

การพัฒนาอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี: กรณีศึกษากลุ่ม ช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ

Sustainable Development of Digital TV Business Operators: A Case Study of National Business Service Channel Group

ธนศักดิ์ สุกิจจากร

Thanasak Sukijjakorn

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University, Thailand

E-mail: naluckpink@gmail.com

Received February 29, 2020; Revised April 8, 2020; Accepted September 25, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ชมที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ 4) เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัลทีวี รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน 1) การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวคิด การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความพึงพอใจของผู้ชม มาตรฐานจริยธรรมสื่อ ความยั่งยืนของธุรกิจ เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่ในการวิจัยในพื้นที่ 5 ภูมิภาค (เหนือ, กลาง, ใต้, ตะวันออก, ตะวันออกเฉียงเหนือ) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ชมดิจิทัลทีวี จำนวน 500 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบการสุ่มแบบง่าย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี ตัวแทนหน่วยงานกำกับดูแลของดิจิทัลทีวี ตัวแทนผู้ชมดิจิทัลทีวี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มาตรฐานจริยธรรมสื่อที่มีอิทธิพลเชิงบวกและทางอ้อมในเชิงลบต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

การวิจัยนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี ควรให้ความสำคัญกับด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความพึงพอใจของผู้ชม และด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อ เพื่อให้มีประสิทธิภาพสามารถพัฒนาธุรกิจดิจิทัลทีวีอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การพัฒนาอย่างยั่งยืน; ธุรกิจดิจิทัลทีวี; ผู้ประกอบการช่องดิจิทัลทีวี

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to analyze the factors of good corporate governance that influence on business sustainability; 2) to analyze the factors of media ethics standards that influence on business sustainability; 3) to analyze the factors of audience satisfaction that influence on Business sustainability; and 4) to give suggestions on the development of Digital TV operators. The study was a mixed methods research. 1) Quantitative research uses a research framework in good corporate governance concepts, Audience satisfaction, Media Ethics Standards, Business sustainability. Research area in 5 regions in Thailand (north, central, south, east, northeast). A sample of 500 cases were drawn from digital TV viewers, using simple random sampling method. Research tools used in this research were questionnaires, and 2) Qualitative research using purposive sampling methods and in-depth interview with the Digital TV business operator, Digital TV regulator (NBTC.), Digital TV viewers. Research tools used in the research were Semi Structure Interview.

The results of the study were as follows:

1. The research in objective 1: Good corporate governance had a positive influence on business sustainability.

2. The research in objective 2: Media ethics standards had a positive and indirect influence on business sustainability.

3. The research in objective 3: Audience satisfaction had a positive influence on business sustainability.

This research Digital TV operators should pay attention to good corporate governance, audience satisfaction and media ethics standards. In order to be effective and able to develop a Digital TV business sustainably

Keywords: Sustainable development; Digital TV Business; Digital TV Business Operators

บทนำ

ธุรกิจดิจิทัลทีวีของประเทศไทยมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นธุรกิจที่มีผลกระทบต่อทุกภาคส่วน ทั้งภาคประชาชน ภาคเศรษฐกิจ และภาครัฐ รวมถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลทีวี ซึ่งที่ผ่านมาช่วงปลายปี 2556 สื่อมวลชนให้ความสนใจกับการเปิดประมูลทีวีดิจิทัลเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นหน้าประวัติศาสตร์ใหม่ของวงการโทรทัศน์ในประเทศไทย โทรทัศน์ระบบดิจิทัล หรือ ดิจิทัลทีวี (อังกฤษ: Digital Television) คือการส่งผ่านของเสียงและวิดีโอโดยสัญญาณดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียง การส่งข้อมูลแบบนี้สามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบอนาล็อกในหนึ่งช่องสัญญาณ จึงเรียกได้อีกอย่างว่า Multicasting การส่งสัญญาณเป็นแบบดิจิตอลจึงทำให้ได้คุณภาพของภาพและเสียงดีกว่าด้วย เช่น โทรทัศน์ระบบ HDTV (สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 2553)

ดิจิทัลทีวีนั้น อยู่ภายใต้การกำกับดูแล ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ มีหน้าที่ ในการกำกับดูแลให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยสำนักงาน กสทช. ได้จัดการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภท บริการทางธุรกิจระดับชาติ จัดขึ้น 24 ใบอนุญาต 4 หมวดหมู่ ดังต่อไปนี้ (1) ช่องเด็กเยาวชน และครอบครัว จำนวน 3 ช่อง (2) ช่องข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ช่อง (3) ช่องรายการทั่วไป ความคมชัดปกติ(SD) จำนวน 7 ช่อง (4) ช่องรายการทั่วไป ความคมชัดสูง(HD) จำนวน 7 ช่อง

ในปัจจุบันการแข่งขันกันเองของช่องดิจิทัลทีวี และมีจำนวนช่องมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีตหรือในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มีช่องดิจิทัลทีวีไม่เกิน 10 ช่อง ขณะที่ของไทยมีดิจิทัลทีวีใช้งานจริง 24 ช่อง แต่จำนวนผู้ชมยังมีอยู่เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ยังมีช่องทางและเทคโนโลยีที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย คือ ทีวีดาวเทียม และเคเบิลทีวี คือ IPTV (ทีวีผ่านอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสะดวกกว่าและรับชมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ต สิ่งที่สำคัญที่สุดของกิจการโทรทัศน์ไทยคือ รายได้จากการโฆษณา แต่เดิมโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกที่เป็นฟรีทีวีมีอยู่เพียง 6 ช่อง เมื่อมีทีวีดิจิทัลทำให้ตัวหารจากเดิมที่มีอยู่น้อยเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่รายได้จากการโฆษณาโทรทัศน์ยังเท่าเดิม จึงเห็นได้ชัดว่า ทำให้เกิดการแข่งขันสูงมากขึ้น จนต้องมีผู้ที่ไม่สามารถประกอบกิจการได้ต่อไป กระบวนการแข่งขันตัดออกไปเอง (รุจิระ บุญนา, 2561) จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงานขององค์กร และยังมีผลกระทบต่อกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายในการนำพาประเทศเข้าสู่โมเดลประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เมื่อบริบท

ทางเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง การบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการปรับตัวตามเช่นกัน เพื่อให้องค์การสามารถเติบโตในบริบทใหม่ได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการตื่นตัวของการนวัตกรรมการมาใช้ในการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร การออกแบบลักษณะงานและการพัฒนาคุณภาพบุคคลากร (เสาวนีย์ สมันต์ศิริพร, 2560) รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาสังคมโลกในยุคดิจิทัลที่เกิดการสื่อสารไร้พรมแดนให้เป็นสังคมสันติสุข และสามารถรองรับนโยบายประเทศไทยแลนด์ 4.0 ที่เน้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาประเทศ และไทยแลนด์ 5.0 ที่เน้นการปฏิวัติจิตสำนึก และสัมพันธภาพแนวใหม่ เพื่อนำสู่สังคมสันติสุขอย่างยั่งยืน (อุไรรัตน์ สิงหนาท, 2560) ซึ่งรวมถึง สื่อโทรทัศน์ นับได้ว่าเป็นสื่อหลักสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางของประเทศ ทั้งเศรษฐกิจ สังคมการเมือง มีบทบาทต่อ ความคิด ทศนคติ ค่านิยม และการรับรู้ของประชาชนในสังคมเป็นอย่างมาก และด้วยยุคดิจิทัลที่วี่ในเวลานี้ มีการแข่งขันด้านเนื้อหาที่สูง เพื่อช่วงชิงเรตติ้งจากคนดู ทำให้ช่องดิจิทัลทีวีต่าง ๆ ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นประโยชน์ทั้งตัวของดิจิทัลทีวีเองและผู้รับสื่อด้วย นำไปสู่การยกระดับดิจิทัลทีวีที่มีคุณภาพ/สร้างสรรค์และมีคุณค่า เพื่อเป็นการเสริมสร้างความนิยมต่อดิจิทัลทีวีและเกิดความยั่งยืนในทางเศรษฐกิจด้วย

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา การพัฒนาอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี: กรณีศึกษา กลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี กลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ที่เหลืออยู่อีก 15 ช่อง สามารถปรับตัว พัฒนา และวางกลยุทธ์ ให้ธุรกิจดิจิทัลทีวีอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ชมที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 : การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
- สมมติฐานที่ 2 : มาตรฐานจริยธรรมสื่อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
- สมมติฐานที่ 3 : ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ
- สมมติฐานที่ 4 : การกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ชม
- สมมติฐานที่ 5 : มาตรฐานจริยธรรมสื่อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ชม

การทบทวนวรรณกรรม

การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้ให้คำจำกัดความ ของคำว่า “การกำกับดูแลกิจการที่ดี” ไว้ว่า “การกำกับดูแลกิจการที่ดี” ตามหลักปฏิบัตินี้ หมายถึง การกำกับดูแลกิจการที่เป็นไปเพื่อการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน นอกเหนือจากการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน ซึ่งคณะกรรมการควรกำกับดูแลกิจการให้นำไปสู่ผล (governance outcome) อย่างน้อยดังต่อไปนี้ 1) สามารถแข่งขันได้และมีผลประกอบการที่ดีโดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว (Competitiveness and performance with long-term perspective) 2) ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย (Ethical and responsible business) 3) เป็นประโยชน์ต่อสังคม และพัฒนาหรือลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม (Good corporate citizenship) 4) สามารถปรับตัวได้ภายใต้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง (Corporate resilience)

ความพึงพอใจของผู้ชม (Audience satisfaction)

การสร้างสิ่งจูงใจ จะเป็นแรงผลักดันให้ ผู้ชมรับรู้ และเกิดความต้องการให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ในตัวเนื้อหารายการที่ชื่นชอบ รวมถึงสินค้าและบริการที่โฆษณาผ่านดิจิตอลทีวี ซึ่งความต้องการนั้น สามารถตอบสนองความต้องการได้ โดยการนำส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) มาเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคคล (People) 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7) ด้านกระบวนการ (Process)

พฤติกรรมของผู้ชม

พฤติกรรมของผู้ชม เป็นความต้องการในสินค้าหรือบริการ ที่ได้รับรู้ ได้เห็นโฆษณา ซึ่งพฤติกรรมของผู้ชม นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ปัจจุบันพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ เปลี่ยนไปมาก ทั้งรูปแบบของการรับชมโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป ความทันสมัยของเทคโนโลยี ก็ทำให้รสนิยมในรับชมโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทั้งการรับชมผ่านโทรทัศน์ หรือการรับชมโทรทัศน์แบบออนไลน์บนคอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก หรือสมาร์ทโฟน อีกทั้งยังทำให้การรับชมเนื้อหารายการนั้นเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยการนำแนวคิด Maslow (1943) ได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ไว้ว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาต้องมีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด แนวทางพฤติกรรมผู้บริโภคการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ การศึกษาด้านการตลาดเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมและการต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ เพื่อหลักการตลาดจะแนะนำข้อมูลที่ได้รับมา กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้มากที่สุด สามารถนำสู่การตัดสินใจการซื้อหรือบริการ

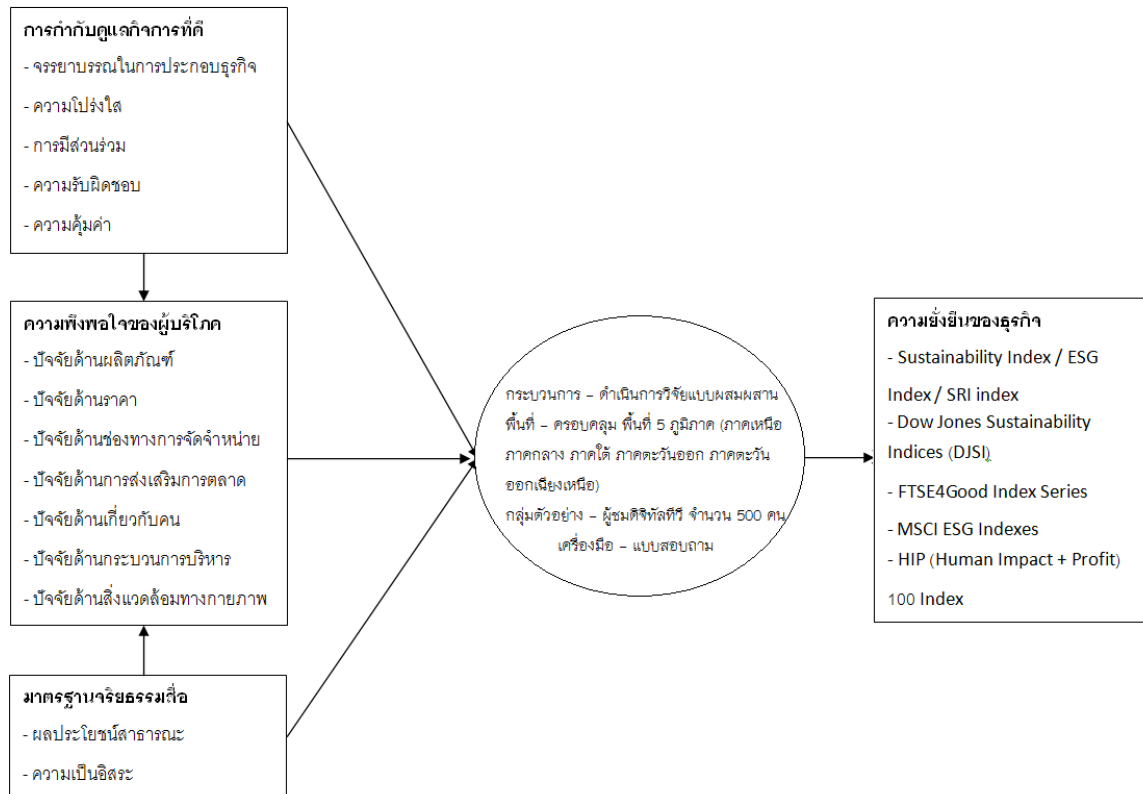
ความยั่งยืนของธุรกิจ

การพัฒนาธุรกิจ ให้มีความมั่นคง สามารถการลงทุนอย่างยั่งยืน โดยทำควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม ที่คำนึงถึงผลกระทบจากการประกอบกิจการต่อส่วนรวมพร้อมกับตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน ของธุรกิจโดยมีดัชนีตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) ซึ่งประกอบด้วย 1) ดัชนีวัดการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2) ดัชนีหลักทรัพย์ของบริษัท 3) ดัชนีด้านการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อ 4) ดัชนีเปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลของบริษัท 5) ดัชนีการประเมินและจัดอันดับธุรกิจตามความรับผิดชอบต่อสังคม

มาตรฐานจริยธรรมสื่อ

มาตรฐานจริยธรรมสื่อ องค์การในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ คือหน่วยงาน บริษัท องค์การ สถาบัน ที่ดำเนินกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณะ และมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมาก เพื่อให้การบริหารงานให้องค์กรื่อนั้น ๆ เป็นไปอย่างมีคุณธรรม และประสิทธิภาพ องค์การในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ควรยึดถือหลักการจริยธรรมของ องค์การกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 8 ข้อ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), 2557) ดังนี้ 1) การมีความรับผิดชอบต่อและตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ 2) หลักความเป็นอิสระ 3) หลักสิทธิมนุษยชน 4) หลักความสุจริต 5) หลักความโปร่งใส 6) หลักการยอมรับการตรวจสอบ 7) หลักธรรมาภิบาล 8) หลักความคุ้มค่า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ชมดิจิทัลทีวี ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ภูมิภาคละ 100 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมดิจิทัลทีวี จำนวน 500 คน โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- สมการคำนวณการกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) $n = N/(1+Ne^2)$, N คือ กลุ่มประชากรทั้งหมด (ผู้มาใช้สิทธิในการแลกคู่มือดิจิทัลทีวี จำนวน 8,722,768 คน) จากสูตรคำนวณ หากกลุ่มประชากรที่จะใช้ในการสุ่ม 399.9 คน ประเมินการคิดเป็น 400 คน

- การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ Boomsma & Hoogland จากสัดส่วนระหว่างตัวแปรมาตรฐานวัด กับจำนวนตัวแปรแฝง > 3 จะได้กลุ่มตัวอย่าง $(n) \leq 100$

- การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของ westland จากสัดส่วนระหว่างตัวชี้วัด กับจำนวนตัวแปรแฝง จะได้กลุ่มตัวอย่าง $n \geq 100$ และเพื่อการวิเคราะห์หองค์ประกอบที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดขยายกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกฎ 20 (Rule 20) จำนวนตัวแปรมาตรฐานวัด 19 ตัวแปร ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) = $19 \times 20 = 380$ ตัวอย่าง เพื่อให้การวิเคราะห์หองค์ประกอบให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน มีความน่าเชื่อถือ และมีจำนวนตัวอย่างที่มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง เป็น 500 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือในการวิจัยในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม วิธีการสุ่มแบบง่าย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

คือ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview)

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้รับชมช่องดิจิทัลทีวี ในพื้นที่ 5 ภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ภูมิภาคละ 100 ชุด รวมจำนวนผู้ชมช่องดิจิทัลทีวี จำนวน 500 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมช่องดิจิทัลทีวี: ได้ศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ชมช่องดิจิทัลทีวี จำนวน 500 คน สามารถแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน และผู้ชมช่องดิจิทัลทีวีส่วนใหญ่ รับชมผ่านโทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ชม: ได้ศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้ชมช่องดิจิทัลทีวี จำนวน 500 คน พบว่า ผู้ชมช่องดิจิทัลทีวีชอบรับชมเนื้อหารายการ คือ อันดับที่ 1: รายการตลก อันดับที่ 2: รายการละครไทยหรือซีรีส์ไทย อันดับที่ 3: รายการซีรีส์ต่างชาติ อันดับที่ 4: รายการข่าว อันดับที่ 5: รายการประกวดแข่งขันต่างๆ และผู้ชมช่องดิจิทัลทีวีส่วนใหญ่สะดวกรับชมโทรทัศน์ ในช่วงเวลา 19.01 – 00.00 น. ช่องดิจิทัลทีวีที่ผู้ชมรับชมมากและบ่อย คือ อันดับที่ 1: ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี อันดับที่ 2: ช่อง 3HD อันดับที่ 3: ช่อง โมโน ทเวนตีไนน์ อันดับที่ 4: ช่อง One อันดับที่ 5: ช่อง 7 HD

การสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงปริมาณ:

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มาตรฐานจริยธรรมสื่อมีอิทธิพลเชิงบวกและทางอ้อมในเชิงลบต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยเชิงคุณภาพ :

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ชมช่องดิจิทัลทีวี มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ โดยมีข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Ashok Kumar Sar (2018) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะมีจุดมุ่งหมายที่จะได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างคณะกรรมการ การเปิดเผยข้อมูลการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้ถือหุ้นและกระบวนการของคณะกรรมการและผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน – ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมและความเสมอภาคทางสังคมประสิทธิภาพสำหรับ บริษัท ในอุตสาหกรรม FMCG ของอินเดีย สำหรับการศึกษา 122 บริษัทจากบรรดา 159 บริษัท ที่อยู่ในฐานข้อมูล CMIE PROWESS สำหรับอุตสาหกรรม ได้แก่การพิจารณา การศึกษาครอบคลุมการวิเคราะห์รายละเอียดของการกำกับดูแลกิจการใน บริษัท เหล่านี้ขึ้นอยู่กับทฤษฎีที่จัดตั้งขึ้นและโครงสร้างของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า บริษัท ที่มีดัชนีการกำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นเกี่ยวข้องกับความยั่งยืนที่เหนือกว่าประสิทธิภาพ

สมมติฐานที่ 2 มาตรฐานจริยธรรมสื่อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า มาตรฐานจริยธรรมสื่อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนทางธุรกิจ ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ของ นิษฐา หรุ่นเกษม, ปรียา สมพีช, ลิริมณต์ พิงส์วาลย์ และนิศรรัตน์ วิไลลักษณ์ (2561) ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนามาตรฐานจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน: แนวทางการกำกับดูแลตัวเองสำหรับรายการเกมโชว์และเรียลลิตีโชว์ มีมาตรฐานจริยธรรมขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการรักษาคุณภาพและสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรนั้น ๆ ที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ องค์กรประกอบสำคัญในการผลิตรายการ ได้แก่ เนื้อหาของรายการ ฉากรายการ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมแข่งขันในรายการ ทั้งที่เป็นผู้สมัครจากทางบ้านหรือแขกรับเชิญ ผู้ชมรายการ ทั้งที่ชมรายการภายในห้องส่งและผู้ชมทางบ้าน

ทีมงานผลิตรายการ และ ผู้อุปถัมภ์รายการ ทั้งนี้ หากสื่อมวลชนมีความตระหนักและให้ความสำคัญในการกำกับดูแลตัวเองแล้วนั้น ก็จะทำให้คนในสังคมได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง อีกทั้งได้พัฒนาระดับมาตรฐานทางวิชาชีพ และความยั่งยืนของวิชาชีพได้ในทางตรงข้ามถ้าหากเสนอเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ก็อาจเกิดผลกระทบในทางลบและอาจเกิดปัญหาหลากหลายในวงกว้างได้

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย โดยมีข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ของ De Mendonca and Zhou (2019) ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและผลกำไรของบริษัท ความพึงพอใจของลูกค้าและผลกำไรระยะยาวที่มุ่งเน้นของบริษัท (ในแง่) สนับสนุน ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อ บริษัท ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ผลตอบแทนจากการทำเช่นนั้น ผลกำไรที่มุ่งเน้นในระยะยาวจะเพิ่มขึ้นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการทำกำไรสามารถและเป็นที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การคาดการณ์ว่า แนวโน้มของธุรกิจดิจิทัลทีวี กลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ยังคงมีสถานการณ์ที่ไม่ค่อยสู้ดี เนื่องจากการคืนใบอนุญาตช่องดิจิทัลทีวี เป็นสัญญาณบ่งบอก การแบกรับภาระความขาดทุนของธุรกิจไม่ไหว อีกทั้งการแข่งขันยังทวีความรุนแรงจาก ช่องดิจิทัลทีวี ด้วยกันเองแล้ว ยังมีคู่แข่ง ประเภท OTT ที่เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของผู้ชมโทรทัศน์มากขึ้น จึงทำให้พฤติกรรมการรับชมในปัจจุบันเปลี่ยนไป และยังทำให้เกิด การกระจายตัวของโฆษณาย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐและหน่วยงาน กำกับดูแลอย่างสำนักงาน กสทช. ทำให้มีผลกระทบความยั่งยืนของธุรกิจดิจิทัลทีวี (Sustainability) ถ้าผู้ประกอบการช่องดิจิทัลทีวีไม่มีการวางแผนการเงิน และธุรกิจที่รอบคอบ ไม่มีการนำการกำกับดูแลกิจการที่ดี ความพึงพอใจของผู้ชม และมาตรฐานจริยธรรมสื่อ เข้ามาช่วยก็จะเกิด Over Supply ในตลาดธุรกิจดิจิทัลทีวี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรให้ความสำคัญและผลิตเนื้อหารายการ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง ที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน จากการวิจัยยังพบว่า พฤติกรรมของผู้ชมของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ยังคงรับชมผ่านโทรทัศน์อยู่ โดยกลุ่มตัวอย่างชอบรับชมเนื้อหารายการ (5 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 : รายการตลก อันดับที่ 2 : รายการละครไทยหรือซีรีส์ไทย อันดับที่ 3 : รายการซีรีส์ต่างชาติ อันดับที่ 4 : รายการข่าว อันดับที่ 5 : รายการประกวดแข่งขันต่างๆ โดยผู้ชมส่วนใหญ่สะดวกรับชมรายการในช่องดิจิทัลทีวี ในช่วง เวลา 19.01 – 00.00 น. จากการวิจัยผู้ชมช่องดิจิทัลทีวีส่วนใหญ่ รับชมมากและบ่อย 5 อันดับแรก คือ

อันดับที่ 1 : ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี อันดับที่ 2 : ช่อง 3HD อันดับที่ 3 : ช่อง โมโน ทเวนตีไนน์ อันดับที่ 4 : ช่อง One อันดับที่ 5 : ช่อง 7 HD

2. ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในการปฏิบัติงาน นำเสนอรายการ ที่โปร่งใส ไม่โฆษณาหลอกลวงเกินจริง คำนึงถึงสิทธิและคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ชมเป็นที่ตั้ง ในการตอบสนองความคาดหวังของประชาชน คิดบวกมีจิตบริการและ มีความซื่อสัตย์กล้ายืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้อง ใส่ใจในการแก้ไขปัญหาสาธารณะ และมีกระบวนการทำงาน ที่เป็นระบบและมีมาตรฐาน

3. ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ชม ในการจัดให้มีรายการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความคุ้มค่าคุ้มควรแก่เวลาที่รับชม ผลิตรายการที่มีความน่าสนใจ มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลาย มีความสดใหม่และรวดเร็ว มีระยะเวลาในการออกอากาศ ที่เหมาะสม มีผังรายการที่ชัดเจน มีการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง มีการเพิ่มช่องทางการนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น

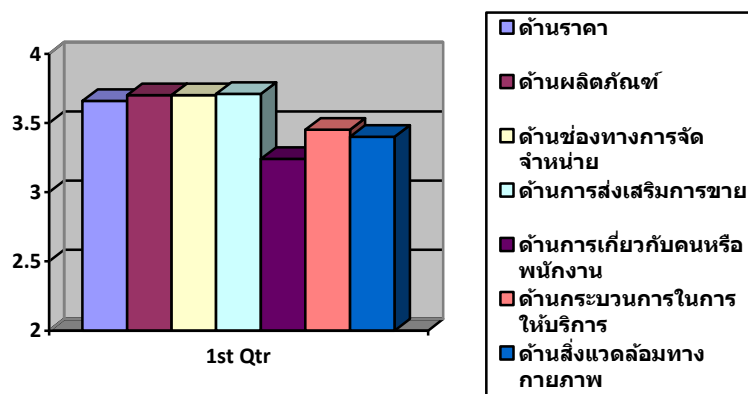
4. ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อของตนเอง โดยมุ่งเน้นในเรื่องของยึดหลักผลประโยชน์ของสาธารณะเป็นที่ตั้ง และมีความเป็นอิสระอยู่ในตัวเองด้วย

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ได้มาจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมดิจิทัลทีวี ที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี : กรณีศึกษากลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ

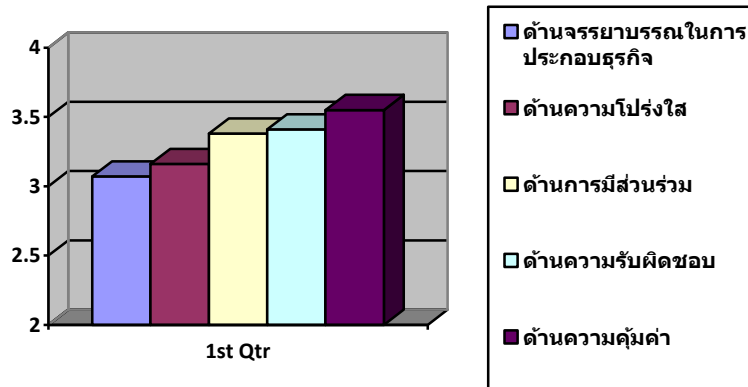
ผลการวิจัยพบว่า

ด้านความพึงพอใจของผู้ชม มีค่าเฉลี่ยสัดส่วนในแต่ละด้าน ดังในภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนทักษะการให้บริการในการสร้างความพึงพอใจของผู้ชม โดยใช้หลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ของผู้ชมดิจิทัลทีวีต่อธุรกิจดิจิทัลทีวี ดังภาพล่าง



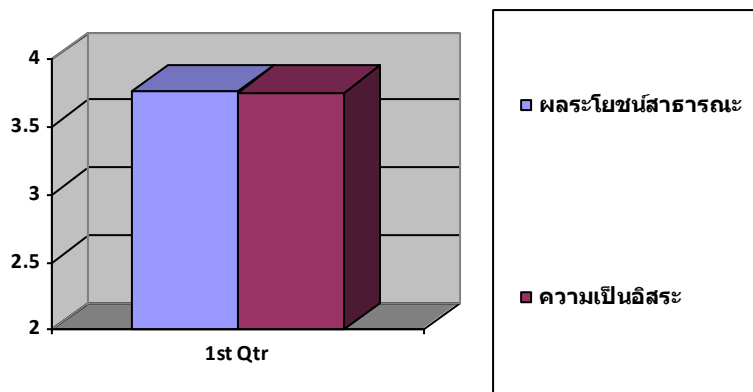
ภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนความพึงพอใจของผู้ชม โดยใช้หลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีค่าเฉลี่ยสัดส่วนในแต่ละด้าน ดังในภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนของผู้ชมดิจิทัลทีวี ต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังภาพล่าง



ภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนของผู้ชมดิจิทัลทีวี ต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ด้านมาตรฐานจริยธรรมสื่อ มีค่าเฉลี่ยสัดส่วนในแต่ละด้าน ดังในภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนของผู้ชมดิจิทัลทีวี ต่อมาตรฐานจริยธรรมสื่อ ดังภาพล่าง



ภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนของผู้ชมดิจิทัลทีวี ต่อมาตรฐานจริยธรรมสื่อ

สรุป

งานวิจัยการพัฒนาย้อยยืนของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี : กรณีศึกษากลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่เพิ่มเรื่องความยั่งยืนของธุรกิจดิจิทัลทีวี ซึ่งในการทำงานด้านธุรกิจดิจิทัลทีวีซึ่งเป็นธุรกิจสื่อมวลชนที่มีการบริการในข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ความรู้ ต้องมีทักษะการให้บริการในการสร้างความพึงพอใจของผู้ชม โดยใช้หลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process) หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ประกอบด้วยจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ ความโปร่งใส

การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และความคุ้มค่า และหลักมาตรฐานจริยธรรมสี่ ประเภทย่อย ผลประโยชน์สาธารณะ และ ความเป็นอิสระ โดยนำมาพิจารณาในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยการประสานองค์ประกอบทั้ง 14 ตัว ให้สอดคล้องประสานกับ ความยั่งยืนทางธุรกิจ 5 ด้าน คือ ดัชนีวัด การพัฒนาอย่างยั่งยืน, ดัชนีหลักทรัพย์ของบริษัท, ดัชนีด้านการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ, ดัชนี เปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลของบริษัท และดัชนีการ ประเมินและจัดอันดับธุรกิจตามความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้จึงจะทำให้ธุรกิจดิจิทัลที่วิวัฒนาการอยู่ รวดในสภาวะปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). *ไขความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- นิษฐา หุ่นเกษม, ปรียา สมพืช, สิริมณฑา พึ่งสังวาลย์ และนิศรารัตน์ วิไลลักษณ์. (2561). *การพัฒนา มาตรฐานจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน: แนวทางการกำกับดูแลโซเชียลมีเดียและเรียลลิตีโชว์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- รุจิระ บุนนาค. (2561). *เบื้องลึก...ปัญหาทีวีดิจิตอล*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. จาก <http://www.marutbunnag.com/article/401/>
- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5. (2553). *โทรทัศน์ระบบดิจิตอล (Digital Television)*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. จาก http://www.tv5.co.th/technics/tec_02_digital_tv.html.
- เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร. (2560). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจในยุคการเปลี่ยนแปลง. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 6(1), 1-16.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2557). *คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: กสทช.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.). (2560). *หลักการกำกับดูแล กิจการที่ดี สำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2562. จาก <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Pages/CGCode/CGCodeIntroduction.aspx>
- อุไรรัตน์ สิงหนาท. (2560). แนวคิดการพัฒนาจริยธรรมมนุษย์ในยุคโลกไร้พรมแดนเพื่อรองรับ “สังคม 5.0”. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 6(2), 1-14.
- Ashok, K. S. (2018). *Impact of Corporate Governance on Sustainability: A Study of the Indian FMCG Industry*. India: KIIT School of Management.
- De Mendonca, T. R., & Zhou, Y. (2019). Environmental Performance Customer Satisfaction and Profitability: A Study among Large U.S. Companies. *Sustainability*, 11(5418), 1-15.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.