

## บทที่ 6

### แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์โดยรวมในอนาคต

#### เทคโนโลยีที่เป็นตัวแปรสำคัญในการนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวีในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม” ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปถึง “เทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม” ที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในธุรกิจโทรทัศน์นั้น ได้แก่ เทคโนโลยีใน 2 ประการที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ดาวเทียมไทยคมนำเข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นครั้งแรก คือ

1. การริเริ่มให้มีและนำทรานสพอนเดอร์ในย่านความถี่ Ku-Band มาใช้เป็นครั้งแรก

2. การนำเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิทัล (Digital Compression Technology) มาใช้เป็นครั้งแรก

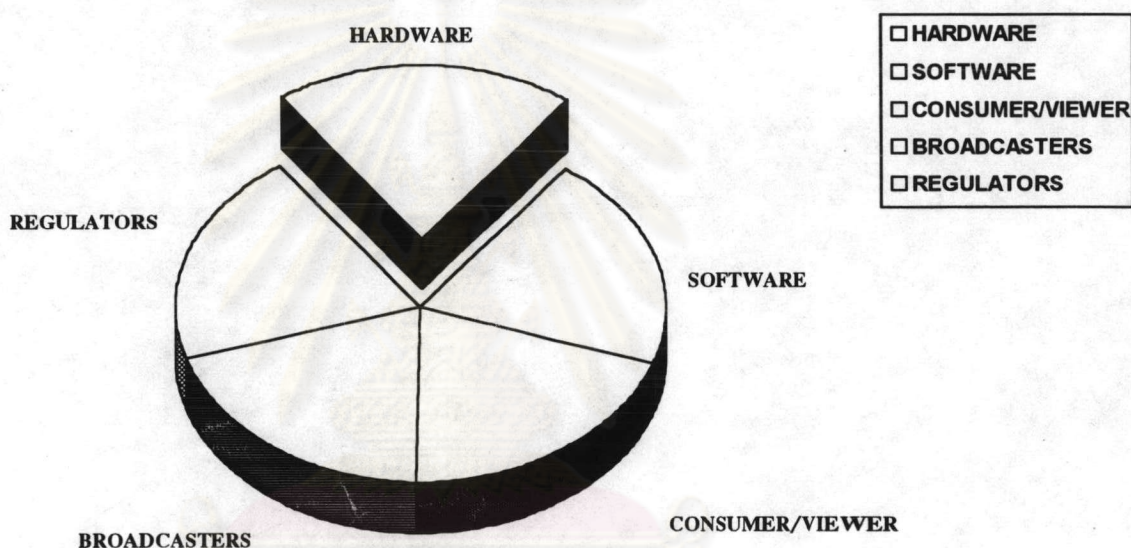
ซึ่งเทคโนโลยี 2 ประการได้เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ในการประยุกต์พัฒนาระบบการออกอากาศโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือน (Direct-to-Home : DTH) ขึ้นในประเทศไทย

เทคโนโลยีใน 2 ประการดังกล่าวของดาวเทียมไทยคมมีความเกี่ยวข้อง, สนับสนุน และส่งเสริมซึ่งกันและกันเป็นอย่างมาก และนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงมากมายในทางเทคนิคของระบบการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งส่งผลเชื่อมโยงเกี่ยวพันไปถึงการดำเนิน “ธุรกิจ” ของผู้ประกอบการโทรทัศน์ในประเทศไทยด้วย “เทคโนโลยี

ของดาวเทียมไทยคม” ดังกล่าวจะเป็น “ตัวแปร” ที่จะสร้างผลกระทบต่างๆให้เกิดขึ้นในธุรกิจโทรทัศน์

จากจุดนี้ผู้วิจัยใคร่ขอสรุปนำเสนอถึงแผนภูมิองค์ประกอบของโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยดังแผนภูมิต่างต่อไปนี้

### องค์ประกอบของโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์



จากแผนภูมิดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ขออธิบายถึงความหมายและความเกี่ยวพันในโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดังนี้คือ

ตัว Hardware ซึ่งหมายถึงเทคโนโลยีต่างๆในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ นั้น เป็น “ตัวขับเคลื่อน” (Drive) ที่สำคัญที่ส่งผลกระทบและเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ กล่าวคือ Hardware หรือเทคโนโลยีในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ในปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นการทวนสัญญาณภาพผ่านดาวเทียม, ระบบ





DTH, สายเคเบิลภาคพื้นดิน, สายโทรศัพท์, ใยแก้วนำแสงต่าง ๆ ที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดของทุกประเภทเข้ามาทำการวางระบบในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาาระบบการออกอากาศของสถานีของตน

โครงสร้างต่อมาคือ Software ซึ่งหมายถึงรูปแบบและเนื้อหารายการ ที่จะเกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัย เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป และให้ทันต่อการตอบสนองปริมาณความต้องการรายการในการออกอากาศ อีกทั้งการผลิตตัว Software หรือเนื้อหารายการก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและรสนิยมของผู้ชม

Consumer / Viewer หรือ ผู้บริโภคหรือผู้ชม เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดขนาดของตลาด ความอยู่รอดของผู้ออกอากาศแต่ละราย และประเภทของเนื้อหารายการ แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคจะเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ Software คือรูปแบบและเนื้อหารายการมากที่สุด จึงอาจมีผลโดยตรงในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในส่วนอื่น ๆ น้อยกว่า

