บทที่ 7

สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการให้บริการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อศึกษาถึงแบบแผนในการเปิดรับของสมาชิกระบบโทรทัศน์บอกรับสมาชิกที่มีต่อรายการต่างๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะของสมาชิกระบบโทรทัศน์บอกรับสมาชิก เพื่อให้ทราบรูปแบบการให้บริการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกที่ตอบสนองความต้องการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางแก่โทรทัศน์บอกรับสมาชิกในอนาคตให้สามารถเอื้อประโยชน์แก่ผู้บริโภคสูงสุด

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการให้บริการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความต้องการของผู้บริโภคได้ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม ของกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 39 มีอายุระหว่าง 26–30 ปี และกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 58 เป็นเพศชาย
2. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 57 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี
3. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 40 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/พนักงานเอกชน
4. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 49 มีรายได้ส่วนตัว/เดือน 10,001– 20,000 บาท
5. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 61 มีรายได้ครอบครัว/เดือน มากกว่า 50,001 บาท

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้านการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก ยูบีซี

1. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 73 เป็นสมาชิกประเภทโกลด์แพ็กเกจ เพราะมีความน่าสนใจของเนื้อหารายการและมีความหลากหลายมากกว่าแพ็กเกจอื่น รวมทั้งช่องที่ต้องการรับชมบรรจุอยู่ในแพ็กเกจนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 82 ชำระค่าสมาชิกเป็นรายเดือน เนื่องจากไม่ต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าเป็นจำนวนมาก แม้ว่าทางยูบีซีจะมีแผนทางการตลาด จูงใจให้สมาชิกชำระค่าสมาชิกเป็นรายปีได้รับสิทธิพิเศษดูฟรี 1 เดือน แต่กลุ่มตัวอย่าง ยังคงเลือกชำระค่าสมาชิกเป็นรายเดือนเพราะมีวิธีการชำระค่าสมาชิกได้หลายวิธีมีความสะดวกสามารถ เช่น การชำระผ่านบัญชีธนาคาร, ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น
3. กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีจำนวนร้อยละ 25 ประกอบไปด้วยกลุ่มที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกยูบีซี 1-2 ปี กลุ่มที่เป็นสมาชิกยูบีซี 2 ปีขึ้นไป กลุ่มที่เป็นสมาชิกเดิมของไอบีซีมาก่อนและกลุ่มที่เป็นสมาชิกยูทีวีมาก่อน
4. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 47 รับชมรายการโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับใกล้เคียงกับการรับชมรายการของยูบีซีและกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 42 รับชมรายการโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับน้อยกว่าการรับชมรายการของยูบีซี
5. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 42 มีระยะเวลาในการเปิดรับโทรทัศน์ 1-3 ชั่วโมง/วัน โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 32 มีช่วงเวลาที่เปิดรับโทรทัศน์ คือ ช่วง 17.00– 21.00 น. รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 21 เปิดรับโทรทัศน์ในช่วงเวลา 21.00–24.00 น.
6. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 41 มีความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับ 5-6 วัน/สัปดาห์, กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 43 มีความถี่ในการเปิดรับยูบีซี 7 วัน/สัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 7 มีความถี่ในการเปิดรับยูบีซี 1-2 วัน/สัปดาห์ เพราะ 1) มีเวลาว่างไม่ตรงกับรายการที่สนใจ (ร้อยละ 57.14), 2) นิยมชมรายการของโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าบอกรับมากกว่า (ร้อยละ 28.57) และ 3) ไม่มีเวลาในการรับชมยูบีซี (ร้อยละ 14.29)

<u>ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสมัครเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซี</u>

1. ด้านเนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 79 มีเหตุผลประกอบการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกยูบีซีเพราะยูบีซีมีการถ่ายทอดสด, มีการนำเสนอรายการ 24 ชั่วโมง และรายการมีความน่าสนใจ หลากหลาย รวมทั้งยังมีรายการที่ให้ความรู้ สาระ บันเทิง ตอบสนองต่อความต้องการได้ดี

2. ด้านเทคโนโลยีและการบริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 59 ติดตั้งยูบีซีเพื่อให้ได้รับสัญญาณภาพที่ชัดเจน
3. ด้านสิทธิประโยชน์ กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 57 เห็นว่าการสมัครเป็นสมาชิกยูบีซีมีเคมเปญที่คุ้มค่าต่อการสมัครเป็นสมาชิก เนื่องจากมีรายการการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น สมัครสมาชิกยูบีซีแล้วได้รับโทรศัพท์มือถือหรือชุดเครื่องเสียง เป็นต้น

<u>ความถี่ของกลุ่มช่องรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซี</u>

กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 81 นิยมรับชมกลุ่มช่องข่าวที่ผลิตภายในประเทศ รองมาลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68 นิยมรับชมกลุ่มช่องรายการบันเทิงทั่วไป และกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 59, 58 และ 55 นิยมรับชมกลุ่มช่องรายการกีฬา, กลุ่มช่องรายการภาพยนตร์จากต่างประเทศ และกลุ่มช่องรายการสารคดี ตามลำดับ สำหรับช่องรายการภาษาญี่ปุ่น ซึ่งเป็นช่องรายการที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม ในการรับชมพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 100 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่บอกรับช่องพิเศษนี้ นิยมรับชมช่อง NHK

สำหรับกลุ่มช่องรายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับชมพบว่า ช่องรายการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นอันดับที่ 1 คือ ช่อง HBO รองลงมาคือ ช่อง X-ZYTE, NATION CHANNELและ DISCOVERY CHANNEL ตามลำดับ ส่วนช่อง ITV เป็นช่องรายการของโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับ ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับชมมากเป็นลำดับที่ 5

<u>ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการรับชมโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซี</u>

1. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 58 มีความพอใจในการรับชมรายการของยูบีซี เพราะได้รับชมการถ่ายทอดสดกีฬาและงานแจกรางวัลซึ่งแตกต่างจากโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับ ที่มักเป็นการบันทึกเทป รวมทั้งเนื้อหารายการมีความหลากหลาย แต่กลุ่มตัวอย่างก็ต้องการเลือกซื้อเฉพาะกลุ่มช่องรายการ ที่ได้ใช้ประโยชน์จริงและเห็นว่า อาจทำให้ราคาค่าสมาชิกลดลงจากปัจจุบัน
2. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 37 พอใจมากกับการรับชมรายการของยูบีซี เพราะยูบีซีมีรายการที่น่าสนใจ, มีรายการถ่ายทอดสด, มีหลายช่วงเวลาให้เลือกรับ

ชมรายการ รวมทั้งเนื้อหารายการมีความหลากหลายตอบสนองต่อความต้องการทำให้ได้รับความผ่อนคลาย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างก็ต้องการเลือกซื้อเฉพาะช่องรายการ เพื่อที่จะได้ใช้ประโยชน์จากช่องรายการทุกช่อง และเห็นว่า ยูบีซีอาจมีช่องรายการใหม่ๆ ที่น่าสนใจจัดให้แก่สมาชิกมากขึ้น

3. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 5 ไม่พอใจในการรับชมรายการของยูบีซีเพราะปัญหาด้านการให้บริการ, รายการมีการออกอากาศซ้ำและเก็บค่าสมาชิกแพง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างไม่พอใจในด้านเทคโนโลยี ที่มีปัญหาในการรับชม เช่น เวลาฝนตกหรือมีเมฆหนาๆ มาบดบัง สมาชิกในระบบจานดาวเทียม จะไม่สามารถรับชมได้ และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ต้องการที่จะเลือกซื้อเฉพาะช่องรายการที่สนใจ เพราะเชื่อว่าราคาค่าสมาชิกจะลดลง และสามารถใช้ประโยชน์จากช่องรายการได้จริง

<u>ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อราคาที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มช่องรายการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซี</u>

1. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 81, 53 และ 43 เลือกกลุ่มช่องรายการที่ควรมีราคา 100–200 บาท ประกอบไปด้วย กลุ่มช่องรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา, กลุ่มช่องรายการภาษาจีน และกลุ่มช่องรายการภาษาฝรั่งเศส ตามลำดับ
2. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 67 และ 63 เลือกกลุ่มช่องรายการที่ควรมีราคา 201–300 บาท ประกอบไปด้วย กลุ่มช่องรายการภาพยนตร์จากต่างประเทศ และกลุ่มช่อง รายการบันเทิงทั่วไปตามลำดับ
3. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 74 และ 62 เลือกกลุ่มช่องรายการที่ควรมีราคา 301–400 บาท ประกอบไปด้วย กลุ่มช่องรายการกีฬาและกลุ่มช่องรายการสารคดีตามลำดับ
4. กลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 78 เลือกกลุ่มช่องรายการที่ควรมีราคามากกว่า 401 บาท ประกอบไปด้วย กลุ่มช่องรายการภาษาญี่ปุ่น
5. กลุ่มช่องรายการภาพยนตร์ของยูบีซี และกลุ่มช่องรายการเด็ก กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อราคาที่เหมาะสมในช่วงราคา 100–200 บาท และราคา 201–300 บาท กลุ่มช่องข่าวที่ผลิตโดยผู้ผลิตต่างประเทศ,กลุ่มช่องข่าวที่ผลิตใน

ประเทศ และกลุ่มช่องรายการเพลง/ละครสั้นจบในตอน จะอยู่ในช่วงราคา 201–300 บาท และ 301–400 บาท

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการให้บริการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความต้องการของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซีพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับสูง คือ ระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีมาก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่มองว่าราคาค่าสมาชิกสูงเกินไป อย่างไรก็ดีความพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ภายใต้เงื่อนไขของความพอใจแบบจำยอม เนื่องจากปัจจุบันไม่มีทางเลือกในการรับชมโทรทัศน์บอกรับสมาชิก สำหรับผู้บริโภคที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ยูบีซีจึงเป็นทางเลือกเดียวที่มีอยู่ การบอกรับเป็นสมาชิกเพราะต้องการสร้างทางเลือกให้กับตนเอง

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสมัครเป็นสมาชิกยูบีซี พบว่ายูบีซีนำเสนอรายการที่แตกต่างจากโทรทัศน์ไม่เสียค่าบอกรับ เช่น มีการถ่ายทอดสดรายการกีฬา รายการสารคดี ช่องรายการภาพยนตร์จากต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยในด้านเทคโนโลยีก็เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสมัครเป็นสมาชิกยูบีซี ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับสัญญาณภาพที่คมชัด เพราะมีระบบการส่งสัญญาณภาพในระบบเคเบิลใยแก้วนำแสงและระบบจานดาวเทียม สัญญาณภาพที่ได้รับจึงมีความชัดเจนกว่าการรับสัญญาณภาพในระบบทั่วไป ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบของยูบีซี ซึ่งเกิดจากการที่บริษัท เทเลคอมเอเชีย เป็นบริษัทโทรคมนาคมใหญ่และมีโครงข่ายเคเบิลใยแก้วของตนเอง นอกจากนี้การเชื่อมต่อกับโครงข่ายสื่อสารผ่านดาวเทียมไทยคมของบริษัทชินวัตรแซทเทิลไลท์ทำให้ยูบีซีสามารถขยายเครือข่ายการให้บริการได้ทั่วประเทศ ปัจจัยที่ได้เปรียบของยูบีซีในด้านต่างๆ อีกด้านหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้ามาแข่งขัน เพราะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการเช่า หรือสร้างโครงข่ายของตนเอง รวมทั้งต้องมีเงินทุนสำรอง เพื่อรองรับการขาดทุนติดต่อกันเป็นเวลาหลายปี จนกว่าจะสามารถสร้างระดับฐานสมาชิกให้อยู่ในระดับที่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ยูบีซีเข้าสู่ตลาดได้ก่อน ยิ่งทำให้ยูบีซีอยู่ในฐานะได้เปรียบจนไม่มีคู่แข่งขัน ซึ่งในส่วนนี้รัฐได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างทางเลือกแก่ผู้บริโภคให้เกิดขึ้น โดยได้ดำเนินการจัดตั้งองค์กรอิสรที่จะเข้ามาควบคุมดูแลการยื่นขออนุญาตดำเนินการคือ กสช. เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมมากขึ้นทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการในการเข้าถึงธุรกิจ เมื่อมีผู้ประกอบการมากรายขึ้น ผู้บริโภคก็จะมีทางเลือกในการรับชมที่

