



2572 จุดสิ้นสุดใบอนุญาต หรือจุดเริ่มต้นของโทรทัศน์ยุคใหม่?

ตลอดกว่าทศวรรษที่ผ่านมาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยเผชิญการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ จากยุคที่โทรทัศน์เป็นสื่อหลักของครัวเรือนสู่ยุคที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเข้าถึงเนื้อหาผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สมาร์ททีวีและแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ทุกที่ทุกเวลา การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้ส่งผลเฉพาะต่อพฤติกรรมมารับชมเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจ รายได้จากโฆษณา และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมสื่อทั่วโลกอย่างมีนัยสำคัญ

ในประเทศไทย ใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลชุดปัจจุบันจะทยอยสิ้นสุดลงในปี 2572 ทำให้เกิดคำถามสำคัญว่า อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยควรเดินหน้าไปในทิศทางใดหลังจากนั้นหลายฝ่ายเรียกร้องให้มีความชัดเจนด้านนโยบายล่วงหน้า เพื่อให้สามารถวางแผนธุรกิจการลงทุนและการพัฒนาเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นข้อเสนอที่มีเหตุผลและควรได้รับการรับฟัง

ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมจำนวนไม่น้อยได้เสนอให้มีการกำหนด Roadmap หรือกรอบนโยบายสำหรับกิจการโทรทัศน์ภายหลังปี 2572 ที่มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อช่วยลดความไม่แน่นอนในการวางแผนธุรกิจและการลงทุนในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม การกำหนด Roadmap สำหรับกิจการโทรทัศน์ในอนาคตอาจไม่ใช่เพียงการตอบคำถามว่าจะต่ออายุใบอนุญาตหรือจัดสรรคลื่นความถี่ในรูปแบบใด หากแต่เป็นการตอบคำถามที่สำคัญยิ่งกว่า นั่นคือ **“ประเทศไทยต้องการระบบนิเวศสื่อและสตาร์ทอัพในรูปแบบใดสำหรับอนาคต”**

คำถามดังกล่าวมีความซับซ้อนมากกว่าที่เห็น เพราะเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เส้นแบ่งระหว่าง **“กิจการโทรทัศน์”** กับ **“แพลตฟอร์มดิจิทัล”** กำลังเลือนรางลงอย่างต่อเนื่อง



ผู้ชมจำนวนมากไม่ได้รับชมเนื้อหาผ่านช่องโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่รับชมผ่านบริการสตรีมมิง แพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้โดยตรง

ในอีกด้านหนึ่ง ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ไทยไม่ได้แข่งขันกันเองเฉพาะในระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินอีกต่อไป หากแต่กำลังแข่งขันกับผู้ให้บริการระดับโลกที่มีข้อได้เปรียบทั้งด้านเทคโนโลยี ข้อมูลผู้ใช้ และระบบโฆษณาที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลผู้ใช้ (Data-Driven Advertising) ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้โจทย์สำคัญของอุตสาหกรรมในปัจจุบันอาจไม่ได้อยู่ที่การจัดสรรคลื่นความถี่เพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่ความสามารถในการปรับตัวต่อภูมิทัศน์สื่อรูปแบบใหม่

รายงานของ Reuters Institute และองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

สะท้อนแนวโน้มร่วมกันว่า พฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนกำลังเคลื่อนตัวไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น ขณะที่หลายประเทศเริ่มปรับแนวคิดการกำกับดูแลจากการกำกับกิจการกระจายเสียงแบบดั้งเดิม ไปสู่การกำกับดูแลแพลตฟอร์มและระบบนิเวศดิจิทัลในภาพรวม

ภายใต้บริบทเช่นนี้ การกำหนดทิศทางกิจการโทรทัศน์หลังปี 2572 จึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน ทั้งแนวโน้มเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพการแข่งขัน การใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ และผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะในระยะยาว เพราะคลื่นความถี่ไม่ใช่เพียงทรัพยากรทางธุรกิจ แต่เป็นทรัพยากรสาธารณะที่ต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและประเทศโดยรวม

ในมุมมองของภาครัฐ การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนยังคงมีความสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและลดความไม่แน่นอนของ

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 150,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/พิเศษ

วันที่: ศุกร์ 5 มิถุนายน 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13178

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 70.29

Ad Value: 58,551.57

PRValue (x3): 175,654.71

คลิป: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: 2572 จุดสิ้นสุดใบอนุญาต หรือจุดเริ่มต้นของโทรทัศน์ยุคใหม่?

