

บทที่ 1



บทนำ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการพิจารณาจากงบประมาณในการโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ มักทุ่มงบประมาณเกือบทั้งหมดไปที่สื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ กลายเป็นความบันเทิงในครัวเรือนที่แทบจะขาดเสียมิได้ จึงทำให้เกิดการตื่นตัวในสื่อโทรทัศน์ทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน และเกิดการรวมตัวของกลุ่มนักธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ที่เสนอตัวเข้าประมูลสัมปทานเพื่อเปิดสัญญาณโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ถือได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของวงการโทรทัศน์ในประเทศไทยเลยทีเดียว โดยแต่ละกลุ่มบริษัทที่ร่วมกันเข้าประมูลนั้นต่างก็เป็นยักษ์ใหญ่ในวงการธุรกิจและวงการสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ อันจะเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันอย่างมากในด้านการนำเสนอด้านคุณภาพของรายการ ฯลฯ เพื่อแย่งชิงให้ผู้ชมเปิดรับช่องของตน นับเป็นการพัฒนาแบบก้าวกระโดดอย่างไม่เคยมีมาก่อนที่ประชาชนจะได้มีโอกาสเลือกรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงได้อย่างจับใจและหลากหลายมากขึ้น นอกจากนั้นยังบ่งชี้ให้เห็นว่าวงการธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยนับเป็นธุรกิจที่มีผลตอบแทนมูลค่ามหาศาลเลยทีเดียว ทำให้บริษัทเอกชนต่าง ๆ เสนอตัวเข้ามามีบทบาทกันมากขึ้น

นอกจากนี้การสื่อสารในปัจจุบันเป็นไปอย่างไม่มีการจำกัด ดังที่คนมักนิยมพูดกันเสมอว่า "การสื่อสารไร้พรมแดน" ทำให้คนไทยสามารถเลือกรับข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งสื่อต่าง ๆ ต่างก็พยายามอย่างเต็มความสามารถในการนำเสนอข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่ออีกฟากหนึ่งของซีกโลก ทั้งนี้ก็เพื่อแย่งชิงให้คนหันมาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง จากสื่อของตน โดยปกติแล้วคนต้องการแสวงหาข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงจากแหล่งใดก็จะชวนชวยเปิดรับจากแหล่งนั้น ไม่ว่าจะด้วยการเปิดรับโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือเปิดรับโดยการเสียค่าใช้จ่าย สิ่งที่น่าสนใจจากกรณีนี้ก็คือนอกจากการเปิดโทรทัศน์เพื่อแสวงหาข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง สามารถทำได้อย่างเสรี โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับใด ๆ ให้กับทางรายการ

ต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 11 และ ITV แต่ปัจจุบันได้มีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกเกิดขึ้น โดยผู้ที่ต้องการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์บอกรับสมาชิกจะต้องเสียค่าติดตั้งระบบสัญญาณและเสียค่าบริการรายเดือน ให้กับบริษัทผู้ที่เป็นเจ้าของสัมปทานสัญญาณตามแต่ทางแต่ละบริษัทจะกำหนด

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าศึกษาดูว่าในเมื่อมีโทรทัศน์เสรีให้เลือกชมรายการต่าง ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายถึง 5 ช่อง ดังกล่าวนี้แล้วคือ

สถานีโทรทัศน์ทีวีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก (ททบ 5)

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7

สถานีโทรทัศน์ทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.11)

ITV

แต่ก็ยังมีกลุ่มคนจำนวนมากที่ยอมเสียค่าติดตั้งอุปกรณ์รับสัญญาณและค่าบริการรายเดือนให้กับโทรทัศน์บอกรับสมาชิกเพื่อเลือกเปิดรับรายการข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงต่าง ๆ ตามความพึงพอใจของตน

