



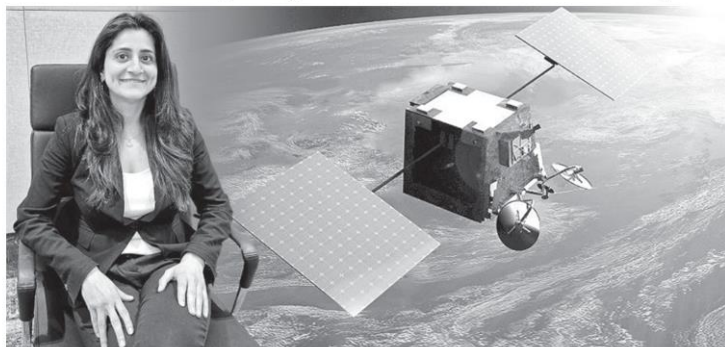
## ดาวเทียม OneWeb ใช้ไทยเป็นฮับภูมิภาค

ไม่เป็นข่าวกรีกโครมเท่าใด แต่ไม่เกินเดือน ก.ย.2567 นี้ ผู้ให้บริการดาวเทียม OneWeb จากประเทศอังกฤษ จะเริ่มต้นให้บริการเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย หลังจากการก่อสร้างสถานีเกตเวย์ภาคพื้นดิน (SNP) แล้วเสร็จภายในเดือน ก.ค. และจะใช้เวลา 1 เดือน จากนั้นทดสอบการเชื่อมต่อ เพื่อให้มันใจก่อนเปิดให้บริการเชิงพาณิชย์ในเดือน ก.ย.ที่จะถึง

การได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ทำให้ OneWeb กลายเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ผ่านดาวเทียมรายแรกของประเทศไทย โดยเป็นการเข้ามาร่วมลงทุนกับบริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) หรือ NT เนื่องจากประเทศไทยไม่อนุญาตให้ดาวเทียมต่างประเทศเข้ามาลงทุน หรือให้บริการโดยตรงได้ ต้องผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรสัญชาติไทยเท่านั้น

ใบอนุญาตที่ OneWeb และ NT ได้รับการอนุมัติผ่านที่ประชุมบอร์ด กสทช.เมื่อวันที่ 27 พ.ค.2567 ประกอบด้วย 1.ใบอนุญาตให้ใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมต่างชาติในการให้บริการในประเทศ (Landing Right) สำหรับโครงข่ายดาวเทียม OneWeb โดยมีระยะเวลา 5 ปี 2.ใบอนุญาตบริการขายความจุดาวเทียม (Satellite Network Capacity) ตามระยะเวลาใบอนุญาตของ NT ที่จะสิ้นสุด ก.ย. 2568 3.ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ ตั้งสถานีเกตเวย์ภาคพื้นดินและใช้เครื่องวิทยุคมนาคม ระยะเวลา 5 ปี

กว่าจะได้ใบอนุญาตจาก กสทช. OneWeb ต้องเผชิญวิบากกรรมไม่น้อย บอร์ดใช้เวลาพิจารณานาน เนื่องจากบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ให้บริการดาวเทียมไทยภายใต้ใบอนุญาต



กสทช. ส่งหนังสือขอความเป็นธรรม  
กรณีอนุญาตให้ผู้ประกอบการ  
ดาวเทียมต่างชาติเข้ามาให้บริการ  
ในไทย ซึ่งจะทำให้เกิดการแย่งชิง  
ฐานลูกค้าอย่างไม่เป็นธรรม แต่

ในที่สุดบอร์ด กสทช.ก็อนุมัติให้ **OneWeb** เข้ามาให้บริการได้

OneWebเป็นผู้ให้บริการดาวเทียมจากประเทศอังกฤษ ซึ่งเพิ่งควบรวมกิจการกับ  
Eutelsat Group จากฝรั่งเศส ภายใต้ชื่อใหม่ Eutelsat OneWeb เป็นผู้ให้บริการ  
ดาวเทียมรายเดียวในโลก ที่มีทั้งดาวเทียมวงโคจรค้างฟ้า (GEO) จำนวน 35 ดวง  
และดาวเทียมวงโคจรต่ำ (LEO) 634 ดวง

สำหรับในไทย OneWeb เตรียมให้  
บริการโครงข่ายดาวเทียมวงโคจรต่ำ หรือ  
Low Earth Orbit (LEO) ซึ่งร่วมกับ NT  
ส่วนการให้บริการ (Service) ทำตลาดผ่าน  
พันธมิตรการจัดจำหน่าย (DPS) 3 ราย ได้แก่  
NT, บริษัท เนชั่นสเปซและเทคโนโลยี จำกัด  
Ltd (NSAT) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง  
NT และไทยคม และบริษัท มิว สเปซแอนด์  
แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด (MuSpace)

นาย อิทธานี รองประธานกรรมการภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก OneWeb  
เปิดเผยข่าวแผนธุรกิจของ OneWeb ในประเทศไทยว่า จุดแข็งของดาวเทียม  
LEO คือการให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ที่มีความหน่วงต่ำ (Low Latency)  
ทำให้เชื่อมต่อได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่ดาวเทียม GEO มีระดับความสูงที่ประมาณ  
36,000 กม. แต่ละดวงครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1/3 ของพื้นผิวโลก ดาวเทียม  
GEO จึงมีจุดเด่นด้านบริการที่ครอบคลุม

“ดาวเทียม OneWeb LEO โคจรรอบโลกที่ระดับความสูง 1,200 กม.  
หรืออยู่ใกล้โลกมากกว่าดาวเทียม GEO เกือบ 30 เท่า ครอบคลุมพื้นที่เล็กกว่า จึง

จำเป็นต้องมีความเชื่อมโยงจำนวนมากเพื่อครอบคลุมพื้นผิวโลกทั้งหมด ทำให้เข้าถึงพื้นที่ที่การเชื่อมต่อเข้าถึงยากทั้งในภาคพื้นดินที่ห่างไกล มหาสมุทรและท้องฟ้า เป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารบนเรือเดินทะเล เครื่องบิน และสถานที่ห่างไกล บนบก ลูกค้าเป้าหมายของ OneWeb ส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้าองค์กรธุรกิจ การให้บริการเป็นลักษณะเสริมความสามารถของดาวเทียม GEO มากกว่า”