Broadcasters หรือผู้ประกอบการโทรทัศน์ต่าง ๆ จะได้รับผลกระทบเกี่ยวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของ Hardware และการเปลี่ยนแปลงของ Software ที่เกิดขึ้นโดยตรง เพราะเป็นผู้ที่ได้รับหรือเสียผลประโยชน์โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนปรับเปลี่ยนเทคนิคต่าง ๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป หรือ การลงทุนปรับปรุง Software หรือเนื้อหารายการที่จะออกอากาศต่าง ๆ ก็ตาม

ในส่วนของ Regulators หรือภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของบทบาท หรือ วัตถุประสงค์กฎหมายต่าง ๆ ก็มีความเกี่ยวพันอยู่กับโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์มิใช่น้อย การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ ทำให้เกิดการทบทวนกฎระเบียบต่างๆ ให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น เกิดการผ่อนปรนกฎระเบียบให้สามารถคล่องตัวสอดคล้องไปกับเทคโนโลยีที่กว้างขวางไร้พรมแดน และการเปิดกว้างหรือเปลี่ยนแปลงดังกล่าว



จะส่งผลกระทบต่อให้เกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการต่างๆ เช่น การที่รัฐจะอนุญาตให้เอกชนสามารถเข้ามาดำเนินการธุรกิจโทรทัศนได้มากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถจัดสรรความถี่และช่องทางในการออกอากาศได้มากขึ้น เป็นต้น

จากโครงสร้างทั้งห้าส่วนที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมโทรทัศนในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่าสิ่งที่เป็นตัวผลักดันที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นมากที่สุดตามเนื้อหาการวิจัยนี้ก็คือ “เทคโนโลยี” และผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงที่สุดก็คือ “ผู้ประกอบการ” นั่นเอง

#### แนวโน้มของระบบการออกอากาศโทรทัศนโดยตรงสู่บ้านเรือนหรือ DTH ในอนาคต

ดังที่กล่าวแล้วในบทที่ 4 และ 5 เกี่ยวกับ “เทคโนโลยี” หรือ Hardware / Network ที่สามารถนำมาพัฒนาใช้ในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศนในปัจจุบัน ได้แก่ ระบบคลื่นสัญญาณภาคพื้นดิน ซึ่งไม่สามารถขยายเพิ่มเติมได้มากกว่าที่มีอยู่แล้วในขณะนี้, ระบบการแพร่ภาพผ่านสายภาคพื้นดินทั้งสายโทรศัพท์ สายเคเบิล และใยแก้วนำแสง ซึ่งปัจจุบันมีการวางเครือข่ายและเริ่มแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศนของเคเบิลทีวีบางรายแล้ว แต่ก็ยังมีข้อจำกัดคือการวางเครือข่ายและการเดินสายนั้นยังคงต้องใช้ระยะเวลาอีกนานหากต้องการจะเดินสายไปให้ทั่วถึงทุกจุดทั้งประเทศเพื่อให้เข้าถึงผู้รับชมได้กว้างขวางเพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีต่อมาก็คือ เทคโนโลยีของการแพร่ภาพโทรทัศนผ่านดาวเทียมที่สามารถทำได้ทั้งในลักษณะการทวนสัญญาณไปออกอากาศซ้ำและการออกอากาศสัญญาณโทรทัศนโดยตรงสู่บ้านเรือน

จากเทคโนโลยีของเครือข่ายในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศนทั้ง 3 ลักษณะดังกล่าวเมื่อพิจารณาโดยการประมวลข้อคิดเห็นต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยให้ทำการสัมภาษณ์ในบทที่ 4 และ 5 นั้น จะสามารถประเมินถึงแนวโน้มของระบบออกอากาศโทรทัศนโดยตรงสู่บ้านเรือน



หรือ DTH ในประเทศไทยได้ว่า “มีความเหมาะสมสอดคล้องทั้งในด้านของคุณภาพของสัญญาณ และความเร็วในการสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากที่สุดกว่าเทคโนโลยีประเภทอื่นในช่วงเวลาขณะนี้” ทั้งนี้เนื่องจาก

1. การที่ดาวเทียมไทยคมมีการส่งขึ้นสู่วงโคจรเป็นจำนวน 2 ดวง และประสบความสำเร็จในการส่ง รวมทั้งมีการใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นสาเหตุหลักที่ก่อให้เกิด “ความเป็นไปได้จริง ๆ ที่เป็นรูปธรรม” ในการริเริ่มและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมประยุกต์กับการใช้งานระบบ DTH ได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ในแง่ของประสิทธิภาพของตัวดาวเทียมไทยคมเอง ดาวเทียมไทยคมมีความแรงของสัญญาณสูง ทำให้สามารถใช้งานรับสัญญาณที่มีขนาดเล็กประมาณ 60-90 เซนติเมตร มีความสะดวกในการติดตั้ง และประสิทธิภาพในการรับชมสัญญาณจะคมชัดกว่าการรับชมระบบ VHF ในปัจจุบันเป็นอย่างมากเพราะเป็นการรับตรงจากดาวเทียมไม่มีสิ่งบดบังคลื่นสัญญาณ และเมื่อมีการผนวกใช้ร่วมกับเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิตอลแล้ว จะสามารถเพิ่มช่องสัญญาณในการแพร่ภาพโทรทัศน์ได้มากช่องยิ่งขึ้น

3. การเปิดกว้างและการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆของภาครัฐ หรือ De-Regulation นั้น ทำให้เกิดความตื่นตัวในตลาดผู้ประกอบการโทรทัศน์ กระตุ้นให้มี “ผู้เล่น” หรือ Players สนใจที่จะก้าวเข้ามาสู่ตลาดผู้ประกอบการมากขึ้น ในขณะที่การ “ลงมือ” จัดสร้างเครือข่ายและการให้บริการโทรทัศน์จริง ๆแก่ผู้รับชมนั้น จำเป็นต้องอาศัยช่องทางที่จะนำรายการของสถานีของตนไปเผยแพร่กับผู้รับชมให้ได้เร็วที่สุด จึงสามารถสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้เร็วและคุ้มค่า ดังนั้นจึงเท่ากับเป็นการสร้าง Demand ความต้องการ “สื่อข่าวสาร” หรือ “ช่องทาง” ในการนำสารไปสู่ผู้รับมากขึ้น ในขณะที่ระบบภาคพื้นดินต่างๆไม่สามารถรองรับการขยายตัวของตลาดผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ได้ฉับพลันทันที แต่ระบบ DTH จะสามารถรองรับได้ในทันที



4. จำนวน “ผู้เล่น” หรือ Players ที่มีมากขึ้นย่อมสร้างความต้องการใช้ “สื่อข่าวสาร” มากขึ้น เมื่อผนวกกับเทคโนโลยีการบีบอัดสัญญาณภาพแบบดิจิทัลที่สามารถบีบอัดสัญญาณโทรทัศน์ให้ใช้แถบคลื่นความถี่ในการส่งสัญญาณลดลงได้ในระบบ DTH แล้ว ทำให้ระบบ DTH ผ่านดาวเทียมยังเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองตลาดได้ดีที่สุดและเร็วที่สุดในปัจจุบัน

5. ลักษณะของ Players ดังกล่าวที่มีจำนวนมากขึ้นจากการเปิดกว้างของภาครัฐ เกือบทั้งหมดจะเป็น Players ของโทรทัศน์แบบ Pay TV ซึ่งก็คือเคเบิลทีวี และมีเพียง 1 ช่องที่เป็นโทรทัศน์แบบ Free TV ในระบบ UHF โดยที่โทรทัศน์ทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคตอันใกล้นี้ ไม่เคยมีการจัดสร้างสถานีเครือข่ายมาก่อน ดังนั้นวิธีการที่จะแพร่ภาพให้ครอบคลุมทั้งประเทศและไม่ต้องลงทุนจัดสร้างเครือข่ายเป็นจำนวนเงินมหาศาล ก็คงต้องเลือกใช้ระบบของดาวเทียมแพร่ภาพโดยตรงไปยังผู้รับชมตามบ้านเรือนจึงจะสามารถทำได้เร็วที่สุด ทำให้ระบบ DTH มีบทบาทโดยตรงที่เข้ามาเสริมการขยายตัวของตลาดผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่จะเกิดผู้เล่นมากมายขึ้นในธุรกิจ

6. ลักษณะการใช้ชีวิตของ “คนเมือง” หรืออีกนัยหนึ่งคือประชาชนในเมืองหรือในชุมชนใหญ่ๆ ในปัจจุบัน มีลักษณะและรูปแบบของการใช้ชีวิตที่เร่งด่วน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารรวดเร็วทันเวลาในการดำเนินธุรกิจของตน ดังนั้นประชาชนมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภค “สื่ออิเล็กทรอนิกส์” มากกว่าสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ ดังเช่นที่ผ่านมา เนื่องจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร ไม่จำเป็นต้องใช้เวลาในขั้นตอนการผลิตที่นานเท่ากับสิ่งพิมพ์ และใช้เวลารวดเร็วกว่าในการเข้าถึงผู้รับสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุหรือโทรทัศน์ จึงเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากและเข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลายในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ปัจจัยเสริมอื่นในการเลือกที่ผู้ชมหรือผู้รับสารจะเลือกรับรายการจากสถานีใดนั้น ก็จะประกอบด้วยองค์ประกอบอื่นนอกเหนือไปจากความรวดเร็วในการรับส่งข่าวสาร ซึ่งองค์ประกอบอื่นนั้น เช่น เนื้อหารายการว่ามีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียเพิ่มขึ้นในกรณีที่เป็น



เคเบิลทีวี เป็นต้น ดังนั้นในประเด็นนี้ ระบบ Ku-Band DTH ของดาวเทียมไทยคมก็ยังมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวตรงที่

- ในแง่ของการเป็นเคเบิลทีวีรายใหม่ ดาวเทียมไทยคมจะเกี่ยวข้องในด้านการช่วยสร้างเครือข่ายได้รวดเร็ว
- ในแง่คุณภาพของระบบ Ku-Band DTH ของดาวเทียมไทยคม ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงในการใช้งาน สามารถช่วยแก้ปัญหาการลดทอนของสัญญาณจากการถูกอาคารสูงบดบังสัญญาณ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น

7. ระบบ Ku-Band DTH น่าจะมีแนวโน้มได้รับการนิยมน้อยกว่าหลายกวางขวางยิ่งขึ้นในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า ทั้งนี้โดยประเมินจาก

- ในอดีต ความต้องการที่จะเข้ามาเป็นผู้เล่นรายใหม่ในธุรกิจโทรทัศน์นั้นมืออยู่ตลอดเวลา แต่ไม่สามารถกระทำได้นี้เนื่องจากมีข้อจำกัดตรงที่กฎระเบียบจากภาครัฐไม่เอื้ออำนวย และขีดจำกัดของเทคโนโลยีภาคพื้นดิน ดังนั้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไปเกิดการเปิดกว้างของภาครัฐ เกิดเทคโนโลยีที่เป็นช่องทางการออกอากาศแบบใหม่ ก่อให้เกิดผู้เล่นมากขึ้น แต่การที่จะลงทุนทำธุรกิจโทรทัศน์ใหม่ ผู้เล่นรายใหม่จะต้องมีความ “กล้าลงทุน” ในการประกอบการระยะแรก ซึ่งมีความเป็นไปได้ง่ายที่จะต้องประสบกับภาวะการขาดทุน ดังนั้นเมื่อมีผู้ “ใจกล้า” กล้าที่จะทุนมาเป็นผู้เล่นรายใหม่ในธุรกิจโทรทัศน์ ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่า “ตลาดของธุรกิจเคเบิลทีวีมีความคุ้มค่าต่อการเสี่ยง” ดังนั้นเมื่อมีผู้กล้าเสี่ยง แนวโน้มการเติบโตและความเป็นไปได้ของระบบยังมีมากขึ้นเช่นกัน

- ปัจจุบัน มีประชาชนในเขตเมืองจำนวนไม่น้อย ไม่สามารถที่จะรับชมรายการโทรทัศน์ระบบ VHF ได้อย่างคมชัด และในหลายๆพื้นที่ไม่สามารถที่จะรับสัญญาณโทรทัศน์ของบางสถานีได้เลย ดังนั้นมวลชนกลุ่มนี้จึงต้องการแสวงหาทางออกใหม่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยยินยอมที่จะเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้มีโอกาสที่จะสามารถรับสัญญาณโทร



ทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งกลุ่มชนที่มีความต้องการแสวงหาทางเลือกใหม่นี้ จะเป็นฐานผู้รับชมให้กับกลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์รายใหม่ ซึ่งมีแนวโน้มว่ากลุ่มชนกลุ่มนี้จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสภาพของเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลโดยอ้อมต่อประเด็นนี้คือ เศรษฐกิจคล่องตัวมีการลงทุนสูงขึ้น มีการก่อสร้างอาคารสำนักงานอาคารสูงต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น การลดทอนของสัญญา การเกิดคลื่นสะท้อนต่างๆจะมีมากขึ้น และในขณะเดียวกันการเติบโตของเศรษฐกิจทำให้ประชาชนมีรายได้ที่สูงขึ้น จึงทำให้สามารถที่มีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การซื้อชุดอุปกรณ์รับสัญญาณในอนาคตจึงอาจจะไม่จำกัดวงอยู่เฉพาะแต่เพียงผู้มีรายได้สูงเท่านั้น รวมทั้งราคาของตัวชุดอุปกรณ์เองนั้น ในระยะยาวที่สามารถผลิตได้เองในประเทศไทยก็จะทำให้ราคาของชุดอุปกรณ์ดังกล่าวถูกลงอีกด้วย

#### การตลาดสมัยใหม่ : กลไกอัตโนมัติในการควบคุมธุรกิจโทรทัศน์

ปัจจุบันนอกจากจะเป็นโลกในยุค “โลกาภิวัตน์” แล้ว ยังเป็นยุคของ “การตลาด” อีกด้วย ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 และในตอนท้ายของบทที่ 5 เกี่ยวกับ “แนวคิดเรื่องการตลาดสมัยใหม่” ว่า ปัจจุบันผู้บริโภคเป็นผู้ที่ “มีอำนาจ” ในการกำหนดคุณสมบัติและมีอำนาจในการเลือกซื้อตัวสินค้า ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง การเลือกบริโภครายการโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “สินค้า” ชนิดหนึ่ง รวมทั้งผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้ก็จะหมายถึงผู้ชมจะเป็นผู้ที่ “มีสิทธิ์เลือก” ว่าจะเลือก “สื่อข่าวสารใด” ที่สอดคล้องกับความต้องการของตน โดยผู้ผลิตสินค้า ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ทุกประเภทจะต้อง “ผลิตสินค้า” ซึ่งก็คือตัวรายการออกมาให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยตลาดดังกล่าวเองมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในแง่ของการแข่งขันเชิงกลยุทธ์ต่างๆ และการแข่งขันทางด้านเทคนิค



การตลาดสมัยใหม่ เปิดโอกาสให้แก่ผู้ชมเป็น “ผู้กำหนด” ที่ผู้ประกอบการจะต้องสนใจและติดตามความต้องการอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะสงวนส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเอาไว้ให้เหนียวแน่นที่สุด เพราะหากสินค้าของผู้ประกอบการโทรทัศน์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ ผู้ชมยังมีทางเลือกอื่นที่จะเปลี่ยนไปรับชมได้ เช่น ปกติเคยรับชมรายการบันเทิงจากโทรทัศน์แบบมีโฆษณาโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่ไม่มีสถานีใดเลยที่มีรายการตรงตามที่ผู้ชมรายนั้นสนใจ และในขณะเดียวกันโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ได้เสนอทางเลือกใหม่มาสู่ผู้ชมที่ตรงพอดีกับความต้องการ ดังนั้นจึงไม่เป็นการยากที่โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกผู้มาใหม่ จะสามารถ “ดึง” ฐานผู้ชมรายนั้นไปจากโทรทัศน์แบบมีโฆษณา