### ประวัติความเป็นมาของ CABLE ในไทย

การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมานับเป็นเวลาหลายล้านปี และได้ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ ความพยายามของมนุษย์ในการทำการสื่อสารกันก็เพื่อมุ่งสู่ความเข้าใจร่วมกันไม่ว่าความพยายามดังกล่าวมานี้อาจจะกระทำได้ในลักษณะที่อยู่ต่อหน้า หรือด้วยความช่วยเหลือของเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีก็ตาม การที่มนุษย์จะมีความเข้าใจร่วมกันได้ ก็โดยการใช้สารสนเทศ (Informations) ร่วมกัน สารสนเทศนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารทุกรูปแบบ ตั้งแต่การสื่อสารที่อยู่ต่อหน้าสองคน การสื่อสารในกลุ่มชน หรือการสื่อสารจากคนเดียวไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก ด้วยความช่วยเหลือของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร (ศิริชัย ศิริกาเย,

จากความจำเป็นที่ต้องนำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีมาช่วยในการสื่อสาร ทำให้มีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือใหม่ ๆ ขึ้น ให้มีประสิทธิภาพดีแถมยังขึ้น ในการสนองความต้องการของมนุษย์ ด้านการสื่อสาร เช่นเดียวกับเกิดการเกิดกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก เพื่อแก้ปัญหาการรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ไม่ได้ดี จึงต้องมีการติดตั้งเสาอากาศที่มีประสิทธิภาพ และอยู่ในที่สูง ๆ แล้วต่อสายมาเข้าเครื่องรับโทรทัศน์ หรือเข้าเครื่องขยายสัญญาณโทรทัศน์ก่อน แล้วจึงต่อสายไปเข้าเครื่องรับโทรทัศน์ ตามบ้านสมาชิกอีกต่อหนึ่ง วิธีการนี้เรียกโทรทัศน์ทางสาย โดยใช้เสาอากาศรวม (Community Antenna Television) เรียกย่อ ๆ ว่า ซีเอ ทีวี (CATV) ต่อมาเรียกกันโดยทั่วไปว่า เคเบิลทีวี (Cable TV) ส่วนอีกวิธีการหนึ่งของโทรทัศน์บอกรับสมาชิก ในการส่งสัญญาณโทรทัศน์ นอกจากการต่อสายเคเบิลแล้ว ยังสามารถส่งสัญญาณโทรทัศน์ด้วยคลื่นไมโครเวฟ จากสถานีส่งไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ ตามบ้านสมาชิก โดยไม่ต้องต่อสายสัญญาณ แต่ต้องมีเครื่องถอดสัญญาณ ในการรับสัญญาณโทรทัศน์ไว้เฉพาะลูกค้าต่างหาก วิธีการนี้เป็นการแพร่ภาพโทรทัศน์ด้วยคลื่นวิทยุ เรียกว่าโทรทัศน์บอกรับสมาชิก หรืออาร์เอสทีวี (Radiated Subscription Television หรือเรียกย่อ ๆ ว่า RSTV)

กิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก เริ่มมีในเมืองแลนส์ฟอร์ด (Lansford) สหรัฐอเมริกาเป็นแห่งแรก โดยช่างซ่อมวิทยุโทรทัศน์ชื่อ โรเบิร์ต เจ. ทาร์ลตัน (Robert J. Tarlton) ในปี 2492 ทั้งนี้เพราะเมืองแลนส์ฟอร์ด อยู่ห่างจากสถานีโทรทัศน์ในเมืองฟิลาเดลเฟีย (Philadelphia) ประมาณ 66 ไมล์ แต่รับสัญญาณภาพไม่ได้ เพราะเมืองนี้ล้อมรอบไปด้วยภูเขา เขาจึงคิดแก้ปัญหา โดยการนำเสาอากาศ ไปติดตั้งบนยอดเขา แล้วต่อสายอากาศมาเข้าเครื่องขยายสัญญาณ จากนั้นส่งสัญญาณทางสายเคเบิล ไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ ตามบ้านสมาชิกต่าง ๆ โดยเก็บค่าสมาชิกเดือนละ 3 เหรียญ (RALPH LEE SMITH, 1972)

จากรายงานการสัมมนาทางราชการเรื่อง "อนาคตของเคเบิลทีวีในประเทศไทย" (นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534) กล่าวไว้

ในประเทศไทย กิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก เริ่มในต่างจังหวัดก่อน โดยเริ่มเป็นครั้งแรกที่จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเดือนธันวาคม 2525 แล้วเริ่มขยายแนวคิดนี้ไปตามจังหวัดต่าง ๆ มากขึ้น ปัจจุบันมีบริษัทที่เปิดดำเนินกิจการทั่วประเทศ ประมาณ 40 บริษัท รายการส่วนใหญ่เปิดให้สมาชิกได้รับชม มักจะเป็นการเปิดวีดิโอเทปจากภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ แล้วต่อสายไป

ยังเครื่องรับโทรทัศน์ของสมาชิกบ้านต่าง ๆ บางแห่งมีการจัดรายการข่าวท้องถิ่นคืนรายการ ประกอบไปด้วย เช่น บริษัทโทรทัศน์บอกรับสมาชิกที่จังหวัดจันทบุรี การเกิดกิจการนี้ น่าจะมาจากปัจจัย 3 ประการคือ เป็นช่วงที่วิดีโอเทปกำลังเข้ามาใหม่ ๆ มีมันเทปภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ มากมาย และโทรทัศน์ในช่วงนั้น ยังไม่มีภาคกลางวัน และยังไม่ได้แพร่ภาพตลอด 24 ชั่วโมง ประกอบกับธุรกิจในด้านจังหวัด ไม่เร่งรีบและทำการแข่งขันกันมากนัก โทรทัศน์ในการบอกรับสมาชิก จึงเป็นเพื่อนแก่หงา ในหมู่สมาชิกเป็นอย่างดี มีข้อนำคิดประการหนึ่ง แม้บริษัทผู้ประกอบกิจการ จะไม่มีปัญหาในการวางสายสัญญาณโทรทัศน์ผ่านเสาไฟฟ้า เพราะได้ตกลงกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ปัญหาด้านกฎหมาย ยังเป็นสิ่งนำคิดอยู่ว่า บริษัทเหล่านี้ จะดำเนินการอย่างไรท่ามกลางความไม่ชัดเจนของกฎหมาย ที่มาของโทรทัศน์บอกรับสมาชิก อีกส่วนหนึ่งมาจาก จุดบอกของการรับสัญญาณโทรทัศน์ ในหลายส่วนของประเทศไทย” เช่น ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน และบางส่วนของจังหวัดพังงา จึงได้ขออนุมัติ จากกรไปรษณีย์ โทรเลข และคณะกรรมการบริหารวิทยุและโทรทัศน์ ในการจัดตั้งงานรับสัญญาณโทรทัศน์จากดาวเทียม แล้วต่อไปยังเครื่องขยายสัญญาณ เพื่อส่งสัญญาณโทรทัศน์ตามสายไปยังเครื่องรับของประชาชนตามบ้านต่าง ๆ”

จากนั้นมา ในปี 2526 มีการตกลงข่าวถึงความพร้อมที่จะดำเนินกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกถึง 2 กลุ่มด้วยกันคือ บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ และ อ.ส.ม.ท. ร่วมกับบริษัท เคลียร์วิว อินเทอร์เน็ตอินชันทแนล (Clear View International) ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้จะทำการส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ อาร์เอสทีวี และ ซีเอทีวี ทำให้สื่อมวลชนต่าง ๆ ให้ความสนใจ

โดยมีการแสดงความคิดเห็นมากมาย ฝ่ายที่เห็นด้วยก็คิดในด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปิดหูเปิดตาให้กว้างขวางออกไป “โดยเฉพาะจากรัฐมนตรีกระทรวงคมนาคม นายสมัคร สุนทรเวช) แสดงด้วยวาจา ในการแสดงนิทรรศการ วันที่ 16 มิถุนายน 2526 มีข้อแย้งพอสรุปได้ว่า จะกระทบกระเทือน การผลิตรายการในประเทศ วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามีอิทธิพลมากเกินไป เป็นความฟุ่มเฟือยเกินฐานะคนไทย” (นิตยสารโลกวิดิโอ, 2527)

จากเอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “เคเบิลทีวี: บทบาทใหม่ต่อสังคมไทย (ธรรมศาสตร์, 2537) ระบุว่า มีการตั้งคณะกรรมการขึ้นใน อ.ส.ม.ท. เพื่อศึกษาปัญหาด้านนี้ เมื่อ วันที่ 17 มิถุนายน 2526 และนำเสนอคณะรัฐมนตรี แต่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่วงนั้นคนไทยยังสับสน จึงได้ระงับเรื่องนี้ไว้ก่อน จนกว่าจะมีการร่างกฎหมายเกี่ยวกับด้านนี้ออกมาบังคับใช้

