

true HD

B4

ทริวิชั่นส์ เดินเกมปิดช่องคู่แข่งรอบด้าน
ระดมอาวุธดักตั้งแต่ HD ยัน Free to Air

ทริวิชั่นส์ เดินเกมปิดช่องคู่แข่งรอบด้าน ระดมอาวุธดักตั้งแต่ HD ยัน Free to Air

ถึงวันนี้ทีวีดาวเทียม หรือเคเบิลทีวี คงไม่ใช่เรื่องใหม่ของคนไทยอีกต่อไป ทีวีทางเลือกใหม่ที่เปลี่ยนโฉมสังคมไทย จากที่เคยมีให้ชม เพียง 5-6 ช่อง เพิ่มเป็นหลายสิบช่อง ร้อยช่อง จากเสาอากาศก้างปลา กลายเป็นจานรับสัญญาณดาวเทียมหลากสี ทั้งจานเล็ก จานใหญ่ ขึ้นไปอยู่แทนที่บนหลังคาบ้าน และความเชื่อมั่นของเจ้าของสินค้า และบริษัทโฆษณาที่แบ่งงบโฆษณาไปให้กับทีวีทางเลือกนี้มากขึ้นเรื่อยๆ

แต่ช่วงเวลาหนึ่งถึงสองปีที่ผ่านมาความคึกคักของธุรกิจทีวีดาวเทียม ไปอยู่ในปากของผู้เข้ามาใหม่ ทั้งผู้ผลิตช่องรายการ และผู้ผลิตจานดาวเทียม ผู้เล่นหน้าใหม่ๆ แต่เป็นยักษ์ใหญ่จากวงการบันเทิงแขนงต่างๆ กระโจนเข้าสู่ธุรกิจ เปิดสถานีทีวีดาวเทียมรวมๆ กันแล้วหลายสิบช่อง เช่นเดียวกับผู้ผลิตจานดาวเทียม ที่มองเห็นโอกาสจากตลาดซอฟต์แวร์ คอนเทนต์มีความหลากหลายมากขึ้น เกิดจานดาวเทียมแบรนด์ใหม่ๆ ที่มาพร้อมแผนการตลาดแบบมืออาชีพ ช่วยกระตุ้นให้ตลาดเติบโตอย่างรวดเร็ว จนดูเหมือนว่าชาวคราวความเคลื่อนไหวของเจ้าตลาดทีวีดาวเทียม ที่เปิดให้บริการในรูปแบบทีวีแบบบอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี ทริวิชั่นส์ มากกว่า 20 ปี เงียบหายไป

ย้อนกลับไปในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา เคเบิลทีวีที่ได้รับสัมปทานจากหน่วยงานรัฐอย่างถูกต้อง เป็นบริการที่ถูกมองว่า มุ่งเจาะตลาดบนเป็นหลัก เพราะมีค่าบริการที่ค่อนข้างสูง ค่าทริวิชั่นส์ ซึ่งเวลานั้นใช้ชื่อ

ว่า ยูบีซี ต้องระดมแผนการกระตุ้นตลาด ออกมากระตุ่นยอดขายกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแจกชุดเครื่องเสียง แจกทีวีจอยักษ์ โสมเทียมเตอร์ ไปจนถึงการหาคอนเทนต์ บิ๊กๆ อย่างฟุตบอลพรีเมียร์ลีก หรือการสร้างคอนเทนต์ของตนเองที่มีความแตกต่างจากฟรีทีวี แต่มีศักยภาพในการดึงดูดผู้ชมอย่างอะคาเดมี่ แฟนเทเชีย แต่มาถึงรอบปีที่ผ่านมา ทริวิชั่นส์ กลับมองการแข่งขันในธุรกิจทีวีดาวเทียมที่พัฒนาขึ้นมาอย่างค่อนข้างสงบนิ่ง ไม่มีแคมเปญใหญ่อะไรที่จะนำมาหยุดยั้งกระแสความแรงของทีวีดาวเทียม นอกจากการเดินแคมเปญปกติในแต่ละช่วงเวลา ทั้งพรีเมียร์ลีก 2009-2010 และ AF 6

จนมาถึงวันนี้ ธุรกิจทีวีดาวเทียมเริ่มสงบนิ่ง บิ๊กรายใหญ่เปิดตัวให้บริการกันพร้อมหน้า ประชาชนเริ่มความเข้าใจในสื่อใหม่นี้มากขึ้น เจ้าตลาด ทริวิชั่นส์ ก็กลับมารุกตลาดครั้งใหญ่อีกครั้ง และครั้งนี้ไม่ได้มาเพื่อจะเจาะตลาดใดตลาดหนึ่ง แต่ทริวิชั่นส์ตั้งเป้าจะกุมตลาดตั้งแต่ระดับบน ไปจนถึงระดับ

true
HD



ล่างให้ได้

ศุภชัย เจียรวนนท์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และประธานคณะผู้บริหาร บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) ในฐานะประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทรู วิชั่นส์ จำกัด(มหาชน) กล่าวถึงเทคโนโลยีการรับชม

ใหม่ล่าสุด TrueVisions High Definition หรือ TrueVisions HD ที่เปิดให้บริการ เพื่อเจาะกลุ่มสมาชิกระดับบน แพลททินัม และ โกลด์ แพคเกจ โดยเฉพาะว่า เป็นระบบการออกอากาศและรับสัญญาณภาพช่องรายการแบบ HD 1080 ที่ให้ความละเอียดคมชัดเหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง ส่งสัญญาณภาพออกอากาศแบบ Wide Screen เพิ่มพื้นที่ภาพเพื่อการรับชมที่เต็มตา พร้อมระบบเสียงคุณภาพรอบทิศทาง โดยทูริวิชั่นส์จะเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน 2 ช่องรายการในหมวดที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ TrueSport HD ช่อง 111 และ HBO HD ช่อง 112

“แม้ระบบ High Definition จะไม่ใช่เทคโนโลยีใหม่ของโลก เพราะปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในอเมริกา ยุโรป และบางประเทศในเอเชีย แต่ในประเทศไทย ทูริวิชั่นส์ถือว่าเป็นผู้ให้บริการรายแรก ซึ่งเชื่อมั่นว่าในอนาคตระบบ HD จะเปลี่ยนโฉมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยไปอย่างสิ้นเชิง คาดว่าภายใน 5-8 ปี ช่องรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย 90% จะเปลี่ยนเป็นการออกอากาศด้วยระบบ HD”

TrueVision HD ออกอากาศ 2 ช่อง ประกอบด้วย TrueSport HD ช่อง 111 ช่องกีฬาที่นำเสนอรายการแข่งขันกีฬาระดับโลก โดยไฮไลต์สำคัญคือ การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก, มวยสากลชิงแชมป์โลกรายการสำคัญ, เทนนิสรายการแกรนด์สแลม ฯลฯ โดยในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคมนี้ ทูริวิชั่นส์ได้รับลิขสิทธิ์จากอาร์เอส ในการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลก 2010 จากประเทศแอฟริกาใต้ในระบบ HD ครบทั้ง 64 นัด ส่วน HBO HD ช่อง 112 เป็นช่องภาพยนตร์อันดับ 1 ของโลก ที่รวมภาพยนตร์ระดับบล็อกบัสเตอร์ไว้มากมาย โดยมีภาพยนตร์กว่า 100 เรื่องต่อเดือนที่คัดสรรมาเพื่อการชมผ่านระบบ HD โดยเฉพาะ อาทิ Michael Jackson : That is it, Transformer, Harry Potter และ 2012 เป็นต้น

โดยสมาชิกทูริวิชั่นส์ แพลททินัม และ โกลด์ แพคเกจ สามารถใช้บริการ TrueVisions

HD ได้ ฟรีค่าติดตั้งและเชื่อมต่อสัญญาณ HD (จ่ายเพียงค่าประกันอุปกรณ์ 4,000 บาท ซึ่งจะได้รับคืนเมื่อบอกเลิกบริการ) คิดค่าบริการ HD เดือนละ 390 บาท ซึ่งผู้สมัครใช้บริการในช่วงเปิดตัวนี้ จะได้รับสิทธิพิเศษชมช่อง TrueVision HD ทั้ง 2 ช่องฟรี 1 เดือน

คุณชัย ตั้งเป้าหมายไว้ว่า จะมีสมาชิกในกลุ่มแพลททินัม และโกลด์ แพคเกจ เลือกใช้บริการ TrueVision HD ราว 10-15% หรือราว 30,000 -40,000 รายต่อปี และจะช่วยสร้างความคึกคักในการขยายตลาดลูกค้าในกลุ่มบน หลังจากจำนวนสมาชิกหยุดนิ่งอยู่ที่หลัก 400,000 ราย ชยับเขยื้อนไปไม่มากในช่วงปีที่ผ่านม

