

## ทิศทางทีวีดิจิทัลจะเป็นอย่างไร หลัง กสทช. เปิดโอกาสคืนใบอนุญาต?

19 เมษายน 2019

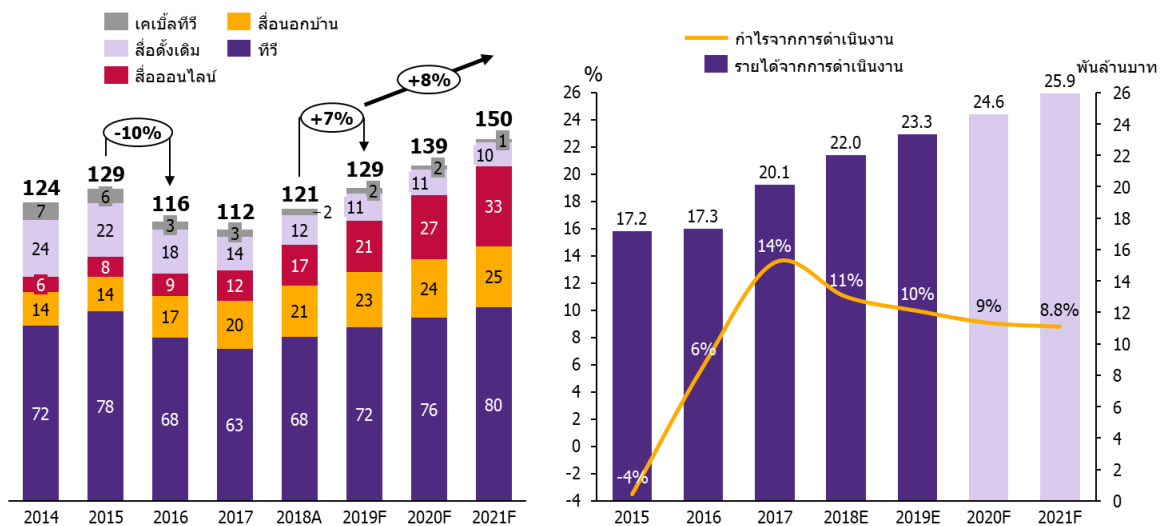


- ในเดือนมกราคม 2019 กสทช. มีมติเรียกคืนคลื่นความถี่ช่วง 700MHz ที่ปัจจุบันใช้ในกิจการทีวีดิจิทัลซึ่งถือเป็นกระบวนการสำคัญสู่การพัฒนา 5G ในกิจการโทรคมนาคม โดยเสนอให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลย้ายไปดำเนินการที่ช่วงคลื่น 470MHz หรือยุติการดำเนินการโดยการคืนใบอนุญาต
- จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ ความสามารถในการแข่งขัน และเสถียรภาพทางการเงินของผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล อีไอซีประเมินว่า จะมีผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลประมาณ 4 ราย ที่มีแนวโน้มคืนใบอนุญาต ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมอุตสาหกรรมและผู้บริโภคมากนัก เนื่องจากรายได้จากการโฆษณาของทั้ง 4 ช่อง คิดเป็นเพียง 2% ของรายได้โฆษณาทีวีดิจิทัลทั้งหมด ส่วนผู้บริโภคยังมีทางเลือกอื่นในการรับชมโทรทัศน์ทดแทนช่องที่ปิดตัว นอกจากนี้ ผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลจะสูญเสียรายได้เพียงเล็กน้อย ขณะที่ กสทช. จะมีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนช่วงคลื่นทั้งหมดราว 2-2.5 หมื่นล้านบาท
- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่อยู่ในอุตสาหกรรมยังคงเผชิญกับความท้าทายจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ นโยบาย กฎระเบียบและการควบคุมของ กสทช. รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมและความนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ต้องปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันในระยะข้างหน้า โดย Omni-Channel การขายลิขสิทธิ์รายการทีวี และ Home Shopping ถือเป็นเทรนด์ในการสร้างรายได้และเพิ่มขีดความสามารถการทำธุรกิจที่เริ่มเห็นแล้วในปัจจุบัน

**อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลกำลังเผชิญกับแรงกดดันทางด้านรายได้และต้นทุนส่งผลให้อัตรากำไรจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะลดลงต่อเนื่อง** ในปัจจุบันอุตสาหกรรมโทรทัศน์มีการออกอากาศในระบบดิจิทัล จำนวนทั้งหมด 22 ช่อง โดยแบ่งเป็น 4 หมวด ได้แก่ 1.เด็กและครอบครัว 2.ข่าว 3.Standard Definition (SD) และ 4.High Definition (HD) โดยช่องทีวีดิจิทัลมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการโฆษณา อย่างไรก็ตาม ภาพรวมตลาดทีวีดิจิทัลในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ในสภาวะไม่ตึงเครียดจนได้จากรายได้รวมมีการหดตัวลงจาก 1.24 แสนล้านบาท ในปี 2014 มาอยู่ที่ 1.19 แสนล้านบาท ในปี 2018 (-6% CAGR) โดยมีสาเหตุจากเศรษฐกิจที่ ผันผวนและการชะลอตัวของกำลังซื้อ ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากการมีช่องโทรทัศน์ทางเลือกและสื่อออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้นทำให้บริษัทและเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ปรับลดงบโฆษณาในช่องทางทีวีลงตามไปด้วย ขณะที่ในระยะกลาง (2019-2021) อีไอซีประเมินว่า อัตรากำไรของธุรกิจทีวีดิจิทัลมีแนวโน้มลดลงต่ำลง ถึงแม้ว่ารายได้โฆษณาของธุรกิจทีวีดิจิทัลจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น 5% CAGR จากการฟื้นตัวสภาพเศรษฐกิจ แต่การแข่งขันระหว่างช่องทีวีและสื่อออนไลน์ที่รุนแรง ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลจึงต้องมองหาที่ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้ชมซึ่งอาจทำให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้นและส่งผลให้อัตรากำไรจากการดำเนินงานปรับตัวลงเล็กน้อยจากราว 10% ในปี 2019 เป็น 8.8% ในปี 2021

### รูปที่ 1: มูลค่ารวมตลาดโฆษณา และ รายได้และอัตรากำไรของทีวีดิจิทัล

หน่วย: พันล้านบาท



หมายเหตุ: สื่อออนไลน์ ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายตามร้านค้า และระบบขนส่งมวลชน, สื่อดั้งเดิม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ

ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Nielsen, สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) และ Enlite

**ขณะที่ กสทช. มีมติเรียกคืนคลื่นความถี่ช่วง 700MHz ที่ใช้ในกิจการทีวีเพื่อนำไปพัฒนา 5G (ในเดือนมกราคม 2019) โดยมีข้อเสนอให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 2 ทางเลือก ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการสามารถย้ายไปดำเนินการที่ช่วงคลื่นที่กำหนด หรือ 2) ผู้ประกอบการสามารถคืนใบอนุญาตและยุติการดำเนินการ** นอกจากนี้การเรียกคืนความถี่ในการส่งสัญญาณทีวีดิจิทัลแล้ว คลื่นความถี่ยังถูกนำไปใช้ในการส่งสัญญาณโทรคมนาคม ซึ่งขณะนี้อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจาก 4G สู่ 5G เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งสัญญาณและข้อมูล โดย International Telecommunication Union (ITU) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่กำหนดมาตรฐานและประสานงานปฏิบัติการด้านการสื่อสารและบริการทั่วโลกได้กำหนดมาตรฐานของ 5G ให้ใช้คลื่นความถี่ 3 ช่วงประกอบไปด้วย ช่วงคลื่น ต่ำกว่า 1 GHz 1-6 GHz และ สูงกว่า 6 GHz ขณะที่ปัจจุบันค่ายมือถือของไทยส่วนใหญ่ยังมีช่วงคลื่นความถี่ต่ำ (ต่ำกว่า 1 GHz) ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเทคโนโลยี 5G อีกทั้งคลื่นความถี่ช่วง 700MHz ยังทับซ้อนกับการใช้งานในการส่งสัญญาณทีวีดิจิทัล

เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จึงมีมติเรียกคืนช่วงคลื่น 700MHz ที่ถือเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนา 5G โดยเป็นการเรียกคืนช่วงคลื่นก่อนใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลหมดอายุ ในปี 2029 (ในอีก 10 ปีข้างหน้า) และกำหนดให้ใช้ช่วงคลื่น 470-510MHz สำหรับกิจการทีวีดิจิทัล ทั้งนี้การย้ายช่วงคลื่น 700MHz ของกิจการทีวีเพื่อพัฒนาเทคโนโลยี 5G เป็นแนวทางเดียวกันกับต่างประเทศ เช่น สเปน เบลเยียม อังกฤษ มาเลเซีย เป็นต้น โดย กสทช. ได้ยื่นข้อเสนอให้กับผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล 2 ทางเลือก ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการย้ายไปดำเนินการที่ช่วงคลื่น 470-510MHz และจะได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตงวดสุดท้ายของราคาประมูลขั้นต่ำและ 2 งวดสุดท้ายของราคาที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ ค่าใช้จ่ายในการเช่าบริการโครงข่ายทีวีระบบดิจิทัล (MUX) ตลอดระยะเวลาใบอนุญาตที่เหลืออยู่ ค่าใช้จ่ายในการสำรวจความนิยมช่องรายการโทรทัศน์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดจากการเรียกคืนคลื่นความถี่ หรือ 2) ผู้ประกอบการสามารถยื่นหนังสือแสดงเจตจำนงขอคืนใบอนุญาตการประกอบกิจการทีวีดิจิทัลเพื่อยุติการดำเนินการธุรกิจโดยได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในส่วนที่เหลือเช่นเดียวกับผู้ประกอบการที่ย้ายไปดำเนินการที่ช่วงคลื่น 470-510MHz รวมถึงค่าชดเชยที่คาดว่าจะได้รับตามกรอบการพิจารณาของ กสทช.

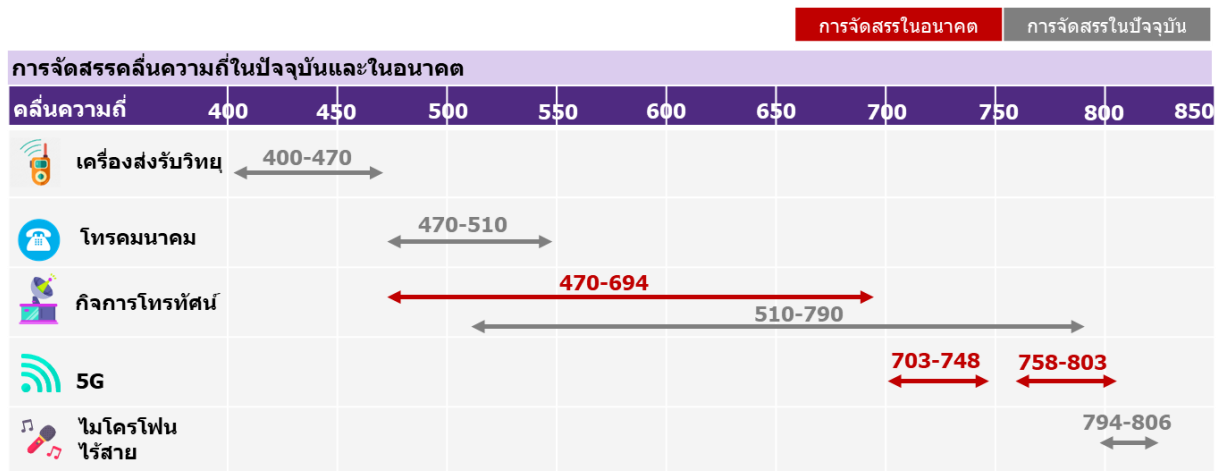
## รูปที่ 2: มาตรการทดแทนแก่ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล

	ทางเลือก	การทดแทน
ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล	<b>1</b>  <b>ผู้ประกอบการที่ย้ายไปดำเนินการที่ช่วงคลื่น 470-510 MHz</b>	 การยกเว้นการชำระเงินประมูลส่วนที่เหลือ <ul style="list-style-type: none"> <li>• เงิน 1 งวดสุดท้ายของราคาประมูลขั้นต่ำ</li> <li>• เงิน 2 งวดสุดท้ายของราคาที่เกินกว่าราคาขั้นต่ำ</li> </ul>  ค่าใช้จ่ายในการสำรวจความนิยมช่องรายการโทรทัศน์  เงินอุดหนุนค่าเช่าบริการโครงข่ายทีวีระบบดิจิทัล (MUX) และ ค่าเช่าดาวเทียม  ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเผยแพร่และให้ข้อมูลต่อสาธารณะ
	<b>2</b>  <b>ผู้ประกอบการที่คืนใบอนุญาตฯ</b>	 สิทธิการยกเว้นการชำระเงินประมูลส่วนที่เหลือ  เงินชดเชยภายใต้กรอบการพิจารณาของ กสทช.

ที่มา: จากข้อมูลของ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

### รูปที่ 3: ตารางการจัดสรรคลื่นความถี่ในปัจจุบันและในอนาคต

หน่วย: เมกะเฮิรตซ์



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

**อีไอซีประเมินว่าประมาณ 4 ช่องที่มีแนวโน้มคืนใบอนุญาต จากการวิเคราะห์ 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์ ความสามารถในการแข่งขัน และเสถียรภาพทางการเงิน** จากการศึกษาคณิศ์ตัวอย่าง การคืนใบอนุญาตของบริษัทไทยทีวีและกรณีศึกษาต่างประเทศพบว่า 3 ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการคืนใบอนุญาตของผู้ประกอบกิจการทีวีดิจิทัล ได้แก่ 1) กลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหารายการ (Content) ช่องทางการรับชมรายการที่มากกว่า 1 ช่องทาง (Multi-screen strategy) เช่น เว็บไซต์ของช่อง YouTube Facebook เป็นต้น และพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) 2) ความสามารถในการแข่งขัน โดยมีเรตติ้งเป็นตัวตัดสินความนิยมของรายการทีวี และ 3) เสถียรภาพทางการเงิน สะท้อนจากการเติบโตของรายได้ ผลกำไรจากการดำเนินการ และอัตราส่วนของหนี้สินต่อของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity ratio)

จากปัจจัยข้างต้น อีไอซีประเมินว่ามี 4 ช่องทีวีที่มีแนวโน้มในการคืนใบอนุญาต 3 ช่องอยู่ในหมวดข่าว และอีก 1 ช่องอยู่ในหมวดเด็กและครอบครัว โดยพบว่าปัจจัยที่สำคัญในการคืนใบอนุญาตนั้นมาจากรูปแบบและการนำเสนอรายการที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่จึงส่งผลให้เรตติ้งต่ำกว่าช่องอื่นที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งสะท้อนถึงรายได้และอัตรากำไรจากการดำเนินงานที่ลดลงต่อเนื่อง นอกจากนี้ สำหรับผู้เสนอบางรายที่ถือใบอนุญาตมากกว่า 1 ใบ การคืนใบอนุญาตบางส่วนอาจส่งผลบวกมากกว่าผู้เสนอรายอื่น ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานลดลงพร้อมทั้งการได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมของใบอนุญาตที่เหลือ ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรในอนาคตเพิ่มขึ้น

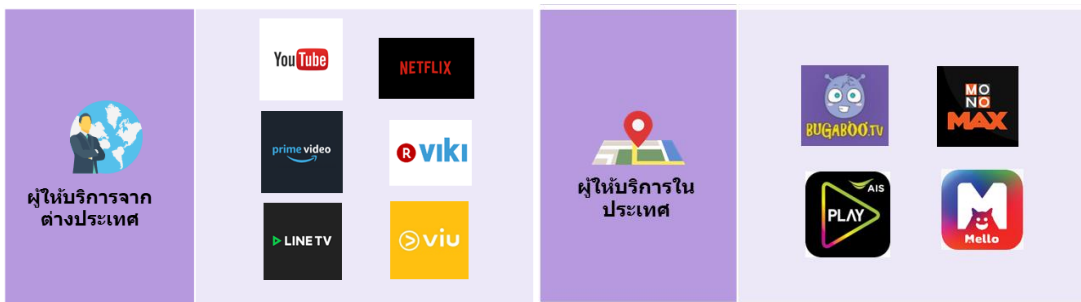
**การคืนใบอนุญาตจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมอุตสาหกรรมและผู้บริโภคมากนัก โดยรายได้จากการโฆษณาของทั้ง 4 ช่องที่คืนใบอนุญาต คิดเป็นเพียง 2% ของมูลค่าโฆษณาทีวีทั้งหมด คาดว่าจะตกอยู่ที่ช่องที่เหลือและสื่อออนไลน์ ส่วนผู้บริโภคยังมีทางเลือกอื่นทดแทนช่องที่ปิดตัว** กระบวนการคืนใบอนุญาตจะเกิดขึ้นในช่วง กุมภาพันธ์ 2020 ถึง ธันวาคม 2020 ดังนั้นผลกระทบของการคืนใบอนุญาต จะเริ่มเกิดขึ้นในปี 2021 โดยอีไอซีประเมินว่า รายได้จากการโฆษณาของทั้ง 4 ช่องทีวีดิจิทัลที่มีแนวโน้มคืนใบอนุญาตจะอยู่ที่ราว 1.2 พันล้านบาท หรือเพียง 2% ของมูลค่าโฆษณารวมในตลาดทีวีดิจิทัล ดังนั้นการคืนใบอนุญาตจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมโทรทัศน์มากนัก ขณะที่ อาณิสงค์ของรายได้จากการโฆษณาส่วนนี้จะไปตกอยู่ที่ช่องที่เหลือและสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะช่องที่มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเดียวกับรายที่คืนใบอนุญาต (กรณีที่

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

ผู้ประกอบการ 1 รายมีช่องทีวีดิจิทัลมากกว่า 1 ช่อง) และช่องที่มีเนื้อหาและกลุ่มคนดูใกล้เคียงกัน รวมถึงการให้บริการสื่อวิดีโอหรือโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ Over-the-Top platform (OTT) ยังคงมีทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนได้จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคไทยของบริษัทวิจัยการตลาด Nielsen พบว่ามีการรับชมรายการผ่าน Online platform มากขึ้น โดยกว่า 80% นิยมการรับชมแบบย้อนหลังและใช้เวลาเฉลี่ย 58 นาทีต่อวัน ทำให้บริษัทโฆษณาหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สนใจซื้อเวลาโฆษณาใน OTT เพิ่มขึ้น

ในส่วนของผู้บริโภค การคืนใบอนุญาตและยุติการดำเนินการจะไม่ส่งผลกระทบต่อมากนัก เนื่องจากความนิยมของช่องที่มีแนวโน้มคืนใบอนุญาตอยู่ในระดับที่ไม่สูง อย่างไรก็ตาม การมีจำนวนช่องหมวดข่าว และหมวดเด็กและครอบครัวลดลง อาจมีนัยต่อความหลากหลายของการรับชมสื่อทำให้ต้องติดตามทิศทางในอนาคตของสื่อต่อไป

#### รูปที่ 4: ผู้ให้บริการสื่อวิดีโอหรือโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ Over-the-Top platform (OTT)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Nielsen, BEC, AIS และ MONO

นอกจากนี้ อีไอซียังคาดว่า ผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัลจะสูญเสียรายได้เล็กน้อยจากช่องทีวีดิจิทัลคืนใบอนุญาต ที่ราว 40 ล้านบาทต่อปีต่อราย ส่วน กสทช. อาจจะมีค่าใช้จ่ายจากการเปลี่ยนช่วงคลื่นราว 2-2.5 หมื่นล้านบาท ผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัล (MUX) ได้แก่ ไทยพีบีเอส ททบ. 5 กรมประชาสัมพันธ์ และ อสมท. มีแนวโน้มสูญเสียรายได้จากการให้เช่าโครงข่ายในระยะเวลาอีก 10 ปีที่เหลือ ราว 2.5 พันล้านบาท แต่เนื่องจากผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลทั้ง 4 ช่องใช้ผู้ให้บริการโครงข่ายที่แตกต่างกันจึงทำให้ผลกระทบจากการสูญเสียรายได้อยู่ที่ประมาณ 40 ล้านบาทต่อรายต่อปี หรือคิดเป็นราว 8-12% ของรายได้การให้เช่าโครงข่ายทีวีดิจิทัลทั้งหมดของผู้ให้บริการโครงข่ายทีวีดิจิทัล ดังนั้นผลกระทบอาจอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก

ในส่วนการคืนใบอนุญาต กสทช. จะได้รับประโยชน์จากการเสียค่าใช้จ่ายลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายทดแทนการย้ายคลื่นของทั้ง 4 ช่องทีวีดิจิทัลอยู่ที่ราว 1.6 พันล้านบาท ซึ่งมากกว่ารายรับของ กสทช. จากค่าธรรมเนียมรายปีของทีวีดิจิทัลทั้ง 4 ช่องในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้าทั้งหมดประมาณ 180 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อรวมกับผลกระทบจากการย้ายทีวีดิจิทัลอีก 18 ช่องที่ดำเนินการต่อไปยังช่วงคลื่น 470MHz ซึ่ง กสทช. จะมีค่าใช้จ่ายราว 2-2.5 หมื่นล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายจำนวนนี้จะมาจากค่าประมูลคลื่นความถี่ 900MHz ที่ประมูลไปแล้วปี 2018 และกองทุนวิจัยและพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กทปส.) ในขณะที่ กสทช. ประเมินว่ารายได้จากการประมูลคลื่น 700MHz ที่เรียกคืนจากกิจการทีวี จะมีมูลค่ากว่า 7.5 หมื่นล้านบาท

**อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลที่ยังอยู่ในอุตสาหกรรมคงต้องเผชิญกับความท้าทาย 3 ประการหลัก ได้แก่ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ นโยบาย กฎระเบียบและการควบคุมของ กสทช. และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี** จากการศึกษาของอีไอซีพบว่า 1) สภาพเศรษฐกิจมีค่าสหสัมพันธ์ (correlation)

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.



กับงบประมาณสูงถึง 70% โดยหากเศรษฐกิจมีการชะลอตัวจะทำให้บริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ปรับงบประมาณด้านโฆษณาลดลง ทำให้รายได้จากการโฆษณาของผู้ประกอบการที่วัดจិតัลน้อยลงตามไปด้วย 2) การเปลี่ยนแปลงหรือออกนโยบายหรือกฎระเบียบใหม่ โดย กสทช. ส่งผลโดยตรงต่อรายได้และกำไรของผู้ประกอบการ เช่น การลดจำนวนนาที่โฆษณาให้น้อยกว่า 12 นาทีต่อชั่วโมงในช่วงไพร์มไทม์ และกำหนดให้มีการโฆษณาเฉลี่ยไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมงต่อวัน ส่งผลให้รายได้ของผู้ประกอบการที่วัดจิตัลมีแนวโน้มลดลง และ 3) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การมีช่องทางการรับชมสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการรับชมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป จากสาเหตุเหล่านี้ผู้ประกอบการที่วัดจิตัลจึงต้องเตรียมพร้อมและปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

## ในระยะข้างหน้า Omni-channel การขายลิขสิทธิ์รายการทีวี และ Home Shopping ถือเป็นช่องทาง

สำคัญในการสร้างรายได้และเพิ่มความสามารถแข่งขันของช่องทีวีดิจิทัล ในปัจจุบัน อีไอซี ได้เห็นเทรนด์เหล่านี้ของผู้ประกอบการบางรายแล้ว โดยนอกจากความสำคัญของ Content ที่ต้องมีคุณภาพและตรงต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การศึกษาของ McKinsey and EY ยังพบว่า Omni-channel หรือการเชื่อมโยงช่องทางต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์เข้าด้วยกันแบบ Seamless จะเป็นการสร้าง Ecosystem ของธุรกิจสื่อทั้งหมด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น เช่น อมรินทร์ ทีวี ที่ผลานกลยุทธ์กับอีก 4 ช่องทางในมือได้แก่ สื่อออนไลน์ สิ่งพิมพ์ อีเวนต์ และกิจกรรม ให้กับแบรนด์สินค้าต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและนำเสนอขายแพ็คเกจโฆษณาผ่าน 5 ช่องทางดังกล่าว

ในด้านการขายลิขสิทธิ์รายการทีวี BEC ได้จับมือเป็นพันธมิตรกับ JKN ให้เป็นตัวแทนจำหน่าย Content ร่วม 70 เรื่องในต่างประเทศ เช่น ตลาดตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา ทำให้รายได้จากการขายลิขสิทธิ์รายการทีวีของ BEC ในปี 2018 เพิ่มขึ้น 300%YOY นอกจากนี้ช่อง CBS ในสหรัฐยังใช้ช่องทางเดียวกันในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น 33%YOY เป็น 1.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017 และ RS ได้ปรับกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นธุรกิจ “สุขภาพ-ความงาม” มากขึ้น โดยใช้ช่อง 8 และสื่ออื่นในมือโฆษณาสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตน ผ่านรายการ Home shopping “Shop1781” ซึ่งสร้างรายได้ให้กับ RS ถึง 2.1 พันล้านบาทในปี 2018 หรือราว 60% ของรายได้ทั้งหมด ทั้งนี้เทรนด์การสร้างรายได้ทั้ง 3 รูปแบบจะเป็นช่องทางใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและต่อยอดในการทำธุรกิจในระยะข้างหน้า

โดย : วรดา วานิชประเสริฐพร ([vorada.wanichprasertporn@scb.co.th](mailto:vorada.wanichprasertporn@scb.co.th))

Economic Intelligence Center (EIC)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

EIC Online: [www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

Line: [@scbeic](https://www.line.me/@scbeic)

