



การสำรวจและวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมด้านการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการ The Survey and Analysis of the Trend of the Competition on the Broadcasting Contents¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิตา วิมลคุณารักษ์

Asst. Prof. Dr. Sathita Wimonkunararak (First Author)

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: sathitawimonkunararak@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ลาวัลย์ หอนปรัดน์

Assoc. Prof. Lawan Hornopparat

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: Lawan.che31@gmail

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา แผนวิจิต

Asst. Prof. Dr. Supatra Phanwichit

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: Thailawresearch@gmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิวิธ วงศ์ทิพย์

Asst. Prof. Dr. Vivit Vongthip

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: vivit.von@stou.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช มโนลีหกุล

Asst. Prof. Dr. Theradej Manoleehagul

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

รองศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์

Assoc. Prof. Dr. Santat Thongrin

Email: sant_santa@yahoo.com

Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood,
Pakret, Nonthaburi 11120

¹ บทความนี้เป็นบทความเผยแพร่งานวิจัย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงาน กสทช. ภายใต้สัญญาจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจและวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมด้านการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการ และได้รับอนุญาตให้เผยแพร่แล้วตามหนังสือเลขที่สทช. 2104/2455.36 ลงวันที่ 18 สิงหาคม 2563

รองศาสตราจารย์ ดร.มนูญ โต้ะยามา

Assoc. Prof. Dr. Manoon Toyama

Faculty of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret,
Nonthaburi 11120

รองศาสตราจารย์.ดร.ปวีณี ไพรทอง

Assoc. Prof. Dr. Pawinee Praithong

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: pawinee.pra@stou.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พงศ์จิรา เชิดชู

Asst. Prof. Pongjira Cherdchoo

Faculty of Law Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email pongjira.c@hotmail.com

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกานต์ อยู่เรือง

Asst. Prof. Dr. Sireekarn Yooruang

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: Sireekarn_y@hotmail.com

อาจารย์ภรมาภา อุดมวัฒน์ทวี

Pornmapa Udomwatthawi

Faculty of Law, Sukhothai Thammathirat Open University 9/9 Bangpood, Pakret, Nonthaburi 11120

Email: pornmapa.m@gmail.com

บทคัดย่อ

การกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ ต่างตั้งอยู่บนพื้นฐานการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม การคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย ดังนั้นจึงมีการตั้งหน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการกำกับดูแลและมีการออกกฎหมายเพื่อกำกับดูแลการแข่งขันและให้อำนาจกับองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันในประเทศต่าง ๆ ในการออกกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ เช่น การกำกับดูแลป้องกันการผูกขาดตลาด การกำกับดูแลความเหมาะสมของเนื้อหารายการ กฎ MUST-HAVE และ กฎ MUST-CARRY ซึ่งรายละเอียดของกฎหมายต่าง ๆ แตกต่างกันไปตามบริบท สภาพปัญหาการแข่งขันในแต่ละประเทศ จากการศึกษาพบว่ากฎหมายดังกล่าวตั้งอยู่บนหลักการที่คล้ายคลึงกัน คือ ความพยายามที่จะไม่ให้เกิดการผูกขาดในเนื้อหารายการที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับของประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันก็ต้องการดำรงไว้ซึ่งสิทธิเสรีภาพของเอกชนในการ



แสวงหาผลประโยชน์สูงสุดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้ลงทุนมาด้วย ดังนั้นจึงพบว่าแนวทางและวิธีการในการสร้างสมดุลที่เหมาะสมของแต่ละประเทศจึงมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศ เช่น สภาพแวดล้อมการแข่งขัน ปัญหาการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม บริบททางสังคม การเมืองและวัฒนธรรมการแข่งขัน ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่าไม่มีโมเดลทางกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ใดที่จะดีและเหมาะสมกับบริบทของทุกประเทศในลักษณะเดียวกัน (No one size ts all) จากการศึกษาพบว่าในประเทศไทยประสบปัญหารายได้จากการโฆษณาของผู้ประกอบการโทรทัศน์ลดลง ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิมต้องมีการปรับตัวโดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการให้บริการ การปรับเปลี่ยนเนื้อหา รวมถึงร่วมมือกับผู้ให้บริการประเภทอื่นเพื่อปรับตัวในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยมีปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่มีใบอนุญาตและผู้ประกอบการประเภท OTT (Over-the Top) อันเนื่องมาจากช่องว่างในทางกฎหมายของการกำกับดูแลผู้ประกอบการประเภท OTT ในประเทศไทย และปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์งานแพร่เสียงแพร่ภาพในยุค Digital Integration และปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์รูปแบบเนื้อหารายการ จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการแสวงหาแนวทางในการกำกับดูแลผู้ให้บริการ OTT เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้ให้บริการ OTT และควรมีการผ่อนคลายหรือลดหย่อนกฎเกณฑ์บางประการเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรทัศน์ในประเทศไทย เพื่อแก้ปัญหาสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียมกัน (Unlevel Playing Field) ระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของผู้ได้รับใบอนุญาตในการประกอบการโทรทัศน์จาก กสทช. และผู้ให้บริการ OTT เช่น เรื่องการผ่อนคลายกฎเกณฑ์ในเรื่องข้อจำกัดเวลาในการโฆษณา กสทช.ควรมีการส่งเสริมการประกอบการโทรทัศน์เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์ไทยรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาด นอกจากนี้ควรมีการประสานและบูรณาการความร่วมมือระหว่าง กสทช. กับกองลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการคุ้มครองเนื้อหารายการอันเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ เช่น งานแพร่เสียงแพร่ภาพ งานภาพยนตร์ และการใช้เทคโนโลยีในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

คำสำคัญ : การแข่งขัน หน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขัน เนื้อหารายการ ลิขสิทธิ์



Abstract

Regulating the competition in broadcasting contents both in Thailand and abroad are based on free and fair competition, protection of the public interest and consumer protection. Therefore, sectoral regulators with specific expertise have been set up to regulate. In many countries laws are enacted to regulate competition and empower the sectoral regulators to legislate secondary laws, such as anti-monopoly rules, rules to monitor the suitability of program content, the MUST-HAVE rule and the MUST-CARRY rule. The details of these rules vary depending on the context of each country and competition problems. This study found that these aforementioned rules are based on similar principles, which are trying to prevent the monopoly in important and popular programs that is regarded as the protection of public interests and the consumer interest while try to maintain the right and freedom of the private sector in seeking the utmost benefit from the investment in intellectual property. Therefore, different countries adopt the different approaches and methods for striking the right according to each country's relevant factors such as the competitive environment, the problem of unfair competition, social and political context and competition culture. Therefore, it can be concluded that no legal or regulatory model is good and suitable for the context of all countries in the same way (No one size fits all). This study found that there is a decline in the income that come from advertising fee of television operators. This forces the television operators to adapt by changing the format of service platform, content adjustment as well as cooperating with other business operators of to survive in the market in the era that technology changes rapidly. Besides the aforementioned problems, this study found that there is the problem of inequality in competition between licensed television operators and OTT operators due to legal gaps in regulating the OTT operators in Thailand and the problem copyright infringement in broadcasting works in the digital integration era and the problem of copyright piracy of television program content. Therefore, this study proposes the recommendation to seek a way to regulate OTT service providers in order to create fair competition between television operators and OTT service providers. Moreover, some rules should be made more flexible or reduced to develop level of competitiveness of television operators in Thailand to solve the problem of unlevelled playing field environment between television operators who are subject to the rules of broadcasting licensees from the NBTC and OTT service providers those who are not. A regulation that limits the time of advertisements should be made more flexible. The NBTC should promote television operations to help increase competitiveness in terms of program content for existing and new Thai television operators who wish to enter into the market. In addition, there should be a coordination and cooperation between the NBTC and the Copyright Office under the Department of Intellectual Property,

Ministry of Commerce and Ministry of Digital Economy and Society to integrate and find appropriate ways to protect the television content programs which are copyrighted works such as broadcasting works, movies, and using technology to prevent copyright infringement.

Keywords : Competition, Competition Regulator, Broadcasting Content, Copyright

บทนำ

สภาพการแข่งขันด้านเนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาที่มีการรับชมเนื้อหารายการผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมทั้งผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน ผ่านโครงข่ายดาวเทียม หรือผ่านโครงข่ายเคเบิลก่อนที่จะเปลี่ยนผ่านมาสู่ยุคดิจิทัลนั้น ผู้ให้บริการที่เป็นผู้เล่นในตลาดจะเป็นกลุ่มเดียวกัน กล่าวคือ เป็นทั้งผู้ผลิตเนื้อหารายการ ผู้รวบรวมเนื้อหารายการ และเป็นผู้ให้บริการโครงข่าย เป็นผู้เล่นในตลาดที่สามารถให้บริการได้อย่างครบวงจรและมีช่องรายการเป็นของตัวเอง ต่อมาเมื่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น ส่งผลให้การรับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการบริการแบบ OTT (Over The Top) ที่สะดวก มีคุณภาพเป็นทางเลือกใหม่ในการรับชมเนื้อหารายการที่นอกเหนือไปจากการรับชมโทรทัศน์ผ่านระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล หรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมรับชมเนื้อหารายการที่เปลี่ยนไปจากเดิม ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการต่าง ๆ ด้วยช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมการรับชมของตน โดยสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้ง่ายและกว้างมากขึ้น ทั้งเนื้อหารายการในประเทศและต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สภาพการแข่งขันด้านเนื้อหารายการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เน้นการเป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการเองทั้งหมด จึงคงไว้เพียงการผลิตเนื้อหารายการที่ตนมีความเชี่ยวชาญและเป็นเอกลักษณ์ เช่น การผลิตรายการด้านเนื้อหาสาระ รายการข่าว ละคร เป็นต้น ส่วนเนื้อหารายการอื่น จะใช้วิธีการซื้อเนื้อหารายการจากต่างประเทศโดยเฉพาะการซื้อลิขสิทธิ์เนื้อหารายการที่เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมเพื่อนำมาเผยแพร่เพื่อดึงดูดความสนใจและเพิ่มฐานลูกค้า อาทิ การแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ซีรีส์ละครเกาหลี รายการเกมโชว์

การสำรวจและวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในยุคดิจิทัลพบว่า มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายและมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นในตลาด การแข่งขันจึงให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการอย่างมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายเดิมและรายใหม่ต้องมีการปรับตัวต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น จึงได้มีการลงทุนด้านเนื้อหารายการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหารายการภายในสถานี การจ้างผลิต ตลอดจนการซื้อลิขสิทธิ์เนื้อหารายการมาจากต่างประเทศ เพราะเนื้อหารายการจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและจะช่วยสร้างฐานผู้ชมและความนิยมให้กับช่องรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อขายคอนเทนต์เนื้อหารายการที่มีมูลค่าสูง (Premium content) ที่เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่องลิขสิทธิ์และประกาศหลักเกณฑ์ของ กสทช. ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันในเชิง

เนื้อหารายการเช่นกัน ภาคธุรกิจได้เล็งเห็นความสำคัญและพยายามใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดโดยมีการบูรณาการเทคโนโลยีเครื่องมือ อุปกรณ์และสื่อต่าง ๆ มาใช้งานร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการให้บริการหรือที่เรียกว่า “Digital Integration”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กรอบความตกลงระหว่างประเทศ กฎหมาย ประกาศและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ความทับซ้อนและช่องว่างทางกฎหมายที่เกิดขึ้นในยุค Digital Integration
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กรอบความตกลงระหว่างประเทศ กฎหมาย ประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ความท้าทายหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายตามหลักกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาอันเนื่องมาจากการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการ โดยมุ่งเน้นในประเด็นปัญหาการกระทำผิดตามหลักการของกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคและผลกระทบจากพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปและการกระทำของผู้ประกอบการอันส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค
5. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงและหลอมรวมเทคโนโลยีในยุค Digital Integration ตลอดจนข้อเสนอแนะแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในยุค Digital Integration
2. ทราบถึงบทบัญญัติและการบังคับใช้กรอบความตกลงระหว่างประเทศ กฎหมาย ประกาศและหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์ ปัญหา อุปสรรค ความทับซ้อนและช่องว่างทางกฎหมายที่เกิดขึ้นในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในยุค Digital Integration
3. ทราบถึงบทบัญญัติและการบังคับใช้กรอบความตกลงระหว่างประเทศ กฎหมาย ประกาศและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในยุค Digital Integration เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ความทับซ้อนและช่องว่างทางกฎหมายที่เกิดขึ้นในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในยุค Digital Integration



4. ทราบถึงปัญหา อุปสรรคและผลกระทบจากพฤติกรรมการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไปและรูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบกิจการที่ส่งผลกระทบต่อหลักการ การคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมาย เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว อุปสรรคและผลกระทบที่เหมาะสม

5. ได้ข้อเสนอแนะต่อการกำหนดมาตรการและแนวทางการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เหมาะสมต่อสภาพการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการที่เปลี่ยนแปลงไปในยุค Digital Integration รวมถึงแนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่เหมาะสมในปัจจุบัน ที่สำนักงาน กสทช. สามารถนำไปปรับปรุงและกำหนดแนวนโยบายการส่งเสริมการแข่งขันรวมถึงแนวทางในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เกิดการปรับตัวที่เท่าทันต่อการแข่งขันในรูปแบบใหม่อันนำมาสู่ผลกระทบเชิงบวกต่อสภาพการณ์การแข่งขันในตลาด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นวิจัยเอกสารโดยการค้นคว้าจากกฎหมาย หนังสือ ตำรา งานวิจัยบทความทางวิชาการ เอกสารประกอบการสัมมนา เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือทางอินเทอร์เน็ตทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เครือรัฐออสเตรเลีย ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ นอกจากนี้การสำรวจพฤติกรรมด้านการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการยังมีการการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นการวิจัยและมีการจัดประชุมเฉพาะกลุ่ม (Focus Group) โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานกำกับดูแลเฉพาะด้านการแข่งขัน ผู้ประกอบการหรือผู้รับใบอนุญาต และนักวิชาการ เป็นต้น เพื่อหารือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นผลการวิจัย

ผลการวิจัย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและต่างประเทศ

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

(1) พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติฯ นี้กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจในการกำกับดูแลเชิงเนื้อหารายการปรากฏตามมาตรา 27 (6) ที่ให้อำนาจในการพิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้องและเป็นธรรมและกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาตเงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาต และตามมาตรา 27(7) ที่ให้อำนาจในการกำหนดมาตรการเพื่อป้องกัน

มิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยการออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งที่เกี่ยวข้อ ที่สำคัญ

(2) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การเผยแพร่กิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไป (MUST-CARRY)

ประกาศฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะรับรองสิทธิของประชาชนในการรับบริการสาธารณะโลก พื้นฐานในกิจการโทรทัศน์อันเป็นบริการสาธารณะประเภทหนึ่ง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการ ข้อมูลข่าวสารสาระที่มีประโยชน์อย่างเท่าเทียมและทั่วถึงในทุกช่องทางการรับบริการโทรทัศน์ ซึ่งมีความ สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมาย รวมถึงไม่เป็นการก่อให้เกิดภาระอันเกินสมควรแก่ผู้ประกอบการ กิจการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ประกาศ MUST-CARRY ได้กำหนดคณิยามของคำว่า “บริการโทรทัศน์ที่เป็นการ ทั่วไป ประกาศ MUST-CARRY ได้กำหนดหลักการสำคัญให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก จะต้องนำพาสัญญาณของรายการโทรทัศน์ของบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป ไปออกอากาศให้ผู้ให้บริการ ของตนได้โดยตรงอย่างต่อเนื่อง และไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลง ทำซ้ำ ดัดแปลงผังรายการหรือเนื้อหารายการ การออกประกาศ MUST-CARRY ของ กสทช. เป็นการประกันสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ผ่านบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปได้โดยเท่าเทียม ทั่วถึงและเป็นธรรมและผู้ให้บริการโทรทัศน์ที่เป็นการ ทั่วไปจะต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการขัดขวางให้ผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกนำพา สัญญาณของตนไปออกอากาศด้วยซึ่งนำมาสู่ประเด็นปัญหาการตีความประกาศดังกล่าวในทางปฏิบัติในกรณี ที่ผู้ให้บริการในโครงการข่ายโทรทัศน์ที่ซื้อเนื้อหารายการที่มีลิขสิทธิ์และมีข้อจำกัดการเผยแพร่ตามสัญญา จะต้องระวังในประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์กรณีการนำไปเผยแพร่ผ่านไปยังแพลตฟอร์มอื่น ซึ่งล่าสุดมีปัญหา อย่างมากกรณีลิขสิทธิ์ฟุตบอลโลกที่ทำให้ไม่มีเอกชนกล้าลงทุนซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดฟุตบอลโลก อันเนื่องมาจากปัญหาประกาศ MUST-CARRY และ MUST-HAVE

(3) ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 (MUST-HAVE)

ประกาศนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรม และ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จาก รายการของกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไปเป็นรับประกันว่าประชาชนจะสามารถรับชม รายการ 7 รายการ ได้แก่ การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกีฬาซีเกมส์, การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการอาเซียนพาราเกมส์, การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศในทวีปเอเชีย หรือเอเชียนเกมส์, การแข่งขันกีฬาสำหรับนักกีฬาคนพิการเอเชียนพาราเกมส์, การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก, การแข่งขันกีฬาคนพิการหลายประเภทจากทั่วโลก หรือกีฬาพาราลิมปิก, และการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลก รอบสุดท้าย ผ่านบริการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ได้อย่างเท่าเทียมทั่วถึงและไม่มีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม



(หลัก MUST-HAVE) เพื่อเป็นการประกันสิทธิขั้นพื้นฐานให้ประชาชนได้รับชมรายการโทรทัศน์บางรายการที่มีความสำคัญ และที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะได้อย่างเป็นธรรม เสมอภาค ทั้งถึงและปราศจากเงื่อนไขทางด้านเทคนิคและด้านเศรษฐศาสตร์ โดยเคยมีคดีที่เกี่ยวข้องกับประกาศ MUST-HAVE คือ คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่อ. 215/2557 ระหว่าง บริษัท อาร์เอส อินเตอร์เนชันแนล บรอดคาสติ้งแอนด์ สปอร์ต แมนเนจเม้นท์ จำกัด ผู้ฟ้องคดี กับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 1 และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 2 เป็นคดีที่บริษัทในเครือบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ ได้ซื้อลิขสิทธิ์ผู้แพร่ภาพและเสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2014 จากสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศโดยทำสัญญาเมื่อปี 2548 ต่อมา กสทช. ได้ออกประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่ได้เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555 (ประกาศ MUST-HAVE) ลงวันที่ 11 ธันวาคม 2555 โดยตามภาคผนวกของรายการสำคัญในลำดับที่ 7 กำหนดให้การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นรายการโทรทัศน์ที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป ซึ่งผู้ฟ้องคดีเห็นว่าประกาศที่พิพาท ข้อ 3 และภาคผนวกลำดับที่ 7 ขัดต่อมาตรา 29 มาตรา 41 และมาตรา 43 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ที่ให้ความคุ้มครองแก่สิทธิในทรัพย์สิน และเสรีภาพในการประกอบกิจการหรือการประกอบอาชีพและการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม เพราะลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายเป็นทรัพย์สินของสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศและผู้ฟ้องคดีต้องชำระค่าตอบแทนให้แก่สหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศจำนวนมากเพื่อให้ได้รับสิทธิในการเผยแพร่การแข่งขันในประเทศไทย แล้วนำมาแสวงหากำไรในกิจการของผู้ฟ้องคดี สิทธิดังกล่าวจึงไม่ใช่ทรัพย์สินซึ่งเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดินซึ่งประชาชนทั่วไปมีสิทธิใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทั้งยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้เฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ในระบบคลื่นความถี่ นอกจากนี้ ประกาศดังกล่าวยังเป็นการสอดเข้าเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินของสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศและผู้ฟ้องคดีในอันที่จะใช้สิทธิของตนโดยชอบด้วยกฎหมายตามมาตรา 1336 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จึงไม่ชอบด้วยกฎหมายดังกล่าว จึงร้องขอให้ศาลปกครองมีคำพิพากษาหรือคำสั่งมิให้นำประกาศ MUST-HAVE ฉบับดังกล่าว มาใช้บังคับกับการเผยแพร่การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายและให้ยกเลิกประกาศดังกล่าว โดยในคดีนี้ศาลปกครองสูงสุดได้วินิจฉัยการนำข้อกำหนดตามข้อ 3 ประกอบกับรายการลำดับที่ 7 ของภาคผนวกตามประกาศ MUST-HAVE ที่กำหนดให้การแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้าย (FIFA World Cup Final) เป็นรายการโทรทัศน์ที่สามารถให้บริการแก่ประชาชนได้ภายใต้การให้บริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไปเท่านั้น มาใช้บังคับกับผู้ฟ้องคดีซึ่งได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและเสียงการแข่งขันฟุตบอลโลกรอบสุดท้ายปี ค.ศ. 2017 อยู่แล้วในขณะที่ยังออกประกาศดังกล่าว จึงไม่เป็นธรรมกับผู้ฟ้องคดีและเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย กรณีจึงไม่อาจนำประกาศดังกล่าวมาใช้บังคับกับผู้ฟ้องคดีในคดีนี้ได้ แต่ประกาศดังกล่าวยังคงมีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไปกับกรณีอื่น อันเป็นการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะอยู่เช่นเดิม แต่ล่าสุดนายไตรรัตน์ วิริยะศิริกุล รักษาการแทนเลขาธิการ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ยืนยันว่าจะมีการปรับปรุงกฎ Must Have ในอนาคต² มีแนวทางจะทบทวนประกาศ MUST-HAVE

(4) พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในเชิงเนื้อหาพบในบทบัญญัติในส่วนที่ 4 การป้องกันการผูกขาด ซึ่งมีมาตราสำคัญคือ มาตรา 31 กำหนดห้ามผู้รับใบอนุญาตถือครองธุรกิจในการประเภเดียวกันหรือครองสิทธิข้ามสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่เกินสัดส่วนที่คณะกรรมการประกาศกำหนดเพื่อป้องกันมิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งครอบงำกิจการในลักษณะที่เป็นการจำกัดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะที่มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายหรือกระทำการอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในเวลาเดียวกัน และมาตรา 32 เพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมและป้องกันมิให้มีการกระทำการอันเป็นการผูกขาด ลด หรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ จึงกำหนดให้การประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาตอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันและมาตรการเฉพาะที่คณะกรรมการประกาศกำหนดตามลักษณะการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ดังนั้น บทบัญญัติในมาตรา 31 และมาตรา 32 จึงเป็นบทบัญญัติสำคัญที่นำมาใช้ในการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ และโดยอาศัยอำนาจตามมาตราดังกล่าวจึงได้มีประกาศที่สำคัญ 2 ฉบับ คือ 1. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณากำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญในตลาดที่เกี่ยวข้องในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และมาตรการเฉพาะเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำการอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน พ.ศ. 2557 และ 2. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาและกำหนดมาตรการเฉพาะเพื่อแก้ไขผลที่เกิดจากพฤติกรรมอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2557

2. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา

ในสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่มีการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการของกิจการโทรทัศน์ค่อนข้างสูงมาก โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจในการโทรทัศน์จำนวนมากที่พยายามผลิตเนื้อหารายการเพื่อแข่งขันกันทั้งในระดับประเทศและเป็นผู้เล่นรายใหญ่ในระดับตลาดโลก สหรัฐอเมริกามีกฎหมาย กฎเกณฑ์เพื่อให้เกิดการเข้าสู่ตลาดอย่างเสรีของผู้ประกอบการ เปิดโอกาสให้เกิดการแข่งขันกันในฐานะที่เป็นธรรม มีการกำกับดูแลตลาดที่ผสมผสานกันระหว่างการแพร่ภาพกระจายเสียงและโทรคมนาคมเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสื่อสาร สารสนเทศ และโทรคมนาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ³ เนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษากฎหมายของสหรัฐอเมริกาในระดับสหพันธรัฐ โดยมีกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องดังนี้

² ดิษยุตม์ ธนบุญชัย, กสทช. เลี่ยงยกเลิกกฎ 'Must Have-Must Carry' สำหรับฟุตบอลโลก (12 มกราคม 2566) The Standard <<https://thestandard.co/nbt-cancel-must-have-must-carry/>>.

