

Status and Role of Local Cable Television Stations in Five Southernmost Provinces of Thailand (Songkla, Satun, Pattani, Yala and Narathiwat)

Phirakan Kai-nunna¹ and Supharaporn Tuanno²

¹M.A. (Communication Atrs), Assistant Professor,

E-mail: phirakan@bunga.pn.psu.ac.th

²M.A. (Educational Technology), Lecture,

Faculty of Communication Sciences,

Prince of Songkla University

Abstract

This research aims to examine 1) the status of local cable television stations in five southernmost provinces of Thailand, 2) their business and public roles and 3) the constraints of local cable television stations. Findings from this study could be used for supporting and developing the local cable television organizations. The research draws upon primary sources including opinion survey and in-depth interview of entrepreneurs and staff of 12 local cable television stations in Songkla, Satun, Pattani, Yala and Narathiwat provinces. The statistical analysis and the assessment of individual cases in this research substantiate a number of conclusions.

This study yields of three major findings. First, among 12 local cable television stations, four stations are located in Songkla province and five stations are medium business competency. In addition, six stations are registered as a Limited Partnership and generate most of their incomes from membership fee. Second, 19.3% of entrepreneurs identify their television stations as business organization. In terms of content, 54% of all broadcast programs are entertainment program and 50% of local cable television stations produce their own local news programs. Third, this research shows that the local cable television stations are confronted with the following obstacles: high competitive business between the local cable television and satellite television stations, lack of skilled staff to create program, unmotivated personal and the new strict regulations on local cable television business. It is also important to note that the entrepreneurs should create diverse programs for community.

Keywords: local cable television station, roles, status

สถานภาพและบทบาทสถานีโทรทัศน์ ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส)

ภีรกาญจน์ ไคนุ่นนา¹ และ ศุภราภรณ์ ทวนน้อย²

¹นศ.ม.(นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), ผู้ช่วยศาสตราจารย์,
หลักสูตรนิเทศศาสตร์

E-mail: phirakan@bunga.pn.psu.ac.th

²นศ.ม.(ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต), อาจารย์,
หลักสูตรนวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ,
คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ 1) สถานภาพการดำรงอยู่ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง 2) บทบาทเชิงธุรกิจและสาธารณะของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง และ 3) อุปสรรคในการประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ผลการวิจัยสามารถนำมาพัฒนาการประกอบธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกได้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกลุ่มประชากรเป็นผู้ประกอบการและบุคลากรของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในจังหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ผลการวิจัย พบว่า 1) มีสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก 12 แห่ง จังหวัดสงขลา มีมากที่สุด

จำนวน 4 แห่ง สถานภาพทางธุรกิจอยู่ในระดับยืนหยัดพอเลี้ยงกิจการได้มากที่สุด จำนวน 5 แห่ง ผู้ประกอบการจำนวนครึ่งหนึ่งจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด รายได้เกือบทั้งหมดมาจากค่าสมาชิก 2) ผู้ประกอบการประเมินตนเองว่าเป็นองค์กรทางธุรกิจมากที่สุด ร้อยละ 19.3 มีช่องรายการบันเทิงมากถึงร้อยละ 54 และร้อยละ 50 มีการผลิตรายการข่าวท้องถิ่นด้วยตัวเอง และ 3) ปัญหาที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกกำลังเผชิญอยู่คือการแข่งขันกับโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม บุคลากรขาดทักษะในการสร้างสรรค์รายการ ขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และกฎหมายใหม่ไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ ข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการควรสร้างสรรค์รายการที่แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน

คำสำคัญ: บทบาท, สถานภาพ, สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

บทนำ

ตามประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก) ประกาศ ณ วันที่ 30 กันยายน 2552 เรียกสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกว่า “กิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่” เป็นกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ต้องขอรับการจัดสรรคลื่นความถี่ตามกฎหมายว่า ด้วยองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

ประกาศดังกล่าว ยังให้นิยาม “กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก” ว่าเป็น การให้บริการโทรทัศน์ชนิดที่ผู้รับรายการประสงค์จะรับบริการตาม เงื่อนไขที่ผู้ประกอบการกำหนด โดยผู้ให้บริการไม่ประสงค์จะให้บริการ เป็นการทั่วไป ซึ่งจะมีค่าบริการหรือไม่ก็ได้ ประกาศฉบับนี้ยังแบ่งกิจการ ดังกล่าวออกเป็น 2 ระดับ ประกอบด้วย ระดับชาติ และระดับท้องถิ่น โดยที่ บทความเรื่องนี้จะกล่าวถึงกิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิกว่า “สถานี โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก” ระดับท้องถิ่น หรือ “เคเบิลทีวีท้องถิ่น” เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน

ตั้งแต่มีความขัดแย้งทางการเมืองเมื่อปี 2549 นักการเมืองและสังคม ไทยต่างจับจ้องไปที่สื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นสื่อโทรทัศน์ที่ยังมีเสรีภาพในการนำเสนอ “ข่าวสารทางการเมือง” ฟากตรงข้ามกับรัฐบาลมากกว่าฟรีทีวี

เหตุผลหนึ่งที่ทำให้ความสนใจของหลายหน่วยงานมุ่งไปยังเคเบิลทีวี มากขึ้น เนื่องจากจำนวนผู้ชมเคเบิลทีวีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสมาคม เคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย (2554) ระบุว่า มีครัวเรือนที่เป็นสมาชิกเคเบิล ทีวีถึง 2.5 ล้านครัวเรือน หรือมีจำนวนผู้ชมมากกว่า 12 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 18 ของประชากรทั้งประเทศ จากผู้ให้บริการสัญญาที่ใช้สายหรือ ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีทั่วประเทศประมาณ 500 สถานี อนาคตจึงคาดว่า เคเบิลทีวีจะเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อสังคมมากขึ้น

ใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง คือ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส มีประชากรรวมกันมากถึง 3.6 ล้านคน เป็นพื้นที่การค้าชายแดน กับสหพันธรัฐมาเลเซีย มีประชากรเชื้อสายไทย มลายู และจีนอาศัยอยู่ ร่วมกันอย่างหลากหลาย นับถือศาสนาอิสลามมากถึงร้อยละ 71 และมีภาษา พูดที่แตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด นับเป็นความพิเศษที่ทำให้จังหวัด ภาคใต้ตอนล่างมีความเป็นเอกลักษณ์

หันกลับมามองด้านงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อในพื้นที่ส่วนใหญ่พบว่า น้ำหนัก ของการวิจัยเพื่อความสนใจไปที่สื่อพื้นบ้าน (Folk Media) วิทยุกระแสหลัก (Local Radio) วิทยุชุมชน (Community Radio) และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local Newspaper) แต่การศึกษาเกี่ยวกับเคเบิลทีวีนั้น มีปรากฏค่อนข้าง น้อยกว่าสื่อประเภทอื่น การวิจัย เรื่อง สถานภาพและบทบาทของสถานี โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) จึงเป็นหัวข้อการวิจัยที่สำคัญ เพราะจะช่วย ฉายให้เห็นภาพรวมการดำเนินงาน ณ ปัจจุบัน และอนาคตของเคเบิลทีวี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเคเบิลทีวีให้ ตอบสนองความต้องการของสมาชิก และผู้ชมในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น สอดรับ กับสถานการณ์ทั้งจากภายในพื้นที่และสถานการณ์แวดล้อมอื่น

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สถานภาพการดำรงอยู่ของ สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง 2) บทบาท เจริญธุรกิจและสาธารณะของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัด ภาคใต้ตอนล่าง และ 3) อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาในการ ประกอบกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire Form) และการวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Form) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบ

ด้วย 1) ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกทั้งหมดใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง จำนวน 12 คน ประกอบด้วย สงขลา จำนวน 4 คน สตูล จำนวน 2 คน ปัตตานี จำนวน 1 คน ยะลา จำนวน 3 คน และ นราธิวาส จำนวน 2 คน และ 2) บุคลากรในสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก จำนวน 9 คน ใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง ที่กลุ่มตัวอย่างยินดีให้ข้อมูลแก่นักวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel เพื่อให้ได้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการพรรณนาวิเคราะห์ จากข้อมูลในแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแยกแยะ และจัดประเภทตามประเด็นที่ต้องการ จากข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก

นิยามศัพท์

สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก หรือ เคเบิลทีวี หมายถึง กิจการที่ให้บริการสัญญาณโทรทัศน์โดยไม่ใช้คลื่นความถี่ อาจส่งสัญญาณผ่านสายเคเบิล (Coaxial Cable) หรือสายใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) ไปยังกล่องรับสัญญาณที่บ้านเรือนของผู้ที่ประสงค์เป็นสมาชิกที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

สถานภาพของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก หมายถึง ระดับทางเศรษฐกิจของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. **ระดับเข้มแข็ง** หมายถึง กิจการที่มีแหล่งเงินทุนจากรายรับโดยตรงของกิจการ มีส่วนต่างของรายรับสูงกว่ารายจ่ายเกินกว่าร้อยละ 30
2. **ระดับยืดหยุ่น** ได้แก่ กิจการที่มีแหล่งเงินทุนจากรายรับโดยตรงของกิจการ มีส่วนต่างของรายรับสูงกว่ารายจ่ายไม่เกินร้อยละ 30
3. **ระดับพึ่งพิง** ได้แก่ กิจการที่ต้องพึ่งพิงแหล่งเงินทุนอื่นที่ไม่ถือเป็นรายรับโดยตรงของกิจการ อาทิ การได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐ หนัการเมืองท้องถิ่น นักธุรกิจท้องถิ่น เป็นต้น มีส่วนต่างของรายรับต่ำกว่า

รายจ่ายของกิจการ

บทบาทสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิค หมายถึง บทบาทของสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิค แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. บทบาทสื่อเชิงสาธารณะ หมายถึง การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กรที่ตั้งอยู่บนผลประโยชน์ของสังคมท้องถิ่น
2. บทบาทสื่อเชิงธุรกิจ หมายถึง การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานขององค์กรที่ตั้งอยู่บนผลประโยชน์ทางธุรกิจ

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการวิจัย เรื่อง สถานภาพและบทบาทสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคใน 5 จัหวัดภาคใต้ตอนล่าง (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) นำเสนอใน 3 ประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย

- 1) สถานภาพการดำรงอยู่ของสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคใน 5 จัหวัดภาคใต้ตอนล่าง
- 2) บทบาทเชิงธุรกิจและสาธารณะของสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคใน 5 จัหวัดภาคใต้ตอนล่าง และ
- 3) อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาในการประกอบกิจการโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคใน 5 จัหวัดภาคใต้ตอนล่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สถานภาพการดำรงอยู่ของสถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคใน 5 จัหวัดภาคใต้ตอนล่าง

สถานีโอทรทศัทรระบบบอกรับสมาชิคในจัหวัดสงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีจำนวน 12 แห่ง จากแนวคิดของ Rucker, W.H. & Williams, H.L. (1974) ที่ระบุว่า องค์กรสื่อมวลชนมีการดำเนินธุรกิจใน 7 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) เอกชนเป็นเจ้าของ (Individual ownership) 2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Partnership) 3) บริษัท (Corporation) 4) บริษัทลูกโซ่ (Group or Chain ownership) 5) ลูกจ้างเป็นเจ้าของ (Employee ownership) 6) บริษัทเครือขาย (Vertical ownership) และ 7) กิจการร่วมทุน (Joint operation) ซึ่งจากการศึกษา พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสถานีโอ

โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่างมี 3 รูปแบบ คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดมากที่สุด ร้อยละ 50.0 เป็นรูปแบบองค์กรธุรกิจที่ตกลงดำเนินธุรกิจร่วมกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการกระจายความรับผิดชอบไปยังบุคคลที่เข้ามาเป็นหุ้นส่วน เป็นผลให้ต้องตัดสินใจร่วมกัน การจัดตั้งองค์กรรูปแบบนี้เป็นโอกาสให้บุคคลที่มีฐานะทางการเงินเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน รองลงมา คือ บริษัท ร้อยละ 37.5 และสุดท้าย คือ เอกชนเป็นเจ้าของ ร้อยละ 12.5

ด้านการจัดโครงสร้างขององค์กร พบว่า มีการจัดแบ่งโครงสร้างการทำงานขององค์กรแบบทางการมากที่สุด ร้อยละ 75.0 โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรด้านงานเทคนิคและการเดินสายเคเบิลมากที่สุด ร้อยละ 30.4 รองลงมา คือ ฝ่ายข่าวและรายการ ร้อยละ 25.0 ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีเห็นความสำคัญของการผลิตเนื้อหาข่าวและรายการเพื่อสร้างความเป็นชุมชนท้องถิ่นเช่นกัน แต่ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากมีอุปสรรคในการดำเนินการอยู่หลายประการประกอบด้วย

1.1 พื้นฐานและแรงจูงใจของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ที่ผู้ประกอบการทั้งหมด จบการศึกษาสาขาอื่น ที่ไม่ใช่เทคนิคศาสตร์ ทั้งสาขาบริหารธุรกิจ พาณิชยการ บัญชี ศึกษาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ จึงมุ่งเน้นการสร้างองค์กรเชิงธุรกิจมากกว่าการสร้างความแตกต่างด้านการผลิตเนื้อหา สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการสนใจทำธุรกิจเคเบิลทีวีตั้งแต่แรกมากที่สุด ร้อยละ 30 และมองบทบาทหน้าที่ขององค์กรตนเองเป็นเพียงองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งเท่านั้นมากที่สุด ร้อยละ 19.3

1.2 บุคลากรด้านข่าวและรายการไม่ได้จบมาทางนิเทศศาสตร์โดยตรง ทำให้มีข้อจำกัดด้านการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ แต่ข้อจำกัดนี้สามารถพัฒนาได้ ด้วยการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการปรึกษากับนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติม

อุปสรรคประการหนึ่งในการพัฒนารายการโทรทัศน์คือ แรงงานที่มี

ทักษะทางนิเทศศาสตร์ในท้องถิ่นขาดแคลน บัณฑิตที่จบการศึกษา
มุ่งทำงานร่วมกับองค์กรสื่อมวลชนส่วนกลางมากกว่า หรือทำงานในสาขา
อื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ บัณฑิตที่จบการศึกษาใหม่อยู่ในองค์กร
ไม่นาน บุคลากรสายข่าวและการผลิตรายการยังขาดประสบการณ์ในการ
สร้างสรรค์รายการ บางคนเมื่อมีประสบการณ์มากขึ้น ก็มักเปลี่ยนงานไปอยู่
กับองค์กรอื่น เงินเดือนหรือค่าตอบแทนน้อย ทำให้บุคลากรขาดแรงจูงใจ
ในการปฏิบัติงาน

มีข้อสังเกตว่า การจัดรูปแบบขององค์กรที่เน้นงานด้านเทคนิคและการวาง
สายเคเบิลของผู้ประกอบการ ด้านหนึ่งก็สะท้อนว่า เป็นการจัดสรรสัดส่วน
บุคลากรให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์กรที่ผู้ประกอบการ
กำหนดไว้คือ การให้ความสำคัญกับการบริการทางด้านช่องรายการมากกว่า
ส่วนงานอื่น

ด้านสถานภาพทางธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกนั้น
ผู้วิจัยนำแนวคิดจากการวิจัย เรื่อง สถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์
ท้องถิ่นในประเทศไทย (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง และคณะ, 2552) มาใช้เป็น
กรอบในการวิเคราะห์ โดยแบ่งสถานภาพทางธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ระบบ
บอกรับสมาชิกออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย ระดับเข้มแข็ง เป็นกิจการ
ที่มีรายรับสูงกว่ารายจ่ายเกินกว่าร้อยละ 30 ระดับยืดยาย เป็นกิจการที่มี
รายรับสูงกว่ารายจ่ายไม่เกินร้อยละ 30 และ ระดับพึ่งพิง เป็นกิจการที่มีส่วน
ต่างของรายรับต่ำกว่ารายจ่ายของกิจการ

จากการศึกษา พบว่า สถานภาพทางธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ระบบ
บอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่างอยู่ในระดับยืดยายมากที่สุด
ร้อยละ 62.5 คือ มีรายรับที่มากกว่ารายจ่ายไม่เกินร้อยละ 30 รองลงมาอยู่
ในระดับพึ่งพิง ร้อยละ 25.0 คือ มีรายรับต่ำกว่ารายจ่าย โดยต้องนำเงินทุน
จากกิจการอื่นมาสนับสนุน และอันดับสุดท้ายคือ ระดับเข้มแข็ง ร้อยละ 12.5
คือ มีรายรับมากกว่ารายจ่าย ตั้งแต่ร้อยละ 30 ขึ้นไปเมื่อเปรียบเทียบกับ
รายจ่าย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกมีสถานะภาพทางธุรกิจที่ค่อนข้างมั่นคงมาจากความแน่นอนของรายรับที่สามารถวางแผนหรือคาดการณ์ได้ล่วงหน้า เพราะรายได้เกือบทั้งหมดมาจากค่าสมาชิก ถึงร้อยละ 82.7 มีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ที่มาจากค่าโฆษณาและรายได้จากส่วนอื่นที่นำมาจุนเจือธุรกิจ

ผลการศึกษาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นสื่อหรือสถาบันสาธารณะเพื่อชุมชนได้ เพราะรายได้เกือบทั้งหมดมาจากค่าสมาชิก ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของสื่อเพื่อชุมชนที่พึงโฆษณาค่อนข้างน้อยแตกต่างจากสื่อกระแสหลัก

การเสริมบทบาทและหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกให้เป็นสื่อเพื่อสังคมท้องถิ่นยังมีศักยภาพที่ค่อนข้างสูง เพราะที่มาของรายได้เกือบทั้งหมดมาจากค่าสมาชิก ดังนั้นสมาชิกจึงควรมีส่วนในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก อีกด้านหนึ่งสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกก็ควรผลิตรายการที่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกด้วยเช่นกัน

2. บทบาทเชิงธุรกิจและสาธารณะของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง

การพิจารณาบทบาทของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกนั้น จะพิจารณาจากบทบาทตามธรรมชาติของสื่อมวลชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) บทบาทเชิงธุรกิจ เป็นบทบาทที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการประกอบธุรกิจที่มุ่งแสวงผลกำไรดังเช่นธุรกิจโดยทั่วไป 2) บทบาทเชิงสาธารณะ เป็นบทบาทที่ตั้งอยู่บนผลประโยชน์ของสังคม บทบาทนี้ทำให้ธุรกิจสื่อมวลชนมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ การวิจัยนี้จะพิจารณาจากพื้นฐานดังกล่าว

บทบาท (Role) ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง สามารถพิจารณาได้จาก 2 แง่มุมหลัก ทั้งจากการกำหนดตำแหน่ง (Positioning) ในการประกอบธุรกิจของตนเอง และการพิจารณา

จากเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ ในประเด็นแรกนั้น มีสิ่งค้นพบที่น่าสนใจคือ ผู้ประกอบการธุรกิจกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองว่า ตนเองเป็นเพียงองค์กรธุรกิจเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจประเภทอื่น ร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ บทบาทการเป็นเวทีสาธารณะของประชาชนในท้องถิ่น บทบาทการเป็นศูนย์รวมแห่งความบันเทิงที่หลากหลาย บทบาทการเป็นผู้นำความแปลกใหม่ด้านเนื้อหารายการท้องถิ่น และบทบาทการเป็นผู้นำด้านการเผยแพร่รายการกีฬาท้องถิ่น มีสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 11.5

หากนำแนวคิดบทบาทเชิงสาธารณะมาวิเคราะห์กลับพบประเด็นที่น่ากังวล เพราะการเป็นสื่อเชิงสาธารณะนั้น สื่อมวลชนจำเป็นจะต้องดำรงตนเป็นสถาบันเพื่อประโยชน์ของสังคมท้องถิ่น แต่จากการประเมินองค์กรตนเองของผู้ประกอบการ กลับพบว่า การกำหนดตำแหน่งของตนเองด้านนี้มีค่อนข้างน้อย

ประเด็นที่สอง บทบาทของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกตามกรอบแนวคิดของ Mcquail, D. (2005) โดยพิจารณาจากเนื้อหาของช่องรายการที่มีการเผยแพร่ ดังนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร (To inform)

แม้การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกจะไม่ได้เป็นบทบาทที่โดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับบทบาทด้านการให้ความบันเทิง แต่กลับเป็นบทบาทที่สำคัญในการสะท้อนความเป็นตัวตนของสถานีที่มีต่อชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจำนวนช่องรายการประเภทให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนคิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 5 ของจำนวนรายการทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นรายการข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบันที่รับช่องรายการมาจากผู้ผลิตในกรุงเทพฯ

ส่วนหนึ่งเป็นช่องรายการที่สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งเป็นผู้ผลิตเองอย่างน้อยสถานีละ 1 ช่องรายการ ซึ่งในรอบ 24 ชั่วโมงที่ออกอากาศมักมีรายการข่าวท้องถิ่นและเหตุการณ์ปัจจุบัน ความยาววันละ 30 นาที เผยแพร่ตอนเช้า เย็น และเย็นมากที่สุด ซึ่งยังมีจำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนชั่วโมงที่ออกอากาศ แต่อาจมีความโดดเด่นบางสถานี เช่น สถานี

หาดใหญ่เคเบิลทีวี ที่มีการร่วมมือกับสื่อมวลชนท้องถิ่นในการผลิตรายการข่าวประเภทรับเรื่องร้องเรียนความเดือดร้อนจากประชาชน ซึ่งนับเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจ สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก “ยะลาเคเบิลเน็ตเวิร์ค” ที่ให้บริการในเขตเทศบาลเมืองปัตตานี เทศบาลนครยะลา และเทศบาลเมืองเบตง ก็ร่วมมือกับภาคประชาสังคม หน่วยงานท้องถิ่นในการถ่ายทอดกิจกรรมทางสังคม การประชุมเสวนา และการแข่งขันฟุตบอลให้ประชาชนได้ติดตามเหตุการณ์อย่างใกล้ชิด

ในยามเกิดภาวะวิกฤต โดยเฉพาะเหตุการณ์น้ำท่วม สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกก็มีบทบาทสำคัญต่อท้องถิ่นเช่นกัน ดังเช่นสถานีหาดใหญ่เคเบิลทีวีก็ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนตั้งแต่ “ระยะก่อนภัยมา” ที่มุ่งเน้นการแจ้งเตือนประชาชนอย่างต่อเนื่อง “ระยะเกิดภัยพิบัติ” ที่มีการผลิตรายการตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อรายงานข่าวการประสบปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน การรับเรื่องร้องเรียน การร้องขอความช่วยเหลือให้แก่ประชาชนจากหน่วยงานรัฐ และ “ระยะหลังเกิดภัยพิบัติ” ที่ติดตามการให้ความช่วยเหลือ และฟื้นฟูต่อเนื่อง

2.2 ผู้ให้การศึกษา (To educate)

สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกแสดงบทบาทการให้การศึกษาค่อนข้างน้อย ดังจะเห็นได้จากการมีจำนวนช่องรายการสารคดี เพียงร้อยละ 10.2 แต่อย่างไรก็ตามการให้การศึกษาแก่ประชาชนอาจอยู่ในรูปของรายการประเภทอื่นด้วย เช่น รายการข่าวสารและเหตุการณ์ปัจจุบัน ฯลฯ

2.3 ผู้โน้มน้าวใจ (To persuade)

เป็นบทบาทที่ไม่โดดเด่นมากนักของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก แต่อาจปรากฏในรูปแบบโฆษณาทางตรง และการโฆษณาแฝงที่สอดแทรกในช่องรายการต่างๆ โดยเฉพาะช่องรายการประเภทบันเทิงที่มีสัดส่วนรวมกันทั้งสิ้น ร้อยละ 54 และช่องรายการจำหน่ายสินค้า ร้อยละ 1.4

4. ผู้ให้ความบันเทิง (To entertain)

เป็นบทบาทหลักที่สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกดำรงอยู่มากกว่าบทบาทอื่น ดังที่ผลการศึกษาระยะก่อนให้เห็นว่า เนื้อหาของช่องรายการส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้ความบันเทิงมากที่สุดถึงร้อยละ 60 โดยมีจำนวนช่องกีฬา ร้อยละ 22.8 จำนวนช่องรายการภาพยนตร์ ร้อยละ 20.3 จำนวนช่องรายการเพลง ร้อยละ 10.9

สำหรับที่มาของช่องรายการของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง มีช่องรายการที่ส่งไปยังกล่องรับสัญญาณตามบ้านเรือนของสมาชิกอยู่ระหว่าง 40-84 ช่องรายการ แตกต่างกันไปในแต่ละสถานี ช่องรายการเหล่านี้มี 4 ประเภทตามแหล่งที่มา ประกอบด้วย

1. ช่องรายการที่นำมาจากบริษัท เคเบิลไทยโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่สมาชิกสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยรวมตัวกันก่อตั้งขึ้นมาเพื่อรวบรวมช่องรายการที่มีคุณภาพ หลากหลาย และถูกลิขสิทธิ์ส่งให้แก่สมาชิกสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ช่องรายการกลุ่มนี้จะมีสัญลักษณ์ "CTH" แสดงไว้ในช่องรายการ

2. ช่องรายการพันธมิตรกับสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย เช่น ช่องรายการของบริษัท ไทยเดย์ ดอทคอม จำกัด ผู้ผลิตช่องรายการ ASTV จำนวน 6 ช่องรายการ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตช่องข่าว Nation News Channel ฯลฯ

3. ช่องรายการที่สถานีแต่ละแห่งเป็นผู้ผลิตเองหรือผู้ผลิตรายการภายนอก (Out Source) เป็นผู้ผลิตให้ เกือบทั้งหมดเป็นรายการข่าวท้องถิ่น

4. ช่องรายการที่จัดหาเอง โดยอาจรับสัญญาณช่องรายการมาจากดาวเทียม ทำให้สถานีแต่ละแห่งมีช่องรายการที่แตกต่างกันออกไป เช่น ช่องรายการภาษามาเลย์ ช่องรายการภาษาอาหรับ ช่องรายการภาษาจีน ช่องรายการภาษาอังกฤษ ฯลฯ

การคัดเลือกช่องรายการเพื่อนำมาเผยแพร่ให้แก่สมาชิกนั้น นอกจากจะคัดเลือกช่องรายการจากเหตุผลทางธุรกิจแล้ว ส่วนหนึ่งย่อมมาจาก

เหตุผลที่ต้องการกำหนดตำแหน่งทางสังคมของตนเองด้วย ดังนั้นการประเมินบทบาทของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ย่อมสามารถนำเนื้อหาของช่องรายการที่เผยแพร่ในแต่ละสถานีมาเป็นข้อมูลการวิเคราะห์ได้ด้วย

เป็นที่น่าสังเกตว่า สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกที่อยู่ในอ.หาดใหญ่ จ.สงขลา มักเลือกช่องรายการของเพื่อนบ้านมาเผยแพร่ในสถานีของตนเอง เช่น ช่อง TV1 ของมาเลเซีย ช่อง Zee TV ภาษายินดี ช่อง Trans ของอินโดนีเซีย ช่อง CCTV จากจีน ฯลฯ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเหล่านี้รู้สึกอยู่ใกล้บ้าน เพราะยังสามารถรับชมรายการจากประเทศตัวเองได้แม้จะอยู่ในประเทศไทยก็ตาม

นี่เป็นบทบาทที่หลากหลายของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่างที่จำเป็นจะต้องจัดวางตำแหน่งอย่างเหมาะสมระหว่างการเป็น “องค์กรสื่อเพื่อธุรกิจ” กับ “องค์กรสื่อเพื่อสาธารณะ” ซึ่งอาจแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานี เนื่องจากศักยภาพของแต่ละสถานีมีความแตกต่างกันมาก โดยสถานีที่อยู่ในเมืองขนาดใหญ่ มักมีศักยภาพในการพัฒนามากกว่าสถานีที่อยู่ในเมืองขนาดเล็ก

3. อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์ หรือ SWOT Analysis ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง เพื่อแยกแยะให้เห็นจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ดังตาราง 1

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกยังสามารถขยายสมาชิกได้อีก ทั้งในพื้นที่เดิม และใกล้เคียงที่อยู่นอกเขตเทศบาล แต่จากการศึกษา พบว่า ระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา หลังจากบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เข้ามาแข่งขันในตลาดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม โดยการขายจานดาวเทียม ทรูวิชั่น (True Vision) หรือ จานแดง

ตาราง 1 แยกแยะให้เห็นจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ประกอบการมีพื้นฐานทางธุรกิจ 2. รายได้มีความแน่นอน สามารถวางแผนพัฒนาธุรกิจได้ล่วงหน้า 3. สามารถขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเคเบิลทีวีได้ 4. ผู้ประกอบการเข้าใจลูกค้าและท้องถิ่น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดแคลนบุคลากร เปลี่ยนงานบ่อย ขาดความเป็นมืออาชีพ และขาดแรงจูงใจ 2. ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ 3. การบริหารองค์กรยืดหยุ่นสูงเหมือนไร้หลักเกณฑ์ 4. รายการมีเนื้อหาท้องถิ่นน้อย
Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> 1. ยังมีช่องว่างทางการตลาดอยู่ 2. มีเครือข่ายสื่อท้องถิ่น 3. มีเครือข่ายกับสถาบันวิชาการ 4. ประชาชนกระตือรือร้นต้องการข่าวสาร 5. มีช่องรายการคุณภาพจากภายนอกเพิ่มขึ้น 6. การรวมตัวเป็นสมาคมวิชาชีพที่เข้มแข็ง 7. หน่วยงานรัฐต้องการใช้สื่อมากขึ้น 8. คู่แข่งในธุรกิจเดียวกันมีน้อย 9. เทคโนโลยีการสื่อสารมีราคาถูกลง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเติบโตของธุรกิจทีวีดาวเทียม 2. กฎหมายยังอยู่ระหว่างการปรับแก้ให้เกิดความชัดเจน 3. ลูกค้ามีทางเลือกในการรับสื่อมากขึ้น 4. ต้นทุนสูงขึ้น

พ่วงกับหมายเลขโทรศัพท์ทรูมูฟ (True move) โดยไม่เสียค่าจ่านดาวเทียมและการติดตั้ง ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการเลือกรับผู้ให้บริการช่องรายการต่างๆ มากขึ้น

นอกจากการรุกตลาดธุรกิจทีวีดาวเทียมของบริษัทขนาดใหญ่แล้ว ยังมีบริษัทอีกหลายแห่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

ด้วยการขายงานดาวเทียมราคาถูก ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง มีรายการให้เลือกชมจากช่องรายการจำนวนมาก และไม่เสียค่าบริการรายเดือน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่จูงใจลูกค้า และมีข้อได้เปรียบทางธุรกิจมากกว่ากิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ประกอบการยอมรับว่าทำให้การขยายฐานลูกค้าเป็นไปอย่างจำกัด และตลาดของผู้บริโภคเริ่มอิ่มตัวในพื้นที่ จึงยังคงดำเนินการได้โดยการรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด เช่น การลดความยุ่งยากในการเสียค่าบริการรายเดือน เปลี่ยนเป็นการเสียค่าบริการราย 3 เดือน 6 เดือน และมีโปรโมชั่นลดค่าบริการ

แม้ว่าบริษัทที่ให้บริการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจะมีโอกาสทางธุรกิจสูง แต่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกก็มีข้อได้เปรียบเช่นกัน ซึ่งควรเสนอทางเลือกที่แตกต่างดังกล่าวให้แก่ลูกค้าหรือสมาชิกในท้องถิ่น โดยเฉพาะการมีรายการที่มีเนื้อหาของชุมชนท้องถิ่น เช่น รายการข่าวท้องถิ่น รายการที่ผลิตโดยผู้ผลิตท้องถิ่น การเข้าถึงที่ง่ายกว่า เพราะเป็นผู้ประกอบการในท้องถิ่น สมาชิกสามารถมีส่วนร่วมได้ ฯลฯ

ผู้ประกอบการจึงต้องลงทุนผลิตเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น ถือเป็นข้อแตกต่างที่โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมดำเนินการได้ยากกว่า ผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกต้องเร่งแสวงหาบุคลากรให้เพียงพอ มีคุณภาพ และสามารถสร้างสรรค์รายการท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน และเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เป็นเวทีของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

แม้จะเบียดที่ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก) ประกาศ ณ วันที่ 30 กันยายน 2552 จะช่วยยกระดับสถานภาพให้ผู้ประกอบการมีสถานะเทียบเท่ากับกิจการประเภทอื่น ลบข้อครหาว่าเป็น “กิจการเถื่อน” ดังที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ผู้ประกอบการก็จำเป็นจะต้องพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เป็น

ไปตามประกาศฉบับดังกล่าว โดยเฉพาะมาตรฐานทางเทคนิค สัดส่วนรายการและผังรายการ รวมถึงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ที่ประกาศฉบับดังกล่าวกำหนด แต่ผู้ประกอบการบางส่วนกลับเห็นว่า ประกาศฉบับดังกล่าวยังขาดความชัดเจนด้านการส่งเสริมการประกอบกิจการ

ขณะที่การรวมตัวกันของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีจากทั่วประเทศ ในนามองค์กรวิชาชีพ “สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย” ซึ่งเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็ง มีการช่วยเหลือกันของสมาชิก โดยเฉพาะการจัดการรายการคุณภาพ และถูกลิขสิทธิ์มาให้บริการแก่สมาชิกเคเบิลทีวี ทำให้มีความแตกต่างทางด้านเนื้อหารายการจากผู้ประกอบการรายอื่น

นอกจากนี้สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ยังมีการร่วมมือกับเครือข่ายด้านการพัฒนาวิชาชีพคือ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย นับเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของการประกอบธุรกิจเคเบิลทีวี

ท่ามกลางการเกิดขึ้นของกลุ่มใหม่ๆ ในตลาด รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย แต่ความท้าทายหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นไม่ควรมองข้าม คือ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่สามารถนำความก้าวหน้าดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการของตนเองได้ด้วย อีกด้านหนึ่งความก้าวหน้าดังกล่าว ยังสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การรับสื่อของประชาชนด้วยเช่นกัน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีจะต้องศึกษาอย่างเป็นระบบและปรับตัวเพื่อให้ทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

1. ผู้ประกอบการเคเบิลทีวียังมีข้อจำกัดด้านการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เนื้อหาของช่องรายการที่ผลิตเองแตกต่างจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ดังนั้นจึงควรประสานความร่วมมือกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่น นักจัดรายการวิทยุในจังหวัด ให้เข้ามาใช้พื้นที่ของสถานีตนเองในการผลิตรายการ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากรด้านข่าว

และรายการเพิ่มเติม

2. ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นควรมีการสำรวจความต้องการของสมาชิกผู้ชมรายการว่าต้องการเนื้อหารายการรูปแบบหรือลักษณะใด เพื่อผู้ประกอบการเคเบิลทีวีจะได้นำมาเป็นข้อมูลจัดหารายการที่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างสรรค์รายการในช่องรายการที่ผลิตเอง จะได้ตรงกับความต้องการของสมาชิก

3. ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นควรมีการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตรายการ การทำข่าวให้แก่บุคลากร เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ และเสริมสร้างประสบการณ์แก่เจ้าหน้าที่ด้านการผลิตข่าวและรายการ ทั้งนี้ อาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษา สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย หรือเสนอให้สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยเป็นผู้จัดการอบรม

4. ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นควรมีการพิจารณาเพิ่มอัตราบุคลากรทางด้านการผลิตเนื้อหาให้มากขึ้น เพื่อรองรับกับการแข่งขันทางด้านเนื้อหา และการแข่งขันทางธุรกิจกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เพราะการผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับท้องถิ่น เป็นจุดแข็งของเคเบิลทีวีท้องถิ่น แต่ยังคงต้องพัฒนาอีกมาก นอกจากนี้ยังอาจพิจารณาเพิ่มค่าแรงหรือโบนัส เพื่อเป็นแรงจูงใจให้แก่พนักงานในการปฏิบัติงานในองค์กร

5. การศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพและบทบาทสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกใน 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง เป็นการศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการเท่านั้น เพื่อให้ผลการศึกษามีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น จึงควรมีการศึกษาจากมุมมองของกลุ่มประชากรที่หลากหลาย ทั้งสมาชิกเคเบิลทีวี แหล่งข่าว เจ้าหน้าที่ผู้ผลิตรายการ กลุ่ม และองค์กรต่างๆ ในชุมชน

6. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเคเบิลทีวีให้เป็นสื่อเพื่อชุมชน จะได้เป็นต้นแบบสถานีโทรทัศน์ชุมชน แล้วขยายไปยังผู้ประกอบการรายอื่น

เอกสารอ้างอิง

กาญจนนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kaewthep, K. & Hinwimarn, S. (2008). **The Political Economic and Communication Study**. Bangkok: Chula Book Printing. (in Thai)

กจิธิพัฒน์ ทศวิล. (2552). **ความต้องการของประชาชนและสังคมต่อบทบาทความเป็นกลางทางการเมืองในการนำเสนอรายการเคเบิลท้องถิ่น**. (บทความวิจัย). เอกสารประกอบการประชุมใหญ่วิชาการวิชาชีพสื่อสารมวลชนระดับชาติ พ.ศ.2552 วันที่ 16-17 พฤษภาคม 2552 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา ชลบุรี.

Thasawil, K. (2009). **The People's Need to the Role of Political Neutrality into Local Cable TV Coverage**. The Document of the National of Mass Media Academic and Professional Conferences. May16-17, 2009. Thammasart University, Pattaya Campus. (in Thai)

คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2552). **ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ชั่วคราว (กิจการโทรทัศน์ที่มีการบอกรับสมาชิก)**. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2556 สืบค้นจาก http://www2.nbtc.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=340&Itemid=68.

The National Broadcasting Telecommunications Commission. (2009). **Notice of NBTC on the Rules and Procedures for the Not Used of spectrum licenses (Enterprise on Cable Television)**. Retrieved May 10, 2013, from <http://www2.nbtc.go.th/index>.

php?option= com_content&view =article&id=340&Itemid=68.
(in Thai)

จันทนา ทองประยูร. (2546). เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์.
เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 15.
(พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Thongprayoon, C. (2003). **The Technology and Printing Process.**
The Document of Introduction of the Printing Unit 15th. (2nd ed.).
Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)

พีระ จิรโสภณ. (2546). ประมวลสาระและแนวการศึกษาปริญญา
นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Chirasopone, P. (2003). **Philosophy and Theory of the Communication
Arts.** Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
(in Thai)

บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, อังธิดา ลิมปัทมปาณี, อติมา จันทร์ดำ และคณะ.
(2552). **สถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น.** กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

Suwanpong, B., Limpattamapanee, A., Chanda, A. & others. (2009).
The Status and Roles of the Local Newspaper. Bangkok:
Thailand Health Promotion. (in Thai)

บริษัท เคเบิลไทยโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน). 2553. **ร่วมพลิกประวัติศาสตร์
เคเบิลทีวีไทย.** สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2554 สืบค้นจาก <http://www.cth.co.th/cth%20company.htm>.

Cable Thai Holding Plc. (2010). **The History of Thai Cable TV.** Retrieved
Jan 15, 2011, from <http://www.cth.co.th/cth%20company.htm>.
(in Thai)

สถานภาพและบทบาท... | ศึกษาศาสตร์ ใค้บุ้บนา และศุภราภรณ์ ทวนน้อย

สุรัตน์ ตรีสกุล. (2549). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Treesakul, S. (2006). **The Principle of Communication Arts**. Bangkok: Chula Book Printing. (in Thai)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และคณะ. (2551). **โครงการหลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการจัดการทางการสื่อสารและบริหารงานสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Sotanasathien, S. and others. (2008). **The Frontier of Communication Administration: Three Dimensions of Management Communication, Communication Management, and Mass Communication Administration**. Bangkok: Thailand Research Foundation. (in Thai)

เสถียร เขยประทับ. (2536). **สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ: เน้นเฉพาะประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cheypratub, S. (1993). **Mass Media and Developing Country: Thailand Case Study**. Bangkok: Chula Book Printing. (in Thai)

เสน่ห์ จุ้ยโต. (2546). **เทคโนโลยีการจัดการสื่อสาร หน่วยที่ 8**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Juyto, S. (2006). **Technology for Communication Management, Unit 8th**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)

สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย. 2552. **ประวัติสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2554 สืบค้นจาก http://www.tcta.or.th/tcta/about_us.php.

Thailand Cable TV Association. (2010). **The History of Thai Cable TV**. Retrieved Jan 15, 2011, from http://www.tcta.or.th/tcta/about_us.php. (in Thai)

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). (บรรณาธิการ), **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Siriyuvasak, U. (2004). (Ed). **Introduction to Mass Communication: Mass Media**, Culture and Social. Bangkok: Chula Book Printing. (in Thai)

McQuail, D. (2005). **McQuail's Mass Communication Theory**. (5th ed.). Oxford: The Alden Press.

The National Cable & Telecommunications Association. (2011). **About NCTA**. Retrieved Jan 15, 2011, from: <http://www.ncta.com/About/About/AboutNCTA.aspx>.

