

การแบ่งเขตพื้นที่ให้บริการกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี)

รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ*

อาจารย์แพทย์พัชร์ เตียวสมบูรณ์กิจ**

และอาจารย์จรรุพร เลิศพิสัยพันธ์***

สภาพการณ์การให้บริการเคเบิลทีวีในปัจจุบัน

สถานีเคเบิลทีวีในปัจจุบัน มีอยู่มากมายทุกจังหวัดและเกือบทุกอำเภอ ซึ่งมีการจัดแบ่งเขตบริการกันเอง โดยทำการตั้งสัญญาณภาพและเสียงจากจานรับดาวเทียมที่ติดตั้งไว้ จากนั้นก็ส่งต่อด้วยเครื่องส่งไปตามสายที่ได้มีการโยงไว้ตามเสาไฟฟ้าหรือเสาโทรศัพท์ โดยอาจทำร่วมกับรายการที่เล่นจากเครื่องเล่นจากวีสดูบันทึก หรืออาจออกสดจากสถานีส่ง ในขอบเขตที่แต่ละบริษัทได้กำหนดในแต่ละเขตในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ โดยครัวเรือนที่เป็นสมาชิกจะต้องจ่ายค่าสมาชิกเป็นรายเดือน ตั้งแต่ 300-350 บาทสำหรับเคเบิลทีวีท้องถิ่น และมากกว่านั้นสำหรับระบบในระดับประเทศ

*รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ : คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**อาจารย์แพทย์พัชร์ เตียวสมบูรณ์กิจ :

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

***อาจารย์จรรุพร เลิศพิสัยพันธ์ :

หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ได้รายงานการสำรวจจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ของ เอจีบี นีลเส็น พบว่าทั่วประเทศมีครัวเรือนทั้งสิ้นรวมจำนวน 19 ล้านครัวเรือน แบ่งเป็น กรุงเทพฯและปริมณฑล 3.5 ล้านครัวเรือน, เขตเทศบาล (Urban) 4.4 ล้านครัวเรือน และ หมู่บ้าน (Rural) 1.17 ล้านครัวเรือน กลุ่มผู้ชมสมาชิกเคเบิลท้องถิ่นที่ใช้จานซีแบนด์รับสัญญาณ ไม่รวมกลุ่มอพาร์ทเมนต์และหอพัก มีจำนวน 1.7 ล้านรายทั่วประเทศหรือคิดเป็น 9% ของครัวเรือนไทยที่ชมทีวี

ส่วนกลุ่มที่ติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียมทุกระบบ ทั้งซี-แบนด์ เคยู แบนด์ และจานทรู วิชันส์ แบบทรูไลฟ์ ฟรีวิว และช็อบาด โดยไม่รวมจานทรู ที่ช็อบแบบแพ็กเกจทั่วประเทศมีจำนวน 2.7 ล้านจาน ในปี 2552 คิดเป็นสัดส่วน 14% ของครัวเรือนไทย เพิ่มขึ้นจาก 1.5 ล้านจาน หรือ 8% ของครัวเรือนไทยที่ชมทีวีในปี 2551 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นเท่าตัว ขณะที่จำนวนผู้ชมทีวีผ่านสมาชิกเคเบิลทีวี และจานดาวเทียมทุกระบบ อยู่ที่ 4.9 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ หรือคิดเป็น 25% ของครัวเรือนไทย ถือเป็นตัวเลขของจำนวนผู้ชม และทำให้ทีวีดาวเทียมเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเข้าถึงผู้ชม อีกทั้งคุ้มค่าในการใช้พื้นที่โฆษณา (ฐานเศรษฐกิจ, เคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียมมาแรงโฆษณาจ่อคิว, 11 มกราคม 2010 <http://www.adtvcthai.com/news/2561>)

ในขณะที่ ปริมาณการเปิดรับชมเคเบิลทีวีก็มีอัตราสูงเช่นกัน จากผลสำรวจของเอจีบี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552 เมื่อวิเคราะห์ผู้ชมโดยแยกตามกลุ่มอายุ จะพบว่าในวันธรรมดา คนทั่วไปจะเปิดชมช่องเคเบิลทีวีมากกว่าช่องฟรีทีวี โดยเรตติ้งผู้ชมฟรีทีวีจะสูงสุดและสูงกว่าเคเบิลทีวีในช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ ก่อนช่วงเวลา 18.00 น. พบว่าผู้ชมช่องเคเบิลทีวีใกล้เคียงกับช่องฟรีทีวีมาก และผู้ชมมีการเปลี่ยนช่องสลับไปมาระหว่างเคเบิลทีวีกับฟรีทีวีในอัตราใกล้เคียงกัน แต่จำนวนผู้ชมจะแตกต่างกันอย่างชัดเจนในช่วงไพรม์ไทม์ ซึ่งจากผลการสำรวจจะเห็นว่า เคเบิลทีวีไม่ได้เป็นเพียงตัวช่วยในการชมฟรีทีวีชัดขึ้นเท่านั้น เพราะเคเบิลทีวีมีเนื้อหาหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นช่องข่าว ช่องข่าวท้องถิ่นหรือข่าวภูมิภาค ช่องบันเทิง ช่องแฟชั่น ช่องรายการท้องถิ่น