อุตสาหกรรม ขณะเดียวกัน ภาคธุรกิจเอง ก็คงไม่สามารถรอคำตอบจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียวได้อีกต่อไป ผู้ประกอบการจำนวนมากได้เริ่มปรับตัวจากการเป็นผู้ให้บริการช่องโทรทัศน์ ไปสู่การเป็นผู้ผลิตและกระจายเนื้อหาหลายแพลตฟอร์ม (Multi-platform Content Provider) เพื่อเข้าถึงผู้ชมในทุกช่องทางที่ผู้บริโภคใช้งานจริง

ท้ายที่สุดแล้ว ปี 2572 อาจไม่ใช่จุดสิ้นสุดของทีวีดิจิทัล หากแต่เป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบอุตสาหกรรมสื่อไทยครั้งใหม่ การออกแบบที่ไม่ได้มุ่งตอบคำถามเพียงว่า “จะต่อใบอนุญาตหรือไม่” แต่ต้องตอบให้ได้ว่า ประเทศไทยจะรักษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสื่อไทย ควบคู่ไปกับการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ และการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร

เพราะในโลกปัจจุบัน ผู้ชมไม่ได้เลือกสื่อจากเทคโนโลยีการส่งสัญญาณอีกต่อไป แต่เลือกจากคุณภาพของเนื้อหา ความสะดวกในการเข้าถึง และประสบการณ์ที่ได้รับจากการรับชม

ดังนั้น คำถามสำคัญจึงไม่ใช่ว่า “ทีวีดิจิทัลจะอยู่หรือไม่” หากแต่คือ “ประเทศไทยจะออกแบบอนาคตของอุตสาหกรรมสื่ออย่างไรในโลกที่เส้นแบ่งระหว่างโทรทัศน์และแพลตฟอร์มกำลังเลือนหายไปทุกวัน”

บทความนี้เป็นความเห็นส่วนบุคคลของผู้เขียน มิได้สะท้อนความเห็นหรือท่าทีของหน่วยงานหรือองค์กรใด

แหล่งข้อมูลประกอบการเขียน Reuters Institute Digital News Report, OECD Digital Economy Outlook, แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของ กสทช., ข้อมูลอุตสาหกรรมโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลจากหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 80,000
Ad Rate: 1,085

Section: First Section/ตลาดหุ้น

วันที่: ศุกร์ 5 มิถุนายน 2569

ปีที่: 32

ฉบับที่: 7921

หน้า: 13(ขวา)

Col.Inch: 41.95

Ad Value: 45,515.75

PRValue (x3): 136,547.25

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: เจาะกระดาน: ทวีติจิตัลไกลจอต่า



โมนิก้าและทีมงาน

monica.kaphoon@gmail.com

ทวีติจิตัลไกลจอต่า

☞วันนี้ “โมนิก้า” ขอพูดถึงบรรยากาศการลงทุนของตลาดหุ้นไทยแค่นี้หน่อย เพราะของมันเห็นกันอยู่แล้วว่า หุ้นไทยถูกขับเคลื่อนจากหุ้นใหญ่เพียงไม่กี่ตัว ก็ทำให้ดัชนีวิ่งทะลุแนวต้าน 1,600 จุดแบบชิล ๆ อีฉันถึงมองการขึ้นปิดที่ระดับ 1,594.79 จุด บวกไป 6.73 จุด ด้วยมูลค่าการซื้อขาย 8.97 หมื่นล้านบาท เป็นเรื่องที่คุณคนรับรู้อยู่แล้ว แต่สิ่งที่คุณคนยังไม่รู้คือ ดัชนีจะขึ้นเหนือระดับดังกล่าวได้นานไหม? พะยะคะ

☞เนื่องจากมีเสียงเตือนเบา ๆ จากผู้บริหารจดทะเบียนขนาดกลาง และขนาดเล็กถึงผลงานไตรมาส 2 อาจไม่ดี เพราะคำสั่งซื้อถูกอัดเข้ามาเป็นจำนวนมากในไตรมาส 1 ผวนกับเรื่องสงคราม “อิหร่าน” กับ “สหรัฐ” ก็ไม่มีที่ท่าจะจบลงในเร็ววัน รวมทั้งมีเรื่องสหรัฐ เตรียมรีดภาษีจากคู่ค้า 60 ประเทศอีก 10-12% ซึ่งไทยติดโผอยู่ในนั้นด้วยแบบนี้...แล้วโลกจะสงบสุขได้อย่างไรละคะ

☞เช่นเดียวกับประเด็นที่ทวีติจิตัลไกลถึงเวลาจอต่าเข้ามาทุกที กลายเป็นเรื่องที่ขาเผือกฆ่าที่มอยจนตั้งเข็งเขมมากขึ้นเรื่อย ๆ และชวนเหตุที่ทำให้เรื่องนี้ถูกพูดถึงอย่างหนักอีกครั้ง ก็เป็นผลมาจากรายงานขายหุ้นของพ่อหนุ่ม “พิชญ์” ซึ่งเป็นหัวเรือใหญ่แห่งอาณาจักร JAS ที่มีลักษณะดึ่มทิ้งเลยทำให้ผู้คนคิดกันไปถึงขั้นที่ว่า สงสัยไม่อยากจะทำทวีติจิตัล (โมนิ29) แต่สุดท้าย

ความจริงก็ปรากฏออกมาว่า เลขาการกรอกผิด! พร้อมกับยืนยันว่า **ยังถือหุ้น 49.87%** ขายออกเพียง 0.13% พร้อมกับประกาศคัดดาเป็นเจ้าพ่อกีฬาเต็มตัวนะจ๊ะ

