

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G

Antecedents Affecting the Survival of the Digital Television Terrestrial, 5G

เกศรา บรรพต, ทวี แจ่มจำรัส และ วิทธิลักษณ์ จันทรัตนสมบัติ

Kesara Banpot, Tawee Jamjumrus, and Withilak Chantanasombat

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Doctor of Philosophy Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University

Email: Ket1695@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาระดับนโยบายของความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหาร 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล และ 3) เพื่อได้รูปแบบการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี โดยในการวิจัยเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 420 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ในการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร การพัฒนาการบริหาร อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยภายในองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเรียงลำดับความสำคัญได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร การพัฒนาการบริหาร และภาวะผู้นำผู้บริหาร และ 3) รูปแบบการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G มีลักษณะเป็นแผนภูมิสี่เหลี่ยม ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กรเป็นฐาน มีปัจจัยภายนอก และการพัฒนาการบริหารอยู่ตรงกลางเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีภาวะผู้นำผู้บริหารคอยส่งเสริมให้โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลอยู่รอดได้ ซึ่งทั้งหมดสัมพันธ์กันอย่างกลมกลืน

คำสำคัญ: บุพปัจจัย, ความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดิน, ระบบดิจิทัล 5G

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the policy for survival level of digital terrestrial television, Executive leadership, External factors, Internal factors, and management development, 2) to study the factor that affect to survival of digital terrestrial television; and 3) to model management development towards the survival of digital terrestrial television. This research uses mix methods, in quantitative research the sample size were consisted of 420 people, data were collected by questionnaires, and the data was analyzed using a structural equation model. In qualitative research the data was collected through in-depth interviews with 15 key users. The results showed that: 1) the survival of digital terrestrial television. Executive leadership External factors Management development Very level The factors within the organization 2) The factors that influence the survival of digital terrestrial television in order of importance were: Internal factors External factors Management development and 3) model management development approaches towards the survival of 5G digital terrestrial television in a square chart consisting of the internal factors of the organization are base. With external factors and management development in the middle is a transmission variable having executive leadership to promote the survival of digital terrestrial television which are all related harmoniously.

Keyword: Antecedents Affecting, Survival of the Television Terrestrial, Digital 5G

บทนำ

การดำเนินการเปลี่ยนผ่านจากทีวีอนาล็อกไปสู่โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลนั้น คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ โดยทรัพยากรสื่อสารของชาติจะได้รับการจัดสรรอย่างโปร่งใส เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังคำนึงถึงการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และให้มีการกระจายการใช้ประโยชน์โดยทั่วถึงในกิจการด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ ประโยชน์สาธารณะอื่น อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งผู้ประกอบการ ประชาชน และภาคส่วนต่าง ๆ นำไปสู่การพัฒนาในกิจการโทรทัศน์ของประเทศ เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย มีคุณภาพ อย่างเท่าเทียมและรู้เท่าทันมากยิ่งขึ้น (คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2553: 26)

ในเบื้องต้นคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติได้กำหนดช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ทั้งหมด 48 ช่อง โดยแบ่งเป็นช่องรายการบริการชุมชน 12 ช่อง (แต่ละเขตบริการ) ช่องรายการบริการสาธารณะ 12 ช่อง (ระดับชาติ) โดยช่องรายการทั้ง 2 ประเภทจะเป็นการให้ใบอนุญาตแบบใช้วิธีการคัดเลือก (Beauty Contest) และช่องรายการบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง (ระดับชาติ) ใช้วิธี

คัดเลือกโดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ (Auction) ตามที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ได้มีการแบ่งช่องรายการบริการทางธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ช่อง ช่องรายการข่าวสารและสาระ 7 ช่อง ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (Standard Definition : SD, มีความละเอียดอยู่ในระดับ 720 x 480 พิกเซล และ 720 x 576 พิกเซล) 7 ช่อง และช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดสูง (High Definition : HD, มีความละเอียดอยู่ในระดับ 1920 x 1080 พิกเซล) 7 ช่อง (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553)

ตลอดระยะเวลาของการออกอากาศเต็มรูปแบบในระบบดิจิทัล ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดต้องประสบกับภาวะขาดทุนอย่างต่อเนื่อง เรตติ้งการรับชมไม่น่าพอใจ ส่วนรายได้จากค่าโฆษณาเกือบร้อยละ 71 ก็ไปกระจุกตัวอยู่ที่ช่อง 3 และช่อง 7 ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปก็เป็นหนึ่งในสาเหตุที่โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลถูก Disrupt หลังศาลปกครองมีคำสั่งให้ กสทช. คืนเงิน 1,500 ล้านบาทให้กับบริษัท ไทยทีวี จำกัด เพราะชี้ว่า กสทช. ทำผิดสัญญาที่ให้ไว้ก่อนการประมูลมีความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเจ้าอื่น ๆ อาจจะคืนใบอนุญาตประกอบการให้กับ กสทช. เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายมหาศาลที่ต้องแบกรับเช่นเดียวกัน (ปนชัย อารีเพิ่มพร, 2560)

อย่างไรก็ตามสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลยังคงทำหน้าที่ได้ดีในการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างเพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) ในการสื่อสาร แม้สัดส่วนของสื่อที่รวมจะลดลงจากร้อยละ 59.1 ในปี 2018 เหลือร้อยละ 58.7 ในปีนี้ เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมรวม แต่ไม่ได้ทำให้สื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลทรงพลังน้อยลง เพราะในวันนี้สื่อดิจิทัลมีสัดส่วนในตลาดโฆษณารวมถึงร้อยละ 27 เพิ่มขึ้นจากปี 2018 ที่มีเพียงร้อยละ 24.8 และการเติบโตของสัดส่วนนี้ยังมาพร้อมกับรายได้ที่เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.2 จาก 29,325.7 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา การเติบโตนี้มาจากสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลบางช่องเริ่มมีการปรับอัตราค่าโฆษณาขึ้น ซึ่งการปรับนี้มาจากการเติบโตของความนิยมของผู้ชมที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี และสุดท้ายคือสื่อนอกบ้าน ในปีนี้ยังคงเติบโตร้อยละ 9.8 ในสื่อนอกสถานีและเติบโตร้อยละ 5.2 ในสื่อเคลื่อนที่ (Transit) โดยการเติบโตนี้ส่วนหนึ่งมาจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพิ่มมูลค่าให้กับป้ายบิลบอร์ดที่มาร่วมลูกเล่นในการสื่อสารผ่านป้ายโฆษณาในรูปแบบใหม่ ๆ ถึงแม้ว่าโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจะยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันก็ตาม แต่ในอนาคตสื่ออื่น ๆ อาจเข้ามาแทนที่การตลาดก็ได้ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตซึ่งตามคาดการณ์ระบุว่าในระยะเวลาอย่างน้อยอีก 3 ปี สื่อดิจิทัลอาจจะไต่บันไดขึ้นมาอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 40 ใกล้เคียงกับสื่อทีวี ดังนั้นสื่อทีวีเองก็ต้องปรับตัวเพื่อให้สื่อยังคงเป็นสื่อหลักของการบริโภคอยู่ เนื่องจากว่าคนไทยยังนิยมการดูทีวี และดูโฆษณาจากทีวีในปริมาณที่สูงอยู่เมื่อเทียบกับโฆษณาในสื่ออื่น ๆ (Marketeer, 2562)

ส่วนการขาดทุนของผู้ประกอบการนั้นเมื่อ พ.ศ. 2556 มีการเปิดประมูลใบอนุญาตในราคาสูงมากเป็นหลักร้อยล้านพันล้านบาท ผู้ประกอบการที่ประมูลได้ใบอนุญาตแล้ว มีผลประกอบการไม่ได้กำไรตามคาดหมายเช่น บริษัทไทยทีวี จำกัด ซึ่งมีทั้งช่องข่าวสารและช่องสำหรับเด็กและเยาวชน เดิมมีรายได้ 800-900 ล้านบาทต่อเดือน ลดลงเหลือเพียง 100-200 ล้านบาทต่อเดือน เพราะไม่มีโฆษณามาเข้ารายการ ประกอบกับความนิยมของผู้รับชม

เปลี่ยนไป และภาระต้นทุนใบอนุญาตที่ผู้ประกอบการแต่ละรายได้ทุ่มสุดตัวประมูลมาสูงสูดนับพันล้านบาทได้ฟ้องร้องคดีต่อศาลปกครอง ต่อมาเมื่อ 13 มีนาคม 2561 ศาลปกครองไม่รับอุทธรณ์ของ กสทช. จึงทำให้บริษัท ชนาคดี ทำให้เจ้าของบริษัทไทยทีวี จำกัด บอกเลิกสัญญาได้ เนื่องจาก กสทช. ไม่ได้ปฏิบัติตามประกาศร่างขอบเขตของงาน (TOR) เกี่ยวกับการขยายโครงข่ายให้ กสทช. คืนหนังสือค่าประกันเป็นมูลค่า 1.5 พันล้านบาท และบริษัทฟ้องเรียกค่าเสียหายจาก กสทช. อีก 700 ล้านบาท เป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ บอกเลิกสัญญาตามมาอีกหลายรายที่ผลประกอบการไม่มีผลกำไรตามคาดหมายและประสบภาวะขาดทุน

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง “บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G” เพื่อให้เห็นว่าสภาพปัจจุบันของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทยเป็นอย่างไร และปัจจัยของการอยู่รอดในการประกอบธุรกิจโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของประเทศไทยคืออะไร นอกจากนั้นแนวทางการอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทยเป็นอย่างไร ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสื่อโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในการกำหนดนโยบาย และแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้ตอบโจทย์ของการทำธุรกิจที่เหมาะสมและส่งผลดีต่อธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหาร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล
3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีการศึกษาทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเกี่ยวกับภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร การพัฒนาการบริหาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คือ ผู้บริหาร บุคลากร และเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทย หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Lindeman, Merenda and Gold (1980) and Weiss (1972) ที่กำหนดขนาดตัวอย่างตามกฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปร ไว้เป็น 1 พารามิเตอร์ ใช้ตัวอย่าง 10-20 ตัวอย่าง จากการรอบแนวคิดการวิจัยพบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ทั้งหมด 21 ตัวแปร ใช้ตัวแปรละ 20 ตัวอย่างเท่ากับ $21 \times 20 = 420$ ตัวอย่าง

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งหมด 15 คน

ขั้นตอนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือแบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยภายนอกองค์กร, ปัจจัยภายในองค์กร, การพัฒนาการบริหาร, ภาวะผู้นำผู้บริหาร และความอยู่รอดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ จากนั้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ความชัดเจนของภาษา ความครอบคลุมของโครงสร้างและความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item-Objective Congruence) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .988 สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาเรื่อง “บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G” ครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร บุคลากร และเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทย จำนวน 420 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความอยู่รอดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .594 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้านคือ การกระจายความเสี่ยง และการประเมินผลและควบคุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เท่ากัน สำหรับการขยายสู่แพลตฟอร์มที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และการลดค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

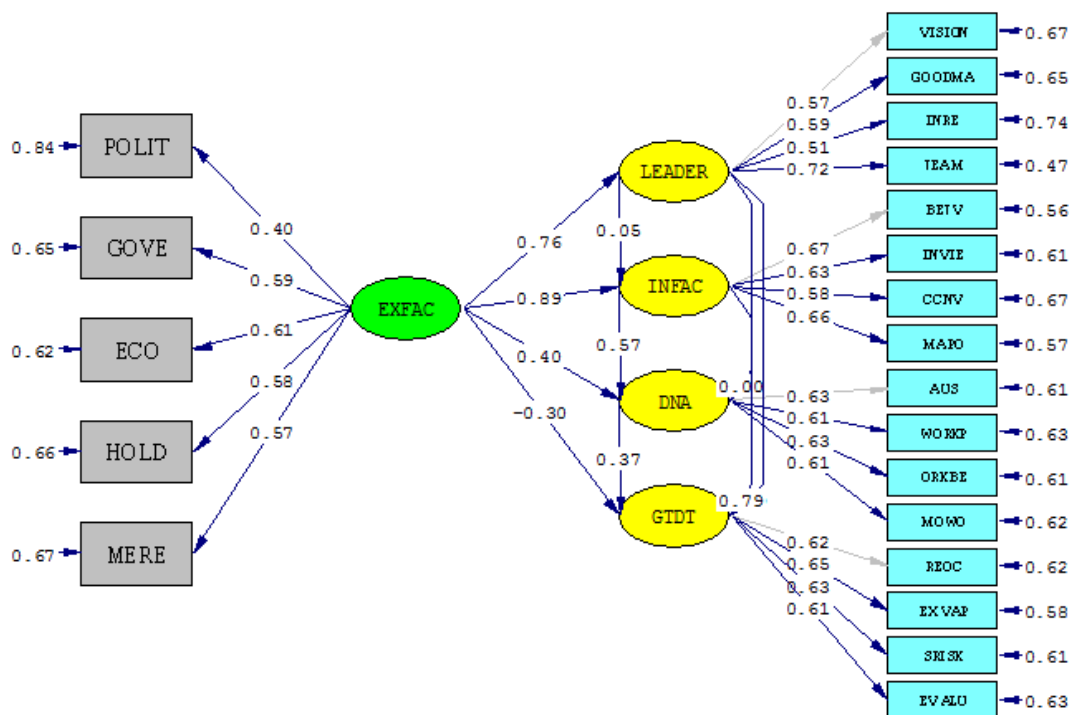
ภาวะผู้นำผู้บริหารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .606 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้านได้แก่ การพัฒนาทีมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ การมีวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และอยู่ในระดับมาก 2 ด้านได้แก่ การจัดการดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 การมีมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ปัจจัยภายนอกองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .554 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้านได้แก่ ด้านผู้รับสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ด้านผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมาก 2 ด้านได้แก่ ด้านการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ปัจจัยภายในองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .605 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้านคือ พฤติกรรมการรับชมทีวีที่ซื้อลิขสิทธิ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 การสร้างเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์ผู้รับชม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และอยู่ในระดับมาก 1 ด้านได้แก่ นโยบายการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

การพัฒนาการบริหารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .622 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านคือ โครงสร้างอำนาจหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และอยู่ในระดับมาก 3 ด้านได้แก่ แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 กระบวนการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์และอิทธิพลของภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดลการวิจัยตามแผนภาพที่ 1 ได้ดังนี้



Chi-Square=171.74, df=179, P-value=0.63819, RMSEA=0.000

แผนภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์และอิทธิพลของภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจากการหลังปรับโมเดลการวิจัยและสรุปความสัมพันธ์ได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม ของตัวแปรแฝงจากค่า BETA และ GAMMA และแสดงค่าของตัวแปรประจักษ์จากค่า Lambda Y, Lambda X และค่าความคลาดเคลื่อน (Error)

ตัวแปรผล	LEADER			INFAC			DNA			GTDT		
ตัวแปร	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
เหตุ												
EXFAC	0.76** (0.09)	-	0.76** (0.09)	0.92** (0.08)	0.03 (0.09)	0.89** (0.12)	0.93** (0.08)	0.53* (0.28)	0.40 (0.30)	0.84** (0.08)	1.14** (0.40)	-0.30 (0.40)
LEADER	-	-	-	0.05 (0.12)	-	0.05 (0.12)	0.03 (0.13)	0.03 (0.07)	0.00 (0.10)	0.14 (0.13)	0.05 (0.13)	0.09 (0.11)
INFAC	-	-	-	-	-	-	0.57** (0.28)	-	0.57** (0.28)	1.00** (0.37)	0.21 (0.22)	0.79** (0.44)
DNA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.37 (0.45)	-	0.37 (0.45)
ค่าสถิติ	Chi-Square= 171.74, df= 179, GFI = 0.96, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.000											

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .01 *p < .05

TE = ผลรวมอิทธิพล IE = อิทธิพลทางอ้อม DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 1 ได้ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเรียงลำดับดังนี้ 1) ปัจจัยภายในองค์กร (1.00) 2) ปัจจัยภายนอกองค์กร (0.84) 3) การพัฒนาการบริหาร (0.37) และภาวะผู้นำผู้บริหาร (0.14) โดยพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลทางตรง = 0.79, ทางอ้อม 0.21 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลทางตรง = -0.03, ทางอ้อม 1.14 การพัฒนาการบริหารมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลทางตรง = 0.37, ทางอ้อม ไม่มี ภาวะผู้นำผู้บริหารมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลทางตรง = 0.09, ทางอ้อม 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของภาวะผู้นำผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร และการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล สามารถนำมาสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 รูปแบบความสำเร็จของความอยู่รอดของโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G

จากรูปแบบสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

1. ความอยู่รอดของโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประกอบด้วย 1) ด้านการลดค่าใช้จ่าย การลดรายจ่ายจุกจิกในสำนักงาน การปรับลดโอทีและควบคุมค่าใช้จ่ายพิเศษ หาวิธีปรับลดจำนวนพนักงานอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม การลดการเบิกในรายจ่ายที่ไม่จำเป็น บางที่อาจจ้างพนักงานใหม่และพัฒนาคนเก่า 2) ด้านการขยายสู่แพลตฟอร์มที่หลากหลาย การสร้างแพลตฟอร์มของตัวเองให้บริการกับลูกค้า หามาตรการจูงใจให้ลูกค้าหันมาใช้ระบบคลาวด์ของสถานี่เป็นหลัก การลงทุนด้านโอทีของโครงข่ายภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลไปสู่ระบบคลาวด์คอมพิวเตอร์ ขยายการลงทุนสู่ระบบบิ๊กดาต้า (Big Data) นำเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย มีการให้พนักงานฝึกอบรม เรียนรู้และปรับตัวให้ทันเทคโนโลยียุคดิจิทัลและการตลาดดิจิทัล 3) ด้านการกระจายความเสี่ยง กำหนดนโยบาย โครงสร้าง และกระบวนการเพื่อให้คณะกรรมการ ผู้บริหารและบุคลากรนำไปปฏิบัติ บริหารความเสี่ยงที่สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ กำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสมให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

กำหนดกลยุทธ์และปฏิบัติงานบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร 4) ด้านการประเมินผลและควบคุม รายงานความก้าวหน้าแก่ผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบาย นำเสนอผลการประเมินเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์รอบต่อไปขององค์กร ควบคุมด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ ด้านค่าใช้จ่ายและด้านเวลา กำหนดกลยุทธ์และปฏิบัติงานบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรด้วย

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเรียงลำดับความสำคัญได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยภายนอกองค์กร การพัฒนาการบริหาร และภาวะผู้นำผู้บริหาร

3. รูปแบบการพัฒนาการบริหารที่มีต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล 5G มีลักษณะเป็นแผนภูมิสี่เหลี่ยม ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กรเป็นฐาน มีปัจจัยภายนอก และการพัฒนาการบริหารอยู่ตรงกลางเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีภาวะผู้นำผู้บริหารคอยส่งเสริมให้โทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลอยู่รอดได้ ซึ่งทั้งหมดสัมพันธ์กันอย่างกลมกลืน ผลการวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจะได้นำผลการวิจัยไปกำหนดกลยุทธ์ ในการพัฒนาโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทยให้สามารถเป็นสื่อที่มีคุณภาพและคู่กับสังคมไทยอย่างยั่งยืนตลอดไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.79 สูงสุดเป็นอันดับ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลถึงร้อยละ 79 โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1) พฤติกรรมการรับชมทีวีที่ซื้อลิขสิทธิ์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีค่าเท่ากับ 0.67 กล่าวคือ พฤติกรรมการรับชมทีวีจากต่างประเทศเป็นตัวกำหนดแนวทางการการรับชมส่วนหนึ่งของผู้รับสื่อ เพราะผู้รับสื่อในปัจจุบันจะเลือกใช้วิธีการเปรียบเทียบเนื้อหาการรับชมจากหลายแหล่ง และค้นหาคำแนะนำการชมจากหลายความเห็น ดังนั้นทีวีดิจิทัลควรซื้อลิขสิทธิ์รายการที่ได้รับความนิยมมาเพิ่มในรายการทีวีตนเอง ผู้เกี่ยวข้องต้องติดตามแนวโน้มการรับชมรายการทีวีเริ่มเปลี่ยนไปในทิศทางใด ต้องติดตามเพื่อรับรู้ถึงพฤติกรรมการรับชมทีวีในต่างประเทศ สอดคล้องกับ BrandInside (2560) ได้วิเคราะห์ทางรอดของสื่อทีวีท่ามกลางสงครามชิงเรตติ้งกับผลกระทบจากสื่อดิจิทัลในอนาคต พบว่าแนวโน้มการรับชมรายการทีวีเริ่มเปลี่ยนไปเช่นกัน ยกตัวอย่างในฝรั่งเศส รายการที่สร้างสีสันและคว่าใจผู้ชมคนดูได้สูงสุดในปี 2016 เป็นรายการคอนเสิร์ต Les Enfoirés และรายการตลกเสียดสีอย่าง C'est Canteloup แข่งหน้าละครที่เคยได้รับความนิยมในอดีต หรือในสหรัฐฯ รายการประกวดความสามารถ เช่น The Voice และ America's Got Talent ก็สามารถก้าวขึ้นมาเป็น 1 ใน 20 รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปี 2016 เช่นกัน อีกทั้งยังมีเรตติ้งเหนือซีรีส์ชื่อดังอย่าง Criminal Minds หรือ NCIS อีกด้วย และสอดคล้องกับ สุดถนอม รอดสว่าง (2561) ได้วิเคราะห์การค้ารายการโทรทัศน์ข้ามชาติในไทยยุคเทคโนโลยีก่อการ (Disruptive Technology) ได้นำเสนอข้อมูลของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ (Economic Intelligence Center : EIC) ที่วิเคราะห์ว่า รายการโทรทัศน์แบบเดิม เช่น

ละครหลังข่าว เริ่มเสื่อมความนิยม โดยตั้งแต่ช่วงต้นปี 2560 ละครมียอดคนดูน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด แม้จะได้ดารานำหน้ามาแสดงก็ตาม ซึ่งให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไม่สามารถใช้สูตรสำเร็จแบบเดิมๆ เพื่อมัดใจคนดูได้อีกต่อไป ในขณะที่รายการที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศอย่างเดอะแมสค์ซิงเกอร์ (The Mask Singer) ทางช่องเวิร์คพอยท์ ออกอากาศช่วงเวลาสำหรับผู้ชมโทรทัศน์มากที่สุด (Prime Time: 20.00-22.00 น.) กลับเรียกเรตติ้งได้อย่างท่วมท้นถึง 10.93 (เรตติ้ง ณ วันที่ 16 มีนาคม 2559) จนกลายเป็นกระแสปากต่อปากบนโลกออนไลน์และเรียกความสนใจจากผู้ชมทุกเพศทุกวัย

2) นโยบายการตลาดมีอิทธิพลโดยตรงต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีค่าเท่ากับ 0.66 กล่าวคือ นโยบายการตลาดมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล โดยที่วิดิทัศน์จะต้องกำหนดตำแหน่งวางของช่องตัวเองให้ชัดเจน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะรับชมให้ชัดเจนเพื่อนำมาสู่การกำหนดเนื้อหาให้ตรงจริตกับความต้องการของลูกค้าที่ตัวเองเลือก ใช้การติดต่อสื่อสารโดยเครื่องมือที่ทันสมัยและหลากหลาย ทำการตลาดที่ชัดเจนเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างช่องทีวีกับผู้รับชมเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี สอดคล้องกับนครินทร์ ชานะมัย (2561: 1339) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางบูรณาการกลยุทธ์บริหารงานสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย 4.0 ผลการศึกษาพบว่า แนวทางบูรณาการกลยุทธ์การบริหารกิจการสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย 4.0 มีบทบาทสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ควรวางแผนกลยุทธ์การบริหารกิจการในส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและดำเนินการไปพร้อมกันแบบบูรณาการโดยเน้นผลลัพธ์คือการพัฒนาเนื้อหารายการให้น่าสนใจตรงกลุ่มเป้าหมายมีความคิดสร้างสรรค์ดึงดูดความสนใจได้เพื่อเพิ่มความนิยมของรายการมากขึ้นซึ่งจะเป็นข้อดีในการขายเวลาโฆษณาในสถานีและเพิ่มช่องทางการหารายได้ในด้านอื่น ๆ ด้วยเมื่อรายได้สูงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นไปพร้อมกับอัตราความนิยมที่สูงขึ้นทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในระยะยาวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของเนื้อหารายการและสถานี โทรทัศน์ผ่านช่องทางการรับสื่อทุกรูปแบบและได้พบกับประสบการณ์ใหม่ในการรับชม (New Experience) และสามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์ (Engagement) ระหว่างรายการสถานีและกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

3) การปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมมีอิทธิพลโดยตรงต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีค่าเท่ากับ 0.63 กล่าวคือ การปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมมีความสำคัญในยุคปัจจุบันเพราะผู้รับสื่อไม่ได้อยู่เพียงแค่การเป็นผู้รับสารอีกต่อไปแล้วแต่เป็นผู้ส่งสารควบคู่กันไปในเวลาเดียวกัน ดังนั้นช่องทีวีดิจิทัลมีความจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในการรับชมทีวี สร้างรายการเพื่อดึงดูดให้คนดูติดตามชมรายการตลอดเวลา มีรายการสดและรายการย้อนหลังให้รับชมเหมือนแอปดูทีวีทั่วไป สอดคล้องกับ BrandInside (2560) ได้วิเคราะห์ทางรอดของสื่อทีวีท่ามกลางสงครามชิงเรตติ้งกับผลกระทบจากสื่อดิจิทัลในอนาคต พบว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมในยุคสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตครองเมือง ก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ช่องทีวีกำลังเผชิญ จากการสำรวจของ Millward Brown บริษัทวิจัยตลาดชั้นนำ พบว่าคนไทยกว่า 70% รับชมทีวีควบคู่ไปกับการใช้สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ สะท้อนให้เห็นว่าคนยุคใหม่มีแนวโน้มจดจ่อกับการดูทีวีน้อยลงกว่าในอดีต ส่งผลให้ช่องทีวีมีความจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในการรับชมทีวี และดึงดูดให้คนดูติดตามชมรายการตลอดเวลา

4) การสร้างเนื้อหา (คอนเทนต์) เพื่อตอบโจทย์ผู้รับชมมีอิทธิพลโดยตรงต่อความอยู่รอดของโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลมีค่าเท่ากับ 0.58 กล่าวคือ แต่ละช่องก็ต้องมีกลุ่มผู้ชมของตัวเองจะต้องรักษากลุ่มคนดูเก่าและเพิ่มคนดูใหม่ โดยการสร้างเนื้อหา (คอนเทนต์) ที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด นำเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่มาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการรับชมทีวีของผู้ชม แสวงหาจุดเด่นที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากช่องอื่นทำให้คนดูจดจำได้ว่าช่องนี้มีอะไร สอดคล้องกับโสภิตา คำย้อย (2559: 1) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องพีพีทีวี และสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวัน ภายใต้พันธมิตรธุรกิจไลน์ทีวี ผลการศึกษาพบว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องพีพีทีวี มีความโดดเด่นในเรื่องของการกำหนดเนื้อหารายการสำคัญของสถานี เป็นรายการกีฬา โดยเฉพาะฟุตบอลต่างประเทศที่มีชื่อเสียง ส่วนสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวันได้กำหนดให้รายการละครเป็นรายการสำคัญของสถานี โดยเนื้อหารายการสำคัญของทั้งสองสถานีได้สร้างความแตกต่างจากช่องโทรทัศน์ดิจิทัลคู่แข่ง เพื่อมุ่งตอบสนองกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในตลาดขนาดใหญ่ แต่ด้วยกระบวนการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกไปเป็นระบบดิจิทัลยังไม่สมบูรณ์ ประกอบกับพฤติกรรมผู้ชมที่เปลี่ยนแปลง หันไปรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางสื่อออนไลน์มากขึ้น จึงส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องพีพีทีวีและสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวันต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์การตลาด ด้วยการเป็นพันธมิตรลงนามในสัญญาความร่วมมือกับผู้ประกอบการไลน์ทีวี เพื่อนำรายการละคร ชิทคอม และรายการวาไรตี้ ไปเผยแพร่ซ้ำในไลน์ทีวีทันทีที่ออกอากาศจบ เป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในระยะเวลา 30 วัน ก่อนนำไปเผยแพร่ในช่องทางอื่น ถือเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหม่ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในส่วนของกลยุทธ์การตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องพีพีทีวีและสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวันอีกด้วย และสอดคล้องกับผลการสำรวจสถานภาพและมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ (Software) และตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) ประจำปี 2559 และคาดการณ์ 2560-2561 ภายใต้ภารกิจการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ในปี 2560 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลดำเนินการสำรวจสถานภาพและมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์ (Software) และตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) ประจำปี 2559 คาดการณ์ 2560-2561 เพื่อแสดงข้อมูลเชิงปริมาณ อาทิ มูลค่าตลาด มูลค่าการผลิต มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก โดยนำเสนอทั้งในมุมที่เป็นสินค้าและบริการ รวมไปถึงจนถึงมุมมองทางการตลาด เพื่อเป็นฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม และผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้วางแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร ส่งผลให้เกิดการเติบโตและเข้มแข็งของอุตสาหกรรมเหล่านี้ ในประเทศไทย โดยปัจจุบัน ซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างสูงต่อองค์กรธุรกิจในการปรับเปลี่ยนเป็นองค์กรยุคดิจิทัลในทุก ๆ สาขา เช่น ภาคอุตสาหกรรมการผลิต การเงิน การค้า การตลาด บันเทิง สุขภาพ การศึกษาฯ ที่องค์กรล้วนแล้วแต่จะต้องใช้ซอฟต์แวร์ และดิจิทัลคอนเทนต์ในการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพิ่มช่องทางการบริการ ไปจนถึงการสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการต่างๆ ดังนั้นจึงถือได้ว่าซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมดิจิทัลสองสาขาหลักที่สามารถนำมาประยุกต์และต่อยอดในธุรกิจด้านต่าง ๆ ได้อย่างไม่จำกัดและยังถือเป็นการผนวกรวมแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกประเทศล้วนให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ทิวิจิตัลควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการติดตามพฤติกรรมการรับชมทีวีในต่างประเทศ และการซื้อลิขสิทธิ์รายการที่ได้รับความนิยม พัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในการรับชมทีวี ดึงดูดให้คนดูติดตามชมรายการตลอดเวลา สร้างเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์ผู้รับชม สร้างกลุ่มผู้ชมของตัวเองและจะต้องรักษากลุ่มคนดูเก่าและเพิ่มคนดูใหม่ ทำการตลาดที่ชัดเจนและกำหนดนโยบายการตลาดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

2) กสทช. เองควรศึกษาการออกใบอนุญาตที่เป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการเพื่อไม่ให้ถูกฟ้องร้องคืนใบอนุญาต ควรกำหนดจำนวนช่องไม่ให้มีมากเกินไปจนความจำเป็น และควรกำหนดวงเงินประมูลคลื่นความถี่ไม่ให้สูงมากเกินไปจนความจำเป็น

3) โลกของการสื่อสารในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ภาวะผู้นำผู้บริหารมีผลต่อความอยู่รอดของทีวีดิจิตัล ผู้นำองค์กรต้องเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทุกส่วนขององค์กรให้เดินไปข้างหน้า จะต้องมีความวิสัยทัศน์ มีแผนธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เข้าใจและทันเหตุการณ์ เข้าใจตลาด เข้าใจการแข่งขัน เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ และเห็นโอกาสในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย

4) ทิวิจิตัลควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมงานให้มีศักยภาพ มีคุณภาพ มีทักษะในการทำงาน จัดสรรงบประมาณ เพิ่มเครื่องมืออุปกรณ์ และความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีให้มากขึ้น รวมทั้งพัฒนาองค์กรเป็นองค์กรแห่งธรรมาภิบาล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ทั้งรูปแบบ Platform, Cloud Computing, Application, และ AI ว่าจะสามารถเข้ามาช่วยหรือพัฒนาทีวีดิจิตัลให้ประสบความสำเร็จและอยู่รอดในภาวะการแข่งขันสูงได้อย่างไร

2) ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกฎหมายที่ควบคุมทีวีดิจิตัลว่ามีความทันสมัย หรือควรมีการปรับเปลี่ยนอย่างไรในภาวะสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2553). *หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อการประกอบกิจการโทรคมนาคมเคลื่อนที่ IMT ย่าน 2.1 GHz*. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 127 ตอนพิเศษ 91 ง.
- นครินทร์ ชานะมัย. (2561). *แนวทางบูรณาการกลยุทธ์บริหารงานสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย 4.0*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2560). *ทีวีดิจิทัลไทยจะเป็นอย่างไรต่อไป ใครจะคืนใจตามใจเดิม*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2562, จาก <https://thestandard.co/thai-digital-tv-future/>.
- พระราชบัญญัติ. (2553). *พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 3)*. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนพิเศษ 50 ก.
- โสภิตา คำย่อย. (2559). *กลยุทธ์การแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องพีพีทีวี และสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องวัน ภายใต้พันธมิตรธุรกิจไลน์ทีวี*. หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- BrandInside admin. (2017). *วิเคราะห์ทางรอดของสื่อทีวีท่ามกลางสงครามชิงเรตติ้งกับผลกระทบจากสื่อดิจิทัลในอนาคต*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2562, จาก <https://brandinside.asia/analysis-media-tv-rating-digital/>.
- Marketeer. (2562). *โฆษณา 2019 สื่อไหนเติบโตสุด*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/91900>.
- Lindeman RH, Merenda PF, Gold RZ.. (1980). *Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis*. Scott, Foresman, Glenview, IL,.
- Weiss, R.. (1972). *The Provision of Social Relationship*. In Z. Rubin (Ed), (Doing Unto others Englewood Cliff. N. J: Prentice-Hall.