

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความบันเทิงมีความสำคัญต่อมนุษย์มาช้านาน หากมองย้อนไปในประวัติศาสตร์คราใดไม่ว่าจะเป็นคนกลุ่มไหน ชาติใด สีผิวอะไร ก็จะมีกิจกรรมที่เรียกว่า “การเล่น” ที่ให้ความรื่นเริงบันเทิงใจต่อบุคคลและสังคมอยู่แล้ว ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมในชีวิตมนุษย์ไม่ว่ายุคสมัยใดจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือส่วนที่ต้องทำงานเพื่อการยังชีพ และส่วนที่ว่างจากงาน หรือที่เรียกว่าเวลาว่าง

แม้การเล่นเพื่อความบันเทิงจะอยู่คู่มนุษยชาติ แต่เมื่อสังคมมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบและเนื้อหาของการเล่นสนุกสนานย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ในสังคมเกษตร การเล่นมักเป็น “ประสบการณ์ตรง” คือผู้คนได้เข้าไปร่วมเล่นด้วยตนเอง (เช่น การเล่นเพลงเกี่ยวข้าว เล่นแม่ศรี เล่นผีด้วยแก้ว เล่นเพลงเรือ ฯลฯ) แต่เมื่อเกิดการพัฒนาเป็นสังคมอุตสาหกรรม รูปแบบการเล่นเพื่อความบันเทิงใจก็เปลี่ยนมาเป็น “เล่นทางอ้อม” (“ดูคนอื่นเล่น” หรือ “เล่นผ่านสื่อ”) ยิ่งนับวันการเล่นทางอ้อมก็ยิ่งเพิ่มสัดส่วนมากขึ้น และเข้าแทนที่การเล่นทางตรง โดยเฉพาะเมื่อมีการขยายตัวของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ปัจจุบัน มีผู้คนจำนวนมากเป็น “แฟนดูฟุตบอล” โดยที่ตัวเองไม่เคยเล่น มีผู้ชมรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์โดยที่ไม่เคยเข้าร่วมเล่นเกมเลย รวมทั้งมีละครโทรทัศน์จำนวนมาก ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การแสดงเลย

ดังนั้นในสังคมยุคสื่อมวลชน กิจกรรมการเล่นจึงแบ่งแยกผู้คนออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกจำนวนน้อยนิดเป็น “กลุ่มผู้เล่น” เช่น นักฟุตบอล ดารา ฯลฯ และกลุ่มหลังจำนวนมากเป็นเพียง “ผู้ชมการละเล่นต่าง ๆ” ด้วยเหตุนี้จึงมีนักวิชาการบางท่านขนานนามสังคมสมัยใหม่ว่าเป็น “สังคมของคนดู” (Society of Spectacle)

เป็นที่ยอมรับกันว่า “โทรทัศน์” เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อสังคม มันสามารถสื่อสารได้ด้วยภาพที่เคลื่อนไหวและเสียงอันไพเราะ ด้วยเวลาไม่ถึงศตวรรษ นวัตกรรมที่อุบัติขึ้นในโลกตะวันตกชิ้นนี้ ได้กระจายออกไปทั่วโลกจนกลายเป็นสิ่งของสามัญประจำบ้าน ที่สร้างทั้งรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ คันน้ำตา หรือนำพาสู่การตบตี เพื่อแย่งชิงอำนาจในการเลือกช่องที่ตนชื่นชอบ จากการสำรวจเมื่อหลายปีก่อนในประเทศไทย พบว่าบ้านเรือนมากกว่า 9 ใน 10 หลัง เป็นเจ้าของโทรทัศน์ และคนไทยทั่วประเทศมากกว่าร้อยละ 84 เปิดรับชมโทรทัศน์ทุกวัน หรือเกือบทุกวัน (ข้อมูลจาก Deemar Media Index 1996) คำว่าสังคมของคนดูคงไม่เกินไปหากใช้ขนาน