แต่ไม่เพียงแค่นั้นเท่านั้นที่ ทูริวิชั่นส์ให้ความสำคัญในปีนี้ เพราะการแข่งขันของธุรกิจทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวีที่ดุเดือดอยู่ในเวลานี้ มีสมรภูมิสำคัญอยู่ในตลาดล่าง ที่เป็นตลาดแมส มีมูลค่าสูงกว่าทูริวิชั่นส์ที่โดดลงมาเล่นในตลาดนี้ ด้วย 3 แพคเกจสำคัญ คือ ซิลเวอร์, โนว์เลส และทูไลฟ์ ฟรีวิว รวมไปถึงการขายงานแดง ก็ยังไม่สามารถสร้างความแข็งแกร่งซึ่งส่วนแบ่งในตลาดแมสให้กับทูริวิชั่นส์ได้ทันนัก แต่ในเร็วๆ นี้ ทูริวิชั่นส์ ก็เตรียมเปิดบริการใหม่ที่เข้ามาเสริมศักยภาพการทำตลาดแมสในรูปแบบ Free to Air

คุณชัยกล่าวว่า ทูริวิชั่นส์เตรียมเปิดตัวบริการช่องรายการ Free to Air จำหน่ายอุปกรณ์จานดาวเทียม และกล่องรับสัญญาณให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถรับชมช่องรายการจากทูริวิชั่นส์ และฟรีทีวีอื่นๆ รวมกว่า 40 ช่อง โดยไม่ต้องเสียค่าบริการรายเดือน เป็นการเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ให้กับทูริวิชั่นส์ ในด้านการตลาด การโฆษณา ควบคู่ไปกับการหาสมาชิก

“การเปิดให้บริการ Free to Air เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายสมาชิก และสร้างรายได้ให้กับทูริวิชั่นส์ เพราะเวลานี้กฎหมายเปิดช่องให้เคเบิลทีวีมีโฆษณาได้ พาร์ทเนอร์เอเจนซีต่างก็เรียกร้องเข้ามามาก ให้ทูริวิชั่นส์เดินมาในแนวทางนี้บ้าง เพราะมีรายการคุณภาพที่ผลิตขึ้นเองอยู่หลายรายการสามารถหาโฆษณาได้ไม่ยาก”

สำหรับแผนงานของทูริวิชั่นส์ในปี

คุณชัยกล่าวว่า เตรียมที่จะเปิดช่องรายการใหม่เพิ่มอีก 8 ช่อง โดยเป็นช่องที่ผลิตเองครึ่งหนึ่ง อีกครึ่งเป็นคอนเทนต์จากผู้ผลิตภายนอก โดยหนึ่งในช่องที่จะเปิดใหม่คือช่องข่าว TNN3 ในช่วงไตรมาสที่ 3 หลังจากประสบความสำเร็จจากช่อง TNN 1 และ 2 ซึ่งคุณชัยมองว่าเป็นรายการข่าวที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมระดับบน แต่ในส่วนผู้ชมระดับล่าง TNN3 จะเข้ามาตอบสนองทั้งเรื่องของท้องถิ่น การเกษตร ปัญหาของเกษตรกร การแก้ปัญหา ทางออก ตลอดจนการนำเสนอเรื่องราวที่สนับสนุนด้านคุณธรรมจริยธรรม อันเป็นช่องว่างของรายการข่าวในปัจจุบัน และก็น่าจะเป็นอีก 1 คอนเทนต์หัวหอกในการเจาะตลาดแมสของทูริวิชั่นส์ได้

ด้านองอาจ ประภาภมร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สาย Commercial บริษัททูริวิชั่นส์ จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า วันนี้ผู้ให้บริการช่องรายการทีวีดาวเทียมต่างมีความชัดเจนในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมุ่งไปที่กลุ่มแมสในทุกสาย ทูริวิชั่นส์ ซึ่งนอกเหนือจากบริการทูไลฟ์ ฟรีวิว และแพคเกจทูไลฟ์เลจที่เจาะตลาดกลุ่มแมสอยู่ก่อนหน้าแล้ว การที่จะเปิดแพคเกจใหม่ซึ่งเป็นบริการ Free to Air กว่า 40 ช่องรายการ ก็จะช่วยให้ทูริวิชั่นส์มีส่วนแบ่งในตลาดแมสอยู่ในระดับแนวหน้าได้ ขณะที่ตลาดบน การนำเสนอบริการ TrueVisions HD เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีของวงการโทรทัศน์ ที่ไม่มีใครทำได้ ซึ่งเป็นแนวโน้มนโยบายในการรักษาตลาดระดับบนที่ทูริวิชั่นส์จะเป็นผู้นำในการนำนวัตกรรมต่างๆ เทคโนโลยีระดับบน รวมถึงคอนเทนต์เอ็กซ์คลูซีฟ อาทิ การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ ที่ขณะนี้ทูริวิชั่นส์ได้ลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดต่อเนื่องอีก 3 ฤดูกาลเป็นที่เรียบร้อยแล้วมานำเสนอให้กับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง