นต้นไปจนถึงราวเดือน พฤษภาคมปี 2538 เมื่ออุปกรณ์ของระบบ Ku-Band ติดตั้งและใช้การได้แล้ว TST ก็จะเปลี่ยนไปใช้ย่านความถี่ Ku-Band และเปลี่ยนระบบการส่งสัญญาณแบบ MMDS ที่ใช้อยู่เดิมมาเป็นระบบ DTH นายวิชัยได้ให้สัมภาษณ์เสริมว่าเป้าหมายทางการตลาดของ TST ปัจจุบัน TST มีพื้นที่ให้บริการใน 8 จังหวัด และมีแผนการจะขยายให้ครบ 16 จังหวัดในปี 2537 และขยายอีก 30 จังหวัดในปี 2538 แต่ทั้งนี้ นายวิชัยได้ให้สัมภาษณ์ว่า ระบบ DTH ที่จะใช้ในย่านความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมนั้นจะเป็นส่วนช่วยให้การขยายบริการไปต่างจังหวัดของ TST สามารถดำเนินการได้เร็วขึ้น

นายวิชัย ยังได้ให้ข้อมูลถึงผลกระทบที่ TST จะต้องมีการปรับเปลี่ยนถนนทางเทคนิคไปตามเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมว่า “แนวโน้มของการใช้บริการเคเบิลทีวีของ TST นั้น จะใช้ 2 เทคโนโลยีหลัก คือ ระบบ DTH ผ่านดาวเทียมไทยคม และใช้การแพร่ภาพผ่านเคเบิลใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ซึ่งปัจจุบัน TST กำลังอยู่ในระหว่างการเสนอขอร่วมทุนกับ

⁹ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน. 22-23 ตุลาคม 2537.

องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) ส่วนระบบ MMDS ที่ใช้อยู่แต่เดิมจะเลิกใช้ในราวอีก 2 ปีโดยประมาณ” ทั้งนี้ นายวิชัย ได้ให้ทัศนะเพิ่มเติมว่า “การใช้บริการเคเบิลทีวีผ่านเคเบิลใยแก้วนำแสงนั้นยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นทาง TST จึงจะใช้ระบบเคเบิลใยแก้วนำแสงเฉพาะเขตพื้นที่ที่มีความซับซ้อนหรือพื้นที่ที่ต้องการบริการพิเศษ นอกเหนือจากช่องรายการพื้นฐานที่ทาง TST มีอยู่เท่านั้น”

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแผนการตลาดที่ชัดเจนของ TST ที่จะทำการขยายเครือข่ายการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ในระบบบอกรับเป็นสมาชิกหรือเคเบิลทีวีไปให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยตัดสินใจที่จะเลือกใช้ระบบ DTH ในย่านความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมเป็นเครื่องมือในการขยายเครือข่ายดังกล่าว เนื่องจากทาง TST ไม่ต้องลงทุนในการจัดตั้งสถานีเครือข่ายในภูมิภาค เพียงแต่ใช้ระบบ DTH ซึ่งเป็นการรับสัญญาณโดยตรงมาจากดาวเทียมเลยนั้นจะเป็นการประหยัดงบประมาณในการดำเนินการขยายเครือข่ายกว่าวิธีอื่นมาก

การตลาดและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวี

จากทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ในหัวข้อที่ผ่านมา ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบ VHF ได้ให้ข้อมูลว่าแต่ละสถานีจะใช้ดาวเทียมไทยคมในย่าน C-Band ทำการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์แบบ Relay Broadcasting ในขณะที่ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีมีการเคลื่อนไหวดำเนินการเพื่อใช้ระบบ DTH ในย่านความถี่ Ku-Band ของดาวเทียมไทยคมอย่างชัดเจน สิ่งที่เกิดขึ้นหากจะนำมาพิจารณาว่าโทรทัศน์ระบบ VHF กับเคเบิลทีวีนั้นจะเป็นคู่แข่งกัน ในทางธุรกิจหรือไม่ บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ต่างได้ให้ข้อคิดเห็นไว้คือ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี

ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

นายอุดม จะโนภาส¹⁰ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. มีความคิดเห็นว่า “โทรทัศน์ระบบ VHF กับเคเบิลทีวีนั้น ยังไม่ถือว่าเป็นคู่แข่งซึ่งกันและกัน” เนื่องจากโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 และ 11 กับเคเบิลทีวีมีฐานผู้ชมไม่เท่ากัน ฐานผู้ชมของโทรทัศน์ระบบ VHF ที่เป็นระบบเสรีและผู้ชมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการรับชมมีจำนวนเป็นสิบล้าน ในขณะที่ฐานผู้ชมของเคเบิลทีวีมีเพียงจำนวนแสนถึงสองแสนราย แต่ในระยะยาวอีก 3-5 ปีข้างหน้า หากรายการของเคเบิลทีวีมีการออกอากาศแบบมีค่าโฆษณาและไม่เก็บค่าสมาชิกนั้น นายอุดมเชื่อว่าโทรทัศน์และเคเบิลทีวีจึงจะเริ่มนับว่าเป็นคู่แข่งชั้นในการที่จะแย่งฐานจำนวนผู้ชมที่มีผลต่อเนื้อไปถึงรายได้จากการที่บริษัทโฆษณาจะจ่ายให้แก่ทางสถานีเพื่อโฆษณาไปยังกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

ในด้านการแข่งขันทางการตลาดอีกประการหนึ่งคือการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหา รายการนั้น นายอุดมกล่าวว่า ปัจจุบันก็นับว่าเริ่มมีการแข่งขันกันแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นรายการต่างประเทศ การแข่งขันจะมีความรุนแรงมากกว่าเพราะรายการต่างประเทศที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการบริโภคของคนไทยจริงๆ นั้น ก็มีอยู่ไม่มากมายนัก จึงทำให้เกิดการแข่งขันเกี่ยวกับการซื้อลิขสิทธิ์รายการต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งรายการต่างประเทศทั้งหลายที่แต่ละสถานีจะซื้อลิขสิทธิ์มาแพร่ภาพนั้นจำเป็นที่จะต้องพิจารณาเนื้อหาร่วมไปด้วยว่ามีความเหมาะสมและส่งเสริมจริยธรรมให้กับผู้ชมได้หรือไม่

¹⁰ อุดม จะโนภาส, เรื่องเดียวกัน.

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของสถานีโทรทัศน์ไทยกองทัพบก (ททบ.5)

พ.อ.ยศพล มีพรหม¹¹ ททบ.5 มองว่า “โทรทัศน์ VHF กับเคเบิลทีวี ไม่เป็นคู่แข่งกันในเรื่องของลักษณะการแพร่ภาพและการแย่งชิงตลาดรวมไปถึงฐานจำนวนผู้ชม แต่จะเป็นคู่แข่งกันในด้านการแข่งขันเรื่องการจัดหารายการมาออกอากาศมากกว่า” ทั้งนี้ พ.อ.ยศพล ยังให้ทัศนะเพิ่มเติมว่า แนวโน้มของธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้น จะอยู่ในรูปการแข่งขันที่เกาะกลุ่มกันเองมากกว่า คือ โทรทัศน์ VHF ก็แข่งขันในหมู่ผู้ประกอบการด้วยกัน และเคเบิลทีวีก็จะแข่งขันกันกับพวกเคเบิลทีวีด้วยกันเอง แต่ก็ยังคงมีความร่วมมือกันอยู่ด้วยในเรื่องของ “เทคนิค” เช่น ปรึกษาและร่วมกันแก้ไขปรับปรุงคุณภาพทางเทคนิคของเครื่องส่งและเทคนิคในการออกอากาศ เป็นต้น และเคเบิลทีวีเองก็จะร่วมมือกันทางด้านเทคนิคเช่นเดียวกันกับโทรทัศน์ VHF ด้วยเช่นกัน เช่น IBC กับ TST จะร่วมกันหาแนวทางใช้อุปกรณ์ภาครับร่วมกัน เป็นต้น

นอกจากการแบ่งกลุ่มกันอย่างชัดเจนแล้ว พ.อ.ยศพล ให้ข้อคิดเห็นว่า เนื่องจากการมองกันว่า ในอนาคตข้างหน้าสำหรับธุรกิจโทรทัศน์นั้นจะเกิดสภาวะการณ์การแข่งขันรายการมากขึ้น ซึ่งประเด็นนี้ทาง พ.อ.ยศพลมองว่า เมื่อถึงจุดหนึ่งแล้วการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ทุกประเภทหรือทุกรายอาจจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ เช่น การแชร์รายการกันระหว่าง โทรทัศน์ VHF กับเคเบิลทีวี ในลักษณะที่รายการของ VHF อาจจะแพร่ภาพได้ไม่ชัดหรือมีผู้พลัดชมไปจำนวนมาก ก็จะมีการร่วมมือกันนำรายการดังกล่าวไปออกอากาศซ้ำทางเคเบิลทีวีก็เป็นได้ ซึ่งปัจจุบัน พ.อ.ยศพล กล่าวว่า “เริ่มมีการเกี่ยวกันบ้างแล้ว”

สำหรับรูปแบบเนื้อหาต่างๆของรายการที่จะออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกนั้น หรืออาจรวมไปทั้งโทรทัศน์ทุกรายด้วย ในอนาคต พ.อ.ยศพลเห็นว่า เนื้อหาของ

¹¹ พันเอกยศพล มีพรหม, เรื่องเดียวกัน.

รายการน่าจะมีการปรับเปลี่ยนเป็นรายการ “Local” มากขึ้น คือ เป็นรายการที่เหมาะสมกับตลาดและกลุ่มผู้ชมในประเทศมากกว่าที่มุ่งก้าวพัฒนารุกออกไปเป็นเนื้อหาที่ “International” ทั้งนี้เพราะเหตุว่า รายการโทรทัศน์นั้นควรจะมี “ภาษา” เกี่ยวกับการแพร่ภาพของสถานีในประเทศนั้น ๆ มากกว่า ประเทศในทวีปเอเชียมีการใช้ภาษาที่หลากหลายมากมาย เมื่อจะทำรายการที่มีลักษณะที่เป็น “อินเตอร์ฯ” นั้นอย่างน้อยก็ต้องทำรายการเป็น 2-3 ภาษาขึ้นไป คือ เป็นภาษาอังกฤษที่เป็นสากล และอาจต้องมีภาษาจีน หรือฮินดู หรือภาษาท้องถิ่นอีกภาษาหนึ่ง เพราะคนที่รู้ภาษาอังกฤษในระดับที่รับชมรายการได้รู้เรื่องสนุกสนานมีจำนวนเป็นสัดส่วนไม่มากนัก ดังนั้น “ภาษา” จะเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการรับชม ซึ่งเป็นเหตุให้จำนวนผู้นิยมที่รับชมไม่น่าจะมีจำนวนมากนัก

สำหรับแผนการต่าง ๆ ในอนาคตของ ททบ.5 นั้น เป้าหมายในการพัฒนาจะมองถึงด้านการตลาดและการตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป็นสำคัญ ซึ่งหมายถึงการปรับปรุงเนื้อหารายการมากขึ้น โดยมีการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานไปทางด้านการศึกษาคุณภาพมากกว่า มีการเตรียมการที่จะผลิตรายการเองบางส่วน และจะมีงบประมาณในการปรับปรุงและขยายเทคนิคเป็นสัดส่วนที่รองลงมา และในการแก้ปัญหาทางเทคนิคที่การแพร่ภาพในปัจจุบันยังมีปัญหาที่บางพื้นที่ยังรับสัญญาณโทรทัศน์ของ ททบ.5 ไม่ชัดเจนนั้น ในเบื้องต้นทาง ททบ.5 จะแก้ไขโดยการเตรียมการย้ายเครื่องส่งจาก ททบ.5 ที่สนามเป้า (ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท) ซึ่งเป็นมุมอับล้อมรอบไปด้วยอาคารสูงซึ่งเป็นปัญหาสำคัญในการออกอากาศ มาที่กรมการทหารสื่อสารที่สะพานแดง (ถนนพระรามที่ 5 เขตดุสิต) ซึ่งเป็นเขตทหารที่ไม่แนวอาคารสูงมาบดบังสัญญาณการออกอากาศ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

บทช่อง 7

ประเด็นทางการแข่งขันทางการตลาดของผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในตลาดนั้น นายศรัณย์ วิรุฒมวงส์¹² สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ให้สัมภาษณ์ว่า เชื่อแน่ว่าการแข่งขันจะต้องเกิดขึ้น ระบบตลาดโทรทัศน์จะเปลี่ยนแปลงไป แต่สถานีจะต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มากขึ้น และการแข่งขันด้านเนื้อหารายการจะต้องทวีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารวมไปถึงวิธีการนำเสนอชักจูงให้ผู้ชมติดตามเลือกชมรายการของแต่ละสถานี ซึ่งในจุดนี้นายศรัณย์มองว่าการแข่งขันทางธุรกิจของ Free TV ระบบ VHF กับ Pay TV หรือเคเบิลทีวีในประเทศไทยนั้นจะไม่ใช้การแข่งขันระหว่างกันและกัน แต่นายศรัณย์มองว่าจะเป็นการแข่งขันกันเองในสายธุรกิจมากกว่า คือ Free TV ระบบ VHF ก็แข่งขันกันเอง ในขณะที่เคเบิลทีวีก็จะแข่งขันกันเอง

นายศรัณย์ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า ช่วงระยะเวลาแรกของเทคโนโลยีใหม่ของ Ku-Band DTH นั้น จะเป็นตลาดของ Pay TV มากกว่า ซึ่งในอนาคต ระบบ DTH คงจะประกอบไปด้วยทั้งโทรทัศน์แบบมีโฆษณา แบบบอกรับเป็นสมาชิก และแบบเก็บค่าสมาชิกเฉพาะรายการที่รับชม เป็นต้น ในส่วนของตลาดจานรับสัญญาณดาวเทียมนั้น นายศรัณย์คิดว่าตลาดจานรับสัญญาณดาวเทียม Ku-Band DTH ที่มีขนาดเล็กจะเหมาะสมกับตลาดของกรุงเทพฯ มากกว่า เพราะหากมองในแง่จิตวิทยาแล้ว วิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ต่างจังหวัดน่าจะรู้สึกมีความ “โก้หรู” มากกว่าหากที่บ้านติดตั้งจานรับสัญญาณขนาดใหญ่ของ C-Band ไว้หน้าบ้าน ซึ่งนายศรัณย์กล่าวว่าจะถือเป็น “หน้าตา” และ “เครื่องบ่งบอกถึงฐานะ” สำหรับประชาชนในเขตภูมิภาคได้ทีเดียว

¹² ศรัณย์ วิรุฒมวงส์, เรื่องเดียวกัน.

นายศรีณีย์ให้สัมภาษณ์ที่คณะเพิ่มเติมว่า จริงๆแล้วการแข่งขันทางการตลาด การปรับเปลี่ยนตนต่าง ๆ ของทางผู้ประกอบการนั้น จะมีปัญหาใหญ่ที่น่าหนักใจอีกประการหนึ่งคือ “ปัญหาการแย่งชิงบุคลากร” และ “การขาดแคลนทรัพยากรบุคคล” ในตลาดธุรกิจโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นทางช่างเทคนิค หรือนักแสดง นักเขียนบท และรวมไปถึงนักบริหารและนักการตลาดในธุรกิจโทรทัศน์ ซึ่งเมื่อยังเกิดสถานีโทรทัศน์มากช่องทางขึ้น การแย่งชิงตัวบุคคลย่อมมีมากขึ้น เพราะการสร้างบุคลากรขึ้นใหม่จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาที่นานไม่ทันต่อสภาพการณ์ของการแข่งขันที่เกิดขึ้นจริง

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี

ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

นายแสงชัย สุนทรวัฒน์¹³ ผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ให้ทัศนะว่า สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยจะต้องพิจารณาในด้านการวางแผนเพื่อพัฒนาทั้งในด้านองค์กรและธุรกิจของตนนั้น ควรจะพิจารณาถึงองค์ประกอบของโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเด็นใหญ่ๆที่มีความสอดคล้องต่อกันก็คือ ในเรื่องของ “เทคโนโลยี” (Hardware) “กฎระเบียบของรัฐ” (Regulations) และ “เนื้อหาของรายการ” (Software)

จากทัศนะของนายแสงชัยมองว่า การริเริ่มและการพัฒนาในธุรกิจโทรทัศน์นั้น มีรากฐานจากเรื่องของเทคโนโลยีและความเกี่ยวพันกับกฎระเบียบภาครัฐ และได้ส่งผลให้ธุรกิจโทรทัศน์เกิด “การเปลี่ยนแปลง” ขึ้นต่าง ๆ นานา และจะส่งผลกระทบต่อถึงการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของ “เนื้อหา” สืบเนื่องกันมา กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจุบัน การเปลี่ยน

¹³ แสงชัย สุนทรวัฒน์, เรื่องเดียวกัน.

แปลงของธุรกิจโทรทัศน์ในช่วงยุคนี้มีการเคลื่อนไหวและตื่นตัวกันมาก ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีหรือตัว Hardware ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ผ่านสายโทรศัพท์ โทรทัศน์ผ่านสายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านใยแก้วนำแสง หรือแม้แต่โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมก็ตาม ที่ “ลื่อนำสาร” ในการนำหรือแพร่กระจายรายการโทรทัศน์ไปสู่ผู้รับชมมีการพัฒนาก้าวหน้าไป ทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางในการที่จะเลือกใช้ “สื่อ” ใดนำรายการของตนไปสู่ผู้รับชมได้หลายสื่อ หลายช่องทางมากขึ้น

เมื่อเทคโนโลยีก้าวล้ำไปตลอดเวลา นายแสงชัยให้สัมภาษณ์ว่า กฎระเบียบทางภาครัฐจึงเป็นสิ่งที่รัฐจะต้องปรับปรุงตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น มีการเปิดกว้าง เปิดเสรี ให้ผู้รับชมมีช่องทางในการเลือก และการรับรู้ข่าวสารให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ซึ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะนี้ขึ้นในสังคม เรื่องของ “การตลาดยุคใหม่” ก็จะเข้ามา เป็นยุคที่การแข่งขันต่าง ๆ จะวัดและตัดสินกันด้วย “เนื้อหา” และ “คุณภาพ” ที่สามารถตอบสนองรสนิยมของผู้ชมได้มากที่สุด ซึ่งผู้ชมจะเลือกดูที่รายการหรือ Software มากกว่าจะเลือกว่าสถานีใดมีเทคโนโลยีในการออกอากาศที่ล้ำหน้ามากที่สุด ผู้ประกอบการจึงเน้นไปที่การแข่งขันในด้านเนื้อหา และพิจารณาว่าจะเลือกใช้เทคโนโลยีใดนำรายการของตนไปสู่ผู้ชมได้ดีที่สุด ทั้งในแง่ของความคุ้มค่าในการลงทุนและคุณภาพในการนำเสนอ สัญญาณ ดังนั้นนายแสงชัยจึงมองว่าลักษณะของ Free TV และ Pay TV นั้นไม่ใช่คู่แข่งกันทางการตลาดซึ่งกันและกัน ดังตัวอย่างจากประเทศสหรัฐอเมริกา นายแสงชัยกล่าวว่า 99% ของผู้ชมโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกานิยมดู Free TV และ 60% จาก 99% นั้นนิยมดูเคเบิลทีวี สัดส่วนดังกล่าว นายแสงชัยให้ทัศนะว่า ทำให้เห็นถึงปริมาณฐานจำนวนผู้รับชม ซึ่งมีความแตกต่างกันมาก ในประเด็นนี้จึงสามารถบอกได้ว่า Free TV และ Pay TV หรือ เคเบิลทีวีนั้น ไม่ใช่คู่แข่งกัน แต่มีลักษณะเสริมซึ่งกันและกันมากกว่า หากจะพิจารณาว่าเป็นคู่แข่งกันในการเลือกเฟ้น

รายการนำเสนอเพื่อดึงดูดใจผู้ชมหรือไม่นั้น นายแสงชัยระบุว่าทั้งสองคือ Free TV และ Pay TV หรือ เคเบิลทีวี จะมีการแข่งขันช่วงชิงรายการกันได้

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.11)

การตลาดของธุรกิจโทรทัศน์และแนวโน้มการแข่งขันเชิงธุรกิจที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นได้นั้น ประเด็นนี้หากนำมาพิจารณากับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยหรือ สทท.11 แล้ว สทท.11 เป็นผู้ประกอบการโทรทัศน์ VHF ที่แตกต่างไปจาก โทรทัศน์ VHF อื่น ๆ อีก 4 ช่องตรงที่ สทท.11 มีรายได้ในการดำเนินงานมาจากการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินจากรัฐบาล ไม่มีรายได้จากการโฆษณา ซึ่งจุดนี้ทำให้ สทท.11 ไม่ถือเป็น “ธุรกิจโทรทัศน์ VHF” แต่เป็น “ผู้ประกอบการโทรทัศน์ VHF แบบไม่แสวงหาผลกำไร” รายเดียวของประเทศไทย ดังนั้นบทบาทของการพัฒนาและแนวโน้มต่างๆที่จะเกิดขึ้นกับ สทท.11 นั้นจะเป็นการพัฒนาเพื่อวัตถุประสงค์ในด้านเพิ่มประสิทธิภาพในการออกอากาศโดยมีเป้าหมายให้ประชาชนสามารถได้รับรู้ข่าวสารและรายการเสริมความรู้ได้อย่างเท่าเทียมกันทั่วประเทศ เพื่อยกระดับการสื่อสารพื้นฐานของคนไทยให้ทัดเทียมกัน เป็นการตอบสนองนโยบายการพัฒนาการสื่อสารของรัฐเป็นสำคัญ

นายสมพงษ์ วิสุทธิแพทย์¹⁴ จาก สทท.11 ให้สัมภาษณ์ถึงแนวโน้มนโยบาย ตลอดจนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงานของ สทท.11 ว่า วัตถุประสงค์หลักของ สทท.11 จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษา คือให้ความรู้แก่ผู้ชม ไม่เน้นเรื่องรายการบันเทิงต่างๆดังเช่นสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ทั้งนี้ นายสมพงษ์มองว่า การศึกษาไม่ควรจำกัดอยู่แต่เพียงการออกอากาศรายการการเรียนการสอนผ่านทางสื่อโทรทัศน์ แต่ควรจะมีการรุกปรับปรุงในเรื่องของ “รายการข่าว” ซึ่งถือได้ว่าเป็นรายการที่ให้การศึกษาย่างหนึ่งแก่ประชาชน

¹⁴ สมพงษ์ วิสุทธิแพทย์, เรื่องเดียวกัน.

นอกจากนี้นโยบายของ สทท. 11 ยังมุ่งเน้นไปที่เรื่องของการปรับปรุงเทคนิคในการ ออกอากาศที่ดีมีประสิทธิผลมากขึ้น โดยงบประมาณของ สทท.11 จะมุ่งเน้นไปที่การใช้ งบประมาณพัฒนาอุปกรณ์ทางเทคนิค กล้อง ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องส่งเครื่องรับสัญญาณเพื่อการ แพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ต่าง ๆ ของสถานีฯ งบประมาณจะไม่เน้นไปที่การลงทุนจัดหาจัดซื้อ รายการเท่ากับการพัฒนาทางเทคนิค

ในด้านการแข่งขันทางด้านรายการที่ผู้ประกอบโทรทัศน์รายอื่นมองว่าจะมีการแข่ง ขันกันอย่างสูงนั้น นายเชวง หวังภูษเคนทร์¹⁵ มองว่า สทท.11 คงโดนกระทบน้อยกว่าผู้ ประกอบการรายอื่นเนื่องจากรายการของ สทท.11 จะเน้นที่รายการเพื่อการศึกษามากกว่าราย การบันเทิง ซึ่งรายการการศึกษาทางสถานีฯก็จำเป็นจะต้องดำเนินการผลิตเองอยู่แล้ว หรือ หน่วยงานที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบทางด้านการศึกษาจะเป็นผู้ผลิตรายการให้แก่สทท.11

นายสุรินทร์ แปลงประสพโชค¹⁶ หัวหน้าฝ่ายข่าว สทท.11 ให้ทัศนะเสริมจากนาย เชวงว่า การแข่งขันด้านรายการที่สทท.11 จะได้รับผลกระทบน้อยกว่าผู้ประกอบการรายอื่นนั้น เป็นความจริง แต่หากมองถึงการแข่งขันในด้านรายการข่าวแล้ว นายสุรินทร์ให้ทัศนะว่า “การ แข่งขันมิได้น้อยลงไปเลย” เพราะจะมีการแข่งขันในด้านการทำข่าวภายในประเทศ รวมไปถึง การแข่งขันแย่งชิงการซื้อรายการข่าวจากต่างประเทศด้วย และจากนโยบายในปี 2538 ของ สทท.11 เองที่จะรุกขยายและสร้างจุดเด่นด้านงานข่าวด้วยแล้ว ทำให้ สทท.11 จะต้องใช้งบ ประมาณในการซื้อข่าวต่างประเทศจากหลาย ๆ สำนักข่าวเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างจุดเด่นและความ หลากหลายของข่าวให้เป็นจุดแข็งของสถานีฯ ซึ่งในประเด็นนี้นายสุรินทร์กล่าวว่า จะทำให้เกิด ค่าใช้จ่ายที่สูญเปล่าเพิ่มขึ้นในส่วนหนึ่งคือ สทท.11 จะต้องใช้งบประมาณในการซื้อข่าวมากขึ้น

¹⁵ เชวง หวังภูษเคนทร์, เรื่องเดียวกัน.

¹⁶ สัมภาษณ์ สุรินทร์ แปลงประสพโชค, หัวหน้าฝ่ายข่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย, 16 กุมภาพันธ์ 2538.



แต่ข่าวทั้งหมดที่ซื้อจากสำนักข่าวหลาย ๆ สำนักไม่สามารถที่จะนำมาออกอากาศได้ทั้งหมดทุกข่าว จะต้องมีการเลือกสรรข่าวคละกันหลาย ๆ สำนักข่าวในการออกอากาศ ส่วนหนึ่งของข่าวที่ถูกซื้อ เหมารวมกันมาต้องถูกทิ้งไป และไม่สามารถที่จะนำกลับมาใช้ได้อีก เนื่องจากข่าวจะเก่าไปแล้ว ในประเด็นนี้นายสุรินทร์จึงเห็นว่าจะเกิดการสูญเปล่าไปส่วนหนึ่ง

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของ IBC Cable TV

ในประเด็นเกี่ยวกับการดำเนิน "ธุรกิจ" ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งสองประเภท คือ โทรทัศน์ VHF และ เคเบิลทีวี หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เรื่องของการแข่งขันในการช่วงชิงรายได้ และส่วนแบ่งทางการตลาดนั้น รวมไปถึงการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อเป้าหมายในการแย่งชิงจำนวน ฐานผู้ชมรายการด้วย ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี คือ นายนิวัฒน์ บุญทรง¹⁷ จาก IBC ให้สัมภาษณ์ว่า "ขณะนี้จนถึงประมาณ 3-5 ปีข้างหน้า โทรทัศน์ VHF ที่เป็น Free TV กับ เคเบิลทีวีที่เป็นระบบบอกรับสมาชิกนี้ ยังไม่ใช่คู่แข่งซึ่งกันและกัน" ทั้งนี้ นายนิวัฒน์ให้เหตุผลเสริมว่า เนื่องจากลักษณะของธุรกิจเคเบิลทีวีเป็นลักษณะธุรกิจโทรทัศน์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันมี ฐานจำนวนผู้ชมประมาณ 2 แสนราย และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 3-5 แสนรายในอนาคต แต่ ธุรกิจโทรทัศน์ VHF มีฐานผู้ชมเป็นลิบ ๆ ล้าน ดังนั้นจึงไม่น่าจะเป็นคู่แข่งกันเพราะเป็นตลาด คนละกลุ่มเป้าหมาย

นายนิวัฒน์เชื่อว่า คำว่า "คู่แข่ง" สำหรับเคเบิลทีวี น่าจะเป็นผู้ประกอบการเคเบิลทีวีด้วยกันมากกว่าที่จะเป็นคู่แข่งและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งนายนิวัฒน์มองว่าในปีนี้ถึงปี 2539 สภาพการแข่งขันก็ยังคงไม่รุนแรงนักเนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ (ยกเว้น IBC และ TST) ยังไม่ได้เริ่มทำการแพร่ภาพจริง การแข่งขันจะอยู่ในรูปของ "สงครามข่าว" มากกว่า คือ

¹⁷ นิวัฒน์ บุญทรง, เรื่องเดียวกัน.

ต่างฝ่ายต่างให้ข่าวเกี่ยวกับแผนการและการขยายงานและแข่งกันนำเสนอว่าธุรกิจของตนมีประสิทธิภาพดีกว่ารายอื่น ๆ

ในช่วงปี 2538 นี้ ทางองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยได้ให้สัมปทานเคเบิลทีวีแก่ผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นอีกคือ UTV UCOM บริษัท สามารท สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ บริษัท คอมลิ่งค์ ซึ่งจะทำให้มีผู้ประกอบการในธุรกิจเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นเป็น 7 ราย อีกทั้งกรมประชาสัมพันธ์เองก็เตรียมที่จะอนุมัติให้มีเคเบิลทีวีรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีก โดยรวมแล้วจะทำให้เกิดโทรทัศน์ใหม่ขึ้นอีกเกือบ 100 ช่อง ดังนั้นนายนิวัฒน์จึงมีความเห็นว่า การแข่งขันในธุรกิจเคเบิลทีวีด้วยกันเองจะต้องทวีความรุนแรงขึ้นโดยอัตโนมัติ และการแข่งขันจะรุนแรงเพิ่มขึ้นเมื่อดาวเทียมไทยคม 3 และระบบสายภาคพื้นดินปฏิบัติงานได้สมบูรณ์ เนื่องจากเคเบิลทีวีรายใหม่ยังไม่มีช่องทางที่จะออกอากาศจริง ๆ

นายนิวัฒน์มองว่า ในการแข่งขันทางธุรกิจเคเบิลทีวีนั้น การที่มีผู้ประกอบการมากมาย จะทำให้บริษัทเล็ก ๆ หรือบริษัทที่เริ่มดำเนินการขึ้นใหม่ต้องประสบสภาวะการขาดทุนอย่างมากในช่วง 3 ปีแรกของการดำเนินการซึ่งตัวเลขของการขาดทุนจะสูงถึงประมาณ 300 - 500 ล้านบาทใน 3 ปีแรก เนื่องจากจะต้องแข่งขันแย่งชิงซื้อรายการกับผู้ประกอบการเคเบิลทีวีรายใหญ่ที่มีฐานผู้รับชมและมีฐานการตลาดและรายได้อยู่แล้ว ผู้ประกอบการรายใหม่จะมีฐานสมาชิกจำนวนน้อย ในขณะที่ค่าโปรแกรมหรือค่าลิขสิทธิ์รายการต่าง ๆ มีต้นทุนที่สูงคงที่หรือสูงขึ้นกว่าเดิม การเชื่อมต่อทางเทคนิคคงไม่เท่าไร แต่การเชื่อมต่อทางรูปแบบเนื้อหารายการจะเป็นการแข่งขันที่รุนแรงกว่ามาก ซึ่งการแข่งขันช่วงชิงรายการบางครั้งจะทำให้มีรายการประเภทสฤกเอาเผากินเกิดขึ้นได้ และรายการประเภทสฤกเอาเผากินนี้จะส่งผลกระทบต่อถึงบริบททางสังคมด้วย แต่ทั้งนี้ นายนิวัฒน์เชื่อว่าระบบสังคมยังคงมีกลไกธรรมชาติที่จะควบคุมรายการได้เองโดยอัตโนมัติ กล่าวคือ หากผู้ประกอบการนำเสนอรายการที่คุณภาพต่ำ ก็จะไม่ได้รับการตอบรับเป็นสมาชิกจากประชาชน ทำให้เกิดสภาวะการขาดทุนไม่มีรายได้ และต้องปิดตัวเองไป

ในที่สุด เพราะโลกในปัจจุบันเป็นโลกในยุคที่เรียกว่า Consumer Oriented คือ ธุรกิจใด ๆ ก็ตาม จะสามารถอยู่รอดได้ก็ต่อเมื่อธุรกิจนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงเป้า นายนิวัฒน์ยังให้ทัศนะเพิ่มเติมอีกว่า ในระยะเวลา 5-7 ปีข้างหน้านับจากปี 2538 นี้เป็นต้นไป ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีคงจะเหลืออยู่ในธุรกิจเพียงไม่กี่ราย หรืออาจจะเหลือเพียงแค่ 3-5 ราย ที่มีจำนวนช่องเฉลี่ยประมาณรายละเอียด 10 ช่อง ซึ่งจะเท่ากับเหลือจำนวนช่องเพียงประมาณ 30-50 ช่อง หรือเท่ากับลดลงถึงร้อยละ 50 จากปัจจุบันที่ประมาณการไว้ว่าจะมีเคเบิลทีวีจำนวนถึง 100 ช่อง

นายนิวัฒน์ ได้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติมว่า แผนการในอนาคตของ IBC ที่เตรียม สำหรับรองรับสงครามแย่งชิงรายการนั้น นายนิวัฒน์บอกว่า "IBC จะผลิตรายการเองมากขึ้น" และ IBC ยังมีความเห็นอีกว่า รัฐบาลจะอนุญาตให้ธุรกิจเคเบิลทีวีมีการโฆษณาได้ เนื่องจากจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อใช้เป็นทุนในการจัดหา, จัดทำ และจัดซื้อรายการ รวมทั้งทำให้สามารถลดราคาค่าสมาชิกลงได้ แต่ทั้งนี้ลักษณะการโฆษณาในเคเบิลทีวีจะไม่มีการโฆษณาพักช่วงในเนื้อหารายการ แต่ควรจะเป็นการโฆษณาช่วงระหว่างเปลี่ยนรายการต่อรายการ หรือถ้าเป็นในกรณีที่เป็นรายการถ่ายทอดสดจากต่างประเทศ เช่น รายการกีฬาสดของ ESPN โดยปกติรายการถ่ายทอดสดของต่างประเทศดังกล่าวจะมีโฆษณาติดมาด้วย ผู้ประกอบการก็จะต้องทำการตัดภาพไปเป็นภาพนิ่งรูปตราสัญลักษณ์หรืออื่นๆอยู่แล้ว ดังนั้นแทนที่จะเป็นการฉายภาพนิ่งเคเบิลทีวีก็น่าที่จะโฆษณาในช่วงเวลาดังกล่าวได้

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการตลาดของ Thaisky Cable TV

นายประพันธ์ บุญเกียรติ¹⁸ กรรมการผู้จัดการบริษัท วัฏจักร จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะผู้บริหารของ TST และนายวิชัย ตันตราธิวุฒิ ได้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมในหนังสือพิมพ์ผู้

¹⁸ ประพันธ์ บุญเกียรติ, เรื่องเดียวกัน.

จัดการรายวันฉบับเดียวกันว่า แนวโน้มทางการตลาดของ TST นั้น ทาง TST จะทำการเจรจาต่อรองกับ IBC Cable TV เกี่ยวกับการขอลงทุนร่วมกับ IBC ในเรื่องการใช้งานรับสัญญาณและอุปกรณ์ถอดรหัสสัญญาณ (Decoder) ร่วมกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเคเบิลทีวีสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ และสามารถที่จะรับชมรายการของ IBC และ TST ได้ร่วมกัน

หากจะวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคมที่มีต่อ TST จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร TST นั้น คงจะสามารถสรุปถึงผลกระทบได้ดังนี้คือ

1. TST จะต้องลงทุนเพิ่มเติมในการจัดตั้งระบบ DTH ขึ้น ไม่ว่าจะเป็น DTH โดย TST เอง หรือ DTH ที่ร่วมกับ IBC ก็ตาม
2. TST จะต้องลงทุนและรับภาระค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ชุดรับสัญญาณของลูกค้ายเดิมของ TST จากเดิมที่เป็นเสาอากาศระบบ MMDS มาเป็นชุดจานรับสัญญาณดาวเทียมระบบ DTH
3. หาก TST ไม่สามารถร่วมลงทุนกับ IBC ได้ จะก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการ เพื่อช่วงชิงอัตราผู้ชมรายการ (Rating) ของผู้ชมที่เป็นสมาชิก ซึ่งเป็นรายได้หลักของเคเบิลทีวี
4. การแข่งขันอย่างรุนแรงในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการ จะมีกระทบถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ คือ TST ที่จำเป็นต้องลงทุนและจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมในการผลิตรายการหรือการซื้อรายการคุณภาพจากต่างประเทศเพื่อดึงดูดผู้ชม
5. สืบเนื่องจากการแข่งขันอย่างรุนแรงในด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการจะก่อให้เกิดผลดีในแง่ที่ประชาชนผู้รับชม จะมีโอกาสในเรื่องการเลือกบริโภครายการได้มากขึ้น และในทางกลับกันก็อาจเกิดผลเสียในเรื่องของคุณภาพของเนื้อหาของรายการที่อาจมีการจัดสร้างแบบสุกเอาเผากิน เนื่องจากความรีบเร่งในการผลิตรายการให้ทันต่อเวลา

6. ระบบ DTH ที่ใช้เทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพภาพแบบดิจิทัลของดาวเทียมไทยคม จะสามารถป้องกันการลักลอบชมรายการเคเบิลทีวีโดยไม่ชำระค่าสมาชิกได้อย่างเด็ดขาด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี สามารถเก็บค่าบริการจากสมาชิกได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยมากขึ้น

ในที่สุดเมื่อเดือนเมษายน 2538 IBC และ TST ได้มีข้อตกลงร่วมกันในการร่วมใช้อุปกรณ์ภาครับของระบบ DTH โดยเคเบิลทีวีทั้งสองรายได้ตกลงลงนามในสัญญาใช้บริการเครือข่าย DTH ของบริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส จำกัด เพื่อทำการส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ DTH ผ่านดาวเทียมไทยคม ซึ่งการร่วมลงนามในสัญญาดังกล่าวนั้นจะมีผลในการดำเนินการทันทีที่การวางระบบเครือข่ายเสร็จสมบูรณ์ในปี 2538 นี้เป็นต้นไป

สรุปปัญหาผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมจากทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์

1. สรุปปัญหาและผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์

จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละรายในธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยแล้วนั้น สามารถที่จะสรุปประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

1.1 ผู้ประกอบการทุกรายมีทัศนะว่า โทรทัศน์ Free TV ระบบ VHF กับ Pay TV หรือ เคเบิลทีวีนั้น ไม่ใช่คู่แข่งกันโดยตรงในปัจจุบัน เนื่องจากทั้งสองมีส่วนแบ่งการตลาด (Segmentation) ที่แตกต่างกัน มีฐานจำนวนผู้รับชมที่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ประกอบการโทรทัศน์มองว่าระบบ Ku-Band DTH ในระยะแรกเริ่มนี้ มีความเหมาะสมมากกว่าสำหรับการใช้งานสำหรับการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ช่องใหม่ หรือเป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายใหม่สำหรับเคเบิลทีวีรายใหม่ที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจโทรทัศน์มากกว่าที่จะ

นำมาใช้กับระบบ Relay Broadcasting แบบเดิม เนื่องจากประเด็นของการลงทุนในเรื่องของอุปกรณ์ Relay Broadcast ในย่านความถี่ C-Band ที่ได้ลงทุนไปแล้ว และยังมีความไม่แน่ใจว่าการเปลี่ยนระบบมาเป็น Ku-Band DTH จะสร้างผลกระทบในด้านค่าใช้จ่ายในการลงทุนเกี่ยวกับชุดอุปกรณ์ในการรับชมให้แก่ผู้รับหรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบ VHF แล้ว จำเป็นจะต้องคำนึงถึงผู้รับชมเป็นสำคัญ

1.3 ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทุกรายมีทัศนคติใกล้เคียงกันว่า ความพร้อมต่างๆของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เป็นเงื่อนไขหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เช่น มีการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการมากขึ้น ส่งผลถึงการตลาดของรายการโทรทัศน์สืบเนื่องตามมา

1.4 การแข่งขันต่างๆ โดยเฉพาะในด้านรายการนั้นจะเกิดมากขึ้น รวมไปถึงการแข่งขันในด้านรายการข่าวเองก็จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาและเกิดการแข่งขันไปด้วยไม่เฉพาะเพียงแต่รายการภาคบันเทิงเท่านั้น ดังจะเห็นได้จากการที่ ททบ.5 จะนำระบบการเก็บข่าวผ่านดาวเทียม (Satellite News Gathering : SNG) มาใช้ หรือการที่ สทท.11 มีแผนการซื้อรายการข่าวจากสำนักข่าวชั้นนำจากทั่วโลกมาเสริมเป็นต้น ในจุดหนึ่งจะสามารถเป็นเครื่องบ่งชี้ได้ว่าแต่ละสถานีนั้นจะวางจุดเด่นของสถานีของตนเอง (Product Positioning) ไปในทิศทางใด

1.5 ผู้ประกอบการทุกรายทั้งระบบ VHF และ เคเบิลทีวี มองว่า “ตัวแปรตัวหลักต้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง” ต่างๆขึ้นในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ สำหรับตัวผู้ประกอบการโทรทัศน์มีอยู่ 2 ตัวแปรคือ “เทคโนโลยี” หรือ Hardware หรือ Network และอีกตัวแปรหนึ่งคือ “การผ่อนปรนกฎระเบียบต่างๆของภาครัฐ” หรือ De-Regulation แต่ทั้งนี้ในแง่ของ “ประชาชนผู้รับชม” จะตัดสินใจเลือกระบบใดระหว่าง ระบบ VHF หรือ เคเบิลทีวี นั้น ตัวแปรในการตัดสินใจคือ “ตัวเนื้อหาของรายการ” หรือ Software มากกว่า

1.6 ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์มีทัศนคติที่ใกล้เคียงกันว่า ในกรณีที่เกิด “ปัญหาเกี่ยวกับการแย่งลิขสิทธิ์รายการ” หรือปัญหาการขึ้นราคาภาพยนตร์ต่างประเทศ ปัญหาการที่มีผู้ผลิตรายการที่มีคุณภาพไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการใช้รายการในการออกอากาศนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ต่างคนต่างจะใช้ “กลยุทธ์ในการผลิตรายการเอง” เพิ่มมากขึ้น

1.7 ปัญหาสืบเนื่องที่จะเกิดขึ้นตามมาจากสภาพการแข่งขันทางธุรกิจและการตลาด การแข่งขันกันทางรายการและเทคโนโลยีในการออกอากาศ จะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างในด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในวงการธุรกิจโทรทัศน์จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนวิศวกรด้านช่างเทคนิคของระบบการออกอากาศก็ตาม หรือจะเป็นการขาดแคลนบุคลากรทางสายวิชาชีพการสื่อสารมวลชน แม้กระทั่งการขาดแคลนนักแสดงก็อาจเกิดขึ้นได้

1.8 การที่จะรวบรวมระบบการออกอากาศของโทรทัศน์ไทย ไม่ว่าจะเป็น Free TV หรือ เคเบิลทีวี ให้เป็นระบบเดียวคือ ระบบ DTH นั้น ยังไม่สามารถทำได้ในช่วงระยะแรกของการนำย่านความถี่ Ku-Band บนดาวเทียมไทยคมมาใช้งาน เนื่องจากเหตุผลหลักๆ 2-3 ประเด็นคือ

- ความไม่คุ้มค่าในด้านการลงทุนอุปกรณ์ Ku-Band เนื่องจากผู้ประกอบการได้ลงทุนในอุปกรณ์ C-Band เพื่อใช้ Relay Broadcasting ผ่านดาวเทียมไปแล้ว
- ความไม่แน่ใจในเรื่องประสิทธิภาพของย่านความถี่ Ku-Band ในขณะที่ฝนตกว่า สัญญาณโทรทัศน์ที่อยู่ระหว่างการออกอากาศจะถูกกลืนหายไปหรือไม่
- ผู้ประกอบการยังไม่มั่นใจถึงการเกิดของตลาดชุดอุปกรณ์รับสัญญาณ Ku-Band DTH ว่าจะสามารถแพร่หลายแทนระบบเสาอากาศได้มากนักน้อยเพียงใด ทำให้คุ้มค่าที่จะเปลี่ยนระบบมาใช้ระบบ DTH รับด้วยจานรับสัญญาณดาวเทียมแทนการใช้เสาอากาศหรือไม่

จากเหตุผลในข้อ 1.8 ที่สรุปว่าการที่ผู้ประกอบการโทรทัศนในระบบ VHF มีความกังวลใจเกี่ยวกับเรื่องปัญหาการลดทอนของสัญญาณภาพโทรทัศน์ในย่านความถี่ Ku-Band ในขณะที่เกิดฝนตก ซึ่งความไม่แน่ใจในประสิทธิภาพทางเทคนิคดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ประกอบการจะตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมหรือไม่นั้น เกี่ยวกับปัญหาดังกล่าว บริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส จำกัด ได้ให้ข้อมูลประกอบว่า ปัญหาฝนตกในระหว่างการใช้ย่านความถี่ Ku-Band ออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์นั้น บริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส ในฐานะผู้ดูแลเทคโนโลยีระบบ DTH บน Ku-Band และดูแลการใช้งานเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิทัลบนดาวเทียมไทยคมยืนยันว่า “มีแนวทางที่แก้ไขได้”

นายธีระยุทธ บุญโชติ¹⁹ ผู้จัดการฝ่ายออกอากาศ บริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส จำกัด ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเทคนิคของการวางระบบ DTH ของบริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส ในกรณีการลดทอนของสัญญาณเนื่องจากฝนตกว่า บริษัทฯได้ดำเนินการวางระบบโดยพิจารณาถึงค่า Service Availability ที่เป็นมาตรฐานของ CCIR ที่ 99.7% หมายถึงค่ามาตรฐานในการให้บริการว่าในระยะเวลา 1 ปี การหายของสัญญาณภาพในขณะฝนตกไม่ควรนานเกินกว่า 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ CCIR จะศึกษาว่าปริมาณฝนที่มิลลิเมตรจึงจะทำให้สัญญาณภาพลดลงไปมากน้อยกี่เดซิเบลวัตต์ ในการวางระบบของบริษัทฯ ได้นำค่า Service Availability มาตรฐานของ CCIR มาคำนวณกับปริมาณฝนสูงสุดของประเทศไทย และจะนำผลจากการคำนวณที่ได้ไปคำนวณร่วมกับคุณสมบัติของดาวเทียมไทยคม ที่ความแรงของสัญญาณขั้นต่ำระบุไว้คือไม่ต่ำกว่า 51 dBW เพื่อหาผลลัพธ์ว่า ในกรณีที่เกิดฝนตกจะสามารถส่งข้อมูลภาพปริมาณมากที่สุดจำนวนกี่เมกะบิตต (เมกะบิตต = หน่วยวัดความเร็วของการส่งข้อมูลต่อ 1 วินาที) จึงจะไม่ทำให้สัญญาณภาพขาดหายไป ซึ่งความเร็วของการส่งข้อมูลต่อ 1 วินาทีหรือเมกะบิตตนี้มีความสัมพันธ์กับ

¹⁹ ธีระยุทธ บุญโชติ, เรื่องเดียวกัน.

จำนวนช่องสถานีที่จะสามารถส่งได้ในแต่ละทรานสพอนเดอร์ ซึ่งผลจากการคำนวณของบริษัท แซทเทลไลท์ เซอร์วิส นายธีระยุทธให้สัมภาษณ์ว่า อยู่ในเกณฑ์ที่สัญญาณจะไม่ขาดหายไป เนื่องจากการคำนวณนั้นคำนวณจากสถิติปริมาณฝนที่มากที่สุดในพื้นที่ที่ฝนตกมากที่สุดของ ประเทศไทย ผลที่ได้ยังอยู่ภายใต้ขีดความสามารถในการส่งของดาวเทียมไทยคม จึงไม่น่าจะเป็นผลให้เกิดการเสียหายจากสัญญาณภาพขาดหายไป

นายธีระยุทธได้ให้สัมภาษณ์ถึงวิธีป้องกันและแก้ไขสำหรับผู้ประกอบการโทรทัศน์ว่า

1. หากผู้ประกอบการไม่มั่นใจจะสามารถแก้ไขได้โดยการให้สถานีลดจำนวนช่องที่ส่งในแต่ละ 1 ทรานสพอนเดอร์ลง เช่น สมมติหากมีแผนจะส่งจำนวน 5 ช่องต่อ 1 ทรานสพอนเดอร์ ให้ลดจำนวนลงมาเหลือ 4 ช่องต่อ 1 ทรานสพอนเดอร์ เป็นต้น
2. ให้ผู้รับชมเพิ่มขนาดของจานรับสัญญาณให้มีขนาดประมาณ 60 - 90 เซนติเมตรก็จะสามารถลดโอกาสที่สัญญาณจะขาดหายไปได้

2. ผลกระทบเชิงธุรกิจต่อผู้ประกอบการ

สืบเนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อสังคมและประชาชนผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงหรือนวัตกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นเกี่ยวเนื่องกับสื่อโทรทัศน์ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของโลกที่ก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น เรื่องของการนำดาวเทียมมาใช้เชื่อมโยงเครือข่ายการส่งสัญญาณโทรทัศน์ นั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นในด้านกรไหลของข่าวสารที่จะมีมากขึ้น รวมไปถึงจนถึงการหลั่งไหลของวัฒนธรรมตะวันตกที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยพร้อมกับรายการโทรทัศน์ที่มาจากต่างชาติ รวมไปถึงการแข่งขันทางการตลาดเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจโทรทัศน์แต่ละประเภทและแต่ละรายด้วย การแข่งขันดังกล่าวจะต่อเนื่องไปยังการแข่งขันในด้านเทคนิคที่นำมาใช้ในการผลิต, เนื้อหาของราย

การ โดยมีเป้าหมายเพื่อแย่งชิงผู้รับชม ซึ่งเป็นดัชนีสำคัญที่จะบ่งชี้ถึงเศรษฐกิจและรายได้ของธุรกิจโทรทัศน์แต่ละประเภทด้วย

ในช่วงเดือนตุลาคม 2537 บริษัท อินเตอร์เนชันแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชันส์ จำกัด (มหาชน) หรือ IBC Cable TV ได้ประกาศตัวอย่างเป็นทางการต่อสื่อมวลชนว่าจะใช้กลยุทธ์บุกตลาดธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกด้วยการขยายการออกอากาศไปทั่วประเทศโดยใช้ความถี่ Ku-Band และระบบ DTH ของดาวเทียมไทยคม นอกจากนี้ทาง IBC ยังมีโครงการรณรงค์ครั้งยิ่งใหญ่ในการจูงใจประชาชนให้เป็นสมาชิก IBC ด้วยการ "ติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียมขนาดเล็กสำหรับย่านความถี่ Ku-Band ฟรี" การประกาศตัวดังกล่าวได้สร้างปรากฏการณ์สำคัญขึ้นทางหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนเกิดกระแสข่าวว่าโทรทัศน์ระบบ VHF ในปัจจุบันได้เกิด "ความเคลื่อนไหว" ในการพิจารณาเทคโนโลยีของความถี่ในย่าน Ku-Band และระบบ DTH ขึ้นขนานใหญ่

และในปลายเดือนตุลาคม 2537 บริษัท สยามบรอดคาสติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด หรือ TST ก็ได้ทำการเข้าใช้ช่องสัญญาณของดาวเทียมไทยคมเพื่อขยายการออกอากาศไปทั่วประเทศพร้อมทั้งประกาศตัวที่จะใช้ย่านความถี่ Ku-Band และระบบ DTH เช่นเดียวกับ IBC

จากความเคลื่อนไหวดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการแข่งขันทางการตลาดที่ได้เริ่มก่อตัวขึ้น และจะทวีความรุนแรงขึ้นในราวไตรมาสที่ 2-3 ของปี 2538 เมื่ออุปกรณ์ต่างๆของระบบ DTH บนดาวเทียมไทยคมสามารถดำเนินการได้โดยสมบูรณ์เต็มที่ ซึ่งเป็นที่น่าติดตามศึกษาเป็นอย่างยิ่งว่า ธุรกิจโทรทัศน์ในระบบ VHF จะเตรียมกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรเพื่อที่จะรักษา "ผู้ชม" ของตนไว้ให้เหนียวแน่นที่สุด เพื่อผลที่จะทำให้รายการโทรทัศน์ของตนยังครองใจผู้ชมส่วนใหญ่ทำให้โทรทัศน์ระบบ VHF สามารถมีรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ซึ่งในขณะเดียวกันโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกก็จำเป็นที่จะต้อง "ทุ่มสุดตัว" ในการแข่งขันเพื่อดึงดูดลูกค้ามาเป็น

สมาชิกให้มากที่สุด ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกจะสามารถอยู่รอดได้จากการเก็บค่าบริการรับชมจากสมาชิก

สังคมไทยนั้นไม่อาจที่จะปฏิเสธนวัตกรรมทางโทรทัศน์ในครั้งนี้ได้ เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันเทคโนโลยีของโลกได้วิ่งล้ำหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้ง และในเวลาเดียวกันนั่นเอง เทคโนโลยีดังกล่าวก็วิ่งเข้าสู่ประเทศไทยพร้อมกับการขึ้นสู่อวกาศของดาวเทียมไทยคม ดาวเทียมสื่อสารแห่งชาติของประเทศไทย จากการแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากผลพวงของดาวเทียมไทยคมนั้น จะทำให้การแข่งขันของผู้ชมโดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาเป็นเครื่องมือเป็นไปอย่างเข้มข้น และทั้งนี้ทั้งปวงประชาชนคนไทยซึ่งเป็นผู้รับชมก็จะเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการแข่งขันดังกล่าวนั่นเอง

3. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและการตลาดที่เกิดขึ้นในระบบสังคม

จากบทที่ 5 ในตอนต้นที่ผ่านมา ท่านผู้รู้และผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ต่าง ๆ ในประเทศไทย ทั้งโทรทัศน์ในระบบ VHF และ เคเบิลทีวี ต่างได้ให้ข้อคิดเห็นและวิเคราะห์ถึงผลกระทบทางบริบทสังคมที่จะเกิดขึ้นจากสภาพตลาดและการแข่งขันในธุรกิจโทรทัศน์ที่ทุกท่านมองว่า "จะมีการแข่งขันรุนแรงขึ้นในอนาคต" ซึ่งส่วนใหญ่ผลกระทบต่าง ๆ เหล่านั้นจะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากปัจจัยและสภาพการแข่งขันของตลาดในยุคที่ "ความต้องการและการตอบสนองต่อผู้บริโภคเป็นใหญ่" ที่ทำให้เกิดสภาวะ "การแข่งขันลึกลับร้ายกาจ" รวมไปถึง "การผลิตรายการให้ทันต่อความต้องการของตลาด" ดังนั้นการแข่งขันและการริบเร่ผลิตรายการต่าง ๆ ย่อมทำให้รายการโทรทัศน์สำเร็จรูป หรือรายการโทรทัศน์ของต่างประเทศที่มีคุณภาพในการผลิตและเนื้อหาของรายการมีไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการบริโภค อันจะเป็นเหตุให้เกิด

1. ปัจจัยและการผันแปรทางเศรษฐกิจในเรื่องของราคาภาพยนตร์ต่าง ๆ อาจมีความเป็นไปได้ทั้งในรูปของ

- 1.1 การที่ผู้ประกอบการจะต้องมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในการจัดหารายการมาออกอากาศ
- 1.2 ในแง่ของราคาค่าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ต่าง ๆ อาจเป็นได้ที่เจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ผลิตจะมีการ “โก่งราคา” เพิ่มขึ้น
- 1.3 เจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้ผลิตมีการใช้กลยุทธ์ขายราคาถูกลงและเน้นขายปริมาณที่มากขึ้นเพื่อให้ได้ยอดขายรวมมีราคาสูง โดยใช้วิธีการขายราคาต่ำแต่จะขายให้กับทุกสถานีก็เป็นได้

2. เมื่อรายการคุณภาพดีหรือรายการจากต่างประเทศมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาจเป็นเหตุทำให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและการตลาดในลักษณะ

- 2.1 ผู้ประกอบการที่มีฐานผู้ชม รวมทั้งมีทุนทรัพย์ที่มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งอาจหมายถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดจะมีอำนาจต่อรองในการเลือกซื้อรายการคุณภาพดีได้มากกว่า
- 2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์บางราย โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีเงินทุนและอำนาจในการต่อรองในการซื้อรายการมากเพียงพอ จะทำการซื้อรายการที่มีคุณภาพต่ำลง และมีราคาไม่สูงนักมาทำการแพร่ภาพเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้
- 2.3 ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายย่อย หรือผู้ประกอบการหน้าใหม่ในวงการ ไม่สามารถอยู่ในตลาดได้ในระยะเวลานาน อาจจะดำเนินธุรกิจได้เพียงไม่นาน ก็จำเป็นต้องล้มเลิกกิจการไป เนื่องจากขาดทุน

2.4 การซื้อรายการจากต่างประเทศอาจทำให้สัดส่วนของดุลย์การค้าเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการรั่วไหลของเงินตราไปสู่ผู้ผลิตหรือเจ้าของรายการต่างประเทศขึ้น

2.5 ประชาชนจะมีการใช้จ่ายในการบริโภครายการโทรทัศน์มากขึ้น เช่น ถ้าต้องการรับชมรายการของเคเบิลทีวีก็จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หรือ การปรับปรุงคุณภาพในการรับชมสัญญาณโทรทัศน์ระบบ VHF จำเป็นต้องติดตั้งเสาอากาศรับสัญญาณให้สูงขึ้นกว่าความสูงของอาคารที่บดบังคลื่นสัญญาณที่เป็นเหตุให้การรับชมไม่ได้ภาพที่คมชัด หรืออาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายติดตั้งจานรับสัญญาณเพื่อดักรับสัญญาณโดยตรงจากดาวเทียมที่สถานีโทรทัศน์ใช้เพื่อทวนสัญญาณไปต่างจังหวัด

2.6 ตลาดการรับสัญญาณโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือนหรือ DTH ในระยะแรกจะเป็นตลาดของผู้มีรายได้สูง ซึ่งเป็นกลุ่มชนระดับ A หรือ B ที่ไม่ใช่กลุ่มชนส่วนใหญ่ของประเทศที่มีลักษณะเป็น “มวลชน” (Mass)

2.7 เศรษฐกิจและรายได้ของกลุ่ม “มวลชน” เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจหลักที่สำคัญ ที่ทำให้ไม่สามารถซื้อหาชุดอุปกรณ์และจานรับสัญญาณดาวเทียมมาใช้แทนเสาอากาศแบบไดโพล ซึ่งโทรทัศน์ระบบ VHF จะมีฐานผู้ชมกลุ่ม “มวลชน” เป็นฐานใหญ่ซึ่งไม่อาจทอดทิ้งผู้ชมในกลุ่มนี้ได้

2.8 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ อัตราการขยายตัวและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของเจ้าของ

ผลิตภัณฑ์และบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนมากขึ้นในตลาด และมีการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดไปให้กับโทรทัศน์เฉพาะทางที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ชมได้ชัดเจน

3. จากผลกระทบในข้อ 1 และ 2 ในข้อย่อยที่ 2.1 ถึง 2.4 ผู้ประกอบการบางรายอาจหันไปเลือกใช้วิธีการ “ผลิตรายการเอง” หรือ “จ้างบริษัทรายย่อยที่รับจ้างผลิตรายการทำการผลิตรายการป้อนให้” ในประเด็นนี้ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพเศรษฐกิจและการตลาดในสังคมอาจพิจารณาได้หลายแง่ด้วยกัน คือ

3.1 ทำให้เกิดการสร้างอุตสาหกรรมต่อเนื่องเกิดขึ้น คือ อุตสาหกรรมการผลิตรายการ / ภาพยนตร์ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการผลิตรายการของประเทศไทยด้วย

3.2 ทำให้เกิดกระแสเงินทุนหมุนเวียนอยู่ในตลาดประเทศไทยเอง ไม่รั่วไหลไปต่างประเทศ

3.3 สามารถสร้างเสริมและยกระดับคุณภาพการผลิตรายการของผู้ผลิตในประเทศให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น และมีความเป็นไปได้ที่จะมีศักยภาพสูงที่จะพลิกสถานการณ์กลับเป็นผู้ขายรายการออกไปให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ต่างประเทศได้ อันจะนำมาซึ่งรายได้เข้าสู่ประเทศไทยทางหนึ่ง

4. ผลกระทบทางการตลาดที่น่าจะเกิดขึ้นในระยะยาว คือ จะมีการร่วมมือกันลงทุนในเรื่องของชุดอุปกรณ์รับสัญญาณ (IRD) ระหว่างกัน คือ สามารถที่จะรวมตัวกันในระบบ DTH โดยใช้ชุดอุปกรณ์ในการรับสัญญาณชุดเดียวกัน และสามารถจัดสรรด้านผลประโยชน์ได้ โดยใช้เทคโนโลยีของการติดต่อสื่อสารกับดาวเทียมที่จะสามารถโปรแกรมและเลือกสื่อสัญญาณ



ส่งภาพให้แก่เฉพาะผู้ที่มีการลงทะเบียนสมาชิกที่ถูกต้องเท่านั้นจึงจะมีสิทธิ์รับชมรายการได้ ซึ่งน่าจะทำให้เกิดระบบ “ตลาดร่วม” หรือ Joint Marketing กันระหว่างผู้ประกอบการทุกรายในอนาคต

4. ผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านวัฒนธรรมและจริยธรรมของสมาชิกในสังคม

สืบเนื่องจากการแข่งขันในวงการธุรกิจโทรทัศน์ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของการแข่งขันกันเองในกลุ่มโทรทัศน์ VHF ด้วยกัน และในกลุ่มเคเบิลทีวีด้วยกัน หรือการแข่งขันระหว่างกลุ่มโทรทัศน์ VHF กับกลุ่มเคเบิลทีวีก็ตาม รวมไปถึงการขยายตัวของธุรกิจโทรทัศน์เองผนวกกับเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนก้าวหน้าขึ้นตลอดเวลา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สภาพการณ์ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถที่จะมีจำนวนช่องในการออกอากาศรายการเพิ่มมากขึ้น และสามารถที่จะออกอากาศรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังที่ปรากฏในบทที่ 5 นี้ ส่วนใหญ่ได้ให้ทัศนะไปในทิศทางเดียวกันว่า “การแข่งขันในเรื่องรูปแบบและเนื้อหารายการ” จะเกิดขึ้นมากที่สุด เนื่องจากการที่สถานีโทรทัศน์ใช้เวลาในการออกอากาศวันละประมาณ 20-22 ชั่วโมง สมมติว่ารายการ 1 รายการใช้เวลาออกอากาศ 1 ชั่วโมงก็จะเท่ากับในแต่ละวันจะต้องใช้รายการในการออกอากาศประมาณ 20-22 รายการเช่นกัน ซึ่งจำนวนการบริโภครายการต่าง ๆ ในแต่ละวันหากคำนวณเข้ากับจำนวนช่องสถานีที่มีการกล่าวกันว่าในอนาคตอย่างน้อยคงมีเพิ่มมากขึ้นได้ถึง 50 ช่อง - 100 ช่อง และคำนวณเข้ากับจำนวนวันในแต่ละปี ตัวเลขคร่าว ๆ ในการบริโภครายการ (สมมติให้ 1 รายการใช้เวลา 1 ชั่วโมง) ในรอบปีจะสูงถึงประมาณ 365,000 รายการ - 803,000 รายการทีเดียว (แต่ก็อาจจะมีการ Replay / Rerun บางส่วนด้วย)

สถานการณ์ดังกล่าวย่อมเป็นเหตุผลสนับสนุนได้อย่างชัดเจนว่า แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตคงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ว่า การ “แย่งชิงรายการดี ๆ” เพื่อมานำเสนอในแต่ละ

สถานี ย่อมเกิดขึ้นในอัตราที่สูง แต่ละช่องจำเป็นจะต้องจัดหาจัดซื้อหรือผลิตรายการให้ได้จำนวนมากที่สุดเพื่อให้เพียงพอสำหรับใช้ในการออกอากาศรายการของตน ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้การแข่งขันการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหารายการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก

จากแนวคิดทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่ในบทที่ 2 นั้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับในธุรกิจโทรทัศน์แล้ว “รายการโทรทัศน์ก็เปรียบเสมือนกับ “สินค้า” ประเภทหนึ่งในท้องตลาด” ที่ยุคสมัยปัจจุบันเป็นยุคที่สินค้าจะดำรงอยู่ในตลาดได้ต่อเมื่อสินค้านั้นต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงจะสามารถสร้างรายได้และผลกำไรให้เกิดขึ้นได้ตามมา ดังนั้นสินค้าสำหรับธุรกิจโทรทัศน์ซึ่งก็คือตัวรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศไปสู่ผู้ชมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของผู้ชม และคุณภาพในการผลิตจะต้องอยู่ในระดับดีที่ผู้ชมยอมรับได้ ซึ่งหากสินค้าหรือรายการโทรทัศน์ผลิตขึ้นไม่ตรงกับความต้องการแถมยังมีคุณภาพต่ำในการผลิตด้วยแล้ว รายการนั้น ๆ ก็จะถูกปฏิเสธจากผู้ชมและจะต้องเลิกผลิตไปในที่สุด เนื่องจากกลไกอัตโนมัติของการตลาดสมัยใหม่จะสร้างเงื่อนไขขึ้นมาควบคุมด้วยตนเอง

จากแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองแนวมาร์กซิสต์ที่เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ได้นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของตัว “ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์” เองในฐานะที่เป็น “สื่อสารมวลชน” นั้น มีแนวโน้มที่จะดำเนินการในเชิงของ “เศรษฐศาสตร์” มากขึ้น กล่าวคือในอดีตสื่อมวลชนจะทำหน้าที่เสนอข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ขึ้นในสังคมหรือคอยปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบพฤติกรรมในสังคมและทำหน้าที่เป็น Gate Keeper ในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร แต่ปัจจุบัน “ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์” มิได้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชนแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะมีเรื่องของ “ธุรกิจ” และ “ผลประโยชน์” เข้ามาเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานด้วย

การแข่งขันทางด้านรูปแบบและเนื้อหารายการในเชิงธุรกิจดังกล่าวก่อให้เกิดปริมาณความต้องการบริโภค (Demand) เนื้อหารายการ (Program) เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่หากเป็นรายการที่ผลิตในประเทศนั้น แม้ว่าผู้ผลิตรายการหรือผู้จัดรายการในตลาดมีปริมาณสูง แต่ผู้ผลิตรายการที่สร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพนั้นไม่ใช่ทุกรายทั้งหมด คงมีเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น และผู้ผลิตเหล่านั้นก็ไม่สามารถมีกำลังการผลิตได้มากกว่าที่ทำอยู่ได้ ดังนั้นรายการโทรทัศน์ประเภท “สูกเอาเผากิน” ย่อมเกิดขึ้นปะปนอยู่บ้าง ซึ่งคุณภาพของรายการประเภทสูกเอาเผากินดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อสังคมได้ในแง่ที่ทำให้จริยธรรมของคนในสังคมเสื่อมทรามลง หรือรายการคุณภาพต่ำเหล่านั้นอาจมีอิทธิพลต่อคนในสังคมในการสร้างพฤติกรรมเลียนแบบขึ้นได้

ถึงแม้ว่ารายการโทรทัศน์ประเภทสูกเอาเผากินที่มีคุณภาพต่ำทั้งในด้านเนื้อหาและการผลิตนั้น ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มแรกที่เกิดขึ้นไปจนถึงกว่าจะถูกการปฏิเสธและล้มหายตายจากไปจากธุรกิจโทรทัศน์ อาจจะเป็นระยะเวลาไม่นานนักก็ตามย่อมจะสร้างผลกระทบในแง่ก่อให้เกิดจริยธรรมและวัฒนธรรมที่ไม่ดีขึ้นในสังคมได้

ประเด็นดังกล่าวผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ทุกรายทั้งโทรทัศน์ VHF และเคเบิลทีวีเอง ได้ให้ทัศนะไว้ว่า “ควรจะมีมาตรการป้องกันอย่างจริงจังเพื่อที่จะไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อจริยธรรมและวัฒนธรรมของสมาชิกในสังคม” ทั้งนี้ พ.อ.ยศพล²⁰ จากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) ได้กล่าวว่า “ควรจะเป็นการรณรงค์สร้างจิตสำนึกของผู้ประกอบการทุกรายให้มีความรับผิดชอบและกลั่นกรองรายการก่อนที่จะนำออกอากาศเสนอต่อผู้รับชม” ในขณะที่ นายสุรินทร์²¹ จากสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย สทท.11 ก็มีทัศนะที่ใกล้เคียงกันว่า “ผู้ประกอบการสมควรเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงและควรมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อกลั่นกรองและเลือกสรรรายการที่มีคุณภาพดีมาเสนอต่อสังคม เพราะหากจะปิดความรับผิดชอบไปให้ผู้ชม

²⁰ พันเอกยศพล มีพรหม, เรื่องเดียวกัน.

²¹ สุรินทร์ แปลงประสพโชค, เรื่องเดียวกัน.

“เลือกถ่วงกรอง” ที่จะเลือกรับหรือเลือกปฏิเสธรายการคุณภาพเท่านั้น คงเป็นการไม่เหมาะสม เนื่องจากผู้ชมไม่ได้มีพื้นฐานในการตัดสินใจที่เท่ากัน รวมไปถึงการรับรู้ (Perception) และการรู้จักแยกแยะก็มีไม่เท่ากันเช่นเดียวกัน”

นายแสงชัย สุนทรวัฒน์²² ผู้อำนวยการองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับผลกระทบของโทรทัศน์ที่จะมีต่อระบบสังคมว่า ประเทศไทยไม่ควรจะเอาความรู้สึกชาตินิยมเข้ามามากเกินไป การเปิดรับความรู้จากรายการต่างประเทศต่าง ๆ จะช่วยให้คนไทยมีโลกทัศน์ที่กว้างไกลขึ้นและจะฉลาดขึ้น ดังนั้นจึงไม่ควรที่จะตีกรอบหรือปิดกั้นรายการต่างประเทศเพราะกลัวจะทำให้ประเทศไทยสูญเสียวัฒนธรรมอันดีงามไป ซึ่งจุดนี้คนไทยสามารถจะปลูกฝังได้จากเรื่องอื่น ๆ “วิธีต่อสู้กับวัฒนธรรมข้ามชาติที่มากับโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่ดีที่สุดก็ควรรับสัญญาณได้ วิธีที่ดีที่สุดก็คือ จะต้องนำเสนอรายการเพื่อความรู้เพื่อให้ผู้ชมรายการมีโลกทัศน์และสร้างให้คนไทยฉลาดขึ้น เพราะไม่มีมาตรฐานใดที่จะกำหนดว่า รายการใดไม่เหมาะกับใคร นอกจากจะวัดจากความรู้สึกส่วนบุคคลเป็นเครื่องตัดสิน” ดังนั้นเมื่อคนไทยสามารถเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง มีความฉลาดขึ้น ก็ย่อมที่จะมีดุลยพินิจที่จะตัดสินสิ่งที่ถูกต้องสมควรได้ด้วยตนเอง ดังนั้นหากจะมีการพิจารณารายการต่าง ๆ ควรจะมีเกณฑ์เฉพาะรายการที่ทำลายศีลธรรมอย่างชัดเจนและผิดกฎหมายของประเทศไทยอย่างแน่นอน เช่น การตามล้างตามแค้นไล่ฆ่ากันตามถนน แต่รายการดนตรีหรืออื่น ๆ ที่เคยได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าจะส่งผลเสียก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบนั้น นายแสงชัยให้ทัศนะว่าไม่ควรไปขีดห้าม เพราะเมื่อคนไทยรู้มากเห็นมาก และมีการส่งเสริมจริยธรรมจากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เพิ่มเติมเข้ามา คนเหล่านั้นก็จะสามารถเลือกรับและถ่วงกรองสิ่งที่ถูกที่ควรได้เอง

²² แสงชัย สุนทรวัฒน์, เรื่องเดียวกัน.