ถิ่น และอื่นๆ ในอนาคตผู้ชมอาจจะหันมาชมเคเบิลทีวีกันมากขึ้น และแนวโน้มว่าเคเบิลทีวีจะเติบโตอย่างมาก และภายใน 5 ปี สื่อดังกล่าวจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมโทรทัศน์เช่นเดียวกับฟรีทีวีในปัจจุบัน (เอจิปโซว์เรทติ้งเคเบิลพีพีทีวี, กรุงเทพมหานครออนไลน์)

นอกจากนี้ จากสถานการณ์การเมืองไทยในช่วง ปี พ.ศ. 2549 ที่มีการชุมนุมของกลุ่มการเมืองเสื้อเหลือง และโดยเฉพาะในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 ที่เริ่มมีการชุมนุมของกลุ่มเสื้อแดง ทำให้เพิ่มยอดสมัครสมาชิกเคเบิลทีวีมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นไปถึงสองแสนราย เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนปกติที่มียอดสมาชิกใหม่เดือนละ 7-8 หมื่นราย เนื่องจากผู้ชมต้องการติดตามข้อมูลข่าวสาร จากช่องข่าวต่างๆ ซึ่งมีหลากหลายช่อง รวมทั้ง พีเพิล แชนแนล ที่นำเสนอการชุมนุมของกลุ่มเสื้อแดง หลังจากรัฐบาลสั่งปิดช่องพีเพิล แชนแนลแล้ว สมาชิกยังสนใจติดตามข่าวสารจากช่องข่าวอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น วอยซ์ ทีวี, สปริง นิวส์ และเอ็มบี แชนแนล และแนวโน้มในปี พ.ศ. 2553 สมาคมฯตั้งเป้าเพิ่มจำนวนสมาชิกรวม 1 ล้านราย หรือเป็นอัตราการเติบโตเท่าตัวเมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2552 ที่มีอัตราเพิ่มขึ้น 5 แสนราย หรือมีจำนวนสมาชิกเคเบิลท้องถิ่นทั่วประเทศประมาณ 3.5 ล้านครัวเรือน (กรุงเทพฯจ.เคเบิลทีวี-จันทบุรีเทียบยอดพุ่ง มี.ค.-เม.ย.โต 2 เท่าตัว, 13 เมษายน 2553)

จากข้อความข้างต้นมหาวิทยาลัยแสดงให้เห็นอัตราการขยายตัวของการสมัครเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีที่มีจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่ในด้านการจัดระเบียบการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในแต่ละพื้นที่ยังไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจนที่จะสร้างความเป็นธรรมให้กับสมาชิกผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ของเขตปกครองที่จะกำหนดเป็นเขตบริการกิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก โดยขนาดพื้นฐานของเขตที่ศึกษา คือเขตปกครองระดับอำเภอ รายละเอียดที่ศึกษาคือจำนวนครัวเรือนและศักยภาพเชิงเศรษฐกิจ และนำข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลเพื่อจัดแบ่งระดับชั้นของเขตการให้บริการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิกที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ออกเป็นระดับต่างๆ

แนวคิดที่นำมาใช้ในการวิจัย

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และหลักเกณฑ์การจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาต พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 มาตรา 78 กำหนดให้คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 มีหน้าที่ดำเนินการออกใบอนุญาตชั่วคราว อายุไม่เกิน 1 ปี ให้แก่ผู้ประกอบการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้ดำเนินการพิจารณาและเห็นชอบประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก) และร่างประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดเก็บค่าธรรมเนียม

ใบอนุญาตการประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว สำหรับการแบ่งเขตพื้นที่ให้บริการเคเบิลทีวี ตลอดจนการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายและผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุด (กทท.ให้ความเห็นชอบร่างประกาศกิจการเคเบิลทีวี. ทีมงานพัฒนาเนื้อหาสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. 23 กันยายน 2552) โดยสาระสำคัญของร่างฯ นี้ คือ