³ Vincent Miller, *Understanding Digital Culture* (London: SAGE Publications, 2011) 77.



(1) The Communications Act of 1934

เป็นกฎหมายที่วางหลักการและบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลลักษณะของธุรกิจแพร่ภาพกระจายเสียง โทรทัศน์เคเบิล โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม การให้บริการแบบบอกรับสมาชิก การแพร่ภาพกระจายเสียงเพื่อประโยชน์สาธารณะ การกำหนดอัตราค่าบริการและค่าธรรมเนียมและการกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ⁴

(2) The Telecommunications Act 1996

เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและโทรคมนาคมที่มีรูปแบบที่หลากหลายและใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น บริการทางเคเบิล อินเทอร์เน็ต การจัดสรรคลื่นความถี่ อยู่ภายใต้บังคับของ The Telecommunications Act 1996

(3) The Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992

เป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโทรทัศน์ระบบเคเบิลและการแข่งขันทางการค้า ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อรับประกันว่าช่องโทรทัศน์ท้องถิ่น หรือช่องข่าวท้องถิ่น รวมไปถึงช่องโทรทัศน์สาธารณะที่ไม่ได้เป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบเคเบิลรายใหญ่จะถูกนำไปเผยแพร่ในระบบเคเบิลเพื่อให้ประชาชนได้รับชม⁵ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวเป็นที่มาของกฎ MUST-CARRY โดย The Federal Communication Commission (FCC) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระด้านกำกับดูแลสื่อ ได้กำหนดให้บริษัทเอกชนที่ให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบบอกรับสมาชิกต้องมีช่องทางในการออกอากาศให้แก่สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นและสื่อสาธารณะทุกช่องที่อยู่ในรัศมี 50 ไมล์⁶

(4) MUST-CARRY rules และระบบ Retransmission Consent

ที่มาของการออกกฎ MUST-CARRY rules ของสหรัฐอเมริกา แตกต่างจากกรณีของสหราชอาณาจักรและประเทศไทย เนื่องจากเกิดมาจากการที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์เคเบิลหลายรายไม่นำช่องโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไปภาคพื้นดินไปออกอากาศด้วยเนื่องจากไม่สามารถสร้างรายได้และไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เป็นสมาชิก ส่งผลให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ให้บริการเป็นการทั่วไปภาคพื้นดินถูกกีดกันออกจากตลาด ประกอบกับ ณ เวลาดังกล่าวมีการเติบโตของธุรกิจโทรทัศน์เคเบิล ที่ทำให้เกิดผู้มีอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบเคเบิลในสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องออกกฎ MUST-CARRY rules เพื่อบังคับให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบเคเบิลจะต้องนำพาช่องโทรทัศน์ท้องถิ่นที่ดำเนินการแบบมุ่งหวังผลกำไร (Local commercial television) และสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อการศึกษาที่ดำเนินการแบบไม่มุ่งหวังผลกำไร (Non-commercial education television) ที่ให้บริการเป็นการ

⁴ US Department of Justice Justice Information Sharing and Office of Justice Programs, *The Communication Act of 1934* (21 April 2019) statutes<<https://it.ojp.gov/privacyliberty/authorities/statutes/1288/>>.

⁵ Govtrack, S. 12 (102nd): *Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992* (21 January 2020) Wikipedia summary<<https://www.govtrack.us/congress/bills/102/s12/summary>>.

⁶ รุจิระ บุนนาค, *Must-carry และ Must-have ในระบบโทรทัศน์ไทย* (21 ตุลาคม 2562) เดลินิวส์<<https://www.dailynews.co.th/article/233310>>.

ทั่วไปนั้นไปออกอากาศในโครงข่ายเคเบิลของตนด้วย แต่อย่างไรก็ตามก็มีการกำหนดจำนวนช่องชั้นสูงไว้สำหรับโทรทัศน์ระบบแต่ละขนาดเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการค้าเสรีธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต้องมีภาระหน้าที่ตามกฎหมายดังกล่าวมากจนเกินสมควร และมีการนำระบบ Retransmission Consent มาใช้ประกอบกับกฎ MUST-CARRY rules เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องปฏิบัติตามกฎ MUST-CARRY rules และเพื่อลดผลกระทบจากมาตรการ MUST-CARRY ในประเด็นเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ในการที่จะต้องมีการนำพาสัญญาณที่มีเนื้อหารายการอันมีลิขสิทธิ์ของช่องโทรทัศน์ท้องถิ่นไปออกอากาศในโครงข่ายระบบเคเบิลที่ติดตั้งแล้ว ประเทศสหรัฐอเมริกาจึงกำหนดมาตรการที่เรียกว่า “ความยินยอมในการแพร่เสียงแพร่ภาพ” (Retransmission Consent) โดยผลจากบทบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโทรทัศน์ระบบเคเบิลและการแข่งขันทางการค้า ค.ศ. 1992 (Cable Television Consumer Protection and Competition Act 1992) ซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบเคเบิลที่ต้องการนำสัญญาณโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์ระบบโครงข่ายอื่นไปออกอากาศเพื่อเพิ่มเติมช่องรายการในระบบโครงข่ายของตนนั้น จะต้องได้รับความยินยอมจากสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ดังกล่าวเสียก่อน ทั้งนี้ จะต้องเป็นการเจรจาระหว่างเอกชนด้วยกันเองเกี่ยวกับค่าตอบแทน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าลิขสิทธิ์ของเนื้อหารายการ เพื่อไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบในการนำสัญญาณโทรทัศน์ไปออกอากาศโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนใด ๆ⁷ แต่ถ้ายกการเจรจาระหว่างเอกชนทั้งสองฝ่ายไม่ประสบผลสำเร็จ ทำให้ไม่สามารถเจรจาตกลงขอความยินยอมจากผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินเชิงพาณิชย์ได้ ผู้ประกอบกิจการโครงข่ายเคเบิลก็ดีหรือโครงข่ายดาวเทียม จะไม่สามารถที่นำพาสัญญาณโทรทัศน์ไปออกอากาศได้ดังนั้น ผู้ให้บริการเคเบิลทีวีจึงมีหน้าที่ที่จะต้องขอความยินยอมในการนำพาหรือทวนสัญญาณตามกฎหมาย MUST-CARRY รวมถึงการจ่ายเงินค่าตอบแทนการนำพาหรือทวนสัญญาณดังกล่าวให้แก่ผู้ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน (Retransmission Consent) ในกรณีที่รายการโทรทัศน์ดังกล่าวเป็นงานที่มีลิขสิทธิ์

(5) Programme Access Rules ซึ่งก็คือหลัก Wholesale Must Offer

หลักการดังกล่าว ถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเผยแพร่สัญญาณผ่านระบบเคเบิล และระบบดาวเทียม โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจเผยแพร่สัญญาณในระบบดังกล่าว ต้องเปิดให้ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งในระบบนั้นสามารถนำช่องสัญญาณของตนไปเผยแพร่ในช่องทางกระจายสัญญาณของคู่แข่งนั้นได้ด้วยทำให้ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ สามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่ได้รับความนิยมได้ด้วยเช่นเดียวกัน⁹

⁷ สักดิพัฒน์ ธานี, การกำหนดการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ Must-carry Rule และ Must-have Rule: ศึกษากรณีการถ่ายทอดรายการกีฬาในประเทศไทย (นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559) 569-570.

⁸ เรื่องเดียวกัน.

⁹ OECD, “OECD Digital Economy Outlook 2015” (Paris: OECD Publishing, 2015) 181.



3. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรเป็นตัวอย่างของประเทศที่มีการพัฒนาธุรกิจในการโทรทัศน์ที่ก้าวหน้า มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในทุกช่องทางทั้งช่องทางภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ช่องทางดาวเทียม ช่องทางเคเบิล และช่องทางอินเทอร์เน็ตทั้ง IPTV และ OTT เพื่อเพิ่มคุณภาพของสัญญาณภาพและเสียงสำหรับประชาชนในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่ดี โดยในแต่ละช่องทาง มีผู้ประกอบการที่ทำการแข่งขันจำนวนมาก รวมถึงมีกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแล การแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการที่ชัดเจนและสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางให้กับประเทศไทยได้ โดยประเทศ สหราชอาณาจักรเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อสื่อสาธารณะ¹⁰ เนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษา กฎหมายสำคัญของสหราชอาณาจักรที่เกี่ยวข้องดังนี้

(1) Communications Act 2003

เป็นกฎหมายหลักที่ใช้ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์และโทรคมนาคม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่ดี

(2) Broadcasting Act 1996 เป็นกฎหมายที่ได้รับการปรับปรุงล่าสุดเพื่อรองรับการออกอากาศ ผ่านระบบดิจิทัล และสิทธิการออกอากาศรายการต่าง ๆ ที่เป็นรายการกีฬาและรายการที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ชาติ

(3) กฎ MUST-CARRY obligations ในบทบัญญัติ Section 64 ของ Communications Act 2003 กฎหมายดังกล่าวกำหนดเป็นหน้าที่ประการหนึ่งของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีการ แพร่เสียงแพร่ภาพรายการบางประเภทเพื่อประโยชน์สาธารณะ และบทบัญญัติในมาตรานี้ให้สิทธิกับ Ofcom ในการกำหนดเงื่อนไขโดยทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับกฎ MUST-CARRY obligations¹¹ แต่โปรแกรมที่อยู่ภายใต้ กฎ MUST-CARRY obligations นี้จะต้องมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนใน Section 64 (3)¹²

¹⁰ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย(กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) 61.

¹¹ Deirdre Kevin and Agnes Schneeberger, "Access to TV platforms: must-carry rules, and access to free-DTT" (EU; European Audiovisual Observatory for the European Commission - DG COMM European Audiovisual Observatory, 2015) 12.

¹² โปรแกรมที่อยู่ภายใต้กฎ MUST-CARRY obligations นี้จะต้องมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนใน Section 64 (3) ได้แก่

- (a) โปรแกรมรายการที่ออกอากาศโดย BBC ซึ่งอยู่ในรูปแบบดิจิทัล
- (b) ช่อง 3 ซึ่งอยู่ในรูปแบบดิจิทัล
- (c) ช่อง 4 ซึ่งอยู่ในรูปแบบดิจิทัล
- (d) ช่อง 5 ซึ่งอยู่ในรูปแบบดิจิทัล
- (e) S4C ดิจิทัล
- (f) บริการส่งสัญญาณข้อความตัวอักษรการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารสาธารณะในสัญญาณแฝง

(4) หลัก Must-Offer พบในบทบัญญัติ Section 272 ของ The Communications Act 2003 ซึ่งเป็นหน้าที่อีกประการหนึ่งของผู้ที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่เผยแพร่สัญญาณในรูปแบบดิจิทัลนั้นต้องกระทำการต่าง ๆ เพื่อนำเสนอช่องสัญญาณอื่น ๆ กล่าวคือ ต้องเปิดโอกาสให้มีการเผยแพร่ช่องสัญญาณที่มีผู้รับชมรายการโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก รวมถึงต้องรักษาการจัดการให้มีการเผยแพร่สัญญาณบนช่องทางที่เหมาะสมซึ่งมีผู้รับชมเป็นจำนวนมากอยู่เสมอซึ่งการกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในบทบัญญัตินี้เป็นอำนาจของ Ofcom

(5) หลักการ Wholesale Must Offer เป็นหลักการที่ถูกออกแบบมาเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเผยแพร่สัญญาณผ่านระบบเคเบิล และระบบดาวเทียม โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการเผยแพร่สัญญาณในระบบดังกล่าว ต้องเปิดให้ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งในระบบนั้นสามารถนำช่องสัญญาณของตนไปเผยแพร่ในช่องทางกระจายสัญญาณของคู่แข่งนั้นได้ด้วย ซึ่งตามมาตรา 316 ของ The Communications Act 2003 นั้น กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่สัญญาณนั้น จะต้องเสนอขายสัญญาณการออกอากาศของตนให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่สัญญาณแบบมีค่าใช้จ่ายรายอื่น ๆ ในราคาและเงื่อนไขที่กำหนดโดย Ofcom ด้วย

(6) กฎ MUST-HAVE ในสหราชอาณาจักรมีที่มาจาก Chapter V, Article 14, Paragraph 1 ของ Directive 2010/13/EU of The European Parliament and of The Council of 10 March 2010 (Audiovisual Media Services Directive), ที่กำหนดโดยคณะกรรมการแห่งสหภาพยุโรป โดยสหราชอาณาจักรได้นำหลักการดังกล่าวมาบัญญัติรับรองไว้ในกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ โดยมี Secretary of State for Culture Media and Sport เป็นผู้กำหนดรายการกีฬาและงานสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้¹⁴ และกำหนดให้ Ofcom มีหน้าที่ในรวบรวมประมวลรายการกีฬาและงานสำคัญต่าง ๆ ตามที่ Secretary of State for Culture Media and Sport กำหนด ซึ่งรวบรวมออกมาในลักษณะ Code on Sports and Other Listed and Designated Events¹⁵ และกฎหมายให้อำนาจแก่ Ofcom ในการรื้อ Code on Sports and Other Listed and Designated Events¹⁶ เป็นครั้งแรกตามความเหมาะสม¹⁷

¹³ Office of Communications, *Review of the pay TV wholesale must-offer obligation* (26 January 2020) Ofcom <https://www.Ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/76081/Review-of-the-pay-TV-wholesale-must-offer-obligation-.pdf>.

¹⁴ The Broadcasting Act 1996, (the 'Act') as amended by the Television Broadcasting Regulations 2000 (the 'Regulations') and the Communications Act 2003

¹⁵ Office of Communications, *Code on Sports and Other Listed and Designated Events* (22 January 2020) Ofcom <https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/35948/ofcom_code_on_sport.pdf>.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ กฎเกณฑ์ดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสหราชอาณาจักรได้ออกจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปแล้ว และกำลังทำการเจรจาตกลงในหลาย ๆ เรื่องกับสหภาพยุโรป ดังนั้นจึงเป็นข้อสังเกตว่าในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลง Code on Sports and Other Listed and Designated Events ให้แตกต่างไปจากเดิมได้เนื่องจากกฎหมายได้ให้อำนาจ Ofcom ในการรื้อ Code on Sports and Other Listed and Designated Events เป็นครั้งแรกตามความเหมาะสม.



ส่วนองค์กรกำกับที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร คือ The Office of Communications หรือ Ofcom¹⁸ มีองค์กรกำกับดูแลที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่รับผิดชอบในภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และบริการวิดีโอตามคำขอ (Video on demand) สื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งการกำกับดูแลกิจการในระบบโทรศัพท์บ้านและโทรศัพท์มือถือ บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต กิจการโทรคมนาคมระบบสาย กิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่ รวมถึงบริหารจัดการคลื่นความถี่วิทยุและและกิจการไปรษณีย์ ในส่วนอำนาจหน้าที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์โดยเฉพาะการแข่งขันในเชิงเนื้อหาสามารถแบ่งออกเป็นอำนาจหน้าที่ในด้านต่าง ๆ

4. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย

ในเครือรัฐออสเตรเลียได้มีการปฏิรูปกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ กิจการสื่อสารโทรคมนาคมและเศรษฐกิจดิจิทัลให้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยองค์กรเดียวกัน จึงเป็นประเทศที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหาของประเทศไทยต่อไปเนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษากฎหมายสำคัญของเครือรัฐออสเตรเลียที่เกี่ยวข้อง

(1) Broadcasting Services Act 1992 เป็นกฎหมายที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์และวิทยุ รวมไปถึงการกำหนดโครงสร้างและเนื้อหารายการ

(2) MUST-CARRY Rule ในเครือรัฐออสเตรเลียไม่ปรากฏหลักการ MUST-CARRY Rule เหมือนประเทศอื่น ๆ เช่นในกรณีของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและประเทศไทย อย่างไรก็ตามแม้จะไม่มีหลักการ MUST-CARRY Rule แต่ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แต่ละประเภทจะมีเงื่อนไขที่ได้รับการกำหนดไว้ให้ต้องมีการออกอากาศเนื้อหารายการที่เพียงพอและครอบคลุมต่อการให้บริการแพร่เสียงแพร่ภาพ

(3) Anti-Siphoning Scheme¹⁹ ในเครือรัฐออสเตรเลียมีการวางนโยบายให้สิทธิแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบฟรีทีวีในการซื้อสิทธิในการเผยแพร่การแข่งขันกีฬารายการสำคัญก่อนผู้ประกอบการธุรกิจเผยแพร่สัญญาณแบบมีค่าใช้จ่าย เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันกีฬาในเครือจักรภพ และการแข่งขันนัดสำคัญในกีฬาต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยม ซึ่งรายการที่ผู้ประกอบการธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบฟรีทีวีจะมีสิทธิดังกล่าวนี้ ได้ถูกกำหนดไว้ในประกาศโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงบรอดแบนด์ การสื่อสาร และเศรษฐกิจดิจิทัล (Department of Broadband, Communications and the

¹⁸ Office of Communications, *What is Ofcom* (29 December 2018) Ofcom <<https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom/>>.

¹⁹ Australian Department of Communications and the Arts, *Anti-siphoning* (25 January 2020) Publications <<https://www.communications.gov.au/policy/policy-listing/anti-siphoning>>.

Digital Economy) ซึ่งมีการปรับปรุงอยู่เสมอ²⁰ โดยที่รายการในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบฟรีทีวีจะได้รับสิทธิดังกล่าวโปรดดูในเชิงอรรถ²¹

ส่วนองค์กรกำกับที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย คือ Australian Communications and Media Authority หรือ ACMA ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันที่ได้รับการปฏิรูปโครงสร้างองค์กรกำกับดูแลให้มีลักษณะเป็นองค์กรเดี่ยว รับผิดชอบด้านกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต กิจการโทรคมนาคม การสื่อสารทางวิทยุ โทรคมนาคมและบริหารความถี่วิทยุของเครือรัฐออสเตรเลีย และยังทำหน้าที่บริหารงานด้านการกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อของเครือรัฐออสเตรเลีย บรอดแบนด์ การสื่อสาร และเศรษฐกิจดิจิทัล อำนาจหน้าที่ของ ACMA ในการกำกับดูแลการแข่งขันเชิงเนื้อหา คือ อำนาจในการกำกับดูแลผู้ได้รับใบอนุญาตให้ปฏิบัติตามกฎหมายซึ่งก็คือ Broadcasting Services Act 1992²²

5. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีสภาพแวดล้อมการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการที่มีลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเล็กต้องพึ่งพาศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ ผู้ผลิตเนื้อหา รายการในประเทศญี่ปุ่นมักเป็นบริษัทเล็ก ๆ ที่ไม่ได้มีความเข้มแข็งทางการเงินมากนัก ดังนั้นเนื้อหาบางส่วนใหญ่มักถูกขายให้กับผู้ประกอบการช่องโทรทัศน์รายใหญ่ภาคพื้นดินซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักและมีอำนาจ

²⁰ Broadcasting Services (Events) Notice (No. 1) 2010. ประกาศฉบับนี้ออกโดยอาศัยอำนาจตาม subsection 115 (1) ของ Broadcasting Services Act 1992.

²¹ รายการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก, รายการแข่งขันกีฬาในเครือจักรภพ (Commonwealth Games), การแข่งม้ารายการ Melbourne Cup, การแข่งขันฟุตบอลรายการ Australian Football League Premiership, การแข่งขันรักบี้ในรายการ National Rugby League Premiership, National Rugby League State of Origin Series รวมถึงการแข่งขันรักบี้ใด ๆ ในประเทศออสเตรเลียหรือนิวซีแลนด์ ที่มีระดับสูงของเครือรัฐออสเตรเลียเข้าร่วมแข่งขัน และการแข่งขันรักบี้ในรายการ Rugby League World Cup ที่จัดขึ้นในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ หรือปาปัวนิวกินี ที่มีระดับสูงของออสเตรเลียเข้าร่วมแข่งขัน, การแข่งขันรักบี้ ในรายการที่จัดโดยสหภาพรักบี้ ที่มีทีมระดับสูงของเครือรัฐออสเตรเลียที่ได้รับคัดเลือกจากสหภาพรักบี้แห่งออสเตรเลียคัดเลือกเข้าแข่งขัน และมีการแข่งขันนั้นในประเทศออสเตรเลีย หรือนิวซีแลนด์ รวมถึงการแข่งขันในรายการ Rugby World Cup ที่มีทีมระดับสูงของเครือรัฐออสเตรเลียที่ได้รับคัดเลือกจากสหภาพรักบี้แห่งออสเตรเลียคัดเลือกเข้าแข่งขัน และการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศของรายการ Rugby World Cup, การแข่งขันกีฬาคิกบ็อกซ์ ที่มีทีมระดับสูงของเครือรัฐออสเตรเลียที่ได้รับคัดเลือกจากสหภาพคิกบ็อกซ์แห่งออสเตรเลียเข้าแข่งขัน รวมถึงการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศของรายการ International Cricket Council One Day International World Cup และรายการ International Cricket Council World Twenty 20 ซึ่งจัดขึ้นในเครือรัฐออสเตรเลียหรือนิวซีแลนด์, การแข่งขันกีฬาฟุตบอล ที่มีทีมระดับสูงของเครือรัฐออสเตรเลียที่ได้รับคัดเลือกจากสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งออสเตรเลียเข้าแข่งขัน รวมถึงการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศของรายการ Fédération Internationale de Football Association World Cup, การแข่งขันกีฬาเทนนิสรอบต่าง ๆ ในรายการ Australian Open และการแข่งขัน ที่มีทีมตัวแทนจากเครือรัฐออสเตรเลียเข้าร่วมในรายการ International Tennis Federation Davis Cup WorldGroup ซึ่งจัดขึ้นในเครือรัฐออสเตรเลีย รวมถึงการแข่งขันในรายการ International Tennis Federation Davis Cup WorldGroup รอบชิงชนะเลิศที่มีทีมตัวแทนจากเครือรัฐออสเตรเลียเข้าร่วม, การแข่งขันกีฬาเนตบอล (Netball World Cup) รอบรองชนะเลิศ และรอบชิงชนะเลิศ ที่มีทีมระดับสูงที่ได้รับคัดเลือกจากสมาคมเนตบอลแห่งเครือรัฐออสเตรเลียเข้าร่วมแข่งขัน, การแข่งขันรถยนต์ในรายการ Fédération Internationale de l'Automobile Formula One World Championship (Grand Prix) และรายการ Fédération Internationale de Motocyclisme Moto-GP ที่จัดขึ้นในเครือรัฐออสเตรเลีย รวมถึงรายการ Bathurst 1000 race in the V8 Supercars Championship Series.

²² Australian Communications and Media Authority, *Community broadcasting compliance & enforcement*, (11 July 2019) Standards and codes <<https://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Community-radio-and-TV/Codes-of-practice-and-compliance/community-broadcasting-compliance-and-enforcement>>.



ต่อรองที่เหนือกว่าผู้ผลิตเนื้อหารายการ โดยกลุ่มลูกค้ามักจะได้ลิขสิทธิ์จากรายการดังกล่าว ดังนั้นการศึกษาสภาพการแข่งขันในเชิงเนื้อหาของประเทศญี่ปุ่นจึงสะท้อนให้เห็นรูปแบบการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการในตลาดกิจการโทรทัศน์มีทั้งความสัมพันธ์ในลักษณะที่แข่งขันกันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันเนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษากฎหมายสำคัญของญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องเช่น

(1) The Broadcast Act 1950 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและได้รับประโยชน์จากโทรทัศน์อย่างทั่วถึง มีเสรีภาพในการแสดงออกผ่านการแพร่ภาพและกระจายเสียงที่ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด มีเนื้อหาที่เป็นความจริง และเป็นอิสระ รวมทั้งเอื้อต่อการพัฒนาประชาธิปไตยของประเทศ²³ โดยเป็นกฎหมายที่วางหลักในการพิจารณาให้ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์และการกับดูแลกิจการและเนื้อหาสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง เนื้อหาและการตั้งกลไกเพื่อตรวจสอบและกำกับดูแลเนื้อหารายการโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีการระบุลักษณะกิจการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ด้วยรวมถึงการกำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับระยะเวลาในการโฆษณาเมื่อเทียบกับจำนวนการออกอากาศทั้งหมด²⁴

(2) กฎ MUST-CARRY Rule ใช้บังคับกับเคเบิลทีวีตามที่บัญญัติไว้ใน Article 13 ของ Cable Television Law กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์ในระบบเคเบิล ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสาร ต้องดำเนินการเผยแพร่รายการทั้งหมดที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางสัญญาณภาคพื้นดินด้วยในเวลาเดียวกัน แต่ถ้าหากผู้ประกอบการได้ลงทะเบียนในฐานะ “Broadcaster on Telecommunication Service” จะได้รับการยกเว้นจากกฎ MUST-CARRY Rule ดังนั้นหากผู้ประกอบการเข้าข่าย Broadcaster on Telecommunication Service จะไม่มีหน้าที่ให้ต้องนำพาช่องรายการใด ๆ ในลักษณะของ MUST-CARRY Rule²⁵

(3) Cable Television Broadcast Act เป็นกฎหมายที่ควบคุมและกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบเคเบิลในญี่ปุ่นตั้งแต่การเริ่มต้นประกอบกิจการไปจนถึงการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

องค์กรกำกับที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของญี่ปุ่น คือ Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC) ส่วนการออกอากาศโทรทัศน์จะมี Japan Broadcasting Corporation (NHK) รับผิดชอบการออกอากาศของโทรทัศน์เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทั้งคุณภาพของรายการและประสิทธิภาพทางเทคนิค

6. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐเกาหลี

สาธารณรัฐเกาหลีเป็นประเทศที่มีการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์จำนวนมากและเป็นที่นิยมแพร่ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหารายการเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันทั้งในตลาดโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล เคเบิลทีวี และตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียม ประกอบกับ

²³ Article 1, The Broadcast Act 1950.

²⁴ Hiromi Hayashi and Akira Marumo, Japan: Telecoms, Media & Internet 2020 (25 January 2020) Japan <<https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/japan>>.

²⁵ Law Concerning Broadcast on Telecommunications Service, Telecommunications Business Law.

เป็นประเทศที่มีกฎหมายและกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการแข่งขันในเนื้อหาหลายเรื่องที่น่าสนใจ²⁶ โดย
สาธารณรัฐเกาหลีประสบปัญหาเช่นเดียวกับประเทศไทย คือ ไม่มีกฎหมายโดยตรงที่กำกับดูแลการประกอบ
ธุรกิจของ OTT หรือ สื่อทางออนไลน์²⁷ ซึ่งผู้ประกอบการโทรทัศน့်ท้องถิ่นในสาธารณรัฐเกาหลีก็ประสบ
ปัญหาการแข่งขันที่สูงขึ้นจากผู้แข่งขันจากต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากความนิยมของชาวเกาหลีที่มี
มากขึ้นต่อ YouTube และ Netix²⁸ เนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษากฎหมายสำคัญของสาธารณรัฐเกาหลีที่
เกี่ยวข้องเช่น²⁹

(1) The Telecommunication Business Act เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักการประกอบธุรกิจ
โทรคมนาคม เงื่อนไขในการขอรับใบอนุญาตของผู้ประกอบธุรกิจ กระบวนการรายงานการประกอบธุรกิจ
ของผู้รับใบอนุญาต กำหนดมาตรการกำกับดูแลการแข่งขันระหว่างผู้รับใบอนุญาต และกำหนดสิทธิต่าง ๆ
แก่ผู้ใช้บริการโทรคมนาคม³⁰

(2) The Broadcasting Act เป็นกฎหมายที่คุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ชม การแสดง
ความคิดเห็น ยุทธศาสตร์วัฒนธรรมของชาติ และความเจริญก้าวหน้าในกิจการแพร่เสียงแพร่ภาพ และรับรอง
เสรีภาพและความเป็นอิสระ และหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการแพร่เสียงแพร่ภาพต่อสาธารณะ³¹
ในส่วนของกิจการโทรทัศน့်และวิทยุ การแพร่เสียงแพร่ภาพแบบดิจิทัลมัลติมีเดีย (Digital multimedia
broadcasting) แต่ไม่รวมการแพร่เสียงแพร่ภาพทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังเป็นกฎหมายที่กำหนดหลักการ
ประกอบธุรกิจการแพร่เสียงแพร่ภาพ และให้อำนาจรัฐในการกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคของการแพร่เสียง
แพร่ภาพ เทคโนโลยี การแพร่เสียงแพร่ภาพ รวมถึงให้อำนาจรัฐในการบริหารกิจการดังกล่าว³²

(3) Internet Multimedia Broadcasting Business Act กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการตรา
ขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิและประโยชน์ของผู้ใช้บริการ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมที่
เกี่ยวข้อง ปกป้องประโยชน์สาธารณะในการแพร่ภาพแพร่เสียง พัฒนาวัฒนธรรมของประเทศและก่อให้เกิด
การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสวัสดิการสังคมของประเทศ ทั้งนี้ โดยการกำกับให้การประกอบกิจการแพร่ภาพ
แพร่เสียงผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดีเหมาะสม ขอบเขตการบังคับใช้กฎหมาย คือ ผู้ประกอบธุรกิจ

²⁶ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน့်และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, รายงานสรุปผลการศึกษานวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน့်ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย(กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน့်และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) 61.

²⁷ R. Bruce Rich and Benjamin E. Marks, *The Media and Entertainment Law Review*, eds (London: Law Business Research, 2019) 83.

²⁸ Hyun Ho Eun and Sung Uk Park, *Korea* (25 January 2020) *The Law Reviews* <<https://thelawreviews.co.uk/edition/the-media-and-entertainment-law-review-edition-1/1211748/korea>>.

²⁹ Won H. Cho and Hye In Lee, *Korea: Telecoms, Media & Internet 2019* (6 October 2019) *Taiwan* <<https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/korea>>.

³⁰ Kim Gwangjae, “The Shape and Implications of Korea’s Telecommunication Industry: Crisis, Opportunity and Challenge” (2016) 4:4 *Australian Journal of Telecommunications and the Digital Economy* 221, 226.

³¹ *Article 1 (Purpose)*, The BROADCASTING ACT.

³² Kim Gwangjae, “The Shape and Implications of Korea’s Telecommunication Industry: Crisis, Opportunity and Challenge” (2016) 4:4 *Australian Journal of Telecommunications and the Digital Economy* 221, 226.



ที่อยู่ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายนี้ คือ ผู้ให้บริการแพร่ภาพแพร่เสียงผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการแพร่ภาพแพร่เสียง หมายถึง ผู้ที่ให้บริการนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับมาแก่ผู้ใช้บริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

2) ผู้ประกอบธุรกิจที่นำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

(4) กฎ MUST-CARRY กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำการเผยแพร่ช่องรายการจากบริการกระจายสัญญาณภาคพื้นดิน ซึ่งได้แก่ ช่องรายการ KBS1 และ EBS นอกจากนี้ยังต้องทำการเผยแพร่ช่องรายการต่าง ๆ ที่ได้รับสถานะเป็นช่องรายการเกี่ยวกับศาสนา และช่องรายการระดับประเทศ โดย KBC และ one TV³³

(5) หลัก Must Provide Rules กำหนดให้ต้องมีการแบ่งการออกอากาศในรายการที่ได้สาธารณะ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายหรือมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น การแข่งขันโอลิมปิกฤดูร้อนและฤดูหนาว, การแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศ (FIFA), การแข่งขัน World Cup การแข่งขันเอเชียนเกมส์ การแข่งขัน World Baseball Classic และการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ³⁴ ซึ่งหลัก Must Provide Rules เปรียบเสมือนหลักการที่คล้ายคลึงกับหลัก MUST-HAVE ของประเทศอื่น ๆ

(6) The Act on Establishment and Operation of the Korea Communications Commission เป็นกฎหมายที่จัดตั้งหน่วยงานเพื่อกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมขึ้น เพื่อกู้มครอง ผู้ให้บริการ และรักษาความเป็นอิสระในการให้บริการโทรคมนาคม³⁵ โดยองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมของสาธารณรัฐเกาหลี คือ Korea Communications Commission (KCC)³⁶

7. กฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

สภาพแวดล้อมการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ประกอบไปด้วยผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล ผู้ให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่าย IPTV และ OTT โดยมีผู้ผลิตเนื้อหารายการเป็นกลุ่มผู้เล่นเดียวกันในตลาดโทรทัศน์

³³ OECD Communications Outlook 2007, p.199

³⁴ Asia Video Industry Association, *Pay TV Matrix for South Korea* (26 October 2019) South Korea <https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_Pay-TV-Matrix-2017-South-Korea.pdf>.

³⁵ Korea Communications Commission, *Overview* (6 October 2019) Korea Communications Commission <<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100>>.

³⁶ ibid.

ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลและตลาดโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิล³⁷ เนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษากฎหมายสำคัญของสาธารณรัฐสิงคโปร์ที่เกี่ยวข้องดังนี้³⁸

(1) Broadcasting Act เป็นกฎหมายที่กำกับดูแลการดำเนินงานในส่วนกิจการ การกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting)

(2) Info-communications Media Development Authority Act เป็นกฎหมายที่จัดตั้งและกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของ คือ Info-communications Media Development Authority of Singapore หรือ (IMDA) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลในเรื่องกิจการวิทยุ โทรทัศน์และโทรคมนาคมโดยองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันเฉพาะภาคธุรกิจสื่อสารและโทรคมนาคมขอบเขตอำนาจหน้าที่ของ IMDA เกี่ยวกับการกำกับดูแลด้านเนื้อหา คือ IMDA มีหน้าที่ควบคุมการเข้าถึงข้อมูลโดยคำนึงถึงอายุของประชาชนผู้ใช้งาน นอกจากนี้ในประเด็นเนื้อหาที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา IMDA จะร่วมมือกับองค์กรบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา คือ The Intellectual Property Office of Singapore (IPOS) ในการทำงานอีกด้วย

(3) Cross-carriage measure เป็นมาตรการที่ IMDA ตราไว้ใน Code of Practice for Market Conduct โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายที่ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการเผยแพร่เนื้อหารายการบางรายการนั้น จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายรายอื่นที่ได้รับการรับรองไว้ สามารถนำเนื้อหารายการดังกล่าวไปเผยแพร่ในช่องทางของตนด้วย โดยเนื้อหารายการดังกล่าวจะต้องไม่ถูกแก้ไขหรือดัดแปลง และเผยแพร่ต่อผู้รับชมในราคาเดียวกันกับผู้รับชมของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ ด้วย ซึ่งมาตรการนี้จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการมีทางเลือกที่หลากหลาย และสามารถรับชมรายการเดียวกันในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาไม่นานหลังจากผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวได้เผยแพร่เนื้อหารายการนั้นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว³⁹ โดยประโยชน์ของ Cross-carriage measure คือ การช่วยให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้รับบริการของผู้ให้บริการทุกรายสามารถเข้าถึงรายการที่เป็น Exclusive Content เหล่านั้นได้ในราคาเดียวกันส่วนการดำเนินการด้านลิขสิทธิ์ก็เป็นหน้าที่ของบริษัทผู้ซื้อลิขสิทธิ์รายหนึ่งรายใดในการเจรจากับเจ้าของลิขสิทธิ์ (Content Provider)

(4) มาตรการในการจำกัดสิทธิเนื้อหารายการที่สำคัญโดยกิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (Restriction on Acquisition of Certain Programme Rights by Subscription Television Licensees) หรือ (Anti-Siphoning)⁴⁰ มีวัตถุประสงค์ในการให้มีการเผยแพร่เหตุการณ์สำคัญ ๆ ของชาติด้วยความจำเป็นในด้านประโยชน์

³⁷ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันกิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย(กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562) 61.

³⁸ Info-communications Media Development Authority of Singapore, *Acts and Regulations* (29 December 2018)IMDA<<https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/acts-and-regulations>>.

³⁹ Ministry of Communications and Information, *Cross Carriage Measure*, (24 January 2020) Ministry of Communications and Information <<https://www.mci.gov.sg/portfolios/infocomm-media/initiatives/factsheets/cross-carriage-measure>>

⁴⁰ Section 2.6.1.1 - Section 2.6.1.2, *Media Development Authority of Singapore Act*.



สาธารณะ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีบทบัญญัติในการห้ามผูกขาดเนื้อหารายการที่สำคัญและส่งผลทำให้เกิดการจำกัดสิทธิผู้ชมในการเข้าถึงรายการสำคัญดังกล่าว ทำให้ต้องมีการออกมาตรการป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกได้สิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการออกอากาศ (Category A) หรือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการออกอากาศย้อนหลัง (Category B) รายการต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ดังกล่าว⁴¹ และส่งผลทำให้ผู้ชมจะได้รับผลกระทบจากการไม่ได้รับชมรายการเหล่านี้หากไม่ได้สมัครเป็นสมาชิกกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ได้สิทธิดังกล่าว ซึ่งจะมีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ใน Section 2.6.1.3 ของกฎหมาย Media Development Authority of Singapore Act เพื่อลดการผูกขาดโดยอาศัยการได้มาซึ่งสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในลิขสิทธิ์ในเนื้อหารายการที่สำคัญของผู้ประกอบการโทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก โดยในบทบัญญัติดังกล่าวจะมีการกำหนดให้พิจารณาหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นปัจจัยพิจารณา เช่น เป็นกลุ่มรายการที่ผู้ชมชาวสิงคโปร์คาดหวังว่าจะสามารถเข้าถึงได้โดยผ่านทางกิจการโทรทัศน์ที่ไม่มีค่าสมาชิก free-to-air television หรือไม่ หรือเป็นรายการกีฬาสำคัญ ๆ ระดับนานาชาติ หรือรายการกีฬาระดับนานาชาติที่มีทีมชาติสิงคโปร์เข้าร่วมแข่งขันด้วย หรือรายการกีฬาซึ่งเป็นที่ยอมรับในท้องถิ่น เป็นต้น แต่ยังสามารถพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ นอกจากที่กำหนดในกฎหมายได้อีก โดยตัวอย่างกลุ่มรายการซึ่งอยู่ภายใต้ Anti-Siphoning มักจะพิจารณาจากจำนวนประชากรที่จะรับชมรายการ ดังนั้นรายการที่ได้รับความนิยมมากก็จะมีผู้รับชมเป็นจำนวนมากก็มักจะต้องห้ามมิให้มีการผูกขาดสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นในเนื้อหารายการให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกหรือคิดค่าธรรมเนียมใด ๆ ทั้งสิ้น ตัวอย่างกีฬาที่เข้าข่าย เช่น เอเชียนเกมส์ การแข่งขันกีฬาในเครือจักรภพ (Commonwealth Games) การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติอาเซียน (AFF Suzuki Cup) เป็นต้น ซึ่งเมื่อพิจารณา Anti-Siphoning แล้วมีลักษณะคล้ายคลึงกับกรณีประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การแพร่เสียงแพร่ภาพรายการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ พ.ศ. 2556 (Non-Exclusive List) ของประเทศไทย

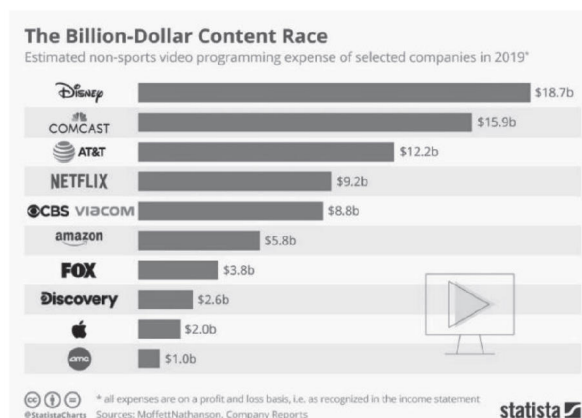
จากการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ประกอบการโทรทัศน์ การศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเข้าสู่ยุค Digital integration การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันส่งผลต่อรูปแบบและทิศทางการแข่งขันภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างไร พบว่า

1. ปัญหารายได้จากการโฆษณาของผู้ประกอบการโทรทัศน์ลดลง ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิมต้องมีการปรับตัวโดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการให้บริการ (Platform) การปรับเปลี่ยนเนื้อหา รวมถึงความเชื่อมโยงหรือความร่วมมือในการประกอบกิจการของผู้ให้บริการโทรทัศน์กับผู้ให้บริการประเภทอื่นเพื่อปรับตัวในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลง

⁴¹ Section 2.6.1.1 - Section 2.6.1.2, *Media Development Authority of Singapore Act*.

จากรายงานการใช้บิโษณผ่านสื่อ 6 เดือนแรก (ม.ค. - มิ.ย.) ของปี พ.ศ. 2562 ของ Neilsen Thailand โดยเปรียบเทียบช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่ารวม 50,702 ล้านบาท ซึ่งพบกัา คัดลป 2% เมื่อเทียบกับมูลค่ารายได้อากบโษณในปีพ.ศ. 2561⁴² จากปัญหาละอุปสรคตามดังกล่าว ทำให้อักวิชาการและนักวิเคราะห์หลายท่านให้ความเห็นว้าภูมิทัศน์สื่อประเภทกิจการโทรทัศนัของ ประเทศไทยจะประกอบด้วยผู้ประกอบกิจการโทรทัศนัรายใหญ่ ๆ เพียงไม่กี่ราย เนื่องจากการแข่งขันมีความ รุนแรงมากขึ้น อาจจะทำให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศนับางรายต้องทยอยออกจากตลาด เพราะประสบปัญหา ขาดทุน ไม่สามารถประกอบธุรกิจได้ หรือต้องมีการขายกิจการหรือควบรวมกิจการกับผู้ประกอบกิจการ โทรทัศนัรายเดิมบางราย ในขณะเดียวกันในตลาด OTT Streaming Service ในประเทศไทยจะมีผู้แข่งขัน จากต่างประเทศที่เป็นบริษัทักษ์ใหญ่เข้ามาแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดและผู้ชมมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบ กิจการที่ได้รับผลกระทบต้องมีการปรับตัว ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามกลยุทธ์ของแต่ละบริษัท แต่ จากผลการศึกษา การสัมภาษณ์ผู้ประกอบกิจการ และการจัดประชุมเฉพาะกลุ่มพบว่ามีแนวทางการปรับตัว ที่ผู้ประกอบธุรกิจหลาย ๆ ฝ่ายเห็นคล้ายคลึงกัน คือ การสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันในเนื้อหารายการโดย เน้นผลิตเนื้อหารายการรูปแบบ Premium Content และนำมาให้บริการในทุกแพลตฟอร์ม และยังสามารถ ส่งออกขายต่างประเทศได้ด้วย เพราะหากเนื้อหารายการที่ผลิตมาไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควร หรือไม่ดึงดูดใจ เพียงพอ อาจจะไม่คุ้มค่าสำหรับการลงทุน และไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ ได้ รวมไปถึง การเกิดขึ้นของ AVOD OTT PROVIDERS , Youtuber และ Online Inuencer ที่ประสบความสำเร็จ ได้ดึงดูดรายได้อากการโษณไปจากกิจการโทรทัศนัในระบบดั้งเดิม

รูปที่ 1 แสดงจำนวนเงินลงทุนในเนื้อหารายการที่ไม่ใช่เนื้อหาการประเภทกีฬาของ ผู้ประกอบ กิจการในต่างประเทศในปี พ.ศ. 2562⁴³



ในยุค Digital Integration ที่เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามามีบทบาทกับการให้บริการโทรทัศนัมากขึ้น โดยในต่างประเทศทั้งในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เครือรัฐออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐเกาหลี และในประเทศไทยต่างพบว่าการให้บริการโทรทัศนัผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ที่เปิดโอกาสให้ผู้ชม สามารถเข้าถึงผ่านทางหลายช่องทางการรับชม ไม่จำกัดแค่โทรทัศนั แต่รวมไปถึงคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์

⁴² กฤตนัน ดิษฐบรรจง, กันตนากับหนทางรอดในยุคทีวีดิจิทัล (4 มกราคม 2563) songsue <<https://songsue.co/3241/>>.

⁴³ Felix Richter, *The Billion-Dollar Content Race* (8 December 2019) Statista <<https://www.statista.com/chart/13076/video-content-spending>>.



มือถือสมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะ Online Streaming Service มากขึ้น⁴⁴ ทั้งในรูปแบบ AVOD OTT PROVIDERS และ SVOD OTT PROVIDERS ทั้งผู้ประกอบการภายในประเทศเอง และผู้ประกอบการที่มาจากต่างประเทศ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเป็นปัจจัยในการปฏิวัติวิถีการบริโภคสื่อแบบดั้งเดิม และเริ่มดึงความสนใจและเวลาในการรับชมไปยัง Online Streaming Service มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการโทรทัศน์รายเดิม มีการปรับตัวโดยต้องมาให้บริการในลักษณะ Multi-Platform มากขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ เนื่องจากต้องพยายามหารายได้จากค่าโฆษณาที่ในปัจจุบันได้กระจายไปยังหลายหลายแพลตฟอร์ม เช่น สื่อในอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยในกรณีของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - 2561 จากการสำรวจ Nielsen อัตราส่วนค่าโฆษณาของสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด แต่ขณะที่เม็ดเงินโฆษณาของสื่อทีวีดิจิทัลกลับลดลง⁴⁵

2. ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่มีใบอนุญาตและผู้ประกอบการประเภท OTT อันเนื่องมาจากช่องว่างในทางกฎหมายของ การกำกับดูแลผู้ประกอบการประเภท OTT ในประเทศไทย

ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น เป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจากการที่ไม่มีกฎหมายเฉพาะและหน่วยงานกำกับดูแล OTT ในประเทศไทย ดังนั้นทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายในการกำกับดูแล OTT เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎ ระเบียบต่าง ๆ ของ กสทช. อย่างเคร่งครัด เช่น การชำระค่าใบอนุญาตประกอบธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ว่าด้วยการจำกัดเวลาในการโฆษณา การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ว่าด้วยการควบคุมเนื้อหารายการ รวมถึงการต้องชำระภาษีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นต้นทุนในการประกอบธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันกฎหมาย กฎเกณฑ์ของ กสทช. ไม่สามารถบังคับกับ OTT ได้ อีกทั้งยังไม่มีหน่วยงานใดรับผิดชอบหลักในการกำกับดูแล OTT ในลักษณะเดียวกันเลย ประกอบกับปัญหาที่ OTT ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่จากต่างประเทศที่ไม่มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายไทย และปฏิเสธการเข้ามาจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือจดทะเบียนธุรกิจในประเทศไทย ส่งผลทำให้ในปัจจุบันกฎหมาย กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยไม่สามารถบังคับใช้กับ OTT ได้เลย เสมือนว่า OTT เหล่านี้สามารถประกอบธุรกิจได้ตามที่ต้องการโดยปราศจากการกำกับดูแลจากกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

⁴⁴ Infoquest, 2019 Thailand Media Landscape (สถานที่; สำนักพิมพ์, 2019) 14.

⁴⁵ โพสต์ทูเดย์, งบโฆษณายุคมีจำกัด ทีวีดิจิทัลคืนหารายได้เสริม (25 มกราคม 2563) โพสต์ทูเดย์<<https://www.posttoday.com/market/news/561854>>.

3. ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์งานแพร่เสียงแพร่ภาพในยุค Digital Integration

ด้วยมูลค่ามหาศาลทางการตลาดของการแพร่เสียงแพร่ภาพและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การสื่อสารและอินเทอร์เน็ต การส่งเนื้อหา (Content) ต่าง ๆ สามารถกระทำได้อย่างง่ายดาย และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะสามารถรับชมเนื้อหาจากสื่อต่าง ๆ อันเป็นการเพิ่มทางเลือกที่หลากหลาย เช่น การรับชมผ่านแอปพลิเคชันในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Devices) เช่น Smartphone Tablet Compatible PC จนนำไปสู่ปัญหาการนำสัญญาณการแพร่เสียงแพร่ภาพโดยการถ่ายทอดสดแบบไร้สายไปออกอากาศโดยไม่ได้รับอนุญาตผ่านการส่งสัญญาณเข้าในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นรูปแบบที่เรียกว่า “การโจรกรรมสัญญาณการออกอากาศแบบดิจิทัล” (Digital Piracy) การลักลอบสัญญาณไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตยังเป็นการลดคุณค่า (Value Reduction) การเป็นเจ้าของสัญญาณแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของสิทธิ์ ซึ่งการได้เป็นเจ้าของสิทธิ์ในสัญญาณการแพร่ภาพและเสียงนั้นต้องมีการลงทุนในมูลค่ามหาศาล แต่ในขณะที่ผู้กระทำความผิดได้อาศัยช่องทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีการลงทุนสูงเป็นช่องทางในการออกอากาศนำสัญญาณรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษที่มีผู้ได้รับอนุญาตให้ได้รับสิทธิ์ในการแพร่เสียงแพร่ภาพจากเจ้าของลิขสิทธิ์อย่างเป็นทางการ หรือแม้กระทั่งการออกอากาศแบบ Live - Streaming ซึ่งผู้กระทำความผิดได้อาศัยช่องทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีการลงทุนสูงเป็นช่องทางในการออกอากาศนำสัญญาณเนื้อหารายการของผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังพบว่ามีปัญหาประเด็นลิขสิทธิ์ในเนื้อหาระหว่างผู้ให้บริการ OTT ด้วยกันเอง ซึ่งมีทั้งผู้ให้บริการอย่างถูกกฎหมายโดยการลงทุนซื้อลิขสิทธิ์เนื้อหา รายการ ไม่ว่าจะเป็นรายการทางโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ มารวบรวมให้บริการต่อสมาชิกอย่างถูกต้อง แต่ก็ยังพบว่ามีผู้ให้บริการรวมเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่ซื้อหรือขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์มาให้บริการแบบเก็บค่าบริการสมาชิกอีกจำนวนหนึ่ง

4. การละเมิดลิขสิทธิ์รูปแบบเนื้อหารายการ

ปัจจุบันการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการจำเป็นต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจและการติดตามรับชม ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหารายการจำเป็นต้องแสวงหารูปแบบรายการใหม่เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรับชม แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบเนื้อหารายการเพื่อความบันเทิงมักจะได้รับ ความสนใจและได้รับความนิยมสูง ได้แก่ รายการแข่งขันแบบเรียลลิตี้ การประกวดร้องเพลง เกมโชว์ ละคร รายการเชิงท่องเที่ยว การแนะนำร้านอาหาร เป็นต้น ดังนั้น การที่ผู้ผลิตรายการมุ่งเน้นผลิตเนื้อหา รายการที่ได้รับความนิยมเป็นหลักทำให้รูปแบบเนื้อหา รายการโทรทัศน์อาจมีความคล้ายคลึงกันในรูปแบบเนื้อหา รายการ จนอาจนำมาซึ่งปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบเนื้อหา รายการได้ซึ่งมีกรณีตัวอย่างคดีเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์รูปแบบเนื้อหา รายการในประเทศ ดังนี้ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 9801/2555 น. เป็นผู้คัดค้านรูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทสपोर्टเรียลลิตี้ “THE WINNER” ซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์จัดประกวดและคัดเลือกนักฟุตบอลให้เป็นตัวแทนประเทศไทยเพื่อทำการเผยแพร่ออกอากาศทางโทรทัศน์ การที่โจทก์แจ้งต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าโจทก์เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานโสตทัศนวัสดุ ชื่อ “THE WINNER”



ก่อนที่จะโจทก์จะได้สร้างสรรค์งานดังกล่าวซึ่งขณะนั้นไม่มีงานลิขสิทธิ์เกิดขึ้น การแจ้งดังกล่าวจึงไม่ทำให้โจทก์เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานดังกล่าว เพราะการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์นั้นจะต้องมีการสร้างสรรค์งานและเข้าเงื่อนไขตามที่บัญญัติไว้ตามกฎหมาย จากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่างคำตัดสินของศาลฎีกาแผนกคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศของไทยมีความสอดคล้องกับคำพิพากษาของศาลสูงสุดของสาธารณรัฐเกาหลี (Korean Supreme Court) ซึ่งได้มีคำตัดสินในประเด็นรูปแบบเนื้อหารายการที่จำเป็นต้องมีความสร้างสรรค์เช่นกันว่า รูปแบบการดำเนินรายการโทรทัศน์ (Television Programme Formats) จะต้องถือว่าเข้าข่ายในคำนิยามของงานที่สามารถได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ได้หากพบว่ามี การแสดงออกซึ่งความสร้างสรรค์ที่โดดเด่นในการเลือกและการจัดลำดับองค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการ เช่น การเลือกและจัดลำดับเวที ฉากหลัง อุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ รวมถึงเพลงที่ใช้ในการประกอบรายการด้วย⁴⁶ ดังนั้นรูปแบบการดำเนินรายการโทรทัศน์ก็สามารถได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ได้หากมีความสร้างสรรค์และการแสดงออกทางความคิด (Expression of Idea)

สรุปผลการวิจัย

ในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศต่างตั้งอยู่บนพื้นฐานการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม การคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกฎหมายเพื่อกำกับดูแลการแข่งขันและให้อำนาจกับองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันในประเทศต่าง ๆ ในการออกกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ เช่น กฎ MUST-HAVE , กฎ MUST-CARRY และ กฎ Anti-Siphoning ซึ่งรายละเอียดของกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีความแตกต่างกันไปตามบริบท สภาพปัญหาการแข่งขันและความจำเป็นที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาวิเคราะห์พบว่ากฎเกณฑ์ดังกล่าวตั้งอยู่บนหลักการที่คล้ายคลึงกัน คือ ความพยายามที่จะสร้างสมดุลไม่ให้เกิดการผูกขาดในเนื้อหารายการที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับของประชาชน ซึ่งถือว่าการคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและประโยชน์ของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันก็ต้องการดำรงไว้ซึ่งสิทธิเสรีภาพของเอกชนในการแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้ลงทุนมาด้วย ดังนั้นจึงพบว่าแนวทางและวิธีการในการสร้างสมดุลที่เหมาะสมของแต่ละประเทศจึงมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศ เช่น สภาพแวดล้อมการแข่งขัน ปัญหาการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม บริบททางสังคม การเมืองและวัฒนธรรมการแข่งขัน ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่าไม่มีโมเดลทางกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ใดที่จะดีและเหมาะสมกับบริบทของทุกประเทศในลักษณะเดียวกัน (No one size ts all)

⁴⁶ Korean Supreme Court, 11 November 2017, Case Ref. 2014Da49180.

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลการแข่งขันในเชิงเนื้อหารายการในประเทศไทยและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ประเทศ	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	เครือรัฐออสเตรเลีย	ประเทศญี่ปุ่น	สาธารณรัฐเกาหลี	สาธารณรัฐสิงคโปร์	ประเทศไทย
กฎหมายที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กฎหมายที่กำกับดูแล OTT	✓						
MUST-CARRY	✓ + Retrans- mission Consent	✓	✓	✓	✓		✓
MUST-HAVE		✓		✓ (Must - Provide Rule)			✓
Anti-siphoning scheme			✓				✓
Copyright protection on broadcasting contents	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Wholesale Must Offer		✓					
Cross Carriage Measure						✓	



1. ผ่อนคลายหรือลดหย่อนกฎเกณฑ์บางประการเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

เนื่องจากในประเทศไทยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์และผู้ให้บริการ OTT ไม่ได้ได้อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลเดียวกัน ทั้ง ๆ ที่มีลักษณะการให้บริการแพร่ภาพและเสียงเหมือนกัน เพียงแต่ OTT มีการให้บริการบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียมกัน (Unlevel Playing Field) ระหว่างผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของผู้ได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์จาก กสทช. และผู้ให้บริการ OTT ที่ไม่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. หรือหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องดังนั้นทำให้เกิดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์รายเดิมซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจาก กสทช. ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่วนรายได้ที่ได้รับมาจากการโฆษณาลดลง และต้องปรับตัวให้สามารถแข่งขันในตลาดที่ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการรับชมเนื้อหารายการที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ดังนั้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์รายเดิมให้สามารถแข่งขันในตลาดต่อไปได้ และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาสภาพการณ์ขาดทุนจนทำให้ต้องเลิกกิจการไป และอาจส่งผลกระทบทำให้จำนวนผู้แข่งขันในตลาดลดลง จนกลายเป็นตลาดที่มีผู้แข่งขันน้อยราย ซึ่งส่งผลกระทบต่อทางเลือกของผู้บริโภคในประเทศไทยได้ในที่สุด กสทช. ควรมีการพิจารณาลดหย่อนกฎเกณฑ์บางประการเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์รายเดิมในประเทศไทยเช่น เรื่องการผ่อนคลायกฎเกณฑ์ในเรื่องข้อจำกัดเวลาในการโฆษณาให้เหมาะสมกับบริบทปัจจุบัน และให้ผู้ประกอบการสามารถหารายได้จากโฆษณาเพื่อนำมาใช้ในการหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจและช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการผ่อนคลायกฎเกณฑ์ในเรื่องข้อจำกัดเวลาในการโฆษณาให้เหมาะสมกับบริบทปัจจุบันจะต้องคำนึงถึงหลักความได้สัดส่วนระหว่างประโยชน์ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ซึ่งเป็นเอกชนกับการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคในการรับชมเนื้อหาการด้วย

2. การส่งเสริมการประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในเชิงเนื้อหา รายการให้กับผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ไทยรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาด

(1) การส่งเสริมการผลิตเนื้อหาการ (Co-Production) ระหว่างผู้ประกอบกิจการหลายภาคส่วนทั้งภายในประเทศและกับต่างประเทศโดยการร่วมมือผลิตเนื้อหาการจะทำให้ผู้ประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องจะสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งทรัพยากรที่เชี่ยวชาญแต่ละด้านของผู้ประกอบธุรกิจแต่ละรายเพื่อผลิตเนื้อหาการที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยกระดับประสิทธิภาพและเทคโนโลยีในการผลิตเนื้อหาการ

(2) การส่งเสริมการกำกับดูแลตนเองของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์ในเนื้อหาการและประเด็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมโดยอาจให้ถือว่าเป็นประเด็นเรื่องจริยธรรมของสื่อที่บรรษัทไม่ให้มีพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์และไม่ให้มีพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

(3) การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเนื้อหารายการที่มีลักษณะเป็น Premium Content ที่เป็นเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ สะท้อนให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามของประเทศไทย ซึ่งถือว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยให้กับต่างชาติได้อีกวิธีหนึ่งด้วย

(4) การส่งเสริมเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน และรายการที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมอันดีของประเทศไทย เพราะในปัจจุบันรายการที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนมักได้รับการตอบรับที่ไม่มากนัก ได้รับเรตติ้งที่น้อยกว่ารายการประเภทอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามรายการประเภทดังกล่าวถือว่าเป็นรายการที่มีความจำเป็นและ กสทช. ควรส่งเสริมให้มีรายการประเภทดังกล่าวมากขึ้น และเพื่อเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหารายการให้ครบและเหมาะสมกับผู้ชมครบทุกกลุ่ม ทุกวัย

3. การแสวงหาแนวทางในการกำกับดูแลผู้ให้บริการ OTT เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้ให้บริการ OTT

การกำกับดูแลผู้ให้บริการ OTT เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะช่วยให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรมมากยิ่งขึ้นให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์ในประเทศไทยเมื่อต้องแข่งขันกับผู้ให้บริการ OTT ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติ โดยในการกำกับดูแลสมควรอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลในด้านเนื้อหารายการที่คล้ายคลึงและเทียบเคียงได้ในระดับเดียวกันกับกฎเกณฑ์และประกาศที่ใช้บังคับกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ เช่น ในเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหารายการ ภายใต้ประกาศสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 นอกจากนี้การกำกับดูแล OTT ควรให้มีความเหมาะสมและช่วยคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น เนื้อหารายการที่มีความรุนแรง เพศและการใช้ภาษา ดังนั้นควรมีการบัญญัติกฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเพื่อให้อำนาจกับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลผู้ให้บริการ OTT และควรมีการออกกฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลที่อยู่ภายใต้มาตรฐานที่ใกล้เคียงและเทียบเคียงได้กับกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการโทรทัศน์ในระบบต่าง ๆ เพราะการไม่ควบคุมเนื้อหารายการที่มีความรุนแรง เพศและการใช้ภาษา ดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเลียนแบบของเด็กและเยาวชนไทยได้ ดังนั้นประเด็นในเรื่องนี้ความเกี่ยวข้องถึงความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน และเป็นประโยชน์สาธารณะที่หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการกำกับดูแล โดยหน่วยงานที่มีความเหมาะสมในการกำกับดูแล OTT คือ กสทช. เพราะมีความเชี่ยวชาญในการกำกับดูแลทางด้านการแพร่เสียงแพร่ภาพอยู่แล้ว พร้อมกับมีหน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงาน กสทช. ที่มีความพร้อมและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สามารถช่วยสนับสนุนการทำงานของ กสทช. ได้



4. การประสานและบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐในกำกับดูแลสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง

กสทช. ควรประสานความร่วมมือกับกองลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการคุ้มครองเนื้อหารายการอันเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ เช่น งานแพร่เสียงแพร่ภาพ งานภาพยนตร์ ตลอดจนการประสานความร่วมมือในการสร้างมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ทางเทคโนโลยีกับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ที่อาจได้รับผลกระทบจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในงานแพร่เสียงแพร่ภาพโดยอาศัยการใช้ข้อได้เปรียบทางเทคโนโลยี ในยุคที่มีการแข่งขันด้านเนื้อหารายการอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทย จึงคาดหมายได้ว่าจะต้องมีคดีเกี่ยวกับการทำซ้ำ ดัดแปลง หรือลอกเลียนรูปแบบการดำเนินรายการโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้น การตรวจสอบการได้มาเกี่ยวกับองค์ประกอบของเนื้อหารายการ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าองค์ประกอบทุก ๆ ส่วนที่ปรากฏในเนื้อหารายการนั้นจะไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดที่เป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจึงมีส่วนที่จะช่วยในการป้องกันปัญหาจากการละเมิดลิขสิทธิ์แก่ผู้ผลิตเนื้อหารายการได้

5. การใช้เทคโนโลยีในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

การยกระดับการใช้มาตรการทางเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการจำกัดการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ในรูปแบบดิจิทัล เช่น การจัดการสิทธิดิจิทัล (Digital Rights Management) หรือ DRM ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ด้านดิจิทัล โดยที่ผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ ผู้เผยแพร่ ผู้ถือลิขสิทธิ์ สามารถทำการจำกัดสิทธิในการเข้าถึง ใช้งาน ทำซ้ำ หรือดัดแปลง ซอฟต์แวร์ ไฟล์เพลง ไฟล์ภาพยนตร์ เพื่อช่วยป้องกันปัญหาการโจรกรรมสัญญาณการออกอากาศแบบดิจิทัล (Digital Piracy) เนื้อหารายการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

บรรณานุกรม

- กฤตนัน ดิษฐบรรจง, *กัณธนาภิหารนทางรอดในยุคที่วีดิทัศน์* (4 มกราคม 2563) songsue <<https://songsue.co/3241/>>.
- ดิษยุตม์ ธนบุญชัย, *กสทช. เลี่ยงยกเลิกกฎ 'Must Have-Must Carry' สำหรับฟุตบอลโลก* (12 มกราคม 2566) The Standard<<https://thestandard.co/nbtc-cancel-must-have-must-carry/>>.
- โพสต์ทูเดย์, *งบโฆษณาฯ คุมจกััด วีดิทัศน์ดึนหารายได้เสริม* (25 มกราคม 2563) โพสต์ทูเดย์ <<https://www.posttoday.com/market/news/561854>>.
- รุจิระ บุนนาค, *Must-carry และ Must-have ในระบบโทรทัศน์ไทย* (21 ตุลาคม 2562) เดลินิวส์ <<https://www.dailynews.co.th/article/233310>>.
- ศักดิ์พัฒน์ ธานี, *การกำหนดการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ Must-carry Rule และ Must-have Rule: ศึกษากรณีการถ่ายทอดรายการกีฬาในประเทศไทย* (นิติศาสตรมหาบัณัฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559).
- สำนักงานคณะกรรมการกัิจการกระจายเสียง กัิจการโทรทัศน์และกัิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, *รายงานสรุปผลการศึกษาแนวทางการกัักับดูแลการแข่งขันกัิจการโทรทัศน์ในยุคการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีของประเทศไทย* (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกัิจการกระจายเสียง กัิจการโทรทัศน์และกัิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2562).
- Asia Video Industry Association, *Pay TV Matrix for South Korea* (26 October 2019) South Korea <https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_Pay-TV-Matrix-2017-South-Korea.pdf>.
- Australian Communications and Media Authority, *Community broadcasting compliance & enforcement*, (11 July 2019) Standards and codes <<https://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Community-radio-and-TV/Codes-of-practice-and-compliance/community-broadcasting-compliance-and-enforcement.>>.
- Australian Department of Communications and the Arts, *Anti-siphoning* (25 January 2020) Publications <<https://www.communications.gov.au/policy/policy-listing/anti-siphoning>>.
- Deirdre Kevin and Agnes Schneeberger, “Access to TV platforms: must-carry rules, and access to free-DTT” (EU; European Audiovisual Observatory for the European Commission - DG COMM European Audiovisual Observatory, 2015).
- Felix Richter, *The Billion-Dollar Content Race* (8 December 2019) Statistia <<https://www.statista.com/chart/13076/video-content-spending.>>.Govtrack, S. 12 (102nd): *Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992* (21 January 2020) Wikipedia summary <<https://www.govtrack.us/congress/bills/102/s12/summary.>>.



- Hiromi Hayashi and Akira Marumo, *Japan: Telecoms, Media & Internet 2020* (25 January 2020) Japan <<https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/japan>>.
- Hyun Ho Eun and Sung Uk Park, *Korea* (25 January 2020) The Law Reviews<<https://thelawreviews.co.uk/edition/the-media-and-entertainment-law-review-edition-1/1211748/korea>>.
- Info-communications Media Development Authority of Singapore, *Acts and Regulations* (29 December 2018) IMDA <<https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/acts-and-regulations>>.
- Infoquest, 2019 Thailand Media Landscape (สถานที่; สำนักพิมพ์, 2019).
- Kim Gwangjae, “The Shape and Implications of Korea’s Telecommunication Industry: Crisis, Opportunity and Challenge” (2016) 4:4 *Australian Journal of Telecommunications and the Digital Economy*.
- Korea Communications Commission, *Overview* (6 October 2019) Korea Communications Commission <<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100>>.
- OECD, “*OECD Digital Economy Outlook 2015*” (Paris: OECD Publishing, 2015).
- Office of Communications, *Review of the pay TV wholesale must-offer obligation* (26 January 2020) Ofcom<https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0022/76081/Review-of-the-pay-TV-wholesale-must-offer-obligation-.pdf>.
- Office of Communications, *Code on Sports and Other Listed and Designated Events* (22 January 2020) Ofcom <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/35948/ofcom_code_on_sport.pdf>.
- Office of Communications, *What is Ofcom* (29 December 2018) Ofcom <<https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom/>>.
- R. Bruce Rich and Benjamin E. Marks, *The Media and Entertainment Law Review*, eds (London: Law Business Research, 2019).
- US Department of Justice Justice Information Sharing and Office of Justice Programs, *The Communication Act of 1934* (21 April 2019) statutes <<https://it.ojp.gov/privacyliberty/authorities/statutes/1288/>>.
- Vincent Miller, *Understanding Digital Culture* (London: SAGE Publications, 2011).
- Won H. Cho and Hye In Lee, *Korea: Telecoms, Media & Internet 2019* (6 October 2019) Taiwan <<https://iclg.com/practice-areas/telecoms-media-and-internet-laws-and-regulations/korea>>.

