

โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว



นายอาทิตย์ ไกวิทรวงูร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1846-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7 110 150

122038863

MARKET STRUCTURE OF PRIME-TIME TV DRAMA INDUSTRY

Mr.Artit Gowitwarangkul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1846-9

อาทิติย์ ไกวิทรวงูร : โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว (MARKET STRUCTURE OF PRIME-TIME TV DRAMA INDUSTRY) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. อิศรา ศานติศาสตร์, 120 หน้า. ISBN 974-53-1846-9

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อฉายภาพอุตสาหกรรมละครหลังข่าว ให้เห็นถึงวิวัฒนาการและสภาพทั่วไป ตลอดจนโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรม และสร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของหน่วยธุรกิจสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่าอุตสาหกรรมละครหลังข่าว เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ โดยโครงสร้างอุตสาหกรรมนั้นประกอบด้วย 4 หน่วยธุรกิจสำคัญ คือ ผู้ชม สถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตละคร และผู้ลงโฆษณา

ละครหลังข่าวนั้นเป็นรายการหลักในการแสวงหารายได้ของสองช่องผู้นำตลาดสื่อโทรทัศน์ ซึ่งทั้งช่อง 3 และช่อง 7 ได้ออกอากาศรายการละครหลังข่าวอย่างต่อเนื่องมาตลอด 20 กว่าปี ละครหลังข่าวได้เป็นแหล่งรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์มากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 2530 ที่ทั้งเครื่องรับโทรทัศน์และการแพร่ภาพออกอากาศได้กระจายเข้าสู่ครัวเรือนส่วนใหญ่ของสังคมไทย โดยอัตราราคาโฆษณาในช่วงละครหลังข่าวได้ถีบตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เวลาการออกอากาศของละครหลังข่าวในแต่ละวันก็ได้ขยายจากเดิม 1 ชั่วโมง จนเป็น 2 ชั่วโมงในปัจจุบัน

ตลาดละครหลังข่าวในแง่ของสถานีโทรทัศน์นั้นมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยรายโดยมีการแข่งขันอย่างเข้มข้นระหว่างผู้นำตลาดสองราย คือ ช่อง 3 และช่อง 7 ส่วนตลาดละครหลังข่าวในแง่ของผู้ผลิตละครนั้นมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายมากมาย โดยมีบางรายเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาด อย่างไรก็ตามแม้การผลิตละครหลังข่าวต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการ แต่อำนาจการต่อรองและสิทธิขาดในการกำหนดผังรายการนั้นอยู่ที่สถานีโทรทัศน์

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอแบบจำลองอุตสาหกรรมละครหลังข่าวที่สามารถอธิบายพฤติกรรมของแต่ละหน่วยธุรกิจสำคัญทั้ง 4 รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และแสดงพฤติกรรมแสวงหากำไรสูงสุดของสถานีโทรทัศน์ โดยมีเป้าหมายที่การเลือกผลิตละครหลังข่าวให้มีคุณภาพเหมาะสมที่สุด (Optimum Quality)

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์..... ลายมือชื่อนี้ลิต..... 
ปีการศึกษา.....2547..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

4485593329 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD : TV DRAMA INDUSTRY/ MARKET STRUCTURE/ MODEL/ ENTERTAINMENT ECONOMICS

ARTIT GOWITWARANGKUL : MARKET STRUCTURE OF PRIME-TIME TV DRAMA

INDUSTRY. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. ISRA SARNTISART, Ph.D.,

120 pp. ISBN 974-53-1846-9

The purpose of this research is to illustrate the clear picture of prime time drama industry, pointing its evolution and current situations, the market structure of the industry, and creating a economic model to explain the incentive, objective, and decisions making of key economic units.

Research results point out that the prime drama is a part of television media industry, where the industry's structure comprises of: audience, TV station, drama producer, and advertiser.

The prime time TV drama is a major source of revenue of the 2 market leaders in TV industry. Concurrently, channel 3 and 7 has continually televised prime time TV drama for more than 20 years. Especially during BE 2530s where TVs and its programs have expanded into most households in the Thai society. The advertisement rates during prime time dramas have escalated. Furthermore, the show times of its dramas have eventually extended from 1-hour to 2-hours as present.

The prime time drama market in terms of television stations has duopoly structure having tight competition between the 2 leaders: Channel 3 and 7, while the drama market in terms of drama producer has monopolistic competition structure, with only few large producers in the market. However, bargaining power and program schedules are dictated by the TV stations.

This research has propose a model of prime time drama industry that explains the behaviors of each of the 4 key economic units, including its relationships—revealing the behaviors to seek optimum profit for the TV stations, by targeting to produce each TV drama at optimum quality.

Department.....Economics..... Student's signature..... 

Academic year.....2004..... Advisor's signature..... 

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีอาจสำเร็จลุล่วงได้เลย หากปราศจากการดูแลเอาใจใส่อย่างเข้มงวดและตั้งใจ ทว่าเปี่ยมด้วยความเมตตาและเข้าใจผู้วิจัยอย่างมากของ รองศาสตราจารย์ ดร. อิศรา ศานติศาสน์ อาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งการเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ของรองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ และการให้เกียรติร่วมเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ของทั้ง รองศาสตราจารย์ นราทิพย์ ชูติวงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิตดา ธนสถิตย์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาที่สอดแทรกอยู่ในทุกคำแนะนำของคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน

ผู้วิจัยขอขอบคุณคุณคุณธันยวัชร ไชยตระกูลชัย ผู้จุดประกายให้เกิดหัวข้อวิทยานิพนธ์นี้ขึ้นมา ผู้เป็นทั้งเจ้านาย พี่ชาย และอาจารย์ ทั้งยังช่วยให้แนวทางสำคัญหลายประการสำหรับงานชิ้นนี้ หากปราศจากซึ่งบุคคลผู้นี้ งานวิจัยชิ้นนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย

ขอขอบคุณพี่น้องญาติ สำหรับความพยายามและตั้งใจดูแลนิสิตในหลักสูตรทุกคน ผู้วิจัยรู้สึกประทับใจมาก ขอขอบคุณพี่ส้ม ผู้ช่วยอาจารย์อิสรา สำหรับการอำนวยความสะดวกในการติดต่อนัดหมายอย่างดีเยี่ยม ขอขอบคุณทุกคนในนิตยสาร thaicoon โดยเฉพาะคุณพิชัย ศิริจันทร์นันท์ และคุณธันยวัชร ไชยตระกูลชัย ที่ให้โอกาสผู้วิจัย ได้ปลีกเวลาการทำงานหลายส่วน เพื่อทุ่มเททำงานชิ้นนี้จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี และขอบคุณพี่ตา กบ แพลก และเจมี บูเฮอร์ สำหรับข้อมูล

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตรหัส 44 และเพื่อน ๆ GroupL ที่คอยถามไถ่ และชักจูงให้ผู้วิจัยหันกลับมาทำงานจนสำเร็จ ขอขอบคุณสำหรับการช่วยแปลงไฟล์ ขอขอบคุณเงินสำหรับความช่วยเหลือทุกอย่าง โดยเฉพาะในช่วงของการสอบหัวข้อวิทยานิพนธ์ และได้หมั่นไต่ถามความเป็นไปอยู่เสมอจนงานชิ้นนี้ได้สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณหยกสำหรับทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้ช่วยเหลือในช่วงโค้งสุดท้าย โดยเฉพาะกำลังใจ และเสบียงบำรุงร่างกาย

ขอขอบคุณป้า ม้า และนนท์ ครอบครัวโกวิทรวงกูร ที่ได้สร้างสภาพแวดล้อมแห่งชีวิตที่เกื้อหนุนให้ผู้วิจัยได้มีวันนี้ และคอยดักเตือนอยู่ห่าง ๆ จนงานชิ้นนี้สำเร็จ

หากคุณค่าของงานชิ้นนี้จะเกิดแก่ผู้อ่าน ผู้วิจัยขอยกประโยชน์ส่วนใหญ่นี้ให้กับบุคคลสำคัญทุกท่านที่เกี่ยวข้องดังได้กล่าวมา ส่วนข้อบกพร่องทุกประการในงานชิ้นนี้นั้น ล้วนเกิดจากความอ่อนด้อยของผู้วิจัยทั้งสิ้น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหาคำถามวิจัย	1
คำถามวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	5
วิธีการศึกษา	6
ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์ และแนวความคิดเกี่ยวข้อง	10
วรรณกรรมปริทัศน์	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์	26
ลักษณะพื้นฐานของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์	26
ผู้เล่นในอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์	32
โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย	35
การกำหนดราคา	40

	หน้า
พัฒนาการของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง	43
ช่อง 3	43
ช่อง 7	46
ไอทีวี	50
ช่อง 5	54
ช่อง 9	57
ช่อง 11	58
รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์	60
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจ	61
บทที่ 4 อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์	63
พัฒนาการของละครโทรทัศน์ในเมืองไทย	63
พัฒนาการทางธุรกิจของสินค้าละครโทรทัศน์	67
รูปแบบของการสนับสนุนรายการและการทำการตลาด	67
รูปแบบของสินค้าเกี่ยวเนื่องกับละครโทรทัศน์	72
รูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตละครโทรทัศน์	74
สองผู้นำตลาด	74
ช่องอื่น ๆ	76
ผู้ผลิตละครโทรทัศน์	77
ผู้ผลิตละครโทรทัศน์รายสำคัญ	78
โครงสร้างต้นทุนของละครโทรทัศน์	84
บทที่ 5 แบบจำลองอุตสาหกรรมละครหลังข่าว	86
ผู้เล่นหลัก	86
พฤติกรรมแสวงหากำไรสูงสุดของสถานีโทรทัศน์	91
การอธิบายด้วยสมการทางคณิตศาสตร์	93
การอธิบายด้วยกราฟ	95
วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยที่มีผลต่อกำไรของละครหลังข่าว	98

	หน้า
พฤติกรรมกาหนดราคา	105
กาหนดราคาค่าโฆษณา	105
กาหนดราคาค่าเช่าเวลา	107
บทที่ 6 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	109
สรุปผลวิจัย	109
อภิปรายผล	114
ข้อเสนอแนะ	115
รายการอ้างอิง	116
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	120

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงย่านความถี่ VHF และการใช้งาน	27
ตารางที่ 3.2 แสดงย่านความถี่ UHF และการใช้งาน	27
ตารางที่ 3.3 อัตราการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ (TV Penetration rate) ปี 2544	35
ตารางที่ 3.4 ลักษณะการประกอบกิจการของสถานีโทรทัศน์	36
ตารางที่ 3.5 สัดส่วนผู้ชมของแต่ละสถานีของปี 2544 และ 2545	38
ตารางที่ 3.6 อัตราค่าโฆษณาทางโทรทัศน์ในปี 2546	40
ตารางที่ 3.7 รายได้จากการโฆษณาของสถานีโทรทัศน์	42
ตารางที่ 3.8 ผังรายการของไอทีวี (หลังปรับเงื่อนไขสัมปทาน)	53
ตารางที่ 4.1 ข้อบังคับของกบว. ในปี 2524	65
ตารางที่ 4.2 อัตราค่าโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2499	69
ตารางที่ 4.3 อัตราค่าโฆษณาช่วงเวลาละครโทรทัศน์ของช่อง 3	70
ตารางที่ 5.1 รูปผลกระทบท่อกำไรสถานีโทรทัศน์จากการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน 104	104

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจกลุ่มต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมสื่อ	25
ภาพที่ 3.1 ค่าโฆษณาทางโทรทัศน์ในช่วงละครหลังข่าว	41
ภาพที่ 5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อกำไรของสถานีโทรทัศน์	91
ภาพที่ 5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อกำไรของรายการละครหลังข่าวของสถานีโทรทัศน์	92
ภาพที่ 5.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้โฆษณากับคุณภาพของรายการ	95
ภาพที่ 5.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเรตติ้งกับคุณภาพรายการ	96
ภาพที่ 5.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้โฆษณาและเรตติ้ง	96
ภาพที่ 5.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและคุณภาพรายการ	97
ภาพที่ 5.7 แสดงการตัดสินใจเลือกคุณภาพที่เหมาะสมที่สุดของสถานีโทรทัศน์	98
ภาพที่ 5.8 แสดงผลกระทบจากการเพิ่มงบการตลาด	98
ภาพที่ 5.9 แสดงผลกระทบจากการเพิ่มคุณภาพละคร	99
ภาพที่ 5.10 แสดงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงผู้ผลิตละคร	100
ภาพที่ 5.11 แสดงผลกระทบจากการพัฒนารายการของช่องอื่น	100
ภาพที่ 5.12 แสดงผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น	101
ภาพที่ 5.13 แสดงผลกระทบเมื่อความนิยมในรายการประเภทละครเพิ่มขึ้น	102
ภาพที่ 5.14 แสดงผลกระทบเมื่อรัฐเพิ่มเพดานเวลาโฆษณา	103
ภาพที่ 5.15 แสดงผลกระทบจากการเพิ่มโฆษณาแฝงเข้าไปในละคร	104
ภาพที่ 5.16 แสดงการตัดสินใจกำหนดราคาโฆษณาของสถานีโทรทัศน์	107