1. ค่าธรรมเนียมที่ผู้ขอรับใบอนุญาตต้องชำระเมื่อยื่นแบบคำขอรับใบอนุญาต โดยคิดในอัตรา 5,000 บาท ต่อคำขอใบอนุญาตหนึ่งฉบับ หมายถึง ต่อหนึ่งอำเภอ ซึ่งทางผู้ประกอบการมีความเห็นต่างและเสนอให้คิดเป็นจำนวนครั้งแทน การนับเป็นเขตการขอเป็นอำเภอ แต่ทางกทท. ได้คงมติให้เก็บเป็นเขตบริการระดับอำเภอแทนเนื่องจากมีความเป็นธรรมในขนาดของเขต ซึ่งถ้าให้การคิดตามรายครั้งในการขออนุญาตไม่สามารถรู้ได้ว่าจะมีขนาดเท่าไร

2. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก)

ตลาดโทรทัศน์ หรือ ทีวีมาร์เก็ต (TV Market)

กิจการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกหรือที่เรียกกันในภาษาชาวบ้านว่าเคเบิลทีวีนั้น มีลักษณะการให้บริการที่อาจกล่าวได้ว่าคล้ายกับกิจการค้าปลีก คือมีเขตการให้บริการที่โยงยึดอยู่กับอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ ซึ่งในทางค้าปลีกเรียกว่า Retail Trading Area ซึ่งจะกินบริเวณขนาดเท่าที่ผู้บริโภคจะเดินทางมาจับจ่ายได้สะดวก ซึ่งขนาดของเขตอาจแตกต่างกันไปได้ตามขนาดชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น และลักษณะของการจราจร และจะอธิบายได้ด้วยขนาดและสภาพของเขตภูมิศาสตร์

กิจการเคเบิลทีวี ในมุมมองการตลาด ก็อาจมองได้ว่าเป็นการให้บริการค้าปลีกแบบหนึ่ง สินค้าหรือบริการที่ให้ ก็คือการนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ นั้นเอง ตัวสินค้าที่ให้นั้น เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ไม่มีรูปร่างทางกายภาพที่เป็นตัวตน แต่เป็นเรื่องของความรู้ ความบันเทิง ข่าว หรือประสบการณ์จากการรับชม ดังนั้น จัดได้ว่าสิ่งที่เคเบิลทีวีนำเสนอให้แก่ผู้ชมก็คือบริการอย่างหนึ่งนั่นเอง

เมื่อมองว่ากิจการเคเบิลทีวีเป็นการขายหรือการให้บริการ จะเห็นว่าระบบการเดินสายหรือการแพร่ภาพไปยังผู้รับนั้น เป็นแค่เพียงระบบการกระจายหรือนำส่งสินค้า (Distribution หรือ Delivery) นั้นเอง เมื่อมองดังนี้ จะเห็นว่าหัวใจของการให้บริการเคเบิลทีวีก็คือการวางระบบการจัดส่งรายการทีวี ส่วนสินค้าบริการที่เป็นที่พึงปรารถนาของผู้รับนั้น มีผู้ผลิตขึ้นจากที่ต่างๆ ที่อาจเป็นใครก็ได้จากฟรีทีวี ทีวีดาวเทียม หรืออาจเป็นสถานีส่งของระบบเคเบิลเองก็ได้

เมื่อมองหัวใจของระบบเคเบิลทีวีคือระบบการจัดส่งแล้ว ในระบบการให้บริการเคเบิลทีวีที่ใช้ระบบการส่งทางสาย โครงข่าย (Network) ของสายส่งจึงเป็นทรัพย์สินทุนที่สำคัญในการประกอบกิจการ และทรัพย์สินนี้ มีธรรมชาติเป็นระบบที่ปักติดอยู่กับพื้นดิน มีขอบเขตที่ถูกจำกัดโดยระยะทางพาดสาย และต้องลงทุนสูง ซึ่งธรรมชาติของกิจการเช่นนี้ในเชิงเศรษฐกิจจึงมีลักษณะเป็นการผูกขาดโดยธรรมชาติหรือกึ่งผูกขาดโดยผู้ประกอบการน้อยคน

ความที่กิจการสื่อสารมวลชนนี้เป็นการให้บริการกับสาธารณะ และระบบจะต้องเดินสายพาดผ่านไปบนพื้นที่สาธารณะ มีการลงทุนสูง ทั้งมีธรรมชาติเป็น

ธุรกิจมีลักษณะผูกขาดหรือกึ่งผูกขาด กิจการเคเบิลทีวีจึงเป็นกิจการที่จะต้องได้รับอนุญาต หรือเป็นกิจการที่จะต้องอยู่ภายใต้สัมปทานของรัฐ และโดยที่ธรรมชาติของเคเบิลทีวี ถูกจำกัดโดยระยะทางทางกายภาพของการพาดสาย และการให้บริการมีลักษณะเช่นเดียวกับการให้บริการค้ำปลีก การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการหรือการให้สัมปทาน จึงเป็นการกำหนดเขตการให้บริการออกเป็นเขตๆ ตามลักษณะของสภาพเขตภูมิศาสตร์และชุมชนที่เป็นเขตบริการ ในต่างประเทศ เขตบริการนี้เป็นการกำหนดไปตามเขตของนคร (City) หรือเมือง (Town) ซึ่งสำหรับประเทศไทย เขตการให้บริการเคเบิลทีวีก็ไม่น่าจะแตกต่างไปจากประเทศอื่น ซึ่งเขตที่ใกล้เคียงในทางปกครองของประเทศไทย ก็คืออำเภอหรือ หรืออาจแบ่งเป็นตำบลก็ได้ นั่นเอง ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรกำกับ แต่อย่างไรก็ตาม เขตการให้บริการไม่สามารถใหญ่เกินขนาดอำเภอเนื่องจากธรรมชาติของการพาดสายไม่อำนวย ยกเว้นแต่จะใช้ระบบการแพร่ภาพผ่านการกระจายเสียงหรือนำส่งด้วยวิธีอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับค่าดัชนี (Index Number) และวิธีการคิดค่าบริการเคเบิลทีวี

การใช้แนวคิดเกี่ยวกับค่าดัชนี (Index Number) มาเป็นวิธีการกำหนดค่าดัชนีของตลาดเคเบิลทีวี ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ค่าดัชนี คือ ค่าของตัวเลขที่คำนวณขึ้นจากชุดของข้อมูล ซึ่งวัตถุประสงค์ก็มักจะนำมาใช้เพื่อเป็นการศึกษาเปรียบเทียบ ถือเป็นตัวบ่งชี้สถานการณ์ต่างๆ ที่สนใจ ทำให้เราสามารถมองเห็นภาพของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ หรือเห็นภาพการเคลื่อนไหวของข้อมูลที่สนใจ การใช้ค่าดัชนีนี้มีการใช้เป็นการทั่วไป แต่ที่เราคุ้นเคยและพบเห็นบ่อยๆ ก็คือการใช้ในทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index - CPI) หรือในทางการเงินก็เช่นดัชนีตลาดหลักทรัพย์ (Security Exchange of Thailand's Index-SET Index) ในทางการตลาดก็เช่น ดัชนีตลาดเป้าหมาย (Target Group Index-TGI)

ในการศึกษาหรือวิเคราะห์ด้วยค่าดัชนี มีวิธีการเปรียบเทียบอยู่สองวิธีที่เป็นที่คุ้นเคยกัน นั่นคือการเปรียบเทียบสิ่งเดียวกันในเวลาที่แตกต่างกัน (SET Index หรือ

CPI) เช่น การศึกษาดัชนีราคาผู้บริโภคระหว่างปี 2552 เทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภคในปี 2551 หรือศึกษาสิ่งที่แตกต่างกันในคุณลักษณะในเวลาเดียวกัน (TGI) เช่น ศึกษาว่ากลุ่มผู้ใช้สินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ระหว่างกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงานตอนต้น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ใครมีอัตราการบริโภคสูงกว่ากันมากน้อยเท่าไร เป็นต้น

การเปรียบเทียบสิ่งเดียวกันที่ต่างกันในเรื่องเวลา ผู้ศึกษามักจะใช้ปี (หรือช่วงเวลา) ที่กำหนดขึ้นเป็นปีฐานและให้มีค่าเป็น 100 และคำนวณค่าของสิ่งเดียวกันนั้นในช่วงเวลาที่แตกต่างกันที่ต้องการศึกษา เพื่อดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง ในการเปรียบเทียบสิ่งเดียวกันที่แตกต่างกันในเรื่องรายละเอียด เช่น ตัวอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ยกมาข้างต้น ผู้ศึกษามักจะใช้ค่าเฉลี่ยของการบริโภคบะหมี่ของคนทุกคนทั้งหมดเป็นตัวตั้งหรือเป็นฐานที่ 100 แล้วจึงศึกษาอัตราการบริโภคของกลุ่มคนที่แตกต่างกัน เพื่อดูว่ากลุ่มใดมีการบริโภคบะหมี่มากหรือน้อยกว่ากัน ซึ่งตามตัวอย่างสมมุติ ก็อาจพบว่าการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีดัชนีในกลุ่มวัยรุ่น 122 กลุ่มวัยทำงานตอนต้น 134 กลุ่มวัยทำงาน 95 กลุ่มสูงอายุ 83 แสดงให้เห็นว่าตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีศักยภาพอยู่ที่กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น การสื่อสารการตลาด ควรเน้นสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ การจัดส่งเสริมการขาย ก็ควรจัดให้จูงใจคนวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น เป็นต้น

