

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมือง ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

The political economy of broadcasting media

อิสริยะ ไพร์พ่ายฤทธิ์

มิถุนายน 2556

การจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับ “ทีวีดิจิตอล” ของ กสทช. ใน พ.ศ. 2556 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญอีกจุดหนึ่งของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทย เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของระบบ “ใบอนุญาต” ภายใต้อัตลักษณ์ใหม่ จากที่ถูกผูกขาดโดยระบบทีวีของรัฐ-สัมปทานของรัฐ ในทีวีแอนะล็อกเดิม มานานหลายสิบปี

การเปลี่ยนผ่านมาสู่ระบบใบอนุญาตทีวีดิจิตอล จะเป็นโอกาสให้กลุ่มทุนหน้าใหม่เข้าร่วมดำเนินธุรกิจโทรทัศน์แบบฟรีทีวี (free-to-air) มากขึ้น ช่วยทำลายการผูกขาดภายในอุตสาหกรรม อีกทั้งยังจะส่งผลกระทบต่อสายสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมืองของกลุ่มทุนสื่อเดิมอีกด้วย

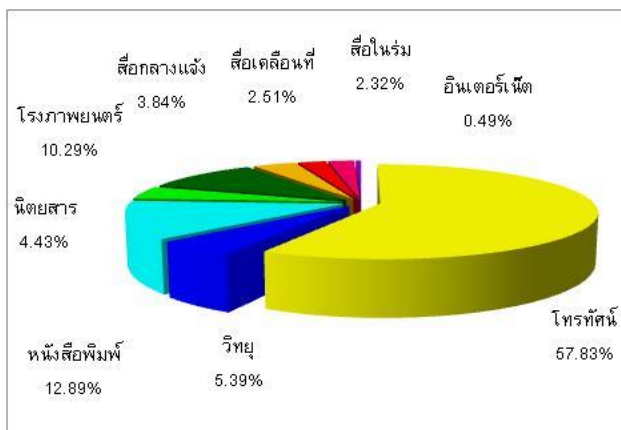
เพื่อให้เข้าใจทิศทางของความเปลี่ยนแปลงในยุคทีวีดิจิตอลอย่างครอบคลุม จึงต้องวิเคราะห์บริบทของอุตสาหกรรมทีวีทั้งในแง่เศรษฐกิจและการเมืองไปพร้อมๆ กัน

❖ มิติด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

มูลค่าของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในภาพรวม

สื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย มีอัตราการเข้าถึงประชากร 98% และเป็นแหล่งรวมเม็ดเงินจากการโฆษณามูลค่ามหาศาล มูลค่าโฆษณารวมของสื่อโทรทัศน์ในปี 2555 จากข้อมูลของ **AGB Nielsen Media Research** อยู่ที่ **68,105 ล้านบาท คิดเป็น 58%** ของเม็ดเงินทั้งหมด ในอุตสาหกรรมโฆษณาโดยรวม¹ และมูลค่าโฆษณาก็สูงขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี

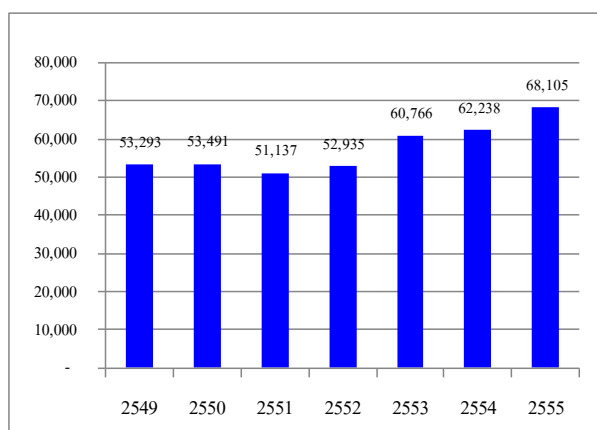
สัดส่วนการใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ปี 2555



ที่มา : AGB Nielsen Media Research

มูลค่าการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์

หน่วย : ล้านบาท



ที่มา : AGB Nielsen Media Research

การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ในระบบฟรีทีวี

ปัจจุบันประเทศไทยมี “ฟรีทีวี” หรือทีวีภาคพื้นระบบแอนะล็อกทั้งหมด 6 ช่อง โดยแบ่งเป็น

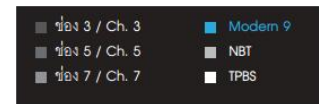
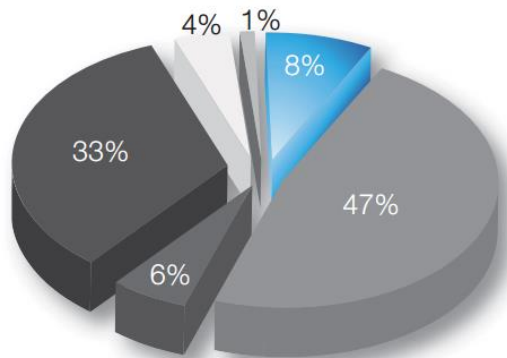
- ช่องของหน่วยงานรัฐดำเนินการเอง 3 ช่องคือ ช่อง 5 (กองทัพบก) ช่อง 9 (อสมท.) และช่อง 11 (กรมประชาสัมพันธ์)
- ช่องที่หน่วยงานรัฐให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินการ 2 ช่องคือ ช่อง 3 (สัมปทานจาก อสมท. ให้กลุ่มบริษัท BEC) และช่อง 7 (กองทัพบกให้สัมปทานแก่กลุ่มบริษัท BBTv)
- ทีวีสาธารณะของหน่วยงานอิสระของรัฐ ได้แก่ Thai PBS

¹ รายงานประจำปี 2555 บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) หน้า 28

ปัจจุบันความนิยมของฟรีทีวีทั้ง 6 ช่อง สามารถจัดอันดับความนิยม (ข้อมูลปี 2555)² ได้ดังนี้

1. ช่อง 7 – 47%
2. ช่อง 3 – 33%
3. ช่อง 9 – 8%
4. ช่อง 5 – 6%
5. Thai PBS – 4%
6. ช่อง 11 – 1%

สัดส่วนผู้ชม ปี 2555
Audience Share 2012

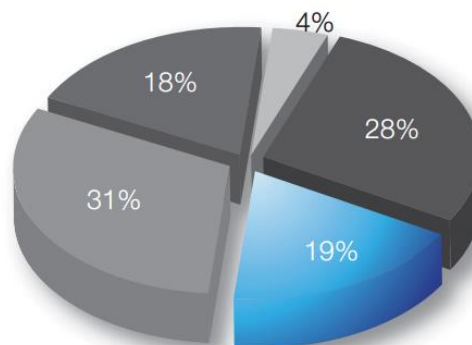


ความนิยมของสถานีโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ทั้ง 6 ช่อง วัดตามจำนวนผู้ชม (ข้อมูลจากรายงานประจำปี อสมท. ปี 2555)

จะเห็นว่าสัดส่วนผู้ชมรวมกันช่องทีวีเอกชนช่อง 3 และช่อง 7 รวมกันได้มากถึง 80% ของอุตสาหกรรมทั้งหมด เหลือที่ว่างให้ฟรีทีวีช่องอื่นๆ เพียง 20% เท่านั้น

อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาจาก “สัดส่วนรายได้” แทนจำนวนผู้ชมโดยตรงแล้ว ฟรีทีวีช่องอื่นๆ นอกจากช่อง 3 และช่อง 7 มีสัดส่วนรายได้เยอะกว่า ส่วนแบ่งตลาดอย่างมีนัยสำคัญ โดยช่อง 7 มีสัดส่วนรายได้เป็นอันดับหนึ่งที่ 31%

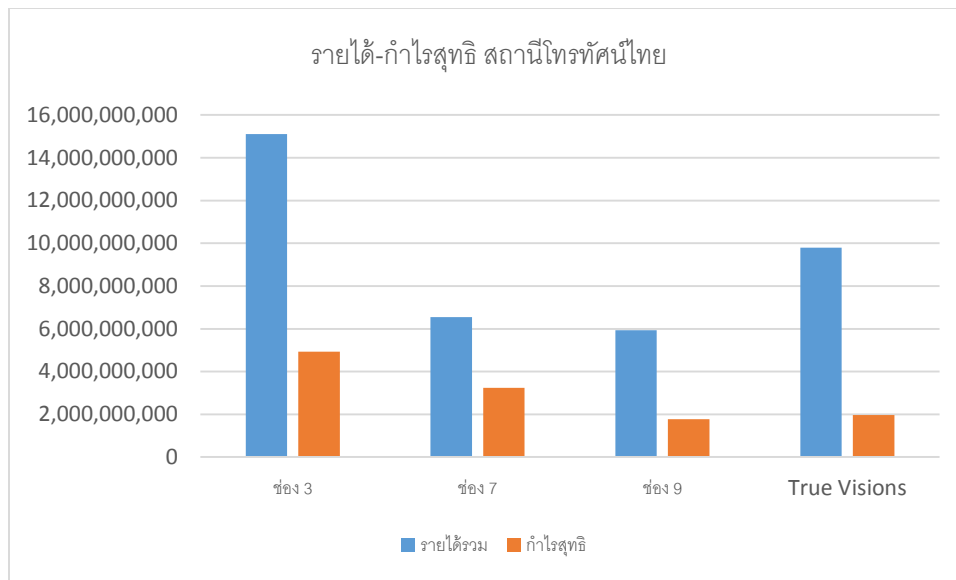
สัดส่วนการตลาด ปี 2555
Market Share 2012



ตามด้วยช่อง 3 ที่ 28% ในขณะที่ช่อง 9 มีสัดส่วนรายได้สูงถึง 19% ใกล้เคียงกับช่อง 5 ที่มีสัดส่วนรายได้ 18% (ไม่นับ Thai PBS ที่ไม่หารายได้จากโฆษณา)

² รายงานประจำปี 2555 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หน้า 39

ถ้าลองเทียบข้อมูลผลประกอบการของบริษัทที่เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์โดยตรง จะพบว่าแต่ละปีบริษัทเหล่านี้มีรายรับอยู่ในระดับพัน-หมื่นล้านบาท และมีกำไรอยู่ในระดับพันล้านบาท ซึ่งถือเป็นธุรกิจขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับขนาดธุรกิจเฉลี่ยในประเทศไทย



หมายเหตุ: ใช้ข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2555 (ช่อง 3, อสมท, True ใช้เฉพาะข้อมูลของ True Visions) ส่วนข้อมูลรายได้ของช่อง 7 มาจากงบการเงินปี 2554 ของ บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ที่ยื่นต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

❖ มิติด้านการเมืองของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

แนวทางการผูกขาดธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้นชัดเจนว่าใช้การผูกสัมพันธ์กับอำนาจทางการเมือง ทั้งการเมืองเชิงโครงสร้าง-สถาบันที่เป็นทางการ (เช่นอำนาจการครอบครองคลื่นความถี่ของหน่วยงาน) และสายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนธุรกิจสื่อกับขั้วอำนาจทางการเมือง เพื่อผูกขาดช่องทางการทำธุรกิจ และกีดกันไม่ให้กลุ่มทุนสื่ออื่นๆ สามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ในลักษณะเดียวกัน

เราสามารถแยกแยะ ความสัมพันธ์ เชิงอำนาจของสถานีฟรีทีวี 6 ช่องเดิม ได้ดังนี้

ช่อง 3

บริหารจัดการโดยกลุ่มบริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นเป็นของตระกูลมาลินนท์ 51.03%³

³ รายงานประจำปี 2555 บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) หน้า 75
http://www.becworld.com/download/th_annual_2555.pdf

ช่อง 3 ประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ โดยผ่านสัญญาสัมปทานกับรัฐวิสาหกิจคือ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อสมท. (ปัจจุบันแปรรูปเป็น บริษัท อสมท จำกัด มหาชน แล้ว) โดยอายุสัญญาสัมปทานสิ้นสุดใน พ.ศ. 2563

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม บีอีซี เวิลด์ กับ อสมท. ในประเด็นเรื่องสัญญาสัมปทานถูกวิพากษ์วิจารณ์มาแล้วหลายครั้ง

ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม บีอีซี เวิลด์ กับ อสมท. ในประเด็นเรื่องสัญญาสัมปทานถูกวิพากษ์วิจารณ์มาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะประเด็นเรื่องอำนาจของ อสมท.

ในการต่ออายุสัญญาสัมปทานในช่วงเปลี่ยนผ่านของ

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ และประเด็นด้านรายได้จากสัญญาสัมปทานในการต่ออายุเมื่อ พ.ศ. 2553 (ช่วงรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) อีก 10 ปี ซึ่ง อสมท. ได้รับเงินเพียง 405 ล้านบาท ในขณะที่ตัวเลขรายได้ประเมินน่าจะอยู่ที่ประมาณ 7,000 ล้านบาท ปัจจุบันประเด็น การต่อ สัญญาสัมปทานช่อง 3 ยังอยู่ในการสอบสวนของกรมสอบสวนคดีพิเศษ (ดีเอสไอ)⁴

สายสัมพันธ์ระหว่างตระกูลมาลินนท์ ผู้ถือหุ้นใหญ่ของช่อง 3 กับกลุ่มอำนาจทางการเมืองคือ นายประชา มาลินนท์ อดีตกรรมการรองผู้จัดการ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งพรรคไทยรักไทย และเคยเป็นรัฐมนตรีหลายกระทรวงในรัฐบาลทักษิณ⁵

ช่อง 5

โครงสร้างการบริหารของ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 (ททบ.5) อยู่ภายใต้คลื่นความถี่ของกองทัพบก โดยผู้บัญชาการทหารบก จะมีตำแหน่งเป็นประธานคณะกรรมการบริหาร โดยตำแหน่ง

สถานะทางนิติบุคคลของ ททบ.5 จึงอยู่ภายใต้กองทัพบก ไม่ได้มีสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจแบบเดียวกับ อสมท. การดำเนินงานจึงอยู่ภายใต้ของผู้บัญชาการทหารบก ที่ระบุไว้ใน “พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2503” ตามประกาศพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2543 กระทรวงกลาโหมจะนำศักยภาพในด้านการอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการป้องกันประเทศและการพลังงานทหารที่มีอยู่ มาช่วยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกองทัพและพัฒนาประเทศ แต่ไม่ได้กล่าวถึงการดำเนินการด้านวิทยุโทรทัศน์โดยตรง⁶

⁴ เดลินิวส์, ดีเอสไอเรียกผู้บริหารช่อง3-อสมท.แจงข้อต่อสัญญา, 2 มกราคม 2556, <http://www.dailynews.co.th/crime/175860>

⁵ วิกิพีเดีย, ประชา มาลินนท์, http://th.wikipedia.org/wiki/ประชา_มาลินนท์

⁶ ASTV ผู้จัดการออนไลน์, เกิดอะไรขึ้นกับช่อง 5! ผลประโยชน์ใคร?, 25 มิถุนายน 2547, <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9470000013046>

ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของ ช่อง 5 ถือเป็นอำนาจ
เชิงโครงสร้างภายใต้ระบบราชการไทย ไม่ได้เป็น
สายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนทางการเมืองโดยตรง

ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของช่อง 5 ถือเป็นอำนาจ
เชิงโครงสร้างภายใต้ระบบราชการไทย ไม่ได้เป็น
สายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทุนทางการเมืองโดยตรง
แต่เป็นการฉวยโอกาสของกองทัพไทยในการ

ถือครองคลื่นความถี่วิทยุ-โทรทัศน์ เป็นช่องทางหารายได้ โดยไม่ผ่านกระบวนการจัดสรรคลื่นความถี่ของ
หน่วยงานราชการฝั่งพลเรือนนั่นเอง

ช่อง 7

บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด (BBTV) ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นผู้บริหารสถานีโทรทัศน์กองทัพช่อง 7 เป็น
สถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย ได้จดทะเบียนเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2510 อันเป็นยุคที่จอม
พลประภาส จารุเสถียร ผู้บัญชาการทหารบกในขณะนั้นกำลังเรื่องอำนาจ

ช่อง 7 ประกอบกิจการโดยผ่านสัมปทานคลื่นความถี่จากกองทัพบก โดยสัมปทานจะหมดอายุในปี 2566 และ
กลุ่มทุนที่เป็นเจ้าของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด คือ ตระกูลกรรมสุด (ซึ่งเป็นเครือญาติกับจอมพล
ประภาส) และตระกูลรัตนรักษ์ (เจ้าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารนครหลวงไทย และปูนซิเมนต์นครหลวง
ไทย)⁷

การดำเนินธุรกิจของช่อง 7 ใช้สายสัมพันธ์ทางตระกูลกรรมสุดที่ใกล้ชิดกับกองทัพบก เพื่อได้มาซึ่งสัญญา
สัมปทานในต้นทุนที่ถูกมากเมื่อเทียบกับรายได้จากค่าโฆษณา ช่อง 7 ต้องจ่ายให้กองทัพบกปีละประมาณ 150
ล้านบาท⁸ เทียบกับรายได้ปีละประมาณ 6,500 ล้านบาท และกำไรสุทธิปีละประมาณ 3,200 ล้านบาท⁹

ช่อง 9

โครงสร้างองค์กรของช่อง 9 คือบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งแปรรูปมาจากรัฐวิสาหกิจ องค์การ
สื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานกฤษฎีกา ปัจจุบัน บริษัท อสมท จำกัด
(มหาชน) เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยมีหน่วยงานของรัฐบาล
ถือหุ้นในสัดส่วน 77.28% (กระทรวงการคลัง 65.80% และธนาคารออมสิน 11.48%)¹⁰

⁷ Siam Intelligence, หรือคุณแดงจะโบกมือลาช่อง 7 สี ที่วีเพื่อใคร?, 9 พฤษภาคม 2552,

<http://www.siamintelligence.com/khun-daeng-to-say-good-bye-on-channel-7/>

⁸ อติศักดิ์ ลิ้มปฐพัฒน์กิจ, "คลื่นรบกวน"ดิจิทัลทีวี(2) : สนามแข่งขันที่"ยัง"ไม่เท่าเทียม, กรุงเทพธุรกิจ, 24 มีนาคม 2556,

<http://bit.ly/ZVmvVh>

⁹ ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยใช้ข้อมูลรายได้ของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ในปี 2554

¹⁰ รายงานประจำปี 2555 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หน้า 94

เนื่องจาก อสมท ยังมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นอำนาจการแต่งตั้งคณะกรรมการของบริษัทจึงมาจาก รัฐบาลในขณะนั้น ซึ่งจากประวัติที่ผ่านมาของ อสมท ประธานคณะกรรมการบริษัทจะมาจากคน ของ นักการเมืองโดยตรง (บางส่วนของคณะกรรมการจะมาจากข้าราชการประจำ เช่น ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี และ กระทรวงการคลัง) และมีบทบาทในการคัดเลือกกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ โดยประธานกรรมการ อสมท คน ปัจจุบัน (พ.ศ. 2556) คือนายสุธรรม แสงประทุม อดีตรัฐมนตรีในรัฐบาลทักษิณ 1 และผู้ร่วมก่อตั้งพรรคไทยรัก ไทย

โดยสรุปแล้วคือ สถานะของ อสมท ที่เป็นรัฐวิสาหกิจของรัฐ ทำให้ถูกแทรกแซงจากฝ่ายการเมือง ผ่านการตั้ง คณะกรรมการ และทำให้ทิศทางการนำเสนอเนื้อหาของ อสมท ขึ้นกับพรรคการเมือง ที่มีอำนาจในรัฐบาลของ ช่วงเวลานั้นๆ กรณีตัวอย่างที่ชัดเจนคือกลุ่มเนชั่นที่เข้ามาผลิตรายการให้ อสมท ในช่วงรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชา ชีวะ พรรคประชาธิปัตย์ ไม่ได้ทำรายการต่อในสมัยของรัฐบาลพรรคเพื่อไทย ที่นำโดยนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

ช่อง 11

ช่อง 11 หรือ NBT ดำเนินการภายใต้ชื่อ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานได้สังกัด กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ถือเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาลเต็มตัว มีหน้าที่เผยแพร่และ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานรัฐบาล ต่างไปจากช่อง 9 ที่บริหารงานในรูปแบบ ของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมี เป้าหมายในทางธุรกิจด้วย

การที่ช่อง 11 มีสถานะเป็นที่วิของรัฐบาลโดยตรง ทำให้ภาคการเมืองมีอำนาจสั่งการช่อง 11 อย่างเต็มที่ และใน ประวัติศาสตร์การเมืองไทยตลอดมา ช่อง 11 ก็ถูกใช้เป็น “กระบอกเสียงของรัฐบาล” เมื่อมีความขัดแย้งทาง การเมืองเกิดขึ้น

ตัวอย่างการแทรกแซงของฝ่าย การเมืองต่อช่อง 11 ที่ชัดเจนคือ ใน พ.ศ. 2550-2551 ช่วงที่พรรคพลัง ประชาชน จัดตั้งรัฐบาลสมัคร สุนทร

การที่ช่อง 11 มีสถานะเป็นที่วิของรัฐบาลโดยตรง ทำให้ภาค การเมืองมีอำนาจสั่งการช่อง 11 อย่างเต็มที่ และในประวัติศาสตร์ การเมืองไทยตลอดมา ช่อง 11 ก็ถูกใช้เป็น “กระบอกเสียงของ รัฐบาล” เมื่อมีความ ขัดแย้งทางการเมืองเกิดขึ้น

เวช กลุ่มคนเสื้อแดงเข้ามามีบทบาทกับการ จัดการรายการ ในช่อง 11 เป็นอย่างมาก แต่เมื่อเกิดการเปลี่ยนขั้วทาง การเมืองเป็นรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จากพรรคประชาธิปัตย์ ระหว่าง พ.ศ. 2551-2554 ก็ส่งผลให้กลุ่มคนเสื้อแดงต้องออกไปจากช่อง 11 และกลายเป็นคนที่มีสายสัมพันธ์กับพรรค ประชาธิปัตย์เข้ามาจัดรายการแทน

Thai PBS

Thai PBS เป็นทีวีสาธารณะ (public television) เกิดขึ้นจาก พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 โดยมีโครงสร้างองค์กรคือ องค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) และออกอากาศโดยใช้ความถี่ของสถานีไอทีวีเดิม

ตัวโครงสร้างองค์กรของ ส.ส.ท. ถือเป็นนิติบุคคลมหาชน มีกระบวนการคัดเลือกคณะกรรมการนโยบาย (เทียบได้กับคณะกรรมการของบริษัทเอกชน) โดยคณะกรรมการสรรหาที่ประกอบด้วยนายกสมาคมวิชาชีพต่างๆ และข้าราชการประจำ ส่วนที่มาของรายได้มาจากภาษีด้านสุราและยาสูบ ในอัตรา 1.5% ของภาษีที่เก็บได้ในแต่ละปี (หรือไม่เกิน 2,000 ล้านบาท)

โครงสร้างองค์กรของ ส.ส.ท. ถูกออกแบบให้เป็นอิสระจากทุนเอกชน (ไม่มีการโฆษณา) และรัฐ (เป็นหน่วยงานอิสระ) อย่างไรก็ตาม การก่อตั้ง Thai PBS ในสมัยรัฐบาลพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ ซึ่งมาจากการรัฐประหาร พ.ศ. 2549, การใช้ความถี่ที่ยึดมาจากสถานีไอทีวี (ซึ่งกลุ่มบริษัทชินคอร์ปเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่) และกลุ่มบุคคลากรที่เข้าไปทำงานกับสถานียุคแรกๆ มีกลุ่มที่เป็นฝ่ายต่อต้าน พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นจำนวนมาก ทำให้ Thai PBS ยังถูกมองว่าเป็นสื่อโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มจะต่อต้านชั่วคราวเพื่อไทย-ตระกูลชินวัตรอยู่

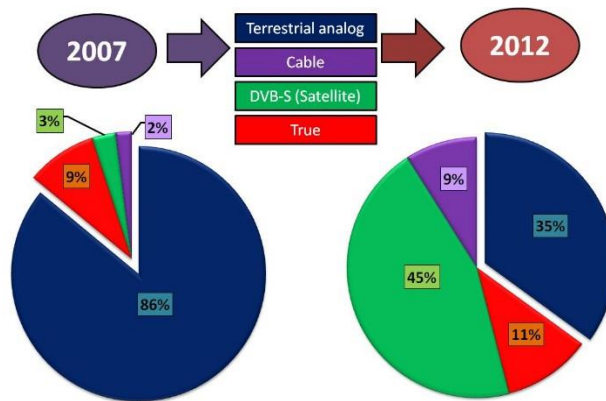
❖ การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

แม้ความพยายามในการผูกขาดจำนวนสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยไว้ที่ 6 ช่องผ่านกลไกเชิงอำนาจรัฐจะประสบความสำเร็จจนคงสถานะของการผูกขาด (status quo) มาหลายสิบปี แต่กระแสเทคโนโลยี ด้านการแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบใหม่ๆ กำลังเริ่มทำลายการผูกขาดแบบนี้ลงไป

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในระดับนานาชาติแก้ปัญหาช่องสัญญาณจำกัดด้วยการแพร่ภาพด้วยระบบดิจิทัลภาคพื้น (digital terrestrial TV) แต่ด้วยปัญหาเรื่องสัญญาณขององค์กรกำกับดูแลของประเทศไทย ที่ไม่สามารถตั้ง กสทช. ได้ตามที่ระบุในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ทำให้การผลักดันทีวีดิจิทัลค้างคามานาน กลุ่มทุนสื่อที่ต้องการเป็นเจ้าของสถานีทีวีของตัวเองจึงหันไปใช้เทคโนโลยีอื่นๆ อย่างเคเบิลทีวีและ ดาวเทียมแทน

ทีวีดาวเทียมเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมมากกว่าเคเบิลทีวี เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่การให้บริการ น้อยกว่ามาก ทีวีดาวเทียมเป็นเทคโนโลยีที่มีมานานพอสมควร แต่ไม่ได้รับความนิยมในวงกว้างมากนัก จนกระทั่งช่วงหลัง พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ความวุ่นวายทางการเมืองกลายเป็นแรงจูงใจให้กลุ่มสื่อต่างๆ หันมาทำทีวีดาวเทียมอย่างจริงจังเพื่อหลีกเลี่ยง “การเซ็นเซอร์โดยรัฐ” ของสถานีฟรีทีวีในระบบเดิม เนื้อหาที่หลากหลาย

และหาไม่ได้ในสื่อทั่วไป บวกกับความตื่นตัวทางการเมืองของประชาชน ทำให้ทีวีดาวเทียมได้รับความนิยมมากขึ้น



ส่วนแบ่งตลาดการรับชมทีวีในประเทศไทย พ.ศ. 2555 ข้อมูลจากผลสำรวจของ ABG Nielsen Media Research¹¹

หลังจากนั้นมา ทีวีดาวเทียมเปลี่ยนตัวเองจาก “ทีวีทางเลือกด้านการเมือง” กลายเป็น “ทีวีธุรกิจเต็มตัว” ในเวลาอันรวดเร็ว กลุ่มทุนสื่อภาคเอกชนที่ไม่ใช่ช่อง 3 และช่อง 7 ต่างหันมาทำทีวีผ่านดาวเทียมกันถ้วนหน้า ส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางเนื้อหามากขึ้น

ปัจจัยด้านการตลาดของภาคเอกชน ผนวกกับรูปแบบเนื้อหาที่หลากหลายกว่าฟรีทีวี ราคาอุปกรณ์ดาวเทียม ที่ถูกลงมาก และข้อดีของเทคโนโลยีดาวเทียมที่ให้สัญญาณภาพคมชัด กว่าทีวีในระบบ ภาคพื้นแบบเดิม ทำให้อัตราการรับชมทีวีของคนไทยกลายมาอยู่บนเทคโนโลยีดาวเทียมมากถึง 45% ของตลาดทั้งหมด และถ้ารวมสัดส่วนเข้ากับทีวีทางเลือกอื่นๆ คือเคเบิลทีวีและทีวีแบบ บอกรับสมาชิกของ True Visions ส่งผลให้กลุ่มผู้ชมทีวีที่ไม่ได้ใช้เสาข้างปลา-หนวดกุ้งแบบเดิมมีมากถึง 65% หรือคิดเป็นจำนวน 22.6 ล้านครัวเรือน

อย่างไรก็ตาม รายการที่เผยแพร่ในระบบทีวีดาวเทียมทุกยี่ห้อนั้นมีช่องรายการของฟรีทีวี 6 ช่องเดิมอยู่ด้วย และผู้ชมทีวีดาวเทียมไม่น้อยก็เลือกดูฟรีทีวี 6 ช่องผ่านเทคโนโลยีดาวเทียม ด้วยเหตุผลทั้ง

กล่าวโดยสรุปแล้ว เทคโนโลยีทีวีดาวเทียมช่วยให้กลุ่มทุนสื่ออื่นๆ สามารถเป็นเจ้าของสถานีทีวีของตัวเองได้โดยไม่ต้องอาศัยอำนาจรัฐ

เรื่องความคมชัดกว่าระบบก้างปลาเดิม และเหตุผลว่าฟรีทีวีมีเนื้อหาที่น่าสนใจมากกว่า

สัดส่วนรายได้ของ “สถานีทีวีดาวเทียม” จึงยังไม่เยอะนักเมื่อเทียบกับ “ฟรีทีวี” ที่สามารถฉายบนดาวเทียมได้ด้วย โดยรายได้จากการโฆษณาบนทีวีดาวเทียมใน พ.ศ. 2555 (นับเฉพาะเดือนมกราคม-พฤศจิกายน) อยู่ที่

¹¹ รายงานประจำปี 2555, บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), หน้า 39

ประมาณ 9,560 ล้านบาท ถือว่ายังไม่เขื่อนักเมื่อเทียบกับรายได้จากโฆษณาของอุตสาหกรรมทีวีในภาพรวมปี 2555 ที่ 68,105 ล้านบาท ถึงแม้รายได้ของทีวีความเที่ยมจะเติบโตในอัตราที่สูง (เพิ่มขึ้น 35% เทียบกับปี 2554) ก็ตาม¹²

กล่าวโดยสรุปแล้ว เทคโนโลยีทีวีความเที่ยมช่วยให้กลุ่มทุนสื่ออื่นๆ สามารถเป็นเจ้าของสถานีทีวีของตัวเองได้โดยไม่ต้องอาศัยอำนาจรัฐ ถือเป็นการทำลายการผูกขาดของสถานีทีวีได้สำเร็จ อย่างไรก็ตาม ด้วยความนิยมในเนื้อหาของฟรีทีวีเดิมทำให้คนส่วนใหญ่ยังเลือกให้เวลากับการชมช่องฟรีทีวีอยู่มาก และยังคงส่งผลให้อุตสาหกรรมทีวีความเที่ยมยังมีสัดส่วนรายได้ที่น้อยกว่าช่องฟรีทีวีเดิมอยู่อีกมาก แม้จะมีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับสูงก็ตาม

แผนการจัดสรรใบอนุญาตทีวีดิจิตอลของ กสทช.

ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดใบอนุญาตการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ไว้ 3 ประเภท^{13 14} ได้แก่

- **ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ** ผู้ขอใบอนุญาตต้องเป็นหน่วยงานของรัฐไม่รวมรัฐวิสาหกิจ สมาคม-มูลนิธิที่ไม่แสวงผลกำไร สถาบันการศึกษา
- **ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ** ผู้ขอใบอนุญาตต้องเป็นบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจ
- **ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน** ผู้ขอใบอนุญาตต้องเป็นสมาคม-มูลนิธิที่ไม่แสวงผลกำไรทางธุรกิจ และเน้นการดำเนินกิจการโทรทัศน์เพื่อชุมชน

กฎหมายกำหนดให้การจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องใช้วิธีประมูลเท่านั้น ในขณะที่ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะและบริการชุมชน ให้ใช้วิธีคัดเลือกคุณสมบัติ (beauty contest) ตามที่คณะกรรมการ กสทช. กำหนด

เงื่อนไขตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ทำให้กลุ่มฟรีทีวีเดิม 6 รายถูกแบ่งประเภทตามใบอนุญาตแบบใหม่ได้ดังนี้

- ช่อง 3 และช่อง 7 ที่ประกอบกิจการในฐานะ**บริษัทเอกชน** จะเข้าข่ายต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ

¹² อ้างแล้ว

¹³ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 10

¹⁴ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 11-13

- ช่อง 9 ที่ประกอบกิจการในฐานะรัฐวิสาหกิจ จะเข้าข่ายต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ
- ช่อง 5, ช่อง 11, Thai PBS ที่ประกอบกิจการในฐานะหน่วยงานของรัฐ จะเข้าข่ายต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ

ส่วนของสัญญาสัมปทานเดิมของช่อง 3 และช่อง 7 นั้น ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 กำหนดให้หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจเจ้าของสัญญาสัมปทาน ไม่สามารถต่ออายุสัญญาสัมปทานได้ แต่ยังคงให้สัญญาสัมปทานเดิมมีผลบังคับใช้จนสิ้นอายุสัญญา¹⁵ ซึ่งสัญญาสัมปทานของช่อง 3 จะสิ้นอายุในปี 2563 และช่อง 7 ในปี 2566

ส่วนคลื่นที่หน่วยงานของรัฐใช้งานหรือครอบครองอยู่ ตามกฎหมายระบุให้ กสทช. กำหนดเวลาที่แน่นอนในการคืนคลื่นความถี่เพื่อนำไปจัดสรรใหม่หรือปรับปรุงการใช้งาน ซึ่ง กสทช. ได้กำหนดในแผนแม่บทบริหารคลื่นความถี่ พ.ศ. 2555 ให้คลื่นโทรทัศน์ของเจ้าของเดิมสามารถใช้งานต่อได้อีก 10 ปี หลังแผนแม่บทบริหารคลื่นความถี่มีผลบังคับใช้

กฎหมายและกฎระเบียบของ กสทช. ที่นำไปสู่การเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์แบบแอนะล็อกเป็นดิจิทัลในระยะยาว ทำให้สถานีฟรีทีวีเดิมทั้ง 6 รายจำเป็นต้องเข้ามาสู่ระบบใบอนุญาตของ กสทช. เพื่อขอสิทธิการใช้งานคลื่นความถี่ดิจิทัลในท้ายที่สุด แม้ว่าในระยะสั้น (ก่อนหมดสัญญาสัมปทานในกรณีของเอกชน หรือก่อนครบกำหนด 10 ปีในกรณีของหน่วยงานรัฐ) จะสามารถดำเนินกิจการทีวีแอนะล็อกบนคลื่นเดิมได้ตามปกติ

ดังนั้นช่อง 3, ช่อง 7 และช่อง 9 จะต้องเข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัลประเภทธุรกิจ เฉกเช่นเดียวกับบริษัทเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจรายอื่นๆ โดยยื่นอยู่บนพื้นฐานการแข่งขันที่เท่าเทียมกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการบางรายอาจยังไม่เข้าร่วมการประมูลทีวีดิจิทัลในปี 2556 ด้วยเหตุผลด้านต้นทุนการประมูลที่อาจประเมินว่าสูงเกินไป แต่สุดท้ายแล้วในระยะยาวแล้วก็ต้องเข้ามาอยู่ภายใต้ระบบใบอนุญาตทีวีทางธุรกิจอยู่ดี

กฎหมายกำหนดให้การจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องใช้วิธีประมูลเท่านั้น ในขณะที่ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะและบริการชุมชน ให้ใช้วิธีคัดเลือกคุณสมบัติ (beauty

¹⁵ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 83

ส่วนช่อง 5, 11, Thai PBS จะเข้ามาอยู่ภายใต้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์บริการสาธารณะ ซึ่งใช้กฎเกณฑ์การคัดเลือกและบริหารจัดการที่แตกต่างออกไปจากทีวีธุรกิจ และเปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานภาคประชาสังคมอื่นๆ เข้ามาขอใบอนุญาตด้วยเช่นกัน

ในบทความชิ้นนี้จะเน้นไปที่โอกาสของกลุ่มทุนอื่นในการขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ทางธุรกิจ ซึ่งจะคัดเลือกโดยวิธีการประมูล

❖ กลุ่มทุนอื่นที่มีโอกาสเข้าร่วมประมูลทีวีดิจิทัล

กำแพงของการผูกขาดสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย ถูกทำลายลงไปบางส่วนด้วยเทคโนโลยีทีวีผ่านดาวเทียม เปิดช่องให้กลุ่มทุนสื่ออื่นๆ เริ่มดำเนินกิจการสถานีทีวีดาวเทียมอย่างจริงจัง เริ่มวางระบบการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ มีความเป็นมืออาชีพสูง มีแผนงานธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น

กลุ่มทุนสื่อที่ทำทีวีดาวเทียมอยู่แล้วมีแรงจูงใจในการเข้ามาประกอบธุรกิจทีวีดิจิทัลเพิ่มเติม ในแง่ของการหารายได้จากโฆษณาได้มากขึ้น (จากความเป็น “ฟรีทีวี” ของทีวีดิจิทัลที่เหนือกว่าดาวเทียม) และแง่ของต้นทุนที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก โดยเฉพาะในส่วนของ

เมื่อ กสทช. มีแผนการจัดสรรคลื่นทำทีวีภาคพื้นระบบดิจิทัลใน พ.ศ. 2556 โดยกำหนดให้ทีวีธุรกิจต้องใช้วิธีการประมูล การประเมินกลุ่มทุนสื่อที่สนใจเข้ามาประมูลทีวีดิจิทัลจึงควรประเมินจากฐานเดิมในการประกอบกิจการทีวีดาวเทียมเป็นหลัก

เนื่องจากมีรูปแบบธุรกิจที่ใกล้เคียงกันมากทั้งในแง่การผลิตเนื้อหารายการและการหารายได้ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่มีเม็ดเงินลงทุนสูง พร้อมสู้อาชีพประมูลได้มากกว่ากลุ่มทุนขนาดเล็ก

กลุ่มทุนสื่อที่ทำทีวีดาวเทียมอยู่แล้วมีแรงจูงใจในการเข้ามาประกอบธุรกิจทีวีดิจิทัลเพิ่มเติม ในแง่ของการหารายได้จากโฆษณาได้มากขึ้น (จากความเป็น “ฟรีทีวี” ของทีวีดิจิทัลที่เหนือกว่าดาวเทียม) และแง่ของต้นทุนที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก โดยเฉพาะในแง่ของการผลิตรายการ มีเพียงแค่การลงทุนด้านการประมูลคลื่นและการวางโครงข่ายกระจายสัญญาณทีวีดิจิทัลเท่านั้น

รูปแบบของ “ช่องทีวีดิจิทัล” อาจไม่เหมือนกับ “ช่องทีวีดาวเทียม” เสียทั้งหมด ด้วยเหตุผลด้านกลุ่มผู้ชมและกลไกการกำกับดูแลของ กสทช. แต่ก็มีความเป็นไปได้สูงว่ากลุ่มทุนสื่อที่ต้องการทำช่องทีวีดิจิทัล จะดึงเนื้อหาหรือรายการจากทีวีดาวเทียมของตัวเองมาเผยแพร่ในทีวีดิจิทัลนั่นเอง (เช่น อาจผนวกรวมรายการจากทีวีดาวเทียม 2-3 ช่องที่มีอยู่ในมือ มาฉายยังทีวีดิจิทัลช่องเดียวที่ประมูลได้ เป็นต้น)

ตารางแสดงความเป็นไปได้ของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่แนวโน้มหรือแสดงเจตนาจะร่วมประมูลทีวีดิจิทัล
(รวบรวมข้อมูลโดย SIU จากข่าวที่ปรากฏตามสื่อและรายงานผลประกอบการของบริษัทในปี 2555)

กลุ่มทุน	ธุรกิจเดิม	จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	ช่องทีวีดาวเทียมในปัจจุบัน	ท่าทีต่อการประมูลช่องดิจิทัล
ช่อง 3	สถานีทีวี	BEC	-	ยังไม่แน่ชัด
ช่อง 7	สถานีทีวี	-	-	1 ช่อง
อสมท	สถานีทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต	MCOT	-	3 ช่อง
แกรมมี่	บันเทิง เพลง ภาพยนตร์ ละคร	GMM	10 ช่อง	3 ช่อง
อาร์เอส	บันเทิง เพลง ภาพยนตร์ ละคร	RS	6 ช่อง	1-3 ช่อง
เนชั่น	หนังสือพิมพ์ ทีวี ดาวเทียม พ็อคเก็ตบุ๊ก มหาวิทยาลัย	NMG, NBC, NINE	5 ช่อง	3 ช่อง
สยามสปอร์ต	หนังสือพิมพ์ กีฬา นิตยสาร พ็อคเก็ตบุ๊ก	SPORT, SMM	5 ช่อง	ยังไม่แน่ชัด น่าจะ 1 ช่อง
ทรู	โทรคมนาคม เคเบิลทีวี	TRUE	1 ช่อง	ยังไม่แน่ชัด น่าจะ 1 ช่อง
กันตนา	ละคร ผลิตรายการ โทรทัศน์	-	5 ช่อง	ยังไม่แน่ชัด น่าจะ 1 ช่อง
เวิร์คพอยท์	ผลิตรายการโทรทัศน์ อีเวนต์	WORK	2 ช่อง	2 ช่อง
วอยซ์ทีวี	ทีวีดาวเทียม	-	1 ช่อง	1 ช่อง
สปริงนิวส์	ทีวีดาวเทียม	-	1 ช่อง	1 ช่อง
ไทยรัฐ	หนังสือพิมพ์	-	1 ช่อง (เคเบิลทีวี CTH)	ยังไม่แน่ชัด น่าจะ 1-2 ช่อง
เดลินิวส์	หนังสือพิมพ์	-	1 ช่อง	ยังไม่แน่ชัด น่าจะ 1 ช่อง
อมรินทร์	สิ่งพิมพ์ นิตยสาร พ็อกเก็ตบุ๊ก	-	1 ช่อง	1 ช่อง
อินทัช	โทรคมนาคม	INTUCH	-	2 ช่อง
โมโน	โทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต	-	1 ช่อง	1 ช่อง

❖ ผลกระทบของการปฏิรูปสื่อต่อประชาธิปไตย

การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยจากเทคโนโลยีทีวีดาวเทียม-ทีวีดิจิตอล มีผลกระทบที่ชัดเจนในทางบวกคือเปิดกว้างให้กลุ่มทุนสื่อใหม่ๆ เข้ามาประกอบกิจการ โทรทัศน์ให้มากขึ้น สร้างความหลากหลายในแง่เนื้อหา และลดการผูกขาดความเป็นเจ้าของสื่อลง การแข่งขันในแง่ธุรกิจเช่าเวลา-โฆษณา จะมีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ช่วยให้บริษัทหรือองค์กรธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีทางเลือกมา

การเปลี่ยนระบบกำกับดูแลจากสัมปทานมาสู่ กสทช. จะทำให้ กสทช. กลายเป็นองค์กรผู้มิอิทธิพลแห่งใหม่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ และต้องจับตาเรื่องผลประโยชน์ทับซ้อนของ กสทช.

ขึ้นและแนวโน้มอัตราค่าโฆษณาเฉลี่ยลดลง

ในแง่เนื้อหารายการ ทีวีระบบใหม่ที่ผ่านการกำกับดูแลของ กสทช. ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐบาลโดยตรงย่อมมีโอกาสเผยแพร่เนื้อหา และวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานรัฐบาล

ได้มากขึ้นในทางทฤษฎี เพราะโครงสร้างของใบอนุญาตจะไม่ผูกกับเจ้าของสัมปทานแบบระบบฟรีทีวีเดิม อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของหน่วยงานรัฐบาลน่าจะยังมีผลต่อเนื้อหารายการ ผ่านกลไกเชิงอำนาจอื่นๆ เช่น อำนาจต่อรองในการลงโฆษณา หรือ การให้ทุนสนับสนุนในกรณีที่เป็นทีวีบริการสาธารณะของรัฐ

การเปลี่ยนระบบกำกับดูแลจากสัมปทานมาสู่ กสทช. จะทำให้ กสทช. กลายเป็นองค์กรผู้มิอิทธิพลแห่งใหม่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ และต้องจับตาเรื่องผลประโยชน์ทับซ้อนของ กสทช. ทั้งในระดับคณะกรรมการและสำนักงาน ต่อการให้คุณให้โทษผ่านอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการ โทรทัศน์ กับผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนด้วย

❖ ประเด็นที่ควรจับตาของอุตสาหกรรมทีวีไทย

ปัจจัยเรื่องเทคโนโลยีทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี บวกกับการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างหลังการเกิดขึ้นของ กสทช. ทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เปิดกว้างต่อผู้เล่นหน้าใหม่ๆ มากขึ้น แต่ก็ยังมีประเด็นต้องจับตาดังนี้

ทีวีบริการสาธารณะ: อาจเอื้อประโยชน์ให้หน่วยงานรัฐ

ยังมีปัญหาเรื่องคำนิยามที่แน่ชัดของ “ทีวีบริการสาธารณะ” ทั้งในเรื่องของรูปแบบองค์กรที่มีสิทธิขอใบอนุญาต โครงสร้างองค์กรที่ประกอบกิจการทีวีบริการสาธารณะ รูปแบบเนื้อหาของรายการ กระบวนการคัดเลือกและการควบคุม เนื้อหา-โฆษณาภายในช่องรายการ ที่อาจกลายเป็นช่องว่างให้เกิดการเอื้อประโยชน์ กับหน่วยงานรัฐบาลบางหน่วยงานได้

ปัญหาที่ควรจับตามองที่กระบวนการคัดเลือกคุณสมบัติผู้รับใบอนุญาตของ กสทช. ที่อาจเอื้อให้กับหน่วยงานของรัฐบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการฟรีทีวีรายเดิม (ช่อง 5, ช่อง 11, Thai PBS) ได้ และน่าพิจารณาว่า **สายสัมพันธ์ด้าน เศรษฐกิจการเมือง ของอุตสาหกรรมทีวีแต่เดิมนั้นอาจกลายพันธุ์มาเป็นความสัมพันธ์แบบพึ่งพาระหว่าง หน่วยงานกำกับดูแลอย่าง กสทช. กับหน่วยงานรัฐรายอื่นๆ ที่เข้ามายื่นขอใบอนุญาตทีวีบริการสาธารณะได้**

ทีวีบริการชุมชน: คำถามถึงศักยภาพขององค์กรภาคประชาชน

ส่วนใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีบริการสาธารณะและบริการชุมชน ยังมีความคลุมเครือจากกฎระเบียบที่ กสทช. ยังไม่ประกาศในปัจจุบัน และมีคำถามถึงความพร้อมขององค์กรภาคประชาชน ในการประกอบกิจการโทรทัศน์ ที่ต้องใช้งบลงทุนและความเชี่ยวชาญสูงมาก

ทีวีธุรกิจ: การผูกขาดช่องทีวีธุรกิจจากกลุ่มทุนขนาดใหญ่

การจัดสรรทีวีดิจิทัลจะช่วยให้กลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่มักประกอบธุรกิจทีวีดาวเทียมอยู่แล้ว เข้ามาทำฟรีทีวีภายใต้ระบบใบอนุญาตของ กสทช. และเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดฟรีทีวีให้มากขึ้น อำนาจเหนือตลาดของช่องทีวีธุรกิจรายเดิมจึงเริ่มลดลง ในแง่กระบวนการคัดเลือกผู้รับใบอนุญาตใช้ระบบการประมูลที่โปร่งใสพอสมควร แต่เนื่องจากต้อง**ใช้เงินลงทุนเยอะ กลุ่มผู้เล่นรายใหม่ที่เข้ามาทำทีวีดิจิทัลจึงจำกัดอยู่ที่กลุ่มทุนใหญ่ๆ ประมาณ 10-20 รายเท่านั้น** ทำให้กลุ่มทุนรายเล็ก ต้องอยู่ในระบบทีวีดาวเทียมต่อไป หรือไม่ก็เลือกทำธุรกิจผลิตรายการป้อนทีวีดิจิทัลช่องใหม่ๆ แทน

ทีวีดาวเทียม: ยังขาดการกำกับดูแลเนื้อหา-โฆษณา

ทีวีดาวเทียมเกิดขึ้นจากช่องโหว่อำนาจที่ไม่มีหน่วยงานด้านการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ ทำให้ กสทช. ในปัจจุบันยังไม่สามารถกำกับดูแลได้มากนัก ส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมเป็นจำนวนมาก และทำให้ธุรกิจทีวีดาวเทียมได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้บริโภคแต่กระนั้นช่องว่างของการกำกับดูแลก็เกิดผลเสีย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในแง่สัญญาการให้บริการ เนื้อหา และโฆษณา