



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2498 ซึ่งเป็นวันแห่งการเปิดประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของวงการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เนื่องด้วยเป็นวันที่สถานีโทรทัศน์ ไทยทีวี ช่อง 4 ได้เปิดทำการแพร่ภาพออกอากาศเป็นวันแรก จากวันนั้นจนถึงวันนี้ 40 ปีที่ผ่านมา การเจริญเติบโตของสื่อมวลชนที่มีทั้งภาพและเสียงก็ได้มีวิวัฒนาการอย่างไม่หยุดยั้ง

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีได้มีเพียงสถานีโทรทัศน์ทั่วประเทศในส่วนกลาง 5 สถานี และส่วนภูมิภาค 8 สถานี เท่านั้น หากยังมีการเกิดของธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก (Subscription Television) เป็นที่รู้จักกันในนามของเคเบิลทีวี (Cable TV) ซึ่งได้รับอนุมัติจากองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยถึง 6 แห่ง และจากกรมประชาสัมพันธ์ 20 แห่ง ซึ่งหากเปิดให้บริการทั้งหมดแล้ว ประชาชนชาวไทยจะมีโทรทัศน์ให้เลือกชมถึง 200 ช่อง

จากสภาพการพัฒนาดังกล่าวนี้มีสาเหตุจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีด้านสื่อสารมวลชน ประกอบกับกระแสของระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นระบบทุนนิยมมากขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนย่อมอยู่ในระดับสูงเป็นเงาตามตัวทั้งในเรื่องของความทันสมัยของเทคโนโลยีตลอดจนการให้บริการที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและจะส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรง

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญยิ่งในการชี้ความอยู่รอดของธุรกิจซึ่งผู้ประกอบการทางด้านภาพ และเสียงต่างยอมรับคือ การนำเสนอรายการ หากสามารถนำเสนอได้ถูกใจผู้รับชมแล้ว จะสามารถส่งผลให้ผู้รับสารยินยอมจ่ายแลกเปลี่ยนเพื่อที่จะได้รับสารนั้น ดังที่ผู้ประกอบการ ธุรกิจดังกล่าวได้กล่าวไว้ เช่น

ดร.ดำรง เกษมเศรษฐ์ อธิการบดีผู้อำนวยการ บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้กล่าวไว้ว่า "ไอบีซี มีส่วนแบ่งในตลาดมากกว่า 90 % เราพยายามรักษาสัดส่วนแบ่งตลาดของไอบีซีไว้ด้วยคุณภาพของรายการ เรามองว่าการที่ทำให้ คนจ่ายเงินได้ มีวิธีเดียวคือคุณภาพที่ดีที่สุด" (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 13-19 กันยายน 2536 : 30)

นายประพันธ์ บุญเกียรติ กรรมการผู้จัดการไทยสกายทีวี ได้กล่าวไว้ว่า "เรื่อง ฮาร์ดแวร์ เทคโนโลยี เทคนิคต่าง ๆ ไม่น่าจะมีปัญหาสำหรับแต่ละค่ายเพราะสามารถแข่งขัน กันได้ ไม่มีเทคนิคซับซ้อน แต่จุดสำคัญจะอยู่ที่โปรแกรมรายการต่างๆมากกว่า มีจุดน่าสนใจต่อผู้บริโภคมากน้อยแค่ไหน" (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 28 มีนาคม-3 เมษายน 2537 : 30)

และจากการดำเนินธุรกิจในเวลาที่ผ่านมา นับจากปีพุทธศักราช 2532 ซึ่งเป็นปีที่ เริ่มต้นธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกอย่างถูกต้อง จะเห็นได้ว่ามีพัฒนาการทางด้าน รายการของผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายแรก คือ บริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนกันยายน 2532 โดยทำการส่งสัญญาณ 2 ช่องสถานี คือ ช่องข่าวและกีฬา และช่องบันเทิง เสียง ภาษาอังกฤษ ต่อมาในเดือนมกราคม 2534 ได้เพิ่มช่องสารบันเทิงพร้อมข่าวสารและกีฬา ในเสียงภาษาไทย ตามมาด้วยช่องกีฬาในเดือนพฤศจิกายน 2535 ช่องภาพยนตร์ในเดือน กุมภาพันธ์ 2536 ช่องสารบันเทิง ซึ่งนำเสนอรายการที่ผลิตในประเทศในเดือนสิงหาคม

2537 และในปีพุทธศักราช 2538 นำเสนอเพิ่มถึง 2 ช่องสถานีคือ ช่องการ์ตูน ในเดือน
กุมภาพันธ์ และล่าสุด ช่องสารคดีในเดือนเมษายน

ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการศึกษาวิจัยการทำงานทางด้าน
รายการของโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายองค์ความรู้ให้เป็นที่
ประจักษ์แก่ผู้สนใจมากขึ้น ประกอบกับผู้วิจัยเองก็ประกอบอาชีพเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานทาง
ด้านการจัดรายการของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(ไอบีซี) ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกแห่งแรกของประเทศไทย
ถือว่าสามารถทำการวิจัยในฐานะผู้เข้ามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ (Complete Participant)
ทำให้ได้รับข้อมูลที่เที่ยงตรง และเชื่อถือได้ ทั้งนี้โดยจะศึกษาวิจัยในเรื่องของ การบริหาร
รายการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นจุดกำเนิดที่สำคัญยิ่งก่อนที่จะมีการแพร่ภาพ
ออกอากาศจากสถานีส่งสัญญาณไปยังสมาชิกผู้รับชม อีกทั้งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อาจเป็นจุด
เริ่มต้นที่ดี ที่จะโยงโยให้มีการศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับรายการของโทรทัศน์
ระบบบอกรับเป็นสมาชิกต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. โทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก มีโครงสร้างและระบบงานการบริหาร
รายการอย่างไร
2. โทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก มีกลยุทธ์การบริหารรายการเพื่อนำออก
อากาศอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อเข้าใจถึง โครงสร้าง และระบบงานการบริหารรายการของ โทรศัพท์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก
2. เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การบริหารรายการเพื่อนำออกอากาศของ โทรศัพท์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการบริหารรายการของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) โดยจะศึกษาทั้ง 8 ช่องสถานีที่ทำการส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศอยู่ในช่วงที่ทำการศึกษาได้แก่ ช่องไอบีซี 1 ช่องไอบีซี 2 ช่องไอบีซี 3 ช่องไอบีซี 4 ช่องไอบีซี 5 ช่องไอบีซี 6 ช่องไอบีซี 7 และช่องไอบีซี 8 โดยกำหนดช่วงเวลาของการศึกษา ตั้งแต่เดือนมกราคม 2537 ถึงเดือนเมษายน 2538

ข้อดกลงเบื้องต้น

1. บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีการจัดโครงสร้างและระบบงานการบริหารงานทางรายการอย่างเป็นระบบ
2. บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีกลยุทธ์การบริหารรายการเพื่อให้เกิดการรับชมสูงสุด

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีระบบงานการบริหารได้แก่ การจัดโครงสร้างองค์กร การวางแผนงาน การประสานงานและการควบคุมงาน การงบประมาณ การจัดหาคนเข้าทำงาน
2. บริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีกลยุทธ์ในการ

บริหารระบบหลายประการ ได้แก่ การวางรายการให้ตรงกับกลุ่มคนดูหลัก การแบ่งช่วงเวลา การฉายโอกาสวางรายการเด่น ๆ ไว้ก่อนรายการของคู่แข่ง การออกอากาศซ้ำ การวางรายการไว้ในเวลาเดิมของทุกวัน

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางหรือวิธีดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

การบริหารรายการ หมายถึง การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับรายการทั้งหมด

โครงสร้างของการบริหารรายการ หมายถึง การจัดรูปแบบองค์กรในการบริหารรายการ

ช่วงเวลาต่าง ๆ (Time Block) หมายถึง เวลาตลอด 24 ชั่วโมงที่ถูกแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ ตามการรับชมโทรทัศน์ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนี้

ช่วงดึก (Late Night) หมายถึง เวลา 00.00 น.-06.00 น.

ช่วงเช้า (Morning) หมายถึง เวลา 06.00 น.-12.00 น.

ช่วงบ่าย (Afternoon) หมายถึง เวลา 12.00 น.-18.00 น.

ช่วงก่อนไพร์มไทม์ (Early Fringe) หมายถึง เวลา 18.00 น.-19.00 น.

ช่วงไพร์มไทม์ (Prime Time) หมายถึง เวลา 19.00 น.-23.00 น.

ถือเป็นช่วงเวลาที่มีการรับชมสูงสุด

ช่วงหลังไพร์มไทม์ (Late Fringe) หมายถึง เวลา 23.00 น.-24.00 น.

Sitcom หมายถึง ภาพยนตร์ชุด จบในตอน ที่สร้างจากการจำลองสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของคน โดยนำเสนอในแง่ตลกขบขัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารรายการของโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก
2. เป็นข้อมูลในการเสนอแนะแนวทางเพื่อปรับปรุง และพัฒนาการทำงานทางด้านรายการของโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก
3. เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวกับรายการของโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกต่อไป