สำหรับกรณีของการกำหนดค่าดัชนีของตลาดเคเบิลทีวี เป็นการศึกษาสิ่งที่แตกต่างกันในคุณลักษณะในเวลาเดียวกัน (TGI) คือ ศึกษาว่าในช่วงเวลาปัจจุบัน รายได้รวมในแต่ละเขตอำเภอทั่วประเทศมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงไร โดยใช้วิธีการคำนวณหาดัชนีจากรายได้รวมของเขตอำเภอ ซึ่งได้มาจากข้อมูลด้านจำนวนครัวเรือนและรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน และให้ค่าเฉลี่ยรายได้รวมในเขตอำเภอ คือ ค่าฐานดัชนี 100 เพื่อนำผลลัพธ์ที่เป็นค่าดัชนีของตลาดเคเบิลทีวีมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งเขตพื้นที่ให้บริการกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่: กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับค่าดัชนี (Index Number) มาเป็นวิธีการกำหนดค่าดัชนีของตลาดเคเบิลทีวี เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งเขตพื้นที่ให้บริการกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่: กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี) ตามศักยภาพเชิงพาณิชย์ระดับต่าง ๆ โดยยึดหลักการแบ่งระดับตามแนวทางในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว ได้กำหนดให้มีการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ แบ่งเป็น 4 ระดับ ดังนี้

- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์สูง
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์กลาง
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์น้อย
- เขตพื้นที่ที่ไม่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์

ในส่วนของผู้วิจัยจะนำเสนอการแบ่งพื้นที่การให้บริการ แบ่งเป็น 4 ระดับตามค่าดัชนีของแต่ละเขตพื้นที่ให้บริการ ดังนี้

- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์สูง คือ เขตที่มีค่าดัชนี 200 ขึ้นไปหรือมีรายได้สูงกว่ารายได้เฉลี่ย 2 เท่าขึ้นไป
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์กลาง คือ เขตที่มีค่าดัชนีระหว่าง 150-199
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์น้อยคือ เขตที่มีค่าดัชนีระหว่าง 100-149
- เขตพื้นที่การให้บริการที่ไม่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์คือ เขตที่มีค่าดัชนีต่ำกว่า 100

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Analysis) การศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ของเขตปกครองจำนวนครัวเรือน และศักยภาพเชิงเศรษฐกิจที่จะกำหนดเป็นเขตบริการกิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิกของเขตปกครองระดับอำเภอ ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปีพ.ศ. 2550 เป็นแหล่งข้อมูลหลัก

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ ตามแนวทางในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว ได้กำหนดให้มีการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ แบ่งเป็น 4 ระดับ ดังนี้

- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์สูง คือ เขตที่มีค่าดัชนี 200 ขึ้นไปหรือมีรายได้สูงกว่ารายได้เฉลี่ย 2 เท่าขึ้นไป มีจำนวน 82 เขต
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์กลาง คือ เขตที่มีค่าดัชนีระหว่าง 150-199 มีจำนวน 46 เขต
- เขตพื้นที่การให้บริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์น้อย คือ เขตที่มีค่าดัชนีระหว่าง 100-149 มีจำนวน 121 เขต
- เขตพื้นที่การให้บริการที่ไม่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ คือ เขตที่มีค่าดัชนีต่ำกว่า 100 มีจำนวน 628 เขต

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยนี้นับเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่จะนำไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว ที่ได้กำหนดให้มีการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการในระดับต่างๆ ซึ่งถือเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เพื่อดำเนินการออกใบอนุญาตชั่วคราว อายุไม่เกิน 1 ปี ให้แก่ผู้ประกอบการที่ไม่

ใช้คลื่นความถี่ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551

ผลประโยชน์ของการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ:

ประโยชน์ของประชาชน

ในด้านของผู้บริโภค การให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกในเขตภูมิภาคของประเทศไทยนั้น กล่าวได้ว่าบริการทั้งหมดเป็นชนิดเดินสาย ซึ่งในสภาพของตลาดปัจจุบัน กล่าวได้ว่าเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับลักษณะการรับบริการของประชาชนในเขตภูมิภาค

ด้วยธรรมชาติของสื่อชนิดนี้ การให้บริการโทรทัศน์ชนิดบอกรับสมาชิกระบบเดินสายหรือที่เรียกกันว่าเคเบิลทีวี มีลักษณะยึดติดกับพื้นดินและขอบเขตทางภูมิศาสตร์และแตกต่างอย่างมากจากระบบแพร่ภาพทางอากาศของโทรทัศน์แบบทั่วไปหรือฟรีทีวี หรือโทรทัศน์แบบแพร่ภาพออกอากาศผ่านดาวเทียมหรือระบบอื่น การเดินสายส่งสัญญาณไปยังครัวเรือนที่บอกรับสมาชิก สามารถส่งช่องรายการไปยังเครื่องรับได้จำนวนหลายช่อง ทำให้ผู้ให้บริการรายเดียวสามารถให้บริการช่องโทรทัศน์ได้หลากหลายกว่า ผู้ชมมีโอกาสที่จะเลือกชมรายการที่ตนชื่นชอบได้มากขึ้นและไม่เสียค่าใช้จ่ายสูงจนเกินไป