กลไกเกี่ยวกับ Consumer Oriented หรือ “ความต้องการของผู้บริโภคเป็นใหญ่” นั้น เป็นกลไกอัตโนมัติที่กึ่งบังคับให้ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ต้องเร่งที่จะพัฒนาคุณภาพรายการของตน ให้ตรงกับความต้องการของฐานผู้ชมของตนตลอดไป ฐานผู้ชมดังกล่าวจะได้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็นฐานผู้ชมของเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ เพื่อผลให้บริษัทโฆษณาหรือเจ้าของสินค้าตัดสินใจลงโฆษณากับสถานีต่อไป ซึ่งรายได้ดังกล่าวคือเลือดที่หล่อเลี้ยงชีวิตของธุรกิจโทรทัศน์ หากสถานีโทรทัศน์แบบมีโฆษณาไม่สามารถครองใจและรักษาจำนวนผู้ชมเอาไว้ได้ ฐานผู้ชมเริ่มเปลี่ยนไปสู่โทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก ก็อาจเป็นสาเหตุให้บริษัทโฆษณาและเจ้าของสินค้า “เปลี่ยนใจ” ที่จะลงโฆษณาในโทรทัศน์แบบมีโฆษณา ซึ่งผลที่เกิดขึ้นก็คือ สถานีนั้นๆ สูญเสียรายได้หลักของสถานีไป

ระบบตลาดสมัยใหม่ มุ่งเน้นที่ “คุณภาพของสินค้า” หากสินค้ามีคุณภาพไม่ดีพอ ในที่สุดสินค้านั้นจะต้องล้มหายไปจากตลาด และเช่นเดียวกันสำหรับธุรกิจโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็น “ผู้ผลิตรายการ” ที่รับจ้างผลิตรายการป้อนให้แก่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง หรือตัว “ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์” เองก็ไม่สามารถที่จะอยู่ในตลาดได้ต่อไป



### การเกิดขึ้นของโทรทัศน์เฉพาะทางในลักษณะ Narrowcasting

จากการที่เทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม สามารถทำให้มีจำนวนช่องในการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ได้มากขึ้น สำหรับในระยะแรกนั้นอาจจะเหมาะสมสำหรับโทรทัศน์แบบ Pay TV ซึ่งจะมีลักษณะเป็น Multi Channel ไม่เหมือนกับโทรทัศน์แบบ Free TV ที่มีลักษณะเป็น Single Channel นั้น ทำให้เกิด “โทรทัศน์เฉพาะทาง” ขึ้น กล่าวคือ ลักษณะของ Single Channel ของโทรทัศน์ VHF จะเป็นการออกอากาศรายการด้วยช่องเดียวมีรายการหลายหลายรูปแบบที่เรียกกันว่า “วาไรตี้” (Variety) ปะปนกันอยู่ในช่องนั้น ในขณะที่เคเบิลทีวีเป็น Multi Channel ที่สามารถออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์ได้หลายช่องในการส่งสัญญาณ ทำให้สามารถที่จะแบ่งรายการหรือจัดหมวดหมู่รายการลงในแต่ละช่องได้ เช่น จะสังเกตเห็นได้จากรายการของ IBC หรือ TST จะมีช่องข่าว ช่องกีฬา ช่องภาพยนตร์ ช่องการ์ตูน ช่องสารคดี ช่องดนตรี ฯลฯ แบ่งแยกออกจากกันอย่างชัดเจน อันเป็น “จุดขาย” ของ Pay TV ที่ดึงดูดและสร้างฐานจำนวนผู้ชมด้วยการใช้วิธี “นำเสนอความหลากหลายของรายการ” ที่ตอบสนองตรงต่อรสนิยมของผู้ชมแต่ละกลุ่มได้อย่างเฉพาะเจาะจง และอาจขยายไปได้มากกว่ารายการแบบดั้งเดิม เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีช่องรายการ Book Channel (หนังสือ) Scientific Channel (วิทยาศาสตร์) หรือ Learning Channel (เพื่อการศึกษา) เป็นต้น

จากลักษณะดังกล่าวที่กล่าวมานั้น ประกอบกับเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ยังทำให้ลักษณะของธุรกิจโทรทัศน์อาจเปลี่ยนแปลงไป เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ขึ้นอีกได้หลายรูปแบบ เช่น การขายบริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกที่สมาชิกสามารถที่จะเลือกดูเฉพาะรายการที่ตนเองอยากดูเท่านั้น (Pay Per View) โดยผู้ชมจะเสียค่าชมเฉพาะแต่เพียงรายการที่เปิดชม หรืออาจเกิดการให้บริการในลักษณะของขายสมาชิกเฉพาะ “ช่องที่อยากชม” เท่านั้นก็ได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ชมรายหนึ่งชอบเฉพาะแต่รายการข่าวและกีฬา จะสามารถเลือกเป็นสมาชิก



เฉพาะช่องข่าวและช่องกีฬาเท่านั้นก็อาจทำได้ หรือ อาจเกิดการให้บริการในลักษณะของการเป็นสมาชิกรับชมเฉพาะช่วงเวลา ตัวอย่างเช่น ชายสมาชิกให้กับกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นคนทำงานที่ไม่ได้อยู่บ้านเวลากลางวัน ก็อาจมีการขายสมาชิกให้ชมได้เฉพาะเวลากลางคืนที่มีค่าสมาชิกลดลงไปอีก เพื่อให้เฉพาะเจาะจงลงไปยังกลุ่มผู้รับแต่ละกลุ่มตามรสนิยมและวิถีในการดำเนินชีวิต (Life Style) ได้ และอาจลงลึกไปในลักษณะเลือกเฉพาะเรื่องได้อย่างกว้างขวางตามรายการที่มีให้เลือกจำนวนมาก ในลักษณะ Video-on-Demand ได้

ลักษณะการให้บริการที่แยกละเอียดเฉพาะเจาะจงลงไป และให้ความสนใจแม้กับกลุ่มผู้ชมขนาดเล็ก ๆ ที่มีรสนิยมเฉพาะนี้ เป็นลักษณะที่เรียกว่า เป็นโทรทัศน์เฉพาะทาง โทรทัศน์ที่แบ่งละเอียดตามรสนิยม ที่เรียกรวม ๆ กันว่า Narrowcasting ที่เจาะจงชี้ชัดกลุ่มผู้ชมลงไป ไม่ใช่ลักษณะของ Broadcasting แบบเดิมที่แพร่กระจายรายการออกไปสู่ “มวลชน” ขนาดใหญ่นั้นเอง

**ผลกระทบต่อเนื่องต่อผู้ผลิตรายการ ป้อนให้แก่สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ**

จากการศึกษาวิจัยทั้งหมดที่ผ่านมา นั้น คงพอทำให้เห็นสภาพการณ์และแนวโน้มของตลาดและธุรกิจโทรทัศน์โดยรวมได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะที่อาจก่อให้เกิดกระแสการเคลื่อนไหวในเรื่องของ “Software” หรือ “รายการ” ขึ้นอย่างมากมายในธุรกิจ ไม่ว่าจะเกิดจากการที่มีโทรทัศน์มากช่องขึ้น การขยายเวลาในการออกอากาศที่ทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเหตุให้ธุรกิจโทรทัศน์มีความจำเป็นต้องใช้ “วัตถุดิบ” ในการออกอากาศในการประกอบธุรกิจ ซึ่งก็คือตัวของรายการต่าง ๆ อย่างมากมาย

ลักษณะดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึง “ผู้ผลิตรายการ” ที่ผลิตภาพยนตร์ต่าง ๆ ป้อนให้แก่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ ซึ่ง “ผู้ผลิตรายการ” จะเกิดการขยายตัวขึ้นตามการเติบโต



โตของตลาดและธุรกิจโทรทัศน์ทั้งในแง่ของการขยายการลงทุนจัดสร้างโรงถ่าย การเกิดใหม่ของ ผู้ผลิตรายการรายใหม่ เป็นกระแสตามเช่นเดียวกับการเกิดผู้ประกอบการรายใหม่ และจะมีวัฏจักรในการเกิดและการตายไปจากตลาดเช่นเดียวกันด้วย คือ ผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ที่ไม่มีเงินทุนสูง มากนั้นจะไม่สามารถอยู่ได้ในระยะยาว เพราะไม่มีเงินทุนจัดสร้างโรงถ่ายหรือผลิตรายการที่มีคุณภาพดี ๆ ได้ เมื่อรายการที่ผลิตออกมามีคุณภาพปานกลางหรือไม่ดีก็อาจไม่มีผู้ประกอบการรายใด เลือกซื้อรายการจากผู้ผลิตรายการนั้น ทำให้เกิดการขาดทุนและเลิกกิจการไปในที่สุด

ในทางกลับกัน เมื่อตลาดและธุรกิจโทรทัศน์ยังคงต้องการ “วัตถุดิบ” สำหรับออกอากาศมากขึ้น การขยายตัวและการเติบโตของผู้ผลิตรายการก็จะเติบโตตามไปไม่หยุด และอาจเกิดสภาพการณ์ที่เรียกได้ว่า “ผลัดกันเกิดผลัดกันตาย” ต่อไป คือ มีผู้ผลิตรายหนึ่งเข้ามา อาจประสบสภาวะการขาดทุนไม่สามารถอยู่ในธุรกิจต่อไปได้จำเป็นต้องเลิกกิจการ แต่ก็จะมีผู้ผลิตรายการรายใหม่หมุนเวียนกันเข้ามาเกิดเป็นวัฏจักรกันไป

### ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการทำวิจัยคือ เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารด้วยระบบดาวเทียมนั้น เป็นเทคโนโลยีที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก ผลการศึกษาจึงไม่ใช่ข้อค้นพบที่สมบูรณ์ แต่ยังคงเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เพราะเทคโนโลยีมีอายุสั้น เป็น Transitional Period กล่าวคือ เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียมในประเทศไทยแม้ว่าจะเกิดขึ้นในประเทศไทยมาระยะหนึ่งแล้ว แต่การบริหารงานดาวเทียมโดยคนไทยเองนับว่าเป็นสิ่งใหม่ เนื่องจากดาวเทียมไทยคม 1 และ 2 สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ทั้งสองดวงในราวต้นปี 2538 และตั้งที่กล่าวแล้วในตอนต้นของการวิจัยคือ ระบบโทรทัศน์โดยตรงผ่านดาวเทียมไทยคมเป็นนวัตกรรมการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์แบบใหม่ที่เกิด