นามให้สังคมไทย และหนึ่งในรายการที่สังคมนี้ยินดีที่จะคอยเฝ้าดูอย่างสม่ำเสมอ คือ “ละครโทรทัศน์”

ละครโทรทัศน์เรื่องแรกในเมืองไทยมีขึ้นพร้อมกำเนิดของสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในปี พ.ศ. 2498 เมื่อสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ออกอากาศการแสดงละครชุดบทพระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 6 เรื่อง “โพงพาง” ต่อมาไม่นานหลังจากนั้น ละครโทรทัศน์ที่ผูกเรื่องหรือมีการเขียนบทละครขึ้นใหม่เพื่อใช้ออกอากาศทางโทรทัศน์โดยตรง คือ เรื่อง “สุรียานีไม่ยอมแต่งงาน” ของ นายรำคาญ (ประหยัด ศ.นาคะนาท) ได้ออกแพร่ภาพเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2499 เพาวิภา ภมรสติธีย์ (2528) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า แม้ละครโทรทัศน์จะได้รับอิทธิพลจากการแสดงละครของตะวันตก แต่รากฐานของละครโทรทัศน์ไทยจริง ๆ น่าจะเริ่มต้นมาจากนาฏศิลป์อินเดีย ซึ่งถูกนำเข้ามาเพื่อใช้ในประเพณี เทศกาล และพิธีกรรมต่าง ๆ งานนาฏกรรมเหล่านี้ ภายหลังจากได้แตกตัวเป็นมหรสพละครรำของชาววัง และการแสดงลิเกของชาวบ้าน ก่อนที่จะผลิดอกออกผลเป็นละครวิทยุและละครโทรทัศน์ ที่ให้ผู้คนร่วมสมัยได้ใช้เสพสำราญในเวลาต่อมา

ทุกวันนี้ ละครโทรทัศน์ได้พิจารณาตนเองขึ้นเป็นจักรพรรดิแห่งรายการบันเทิง กาญจนาก้าวเทพ และคณะ (2545) แสดงทรรศนะไว้ว่า “ในบรรดารูปแบบผลงานสื่อทั้งหลาย คงเป็นที่ยอมรับกันได้ว่า ละครโทรทัศน์นั้นเป็นสุดยอดของความบันเทิงทั้งหลาย เนื่องจากปริมาณผู้ชมที่มหาศาล ปริมาณละครที่เพิ่มขึ้นทุกที และความยืนยงคงกระพันที่น่าเสนอมอย่างต่อเนื่อง” แม้จะมีความพยายามที่จะรังสรรค์รูปแบบรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ให้ต่างแตกต่างใหม่เพียงใดก็ตาม ทุกครั้งที่มีการสำรวจความนิยมจากผู้รับชม (หรือ Rating) “ละครโทรทัศน์” จะขึ้นแท่นอันดับหนึ่งแบบผูกขาด ทิ้งให้รายการบันเทิงอื่น ๆ อย่าง เกมโชว์ กีฬา คอนเสิร์ต หรือวาไรตี้ แย่งชิงอันดับรองกันเอง

เมื่อรายการที่ความนิยมสูงสุดอย่างละครโทรทัศน์ มาถูกบรรจุลงในช่วงเวลา 19.30 – 22.00 น. ที่มีผู้รับชมโทรทัศน์สูงสุดถึง 80% ของจำนวนผู้ชมทั่วประเทศ (ข้อมูลจาก Deemar Media Index 1996) ก็เกิดปฏิสนธิเป็นปรากฏการณ์ที่ผูกพันกับสังคมไทยมานาน นั่นคือ “ละครหลังข่าว” จากจุดนี้เอง ทำให้ละครหลังข่าวเป็นรายการที่สร้างรายได้หลักให้กับผู้ผลิตรายการ เนื่องจากผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsors) นิยมให้การสนับสนุนรายการละคร เพราะรายการละครเป็นรายการที่มีผู้รับชมอยู่สม่ำเสมอ ผู้รับชมจะเป็นผู้ที่มีลักษณะซื้อสัตย์ต่อรายการ และมีการติดตามดูอย่างต่อเนื่องทุกวัน ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้รายการละครได้รับความนิยมอย่างมากในการโฆษณาสินค้าที่ต้องอาศัยการตอบย้าสารโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องการผู้ชมโฆษณาจำนวนมาก (Mass) ดังนั้น อัตราค่าโฆษณาของรายการละครโทรทัศน์หลังข่าวจะอยู่ในอัตราที่สูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอื่น ๆ ในแต่ละสถานี

ละครโทรทัศน์มีความซับซ้อนมากกว่าสินค้าโดยทั่วไป เพราะตลาดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือตลาดผู้ชม และตลาดผู้สนับสนุนรายการ องค์การธุรกิจละครโทรทัศน์ก็แจกเช่นธุรกิจทั่วไป ที่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรจากการขายโฆษณา ผู้สนับสนุนรายการก็ต้องการจ่ายเงินเพื่อแลกกับการขายหนึ่งโฆษณาต่อหน้าผู้ชมจำนวนมากที่ติดตามรายการ (Loyalty Mass Audience) ดังนั้นอุปสงค์ของผู้สนับสนุนรายการ จึงเป็นอุปสงค์ต่อเนื่อง (Derived Demand) จากจำนวนผู้รับชมรายการอีกต่อหนึ่ง เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ผลิตต้องพยายามคิดค้นสินค้าละครโทรทัศน์ที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้ชมจำนวนมากให้ติดตามชมให้ได้ เพื่อมีศักยภาพในการขายโฆษณา แล้วบริหารการขายเพื่อให้ได้รายรับโฆษณาสูงที่สุด ฉะนั้น เนื้อหาของละครจะให้สาระหรือไม่ หรือนำเอาเพียงใด ไม่ใช่ประเด็นที่ผู้ผลิตละครจะสนใจ トラบเท่าที่ละครโทรทัศน์เรื่องนั้นทำให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้

ความซับซ้อนของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีมากกว่านั้น เนื่องจากสินค้าละครโทรทัศน์ต้องอาศัยสถานีโทรทัศน์ (TV Stations) เพื่อส่งสัญญาณไปยังเครื่องรับสัญญาณโทรทัศน์ (TV Receivers) ผู้ชมจึงจะสามารถบริโภครายการผ่านการรับชมได้ ทำให้ "ผู้ผลิตละครโทรทัศน์" และ "สถานีโทรทัศน์" มีพัฒนาการเกี่ยวโยงกันมาโดยตลอด การทำความเข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ จำเป็นต้องเข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรมสถานีโทรทัศน์ด้วย นอกจากนั้น ด้วยเงื่อนไขที่ผู้ชมจำเป็นต้องมีโทรทัศน์ และองค์ประกอบจำเป็นอื่น ๆ (เช่น เสอาอากาศ ไฟฟ้า ฯลฯ) จึงจะสามารถรับชมรายการได้ ดังนั้น ตลาดโทรทัศน์ (Television Market) ก็มีผลต่อจำนวนผู้ชมรายการ และตลาดละครโทรทัศน์อีกทางหนึ่งด้วย

ด้านปัจจัยการผลิต (Factors of Production) ของอุตสาหกรรมนี้ก็น่าสนใจ โดยเฉพาะปัจจัยทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรในกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์มีความหลากหลาย (Heterogeneous) มาก ตั้งแต่ ผู้กำกับ ผู้จัดการกองถ่าย ผู้เขียนบท นักแสดงนำ นักแสดงสมทบ นักแสดงประกอบ ช่างกล้อง ช่างไฟ ช่างแต่งหน้า จัดหาเสื้อผ้า จัดหาสถานที่ คัดเลือกนักแสดง แอมวมอง ฝ่ายขายโฆษณา ฯลฯ บุคลากรแต่ละประเภทก็มีตลาดแรงงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง (ตัวอย่างเช่น ลักษณะตลาดดารานำแสดงกับตลาดนักแสดงประกอบก็ต่างกัน กล่าวโดยสันนิษฐานว่า ดารานำแสดงพึงพึงรูปร่างหน้าตาสูง และมีการเคลื่อนย้ายข้ามอุตสาหกรรมสูง เช่น จากนักร้องในอุตสาหกรรมเพลงก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในฐานะดารานำแสดง หรือจากดารานำแสดงไปเป็นฟรีเซ็นเตอร์สินค้าในอุตสาหกรรมโฆษณา ในขณะที่นักแสดงประกอบต้องใช้ฝีมือเป็นปัจจัยหลัก มีการเคลื่อนย้ายข้ามอุตสาหกรรมต่ำ แต่อาจเคลื่อนย้ายภายในอุตสาหกรรมสู่ตลาดแรงงานอื่นมากกว่า) มีการเคลื่อนย้ายแรงงานภายในอุตสาหกรรม จากตลาดปัจจัยการผลิตหนึ่งสู่อีกตลาดหนึ่ง (เช่น จากนักแสดงเป็นผู้กำกับ จากผู้จัดการกองถ่ายเป็นผู้เขียน

บท จากผู้เขียนบทเป็นผู้ผลิต) และมีเคลื่อนย้ายจากอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์กับอุตสาหกรรมบันเทิงอื่น ๆ (เช่น จากนักร้องมาเป็นดารานำแสดง จากนักแสดงสมทบเป็นพิธีกรในรายการ)

อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์สร้างให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกมากมาย ในช่วงเดือนที่ละครออกอากาศ บทย่อของละครจะถูกตีพิมพ์ในหน้าบันเทิงนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ชื่อดังเกือบทุกฉบับ แทรกด้วยโฆษณาขนาดใหญ่ที่รบกวนการอ่านอย่างยิ่ง เราจะพบหนังสือเรื่องย่อละคร หรือหนังสือบทประพันธ์ (ก่อนถูกแปลงเป็นบทละครโทรทัศน์) วางขายตามแผงและร้านหนังสือ เพลงประกอบละครถูกนำมาบรรจลงเทปและซีดีเพื่อจำหน่าย นอกจากนี้ยังถูกนำไปเปิดทางวิทยุ เพื่อโปรโมทละครและเทปเพลงละครไปพร้อมกัน เมื่อหลังการถ่ายทำ เรื่องราวซุบซิบเกี่ยวกับดารานำแสดง เรื่องส่วนตัวต่าง ๆ ถูกตีพิมพ์ในหน้าบันเทิงของสื่อสิ่งพิมพ์ หรือรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ (พร้อมกับขายโฆษณา) เมื่อมีปริมาณมากขึ้นจึงเกิดเป็นนิตยสารบันเทิง หรือหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มุ่งเสนอเรื่องราวในแวดวงบันเทิง โดยเฉพาะวงการทีวี (หรือเฉพาะเจาะจงกว่านั้นคือละครโทรทัศน์) และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ด้วย ดาราเกือบทุกคนออกพ็อกเก็ตบุ๊กกันคนละเล่มเล่า ประสบการณ์วงการบันเทิง ธุรกิจการเล่นเกมส์ตอบปัญหาจากละครโทรทัศน์ทางโทรศัพท์เกิดขึ้น ปรากฏการณ์ใกล้เคียงเหล่านี้ล้วนเป็นธุรกรรมทางเศรษฐกิจ (Economic transactions) ที่เกิดขึ้นจริงอย่างมากมาย เพียงแต่เราอาจไม่เคยสังเกตอย่างจริงจังจนเห็นความโยงโยนที่ซับซ้อน

แม้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จะเกี่ยวข้องกับคนไทยจำนวนมาก และมีมิติเชื่อมโยงที่ซับซ้อนและน่าสนใจมากมาย แต่กลับไม่ค่อยมีผู้สนใจศึกษา ผลงานในอดีตในเรื่องละครโทรทัศน์มีไม่มากนัก แม้ในแวดวงนิเทศศาสตร์เองก็ไม่เป็นหัวข้อที่นิยมศึกษากัน พรหมแดนความรู้ได้ถูกแผ้วถางเพียงบางส่วน โดยมากหัวข้อศึกษาเกือบทั้งหมดไม่ทับซ้อนกัน น้อยชิ้นที่เป็นการต่อยอดงานเก่า และแทบจะไม่มีใครพยายามหาข้อบกพร่องของชิ้นงานที่มีอยู่ เพื่อหักล้างผลการศึกษาที่เชื่อกันมา

ลักษณะทั่วไปของงานที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ผลิตโดยบุคลากรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ และนิยมใช้กรอบทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์เป็นแกนกลางของงาน มีเพียงบางชิ้นที่ศึกษาองค์กรธุรกิจผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ที่จะใช้กรอบความคิดทางธุรกิจ (Business Approach) แต่ก็เป็นการศึกษาเฉพาะองค์กร เฉพาะบางหน่วยธุรกิจ จึงให้ภาพละเอียดเพียงบางส่วน ขาดการบูรณาการความรู้ชั้นย่อย ๆ เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ ยังพบว่าไม่มีงานชิ้นใดเลยที่ใช้กรอบความคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Approach) เข้าไปอธิบายความเป็นไปของละครโทรทัศน์ ในภาพรวมทั้งอุตสาหกรรม เพื่ออธิบายให้เห็นถึงโครงสร้าง องค์ประกอบสำคัญ และความเชื่อมโยงระหว่างกัน นี่เป็นสิ่งที่เราจะพยายามทำในงานชิ้นนี้

คำถามวิจัย

จากสภาพความเป็นจริง และความสำคัญของปัญหาที่ได้ลำดับความมา จึงเกิดเป็นคำถามวิจัยว่าโครงสร้างตลาด (Market Structure) ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ช่วง Prime Time ที่ออกอากาศในประเทศไทย เป็นอย่างไร เพื่อที่จะตอบคำถามหลัก เราจำเป็นต้องหาคำตอบให้กับคำถามย่อยหลายคำถาม ตัวอย่างเช่น วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเป็นอย่างไร กลุ่มที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมีใครบ้าง แต่ละกลุ่มมีวิถีคิด เป้าหมาย และการตัดสินใจ (Decision Making) อย่างไร รวมทั้งรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิวัฒนาการ และสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมละครหลังข่าว
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด (Market Structure) ของอุตสาหกรรมละครหลังข่าว
3. เพื่อสร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายพฤติกรรมของหน่วยธุรกิจสำคัญในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา จะศึกษาเฉพาะละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศหลังข่าวภาคค่ำ ในช่วงเวลา 20.20 – 22.20 น. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์แบบ Free-TV ของประเทศไทย คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ITV ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 ที่เริ่มต้นละครโทรทัศน์ไทยสมัยใหม่ จนถึงปัจจุบัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ละครหลังข่าว หมายถึง ละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศหลังข่าวภาคค่ำ ในช่วงเวลา 20.20 – 22.20 น. ผ่านทางสถานีโทรทัศน์แบบ free-TV ของประเทศไทย คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ITV

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เป็นหลัก โดยรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documents) เพื่อฉายภาพให้เห็นพัฒนาการในเชิงประวัติศาสตร์ โครงสร้าง และพฤติกรรมของผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรม นอกจากนี้จะใช้เทปรายการละครโทรทัศน์หลังข่าว การสังเกตการณ์ ประกอบกับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อทำให้การศึกษามีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้แก่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าละครโทรทัศน์ อุตสาหกรรมละครหลังข่าว ทั้งทางด้านการตลาด การผลิต พฤติกรรมผู้บริโภค ระดับความนิยมรายการต่าง ๆ ของผู้ชม (Rating) เป็นต้น โดยการเก็บรวบรวมจากหนังสือ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ข้อมูลของบริษัทวัดระดับความนิยมรายการโทรทัศน์ (Rating Agency) เช่น AcNielsen หรือ Deemar รวมถึงเอกสารและสถิติที่หน่วยงานราชการเก็บรวบรวมไว้ เช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และรายงานการวิจัยต่าง ๆ ทำให้ทราบถึงวิวัฒนาการ โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมละครหลังข่าว

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บข้อมูลจากการรับชมรายการละครหลังข่าวขณะออกอากาศ ในระหว่างโฆษณาชิ้นรายการ (เพื่อดูเวลาโฆษณา/จำนวนชิ้น/รายชื่อสินค้าและบริการที่สนับสนุนรายการ) ในช่วงท้ายรายการ (เพื่อดูทีมงาน/ผู้สนับสนุนรายการ) และระหว่างละคร (เนื้อหาละคร/นักแสดง/รายละเอียดต่าง ๆ ของละคร/ตัววิ่ง/Product Placement) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับอีกทางหนึ่ง (cross-check)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคำนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. ศึกษาถึงอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ (บทที่ 3) โดยใช้วิธีการพรรณนา ประกอบกับตารางและตัวเลขต่าง ๆ อัตราส่วนร้อยละ และแผนภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นการศึกษาดังนี้
 - 1.1 ลักษณะพื้นฐานของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์
 - 1.2 ผู้เล่นในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์
 - 1.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
 - 1.4 พัฒนาการของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง
 - 1.5 พฤติกรรมการตัดสินใจของสถานีโทรทัศน์

2. ศึกษาถึงอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ (บทที่ 4) โดยใช้วิธีการพรรณนา ประกอบกับตารางและตัวเลขต่าง ๆ อัตราส่วนร้อยละ และแผนภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นการศึกษาดังนี้
 - 2.1 พัฒนาการของละครโทรทัศน์ในเมืองไทย
 - 2.2 พัฒนาการทางธุรกิจของสินค้าละครโทรทัศน์
 - 2.2.1 รูปแบบของการสนับสนุนรายการ
 - 2.2.2 รูปแบบของสินค้าเกี่ยวเนื่องกับละครโทรทัศน์
 - 2.3 รูปแบบความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ (หรือธุรกิจ) ระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตละครโทรทัศน์
 - 2.4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์
 - 2.5 โครงสร้างต้นทุนของละครโทรทัศน์

3. สร้างแบบจำลองอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ (บทที่ 5) เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานชิ้นนี้เป็นความพยายามที่จะบุกเบิกพรมแดนความรู้เรื่องละครโทรทัศน์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว จากการประมวลงานเก่าและการเก็บข้อมูลใหม่

สำหรับวงวิชาการเศรษฐศาสตร์ งานชิ้นนี้น่าจะให้แนวทางที่เป็นรูปธรรมสำหรับการเลือกหัวข้อที่ใกล้ตัว แต่ทว่ามีผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง และมีมิติเชื่อมโยงซับซ้อน ลำพังเรื่องราวในอุตสาหกรรมบันเทิง (Entertainment Industry) อย่างเดียว ก็มีประเด็นน่าสนใจให้เลือกศึกษามากมาย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเกมโชว์ กีฬา เพลง วิทยุ ภาพยนตร์ ฯลฯ

ในแง่ Approach งานชิ้นนี้ต้องใช้ความรู้พื้นฐานที่บูรณาการ ทั้งทางด้านนิเทศศาสตร์ (สื่อสารมวลชน ละครโทรทัศน์) บริหารธุรกิจ (ธุรกิจโทรทัศน์ การโฆษณา) ต้องหาข้อมูลลงไปถึงตัวบุคคล ทั้งวงการบันเทิง โทรทัศน์ วงการโฆษณา ฯลฯ เพื่อให้เข้าใจอุตสาหกรรมได้อย่างถึงแก่น ผู้วิจัยหวังว่าจะให้แนวทางการศึกษาในเชิงบูรณาการได้บ้าง

อีกประการหนึ่ง ผู้วิจัยเชื่อว่า "จะเข้าใจธุรกิจได้ ต้องเข้าใจคนที่ดำเนินธุรกิจนั้น" (Business is People) และอุตสาหกรรม ตลาด หรือระบบเศรษฐกิจ ก็ไม่มีอะไรมากไปกว่าการรวมหน่วยธุรกิจย่อย ๆ เข้าด้วยกัน ฉะนั้น การสร้างภาพโครงสร้างอุตสาหกรรมจำเป็นต้องได้ข้อมูลวิธีคิด วิธีตัดสินใจของผู้ตัดสินใจ ในหน่วยธุรกิจย่อยนั้น เพื่อประกอบข้อมูลตัวเลขเชิงโครงสร้าง บางตัวที่มีอยู่ ให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ที่สุด อย่างไรก็ตาม ความรู้ในสาขาเศรษฐศาสตร์อย่างเดียวไม่เพียงพอจะให้คำอธิบายที่ลึกพอ ต้องพึ่งพาท้องคความรู้ทางด้านธุรกิจ ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยคือเราจำเป็นต้องหยิบยืมกรอบวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Approach) เข้ามาเสริม ซึ่งงานเศรษฐศาสตร์ส่วนมากยังขาดส่วนนี้อยู่ ผู้วิจัยหวังว่างานชิ้นนี้จะชี้ให้เห็นความสำคัญของประเด็นนี้ได้บ้าง และทำให้นักเศรษฐศาสตร์ลดการแบ่งแยกสาขาความรู้ เปิดรับศาสตร์อื่นเพื่อนำมาใช้ประกอบกับเศรษฐศาสตร์ให้เกิดคุณค่าสูงขึ้น

สำหรับวงวิชาการนิเทศศาสตร์ งานชิ้นนี้น่าจะเปิดมุมมอง ให้ภาพและข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาละครโทรทัศน์ในแง่มุมอื่นต่อไปบ้าง

สำหรับผู้คนในวงการละครโทรทัศน์ งานชิ้นนี้น่าจะช่วยให้ท่านเข้าใจอุตสาหกรรม ธุรกิจ คู่แข่ง ลูกค้า คู่ค้า นายจ้าง ลูกจ้าง ที่แวดล้อมท่านอยู่ ได้อย่างเป็นระบบ และก็น่าจะทำให้ท่านรู้สึกอยากดูแลคนผู้วิจัยที่ไม่รู้เรื่องอะไรหลายเรื่องที่ท่านรู้แก่ใจ ประการหลังถือเป็นข้อจำกัดของผู้วิจัยเอง

สำหรับผู้คนทั่วไป (ผู้ชมละครโทรทัศน์) งานชิ้นนี้น่าจะช่วยให้ท่านเข้าใจสิ่งที่อยู่ตรงหน้าท่านทุกวัน ระหว่างเวลาสองทุ่มครึ่ง ถึงสี่ทุ่มได้มากขึ้น ให้ท่านได้รู้ที่มาที่ไป รู้เท่าทันมันบ้าง รู้แล้ว

จะติดต่อกัน จะเลิกดู หรือพัฒนาวิธีการดูละครโทรทัศน์แบบใหม่ อย่างไรต่อไป ก็สุดแล้วแต่ท่าน
ผู้วิจัยคงทำได้ดีที่สุดในเพียงแค่การค้นคว้าหาความจริง ที่คาดว่าผู้คนทั่วไปจะสามารถบริโภคได้
(ผ่านการอ่าน)