

การกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

สารนิพนธ์
ของ
กมลวรรณ ปั่นทวนันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2553

การกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

สารนิพนธ์
ของ
กมลวรรณ ปั่นทวนันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

บทคัดย่อ
ของ
กมลวรรณ ปั่นทวนันท์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2553

กมลวรรณ ปันทวนันท์. (2553). *การกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย*. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ดร.รัชพันธุ์ เชยจิตร.

การศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย และเพื่อศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลแบบitudinal ในช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2550 จากงบการเงินประจำปี ผังรายการโทรทัศน์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ด้วยดัชนีเฮอร์ฟิנדาล์ (H) เพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวี และวิเคราะห์ถ้อยแถลง เพื่อศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ผลการศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย พบว่าค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדาล์ (H) ในปี 2549 - 2550 มีค่าเท่ากับ 0.28 และ 0.32 ตามลำดับ แสดงว่าธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยมีลักษณะการกระจุกตัวสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการน้อยราย และมีข้อจำกัดในการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ เมื่อธุรกิจฟรีทีวีรายใดรายหนึ่งมีส่วนแบ่งตลาดน้อยลงจะยิ่งทำให้ภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมธุรกิจฟรีทีวีมีการกระจุกตัวที่เพิ่มสูงขึ้น

ผลการศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย พบว่าความแตกต่างของช่วงเวลาที่ยออกอากาศมีผลกับการจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภท โดยในช่วงเวลา Prime Time มีการจัดสรรเวลาให้กับรายการทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมสูง (รายการละคร, ข่าว และวาไรตี้และเกมโชว์) มากกว่าในช่วงเวลา Non-Prime Time และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วงเวลา Prime Time ยังไม่มีความหลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ซึ่งในช่วงเวลา Non-Prim Time มีการจัดสรรเวลาให้ครอบคลุมกับรายการหลากหลายประเภท เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันมากกว่าในช่วงเวลา Prime Time

The Concentration and Time Allocation of Television Program of Free TV in Thailand

AN ABSTRACT

BY

KAMOLWAN PUNTAVANAN

Present in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Guidance and Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

May 2010

Kamolwan Puntavanan. (2010). *The Concentration and Time Allocation of Television Program of Free TV in Thailand*. Master's Project, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr.Ratchapan Chaiejit.

This Study was a research on the concentration and time allocation of television program of Free TV in Thailand. The purpose of this study was to study the concentration and time allocation of television program of Free TV in Thailand by using the secondary data during years 2006 - 2007 from the financial statement, the television program, and other related documents. This research used Herfindahl Index (H) as a method to indicate the concentration level and analyzed the percentage to reflect the time allocation of television program of Free TV in Thailand.

The results from the study of the concentration of Free TV in Thailand showed that the Herfindahl index (H) of year 2006 and 2007 was 0.28 and 0.32 respectively. This implied that Free TV business in Thailand had high concentration because there were only a few entrepreneurs involved in the business and there were high number of limitations. When any entrepreneur has smaller market share, the concentration will be higher.

And the results from study of the time allocation of television program of Free TV in Thailand showed that the difference in broadcast time greatly affected to the time allocation of each television program. The airtime of the popular programs, such as soap opera series, news, and variety game show, is longer during the prime time than during the non-prime time. Furthermore, time allocation of television program during prime time was not diversify to serve various targeted audience's demands; unlike during the non-prime time which covered more variety of television programs and can served wide range of demands than during the prime time.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวี
ในประเทศไทย ของ กมลวรรณ ปัทมวณิชท์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ดร.รัชพันธุ์ เขยจิตร)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ
(รองศาสตราจารย์ ดร. เรณู สุขารมณ์)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ และความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.รัชพันธุ์ เชยจิตร ที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พร้อมทั้งได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ ติดตามและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งต้องขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทั้ง 2 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และอาจารย์ประพาพ เฟื่องฟูสกุล ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะ และแนวคิดอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำสารนิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา น้องสาว ตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคนที่ได้ให้การช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจที่ดีตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา และจัดทำสารนิพนธ์

กมลวรรณ ปั่นทวนันท์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม.....	8
ดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม.....	9
กิจการวิทยุโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และการวางแผนรายการโทรทัศน์.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	21
การกำหนดประชากร.....	21
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย.....	24
ผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ ตามช่วงเวลาที่ออกอากาศ.....	27
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	40
สังเขปความมุ่งหมาย ความสำคัญและขอบเขตของการวิจัย.....	40
สรุปผลการศึกษา.....	41
อภิปรายผล.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	46
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	48

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ส่วนแบ่งค่าใช้จ่ายโฆษณาแยกรายการแต่ละช่อง (ม.ค. - พ.ค. 2548).....	2
2 การคำนวณค่าดัชนีเฮอร์ฟินดัล (H) ของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย.....	25
3 โครงสร้างรายได้ของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย.....	26
4 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time ปี 2549.....	31
5 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time ปี 2550.....	32
6 การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time.....	33
7 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ปี 2549.....	37
8 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ปี 2550.....	38
9 การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time.....	39

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 การวัดสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมกัน.....	13

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ด้วยสภาพสังคม และเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน ทำให้ผู้คนต้องเผชิญกับปัญหาความเครียดรอบด้าน หลายๆ คนจึงแสวงหาช่องทางในการผ่อนคลายความเครียดด้วยวิธีการต่างๆ กันตามรสนิยม และกำลังทรัพย์ของแต่ละคน สื่อโทรทัศน์ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างความบันเทิงเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และมีต้นทุนในการบริโภคต่ำ โดยจะเห็นได้จากพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากร้อยละ 80.40 ในปี พ.ศ. 2532 มาเป็นร้อยละ 94.50 ในปี พ.ศ. 2546 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 94.60 ในปี พ.ศ. 2551 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551) กิจกรรมโทรทัศน์เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2475 ด้วยความพยายามก่อตั้งของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน แต่ไม่สำเร็จเนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองเสียก่อน ต่อมาได้มีความพยายามก่อตั้งกิจการโทรทัศน์ขึ้นใหม่ในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 ซึ่งถือเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย จึงได้เปิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2493 โดยจัดตั้งในรูปของบริษัท มีหน่วยงานราชการและองค์การของรัฐเป็นผู้ถือหุ้น และรัฐบาลในสมัยนั้นได้ออกพระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 ให้กรมไปรษณีย์โทรเลข กองบริหารความถี่ควบคุมการใช้ความถี่วิทยุ เพื่อรองรับการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รวมทั้งให้ผู้ประกอบการหารายได้จากการโฆษณาได้ด้วย ในระยะแรกที่มีการดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ การใช้คลื่นความถี่ในการแพร่ภาพอยู่ในความควบคุมดูแลของรัฐ และยังไม่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาดำเนินกิจการได้ การดำเนินกิจการจึงเป็นไปในลักษณะผูกขาด การนำเสนอรายการต่างๆ เป็นไปเพื่อประโยชน์ของรัฐ แต่หลังจากที่ภาครัฐเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาถือสัมปทานประกอบกิจการโทรทัศน์ได้ การดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์จึงเริ่มมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนผู้ถือสัมปทาน ได้พยายามนำเสนอรายการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นให้แตกต่างจากรายการประเภทเดิมที่มีอยู่

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ที่มีลักษณะเป็นฟรีทีวี (Free TV) คือ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เรียกเก็บค่าบริการ รวมทั้งสิ้น 6 สถานี โดยเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนซึ่งได้รับสัมปทานจากหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 และช่องไอทีวี (เปลี่ยนเป็นช่องทีไอทีวี เมื่อวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2550 เนื่องจากสำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ยกเลิกสัมปทาน) และเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินงานโดยหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจเอง จำนวน 3 สถานี คือ ช่อง 5 ช่อง 11 และช่อง 9 (โมเดิร์นไนน์ทีวี) เนื่องจากไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการจากผู้รับชมรายการทางโทรทัศน์ ดังนั้นรายได้หลักของ

สถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีจึงมาจากการขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้เช่าเวลาเพื่อออกอากาศรายการทางโทรทัศน์ นับตั้งแต่ภาครัฐได้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินกิจการสถานีโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีแต่ละแห่งต่างก็พยายามพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันและช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดภายในอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้การแข่งขันในอุตสาหกรรมฟรีทีวีในปัจจุบันมีความรุนแรงมากขึ้น แต่ละสถานีโทรทัศน์ต่างพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อให้รายการต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากผู้ชม ซึ่งเป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรม รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนผังรายการ เพื่อช่วงชิงโอกาสในความได้เปรียบของการดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการ ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ค่าโฆษณาที่เป็นรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากความนิยมของผู้ชมรายการมีผลต่อการพิจารณาตัดสินใจซื้อเวลาโฆษณาของเจ้าของสินค้า และบริษัทตัวแทนในการซื้อสื่อโฆษณา จากข้อมูลของ AGB Nielsen Media Research มูลค่าของอุตสาหกรรมโฆษณาในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี โดยสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2549 มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ถึง 59.32% เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายโฆษณารวมทุกประเภทสื่อ โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ซึ่งมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ 58.43% โดยรายการวาไรตี้มีส่วนแบ่งค่าใช้จ่ายโฆษณามากที่สุด รองลงมาคือรายการละคร และรายการข่าวตามลำดับ

ตาราง 1 ส่วนแบ่งค่าใช้จ่ายโฆษณาแยกรายการแต่ละช่อง (ม.ค. - พ.ค. 2548)

รายการ	มูลค่ารวม (ล้านบาท)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง 3 (ร้อยละ)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง 5 (ร้อยละ)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง 7 (ร้อยละ)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง 9 (ร้อยละ)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง 11 (ร้อยละ)	สถานี โทรทัศน์ ช่อง ITV (ร้อยละ)
วาไรตี้	4,861	17.80	22.90	21.30	14.20	0.10	23.70
ละคร	4,751	30.60	5.50	23.40	3.50	0.00	6.90
ข่าว	4,115	18.20	10.00	21.90	18.20	3.50	28.10
เกมโชว์	1,790	21.30	31.10	8.70	12.10	0.00	29.70
สารคดี	1,335	9.10	27.60	2.80	35.10	10.01	15.30
ดนตรี	928	5.90	40.90	22.70	14.30	0.06	15.50
กีฬา	905	17.80	6.40	42.60	11.50	12.00	9.80
เอเชียนซีรีส์	586	46.30	7.70	29.40	0.10	0.00	16.40
รายการเด็ก	546	8.30	20.00	22.20	37.20	0.50	11.90
ทั่วไป	354	0.00	3.70	2.40	55.10	19.00	19.80
หนังสือวันออก	291	6.50	0.00	93.50	0.00	0.00	0.00
ศาสนา	21	0.00	18.70	0.00	36.10	0.40	44.80
5 อันดับสูงสุด	16,851	21.20	16.10	27.70	13.60	1.70	19.70
รวมทั้งหมด	20,482	20.10	16.20	28.50	14.30	2.30	18.50

ที่มา : AGB Nielsen Media Research. (2548, 12 ก.ค.). ผู้จัดการรายวัน. หน้า30.

อย่างไรก็ตามเวลาโฆษณาที่แต่ละสถานีโทรทัศน์สามารถขายได้ โดยเฉพาะเวลาโฆษณาที่มีราคาขายเวลาสูงมีอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำประกาศกำหนดหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยกำหนดให้มีการโฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12 นาที 30 วินาที รวมตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีจึงต้องพยายามสร้างมูลค่าของราคาขายเวลาโฆษณาให้สูง โดยการเลือกประเภทรายการโทรทัศน์ที่จะนำมาออกอากาศที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมให้มากที่สุด

คลื่นความถี่ที่ใช้ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ถือเป็นทรัพยากรสาธารณะ ซึ่งเป็นของส่วนรวม และมีอยู่อย่างจำกัดซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของภาครัฐ การนำไปใช้จึงควรเป็นประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วนในประเทศ แต่เดิมด้วยข้อจำกัดของเทคโนโลยีที่ใช้ในการออกอากาศทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่ในการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์ไม่สามารถกระจายได้หลายช่องสัญญาณ เพื่อให้เกิดการแข่งขันโดยเสรีและเป็นธรรม ถึงแม้ว่าในปัจจุบันได้เริ่มมีการนำเทคโนโลยีที่ใช้ในการออกอากาศด้วยระบบดิจิตอลเข้ามาใช้ เพื่อให้สามารถกระจายช่องสัญญาณคลื่นความถี่ได้เพิ่มมากขึ้น แต่ด้วยปัญหาทางการเมืองทำให้การคัดเลือกคณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อมาทำหน้าที่เป็นองค์กรอิสระในการควบคุมดูแลและพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างสำเร็จ ทำให้การเพิ่มจำนวนสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการแข่งขันโดยเสรียังไม่สามารถดำเนินการได้ การแข่งขันในอุตสาหกรรมฟรีทีวีจึงยังจำกัดอยู่เพียง 6 สถานีโทรทัศน์ การนำเสนอรายการโทรทัศน์ตลอดจนเนื้อหาสาระในรายการต่าง ๆ นอกจากปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อกำหนดเบื้องต้นของหน่วยงานราชการแล้ว จะขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดสัดส่วนหรือทิศทางของรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ และจากการที่แต่ละสถานีโทรทัศน์ต่างต้องการได้รับความนิยมจากผู้ชมให้มากที่สุด เนื่องจากจะมีผลต่อการพิจารณาซื้อเวลาโฆษณาของเจ้าของสินค้า และบริษัทตัวแทนซื้อสื่อโฆษณา อาจทำให้ขาดความหลากหลายในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ เพราะแต่ละสถานีโทรทัศน์จะนำเสนอเฉพาะรายการประเภทที่ผู้ชมให้ความสนใจ ทำให้การใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่อาจเป็นไปอย่างไม่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วนในประเทศ ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจในการที่จะศึกษาลักษณะการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย เพื่อให้ทราบลักษณะของการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย และการพิจารณาจัดสรรเวลาให้กับรายการทีวีของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง ผลจากการศึกษาในแง่ของธุรกิจฟรีทีวี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบาย กลยุทธ์ในการแข่งขัน สำหรับในแง่ของหน่วยงานที่ควบคุม และกำกับดูแลสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบาย หรือทิศทางในการพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรม รวมถึงการควบคุมดูแลการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของแต่ละสถานีโทรทัศน์ให้เกิดประโยชน์

สูงสุดต่อผู้บริโภค และทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่สถานีโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรสาธารณะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนในประเทศอย่างสูงสุด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย นอกจากจะทำให้ทราบลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยแล้ว ยังเพื่อให้ทราบการพิจารณาจัดสรรเวลาให้กับรายการทีวีประเภทต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง ผลจากการศึกษาในแง่ของธุรกิจฟรีทีวี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบายกลยุทธ์ในการแข่งขัน สำหรับในแง่ของหน่วยงานที่ควบคุม และกำกับดูแลสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบาย หรือทิศทางการพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรม รวมถึงการควบคุมดูแลการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของแต่ละสถานีโทรทัศน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค และทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่สถานีโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรสาธารณะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนในประเทศอย่างสูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ประกอบไปด้วยบริษัทที่ดำเนินธุรกิจฟรีทีวี จำนวน 5 สถานีดังต่อไปนี้

1. บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
2. บริษัท อาร์ทีเอ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5
3. บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด : สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7
4. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) : โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9)
5. บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์ไอทีวี หรือ สถานีโทรทัศน์ที่ไอทีวี

ทั้งนี้ไม่รวมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งเป็นสถานีที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของภาครัฐ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์

การศึกษาตามความมุ่งหมายข้อที่ 1 ใช้ข้อมูลจากงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน และงบดุล) รวมถึงรายงานประจำปีของแต่ละบริษัท ปี พ.ศ. 2549 - 2550 ซึ่งเป็นช่วงปีก่อนและหลังมีการยกเลิกสัญญาสัมปทานสถานีโทรทัศน์ ของ บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) จากตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ของแต่ละบริษัท ตลอดจนเอกสารเผยแพร่ของแต่ละบริษัท และหน่วยงานที่ควบคุมดูแลกิจการโทรทัศน์

การศึกษาตามความมุ่งหมายข้อที่ 2 ใช้ข้อมูลผังรายการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2549 – 2550 แบ่งเป็นช่วงเวลา Prime Time (18.01 น. - 23.00 น.) และ Non-Prime Time (05.01 น. - 18.00 น. และ 23.01 น. – 24.00 น.) จากเว็บไซต์ของแต่ละบริษัท ตลอดจนเอกสารจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ใช้ตัวแปรยอดขาย (รายได้รวม) วัดการกระจุกตัวโดยวิธี ดัชนี เฮอร์ฟินดาห์ล

ส่วนที่ 2 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ใช้ตัวแปรเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท ได้แก่ รายการละคร รายการข่าว รายการวาไรตี้และเกมโชว์ รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา แบ่งตามช่วงเวลาออกอากาศ คำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจฟรีทีวี หมายถึง ผู้ที่ประกอบธุรกิจให้บริการแพร่ภาพออกอากาศรายการทางโทรทัศน์โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ชม

การกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวี หมายถึง การที่ธุรกิจฟรีทีวีจำนวนน้อยรายสามารถที่จะมีส่วนแบ่งในสินทรัพย์ หรือมีส่วนแบ่งของตลาด การว่าจ้างงาน หรือมูลค่าเพิ่ม เมื่อรวมกันแล้วเป็นจำนวนมากกว่าส่วนแบ่งของธุรกิจฟรีทีวีอื่นๆ ในธุรกิจฟรีทีวี

ช่วงเวลาออกอากาศ หมายถึง ช่วงเวลาในการแพร่ภาพออกอากาศรายการทางโทรทัศน์ โดยช่วงเวลาออกอากาศในแต่ละวันสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ช่วง คือ

ช่วงเวลา Prime Time หมายถึง ช่วงเวลาที่มีผู้รับชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยมากที่สุดของวัน ได้แก่ ช่วงเวลาตั้งแต่ 18.01 น. – 23.00 น. ของแต่ละวัน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียอดโฆษณาต่อหน่วยเป็นมูลค่าสูง และมีเจ้าของสินค้าหรือบริการซื้อเวลาโฆษณามาก

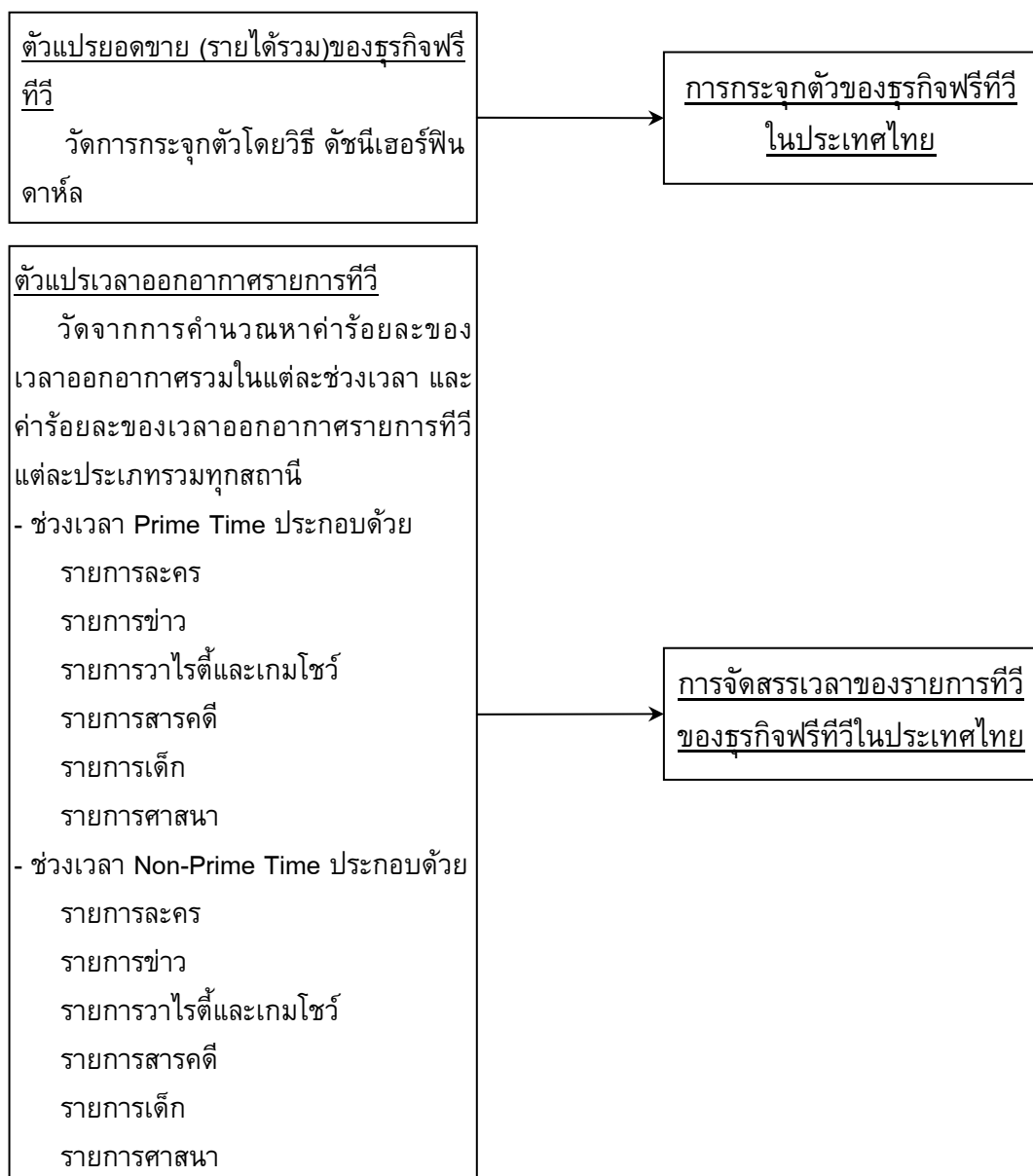
ช่วงเวลา Non-Prime Time หมายถึง ช่วงเวลาที่มีผู้รับชมรายการโทรทัศน์โดยเฉลี่ยไม่มากที่สุดของวัน ได้แก่ ช่วงเวลาตั้งแต่ 05.01 น. - 18.00 น. และ 23.01 น. - 24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียอดโฆษณาต่อหน่วยเป็นมูลค่าไม่สูงมาก และมีเจ้าของสินค้าหรือบริการซื้อเวลาโฆษณาไม่มาก

การจัดสรรเวลาของรายการทีวี หมายถึง การกำหนดเวลาออกอากาศให้รายการทีวีแต่ละประเภท ซึ่งประกอบด้วย รายการละคร รายการข่าว รายการวาไรตี้และเกมโชว์ รายการสารคดี รายการเด็ก รายการศาสนา และรายการอื่นๆ เช่น รายการภาพยนตร์ต่างประเทศ รายการกีฬา รายการดนตรี เป็นต้น ในแต่ละช่วงเวลา

การวัดการจัดสรรเวลาของรายการทีวี วัดจากค่าร้อยละของเวลาที่ออกอากาศ รายการทีวีแต่ละประเภท เทียบกับเวลาออกอากาศรวมในแต่ละช่วงเวลา และค่าร้อยละของเวลาที่ออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภทของแต่ละสถานี เทียบกับเวลาที่ออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาการกระจุก และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาการกระจุก และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

จากภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่จะนำมาใช้ในการศึกษาลักษณะการกระจุกของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย โดยนำข้อมูลยอดขาย (รายได้รวม) ของธุรกิจฟรีทีวีแต่ละรายมาทำการวิเคราะห์ด้วยอัตราส่วนวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ด้วยวิธี ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล เพื่อให้ทราบลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวี และนำข้อมูลเวลาออกอากาศรายการทีวีจากผังรายการทีวีมาคำนวณหาค่าร้อยละ เพื่อให้ทราบการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม และลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจฟรีทีวี โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อที่ได้นำเสนอต่อไปนี้

การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม มีจุดกำเนิดโดยตรงจากทฤษฎีราคา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาจมีการจัดสรรทรัพยากร และรายได้ในทางที่ผิด ในกรณีที่ตลาดมีลักษณะผูกขาด หรือมีผู้ขายจำนวนน้อย การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมมีประโยชน์สำหรับทำนายพฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

การวัดระดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมมีตัวแปรที่สามารถนำมาใช้วัดได้หลายตัว ซึ่งแต่ละตัวมีข้อเด่น และข้อด้อยแตกต่างกัน ในการวิเคราะห์ผู้วิเคราะห์จึงต้องเลือกตัวแปรให้เหมาะสมกับลักษณะการศึกษา สำหรับตัวแปรที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้ (วิทย์ สัตยารักษ์ วิทย์. 2542)

1. ยอดขาย (Sales) เป็นยอดขายรับทั้งหมดจากการขายผลผลิตของหน่วยธุรกิจ เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างหาง่าย หน่วยธุรกิจทุกแห่งมีการเก็บสถิติทางด้านนี้เพื่อใช้ในกิจการของตนเอง และเพื่อยื่นรายการที่หน่วยราชการบังคับในการเสียภาษีต่างๆ

2. มูลค่าเพิ่ม (Value-added) เป็นตัวแปรที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างยอดขาย และต้นทุนการผลิตทั้งหมด มูลค่าเพิ่มนำมาใช้มากกว่ายอดขาย เพราะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างหน่วยธุรกิจที่ซื้อชิ้นส่วนมาแล้วประกอบเข้าเท่านั้น ในขณะที่อีกหน่วยธุรกิจดำเนินขบวนการผลิตทั้งหมด ฉะนั้นในการดูถึงการใช้ทรัพยากร และการดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพหน่วยธุรกิจที่ผลิตเองทั้งหมดจะมีมากกว่า

3. การจ้างงาน (Employment) เป็นตัวแปรที่ใช้วัดขีดความสามารถในการผลิตตัวหนึ่ง เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างหาง่าย หน่วยธุรกิจต้องบันทึกข้อมูลตัวนี้ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ปัญหาการใช้การจ้างงานแทนขนาดการผลิตของหน่วยธุรกิจนี้มีข้อจำกัดมาก เมื่อคำนึงถึงเทคโนโลยีการผลิตที่หน่วยธุรกิจใช้อยู่ หน่วยธุรกิจบางแห่งอาจใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิตมากกว่าอีกหน่วยธุรกิจหนึ่ง แต่ผลผลิตอาจไม่เท่าหน่วยธุรกิจที่ใช้ทุนเข้มข้นก็ได้ เป็นตัวแปรที่แสดงถึงขีดความสามารถในการผลิตของหน่วยธุรกิจ

4. มูลค่าของทรัพย์สิน (Asset) เป็นตัวแปรที่แสดงขนาดของหน่วยธุรกิจโดยการพิจารณาจากจำนวนของมูลค่าสินทรัพย์ หรือทุนประเภทคงที่ แต่มักจะพบปัญหาในการตีราคา

สินทรัพย์เป็นตัวแทน และยากแก่การเปรียบเทียบโดยเฉพาะหากเกิดปัญหาเวลาการพิจารณาที่ต่างกัน ทั้งนี้เพราะราคาของสินทรัพย์อาจแตกต่างกันตามระยะเวลาการใช้

นอกจากตัวแปรที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังอาจมีตัวแปรอื่นๆ ที่อาจนำมาใช้วัดค่าการกระจุกตัวได้อีก เช่น จำนวนประธานบอร์ด การครอบครองระบบการจัดจำหน่าย เป็นต้น แต่ไม่เป็นที่ใช้กับแพร่หลายนัก

ในการศึกษาดัชนีการกระจุกตัวของตลาด เงื่อนไขที่จะเป็นดัชนีที่ดีควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ดัชนีที่ใช้วัดต้องสามารถชี้ลำดับของอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวอย่างชัดเจนไม่มีข้อสงสัย
2. การวัดการกระจุกตัวควรเป็นผลรวมของส่วนแบ่งตลาด มากกว่าพิจารณาเพียงบางส่วนของตลาด หรืออุตสาหกรรมเท่านั้น
3. ถ้าจำนวนของหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้น การกระจุกตัวจะลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม ถ้าหน่วยธุรกิจที่เข้ามาใหม่มีขนาดใหญ่พอ การกระจุกตัวอาจสูงขึ้นได้
4. ถ้ามีการโอนยอดขายจากหน่วยธุรกิจรายเล็กไปหน่วยธุรกิจรายใหญ่ในตลาดนั้น การกระจุกตัวจะสูงขึ้น
5. ถ้าหน่วยธุรกิจมีสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดลดลง ระดับการกระจุกตัวจะลดลงในสัดส่วนเดียวกัน
6. การรวมกิจการ (Merger) จะเพิ่มระดับการกระจุกตัวขึ้น

ดัชนีที่ใช้วัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

ดัชนีการกระจุกตัว (Concentration Index) สำคัญๆ ที่มีการใช้มาก มีดังนี้ (วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์. 2542)

1. อัตราส่วนการกระจุกตัว (The Concentration Ratio) เป็นเครื่องมือการวัดการกระจุกตัวของตลาดที่มีการใช้มากที่สุด และเป็นเครื่องมือที่คำนวณได้ง่ายที่สุดด้วย เครื่องมือนี้วัดส่วนแบ่งของตลาดในอุตสาหกรรมนั้นที่อยู่ในมือของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดจำนวนหนึ่ง โดยส่วนแบ่งของตลาดอาจใช้ตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ แล้วแต่ความเหมาะสม สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาอัตราส่วนการกระจุกตัวมีดังนี้

$$C = \sum_{i=1}^n P_i$$

โดยที่

C = อัตราส่วนการกระจุกตัว ที่มีค่าระหว่าง 0 - 1

P_i = ส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายที่ i

n = จำนวนรายของผู้ผลิตซึ่งเรียงจากผู้ผลิตรายใหญ่ไปหาเล็ก

C ที่คำนวณได้ยิ่งมีค่าสูง ผู้ผลิตยิ่งมีอำนาจผูกขาดมาก หรือมีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมสูง

ข้อดีของอัตราส่วนการกระจุกตัว

1. ค่า C สะดวกในการคำนวณ และข้อมูลที่ต้องใช้หาได้ไม่ยาก ในการทำสำมะโนอุตสาหกรรมมักจะมีข้อมูลนี้มาใช้คำนวณได้ หรือหาได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในประเทศนั้นๆ
2. ค่า C ที่คำนวณได้ไปด้วยกันได้กับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ สามารถบอกคร่าวๆ ว่าอุตสาหกรรมที่ศึกษามีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ผลิตน้อยราย แบบผูกขาด หรือแบบการแข่งขันค่อนข้างสมบูรณ์

ข้อจำกัดของอัตราส่วนการกระจุกตัว

1. การคำนวณค่า C ไม่ได้นำทุกหน่วยธุรกิจเข้ามาพิจารณา และไม่ได้พิจารณาการกระจายของขนาดของหน่วยธุรกิจทุกแห่งเป็นการพิจารณาเฉพาะจุดใดจุดหนึ่งบนเส้นการกระจุกตัว ลำดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมหนึ่งๆ ขึ้นอยู่กับจำนวนรายของผู้ผลิตที่เลือกใช้
2. การแบ่งประเภทอุตสาหกรรมก็มีผลต่อการวัดการกระจุกตัว ถ้าแบ่งประเภทอุตสาหกรรมให้กว้างขวางครอบคลุมมาก เมื่อคำนวณค่า C จะมีค่าสูงกว่า เมื่อแบ่งประเภทอุตสาหกรรมให้ละเอียดขึ้น ทำให้การเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมและระหว่างประเทศอาจทำไม่ได้ถูกต้อง
3. อัตราส่วนการกระจุกตัวไม่ได้แสดงให้เห็นถึงการเข้ามาของหน่วยธุรกิจใหม่ ค่า C ไม่ให้ภาพถึงอำนาจตลาดในภูมิภาคเพียงบอกในระดับประเทศเท่านั้น ค่า C ไม่สามารถบอกถึงอำนาจผูกขาดของแต่ละผู้ผลิตในตลาด และละเลยส่วนของผลผลิตที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ
4. อัตราส่วนการกระจุกตัวอาจให้ภาพที่ขัดแย้งกัน เมื่อใช้ตัวแปรในการคำนวณต่างกัน

2. ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (Herfindahl Index) เพื่อปรับปรุงดัชนีการกระจุกตัวให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น O.C. Herfindahl ได้เสนอดัชนีการวัดการกระจุกตัวชนิดนี้ในการทำวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย สหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1950 ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ลเป็นผลรวมของส่วนแบ่งตลาดของหน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ยกกำลังสอง ซึ่งสามารถเขียนเป็นสูตร ได้ดังนี้

$$H = \sum_{i=1}^n (P_i)^2$$

โดยที่

$$P_i = Q_i/Q$$

Q_i = ผลผลิตของหน่วยธุรกิจรายที่ 1 และ

Q = ผลผลิตของทุกหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น

n = จำนวนรวมทั้งหมดของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น

$(P_i)^2 = P_i \times P_i$ ส่วนแบ่งตลาดของหน่วยธุรกิจรายที่ i ถ่วงน้ำหนักด้วย ส่วนแบ่งตลาดโดยตัวของมันเอง

H มีค่าเท่ากับหนึ่ง เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว และ H จะมีค่าต่ำสุดเท่ากับ $1/n$ เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตอยู่ n ราย และแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาดเท่าๆ กัน H จะมีค่าลดลงเมื่อจำนวนผู้ผลิต n เพิ่มขึ้น

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (Herfindahl Index) เพื่ออธิบายลักษณะการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้ (รัตนา สายคณิต. 2551)

1. ถ้าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าเท่ากับ 0.01 แสดงว่ามีหน่วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากในอุตสาหกรรม เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์
2. ถ้าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ
3. ถ้าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าตั้งแต่ 0.1 ถึง 0.18 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลาง
4. ถ้าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่ามากกว่า 0.18 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูง
5. ถ้าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่ามีหน่วยธุรกิจรายเดียวในอุตสาหกรรม เป็นตลาดผูกขาด

ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ลนี้สะดวกในการคำนวณ มีการนำเอาจำนวนหน่วยธุรกิจ และส่วนแบ่งตลาดของทุกหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นเข้ามาพิจารณา นอกจากนี้ลักษณะการกระจายของยอดขายมีส่วนในการกำหนดค่าดัชนี เพราะมีการยกกำลังสองของยอดขายก่อนนำมาหาผลรวม เท่ากับว่าเป็นการให้น้ำหนักแก่วัฒนกรรมที่มียอดขายสูงกว่าหน่วยธุรกิจที่มียอดขายต่ำกว่า (รัตนา สายคณิต. 2551) ฉะนั้นจึงมีการใช้ H ในการคำนวณการกระจุกตัวมาก และผลที่คำนวณได้สอดคล้องกับทฤษฎีผู้ผลิตน้อยรายเพราะการวัดเหมือนกับการวัดอำนาจการผูกขาด

ถ้าเราไม่คำนึงถึงปัญหาในทางปฏิบัติของการวัดการกระจุกตัว คำถามที่ว่าดัชนีการวัดการกระจุกตัวไหนดีที่สุด คำตอบก็คือขึ้นอยู่กับการใช้ดัชนีนั้น เช่น ถ้าเรากำลังสนใจการเติบโตของหน่วยธุรกิจ การใช้ดัชนีการวัดการกระจุกตัวแบบความไม่เท่าเทียมกัน (Inequality) จะตอบสนองความต้องการนี้ดีกว่าดัชนีอื่นๆ หรือกรณีผู้ผลิตน้อยราย (Oligopoly) ซึ่งต้องการตั้งราคา

แบบผู้ผูกขาด แต่ติดปัญหาที่กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงของแต่ละหน่วยธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของแต่ละหน่วยธุรกิจจะใช้เป็นตัวพิจารณาการตัดราคาของแต่ละหน่วยธุรกิจ การวัดการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดแต่ละหน่วยธุรกิจ ดัชนีการกระจุกตัวของ Herfindahl จะเหมาะสมที่สุด

3. ดัชนีฮอร์วัทธ (The Horvath Index) J. Horvath เรียกดัชนีตัวนี้ว่า Comprehensive Concentration Index (CCI) ในแง่มุมที่ว่าดัชนีนี้ได้ให้น้ำหนักแก่หน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นได้รับน้ำหนักที่ถ่วงมากกว่าหน่วยธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ดัชนีนี้ได้นำเอาทุกหน่วยธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเข้ามาคำนวณดัชนีการกระจุกตัว สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$CCI = P_i + \sum_{j=2}^n P_j^2 [1 + (1 - P_j)]$$

โดยที่

$i = 1$ หน่วยธุรกิจที่ใหญ่ที่สุด

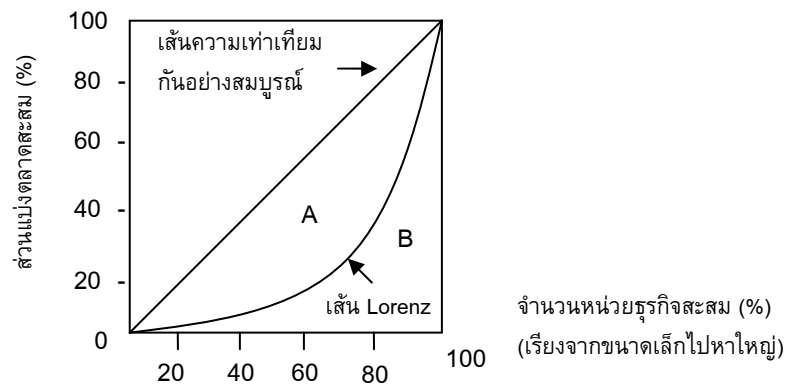
$j = 2$ หน่วยธุรกิจที่ n

CCI มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1 เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีเพียงหน่วยธุรกิจเดียว

และ CCI มีค่าต่ำสุดที่ $(3n^2 - 3n + 1)/n^3$ เมื่อ n ไม่เท่ากับ 2

CCI ไม่เป็นที่นิยมใช้ในการคำนวณการกระจุกตัวนัก ทั้งนี้ เพราะไม่มีความได้เปรียบดัชนีตัวอื่นๆ ทั้งทางด้านทฤษฎี และวิธีการคำนวณ

4. สัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมกัน (Lorenz Coefficient) ดัชนีตัวนี้พัฒนาขึ้นจากเครื่องวัดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ของกลุ่มคนในระบบเศรษฐกิจ ความไม่เท่าเทียมกันของตัวแปร 2 ตัวถูกนำมาใช้เป็นเครื่องชี้การกระจุกตัว ถ้าตัวแปรทั้ง 2 มีความเท่าเทียมกัน เส้น Lorenz จะเป็นเส้นตรงและเป็นเส้นทแยงมุม ยิ่งตัวแปรทั้ง 2 มีความไม่เท่าเทียมกัน เส้น Lorenz จะออกห่างจากเส้นทแยงมุมมากขึ้นๆ พื้นที่ใต้เส้นทแยงมุมถึงเส้น Lorenz เมื่อเทียบกับพื้นที่ใต้เส้น Lorenz จะแสดงถึงระดับการกระจุกตัว โดยให้แกนตั้งแทนสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดสะสม แกนนอนแทนสัดส่วนของจำนวนหน่วยธุรกิจโดยเรียงจากเล็กไปหาใหญ่สะสม



ภาพประกอบ 2 การวัดสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมกัน

ดัชนีความไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งเรียกว่าสัมประสิทธิ์ลอเรนซ์ (Lorenz Coefficient) หรือสัมประสิทธิ์จีนิ (Gini Coefficient) คือ พื้นที่ระหว่างเส้นความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ และเส้นลอเรนซ์ หรือพื้นที่ A หากด้วยพื้นที่สามเหลี่ยมใต้เส้นความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ หรือพื้นที่ A+B ค่าของดัชนี Lorenz อยู่ระหว่าง 1-0 กล่าวคือ ถ้าไม่มีการกระจุกตัวเลยส่วนแบ่งของตัวแปรทั้งสองเท่าเทียมกัน เส้นลอเรนซ์จะทับเส้นความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ พื้นที่ A = 0 ค่าสัมประสิทธิ์จีนิจะเท่ากับศูนย์ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีการกระจุกตัวมากที่สุด มีหน่วยธุรกิจอยู่เพียงรายเดียว เส้นลอเรนซ์จะทับแกนทั้งสอง ซึ่งก็คือพื้นที่ A + B นั้นเอง สัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะเท่ากับ 1 หรือเป็นการผูกขาด เพราะมีผู้ผลิตอยู่เพียงรายเดียวครองตลาดทั้งหมด

ปัญหาในการคำนวณ

1. ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดของทุกวิสาหกิจในตลาดอาจหาไม่ได้
2. เส้นลอเรนซ์ 2 เส้นที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน อาจให้ค่าสัมประสิทธิ์จีนิที่เท่ากันได้ จำนวนของหน่วยธุรกิจอาจไม่มีอิทธิพลต่อผลที่คำนวณได้ เช่น ในตลาดหนึ่งมีหน่วยธุรกิจ 2 ราย ซึ่งแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาด 50% จะให้ผลการคำนวณสัมประสิทธิ์จีนิเท่ากับกรณีมีหน่วยธุรกิจอยู่ 1,000 ราย แต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาด 0.001% ความจริงแล้ว สัมประสิทธิ์จีนิไม่ได้เป็นตัวแทนการกระจายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

ข้อดีของดัชนีตัวนี้คือ ได้นำเอาหน่วยธุรกิจทุกรายในอุตสาหกรรมมาใช้ในการคำนวณ

5. ดัชนีเอนโทรปี (The Entropy Index) ดัชนีตัวนี้ได้ถูกคิดค้นขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$E = \sum_{i=1}^n P_i \log 1/P_i$$

E คือสัมประสิทธิ์เอนโทรปี มีค่าระหว่าง 0 ถึง $\log n$ $0 \leq E \leq \log n$

P_i คือส่วนแบ่งของตลาดของหน่วยธุรกิจ i

n คือจำนวนรายของหน่วยธุรกิจ

E ใช้วัดระดับความไม่แน่นอนของตลาดที่หน่วยธุรกิจเผชิญอยู่จากความสัมพันธ์กับลูกค้า ในสภาพที่จำนวนหน่วยธุรกิจมีขนาดใหญ่พอ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งในสภาพนี้ อุตสาหกรรมนั้นไม่มีการกระจุกตัวในกรณีการผูกขาด ($n=1$) สัมประสิทธิ์เอนโทรปีมีค่าเท่ากับศูนย์ ซึ่งหมายความว่าไม่มีความไม่แน่นอน และมีการกระจุกตัวสูงสุด กล่าวอีกนัยหนึ่ง E มีความสัมพันธ์แบบผกผันกับระดับการกระจุกตัวของตลาด ถ้าอุตสาหกรรมหนึ่งมีหน่วยธุรกิจอยู่ n ราย และแต่ละรายมีขนาดเท่ากัน จะได้ค่า E ดังนี้

$$E = \sum_{i=1}^n 1/n \times \log n = \log n$$

ถ้าเพิ่มส่วนแบ่งตลาด และเพิ่มจำนวนรายของหน่วยธุรกิจขึ้นเท่าๆ กัน จะเพิ่มค่าสัมประสิทธิ์เอนโทรปี แต่การเพิ่มจำนวนรายของหน่วยธุรกิจมีบทบาทลดน้อยลง เมื่อเพิ่มจำนวนรายของหน่วยธุรกิจมากขึ้นๆ ทั้งนี้ เพราะการใช้ Logarithms ซึ่งหมายความว่าเมื่อเพิ่มจำนวนหน่วยธุรกิจขึ้น 1 ราย ในขณะที่มีจำนวนรายของหน่วยธุรกิจมากอยู่แล้วมีผลต่อการกระจุกตัวของตลาดน้อยลง เพื่อศึกษาถึงบทบาทของจำนวนหน่วยธุรกิจที่มีผลต่อสัมประสิทธิ์เอนโทรปี เราอาจใช้การวัดแบบเปรียบเทียบของเอนโทรปี อันได้แก่ สัมประสิทธิ์เอนโทรปี (E) หารด้วยค่าสูงสุดของสัมประสิทธิ์ ($\log n$)

$$E = E/\log n ; 0 \leq E_i \leq 1$$

E_i ซึ่งถึงระดับการกระจายของส่วนแบ่งตลาดที่แท้จริงต่อการกระจายที่เป็นไปได้สูงสุดสำหรับหน่วยธุรกิจที่กำหนดให้จำนวนหนึ่ง

สัมประสิทธิ์เอนโทรปีเป็นมาตรการในการวัดการกระจุกตัวของตลาดที่มีประโยชน์ เครื่องมือหนึ่งในความหมายที่ว่าประชากรของหน่วยธุรกิจ ซึ่งใช้ในการหาสัมประสิทธิ์สามารถคำนวณได้โดยการแยกแยะออกได้เป็นกลุ่มๆ เช่น แยกตามขนาด ตามภูมิภาค ผลิตภัณฑ์ และการจำแนกประเภทของอุตสาหกรรม เพื่อคำนวณสัมประสิทธิ์เอนโทรปีของแต่ละกลุ่มได้ และผลรวมของสัมประสิทธิ์ถ่วงน้ำหนักของแต่ละกลุ่มจะให้ค่าสัมประสิทธิ์เอนโทรปีรวม การแยกออกเป็น ส่วนๆ ของกลุ่มต่างๆ ไม่อาจทำได้ในการหาการกระจุกตัวของตลาดโดยวิธีคำนวณอื่นๆ

ข้อจำกัดของการใช้ดัชนีการกระจุกตัว

ในประเทศที่กำลังพัฒนา กลไกราคาและสภาพตลาดโดยทั่วไปยังไม่สามารถทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ประกอบกับข้อมูลต่างๆ ยังไม่สมบูรณ์ หรือไม่ตรงกับข้อเท็จจริงทั้งหมด เช่น การจดทะเบียนกิจการ การเป็นเจ้าของกิจการ การครอบงำกิจการ ฯลฯ ทำให้ดัชนีการกระจุกตัวที่คำนวณได้มักจะแสดงถึงอำนาจในการผูกขาดต่ำกว่าที่เป็นจริง ผู้ผลิต หรือหน่วยธุรกิจใญ่อุตสาหกรรมสามารถมีอิทธิพลต่อปริมาณการผลิต และราคาสินค้าได้สูงกว่าที่คำนวณโดยดัชนีการกระจุกตัว

ดัชนีการกระจุกตัวที่คำนวณจากตัวแปรที่ต่างกัน อาจให้ค่าที่ขัดแย้งกันได้ (ค่าดัชนีการกระจุกตัวแตกต่างกัน กรณีการเปรียบเทียบกับ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอื่นๆ) ในทางปฏิบัติ ถ้าสามารถหาตัวแปรได้สูตรที่ใช้ในการคำนวณมิได้ทำให้ต้องทำงานเพิ่มขึ้นมากเลย ฉะนั้น การศึกษาเรื่องการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมหนึ่งๆ ควรใช้ดัชนีหลายๆ ตัว และตัวแปรหลายๆ ตัว ด้วย เพื่อตรวจสอบซึ่งกันและกัน

สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ เลือกใช้วิธีวัดด้วย ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล เนื่องจากเป็นวิธีวัดที่เหมาะสมหากต้องการวัดการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดของแต่ละหน่วยธุรกิจ โดยตัวแปรที่เลือกใช้ คือ ยอดขาย (รายได้รวม) เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ทุกหน่วยธุรกิจมีการเก็บข้อมูล และรายงานให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการรายงานตัวเลขทางบัญชี เช่น กรมสรรพากร กระทรวงพาณิชย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ฯลฯ จึงเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ

กิจการวิทยุโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และการวางแผนรายการโทรทัศน์

การประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์เชิงพาณิชย์นั้น มีลักษณะที่เหมือนกับการประกอบธุรกิจ คือมีการลงทุนและแสวงหากำไร จากการขายสินค้าให้กับลูกค้าที่แสดงความต้องการในสินค้านั้น และนำมาสู่รายได้ที่คุ้มค่าต่อต้นทุนการผลิต และการกระจายสินค้า ในการแพร่ภาพกระจายเสียงนั้น สินค้าที่ถูกจำหน่ายออกไป ก็คือความบันเทิงต่างๆ ที่ส่งตรงถึงลูกค้าในรูปแบบของผังรายการโทรทัศน์นั่นเอง และลูกค้ามีอยู่ 2 ประเภท คือ กลุ่มผู้ชม ซึ่งเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด เป็นผู้ที่บริโภครายการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรง แต่เป็นผู้เลือกบริโภคสินค้า และลูกค้าที่เป็นนักโฆษณา ซึ่งจ่ายเงินสนับสนุนรายการ ในนามของผลิตภัณฑ์ เป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้าของลูกค้ากลุ่มแรก (John E. Craft; Fredericd A. Leigh; & Donald G. Godfrey. 2001:149)

สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงมีความจำเป็นต้องกำหนดผังรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสม ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนรายการโทรทัศน์ไว้ว่า การวางแผนรายการคือการค้นหาหรือพัฒนารายการใหม่ๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่เหมาะสมต่อการโฆษณา และจัดตารางออกอากาศรายการเหล่านั้นให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมดังกล่าว โดยต้องแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์

คู่แข่งเพื่อช่วงชิงกลุ่มผู้ชม (Blum; & Lindheim. 1987: 2) และรักษากลุ่มผู้ชมให้คงอยู่กับสถานีต่อไป (Carroll; & Davis. 1993: 6)

เนื่องจากรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีมาจาก การขายเวลาโฆษณาทางโทรทัศน์ และการให้เช่าเวลาเพื่อออกอากาศรายการ สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีต่างๆ จึงแข่งขันกันในการกำหนดประเภทรายการ และเลือกช่วงเวลาออกอากาศอย่างเหมาะสม เพื่อดึงดูดผู้ชมรายการ และจากการที่จำนวนที่โฆษณาที่แต่ละสถานีโทรทัศน์สามารถขายได้ถูกจำกัดด้วยหลักเกณฑ์ที่ถูกกำหนดโดยกรมประชาสัมพันธ์ จึงอาจทำให้แต่ละสถานีโทรทัศน์กำหนดผังรายการ โดยจัดสรรเวลาให้กับประเภทรายการที่คาดว่าจะมีผู้รับชมมาก มากกว่าประเภทรายการที่คาดว่าจะมีผู้รับชมน้อย ซึ่งอาจทำให้การจัดสรรเวลาของรายการที่วัดความหลากหลายของประเภทรายการที่วัด และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมทุกกลุ่ม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม เป็นเครื่องมือที่นิยมนำมาใช้ในการศึกษาลักษณะของโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยพบว่าม้งานวิจัยที่นำวิธีการดังกล่าวมาใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิเช่น

ลิขิต สัตีระกานนท์ (2544) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีชั้นปลายในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด และการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีชั้นปลายในประเทศไทย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุกตัว และกำไรของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีชั้นปลายในประเทศไทย

สำหรับวิธีที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ 1) ใช้ Concentration Ratio, Herfindahl Index (HI) และ Comprehensive Concentration Index (CCI) คำนวณค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม 2) ใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตำแหน่งของ Spearman (Spearman's rank Correlation Coefficient) อธิบายความสัมพันธ์ของค่าดัชนีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมที่คำนวณได้ในแต่ละวิธีว่ามีการกระจุกตัวไปในทิศทางใด มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด และดูความเที่ยงตรงของค่าดัชนีดังกล่าว 3) ใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุกตัว กับกำไรของอุตสาหกรรม

ผลการศึกษาพบว่าค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมมีการปรับตัวลดลง แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวน้อยลงหรือมีการแข่งขันมากขึ้น การวัดอิทธิพลของผู้นำตลาดด้วยดัชนี CCI พบว่ามีการปรับตัวลดลง แต่เมื่อทำการเปรียบเทียบกับค่าการกระจุกตัวในช่วงเดียวกัน ค่า CCI มีการเปลี่ยนแปลงน้อยกว่าค่าการกระจุกตัว แสดงว่าผู้นำตลาดยังคงมีอิทธิพลในการชี้นำตลาดได้ ค่าการกระจุกตัวที่คำนวณได้จากทั้ง 3 วิธี มีความสัมพันธ์และเที่ยงตรงกันอย่างมี

นัยสำคัญ และค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขึ้นปลายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับกำไรของธุรกิจ

รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น (2543) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างตลาด การแข่งขัน และกลยุทธ์ของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อศึกษารูปแบบ และการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจ โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขัน ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด และกลยุทธ์อื่นของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดย 1) ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาศึกษาภาพรวม ประวัติการเติบโต และการเข้ามาประกอบธุรกิจของกลุ่มแข่งขันในตลาด 2) ใช้สัดส่วนการครองส่วนแบ่งตลาด และการวัดการกระจุกตัวด้วย Herfindahl Index ศึกษาโครงสร้างตลาด และวิเคราะห์รูปแบบการแข่งขันโดยใช้ราคาและไม่ใช้ราคาศึกษาพฤติกรรมการแข่งขัน 3) ใช้การวิเคราะห์ SWOT วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจในส่วนของผู้นำทางการตลาดของธุรกิจโรงภาพยนตร์

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีการกระจุกตัวมากหรือระดับการแข่งขันต่ำ โครงสร้างตลาดมีลักษณะเป็นผู้นำน้อยราย มีผู้ประกอบการเพียง 2 รายที่เป็นผู้นำทางการตลาดและมีอำนาจทางการตลาดร่วมกันสูงสุด สาเหตุสำคัญที่ทำให้มีโครงสร้างตลาดดังกล่าวคือ การมีอุปสรรคของการเข้ามาแข่งขันของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ โดยเฉพาะการใช้เงินทุนที่สูง ธุรกิจโรงภาพยนตร์นี้มีความขึ้นต่อกัน โดยคู่แข่งในตลาดจะมีปฏิกิริยาตอบโต้กลยุทธ์ของกลุ่มที่นำออกมาใช้ ในด้านพฤติกรรมการแข่งขันไม่ค่อยมีพฤติกรรมการแข่งขันแบบใช้ราคา เนื่องจากราคาบัตรชมภาพยนตร์ของผู้ประกอบการรายต่างๆ ใกล้เคียงกัน จึงใช้พฤติกรรมการแข่งขันแบบไม่ใช้ราคา เช่น ทำเลที่ตั้ง คุณภาพของโรงภาพยนตร์ ความหลากหลายด้านบันเทิง เป็นต้น

โชคชัย สีสลักพันธุ์ (2545) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ และพฤติกรรมผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดย 1) วัดค่าการกระจุกตัวเพียงบางส่วน (Partial Concentration Ratio) และดัชนีเฮอฟินดัล ด้วยตัวแปรรายได้ และส่วนแบ่งทางการตลาด ประกอบกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนาในลักษณะของความสามารถในการทดแทนกันของสินค้า การกีดกันการเข้าสู่ตลาด การรวมกลุ่มของหน่วยผลิต เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างตลาด และศึกษาความสัมพันธ์กันของผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรม 2) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ประกอบการ ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของหน่วยผลิตว่ามีลักษณะสอดคล้องกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์หรือไม่ อย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์มีโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบผู้นำน้อยราย อำนาจทางการตลาดกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ขายรายใหญ่สูง สินค้ามีลักษณะทดแทนกันได้สูง ก่อให้เกิดพฤติกรรมการแข่งขันทั้งด้านราคา และไม่ใช้ราคาจากผู้ขายสูงซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีเกมส์ ในขณะที่ผู้ผลิตบางรายมีข้อจำกัดทางกฎหมายในการผลิตสินค้าประเภท

ที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ราคาสินค้าที่ตลาดต้องการมีราคาสูง และสินค้าในช่วงเวลาออกอากาศที่ตรงกันราคามีความแตกต่างกันมาก การกีดกันการเข้าสู่ตลาดมีสูงมากโดยเฉพาะความได้เปรียบทางด้านต้นทุนสัมปทาน และเงื่อนไขทางกฎหมาย การรวมกลุ่มในแนวตั้งของผู้ผลิตก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต

กนก สุวรรณรัตน์ (2545) ได้ทำการศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย กรณี สำนักงานสอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2544 เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขัน ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ที่ใช้ในการแข่งขัน โดย 1) ใช้ดัชนีวัดการกระจุกตัวคือ Concentration Ratio และ Herfindahl Index ด้วยตัวแปร รายได้จากการสอบบัญชี เป็นตัวแปรที่ใช้วัดระดับการกระจุกตัว และจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่สำนักงานสอบบัญชีตรวจสอบ เป็นตัวแปรที่ใช้เป็นตัวแทนของส่วนแบ่งตลาดเพื่อนำผลที่ได้รับจากทั้ง 2 ตัวแปรมาเปรียบเทียบกัน ในการศึกษาโครงสร้างตลาด 2) ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงานสอบบัญชี เพื่อให้ทราบนโยบายและกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนการแข่งขันโดยไม่ใช้ราคา ในการศึกษาพฤติกรรมตลาด 3) ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมตลาดประกอบกันในการศึกษา รวมทั้งพิจารณาถึงนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้วยว่าจะมีแนวโน้มกระทบต่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันอย่างไร

ผลการศึกษาจะเน้นที่สำนักงานสอบบัญชีในกลุ่มชั้นนำ 5 อันดับแรกของประเทศไทย พบว่าตลาดมีลักษณะเป็น ตลาดผู้ขายน้อยราย ลักษณะสินค้าเป็นการบริการซึ่งในสายตาของผู้ใช้บริการ อาจแตกต่างกันบ้างในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากความมีชื่อเสียงและความชำนาญในการตรวจสอบ นอกจากนี้พบว่าการใช้การแข่งขันโดยไม่ใช้ราคาเป็นหลัก เพราะต้องการสร้างฐานลูกค้าให้ใช้บริการในระยะยาว อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดคือมีความได้เปรียบในด้านบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถโดยเฉพาะในระดับของหุ้นส่วนกิจการที่สามารถลงนามรับรองงบการเงิน และมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่ต้องเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ในอนาคตภาครัฐมีนโยบายการเปิดเสรีการค้าบริการ ซึ่งนโยบายดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดในลักษณะที่ส่งเสริมให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นทั้งในด้านของราคาและคุณภาพของการให้บริการ

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดสัดส่วนของรายการทีวี พบบางงานวิจัยที่ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือมีอิทธิพลต่อการเลือกบรรจุรายการทีวีประเภทต่างๆ ดังนี้

ชาลิสา มากแผ่นทอง (2544) ได้ทำการศึกษาการวางผังรายการโทรทัศน์ : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ในประเทศไทย เพื่อศึกษากลยุทธ์การวางผังรายการของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยว่ามีลักษณะอย่างไร และศึกษาว่ามีปัจจัยใดเกี่ยวข้อง หรือมีอิทธิพลต่อการวางผัง

รายการ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรฝ่ายรายการของ สถานีโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับงานวางแผนรายการ รวมถึงบุคลากรของบริษัทผู้ผลิตรายการป้อน สถานีโทรทัศน์ และบริษัทโฆษณา การสังเกตการณ์ การสังเคราะห์เอกสารจากผังรายการโทรทัศน์ เดือนมกราคม พ.ศ. 2542 – พฤษภาคม พ.ศ. 2543 รวมถึงบทสัมภาษณ์ บทวิเคราะห์ และ บทความที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนรายการ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนรายการโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายองค์กรมีผลต่อการกำหนดผังรายการในวงกว้าง นโยบายการจัดการมีผลต่อการเลือกกลุ่มเป้าหมาย การปรับปรุงรายการ และการปรับผังรายการในเชิงตอบโต้กับสถานีโทรทัศน์คู่แข่งเพื่อช่วงชิงความเป็นหนึ่ง และระบบเทคโนโลยีมีผลต่อการสร้างความมั่นคงทางการตลาดเนื่องจากความสามารถในการแพร่ภาพได้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่จะได้เปรียบสถานีโทรทัศน์แห่งอื่น 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพการแข่งขัน ตัวเลขวัดระดับความนิยมในรายการ บริษัทตัวแทนโฆษณา แรงบีบบังคับทางการเมือง และกลุ่มมวลชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการวางแผนรายการไม่เท่ากันโดยสภาพการแข่งขัน ตัวเลขวัดระดับความนิยมในรายการ และบริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญลำดับต้น ส่วนปัจจัยแรงบีบบังคับทางการเมืองเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบในบางโอกาส และปัจจัยกลุ่มมวลชนเป็นปัจจัยที่เกือบจะไม่มีน้ำหนักใดๆ ทั้งนี้ เพราะตลาดโทรทัศน์ไทยยังอิงกับการทำธุรกิจค้ากำไรอย่างมาก ขณะที่ภาวะการตอบโต้เรียกร้องของผู้ชมมีต่ำมาก จากอดีตจนถึงปัจจุบันภาคประชาชนแทบจะไม่เคยเรียกร้องหรือแสดงความต้องการของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม 3) ปัจจัยองค์ประกอบ ได้แก่ ช่วงเวลา เพศ ประเภทรายการ และวันออกอากาศ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันแนวโน้มการรับชมรายการโทรทัศน์

รัช เสือโต (2546) ได้ทำการศึกษาการจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดผังและปรับผังรายการของ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน 2546 ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือมีอิทธิพลต่อการจัดผังและปรับผังรายการ และปัญหาและอุปสรรคของการจัดผังและปรับผังรายการ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสารจากผังรายการโทรทัศน์ของ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.และงานวิจัยของ อ.ส.ม.ท. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากผู้บริหาร อ.ส.ม.ท. และผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการปรับผังรายการ

ผลการศึกษาในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือมีอิทธิพลต่อการจัดผัง และปรับผังรายการ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์ ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของสถานีฯ การบริหารจัดการภายใน ความเป็นมืออาชีพ และระบบอุปถัมภ์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารสถานีฯ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 1) นโยบายรัฐบาลเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดผังและปรับผังรายการมากที่สุดซึ่งสถานีฯ ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด 2) ผู้ชมรายการเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการกำหนดกลยุทธ์การจัดผังและปรับผังรายการ 3) คู่แข่งขันเป็นปัจจัยที่สถานีฯ จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับรายการกับคู่แข่งขันในช่วงเวลา

เดียวกัน เพื่อให้รายการได้รับความนิยมเหนือกว่าคู่แข่ง และ 4) ผู้ผลิตรายการเป็นปัจจัยที่สถานีฯ ต้องคำนึงถึงเพราะการผลิตรายการที่ไม่มีคุณภาพ ไม่ได้รับความนิยม ไม่เป็นไปตามกฎระเบียบของสถานีฯ จะทำให้ขาดการสร้างสรรครายการได้ทันกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์ คือ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย 1) โครงสร้างการบริหารและสายการบังคับบัญชาหลายชั้นทำให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และขาดการกระจายอำนาจในการบริหารให้ทันกับสถานการณ์ และคู่แข่งชั้น และ 2) กฎ ระเบียบที่สถานีฯ จะต้องปฏิบัติตามเนื่องจากสถานีฯ เป็นหน่วยงานของรัฐ จึงไม่มีความคล่องตัวเช่นสถานีฯ ที่บริหารโดยเอกชน ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย 1) กฎหมาย และระเบียบที่ว่าด้วยการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่ทุกสถานีฯ ต้องปฏิบัติตาม 2) องค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม และดูแลด้านสิทธิ และการคุ้มครองผู้บริโภค และ 3) การที่สถานีฯ ต้องตอบสนอง และสนับสนุน นโยบายของรัฐทำให้มีปัญหามต้องปรับผังรายการกระทันหันบ่อยครั้ง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากร

ประชากรที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีที่มีอยู่ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 5 สถานี ประกอบด้วย

1. บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3
2. บริษัท อาร์ทีเอ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5
3. บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด : สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7
4. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) : โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9)
5. บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) : สถานีโทรทัศน์ไอทีวี หรือ สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี

ทั้งนี้ไม่รวมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งเป็นสถานีที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของภาครัฐ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลแบบทุติยภูมิ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2550 โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเผยแพร่ และเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง และจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. รวบรวมข้อมูลยอดขาย (รายได้รวม) จากงบการเงินประจำปีของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีในประเทศไทย จำนวน 5 สถานี แล้วนำมาสร้างตารางข้อมูลต่างๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่จะนำไปใช้ในการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. รวบรวมข้อมูลเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท จากผังรายการทีวีประจำเดือน ในแต่ละเดือนของช่วงปีที่ทำการศึกษา แล้วนำมาสร้างตารางข้อมูลต่างๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่จะนำไปใช้ในการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย นำข้อมูลยอดขาย (รายได้รวม) ของแต่ละสถานี มาทำการคำนวณอัตราส่วนวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ด้วยวิธีดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล ซึ่งมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$H = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

โดยที่

$$P_i = Q_i/Q$$

Q_i = ยอดขาย (รายได้รวม) ของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีแต่ละแห่ง

Q = ยอดขาย (รายได้รวม) ของทุกสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวี

n = จำนวนรวมทั้งหมดของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวี

P_i^2 = สัดส่วนของยอดขาย (รายได้รวม) ของสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีแต่ละแห่งยกกำลัง 2

เมื่อคำนวณข้อมูลยอดขาย (รายได้รวม) ของแต่ละสถานี ตามสูตรการคำนวณข้างต้น แล้วจะได้ค่าการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวี โดยสามารถแปลผลค่าการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวี เพื่อบอกลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีได้ดังนี้

1. ค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าเท่ากับ 0.01 แสดงว่ามีหน่วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก ในอุตสาหกรรม เป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์
2. ค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าน้อยกว่า 0.1 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวต่ำ
3. ค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าตั้งแต่ 0.1 ถึง 0.18 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวปานกลาง
4. ค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่ามากกว่า 0.18 แสดงว่าอุตสาหกรรมมีการกระจุกตัวสูง
5. ค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล มีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่ามีหน่วยธุรกิจรายเดียวในอุตสาหกรรม เป็นตลาดผูกขาด

ในการศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย นำข้อมูลเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภทที่ได้จากผังรายการประจำเดือนทั้ง 12 เดือนในแต่ละปี มาทำการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภท ในแต่ละช่วงเวลา โดย

1. รวมเวลาที่ออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา เป็นช่วงเวลา Prime Time (18.01 น. ถึง 23.00 น.) และช่วงเวลา Non-Prime Time (05.01 น. ถึง 18.00 น. และ 23.01 น. ถึง 24.00 น.) ของแต่ละสถานีตามผังรายการประจำเดือน
2. รวมเวลาที่ออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา ประจำเดือน ในแต่ละเดือน ให้ได้เวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ แบ่งตามช่วงเวลา ประจำปี

3. นำเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา ประจำปี มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา เป็นจำนวนนาฬิกาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลาเฉลี่ยต่อวัน

4. นำค่าเฉลี่ยเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลาต่อวัน มาคำนวณหาค่าร้อยละของรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา เทียบกับเวลาออกอากาศรวมในแต่ละช่วงเวลา ประจำปี

5. นำค่าเฉลี่ยเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลา ประจำปี ของแต่ละสถานี มาคำนวณหาค่าร้อยละของรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลาของแต่ละสถานี เทียบกับเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภท แบ่งตามช่วงเวลารวมทุกสถานี

จากนั้นทำการอธิบายการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย จากค่าร้อยละ ที่คำนวณได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์การกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย โดยใช้ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล
2. การวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ ตามช่วงเวลาที่ออกอากาศ โดยการคำนวณค่าเฉลี่ยเวลาออกอากาศต่อวัน ค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรวมต่อวัน และค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรายการแต่ละประเภทต่อวัน

1. ผลการวิเคราะห์การกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ในการวิเคราะห์ลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ได้ใช้ข้อมูลรายได้รวมของสถานีโทรทัศน์ที่ประกอบธุรกิจฟรีทีวีจำนวน 5 สถานี (ไม่รวมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11) โดยข้อมูลรายได้รวมที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ข้อมูลรายได้รวมประจำปี 2549 – 2550 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (Herfindahl Index)

ผลการวิเคราะห์ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (H) ตามตาราง 2 พบว่าค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (H) ในปี 2549 – 2550 มีค่าเท่ากับ 0.28 และ 0.32 ตามลำดับ แสดงว่าธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยมีการกระจุกตัวสูง และมีแนวโน้มการกระจุกตัวที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อสถานีโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่งมีส่วนแบ่งรายได้ลดลง เนื่องจากมีผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีเพียงไม่กี่ราย โดยรายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจฟรีทีวีจะกระจุกตัวอยู่ที่สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ทั้ง 2 ปีที่ทำการศึกษา

ตาราง 2 การคำนวณค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדาล์ (H) ของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

สถานีโทรทัศน์	ปี 2549		ปี 2550	
	รายได้รวม (บาท)	สัดส่วนของ รายได้รวมแต่ละ สถานีต่อรายได้ รวมทุกสถานี ยกกำลัง 2	รายได้รวม (บาท)	สัดส่วนของ รายได้รวมแต่ละ สถานีต่อรายได้ รวมทุกสถานี ยกกำลัง 2
สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3	2,662,704,274.00	0.0333	4,440,232,820.00	0.0957
สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5	65,418,548.00	0.0000	60,058,535.00	0.0000
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7	5,580,233,033.36	0.1462	5,708,910,598.91	0.1582
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ช่อง 9	4,142,721,700.00	0.0806	3,796,737,801.00	0.0700
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี	2,145,416,622.00	0.0216	349,478,114.00	0.0006
รายได้รวมของทุกสถานี	14,596,494,177.36		14,355,417,868.91	
ค่าดัชนีเฮอร์ฟิנדาล์ (H)		0.2817		0.3245

ที่มา: จากการคำนวณ

เมื่อดูจากโครงสร้างรายได้ของธุรกิจฟรีทีวีในปี 2549 – 2550 ตามตาราง 3 พบว่ารายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจฟรีทีวีมาจากการให้เช่าเวลาและโฆษณามากที่สุด โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณามากที่สุดทั้ง 2 ปี รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เคยมีส่วนแบ่งรายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณาเป็นลำดับที่ 3 และ 4 ในปี 2549 แต่ในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี มีส่วนแบ่งรายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณาลดลง ไปเป็นลำดับที่ 4 สำหรับสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณาน้อยที่สุดทั้ง 2 ปี

รายได้ของธุรกิจฟรีทีวีที่รองลงมาก็คือ รายได้จากเงินปันผล โดยสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้จากเงินปันผลมากที่สุด ทั้ง 2 ปี รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สำหรับสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี ไม่มีรายได้จากเงินปันผล

ลำดับที่ 3 คือ รายได้จากการให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่นๆ โดยสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้ประเภทนี้มากที่สุด ทั้ง 2 ปี รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีตามลำดับ สำหรับสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ไม่มีรายได้ประเภท

นอกจากรายได้ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วรายได้ของธุรกิจฟรีทีวียังประกอบด้วย รายได้อื่น เช่น ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน กำไรจากการขายทรัพย์สิน รายได้อื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ซึ่ง บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการ ยังมีรายได้จากบริการวิทยุ และรายได้จากการร่วมดำเนินการ เนื่องจากเป็นเจ้าของสัมปทานคลื่นความถี่สถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์

ตาราง 3 โครงสร้างรายได้ของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ประเภทรายได้	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3				สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5				สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7			
	ปี 2549		ปี 2550		ปี 2549		ปี 2550		ปี 2549		ปี 2550	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณา	481.03	18.07	520.87	11.73	51.16	78.20	51.99	86.56	4,886.05	87.56	4,959.81	86.88
รายได้ให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่น	782.90	29.40	1,044.47	23.52	-	-	-	-	106.08	1.90	97.50	1.71
รายได้เงินปันผล	1,326.34	49.81	2,809.63	63.28	-	-	-	-	455.94	8.17	565.00	9.89
รายได้อื่น	72.44	2.72	65.27	1.47	14.26	21.80	8.07	13.44	132.17	2.37	86.60	1.52
รายได้จากบริการทางวิทยุ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้จากการร่วมดำเนินการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้	2,662.71	100.00	4,440.24	100.00	65.42	100.00	60.06	100.00	5,580.24	100.00	5,708.91	100.00

ประเภทรายได้	สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ช่อง 9				สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี				รวมทุกสถานี			
	ปี 2549		ปี 2550		ปี 2549		ปี 2550		ปี 2549		ปี 2550	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้ให้เช่าเวลาและโฆษณา	2,141.84	51.70	1,891.38	49.82	2,090.76	97.45	287.61	82.29	9,650.83	66.12	7,711.66	53.72
รายได้ให้ใช้ลิขสิทธิ์และบริการอื่น	-	-	-	-	1.25	0.06	2.93	0.84	890.23	6.10	1,144.89	7.97
รายได้เงินปันผล	-	-	-	-	-	-	-	-	1,782.28	12.21	3,374.63	23.51
รายได้อื่น	531.16	12.82	333.26	8.78	53.41	2.49	58.95	16.87	803.43	5.50	552.14	3.85
รายได้จากบริการทางวิทยุ	798.47	19.28	841.52	22.16	-	-	-	-	798.47	5.47	841.52	5.86
รายได้จากการร่วมดำเนินการ	671.26	16.20	730.58	19.24	-	-	-	-	671.26	4.60	730.58	5.09
รวมรายได้	4,142.73	100.00	3,796.74	100.00	2,145.42	100.00	349.49	100.00	14,596.50	100.00	14,355.42	100.00

ที่มา: งบการเงินของบริษัทที่ประกอบธุรกิจฟรีทีวี. (2549 - 2550).

2. ผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ ตามช่วงเวลาที่ออกอากาศ

การวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ ตามช่วงเวลาที่ออกอากาศ ใช้ข้อมูลเวลาออกอากาศรายการทีวีจากผังรายการประจำเดือน จำนวน 12 เดือน ในปี 2549 - 2550 ของสถานีโทรทัศน์ที่ประกอบธุรกิจฟรีทีวี จำนวน 5 สถานี (ไม่รวมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11) มาคำนวณหาเวลาออกอากาศแยกตามประเภทรายการถัวเฉลี่ยต่อวัน ค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรวมต่อวัน และค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรายการแต่ละประเภทต่อวัน โดยแบ่งตามช่วงเวลาออกอากาศดังนี้ ช่วงเวลา Prime Time (18.01 น. – 23.00 น.) และช่วงเวลา Non-Prime Time (5.01 น. – 18.00 น. และ 23.01 – 24.00 น.)

ผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ แบ่งตามช่วงเวลาที่ออกอากาศ ตามตาราง 4 - 9 ได้ดังนี้

1. ช่วงเวลา Prime Time

ธุรกิจฟรีทีวีในภาพรวมทุกสถานีโทรทัศน์ มีเวลาออกอากาศในช่วง Prime Time รวมกันทุกสถานี จำนวน 1,500 นาทีต่อวัน ในปี 2549 และปี 2550 มีการจัดสรรเวลาให้กับประเภทรายการทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันได้แก่ รายการละคร รายการข่าว และรายการวาไรตี้และเกมโชว์ มากกว่าประเภทรายการทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างน้อยอันได้แก่ รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา ซึ่งรายการที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากมีเวลาออกอากาศรวมกันถึงร้อยละ 77.38 ในปี 2549 และร้อยละ 74.96 ในปี 2550 โดยในปี 2549 มีการออกอากาศรายการละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.80 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รองลงมาคือรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 23.84 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 18.74 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 6.68 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time และรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 2.26 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ตามลำดับ ซึ่งในปี 2550 มีการเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาออกอากาศรายการทีวี โดยมีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.69 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time มีเวลาออกอากาศเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 5.86 รองลงมาคือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 28.47 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 6.33 ลำดับที่ 3 คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 16.80 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.94 ลำดับที่ 4 คือ รายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 8.75 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.07 ลำดับสุดท้ายคือ รายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 1.69 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.57 สำหรับรายการศาสนาไม่พบว่ามีออกอากาศรายการประเภทนี้ในช่วงเวลา Prime Time ทั้ง 2 ปี

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทรายการทีวี รายการละคร ในปี 2549 - 2550 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการละครมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการละครรวมกัน ในปี 2549 - 2550 คิดเป็นร้อยละ 71.46 และร้อยละ 81.00 ของเวลาออกอากาศรายการละครรวมทุกสถานี

รายการข่าว ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี และในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมกัน ในปี 2549 - 2550 คิดเป็นร้อยละ 54.94 และร้อยละ 61.10 ของเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมทุกสถานี

รายการวไรตี้และเกมโชว์ ในปี 2549 - 2550 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์มากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รวมกัน ในปี 2549 - 2550 คิดเป็นร้อยละ 70.87 และร้อยละ 60.49 ของเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รวมทุกสถานี

รายการสารคดี ในปี 2549 - 2550 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการสารคดีมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการสารคดีรวมกัน ในปี 2549 - 2550 คิดเป็นร้อยละ 86.99 และร้อยละ 78.99 ของเวลาออกอากาศรายการสารคดีรวมทุกสถานี

รายการเด็ก ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการเด็กมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 89.47 ของเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมทุกสถานี แต่ในปี 2550 มีการเปลี่ยนแปลงโดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการเด็กมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ซึ่งในปี 2549 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ไม่มีการออกอากาศรายการเด็กในช่วง Prime Time และในปี 2550 ทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 99.06 ของเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมทุกสถานี ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ซึ่งเคยเป็นสถานีที่ออกอากาศรายการเด็กมากที่สุดในปี 2549 กลับไม่มีการออกอากาศรายการเด็ก ในปี 2550

เมื่อพิจารณาแยกตามแต่ละสถานีโทรทัศน์ แต่ละสถานีมีเวลาออกอากาศในช่วง Prime Time สถานีละ 300 นาทีต่อวัน โดย

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ในปี 2549 - 2550 มีการออกอากาศรายการละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.69 ในปี 2549 และร้อยละ 47.92 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 7.78 รองลงมาคือรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 19.86 ในปี 2549 และร้อยละ 13.57 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 6.29 ลำดับที่ 3 คือรายการวไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 5.79 ในปี 2549 และร้อยละ 9.03 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 3.24 ทั้งนี้ในปี 2550 มีการออกอากาศ

รายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 3.57 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ซึ่งไม่มีการออกอากาศรายการเด็ก สำหรับรายการสารคดี และรายการศาสนา ไม่พบว่ามีรายการออกอากาศรายการประเภทนี้ทั้ง 2 ปี

สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปี 2549 - 2550 มีการออกอากาศรายการวาไรตี้และเกมโชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.80 ในปี 2549 และร้อยละ 31.31 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 11.49 รองลงมาคือรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 18.87 ในปี 2549 และร้อยละ 29.29 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 10.42 ลำดับที่ 3 คือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 13.69 ในปี 2549 และร้อยละ 13.10 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.59 ลำดับที่ 4 คือรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 6.49 ในปี 2549 และร้อยละ 12.95 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 6.46 และลำดับสุดท้ายคือรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 1.19 ในปี 2549 และร้อยละ 0.08 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.11 สำหรับรายการศาสนา ไม่พบว่ามีรายการออกอากาศรายการประเภทนี้ทั้ง 2 ปี

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ในปี 2549 - 2550 มีการออกอากาศรายการละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.65 ในปี 2549 และร้อยละ 67.36 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.29 รองลงมาคือรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 14.98 ในปี 2549 และร้อยละ 14.90 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.08 ลำดับที่ 3 คือรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 4.35 ในปี 2549 และร้อยละ 4.82 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.47 ลำดับที่ 4 คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 3.17 ในปี 2549 และร้อยละ 4.82 ในปี 2550 เท่ากับรายการเด็ก โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.65 ลำดับสุดท้ายคือรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 2.16 ในปี 2549 และร้อยละ 1.67 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.49 สำหรับรายการศาสนา ไม่พบว่ามีรายการออกอากาศรายการประเภทนี้ทั้ง 2 ปี

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ในปี 2549 - 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 ในปี 2549 และร้อยละ 38.27 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 4.94 รองลงมาคือรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 22.56 ในปี 2549 และร้อยละ 21.61 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.95 ลำดับที่ 3 คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 18.33 ในปี 2549 และร้อยละ 19.35 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.02 ลำดับที่ 4 คือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 5.95 ในปี 2549 และร้อยละ 5.71 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.24 ลำดับสุดท้ายคือรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 5.77 ในปี 2549 แต่ในปี 2550 ไม่มีการออกอากาศรายการเด็ก สำหรับรายการศาสนา ไม่พบว่ามีรายการออกอากาศรายการประเภทนี้ทั้ง 2 ปี

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี ในปี 2549 - 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.14 ในปี 2549 และร้อยละ 52.44 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 20.30 สำหรับรายการละคร ในปี 2549 มีการออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 30.01 เป็นลำดับที่ 2 ของเวลาออกอากาศช่วง Prime Time ในปี 2549 แต่ในปี 2550 ได้ลดเวลาออกอากาศลงจากปี 2549 ถึงร้อยละ 21.77 เหลือเวลาออกอากาศเพียงร้อยละ 8.24 เปลี่ยนเป็นลำดับที่ 3 ของเวลาออกอากาศช่วง Prime Time ในปี 2550 รายการวาไรตี้และเกมโชว์มีเวลาออกอากาศ ในปี 2549

เป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 23.60 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 19.52 ถึงแม้ว่าเวลาออกอากาศจะลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 4.08 ลำดับสุดท้ายคือรายการสารคดีมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 2.18 ในปี 2549 และร้อยละ 7.52 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 5.34 สำหรับรายการเด็ก และรายการศาสนา ไม่พบว่ามีการออกอากาศรายการประเภทนี้ ทั้ง 2 ปี

ตาราง 4 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time ปี 2549

ประเภทรายการ	การจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Prime Time ถัวเฉลี่ยต่อวัน ปี 2549																	
	ช่อง 3			ช่อง 5			ช่อง 7			ช่อง 9			ไอทีวี/ทีไอทีวี			รวมทุกสถานี		
	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²
ละคร	167.08	55.69	32.01	41.07	13.69	7.87	205.95	68.65	39.45	17.86	5.95	3.42	90.04	30.01	17.25	522.00	34.80	100.00
ข่าว	59.58	19.86	16.66	56.61	18.87	15.83	44.94	14.98	12.57	100.00	33.33	27.97	96.43	32.14	26.97	357.56	23.84	100.00
วาไรตี้และเกมโชว์	17.38	5.79	6.18	128.39	42.80	45.68	9.52	3.17	3.39	55.00	18.33	19.57	70.80	23.60	25.19	281.10	18.74	100.00
สารคดี	0.00	0.00	0.00	19.46	6.49	19.43	6.49	2.16	6.48	67.68	22.56	67.56	6.55	2.18	6.54	100.18	6.68	100.00
เด็ก	0.00	0.00	0.00	3.57	1.19	10.53	13.04	4.35	38.42	17.32	5.77	51.05	0.00	0.00	0.00	33.93	2.26	100.00
ศาสนา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
อื่นๆ	55.95	18.65	27.26	50.89	16.96	24.80	20.06	6.69	9.77	42.14	14.05	20.53	36.19	12.06	17.63	205.24	13.68	100.00
รวมต่อวัน	300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		1,500.00	100.00	

ร้อยละ¹ คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทเทียบกับเวลาออกอากาศรวมต่อวัน

ร้อยละ² คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทของแต่ละสถานีเทียบกับเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

ที่มา: การคำนวณ

ตาราง 5 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time ปี 2550

ประเภทรายการ	การจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Prime Time ถัวเฉลี่ยต่อวัน ปี 2550																	
	ช่อง 3			ช่อง 5			ช่อง 7			ช่อง 9			ไอทีวี/ทีไอทีวี			รวมทุกสถานี		
	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²
ละคร	143.75	47.92	33.67	39.29	13.10	9.20	202.08	67.36	47.33	17.14	5.71	4.01	24.71	8.24	5.79	426.98	28.47	100.00
ข่าว	40.71	13.57	9.14	87.86	29.29	19.72	44.70	14.90	10.04	114.82	38.27	25.78	157.32	52.44	35.32	445.42	29.69	100.00
วาไรตี้และเกมโชว์	27.08	9.03	10.74	93.93	31.31	37.26	14.46	4.82	5.74	58.04	19.35	23.02	58.55	19.52	23.23	252.06	16.80	100.00
สารคดี	0.00	0.00	0.00	38.85	12.95	29.60	5.00	1.67	3.81	64.82	21.61	49.39	22.57	7.52	17.20	131.24	8.75	100.00
เด็ก	10.71	3.57	42.15	0.24	0.08	0.94	14.46	4.82	56.91	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	25.42	1.69	100.00
ศาสนา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
อื่นๆ	77.74	25.91	35.51	39.85	13.28	18.20	19.29	6.43	8.81	45.18	15.06	20.64	36.85	12.28	16.83	218.89	14.59	100.00
รวมต่อวัน	300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		300.00	100.00		1,500.00	100.00	

ร้อยละ¹ คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทเทียบกับเวลาออกอากาศรวมต่อวัน

ร้อยละ² คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทของแต่ละสถานีเทียบกับเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

ที่มา: การคำนวณ

ตาราง 6 การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time

ประเภทรายการ	การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Prime Time											
	ช่อง 3		ช่อง 5		ช่อง 7		ช่อง 9		ไอทีวี/ทีไอทีวี		รวมทุกสถานี	
	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ
ละคร	-23.33	-7.78	-1.79	-0.59	-3.87	-1.29	-0.71	-0.24	-65.32	-21.77	-95.02	-6.33
ข่าว	-18.87	-6.29	31.25	10.42	-0.24	-0.08	14.82	4.94	60.89	20.30	87.86	5.86
วาไรตี้และเกมโชว์	9.70	3.24	-34.46	-11.49	4.94	1.65	3.04	1.02	-12.25	-4.08	-29.04	-1.94
สารคดี	0.00	0.00	19.38	6.46	-1.49	-0.49	-2.86	-0.95	16.02	5.34	31.06	2.07
เด็ก	10.71	3.57	-3.33	-1.11	1.43	0.47	-17.32	-5.77	0.00	0.00	-8.51	-0.57
ศาสนา	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อื่นๆ	21.79	7.26	-11.05	-3.68	-0.77	-0.26	3.04	1.01	0.65	0.22	13.65	0.91

ที่มา: การคำนวณ

2. ช่วงเวลา Non-Prime Time

ธุรกิจฟรีทีวีในภาพรวมของทุกสถานีโทรทัศน์ มีเวลาออกอากาศในช่วง Non-Prime Time รวมกันทุกสถานี จำนวน 4,200 นาทีต่อวัน ในปี 2549 และปี 2550 มีการจัดสรรเวลาออกอากาศให้กับรายการทีวีแต่ละประเภทใกล้เคียงกันทั้ง 2 ปี ซึ่งมีเพียงประเภทรายการข่าวที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการประเภทอื่นค่อนข้างมาก สำหรับรายการประเภทอื่นๆ ได้รับจัดสรรเวลาออกอากาศไม่ต่างกันมากนัก และรายการทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันดับได้แก่ รายการละคร รายการวาไรตี้และเกมโชว์ ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างน้อยอันดับได้แก่ รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา โดยมีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.95 ในปี 2549 และร้อยละ 28.69 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.26 รองลงมาคือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 10.96 ในปี 2549 และร้อยละ 9.48 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.48 ลำดับที่ 3 คือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 7.78 ในปี 2549 และร้อยละ 7.47 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.31 ลำดับที่ 4 คือรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 7.11 ในปี 2549 และร้อยละ 6.34 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.77 ลำดับที่ 5 คือรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 4.48 ในปี 2549 และร้อยละ 5.91 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.43 และลำดับสุดท้ายรายการศาสนามีการจัดสรรเวลาออกอากาศให้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.64 ในปี 2549 และร้อยละ 0.49 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.15

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทรายการทีวี รายการละคร ในปี 2549 และปี 2550 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการละครมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการละครรวมกัน ในปี 2549 - 2550 คิดเป็นร้อยละ 71.63 และร้อยละ 78.11 ของเวลาออกอากาศรายการละครรวมทุกสถานี

รายการข่าว ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมกันในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 52.77 ของเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมทุกสถานี แต่ในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมกันในปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 46.75 ของเวลาออกอากาศรายการข่าวรวมทุกสถานี โดยสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ซึ่งเคยเป็นสถานีที่มีเวลาออกอากาศรายการข่าวมากที่สุดในปี 2549 เปลี่ยนเป็นสถานีที่ออกอากาศรายการข่าวมากเป็นลำดับที่ 3 น้อยกว่าสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ร้อยละ 0.04

รายการวไรตี้และเกมโชว์ ในปี 2549 และปี 2550 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.55 และร้อยละ 26.79 ของเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รวมทุกสถานี ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีเป็นสถานีที่ออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 25.99 ของเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รวมทุกสถานี แต่ในปี 2550 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 21.35 ของเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์ ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีลดเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์ลง ในขณะที่สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เพิ่มเวลาออกอากาศรายการวไรตี้และเกมโชว์มากขึ้น

รายการสารคดี ในปี 2549 และปี 2550 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการสารคดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.57 และร้อยละ 54.24 ของเวลาออกอากาศรายการสารคดีรวมทุกสถานี ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีเป็นสถานีที่ออกอากาศรายการสารคดีรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 22.56 ของเวลาออกอากาศรายการสารคดีรวมทุกสถานี แต่ในปี 2550 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการสารคดีรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 20.49 ของเวลาออกอากาศรายการสารคดีรวมทุกสถานี ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีลดเวลาออกอากาศรายการสารคดีลง ในขณะที่สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เพิ่มเวลาออกอากาศรายการสารคดีมากขึ้น

รายการเด็ก ในปี 2549 และปี 2550 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการเด็กมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 โดยทั้ง 2 สถานีมีเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 67.04 และ 61.83 ของเวลาออกอากาศรายการเด็กรวมทุกสถานี

รายการศาสนา ในปี 2549 และปี 2550 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการศาสนามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.28 และร้อยละ 41.95 ของเวลาออกอากาศ รายการศาสนารวมทุกสถานี ในปี 2549 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีเป็นสถานีที่ออกอากาศรายการศาสนามารองลงมา คิดเป็นร้อยละ 30.53 ของเวลาออกอากาศรายการศาสนามารวมทุกสถานี แต่ในปี 2550 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่ออกอากาศรายการศาสนามารองลงมา คิดเป็นร้อยละ 21.84 ของเวลาออกอากาศรายการศาสนามารวมทุกสถานี ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2550 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีไม่มีการออกอากาศรายการศาสนา

เมื่อพิจารณาแยกตามแต่ละสถานีโทรทัศน์ แต่ละสถานีมีเวลาออกอากาศในช่วง Non-Prime Time สถานีละ 840 นาทีต่อวัน โดย

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด ในปี 2549 และปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 34.50 ในปี 2549 และร้อยละ 39.67 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 5.17 รองลงมาคือรายการวไรตี้และเกมโชว์ ในปี 2549 มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 10.16 และเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 3 ในปี 2550 ซึ่งมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 8.38 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.78 ลำดับที่ 3 คือรายการละคร ในปี 2549 มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 9.52 และเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 2 ในปี 2550 ซึ่งมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 9.61 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.09 ลำดับที่ 4 คือรายการเด็ก มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 2.25 ในปี 2549 และร้อยละ 2.40 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.15 ลำดับที่ 5 คือรายการสารคดี มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 1.52 ในปี 2549 และร้อยละ 1.47 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.05 และลำดับสุดท้ายรายการศาสนา มีเวลาออกอากาศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.09 ในปี 2549 และร้อยละ 0.34 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.25

สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในปี 2549 และปี 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.71 ในปี 2549 และร้อยละ 27.40 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.69 รองลงมาคือรายการวไรตี้และเกมโชว์มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 19.47 ในปี 2549 และร้อยละ 12.70 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 6.77 ลำดับที่ 3 ในปี 2549 คือรายการเด็กมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 5.81 แต่ในปี 2550 รายการเด็กมีเวลาออกอากาศ เปลี่ยนเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 3.34 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 2.47 ลำดับที่ 4 ในปี 2549 คือรายการสารคดีมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 4.44 แต่ในปี 2550 รายการสารคดีมีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 6.05 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.61 ลำดับที่ 5 คือรายการศาสนามีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 1.16 ในปี 2549 และร้อยละ 1.03 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.13 และลำดับสุดท้ายคือรายการละครมีเวลาออกอากาศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.34 ในปี 2549 และร้อยละ 1.03 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.69

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ในปี 2549 และปี 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.53 ในปี 2549 และร้อยละ 23.28 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี

2549 ร้อยละ 3.75 รองลงมาคือรายการละครมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 18.35 ในปี 2549 และร้อยละ 19.56 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.21 ลำดับที่ 3 คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 10.74 ในปี 2549 และร้อยละ 10.12 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.62 ลำดับที่ 4 คือรายการเด็กมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 10.56 ในปี 2549 และร้อยละ 7.73 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 2.83 ลำดับที่ 5 คือรายการสารคดีมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 2.07 ในปี 2549 และร้อยละ 1.69 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.38 และลำดับสุดท้ายรายการศาสนามีเวลาออกอากาศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.51 ในปี 2549 และร้อยละ 0.54 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.03

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ในปี 2549 และปี 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.88 ในปี 2549 และร้อยละ 27.35 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 14.53 รองลงมาในปี 2549 คือรายการเด็กมีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 13.28 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 11.88 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.40 รายการสารคดีมีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 3 ในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 9.30 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 16.01 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 6.71 รายการละครมีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 4 ในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 3.16 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 1.28 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.88 รายการวาไรตี้และเกมโชว์มีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 5 ในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 0.17 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 7.23 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 7.06 และลำดับสุดท้ายทั้งในปี 2549 และปี 2550 คือรายการศาสนามีเวลาออกอากาศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.47 ในปี 2549 และร้อยละ 0.55 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 0.08

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวี ในปี 2549 และปี 2550 มีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.12 ในปี 2549 และร้อยละ 25.77 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.65 รองลงมาคือรายการวาไรตี้และเกมโชว์มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 14.24 ในปี 2549 และร้อยละ 8.99 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 5.25 รายการละครในปี 2549 มีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 7.54 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 5.87 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.67 รายการสารคดีในปี 2549 มีเวลาออกอากาศเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 5.05 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 4.30 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.75 รายการเด็กในปี 2549 มีเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 3.66 แต่ในปี 2550 มีเวลาออกอากาศเปลี่ยนเป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 6.37 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.71 และลำดับสุดท้ายคือรายการศาสนาในปี 2549 มีเวลาออกอากาศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.98 แต่ในปี 2550 ไม่พบว่ามีรายการออกอากาศรายการศาสนา

ตาราง 7 การจัดสรรเวลาของประเภทรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ปี 2549

ประเภทรายการ	การจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ถัวเฉลี่ยต่อวัน ปี 2549																	
	ช่อง 3			ช่อง 5			ช่อง 7			ช่อง 9			ไอทีวี/ทีไอทีวี			รวมทุกสถานี		
	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²
ละคร	80.00	9.52	24.47	2.86	0.34	0.87	154.17	18.35	47.16	26.57	3.16	8.13	63.32	7.54	19.37	326.92	7.78	100.00
ข่าว	289.82	34.50	23.84	215.93	25.71	17.76	164.05	19.53	13.49	351.79	41.88	28.93	194.23	23.12	15.98	1,215.81	28.95	100.00
วาไรตี้และเกมโชว์	85.36	10.16	18.55	163.57	19.47	35.55	90.18	10.74	19.60	1.43	0.17	0.31	119.61	14.24	25.99	460.14	10.96	100.00
สารคดี	12.74	1.52	6.78	37.27	4.44	19.83	17.43	2.07	9.27	78.15	9.30	41.57	42.42	5.05	22.56	188.01	4.48	100.00
เด็ก	18.87	2.25	6.32	48.81	5.81	16.34	88.73	10.56	29.70	111.55	13.28	37.34	30.77	3.66	10.30	298.73	7.11	100.00
ศาสนา	0.71	0.09	2.65	9.76	1.16	36.28	4.29	0.51	15.93	3.93	0.47	14.60	8.21	0.98	30.53	26.90	0.64	100.00
อื่นๆ	352.50	41.96	20.94	361.80	43.07	21.49	321.17	38.23	19.08	266.58	31.74	15.84	381.44	45.41	22.66	1,683.49	40.08	100.00
รวมต่อวัน	840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		4,200.00	100.00	

ร้อยละ¹ คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทเทียบกับเวลาออกอากาศรวมต่อวัน

ร้อยละ² คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทของแต่ละสถานีเทียบกับเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

ที่มา: การคำนวณ

ตาราง 8 การจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ปี 2550

ประเภท	การจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time ถัวเฉลี่ยต่อวัน ปี 2550																	
	ช่อง 3			ช่อง 5			ช่อง 7			ช่อง 9			ไอทีวี/ทีไอทีวี			รวมทุกสถานี		
	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²	นาที	ร้อยละ ¹	ร้อยละ ²
ละคร	80.71	9.61	25.73	8.69	1.03	2.77	164.35	19.56	52.38	10.71	1.28	3.42	49.27	5.87	15.71	313.74	7.47	100.00
ข่าว	333.21	39.67	27.65	230.12	27.40	19.10	195.54	23.28	16.23	229.70	27.35	19.06	216.46	25.77	17.96	1,205.04	28.69	100.00
วาไรตี้และเกมโชว์	70.36	8.38	17.67	106.67	12.70	26.79	85.00	10.12	21.35	60.71	7.23	15.25	75.48	8.99	18.95	398.21	9.48	100.00
สารคดี	12.38	1.47	4.99	50.83	6.05	20.49	14.17	1.69	5.71	134.52	16.01	54.24	36.13	4.30	14.57	248.04	5.91	100.00
เด็ก	20.12	2.40	7.55	28.04	3.34	10.52	64.94	7.73	24.38	99.76	11.88	37.45	53.54	6.37	20.10	266.39	6.34	100.00
ศาสนา	2.86	0.34	13.79	8.69	1.03	41.95	4.52	0.54	21.84	4.64	0.55	22.41	0.00	0.00	0.00	20.71	0.49	100.00
อื่นๆ	320.36	38.14	18.33	406.96	48.45	23.28	311.49	37.08	17.82	299.94	35.71	17.16	409.12	48.70	23.41	1,747.87	41.62	100.00
รวมต่อวัน	840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		840.00	100.00		4,200.00	100.00	

ร้อยละ¹ คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทเทียบกับเวลาออกอากาศรวมต่อวัน

ร้อยละ² คือ ร้อยละของเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทของแต่ละสถานีเทียบกับเวลาออกอากาศของรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

ที่มา: การคำนวณ

ตาราง 9 การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time

ประเภทรายการ	การเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการทีวีในช่วง Non-Prime Time											
	ช่อง 3		ช่อง 5		ช่อง 7		ช่อง 9		ไอทีวี/ทีไอทีวี		รวมทุกสถานี	
	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ	นาที	ร้อยละ
ละคร	0.71	0.09	5.83	0.69	10.18	1.21	-15.86	-1.89	-14.05	-1.67	-13.18	-0.31
ข่าว	43.39	5.17	14.19	1.69	31.49	3.75	-122.08	-14.53	22.24	2.65	-10.77	-0.26
วาไรตี้และเกมโชว์	-15.00	-1.79	-56.90	-6.77	-5.18	-0.62	59.29	7.06	-44.13	-5.25	-61.93	-1.47
สารคดี	-0.36	-0.04	13.56	1.61	-3.26	-0.39	56.37	6.71	-6.29	-0.75	60.02	1.43
เด็ก	1.25	0.15	-20.77	-2.47	-23.79	-2.83	-11.79	-1.40	22.76	2.71	-32.33	-0.77
ศาสนา	2.14	0.26	-1.07	-0.13	0.24	0.03	0.71	0.09	-8.21	-0.98	-6.19	-0.15
อื่นๆ	-32.14	-3.83	45.17	5.38	-9.68	-1.15	33.36	3.97	27.68	3.30	64.38	1.53

ที่มา: การคำนวณ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 5.1 สังเกตความมุ่งหมาย ประโยชน์และขอบเขตในการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการศึกษา
- 5.3 อภิปรายผล
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 สังเกตความมุ่งหมาย ความสำคัญและขอบเขตของการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย นอกจากจะทำให้ทราบลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยแล้ว ยังเพื่อให้ทราบการพิจารณาจัดสรรเวลาให้กับรายการทีวีประเภทต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง ผลจากการศึกษาในแง่ของธุรกิจฟรีทีวี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบายกลยุทธ์ในการแข่งขัน สำหรับในแง่ของหน่วยงานที่ควบคุม และกำกับดูแลสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบาย หรือทิศทางการพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรี และเป็นธรรม รวมถึงการควบคุมดูแลการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของแต่ละสถานีโทรทัศน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค และทำให้การจัดสรรคลื่นความถี่สถานีโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นทรัพยากรสาธารณะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนในประเทศอย่างสูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้โดยใช้ข้อมูลทางการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุน ประจำปี พ.ศ. 2549 – 2550 และผังรายการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2549 – 2550 แบ่งเป็นช่วงเวลา Prime Time (18.01 น. – 23.00 น.) และ Non-Prime Time (05.01 น. – 18.00 น. และ 23.01 น. – 24.00 น.) ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย จำนวน 5 สถานี ทั้งนี้ ไม่รวมสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งเป็นสถานีที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของภาครัฐ (กรมประชาสัมพันธ์)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม โดยนำข้อมูล รายได้รวม ของแต่ละสถานี มาทำการคำนวณอัตราส่วนวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ด้วยวิธี ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล เพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย
2. การวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวี โดยนำเวลาออกอากาศของรายการทีวี ประเภทที่เลือกมาทำการศึกษา แบ่งตามช่วงเวลาออกอากาศดังนี้ ช่วงเวลา Prime Time (18.01 น. – 23.00 น.) และช่วงเวลา Non-Prime Time (5.01 น. – 18.00 น. และ 23.01 – 24.00 น.) มาทำการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเวลาออกอากาศต่อวัน และค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรวมในแต่ละช่วงเวลา และค่าร้อยละของเวลาออกอากาศรายการทีวีแต่ละประเภทรวมทุกสถานี

5.2 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (H) พบว่าค่าดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล (H) ในปี 2549 – 2550 มีค่าเท่ากับ 0.28 และ 0.32 ตามลำดับ แสดงว่าธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยมีการกระจุกตัวสูง และมีแนวโน้มการกระจุกตัวที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อสถานีโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่งมีส่วนแบ่งรายได้ลดลง เนื่องจากมีผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีเพียงไม่กี่ราย โดยรายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจฟรีทีวีจะกระจุกตัวอยู่ที่สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ทั้ง 2 ปีที่ทำการศึกษา

เมื่อดูจากโครงสร้างรายได้ของธุรกิจฟรีทีวีในปี 2549 – 2550 พบว่ารายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจฟรีทีวีมาจากการให้เช่าเวลาและโฆษณามากที่สุด รองลงมาคือ รายได้จากเงินปันผล ลำดับที่ 3 คือ รายได้จากการให้ลิขสิทธิ์และบริการอื่นๆ นอกจากนั้นคือรายได้อื่นๆ ทั้งนี้สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 เป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้ค่าเช่าเวลาและโฆษณาสูงที่สุดทั้ง 2 ปีที่ทำการศึกษา โดยมีส่วนแบ่งรายได้ค่าเช่าเวลาและโฆษณา ร้อยละ 50.62 ของรายได้ค่าเช่าเวลาและโฆษณารวมทุกสถานีในปี 2549 และร้อยละ 64.32 ของรายได้ค่าเช่าเวลาและโฆษณารวมกัน

ทุกสถานีในปี 2549 นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ซึ่ง บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินกิจการ ยังมีรายได้จากบริการวิทยุ และรายได้จากการร่วมดำเนินกิจการ เนื่องจากเป็นเจ้าของสัมปทานคลื่นความถี่สถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ด้วย

5.2.2 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวีแต่ละประเภทรายการ ตามช่วงเวลาออกอากาศ

ผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวี ในช่วงเวลา Prime Time ธุรกิจฟรีทีวีในภาพรวมทุกสถานีโทรทัศน์ มีเวลาออกอากาศในช่วง Prime Time รวมกันทุกสถานี จำนวน 1,500 นาทีต่อวัน ในปี 2549 และปี 2550 มีการจัดสรรเวลาให้กับประเภทรายการทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันดับแรก รายการละคร รายการข่าว และรายการวาไรตี้และเกมโชว์ มากกว่าประเภทรายการทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างน้อยอันดับแรก รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา ซึ่งรายการที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากมีเวลาออกอากาศรวมกันถึงร้อยละ 77.38 ในปี 2549 และร้อยละ 74.96 ในปี 2550 โดยในปี 2549 มีการออกอากาศรายการละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.80 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รองลงมาคือรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 23.84 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 18.74 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time รายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 6.68 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time และรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 2.26 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ตามลำดับ ซึ่งในปี 2550 มีการเปลี่ยนแปลงการจัดสรรเวลาออกอากาศรายการทีวี โดยมีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.69 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time มีเวลาออกอากาศเพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 5.86 รองลงมาคือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 28.47 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 6.33 ลำดับที่ 3 คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 16.80 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.94 ลำดับที่ 4 คือ รายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 8.75 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.07 ลำดับสุดท้ายคือ รายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 1.69 ของเวลาออกอากาศรวมในช่วง Prime Time ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.57 สำหรับรายการศาสนาไม่พบว่ามีรายการออกอากาศประเภทนี้ในช่วงเวลา Prime Time ทั้ง 2 ปี

ผลการวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวี ในช่วงเวลา Non-Prime Time ธุรกิจฟรีทีวีในภาพรวมของทุกสถานีโทรทัศน์ มีเวลาออกอากาศในช่วง Non-Prime Time รวมกันทุกสถานี จำนวน 4,200 นาทีต่อวัน ในปี 2549 และปี 2550 มีการจัดสรรเวลาออกอากาศให้กับรายการทีวีแต่ละประเภทใกล้เคียงกันทั้ง 2 ปี ซึ่งมีเพียงประเภทรายการข่าวที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการประเภทอื่นค่อนข้างมาก สำหรับรายการประเภทอื่นๆ ได้รับจัดสรรเวลาออกอากาศไม่ต่างกันมากนัก และรายการทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันดับแรก รายการละคร รายการวาไรตี้และเกมโชว์ ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการ

ทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างน้อยอันดับแรก รายการสารคดี รายการเด็ก และ รายการศาสนา โดยมีการออกอากาศรายการข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.95 ในปี 2549 และ ร้อยละ 28.69 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.26 รองลงมาคือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ คิดเป็นร้อยละ 10.96 ในปี 2549 และร้อยละ 9.48 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 1.48 ลำดับที่ 3 คือรายการละคร คิดเป็นร้อยละ 7.78 ในปี 2549 และร้อยละ 7.47 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.31 ลำดับที่ 4 คือรายการเด็ก คิดเป็นร้อยละ 7.11 ในปี 2549 และร้อยละ 6.34 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.77 ลำดับที่ 5 คือรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 4.48 ในปี 2549 และร้อยละ 5.91 ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 1.43 และลำดับสุดท้ายรายการศาสนามี การจัดสรรเวลาออกอากาศให้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.64 ในปี 2549 และร้อยละ 0.49 ในปี 2550 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 0.15

5.3 อภิปรายผล

จากการศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ด้วยวิธีดัชนีเฮอร์ฟินดาห์ล พบว่า ธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทยมีลักษณะการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมสูง และมีแนวโน้มการกระจุกตัวที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อสถานีโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่งมีส่วนแบ่งรายได้ลดลง โดยเฉพาะรายได้ค่าเช่าเวลาและโฆษณา ซึ่งเป็นรายได้หลักของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย เนื่องจากเม็ดเงินจากส่วนแบ่งการใช้จ่ายค่าโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ของสถานีดังกล่าวจะกระจายไปสู่สถานีโทรทัศน์ที่ประกอบธุรกิจฟรีทีวีที่เหลืออยู่ ซึ่งสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบก ช่อง 7 ที่ดำเนินการโดยบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ยังคงเป็นสถานีหลักที่ครองส่วนแบ่งตลาด โดยส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมอยู่ และเป็นสถานีที่มีส่วนแบ่งรายได้ค่าเช่าเวลาและค่าโฆษณามากที่สุด

การวิเคราะห์การจัดสรรเวลาของรายการทีวี ในช่วงเวลา Prime Time ของธุรกิจฟรีทีวีในภาพรวมของทุกสถานีโทรทัศน์ ประเภทรายการละคร และรายการข่าวเป็นประเภทรายการที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 และ 2 ของช่วงเวลาดังกล่าว โดยในปี 2550 รายการทีวีประเภทรายการละคร รายการวาไรตี้ และรายการเด็ก ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศลดลง ในขณะที่ รายการทีวีประเภทรายการข่าว และรายการสารคดี ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศเพิ่มขึ้น สำหรับรายการทีวีประเภทรายการศาสนาไม่มีการออกอากาศรายการทีวีประเภทนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้การที่รายการละครได้รับการจัดสรรเวลาลดลง และรายการข่าวได้รับการจัดสรรเวลาเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากการที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวี/ทีไอทีวีถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการทำผิดสัญญาสัมปทานประกอบกิจการจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีทำให้ต้องปรับลดสัดส่วนของรายการเป็น 70:30 (รายการข่าว สารคดี และสาระประโยชน์ 70 รายการบันเทิง 30) และในช่วงเวลา 19.00 - 21.30 น. ซึ่งอยู่ในช่วงเวลา Prime Time ต้องออกอากาศแต่รายการข่าว

สารคดี และสาระประโยชน์ เท่านั้น อย่างไรก็ตามการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time มีการจัดสรรเวลาให้กับประเภทรายการทีวีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันได้แก่ รายการละคร รายการข่าว และรายการวาไรตี้และเกมโชว์ โดยมีเวลาออกอากาศรวมกันถึงร้อยละ 77.38 ในปี 2549 และร้อยละ 74.96 ในปี 2550 ดังนั้นการจัดสรรเวลาของรายการทีวีในช่วง Prime Time ยังไม่มีความหลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน

การจัดสรรเวลาของรายการทีวี ในช่วงเวลา Non-Prime Time ของธุรกิจฟรีทีวีใน ภาพรวมของทุกสถานีโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าว และรายการวาไรตี้และเกมโชว์เป็นกลุ่ม ประเภทรายการที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 และ 2 ของช่วงเวลา ดังกล่าว โดยในปี 2550 รายการทีวีประเภทรายการละคร รายการข่าว รายการวาไรตี้ รายการเด็ก และรายการศาสนา ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศลดลง มีเพียงรายการทีวีประเภทรายการ สารคดีที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การจัดสรรเวลาออกอากาศให้กับรายการทีวี แต่ละประเภทในช่วง Non-Prime Time ในแต่ละปีมีความใกล้เคียงกัน ซึ่งมีเพียงประเภทรายการ ข่าวที่ได้รับการจัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการประเภทอื่นค่อนข้างมาก สำหรับรายการ ประเภทอื่นๆ ได้รับจัดสรรเวลาออกอากาศไม่ต่างกันมากนัก ถึงแม้ว่ารายการทีวีประเภทที่ได้รับการ ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างมากอันได้แก่ รายการละคร รายการวาไรตี้และเกมโชว์ จะได้รับการ จัดสรรเวลาออกอากาศมากกว่ารายการทีวีประเภทที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมค่อนข้างน้อยอัน ได้แก่ รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา แต่การจัดสรรเวลาออกอากาศของรายการ ทีวีในช่วง Non-Prime Time มีการจัดสรรเวลาให้ครอบคลุมกับรายการที่หลากหลายประเภท เพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันมากกว่าการจัดสรรเวลาในช่วง Prime Time

ในการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ จะต้องวางกลยุทธ์ในการ คัดเลือกรายการทีวี ลงในผังรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่มในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของรายการให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้บางสถานีโทรทัศน์ยังใช้กลยุทธ์ในการ สร้างความแตกต่างในการเลือกบรรจุรายการทีวีประเภทต่างๆ ลงในผังรายการ ให้ต่างกับรายการ ทีวีของสถานีโทรทัศน์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง และได้รับความนิยมจากผู้ชมมาก เพื่อลดแรงกดดันของ การแข่งขัน และยังเป็นทางเลือกให้กับผู้ชมบางกลุ่มด้วย ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดสรรเวลาของ รายการทีวีแต่ละประเภท จากผลการศึกษาของ ชาลิสสา มากแผ่นทอง (2544) และรัชช เสือโต (2546) ที่พบว่าปัจจัยภายนอก อันได้แก่ สภาพการแข่งขัน ตัวเลขวัดระดับความนิยมในรายการ และบริษัทโฆษณา และปัจจัยภายใน อันได้แก่ นโยบายขององค์กรก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ กำหนด และการปรับผังรายการ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการกระจุกตัว และการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย ผู้ทำการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา จากผลการศึกษาธุรกิจฟรีทีวีที่มีการกระจุกตัวค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ประกอบการยังมีจำนวนน้อยอยู่ และการจัดสรรเวลาออกอากาศรายการทีวีกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ได้รับความนิยมสูง (รายการละคร, รายการข่าว และรายการวาไรตี้และเกมโชว์) มากกว่ารายการทีวีกลุ่มที่ได้รับความนิยมค่อนข้างน้อย (รายการสารคดี, รายการเด็ก และรายการศาสนา)

ในส่วน of สถานีโทรทัศน์ ควรจัดให้มีรายการ หรือจัดสรรเวลาออกอากาศให้กับรายการทีวีประเภท รายการสารคดี รายการเด็ก และรายการศาสนา เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในช่วงเวลา Prime Time เพื่อแสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยไม่ได้มุ่งเน้นที่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว และมีความใส่ใจต่อผู้ชมทุกกลุ่ม พร้อมทั้งจะตอบสนองความต้องการของผู้ชมแม้จะไม่ก่อให้เกิดรายได้กับทางสถานีโทรทัศน์มากนัก นอกจากนี้ยังจะเป็นการสร้างฐานคนดูกลุ่มใหม่ๆ ให้กับสถานีโทรทัศน์ด้วย

ในส่วน of ภาครัฐ ควรเร่งดำเนินการให้มีการคัดเลือกคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อมาทำหน้าที่เป็นองค์กรอิสระในการควบคุมดูแล และพิจารณาจัดสรรคลื่นความถี่ในการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ เพื่อเพิ่มการแข่งขันในธุรกิจฟรีทีวีให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งมีการพัฒนา และปรับปรุงการจัดสรรเวลาของรายการทีวีให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีการออกกฎระเบียบ และหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการจัดสรรเวลาการออกอากาศให้กับรายการทีวีแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้บริโภค

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนก สุวรรณรัตน์. (2545). โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย กรณี สำนักงานสอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2544. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กำเนิด&จุดจบ ไอทีวี ทวีเสรี. (2550, 7 มีนาคม). มติชน. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2552, จาก http://www.jabchai.com/main/news_view.php?id=1795
- ชาลีสา มากแผ่นทอง. (2544). การวางแผนรายการโทรทัศน์ กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ในประเทศไทย. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- โชคชัย ลีลาภักดิ์พันธุ์. (2545). โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ และพฤติกรรมผู้ประกอบการ. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัช เสือโต. (2546). การจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รายงานโครงการ ว.ม. (บริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2542). เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัตนา สายคณิต. (2551). เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น. (2543). โครงสร้างตลาด การแข่งขัน และกลยุทธ์ของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ลิขิต สัตีระกานนท์. (2544). โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขึ้นปลายในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). รายงานการสำรวจสื่อมวลชน พ.ศ.2551 (วิทยุและโทรทัศน์). กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงฯ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2551). การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์ แอนด์พริ้นติ้ง.
- อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์. (2552). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอจีบี นีลเสนมีเดียรีลิตี้. (2548, 12 กรกฎาคม). ผลการวิจัยจากนีลเสนมีเดียรีลิตี้. ผู้จัดการรายวัน. หน้า 30.

- Blum, R.A.; & Lindheim, R.D. (1987). *Primetime: Network Television Programming*. Boston: Focal Press.
- Carroll, R.L.; & Davis, D.M. (1993). *Electronic Media Programming: Strategies and Decision Marketing*. NewYork: McGraw-Hill.
- Craft, John E.; Leigh, Fredericd A.; & Godfrey, Donald G. (2001). *Electronic Media*. USA: Wadsworth.

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกมลวรรณ ปั่นทวนันท์
วันเดือนปีเกิด	29 ตุลาคม พ.ศ.2522
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	454/82 ซอยลาดพร้าว 87 แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2537	มัธยมศึกษาตอนต้น จาก โรงเรียนปานะพันธุ์วิทยา ในพระบรมราชูปถัมภ์
พ.ศ.2540	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการบัญชี จาก วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย
พ.ศ.2542	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการบัญชี จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตจรัลพงษานุการณ
พ.ศ.2544	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการบัญชี จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2553	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