

ธุรกิจเคเบิลทีวีไทย

ผศ.ดร.วิวรรณ ปาณะสิทธิพันธุ์*

ธุรกิจเคเบิลทีวีในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจธุรกิจหนึ่ง เกิดขึ้นมานับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 ในที่นี้ขอนำเสนอภาพรวมเบื้องต้นของธุรกิจ โดยนำเสนอภาพรวมของโครงสร้างธุรกิจ ลักษณะรายได้ของธุรกิจในปัจจุบัน ตลาดเป้าหมายของธุรกิจ ทรัพยากรมนุษย์และลักษณะรายการที่นำเสนอทางเคเบิลทีวี เพื่อเป็นการปูพื้นฐานความเข้าใจในธุรกิจเคเบิลทีวีและให้เป็นทางเลือกในการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตด้านนิเทศศาสตร์

โครงสร้างทั่วไปของธุรกิจเคเบิลทีวี

เคเบิลทีวี (Cable TV) ในที่นี้หมายถึงรวมถึง การถ่ายทอดออกอากาศรายการวิทยุโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ผ่านระบบสายเคเบิลหรือระบบดาวเทียมหรือระบบคลื่นวิทยุ โดยมีผู้ชมทั้งที่เป็นผู้ชมทั่วไปและผู้ชมที่บอกรับเป็นสมาชิก

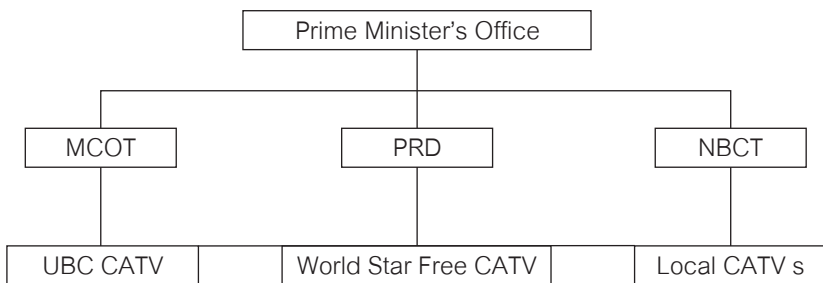
ปัจจุบันธุรกิจเคเบิลทีวีไทยอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานรัฐ 2 แห่ง คือ

1. บริษัทองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยจำกัด (มหาชน) ผู้ได้รับใบอนุญาตดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 และช่อง 9 รวมทั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบเอเอ็มและระบบเอฟเอ็ม จำนวน 62 สถานีทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึงเคเบิลทีวีระบบ MMDS และระบบจ่ายค่าชมรายการที่ต้องการ

* อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

2. กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นหน่วยงานรัฐที่เป็นเจ้าของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 และเป็นผู้ดำเนินงานเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยระบบเอเอ็มและระบบเอฟเอ็ม จำนวน 146 สถานีทั่วประเทศ (กรมประชาสัมพันธ์, 2550) ซึ่งรวมทั้งเป็นผู้ดำเนินงานเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทย (NBT) นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ยังเป็นที่ตั้งของคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช) ซึ่งเป็นองค์กรที่ออกใบอนุญาตและกำกับดูแลทั้งด้านเทคนิคและด้านการดำเนินการกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยทั้งหมด รวมทั้งกิจการเคเบิลทีวีทุกประเภท

แผนภูมิที่ 1 โครงสร้างของธุรกิจเคเบิลทีวี ภายใต้ กกช



ที่มาของข้อมูล: UBC Annual Report, October, 2547.

กิจการเคเบิลทีวีภายใต้การกำกับดูแลของรัฐดังกล่าว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. กิจการธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ (Large Cable TV Operator) ซึ่งเป็นธุรกิจเคเบิลทีวีแบบบอกรับสมาชิก ดำเนินกิจการโดยบริษัท UBC ภายใต้ใบอนุญาตของบริษัทองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยจำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2532 จนถึง พ.ศ. 2557 ปัจจุบันบริษัท UBC เป็นผู้ดำเนินการเคเบิลทีวีรายใหญ่ที่สุด ถ่ายทอดรายการออกอากาศทั่วประเทศผ่านระบบดาวเทียมและระบบเครือข่าย Fiber optic

2. กิจการธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็ก (Small Cable TV Operator) เป็นธุรกิจเคเบิลทีวีแบบบอกรับสมาชิกเช่นเดียวกัน แต่เป็นกิจการขนาดเล็กดำเนินกิจการทั้งในเขตเมืองและเขตชนบททั่วประเทศ ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็กเหล่านี้ผู้ประกอบการบางส่วนประมาณ 102 ราย ได้รับอนุญาตจากกรมประชาสัมพันธ์ และมีจำนวนประมาณมากกว่า 420 แห่งเป็นกิจการธุรกิจเคเบิลทีวีที่ไม่ได้รับใบอนุญาตอย่างถูกต้องจากกรมประชาสัมพันธ์ (ฝ่ายตรวจคำขออนุญาต กทช. 2550) ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็กเหล่านี้ถ่ายทอดรายการผ่านระบบสายเคเบิลที่ทอดสายผ่านเสาไฟฟ้าหรือเสาโทรเลขไปยังสมาชิกในหมู่บ้าน ด้วยอัตราค่าบริการเป็นสมาชิกที่ต่ำ ทำให้ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็กเหล่านี้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปและกลายเป็นคู่แข่งสำคัญกับธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ที่มีลูกค้าจำกัดตามเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น

3. กิจการธุรกิจฟรีเคเบิลทีวี (Free Cable TV) เป็นกิจการธุรกิจฟรีเคเบิลทีวีเพียงรายเดียวที่ดำเนินกิจการภายใต้ใบอนุญาตของกรมประชาสัมพันธ์ คือ บริษัท World Star Company จำกัด ทำการถ่ายทอดออกอากาศในระบบ MMDS ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลทั้งหมด

กิจการธุรกิจเคเบิลทีวีทั้ง 3 ประเภท อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.) ซึ่งได้ออกระเบียบควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจเคเบิลทีวีทั้งหมด เช่น การตรวจสอบเนื้อหารายการที่ออกอากาศ และการห้ามโฆษณาสินค้าไปยังสมาชิก แต่ในทางปฏิบัติ กิจการเคเบิลทีวีทุกประเภทต้องรับผิดชอบในการควบคุมและตรวจสอบเนื้อหาด้วยตนเอง กระนั้นก็ตามกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารได้รับการผ่อนคลายจากรัฐมากขึ้น

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 47 ได้กำหนดให้มีองค์กรอิสระองค์หนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2550) ดังนั้นในอนาคตอันใกล้ กิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ จึงมีแนวโน้มที่จะถูกกำหนดออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) กิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ทำหน้าที่ด้านให้การ

ศึกษาหรือเผยแพร่ผลงานของรัฐ

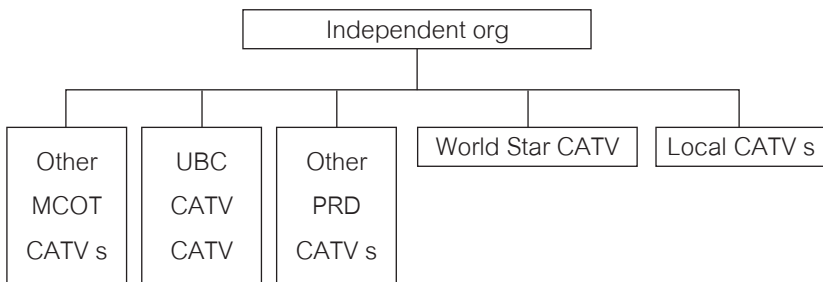
- 2) กิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่มุ่งเพื่อการค้า และ
- 3) กิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่มุ่งนำเสนอข่าวสารเพื่อ

ชุมชน

ข้อกำหนดดังกล่าวครอบคลุมกิจการธุรกิจเคเบิลทีวีที่วีซีเอ็นเดียวกันโดยจะดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรอิสระและทำหน้าที่เพื่อการค้าเป็นหลัก ดังแสดงในแผนภูมิข้างล่าง

แผนภูมิที่ 2 แสดงโครงสร้างธุรกิจเคเบิลทีวีภายใต้

องค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550



ที่มาของข้อมูล: จากผู้เขียน

บทความนี้ขอเน้นนำเสนอกิจการเคเบิลทีวีที่มีผู้ชมบอกรับเป็นสมาชิกเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกิจการธุรกิจที่มีการขยายตัวรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง ภาพรวมของกิจการเคเบิลทีวีประกอบด้วย ลักษณะรายได้ ตลาด กำลังคนและลักษณะเนื้อหารายการที่นำเสนอทางเคเบิลทีวี

ลักษณะรายได้ของธุรกิจเคเบิลทีวี

เพื่อที่จะอธิบายลักษณะรายได้ของธุรกิจเคเบิลทีวีอย่างชัดเจน ขอนำเสนอลักษณะรายได้ของธุรกิจเคเบิลทีวีของบริษัท UBC ซึ่งมีรายละเอียดมากพอที่จะ

แสดงให้เห็นถึงภาพรวมของสถานะรายได้ของธุรกิจเคเบิลทีวีได้อย่างค่อนข้างดี ในขณะที่ภาพรวมของรายได้ในกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กยังไม่สามารถรวบรวมได้อย่างชัดเจน

ในปี 2547 ธุรกิจเคเบิลทีวี UBC มีรายได้หลักจากค่าสมาชิกถึงร้อยละ 90 นอกจากนั้นเป็นรายได้จากการขายอุปกรณ์และการบริการอื่น ๆ รายได้จากการติดตั้งอุปกรณ์ และรายได้อื่นๆอีกเพียงเล็กน้อยดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างรายได้ของ UBC ในปี 2545- 2547

ประเภทรายได้	2545 (%)	2546 (%)	2547 (%)
ค่าสมาชิก	87.9 %	90.0 %	90.0 %
การขายอุปกรณ์และการบริการ	3.2 %	2.0 %	1.8 %
การติดตั้งอุปกรณ์	5.4 %	4.5 %	4.0 %
รายได้อื่นๆ	3.5 %	3.5 %	4.2 %
รวม	100.0 %	100.0 %	100.0 %

รายได้จากค่าสมาชิก

ธุรกิจเคเบิลทีวีมีรายได้หลักจากค่าสมาชิก จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นมาก หมายถึง กิจการเคเบิลทีวีจะมีรายได้มากตามไปด้วย กิจการเคเบิลทีวีของ UBC ถ่ายทอดรายการของตนเองผ่านระบบดาวเทียมสื่อสารและระบบสาย Fiber Optic โดยคิดอัตราค่าสมาชิก ตั้งแต่ 700 – 2,000 บาทต่อเดือน ทำให้กิจการสามารถเพิ่มจำนวนสมาชิกได้มากขึ้น (ตารางที่ 2) และสามารถทำกำไรได้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2546 (ตารางที่ 3)

ที่มาของข้อมูล: www.ubctv.com., October, 2548.

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนสมาชิกของกิจการเคเบิลทีวีของ UBC
ในปี พ.ศ. 2545-2547 (ราย)

	2545	2546	2547
ไตรมาสที่ 4	434,815	457,542	NA
ไตรมาสที่ 3	425,755	447,720	NA
ไตรมาสที่ 2	420,643	439,928	464,211
ไตรมาสที่ 1	437,589	436,193	460,806

ที่มาของข้อมูล : เรียบเรียงจาก www.ubctv.com, October, 2548.

จากตารางที่ 2 จำนวนสมาชิกของกิจการเคเบิลทีวีของ UBC เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 434,815 ราย ในปี 2545 เป็น 464,211 ราย ในไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2547

ตารางที่ 3 แสดงรายรับ-รายจ่าย ของกิจการเคเบิลทีวีของ UBC
ในปี พ.ศ. 2545 -2547 (พันล้าน)

	2545	2546	2547
รายได้รวม	6,779	7,178	7,706
รายจ่ายรวม	6,588	6,689	6,487
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(259)	131	845

ที่มาของข้อมูล : เรียบเรียงจาก www.ubctv.com, October, 2548.

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าขนาดธุรกิจของบริษัท UBC อยู่ในระดับ 8,000 พันล้านบาทและเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัททำกำไรสุทธิในปี พ.ศ.2546 และในปี พ.ศ. 2547 เป็นเงิน 131 ล้านบาทและ 845 ล้านบาทตามลำดับ

นอกจากนี้สมาชิกเคเบิลทีวีที่มีอยู่ทั่วประเทศ รวมทั้งในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมาณทลงับเป็นลูกค้าของกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กเช่นกัน ปัจจุบันมีกิจการ เคเบิลทีวีขนาดเล็กกว่า 500 ราย ให้บริการอยู่ทั่วประเทศและมากกว่า 420 รายที่ ดำเนินกิจการโดยไม่ได้ขออนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย กิจการเคเบิลทีวี ขนาดเล็กเหล่านี้ถ่ายทอดออกอากาศผ่านระบบสายเคเบิลที่เป็นเครือข่ายขนาดเล็ก โดยมีสมาชิกรวมกันประมาณ 1.5 ล้านครัวเรือน อัตราสมาชิกประมาณเดือนละ 350 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงอัตราค่าสมาชิกของธุรกิจเคเบิลทีวี

ธุรกิจเคเบิลทีวี	อัตราค่าสมาชิก			
	Package I	Package II	Package III	Package IV
ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ UBC	2,000	1,412	750	700
ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็ก	-----350-----			

ที่มาของข้อมูล : รายงานประจำปี บริษัท UBC, 2547

เนื่องจากรัฐห้ามไม่ให้กิจการเคเบิลทีวีที่มีสมาชิกทำการโฆษณาสินค้า ธุรกิจเคเบิลทีวีจึงไม่มีรายได้จากการโฆษณาสินค้า ดังนั้นรายได้หลักของธุรกิจ เคเบิลทีวีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กมาจากค่าสมาชิก แต่กิจการเคเบิลทีวียังสามารถหารายได้เพิ่มจากการให้บริการติดตั้งอุปกรณ์พิเศษ จากการทำกิจกรรม ทางการตลาดและจากงานบริการอื่นๆ

ตลาดเป้าหมายของธุรกิจเคเบิลทีวี

ตลาดของธุรกิจเคเบิลทีวีได้กำหนดจากลักษณะรายได้ครัวเรือนของผู้บอกรับเป็นสมาชิก จากลักษณะรายได้ของครัวเรือนดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็กที่มีอัตราค่าสมาชิกต่ำสามารถดำเนินการอยู่รอดได้เพราะมุ่งเป้าหมายไปที่ กลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ทั่วทุกภาคทั้งประเทศ กลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ระดับนี้เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ในขณะเดียวกันกับที่ธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดใหญ่มุ่งสนใจครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า สำหรับจำนวนสมาชิกของ UBC ที่เพิ่มสูงขึ้นโดยตลอดนั้นมาจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีรายได้ครัวเรือนละ 20,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไป ดูในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ร้อยละของครัวเรือนในภาคต่างๆ ในประเทศไทย
กับรายได้ (หน่วยครัวเรือน = 1,000)

ภาค	จำนวน ครัวเรือน	<15,000	15,001- 19,000	20,000- 29,999	>30,000
กรุงเทพฯ	3,158	46.9%	14.0%	15%	24.1%
กลาง	3,318	73.6%	9.6%	9.8%	7.0%
เหนือ	3,353	85.7%	5.5%	5.5%	3.3%
ออกเฉียงเหนือ	5,395	89.3%	4.5%	2.6%	3.6%
ใต้	2,204	81.9%	7.0%	5.7%	5.4%

ที่มาของข้อมูล : เรียบเรียงจาก www.ubctv.com, October, 2548.

บุคลากรในธุรกิจเคเบิลทีวี

ข้อมูลแท้จริงที่เกี่ยวกับคุณลักษณะและจำนวนของบุคลากรที่ทำงานอยู่ในกิจการธุรกิจเคเบิลทีวีในขณะนี้ยังไม่ชัดเจนว่าเป็นอย่างไร กิจการธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ เช่น UBC ซึ่งมีหน่วยผลิตรายการภายในประเทศ แล้วนำรายการเหล่านั้นไปออกอากาศในช่องของตนเองได้ถึง 11 ช่อง นอกจากนั้นรายการต่าง ๆ ที่นำเสนอ อาทิ ช่องภาพยนตร์ HBO ช่องสารคดี จะเป็นรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศทั่วโลกแทบทั้งสิ้น นอกจากนี้ กิจการ UBC ยังใช้ระบบถ่ายทอดผ่านดาวเทียมและระบบสาย Fiber Optic ซึ่งเป็นเทคโนโลยีระดับสูงต่างกับกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กที่ดำเนินการด้วยต้นทุนที่ต่ำแทบจะไม่สามารถที่จะผลิตรายการด้วยตนเองได้ รายการส่วนใหญ่ที่นำเสนอจึงเป็นรายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากผู้ผลิตรายการภายในประเทศ จึงพอที่จะประเมินได้ว่า กิจการเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ใช้บุคลากรจำนวนมากในส่วนของการผลิตรายการ ด้านเทคนิค และการวิจัยรวมทั้งบุคลากรในด้านการขายและการตลาด ในทางตรงกันข้าม กิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กใช้บุคลากรในส่วนของช่างเทคนิค งานบริการประมาณไม่เกินกิจการละ 10 คนเท่านั้น

โครงสร้างเทคโนโลยีของกิจการเคเบิลทีวี

กิจการเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ เช่น UBC พึ่งพาโครงสร้างเทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ เคเบิลทีวีระบบดิจิทัล ที่เชื่อมโยงกับระบบ Hybrid fiber/Coaxial system และระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม DSTV

ส่วนกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กพึ่งพาโครงสร้างเทคโนโลยีพื้นฐาน อาทิ ระบบถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ผ่านสายเคเบิลที่ลากไปตามแนวเสาไฟฟ้าเข้าสู่บ้านสมาชิกผู้รับสัญญาณ โครงสร้างเทคโนโลยีพื้นฐานดังกล่าวมีต้นทุนต่ำและสามารถถ่ายทอดรายการเข้าสู่พื้นที่ที่เป็นจุดบอดของการกระจายภาพระบบดาวเทียมได้เป็นอย่างดี

รายการที่นำเสนอทางเคเบิลทีวี

ปัจจุบันกิจการเคเบิลทีวีส่วนใหญ่ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กต่างให้บริการแก่สมาชิก 24 ชั่วโมงต่อวัน ยกเว้นกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กบางแห่งที่ถ่ายทอดออกอากาศวันละไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น

รายการที่นำเสนอในกิจการเคเบิลทีวีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กส่วนใหญ่แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ คือ รายการบันเทิง รายการกีฬา รายการข่าว รายการเพื่อการศึกษาและรายการอื่น ๆ

กิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กแม้ว่าจะนำเสนอรายการประเภทเดียวกันกับกิจการเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ก็ตามแต่รายการเหล่านั้นมักจะเป็นรายการที่ด้อยทั้งปริมาณและด้านคุณภาพ ในอดีตนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิตรายการกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กส่วนใหญ่จะละเมิดลิขสิทธิ์โดยคัดลอกรายการจากแหล่งต่าง ๆ แล้วนำไปเสนอแก่สมาชิกในระบบเคเบิลของตนเอง

ปัจจุบันกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กสามารถที่จะนำเสนอรายการที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย โดยการรวมตัวกันเป็นองค์กรหรือสมาคมแล้วร่วมทุนในการผลิตรายการร่วมกัน และซื้อลิขสิทธิ์รายการประเภทต่างๆ จากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ภายในประเทศ นอกจากนี้ยังซื้อลิขสิทธิ์รายการที่ บริษัท UBC ผลิตเองจากบริษัท RNT (บริษัทในเครือ UBC)

โดยสรุปแล้วภาพรวมของกิจการเคเบิลทีวีในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับผู้สนใจในธุรกิจกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นการประกอบกิจการ การเป็นผู้ผลิตรายการ กล่าวคือ

1. กิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ทั้งนี้เพราะว่าตลาดของธุรกิจเคเบิลทีวีขนาดเล็กได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่เดือนละ 15,000 บาทขึ้นไป ประมาณร้อยละ 47 เป็นครัวเรือนที่อยู่ในกรุงเทพฯ และประมาณร้อยละ 74 เป็นครัวเรือนต่างจังหวัดตามภาคต่าง ๆ (ตารางที่ 5) เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่มากและอยู่ทั้งในเมืองและในชนบท

2. ลักษณะโครงสร้างของเทคโนโลยีของกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็ก เป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน อุปกรณ์หาง่ายภายในประเทศและมีราคาไม่สูงมากนัก ดังนั้นการลงทุนในกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กจึงไม่มากนัก ความเป็นไปได้ในการตั้งกิจการ

เคเบิลทีวีจึงมีสูง

3. กิจการเคเบิลทีวีเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างกำไรได้ เพราะใช้นุ้คลากรจำนวนน้อย เจ้าของกิจการสามารถแสวงหารายการที่น่าเสนอด้วยต้นทุนที่ต่ำเนื่องจากการเป็นการร่วมลงทุนผลิตรายการกับเครือข่ายสมาคมกิจการเคเบิลทีวีด้วยกัน ยิ่งไปกว่านั้นถ้าเจ้าของกิจการมีความสามารถในการผลิตรายการ ปัญหาการขาดแคลนรายการที่จะนำเสนอจะลดลงเพราะ มีการผลิตรายการเอง อาทิ รายการข่าวภายในท้องถิ่น ข่าวชุมชน รายการสารคดีท้องถิ่น รายการส่งเสริมหรือรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

4. กิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กมีความเข้มแข็งมากกว่าในอดีต เนื่องจากปัจจุบันกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กได้รวมตัวเป็นกลุ่มองค์กรเป็นปึกแผ่น มีความเข้มแข็ง อาทิ สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ทำให้การดำเนินกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กมีความมั่นคงมากกว่าในอดีต การรวมตัวของกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กเป็นการรวมตัวเพื่อเรียกร้องรัฐถึงสิทธิในการแข่งขันที่เป็นธรรมกับกิจการเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังร่วมทุนกันผลิตรายการป้อนเครือข่ายสมาชิกเป็นการแก้ปัญหารายการที่ขาดแคลนและขาดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อีกด้วย

5. กิจการเคเบิลทีวีสามารถดำเนินงานร่วมกับวิทยุชุมชนในฐานะที่เป็นพันธมิตรยุทธศาสตร์ได้เป็นอย่างดี เสริมให้กิจการเคเบิลทีวีมีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจเคเบิลทีวีไทยทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กสามารถตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารของกลุ่มประชาชนที่กระจายอยู่ทั่วประเทศได้เป็นอย่างดี กิจการเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ แม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีระดับสูง นำเสนอรายการที่น่าสนใจจากต่างประเทศ มีทุนประกอบการสูงกว่ากิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็ก ได้ใช้เวลาหลายปีกว่าที่จะประสบความสำเร็จ ในขณะเดียวกันการขยายตัวของกิจการเคเบิลทีวีขนาดเล็กในช่องทางปัจจุบัน นับเป็นโอกาสที่ท้าทายบัณฑิตด้านนิเทศศาสตร์ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก เพราะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตและออกแบบรายการวิทยุและโทรทัศน์อยู่แล้วซึ่งแตกต่างจากนักลงทุนธรรมดาทั่วไปนั่นเอง

รายการอ้างอิง

คณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ, ระเบียบวิทยุกระจาย

เสียงและวิทยุโทรทัศน์, กรมประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ, 2547

พระราชบัญญัติจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์

และโทรคมนาคม พ.ศ. 2543

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550

รายงานประจำปี, บริษัท UBC, กรุงเทพฯ, 2547

รายงานประจำปี, บริษัทองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยจำกัด (มหาชน),

กรุงเทพฯ, 2547

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, “ล้ม กสช สรรหาใหม่” หัวข่าวหน้าหนึ่ง, 24 พย, 2548

[http:// www.ubctv.com](http://www.ubctv.com), October, 2547

[http:// www.prd.go.th](http://www.prd.go.th), October, 2550

ใบสมัครสมาชิก วารสารการสื่อสารมวลชน

(สำหรับผู้สมัคร)

ชื่อ – นามสกุล (นาย/นาง/นางสาว)

ตำแหน่ง

ชื่อบริษัท/หน่วยงาน/สถาบัน

ขอสมัครเป็นสมาชิก วารสารการสื่อสารมวลชน เป็นเวลา 1 ปี (จำนวน 2 ฉบับ)

สมาชิกภาพ ☐ สมาชิกใหม่ ☐ สมาชิกเก่า (ต่ออายุ)

การเริ่มรับวารสาร ☐ เริ่มรับฉบับเดือนมกราคม – มิถุนายน 2551

☐ เริ่มรับฉบับเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2551

อัตราค่าสมาชิก ☐ สำหรับนิสิตนักศึกษา 150 บาท

☐ สำหรับหน่วยงานและบุคคลทั่วไป 200 บาท

การชำระค่าสมาชิก โปรดโอนเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ข้างต้น เข้าบัญชีธนาคาร
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เลขที่บัญชี 667-0-03509-3 ชื่อบัญชีคณะกรรมการสื่อสาร
มวลชน พร้อมกันนี้กรุณาส่งรายละเอียดการโอนมาพร้อม
ใบสมัคร เพื่อคณะได้จัดเก็บไว้เป็นหลักฐาน

ส่งใบสมัครและสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นรินทร์ นำเจริญ

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ (053) 943228 – 9 โทรสาร (053) 943229

E-mail: narinn@chiangmai.ac.th

สถานที่ส่งวารสาร

ชื่อ – สกุล
ที่อยู่/ที่ทำงาน
ถนน..... เขต/อำเภอ
จังหวัด รหัสไปรษณีย์
โทรศัพท์ โทรสาร
E – mail

ลงชื่อ
(.....)
...../...../.....

- หมายเหตุ 1. หากมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่กรุณาแจ้งให้ทราบล่วงหน้า เพื่อ
ความสะดวกในการจัดส่งวารสาร
2. ใบสมัครนี้ สามารถถ่ายเอกสารได้
-

(สำหรับเจ้าหน้าที่)

สมาชิกเลขที่
เริ่มเป็นสมาชิกตั้งแต่ปีที่ เดือน พ.ศ.
หมดอายุปีที่ เดือน พ.ศ.

ลงชื่อ
(.....)
...../...../.....

- ☐ ตรวจสอบแล้วถูกต้อง
☐ ส่งในเสร็จรับเงินให้แล้ว