ขึ้นในประเทศไทย การเริ่มต้นทางเทคนิคยังคงมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งอุปกรณ์ทางเทคนิคต่างๆที่ใช้ในระบบ DTH เป็นเทคโนโลยีที่มีความใหม่มากไม่เฉพาะสำหรับในประเทศไทย แต่ยังเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่มากในโลกอีกด้วย ชุดอุปกรณ์ต่างๆยังไม่สามารถที่จะผลิตได้เองในประเทศไทย และระหว่างที่มีการนำมาใช้งาน ตัวของระบบและเทคโนโลยีเองก็ยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องอยู่ต่อไป จึงกลายมาเป็นข้อจำกัดประการสำคัญที่ว่า ในช่วงเวลาหนึ่งสภาพการณ์ทางเทคนิคที่มีผลกับการดำเนินธุรกิจจะก่อให้เกิดผลขึ้นในลักษณะหนึ่ง แต่ภายในระยะเวลาต่อมาไม่นานซึ่งอาจสั้นเพียงแค่ 1-2 วัน หรือ 1-2 สัปดาห์ สภาพทางเทคนิคหรือสภาพของการตลาดกลับมีการเปลี่ยนแปลงไปในอีกรูปหนึ่ง ทำให้การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์เกิดขึ้นอยู่แทบจะตลอดเวลา

ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งก็คือ ความไม่ชัดเจนในด้านแนวนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ แม้ว่าการวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงสาระให้เห็นว่า ในส่วนของภาครัฐมีท่าทีผ่อนปรนและมีทิศทางในการดำเนินแนวนโยบายที่เปิดกว้างขึ้นจากเดิม แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของภาครัฐดังกล่าวก็ยังไม่มีการสรุปผลชี้ชัดอย่างเด็ดขาดลงไป เช่น นโยบายในการเปิดเสรีของธุรกิจโทรทัศน์ จำนวนโทรทัศน์ที่จะสามารถอนุมัติให้จัดตั้งได้เพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงในเรื่องของการแบ่งอำนาจหน้าที่ว่าองค์กรของรัฐหน่วยใดที่มีอำนาจในการตัดสินใจอนุมัติ

นอกเหนือไปจากข้อจำกัด 2 ประการที่กล่าวมา ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งก็คือ การเปลี่ยนแปลงในด้านนโยบายและแผนธุรกิจของผู้ประกอบการโทรทัศน์เองไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ระบบ VHF หรือเคเบิลทีวีก็ตาม เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายของสถานีโทรทัศน์ระบบ VHF ที่อาจมีผลถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางการบริหารอาจทำให้แหล่งข้อมูลในการวิจัย คือ ทศนะจากผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ อาจมีการเปลี่ยนไปตามตัวบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปได้ เป็นต้น สิ่งต่างๆดังที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในการศึกษาวิจัยถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยทั้งสิ้น



จากข้อจำกัดดังกล่าว ผู้วิจัยหวังว่าผู้ที่สนใจจะอาศัยข้อมูลที่ได้นี้เป็นพื้นฐานในการศึกษาต่อไป และใช้เป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแวดวงธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทย

#### ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับผู้มีส่วนร่วมอยู่ในธุรกิจโทรทัศน์ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการทางเทคนิค ผู้ประกอบการโทรทัศน์ทุกประเภท ผู้ผลิตรายการ มวลชนผู้รับสาร ฯลฯ ดังต่อไปนี้

1. การแข่งขันทางด้านธุรกิจที่เกิดขึ้นตามกระแสของโลก “โลกาภิวัตน์” นั้น ปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูง และการแข่งขันดังกล่าวอาจมีการละเลยต่อด้านวัฒนธรรม และจริยธรรม ซึ่งอาจเป็นเหตุให้สังคมมีความเสื่อมทรามลงได้ ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องทุกรายควรพึงตระหนักในเรื่องดังกล่าว และควรพยายามแสวงหาแนวทางในการป้องกันมิให้เกิดผลกระทบที่ขาดความสมดุลย์สุดโต่งขึ้นด้านใดด้านหนึ่ง คือ มิใช่เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมจริยธรรมจนปิดกั้นนวัตกรรมใหม่ต่างๆที่เกิดขึ้น หรือสนใจมุ่งเสริมและติดตามนวัตกรรมใหม่แต่เพียงอย่างเดียวจนละเลยสิ่งที่ดีงามของสังคม
2. การก้าวเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆตามกระแสโลกในยุคคลื่นลูกที่สามนี้คงเป็นการยากที่จะหลีกเลี่ยงการเข้าสู่กระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังนั้นวิธีที่ดีที่สุดสำหรับสังคมไทยนั้น ควรจะเป็นการเตรียมตนเองให้พร้อมที่จะรับหรือเผชิญกับสิ่งแปลกๆใหม่ๆที่จะเกิดขึ้น โดยควรมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ของประเทศและประชาชนส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ทางธุรกิจส่วนบุคคล การที่ประเทศไทยมีดาวเทียมเป็นของตนเองควรจะเป็นภาพลักษณ์แสดงให้เห็นถึง