☞ที่น่าสนใจคือเรื่องดังกล่าวเป็นช่วงเวลาไล่เรียงกับการเรียกร้องให้ กสทช. ออกมาแสดงความชัดเจนเกี่ยวกับใบอนุญาตที่ทวีติจิตัลของประเทศไทย ซึ่งกำลังจะหมดอายุในเดือน พ.ค. ปี 72 และจนปานนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ก็ยังไม่มีโรดแมปที่ชัดเจนว่า จะให้จัดการประมูลคลื่นความถี่ใหม่ หรือจะหาแนวทางเยียวยาอุตสาหกรรมต่อไปอย่างไร...แบบนี้ก็รอวันเด็ดสะมอเรื่อยงั้นดิยวชิคะ

☞เนื่องจากการแข่งขันทุกวันนี้ไม่ได้มีเฉพาะช่องต่าง ๆ ที่ต้องสู้กันเองเท่านั้น แต่ยังมีแพลตฟอร์มออนไลน์ (สตรีมมิ่ง) ระดับโลกที่เข้ามาร่วมแข่งด้วย ซึ่งเห็นได้จากทีวีทุกช่องมีการทำแพลตฟอร์มต่าง ๆ ควบคู่กันไป ไม่ว่าจะเป็น ทีวีออนไลน์, YouTube, Facebook เพื่อรักษากลุ่มผู้ชมคนรุ่นใหม่ “โมนิก้า” ถึงสงสัยว่า ในอนาคตจะเหลือกี่ช่องที่จะได้ไปต่อ และช่องเหล่านี้จะกล้าทุ่มเงินเพื่อซื้อใบอนุญาตเหมือนเมื่อก่อนอีกไหมเจ้าคะ

☞ประเด็นข้างต้นทำให้ “โมนิก้า” ต้องเอ่ยถึงช่องที่ทวีติจิตัลในอดีตมีมากถึง 36 ช่อง แต่ในปัจจุบันเหลือแค่ 20 ช่องรายการหลักที่ออกอากาศอยู่แบบนี้...ใครก็ดูออกว่า รายไหนจะไปต่อ! เพราะแค่เหลือบดูโฆษณา

ที่เข้ามาในแต่ละช่อง ก็ทำนายอนาคตได้ทันที อีฉันจึงขอทบทวนความจำกันสักนิดหนึ่งว่า ผังที่ทวีติจิตัลแบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ดังนี้ โดยเริ่มจากช่องสาธารณะมีทั้งหมด 5 ช่อง ซึ่งประกอบด้วย ททบ.5 HD, NBT HD, ThaiPBS HD, ALTV (ช่อง 4), และ T Sports 7 ซึ่งเป็นกลุ่มที่ลอยตัวสุด ๆ เพราะเป็นช่องที่ได้เงินอุดหนุนจากภาครัฐนะจะบอกให้

☞ส่วนที่เหลือเป็นช่องที่ต้องปากกัด-ตีนถีบทั้งนั้น ไล่ตั้งแต่ช่องข่าวสารและสาระมีทั้งหมด 3 ช่อง TNN 16, JKN 18, และ Nation TV 22 ส่วนช่องเด็กและวาไรตี้ (SD) มีทั้งหมด 5 ช่อง Workpoint 23, True4U 24, GMM 25, ช่อง 8 (CH8) 27, และ MONO29 และ ช่องทั่วไป (HD) มีทั้งหมด 7 ช่อง เริ่มจากช่อง 9 MCOT HD, ONE 31, ไทยรัฐทีวี 32, ช่อง 3 HD 33, AMARIN TV 34, ช่อง 7 HD 35, และ PPTV HD 36 พะยะคะ

☞เหล่านี้เป็นเรื่องที่แฟนคลับแต่ละช่องต้องตามดูกันไปเรื่อย ๆ เพราะราคาประมูลเริ่มต้นแต่ละหมวดหมู่ในอดีตมีตั้งแต่ 140 ล้านบาท และบางหมวดหมู่ก็เริ่มต้นที่ 1.51 พันล้านบาท “โมนิก้า” ถึงมองระยะเวลา 3 ปีต่อจากนี้ อะไรก็เปลี่ยนแปลงได้ เพราะเทคโนโลยีหลายอย่างเข้ามาแทนที่ของเดิมอย่างรวดเร็ว จนเกิดคำพูดที่ว่า คนทำช่องที่ทวีติจิตัลเหมือนเอาเงินมาเผาทิ้งทุกวัน..ยังจำกันได้ป่ะ! ■

56 ปียิงสดบอลโลกในไทย คำลิขสิทธิ์จากร้อยสู่พันล้าน



เขย่าสนาม

เมอร์คิวรี

pooh_nzaa@hotmail.com

ทากย้อนกลับไปเมื่อ 56 ปีก่อน การถ่ายทอดสด **ฟุตบอลโลก** ในประเทศไทยแทบไม่ใช่ประเด็นถกเถียงเรื่องความคุ้มทุนทางธุรกิจ แต่เมื่อเวลาผ่านไป ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยน เทคโนโลยีเปลี่ยน พฤติกรรมผู้ชมเปลี่ยน และที่สำคัญที่สุดคือ “ราคาลิขสิทธิ์” เกิดเปลี่ยนไปอย่างมหาศาลตามยุคตามสมัย