มากขึ้นตามไปด้วยเพราะเมื่อมีผู้ประกอบการที่มากรายการแข่งขันกันทั้งในด้านราคา รายการและการบริการย่อมเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ ผู้บริโภคจะมีทางเลือกที่มากขึ้นและสามารถเลือกใช้บริการที่ดีที่สุดที่ตอบสนองต่อความต้องการของแต่ละรายบุคคล

นอกจากนี้ประเด็นข้อเรียกร้องที่ทางผู้ประกอบการต้องการให้มีโฆษณาในโทรทัศน์บอกรับสมาชิกนั้น ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกได้ให้ข้อเสนอแนะว่าหากรัฐอนุญาตให้มีโฆษณาในธุรกิจบอกรับสมาชิกได้ ในอนาคต กสช. ในฐานะของหน่วยงานที่กำกับดูแลควรที่จะกำหนดหรือระบุช่วงเวลาของการให้มีโฆษณาไว้อย่างชัดเจนว่าจะให้มีโฆษณาช่วงเวลาใด ความยาวของโฆษณาควรเป็นเวลาเท่าใด เป็นต้น ทั้งนี้ ควรมีข้อกำหนดสำหรับโฆษณาถึงช่วงเวลาไม่ให้มีมากเกินไป รวมทั้งต้องแยกออกจากตัวรายการชัดเจน เพื่อป้องกันผู้ประกอบการเอาเปรียบผู้บริโภคและรัฐต้องควบคุมดูแลสิทธิของผู้บริโภค ไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับเพื่อมาดูโฆษณา รัฐต้องกำหนดให้ค่าสมาชิกลดราคาลง เพราะมีโฆษณาได้เข้ามาสนับสนุนในส่วนหนึ่งแล้ว ซึ่งในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่าเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติที่ผู้ประกอบการจะลดราคาค่าสมาชิกเพราะผู้ประกอบการสามารถกล่าวอ้างถึงต้นทุนในการดำเนินการทั้งในด้านการซื้อลิขสิทธิ์รายการ ต้นทุนในการขยายโครงข่าย การมีจำนวนสมาชิกไม่เพียงพอทำให้ไม่ถึงจุดคุ้มทุน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่รัฐจะต้องเป็นกำกับดูแล ตรวจสอบต้นทุนการดำเนินการและคุ้มครองสิทธิให้ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยเห็นว่าหากมีองค์กรที่กำกับดูแลในด้านนี้อย่างเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกมากขึ้น เพราะจะมีผู้ประกอบการรายย่อยเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ราคาและการบริการย่อมมีหลายระดับราคาและคุณภาพให้เลือก ซึ่งผู้ที่จะได้รับประโยชน์มากที่สุดก็คือ ผู้บริโภค เพราะจากสภาพปัจจุบันการที่ไม่มีองค์กรอิสระที่เข้ามาควบคุมดูแลกิจการเฉพาะด้านอย่างธุรกิจโทรทัศน์บอกรับสมาชิกนี้ จึงทำให้ยูบีซีใช้ประโยชน์จากการมีอำนาจเหนือตลาดในการจำกัดทางเลือกผู้บริโภคในการที่จะเลือกสินค้าและบริการตามการใช้ประโยชน์จริง

