

บทที่ 6

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "นโยบายการบริหารรายการ และหลักการคัดเลือกละครเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ" มีวัตถุประสงค์ 3 ประการด้วยกันคือ เพื่อทราบนโยบายการบริหารรายการเอเชียนซีรีส์ เพื่อทราบกระบวนการคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใน การตอบสนองความต้องการของผู้ชมแฟนคลับ และเพื่อทราบปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับต่อเอเชียนซีรีส์

การวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่า สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีการนำส่วนประสมทางการตลาดการตลาดมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้สามารถแข่งขันในวงการโทรทัศน์ และตอบสนองความต้องการของผู้ชมอย่างไร แนวคิดเรื่องการตลาดแบบเจาะกลุ่ม เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่า สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีการแบ่งกลุ่มผู้รับสารที่มีความสนใจในละครเอเชียนซีรีส์ออกมาจากกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นหรือไม่ และแนวคิดเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์บทบาทของคักรของสื่อที่นำมาใช้พิจารณา และวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการบริหารรายการ

ทฤษฎีการคาดหวังคุณค่าจากสื่อ จะเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความเห็นและความชื่นชอบของผู้ชมแฟนคลับต่อเอเชียนซีรีส์ โดยจะนำมาใช้เป็นแนวคิดในการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลจากผู้รับสาร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะเป็นเชิงวิเคราะห์ผลการตอบสนองของผู้ชมรายการเอเชียนซีรีส์ ซึ่งมีแหล่งข้อมูล 3 แหล่งที่ใช้ในการศึกษาคือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และแหล่งข้อมูลบุคคล โดยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และการสัมภาษณ์ความเห็นและความชื่นชอบของผู้ชมแฟนคลับจำนวน 40 คน ที่ชมเอเชียนซีรีส์ที่ออกอากาศระหว่างเดือนเมษายน-ธันวาคม 2546 จนจบเรื่องอย่างน้อย 2 เรื่อง

ด้วยระเบียบวิธีวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. นโยบายการบริหารรายการในเชิงการตลาดของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

หลังจากบริษัท ซินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาถือหุ้นใหญ่ของสถานี ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายการดำเนินงาน ที่มีเป้าหมายทางธุรกิจมากขึ้น ในปี.ศ. 2544 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีเป้าหมายในการเพิ่มเรตติ้งและส่วนแบ่งผู้ชม รวมถึงรายได้จากโฆษณา ทั้งนี้ผู้ชมวัยรุ่นเป็นหนึ่งในผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของสถานี สถานีจึงเพิ่มรายการบันเทิงมากขึ้น โดยรายการบันเทิงนั้นต้องมีความแตกต่าง

จากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชม และเนื่องจากในระยะแรกที่สถานีเปิดตัวในปี พ.ศ. 2539 สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีงบประมาณการผลิตรายการจำกัด ซึ่งในการผลิตรายการหนึ่งๆ นั้นมีต้นทุนในการผลิตสูงมาก หากสถานีผลิตรายการเอง งบประมาณจะอยู่ที่ 6 แสนบาท ต่อตอน แต่ถ้าซื้อรายการจากต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายจะอยู่ที่ 8 หมื่นถึงหนึ่งแสนสองหมื่นบาทต่อตอน เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว การซื้อรายการจากต่างประเทศจะคุ้มค่างกว่า นอกจากนี้จากการที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นสถานีที่เน้นความเป็นสถานีข่าว ไม่เน้นรายการบันเทิงเป็นส่วนหลักเมื่อเทียบกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ดังนั้น สถานีโทรทัศน์ไอทีวีจึงมีประสบการณ์ในการผลิตละครน้อยมาก อีกทั้งยังไม่มีดารานำในสังกัด หากสร้างดารานำใหม่ผู้ชมก็ไม่รู้จัก และต้องใช้เวลาสักระยะเพื่อให้ผู้ชมยอมรับ เหตุผลทั้งสองประการนี้ถือเป็นข้อจำกัดที่ทำให้สถานีต้องซื้อรายการจากต่างประเทศเข้ามา โดยซีรีส์ญี่ปุ่นและซีรีส์เกาหลี คือรายการบันเทิงที่สถานีเลือกเข้ามาเพื่อนำเสนอแก่ผู้ชมวัยรุ่น ด้วยนโยบายด้านการตลาดที่เชื่อมั่นว่ารายการดังกล่าวจะได้รับความนิยม ด้วยการคัดเลือกเนื้อหาที่สอดคล้องกับตลาด

ต่อมาในปีพ.ศ. 2546 สถานีโทรทัศน์ไอทีวีต้องการมุ่งสู่ความเป็น "สถานีข่าวยอดนิยม และสถานีบันเทิงทางเลือก" (Best News & Alternative Entertainment) โดยให้ความสำคัญกับรายการบันเทิงมากขึ้น และมุ่งขยายฐานไปยังกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 15-39 ปี หรือโมเดิร์น เจเนอเรชัน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีแนวความคิด และความต้องการในการแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา

และจากการสภาพการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทุกขณะ โดยการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง ซึ่งหากต้องการให้ประสบความสำเร็จแล้ว ต้องใช้ทักษะในการบริหารสมัยใหม่เข้ามาบริหารงานด้วย โดยการเฉพาะการจัดการทางด้านการตลาดที่ประยุกต์เอาส่วนประสมทางด้านการตลาดนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเป็นการตอบสนองเพื่อสร้างความพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้บริโภค

ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ก็ได้นำหลักการการสื่อสารการตลาดมาใช้ในการบริหารรายการเอเชียนซีรีส์ โดยนายทรงศักดิ์ เปรมสุข กรรมการผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้สานต่อแนวคิดในการแพร่ภาพเอเชียนซีรีส์ หลังจากเห็นว่าเอเชียนซีรีส์ ซึ่งในที่นี้คือ สินค้า สามารถสร้างกระแสตอบรับจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี และเล็งเห็นว่าเอเชียนซีรีส์มีศักยภาพมากพอที่จะแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นได้ ด้วยความมั่นใจในซีรีส์ที่สถานีคัดเลือกเข้ามา ว่าเป็นซีรีส์ที่มีคุณภาพ ได้รับความนิยมติดอันดับในประเทศเจ้าของลิขสิทธิ์ ดังนั้นในปีพ.ศ. 2546 สถานีจึงยกเอเชียนซีรีส์ขึ้นเป็นจุดขาย โดยการตัดสินใจนี้ออกอากาศในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาทองที่มีผู้ชมมากที่สุด โดยการออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ ถือเป็นช่องทางการจำหน่ายที่นำเสนอสินค้าสู่ผู้บริโภคหรือผู้ชม ซึ่งเป็นการวางผังรายการที่แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ชมที่ไม่ชมละครไทย

จากการวางแผนรายการในช่วงไพรม์ไทม์ แสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวีต้องการเจาะกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ โดยเฉพาะผู้ชมวัยรุ่น อีกทั้งเพื่อต้องการเพิ่มรายได้จากโฆษณา จากการที่มีเอเชียนซีรีส์ทำให้สถานีมีผู้ชมวัยรุ่นเพิ่มขึ้นถึง 300% ในช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้มีสินค้าหลายชนิดสนใจมาลงโฆษณา โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค อาทิ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องสำอาง แชมพู เป็นต้น และโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะสินค้าในเครือบริษัท แอดวานซ์ อินโฟ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

นอกจากนี้การส่งเสริมการจำหน่ายก็เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญ เพื่อนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้วยการให้ผู้ชมร่วมสนุกโดยการการส่งไปรษณียบัตร หรือ sms ตอบคำถามชิงรางวัลหลังจากชมเอเชียนซีรีส์ รวมถึงกิจกรรมการชมเอเชียนซีรีส์ตัวอย่าง (ฟรีวิว) ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นอย่างดี

2. กระบวนการคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

กระบวนการตัดสินใจคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ ซึ่งถือเป็นขั้นตอนการสร้าง “ตัวสินค้า” (Product) นั้น จะเริ่มตั้งแต่ฝ่ายจัดซื้อรายการต่างประเทศอาวุโส คือคุณตติยา คำเพิ่มพูล ติดต่อกับต้นลิขสิทธิ์ คือ สถานีโทรทัศน์ฟูจิ ประเทศญี่ปุ่น สำหรับซีรีส์ญี่ปุ่น และติดต่อกับบริษัทตัวแทนจำหน่ายสำหรับซีรีส์เกาหลี คือบริษัท เดอะ คอนเนคท์ จำกัด โดยการคัดเลือกจะพิจารณาเนื้อเรื่องและตัวแสดงเป็นสำคัญ โดยนอกจากความบันเทิงแล้ว สถานียังต้องการให้ผู้ชมได้รับสาระที่แฝงอยู่ในเรื่องด้วย สำหรับเนื้อหาซีรีส์ญี่ปุ่นที่ถูกคัดเลือกเพื่อนำมาออกอากาศจะมีหลากหลายแนว ทั้งแนวความรักก็ก๊กก็แบบหนุ่มสาว แนวแอ็คชั่น แนวดราม่า ส่วนซีรีส์เกาหลีจะเน้นเรื่องราวความรักเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากแหล่งผลิตเน้นการผลิตซีรีส์แนวนี้ ซึ่งจากผลสำรวจของสถานีพบว่า ผู้ชมชื่นชอบเนื้อหาแนวความรักตลกก็ก๊ก (Love Comedy) เป็นอันดับแรก

ส่วนขั้นตอนในการเตรียมเพื่อออกอากาศ เริ่มที่ขั้นตอนการแปล ซึ่งจะคำนึงถึงการแปลที่เข้าใจได้ง่าย โดยยึดที่คนดูเป็นสำคัญ เสร็จแล้วจึงส่งต่อไปให้คนพากย์ โดยจะทำการศึกษาบทแปลก่อนลงเสียงพากย์จริง ทั้งนี้เพื่อที่ผู้พากย์จะเกิดความเข้าใจต่อเนื้อหาซีรีส์ ส่งผลให้การพากย์มีประสิทธิภาพ ในการสื่อสารเนื้อหาที่ถูกต้องครบถ้วนต่อคนดูได้ นอกจากนี้การพากย์ยังต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์และความสอดคล้องกันระหว่างเนื้อหาของซีรีส์กับเสียงที่ต้องสอดคล้องกับภาพ รวมถึงอารมณ์ของละครเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ชมได้รับอรรถรสในการชมมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า มีปัจจัยอยู่หลายประการที่มีผลต่อการคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ ตามที่ได้เคยอ้างอิงทฤษฎีของ McQuail ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานขององค์กรในแต่ละองค์กรของสื่อมวลชนนั้นประกอบไปด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร

สำหรับปัจจัยภายในองค์กรนั้นมี 3 ประการคือ การเปิดโอกาสของผู้บริหาร ในการให้ฝ่ายจัดซื้อรายการต่างประเทศได้คัดเลือกเอเชียนซีรีส์อย่างเต็มที่ ซึ่งเอเชียนซีรีส์ส่วนใหญ่ที่ถูกคัดเลือกก็ผ่านการพิจารณา สร้างกำลังใจแก่ทีมงานเป็นอย่างยิ่ง ปัจจัยประการต่อมาคือ ความสัมพันธ์ที่ดีกับต้นลิขสิทธิ์จากการที่เจ้าหน้าที่จัดซื้อรายการอาวุโสได้ติดต่อกับต้นลิขสิทธิ์ตั้งแต่แรก และมีความสามารถในการเจรจาภาษาญี่ปุ่น ทำให้ต้นลิขสิทธิ์มีความพึงพอใจในการติดต่อธุรกิจด้วย และให้ความร่วมมืออย่างดีในการขายลิขสิทธิ์ซีรีส์ที่ดีที่สุดของสถานีให้แก่สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปัจจัยภายในประการสุดท้ายคือ การสำรวจวิจัยตลาดผู้ชม โดยสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ทำแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมเกี่ยวกับแนวเรื่องเอเชียนซีรีส์ที่ชื่นชอบ นักแสดงที่ต้องการชม และพฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ชมวัยรุ่นหญิง อายุ 15-24 ปี เพื่อต้องการทราบความต้องการของผู้ชม เพื่อนำมาวางเวลาออกอากาศให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นแนวทางในการคัดเลือกสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม โดยเอเชียนซีรีส์ที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีคัดเลือกเข้ามา จะพิจารณาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมเป็นเกณฑ์

ความต้องการของผู้รับสาร เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญในการคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยสถานีคำนึงถึงความต้องการของผู้ชมเป็นหลัก ซึ่งการให้ความสำคัญกับความต้องการ หรือความสนใจของกลุ่มผู้รับสารที่มีความชื่นชอบเอเชียนซีรีส์ หรือละครญี่ปุ่นและเกาหลีนั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการตลาดแบบเจาะกลุ่มที่ว่า ในขอบเขตของกลุ่มผู้บริโภคสื่อ ซึ่งเต็มไปด้วยผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลาย กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่น ก็ยังประกอบไปด้วยความต้องการที่แตกต่างกัน เป็นการยากที่สื่อจะนำเสนอสารได้ครบถ้วนตามความต้องการภายใต้ทรัพยากรอันจำกัด ดังนั้นการแบ่งกลุ่มผู้รับสารที่มีความสนใจในละครเอเชียนซีรีส์ออกมาจากกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นจึงเป็นการดี ทำให้สื่อสามารถนำเสนอสารที่มีรูปแบบเฉพาะตรงตามความต้องการของผู้รับสารได้

วัฒนธรรม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ โดยสถานีจะไม่คัดเลือกเอเชียนซีรีส์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมหรือขัดกับวัฒนธรรมไทยเข้ามาออกอากาศ แต่หากเอเชียนซีรีส์ที่คัดเลือกมามีภาพที่ไม่เหมาะสม สถานีจะใช้วิธีเซ็นเซอร์ ซึ่งการเซ็นเซอร์ที่พบบ่อยที่สุดคือ การลบบุหรณ์ของตัวละครในเอเชียนซีรีส์

3. พฤติกรรมการเปิดรับเอเชียนซีรีส์

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับเอเชียนซีรีส์ของผู้ชมแฟนคลับแบ่งได้เป็น 2 แบบคือ พฤติกรรมการเปิดรับโดยไม่ตั้งใจ และพฤติกรรมการเปิดรับโดยตั้งใจ สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับโดยตั้งใจนั้น ผู้ชมได้ติดตามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเอเชียนซีรีส์จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการติดตามชื่อนิตยสารที่นำเสนอเรื่องราวของนักแสดงเกาหลีและญี่ปุ่นโดยเฉพาะ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและเอาใจใส่ติดตามสื่ออยู่ตลอดเวลา และส่งผลให้ชื่นชอบเอเชียนซีรีส์มากขึ้น

ในการชมผู้ชมมักชมคนเดียว แต่เมื่อเห็นว่าเอเชียนซีรีส์มีความสนุก ก็จะชักชวนสมาชิกในครอบครัวให้ร่วมชมด้วย เมื่อชมจบแล้ว ผู้ชมจะนำเรื่องราวที่ได้ชมไปสนทนากับเพื่อนๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นของเรื่องราวที่ฉายในคืนล่าสุด หรือซักถามเรื่องราวในตอนที่พลาดชม โดยในการสนทนา ผู้ชมจะเลือกสนทนาพูดคุยกับเพื่อนๆ ที่ชื่นชอบเอเชียนซีรีส์เหมือนกัน เพราะสามารถพูดคุยได้เข้าใจและสนุกกว่าแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนที่ไม่ได้ชม และหากผู้ชมเห็นว่าเพื่อนคนใดมีท่าทีที่น่าจะสนใจเอเชียนซีรีส์ ผู้ชมก็จะแนะนำให้เพื่อนผู้นั้นลองติดตามชม และสามารถชักชวนได้สำเร็จ

ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับโดยไม่ตั้งใจ เกิดจากผู้ชมเปิดรับเอเชียนซีรีส์โดยบังเอิญ และทดลองชมเพื่อต้องการทราบว่าเรื่องราวจะเป็นอย่างไร หลังจากชมแล้วพบว่าสิ่งที่นำเสนอในเอเชียนซีรีส์ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา นักแสดง เพลงประกอบละคร หรือฉาก ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ชมต้องการชมต่อไป ผู้ชมจึงติดตามชมเอเชียนซีรีส์ตลอดมา

4. แรงจูงใจในการติดตามชมเอเชียนซีรีส์

ผลการวิจัยพบว่า เทคนิคการนำเสนอ นักแสดง และฉากที่แตกต่างจากละครไทย เป็นแรงจูงใจสำคัญในการทำให้แฟนคลับติดตามเอเชียนซีรีส์ ถึงแม้ว่าผู้ชมจะกล่าวว่าเบื่อละครไทย แต่อย่างไรก็ตามพวกเขาก็ยังคงติดตามละครไทย และที่ติดตามชมเอเชียนซีรีส์เพราะต้องการสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากละครไทย นอกจากนี้เอเชียนซีรีส์ยังมีแนวคิดที่มีคุณค่า ชมแล้วได้ประโยชน์กับตนเอง อีกทั้งการดำเนินเรื่องก็กระชับ เข้าใจง่าย ทั้งยังสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมประทับใจได้มากกว่าเนื้อหาความรักโรแมนติกที่ซ้ำซึ่งประทับใจ นอกจากนี้ความนิยมเกี่ยวกับสื่อญี่ปุ่น ซึ่งผู้ชมแฟนคลับเป็นผู้ชมวัยรุ่นที่ชื่นชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เผยแพร่ผ่านสื่ออยู่ก่อนแล้ว เช่น การอ่านการ์ตูนญี่ปุ่น เมื่อมีการนำการ์ตูนญี่ปุ่นมาสร้างเป็นซีรีส์ จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ชมติดตามชม และแรงจูงใจประการสุดท้ายคือ เอเชียนซีรีส์ไม่สามารถคาดเดาตอนจบได้ ทำให้ผู้ชมสนใจติดตาม