OneWeb ซึ่งให้บริการดาวเทียมทั่วโลก มองว่าบริการดาวเทียมไม่สามารถจำกัดพื้นที่ได้ เพราะดาวเทียมอยู่บนฟ้า อาณาบริเวณที่ให้บริการครอบคลุมกว้างใหญ่ไพศาล อย่างไรก็ตาม OneWeb พร้อมปฏิบัติตามกฎระเบียบของประเทศที่เข้าไปดำเนินธุรกิจในส่วนประเทศไทยจึงทำร่วมเป็น

พาร์ตเนอร์ไทย สำหรับการลงทุนร่วมกับ NT ในครั้งนี้มีมูลค่า 25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หลักๆเป็นการสร้างสถานีเกตเวย์ที่ อ.สิรินธร จ.อุบลราชธานี ใช้เป็นฮับในภูมิภาคเนื่องจากประเทศไทยมีภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมกับวิถีวงโคจรของโครงข่ายดาวเทียม LEO ด้วยความจุประมาณ 5 gbps โดยจะให้บริการครอบคลุมภูมิภาคอินโดจีน ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ และไต้หวัน

ส่วนเมื่อถามว่าการเข้ามาของ OneWeb จะส่งผลต่อราคาบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์สำหรับผู้บริโภคชาวไทยหรือไม่ รองประธานกรรมการภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก OneWeb บอกว่าพูดยาก เพราะปัจจุบันไม่อาจกล่าวได้ว่าการลงทุนในดาวเทียม LEO มีมูลค่าต่ำกว่าดาวเทียม GEO เพราะมีปัจจัยแวดล้อมมากมายที่ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น แต่คุณภาพบริการผ่าน LEO มีจุดเด่นเรื่องความเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล เข้าถึงยาก ซึ่งนั่นจะเป็นทางเลือกที่ทำให้คุณภาพของบริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในพื้นที่ห่างไกลดีขึ้นอย่างแน่นอน.

ศุภิกา ยิ้มละมัย



นสพ. เดลินิวส์ ฉบับประจำ วันอังคารที่ 18 มิถุนายน 2567

..... ❖ เศรษฐกิจไทย ที่ซบเซา ยังไม่มี สัญญาณฟื้นตัว...เนื่องจากช่วงที่ผ่านมา รัฐบาล บริหารเศรษฐกิจยังไม่เป็นขั้นเป็นอัน..... ❖ หน่วยงานที่พวยพุ่ง เป็นหลักอยู่ในปัจจุบันก็คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือ ธปท. ...ไม่ยอม โอนอ่อนไปตาม คำขู่ คำขอ ของรัฐบาล...ที่ออกมาพูดให้ ธปท.ลดดอกเบี้ย

ตั้งแต่เข้ามาเป็นรัฐบาลใหม่ ๆ...พูดไปพูดมา รัฐบาล ก็ไม่ได้อย่างที่หวัง..... ❖ คณะกรรมการนโยบายการเงิน หรือ กนง. ประชุมมาหลายครั้ง...ยังมีมติคงดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 2.5 เปอร์เซ็นต์..... ❖ และในการประชุม กนง.เมื่อ เดือน มิ.ย. ที่ผ่านมา...คณะกรรมการกนง.ยังให้คงดอกเบี้ย ด้วยมติ 5 ต่อ 2 เสียง..... ❖ แต่ใน เดือน มิ.ย. ที่เพิ่งประชุม ไปเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา...คณะกรรมการกนง. กลับมีมติ 6 ต่อ 1 ที่ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายเอาไว้เท่าเดิม..... ❖ นายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน มั่นใจว่าธปท.คงไม่ยอมลดดอกเบี้ยแน่...จึงไม่แสดงความเห็นเกี่ยวกับการประชุม ของคณะกรรมการกนง.ออกมา..... ❖ เพราะคิดว่าพูดอะไรออกไปแล้ว...มีแต่ก่อให้เกิดการขัดแย้งขึ้น...ซึ่งไม่เป็นผล ดีต่อรัฐบาล สายตาของนักลงทุน...โดยเฉพาะนักลงทุนจากต่างชาติ..... ❖ ยอมรับว่า ธปท.ก็คงมี ข้อมูล ในการตัดสินใจ...รัฐบาล ต้องหาวิธีการอื่นไปช่วยประชาชนแทน..... ❖ ข้อมูลที่ ธปท. มี “อันดามัน” คิดว่าคงมีเหตุผลเพียงพอ กับการคงอัตราดอกเบี้ยของไทยไว้..... ❖ หากตัดสินใจลดดอกเบี้ยก่อนที่ธนาคารกลางสหรัฐ หรือเฟด จะลด ดอกเบี้ย...สิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือเงินทุนก็จะไหลออกเคลื่อนย้ายจากประเทศไทยไปยังสหรัฐ...ถ้าเงินบาท จะ อ่อนลง อีก..... ❖ สินค้านำเข้า โดยเฉพาะ น้ำมัน...ราคา ก็จะมีสูงขึ้นไปอีก...ค่าครองชีพ สินค้าที่แพงอยู่แล้ว ก็จะมีปรับขึ้น ไปอีกอย่างแน่นอน...ตลาดหุ้น ที่ย่าแยคงจะโดน ถล่มขาย และเทมากกว่านี้..... ❖ ต่อให้นายกฯ เศรษฐา นั่งเครื่อง บินไปขายผ้าชาวผ้าอีกก็ทริบต่อก็ทริบ...ความเชื่อมั่น ของประเทศก็คงยากที่จะฟื้นคืนมาได้..... ❖ เห็นข่าวการแต่งตั้ง

ตั้งลูกชายของ “บิ๊กแป๊ะ” อดีตผู้จัดการทีมฟุตบอล ประเทศไทย...เข้ามาเป็น เลขานุการ รัฐมนตรีช่วยว่าการ กระทรวงการคลัง จุลพันธ์ อมรวิวัฒน์...ทำเอาผู้คนตะลึง กันไปทั่วประเทศ..... ❖ ที่กล้าเอาคนที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ ก.ล.ต. กล่าวโทษใน คดีปั่นหุ้น...เข้ามายุ่งเกี่ยวในกระทรวงการคลัง...ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจควบคุม ก.ล.ต. โดยตรง... อาจทำให้ เสื่อม ไปทั้งพรรคเพื่อไทย..... ❖ สุดท้ายรมช. คลัง จุลพันธ์ อมรวิวัฒน์ แสดงความเป็นลูกผู้ชายเต็ม

ตัว...ออกมาแอนด์อกรับผิดแต่เพียงผู้เดียว...และได้อนุมัติให้  
เลขานุการตัวปัญหา ลาออก จากตำแหน่งไปแล้ว.....  
ได้ยืนยันว่าคดีปั้นหุ่นที่ ก.ล.ต. กล่าวโทษเป็นขบวนการใหญ่  
มาก...ทำหุ่นมาหลายตัวด้วยกัน...มีชื่อลูกชายของอดีตนาย  
แบงก์หญิงใหญ่เป็นตัวหลักอีกคนหนึ่ง..... ในวันที่ ตัว  
ละครอื่น ถูกเปิดออกมา...“อันดามัน” ไม่นั่นใจว่าบางคนใน  
กลุ่มนี้ จะไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการปั้น หุ่นสตาร์ค ด้วยหรือ  
เปล่า..... ทำกันแบบนี้ไม่ได้เกรงกลัวอะไร...จึงไม่น่าแปลก  
ใจที่ตลาดหุ้นไทยจะตกลงไปเรื่อย ๆ...เนื่องจากนักลงทุนทั้ง  
ในและต่างประเทศขาดความเชื่อมั่น...เพราะไม่รู้ว่าจะฝ่าย  
การเมืองจะเข้ามาแทรกแซงอะไรตลาดหุ้นตลาดทุนอีก  
หรือเปล่า..... ฟุตบอลยูโร 2024 ที่เริ่มเปิดการแข่งขันไป  
เมื่อสุดสัปดาห์ก่อน...โดยมีประเทศ เยอรมนี เป็นเจ้าภาพ  
จัดการแข่งขัน..... ค่า ลิขสิทธิ์ ถ่ายทอดสดนั้น ไม่มีการ  
เปิดเผยมูลค่า..... แต่เอกชนที่ไปดีลการถ่ายทอดสดมา  
แต่แรกยังเป็นรายเดิม...บริษัท ชัมมิท ฟุตแวร์ จำกัด (แ  
ไอซ์เอฟ) ของ โกมล จึงรุ่งเรืองกิจ...เจ้าของแไอซ์เอฟ  
เป็นผู้ ควักเงินจ่าย ค่าลิขสิทธิ์รายใหญ่..... ก่อนที่รัฐบาล  
จะไปดึงเอา เอกชน อีก 4 ราย มาร่วมเป็นสปอนเซอร์...  
ได้แก่ บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ  
จำกัด (มหาชน) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)  
และ บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด หรือ บางกอกแอร์  
เวย์ส..... เจ้าลัวโกมลนั้นเป็นที่รู้กันดีว่า เป็นคน จิตใจ  
กว้างขวาง มีน้ำใจ...ต่างจากหลานชายที่ใช้นามสกุล  
เดียวกันที่ไปเป็นนักการเมือง..... หวังเอาการเมือง  
เปลี่ยนแปลงประเทศไปในทางที่ตัวเองอยากให้เป็น...แบบ  
ไม่ได้สนใจว่าจะเกิดความเสียหายอะไรขึ้นกับสังคม  
ประเทศชาติบ้าง..... พิศรอรอง รามสูต เป็นอีกคนหนึ่ง  
ในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ  
โทรทัศน และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช.  
ที่จะต้องพูดถึง...เพราะมีส่วนทำให้คนไทยได้ดูฟุตบอลยูโร  
ได้ตาม กฎบัตรเสรี..... เงื่อนไขคือต้องมีการถ่ายทอด  
สดกีฬาทัวร์นาเมนต์สำคัญ ๆ ของโลก ทาง ช่องฟรีทีวี...  
เพื่อให้คนไทยได้ติดตามชมได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม  
..... ว่ากันว่า มีเอกชนรายใหญ่ที่ไป ซื้อลิขสิทธิ์ ฟุตบอล

ยูโรมา...เพื่อเอามาถ่ายทอดผ่านกล้องสัญญาณของตัวเอง...ด้วยการออกแพ็คเกจออกมาทำการตลาด โดยเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าลิขสิทธิ์แล้ว.....\* เอกชนรายนี้ก็พยายามไปวิ่งล็อบบี้กับกรรมการ กสทช. ให้งดใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กับทัวร์นาเมนต์นี้...บีบให้คนที่ติดกล้องสัญญาณอยู่แล้วจะต้องจ่ายเงินเพิ่ม.....\* แต่ ฟิรกรอง คัดค้าน เรื่องนี้ และยืนยันว่ารายการฟุตบอลยูโรนั้นประชาชนคนไทยจะต้องได้ ดูฟรี.....\* เรื่องรุ่น ๆ ใน กสทช. ที่ ภูมิสิทธิ์ มหาเวสนศิริ รองเลขาธิการ กสทช. ได้ทำหนังสือร้อง ประธานวุฒิสภา...เพื่อขอให้ตรวจสอบคุณสมบัติ ศ.คลินิก นพ.สรณ บุญใบชัยพฤกษ์ ประธานกรรมการ กสทช. ...ว่าขาดคุณสมบัติไม่สามารถจะเป็นประธานบอร์ดกสทช.ได้อีกต่อไป.....\* ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ กรรมการวุฒิสภา ได้ตรวจสอบพบว่า นพ.สรณ ทำผิดข้อบังคับ...โดยมี รายได้ จากการประกอบอาชีพอย่างอื่น ที่กฎหมายได้ห้ามไว้.....\* กรรมการตรวจสอบได้ส่งข้อมูลให้กับ พรเพชร วิชิตชลชัย ประธานวุฒิสภา เพื่อนำเสนอต่อนายฯ เศรษฐา...และเวลาที่ผ่านมาเนิ่นนานแล้ว...แต่เรื่องก็ยังไม่ออกจากสภาไปที่รัฐบาลเสียที...ก็คงต้องดูว่าประธานวุฒิสภา พรเพชร จะเตะถ่วงไปนานอีกแค่ไหน.....\* “อันดามัน” อยากให้ทำอย่างตรงไปตรงมา...ส่งเรื่องนี้ไปให้นายกรัฐมนตรีรับทราบโดยเร็วที่สุด...จะได้ไม่โดนถอนหงอกตอนแก้ด้วย มาตรา 157 ละเว้นการปฏิบัติหน้าที่.....\* โครงการจัดจ้างเอกชนพิมพ์แบบเรียนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา หรือ องค์การค้ำของ สกสค. เริ่มกลายเป็นฝึกัดหนอง รอวันแตก.....\* ล่าสุดกรมสอบสวนคดีพิเศษ หรือ ดีเอสไอ รับเรื่องไว้เป็นคดีพิเศษแล้ว...พร้อมทั้งเดินทางตรวจสอบ โดยได้ส่งหนังสือเชิญเอกชนที่เกี่ยวข้องจำนวน 8-9 รายไปให้ข้อมูล...แต่แปลกที่ไม่มีเอกชนแม้แต่รายเดียวไปให้ข้อมูลกับ ดีเอสไอ...เชื่อเร็ว ๆ นี้คงมีการออกหนังสือเชิญรอบสองไปอีกครั้ง...และหากเอกชนยังทำเพิกเฉย ทางดีเอสไอคงมีมาตรการออกมาบังคับอย่างแน่นอน.....\*

อันดามัน

# 'ดิสรปชั้น' ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยน 'ปรับตัว-กำกับดูแล' ควรอยู่จุดไหน?



สังกมา สารวัตร

**“อาจจะเพราะคอนเทนต์ Original ของ ...ไม่ต้องผ่านการจัดเรต เลยมีอะไรให้ดูเนื้อหาแบบ...และ...หรือเปล่า?”**

คำถามจากเพจเฟซบุ๊กเพจหนึ่ง ในช่วงที่โลกออนไลน์ของเมืองไทยกำลังร้อนระอุ หรือเมื่อช่วงต้นเดือน พ.ศ.2567 กรณี “สตรีมมิ่ง” หรือผู้ให้บริการเนื้อหาภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต นำเสนอ 2 เนื้อหาที่ก่อให้เกิด “ครามา” ข้อถกเถียง-วิาทะอย่างกว้างขวางในสังคมไทย หรือระยะหลังๆ จะเริ่มเห็นสื่อดั้งเดิมอย่างสถานีโทรทัศน์ ทำแอปพลิเคชันดูละครที่ผลิตลงช่องของตนเอง และมีเสียงร่ำลือจาก

ผู้ชมว่า คำบางคำที่ต้อง “ดูตเสียง” เช่นเซอร์ใน การออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ เมื่อไปเผยแพร่ ทางออนไลน์ก็ไม่มี การเซ็นเซอร์ จึงได้อรรรถรสน ในการรับชมมากกว่า

แต่แม้ด้านหนึ่งจะมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่า “มาตรฐานการคัดกรอง-เซ็นเซอร์ของประเทศไทย เป็นอุปสรรคขัดขวางไม่ให้สื่อ บันเทิงของไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ ทั้งที่คนทำงานวงการนี้ของไทยไม่ได้ด้อย ไปกว่าชาติไหนเลยก็ตาม” ในอีกด้านหนึ่ง “ความเสรีบนโลกออนไลน์ก็ถูกมองว่าทำให้ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกลายเป็นเรื่องปกติ”

วันที่ วันชัย สอนศิริ สมาชิกวุฒิสภา (สว.) นำเรื่องนี้ไปอภิปรายในที่ประชุม สว. วันที่ 27 ธ.ค. 2564 ถามหาบทบาทของ “กระทรวงวัฒนธรรม” ว่าในประเทศไทยยังมีหน่วยงานนี้ อยู่หรือไม่

**“ปล่อยให้มีการไลฟ์สดขายของใช้ ถ้อยคำหยาบคายปรากฏในสื่อโซเชียล และ ขายสินค้าออนไลน์ จนกลายเป็นเน็ตไอดอล หรือแม้กระทั่งเป็นภาพโป๊ขายสินค้า ขาย เครบ ขายส้มตำ ขายก๋วยเตี๋ยวโชว์หน้าอก หรือเปิดแก้มกัน จนมีคนไปซื้อของร้านเหล่านี้ มากมาย ภาษาที่ใช้ไม่สุภาพกลายเป็นเรื่อง ปกติในสังคมไทย แม้แต่คำร่วมเพศ และ สารพัดสัตว์อยู่ในการขายของเน็ตไอดอล โดยเฉพาะคำว่า “โกลด์ ฟลาวเวอร์” พูด ติดปากจนปกติ”** สว.วันชัย กล่าว

ช่วงบ่ายของวันที่ 7 มิ.ย. 2567 ผู้สื่อข่าว ได้พูดคุยกับ สังกมา สารวัตร อาจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ในประเด็นข้างต้น ไล่ ตั้งแต่คำถามแรก 1.เป็นความจริงมาก-น้อย เพียงใด? ที่คนทำสื่อ ทั้งที่เป็นสายข่าว (นักเล่าข่าว, พิธีกร) และสายบันเทิง (คนทำ ภาพยนตร์, ละคร, เพลง) หันไปผลิตเนื้อหา ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หรือผ่านระบบสตรีมมิ่ง เพื่อหลบเลี่ยง กรอบการเซ็นเซอร์ของรัฐ สามารถทำอะไร แบบ “จัดหนัก-จัดเต็ม” ได้แบบไม่มีกรอบให้ ต้องกั๊ก

ในคำถามนี้ อาจารย์สังกมา กล่าวว่า **“ทั้งจริงและไม่จริง”** โดยการปรับเปลี่ยนสื่อใน รอบนี้เป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงโลกรอบใหญ่ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งประชาธิปไตยที่ถดถอย ความ แตกแยกแบ่งฝักฝ่ายของประชาชนทั้งในสหรัฐ ยุโรป เอเชีย ภูมิรัฐศาสตร์โลกที่มีการแบ่งฝักฝ่าย การแข่งขันแย่งกันเป็นใหญ่สงครามการค้า สงครามดิจิทัล อาจเป็นไปได้ว่าผู้ผลิตหลบการ เซ็นเซอร์ หรือก็อาจเป็นไปได้ว่าพวกเขาปรับ

ตัวเพื่อให้ปลอดภัยในการทำธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์ พหุติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

**“ประเด็นที่ 1 การปรับตัวเพื่อความ อยู่รอดทางธุรกิจ” :** การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ สื่อที่แทบไม่มีส่วนไหนในสังคมไม่ได้รับผลกระทบ Disruption หรือการเปลี่ยนแปลงแบบถอนราก ถอนโคน วงการสื่อสารมวลชนก็เช่นกันอยู่ใน ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่เราเคย เผชิญกันมาเป็นระยะๆ แต่การเปลี่ยนแปลง ครั้งนี้จะเร็ว และรุนแรงกว่าที่เคยเจอมาใน ครั้งไหนๆ เราได้เห็นการล้มหายตายจากของ สื่อแบบเดิมระดับโลกแบบไม่น่าเชื่อ ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจุบัน AI ก็เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามาทำลาย แวดวงสื่อสารมวลชนเพิ่มเติมอีก

**“ช่วง 3 ปีที่ผ่านมา งานวิจัยพบว่า ข้อมูลข่าวสาร เนื้อหา content เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว แต่ทุกๆ ข้อมูลถูกสร้างขึ้น 328.77 ล้านเทราไบต์ (terabytes) แปลว่า ทุกวันๆ เราจะได้รับข้อมูลเนื้อหาผ่านตา ทุกวัน วันละเป็นหลัก 10,000 เนื้อหา นี่คือ คำตอบว่า ทำไมคนทั่วไปยังจะต้องติดตาม ข่าว รายการของเราทางสื่อแบบดั้งเดิมใน เมื่อเรามีทางเลือกใหม่ๆ เข้ามา พหุติกรรม มันเปลี่ยนไปหมดแล้ว**

ด้วยเหตุนี้คือคุณจะไปกำกับดูแล อย่างไร และจะไปกำกับสิทธิในการเข้าถึง ข้อมูลของผู้คนอย่างไร ก็ต้องเอากรอบความ คิดอีกชุด ที่ไม่ใช่แบบเดิม แต่คงไว้ซึ่งแก่นแท้ ของการกำกับดูแลคือการปกป้องสิทธิการ รับรู้ข่าวสารของประชาชน ให้สมดุลกับสิทธิ ในฐานะที่ต้องได้รับการปกป้องจากเนื้อหาสื่อ ที่เป็นพิษเป็นภัย ก็ต้องกลับมาวิธีการที่ตอบ ประเด็นกำกับดูแลในการแก้ไขกฎหมายใหม่ี่ อย่างเหมาะสม บนหลักการประชาธิปไตย **“นั่นเอง”** อาจารย์สังกมา ฉายภาพปริมาณข้อมูล มหาศาลในยุคออนไลน์

อาจารย์สังกมา กล่าวต่อไปว่า **“ประเด็น ต่อมา : การอาศัยช่องโหว่ของ platform”**

โดยขอพูดถึงคำย่อ “IDA” ประกอบด้วย “I-Interaction” สื่อยุคนี้คือการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ได้ตอบโต้ จับใจ เมินท์กันไปตอบกันมา “D-Demassification” การส่งเนื้อหาไปเฉพาะคนกลุ่มใหญ่เหมือนทำรายการทีวีรอดูกันทั้งบ้านหน้าจอลดลง เปลี่ยนเป็นการผลิตเลือกเจาะรายการไปยังผู้รับสารได้โดยตรง เฉพาะกลุ่ม และ “A-Asynchronous” หมายถึง การที่คนสื่อสารเมื่อใดก็ได้ อยากรับสารเมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ

ซึ่ง “เมื่อ IDA มันทำให้เกิดเงื่อนไขใหม่ ก็ไม่มีความจำเป็นที่ต้องผลิตสื่อไปอยู่ใน Platform เดิมๆ” อย่างไรก็ตาม “ปรากฏการณ์ เช่นนี้ทำให้คนบางกลุ่มใช้ช่องว่างนี้หนีการกำกับดูแลในการผลิตเนื้อหาได้ดิน” เช่น ดูหมิ่นเหยียดหยาม กลั่นแกล้ง หลอกหลวง ล้วงละเมิดทางเพศ หรือเนื้อหารุนแรงสุดโต่งทางความคิด แบ่งสีเลือกข้างทางการเมือง จากปรากฏการณ์ Exho Chamber (ห้องเสียงสะท้อน) ดังที่เห็นว่าสังคมไทยทะเลาะเบาะแว้งกันมาเกือบ 20 ปี หรือตัวอย่างในสหรัฐอเมริกา กรณีเหตุการณ์บุกรุกรัฐสภาของกลุ่มที่สนับสนุนอดีตประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์

“การใช้สื่อปลุกระดมข้างใครข้างมัน ทำให้ผู้บริหารประเทศทำงานเชิงนโยบายไม่ได้ ต่างฝ่ายต่างเล่นการเมืองในพื้นที่ Echo chamber ของตัวเอง แต่ที่หนักที่สุด คือ แนวคิดที่ต้านหลักการ การพัฒนาความเป็นประชาธิปไตย หรือ democratization ทำให้มันเบลอๆ และเกิดกระแสการกระทำที่ตามใจกลุ่มฉัน ไม่เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ

ด้วยเหตุนี้ขอสรุปเพื่อตอบคำถามที่ถามมาว่าการทำเนื้อหาเพื่อหนีการเซ็นเซอร์ก็ต้องตอบว่าจริง และทุกกลุ่มต่างใช้ช่องทางนี้ในการหนีการกำกับดูแลเพื่อผลประโยชน์แตกต่างกันไป คนทำการค้าก็ต้องการทำเนื้อหาแค่เอายอดวิวไม่ต้องรับผิดชอบคำพูดรุนแรง ล้อแหลมที่ตัวเองนำเสนอออกไป ในแง่การเมืองกลุ่มต่างๆ ก็ใช้พื้นที่ในการแสดง