ในยุค **โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ** เมื่อช่วงระหว่างปี 1970-1998 คนไทยคุ้นเคยกับภาพการรับชมฟุตบอลโลกผ่านฟรีทีวี โดยมีรายได้จากผู้สนับสนุนและโฆษณาเข้ามาครอบคลุมต้นทุน จนเกิดเป็น “คำนิยามร่วม” ว่า ฟุตบอลโลกเป็นมหกรรมกีฬาที่คนไทย “ต้องได้ดูฟรี” แต่ปัจจุบันคำลิขสิทธิ์พุ่งทะยานขึ้นมามากหลายเท่าตัว

คำถามจึงไม่ใช่ว่า “คนไทยควรได้ดูบอลโลกฟรีหรือไม่” แต่เป็นคำถามว่า “ใครจะเป็นคนจ่าย” คำลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสด

จากหลักร้อยล้านสู่หลักพันล้าน จากฟุตบอลโลก 2002 ที่ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ เป็นเจ้าภาพร่วมกัน ถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในเมืองไทย เมื่อ **บริษัท ทศภาค จำกัด** ก้าวเข้ามาเป็นเอกชนรายแรกที่ซื้อลิขสิทธิ์ยิงสดในไทย ด้วยมูลค่าประมาณ 150 ล้านบาท ณ ขณะนั้น

หลังจากนั้นอีก 4 ปีต่อมา ในฟุตบอลโลก 2006 ที่เยอรมนี ราคาคำลิขสิทธิ์การ



ถ่ายทอดสดยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิม โดย บริษัท ทศภาค จำกัด ยังคงรับหน้าที่นำลิขสิทธิ์คือถูกหนึ่งเวสต์คัพ มาถ่ายทอดสดผ่านฟรีทีวีให้คนไทยได้รับชมแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายอีกครั้ง

แต่หลังจากนั้นต้นทุนเริ่มไต่ระดับขึ้นอย่างชัดเจน เริ่มต้นตั้งแต่ฟุตบอลโลก 2010 ที่แอฟริกาใต้ มีมูลค่าลิขสิทธิ์ยิงสดประมาณ 427 ล้านบาท โดย บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้คว่ำลิขสิทธิ์และเป็นยุคที่เจ้าของลิขสิทธิ์อย่าง สหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ หรือฟีฟ่า เริ่มเข้มงวดกับการบริหารสัญญาถ่ายทอดสดมากขึ้นจากการเกิดปัญหาการรับชมข้ามพรมแดนจากประเทศเพื่อนบ้าน

ในฟุตบอลโลก 2014 ที่บราซิล มูลค่าคำลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดยังอยู่ที่ราว 427 ล้านบาท แต่กลับกลายเป็นทัวร์นาเมนต์ที่สร้างแรงสั่นสะเทือนต่ออุตสาหกรรมสื่อไทยมากที่สุด

สาเหตุไม่ได้อยู่ที่ราคาลิขสิทธิ์ แต่อยู่ที่กฎ “Must Have” ของ **สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ** หรือ กสทช. ที่กำหนดให้คนไทยต้องได้รับชมมหกรรมกีฬาสำคัญผ่านฟรีทีวี

ผลลัพธ์คือเจ้าของลิขสิทธิ์อย่าง บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ไม่สามารถบริหารผลตอบแทนทางธุรกิจได้ตามแผนการตลาด และเกิดเป็นข้อพิพาททางกฎหมายยืดเยื้อ ก่อนที่ภาครัฐจะต้องเข้ามาชดเชยเป็นมูลค่าเกือบ 430 ล้านบาทเลยทีเดียว

จนกระทั่งเข้าสู่ฟุตบอลโลก 2018 ที่รัสเซีย ได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนสู่ยุคที่ไม่มีใครกล้าซื้อ และตลาดต้องเผชิญความจริงเมื่อลิขสิทธิ์ยิงสดฟุตบอลโลกพุ่งขึ้นสู่ระดับ 1,141 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเกือบ 8 เท่าจากฟุตบอลโลก 2002 และราคาที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่มีเอกชนรายใดตัดสินใจรับความเสี่ยงเพียงลำพัง

สุดท้ายรัฐบาลในขณะนั้นต้องทำหน้าที่

มติชน สุดสัปดาห์

Matchweek Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 478

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 5 - พุธสัปดาห์ 11 มิถุนายน 2569

ปีที่: 46

ฉบับที่: 2390

หน้า: 88(กลาง)

Col.Inch: 97.74

Ad Value: 46,719.72

PRValue (x3): 140,159.16

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: เขย่าสนาม: 56 ปียิงสดบอลโลกในไทย ค่าลิขสิทธิ์จากร้อยผู้พันล้าน

เป็นตัวกลาง รวบรวมภาคเอกชนรายใหญ่ 9 ราย ร่วมกันสนับสนุนงบประมาณจนสามารถปิดดีลได้สำเร็จ ประกอบด้วย

กลุ่มสนับสนุนเงินรายละ 200 ล้านบาท คือ เครือเจริญโภคภัณฑ์, ไทยเบฟเวอเรจ, บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์, ธนาคารกสิกรไทย, กอล์ฟ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์, คิง เพาเวอร์ ส่วนกลุ่มสนับสนุนเงินรายละ 100 ล้านบาท ได้แก่ ทีทีที โกลบอล เคมิคอล และกลุ่มสนับสนุนเงินรายละ 50 ล้านบาท ได้แก่ บางจาก คอร์ปอเรชั่น และคาราบาวตะวันออก

6 6 ปีให้หลัง สถานการณ์ยังไม่ได้ดีขึ้นในฟุตบอลโลก เมื่อ 2022 ที่กาตาร์ เมื่อมูลค่าลิขสิทธิ์ขยับไปแตะระดับ 1,400 ล้านบาท การเจรจายืดเยื้อจนถึงช่วงใกล้แข่งขัน ก่อนได้ข้อสรุปจากการสนับสนุนของกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือ กทปส. วงเงิน 600 ล้านบาท และระดมทุนเพิ่มเติมจากภาคเอกชนผ่าน การกีฬาแห่งประเทศไทย (กทท.)

แม้จะสามารถนำฟุตบอลโลกมาสู่หน้าจอคนไทยได้อีกครั้ง แต่คำถามเรื่องความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ก็ยังคงอยู่

ล่าสุด ในปีนี้กับฟุตบอลโลก 2026 ที่สหรัฐอเมริกา, เม็กซิโก และแคนาดา 3 ประเทศเป็นเจ้าภาพร่วมกันเป็นครั้งแรก ซึ่งฟีฟ่าได้เพิ่มจำนวนทีมจาก 32 ทีม เป็น 48 ทีม ทำให้จำนวนแมตช์เพิ่มจาก 64 นัด เป็น 104 นัด นั่นส่งผลต่อมูลค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วยตามจำนวนทีม และจำนวนแมตช์ที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม แม้มูลค่าเพิ่ม แต่ผลตอบแทนไม่เพิ่มตาม โดยเฉพาะการถ่ายทอดสดในไทยที่ไม่สามารถบริหารจัดการได้อย่างลงตัว ซึ่ง “เว็ลด์คัพ 2026” ฟังดูเหมือนสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่าง

ชัดเจน แต่ในมุมมองธุรกิจสื่อ เรื่องราวอาจไม่ได้สวยงามเช่นนั้น

แม้มูลค่าลิขสิทธิ์ที่ฟีฟ่าเสนอสำหรับประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 1,300 ล้านบาท แต่เมื่อรวมภาษี และค่าใช้จ่ายดำเนินการต่างๆ อาจแตะระดับ 1,700 ล้านบาท โดยปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในการถ่ายทอดสดในประเทศไทยคือ รายได้ที่ยากต่อการบริหารจัดการให้การลงทุนซื้อลิขสิทธิ์มาถ่ายทอดสดเกิดเป็นกำไรภายใต้ข้อจำกัดมากมาย

เว็ลด์คัพ 2026 ฉบับอเมริกาครั้งนี้โปรแกรมเตะส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงเช้ามีดตี้สองตีสาม ไปจนถึงช่วงเช้าเก้าโมงสิบโมงตามเวลาไทย ซึ่งไม่ใช่ช่วง “เวลาทอง” ของการขายโฆษณา ขณะที่สภาพเศรษฐกิจในประเทศไทยยังอยู่ในภาวะ “ชะลอตัว” งบโฆษณาของภาคเอกชนถูกใช้อย่าง “ระมัดระวัง” มากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น การรับชมสื่อของ “ผู้บริโภค” ในปัจจุบันแตกกระจายไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลจำนวนมาก ต่างจากยุคที่ทีวีทีวีเป็นช่องทางหลักเพียงไม่กี่ช่อง นั่นทำให้สมการธุรกิจของฟุตบอลโลกไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป...

ป ัญหาไม่ใช่คนไทยอยากดู แต่คือใครจะลงทุน เนื่องจากตลอด 56 ปีที่ผ่านมา มูลค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากหลักร้อยล้านสู่หลักพันล้านบาท และคนไทยได้ดูฟรีมาตลอด

แต่สิ่งที่เพิ่มขึ้นไม่ทันกัน คือความสามารถในการสร้างผลตอบแทนกลับคืน

ยิ่งราคาสูงขึ้น ความเสี่ยงยิ่งสูงขึ้น ยิ่งผู้ชมกระจายตัว รายได้โฆษณายังไม่แน่นอน และยิ่งเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้สนับสนุนก็ยิ่งตัดสินใจยากขึ้น ทำให้ฟุตบอลโลก 2026 จึงอาจเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยไม่ได้เผชิญปัญหาเรื่อง “หาเงินซื้อไม่พอ”

และกำลังเผชิญคำถามที่ใหญ่กว่านั้นคือ

เมื่อมูลค่าลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นทุกครั้ง “ความคุ้มค่าทางธุรกิจ” ยังเพิ่มขึ้นตามอยู่หรือไม่?

ท ายที่สุดแล้ว ฟุตบอลโลกครั้งนี้คนไทยคงจะไม่ได้ชมการแข่งขันแบบฟรีๆ เหมือนดังเช่นที่ผ่านมาหากยังไม่สามารถเจรจาลิขสิทธิ์กับฟีฟ่าได้สำเร็จ

แต่ก็ยังพอมีช่องทางในการรับชมการถ่ายทอดแบบถูกต้อง ย้ำว่าถูกต้อง ก็คือการรับชมผ่านทาง Live Stream ของแอปพลิเคชัน DAZN แบบเสียเงินรายเดือน ค่าใช้จ่ายก็จะเป็นไปตามแพ็คเกจอยู่ที่ราคา 19.99 ยูโรต่อเดือน

ฟุตบอลโลก 2026 คงจะเป็นครั้งแรกที่คนไทยจะรับชมการถ่ายทอดสดแบบเสียเงิน ไม่เหมือนกับครั้งที่ผ่านมา ที่ได้รับชมฟรีแบบไม่เสียเงินเลย จากเหตุผลทางธุรกิจที่การลงทุนไปแล้วไม่คุ้มค่า และไม่สามารถหากำไรได้ตามภาวะเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน ดังนั้น ถือเป็นโอกาสดีที่เราจะได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดในการชมฟุตบอลโลกกันเสียที

เพราะต้องยอมรับว่า ของฟรีไม่มีในโลกทางธุรกิจ! ●

ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก



ครั้งแรกที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก เกิดขึ้นหลังจากโลกสงบจากสงครามโลก ครั้งที่ 2 แม้จะเริ่มเข้าสู่ยุคของสงครามแห่งการ “ตีฝัก” หรือ “สงครามเย็น” ก็ตามที

นั่นคือ ฟุตบอลโลก ครั้งที่ 5 ปี 1954 ที่สวิตเซอร์แลนด์ ในระบบขาว-ดำ

จากนั้นฟุตบอลโลก ครั้งที่ 9 ปี 1970 ที่เม็กซิโก เป็นครั้งแรกที่ฟุตบอลโลก เดินทางไปยังทวีปอเมริกากลาง หรือ คอนคาเคฟ และนี่คือ “รุ่งอรุณแห่งฟุตบอลโลก”

มีการถ่ายทอดสดด้วยระบบ “ทีวีสี” เป็นครั้งแรก

ประเทศไทย ก็เป็นครั้งแรกที่มีการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก เทียมหน้าเทียมตานานาประเทศ นั่นคือคู่ชิงชนะเลิศ ซึ่ง บราซิล ต้อน อิตาลี ที่หมดแรงตั้งแต่เตะเกมแห่งศตวรรษ ในรอบตัดเชือกกับ เยอรมันตะวันตก(สมัยนั้น)

บอลจบสกอร์ 4-1 คนยุคนั้นและมีโอกาสได้ดูตอนนั้น ได้เห็นบอลโลกกับตา ซึ่งเป็นแม่ทัพแห่งตำนานอย่างแท้จริงที่ “ไข่มุกดำ” เปเล่ เป็นนักเตะที่ครองแชมป์โลกสมัยที่ 3 เป็นคนแรกและคนเดียวของโลกจนถึงทุกวันนี้ ขณะที่ มาริโอ ซากาโล่ เป็นคนแรก ที่เป็นแชมป์โลกทั้งการเป็นนักเตะและกุนซือ ที่สำคัญ

ก็คือ บราซิล ได้กรรมสิทธิ์ครอบครองถ้วยจูลส์ ริเมต์ แต่เพียงผู้เดียว ในฐานะแชมป์โลก 3 สมัยชาติแรก

ประตูปิดสนามของ คาร์ลอส อัลแบร์โต้ คือที่สุดแห่งความทรงจำ และถูกนำมาฉายทุกยุคทุกสมัยของเว็ลด์คัพ

ครบ.....จากนั้นคนไทยได้ดูฟุตบอลโลกกันมาโดยตลอด จนกระทั่งมีการถ่ายทอดสดครบทุกแมทช์ปี 1990 ที่ประเทศอิตาลี เป็นเจ้าภาพ ก่อนจะเข้าสู่ยุค “ชมฟุตบอลโลก โดยไม่มีโฆษณา” ปี 2002 กับการเข้ามาของ บริษัท ทศภาค ต่อด้วยการมาของ RS ในปี 2010

ก็มีการถือกำเนิดของกฎ “Must Have” ในเดือนธันวาคม 2012 โดย คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. เป็นผู้ประกาศหลักเกณฑ์นี้ขึ้น และเป็นกฎข้อบังคับให้ บอลโลก เป็น 1 ใน 7 ชนิดกีฬาที่ต้องถ่ายทอดสดให้ชมแบบฟรี

ความน่าสนใจก็คือ เอกชนเองก็แทบจะไม่อยาก หรือ ไม่กล้าจะลงทุน เพราะมีเคล็ดที่ RS ได้ซื้อลิขสิทธิ์นี้มาตั้งแต่การออกประกาศ ทำให้เกิดการฟ้องร้อง แม้ RS จะได้เงินคืนมากกว่า 300 ล้านบาท แต่มันคุ้มชะทีไหน

ที่นี้ความน่าสนใจก็คือ ในบอลโลกปี 2022 กสทช.ก็ต้องจ่ายออกไปเอง 600 ล้านบาท ผสมกับบริษัทเอกชนที่มาลงขันอีกไม่ได้ยิ่งหย่อนกว่ากัน เพราะลิขสิทธิ์ที่ถูกลักพั้นล้าน

ส่งผลให้ เมื่อ 2 เมษายน 2024 บอร์ด กสทช.มติเอกฉันท์ 7-0 เสียง ให้ถอดบอลโลกออกจากกฎ Must Have เท่ากับเป็นการ “เปิดทาง” ให้กับเอกชนได้มีโอกาสซื้อลิขสิทธิ์มาถ่ายทอดสด



ไม่ต้องอยู่ในสถานการณ์ “ลิงแแก่” อีกต่อไป หากจะว่ากันถึง “โทมไลน์” ระยะใกล้สุดก็คือ เมื่อ 5 พฤษภาคม 2026 ที่ผ่านมา นายอนุทิน ชาญวีรกูล นายกรัฐมนตรี ประกาศว่า ต้องทำให้มีครับ

“.....เพราะทุกรัฐบาล คำทำให้คนไทยได้ดูบอลโลก แล้วรัฐบาลจะมีข้อยกเว้นได้หรือ”

11 พฤษภาคม 2026 ผลประชุมหารือร่วมกับสำนักงาน กสทช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เรื่อง การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2026 เวลา 15.30 น. ณ สำนักงาน กสทช. หอสมุดวชิราวุฒิ กรุงเทพมหานคร

12 พฤษภาคม 2026 มีการประชุมสื่อมวลชน “ถ่ายทอดสดบอลโลก” โดย กรมประชาสัมพันธ์ เสนอเรื่องเข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรี(ครม.) โดยให้ กสทช. สนับสนุนงบประมาณ พร้อมกับ “เปิดช่อง” ให้ภาครัฐ-เอกชน ร่วมสนับสนุน

ในที่แรกแล้วว่า กสทช. มีความประสงค์ว่าจะไม่มีการขายโฆษณา มีเพียงโฆษณาภาพลักษณ์ กสทช./กปส. โดยให้ทาง กปส. เป็นเจ้าภาพ ในการดูแลเห็นสัญญาต่าง ๆ

กสทช. เน้นย้ำต้องถ่ายเป็น Ku-band เท่านั้น จะถ่ายเป็น C-Band ไม่ได้ เนื่องจากสัญญาจะหลุดไปต่างประเทศ (Spill Over) สำคัญคือ อาจต้องยกเว้นข้อกฎหมายเรื่อง Must Carry เฉพาะ C Band เนื่องจาก ไฟฟ้า มีกฎที่จะต้องบริหารจัดการไม่ให้สัญญาหลุดไปต่างประเทศ

หลายท่านคงจำได้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กฎ “Must Have” และ “Must Carry” กลายเป็นประเด็นสำคัญในวงการโทรทัศน์ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาระดับโลก และไม่จำเป็นต้องบังคับถ่ายทอดสดตามกฎนี้

เวลานี้ บอลโลก ไม่ใช่ Must Have แต่คือ Have มัยนี้ในประเทศไทย กฎ Must Carry ถูกนำมาใช้โดย

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงเนื้อหาสำคัญได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยกำหนดให้ผู้ให้บริการทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวีต้องออกอากาศช่องทีวีดิจิทัลที่ภาครัฐกำหนด ซึ่งรวมถึงช่องข่าว ช่องความรู้ และรายการกีฬาที่ถือว่าเป็นสาธารณะ

13 พฤษภาคม 2026 หลังคณะรัฐมนตรีมีมติถ่ายทอดสด รัฐบาลได้สั่ง 7 หน่วยงานหลัก ประสานสืบทัดเพื่อเตรียมพร้อมรับการยิงสดให้ทันเวลาและถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์สากล

18 พฤษภาคม 2026 กสทช.ระบุว่า เกินงบ 600 ล้านที่จะให้การสนับสนุน เนื่องจากค่าลิขสิทธิ์ทะลุไปกว่า 1,000 ล้านบาท

19 พฤษภาคม 2026 น.ส.ศุภมาส อิศรภักดี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ออกมายืนยันว่า ไร่เอกชนมารวมสนับสนุน และเกินกำลังของภาครัฐ อีกทั้งราคาแพงไม่คุ้ม

เวลานี้ไม่รู้ยังงี้ ใครจะซื้อ แต่ที่แน่ ๆ คนไทยหลายคน “อยากรับชม” แบบถูกต้อง

พร้อมจ่ายแบบเบี่ยทีวีก็ได้ ไม่ติด และจะได้ไม่มีปัญหา ยิ่งไปกว่านั้นที่ต้องแก้คือ “ติดลิขสิทธิ์” ที่มีมานานเกินไป จนหลายชนิดกีฬาไปต่อไม่ได้ อาทิ มวยโลกสถาบันสำคัญ ๆ เป็นต้น

ที่ผ่านมาตลอดตาปีตาชาติ หลายช่องถ่ายทอดกีฬาฟรีแล้วยังโดนด่าด้วย อาทิ กรณีจอตา ที่เขามีวิธีแก้ไขให้ตั้งนานแล้วแต่มนุษย์ชี้เหมือนถนัดแค่คอมเมนต์เท่านั้น

นั่นเพราะ “ปัญหาเรื่องเทคนิค” ที่ประเทศไทย มีปัญหา

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,600

Section: วาไรตี้/กีฬา

วันที่: ศุกร์ 5 มิถุนายน 2569

ปีที่: 47

ฉบับที่: 16468

หน้า: 20(บน)

Col.Inch: 137.29 Ad Value: 219,664

PRValue (x3): 658,992

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: Dream For All บอลโลก 2026: ถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก

“Code รหัสหลุด” ตามรายงานคือถูก อินโดนีเซีย จักรหัสดังกล่าวได้ ทำให้ถูกปล่อยให้งานเพื่อนำไปใช้ นั้นเพราะเทคโนโลยีด้านเทคนิค เราเป็นรอง เนื่องจากไทย ยังใช้ รหัส BISS key อยู่ ดังนั้น C band เครื่องรับ จึงถูกจักรหัสได้

เช่นเดียวกับเรื่องของราคาของประเทศต่างๆ ที่มัน “ไม่ตรงกัน” โดยปกติแล้ว ไฟฟ้า จะพิจารณาจากหลากหลายเหตุผล ข้อบังคับทางกฎหมายของประเทศปลายทาง, ราคาจากการซื้อครั้งที่ผ่านมา, ใครเป็นคนตั้งซื้อ, ดิสตรงหรือผ่านเอเย่นต์, ภูมิรัฐศาสตร์, สภาพเศรษฐกิจ, การผ่านเข้ารอบ, เป็นคู่ค้าโดยตรงกับไฟฟ้าหรือไม่, ผลกระทบต่อมวลรวมในประเทศ(จีพีดี) และกลไกทางการตลาด นี่คือ อาทิ

ราคาแรก หากรัฐบาลซื้อนั้นหมายความว่า ไฟฟ้าอาจจะมองว่าราคาที่ขายให้รัฐเป็นการนำมาจากบรรทัดฐานที่สร้างมาจากครั้งที่แล้ว และเมื่อราคาลงลงนั้นอาจเป็นเรื่องของ กลไกทางการตลาด ถูกผิดประการใด อย่างน้อยนี่คือสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจ และศึกษาไปด้วยกัน

นับจากวันนี้เหลืออีก 1 สัปดาห์พอดีบอดี้ ยังไม่มีการยืนยันว่า “ใครซื้อลิขสิทธิ์บอลโลกถ่ายทอดสดในเมืองไทย” ถือว่าช้าที่สุดเป็นประวัติการณ์

มีแต่ “ข่าวลือ” ว่าค่ายนั้น, แอปนี้ จะซื้อ แต่ก็ไม่มีการยืนยันออกมา “อย่างเป็นทางการ”

จาก AIS, TRUE มายัน กสทช.จนมาถึงโดยเฉพาะ JAS บริษัท จัสมิน อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) “อาจจะ” ซื้อลิขสิทธิ์ แบบบอกรับสมาชิก(Pay Per View) หลังจากมี “บทวิเคราะห์” จาก บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย (KS Securities) ว่า ควรใช้บอลโลกในการ “ปิดช่องว่าง” ช่วงที่บอล “พรีเมียร์ลีกอังกฤษ” ปิดซีซั่น เพื่อรักษารฐานสมาชิกเอาไว้

ซึ่งยังไม่ได้มีการยืนยันว่า JAS ว่า การเจรจาดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจริงหรือไม่ เพราะถ้าหากไม่รักษาสมาชิก แล้วปล่อยให้เดินทางไปเสาะหาการรับชมผ่าน “ช่องทางธรรมชาติ” เกรงว่าเส้นทางนี้เป็นการ “ปล่อยเสือเข้าป่า” และอาจจะไม่กลับมาอีกต่อไป แต่อย่าลืมนะว่า จำนวนเงินที่ซื้อไม่ได้ต่างจากตัวเลขแรกแต่อย่างใด

กอบกับวันศุกร์นี้ จะมีการเปิดตัวแพ็คเกจใหม่ อย่างเป็นทางการ ที่นี้ก็จะได้รู้

อุปทานหมู่ หรือได้ดูจริง

บี แคลมสิงห์