ศักยภาพของประเทศ และนำศักยภาพนั้นมาริเริ่ม คิดค้น พัฒนาและใช้งานให้เหมาะสมเพื่อนำพาประเทศให้ก้าวหน้าและประชาชนมีชีวิตตลอดจนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

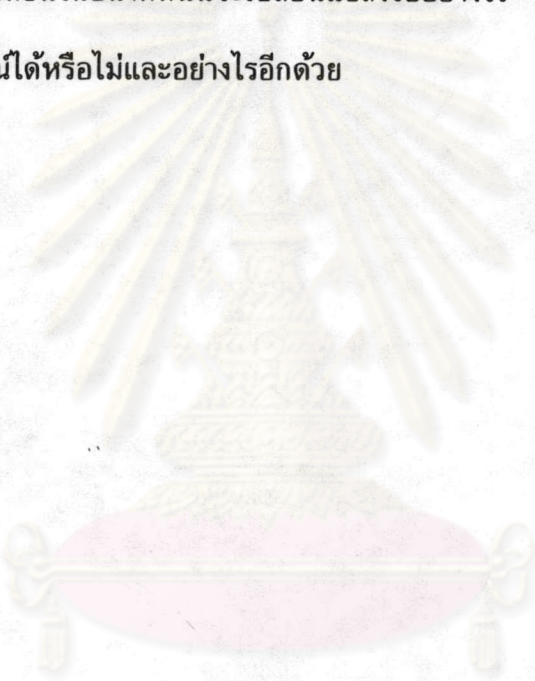
3. สิ่งที่ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นอีกประการหนึ่งจากการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้คือ การนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกับการสื่อสารมวลชน เช่น การแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ นั้น สมควรที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะร่วมมือกันดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลโดยเร็วที่สุด ทั้งนี้เพราะการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างให้ประชาชนทั่วทั้งประเทศ มีพื้นฐานความรู้ที่ดียิ่งขึ้นเสริมเข้าไปกับการศึกษาที่ได้รับจากโรงเรียน มหาวิทยาลัย ซึ่งเมื่อประชาชนได้รับการศึกษาพื้นฐานได้อย่างทัดเทียมกันแล้ว ประชาชนก็จะมีความรู้ความเข้าใจในระบบสังคม การเมือง และการปกครอง อันจะเป็นสิ่งเสริมให้การพัฒนาประเทศโดยรวมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับประเด็นอื่นที่น่าจะหยิบยกขึ้นมาทำการศึกษาต่อไปในอนาคตนั้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอว่า นอกจากประเทศไทยจะมีโทรทัศน์ในระบบ VHF และเคเบิลทีวีอยู่แล้ว ในอนาคตอันใกล้จะมีโทรทัศน์ระบบ UHF เกิดขึ้นใหม่ โดยในปี 2538 นี้รัฐบาลได้อนุมัติการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ระบบ UHF ขึ้นในระยะแรก 1 ช่องสถานี โดยผู้ที่ได้รับสัมปทานในการดำเนินการคือ “กลุ่มสยามทีวี” การเกิดของโทรทัศน์ในระบบ UHF นี้ จะเป็นสิ่งที่น่าศึกษาวิเคราะห์วิจัยอีกเรื่องหนึ่งว่า ทิศทางและรูปแบบของโทรทัศน์ UHF ในประเทศไทยจะเป็นอย่างไร เนื่องจากโทรทัศน์ UHF ที่เกิดขึ้นใหม่เป็นโทรทัศน์แบบ Free TV เช่นเดียวกับโทรทัศน์ระบบ VHF ในปัจจุบัน อุปกรณ์ในการรับชมก็มีราคาถูกลงสามารถดัดแปลงเพิ่มเติมจากอุปกรณ์การรับชมโทรทัศน์ VHF อีกเพียงเล็กน้อย ประชาชนไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการรับชมแต่อย่างใด จึงเป็นที่น่าศึกษาว่าโทรทัศน์ UHF จะกลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญในธุรกิจโทรทัศน์อีกรายหนึ่งหรือไม่ และโทรทัศน์ UHF จะสามารถสร้างแรงกดดัน และการแข่งขันทางธุรกิจขึ้นได้หรือไม่ ตลอดจนโทรทัศน์ UHF



เองจะถูกแรงกดดันอย่างไรหรือไม่ในการเข้าสู่ธุรกิจโทรทัศน์ที่มี “ยักษ์ใหญ่” อยู่แล้วในธุรกิจ คือ  
โทรทัศน์ VHF และเคเบิลทีวีที่มีอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนี้เรื่องของ “รูปแบบรายการ” ที่เป็น Content หรือเนื้อหาสาระในการแพร่  
ภาพโทรทัศน์ในอนาคตซึ่งผู้ประกอบการโทรทัศน์ในปัจจุบันประเมินว่าเป็นสิ่งที่จะเกิดการเปลี่ยน  
แปลงขึ้นอย่างมากในอนาคตนั้นก็ เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่น่าจะวิเคราะห์ศึกษาต่อไปว่า การเปลี่ยน  
แปลงที่เชื่อกันว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และสะท้อนให้เห็นถึงภาพ  
รวมของธุรกิจโทรทัศน์ได้หรือไม่และอย่างไรอีกด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย