

ภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยภายหลังจากเปลี่ยนเป็นทีวีดิจิทัล

นายสุกฤษฎี ภูยาธร รหัสนักศึกษา 6110323051

บทคัดย่อ

ปัจจุบันสถานการณ์การรับชมโทรทัศน์ในประเทศไทย ได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบทีวีดิจิทัล (Digital Television) ซึ่งที่ผ่านมาเป็นสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่อิทธิพลต่อทุกภาคส่วนและได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอันดับต้นๆ การประมูลทีวีดิจิทัลถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์มากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันในกิจการโทรทัศน์มีความเข้มข้นมากขึ้นจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ที่หลากหลาย ทำให้การผูกขาดเริ่มหายไป การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) ลักษณะการกระจุกตัวของช่องต่างๆที่เข้ามาประมูลทีวีดิจิทัล โดยใช้ข้อมูลจำนวนผู้รับชมโทรทัศน์ในช่องต่างๆ ตั้งแต่ปี 2557-2561 โดยเก็บข้อมูลเป็นรายไตรมาส โดยใช้วิธีหาอัตราการกระจุกตัวบางส่วน CR (Concentration Ratio) และวัดการกระจุกตัวโดยรวม HHI (Herfindahl Hirschman Index) 2) เพื่อศึกษาช่องรายการที่มีเรตติ้งอันดับ 1 โดยดูกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป แยกตามลักษณะต่างๆเช่น กรุงเทพฯ ต่างจังหวัด เพศชาย เพศหญิง โดยพิจารณาในเรื่องของ การศึกษา อาชีพ ว่ามีผลแตกต่างกันหรือไม่ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา และที่ไม่ใช้ราคาของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย

ผลการวิเคราะห์ค่าการกระจุกตัวของของตลาดผู้ประกอบการธุรกิจทีวีดิจิทัล ณ ช่วงเวลา 06:00:00-23:59:59 ในช่วงปี 2557-2561 มีค่าอยู่ระหว่าง 63.16-87.64 และมีค่าเฉลี่ย (CR5) ร้อยละ 73.16 ซึ่งมีค่าสูงกว่าร้อยละ 67 แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยมีการกระจุกตัวสูงหรือมีลักษณะเข้าใกล้ตลาดผูกขาด และการวัดค่าการกระจุกตัวด้วยดัชนี HHI ในช่วงปี 2557-2561 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.1056-0.2832 และมีค่าเฉลี่ยของ HHI เท่ากับ 0.1604 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.1 จนถึง 0.18 แสดงว่า อุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลมีการกระจุกตัวอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า ในช่วงปี 2557-2561 มีแนวโน้มการกระจุกตัวที่ลดลง เนื่องจากจากการประมูลช่องคู่แข่งรายใหม่ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาแบ่งส่วนแบ่งค่าโฆษณามากขึ้นไปอีก ทำให้ผู้ชมก็มีทางเลือกในการรับชมมากขึ้น

ผลการพิจารณาจากช่องที่มีเรตติ้งสูงสุดในปี พ.ศ. 2561 โดยตั้งสมมติฐาน ที่ว่าลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่มีข้อมูลทั่วไปลักษณะต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการดูโทรทัศน์ ช่อง 7 แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ พบว่า ข้อมูลดังกล่าวมีความแตกต่างกันทุกรายการ

ผลการศึกษาการแข่งขันทางด้านราคา และที่ไม่ใช้ราคาของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดจากภาวะการแข่งขัน คือ 1.เงินทุน 2.การพัฒนาเนื้อหา 3.พันธมิตรทางธุรกิจ

Competition of Thai television industry after switching to digital TV

Sukrit Phooyathorn

Abstract

Nowadays the state of watching television in Thailand has been transformed to digital television (or digital TV). In the past, television was one of the influencing media to all sectors and also received popularity among people. The digital TV auction gives an opportunity to new entrepreneurs to enter television business, and this surely increases competition among them in television market which consequently gets rid of monopoly. The objectives of this research work are (1) to study the concentrating characteristics of various channels auctioned for digital TV by using quarterly data collected from a number of television viewers to various channels during 2014 - 2018. Note that these data can be obtained by using both CR (Concentration Ratio) and HHI (Herfindahl Hirschman Index). (2) To study the highest rating television channel of targeted television viewers whose age are higher than 15 years old by focusing on various characteristics such as living in Bangkok, living in upcountry, male, and female. In addition, multiple factors are also statically studied with hypothesis test using both t-test and One-way ANOVA. And lastly (3) to study the price competition behavior which is not related to Thai digital TV industry.

The results of this analysis illustrates that the concentration value of operators in digital TV market at 06:00:00 - 23:59:59 during 2014 - 2018 is ranged between 63.16 to 87.64; and its average value (CR5) equals to 73.16 percent which is typically higher than 67 percent. It shows that Thai television industry is highly concentrated and approaching monopoly market. Furthermore, to measure the concentration value using HHI during 2014 - 2018, it is range from 0.1056 to 0.2832 and the average value of HHI is at 0.1604 which is between 0.1 and 0.18. This result indicates that the concentration in digital TV industry is at medium level. Moreover, it has a decreasing trend during 2014 - 2018 because channels auctioned by new competitors from government and private sectors who share advertising market naturally give viewers more options to watch television.

By taking into account the highest rating channel in 2018 with the assumptions that the age of the targeted viewers is higher than 15 years and they also have different characteristics, they differently affect how they watch Channel 7 which illustrates that this information is different in every criteria.

The result of the study in price competition which not in TV industry illustrates that the crucial factors affecting the survival from this competition are (1) funding, (2) content development, and (3) business partners.