หากวิเคราะห์จากการให้กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเฉพาะกลุ่มช่องรายการที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับแนวคิดนี้ เพราะต้องการใช้ประโยชน์จากช่องรายการได้ครบถ้วนและอาจทำให้ราคาค่าสมาชิกถูกลงหรือมีช่องรายการที่หลากหลาย และมีเนื้อหาเฉพาะด้านมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนว่า ยูบีซีไม่สนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่าง

ถูกต้องเหมาะสม จากการสัมภาษณ์เจาะลึกถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ความเห็นส่วนใหญ่ที่มีต่อช่องรายการต่างๆ ของยูบีซีคือ ผู้บริโภคใช้ประโยชน์จากช่องรายการได้ไม่ครบถ้วนและรายการที่นำมาให้เลือกส่วนใหญ่จะยังคงเป็นรายการที่นำมาฉายซ้ำ ช่องรายการมีมากแต่กลับเป็นรายการประเภทเดียวกัน และบ่อยครั้งที่ภาพยนตร์เรื่องเดียวกันจะถูกนำมาให้บริการพร้อมกัน 2 ช่อง เช่น ช่อง Cinemax และช่อง Star movies ที่มักออกอากาศเรื่องเดียวกันในวันและเวลาเดียวกัน เป็นต้น

นอกจากนี้ประเภทของรายการ (genre) ส่วนใหญ่ก็หนีไม่พ้นรายการบันเทิงนำเข้าจากอเมริกา ซึ่งเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้าง แต่การเพิ่มขึ้นของช่องรายการกลับมีผลให้ประเภทของรายการลดลง เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า "more of the same" คือ มีมากก็จริงแต่เป็นแบบเดียวกันหมด [31]

ด้านพฤติกรรมของยูบีซีที่มีต่อผู้บริโภค แม้ว่าก่อนการรวมกิจการจะไม่มีการแข่งขันทางด้านราคา แต่ทั้งไอบีซีและยูทีวีก็แข่งขันกันสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค โดยมีแพ็กเกจให้เลือกถึง 8 แพ็กเกจ (ตารางที่ 4.4) ซึ่งทั้งสองบริษัท พยายามที่เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค และปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์อย่างชัดเจนจากการแข่งขันนี้ โดยภายหลังการรวมกิจการ ยูบีซีได้ลดจำนวนแพ็กเกจที่สมาชิกเลือกรับชมได้ (ตารางที่ 4.5) และได้ปิดรับสมาชิกประเภทมินิแพ็กเกจ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยได้รับผลกระทบ เพราะ ผู้บริโภคอาจต้องการให้ยูบีซีเป็นทางเลือกในการรับชม หรือเพื่อให้สามารถรับชมสัญญาณภาพชัดเจน รวมทั้งมีการรวมแพ็กเกจต่างๆ เข้าด้วยกันให้เหลือเพียง 2 แพ็กเกจ คือ ซิลเวอร์แพ็กเกจ และโกลด์แพ็กเกจ โดยในส่วนของซิลเวอร์แพ็กเกจได้บรรจุรายการที่ได้รับความนิยมต่ำไว้ทำให้ไม่สามารถเป็นทางเลือกในการรับชมโทรทัศน์บอกรับสมาชิกของผู้บริโภคได้ จึงกล่าวได้ว่ายูบีซีใช้กลยุทธ์ในการบังคับซื้อ เพราะมีความแตกต่าง ระหว่างรายการในซิลเวอร์แพ็กเกจและโกลด์แพ็กเกจอย่างเห็นได้ชัด (ตารางที่ 4.6) มีการรวมช่องรายการทุกช่องรายการเข้าไว้ในแพ็กเกจที่มีราคาสูงสุด ซึ่งการตั้งราคาแบบบังคับซื้อของยูบีซีในการรวมช่องรายการทุกรายการนี้ ทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายเงินซื้อช่องรายการบางช่องที่ไม่ได้รับชม ผู้บริโภคจึงต้องจ่ายเงินค่าสมาชิกเพิ่มขึ้นทั้งๆ ที่ไม่เคยดูรายการเหล่านั้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคโดยตรง เพราะทำให้ผู้บริโภคต้องถูกบังคับซื้อ

---

[31]วิภา อุตมฉันท์, ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ (กรุงเทพฯ : ไอคอนพริน ติง, 2544), หน้า 131.

