

# ปัญหาของโทรทัศน์ดิจิทัล จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

The Issues of Digital Television: The Beginning of transition period of TV Industry in Thailand

ศุภศิลา ปุณณิศา\*  
ศุภศิลา ปุณณิศา

## บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อก สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยแต่ละสถานีที่ได้รับใบอนุญาตต่างเริ่มทดลองการออกอากาศเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2557 แต่ก็ต้องประสบกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับประชาชน และผู้ประกอบการ อาทิ ปัญหาเกี่ยวกับคู่มือดิจิทัล ความเสี่ยงด้านการขาดทุนของผู้ประกอบการ และการขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชน เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. กำหนด จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 4 กลุ่ม ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนตามแนวทางที่เหมาะสม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ชมทั่วไป ควรแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล และการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ตรวจสอบ 2) กลุ่มผู้ประกอบการ ควรพัฒนาเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน 3) กลุ่มผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน ควรดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อกำหนดของกสทช. ยึดหลักธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจอย่างเคร่งครัด และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่จะ

37

\*อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสาร (นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตเพชรบุรี

อีเมล : supasil@stamford.edu

สื่อสารเป็นอย่างดี และ 4) กลุ่มหน่วยงานผู้รับผิดชอบ ควรมีการติดตามผล การดำเนินงานในเชิงรุก และสร้างวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** โทรทัศน์ดิจิทัล / คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

## Abstract

Thailand has been entering the transition period of the analog television system to the digital television system. Each TV station with broadcast license has begun the trial on June 1st, 2014. Unfortunately, the various issues were found by the public and the operators, such as the issue of digital TV coupon, the investment risk of operators and the lack of public relation for public understanding. The time frame of Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission or the Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission requirements must be supported by the stakeholders' collaboration of 4 groups with the appropriate process of their responsibilities; 1) the general audience should pursue the TV digital information and participate as the auditor 2) the operators should develop the program content with quality for increasing the competitive opportunity 3) the transition sponsors should conduct their business under the Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission requirements and good governance principles and have well-knowledge about what they will communicate and 4) The authorities should be proactive monitoring of operations and create the effective communication ways.

**Keywords:** Digital Television / Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission

การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของสื่อมวลชนไทยที่เพิ่งผ่านพ้นไป คือ การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งถือได้ว่าเป็น วาระของชาติที่หน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรงอย่าง คณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ต้องพึงกระทำอย่างละเอียดรอบคอบโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน ทั้งประเทศเป็นที่ตั้ง โดยภายหลังจากการประชุมโทรทัศน์ดิจิทัลภาคธุรกิจ ทั้ง 24 ช่อง เสร็จสิ้นลง ระหว่างวันที่ 26-27 ธันวาคม 2557 กสทช. ได้กำหนด ให้ทุกสถานีที่ชนะการประมูลทำการทดลองออกอากาศพร้อมกันครั้งแรกเมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน 2557

วัตถุประสงค์หลักของกสทช. กับภารกิจระดับชาติครั้งนี้คือ การทำให้ ประชาชนผู้รับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดิน หรือโทรทัศน์ระบบอนาล็อก ที่มีผู้ชม กว่า 22 ล้านครัวเรือน เปลี่ยนมารับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลอย่างพร้อมเพรียง กัน โดยกสทช. ได้ตั้งเป้าไว้ว่าภายในระยะเวลา 5 ปี ต้องมีผู้ชมที่สามารถรับ ชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 (ประกาศคณะกรรมการกิจการ กระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ.2555) [1]

กสทช. จึงทำการประชาสัมพันธ์ และจัดสัมมนาวิชาการ เพื่อให้ผู้ชม ทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างถูกต้อง เช่น ข้อดีของ โทรทัศน์ดิจิทัล วิธีการรับชม กสทช. ได้ทำการแจกคู่มือ เพื่อให้ประชาชนนำไปเป็นส่วนลดแลกซื้อกล่องแปลงสัญญาณ (Set top box) เพื่อเป็นการลด ภาระและค่าใช้จ่ายให้กับประชาชนอีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของโทรทัศน์ดิจิทัล เพียงแค่ในระยะแรกนั้น กลับพบปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นมากมาย โดยสามารถชี้แจงรายละเอียด ได้ ดังนี้

### “ปัญหาของคู่มือดิจิทัล”

ภายหลังเสร็จสิ้นการประชุมโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 24 ช่องสิ้นสุดลง

ในระหว่างวันที่ 26 - 27 ธันวาคม 2556 โดยมีผู้เข้าร่วมประมูลเสนอมูลค่าการประมูลรวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงินกว่า 50,862 ล้านบาท โดยเงินจำนวนหนึ่งนั้น กสทช. จะนำมาจัดสรรงบประมาณในการทำคู่มือแจกให้กับประชาชนทุกครัวเรือน ครัวเรือนละ 1 ใบ รวมทั้งสิ้นกว่า 22 ล้านครัวเรือน เพื่อให้ประชาชนนำคู่มือไปเป็นส่วนลดแลกซื้อกล่องรับสัญญาณ หรือโทรทัศน์เครื่องใหม่ ซึ่งเป็นการช่วยสนับสนุนให้ประชาชนมีความกระตือรือร้นในการเปลี่ยนมารับชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมากการแจกคู่มือให้กับประชาชนเพื่อสร้างการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่โทรทัศน์ดิจิทัล ยังคงพบปัญหาที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในหลายประการ ได้แก่ การขยายโอกาสขึ้นราคากล่องรับสัญญาณประชาชนใช้สิทธิแลกซื้อกล่องรับสัญญาณน้อย และการขยายโอกาสจากพวกมิจฉาชีพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 1: คู่มือดิจิทัลที่มา: คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2558) [2]



1) การขยายโอกาสขึ้นราคากล่องรับสัญญาณ กสทช. จะทำการแจกคู่มือให้กับประชาชนเพื่อนำไปเป็นส่วนลดในการแลกซื้อกล่องรับสัญญาณหรือโทรทัศน์เครื่องใหม่ เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระประชาชนทั้ง 22 ล้านครัวเรือน โดยคู่มือจะมีมูลค่า 690 บาท / ครัวเรือน ซึ่งใช้งบประมาณเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้นกว่า 22,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ประกอบการเป็นจำนวน

มากต่างๆ อาทิช่วงว่างการดำเนินงานของกสท.ในการขึ้นราคากลับแปลง สัญญาให้สูงขึ้น ซึ่งมีราคาตั้งแต่ 1,000-2,500 บาท ทั้งที่ในความจริงแล้ว กลับแปลงสัญญาเดิมมีราคาเพียง 512 บาท รวมเสาอากาศ ก็เป็นราคาที่มี กี่ไรแล้ว [3] ซึ่งสอดคล้องกับราคากลับแปลงสัญญาเดิมทั้งก่อนและหลังจาก ที่กสท.จะแจกคู่มือฉบับนั้น พบว่า ผลสำรวจราคากลับแปลงสัญญาเดิมเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2557 นั้น กลับแปลงสัญญาเดิมมีราคาต่ำสุดอยู่ที่ 690 บาท แต่ ผลการสำรวจครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2557 พบว่า ราคากลับแปลง สัญญาเดิมตั้งต้นที่ 1,290 บาท และไม่มีกล่องที่ราคา 690 บาท [4]

นอกจากนั้นแล้ว การกำหนดมูลค่าของคู่มือที่คงที่ตลอดทั้ง 4 ปี อาจ ทำให้ผลประโยชน์ที่ได้รับตกเป็นของผู้จัดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณ มากกว่า ประชาชน ดังคำอธิบายของสมเกียรติ ตั้งกิจวานิช (2557) [5] ที่ได้อธิบายว่า “การกำหนดมูลค่าของคู่มือคงที่ตลอด 4 ปี นั้นเหมาะสมหรือไม่ ตนขอยก ตัวอย่างกรณีของอังกฤษ ราคาของกล่องรับสัญญาณจะลดลงครึ่งหนึ่งเมื่อการ ผลิตเพิ่มขึ้น 2 เท่า ดังนั้นการกำหนดมูลค่าของคู่มือตายตัว ในขณะที่กล่อง รับสัญญาณมีราคาตกลงจึงเป็นการใช้เงินมากกว่าที่ควรจะเป็น” ดังนั้น นอก จากกสท.จะกำหนดคุณสมบัติของบริษัทจำหน่ายกล่องรับสัญญาณที่เหมาะสม แล้ว ควรทำการติดตามผลการดำเนินงานและแนวทางการประกอบธุรกิจ ของบริษัทจำหน่ายกล่องรับสัญญาณภายใต้กรอบจริยธรรมวิชาชีพ เพื่อให้ นโยบายของกสท.สร้างผลประโยชน์ให้กับผู้ชมส่วนรวมได้อย่างสูงสุด

2) ประชาชนใช้สิทธิแลกเปลี่ยนกล่องรับสัญญาณน้อย ภายหลังจากที่ กสท.ได้ทำการแจกคู่มือตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2557 เพื่อให้ประชาชน นำไปแลกกล่องรับสัญญาณหรือโทรทัศน์เครื่องใหม่นั้น พบว่า ประชาชนยัง ขาดความกระตือรือร้นในการใช้สิทธิ [6] [7] โดยหลังจากที่กสท.ได้แจกคู่มือ โทรทัศน์ดิจิทัลไปเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 นั้น มีผู้มาใช้สิทธิเพียงร้อยละ 38 เท่านั้น [8] ทั้งนี้เป็นเพราะว่า กว่าร้อยละ 70 ของประชาชนในประเทศไทยยัง สามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ตามปกติ ผ่านเคเบิลทีวีและโทรทัศน์

ผ่านดาวเทียม ทำให้ประชาชนไม่ได้รับผลกระทบใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพโพลล์ (Bangkok Poll) (2557) [9] เรื่อง การเตรียมตัวของประชาชนเพื่อรับชมการออกอากาศทีวีระบบดิจิตอล พบว่า ประชาชนจะใช้เคเบิลทีวี / ทีวีดาวเทียมอยู่เพราะสามารถดูทีวีดิจิตอลได้เลย ร้อยละ 43.6 ที่ออกกล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอล ร้อยละ 10.2 ซ็อกทีวีใหม่รุ่นที่รับสัญญาณทีวีดิจิตอลได้ ร้อยละ 5.2 และยังไม่ได้เตรียมตัว / ดูระบบเดิมไปก่อน ร้อยละ 41.0

นอกจากนั้นแล้ว มูลค่าของคู่มือที่มีราคาเพียง 690 บาท ซึ่งแลกได้เฉพาะกล่องหากต้องการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลแบบใช้งานได้จริงจะต้องจ่ายเงินเพิ่มอีกประมาณ 300 บาท เพื่อเป็นค่าอุปกรณ์ประเภทเสาอากาศและสายรับส่งสัญญาณ ซึ่งก่อให้เกิดภาระให้กับประชาชนที่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น [10] สอดคล้องกับคำอธิบายของสุภาพ คลีขัยาย (2557) [11] ได้อธิบายว่า “มูลค่าของคู่มือเพียง 690 บาท ยังเป็นการสร้างภาระให้กับประชาชนอยู่ เพราะต้องจ่ายค่าจานอีกประมาณ 1,000 บาท ค่าแรง และค่าติดตั้งอีกประมาณ 500-1,000 บาท เพราะประชาชนติดตั้งเองไม่ได้” ปัญหาดังกล่าวทำให้ประชาชนขาดแรงจูงใจในการใช้สิทธิ โดยหากประชาชนยังขาดความกระตือรือร้นในการใช้สิทธิของตน ก็จะทำให้การเปลี่ยนผ่านเกิดความล่าช้ามากขึ้น

3) การฉวยโอกาสจากพวกมิถิฉฉฉ พวกมิถิฉฉฉพาศัยความไม่รู้ของประชาชนเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง ด้วยวิธีการหลอกลวงแปลงสัญญาณ พร้อมการติดตั้งให้กับประชาชนตามบ้านเรือน โดยผู้ไม่รู้ก็มักตกเป็นเหยื่อได้โดยง่าย ซึ่งเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนในสังคมส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ดิจิทัล รวมถึงการสื่อสารของกสทช.ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดช่องว่างในการแสวงหาผลประโยชน์จากพวกมิถิฉฉฉได้

ภาพที่ 1: ป้ายติดตั้งกล่องแปลงสัญญาณของพวกมิชชันนารี

ที่มา: นิตยสาร ASTV ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 9 มิถุนายน 2557 [12]



### “ต้นทุนการผลิตสูง คู่แข่งขันจำนวนมาก” ผู้ประกอบการเสี่ยงตกอยู่ในสภาวะขาดทุน

ด้วยสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน โดยเป็นผลมาจากหลายปัจจัย อาทิ ค่าใช้จ่ายในการบริหารสถานที่สูง คู่แข่งขันทางธุรกิจมีจำนวนมากในขณะที่ปริมาณผู้ชมมีจำนวนเท่าเดิม การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสมัยใหม่และสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภครับสื่อของผู้ชมที่เปลี่ยนไป ด้วยปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการตกอยู่ในสภาวะขาดทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับรายที่มีเงินทุนในการสนับสนุนธุรกิจต่ำ และเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ในการบริหารงาน รวมทั้งเป็นช่องรายการที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ชม เช่น กรณีของช่องไทยทีวี ที่ดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่องข่าว และช่องเด็กเยาวชนและ



ครอบครัว ซึ่งลงทุนไปกว่า 800-900 ล้านบาท แต่กลับมีรายได้เพียง 100-200 ล้านบาท [13] สอดคล้องกับการที่ชมรมผู้ประกอบการโทรทัศนระบบทีวีดิจิทัล แห่งประเทศไทย ได้ยื่นหนังสือต่อประธาน กสทช. เรื่องการขอให้ขยายระยะเวลาการชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ออกไปเป็นระยะเวลา 2 ปี ขอยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปี ร้อยละ 2 และส่งเงินสมทบเข้ากองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ร้อยละ 2 โดยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการต่างต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตเป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีได้ตามเวลาที่ กสทช. กำหนด

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโทรทัศนดิจิทัลเป็นธุรกิจที่ต้องประเมินผลกันในระยะยาว ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการ และเงินทุนสนับสนุนธุรกิจ ที่อาจส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ หรืออาจปิดกิจการลงได้

### การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ประชาชนไม่เข้าใจวิธีการรับชม

การรับชมโทรทัศนระบบดิจิทัลสามารถรับชมได้หลายวิธี ได้แก่ การรับชมผ่านเคเบิลทีวี หรือทีวีดาวเทียม การใช้กล่องรับสัญญาณดิจิทัลกับโทรทัศนระบบอนาล็อก และการเปลี่ยนโทรทัศนรุ่นใหม่ที่สามารถรับสัญญาณดิจิทัลได้เลย อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาของนิด้าโพล (NIDA Poll) (2557) [14] พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.76 ระบุว่า ไม่ทราบถึงวิธีการรับชมโทรทัศนดิจิทัล ร้อยละ 19.33 ระบุว่า ทราบในระดับน้อย ร้อยละ 27.44 ระบุว่า ทราบในระดับดี และร้อยละ 6.47 ระบุว่า ทราบถึงวิธีการรับชมในระดับดีมาก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กสทช. ยังขาดการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชน ทั้งนี้เป็นเพราะว่า กสทช. เป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบการเปลี่ยนผ่านโทรทัศนจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัลเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนผ่านนั้น มีขั้นตอนการดำเนินงานหลายขั้นตอน ตั้งแต่การประมูลใบอนุญาต การติดตั้งเสาส่งสัญญาณ และการแจกคู่มือดิจิทัล

รวมทั้งการสร้างควมเข้าใจกับประชาชน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะถึงแม้ว่าในเชิงเทคนิคจะเกิดโทรทัศน์ดิจิทัลขึ้น แต่ประชาชนขาดความเข้าใจในวิธีการรับชม โดยเกิดความรู้สึกว่าเป็นกระบวนการที่ยู่ยากซับซ้อน อาจส่งผลให้ขาดแรงจูงใจในการรับชมได้

สอดคล้องกับคำอธิบายของธวัชชัย จิตรภาณุพันธ์ (2556) [15] ที่ได้ อธิบายว่า การที่ประชาชนยังไม่เข้าใจเรื่องโทรทัศน์ดิจิทัลนับเป็นจุดบอดของ กสทช. ซึ่งในขณะนี้ กสทช. ก็พยายามเริ่มสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ชม มากขึ้น ดังนั้น กสทช. จึงควรสร้างความเข้าใจ และสร้างแรงจูงใจ ด้วยวิธีการ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพไปยังผู้ชม เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การรับ ชมของผู้ชมจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตามที่ กสทช. คาดหวัง

จากประเด็นปัญหาดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ล้วนแต่เป็นอุปสรรคที่จะ ทำให้การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัลเกิดความล่าช้า รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม เพื่อให้การเปลี่ยนผ่าน ในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ กสทช. จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากทุก ภาคส่วน อาทิ ผู้ชม ผู้ประกอบการ ผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน และหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบ

### สรุปและข้อเสนอแนะ

โทรทัศน์ดิจิทัลที่เกิดขึ้น และกำลังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ยังคง ต้องประสบกับปัญหาหลายด้าน ดังเช่นประเทศอื่นที่พัฒนาเสร็จสิ้นแล้ว ทั้ง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบเทคนิค และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการจัดการ ดังที่ผู้ เขียนได้อธิบายถึงสภาพปัญหาและข้อเสนอแนะไว้ในบางประการข้างต้น ซึ่ง ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนผ่าน อย่างไรก็ตาม การ เปลี่ยนผ่านจะสำเร็จไปได้ด้วยดี ยังคงต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทุกกลุ่ม โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ชมทั่วไป กลุ่มหน่วยงาน

ผู้รับผิดชอบ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน ในการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้อยู่ในระดับสากล ซึ่งผู้เขียนได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

1. **กลุ่มผู้ชมทั่วไป** ผู้ชมควรแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการเป็นผู้ตรวจสอบ มากกว่าการเป็นเพียงแค่ผู้รับสารทั่วไป เพราะการเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ ผู้ชม คือ ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ในการรับชมโทรทัศน์ที่มีความคมชัดสูงขึ้น มีเนื้อหาให้เลือกรับชมมากขึ้น และสามารถเลือกอำนวยความสะดวกได้มากขึ้น ดังนั้น ผู้ชมควรติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆเกี่ยวกับโทรทัศน์ ดิจิทัลจากผู้รับผิดชอบที่ทำการสื่อสารมายังผู้ชม เพื่อให้ทราบถึงวิธีการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลที่ถูกต้อง และไม่ตกเป็นเหยื่อของแก๊งมิจฉาชีพ หากพบข้อสงสัย ไม่เข้าใจ สังเกตเห็นความผิดปกติ หรือความไม่ชอบมาพากล ก็สามารถส่งเรื่องราวแจ้งมายังหน่วยงานผู้รับผิดชอบได้ทันที

2. **กลุ่มผู้ประกอบการ** กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ดิจิทัลที่ได้รับใบอนุญาตทั้ง 24 สถานี ต่างแข่งขันกันสูง เพื่อแย่งฐานชิงจำนวนผู้ชมให้สนใจรับชมช่องรายการของตน โดยสิ่งที่ผู้ผลิตรายการควรพัฒนา คือ เนื้อหารายการ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า เนื้อหารายการคือปัจจัยที่สำคัญสูงสุดในการสร้างแรงจูงใจในการรับชม และสามารถสร้างความแตกต่างให้กับช่องรายการได้ หรืออาจเรียกได้ว่า “Content is the King, the queen is the Platform” [16] [17] ซึ่งการมีเนื้อหาเด่นย่อมสร้างความได้เปรียบในธุรกิจสื่อโทรทัศน์ [18] นอกจากนี้แล้ว การแข่งขันการพัฒนาเนื้อหารายการยังก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ชมที่สามารถเลือกชมเนื้อหารายการที่หลากหลายมากขึ้นด้วย

3. **กลุ่มผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน** กลุ่มผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน ได้แก่ ผู้ให้บริการโครงข่ายเครื่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัล ผู้ประกอบการที่จำหน่ายกล่องแปลงสัญญาณ และผู้จัดจำหน่ายโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่สามารถรับสัญญาณดิจิทัลได้ ซึ่งกลุ่มนี้จะช่วยผลักดันและสนับสนุนให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปด้วยความรวดเร็วมากขึ้น โดยกลุ่มผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่าน

ควรดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อกำหนดของกสทช. และหลักธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจอย่างเคร่งครัด อีกทั้งควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่จะสื่อสารเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มรับสัญญาณและโทรทัศน์รุ่นใหม่ที่สามารถรับสัญญาณดิจิทัล ที่ต้องอาศัยความรู้เชิงเทคนิค ซึ่งค่อนข้างมีความสลับซับซ้อน หากตัวแทนการจัดจำหน่ายไม่มีความรู้มากพอ ก็จะไม่สามารถถ่ายทอดวิธีการรับชมโทรทัศน์ดิจิทัลที่ถูกต้องให้กับประชาชนได้

4. กลุ่มหน่วยงานผู้รับผิดชอบ หน่วยงานผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในครั้ง นี้ คือ กสทช. ซึ่งนับได้ว่าเป็นหน่วยงานที่ต้องดูแลรับผิดชอบทั้ง 3 กลุ่มข้างต้น ทั้งเรื่องของการให้ประชาชนทุกครัวเรือนได้รับชมโทรทัศน์ดิจิทัลได้ตามปกติ การแจกคู่มือดิจิทัล และการดำเนินงานของผู้สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านจากการศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นข้างต้น ผู้เขียนได้เสนอแนะแนวทางไว้ ดังนี้

4.1 ควรมีการติดตามผลหลังจากประชาชนใช้สิทธิรับคู่มือดิจิทัล นอกจากการตรวจสอบการออกมาใช้สิทธิรับคู่มือดิจิทัลของประชาชนแล้ว กสทช.ควรมีการติดตามผลในเชิงคุณภาพทั้งกับประชาชน และตัวแทนจำหน่ายกลุ่มรับสัญญาณว่าได้ดำเนินการเป็นไปตามที่กสทช.กำหนดไว้หรือไม่ อาทิ มาตรฐานของกลุ่มรับสัญญาณ ความเข้าใจในวิธีการใช้กลุ่มรับสัญญาณ และวิธีการใช้สิทธิคู่มือดิจิทัลของประชาชน ดังที่ประเทศที่เปลี่ยนผ่านสำเร็จแล้วใช้กัน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของประชาชน และการประกอบธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายกลุ่มรับสัญญาณ เพราะที่ผ่านมากสทช. ได้อาศัยช่องทางกรรับเรื่องร้องเรียนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการดำเนินงานในเชิงรับ ดังนั้น กสทช.จึงควรทำงานในเชิงรุกด้วยวิธีการสุ่มตรวจ เพื่อที่จะสามารถสร้างความเข้าใจให้กับประชาชน และเพิ่มกลไกการตรวจสอบการทำงานของตัวแทนจำหน่ายกลุ่มรับสัญญาณมากขึ้น

4.2 สร้างวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนผ่านในครั้ง นี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนทั้งประเทศ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์และสภาพภูมิศาสตร์ต่างกัน “การสื่อสาร” จึงเป็นกระบวนการ

การสำคัญในการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากประชาชน ดังนั้น กสทช.ควรสร้างวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทั้งประเทศ และทำให้ประชาชนทุกระดับสามารถเข้าใจได้โดยง่าย เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และแรงจูงใจ อันจะนำไปสู่การปฏิบัติตามที่กสทช.คาดหวัง [19]

การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล เป็นเรื่องระดับประเทศที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยระหว่างการทำดำเนินงานนั้นอาจเกิดปัญหาหรืออุปสรรคได้เหมือนกับในหลายๆประเทศที่ทำการเปลี่ยนผ่านแล้วเสร็จ โดยควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม หากมีปัญหาเกิดขึ้นกสทช.ควรรีบดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อมิให้ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นส่งผลกระทบต่อในวงกว้างทั้งกับประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจ และงบประมาณ

## รายการอ้างอิง

[1] ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง **แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ พ.ศ. 2555.** (2555, 4 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 129 ตอนพิเศษ 63 ง. หน้า 2.

[2] คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2558) **คู่มือดิจิทัลอลทีวี่คืออะไร.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://digital.nbtc.go.th/article\\_detail12.php](http://digital.nbtc.go.th/article_detail12.php) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[3] สารี อ่องสมหวัง (2557) นิตยสารออนไลน์ฉลาดซื้อ ฉบับที่ 158 **ต้องลงมือทำ ถึงจะปฏิรูปได้จริง.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://chaladsue.com/index.php/บทบรรณาธิการนิตยสารออนไลน์/1814-editor158.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2557)

[4] ชลดา บุญเกษม (2557) **คม ชัด ลึก ราคา...คู่มือดิจิทัลอล.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.youtube.com/watch?v=Eq6JccUxJuw> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2557)

[5] สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช (2557) **สะกิด กสทช. หุ่นงบนแจกคู่มือทวิดิจิทัลอลคิดดีแล้วหรือ?** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/425280> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 5 มิถุนายน 2557)

[6] ประพัฒน์ รัฐเลิศกานต์ (2558) **แลกชื่อ “เซตทีอปปีอกซ์” ไม่เข้าเป้า ปรับแผนชะลอส่งสินค้ำ-เร่ง “กสทช.” เคลียร์ปัญหา.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?Newsid=1421652536](http://www.prachachat.net/news_detail.php?Newsid=1421652536) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[7] สมชาย เปรื่องวิริยะ (2558) **แลกชื่อ “เซตทีอปปีอกซ์” ไม่เข้าเป้า ปรับแผนชะลอส่งสินค้ำ-เร่ง “กสทช.” เคลียร์ปัญหา.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?Newsid](http://www.prachachat.net/news_detail.php?Newsid)

=1421652536 (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[8] สุภากร ตันทสิทธิ์. (2558). **คนเมินแลกกลองทีวีดิจิทัล มาใช้สิทธิแค่ 38%**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.nationtv.tv/main/content/economy\\_business/378440736/](http://www.nationtv.tv/main/content/economy_business/378440736/) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2558)

[9] มหาวิทยาลัยกรุงเทพโพลล์ (2557) **คนไทยกับการเข้าสู่ ยุคทีวีดิจิทัล**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://bangkokpoll.bu.ac.th/poll/result/poll680.php?pollID=543> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[10] รุจิระ บุณนาค (2558) **คูปองดิจิทัลกับการเข้าถึงทีวีดิจิทัล**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.dailynews.co.th/Content/Article/293133/%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%96%E0%B8%B6%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 21 มกราคม 2558)

[11] สุภาพ คลีชฉาย (2557) **ชี้แจกคูปองซ่า ทีวีดิจิทัลสูงกว่า 2,500 ล้านบาท**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/427537> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 6 มิถุนายน 2557)

[12] นิตยสาร ASTV ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 9 มิถุนายน 2557 (2557) **ทีวีดิจิทัลขายไม่ออก จนต้อง ลด-แลก-แจก “คูปอง”!?!.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9570000064700> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2556)

[13] พันธุ์ทิพา ศกุนต์ไชย (2558) 'เจ็ดมิม' บัดข่าวชายช่อง! 'ทีวีพูล' ยันบริหารเอง แม้ขาดทุน. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/473028> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[14] นิต้าโพล (2557) โพลชี้คนส่วนใหญ่ยังไม่รู้วิธีดูทีวีดิจิทัล. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.springnews.co.th/innovation/86608> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 24 มกราคม 2558)

[15] ธวัชชัย จิตรภาษนันท์ (2556) กสทช.รับประชาชนมีทีวีดิจิทัล. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thanonline.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=203880:2013-10-22-06-35-57&catid=107:2009-02-08-11-34-25&Itemid=456](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=203880:2013-10-22-06-35-57&catid=107:2009-02-08-11-34-25&Itemid=456) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 22 พฤศจิกายน 2556)

[16] ธานี เชื้อสถาปนศิริ (2557) สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เรื่อง ทีวีดิจิทัล สงครามแย่งชิงคนดู!. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, หน้า 96

[17] สุวิทย์ สาสนพิจิตร (2557) สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เรื่อง เล่าเรื่องใหม่ในโลกใบเดิม. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, หน้า 117

[18] สมเกียรติ อ่อนวิมล (2557) สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เรื่อง TV Digital องค์การสื่อยุคใหม่! ที่ใครๆก็ปรับตัว. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, หน้า 99

[19] ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์. (2557). 4 ขั้นตอนการสื่อสารกับประชาชน เพื่อการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่โทรทัศน์ดิจิทัล. วารสารร่วมพฤษ, (32)1, หน้า 111-128.