ในขณะที่ระบบแพร่ภาพออกอากาศ มีขอบเขตการแพร่ภาพเป็นรัศมีที่มีความแรงคลื่นสามารถแผ่ออกไปได้ มีลักษณะเป็นวงกว้างระดับสัญญาณแรงที่จุดเสาส่งตั้งอยู่และสัญญาณจะลดทอนลงเมื่ออยู่ห่างไกลออกไป ผู้ให้บริการอาจกำหนดระดับความแรงของกำลังส่ง แต่ไม่สามารถกำหนดขอบเขตตามภูมิศาสตร์ได้ ในทางตรงข้าม ระบบเดินสายกลับมีข้อดีเรื่องความสามารถในการกำหนดขอบเขตตามที่ผู้ให้บริการต้องการและสภาพภูมิศาสตร์อำนวย ซึ่งจะทำให้ผู้รับชมสามารถได้รับภาพและเสียงที่มีคุณภาพสูงได้ตลอดเวลา ไม่มีอุปสรรคเรื่องสิ่งกีดขวางที่บดบังคลื่นส่ง ผู้ให้บริการในระบบเดินสายสามารถเดินสายไปยังบริเวณที่มีชุมชนหนาแน่น และจูงสายผ่านบริเวณรกร้างว่างเปล่าที่ไม่มีครัวเรือนตั้งอยู่โดยไม่ต้องเดินสายแขนงให้สูญเปล่าแต่อย่างไร ข้อดีของความสามารถปรับขอบเขตการให้บริการไปตามลักษณะ

ชุมชนนี้ เป็นจุดเด่นที่ทำให้บริการโทรทัศน์แบบเดินสายนี้ สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นได้ดี ซึ่งจุดเด่นนี้เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาสำหรับการปกครองและพัฒนาที่เน้นความต้องการของชุมชนเป็นหลัก รวมถึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมถิ่น

โทรทัศน์แบบเดินสายเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมได้ การที่สามารถกำหนดขอบเขตของการให้บริการได้ ทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถตอบสนองความต้องการด้านรายการของผู้ชมในท้องถิ่นได้ดี ผู้ชมในชุมชนภูมิภาคไม่ต้องถูกจำกัดให้ชมเฉพาะรายการจากส่วนกลางหรือรายการจากต่างประเทศที่ตนเองไม่สนใจ ผู้ชมสามารถรับรู้ข่าวสารสาระเกี่ยวกับท้องถิ่นใกล้ตัว ได้ชมรายการบันเทิงและวัฒนธรรมที่เป็นวัฒนธรรมย่อยของตนได้ ความใกล้ชิดและตอบสนองได้ดีนี้ ทำให้ผู้ชมท้องถิ่นสามารถมีส่วนในรายการโทรทัศน์ที่ให้บริการในท้องถิ่นได้ ซึ่งอาจเริ่มต้นจากการแสดงความต้องการให้สถานีรับรู้ การให้ความคิดเห็น ดิชม การเสนอแนะ และที่สุด สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการร่วมจัดหรือผลิตรายการสำหรับชุมชนได้

ประโยชน์ของการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ: ประโยชน์ในการกำกับดูแล

ในด้านขององค์กรกำกับ การกำหนดเขตการให้บริการ เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ในการกำกับคุณภาพการให้บริการ และการกำหนดค่าธรรมเนียมในการประกอบกิจการ รวมถึงการส่งเสริมให้มีบริการคุณภาพอย่างทั่วถึงดังได้กล่าวแล้วว่าในพื้นที่หรือชุมชนต่างกัน ความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ รวมถึงกำลังความสามารถในการเข้าถึงโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกด้วย ในตลาดที่ประชาชนมีกำลังซื้อสูงและอยู่กันหนาแน่น ครั้วเรือนสามารถที่จะติดตั้งระบบโทรทัศน์ได้โดยไม่มีปัญหาในเรื่องค่าสมาชิก และผู้ให้บริการต่างก็มีความประสงค์จะเข้าเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่นั้น ในทางตรงกันข้าม เขตที่ประชาชนมีกำลังซื้อน้อยและอยู่กระจัดกระจาย ประชาชนอาจไม่มีกำลังเงินที่จะจ่ายค่าบอกรับสมาชิกและผู้ประกอบการก็ไม่มีผู้ใดประสงค์จะเข้าลงทุนในตลาดนั้น การกำหนดเขตพื้นที่การให้บริการ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้องค์กรกำกับสามารถ

เรียกร้อยค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในตลาดที่มีศักยภาพต่ำไม่ต้องมีภาระเรื่องค่าธรรมเนียมอันจะเป็นการลดภาระการลงทุนและสามารถผ่านประโยชน์ในด้านต้นทุนในรูปแบบของค่าบริการให้แก่ครัวเรือนสมาชิกได้

ความสามารถในการกำกับค่าธรรมเนียมขององค์กรกำกับในย่อหน้าข้างต้น ยังสามารถขยายไปถึงการส่งเสริมทางด้านรายการหรือเงินอุดหนุนในกิจกรรมที่มีผลดีต่อชุมชนได้ด้วย องค์กรกำกับที่มีกองทุนหรือมีพันธกิจในด้านการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในเรื่องรายการโทรทัศน์คุณภาพหรือการให้ความรู้ การพัฒนาสามารถพิจารณาและดำเนินการได้ง่าย สะดวก และตรงตามความจำเป็นของท้องถิ่นที่ต้องการส่งเสริมได้ การกำหนดเขตการให้บริการสามารถอำนวยความสะดวกให้ท้องถิ่นสามารถแบ่งส่วนการดูแลและจัดตั้งองค์ประกอบขององค์กรให้เหมาะสมกับการกำกับดูแลในแต่ละท้องถิ่นได้ เขตที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมใกล้เคียงกันหรือมีเขตภูมิศาสตร์อำนวย สามารถที่จะจัดกลุ่มรวมอยู่ในหน่วยงานกำกับย่อยลงมาได้ ทำให้การกำกับดูแลสามารถทำได้ทั่วถึงรวดเร็วและสนองตอบต่อสาธารณะได้ดีกว่าทั้งนี้รวมถึงภารกิจในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย การกำกับดูแลในการแข่งขันและการครอบงำข่าวสารสามารถทำได้อย่างได้ผลโดยผ่านการจัดแบ่งเขตบริการ

สื่อเคเบิลทีวีเป็นสื่อที่มีลักษณะผูกขาดเป็นธรรมชาติตั้งได้กล่าวมาแล้ว การแบ่งเขตบริการจะทำให้ผู้กำกับดูแลสามารถกำหนดขอบเขตของตลาดแข่งขันได้ สามารถให้ดุลยพินิจได้อย่างมีเหตุมีผลถึงสภาพการแข่งขันในเขตบริการหรือตลาดหนึ่ง ๆ การพิจารณาการแข่งขันในขอบเขตภูมิศาสตร์ชุมชนนี้ทำให้สอดคล้องการผูกขาดหรือการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมทำได้ดีและชัดเจนขึ้นทั้งนี้รวมถึงการกำกับดูแลในการครอบงำข้อมูลข่าวสารและการถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง

ประโยชน์ของการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ: ประโยชน์ในทางพาณิชย์

ผู้ลงทุนประกอบกิจการเคเบิลทีวีท้องถิ่น สามารถเลือกตลาดที่ตนจะลงทุนได้อย่างชัดเจน และสามารถรู้ภาระรับผิดชอบที่ตนจะต้องผูกพันกับครัวเรือน

สมาชิกและองค์กรกำกับได้ล่วงหน้าสามารถคาดการณ์ถึงอนาคตของแต่ละตลาดได้ เนื่องจากรู้ขอบเขตทางภูมิศาสตร์และรู้ถึงทิศทางในอนาคตผ่านลำดับเชิงศักยภาพ ที่องค์กรกำกับได้กำหนดไว้แล้ว ผู้ประกอบการสามารถเลือกเขตตลาดที่มีอาณาเขต ติดต่อกัน หรืออาจเลือกเจาะตลาดที่ห่างจากกันได้ และถ้าหากมีกำลังความสามารถ ก็อาจผันแปรธุรกิจของตนให้เป็นผู้ให้บริการระดับประเทศได้ การแบ่งเขตให้บริการ นี้ ยังเป็นการป้องกันการขอใบอนุญาตในเขตใหญ่แล้วกักสิทธิเอาไว้โดยไม่ลงทุนให้บริการ หรือนำไปข่มขู่คู่แข่งที่จะเข้าสู่ตลาดโดยอ้างว่าตนมีใบอนุญาตอยู่แล้วและ จะขยายตลาดหากคู่แข่งจะเข้าสู่ตลาด การแบ่งเขตตลาดที่เหมาะสม ยังเป็นการ ป้องกันการขายช่วงสิทธิของผู้ถือใบอนุญาตในตลาดได้อีกด้วย

ในส่วนของ การพาณิชย์นักการตลาดและทางสถานี สามารถรับรู้ได้ถึงขนาด ของตลาดของชุมชน รู้จำนวนครัวเรือนที่ผู้ให้บริการเคเบิลทีวีในแต่ละตลาดสามารถ เข้าถึง (Reach) รู้ถึงลักษณะของการกระจายตัว และลักษณะทางประชากร รวมถึง ข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ทางด้านการตลาดได้ ความชัดเจนในข้อมูลด้านการตลาดนี้ช่วย ให้ให้นักการตลาดสามารถให้บริการทางด้านสินค้าแก่ประชาชนได้ดีขึ้น สามารถลด ต้นทุนในการเข้าถึงตลาด ลดการสูญเสียในการใช้บิตที่มีแต่จะก่อความรำคาญให้แก่ ผู้ชมที่ไม่ได้เกี่ยวข้อง

การมีเขตบริการเคเบิลทีวีที่ชัดเจน ช่วยให้นักการตลาดสามารถวิเคราะห์ ศักยภาพของตลาดได้ดีขึ้น รู้ว่าตลาดใดมีขนาดที่เหมาะสมกับการเข้าสู่การแข่งขัน หรือมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับตนทำให้ลดความเสี่ยงต่อการสูญเสียจากการ แข่งขันแบบทำลายล้างหรือไม่จำเป็น ทรัพยากรทางด้านตลาดที่มีค่า สามารถที่จะ โยกย้ายไปสู่เขตตลาดที่มีความเหมาะสมและตรงความต้องการมากกว่า ซึ่งในภาพ รวมแล้วก็เป็น การลดความเสี่ยงต่อความเปลี่ยนแปลงสูญเสียของระบบเศรษฐกิจรวม ของประเทศ

การแบ่งเขตการให้บริการ เป็นการส่งเสริมการควบคุมตนเองผ่านสมาคม วิชาชีพหรือสมาคมธุรกิจของผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์ การที่มีผู้ประกอบการ ในเขตต่าง ๆ กระจายไปในทุกภูมิภาค จะโดยองค์กรกำกับหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

สามารถส่งเสริมการรวมตัวกันเองได้ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาความเป็นวิชาชีพ ยกกระดับมาตรฐานการให้บริการ การสอดส่องดูแล การประกอบการให้เป็นธรรมและมีจรรยาวิชาชีพ รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อจำกัดของวิธีการและการแบ่งเขตพื้นที่การให้บริการ

การศึกษานี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้งานเฉพาะเพื่อประกอบการตัดสินใจกำหนดศักยภาพของเขตให้บริการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ความต้องการข้อมูลที่ใช้ได้ ในระยะเวลาอันสั้นและภายใต้ข้อจำกัดเรื่องเวลา เป็นเงื่อนไขกำหนดลักษณะของการศึกษา ดังนั้นวิธีการหาค่าดัชนีของตลาดเคเบิลทีวี ที่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้รวมในแต่ละเขตอำเภอทั่วประเทศ หากผู้ศึกษาใช้ข้อมูลแบบปฐมภูมิ จากวิธีการลงพื้นที่เก็บข้อมูลใหม่ จะต้องใช้งบประมาณจำนวนมากและใช้เวลาในการดำเนินการเป็นเวลานาน ดังนั้น หากผู้ศึกษาพึ่งพาแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งสาธารณะหรือส่วนราชการที่อนุญาตให้ ได้แก่ ข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นแหล่งข้อมูล ก็จะช่วยให้ผู้ศึกษาได้ฐานข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับรายได้รวมในแต่ละเขตอำเภอทั่วประเทศที่น่าเชื่อถือได้ ภายในระยะเวลาที่มีจำกัด แต่อย่างไรก็ตาม ความถูกต้องของข้อมูลจึงเป็นไปตามข้อมูลจากแหล่งที่เก็บ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ รวมทั้งอาจมีความจำกัดในเรื่องความทันสมัยของข้อมูล ซึ่งขึ้นอยู่กับหน่วยงานเจ้าของข้อมูล นอกจากนี้ ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาคือรายได้ครัวเรือน เป็นข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อน อ่อนไหว ซึ่งมีใช้ได้มาโดยง่ายหรือมีค่าใช้จ่ายที่ผู้ให้ข้อมูลจะรายงานโดยเต็มใจและเปิดเผยเสมอไป

รายการอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ.เคเบิลทีวี-จันดาวเทียมยอดฟุ้งมี.ค.-เม.ย.โต 2 เท่าตัว. 13 เมษายน 2553 <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/business/.html>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. เอจีบีไอวีเรทติ้งเคเบิลพีพีทีวี. <http://www.sat-foryou.com/content-.html>
- ทีมงานพัฒนาเนื้อหา สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. กทช. ให้ความเห็นชอบร่างประกาศกิจการเคเบิลทีวี. 23 กันยายน 2552
- ฐานเศรษฐกิจ. เคเบิลทีวี-ทีวีดาวเทียมมาแรงโฆษณาจ่อคิว. 11 มกราคม 2010 <http://www.adtvcthai.com/news/2561>
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ พิญพัทธ์ เตียวสมบุญณกิจ และจารุพร เลิศพิสันท์ (2553). รายงานผลการศึกษาโครงการการจัดทำข้อมูลการแบ่งเขตพื้นที่ให้บริการกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่. สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