

The infographic features a central green screen with Thai text. Above the screen, a white speech bubble contains logos for workpointTV, digilife Channel Nation, GMM ONE, and LOCA. Below the screen, another white speech bubble contains icons for a person, film strip, shopping cart, music note, wheel, speech bubble, magnifying glass, and a TV antenna.

ความอยู่รอด ของทีวีดิจิทัล ในยุคปัจจุบัน

ปี 57 สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นมาyingกว่าดอกเห็ด คุจะเป็นยุคเฟื่องฟูงสื่อ มีช่องดิจิทัลหลากหลาย ส่วนใหญ่แล้วเกิดจากกลุ่มสื่อที่มีอิทธิพลอยู่แล้วในโลกปัจจุบัน ไทยรัฐทำช่อง ไทยรัฐทีวี, Workpoint ทำช่อง 1 Workpoint, GMM Grammy ทำช่อง One กับช่อง GMM25, TVpool ทำช่อง Loca กับ THV ทีวี, เครืออมรินทร์ ทำช่อง อมรินทร์ทีวี, RS ทำช่อง 2, 8, เพลิน, สมายด์ทีวี, ช่อง 3 ทำช่อง 3 แฟมบี้กับช่อง 3 HD, ช่องเนชั่น ทำช่อง NOW TV กับช่อง 22 Nation, ช่อง True ทำ True4U และช่องอื่นๆ

จะเห็นได้ว่าการทำงานช่องทีวีดิจิทัลเริ่มต้นมาจากการคลุกคลีอยู่ในวงการสื่ออยู่แล้ว อาจจะเป็นสื่อทีวีและอยากต่อยอดทำทีวีอีกช่องเพื่อได้ขยายกลุ่มผู้ชม หรืออาจจะเป็นผู้ที่ทำสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ก็หันมาจับธุรกิจทีวีดิจิทัล อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, กลุ่มสิ่งพิมพ์เครืออมรินทร์, นิตยสารบันเทิงอย่างทีวีพูล ก็หันมาขายฐานธุรกิจที่ตอบสนองท่านผู้ชมที่กว้างขึ้น ช่องทีวีดิจิทัลจึงเกิดขึ้นมาพร้อมกับความมั่งคั่งของผู้ชม นอกเหนือจากเครื่องทีวีที่ต้องซื้อใหม่ หรือไม่ก็ต้องหากกล่องรับสัญญาณที่ใช้ ในการปรับจูนหาคลื่นหาช่องต่างๆ ที่หาทำใ้ก็ยังไม่ว่าง! นี่ยังไม่ได้พูดถึงทีวีดาวเทียมที่หาเจอบ้างไม่เจอบ้าง เจอผีน่าจะจ่ายกว่า!

คนในวงการบันเทิงเองก็ตื่นตัวกับการมีช่องทีวีดิจิทัล ช่วงแรกทุกคนพยายามที่จะหาช่องทางทำมาหากิน คนที่เคยเป็นแคดาราก็อยากจะทำเป็นนักแสดง เพราะชีวิตการเป็นนักแสดงมันไม่มั่นคงถาวรและพออายุเยอะขึ้นก็ต้องหาความก้าวหน้าในชีวิต หลายคนผันตัวมาเป็นผู้จัดละครหรือผู้จัดรายการช่องอื่นๆ ที่เปิดโอกาสให้นักแสดงหน้าเก่ามาแสดงฝีมือ และวิ่งหาสปอนเซอร์กันเอง แต่ผลปรากฏว่าแม้จะดูเหมือนว่าการเมืองและสังคมจะคึกคักแต่การใช้จ่ายของธุรกิจกลับไม่สะพัดจากที่คาดหวัง สินค้าอุปโภคบริโภคไม่เน้นโฆษณาขอความนิยมของแต่ละช่องทีวีดิจิทัลก่อน ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงขึ้น

ดังนั้น เมื่อเป็นการประมูลทีวีดิจิทัลทุกอย่างก็ต้องมาพร้อมกับผลกำไรที่จะต้องคุ้มค้ำกับเงินที่เสียไปในการประมูล การแข่งขันสปอนเซอร์หรือเงินโฆษณาในหน้าจอก็ยิ่งเกิดขึ้น ทางช่องฟรีทีวีและช่องทีวีดิจิทัลจึงแข่งขันกันอย่างเข้มข้น อย่างเช่น การทำแคดาราส่งกั๊ดไปโผล่หน้าทีช่องอื่นที่ไม่ใช่ในเครือของตน! การปิดเบื้องหลังให้ของคู่แข่งที่ออกหน้าจ่อ การปรับแผนกลยุทธ์เพื่อให้ช่องตนเองมีกำไร โดยการตัดรายการที่ใช้ต้นทุนสูงออก หันไปเอารายการหรือละครที่เคยซื้อไว้มาลงจอแทนเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน! บางช่องใช้จากเดี๋ยวแล้วเปลี่ยนพิธีกรไปเรื่อยๆ ไม่ลงทุนอะไร ดึงรายการเรตติ้งดีของตนเองกลับมาที่ช่องของตัวเอง

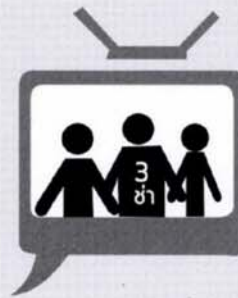
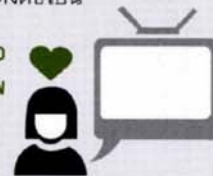


ปณิตดา วงศ์ผู้ดี

นางสาวไทย กุศลชนบท และนางรองเกี่ยวไทย ปี 2543
นางแบบ นักแสดง พิธีกร ผู้ประกาศข่าว นักเขียน และนักแต่งรถชื่อดัง
คัทรี่ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
และปริญญาโท บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ประเทศออสเตรเลีย ปัจจุบันกำลังศึกษา
ต่อระดับปริญญาเอก สาขาวิชาด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

จนถึงขีดสุด! หลายช่องต้องขายหุ้นหรือปิดตัวลงหรือแม้กระทั่งประกาศว่าจะฟ้องร้อง กสทช. กลับและไมยอมใช้หนี้ !!! จากมุมมองของปณิตดา วงศ์ผู้ดี คิดว่าทีวีดิจิทัลจะอยู่รอดได้ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. รายการและเนื้อหาที่น่าสนใจ
ตอบคุณผู้ชมต้องมีคุณภาพ
ต้องโดนใจประชาชน



2. ต้องมี Resources ของตัวเอง คือมีวัสดุอุปกรณ์รวมถึงบุคลากรของตัวเอง เช่น เวิร์คพอยท์มีกลุ่ม 3 ช่า, ช่อง 2 และช่อง 8 มีศิลปินในค่ายอาร์เอส, ช่องวันมีศิลปินกลุ่มแกรมมี่, ส่วนช่อง 3 และช่อง 9 มีเด็กและศักยภาพทางด้าน

การทำสื่อทีวีอยู่แล้ว แต่อย่างกลุ่มทีวีพูล ที่มีปัญหาต้องปิดตัวลงคงเป็นเพราะไม่มีบุคลากรของตัวเองที่น่าสนใจ รวมถึงเนื้อหาเรื่องของสื่อบันเทิงเดี๋ยวนี้ทุกช่องก็ทำแม้กระทั่งฟรีทีวี, เฟซบุ๊ก, เว็บไซต์, IG, สื่อออนไลน์ต่างๆ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางมือถือ โดยเฉพาะชาวบ้านเท่งไม่ค่อยมีอะไรหน้าติดตามยกเว้น ข่าวชูป'ตาแต่งงานสายฟ้าแลบ! ที่ตอนนั้นเป็นข่าวฮือฮา 3 วัน 7 วัน!

3. ต้องมีทุนสำรอง!



จากคุณสมบัติแค่ 3 ข้อ คงจะพอคาดได้ว่าใครจะอยู่หรือใครจะไป! ขอให้โชคดี! ฟ้า

