

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤติกา โรจนทรัพย์. เจ้าหน้าที่งานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

กองแผนงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 - 10.

กอง/งานในส่วนกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กิจกรรมการดำเนินงานตามแผนตลาดการท่องเที่ยว ปี 2540.

กอง/งานในส่วนกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กิจกรรมการดำเนินงานตามแผนตลาดการท่องเที่ยว ปี 2541.

กอง/งานในส่วนกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กิจกรรมการดำเนินงานตามแผนตลาดการท่องเที่ยว ปี 2543.

กอง/งานในส่วนกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กิจกรรมการดำเนินงานตามแผนตลาดการท่องเที่ยว ปี 2546.

กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อ และวัฒนธรรมศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ประวัติการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและความเป็นมาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานการศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายและการประเมินผล สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ที่ ททท. สนับสนุน ปี 2544 ทั้งในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและต่างจังหวัด โดย บริษัท อินโฟเสิร์ช จำกัด. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 21 ก.ค. 2545.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการท่องเที่ยว 2541 – 2552.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการตลาดการท่องเที่ยว 2541 – 2552.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 – 10.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนปฏิบัติการด้านส่งเสริมตลาดต่างประเทศในประเทศ ปี 2548.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2541 – 2550.

เกษรา เกิดมงคล. รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ชัยพร ตั้งพลสินธนา. การสร้างมาตรฐานสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการ. การบริหารกิจการวิทยุโทรทัศน์และเคเบิลทีวี. เอกสารการสอน
วิชาการบริหารกิจการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

ดารามาส มณฑลวิทย์. การใช้เทคโนโลยีการดนตรีศึกษาในฐานะกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อการสร้าง
ภาพลักษณ์เมืองพัทยา ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2549.

ทิพาพรรณ รัตนคอน. การดำเนินงานและช่องทางการเผยแพร่รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์
การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมวังไกลกังวล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชา
การสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย (ททท.) ภายหลังเกิดเหตุวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา 11 กันยายน พ.ศ.
2544. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ประเสริฐ วรพิทักษ์. หัวหน้างานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

พรทิพา ศรีขจรวุฒิศักดิ์. การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ในต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2545.

- พรพัฒนา สิงคเสลิต. การศึกษาปัญหานโยบายการกำกับดูแลโทรทัศน์บอกรับเป็นสมาชิก (Cable TV) ในระดับปฏิบัติการ พ.ศ. 2529 - 2538. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- พิมพ์ศิริ สมสกุล. กระบวนการสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการรณรงค์นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. การบริหารกิจการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหาร กิจการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์. เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. พิมพ์ครั้งที่ 1 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2550.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. หลักการบริหารทั่วไป. เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหาร กิจการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547
- รองรัตน์ ติระนันท์. กระบวนการผลิตรายการและปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการศาสนา ทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

- รุจิรา คงรุ่งโรจน์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ของบุคลากรในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วารี อัสวเกียรติรักษา. การทำหน้าที่ของรายการสารคดีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. ปัจจัยเชิงโครงสร้างของสถานีวิทยุท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ศิริพร วุฒิกุล. กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ของชาติในโครงการรณรงค์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ศิริมา อยู่เวียงชัย. การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สินีนางู ดิลกวัฒนช. แนวคิดการปรับปรุงองค์กรที่สะท้อนผ่านการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

สุพัชรินทร์ โพธิ์ทองนาค. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. ระบบวิทยุโทรทัศน์ โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมือง และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Jay W. Lorsch and Paul R. Lawrence, Studies in Organization Design. Homewood, Illinois: Irwin, 1970, p.1.

McQuail, D., Mass Communication Theory 5th Edition 2005.

Paul R. Lawrence and J.W. Lorsch, Organization and Environment. Cambridge, Mass: Harvard University, Graduate School of Business Administration, 1967, p. 18.

ภาคผนวก

บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด รายงานผลสำรวจพฤติกรรมการรับชมฟรีทีวี และเคเบิลทีวี ในโครงการสำรวจความนิยมการรับชมช่องรายการทางเคเบิลทีวีของสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นการใช้เครื่องวัดแบบพีเพิลมิเตอร์แบบนาฬิกา โดยพื้นที่ที่ทำการสุ่มบ้านตัวแทน คือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 20 หลังคาเรือน และพื้นที่ต่างจังหวัด ในเขตเทศบาล จำนวน 80 หลังคาเรือน เฉพาะบ้านที่พักอาศัยเท่านั้น ซึ่งครอบคลุมจังหวัดทั้งหมด 28 จังหวัดในทุกภาคของประเทศ ได้ผลการสำรวจดังนี้

- ช่วงวันจันทร์ - อาทิตย์ ผู้ชมที่รับชมรายการจากช่องเคเบิลทีวี

ช่วงอายุ (ปี)	สัดส่วน (%)
4-14	50.3
15-24	51.57
15 ปีขึ้นไป	43.29

ซึ่งแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้หญิงอายุ 15 ปีขึ้นไป มีสัดส่วน 37.64% และกลุ่มผู้ชายอายุ 15 ปีขึ้นไป มีสัดส่วน 51.1%

- และวันจันทร์ - อาทิตย์ ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์

ช่วงอายุ (ปี)	สัดส่วน (%)
4-14	47.33
15-24	43.87
15 ปีขึ้นไป	40.23

ซึ่งแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้หญิงอายุ 15 ปีขึ้นไป มีสัดส่วน 34.52% กลุ่มผู้ชายอายุ 15 ปีขึ้นไป มีสัดส่วน 48.71%

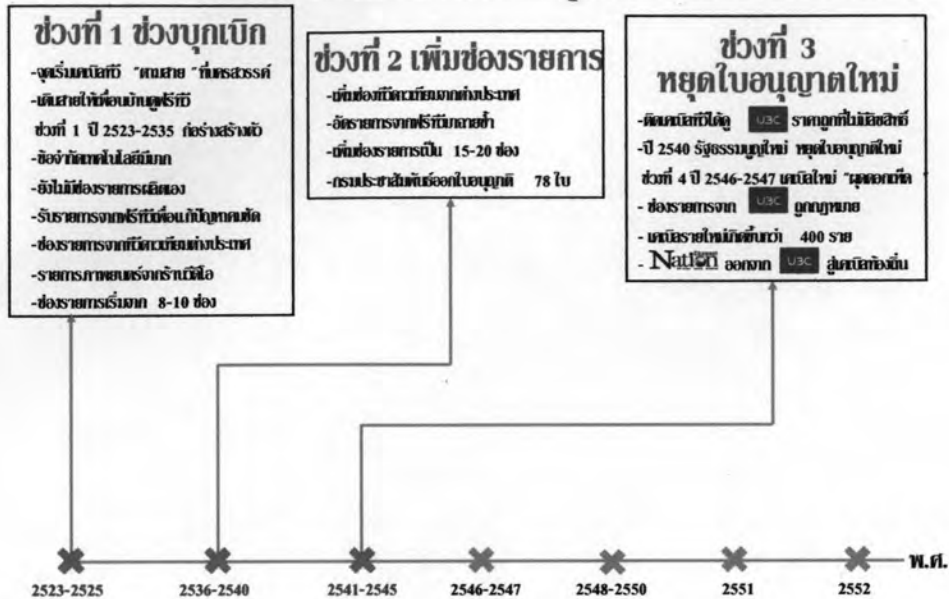
จากผลการสำรวจดังกล่าว นายวิจิต เอื้ออารีวรกุล อุปนายกสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย เปิดเผยว่า ผลการสำรวจเรตติ้งผู้ชมเคเบิลทีวี ทีเอจีบี นีลเสนฯ รายงานครั้งแรกนั้นมาจากการสำรวจในช่วง 3 สัปดาห์แรกของ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 โดยพบว่ากลุ่มผู้ชมที่เป็นสมาชิกเคเบิลทีวี และซื้อจานดาวเทียมไปติดตั้ง มีสัดส่วนแบ่งผู้ชมใกล้เคียง 프리ทีวี โดยเฉพาะพฤติกรรมมารับชมเคเบิลทีวี ทุกช่วงยกเว้นช่วงไพรม์ไทม์ เคเบิลทีวีมีสัดส่วนผู้ชมในอัตราใกล้เคียงกับฟรีทีวี และในปัจจุบันมีผู้ชมเคเบิลทีวีทั่วประเทศมีประมาณ 2.5 ล้านครัวเรือน หรือประมาณ 10 ล้านคน ทั้งนี้ ผลวิจัยเรตติ้งช่องรายการ และสัดส่วนผู้ชมเคเบิล ของเอจีบี นีลเสนฯ จะสามารถช่วยยืนยันความมั่นใจในการซื้อโฆษณาผ่านช่องรายการในเคเบิล และทีวีดาวเทียม ซึ่งเป็นสื่อทางเลือกใหม่ ที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ชมที่หลากหลายเพศวัย

ผลการสำรวจความคิดเห็นการรับชม TATV

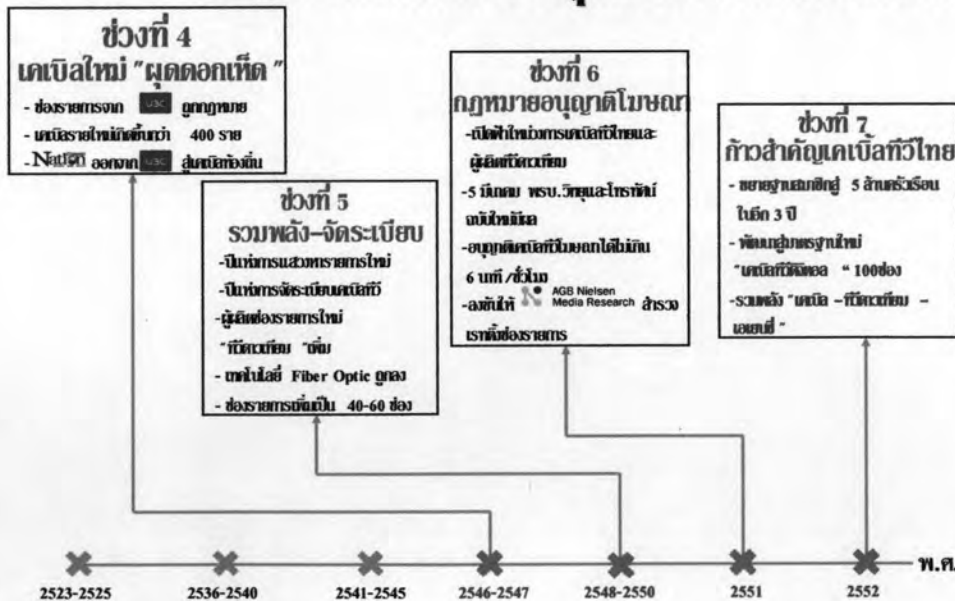
	แบบสอบถาม คน (ร้อยละ)	ไปรษณียบัตร คน (ร้อยละ)	รวม คน (ร้อยละ)
จำนวนทั้งหมด	63,500 (73.69%)	22,668 (26.31%)	86,168 (100.00%)
ช่องทางการรับชม			
- UBC	49,528	-	49,528
- เคเบิลท้องถิ่น	8,664	-	8,664
- จานดาวเทียม	5,308	-	5,308
จังหวัดที่รับชม			
- กทม.	27,930 (75.28%)	9,172 (24.72%)	37,102
- ต่างจังหวัด	35,570 (72.49%)	13,496 (27.51%)	49,066
รายการที่ชื่นชอบ			
- ชาวทองเที่ยว	26,825 (86.34%)	4,245 (13.66%)	31,070
- Tourism Taik	17,280 (77.94%)	4,891 (22.06%)	22,171
- เปิดบ้าน อบต.	7,902 (84.42%)	1,458 (15.58%)	9,360
- ตามรอย อสท.	7,506 (76.93%)	2,251 (23.07%)	9,757
เวลาที่รับชม			
- 06.00-10.00 น.	11,708	-	11,708
- 10.00-16.00 น.	29,254	-	29,254
- 16.00-20.00 น.	26,120	-	26,120
- 20.00-06.00 น.	24,994	-	24,994



พัฒนาการภาพรวมอุตสาหกรรมเคเบิลทีวี



พัฒนาการภาพรวมอุตสาหกรรมเคเบิลทีวี





5 ช่องทางการรับชมโทรทัศน์ในประเทศไทย



1. ปืนเสาอากาศทีวี หรือที่คนเรียกว่า เสาข้างฝา เสาประเภทนี้สามารถใช้งานได้ฟรี 5-7 ช่องรายการได้เพียง 6 ช่อง คือ 3,5,7,9,MAT,TPBS ทางบ้าน ปี 2554 จะถือผู้ชมรายการผ่านระบบนี้ เพียง 9 ล้านครัวเรือน



2. จันทดาวเทียม C-Band (จันทดาวเทียม 6 ฟุตขึ้นไป) ได้รับอนุญาตในระหว่าง ปี 2535-2545 ประมาณการผู้ชม 2,500,000 ครัวเรือน เนื่องจากในเดือนกันยายน รายการฟรีทีวี (3,5,7,9,I,RTV) รับสัญญาณได้ไม่เพียงพอที่คนจะสามารถรับชมรายการจากต่างประเทศได้ด้วย แต่ปัจจุบัน คาดว่าจะมีผู้ชมรับชมประมาณ 800,000 ครัวเรือน อันเนื่องมาจากมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูงและระบบการรับสัญญาณทีวีระบบนี้ทำให้จันทดาวเทียม



3. จันทดาวเทียม KU-Band (จันทดาวเทียม 60 ซม.) รู้จักกันในชื่อจานหยิ่ง จันทดาวเทียม ที่เป็นแผ่นกลมในลักษณะเดียวกับจาน C-Band และ สามารถส่งตรงสัญญาณจากดาวเทียม และ สามารถรับชมรายการ ได้มากกว่าฟรีทีวีได้ทันที และมีเสียงชัด พากษ์สีดี หรือแม้แต่ มีระบบในการรับชมรายการ ช่องอีก 3 ปี จำนวนของดาวเทียมนี้ น่าจะสูงถึง 2 ล้านใบ



4. True Vision ผู้ประกอบการรายหนึ่งที่มีรายได้สูงที่สุดในประเทศไทย ที่ระบบจันทดาวเทียม KU-Band และ Fiber Optic ส่วนใหญ่มีให้บริการถึงบ้านจากต่างประเทศไม่มีโฆษณา ทำให้มีการเก็บค่าบริการรายเดือนในอัตราสูง แต่ด้วยบริษัท True ที่ประสบความสำเร็จทำให้มีผู้ชมโทรทัศน์โดยที่ค่าบริการในอัตราต่ำลงและมีโฆษณา และมีสัญญาณที่คมชัดไม่ถูกรบกวน ปัจจุบัน น่าจะมีสมาชิกประมาณ 1.2 ล้านสมาชิก

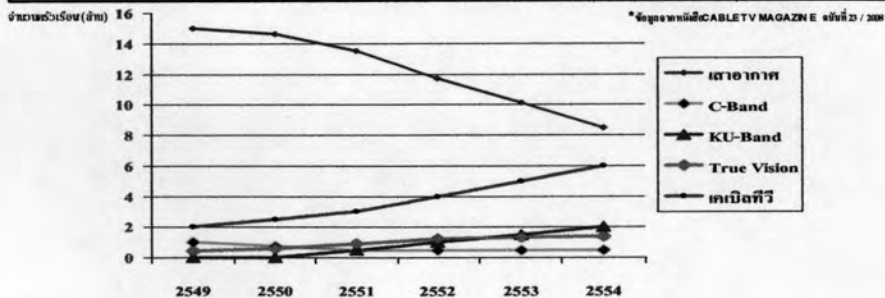


5. เมเนเจอร์ไทย ระบบการให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ทางสายเคเบิล ช่องทางนี้ผู้ชมทั่วโลกได้รับชมรายการประเภทที่สดและดีมีระบบที่ผู้ชมทั่วโลกมีค่าใช้จ่ายน้อย ไม่ต้องเสียค่าบำรุงรักษาใดๆ เพราะผู้ให้บริการเป็นผู้รับภาระเองทั้งหมด ปัจจุบัน เมเนเจอร์ไทย มีสมาชิกประมาณ 2.5 ล้านครัวเรือนรับชมรายการกว่าภายใน 10 ปี น่าจะมีสมาชิกเพิ่มขึ้นอีกถึง 60% หรือ 12 ล้านครัวเรือน



ประมาณการเจริญเติบโต ระบบการรับสัญญาณทีวีของผู้อยู่อาศัยในในประเทศไทย*

วิธีการรับสัญญาณทีวี	อดีต		ปัจจุบัน		อนาคต	
	2549	2550	2551	2552	2553	2554
ปืนเสาอากาศทีวี	15,000,000	14,600,000	13,550,000	11,750,000	10,150,000	8,550,000
จันทดาวเทียม C-Band	1,000,000	750,000	500,000	500,000	500,000	500,000
จันทดาวเทียม KU-Band	na	na	500,000	1,000,000	1,500,000	2,000,000
True Vision	450,000	600,000	900,000	1,200,000	1,300,000	1,400,000
เมเนเจอร์ไทย	2,000,000	2,500,000	3,000,000	4,000,000	5,000,000	6,000,000
รวม	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000



เหตุผล 9 ข้อ ปี 2551 จุดเปลี่ยนของเคเบิลทีวีในประเทศไทย

- 1) พรบ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ทำให้การประกอบกิจการเคเบิลทีวีต้องขึ้น อยู่ต่อกรมกฤษฎาภย
- 2) ความพร้อมของประชาชน ในพื้นที่ต่างๆ ให้ทรนยอมรับเคเบิลทีวีทั้งที่เป็นส่วนหนึ่งของซีพีแอส และ มีระดับสมาชิกเคเบิลทีวีมากขึ้น
- 3) ชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัล สามารถรับส่งได้มากขึ้น
- 4) ภาครัฐ เริ่มเข้าใจและสนับสนุนของประกอบการเคเบิลทีวี ว่าเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและประชาชาติ
- 5) ผู้ให้บริการผ่านเคเบิลทีวี มีความพร้อมในการให้บริการ เช่นแผนพรสวรรค์ผ่านเคเบิลทีวีมากขึ้น ซึ่งทำให้รายการที่ดูคุณภาพ
- 6) กรมกฤษฎาภยเคเบิลทีวี สามารถทำได้ 6 นาที / ชั่วโมง จะมีผ่านบัญชี ทำให้คุณภาพรายการผ่านเคเบิลทีวีดีขึ้น
- 7) ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี เริ่มมีการปรับตัวเพื่อรับส่งคุณภาพอุปกรณ์และรายการ ให้มีความชัดและทันสมัยมากขึ้น
- 8) สภากรรมการเงิน เริ่มให้ข้อเสนอแนะ และให้ทรนสนับสนุนการเงิน ในการให้ผู้ประกอบการกู้เงินเพื่อขยายโครงการลงทุนยิ่งขึ้น
- 9) สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย เริ่มมีการปรับปรุงเพื่อให้มีความเป็นเอกภาพ ของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีทั่วประเทศ ทำให้ภาพลักษณ์ ของผู้ประกอบการเคเบิลทีวี เริ่มเป็นที่ยอมรับของประชาชนและทรนการมากขึ้น ทำให้ทรนถูกทำให้ทรนขยายฐานสมาชิก ทำให้ได้ชัยชนะมาก

เป้าหมายของสมาคมเคเบิลทีวีภายใน อีก 5 ปี ฐานสมาชิกจะเพิ่มเป็น 10 ล้านครั้งเรือน



เทคโนโลยีของเคเบิลทีวีเมืองไทยในอนาคต

ปัจจุบัน ระบบเคเบิลทีวีในไทยมีการส่งสัญญาณในระบบ Analog มีช่องรายการ 40-60 ช่อง อนาคต สิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปสำหรับเคเบิลทีวีไทย มีดังนี้

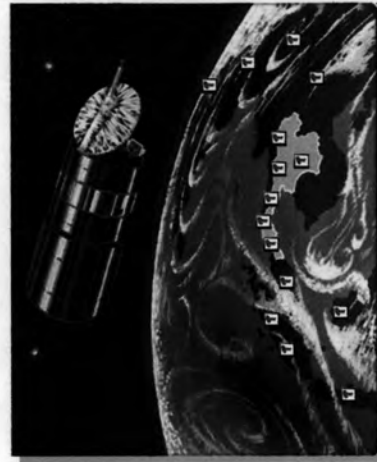
1. ช่องรายการจะเพิ่มเป็น 160 ช่อง (ระบบ Analog 80 ช่อง และ Digital 80 ช่อง)
2. สัญญาณเสียงจะเปลี่ยนจาก Mono เป็น Stereo
3. ส่งสัญญาณในระบบ 2 ภาษา สมาชิกสามารถเลือกฟังได้
4. การร้อง Karaoke สามารถแยกสัญญาณเสียงร้องเพลงได้
5. ระบบสายเคเบิล เปลี่ยนจากสาย RG-11 เป็น Fiber Optic เป็นโครงข่ายหลัก ทำให้รับสัญญาณชัดเจนทุกพื้นที่
6. หน่วยงานรัฐด้านโครงข่าย อาจจะเชื่อมโครงข่ายกับเคเบิลทีวีท้องถิ่น ให้เป็นเคเบิลทีวีจังหวัด หรือภูมิภาค
7. สมาชิกเคเบิลทีวีสามารถใช้บริการอินเทอร์เน็ตในราคาต่ำ ที่ความเร็วไม่ต่ำกว่า 20 MB
8. สมาชิกสามารถโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายเคเบิล โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
9. อัตราค่าบริการ จะไม่เกิน 350 บาท /เดือน
10. ภายใน 5 ปี สมาชิกสามารถรับชมทีวีคมชัดชัดสูง ในการส่งในระบบ HD ที่มีการใช้หลายประเทศ

ระบบส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม

ผู้ประกอบการโทรทัศันดาวเทียม
ในประเทศไทยส่งสัญญาณออกอากาศ
โดยดาวเทียม 3 ดวงดังนี้

- ✿ ดาวเทียม THAICOM 2/5
- ✿ ดาวเทียม NSS6
- ✿ ดาวเทียม ABS1

ครอบคลุมพื้นที่ประเทศไทยและ
ภูมิภาคเอเชียกว่า 22 ประเทศ



ช่องทางรับชมโทรทัศน์ดาวเทียม



เครื่องช่วยคนเบ็ดตัวทั่วประเทศ
กว่า 600 สถานี 2,500,000 สมบัติ
(งานลิขสิทธิ์จากสมาคมเบ็ดตัวแห่งประเทศไทย)



งานดาวเทียม ระบบ C-Band
ประมาณ 3,000,000 งาน (FREE TO AIR)
(งานลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการจำหน่ายดาวเทียม)



งานดาวเทียม ระบบ KU-Band
ประมาณ 800,000 งาน (FREE TO AIR)
(งานลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการจำหน่ายดาวเทียม)



INTERNET
ประมาณ 10 ล้าน USER IP ทั่วโลก



โทรศัพท์มือถือ



เส้าอากาศ ระบบ MMDS

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวภัทรวลัย ญ์ จันทร์สมาน เกิดเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม วิชาโทเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ในปีการศึกษา 2547 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550 จนจบการศึกษาในปี การศึกษา 2551