สำหรับสิ่งที่ชื่นชอบในเอเชียนซีรีส์นั้น ผลการวิจัยพบว่าประกอบด้วย เนื้อหา โดยผู้ชมให้เหตุผลว่า เอเชียนซีรีส์เนื้อหาสนุก มีสาระ เนื้อหาไม่ไร้เหตุผล ตัวละครแต่ละตัวมีเหตุผลในการกระทำ แต่ละเรื่องมีข้อคิดให้ผู้ชมติดตาม และตัวละครมักทำตามความฝัน ทำตามหน้าที่ของตนเอง ซึ่งสนใจได้อย่างดี ลำดับต่อมาคือ นักแสดง มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ชมติดตามชมเอเชียนซีรีส์ โดยผู้ชมกล่าวว่านักแสดงทั้งซีรีส์ญี่ปุ่นและซีรีส์เกาหลีแสดงได้สมบทบาทและเป็นธรรมชาติ หากเป็นนักแสดงที่ไม่รู้จัก ผู้ชมจะลองติดตามชมละครก่อน เมื่อพบว่าละครและนักแสดงเป็นที่ถูกใจ ก็จะชมต่อไปเรื่อยๆ เมื่อนักแสดงคนเดิมมีผลงานเรื่องใหม่ ผู้ชมก็จะติดตาม ถัดจากเนื้อหา และนักแสดงคือ เพลงประกอบละคร โดยผู้ชมเห็นว่า เพลงประกอบละครเอเชียนซีรีส์มีความไพเราะ เข้ากับอารมณ์ของซีรีส์ ฟังแล้วช่วยสร้างอารมณ์ร่วมกับซีรีส์ได้เป็นอย่างดี ทำให้ชมซีรีส์สนุกมากขึ้น และสิ่งที่ชื่นชอบประการสุดท้ายคือ ฉาก โดยผู้ชมกล่าวว่า ฉากในเอเชียนซีรีส์มีฤดูกาลที่แตกต่างจากประเทศไทย สร้างความรู้สึกสวยงามแปลกตา อีกทั้งยังมีการไปถ่ายทำนอกสถานที่ที่มีทิวทัศน์สวยงาม ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้ไปเยือนสถานที่นั้นจริงๆ ทำให้ผู้ชมสนใจติดตามชมละคร

5. ความพึงพอใจและความชื่นชอบที่ได้รับ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมเอเชียนซีรีส์เพื่อความสนุกสนานบันเทิงเป็นหลัก คือเป็นการชมละครเพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือ การได้รับแง่คิดที่แฝงมาในซีรีส์ และการได้เรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่นและเกาหลี สำหรับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมเอเชียนซีรีส์นั้น ผู้ชมกลุ่มตัวอย่างพอใจกับเรื่องที่ได้ชม เนื่องจากการชมเอเชียนซีรีส์ของผู้ชมเป็นการชมเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียดที่พบเจอในชีวิตประจำวัน จึงเป็นการชมเพื่อความเพลิดเพลิน

จากผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ของไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ที่พบว่าผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ติดตามชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปีขึ้นไป พึงพอใจความสนุกสนาน บันเทิง ที่ผู้ชมได้รับมากที่สุด และผลการวิจัยดังกล่าว ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังคุณค่าของสื่อ (Expectancy-Value Theory) ของ Palmgreen และ Rayburn ที่อธิบายว่า การที่บุคคลจะค้นหาความพึงพอใจจากสื่อหนึ่งๆ (รายการชนิดของรายการ เนื้อหาบางอย่าง หรือสื่อทั้งสื่อ ฯลฯ) นั้นมาจากความเชื่อ หรือความคาดหวัง (Expectation) ว่าสื่อชนิดนั้นมีคุณสมบัติเฉพาะ ผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นแรงจูงใจที่จะแสวงหาความพึงพอใจ ก่อให้เกิดการตัดสินใจ

ที่จะบริโภคสื่ออื่นๆ ทำให้ได้รับความพึงพอใจ หากความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าหรือดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในระดับสูง ทำให้มีผลสะท้อนกลับมายังตัวสื่อในการยอมรับถึงคุณค่าและความน่าเชื่อถือ อัตราความชื่นชมติดตามก็จะเพิ่มมากขึ้น ดังผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ชมมีความชื่นชอบเอเชียนซีรีส์อยู่ก่อนแล้ว และเลือกเปิดรับสื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการ เมื่อพบว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีการแพร่ภาพเอเชียนซีรีส์ ผู้ชมจึงเปิดรับ และพบว่าเอเชียนซีรีส์สามารถตอบสนองความต้องการตามความคาดหวัง ทำให้ผู้ชมได้รับความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการติดตามชมเอเชียนซีรีส์เป็นประจำทุกวัน

6. การอภิปรายผล

1. จากข้อสันนิษฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ว่า “สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีองค์สภาพการแข่งขันละครเมืองไทยปรับไปตามสภาวะทางการตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยนำเอเชียนซีรีส์เป็นจุดขายเพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมวัยรุ่นและคัดเลือกเอเชียนซีรีส์ให้ตรงกับความสนใจของผู้ชม เพื่อให้เป็นที่ถูกใจของผู้ชมแฟนคลับ” จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เป็นไปตามข้อสันนิษฐาน กล่าวคือ นายทรงศักดิ์ เปรมสุข กรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้ประกาศอย่างชัดเจนว่า ในปีพ.ศ. 2546 สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มรายการบันเทิงมากขึ้น เนื่องจากสถานีต้องการขยายฐานผู้ชมให้กว้างขึ้น จากเดิมที่กลุ่มผู้ชมของสถานีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35 ปีขึ้นไป สู่การเป็นสถานีสำหรับผู้ชมทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเพศหญิง อายุระหว่าง 15-39 ปี เนื่องจากสถานีต้องการขยายฐานผู้ชมให้กว้างขึ้น จากเดิมที่กลุ่มผู้ชมของสถานีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35 ปีขึ้นไป สู่การเป็นสถานีสำหรับผู้ชมทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเพศหญิง อายุระหว่าง 15-39 ปี โดยเอเชียนซีรีส์ คือรายการบันเทิงที่สถานีนำมาเป็นจุดเด่นในการเจาะกลุ่มผู้ชมวัยรุ่น ที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีให้ความสำคัญจนถึงขั้นนำมาออกอากาศในเวลาไพรม์ไทม์ ด้วยการคัดเลือกซีรีส์ที่มีเนื้อหาสนุก มีสาระ และตรงกับความต้องการของผู้ชม โดยยึดถือความต้องการของผู้ชมที่ได้จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมเป็นสำคัญ

แต่ถึงแม้ว่าเอเชียนซีรีส์จะเป็นรายการที่สร้างความโดดเด่นให้กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นอย่างมาก ในฐานะที่เป็นผู้ที่นำเอเชียนซีรีส์ (ซีรี่ญี่ปุ่นและเกาหลี) เข้ามาฉายในเมืองไทยเป็นสถานีแรก และได้รับการตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างดี แต่ในวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 สถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้จัดงานแถลงข่าวเรื่องผังรายการใหม่ประจำปี 2547 ภายหลังจากการเข้าร่วมทุนของ 2 ผู้ถือหุ้นรายใหม่คือ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด ภายใต้การบริหารของ

นายไตรภพ ลิมปพัทธ์ ซึ่งได้กลายเป็นผู้บริหารผู้หนึ่งของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในเรื่องการปรับผังรายการของสถานี โดยผังรายการใหม่ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ได้ปรับเอเชียนซีรีส์ออกจากผังรายการ ปรับเปลี่ยนเป็นรายการเกมโชว์และวาไรตี้แทน โดยผังรายการใหม่ได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547

ต่อเหตุผลถึงการปรับเอเชียนซีรีส์ออกจากผังรายการนั้น จากการติดตามข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยพบว่า ผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่มีการพูดถึงเรื่องนี้แต่อย่างใด ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้ผู้บริหารของสถานีได้นัดเข้ามาโดยตลอดว่า เอเชียนซีรีส์ คือจุดขายของไอทีวีเพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นว่าถึงแม้เอเชียนซีรีส์จะได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นอย่างดี แต่ผู้ชมเอเชียนซีรีส์ก็เป็นเพียงผู้ชมกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีจำนวนน้อย ในขณะที่สถานีต้องการขยายฐานผู้ชมให้กว้างขึ้น และเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั่วประเทศ ไม่ใช่ผู้ชมเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้เนื่องจากเอเชียนซีรีส์ไม่สามารถดึงรายได้จากโฆษณาได้ตามที่สถานีต้องการ ในขณะที่การแข่งขันของรายการโทรทัศน์ของสถานีต่างๆ มีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้สถานีจำเป็นต้องปรับผังรายการ เพื่อเพิ่มเรตติ้งของผู้ชม และรายได้จากโฆษณาให้มากขึ้นอีก ซึ่งจะทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเติบโตขึ้น และเป็นสถานีที่มีผู้ชมมาเป็นอันดับ 1 ภายใน 5 ปี ตามคำประกาศของนายไตรภพ

ซึ่งจากการสอบถามถึงโอกาสในการนำเอเชียนซีรีส์กลับมาฉายอีกครั้งหนึ่ง ในประเด็นนี้ผู้วิจัยได้รับคำตอบจากฝ่ายจัดซื้อรายการต่างประเทศว่า นโยบายของสถานีในปี 2547 คือไม่มีนโยบายจัดซื้อรายการต่างประเทศทุกรายการ ดังนั้นวันที่ 31 มีนาคม 2547 จึงถือเป็นวันสุดท้ายของการแพร่ภาพรายการเอเชียนซีรีส์ ส่วนในอนาคตจะเป็นเช่นไรนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งต้องติดตามกันต่อไป

2. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนล้วนแต่ชื่นชอบเอเชียนซีรีส์เป็นอย่างมาก และแสดงการตอบรับด้วยการติดตามชมทุกวัน ซึ่งเป็นไปตามข้อสันนิษฐานที่ตั้งไว้ว่า “ผู้ชมแฟนคลับมีการตอบรับเชิงบวกต่อเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยติดตามชมเอเชียนซีรีส์เป็นประจำ และมีความชื่นชอบละครเอเชียนซีรีส์มาก” โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า เอเชียนซีรีส์ที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีคัดเลือกเข้ามาทุกเรื่องสนุก มีความหลากหลาย เรียกได้ว่า เลือกได้ถูกใจผู้ชม ด้วยเนื้อหาความรักโรแมนติก พระเอก นางเอกหน้าตาดี เพลงประกอบไพเราะ และฉากที่สวยงาม ประกอบกับการแปลบท และการพากย์ที่รักษารวรรตของต้นฉบับไว้ได้อย่างครบถ้วน ล้วนเป็นปัจจัยเสริมให้เอเชียนซีรีส์ครองใจผู้ชมได้อย่างรวดเร็วและเหนียวแน่น

ซึ่งนอกจากความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ผู้ชมยังได้รับแนวคิด ที่แฝงอยู่ในซีรีส์อย่างกลมกลืน โดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกรู้สึกว่าการสอน และการได้เรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่นและเกาหลี ทั้งในด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมประเพณี ที่ช่วยสร้างเสริมโลกทัศน์ของผู้ชมให้กว้างขึ้น ซึ่งความพึงพอใจที่ได้รับเหล่านี้ผู้ชมได้นำไปใช้ประโยชน์กับตนเองในแง่ของการให้กำลังใจให้มีความมุ่งมั่น เพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตั้งใจไว้ นอกจากนี้ผู้ชมยังได้แรงบันดาลใจในการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้านภาษาญี่ปุ่นและเกาหลี อันเป็นประโยชน์ทางอ้อมที่ผู้ชมไม่คาดคิดมาก่อนอีกด้วย

เมื่อผู้ชมได้รับความพึงพอใจจากการชมเอเชียนซีรีส์มากเช่นนี้ ดังนั้นจึงไม่แปลกใจเมื่อสถานีโทรทัศน์ไอทีวีปรับเอเชียนซีรีส์ออกจากผังรายการ จะสร้างความโกรธแค้นและผิดหวังให้กับผู้ชม เมื่อเห็นว่ามีผังรายการใหม่ที่นำมาแทนเอเชียนซีรีส์ คือรายการวาไรตี้และเกมโชว์ ซึ่งเป็นความบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ทุกช่องต่างนำเสนอ เมื่อเป็นเช่นนี้สถานีโทรทัศน์ไอทีวีก็ไม่ได้แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ไม่ใช่สถานีทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชมดังเจตนารมณ์เมื่อครั้งก่อตั้งสถานี

ที่กล่าวเช่นนี้อาจมองดูว่าผู้วิจัยมองสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในแง่ลบ แต่หากเปรียบเทียบกับเอเชียนซีรีส์ ซึ่งถึงแม้จะเป็นละคร แต่ก็ยังเป็นละครที่ไม่ได้มีเฉพาะความสนุกประการเดียว หากแต่ยังสอดแทรกแง่คิดสอนใจผู้ชม ดังที่เจ้าหน้าที่จัดซื้อรายการต่างประเทศอาวุโสได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลหลักในการคัดเลือกรายการมานำเสนอแก่ผู้ชมคือ ต้องการให้ผู้ชมได้รับความบันเทิงพร้อมกับสาระ ไม่ใช่ได้รับเฉพาะความสนุกเพียงอย่างเดียว ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอยู่ในเอเชียนซีรีส์ และเอเชียนซีรีส์นี้เองถือเป็นรายการที่สร้างความแตกต่างให้กับสถานีจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ จนเป็นที่จดจำของผู้ชม และเกิดกระแสบอกเล่าปากต่อปากว่า ถ้าอยากชมเอเชียนซีรีส์ต้องดูไอทีวี สร้างชื่อให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นสถานีผู้นำในการนำเสนอเอเชียนซีรีส์ แต่เมื่อสถานีตัดสินใจปรับเอเชียนซีรีส์ออกจากผังรายการ เลือกที่จะละทิ้งเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อนำเสนอรายการที่เหมือนกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ด้วยผลประโยชน์ทางธุรกิจ จึงนับเป็นเรื่องที่น่าเสียดายอย่างยิ่งสำหรับสถานีที่เคยได้ชื่อว่าเป็นสถานีทางเลือกใหม่ของผู้ชม

7. ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การทำวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลระดับสูงของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี คือคุณทรงศักดิ์ เปรมสุข กรรมการผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในงานวิจัยจึงเป็นข้อมูลอ้างอิงจากเอกสาร ซึ่งอาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง และทำให้เนื้อหาวิทยานิพนธ์ไม่สมบูรณ์ ผู้อ่านจึงควรใช้วิจารณญาณในการอ่านวิทยานิพนธ์เรื่องนี้



2. เนื่องจากผู้วิจัยไม่มีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการบริหารการตลาดอย่างลึกซึ้ง การวิเคราะห์ข้อมูลจึงอาจมีข้อบกพร่องและไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าหากผู้ใดสนใจจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องใดๆ ก็ตาม ควรศึกษาทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบในการวิจัยอย่างถ่องแท้เสียก่อน

3. งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้จัดการการตลาด กลุ่มรายการบันเทิง สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และพบว่าการใช้วิธีดังกล่าวเป็นเรื่องยากในการเข้าถึงข้อมูล เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์คำนึงถึงความปลอดภัยขององค์กรมากกว่างานศึกษาวิจัย จึงไม่เปิดเผยข้อมูลเชิงลึก ทำให้ผู้วิจัยไม่ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ ดังนั้นหนทางที่จะได้มาซึ่งข้อมูลผู้ที่จะศึกษาจึงควรไปหาผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ใช่ระดับหัวหน้า อาจจะไปเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายกว่า หรืออาจต้องวิเคราะห์ตัวสินค้า จึงอาจได้คำตอบของการวิจัย

4. คำตอบของการวิจัยชิ้นนี้อาจมีปัญหาในเรื่องอคติของผู้ให้ข้อมูล หากมีผู้สนใจจะนำประเด็นต่างๆ มาวิเคราะห์ ก็จะได้งานวิจัยที่มีมุมมองกว้างขึ้น

5. งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยประสบปัญหาในการขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมแฟนคลับเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเป็นอันมาก โดยหมายเลขโทรศัพท์ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้มาด้วยตนเองจากการไปร่วมงานพรวิวซีรีส์นั้น เมื่อติดต่อไปพบว่าหมายเลขนั้นไม่สามารถติดต่อได้ ซึ่งเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างอาจจะเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ไปแล้ว กลุ่มตัวอย่างบางรายเมื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่นัดพบเรียบร้อยแล้ว เมื่อถึงวันนัดจริงๆ กลับส่งข้อความมายกเลิกนัดโดยไม่แจ้งเหตุผล และเมื่อผู้วิจัยพยายามติดต่อกลับไป กลุ่มตัวอย่างผู้นั้นก็ไม่ยอมรับสาย

หรือกลุ่มตัวอย่างบางรายผู้วิจัยเดินทางไปพบตามเวลาและสถานที่ที่นัดหมาย แต่กลุ่มตัวอย่างผู้นั้นก็ไม่มาพบตามที่ได้ตกลงกันไว้ และเมื่อผู้วิจัยพยายามติดต่อไปก็ไม่สามารถติดต่อได้ เหตุการณ์เหล่านี้นอกจากจะทำให้ผู้วิจัยเสียความรู้สึกแล้ว ยังเป็นการเสียเวลาอีกด้วย ทำให้ผู้วิจัยต้องติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างคนอื่นๆ ตามรายชื่อที่ได้มา

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์นั้น ส่วนใหญ่ผู้วิจัยไม่สามารถนัดหมายได้ในครั้งเดียว ต้องติดต่อนัดหมายประมาณ 2-3 ครั้ง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างติดสอย ติดธุระ หรือกลับบ้านต่างจังหวัด ทำให้การสัมภาษณ์ต้องล่าช้าออกไป นับเป็นอุปสรรคที่ทำให้การวิจัยไม่สำเร็จตามกำหนดเวลาที่ผู้วิจัยตั้งใจไว้

8. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยเรื่อง “นโยบายการบริหารรายการ และหลักการคัดเลือกละครเอเชียซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ” เป็นการศึกษาองค์กรสื่อที่นำเอะเชียนซีรีส์เข้ามาแพร่ภาพในประเทศไทย และปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อละคร แต่มิได้ศึกษาว่าเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อมีลักษณะอย่างไร หากมีผู้สนใจนำเรื่องดังกล่าวไปสานต่อ ก็จะทำให้การศึกษาเรื่องนี้มีข้อมูลที่ละเอียดชัดเจนมากขึ้น