ความคิดเห็นทางการเมืองที่ตัวเองเชื่อมั่น ใช้วิธีการแนวปลุกระดมกลุ่มมวลชนของตัวเอง” อาจารย์สังกมา กล่าว

คำถามต่อมา 2. ในภูมิทัศน์ของสื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป บทบาทของรัฐควรจะเป็นอย่างไร? ระหว่างขยายการกำกับดูแลไปยังสื่อใหม่ให้กว้างขวางและเข้มงวดยิ่งขึ้นกับการปล่อยให้ทุกอย่างเสรีโดยให้เนื้อหาที่ผลิตออกมาสะท้อนภาพสังคมจริงๆ โดยใช้เพียงการจัดเรตผู้ชมเท่านั้น คำถามนี้ อาจารย์สังกมาชี้ว่า จำเป็นต้องมี “สมดุลระหว่างเสรีภาพในการแสดงออกกับการปกป้องบุคคลที่ได้รับผลกระทบ” ในกรณีนี้เนื้อหาที่เกี่ยวเนื่องกับการกระทำที่ก่อให้เกิดความรุนแรงหรือการสร้าง ความเกลียดชัง

ทั้งนี้ คุณลักษณะสำคัญของสื่อยุคดิจิทัล สื่อใหม่มีหน้าที่เปิดการสนทนาสาธารณะ มีหน้าที่ต่อต้านการกดขี่เชิงระบบที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้จะเห็นได้จากปรากฏการณ์การเมือง สังคมทั่วโลกที่สื่อกระแสหลักภายใต้การควบคุมของรัฐ หรือสื่อที่ต้องหาผลกำไรไม่สามารถกระทำได้ เช่น การชุมนุมในอาหรับ สปริงส์ การรณรงค์ต่อสู้ของสิทธิคนผิวสี เช่น Black Lives Matter ปัญหาโลกร้อนของเกรธา ทูนเบิร์ก เป็นต้น

ส่วนบทบาทสำคัญที่ควรจะเป็นของแต่ละฝ่าย ไล่ตั้งแต่ 2.1 ภาครัฐ ต้องมีความเป็นประชาธิปไตยในการ สร้างกระบวนการ/กลไก ในการให้เจ้าของแพลตฟอร์มสร้างกรอบหลักการสำหรับการกำกับเนื้อหาด้วยตัวเจ้าของธุรกิจเอง จัดเตรียมกรอบหลักสำหรับการกำกับเนื้อหาที่ต้องการให้บริษัทเปิดเผยข้อมูล ให้มีขั้นตอนที่เหมาะสม ชัดแจ้งในการดำเนินการกับเนื้อหา เช่น การตั้งป้ายเตือนป้ายกำกับในชั้นบนแพลตฟอร์มตัวเอง แพลตฟอร์มดิจิทัลควร จะทำการกำกับด้วยตนเองผ่านข้อกำหนดการใช้งานและโดยการระบุว่าจัดการเนื้อหาอย่างไร และในขอบเขตใด

นอกจากนี้รัฐควรออกมาตรการหลัก ปฏิบัติไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กำกับดูแล

ภายใต้กฎหมายที่มีอยู่แล้วให้มีความจริงจัง ตั้งกลไกการทำงานบูรณาการร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. กระทรวงดิจิทัลฯ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เช่น กฎหมายหมิ่นประมาท กฎหมายปกป้องเยาวชน กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ เป็นต้น โดยเป็นการกำกับภายใต้กฎหมาย แต่รัฐไม่ควรเข้าไปแทรกแซงกำกับในแง่การดำเนินงาน ตรวจสอบเนื้อหาด้วยกระบวนการอันไม่เป็นประชาธิปไตย

**2.2 แพลตฟอร์มออนไลน์** ต้องมีมาตรการในการยึดโยงเข้ากับการรับผิดชอบที่เรียกว่า regulated self-regulation ต้องมีความโปร่งใส ชัดเจน มีแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ สนับสนุนตั้งองค์กรที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ แนะนำ เสนอแนะ ออกแนวปฏิบัติสำหรับผู้สร้างเนื้อหา เพื่อให้แพลตฟอร์มตระหนักถึงหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

**2.3 สำนักข่าวและคนวงการสื่อมวลชน** ต้องตระหนักการทำงานของตัวเองในฐานะที่ต้องมีสิทธิเสรีภาพที่ต้องมาพร้อมความรับผิดชอบ การเคารพสิทธิ โดยองค์กรวิชาชีพต้องเข้ามาสร้างหลักปฏิบัติให้ชัดเจน อาทิ กฎหมายการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หลักปฏิบัติหรือแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับสื่อออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งในฝั่งยุโรปที่เห็นบทเรียนจากการปลุกระดมทางการเมืองที่เกิดขึ้นใน Facebook ช่วงเลือกตั้งทำให้พวกเขาขยับตัวเร็วขึ้นกว่าเดิม

**และ 2.4 ประชาชน** ต้องติดอาวุธให้ตัวเองและลูกหลานในการรู้เท่าทันสื่อยุคดิจิทัล (digital literacy) เพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อความคิดสุดโต่งด้านใดด้านหนึ่ง หรือไม่ตกเป็นเหยื่อของกลุ่มหัวรุนแรงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้ภาครัฐมีความจำเป็นต้องสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาในรูปแบบการเรียนรู้ในหลักสูตรการเรียนรู้อื่นๆ ส่วนภาคประชาชนควรส่งเสริมให้มีการเรียนรู้แบบ lifelong learning ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน

**“มันมี 2 ขา ที่เอียงกันเสมอในวง**

**วิชาการ สมมุติช่วยคุณพูดเรื่อง Protection (การป้องกัน) ทางขวาต้องพูดเรื่อง Empowerment (การส่งเสริม) คือคุณจะมีพลังอำนาจให้ประชาชนมีภูมิด้านทางอย่างไรกับสื่อปลอมสื่อ Hate Speech (สร้างความเกลียดชัง) รัฐจะไปแซนซายคือเรื่อง Protection เอากฎหมายวิ่งไล่ไหม? อันนั้นต้องมี แต่อีกขาที่คุณต้องทำไปด้วยคือเรื่อง Empowerment ถ้าคุณอ่านตำรา เชื้อทฤษฎีคนละเล่ม มันก็เริ่มจากฐานคนละอัน วิ่งไล่จับไปก็ยาก ง่ายๆ ไม่ทันเขา**

**เหมือนพวก (แก๊ง) คอลเซ็นเตอร์** คุณจับมันได้มูขหนึ่งมันก็มามุขใหม่ มันเลยต้องมีขาที่ออกมา Educate (ให้ความรู้) แล้วเพิ่ม Empowerment ลงไปให้ทุกระดับ ไปอบรมเหมือนที่ Cofact (ภาคีเครือข่ายตรวจสอบข่าวลวงในประเทศไทย) เขาจะไป เครือข่ายโน่นนี่ ถ้ารัฐอยู่แต่ในพื้นที่ของตัวเอง แล้วก็ตีกรอบว่าพื้นที่ฉันตรงนี้ เดี่ยวตั้งคณะกรรมการกว่าจะแก้ปัญหาไม่ทัน” อาจารย์สังกมา กล่าว

**คำถามสุดท้าย 3.อุดมการณ์หรือปากท้อง คนทำสื่อควรจะเลือกทางใด? หรือจะมีอะไรที่มาช่วยรักษาสมดุลได้บ้าง?** เพราะในสภาพที่คนแหวดวงสื่อกระแสหลักถูกคาดหวังว่าต้องอยู่ในกรอบที่มากไปกว่ากฎหมาย (จริยธรรม จรรยาบรรณ มารยาท) แตกต่างจากคนในแหวดวงสื่อใหม่ทางออนไลน์ที่ไม่ถูกคาดหวังเช่นนั้น (ตราบได้ที่ไม่ผิดกฎหมาย จะหยาบคายสองแ่งสองงาม ก่อตราบมาอย่างไรก็ได้เต็มที่) ทำให้รายได้จากเม็ดเงินโฆษณาไหลไปอยู่กับกลุ่มหลังมากกว่ากลุ่มแรก จนระยะหลังๆ เริ่มเห็นคนสื่อหลักไปอยู่ในพื้นที่ออนไลน์เพื่อจะได้หลุดจากข้อจำกัดนั้น

อาจารย์สังกมา ตอบคำถามนี้ไว้ 3 ส่วน คือ **3.1 ภาครัฐ** การตรวจสอบอาจหมายถึงการสนับสนุนให้ภาคผู้ประกอบการสามารถที่จะทำให้เกิดพื้นที่ความเป็นกลาง งบประมาณกองทุนต่างๆ อาทิ กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อาจต้องจัดสรรงบประมาณเฉพาะช่วงการผลิต

ข่าว การให้รางวัลสูงใจ การมอบรางวัลเชิดชูเกียรติให้กับข่าวคุณภาพ ไม่ใช่แค่เรียกเรตติ้ง

3.2 สำนักข่าว-องค์กรสื่อ มีทั้ง “ด้านการปรับตัว” เช่น ในแคนาดา สำนักข่าว CBC มีโปรแกรม Reskill ให้นักข่าวอาวุโสที่เก่งในงานข่าวสืบสวนสอบสวน เพื่อทำความเข้าใจและเปิดใจบูรณาการงานของตัวเองเข้ากับสื่อใหม่ที่เกิดขึ้น เพราะท้ายที่สุดสิ่งที่อยู่ในสมอของนักข่าวต่างหากที่หาเครื่องมือมาทดแทนไม่ได้ ในเชิงคิดวิเคราะห์ การนำนโยบายด้านมัลติมีเดียเนื้อหาภาพ : ใช้ภาพถ่ายคุณภาพสูง วิดีโอ อินโฟกราฟิก และองค์ประกอบภาพอื่นๆ เพื่อเสริมเรื่องราวของเรา มัลติมีเดียสามารถทำให้ข้อมูลที่ซับซ้อนย่อยง่ายและน่าสนใจยิ่งขึ้น

พีเจอร์เชิงโต้ตอบ โพล และแผนที่ เพื่อให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันต้องเปิดใจรับกลยุทธ์สื่อในยุคดิจิทัล สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) เช่น การโพสต์อย่างมีกลยุทธ์ หากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ ปรับโพสต์ของคุณให้เหมาะสมกับจุดแข็งของแต่ละแพลตฟอร์ม และ “โลกสมัยใหม่ผู้คนต้องการการมีส่วนร่วม” องค์กรสื่ออาจส่วนร่วมกับผู้รับสารผ่านความคิดเห็นและการสนทนา บางทีอาจมีเปิดห้องเสวนาให้สมาชิกบ้าง เป็นต้น ขณะที่ “ด้านการรักษาจุดยืนของวิชาชีพ” ต้องยึดมั่นในการรักษาความถูกต้อง ยอมรายงานข่าวบ้างเพื่อแลกกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ไม่ไหลไปตามกระแสโลกออนไลน์

“สื่อหลักจำต้องยอมไม่วิ่งตามกระแสบรรณาธิการข่าวต้องไม่กดดันไปแข่งในตลาดระดับนั้น แม้เรตติ้งจะดี แต่อาจต้องปรับนโยบายการส่งผู้สื่อข่าวภาคสนาม เพื่อรักษาผลงานบุคลากร และคุณภาพงาน เช่น ข่าว

ลู่พลที่บางสำนักข่าวต้องการเรตติ้งเพราะคนสนใจ แต่ต้องถามว่าเขาสนใจเพราะเราป้อนให้ หรือเขาสนใจเพราะมันให้อะไรกับสังคม ไม่ควรลดทอนความถูกต้องเพื่อความรวดเร็ว ใช้ดุลยพินิจในการจัดลำดับความสำคัญว่าเรื่องใดที่ต้องให้ความสนใจในทันที” อาจารย์สังกมา ยกตัวอย่าง

และ 3.3 ระดับปัจเจก (นักข่าว-คนทำสื่อ) คงความลึกซึ้ง การเป็นแกนแท้ของตัวนักข่าวไว้ และเปิดพื้นที่สำหรับการปรับตัวเน้นเรื่องที่มีความลึกและให้ภาพบริบทที่แตกต่างจากรายการเล่าข่าวแบบบันเทิง ต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะ ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี หรือการเมืองท้องถิ่น ความรู้เฉพาะทางสามารถดึงดูดผู้ชมที่ทุ่มเทผู้นำทางความคิด : เผยแพร่บทความและภาววิเคราะห์ที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญของตัวเองและมอบข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่า

“Druve Rathee คนหนุ่มรุ่นใหม่ในอินเดีย เขาดังมากจากช่อง YouTube มีคนติดตามช่องพอๆ กับ account ของประธานาธิบดีเลย ทำเนื้อหาการเมืองเปิดโปงช่วงก่อนเลือกตั้ง กระทบ นเรนทรา โมดี เป็นอย่างมาก ไม่มากก็น้อยมีผลทำให้เก้าอี้เขาได้น้อยลง เพราะคนชั้นกลางในเมือง และคนรุ่นใหม่ได้ข้อมูลที่สื่อกระแสหลักไม่เล่น แต่ตัว Druve ยังบอกเลยว่า เขาต้องกลับมายึดหลักจริยธรรมของนักข่าวมืออาชีพอยู่ดี เพราะหากเขาไม่มีสิ่งนี้ประชาชนจะไม่รับเขาในระยะยาว” นักวิชาการด้านสื่อผู้นี้ ฝากข้อคิดทิ้งท้าย

บัญชา จันท์สมบูรณ์  
(สัมภาษณ์/เรียบเรียง)

**TECHNOLOGY**

# Launch prepared for Thaicom 9A broadband satellite

**KOMSAN TORTERMVASANA**

SET-listed Thaicom is set to launch its new broadband satellite Thaicom 9A in the 119.5° East orbital slot, with the service expected to start in the first quarter of 2025, according to its space economy business strategy.

The launch enables the company to continue providing service to existing customers before the end of the engineering lifespan of its Thaicom 4 satellite in the third quarter of 2025.

Chief executive Patompob Suwansiri said Thaicom 9A is one of three satellites the company will launch to the 119.5° orbital slot, for which it won a licence to operate in a January 2023 auction.

In 2023, the National Broadcasting and Telecommunications Commission held the country's first auction of satellite orbit slots offering five packages: 50.5°E and 51°E orbit slots; 78.5°E;

119.5°E and 120°E; 126°E; and 142°E.

Space Tech Innovation (STI), an affiliated company of Thaicom, grabbed the second and third packages, while state telecom enterprise National Telecom secured the fourth package.

Thaicom's board approved a 15-billion-baht investment plan last year

for the 119.5°E slot through the three planned satellites.

Under the plan, the company is set to launch three new geostationary satellites called Thaicom 9A, Thaicom 9 and Thaicom 10 to the slot.

The two small satellites, Thaicom 9A and Thaicom 9, are scheduled to start



**The partnership with Eutelsat will help Thaicom 10 break even in terms of operations within one year after launching the service.**

**PATOMPOB SUWANSIRI**  
Chief executive, Thaicom



Mr Patompob says the recently initiated Thaicom-Globalstar satellite gateway in Thailand provides LEO constellation services and solutions.

service by the first quarter and third quarter of 2025, respectively, while the bigger Thaicom 10 is slated to initiate service by the end of 2027.

### THREE SATELLITES ON TRACK

Mr Patompob told the *Bangkok Post* Thaicom 9A is an existing satellite in another orbit. Thaicom will buy it and drag it to the 119.5°E orbit slot by the end of 2024. The satellite has a remaining engineering lifespan of at least three years, he said.

The company expects to launch broadband service by the first quarter of 2025, said Mr Patompob.

Thaicom plans to construct Thaicom 9 through a partnership with US-based satellite construction firm Astranis Space Technologies. The two parties already signed a construction contract, he said.

Thaicom 9 is expected to launch service by the third quarter of 2025, said Mr Patompob.

Thaicom 10 is a large satellite worth around 7.9 billion baht. It is set to commence service by the end of 2027, estimated to last until the end of the licence term, some 15.5 years, he said.

The satellite will have a capacity of 100 gigabits per second, 10 times more than the capacity of each of the two smaller satellites, said Mr Patompob.

Thaicom 10 is the latest version of broadband satellites dubbed software-defined satellites (SDS).

Compared with traditional systems

that are contained design and inflexible for configuration updates, the SDS system can rapidly deploy flexible and fine-grained network management strategies, reduce system costs, and improve collaboration between satellites and the compatibility of a heterogeneous space system.

Last year STI signed a partnership agreement with Eutelsat Asia Pte Ltd, a subsidiary of the satellite operator Eutelsat SA. The partnership is for Thaicom 10, which will be launched in the 119.5°E slot.

Under the agreement, Eutelsat is committed to leasing the capacity from the satellite and operating the service for 50% of the satellite's capacity during its lifetime.

"The partnership with Eutelsat will help Thaicom 10 break even in terms of operations within one year after launching the service," he said.

The company plans to launch the Thaicom 11 satellite to the 78.55°E orbit slot by 2026, said Mr Patompob.

"The investment in the satellite projects is a strategically important business decision, ensuring we can continue to serve domestic and international clients, earning their trust," he said.

### NEW PARTNERSHIPS

Thaicom operates its own satellites, including Thaicom 7 and Thaicom 8, while also partnering with Globalstar and OneWeb, operators of low Earth

orbit (LEO) satellites.

Mr Patompob said Thaicom recently launched the Thaicom-Globalstar satellite gateway in Thailand to provide LEO constellation services and solutions.

The gateway facilities are located at Thaicom's satellite station in Pathum Thani province. They aim to provide various solutions in Thailand and the region, such as security and Internet of Things (IoT) solutions to benefit industries such as tourism and maritime, along with nature conservation and national defence, he said.

Globalstar is a leading provider of satellite IoT solutions and mobile satellite services.

Mr Patompob said earlier the company holds the exclusive right to distribute Globalstar's services in Thailand.

The deal with Globalstar is part of Thaicom's business development roadmap as LEO satellite business offers diversification and is intended to complement its satellite services portfolio, he said.

Thaicom is also a distribution partner of Eutelsat Oneweb, providing LEO broadband service in the Australian and New Zealand markets.

Mr Patompob said Thaicom is in talks with several LEO satellite providers regarding new long-term business opportunities.

"Geostationary and LEO satellites complement each other in terms of capitalising on space economy development," he said.