ต่อมาเดือนมีนาคม 2532 คณะรัฐมนตรี เห็นชอบในหลักการให้ดำเนินการโทรทัศน์ ตามสายระบบบอกรับสมาชิกได้โดย อ.ส.ม.ท. และคณะรัฐมนตรีเป็นผู้ดูแล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งสัญญาณไปยังพื้นที่ที่รับสัญญาณโทรทัศน์ไม่ได้และเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในวันที่ 17 เมษายน 2532 อ.ส.ม.ท. ได้ทำสัญญากับบริษัทไอบีซี เคเบิลทีวี ร่วมกันดำเนินการใน กรุงเทพมหานคร ส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบ อาร์เอสทีวี จากอาคารสำนักงานที่ราชวัตร และ ย้ายเสาอากาศไปอยู่ชั้นสูงสุดของอาคารใบหยก ในรัศมี 50-60 กิโลเมตร

บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติง คอร์ปอเรชัน หรือ ไอบีซี (International Broadcasting Corporation Limited หรือ IBC) มีสัญญากับ อ.ส.ม.ท. ในการส่งสัญญาณโทรทัศน์ เป็นเวลา 20 ปี พร้อมกับประกันรายได้ขั้นต่ำให้กับ อ.ส.ม.ท. ทั้งสิ้น 120,895,000 บาทส่วนรายได้ ขั้นสูงคือ 6.5% แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท หลังจาก IBC ได้รับสัมปทานไม่นานนัก อ.ส.ม.ท. ก็อนุมัติ ให้บริษัทเอกชนเข้ามาร่วมทำโทรทัศน์บอกรับสมาชิก อีกรายหนึ่งคือ บริษัทสยามบรอดแคสติง แอนด์คอมมิวนิเคชัน หรือเอสบีซี (Siam Broadcasting and Communication หรือ SBC หรือที่เรียก กันทั่วไป ไทยสกายทีวี (Thai sky TV) มีสถานีส่งสัญญาณ บนอาคารแปซิฟิค ทาวเวอร์ ของเครื่อง ส่งสัญญาณโทรทัศน์ทั้ง 2 บริษัท อ.ส.ม.ท. ได้ควบคุมไว้ไม่ให้เกิน 100 วัตต์ และเมื่อปลายปี 2538 ได้มีโทรทัศน์บอกรับสมาชิกรายใหม่เกิดขึ้นอีก 1 รายคือ บริษัทยูนิเวอร์แซล เคเบิล ทีวี เน็ทเวอร์ค จำกัด (มหาชน) หรือ ยูทีวี โดยการรวมระหว่างองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) กับบริษัททีเลคอม โฮลดิ้ง จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการโทรทัศน์ บอกรับสมาชิก ทำการส่งสัญญาณผ่านใยแก้วนำแสง ระบบโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม และส่งในระบบคลื่นความถี่แนวอนอน ซึ่งจะพิจารณาจากความต้องการของตลาดและสภาพภูมิประเทศ

การแข่งขันของธุรกิจโทรทัศน์บอกรับสมาชิกนับว่าเป็นของใหม่ของคนไทยอยู่ไม่น้อย และเกมแข่งขันส่วนหนึ่งคือ การขยายตลาด ซึ่งการเข้ามาของเอสบีซีนั้น นอกเหนือจากการแข่งขันกันโดยตรงกับไอบีซี แล้วยังจะช่วยเพิ่มเติม การยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้นไปด้วย อย่างไรก็ตามลักษณะการส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบอาร์เอสทีวี ของบริษัททั้งสอง ถึงแม้ผู้ชมจะรับชม ได้เฉพาะผู้ที่บอกรับการเป็นสมาชิก แต่ลักษณะการส่งสัญญาณเช่นนี้น่าจะเรียกได้ว่าเป็นการ เกิดของสถานีโทรทัศน์ขึ้นมาอีก 2 แห่งในประเทศไทย ในขณะที่เรามีอยู่ทั่วประเทศถึง 13 สถานี แยกเป็นส่วนกลาง 5 สถานี และส่วนภูมิภาค 8 สถานี เมื่อมีสถานเป็นสถานีโทรทัศน์ "การ ดำเนินกิจการจึงเป็นไปได้ ที่รัฐจะปล่อยให้เอกชนดำเนินกิจการ โดยไม่มีการควบคุม เพราะสื่อ

หอสมุดกลาง สถาบันวิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



มวลชนลักษณะนี้เป็นสื่อมวลชนที่รัฐบาลผูกขาดการเป็นเจ้าของโดยมีหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจเป็นเจ้าของสถานี่ (เช่น ช่อง 5, ช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาค) แต่ในการปฏิบัตินั้น รัฐบาลหรือหน่วยราชการที่เป็นเจ้าของสถานี่ มิได้ดำเนินการจัดรายการเองทั้งหมด หากปล่อยให้เอกชนเข้ามาซื้อเวลาออกอากาศเอง” ปัจจุบันบริษัททั้ง 3 ที่เข้ามาดำเนินการกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก อย่างเต็มรูปแบบ อยู่ในความดูแลขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ทำการออกอากาศ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนี้

### ไอบีซี เคเบิลทีวี

- ช่องที่ 1 ช่องข่าวและกีฬา
- ช่องที่ 2 ช่องบันเทิง
- ช่องที่ 3 ช่องบันเทิงและวาไรตี้
- ช่องที่ 4 ช่องกีฬา
- ช่องที่ 5 ช่องภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศ
- ช่องที่ 6 ช่องภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์จี(พากย์ภาษาไทย)
- ช่องที่ 7 ช่องการ์ตูนและรายการสำหรับเด็ก
- ช่องที่ 8 ช่องสารคดี
- ช่องที่ 9 ช่องรายงานสดและกิจกรรมพิเศษ

### ไทยสกาย ทีวี

- ช่องที่ 1 ช่องข่าว
- ช่องที่ 2 ช่องรายการดนตรี
- ช่องที่ 3 ช่องภาพยนตร์
- ช่องที่ 4 ช่องภาพยนตร์
- ช่องที่ 5 ช่องข่าวกีฬา
- ช่องที่ 6 ช่องรายการวาไรตี้
- ช่องที่ 7 ช่องกีฬา
- ช่องที่ 8 ช่องข่าว CNN
- ช่องที่ 9 ช่องภาพยนตร์
- ช่องที่ 10 ช่องภาพยนตร์

- ช่องที่ 11 ช่องรายการเกี่ยวกับศาสนาพุทธ
- ช่องที่ 12 ช่องรายการเกี่ยวกับศาสนาคริสต์
- ช่องที่ 13 ช่องรายการเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม

### ยูทิว

- ช่องที่ 1 ช่องภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศ
- ช่องที่ 2 ช่องภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศ
- ช่องที่ 3 ช่องวาไรตี้
- ช่องที่ 4 ช่องการ์ตูน
- ช่องที่ 5 ช่องกีฬา
- ช่องที่ 6 ช่องกีฬา
- ช่องที่ 7 ช่องสารคดี
- ช่องที่ 8 ช่องข่าว
- ช่องที่ 9 ช่องดนตรีต่างประเทศ
- ช่องที่ 10 ช่องรายการดนตรีคันทรี
- ช่องที่ 11 ช่องดนตรีในประเทศไทย
- ช่องที่ 12 ช่องการศึกษา
- ช่องที่ 13 ช่องข่าว
- ช่องที่ 14 ช่องข่าวทวีปเอเชีย
- ช่องที่ 15 ช่องข่าวเศรษฐกิจทั่วโลก
- ช่องที่ 16 ช่องวาไรตี้จากประเทศจีน
- ช่องที่ 17 ช่องรายการภาษาฝรั่งเศส

นอกจากนี้ทั้ง 2 บริษัท ได้ทำการผลิตข่าวในประเทศ เป็นข่าวด่วนทุกครึ่งชั่วโมง สดท้ายหากบริษัทที่ดำเนินกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกอย่างเต็มรูปแบบ หันมาจับมือกับบริษัท โทรทัศน์บอกรับสมาชิก ในจังหวัดต่าง ๆ โดยเฉพาะเริ่มแรกในเขตรอบกรุงเทพมหานคร เพื่อขจัด ปัญหาลิขสิทธิ์ จะทำให้เทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านนี้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น สิทธิทางการสื่อสารของคนไทย ได้รับการตอบสนองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสิทธิที่เรียกว่า สิทธิที่จะรู้ (Right to Know) เป็น สิทธิที่เราจะได้รับความรู้ข่าวสารมากขึ้นจากสังคม ประชาชนจะสามารถเลือกรับสารทางใดก็ได้

ทั้งนี้เพราะโทรศัพท์มือถือรับสมาชิกเกิดขึ้นจากจุดบอดของโทรศัพท์หลายประการ เช่น การรับสัญญาณโทรศัพท์ไม่ได้ มีโฆษณามากเกินไป ช่วงระยะเวลาการออกอากาศและเนื้อหาของรายการ ไม่สนองความต้องการรับดูของประชาชนบางกลุ่ม แต่ในโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก มีการแบ่งเนื้อหารายการออกเป็นประเภท และแยกออกตามช่อง ตามสิทธิการเลือกรับสาร ในการสื่อสารของคนในสังคม

จากการพัฒนาการทางด้านอิเล็กทรอนิกส์อยู่ตลอดเวลา มีผลให้โทรศัพท์มือถือรับสมาชิกได้รับการพัฒนา อย่างไม่หยุดเช่นกัน จึงเป็นสิ่งที่น่าติดตามศึกษากระบวนการของโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก ในประเทศไทยว่า ต้องมีการพัฒนาต่อไปอีก โดยเฉพาะปัจจุบันมีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นเครื่องบ่งชี้ว่า ในอนาคต กระบวนการโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก ต้องมีการพัฒนามากขึ้นไปกว่าที่เป็นอยู่อย่างแน่นอน เช่น นอกจากจะมีการแข่งขัน ในเชิงธุรกิจ ระหว่าง 2 บริษัท ที่ดำเนินกิจการโทรศัพท์มือถือรับสมาชิกอย่างเต็มรูปแบบแล้ว ยังปัจจัยจากระบบโทรศัพท์แบบเดิม ทั้ง 13 สถานี โดยเฉพาะ 5 สถานีในส่วนกลาง ที่เตรียมพร้อมขานรับนโยบายของรัฐบาล ในการปรับเวลาการออกอากาศ ตลอด 24 ชั่วโมงในอนาคตบริษัทที่ดำเนินกิจการด้านโทรศัพท์มือถือรับสมาชิกที่ยังไม่ได้นำมาใช้เพื่อแข่งขันกับสถานีการณต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยต่อผลกระทบ ในด้านกรดำเนินธุรกิจ ที่สำคัญคือการครองใจลูกค้า การพัฒนาขีดความสามารถของโทรศัพท์มือถือรับสมาชิกที่ตามมาคือ การขยายกิจการ และการส่งสัญญาณโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก ให้ครอบคลุมจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยมากขึ้น

ด้วยเหตุที่โทรศัพท์มือถือรับสมาชิก เป็นสื่อใหม่ที่เพิ่งเข้ามาสู่การรับดูของคนไทย แต่มีการดำเนินการเพื่อการจัดตั้งยาวนาน และพัฒนากิจการอย่างรวดเร็วหลังจากได้รับการอนุมัติให้ดำเนินกิจการ ซึ่งบริษัทในต่างจังหวัดทั้ง 40 บริษัท และในกรุงเทพมหานคร อีก 3 บริษัท ต่างก็มีการแข่งขันในเชิงธุรกิจเป็นอย่างสูง ซึ่งบริษัทเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการสื่อสารมวลชน ทั้งในแง่ผู้ส่งสารเนื้อหาของสาร และรวมทั้งผู้รับสารด้วย ประกอบกับที่ทางภาครัฐบาลก็ได้มีรายการโทรศัพท์ที่สามารถเปิดรับได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแล้ว แต่ก็ยังมีผู้ที่ยินดีเสียค่าบริการติดตั้งระบบโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจที่ผู้เป็นสมาชิกโทรศัพท์มือถือรับสมาชิกมีต่อโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของภาครัฐบาลที่จะสามารถเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจในการเปิดรับโทรศัพท์ได้กว้างขึ้น นอกจากนี้



ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในการปรับปรุงคุณภาพและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ที่เป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
3. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับโทรทัศน์กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
5. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของส่วนผสมทางการตลาดกับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

### ปัญหานำในการวิจัย

1. สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีลักษณะทางประชากรต่างกันมีความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
2. สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตต่างกันมีความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
3. สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ทางโทรทัศน์ ต่างกันมีความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
4. การใช้ประโยชน์จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
5. ส่วนผสมทางการตลาด (Product, Price, Place, Promotion) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

## ขอบเขตในการวิจัย

ในการวิจัยหัวข้อ.. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก" เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกอยู่แล้ว เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

## สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานข้อที่ 1:** สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ: ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม: ความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
- สมมติฐานข้อที่ 2:** สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตต่างกัน มีความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ: รูปแบบการดำเนินชีวิต
- ตัวแปรตาม: ความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
- สมมติฐานข้อที่ 3:** สมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ต่างกัน มีความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ: การเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์
- ตัวแปรตาม: ความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
- สมมติฐานข้อที่ 4:** การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
- ตัวแปรอิสระ: การใช้ประโยชน์จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
- ตัวแปรตาม: ความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

**สมมติฐานข้อที่ 5:** ส่วนผสมทางการตลาด (Product, Price, Place Promotion) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก

ตัวแปรอิสระ: ส่วนผสมทางการตลาด (Product, Price, Place, Promotion)

ตัวแปรตาม: ความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรศัพท์มือถือรับสมาชิก

## นิยามคำศัพท์

**โทรศัพท์มือถือรับสมาชิก** หมายถึง โทรศัพท์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก หรือเรียกกันโดยทั่วไปว่าเคเบิลทีวี มีระบบการส่งสัญญาณด้วยสายเคเบิล โดยผู้ที่รับชมได้ ต้องชำระค่าสมาชิก และได้รับการติดตั้งอุปกรณ์การรับสัญญาณโดยเฉพาะจากบริษัทผู้ประกอบการ

**ลักษณะทางประชากร** หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ รายได้การเป็นเจ้าของสิ่งของที่บ่งบอกถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เครื่องเล่นวิดีโอ เครื่องเล่นเลเซอร์ดีสก์ วิทยุ โทรทัศน์ ทีวีสี เครื่องปรับอากาศ/ฟอกอากาศ กล้องถ่ายภาพวิดีโอ โทรศัพท์มือถือ วิทยุติดตามตัว คอมพิวเตอร์ บัตรเครดิต(ไม่รวมบัตรเครดิต)

**รูปแบบการดำเนินชีวิต** หมายถึง กิจกรรม ความสนใจ ความเห็น

กิจกรรม ประกอบด้วย เล่นกีฬา, เล่นคอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต, เล่นวิดีโอเกม ดูโทรทัศน์ ทำงานอดิเรก หาความรู้เพิ่มเติมจากที่ต่างๆ ดูภาพยนตร์ ซื้อมีดวีดีโอ ไปเที่ยวกับเพื่อน

ความสนใจ ประกอบด้วย ความสนใจเกี่ยวกับครอบครัว, งาน, บ้านเท็ง

ความเห็น ประกอบด้วย ความเห็นเกี่ยวกับครอบครัว, สังคม, การศึกษา,

การเมือง

**การเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์** หมายถึง ความบ่อยครั้ง, ระยะเวลาเปิดรับชมข่าวสารทางโทรทัศน์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการจากการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิก แบ่งเป็นเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์บอกรับสมาชิก และประเภทรายการที่เลือกเปิดรับจากโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

**การใช้ประโยชน์** หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์บอกรับสมาชิกไปใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง

**ส่วนผสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดอันประกอบไปด้วย สินค้า ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย (Product Price Place Promotion)

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก จะทำให้ทราบถึง

1. จะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
2. จะทราบถึงความต้องการในการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบรายการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกให้สอดคล้องและเป็นไปตามความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย