

'ทีวีดิจิทัล' ลงทุนคอนเทนต์ซึ่งผู้ชม

กสทช.เผย "ช่องใหม่" เดินหน้าลงทุนคอนเทนต์ซึ่งส่วนแบ่งผู้ชม เน้นทางรอด กลุ่มเรตต์ต่ำ วางคาแรคเตอร์ชัด-เจาะ เช็กเม็ดเงินโฆษณาเฉพาะกลุ่ม ย้ำทีวีดิจิทัลไทยเปลี่ยนผ่านตามแผนปี60 เข้าถึงครัวเรือนไทย 95% คาดปีนี้โฆษณาช่องดิจิทัลโต 60-70% เม็ดเงิน 3 หมื่นล้าน

การเปลี่ยนผ่านระบบรับส่งสัญญาณโทรทัศน์จากระบบอนาล็อก ไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (ทีวีดิจิทัล) ที่เริ่มออกอากาศ 24 ช่องใหม่ ในเดือนเม.ย.2557

อ่านต่อหน้า > 4

สถานการณ์ 4 กลุ่ม ผู้เล่นทีวีดิจิทัลปี 59



- ฟรีทีวีรายเดิม**
 - รับมือแข่งขันเพิ่มขึ้น
 - รักษาฐานผู้ชม-โฆษณา
- ผู้ผลิตรายการขนาดใหญ่**
 - มีทิศทางช่องชัดเจน
 - เรตต์เพิ่มสูงขึ้น
- ผู้ผลิตรายการขนาดกลาง/เล็ก**
 - วางกลยุทธ์/คาแรคเตอร์
 - เจาะเช็กเม็ดเงิน-เพิ่มเรตต์
- ผู้มาจากธุรกิจอื่น**
 - วางกลยุทธ์/คาแรคเตอร์
 - สร้างฐานผู้ชม

กราฟิก กรุงเทพธุรกิจ

ต่อจากหน้า > 1

: ทีวีดิจิทัล

พบว่า สภาพอุตสาหกรรมสื่อทีวีช่วงปี 2557-2558 มีการเปลี่ยนแปลงทั้งกลุ่มผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อฟรีทีวีในกลุ่มทีวีอนาล็อกและทีวีดิจิทัล

ข้อมูลบริษัทนิลสิน ประเทศไทย จำกัด รายงานส่วนแบ่งผู้ชมฟรีทีวี ตั้งแต่ทีวีดิจิทัลเริ่มออกอากาศ ในเดือนเม.ย.2557-ธ.ค.2558 พบว่า สัดส่วนผู้ชมฟรีทีวีรายเดิม "ลดลง" ต่อเนื่องจาก 91% มาอยู่ที่ 62% หรือลดลงกว่า 30% ขณะที่ผู้ชมทีวีดิจิทัลช่องใหม่ "เพิ่มขึ้น" จาก 9% มาอยู่ที่ 38% หรือเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว

"ทีวีดิจิทัล" ปี59เดินหน้าลงทุน

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า ทิศทางทีวีดิจิทัลในปี 2559 จะเห็นการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยช่องที่ติดอันดับท็อปเทน ยังคงเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาฐานผู้ชมในระยะยาว รวมทั้งการสร้างเนื้อหาใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อเจาะตลาดเน้นผู้ชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่พร้อมจะเปิดรับและจ่ายค่าช่องใหม่ๆ

หลังการออกอากาศทีวีดิจิทัลเกือบ 2 ปี พบว่าในกลุ่มเรตต์ต่ำที่อุปเทน มีทีวีดิจิทัล 7 ช่องและฟรีทีวีรายเดิม 3 ช่อง ถือว่าช่องใหม่สามารถสร้างฐานผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว พบว่า ทิศทางธุรกิจทีวีดิจิทัลปีนี้มีทุกช่องยังเดินหน้าลงทุนพัฒนาคอนเทนต์ต่อเนื่อง เพื่อหวังช่วงชิงเม็ดเงินโฆษณาฟรีทีวี ที่ครองส่วนแบ่งอุตสาหกรรมโฆษณาสูงสุด 60% มูลค่ากว่า 7 หมื่นล้านบาท

ก่อนการประมูลทีวีดิจิทัล บริษัทวิเคราะห์หลักทรัพย์ได้ประเมินสภาพตลาดทีวีดิจิทัลว่า จะใช้เวลาอย่างน้อย 3 ปี ก่อนเห็นเม็ดเงินโฆษณาชัดเจน ขณะที่การหารายได้และการคืนทุน จะอยู่ในช่วง 5-10 ปี โดยทีวีดิจิทัลช่องใหม่ ต้องเผชิญความเสี่ยงจากเม็ดเงินโฆษณายังกระจุกตัวอยู่ในช่องฟรีทีวีรายเดิม แต่ช่องว่างจะลดลงเรื่อยๆ โดยผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลช่องใหม่จะใช้เวลา 1 ปีแรกในการลองผิดลองถูก และช่วง 3-5 ปี ต้องยืนระยะขาดทุน ดังนั้นโอกาสการอยู่รอดต้องมีสายป่านยาว สถานการณ์ดังกล่าวเป็นความยากในการแข่งขันของผู้ประกอบการทุกราย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

"เชื่อว่าสภาพตลาดทีวีดิจิทัลปัจจุบันยังอยู่ในแผนธุรกิจของแต่ละช่องที่อยู่ระยะเวลารลงทุน สร้างฐานผู้ชม สุดท้ายเนื้อหารายการจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้"

"ทางรอด" เจาะเช็กเม็ดเงิน

พ.อ.นทีกล่าวว่า ท้าวิเคราะห์สถานการณ์ทีวีดิจิทัลปัจจุบัน จะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ 1.กลุ่มฟรีทีวีรายเดิม คือ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เผชิญการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยต้องมุ่งรักษาฐานผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา 2.กลุ่มผู้ผลิตรายการขนาดใหญ่ เช่น เวิร์คพอยท์ อาร์เอส จีเอ็มเอ็ม. โม่โน เป็นกลุ่มทีวีดิจิทัลช่องใหม่ที่มีเรตต์ดีติดอันดับผู้นำที่อุปไฟว์ตั้งแต่ปีแรก เริ่มมีทิศทางการพัฒนาช่องที่ชัดเจนและได้รับเรตต์เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

กลุ่มที่ 3 ผู้ผลิตรายการขนาดกลาง/เล็ก เป็นกลุ่มที่ต้องหากลยุทธ์และวางคาแรคเตอร์ช่องให้ชัดเจน เพื่อขยายฐานผู้ชม และ 4.กลุ่มผู้ประกอบการจากธุรกิจอื่น เป็นกลุ่มที่เพิ่งเข้าสู่ธุรกิจทีวี ต้องใช้ระยะเวลาสร้างฐานผู้ชมและวางคาแรคเตอร์ช่องให้ชัดเจน

การแข่งขันฟรีทีวีปัจจุบัน ช่องฟรีทีวีรายเดิมยังคงครองส่วนแบ่งผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณาเป็นหลัก แต่เชื่อว่าช่องว่างจะลดลง หลังจากนั้นทีวีดิจิทัลที่วางตำแหน่งช่องแข่งขันกลุ่มฟรีทีวีรายเดิม จะต้องเผชิญการแข่งขันสูง แต่อยู่ในตลาดที่มีงบโฆษณาขนาดใหญ่เนื่องจากเจาะผู้ชมกลุ่มแมส หากสามารถครองเรตต์อยู่ใน 5 อันดับแรก จะเป็นกลุ่มที่ได้รับการจัดสรรงบโฆษณาสูงสุด

ขณะที่ทางรอดของทีวีดิจิทัลที่มีเรตต์ต่ำกว่ากลุ่มที่อุปเทนและไม่สามารถแข่งขันในตลาดแมสที่ใช้เงินลงทุนผลิตคอนเทนต์สูง จะต้องปรับตัววางกลยุทธ์และคาแรคเตอร์ช่องให้ชัดเจน โดยเป็นช่องที่มีเนื้อหารายการเจาะผู้ชมเฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบโจทย์สินค้าและบริการที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายรายเช็กเม็ดเงิน เช่น กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน กลุ่มสูงวัย

"ทีวีดิจิทัลที่ยังไม่พร้อมลงสนามแข่งขันชิงงบโฆษณาก่อนใหญ่ในตลาดแมส สามารถพัฒนาคอนเทนต์เจาะรายเช็กเม็ดเงิน เพื่อชิงเม็ดเงินโฆษณาในตลาดที่แข่งขันไม่สูง จากนั้นค่อยๆ ขยายสู่ตลาดขนาดใหญ่ขึ้น"

เปลี่ยนผ่าน "ทีวีดิจิทัล" ตามแผน 4 ปี

ปัจจุบันการเปลี่ยนผ่านทีวีดิจิทัลยังเป็นไปตามแผนการตามประกาศฯ ประมูลทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะการขยายโครงข่ายส่งสัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน (Mux) ที่กำหนดพื้นที่ขยายการส่งสัญญาณครอบคลุมครัวเรือนไทยทั่วประเทศ สัดส่วน 95% ภายใน 4 ปี หรือปี 2560 โดยในเดือนมิ.ย.2559 ซึ่งเป็นปีที่ 3 ของการขยายโครงข่ายจะครอบคลุมพื้นที่ 90% ตามแผน

ขณะที่การแจกใบอนุญาตสนับสนุนการรับชมทีวีดิจิทัล จากเดิมกำหนดแจกตามการขยายพื้นที่ส่งสัญญาณ ปัจจุบันสำนักงานกสทช.ได้ดำเนินการแจกใบอนุญาตครอบคลุมทั่วประเทศไปแล้ว และเตรียมเพิ่มจำนวนการแจกใน

เฟสสองปีนี้

นอกจากนี้ยังพบการขยายตัวของอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัล ทั้งโทรทัศน์ที่มีเครื่องรับสัญญาณระบบดิจิทัล (iDTV) ปัจจุบันมียอดจำหน่าย 4.4 ล้านเครื่อง อุปกรณ์อื่นๆที่สามารถรับชมทีวีดิจิทัลทั้ง สมาร์ททีวี มือถือ แท็บเล็ต จำนวน 1.4 ล้านเครื่อง และกล่องรับสัญญาณระบบดิจิทัล (Set Top Box) ซึ่งมียอดแลกคูปองกว่า 8.7 ล้านกล่อง

ในปีที่ผ่านมาสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) รายงานมูลค่าอุปกรณ์เครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ ทั้งจอโทรทัศน์ กล่องรับสัญญาณ จานดาวเทียม และเสาอากาศรับสัญญาณมีมูลค่า 93,220 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.1% จากปี 2557

ส่วนแบ่งผู้ชม-โฆษณาทีวีดิจิทัลโต

พ.อ.นที กล่าวต่อว่า หากวิเคราะห์การรายงานจำนวนผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณาฟรีทีวีของ นีลเส็น ประเทศไทย พบว่าตั้งแต่ทีวีดิจิทัลเริ่มออกอากาศ มีสัดส่วนผู้ชมช่องใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจาก 9% ในปี 2557 เป็น 29% ในปี 2558

เช่นเดียวกับเม็ดเงินโฆษณาฟรีทีวี ปี 2557 มีมูลค่า 72,360 ล้านบาท ทีวีอนาล็อก มีมูลค่า 63,776 ล้านบาท สัดส่วน 88% ทีวีดิจิทัล ช่องใหม่ มูลค่า 8,584 ล้านบาท สัดส่วน 12% ส่วนปี 2558 โฆษณาฟรีทีวีมีมูลค่า 78,456 ล้านบาท ทีวีอนาล็อกมูลค่า 57,526 ล้านบาท สัดส่วน 73% ลดลง 10% และทีวีดิจิทัล มูลค่า 20,930 ล้านบาท สัดส่วน 27% เพิ่มขึ้น 144%

โดยปีนี้ทีวีดิจิทัลช่องใหม่มีแนวโน้มสัดส่วนผู้ชมเพิ่มขึ้น จากการขยายโครงข่ายและการแจกคูปองเพิ่มขึ้น ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาทีวีดิจิทัลปีนี้มีแนวโน้มเติบโต 60-70% หรือมีมูลค่าราว 30,000 ล้านบาท คาดปี 2560 งบโฆษณาทีวีอนาล็อกและทีวีดิจิทัลจะมีสัดส่วนเท่ากัน

ทีวีดิจิตอลมาแรง-เรตติ้งพุ่งขึ้นเรื่อยๆ

พันเอก ดร.นที สุกสรรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า ผลจากการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ดิจิตอลทีวีนั้น ช่องที่ได้รับความนิยมได้แก่ ช่องเวิร์คพอยท์ เรตติ้งสามารถอยู่ในอันดับ 3 ช่อง 8 และช่องโมโน ตามลำดับ ส่วนช่อง 3 และช่อง 7 ยังคงเป็นสองช่องที่ได้รับความนิยม

นอกจากนี้ จำนวนผู้ชมที่รับชมโทรทัศน์ทุกช่องทางระหว่างช่องรายการเดิมและรายการใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 82% ต่อ 18% ในปี 2558 ดิจิตอลทีวียังช่วยให้อุตสาหกรรมโฆษณาเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เคยกระจุกตัวอยู่ที่ 6 ช่องหลัก โดยมูลค่าโฆษณามีอัตราการเติบโตถึง 144% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า คิดเป็นเม็ดเงินเข้าช่องทีวีดิจิตอล 20,930 ล้านบาท จากปีก่อนหน้าอยู่ที่ 8,584 ล้านบาท

ขณะที่เม็ดเงินโฆษณา 6 ช่องเดิมในปี 2558 ลดลงเหลือ 57,526 ล้านบาท จากปีก่อนหน้าอยู่ที่ 63,776 ล้านบาท ทำให้ภาพรวมการลงโฆษณาในอุตสาหกรรมทีวีปี 2558 สูงขึ้น 78,456 ล้านบาท จากปีก่อนหน้า 72,360 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต 8.43% แม้เศรษฐกิจไม่ดีในช่วงปีที่ผ่านมาก็ตาม

สำหรับทิศทางดิจิตอลทีวีในปี 2559 จะเห็นการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นโดยช่องที่ติดอันดับต้นๆ ยังคงเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อรักษากลุ่มผู้ชมในระยะยาว รวมทั้งการสร้างเนื้อหาใหม่ๆ แตกต่างไปจากเดิม เพื่อเจาะตลาดเน้นผู้ชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะเปิดรับและจดจำช่องใหม่ๆ ได้ในเวลาไม่นาน

ขณะที่ผลกำไรนั้นเป็นที่ทราบกันก่อนการประมูลซึ่งมีการคาดการณ์เอาไว้แล้วว่า ระยะเวลาคืนทุนน่าจะอยู่ที่ประมาณ 5-10 ปี ในสถานการณ์เช่นนี้ความยากในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ทวิติจิตัลแข่งสูงชิงเงินโฆษณา

● **ประธาน กสท.** มองปี 59 ทวิติจิตัลแข่งขันสูงขึ้น เดินหน้าลงทุนพัฒนาคอนเทนต์หวังชิงเม็ดเงินโฆษณา และผู้ผลิตรายกลาง-เล็กตื่นตัววางแคมเปญชิงใจให้ชัด

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) กล่าวว่า ทิศทางทวิติจิตัลในปี 2559 จะเห็นการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยช่องที่ติดอันดับท็อปเท็น ยังคงเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อรักษากลุ่มผู้ชมในระยะยาว รวมทั้งการสร้างเนื้อหาที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อเจาะตลาดเน้นผู้ชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพร้อมจะเปิดรับและจดจำช่องใหม่ๆ

นอกจากนี้ ยังพบว่าทุกช่องยังเดินหน้าลงทุนพัฒนาคอนเทนต์ต่อเนื่อง เพื่อหวังช่วงชิงเม็ดเงินโฆษณาฟรีทีวีที่ครองส่วนแบ่ง

อุตสาหกรรมโฆษณาสูงสุด 60% มูลค่ากว่า 7 หมื่นล้านบาท อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน จะแบ่งทวิติจิตัลได้ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มฟรีทีวีรายเดิม คือ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่อง 9 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เผชิญการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยต้องมุ่งรักษาฐานผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา 2.กลุ่มผู้ผลิตรายการขนาดใหญ่ เช่น เว็รคพอยท์ อาร์เอส จีเอ็มเอ็ม โมนี เป็นกลุ่มทวิติจิตัลช่องใหม่ที่มีเรตติ้งติดอันดับผู้นำที่อปไฟว์ตั้งแต่ปีแรก เริ่มมีทิศทางการพัฒนาช่องที่ชัดเจนและได้รับเรตติ้งเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

กลุ่มที่ 3 ผู้ผลิตรายการขนาดกลางและเล็ก เป็นกลุ่มที่ต้องหากกลยุทธ์และวางแคมเปญชิงใจให้ชัดเจน เพื่อขยายฐานผู้ชม และ 4. กลุ่มผู้ประกอบการจากธุรกิจอื่น เป็นกลุ่มที่เพิ่งเข้าสู่ธุรกิจทีวี ต้องใช้ระยะเวลาสร้างฐานผู้ชม และวางแคมเปญชิงใจให้ชัดเจน

ชีวีติจิตตอลยังมือนาคต 'นที'แนะเปลี่ยนกลยุทธ์ชูจุดต่างดูตรายได้เข้าช่อง

ดินแดง ● ประธาน กสท.แนะทางรอดทีวีดิจิทัล ช่องใหม่คนดูน้อยต้องปรับตัว หาจุดเด่น-ดึงเม็ดเงินโฆษณาในตลาดเฉพาะกลุ่ม ชี้บางช่องหายไปไม่กระทบตลาดรวม ทีวีดิจิทัลยังเดินต่อได้

พ.อ.นที ศกุลรัตน์ ประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กล่าวว่า ทิศทางอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2559 นี้ค่อนข้างมีการแข่งขันเรื่องเนื้อหาสาระหรือคอนเทนต์อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีมากขึ้น ส่งผลให้ลดการผูกขาดที่มีอยู่ รายเก่าต้องยอมรับว่าจะต้องถูกแบ่งสัดส่วนครองตลาดคนดูจากช่องใหม่ๆ ส่วนช่องที่ยังไม่มีฐานคนดูมากนักก็จะเร่งพัฒนาคอนเทนต์เพื่อดึงคนดูให้เกิดความสนใจและจดจำช่องของตนให้ได้

ส่วนประเด็นที่มีบางช่อง

รายการออกจากตลาดนั้น ตนมองว่าไม่ได้ส่งผลกระทบต่อตลาดโดยรวม และเชื่อว่าอุตสาหกรรมโทรทัศน์ยังคงเดินหน้าต่อเนื่องไปได้ ซึ่งการจะบอกว่าการตลาดอุตสาหกรรมนี้ดีขึ้นหรือไม่นั้น ต้องเอาข้อเท็จจริงมาโต้แย้งกัน ที่ผ่านมามีเห็นได้ชัดเจนว่าการมีช่องรายการฟรีทีวีเพิ่มเป็น 24 ช่องนั้น ได้รับความสนใจจากประชาชนไม่น้อย จากข้อมูลของผู้ชมที่เพิ่มจากปีแรกที่มีการเปิดให้บริการ ซึ่ง เม.ย.-ธ.ค.2557 ยังไม่มีฐานคนดูในส่วนนี้ แต่หลังจากผ่านช่วงปีแรกไปจนถึง เม.ย.2558 นั้น มีผู้ชมเพิ่มขึ้นเป็น 29%

ทั้งนี้ เม็ดเงินโฆษณาเริ่มเข้ามาในช่องรายการใหม่บ้างแล้ว จากเดิมที่ช่องฟรีทีวีเดิม



พ.อ.นที ศกุลรัตน์

มีสัดส่วนค่อนข้างมาก โดยเมื่อ ธ.ค.2558 พบว่าสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ต่อหน้าที่ (% Share of TV Audience) จากทุกช่องทางรับชมช่องรายการใหม่ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 38% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่มีอยู่ 18% ส่วนในช่องเดิม สัดส่วนการรับชมลดลงจาก 82% มาเป็น 62% สะท้อนได้ว่าประชาชนหันมาให้

ความสนใจกับทีวีดิจิตอลมากขึ้น

“ผมไม่ได้บอกว่าใคร
แข่งขันในตลาดนี้ไม่ได้ให้ออก
ไป แต่หากไม่สามารถช่วงชิง
ส่วนแบ่งเค้กก้อนใหญ่ไม่ได้ก็ให้
ปรับตัวแล้วมาแข่งขันในตลาด
เล็ก เช่น ปรับเนื้อหาเจาะ
กลุ่มเฉพาะ หาจุดเด่นของช่อง
หรือหาพันธมิตรมาร่วมทาง
เชื่อว่าหากปรับตัวและรู้ทิศทาง
ว่ามีกำลังจะแข่งขันในเค้กก้อน
ที่เล็กกว่า ยอมกินส่วนแบ่งที่
ไม่มากนักจากช่องที่ฐานคนดูไม่
มาก หากเจาะถูกกลุ่มก็อาจอยู่
ได้และเติบโต เม็ดเงินโฆษณา
จะเข้ามา” ประธาน กสท.กล่าว

พ.อ.นทีกล่าวต่อว่า ส่วน
หนึ่งเป็นผลมาจากการกระตุ้น
ของโครงการสนับสนุนการเปลี่ยน
ผ่านสู่ทีวีดิจิตอล การแจกคู่มือ
เพื่อแลกเปลี่ยนรับสัญญาณเซต
ท็อปบูทซ์ และที่ผ่านมามีหลาย
ช่องรายการนำคอนเทนต์ที่นำ

สนใจเข้ามาออกอากาศ ซึ่งคอน
เทนต์ที่ได้รับความสนใจส่วน
ใหญ่จะเป็นรายการถ่ายทอด
สดการแข่งขันกีฬา รายการวา
ไรต์ต่างๆ เชื่อว่าในการแข่งขัน
โอลิมปิกที่มีขึ้นในปีนี้จะช่วย
กระตุ้นให้ประชาชนสนใจการ
ชมทีวีดิจิตอลมากขึ้น ซึ่ง กสท.
ก็จะสนับสนุนเต็มที่เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม สำนักงานฯ
ได้กำกับดูแลตามหน้าที่และ
สนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนผ่าน
อย่างจริงจัง การขยายโครงข่าย
สัญญาณภาคพื้นดินก็เป็นไปตาม
แผนที่วางไว้ โดยปัจจุบันโครง
ข่ายได้ครอบคลุมแล้วกว่า 50%
ของพื้นที่ และในเดือน มิ.ย.นี้ จะ
สามารถครอบคลุมได้ถึง 90%
และคาดว่าจะภายในสิ้นเดือน ธ.ค.
2559 จะครอบคลุมได้ถึง 93%
ซึ่งตามแผนในปีที่ 4 คือ 2560
จะต้องมีโครงข่ายดิจิตอลที่
ครอบคลุม 95%.

ทวีตแข่งชิงเงินโฆษณา 8.6 หมื่นล้าน

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยถึงทิศทางการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยในปี 2559 ว่าผู้ประกอบการต้องที่วิสัยทัศน์แข่งขันกันสูงเพื่อแข่งขันเม็ดเงินโฆษณาและยอดผู้ชมทีวีดิจิตอล คาดว่าจะมีมูลค่าการโฆษณารวม 86,301 ล้านบาท เติบโต 10% จากปี 2558 ที่มีมูลค่าการตลาด 78,456 ล้านบาท แต่หากวิเคราะห์เฉพาะทีวีดิจิตอลช่องใหม่ 21 ช่อง เชื่อว่าจะมีอัตราการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น 65% จากมูลค่า 20,930 ล้านบาท เมื่อปี 2558 เพิ่มเป็น 30,000 ล้านบาทในปี 59 ขณะที่ยอดผู้ชมทีวีดิจิตอลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาอยู่ 38% ของจำนวนครัวเรือนในประเทศไทยที่มีอยู่ราว 23-24 ล้านครัวเรือน ขณะที่ยอดการรับชมทีวีช่องเดิมเหลือ 62% และมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ เพราะคนหันไปรับชมทีวีดิจิตอลมากขึ้น

“ปัจจุบันการรับชมทีวีดิจิตอลของคนไทยนั้น รับชมผ่านทีวีดิจิตอล ที่มีอุปกรณ์ดิจิตอลในตัวเครื่องราว 4.4 ล้านเครื่อง ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รับชมผ่านกล่องรับสัญญาณ (เซต ท็อปบ็อกซ์) 8.7 ล้านกล่อง รับชมผ่านสมาร์ตโฟน แท็บเล็ตอีก 1.4 ล้านเครื่อง ขณะที่คนไทยยังรับชมทีวีดิจิตอลผ่านโครงข่ายดาวเทียมเป็นหลักราว 80% ของครัวเรือน ส่วนที่เหลือ 20% ดูผ่านโครงข่ายทีวีภาคพื้นดิน สาเหตุที่ยังคงดูผ่านโครงข่ายดาวเทียมเป็นหลัก เพราะในอดีตการขยายโครงข่ายไม่ครอบคลุมแม้ปัจจุบันจะมีการขยายโครงข่ายทีวีดิจิตอลครอบคลุม 80% ของครัวเรือนแล้วแต่ประชาชนไม่ต้องการลงทุนซื้อเสาทีวีอีก จึงนิยมดูผ่านกล่องดาวเทียม ในปีนี้ผู้ประกอบการทีวีหลายช่องได้ประกาศที่จะลงทุนราว 12,000 ล้านบาท เพื่อปรับกลยุทธ์และคัดสรรเนื้อหาดีๆ เพื่อดึงดูดผู้ชม สร้างความนิยม ซึ่งจากนี้ไปจะเห็นการเจาะกลุ่มผู้ชมมากขึ้น”

'ทีวีดิจิทัล'สู้กันเหงือตก/เชื่อใช้เวลาคืนทุน5ปี

พันเอกนที สุกตรัตน์ รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในฐานะประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ (กสท.) บรรยายเรื่องทิศทางอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย 2559 ว่า ตัวเลขสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ต่อนาทีทุกช่องทางระหว่างช่องใหม่กับช่องเดิมมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ ร้อยละ 62 ต่อร้อยละ 38 จากเดิมในปี 2557 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 82 ต่อร้อยละ 18

“สะท้อนว่า ผู้ชมสนใจชมทีวีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ประกอบการหลายช่องได้มีการปรับตัวหาจุดแข็งให้กับช่องตัวเองโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเนื้อหา โดยมีการลงทุนในการผลิตและการใช้เทคโนโลยี”

ทั้งนี้แนวโน้มช่องที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน กำลังมีเรตติ้งที่สูงขึ้นตอกย้ำว่า อุตสาหกรรมนี้ เนื้อหา ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทิศทางการแข่งขันในปี 2559 จะเห็นการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นโดยช่องที่มีส่วนแบ่งตลาดในอันดับต้นจะเร่งประชาสัมพันธ์เพื่อรักษากลุ่มผู้ชมในระยะยาว นอกจากนี้จะมีการสร้างเนื้อหาใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อเจาะตลาดโดยเน้นกลุ่มผู้ชมคนรุ่นใหม่ที่มีพร้อมจะเปิดรับและจดจำช่องใหม่ สำหรับการคืนทุนที่เคยมีการคาดการณ์ว่าจะคืนทุนในระยะเวลา 5 ปี

ขึ้นไป ในสถานการณ์ปัจจุบันความยากในการแข่งขันของผู้ประกอบการทุกรายเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้แต่สุดท้ายแล้วเนื้อหารายการจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้

“ทิศทางในปี 2559 ผู้ประกอบการจะเพิ่มการลงทุนด้านเนื้อหารายการและการประชาสัมพันธ์ รายใหญ่คงปรับกลยุทธ์เพื่อชิงเม็ดเงินโฆษณา น่าจะกระจุกตัวอยู่กับช่องที่ครอเร็ตติ้ง 5 อันดับแรก ส่วนที่เหลือจะกระจายตัวไปตามช่องที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน เชื่อว่าหลายช่องจะยังสู้ต่อไป” พันเอกนทีกล่าว

กสทช.ยันทีวีดิจิทัลลยหด

■ ซึ่งทั้งผู้ชม-เม็ดเงินโฆษณาจาก6ช่องอะนาล็อก/อาร์เอสกำไร121ล้าน

โพสต์ทูเดย์ - กสทช.เผยทีวีดิจิทัลชิงยอด 6 ช่องอะนาล็อกเดิม ทั้งสัดส่วนผู้ชมและเม็ดเงินโฆษณา คาดปีนี้แข่งเดือด

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยว่า แนวโน้มการรับชมช่องทีวีดิจิทัลในปี 2558 มีสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ต่อหน้าที่ (Share of TV Audience) ที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ เดือน ธ.ค. 2558 มีสัดส่วนการรับชมโทรทัศน์ต่อหน้าที่อยู่ที่ช่องรายการเดิม 62% และช่องรายการใหม่ 38% จากเดิมที่ในเดือน ธ.ค. 2557 มีสัดส่วนอยู่ที่ 82% ต่อ 18% สะท้อนว่าประชาชนหันมาสนใจรับชมทีวีดิจิทัลมากขึ้น เพราะผู้ประกอบการเริ่มปรับตัวหาจุดแข็งให้กับช่องตัวเองให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพเนื้อหา

พ.อ.นที กล่าวว่า ในส่วนของเม็ดเงินโฆษณาก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่เคยกระจุกตัวอยู่ที่ 6 ช่องหลัก โดยในปี 2558 มูลค่าโฆษณาทีวีดิจิทัลมีอัตราเติบโตถึง 144% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า คิดเป็นเม็ดเงินทั้งสิ้น 2.09 หมื่นล้านบาท จากปีก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 8,584 ล้านบาท ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาใน 6 ช่องเดิมปี 2558 ลดลงเหลือ 5.75 หมื่นล้านบาท จากปีก่อนหน้าอยู่ที่ 6.37 หมื่นล้านบาท ส่วนภาพรวมโฆษณาในอุตสาหกรรมทีวี

ทั้งระบบในปี 2558 สูงขึ้นเป็น 7.84 หมื่นล้านบาท จากปีก่อนหน้า 7.23 หมื่นล้านบาท หรือเติบโตขึ้น 8.43% แม้เศรษฐกิจจะไม่ดีนักในช่วงที่ผ่านมา

สำหรับช่องทีวีดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ ช่องเวิร์คพอยท์ เรตติ้งอันดับ 3 ตั้งแต่ปลายปี 2557 ช่อง 8 และช่องโมโน 29 ขึ้นมาติดอันดับ 4 และ 5 ช่วงต้นปี 2558 และถึงแม้ว่าช่อง 3 และช่อง 7 จะยังเป็นสองช่องเดิมที่ครองตลาดส่วนใหญ่อยู่ในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มว่าช่องที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนกำลังมีเรตติ้งที่สูงขึ้น

นายดามพ์ นานา ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บริษัท อาร์เอส กล่าวว่า ปี 2558 บริษัทมีกำไรรวม 121 ล้านบาท รายได้รวม 3,728 ล้านบาท ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติการจ่ายปันผล 10 สตางค์/หุ้น โดยเตรียมเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นปี 2558 วันที่ 27 เม.ย.นี้

แน่วทิวทัศน์ดิจิทัลเจาะนี้ชมาร์เก็ต

●'นที'พุ่งมาถูกทาง-เหตุเปลี่ยนผ่านเร็วกว่าฝรั่งเศส

พ.อ.นที ศุกลรัตน์ รองประธานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เปิดเผยในการชี้แจง เรื่อง "ทิศทางอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในปี 2559" ว่า ผลการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลขณะนี้เริ่มมีที่ท่าที่ดีขึ้น เพราะจำนวนผู้ชมมากขึ้น โดยสัดส่วนผู้ชมช่องอนาล็อกเดิมอยู่ที่ 62% และจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลในกลุ่มที่ไม่นับผู้ประกอบการเดิมอัตรา 38% เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2557 ที่สัดส่วนผู้ประกอบการรายเดิม 82% และผู้ประกอบการรายใหม่ 18% สะท้อนว่าประชาชนหันมารับทีวีดิจิทัลมากขึ้น ผู้ประกอบการหลายช่องเริ่มหาจุดแข็งให้ช่องตัวเอง ให้ความสำคัญกับคุณภาพเนื้อหา และมีการลงทุนความสวยงามของภาพ



พ.อ.นที ศุกลรัตน์

ตลาดโฆษณาอยู่ที่ 78,456 ล้านบาท ได้กระจายสู่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลรายใหม่มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการเดิมรายได้ลดลงเหลือ 73.32% (57,526 ล้านบาท) รายใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 26.68% (20,930 ล้านบาท) หรือโตขึ้น 144% และเมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาเปรียบเทียบกับการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิทัลของฝรั่งเศส

พ.อ.นทีกล่าวว่า ผลการสำรวจของบริษัท เอจีบี นีล เ็นดี เอซีวี รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด ยังระบุว่า ทีวีดิจิทัลยังช่วยให้อุตสาหกรรมโฆษณาในปี 2558 เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยมูลค่า

พบว่าไทยมีการเปลี่ยนผ่านเร็วกว่าฝรั่งเศส 4 เท่าในแง่ของจำนวนผู้ชม และ 3 เท่าในแง่ของมูลค่าโฆษณา จึงมั่นใจว่าโครงสร้างทีวีดิจิทัลที่ กสทช. ออกแบบมาถูกต้องแล้ว

พ.อ.นทีกล่าวว่า ส่วนทิศทางการแข่งขันจะเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการยังลำบากอยู่ เพราะยังไม่คืนทุน และสุดท้ายเนื้อหารายการจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของอุตสาหกรรมนี้อย่างแท้จริง ซึ่งสายป่านจึงเป็นเรื่องจำเป็นในการอยู่รอด หากสายป่านสั้นก็ต้องหาพาร์ทเนอร์ และต้องหาที่ยืนให้ตัวเองให้ได้ หากกินเค้กก่อนใหญ่ไม่ได้ก็ต้องหันไปกินเค้กก่อนเล็กหรือเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มแทน ส่วนแนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลนั้น ยังไม่มีการพิจารณารายละเอียด แต่หากช่วยเหลือก็ต้องไม่เลือกปฏิบัติและไม่ให้กระทบกับผู้ประกอบการทั้งที่ชนะประมูลและผู้ที่ไม่ประมูล

FIGHTING FOR VIEWERS
Digital TV industry will see intense competition this year, especially among operators who survived the hard times in 2015. **B2**

BROADCASTING

Digital TV competition hailed

Rising viewership lifts industry, NBTC says

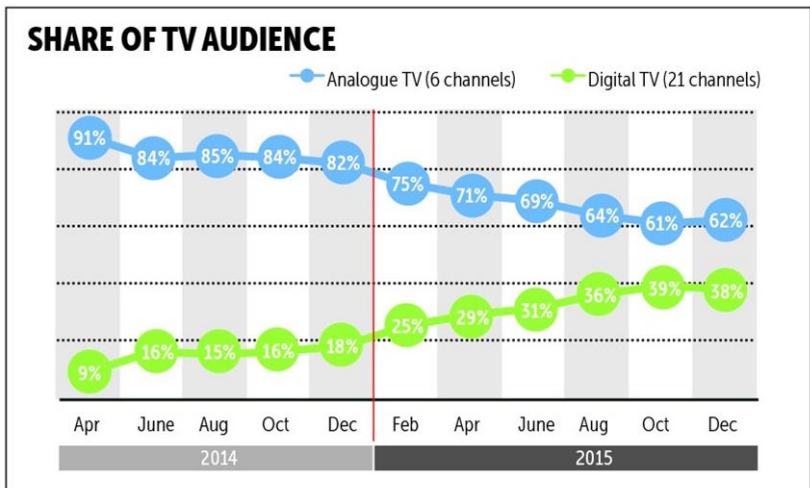
NANAT SUCHIVA

The digital TV industry will see intense competition this year, especially among operators who survived the hard times in 2015, says the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC).

But the overall industry is improving as digital TV gains an audience and ad spending rises gradually, the regulator said.

According to Nielsen Co (Thailand), the new digital channels had a 38% share of the total audience at the end of 2015, up from 18% the year before.

Meanwhile, the six analogue channels, which have a simulcast broadcast, had a



Source : Nielsen

POSTgraphics

62% share, down from 82%.

Col Natee Sukonrat, chairman of the NBTC's broadcasting committee, said the

figures showed higher digital TV penetration among viewers.

"This could imply that watching digital



An electric board promoting digital TV is seen at an exhibition held by the NBTC in 2013. The regulator expects competition among digital TV operators will become more intense this year. THITI WANNAMONTHA

TV channels has become more popular, especially the channels that have strong positioning," he said.

Big channels in the top tier of the ratings, such as Channel 7, Channel 3, WorkPoint TV, Channel 8, Mono 29 and One Channel, are moving forward to gain more viewership.

"They are competing head-on by enhancing their content and building awareness to secure higher ratings and advertising revenue," Col Natee said.

Ad spending for digital TV rose by 144% to 20 billion baht last year despite the economic slowdown, according to Nielsen.

At the same time, ad spending on the six analogue channels fell by 9.8% to 57 billion baht.

In Col Natee's view, 24 digital channels is not too many and the surviving channels will play a vital role in driving the entire industry to a new level.

Many factors will affect channel performance, for better or worse, depending on the business strategy and efficiency of operations.

"Digital TV is a sensitive business and takes more than five years to break even," Col Natee said.

"Having the right content for the right target group is still the main factor to make every digital TV operator successful in running the channel when competition is heavy."

In the future, if any channel operator can no longer run its business, the NBTC will take back the frequency, and it will not re-auction the seized licences until the 15-year licences of all 24 channels expire.

Nonetheless, the NBTC will support channel operators who face financial problems as long as they follow the rules and regulations, Col Natee said.

The regulator wants the television industry to proceed with completing the transition to digital TV and to serve the people with quantity and quality of channels.

Thailand beats French benchmark in digital TV coverage, NBTC says

WATCHIRANONT THONGTEP
THE NATION

DIGITAL terrestrial TV will cover 93 per cent of households nationwide this year, faster than France's analog-digital TV transition, which was used as Thailand's benchmark, according to the National Broadcasting and Telecommunications Commission, which has come under attack for perceived slow deployment.

"Our mission is on the right track. The roll-out by major providers of digital terrestrial TV networks is expected to reach 95 per cent of the 22.3 million households by June next year after the completion of 93 per cent this year," Natee Sukonrat, chairman of the NBTC's broadcasting committee, said yesterday.

Six years after France launched 24 digital TV channels in 2010, its coverage was just 94 per cent of households. But Thailand will reach 95 per cent in four years.

To ensure that all households can still access free-to-air TV channels, which are considered national broadcasting services, the "must carry" rule will continue to be applied, Natee said.

All cable and satellite TV platforms are required to carry every digital TV channel, as more than 70 per cent of households watch free TV via cable or satellite.

The broadcasting committee still believes that the penetration of terrestrial-based digital TV receivers will rise after increased sales of integrated digital TV sets as well as smart devices.

Last year saw sales of at least 4.4 million IDTVs and 1.4 million smartphones and tablets, while 8.7 million of the 13.8 million digital TV vouchers distributed so far have been used to purchase digital set-top boxes.

Digital TV's audience share is also expected to improve as a result of the huge investment by both incumbent TV operators and new digital-TV players on content development to attract viewers and advertisers.

By next year, the NBTC estimates both advertising spending and audiences hitting half of the overall market.

"According to Nielsen, last year, 21 digital TV stations gained 26.7 per cent of total advertising spending, increasing from 11.7 per cent in 2014, while six incumbents suffered a loss of audience share to 73.3 per cent from 88.1 per cent," Natee said.

Thailand was also quicker than France in this respect. A group of digital TV channels represented 28 per cent of total advertising expenditures in France in 2011, but in Thailand, digital TV channels already occupied more than 26 per cent in one year and eight months.

Last year, 38 per cent of households watched digital TV programmes, up from 18 per cent in 2014, while the old TV channels including Channels 3 and 7, MCOT's Modernine TV, the Army's TV5, and NBT accounted for 62 per cent, compared with 82 per cent in 2014.

To survive the fierce competition in the Bt80-billion TV industry, digital-TV players should focus on the quality of contents to suit their targeted viewership, Natee said.

"Segmentation marketing is also a crucial strategy for those players that are able to compete with big players targeting the mass audience.

"Clear brand positioning is important to help consumers recognise channels and hot TV programmes more easily," he said.

4ค่ายเล็กมือถือผ่นึกกำลัง ผุดตั้ง 'ชมรมเอ็มวีเอ็นโอ'

หวังเพิ่มอำนาจต่อรอง ลดรายจ่ายค่าซิม-เช่าเสา

เอ็มวีเอ็นโอรายย่อยในอุตสาหกรรมโทรคม 4 รายผ่นึกกำลังตั้งชมรม "ไทยแลนด์เอ็มวีเอ็นโอ" พันธกิจแรกพร้อมเจรจา กสทช. ร่วมประสานภาคีรัฐผลักดันตลาดให้เติบโตอย่างเสรี ระบุในฐานะรายเล็กไม่แข่งโอเปอเรเตอร์รายใหญ่ เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะบนเน็ตเวิร์ค กสทช. คลื่น 850 ที่ปัจจุบันมีสถานะแล้วกว่า 14,500 แห่ง เผยรองรับค่าปารีสดีที่เหลือนจากกลุ่มทรูได้ 4 ล้านเลขหมาย

นายวัฒน์ชัย วิไลลักษณ์ ประธานชมรมไทยแลนด์เอ็มวีเอ็นโอคลับ กล่าวว่า หลังจาก บมจ.กสท โทรคมนาคม เปิดให้เอกชนที่สนใจทำธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3จีบนคลื่นความถี่ 850 เมกะเฮิรตซ์ในรูปแบบผู้ให้บริการบนเครือข่ายเสมือน (เอ็มวีเอ็นโอ) จึงได้ชักชวนผู้ประกอบการรายอื่นที่สนใจเข้าร่วมในชมรม เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และให้มีบทบาท

อย่างเป็นรูปธรรมในการประสานงานภาคีรัฐ ทั้งนี้เพื่อร่วมวางนโยบายกฎหมายระเบียบ และข้อบังคับเกี่ยวกับการให้บริการเอ็มวีเอ็นโอ ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมของไทย สำหรับบนคลื่นความถี่ 850 เมกะเฮิรตซ์ มีความจุโครงข่ายที่เหลือให้แก่เอ็มวีเอ็นโอรายย่อยทำตลาดได้ 4 ล้านเลขหมาย

ชมรมไทยแลนด์เอ็มวีเอ็นโอคลับ ประกอบด้วย 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท ไอ-โมบายพลัส จำกัด ผู้ให้บริการไอ-โมบาย 3จีเอ็กซ์ ซึ่งเดิมได้ทำตลาดให้แก่บมจ.ทีโอที บนคลื่นความถี่ 2100 เมกะเฮิรตซ์ โดยปัจจุบันมีลูกค้า 3 แสนราย บริษัทดาต้าซีดีเอ็มเอ คอมมูนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการมายเวิลด์ 3จี เปิดให้บริการมา

ตั้งแต่เดือนม.ค.ที่ผ่านมา มีลูกค้าแล้ว 1,000 ราย บริษัท 168 คอมมูนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการ "168" เพิ่งเปิดให้บริการ ปัจจุบันมีลูกค้าหลัก ร้อยราย และบริษัทเดอะไวท์สเปซ จำกัด ซึ่ง จะเปิดให้บริการวันที่ 1 มี.ค.นี้

"งานแรกในส่วนของชมรมเอ็มวีเอ็นโอนี้ เราอยากจะทำพบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพราะจะได้ทราบถึงนโยบายในการผลักดันอุตสาหกรรมต่อไปว่า กสทช. มีทิศทางอะไร อย่างไรบ้าง

โดยชมรมเองพร้อมที่จะสนับสนุนเต็มที่เพื่อให้ อุตสาหกรรมไทยเกิดการ แข่งขันได้อย่างเสรีและผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ตัวเองมากขึ้น เหมือนอย่างธุรกิจเอ็มวีเอ็นโอประสบความสำเร็จ ในสหรัฐอเมริกา แคนาดา รัสเซีย ออสเตรเลีย เป็นต้น"

นายวัฒน์ชัย กล่าวในฐานะของกรรมการผู้จัดการใหญ่กลุ่มสามารถว่า โอกาสการเติบโตของเอ็มวีเอ็นโอมีมากขึ้นจากเมื่ออดีตที่กลุ่มสามารถไอ-โมบายเป็นคนทำตลาด เพราะในขณะนั้นต้องยอมรับว่าสถานะโครงข่ายของทีโอทีที่ให้เอกชนร่วมทำตลาดเพียงแค 5,320 แห่ง ทำให้สัญญาณไม่ครอบคลุม ซึ่งถือเป็นเรื่องยากที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ แม้จะคิดอัตราค่าบริการถูกกว่ารายใหญ่ในตลาด สามารถไอ-โมบาย ทำตลาดมา 5 ปีมีลูกค้าเพียง 3 แสนรายเท่านั้น แต่เมื่อตลาดเปิดมากขึ้น และไอ-โมบายหันมาทำตลาดเป็นเอ็มวีเอ็นโอ ให้แก่บมจ.กสท โทรคมนาคม ซึ่งปัจจุบันมีสถานะแล้วมากกว่า 14,536 แห่งจึงมั่นใจว่าการ ตลาดและโอกาสทางธุรกิจจะสดใสกว่าเดิม

แข่งขันและอยู่รอดได้มากขึ้น

ขณะที่นายชัยยศ จิรบรรพกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เดอะไวท์สเปซ เสริมว่า แนวโน้ม การเติบโตทางธุรกิจของเอ็มวีเอ็นโอมีช่องให้ทำ ตลาดมากขึ้น เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่ม รู้จักเทคโนโลยี รู้จักว่า เอ็มวีเอ็นโอคือใคร ดังนั้น ในเมื่อมาร่วมกันตั้งเป็นชมรมขึ้นก็จะช่วย เพิ่มบทบาทและการแข่งขันของเอ็มวีเอ็นโอ รายย่อยๆ ในตลาดให้มากขึ้น ซึ่งชมรมได้ เปิดรับเพื่อนผู้ประกอบการมาร่วมทั้งหมด ไม่ปิดกั้น เพียงแต่ขอให้เป็นผู้ประกอบการที่มีความตั้งใจเปิดให้บริการจริงๆ ไม่ใช่เพียงแคมี ใบอนุญาตจาก กสทช. เท่านั้น

อย่างไรก็ดี นายชัยยศ เห็นว่า การรวมตัวกัน ของชมรม นอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน เพื่อ ลดการลงทุนซ้ำซ้อน แต่จะช่วยเอ็มวีเอ็นโอ รายใหม่ในตลาดให้เช่าใช้เสา หรือลดรายจ่าย เรื่องค่าธรรมเนียมซิมการ์ดที่จะชำระให้แก่ กสทช. ด้วย รวมทั้งยังแชร์รายจ่ายเรื่องระบบ ไอทีที่บ้าน คอลล์ เซ็นเตอร์ และระบบบิลลิ่ง ทำให้ใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีมูลค่าสูงให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นายนิพนธ์ ชูชิต กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดาต้า ซีดีเอ็มเอ เสริมว่า แม้บริษัทเพิ่งจะเปิด ตัวได้เมื่อ 1 เดือนที่ผ่านมา แต่เป้าหมายการทำตลาดปีหน้าจะหาลูกค้าให้ได้ 1 ล้าน ราย ซึ่งจะจับกลุ่มลูกค้าที่เน้นการนำซิม 3จีไป ใช้กับอุปกรณ์อื่นๆ เช่น เป็นจีพีเอสในรถ หรือ ใส่ให้กล่องวงจรปิด (ซีซีทีวี)

นายนิพนธ์ ระบุว่า การทำตลาดเพื่อแข่งกับ รายใหญ่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จต่ำ ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทได้ยื่นขอเลขหมายจาก กสทช. แล้ว 2 แสนเลขหมาย และเมื่อวันที่ 24 ก.พ.ที่ผ่านมา ยื่นขอไปเพิ่มเติมอีก 8 แสนเลขหมาย

ชมรมจะเพิ่ม บทบาท การแข่งขันของ เอ็มวีเอ็นโอ

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/เศรษฐกิจ

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ 2559

ปีที่: 15

ฉบับที่: 5242

Col.Inch: 18.43 Ad Value: 40,546

ภาพข่าว: ผนึกกำลัง

หน้า: 8(บน)

PRValue (x3): 121,638

คลิป: สีสี่



4มินิโอเปอเรเตอร์เปิดตัวมือถือเอ็มวีเอ็นโอ



เป้าหมายปี 2559 ของ 4 ผู้ประกอบการเอ็มวีเอ็นโอ

- **ไอโมบาย** เตรียมปรับแบรนด์ใหม่ และหวังฐาน 5 แสนเลขหมาย
- **168** (กลุ่มพานิชชีวะ) ยื่นขอ 2 แสนเลขหมาย เปิดตัวเป็นทางการไตรมาส 2
- **ดาต้า ซีดีเอ็มเอ** ได้เลขหมายแล้ว 2 แสนเลขหมาย กำลังยื่นขออีก 8 แสนเลขหมาย ลั่นปีหวังแตะ 1 ล้านเลขหมาย
- **เดอะไวท์ สเปซ** (กลุ่มทุนจากคนในวงการมือถือ) หวังมี 3-5 แสนเลขหมาย เตรียมเปิดตัวเร็วๆ นี้

ภาพรวมตลาด ระบบสื่อสารเอ็มวีเอ็นโอ

- คาดภายใน 2 ปี มีเลขหมายในระบบ 2 ล้านเลขหมาย
- เน้นเจาะนิช มาร์เก็ต แตกต่าง จากโอเปอเรเตอร์ค่ายมือถือปัจจุบัน
- ให้บริการ 3จี บนคลื่นความถี่ 850 เมกกะเฮิร์ตของกสท.
- ปัจจุบันมีผู้ได้รับใบอนุญาตให้บริการเอ็มวีเอ็นโอ 39 ราย แต่ให้บริการจริง 4 ราย

หมายเหตุ : เอ็มวีเอ็นโอ (Mobile Virtual Network Operator : MVNO) หมายถึง ผู้ให้บริการโทรศัพท์ที่โดยไม่ได้มีคลื่นความถี่เป็นของตนเอง

ที่มา : ชมรมไทยแลนด์ เอ็มวีเอ็นโอ คลับ

โพสต์กราฟฟิก

■ สุกัญญา สนิทกรศักดิ์

หากย้อนไปเมื่อ 4-5 ปีที่แล้ว ธุรกิจการสื่อสารแบบเอ็มวีเอ็นโอ (Mobile Virtual Network Operator : MVNO) ที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถให้บริการได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ หรือไม่มีโครงสร้างพื้นฐานและโครงข่ายเป็นของตัวเอง แต่ใช้วิธีเช่าคลื่นความถี่ของผู้ประกอบการที่มีคลื่นความถี่เป็นของตนเอง เคยเกิดขึ้นมาในตลาดเมืองไทยแล้ว โดยการประเดิมของทีโอทีในยุคที่เริ่มทำตลาด 3จี แล้วเปิดให้ผู้ประกอบการที่สนใจเช่าช่วงคลื่นความถี่บางส่วน เพื่อนำไปให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่กับผู้ใช้บริการในรูปแบบที่ไม่ต้องมีคลื่นความถี่เป็นของตัวเอง ซึ่งคนในแวดวงสื่อสารให้คำจำกัดความว่าเป็น "มินิโอเปอเรเตอร์"

พันธมิตรในธุรกิจเอ็มวีเอ็นโอในยุคแรกของทีโอที ก็มีเช่น กลุ่มสามารถคอร์ปอเรชั่น ถือเป็นมินิโอเปอเรเตอร์รุ่นบุกเบิก ที่ลองถูกลองผิดในการ

ทำตลาดเอ็มวีเอ็นโอ แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องสัญญาเช่าเครือข่ายที่ยังไม่ครอบคลุม ปัญหาการขอใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และอีกหลากหลายปัญหา ทำให้เอ็มวีเอ็นโอยังไม่เป็นที่นิยม ขณะที่การกลับมาของเอ็มวีเอ็นโอ เวอร์ชัน 2 ในเมืองไทยครั้งนี้ มีความพร้อมมากขึ้น ทั้งสัญญาเช่าเครือข่ายและผู้ประกอบการที่จะให้บริการ ประเดิมด้วยบริษัท กสท โทรคมนาคม หรือ CAT เป็นผู้นำ สัญญา 3จี บนคลื่นความถี่ 850 เมกะเฮิร์ตซ์ มาเปิดให้ 4 มินิโอเปอเรเตอร์แรกเช่าช่วงต่อ ได้แก่ บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น บริษัท 168 คอมมูนิเคชั่น (กลุ่มพานิชชีวะ) บริษัท เดอะ ไวท์สเปซ (ทุนจากคนในแวดวงมือถือ) และบริษัท ดาต้า ซีดีเอ็มเอ คอมมูนิเคชั่น พร้อมกับตั้งเป็นชมรมไทย

แลนด์ เอ็มวีเอ็นไอ คลับ เพื่อสร้างมาตรการ การให้บริการธุรกิจสื่อสารแบบเอ็มวีเอ็นไอ

วัฒน์ชัย วิไลลักษณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น และประธานชมรมไทยแลนด์ เอ็มวีเอ็นไอ คลับ กล่าวว่า แม้สามารถฯ จะเคยขาดทุนจากธุรกิจนี้มาแล้วเป็น 100 ล้านบาท แต่ก็มองเห็นโอกาส เพราะเวลานี้ทุกอย่างอยู่บนมือถือ ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านซิมมือถือ ซึ่งเอ็มวีเอ็นไอจะไม่แข่งกับโอเปอเรชั่นค่ายมือถือเดิมในปัจจุบันเลย แต่จะมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่าง

ทั้งนี้ ดังเช่นไอโมบายก็มีฐานลูกค้าของตัวเองหรือกลุ่ม 168 ซึ่งมีฐานธุรกิจเดิมในกลุ่มประกันชีวิตประกันภัย ก่อสร้าง รถเช่า ก็จะนำซิมเหล่านี้ไปใช้กับบริษัทเครือข่าย หรือใส่ซิมในจีพีเอสที่อยู่ในรถเช่า หรือกลุ่มเดอะ ไวท์สเปซ ก็มองเห็นโอกาสจะไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว

เมืองไทย กลุ่มคนต่างชาติที่เข้ามาทำงานเมืองไทย ฯลฯ หรือกลุ่มดาด้าฯ ก็จะโตไปกับดีไวซ์ต่างๆ เช่น กล้องวงจรปิดที่ใส่ซิมได้ (ใช้แทนเน็ตบ้าน) ซิมจีพีเอสในรถมอเตอร์ไซค์ ฯลฯ ซึ่งแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะมีความต้องการเฉพาะ และอาจไม่จำเป็นต้องใช้งานตามแพ็คเกจของโอเปอเรเตอร์ในปัจจุบัน

นี่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเอ็มวีเอ็นไอจาก 4 มินิโอเปอเรเตอร์แรก หากปีนี้แต่ละรายได้รับการตอบรับที่ดี คาดว่าปีหน้าอาจจะได้เห็นโฉมหน้าของมินิโอเปอเรเตอร์รายใหม่ๆ เพราะปัจจุบันมีผู้ที่มีใบอนุญาตอยู่ในแล้วถึง 39 ราย แต่ให้บริการจริงเพียง 4 รายเท่านั้น

จากโจทย์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งหมดงานนี้จึงต้องติดตามว่าเอ็มวีเอ็นไอ เวอร์ชัน 2 ซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุม และมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะ จะเป็นชุมทรัพย์ก้อนใหม่ในวงการโทรคมนาคมแค่ไหน

4ค่ายมือถือรายเล็กรวมตัว ต่อรองเจ้าของโครงข่ายหวังลดต้นทุน

นายวัฒน์ชัย วิไลลักษณ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และประธานชมรม ไทยแลนด์ เอ็มวีเอ็นโอ คลับ เปิดเผยว่า กลุ่มสามารถฯ ได้ทำธุรกิจการให้บริการขายส่งขายต่อ (โฮลเซลล์ รีเซลล์) หรือผู้ให้บริการโครงข่ายเสมือนจริง หรือ เอ็มวีเอ็นโอ (MVNO) หรือผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง ซึ่งดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานกว่า 5 ปี ตั้งแต่บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G แต่ที่ผ่านมามีปัญหาตามมาเนื่องจากปัญหาการติดตั้งโครงข่าย



วัฒน์ชัย วิไลลักษณ์

การให้บริการที่ไม่ครอบคลุมของทีโอที ส่งผลให้สามารถฯ ทำตลาดไม่ได้เต็มที่ ขอมริบว่าทำให้บริษัทขาดทุนถึง 100 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีลูกค้าอยู่จำนวน 3 แสนเลขหมาย

ดังนั้นจึงทำให้เกิดการรวมตัว 4 ผู้ให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ MVNO ประกอบด้วย 1.บริษัท ไอ-โมบาย พลัส จำกัด ผู้ให้บริการ I-Mobile 3Gx 2.บริษัท ดาด้า ซีดีเอ็มเอ คอมมูนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการ Myworld 3G 3.บริษัท 168 คอมมูนิเคชั่น จำกัด ผู้ให้บริการ 168 และ 4.บริษัท เดอะ ไวท์สเปซ จำกัด จัดตั้งเป็นชมรม Thailand MVNO Club เพื่อผลักดันธุรกิจบริการ MVNO ให้เติบโตและส่งเสริมความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ให้บริการ รวมถึงการมีบทบาทอย่างเป็นทางการในฐานะในการประสานงานกับภาครัฐเพื่อร่วมวางนโยบาย กฎหมาย โดยผู้ให้บริการ MVNO จะให้บริการภายใต้โครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G บนคลื่นความถี่ 850 เมกะเฮิรตซ์ (MHz) ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT อย่างไรก็ตาม การให้บริการภายใต้โครงข่าย กสท

โทรคมนาคม ปัจจุบันมีความสามารถรองรับการใช้งาน (คาพาซิตี) ที่เหลืออยู่ราว 20% ของจำนวนคาพาซิตีทั้งหมด ที่อีก 80% ของทราฟฟิก และเรียลลุ่ม ซึ่งคาพาซิตี 20% จะสามารถรองรับการใช้งานได้ทั้งสิ้น 4 ล้านเลขหมาย

นอกจากนี้เป็นการส่งเสริมมาให้ผู้ประกอบการใช้โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมร่วมกัน ลดการลงทุนซ้ำซ้อน และใช้ทรัพยากรด้านโครงข่ายโทรคมนาคมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ โดยการจัดตั้งชมรมฯ ดังกล่าวแผนงานแรกที่จะดำเนินการคือการเข้าไปพบเพื่อพูดคุยกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการ

กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในเรื่องของประเด็น การคิดจัดปัญหาเกี่ยวกับการทำMVNO ในด้านของผู้ประกอบการ และการลดต้นทุนของผู้ให้บริการ MVNO อาทิ ระบบบริหารจัดการ ระบบบิลลิ่ง ฯลฯ

“ต่อไปในประเทศเพื่อนบ้านจะมีการทำ MVNO ขยายออกไปในประเทศพม่า จะมีความร่วมมือกับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้านต่อไป ซึ่งแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ MVNO จะต้องรอดูภายใน 3 เดือน ว่าจะเป็นไปอย่างไร ตลาดตอบรับได้ดีแค่ไหน ซึ่งจะทำให้มีผู้ให้บริการ MVNO เข้ามาหลายรายเพื่อมาทำตลาดในปีนี้ ก็คงเป็นจุดเริ่มต้น คงจะไม่เลวร้ายไปกว่านี้” นายวัฒน์ชัย กล่าว

ส่วนการทำMVNO กับ ทีโอที กลุ่มสามารถฯ ก็ยังคงทำต่อไป โดยเมื่อเปรียบเทียบกับการทำ MVNO

แนวหน้า

Naew Na
Circulation: 800,000
Ad Rate: 1,400

Section: โลกธุรกิจ/หน้าแรก

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ 2559

ปีที่: 36

ฉบับที่: 12729

หน้า: 9(ล่าง)

Col.Inch: 48.31

Ad Value: 67,634

PRValue (x3): 202,902

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: 4ค่ายมือถือรายเล็กรวมตัว ต่อรองเจ้าของโครงข่ายหวังลดต้นทุน

กับ กสท โทรคมนาคม เมื่อเทียบกับ ทีโอที น่าจะมีความอยู่รอดได้มากกว่าทีโอที เนื่องจาก ทีโอที มีอัตราการใช้ของลูกค้า (เงินบาท) สูงกว่า กสท โทรคมนาคม ซึ่งการทำ MVNO ทั้ง 4 รายเป็นจุดเริ่มต้น และการทำกับ กสท โทรคมนาคม อาจจะประสบปัญหาที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากที่ผ่านมา ปัญหาและอุปสรรคจะมาจากการขายโครงข่าย และนโยบายการผลักดันการเกิดMVNO อย่างแท้จริง โดยเราเชื่อมั่นว่าโครงข่ายของ กสท โทรคมนาคม มีประสิทธิภาพและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

นายชัยศ จิรวรรกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เดอะ ไวท์สเปซ จำกัด และเลขานุการชมรมไทยแลนด์ เอ็มวีเอ็นโอ คลับ กล่าวว่า การเติบโตของธุรกิจการให้บริการ MVNO ทำให้เกิดผู้เล่นรายใหม่ๆ ในแวดวงสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการที่สร้างความแตกต่างเฉพาะกลุ่มได้อย่างทั่วถึงหลากหลายและส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรคบริการและโปรโมชั่นเพื่อผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ๆ ที่น่าสนใจรวมถึงการผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันรายได้ต่อเลขหมายของผู้ให้บริการ MVNO ขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มลูกค้า

STRONGER TOGETHER

Four firms providing mobile services on CAT's network team up to strengthen their bargaining power in talks with authorities. **B2**

TELECOMMUNICATIONS

Four MVNOs form alliance for more bargaining power

KOMSAN TORTERMOVASANA

The four companies providing mobile services on CAT Telecom's cellular network have come together to strengthen their position as they seek to promote an affordable alternative service platform.

The alliance has been formalised through establishment of the Thailand MVNO Club, an organisation that aims to increase their bargaining power in any negotiation with authorities in areas of the industry policies and regulatory framework.

The move is also expected to reduce their operating costs through back-office sharing that includes IT processing and accounting systems, said Watchai Vilailuck, chairman of the Thailand MVNO Club.

The club comprises I-Mobile Plus, a subsidiary of Samart Corporation; The WhiteSpace; 168 Communication; and Myworld 3G Co.

A mobile virtual network operator (MVNO) is a company that provides mobile service but does not have its own mobile network.

"Even though the mobile market in Thailand has reached a mature level with the country's penetration rate of 145%, we believe there is still enough room for MVNOs to grow given many untapped segments, especially in the rural market," said Mr Watchai, who is also the president of Samart Corporation.

Samart now provides mobile service on the cellular networks of two state telecom enterprises — CAT Telecom and TOT Plc

— under an MVNO business model.

Samart has 300,000 active 3G subscribers on TOT's 2100-megahertz spectrum since it started providing service in 2010. The company plans to launch its mobile service on CAT's 850MHz network next month.

CAT has 14,536 3G base stations nationwide, while TOT has 5,320 3G base stations.

"We expect to have 200,000 subscribers on CAT's network later this year," said Mr Watchai.

He said MVNO was a viable business model under the current mobile business environment because it requires relatively low investment for service rollout, such as spectrum cost and network infrastructure development.

"MVNOs will not compete directly with the three major mobile operators. Instead, we are targeting customers in those untapped segments of the market," said Mr Watchai.

Chaiyod Chirabowornkul, chief executive of The WhiteSpace and also secretary of the Thailand MVNO Club, said there were over 20 companies that obtained MVNO licences from the National Broadcasting and Telecommunications Commission, yet only a few can survive.

Surapan Meknavin, a board director of CAT Telecom, said CAT would rent its 850MHz network capacity to the four MVNOs, which can serve at least 4 million customers.

CAT plans to partner with three more MVNOs by year-end, including hypermarket operator Tesco Lotus, said Mr Surapan.

NETWORK

Operators form country's first MVNO club

AIMS TO SHARE COST, CREATE COMPETITION

USANEE MONGKOLPORN
THE NATION

FOUR GROUPS of mobile virtual network operators yesterday joined together to form the Thailand MVNO Club in order to share the cost of operation systems and create more competition.

The four operators are i-mobile Plus Co of Samart I-Mobile, Data CDMA Communication Co, 168 Communication, and The WhiteSpace Co. All are part of CAT Telecom's MVNO network providing third-generation cellular service on the 850-megahertz spectrum.

It is the first time small and medium-sized telecom operators have formed an alliance.

"The alliance will save costs starting from 5-30 per cent for each company depending on the different companies' expenses," said Chaiyod Chirabowornkul, chief executive officer of The WhiteSpace Co and secretary of the Thailand MVNO Club.

Chaiyod said the emergence of MVNO services - those that provide wireless-telecom services for other

companies but do have networks of their own - brought many new players into the telecom market and provided new alternatives for niche services for consumers.

He said the model encouraged the creation of new services and special promotions that excited the market and helped drive other related industries.

It is expected that the total number of mobile subscribers using MVNO services will be around 2 million by end of this year.

Watchai Vilailuck, president of Samart Corporation and chairman of the MVNO Club, said the emergence of MVNOs supported the National Broadcasting and Telecommunications Commission's telecom-infrastructure sharing policy while avoiding redundant investments and optimising existing telecom resources including back offices for SIM card management, purchasing, and information-technology systems.

Watchai said Samart was the first company to start an MVNO business. The alliance would provide the

MVNO business operation more strength.

The club wants more MVNOs to become members. Currently there are 39 MVNO companies with licences from the NBTC but only around 10 are active.

Nipon Chuchid, president of Data CDMA Communication, the provider of the MYWorld3G brand, said each MVNO had its own niche market. MYWorld3G is targeting GPS (Global Positioning System) truck services and wireless payments. The company forecasts gaining around a million subscribers by the end of this year.

Surapan Meknavin, director of CAT Telecom, said the state agency planned to upgrade its 3G-850MHz service to 4G soon to serve high demand for data communications. Currently CAT's network has the capacity to serve 4 million MVNO users.

An MVNO enters a business agreement with a mobile network operator to obtain bulk access to network services at wholesale rates, then sets retail prices independently.

MVNO is a viable model for the current mature telecom market in Thailand, with a penetration rate of 145 per cent.

The cost of investing in the telecom industry is excessively high, especially the expense of spectrum bandwidth and infrastructure development. But the MVNO model requires a much lower investment, allowing operators to offer good-quality services at reasonable prices.

The model also has the capacity to access untapped consumer segments, especially in rural areas, and explore opportunities to develop new services. Ultimately, consumers benefit from more diverse service choices and more service providers, and are able to select a service plan from the most preferred provider that best suits their needs and budget.

กางตำราโต้คลื่นเทคโนโลยี ปั้นธุรกิจยุคเศรษฐกิจ-สังคมดิจิทัล

การตลาดยุคดิจิทัล

- เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค
- การปรับยุทธศาสตร์ขององค์กร ต้องรับกับบริบทที่เปลี่ยนไป
- การทำตลาด พัฒนาสินค้า ตอบโจทย์ความต้องการในอนาคต
- การพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรหรือประเทศ มีทักษะหลายด้าน
- การสร้างสรรค์นวัตกรรมมาพร้อมกับความเสี่ยงทางธุรกิจ
- แบรนด์ที่ปรับตัวไม่ทันกับเทคโนโลยีสูญหายไปจากตลาด

ที่มา : โพสต์ทูเดย์รวบรวม

■ รัชนิย์ ศรีวัฒนชัย

การดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล คงปฏิเสธไม่ได้ว่า “เทคโนโลยี” ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในชั่วข้ามคืน องค์กรต้องปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง โดยมองถึงความต้องการของตลาดในอนาคต ซึ่งหลายแบรนด์ที่สูญหายไปจากตลาดเป็นเพราะไม่สามารถปรับตัวได้ทัน

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้จัดปาฐกถาหัวข้อ “Shape of the New Digital Era” กระบวนทัศน์ใหม่ของโลกดิจิทัล ที่จะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิตของคนในสังคม

เอสโก อะโฮ อดีตนายกรัฐมนตรียุคฟินแลนด์ เปิดเผยว่า การสร้างองค์กรให้เติบโตในยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล คือ การวางยุทธศาสตร์

ของบริษัทให้สอดคล้องกับบริบทหรือสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และการพัฒนาสินค้าไม่ใช่แค่มองถึงความต้องการในปัจจุบัน แต่แบรนด์ที่ดีต้องวิเคราะห์ตลาดและพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการตลาดในอนาคตด้วย

ทั้งนี้ ได้ยกตัวอย่าง กรณี บริษัท โนเกีย ในประเทศฟินแลนด์ ซึ่งก้าวข้ามผ่านทั้งในยุครุ่งเรืองและยุคตกต่ำมาแล้ว เพราะด้วยยุทธศาสตร์การทำธุรกิจ ยุคแรก โนเกียวางบริษัทเป็นผู้ดำเนินธุรกิจมัลติฟังก์ชัน หรือจำหน่ายสินค้าหลากหลาย รองเท้าบูต โทรศัพท์มือถือ กระทั่งเมื่อปี 2533 ความหลากหลายของสินค้าทำให้ทิศทางของธุรกิจไม่ได้โฟกัสไปส่วนหนึ่งส่วนใด โนเกียจึงตัดสินใจขายธุรกิจอื่นๆ ทิ้ง 80% และเหลือเพียงธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญในสัดส่วน 20% นั่นคือโทรศัพท์มือถือ

เหตุผลเป็นเพราะโนเกียมองเห็นโอกาสที่ธุรกิจมือถือยังมีศักยภาพเติบโตได้อีกมากในอนาคต โดยคาดการณ์ว่า ในปี 2543 ตลาดจะขยายตัวสูงจากการมีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นจาก 10 ล้านคน เป็น 50 ล้านคน แต่ตลาดกลับเป็นว่ามีผู้ใช้ถึง 700 ล้านเครื่อง การปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงและมองตลาดในอนาคต ผลักดันให้โนเกียเติบโตอย่างก้าวกระโดด สร้างผลประกอบการปี 2535 จากราว 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มาเป็น 3 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ และพลิกสถานการณ์วิกฤตของกิจการมาสู่ความรุ่งเรือง

ทุกวันนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่า "เทคโนโลยี" มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลก แปรนตร์ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับพฤติกรรมของลูกค้า ก็ย่อมสูญหายไปจากตลาดในที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ที่เกิดขึ้นกับบริษัท โกดัก จากยุคของการใช้ฟิล์มถ่ายรูป กระดาษอัดภาพที่รุ่งเรือง กลับล่มสลายลงเพียงระยะเวลาไม่นานด้วยเทคโนโลยี หรือกระทั่งโทรศัพท์มือถือโนเกียทำในสิ่งผิดพลาดครั้งยิ่งใหญ่ ตัดสินใจไม่ทำโทรศัพท์มือถือสัมผัสหน้าจอออกมา เพราะมองข้ามความต้องการของตลาดในอนาคต ให้ความสำคัญกับความต้องการตลาดในปัจจุบัน โดยเชื่อว่าคนอยากให้มีคีย์บอร์ดบนโทรศัพท์มือถือ จนกระทั่งถูกช่วงชิงตลาดจากซัมซุงและไอโฟนไปในที่สุด

"ปัญหาที่โนเกียไม่สามารถกลับมาโลดแล่นเป็นผู้นำในตลาดโทรศัพท์มือถือได้นั้น เพราะในยุคที่แอนดรอยด์เกิดในปี 2551 กลับมองข้ามคู่แข่งอย่างซัมซุงที่พัฒนาระบบขึ้นมา แต่โนเกียยังคงคอนเซ็ปต์เดิมๆ ท่ามกลางโลกได้เกิดอินเทอร์เน็ตขึ้นมา การตัดสินใจเชิงซ้ำไม่ทันกับความเปลี่ยนแปลง

ในปี 2554 โนเกียต้องตัดสินใจเลือกบนเส้นทางระหว่างการทำแอนดรอยด์แข่งกับซัมซุงโอกาสทางการตลาดน้อยมาก จึงเลือกที่ใช้ระบบวินโดวส์ ในที่สุดโนเกียต้องขายกิจการโทรศัพท์มือถือทิ้งและเหลือเพียงธุรกิจเครือข่ายระบบโทรศัพท์ ปัจจุบันติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ" อะโฮ กล่าว

ในมุมมองระหว่างจีนกับสหภาพโซเวียต ก็เป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจด้วยเช่นกัน ทั้งสองประเทศใช้ระบบปกครองระบบคอมมิวนิสต์เหมือนกัน แต่สหภาพโซเวียตกลับค่อยๆ ล่มสลายไปในที่สุด ในขณะที่ประเทศจีนกลับกลายเป็นประเทศมหาอำนาจแข่งกับอเมริกาได้ เพราะด้วยแนวคิดผู้นำประเทศ "เหมาเจ๋อตง" ได้กล่าวว่า "แมวไม่ว่าจะสีอะไร ขอให้จับหนูได้ก็เป็นพอ" แนวคิดดังกล่าวช่วยพลิกเงินก้าวสู่ความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ

การปรับตัวขององค์กร ส่วนหนึ่งต้องขึ้นอยู่กับผู้นำ เหมือนกับที่เกิดขึ้นในจีน นอกจากนี้ผู้นำองค์กรต้องมีความเข้าใจของตลาด ในสถานการณ์โลกที่มันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งไม่ได้หมายความว่า ผู้นำองค์กร จะเป็นผู้ชี้ชะตาธุรกิจว่าจะประสบความสำเร็จเสมอไป แต่การมีผู้นำที่พร้อมปรับตัวมองการณ์ไกล ย่อมนำมาให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรือง

อะโฮ กล่าวว่า บริบทภายนอกเป็นตัวกำหนดให้สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอด ยกตัวอย่างในปี 2513 ฟินแลนด์เผชิญกับปัญหาอัตราการเกิดของประชากรติดลบ 7% และแนวทางการบริหารประเทศให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการค้าขาย

สถาบันการเงินเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ระดับหนี้กลับพุ่งสูงขึ้นเรื่อยๆ กระทั่งปี 2533 เกิดพองสบู่แตกเศรษฐกิจของฟินแลนด์เกิดวิกฤต นโยบายทางด้านเศรษฐกิจที่ออกมา คือ การประกาศลดค่าเงิน เป็นการแก้ปัญหาระยะสั้น และปรับลดค่าแรงงาน เพื่อให้ภาคการผลิตสามารถผลิตสินค้าแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้

นอกจากนั้นแล้ว รัฐบาลของฟินแลนด์ ยังเดินหน้าพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศให้แข็งแกร่ง ส่วนนโยบายเร่งด่วนมีด้วยกัน 3 ด้าน 1.การนำฟินแลนด์เข้าสู่สหภาพยุโรป 2.การปฏิรูปการเก็บภาษี ลดภาษีลง เพื่อโน้มน้าวใจให้บริษัทธุรกิจเพิ่มขึ้น กลยุทธ์ดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัว 3.5 เท่า และ 3.เพิ่มงบสำหรับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขณะเดียวกัน ฟินแลนด์ให้ความสำคัญกับระบบการศึกษา นำคนที่เรียนเก่งมาเป็นครู เพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับประเทศ มองว่าระบบการศึกษาของไทยในขณะนี้ รวมทั้งในอาเซียนต้องเร่งบูรณาการ เน้นสร้างบุคลากรให้มีทักษะการทำงานหลากหลายด้าน รองรับกับการเปลี่ยนแปลงของโลก เพราะเป็นระบบการศึกษาที่มีหลักสูตรให้คนมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

สำหรับหลักแนวคิดการทำธุรกิจในยุคดิจิทัล ต้องสร้างแนวคิดหลักขององค์กร (Concept) โดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อม (Context) ขึ้นมาทั้งสิ้น ซึ่งกุญแจแห่งความสำเร็จ คือ การนำเทคโนโลยี

เข้ามาผสมผสานกับการทำธุรกิจให้สอดคล้องมากกว่า หลายคนแยกระหว่างการประดิษฐ์กับการสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่ออก ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร ในขณะที่การพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ องค์กรก็ต้องเผชิญกับความเสี่ยงรอบด้าน เพราะ

การสร้างนวัตกรรมไม่ได้หมายความว่า แปรนตร์
นั้นๆ จะประสบความสำเร็จเสมอไป

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟนของคนทั่วโลก ส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับการเล่นเกมในสัดส่วนถึง 43% และใช้เวลาในโลกโซเชียลมีเดีย เล่นเฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม 26% ส่วนอีก 10% ใช้เพื่อดูหนัง ฟังเพลง ผ่านทางยูทูปหรือช่องทางต่างๆ ล้วนแล้วแต่ใช้สมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่การใช้สมาร์ทโฟนเพื่อความบันเทิงหรือนำสินค้าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้บริโภคให้ได้ ต้องเลือกการสื่อสาร การสร้างคอนเทนต์อย่างไร หรือนักการตลาดควรฉกฉวยโอกาสสร้างธุรกิจจากพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างไร

ปัจจุบันธุรกิจต้องเผชิญกับการเกิดตัวแปรรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ และสังคมของโลก รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศเอง ก็ดี ยิ่งโลกก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลแล้ว หากองค์กรเกิดวิกฤต นักการตลาดพึงระลึกเสมอว่า เกิดการวิกฤตทำให้เกิดคอนเซ็ปต์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ขณะที่ผู้นำองค์กรอาจนำพาองค์กรออกจากภาวะวิกฤตได้ ด้วยการเปลี่ยนแปลงแนวคิดใหม่ๆ มองอนาคต และใช้ประสบการณ์ในการสร้างธุรกิจ

‘ดีแทค’มองศึก4จีปีลิง ‘แข่งเดือด-ฝุ่นตลบ’

ประเทศ ดันกูรานันท์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มเทคโนโลยี บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ “ดีแทค” กรุณาให้ออกาสพูดคุยกันแบบสบายๆ ในสไตล์เป็นกันเองเมื่อเร็วๆ นี้ ให้มุมมองของสภาพความเป็นไปในภาคธุรกิจโทรคมนาคมของเมืองไทย ที่ก้าวสู่จุดหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญอีกครั้งหลังจากมีการเปิดประมูลคลื่นความถี่สำหรับใช้เพื่อให้บริการการสื่อสารไร้สายยุคที่ 4 หรือ “4จี” ไว้อย่างชัดเจนยิ่งว่า ผลจากการประมูลจะก่อให้เกิดการแข่งขันครั้งใหญ่ทั้งในแง่การลงทุน สงครามโฆษณาและการให้บริการ ถือเป็นอีกครั้งที่เกิดการแข่งขันชนิดดุเดือดและฝุ่นตลบในอุตสาหกรรมนี้ของเมืองไทย

เหตุผลแรกสุดของก็คือ การมีผู้ให้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น ชนิดที่ว่า “ขนาดว่ายังไม่ได้จ่ายตั้งค์ยังไม่อะไรกัน ตอนนี้เกิดความเปลี่ยนแปลงในตลาดแล้ว ตลาดเริ่มปั่นป่วนแล้วเพราะว่า มีรายที่สี่เข้ามา” คุณประเทศ ที่คร่ำหวอดอยู่กับดีแทคมานานร่วมสิบปีระบุ

“ผมว่าปีนี้เป็นปีที่การแข่งขันรุนแรง สมมุติว่าทุกคนไปจ่ายเงินค่าใบอนุญาต แล้วก็สามารถเปิดบริการได้ตามปกติ สิ่งหนึ่งที่เราเห็นก็คือ คลื่นที่มีการเปลี่ยนมือ ที่เราเห็นได้ชัดเจนก็คือคลื่น 900 เมกะเฮิรตซ์ มีการเปลี่ยนมือจากเอไอเอส มาเป็นแจส กับ ทรูมูฟ ทำให้ค่ายที่เป็นอันดับหนึ่งมาตลอดอย่างเอไอเอสเนี่ย เริ่มมีปัจจัยที่ทำให้ต้องเหนื่อยหน่อย ไม่ใช่แบบที่ว่าจะป้อนตำแหน่งของตัวเองได้ง่ายๆ เหมือนกัน เพราะว่าเอไอเอสโตมากับคลื่น 900 เป็นหลัก สร้างเน็ตเวิร์ก ออกแบบเน็ตเวิร์ก และทำแผนกำหนดตำแหน่งไซต์กับด้วยคลื่น 900 เป็นหลัก การเสียดคลื่น 900 ที่บอกว่าไม่มีผลกระทบนั้นไม่จริง มีแน่ๆ เอไอเอสต้องมีการปรับปรุงโครงข่ายขนาดใหญ่ ต้องมีการสร้างเสาโครงข่ายเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการสูญเสียไปของคลื่น 900 แล้วก็มีฐานลูกค้าอีก 11 ล้านคน ที่ยังอยู่บนคลื่น 2จี อยู่ ต้องหาทางแก้ไขเพื่อให้เห็นว่าเสียดคลื่น 900 ไปก็ยังมี 2จี ให้บริการ”

นั่นเป็นเพราะคลื่น 900 มีขีดความสามารถในการกระจายสัญญาณได้ไกลกว่าคลื่นความถี่สูง ทำให้จำเป็นต้องเพิ่มเสาสัญญาณในเครือข่ายให้ดีขึ้นเมื่อใช้คลื่นความถี่สูงขึ้น

เหตุผลถัดมาที่ทำให้เกิดการแข่งกันมากกว่าปกติก็คือ



ประเทศ ดันกูรานันท์

ต้นทุนค่าใบอนุญาตที่ผู้ชนะประมูลได้นั้นสูงกว่าที่ทุกฝ่ายคาดการณ์ไว้ ผลก็คือ ทุกอย่างต้องเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จเพื่อระดมรายได้กลับเข้ามาให้เร็วที่สุด รายใหม่ที่เริ่มต้นจากศูนย์ ก็ต้องเร่งลงมือทำทุกอย่างใหม่หมดอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดรายได้ขึ้น เอไอเอสก็ต้องลงทุนเพิ่มเสาในเครือข่ายอย่างที่ว่า ส่วนทรูมูฟ ก็มีภาระเรื่องการเงินจากค่าใบอนุญาต

“เดิมพันของทรูก็คือต้องดำเนินการจัดสร้างไซต์ให้ได้เร็วๆ เพื่อสร้างรายได้เข้ามาให้เร็ว เพราะภาระหนี้ก้อนใหญ่อยู่ในปีที่สี่ ภาระเรื่องนี้เรื่องค่าใบอนุญาต 60,000 ล้าน อยู่ในปีที่สี่ ต้องรีบสร้างไซต์และทำรายได้ให้เร็ว” คุณประเทศชี้ ดังนั้น ภาพที่

เราจะได้เห็นกันในปีนี้ก็คือ ทุกคนจะเร่งลงทุนในด้านเครือข่ายให้ได้มากที่สุด ครอบคลุมที่สุด

“หลักๆ ทุกคนจะเน้นไปที่การขยายเครือข่าย 4จี ดีแทคเองก็มองอย่างนั้นเหมือนกัน เราคงจะลงทุนทำ 4จี เพิ่ม ตอนนี้อยู่มีคลื่นสำหรับทำ 4จี คือคลื่น 1800 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งเป็นคลื่นที่เราเปิดใช้งานก่อนหน้าการประมูลคลื่น 1800 แล้วให้บริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปีนี้เราจะขยายคลื่นนี้ไปต่างจังหวัดอีกประมาณ 4 พันกว่าไซต์ เพราะฉะนั้นปลายปีนี้เราก็จะมีคลื่น 4จี ที่เร็วที่สุดที่เรียกกันว่า ซูเปอร์สปีดไปทั่วประเทศเลย นอกจากนั้น เรามี 4จี บนคลื่น 2100 อีก 5 เมกะเฮิรตซ์ เป็น 4จี บนคลื่นที่ได้ใบอนุญาต เราก็จะขยายคลื่น 4จี ออกไปให้ครอบคลุมทั่วไทย ก็หลายพื้นที่อยู่เหมือนกัน ปีนี้ทุกคนจะเน้นเรื่องขยาย 4จี เป็นหลัก ส่วนคลื่น 3จี บนความถี่ 850 ก็จะมีการขยายเพิ่มเติม ครึ่งปีคงขยายได้ราวพันกว่าไซต์ ปีนี้ทางดีแทคเองคงลงทุนอีกเยอะ”

การแข่งขันที่ดุเดือดดังกล่าวอาจส่งผลถึงขนาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งของค่ายต่างๆ ได้ ใครจะเป็นเบอร์ 1 ไทย อันดับไหน ไม่ใช่เรื่องที่ “แน่นอน” อีกต่อไป นอกจากนั้น สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาก็คือการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้เครือข่ายเคลื่อนที่กันมากขึ้น

“ทุกคนขยายโครงข่ายมากขึ้นกระตุ้นให้อุปกรณ์ราคาถูกลงเข้ามาในเมืองไทย ทุกวันนี้ปัญหาอันหนึ่งก็คือดีไวซ์ราคาแพง พอมีโครงข่ายกันมากๆ ก็จะมีคนเริ่มเอาดีไวซ์ราคาถูกลงเข้ามาขายกันมากขึ้น เพราะว่าทุกคนก็ต้องอยากใช้ 4จี เราก็ต้องพยายามทำลายอุปสรรคนี้อีก ทำให้มีสมาร์ตโฟน 4จี ราคาถูกที่ทุกคนสามารถจ่ายได้ เข้ามาในประเทศไทย ผมว่าปีนี้น่าจะมีคนเปลี่ยนมาใช้สมาร์ตโฟนบน 4จี เยอะเยอะ เพราะความแพร่หลายและหาซื้อได้ของอุปกรณ์น่าจะดีขึ้นมาก”

คุณประเทชมองว่า เมื่อมองสภาพการแข่งขันสูงในตลาดในเวลานี้แล้ว ก็เท่ากับเป็น “โอกาสเปิด” สำหรับดีแทคเช่นเดียวกับทุกๆ ราย เพราะในตอนนี้ดีแทคเองก็มีคลื่นอยู่ในมือไม่น้อยไปกว่าบริษัทที่ชนะการประมูลเหมือนกัน แต่ได้เปรียบมากกว่าตรงที่ ไม่จำเป็นต้องแบกภาระค่าใบอนุญาตเหมือนรายอื่นๆ

“เราลงทุนด้านเครือข่ายปีนี้น้อยกว่าปีที่แล้ว แล้วก็พยายามหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาให้บริการอย่างเช่น เทคโนโลยีที่ทำให้ใช้รอยขีดข่วน 4จี ได้ ดีแทคเป็นรายแรกที่เปิดให้บริการในเมืองไทย สามารถที่จะโทรบน 4จี ได้โดยไม่ต้องย้อนกลับไปที่ 3จี ในทุกครั้งที่โทร คุณภาพเสียงก็จะดีขึ้น” นอกจากนั้น อีกไม่นานดีแทคก็จะให้บริการวอยซ์ โอเวอร์ ไวไฟ คือโทรเข้าออกหากันผ่านไวไฟได้ โดยไม่จำเป็นต้องผ่านเครือข่ายจีเอสเอ็ม

ประโยชน์ที่สำคัญคือเวลาไปต่างประเทศ สามารถโทรเข้าโทรออกได้เหมือนกับอยู่ในเมืองไทยเมื่อเชื่อมต่อกับไวไฟ

โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมนั่นเอง!

ไพรัตน์ พงศ์พานิชย์

pairat@matichon.co.th

มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 450

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ - พุธสัปดาห์ 3 มีนาคม 2559

ปีที่: 36

ฉบับที่: 1854

หน้า: 23(บนขวา)

Col.Inch: 8.50

Ad Value: 3,825

PRValue (x3): 11,475

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: แฟ้มข่าว: แแบงก์เงินออกหน้าค้ำประกัน "ทรู"

แฟ้มข่าว



● แแบงก์เงินออกหน้าค้ำประกัน "ทรู"

นายอาทิตย์ นันทวิทยา ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและรองประธานกรรมการบริหาร ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ไทยพาณิชย์เป็น 1 ใน 6 ธนาคารพาณิชย์ ที่ร่วมออกหนังสือค้ำประกันทางการเงิน (แบงก์การันตี) ให้กับบริษัท ทรูมูฟ เอช ยูนิเวอร์แซล คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (ทียูซี) เพื่อนำไปชำระค่าใบอนุญาตชนะการประมูล 4จี คลื่นความถี่ย่าน 900 เมกะเฮิรตซ์ วงเงิน 76,298 ล้านบาท โดยการออกหนังสือค้ำประกันครั้งนี้มาจากธนาคารพาณิชย์จีน 1 แห่ง ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุด ที่เหลือมาจากธนาคารพาณิชย์ของไทยอีก 5 แห่งที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน แต่ยังไม่ตอบไม่ได้ว่าจะให้สินเชื่อได้เมื่อไร ต้องรอผู้ชนะประมูลอีก รายด้วยว่ามีความพร้อมแค่ไหน และรอคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ว่าจะมีทำอย่างไรหากการประมูลเกิดปัญหาขึ้น



ระวัง'ทีวีดิจิตอล' กระทบชิง 4 จี

ปมปัญหาทีวีดิจิตอลจนถึงตอนนี้ยังฝุ่นตลบ แต่ที่รู้ๆ "เจ็ดดี" พันธุ์ทิพา สตูดิโอไทย แห่งไทยทีวี ที่ลาวที่ไปแล้วจึงมุมขี้เด็ด "ไม่มี ไม่นาน ไม่จ่าย" ปลอ่ยให้ "กสทช." และผู้ประกอบการอื่นๆ หากทางออกหน้าคำคร่ำครึเรียด

"ไฮไลต์" น่าจะเป็นกรณีการคืนใบอนุญาตโดยไม่ต้องชำระงวดที่เหลือ

อย่างไรก็ตามงานนี้จะต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบและชอบธรรมที่สุด มิเช่นนั้นจะยิ่งเป็น "ลิงแก่แห" เพราะมีทั้งคนได้คนเสีย ถ้ายินยอมให้ยกเลิกโดยไม่ต้องจ่ายเงินที่เหลือก็จะไม่เป็นธรรมกับคนที่ประมูลไม่ได้

ที่สำคัญจะเป็น "ลัทธิเอาอย่าง" ให้ผู้ร่วมประมูล 4 จี ย่นความถี่ 900 เมกะเฮิร์ตซ์บางรายที่ยังมีปัญหากการเงิน ฉวยโอกาสใช้เป็นข้ออ้างขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบการ และอาจจะลามถึงการประมูลครั้งต่อไป ไป เลียนแบบโดยยื่นประมูลสูงๆ ไว้ก่อนแล้วต่อรองทีหลัง

อันที่จริงปัญหาที่เกิดขึ้นทั้ง กสทช.และผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบคนละครึ่ง

กสทช.ก็ต้องยอมรับผิดที่ประเมินสถานการณ์พลาด ดังที่ "ฐากร ตันนทีสิทธิ์" เลขาฯ กสทช.สรุปไว้ จะขอขมวดคร่าวๆ ดังนี้

1) พฤติกรรมของคนไทยที่ยังไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการรับชมทีวี 74 % ยังรับชมทีวีช่องเดิม 7 3 5 9 และไทยพีบีเอส ส่วน 26 % รับชมทีวีดิจิตอล 21 ช่องที่เพิ่มใหม่

2) พฤติกรรมคนทั่วโลกเปลี่ยนแปลง โดยขณะนี้ทุกประเทศทั่วโลกรับชมทีวีน้อยมาก หันมาติดตามผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะประเทศไทยหลังจากเปิดบริการ 3 จีในปี 2556 คนดูข่าวสารทางออนไลน์เพิ่มเท่าตัว

3) ช่องทีวีดิจิตอลมีมากขึ้นไปถึง 24 ช่อง อนาคตเต็มรูปแบบจะมีถึง 48 ช่อง ถือว่าหนักหนาสาหัส สำหรับผู้ประกอบการทีวีดิจิตอล

นี่คือสิ่งที่ กสทช.ต้องรับผิดชอบ ยังไม่รวมถึงความล้มเหลวในการแจก "คู่มือ" แลกเสาอากาศ ก็ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ไม่มีคุณภาพ รวมทั้งกรณี "มีสต์ แครี่" ก็ไม่เป็นไปตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ประกอบการ

ในซีกผู้ประกอบการก็ไม่ประเมินตัวเอง พุดภาษาชาวบ้านก็ต้องบอกว่า "โงก" พากันโคดเข้าใส่ปีกรงคนละช่องสองช่องโดยไม่ลู่กำลังตัวเองว่าทุนหนาหรือ ไม่มีศักยภาพแค่ไหน จุดคุ้มค่าการลงทุนอยู่ตรงไหน เป็นพวก "โงกสวย" มองแต่จะได้ ไม่มองข้อเสีย เขาเข้าจริงก็ไปไม่ไหว บางรายต้องปิดตัว บางรายก็ไล่คนออกอย่างไรก็ตาม ย้ำว่าจะแก้ปัญหาต้องไม่กระทบกับ 4 จีตามมา

ทีวี มีเงิน

มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 450

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ - พุธที่ 3 มีนาคม 2559

ปีที่: 36

ฉบับที่: 1854

หน้า: 23(บน)

Col.Inch: 9.08

Ad Value: 4,086

PRValue (x3): 12,258

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: แฟ้มข่าว: ทวีติจิตตอลยังแคว้งไร้อยู่ติแนวช่วยเหลือ

แฟ้มข่าว



● ทวีติจิตตอลยังแคว้ง ไร้อยู่ติแนวช่วยเหลือ

นายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการคณะกรรมาธิการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดเผยว่า ในการประชุมบอร์ด กสทช. ได้รายงานปัญหาและแนวทางช่วยเหลือผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลในประเด็นต่างๆ ที่สำนักงาน กสทช. ช่วยเหลือได้ แต่ประเด็นที่บอร์ด กสทช. ต้องเป็นผู้ตัดสินใจ คือ เลื่อนจ่ายเงินค่าประมูลทีวีดิจิทัลงวดที่ 3 การขยายระยะเวลาใบอนุญาตอีก 1 ปี การคืนใบอนุญาตได้โดยไม่ต้องชำระเงินงวดที่เหลือ การใช้เงิน กสทช. ในการจัดจำหน่ายงานกลางชีวิตเรตติ้ง และการใช้งาน กสทช. ช่วยเหลือผู้ประกอบการในส่วนของ การอัปโหลดสัญญาณช่องรายการทีวีดิจิทัลขึ้นดาวเทียม ซึ่งได้ให้คณะทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาวีทีวีดิจิทัลที่มีความเห็นไปคนละทิศทาง นำประเด็นต่างๆ กลับไปปรึกษาหัวหน้างานในหน่วยงานของตน คาดว่าจะสรุปประเด็นต่างๆ ได้ในต้นเดือนมีนาคม

'นกแอร์'ยังป่วยไม่เลิก 17นักบินแห่ยื่นลาออก

'พาที่'ยัน1มีค.ทุกอย่างจบ 'พณ.'อึ้งคนไทยเมินกินข้าว ลดลง4%-ตีปีบบริโกลคเพิ่ม

17 กัปตันแห่ยื่นลาออกนกแอร์
'พาที่'รับตามเพื่อนที่ถูกไล่ ครม.ยัดเวลา
คนซื้อแอลทีเอฟลดภาษีได้ถึงปี'62 นบข.
ชงของบฯ 1 หมื่นล้านดูแลผลผลิต-แก้
ปัญหาข้าวครบวงจร (อ่านต่อหน้า 12)

ต่อจากหน้า 1

นกแอร์

บิกตุ่ถกนบข.จัดการข้าวต้องชัด

เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ที่ทำเนียบรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ครั้งที่ 1/2559 โดยกล่าวตอนหนึ่งของการประชุมว่า ประเด็นสำคัญที่ต้องหารือคือการบริหารจัดการข้าว ทั้งข้าวเก่าและข้าวใหม่ รวมถึงราคาข้าว คดีที่เกี่ยวข้องกับข้าวเก่าจำเป็นต้องมีมาตรการชัดเจน ต้องไม่มีผลกระทบต่อข้าวในฤดูกาลใหม่ และขายข้าวเก่าให้ได้ราคามากที่สุด แต่ก็ขึ้นอยู่กับราคาตลาดในปัจจุบันด้วย

วางแผนยุทธศาสตร์20ปี

ภายหลังการประชุม พล.อ.ประยุทธ์ให้สัมภาษณ์ว่า ประเด็นหลักที่ต้องการให้ทราบคือ

การทำแผนข้าวแบบครบวงจรตั้งแต่การปลูกจนถึงกระบวนการบริหารจัดการไปสู่การตลาด จากต้นทุนไปสู่ปลายทาง โดยจะวางเป็นยุทธศาสตร์ข้าวเป็นเวลา 20 ปี เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2560 ทั้งหมดจะอยู่ในแผนการปฏิรูปให้รัฐบาลชุดต่อไปเดินหน้าต่อ หากสามารถเริ่มต้นได้ก็จะให้ทำต่อในเรื่องยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย การทำงานต้องคิดลักษณะนี้ไม่เช่นนั้นจะไปไม่ได้ โดยแผนงานต้องสอดคล้องกับการบริหารจัดการน้ำ ซึ่งมีต้นทุนจำกัดและพื้นที่ที่แตกต่างกัน ต้องมีความเหมาะสมในการปลูกพืช พล.อ.ประยุทธ์กล่าวว่า รัฐบาลยืนยันสนับสนุนผู้ที่ปรับเปลี่ยนการปลูกพืช เพราะต้องการลดปริมาณการผลิตข้าว โดยปีนี้ต้องผลิตข้าวอยู่ที่ 25 ล้านตัน ไม่เช่นนั้นปริมาณจะมากขึ้นไป แต่ตัวเลขดังกล่าวต้องบวกกับอีก 8% ทำให้ต้องปลูกข้าวประมาณ 27 ล้านตัน เพราะต้องแก้ปัญหาภัยแล้งด้วย ส่วนที่ผ่านมาเกินมาที่ประมาณ 30 กว่าล้านตัน ต้องหามาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเปลี่ยนการปลูกพืช

ห่วงคนไทยเมินกินข้าว

น.ส.ชุติมา บุญยประภัศร ปลัดกระทรวงพาณิชย์ กล่าวภายหลังการประชุม นบข. ว่า ประชุมเห็นชอบแนวทางการจัดทำแผนงานการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเป็นแผนที่ทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมกันจัดทำ ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ทั้งโรงสี และผู้ส่งออก ชาวนา และนักวิชาการ เพื่อหาแนวทางการผลิตข้าวออกมาแล้วขายได้ราคา ไม่ต่ำจนเกินไป

น.ส.ชุติมา กล่าวว่า ได้ประเมินปริมาณความต้องการข้าวปีนี้ พบว่ามีความต้องการข้าวเปลือก 25 ล้านตัน รวมกับการป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลน เช่น ภัยแล้ง จึงตั้งเป้าการผลิตข้าวปีนี้ไม่เกิน 27 ล้านตัน จากเดิมมีผลผลิตข้าวเปลือกปีละ 31-32 ล้านตัน นอกจากนี้จากข้อมูลการวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่าช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คนไทยบริโภคข้าวน้อยลง จากอัตราเฉลี่ย 190 กิโลกรัมต่อคนต่อปี เหลือ 106 กิโลกรัม หรือลดลง 44% จึงให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งประชาสัมพันธ์ให้คนไทยบริโภคข้าวมากขึ้น ให้เข้าใจถึงความสำคัญของการบริโภคข้าว

ชงขอ1หมื่นล.อุ้มข้าวครบวงจร

น.ส.ชุติมา กล่าวว่า ที่ประชุมยังเห็นชอบให้เสนอขออนุมัติงบประมาณ เพื่อดำเนินการตามแผนข้าวครบวงจรวงเงินรวม 10,084 ล้านบาท แบ่งเป็นมาตรการของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จากงบกลางปี 2559 วงเงิน 3,319 ล้านบาท กระทรวงพาณิชย์ใช้งบประมาณวงเงิน 6,764 ล้านบาท สำหรับมาตรการพยุงราคาข้าว โดยจะขอจัดสรรงบประมาณในปี 2560 สำหรับมาตรการของกระทรวงเกษตรฯ ประกอบด้วย 4 มาตรการ คือ 1.โครงการ

ส่งเสริมให้เกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์คุณภาพดี วงเงิน 206 ล้านบาท 2.สนับสนุนสินเชื่อให้กับชาวนาที่หันไปปลูกข้าวนาแปลงใหญ่ โดยให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จัดสินเชื่อดอกเบี้ย 0.1% ต่อปี โดยให้ชาวนารวมกลุ่มกันได้ไม่เกิน 5 ล้านบาท วงเงินสินเชื่อ 83 ล้านบาท

3.สนใจในการปรับเปลี่ยนให้มีการปลูกพืชที่หลากหลาย ทั้งแบบถาวรและระยะสั้น กำหนดไว้ 300,000 ไร่ พื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา 22 จังหวัด งบประมาณ 648 ล้านบาท และ 4.มาตรการจูงใจปลูกพืชเพื่อพักดินในการเพาะปลูก พื้นที่ 500,000 ไร่ คาดว่ามีเกษตรกรเข้าร่วม 25,000 ครัวเรือน วงเงิน 2,382 ล้านบาท ซึ่งมาตรการทั้งหมดกระทรวงเกษตรฯจะเสนอให้คณะรัฐมนตรี (ครม.) อีกครั้ง

นายกฯตั้งเป้าสหกรณ์เข้มแข็ง

ต่อมา พล.อ.ประยุทธ์เป็นประธานในพิธีมอบรางวัลสหกรณ์ดีเด่น ประจำปี 2559 ที่ทำเนียบรัฐบาล พร้อมกล่าวตอนหนึ่งเนื่องในโอกาสครบรอบ 100 ปีสหกรณ์ไทยว่า รัฐบาลตั้งเป้าหมายยกระดับสหกรณ์ทั้งหมดในปี 2560 สหกรณ์ชั้น 1 จะต้องมียอดทั้งสิ้น 4,629 แห่ง ชั้น 2 จะต้องเหลือจำนวน 2,173 แห่ง และชั้น 3 จะต้องเหลือเพียง 340 แห่ง

ส่วนชั้นที่ 4 จะต้องปิดบัญชีทั้งหมด โดยรัฐบาลจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้มากขึ้น โดยระบบประชารัฐคือการสร้างเกษตรกรรายย่อยให้เป็นเกษตรกรแปลงใหญ่มีการเชื่อมต่อกับระบบสหกรณ์ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งเป็นภูมิภาค

“วันนี้สหกรณ์มีความเข้มแข็งขึ้น ขณะเดียวกันก็พบการทุจริต แต่ไม่ขอรุดที่ไหนบ้าง ซึ่งสะท้อนจากผลกำไรที่มี ในวันข้างหน้าสมาชิกสหกรณ์จะต้องเป็นเกษตรกรโดยตรงเท่านั้น อย่าให้ใครเอาเงินก้อนใหญ่มาลงแล้วมาทำให้ล้ม ดังนั้นอยากให้ตระหนักตรงนี้ด้วย หากสหกรณ์เข้มแข็งเกษตรกรก็จะเป็นเจ้าของกิจการเองเหมือนต่างประเทศทำกัน อยากเสนอให้สหกรณ์ปรับปรุงรูปแบบยกระดับเป็นธนาคารสหกรณ์เกษตรกรจะทำได้หรือไม่ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งขึ้น โดยที่เกษตรกรต้องนั่งเป็นบอร์ดเอง” พล.อ.ประยุทธ์กล่าว

ชื่อแอลทีเอฟยึดหักภาษีถึงปี'62

นายภุชญา จินะวิจารณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ในฐานะโฆษกกระทรวงการคลังเปิดเผยว่า ที่ประชุม

คณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ เห็นชอบตามข้อเสนอกระทรวงการคลังในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) จัดทำบัญชีเล่มเดียว โดยสามารถนำค่าใช้จ่ายในการจ้างนักศึกษา มาช่วยพัฒนาระบบบัญชีและจัดทำบัญชี มาหักลดหย่อนได้ 2 เท่าของค่าใช้จ่าย เริ่มคำนวณในรอบบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559-31 ธันวาคม 2561

นายภุชญา กล่าวต่อว่า นอกจากนี้ที่ประชุม ครม.ได้เห็นชอบกฎกระทรวงการลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดาจากการซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (แอลทีเอฟ) วงเงินไม่เกิน 5 แสนบาท ต่อราย ขยายเวลาออกไปถึงปี 2562 จากเดิมสิ้นสุดปี 2559 โดยมีเงื่อนไขเพิ่มเติม คือผู้ซื้อต้องถือครองไว้ 7 ปีปฏิทินจึงจะขายได้ จากเดิมกำหนดไว้เพียง 5 ปีปฏิทิน

รายได้4จัดเงินสงคลังพุ่ง

นายภุชญา ยังกล่าวถึงฐานะการคลังของรัฐบาลตามระบบกระแสเงินสดในช่วง 4 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2559 (ตุลาคม 2558-มกราคม 2559) ว่า รัฐบาลมีรายได้นำส่งคลังทั้งสิ้น 733,994 ล้านบาท ขณะที่การเบิกจ่ายเงินงบประมาณมีจำนวนทั้งสิ้น 1,150,828 ล้านบาท รัฐบาลได้กู้เงินเพื่อชดเชยการขาดดุล 289,244 ล้านบาท ส่งผลให้เงินคงคลัง ณ สิ้นเดือนมกราคม 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 247,549 ล้านบาท

สาเหตุหลักที่รายได้นำส่งคลัง จำนวน 733,994 ล้านบาท สูงกว่าช่วงเดียวกันปีที่แล้ว 75,033 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 11.4% มาจากการนำส่งรายได้จากการประมวลผลคืนความถี่ 4จี การจัดเก็บภาษีน้ำมันที่สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีที่แล้วและการนำส่งสภาพคล่องส่วนเกินของกองทุนหมุนเวียน

กรมภาษีจัดเก็บต่ำกว่าเป้า

นายภุชญา กล่าวไว้ว่า สำหรับผลการจัดเก็บรายได้รัฐบาลสุทธิในช่วง 4 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2559 จัดเก็บได้ 742,070 ล้านบาท สูงกว่าประมาณ จำนวน 54,323 ล้านบาท หรือ 7.9% โดยการนำส่งรายได้ของหน่วยงานอื่น สูงกว่าประมาณการ 57,246 ล้านบาท การจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สูงกว่าประมาณการ 5,925 ล้านบาท และการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตรถยนต์สูงกว่าประมาณการ 3,680 ล้านบาท

นายภุชญา กล่าวไว้ว่า อย่างไรก็ตาม หากดูเฉพาะกรมภาษีพบว่ายังจัดเก็บต่ำกว่าเป้าหมาย 14,004 ล้านบาท โดยกรมสรรพากรต่ำกว่าเป้าหมาย 16,229 ล้านบาท สรรพสามิตสูงกว่าเป้าหมาย 2,765 ล้านบาท ส่วนศุลกากรต่ำกว่าเป้าหมาย 543 ล้านบาท

เบิกจ่ายไม่ทันดึงงบคืน3หมื่นล.

ด้าน น.ส.อรุณช ไวนุสิทธิ์ รักษาการที่ปรึกษาด้านพัฒนาระบบการเงินการคลัง ในฐานะโฆษกกรมบัญชีกลางเปิดเผยว่า กรมบัญชีกลางประเมินว่าจะมีจำนวนงบประมาณเกินเหลือปีที่ไม่สามารถเบิกจ่ายได้ทันตามกำหนด ประมาณ 3 หมื่นล้านบาท ซึ่งจะถูกส่งเข้าเงินคงคลัง นอกจากนี้มีมติ ครม.เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ให้นำมา เห็นชอบระยะเวลาการกักเงินผูกพันเงินงบประมาณเหลือปีระหว่างปี 2555-2557 เพื่อให้ส่วนราชการรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐสามารถกักเงินผูกพันได้อย่างต่อเนื่อง และมีเงินทุนหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ โดยขยายให้ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2559 จากเดิมจะต้องเบิกจ่ายให้ทันภายใน 31 ธันวาคม 2558 หากพ้นจากเวลาดังกล่าวแล้วหน่วยงานใดยังไม่สามารถกักเงินผูกพันได้ เงินงบประมาณดังกล่าวก็ต้องส่งคืนคลังเช่นกัน

น.ส.อรุณช กล่าวไว้ว่า สำหรับยอดคงค้างจำนวนงบเกินเหลือมีจำนวน 3.07 แสนล้านบาท ขณะนี้มีหน่วยงานแจ้งว่าได้ทำสัญญาจัดซื้อจัดจ้างได้แล้วจำนวน 2.3 แสนล้านบาท ยังเหลืออีกประมาณ 7 หมื่นล้านบาทที่ยังไม่ได้ทำสัญญาผูกพัน ในจำนวนนี้คาดว่าจะไม่สามารถทำสัญญาผูกพันได้ตามกำหนดประมาณ 3 หมื่นล้านบาท

เลื่อนถกแก้ปัญหาที่วิดิจิตอล

นายสมบัติ สีลาพตะ รักษาการรองเลขาธิการคณะกรรมการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เปิดเผยว่า คณะทำงานแก้ไขปัญหาที่วิดิจิตอลที่มีตัวแทนจากกระทรวงการคลัง สำนักงานอัยการสูงสุด และสำนักงานกฤษฎีกา ได้มีการเลื่อนการประชุมไปเป็นสัปดาห์หน้า จากเดิมกำหนดนัดหมายการประชุมในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 สาเหตุการเลื่อนการประชุมคณะทำงานฯออกไป เนื่องจากนายฐากร ตัณฑสิทธิ์ เลขาธิการ กสทช. อยู่ระหว่างการปฏิบัติภารกิจอยู่ที่ประเทศสเปน จึง

ไม่สามารถเข้าร่วมการประชุมได้ โดยขณะนี้อยู่ในระหว่างนัดหมายเพื่อระงับเวลาที่แน่นอน เพื่อจัดประชุมพิจารณาแนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่ติดขัดในประเด็นต่างๆ

'พาที่'รับนักบินทยอยลาออก

ด้านปัญหาสายการบินนกแอร์ประสบภาวะขาดแคลนนักบิน จนต้องยกเลิกและลดเที่ยวบินบางเที่ยวบิน อีกทั้งมีกระแสข่าวนักบินเริ่มทยอยลาออก นายพาที สารสิน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการบินนกแอร์ กล่าวยอมรับว่า มีการลาออกจริง แต่ขอไม่ระบุจำนวน ถือเป็นเรื่องปกติในการทำธุรกิจการบินในช่วง 12 ปีที่ผ่านมา จะมีพนักงานทุกตำแหน่งลาออกและเข้าใหม่ตลอดเวลา เชื่อว่าสายการบินอื่นๆ ก็ประสบปัญหาลักษณะเดียวกัน แต่สถานการณ์ที่เกิดขึ้นขณะนี้มีการนำไปเชื่อมโยงกับกรณีที่นักบินประท้วงหยุดบิน จนส่งผลกระทบต่อมีการประกาศยกเลิกเที่ยวบินเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ซึ่งขณะนี้พยายามแก้ไขปัญหามาเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการบินผู้โดยสาร และให้ความมั่นใจว่าสายการบินนกแอร์จะยังคงให้บริการตามตารางบินที่ได้ประกาศไว้

กัปตันยื่นไขกอกแล้ว17คน

"ผมมองว่าเป็นปกติ หากจะมีกัปตันที่ถูกให้ออกไป 3 คน ก็จะมีเพื่อนกัปตันในกลุ่มเดียวกันสมัครใจลาออกตามไปด้วย ขณะนี้อยู่ระหว่างการแก้ไขปัญหาโครงสร้างภายในองค์กร ทำให้ต้องมีการดำเนินการเพื่อล้างบางทั้งหมด แต่มั่นใจว่าตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคมนี้ สถานการณ์ทุกอย่างจะเข้าสู่ภาวะปกติอย่างแน่นอน" นายพาทีกล่าว

แหล่งข่าวจากสายการบินนกแอร์เปิดเผยว่า ขณะนี้มีนักบินของสายการบินนกแอร์ทยอยยื่นใบลาออก เบื้องต้น ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีการยื่นใบลาออกรวม 17 คน แต่จะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคมเป็นต้นไป รวมทั้งมีการจับตามองว่าอาจทยอยลาออก

เพิ่มอีก

กพท.แจงห้ามนำแบตเตอรี่ขึ้นเครื่อง

นายจุฬา สุขมานพ อธิบดีกรมท่าอากาศยาน และผู้อำนวยการสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (กพท.) เปิดเผยว่า กรณีองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ไอเคโอ) ประกาศแจ้งเตือนเรื่องการห้ามขนส่งหรือเก็บแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนชนิดประจุไฟไว้ในห้องเก็บสัมภาระใต้ท้องเครื่องบิน ในเที่ยวบินที่มีการบรรทุกผู้โดยสารร่วมด้วย (Cargo on Passenger Aircraft) ยกเว้นแบตเตอรี่ที่มีระดับความจุไฟน้อยกว่า 30% ซึ่งจะมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายนนี้ ไอเคโอไม่ได้ห้ามแบตเตอรี่ลิเทียมที่นำพามาหรือติดตัวขึ้นเครื่องบิน ส่วนเที่ยวบินขนส่งสินค้าโดยเฉพาะสามารถขนส่งแบตเตอรี่ลิเทียมได้ เนื่องจากการขนส่งสินค้าวัตถุอันตรายมีระบบการป้องกันอยู่แล้ว

นายจุฬากล่าวว่า มาตรการนี้ไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางทางเครื่องบินผู้โดยสารของไทย เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้เป็นตลาดหลักที่มีการผลิตหรือการขนส่งแบตเตอรี่ลิเทียมเหมือนกับประเทศจีน อีกทั้งปัจจุบันแต่ละสายการบินมีการแจ้งมาตรการเรื่องการห้ามนำแบตเตอรี่และแบตเตอรี่สำรองไว้ในกระเป๋าสัมภาระที่จะโหลดไปได้ทั้งเครื่องบินอยู่แล้ว แต่อนุญาตให้พกติดตัวนำขึ้นเครื่องเท่านั้น

ทั้งนี้ คำสั่งดังกล่าวมาจากข้อเรียกร้องของสมาคมสายการบินและนักบินหลายแห่งเพื่อคำนึงถึงความปลอดภัย เนื่องจากแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนลุกไหม้ได้เอง หากบรรจุหรือเก็บไว้ด้วยวิธีการไม่เหมาะสม

รายงานพิเศษ

'ไทยทีวี VS กสทช.' ลุ้นอีกเอื่อก คำสั่งคุ้มครองชั่วคราว 'เดิมพันสูง'



ศึกทีวีดิจิตอลไทย ยังคงยืดเยื้อและหาทางลงไม่ได้ โดยเฉพาะคูกรณีระหว่าง บอร์ด กสทช. กับ บริษัท ไทยทีวี จำกัด ของ 'เจี๊ยม' ทีวีพูล หรือ พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย ซึ่งเป็นคดีฟ้องร้องกันถึงชั้นร้องศาลปกครองกลางให้คุ้มครองชั่วคราวนั้น

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา ศาลปกครองกลาง นัดไต่สวนคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราว ระหว่างบริษัท ไทยทีวี จำกัด และ กสทช.นัดแรก ผลปรากฏว่า การไต่สวนคำร้องคุ้มครองชั่วคราวกรณีดังกล่าว ศาลยังไม่พิจารณาออกคำสั่ง เนื่องจากได้เรียกเอกสารเพิ่มเติมจากบริษัทไทยทีวี

ทั้งนี้ สืบเนื่องจากหลังสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรทัศน์ (กสทช.) ส่งหนังสือคำสั่งไปยัง บริษัท ไทยทีวี จำกัด เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559 เพื่อเรียกเก็บเงินค่าประมูลทีวีดิจิตอลงวดที่เหลือทั้งหมด 5 งวด จากการประมูล 2 ช่อง คือ ช่องไทยทีวี และโลโก้ พร้อมค่าธรรมเนียมใบอนุญาต และค่าปรับ รวมมูลค่า 1,748 ล้านบาท เนื่องจากบริษัท ไทยทีวี จำกัด ถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบกิจการ ตามมติคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 โดยกำหนดให้มาชำระเงินภายใน 30 วัน หลังจากได้รับหนังสือ

โดยบริษัท ไทยทีวี จำกัด ได้รับหนังสือคำสั่ง กสทช.

วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2559 จากนั้น วันที่ 15 กุมภาพันธ์ บริษัท ไทยทีวี ได้ยื่นคำร้องที่ศาลปกครองกลาง ขอให้คุ้มครองชั่วคราว สั่งธนาคารกรุงเทพ 'ระงับ' จ่ายเงินตามหลักทรัพย์ค้ำประกัน (แบงก์ การ์รันตี) ให้ กสทช. มูลค่า 1,748 ล้านบาท หลังจาก กสทช. มีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตต่อมาวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2559 ศาลปกครองกลางนัดไต่สวนคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราวระหว่างบริษัท ไทยทีวี จำกัด และ กสทช.นัดแรก แต่สุดท้ายก็ยังไม่มีการตัดสินดังกล่าว

เรื่องนี้ พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย ประธานกรรมการ บริษัท ไทยทีวี จำกัด กล่าวยืนยันว่า ไทยทีวีจะไม่จ่ายเงินประมูลทีวีดิจิตอลงวดที่เหลือทั้งหมด รวมกว่า 1,700 ล้านบาท ตามหนังสือคำสั่ง กสทช. เนื่องจากได้ฟ้องคดี กสทช. ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 กรณีละเลยปฏิบัติหน้าที่การเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิตอลรวม 11 ข้อ เช่น แจกใบอนุญาตไม่ครบคลุมครัวเรือนไทยทั่วประเทศ, การบังคับใช้ประกาศเรียงช่องไม่ครบทุกแพลตฟอร์ม, การกำกับดูแลคุณภาพการส่งสัญญาณโครงข่าย (Mux), ไม่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทีวีดิจิตอล เป็นต้น ทำให้บริษัทได้รับความเสียหายทางธุรกิจ

โดย กสทช. มีคำสั่งเพิกถอนใบอนุญาตไทยทีวีและโลโก้ พร้อมเตรียมเรียกเก็บเงินจากแบงก์ การ์รันตี ธนาคารกรุงเทพ ในกรณีที่ไทยทีวีไม่จ่ายเงินค่าประมูลงวดที่เหลือตามกำหนด 30 วัน หรือภายในวันที่ 13 มีนาคม 2559 การออกคำสั่งเรียก

เก็บเงินจากแบงก์การันตี ดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท ทั้งธุรกิจนิตยสาร ธุรกิจรีสอร์ท เพราะคู่ค้าวิตกว่าธุรกิจของบริษัทเสี่ยงล้มละลาย จึงต้องการให้ศาลพิจารณาคำสั่งคุ้มครองชั่วคราว ห้ามธนาคารกรุงเทพจ่ายเงินให้กับ กสทช. เพราะไทยทีวีได้ยื่นหนังสือบอกเลิกการประกอบกิจการที่วิดิจิตอลทั้งสองช่อง ตั้งแต่ครบกำหนดจ่ายเงินงวดที่ 2 เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2558 เราจึงไม่มีหน้าที่ต้องจ่ายเงินประมูลงวดที่เหลือให้กับ กสทช. อีก

“เราได้ฟ้อง กสทช. และศาลคงจะเมตตาและเข้าใจ เพราะเราขึ้นศาลมา 2 ครั้งแล้ว เราก็อีกกระแสดังคมตลอด ทุกคนบ่นกันหมด ที่มาวันนี้ก็เป็นดีจิตอลก็เยอะ พวกเราเหนื่อยกันแค่ไหน กสทช. ทำร้ายเราอย่างไรบ้าง ทำให้ชีวิตเราเปลี่ยนไปอย่างนี้ พวกที่เป็นเจ้าของในวันที่เราประมูลได้ คู่กัน สนั่นสนาน ดีใจที่ได้ เพราะไม่มีใครคิด ไม่คาดฝันว่าจะเป็นอย่างนี้ เงินที่สะสมมาตลอดชีวิต ทุ่มเทให้กับงานนี้ทั้งหมด เพราะคิดว่ามันเป็นชิ้นโบแดง ไม่เคยคาดคิดเลยว่าจะเกิดเรื่องแบบนี้ขึ้น และเชื่อว่าถ้า กสทช. ทำทุกอย่างตามที่ได้ให้คำมั่นโฆษณา ออกรายการต่างๆ ถ้าเขาทำตาม ไม่มีใครเจ็บตัว ทุกคนอยู่ได้ แต่ตอนนี้ถามว่ามีใครไม่เจ็บตัวบ้าง เจ็บตัวกันทุกคน เพียงแต่ว่าใครจะทนมากหรือน้อย เราก็อีกเดือนคนอื่นให้มีสติ ไม่ใช่เจ็บก็ยกโทษ ถ้าไม่เหยียวยาคัดต้นทุรังจะทำต่อแต่ไม่เป็นไร แม้จะออกจากกลุ่มดีจิตอลแล้วก็ยังฝันอยากจะทำให้ดีจิตอลเกิดอย่างแข็งแรง เขาต้องเหยียวยาคัดต้นทุรังปัญหาไม่ใช่โยนปัญหาไปให้ผู้อื่น กสทช. เป็นผู้สร้างปัญหาเอง เป็นคนทำผิดเอง ต้องแก้ปัญหาเองว่าจะทำอย่างไรเพื่อให้เขาอยู่ได้ เรายืนยันเลยว่าเขาเป็นคนผิด พวกเราไม่ใช่ไม่เก่งนะคะ 17 บริษัท 24 ช่อง เราอยู่กันจนเชี่ยวชาญ...”

“ในชีวิตยังไม่เคยทำอะไรล้มเหลว เป็นโปรเจกต์แรกในชีวิตที่ทำแล้วมันล้มเหลว มันน่าเชื่อมีัยว่าคนเก่งๆ 24 ช่อง เลือดสาดกันหมดเลย มีใครบ้างไม่เจ็บตัวในวันนี้ วันนี้อ

เป็นหน่วยออกมา ถ้าไม่ออกมาสู่วันนี้ กสทช. ก็จะได้เดินช้ากว่านี้เยอะ เชื่อว่าอาจจะยังไม่คิดอะไรด้วยซ้ำ ยังไม่รู้ว่าตัวเองจะทำอะไร พอเริ่มมีการฟ้องส่งไป 12 ข้อ ว่าต้องแก้อะไรบ้าง เริ่มต้นแต่ไม่สำเร็จ การประชาสัมพันธ์ไม่เห็นรูปธรรม กล่องก็ยังมีปัญหา คุณภาพกล่องก็ยังมีปัญหา” เจริม หรือพันธุ์ทิพากล่าวทิ้งท้าย

ขณะที่ สุภิญญา กลางณรงค์ กรรมการ กสทช. และกรรมการ กสท. ออกมาระบุว่า หาก กสทช. ไม่ออกคำสั่ง 'เพิกถอน' ใบอนุญาตบริษัท ไทยทีวี จำกัด และเรียกเก็บเงินค่าประมูลที่วิดิจิตอลงวดที่เหลือทั้งหมด จะเข้าข่ายละเว้นปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจาก

กรณีไทยทีวี ได้เข้าสู่กระบวนการ 'พักใช้ใบอนุญาตชั่วคราว' มาแล้ว 3 ครั้ง รวม 90 วัน เพื่อให้เวลาปรับปรุงและแก้ไขปัญหาธุรกิจ รวมทั้งการหาผู้ร่วมทุนใหม่ แต่เมื่อเข้าสู่ขั้นตอนเพิกถอนใบอนุญาต กสทช. ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยการออกคำสั่งเรียกเก็บเงินประมูลงวดที่เหลือทั้งหมดจากบริษัท ไทยทีวี จำกัด

“เราได้ให้ข้อมูลต่อศาลปกครองกลาง กรณีไทยทีวียื่นคำร้องคุ้มครองชั่วคราวให้ศาลสั่งธนาคารกรุงเทพระงับการจ่ายเงินตามแบงก์ การันตีค่าประมูลที่วิดิจิตอลมูลค่ากว่า 1,700 ล้านบาท โดยชี้แจงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับ กสทช. กรณีมีคำสั่งคุ้มครองว่าจะมีผลกระทบต่อการจัดเก็บรายได้เงินประมูลที่วิดิจิตอลที่ต้องนำส่งกระทรวงการคลัง รวมทั้งกระทบการเรียกเก็บเงินแบงก์ การันตี ที่เกิดจากการประมูลคลื่นความถี่ทั้งฝั่งกิจการบรอดแคสต์และโทรคมนาคมในอนาคต เพราะผู้ประมูลคลื่นฯ อาจใช้วิธีเสนอราคาประมูลในอัตราสูง เมื่อไม่สามารถประกอบกิจการต่อได้ จะฟ้องร้องไม่ให้เรียกเก็บเงินจากแบงก์ การันตี เช่นเดียวกับ กรณีไทยทีวี และกระทบต่อนโยบายกำกับดูแลกิจการที่วิดิจิตอลของ กสทช. หลังจากนั้น”

ซึ่งหลังจากทั้งสองฝ่ายให้ข้อมูลแล้ว ต้องรอศาลพิจารณาผลกระทบของทั้งสองฝ่ายว่าจะออกคำสั่งคุ้มครองหรือไม่ ในกรณีที่ศาลไม่ออกคำสั่งคุ้มครอง เมื่อครบกำหนดจ่ายเงินประมูลที่วิดิจิตอลของไทยทีวี ในวันที่ 13 มีนาคมนี้ หากไม่นำเงินมาจ่าย ขั้นตอนต่อไป กสทช. จะออกคำสั่งไปยังธนาคารกรุงเทพภายในเดือนมีนาคมนี้ เพื่อให้จ่ายเงินตามแบงก์ การันตีของบริษัท ไทยทีวี

สุดท้าย ท้ายสุด ไม่ว่าจะผลการพิจารณาคดีจะออกมาในรูปแบบใดก็ตาม 'คำพิพากษา' นี้ จะกลายเป็นบรรทัดฐานการต่อสู้ของวิดิจิตอลไทยในอนาคตอย่างแน่นอน!!!! ■

กทค.คุมเข้มโอนย้ายเลขหมายมือถือ

กทค.คุมเข้มผู้ให้บริการโอนย้ายเลข โอนย้ายเลขหมายของผู้ให้บริการรายเดิม
หมายมือถือตามประกาศทุกขั้นตอน ปฏิเสธ จะสามารถทำได้เฉพาะในกรณีที่กำหนดไว้
ได้เฉพาะ 8 กรณี ที่กำหนดเท่านั้น ในประกาศ กสทช. ซึ่งมี 8 ประการ อาทิ เลข

พันเอก ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิ

สุวรรณ ประธานกรรมการกิจการ

โทรคมนาคม(ประธาน กทค.) เปิด

เผยว่า ที่ประชุม กทค. ได้มีมติเรื่อง

การโอนย้ายเลขหมายโทรศัพท์

เคลื่อนที่ให้ผู้ให้บริการ

ทุกรายปฏิบัติตาม

ประกาศ กสทช. ทุก

ขั้นตอน กรณีมีการนำ

กฎหมายว่าด้วย

ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

โทรคมนาคมมาปรับ

ใช้เพื่อให้บริการ

กับประชาชน ผู้ให้

บริการรายใหม่ต้อง

มีการปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่จะมีการ

โอนย้ายใหม่ให้ครบ

ถ้วนสมบูรณ์

ทั้งนี้การปฏิเสธการ



หมายที่ได้มาโดยไม่ชอบด้วย

กฎหมาย หรือเพื่อประโยชน์ใน

การรักษาความมั่นคงของชาติ

เลขหมายอยู่ระหว่างการดำเนิน

คดี หรือถูกอายัด เลขหมายที่ขอ

โอนย้ายไม่ใช่เลขหมายของ

ผู้ให้บริการ เลขหมายถูก

ยกเลิกบริการหรืออยู่

ระหว่างการระงับบริการ

หรืออยู่ระหว่างการดำเนินการ

โอนย้ายกรณีโอนย้ายซ้อน

กัน ผู้ให้บริการที่ขอโอน

ย้ายไม่แสดงเอกสาร

หลักฐานตามข้อ 4.4 ผู้

ให้บริการไม่ดำเนินการ

ลงทะเบียนเลขหมาย

และ เลขหมายที่ขอ

โอนย้ายอยู่ระหว่างการ

ขอเปลี่ยนชื่อผู้

ให้บริการ.

กทค.คุมเข้มโอนย้ายเลขหมายมือถือ

กทค.คุมเข้มผู้ให้บริการโอนย้ายเลข โอนย้ายเลขหมายของผู้ให้บริการรายเดิม
หมายมือถือตามประกาศทุกขั้นตอน ปฏิเสธ จะสามารถทำได้เฉพาะในกรณีที่กำหนดไว้
ได้เฉพาะ 8 กรณี ที่กำหนดเท่านั้น ในประกาศ กสทช. ซึ่งมี 8 ประการ อาทิ เลข

พันเอก ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิ

สุวรรณ ประธานกรรมการกิจการ

โทรคมนาคม(ประธาน กทค.) เปิด

เผยว่า ที่ประชุม กทค. ได้มีมติเรื่อง

การโอนย้ายเลขหมายโทรศัพท์

เคลื่อนที่ให้ผู้ให้บริการ

ทุกรายปฏิบัติตาม

ประกาศ กสทช. ทุก

ขั้นตอน กรณีมีการนำ

กฎหมายว่าด้วย

ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

มาปรับ

ใช้เพื่อให้บริการ

กับประชาชน ผู้ให้

บริการรายใหม่ต้อง

มีการปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่จะมีการ

โอนย้ายใหม่ให้ครบ

ถ้วนสมบูรณ์

ทั้งนี้การปฏิเสธการ



หมายที่ได้มาโดยไม่ชอบด้วย

กฎหมาย หรือเพื่อประโยชน์ใน

การรักษาความมั่นคงของชาติ

เลขหมายอยู่ระหว่างการดำเนิน

คดี หรือถูกอายัด เลขหมายที่ขอ

โอนย้ายไม่ใช่เลขหมายของ

ผู้ให้บริการ เลขหมายถูก

ยกเลิกบริการหรืออยู่

ระหว่างการระงับบริการ

หรืออยู่ระหว่างการดำเนินการ

โอนย้ายกรณีโอนย้ายซ้อน

กัน ผู้ให้บริการที่ขอโอน

ย้ายไม่แสดงเอกสาร

หลักฐานตามข้อ 4.4 ผู้

ให้บริการไม่ดำเนินการ

ลงทะเบียนเลขหมาย

และ เลขหมายที่ขอ

โอนย้ายอยู่ระหว่างการ

ขอเปลี่ยนชื่อผู้

ให้บริการ.

ออก3มาตรการเข้มคุมกำเนิดวัยรุ่นนอมควัน

สาธารณสุข • คณะกรรมการควบคุมการบริโภคยาสูบแห่งชาติคือมาตรการเร่งด่วน คุมกำเนิดวัยรุ่นหน้าใหม่ ที่ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นอายุ 15-18 ปี คิดเป็นอัตราเพิ่มปีละ 2-3 แสนคน 3 มาตรการ บังคับใช้ กม.ควบคุมยาสูบรอบสถานศึกษา ควบคุมการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และให้เป็นตัวชี้วัดประเมินคุณภาพสถานศึกษา

นพ.ปิยะสกล สกลสัตยาทร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข (สธ.) ในฐานะประธานคณะกรรมการควบคุมการบริโภคยาสูบแห่งชาติ ให้สัมภาษณ์ภายหลังประชุมคณะกรรมการฯ ครั้งที่ 1/2559 ว่า ที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหาการบริโภคยาสูบในกลุ่มวัยรุ่น อายุ 15-18 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของธุรกิจยาสูบ แต่ละปีมีเยาวชนไทยที่เริ่มติดบุหรี่และกลายเป็นผู้สูบบุหรี่ประจำ 2-3 แสนคน ทดแทนกลุ่มผู้ใหญ่ที่เสียชีวิตหรือเลิกสูบไป อีกทั้ง เยาวชนยังสามารถเข้าถึงบุหรี่ได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์ โดยผลการเฝ้าระวังทางอินเทอร์เน็ตของกรมควบคุมโรคในเดือน ม.ค.2559 พบว่ามีเว็บไซต์ที่โฆษณาขายบุหรี่มากถึง 50 เว็บไซต์ บางเว็บไซต์มีผู้เข้าชมมากกว่า 2 ล้านครั้ง ทำให้ในรอบ 10 กว่าปีที่ผ่านมามีอัตราการสูบบุหรี่ในกลุ่มวัยรุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2547 พบร้อยละ 6.58 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.25 ในปี 2557 เฉลี่ยร้อยละ 0.17 ต่อปี ทั้งที่ในช่วงก่อนหน้านั้นตั้งแต่ปี 2534-2547 อัตราการสูบบุหรี่ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.42 ต่อปี

ดังนั้น ที่ประชุมจึงได้มอบให้คณะกรรมการจัดทำแผนฯ และคณะกรรมการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ที่ 2 การป้องกันมิให้เกิดผู้สูบบุหรี่ใหม่และเฝ้าระวังธุรกิจยาสูบที่มุ่งเป้าไปยังเด็ก เยาวชน และนักสูบหน้าใหม่ โดยต้องเร่งรัดการศึกษาวีเคราะห้กระบวนการแก้ไขปัญหาระดับ 3 มาตรการ ได้แก่ 1.เร่งรัดให้มีการเฝ้าระวังและบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบบริเวณรอบสถานศึกษา และพื้นที่เสี่ยงที่เยาวชนเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้โดยง่าย 2.การโฆษณา/การขายผลิตภัณฑ์ยาสูบในการตลาดออนไลน์ โซเชียลมี

เดีย โดยให้กรมควบคุมโรคตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษา เฝ้าระวัง กำหนดมาตรการ แนวทางการดำเนินงานบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาและการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบผ่านสื่อออนไลน์และระบบอินเทอร์เน็ตร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กสทช. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และ 3.กำหนดเรื่องบุหรี่ปริมาณตัวชี้วัดในการประเมินสถานศึกษาตามระบบการนิเทศและประเมินผลสถานศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ

นอกจากนี้ ที่ประชุมได้รับทราบความก้าวหน้าการเสนอร่างพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.... ซึ่งผ่านความเห็นชอบจาก ครม.เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2558 ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ สธ.ในฐานะหน่วยงานผู้เสนอร่างกฎหมายพิจารณายืนยัน เพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเสนอเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรีอีกครั้ง จากนั้นจะเสนอร่าง พ.ร.บ.ดังกล่าวไปยังคณะกรรมการวิสามัญกิจการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (วิป สนช.) เพื่อพิจารณาร่างเข้าสู่วาระของ สนช.ต่อไป รวมทั้งได้ออกระเบียบกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยการติดต่อบริษัทผู้จำหน่ายที่กับผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2559 ขึ้น

และยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน วิธีการเฉพาะกรณีการติดต่อ หรือการขอเข้าพบระหว่างเจ้าหน้าที่ในสังกัด สธ.กับผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสูบเท่านั้น เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ขณะนี้อยู่ระหว่างการลงประกาศเผยแพร่ในราชกิจจานุเบกษาเพื่อมีผลใช้บังคับต่อไป สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคุมยาสูบในระดับจังหวัด มีมติเห็นชอบให้แต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบระดับจังหวัดทุกจังหวัด มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน เพื่อดำเนินงานควบคุมการบริโภคยาสูบในระดับพื้นที่ให้เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น.

คณะนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จังหวัดขอนแก่น และมหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด (วิทยาเขตหัวหิน) นำเสนอผลงานการตรวจสอบโฆษณาสำหรับรอบสัมมนา ครั้งที่ 1 ของการประกวดโครงการ "สายลับ...ตรวจจับโฆษณา ครั้งที่ 5" โดยมีนายดนัย หงส์พรหมัน ผู้อำนวยการกองคุ้มครองผู้บริโภคด้าน



โฆษณา เป็นประธานในงาน โดยคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือก คือ นายอุดมศักดิ์ วงษ์ประเสริฐ นายธราวุฒิ สืบเชื้อ และนายธนวัฒน์ มีสวัสดิ์ จากสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย นางพนิตนาฎ คำนุ้ย เภสัชกรชำนาญการพิเศษ จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ณ ห้องประชุม 1 สคบ.



คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/เกษตร/ท่าอากาศยาน

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ 2559

ปีที่: 15

ฉบับที่: 5242

หน้า: 10(ล่างซ้าย)

Col.Inch: 56.37

Ad Value: 124,014

PRValue (x3): 372,042

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: กสทช.จับมือ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม สปป.ลาว สร้างกรอบความร่วมมือการกำกับดูแล..



กสทช. จับมือ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม สปป.ลาว สร้างกรอบความร่วมมือการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการบริหารคลื่นความถี่

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) จะจัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ระหว่างสำนักงาน กสทช. และ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม (Ministry of Post and Telecommunications) แห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 เวลา 14.00 - 16.00 น. ณ สำนักงาน กสทช.

การลงนามบันทึกความเข้าใจในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม การจัดการและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน การออกใบอนุญาต การคุ้มครองผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกัน และประเด็นอื่นๆ ที่หลายๆ ประเทศกำลังเผชิญเนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและ Social Media

ในการลงนาม MoU ครั้งนี้ คณะผู้แทนของกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว นำโดย ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว พร้อมอธิบดีกรมโทรคมนาคม และคณะผู้บริหารระดับสูงในสังกัด ร่วมเดินทางมาเข้าร่วมในพิธีลงนามในครั้งนี้ด้วย นอกจากการเดินทางมาลงนาม MoU แล้ว คณะผู้แทนกระทรวงฯ ของ สปป.ลาว ได้ขอความร่วมมือขอเรียนรู้ข้อมูล ประสบการณ์ และแนวทางในการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน (Mobile Application for Prepaid SIM Card

Registration) จากสำนักงาน กสทช. และเมื่อวันจันทร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการบรรยายทางวิชาการเพื่อให้ความรู้และประสบการณ์ของไทยในการลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน รวมทั้งนำคณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ดูงานการจัดทำระบบดังกล่าว ณ บริษัท แอดวานซ์ ไรร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด ด้วย คณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ได้แสดงความชื่นชมต่อการทำงานของสำนักงาน กสทช. และจะขอแลกเปลี่ยนความรู้ในประเด็นอื่นต่อไปในอนาคต

สำนักงาน กสทช. ตั้งเป้าที่จะส่งมอบระบบต้นแบบ (แบบให้เปล่า) เพื่อสนับสนุนการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินให้แก่กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ภายในปี 2559 และมุ่งที่จะเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน

การเดินทางมาของคณะผู้แทนกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ในครั้งนี้ เป็นการต่อยอดการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างผู้นำของทั้งสองหน่วยงาน คือ การพบกันของประธาน กสทช. และ ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งผู้นำทั้งสองหน่วยงานเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดทำกรอบความร่วมมือระหว่างกัน อันจะนำไปสู่เป้าหมายการสร้างประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ให้เป็นประชาคมเดียวที่มีศักยภาพอย่างแท้จริง

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
www.nbtc.go.th Call Center : 1200 E-mail : 1200@nbtc.go.th



กสทช. จับมือ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม สปป.ลาว สร้างกรอบความร่วมมือการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการบริหารคลื่นความถี่

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) จะจัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ระหว่างสำนักงาน กสทช. และ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม (Ministry of Post and Telecommunications) แห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 เวลา 14.00 – 16.00 น. ณ สำนักงาน กสทช.

การลงนามบันทึกความเข้าใจในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม การบริหารจัดการและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน การออกใบอนุญาต การคุ้มครองผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกัน และประเด็นอื่นๆ ที่หลายๆ ประเทศกำลังเผชิญเนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและ Social Media

ในการลงนาม MoU ครั้งนี้ คณะผู้แทนของกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว นำโดย ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว พร้อมอธิบดีกรมโทรคมนาคม และคณะผู้บริหารระดับสูงในสังกัด ร่วมเดินทางมาเข้าร่วมในพิธีลงนามในครั้งนี้ด้วย นอกจากการเดินทางมาลงนาม MoU แล้ว คณะผู้แทนกระทรวงฯ ของ สปป.ลาว ได้ขอความร่วมมือขอเรียนรู้ข้อมูล ประสบการณ์ และแนวทางในการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน (Mobile Application for Prepaid SIM Card

Registration) จากสำนักงาน กสทช. และเมื่อวันจันทร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการบรรยายทางวิชาการเพื่อให้ความรู้และประสบการณ์ของไทยในการลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน รวมทั้งนำคณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ดูงานการจัดทำระบบดังกล่าว ณ บริษัท แอดวานซ์ ไรร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด ด้วย คณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ได้แสดงความชื่นชมต่อการทำงานของสำนักงาน กสทช. และจะขอแลกเปลี่ยนความรู้ในประเด็นอื่นต่อไปในอนาคต

สำนักงาน กสทช. ตั้งเป้าที่จะส่งมอบระบบต้นแบบ (แบบให้เปล่า) เพื่อสนับสนุนการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินให้แก่กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ภายในปี 2559 และมุ่งที่จะเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน

การเดินทางมาของคณะผู้แทนกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ในครั้งนี้ เป็นการต่อยอดการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างผู้นำของทั้งสองหน่วยงาน คือ การพบกันของประธาน กสทช. และ ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งผู้นำทั้งสองหน่วยงานเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดทำกรอบความร่วมมือระหว่างกัน อันจะนำไปสู่เป้าหมายการร่วมสร้างประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ให้เป็นประชาคมเดียวที่มีศักยภาพอย่างแท้จริง

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
www.nbtc.go.th Call Center : 1200 E-mail : 1200@nbtc.go.th



กสทช. จับมือ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม สปป.ลาว สร้างกรอบความร่วมมือการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการบริหารคลื่นความถี่

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) จะจัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ระหว่างสำนักงาน กสทช. และ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม (Ministry of Post and Telecommunications) แห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 เวลา 14.00 – 16.00 น. ณ สำนักงาน กสทช.

การลงนามบันทึกความเข้าใจในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม การบริหารคลื่นความถี่ การจัดการและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน การออกใบอนุญาต การคุ้มครองผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกัน และประเด็นอื่นๆ ที่หลากหลาย ประเทศกำลังเผชิญเนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและ Social Media

ในการลงนาม MoU ครั้งนี้ คณะผู้แทนของกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว นำโดย ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว พร้อมอธิบดีกรมโทรคมนาคม และคณะผู้บริหารระดับสูงในสังกัด ร่วมเดินทางมาเข้าร่วมในพิธีลงนามในครั้งนี้ด้วย นอกจากการเดินทางมาลงนาม MoU แล้ว คณะผู้แทนกระทรวงฯ ของ สปป.ลาว ได้ขอความร่วมมือขอเรียนรู้ข้อมูล ประสบการณ์ และแนวทางในการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน (Mobile Application for Prepaid SIM Card

Registration) จากสำนักงาน กสทช. และเมื่อวันจันทร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการบรรยายทางวิชาการเพื่อให้ความรู้และประสบการณ์ของไทย ในการลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน รวมทั้งนำคณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ดูงานการจัดทำระบบดังกล่าว ณ บริษัท แอดวานซ์ ไรร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด ด้วย คณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ได้แสดงความชื่นชมต่อการทำงานของสำนักงาน กสทช. และจะขอแลกเปลี่ยนความรู้ในประเด็นอื่นต่อไปในอนาคต

สำนักงาน กสทช. ตั้งเป้าที่จะส่งมอบระบบต้นแบบ (แบบให้เปล่า) เพื่อสนับสนุนการจัดทำระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินให้แก่กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ภายในปี 2559 และมุ่งที่จะเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน

การเดินทางมาของคณะผู้แทนกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ในครั้งนี้ เป็นการต่อยอดการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างผู้นำของทั้งสองหน่วยงาน คือ การพบกันของประธาน กสทช. และ ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งผู้นำทั้งสองหน่วยงานเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดทำกรอบความร่วมมือระหว่างกัน อันจะนำไปสู่เป้าหมายการร่วมสร้างประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ให้เป็นประชาคมเดียวที่มีศักยภาพอย่างแท้จริง

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
www.nbtc.go.th Call Center : 1200 E-mail : 1200@nbtc.go.th



กสทช. จับมือ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม สปป.ลาว สร้างกรอบความร่วมมือการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการบริหารคลื่นความถี่

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) จะจัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ระหว่างสำนักงาน กสทช. และ กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม (Ministry of Post and Telecommunications) แห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 เวลา 14.00 – 16.00 น. ณ สำนักงาน กสทช.

การลงนามบันทึกความเข้าใจในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคม การบริหารคลื่นความถี่ การจัดการและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน การออกใบอนุญาต การคุ้มครองผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดร่วมกัน และประเด็นอื่นๆ ที่หลากหลาย ประเทศกำลังเผชิญเนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและ Social Media

ในการลงนาม MoU ครั้งนี้ คณะผู้แทนของกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว นำโดย ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว พร้อมอธิบดีกรมโทรคมนาคม และคณะผู้บริหารระดับสูงในสังกัด ร่วมเดินทางมาเข้าร่วมในพิธีลงนามในครั้งนี้ด้วย นอกจากการเดินทางมาลงนาม MoU แล้ว คณะผู้แทนกระทรวงฯ ของ สปป.ลาว ได้ขอความร่วมมือขอเรียนรู้ข้อมูล ประสบการณ์ และแนวทางในการจัดทําระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน (Mobile Application for Prepaid SIM Card

Registration) จากสำนักงาน กสทช. และเมื่อวันจันทร์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา สำนักงาน กสทช. ได้จัดให้มีการบรรยายทางวิชาการเพื่อให้ความรู้และประสบการณ์ของไทย ในการลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงิน รวมทั้งนำคณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ดูงานการจัดทําระบบดังกล่าว ณ บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด ด้วย คณะผู้แทนกระทรวงฯ แห่ง สปป.ลาว ได้แสดงความชื่นชมต่อการทำงานของสำนักงาน กสทช. และจะขอแลกเปลี่ยนความรู้ในประเด็นอื่นต่อไปในอนาคต

สำนักงาน กสทช. ตั้งเป้าที่จะส่งมอบระบบต้นแบบ (แบบให้เปล่า) เพื่อสนับสนุนการจัดทําระบบลงทะเบียนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบเติมเงินให้แก่กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ภายในปี 2559 และมุ่งที่จะเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนในด้านการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและการแก้ไขปัญหาคลื่นรบกวนตามบริเวณแนวชายแดน

การเดินทางมาของคณะผู้แทนกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว ในครั้งนี้ เป็นการต่อยอดการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างผู้นำของทั้งสองหน่วยงาน คือ การพบกันของประธาน กสทช. และ ฯพณฯ Hiem Phommachanh รัฐมนตรีว่าการกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม แห่ง สปป.ลาว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งผู้นำทั้งสองหน่วยงานเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดทํากรอบความร่วมมือระหว่างกัน อันจะนำไปสู่เป้าหมายการร่วมสร้างประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ให้เป็นประชาคมเดียวที่มีศักยภาพอย่างแท้จริง

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
www.nbtc.go.th Call Center : 1200 E-mail : 1200@nbtc.go.th

สยามกีฬา

Siam Sport
Circulation: 200,000
Ad Rate: 1,250

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 26 กุมภาพันธ์ 2559

ปีที่: 31 ฉบับที่: 11316

Col.Inch: 16.90 Ad Value: 21,125

ภาพขาว: ซีพีจรีกีฬา: นักวิทยุสมัครเล่น

หน้า: 4(บนขวา)

PRValue (x3): 63,375

คลิป: สีสี่



นักวิทยุสมัครเล่น พล.อ.สุกิจ ชมะสุนทร กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เปิดงาน “นักวิทยุสมัครเล่น เฉลิมพระเกียรติ” นิทรรศการสัมมนาเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานและการใช้วิทยุสื่อสารในภาวะฉุกเฉิน และการประกวดนวัตกรรมของนักวิทยุสมัครเล่น จากทั่วประเทศ ที่สนง. กสทช.

เร่งสร้างความเชื่อถือAECด้วยระบบกฎหมาย

หุ่นส่วนประเทศไทย

■ **ไพรัช วรปาคู**
กรรมการบริหาร



ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีผลทางรูปธรรมตั้งแต่ 31 ธ.ค. 2558 การเข้าร่วม AEC ในครั้งนี้ ย่อมจะส่งผลดีในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือ ในกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างเสรี รวมทั้งการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศจะสะดวกเสรียิ่งขึ้น

ฉะนั้น รัฐบาลจึงต้องเตรียมความพร้อมและการพัฒนาระบบกฎหมายรองรับโดยการกำหนดแนวทางการบูรณาการกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรมให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเอกภาพและเป็นไปตามมาตรฐานของประชาคมอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจาก AEC ได้เน้นในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

จะเห็นได้ว่า AEC เน้นในเรื่อง "การคุ้มครองผู้บริโภค" อย่างมีนัย ฉะนั้นรัฐบาลไทยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาค่า การเกิดความล่าช้าในการดำเนินกิจการงาน ด้วยการให้ความร่วมมือกับประชาคมในทุกด้าน ทั้งระบบกฎหมายและในประเด็นอื่นๆ พร้อมกัน การส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศมีความรู้ ความเข้าใจ ถึงสิทธิและการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ถูกต้อง ตามเจตนารมณ์และเป้าหมายในการจัดตั้ง AEC โดยเฉพาะ ต้องรณรงค์ทำประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ผู้บริโภค ได้เข้าใจถึงสิทธิและการใช้สิทธิในฐานะผู้บริโภคอย่างถูกต้องแท้

อีกสิ่งหนึ่งที่มีอาจมองข้ามก็คือ การบูรณาการกฎหมายที่เกี่ยวข้องในด้านคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปตามมาตรฐานอาเซียน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการบริการต่างๆ ให้เป็นเอกภาพ เกิดประสิทธิผล ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นให้เกิดแก่ประชาคมอาเซียนด้วยระบบกฎหมายอันทันสมัยสอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ดังนี้หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงต้องให้ความร่วมมือ ช่วยกันสนับสนุนให้เกิดผลในทางรูปธรรม

ทั้งนี้ ประชาคมอาเซียน AEC ให้ความสำคัญต่อ

ประเด็นคุ้มครองผู้บริโภคมากเพียงใด? ศึกษาดูได้จากเนื้อหาสาระในนโยบายและแนวทางปฏิบัติของ AEC ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญๆ 3 ประการ ดังนี้

1. คณะกรรมการอาเซียนด้านคุ้มครองผู้บริโภค (ACCP) จัดตั้งขึ้นภายใต้กฎบัตรอาเซียน โดยมีภารกิจกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อขับเคลื่อนงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสมาชิกอาเซียนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสอดคล้องกับสถานการณ์โลก โดย ACCP ได้กำหนดจัดการประชุมประจำปีจำนวน 2 ครั้ง ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพประมาณเดือน พ.ค. 2562

2. อาเซียนและองค์การได้จัดทำโครงการเสริมสร้างสมรรถนะเชิงวิชาการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในอาเซียนด้วยการแบ่งหมวดหมู่ภารกิจ ภายใต้การคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็น 6 ด้าน อาทิ สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การประปา ไฟฟ้า พลังงานอากาศมลพิษ การจัดการขยะ และการบริโภคอย่างยั่งยืน การบริการวิชาชีพ ประกอบด้วย การใช้บริการของอาชีพที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญและอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เช่น แพทย์ พยาบาล วิศวกร สถาปนิก ทนายความ เป็นอาทิ การบริการทางการเงิน ประกอบด้วย การให้บริการของธนาคาร บัตรเครดิต ธุรกิจการกู้ยืม การลงทุน ฯลฯ

สินค้าที่ปลอดภัยและการจัดทำฉลาก ประกอบด้วย การกำกับดูแลสินค้าที่ไม่ปลอดภัย การสนับสนุนสินค้าที่ปลอดภัยสู่ผู้บริโภค การบริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย บริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์พื้นฐาน และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การบริการด้านสุขภาพ ประกอบด้วย การบริการของโรงพยาบาล บริการสปา และการดูแลผู้ป่วยภายหลังการรักษา พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การบริการด้านสุขภาพ บริการของโรงพยาบาลและการดูแลผู้ป่วยภายหลังการรักษา

3. แผนงานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2025 ได้กำหนดมาตรการเชิงยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ดังนี้ การจัดทำกรอบด้านการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกันของอาเซียน การส่งเสริมการสร้างความรู้และให้ความรู้แก่ผู้บริโภค สร้างความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค และการทำธุรกรรมเชิงพาณิชย์ข้ามพรมแดน ส่งเสริมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในนโยบายด้านต่างๆ ของอาเซียน และการส่งเสริมมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องของ

สินค้าและบริการต่างๆ อาทิ การเงิน อิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งทางอากาศ และโทรคมนาคม เป็นต้น

สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย จะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญชั่วคราว 2557 มาตรา 13 ประกอบกับข้อบังคับการประชุมสมานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) 2557 ข้อ 84 วรรคสอง (3) ได้กำหนดให้อำนาจ หน้าที่ของคณะกรรมการการกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม และกิจการตำรวจ สมานิติบัญญัติแห่งชาติ ในการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ หรือร่างพระราชบัญญัติกระทำการพิจารณา สอบสวนหรือศึกษาเรื่องใดๆ ที่เกี่ยวกับระบบกฎหมาย กระบวนการยุติธรรม ตลอดจนสิทธิมนุษยชน และ “การคุ้มครองผู้บริโภค”

พล.ร.อ.ศิษุวัชร วงษ์สุวรรณ ประธานคณะกรรมการการกฎหมาย กระบวนการยุติธรรมและกิจการตำรวจ สนช. ได้สังเกตเห็นและตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าวนี้ จึงบรรจุเป็นวาระในการประชุมและดำเนินการพิจารณาถึงประเด็นข้อกฎหมายของกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง โดยการเน้นให้เกิดแนวทาง “บูรณาการกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค” เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งผู้เขียนเห็นว่าเป็นการดำเนินการที่ทัน่วงทีและเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ เพราะการบูรณาการกฎหมายดังกล่าวให้สอดคล้องกับแนวทางและนโยบายของ AEC เป็นสิ่งควรสนับสนุนอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ ข้อเท็จจริงเป็นที่ประจักษ์ว่าในปัจจุบันภารกิจภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละหน่วยงานต่างยึดถือกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของตน โดยขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เป็นเหตุให้เกิดความซ้ำซ้อนทางภารกิจ และส่งผลให้การดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวการร้องทุกข์หรือร้องเรียนต่างๆ เป็นไปอย่างล่าช้าและขาดเอกภาพ

การดำเนินการเตรียมการบูรณาการกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานอาเซียนของคณะกรรมการการกฎหมาย สภา สนช. นั้น ถือได้ว่าเป็น “วิชั่น” อันหันต่อภาวการณ์ เพราะถ้าหากระบบกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยมีมาตรฐานสอดคล้องกับ “หลักการ” หรือแนวทางของคณะกรรมการอาเซียนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใต้กฎบัตรอาเซียนแล้วย่อมจะได้รับความเชื่อถือยอมรับประชาคมอาเซียนและนานาชาติ และจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ การเงินและสังคมของไทย

ดังนั้น ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นสมาชิกชั้นดีที่มีบทบาทในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงถึงเวลาแล้ว..มิใช่หรือ? ที่ต้องร่วมมือสนองตอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติของ AEC อย่างเต็มที่ ด้วยการบูรณาการ ปรับปรุง ระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของไทย เพื่อสร้างความเชื่อถือให้แก่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่า...การนี้ก็ยังผลดีและประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวม ทั้งทางตรงหรือทางอ้อมอย่างแน่นอน! ^๗