นอกจากนี้หลังการรวมกิจการ ยูบีซีได้ยกเลิกระบบ MMDS ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2542 โดยให้เหตุผลว่าการยกเลิกระบบ MMDS เพราะเป็นระบบที่ไม่สามารถป้องกันการลักลอบชมรายการได้ทำให้ยูบีซีต้องเสียประโยชน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค เพราะระบบนี้มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้งถูกกว่าระบบจานดาวเทียมและระบบเคเบิลใยแก้วนำแสงอย่างมาก รวมทั้งหลังการรวมกิจการ ยูบีซีได้เพิ่มค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าติดตั้งอย่างเห็นได้ชัด ดังที่แสดงในตารางที่ 4.4 เช่น จากเดิมคิดราคาค่าเช่าอุปกรณ์รายเดือนสำหรับระบบจานดาวเทียมราคา 90 บาท เป็นราคา 155 บาท และระบบเคเบิลใยแก้วนำแสงที่เดิมไม่เรียกเก็บค่าเช่าอุปกรณ์รายเดือน แต่หลังการรวมกิจการ ได้มีการเรียกเก็บค่าเช่าอุปกรณ์ในราคา 97 บาท ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากการมีอำนาจเหนือตลาดของยูบีซี ทั้งการเรียกเก็บค่าบริการติดตั้งต่างๆ และการนำรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดไว้ในแพ็กเกจที่มีราคาแพง

จากปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนหน่วยงานที่กำกับดูแลและ คือ อ.ส.ม.ท. และหน่วยงานที่มีหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค คือ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ต่างก็ไม่ได้ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมอย่างแท้จริง พิจารณาได้จากการขึ้นราคาค่าสมาชิกของยูบีซีในปี พ.ศ. 2542 จนก่อให้เกิดเสียงคัดค้านและการจัดทำประชาพิจารณ์ของมูลนิธิคุ้มครองผู้บริโภคและโครงการสื่อสันติภาพนั้น สะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่สามารถเป็นตัวแทนในการรักษาสิทธิอันพึงมีพึงได้ของผู้บริโภค เพราะสิ่งที่ทำได้เพียงเรียกผู้ประกอบการมาชี้แจงข้อเท็จจริงเท่านั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องมีมาตรการที่เด็ดขาดในการดำเนินงาน กำกับดูแลผู้ประกอบการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกให้มีมาตรฐานทั้งในด้านราคา การบริการและเทคโนโลยี ไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภคมากเกินไป โดยเป็นการกำกับดูแลก่อนการอนุญาตให้บริการ ไม่ใช่การกำกับดูแลหลังการให้บริการอย่างที่เป็นอยู่ รวมทั้งใช้วิธีการ price regulation ดังที่ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ได้แนะนำไว้ว่า การกำหนดราคาให้พิจารณาจากต้นทุนรายการเพื่อให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด

การที่ยูบีซีจะสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคได้นั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างทางเลือกที่หลากหลาย และเป็นธรรมต่อผู้บริโภคโดยจัดประเภทของแพ็กเกจให้มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นการนำเสนอแพ็กเกจที่เจาะเฉพาะกลุ่มเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีรายการพื้นฐานและมีระดับราคาที่ไม่สูงเกินไปนัก เช่น แพ็กเกจสำหรับผู้นิยมรับชมรายการกีฬา แพ็กเกจสำหรับผู้นิยมรับชมรายการที่ให้สาระความรู้อย่างกลุ่มช่องรายการข่าวและสารคดี เป็นต้น และหากราคาค่าสมาชิกมีความเหมาะสมเอื้อประโยชน์ได้ ทั้งในส่วนผู้ประกอบการยูบีซีและผู้บริโภค ยูบีซีก็จะมีฐานสมาชิกที่มากขึ้นและจะได้รับประโยชน์จากการประหยัดจากขนาด (economy of scale) มาก

มากขึ้น ซึ่งเป็นความได้เปรียบที่ยูบีซีมีเหนือผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งในด้านฐานสมาชิกและการเป็นเจ้าของทรัพยากรเทคโนโลยี นอกจากนี้ยูบีซีควรลงทุนเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีและการบริการเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจสูงสุด

สำหรับแนวโน้มของกิจการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกของประเทศไทยในอนาคตนั้น เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีองค์กรกลางที่ทำหน้าที่ควบคุมหรือกำกับ การดูแลกิจการชนิดนี้จึงกระจัดกระจายไปตามหน่วยงานที่อนุญาต โดยอาศัยพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2530) และกฎกระทรวงฉบับที่ 12, 13 และ 14 รวมทั้งมติคณะรัฐมนตรีและเงื่อนไขในการอนุญาตดำเนินการ จากการที่ผู้บอกรับเป็นสมาชิกหรือผู้บริโภค และผู้ประกอบการโทรทัศน์บอกรับสมาชิกสามารถมองได้ว่าอยู่คนละฟากของผลประโยชน์ รายได้หรือผลได้ของฝ่ายหนึ่ง จะเป็นรายจ่ายของอีกฝ่ายหนึ่ง รัฐจึงต้องมีการดูแลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ดังที่ได้บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญมาตรา 57 ที่รับรองสิทธิของผู้บริโภคว่า "สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ กฎหมายตามวรรคหนึ่ง ต้องบัญญัติให้มีองค์การอิสระที่ทำหน้าที่ให้ความเห็น ในการตรากฎหมาย กฎและข้อบังคับ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค"

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยเรื่องรูปแบบการให้บริการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะ

   1.1 รัฐควรเร่งดำเนินการจัดตั้งองค์กรอิสระ กสช. ให้เป็นรูปธรรม เพื่อที่เอื้อประโยชน์และสร้างความเป็นธรรมให้เกิดกับผู้บริโภค

   1.2 รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการทางด้านสื่อสารมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากกิจการทางด้านสื่อสารมวลชนปัจจุบันมีบทบาทและอิทธิพลอย่างยิ่งในด้านการรับรู้ ข่าวสารของประชาชน ในด้านพัฒนาด้านการศึกษา เศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ซึ่งในการที่จะสร้างรับรู้ข่าวสารให้แก่ประชาชนได้นั้น รัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องประสานนโยบายให้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจาย รัฐจึงควรดำเนินนโยบาย

เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนให้สอดคล้อง เช่น การลดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน, ลดภาษีนำเข้าเทคโนโลยีหรือรายการที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา เป็นต้น

1.3 กฎระเบียบที่วางไว้ ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมทันสมัยตลอดเวลา เนื่องจากงานทางด้านการสื่อสารมวลชน ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย กฎหมายซึ่งเป็นตัวควบคุมหลัก จำเป็นต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งหากดำเนินการอย่างจริงจัง ปัญหาข้อจำกัดของกฎหมาย ที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการปฏิบัติงานจะหมดไป และช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการพิจารณา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายการวิจัย ด้วยการกำหนดประชากรการศึกษา ออกไปสู่กลุ่มอื่นๆ กล่าวคือ งานศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกยูบีซีที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรกำหนดประชากรตัวอย่างให้ครอบคลุมรอบนอกกรุงเทพมหานครด้วย

2.2 วิเคราะห์เปรียบเทียบ ระบบโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในประเทศไทยกับระบบโทรทัศน์บอกรับสมาชิกประเทศอื่นๆ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงบริบทและปัจจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาโทรทัศน์บอกรับสมาชิกของประเทศไทยในอนาคต

2.3 ศึกษาความพร้อมของหน่วยงานรัฐในการปรับบทบาทเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี

2.4 ศึกษาการกำหนดนโยบายและความพร้อมในการเปิดเสรี กิจการสื่อสารมวลชนของประเทศไทย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย