

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 ประวัติความเป็นมาของโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี).....	7
2.2 นโยบายการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก.....	25
2.3 รูปแบบการดำเนินการของโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก.....	39
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	56
3.1 การศึกษารวบรวมวิเคราะห์เนื้อหา.....	56
3.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....	56
3.3 การทำแบบสอบถาม.....	61
3.4 ระยะเวลาการดำเนินการวิจัย.....	64
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4.1 ปัญหาการควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง.....	65

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.2 ข้อมูลทั่วไปและสภาพปัญหาของการประกอบกิจการธุรกิจเคเบิลทีวีของผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการแล้ว.....	69
4.3 การวิเคราะห์ปัญหาการประกอบกิจการเคเบิลทีวีท้องถิ่นและแนวทางการพัฒนากำกับดูแล ของหน่วยงานที่รับผิดชอบในอนาคต.....	72
4.4 ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญต่อการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก.....	77
4.5 ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม.....	80
5. สรุปและข้อเสนอแนะ.....	134
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	134
5.2 การอภิปรายผล.....	149
5.3 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	153
5.4 ข้อเสนอการวิจัยครั้งต่อไป.....	156
บรรณานุกรม.....	157
ภาคผนวก.....	160
ก แบบสัมภาษณ์.....	161
ข รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....	168
ค แบบสอบถาม.....	170
ง รายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาต.....	178
ประวัติผู้เขียน.....	181

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การเจริญเติบโตของระบบเคเบิลทีวีในประเทศสหรัฐอเมริกา.....	15
2.2 การเจริญเติบโตของจำนวนเคเบิลทีวีและสมาชิกในประเทศญี่ปุ่น.....	23
2.3 รายการกลยุทธ์เพื่อการกำกับดูแล.....	38
3.1 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย.....	67
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	84
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	84
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	85
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	85
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	86
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	86
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะที่พักอาศัย...	87
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของที่พักอาศัย.....	87
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการเคเบิลทีวี.....	88
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเคเบิลทีวี จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ.....	88
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไม่เลือกใช้บริการ.....	89
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเคเบิลทีวี.....	89
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรายการที่ชื่นชอบ.....	90
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรายการที่ไม่ชอบ.....	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชมรายการ.....	91
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ชมรายการ.....	92
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคเบิลทีวี.....	92
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจ่ายค่าบริการ.....	93
4.19 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านผลิตภัณฑ์.....	94
4.20 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านราคา.....	95
4.21 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	96
4.22 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านส่งเสริมการตลาด.....	97
4.23 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านบุคคล.....	98
4.24 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านกระบวนการ.....	99
4.25 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการเคเบิลทีวีท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	100
4.26 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านต่างๆ.....	101
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่ชมรายการ.....	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวันที่ชมรายการ.....	103
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการเคเบิลทีวี.....	104
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทรายการที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด.....	105
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่มีผลต่อเลือกใช้บริการเคเบิลทีวี.....	106
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวิธีการจ่ายค่าบริการเคเบิลทีวี.....	107
4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านผลิตภัณฑ์.....	108
4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านราคา.....	109
4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวีปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	110
4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวีปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด.....	111
4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านบุคคล.....	112
4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านกระบวนการ.....	113
4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	114
4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านผลิตภัณฑ์.....	115

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านราคา.....	116
4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	117
4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด.....	118
4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านบุคคล.....	119
4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านกระบวนการ.....	120
4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	121
4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านผลิตภัณฑ์.....	122
4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านราคา.....	123
4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	124
4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด.....	125
4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านบุคคล.....	126

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านกระบวนการ.....	127
4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ....	128
4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านผลิตภัณฑ์.....	129
4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านราคา.....	130
4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	131
4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด.....	132
4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านบุคคล.....	133
4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านกระบวนการ.....	134
4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคเบิลทีวี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	135

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การส่งสัญญาณแบบไร้สายหรือคลื่นไมโครเวฟ (MMDS).....	47
2.2 การส่งสัญญาณแบบทางสาย(Hybrid Fiber/Cable).....	48
2.3 การส่งสัญญาณแบบ Interactive TV.....	49
2.4 การส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม (Direct To Home: DTH).....	50