

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

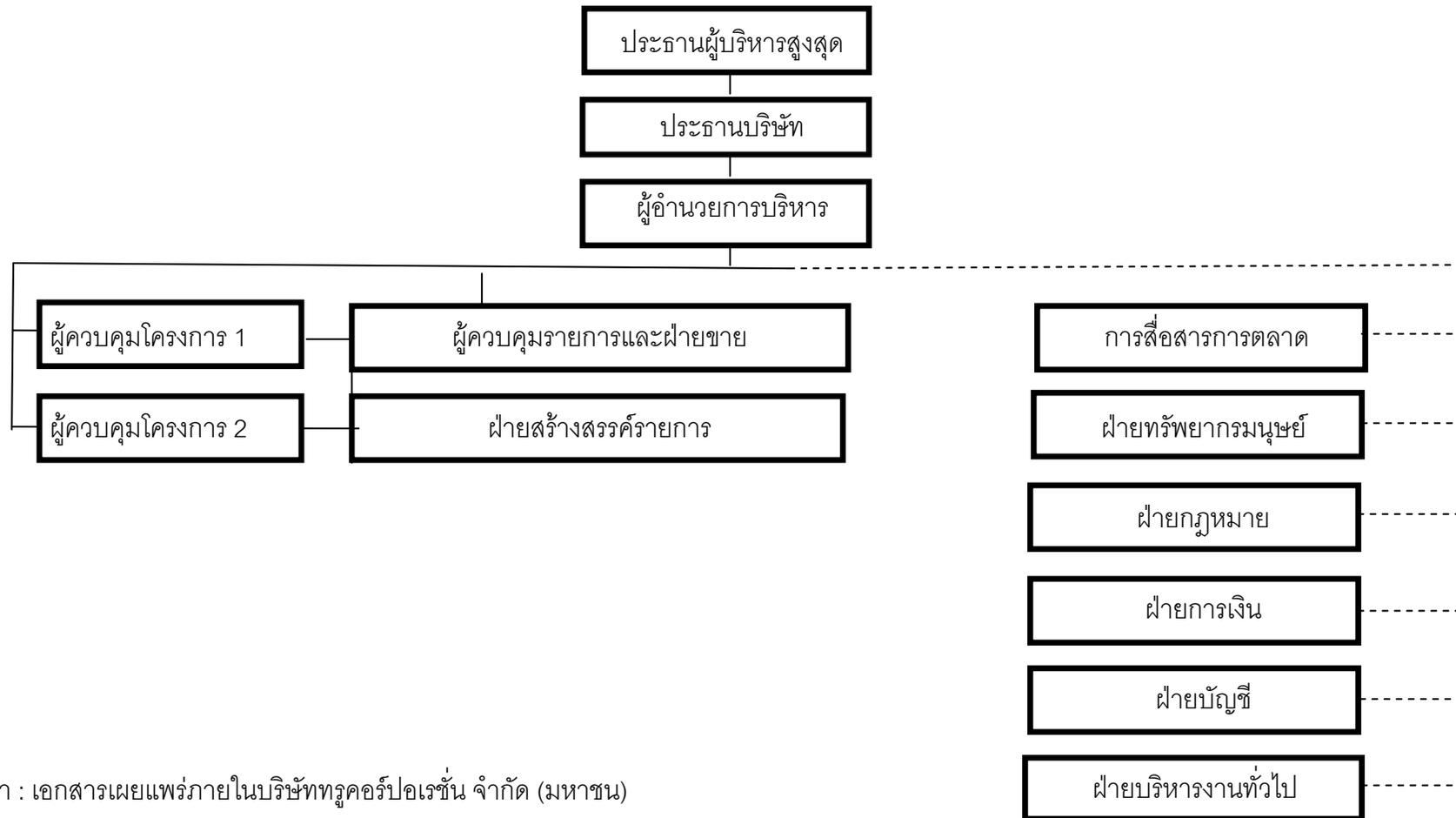
การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการรายการโทรทัศน์ของทงูมิวสิคของ บริษัททงูมิวสิค จำกัด” ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการรวบรวมเอกสาร (Documentary) เพื่อศึกษาการบริหารงานของรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิคของ บริษัททงูมิวสิค จำกัด เพื่อสอบถามถึงนโยบายแนวคิด การผลิตรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิค ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนหลักในการบริหารงานของบริษัท และความนิยมในการรับชม โดยแบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ลักษณะโครงสร้างการบริหารงานของรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิค ตลอดจนวิธีการบริหารงานรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิคเป็นอย่างไร
2. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานของรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิค
3. กลยุทธ์ในการการจัดวางผังรายการของรายการโทรทัศน์ทงูมิวสิค
4. ผลตอบรับของรายการทงูมิวสิค

#### **ส่วนที่ 1 ลักษณะโครงสร้างการบริหารงานของรายการโทรทัศน์ ทงูมิวสิค ตลอดจนวิธีการบริหารงานรายการโทรทัศน์ ทงูมิวสิคเป็นอย่างไร**

บริษัททงูมิวสิค จำกัด เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ทงูคอร์ดโปเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีลักษณะโครงสร้างการบริหารงานที่แยกออกจากบริษัท ทงูคอร์ดโปเรชั่น จำกัด (มหาชน) แต่หากยังมีการดูแลโดยประธานผู้บริหารสูงสุด (CEO) และ ประธานบริษัท (President) ของบริษัททงูคอร์ดโปเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งสามารถอธิบายเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 4.1  
โครงสร้างการบริหารงานบริษัททอไมวีสิค จำกัด



ที่มา : เอกสารเผยแพร่ภายในบริษัททอไมวีสิค จำกัด (มหาชน)

บริษัททรมิวสิค จำกัด ได้มีการแบ่งส่วนงานออกมาเป็นส่วนต่าง ๆ โดยที่มีประธานผู้บริหารสูงสุด (Chief Executive Officer) บริษัท ทรุกอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ควบคุมดูแลอยู่ และได้มีการแบ่งงานออกเป็นส่วนต่าง ๆ ภายใต้การควบคุมดูแล ของ ประธานบริหาร (President) และผู้อำนวยการ (Managing Director) ของ บริษัท ทรมิวสิค จำกัด โดย แบ่งออกเป็น ฝ่ายต่าง ๆ อันได้แก่ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และ ฝ่ายบริหารจัดการฝั่งรายการ ดัชนีภาพด้านบน ซึ่งแต่ละฝ่ายจะต้องมีการทำงานประสานกันในแต่ละหน่วยงาน โดยที่การสั่งการนั้น จะเป็นลักษณะสั่งการจากประธานบริหาร ( president) ลงไปยังหัวหน้าหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสั่งการไปยังพนักงานปฏิบัติการอีกครั้งหนึ่ง

การบริหารงานที่นี้จะมีลักษณะการประสานงานกันแต่ละหน่วยงาน เพราะเนื้อหาข้อมูล อยู่กับทางทรมิวสิค แต่ละหน่วยงาน ก็จะแยกจากกัน ส่วนเรื่องการสั่งการ ก็ จะดูแล้วยกกันเกือบทุกอาทิตย์ ทางฝ่ายขายกับฝ่ายโฆษณาที่ประสานงานกันอยู่จริง ๆ ก็ต้องใช้เวลาในการที่จะรวมกันแต่ละสื่อ วิธีคือต้องมีการคุยกันบ่อยขึ้น เราก็ คุยกับแต่ละส่วนบ่อย ๆ ต้องใช้เวลาหนึ่ง แล้วก็ให้เค้าไปสั่งงานลงไปแผนกเค้า ต่อกันไป (อาจกิจ สุนทรวัฒน์, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2552)

ในส่วนของการตลาดทรมิวสิค ถึงแม้ว่าจะแบ่งออกเป็น ทรมิวสิคเรดิโอ ทรมิวสิคเทเลวิชั่นส์ หรือบนออนไลน์ แต่การตลาดก็จะแบบ ทำหมด โดยในแผนกตอนนี้กำลัง มีการปรับเปลี่ยน ที่จะต้องวางแผนการตลาดแล้วประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ อย่างการตลาดที่นี้ ก็จะดูแลเรื่องการตลาดล้วน ๆ แต่ถ้าเป็นส่วนของการสื่อสาร การตลาด ก็จะมีแผนกของการสื่อสารการตลาด กลางของทฤษฎี แม้ ที่จะเป็นคนช่วยดูแลให้ แล้วก็จะมีการคุยกันแล้วก็ประสานงาน แล้วค่อยให้ทางผู้ใหญ๋ ทางผู้บริหาร ตัดสินใจอีกที (พิมพ์อัปสร เทียมเสวต, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

ในส่วนของการบริหารงานรายการโทรทัศน์ทรมิวสิค ของบริษัททรมิวสิค จำกัด นั้น แม้จะแบ่งเป็นส่วนงานต่าง ๆ มากมาย แต่ลักษณะการทำงาน จะมีลักษณะการทำงานที่ใกล้ชิดกัน เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน จะมีการปรึกษากันตลอด และ แม้ว่าจะมีการสั่งงานจาก ด้านบนลงล่าง แต่ ก็พนักงานปฏิบัติการก็มีโอกาส และสามารถเข้าถึงผู้บริหารระดับสูงได้ เช่นเดียวกัน

“ที่นี้ทำงานเป็นทีม เหมือนเป็นครอบครัวเป็นบ้าน มีอะไรเราจะคุยกันตลอด วังตรงหา พี่โอเลยก็มี ทีมเวิร์คคือสิ่งสำคัญ และมีอะไรก็เหมือนพี่น้อง บางทีเจอเด็กที่มาทำงาน ก็เหมือน ลูกหลานเราที่จะสอนเค้า” (สุธิดา วิชาศทรัพย์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

วิธีการทำงานของที่นี่จะอยู่กับแบบครอบครัวคือมีอะไรเราแบ่งกัน แต่บางครั้งความเป็นครอบครัวก็จะดูยืดหยุ่นไป คือ อยากเลือกที่จะอยู่ที่นี่มากกว่า ทุกคนแฮปปี้ ถ้าจะให้ให้น้ำหนักเลือกอยู่ ที่ไหน น้ำหนักก็จะเลือกอยู่ที่นี่ เพราะการบริหารงานแบบครอบครัวมันใกล้ชิด แล้วก็คุยกันรู้เรื่องมากกว่า (อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

“ที่นี่เปิดให้เราคิด เราทำให้แสดงความคิดเห็น เหมือนบ้านหลังที่สอง เวลามาทำงานก็จะรู้สึกเหมือนบ้าน เหมือนพี่น้อง ดีเจคนนี้ติดอะไรก็ปรึกษากัน คุยกัน หรือพีโปรดิเวเซอร์ อยากได้อะไรก็คุยกัน ที่นี่จะมีความเป็นครอบครัว ความเป็นทีมสูง” (เจริญ แซ่ลู่, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

“การทำงานเราจะคุยกับน้อง ๆ แบบใกล้ชิด อยากให้น้องทำอะไร ฟังเค้าว่าเค้าอยากทำอะไร คือ ฟังความคิดเห็นของทุกคน ไม่ว่าจะดีเจ วิเจ ช่างกล้อง ไฟ หรือ ทุกอย่างมันเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกันไปแล้ว” (ศิวพร ชนไชย, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

ในส่วนของคุณลักษณะการบริหารงานของบริษัททริมิวสิค สามารถสรุปแยกออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้เป็นตารางดังนี้

## ตารางที่ 4.1

## ลักษณะการบริหารงานของบริษัททฤษฎีมิวสิค

นโยบาย	ทำคอนเท้นท์ที่สามารถใช้ได้ทุกสื่อ ซึ่งรับนโยบายมาจากบริษัท ทูคอร์ด ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งคือ “คอนเวอร์เจ้นท์”			
วิสัยทัศน์	เป็นคนรวบรวมเนื้อหา ข่าวสาร เพลง มิวสิควิดีโอ ทั้งหมดจากทุกค่ายเพลงมา นำเสนอ ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมือถือด้วย			
หลักการบริหาร	ฝ่ายบริหาร	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายขาย
	รับนโยบายมา จากบมจ.ทฤษฎี คือทำทฤษฎีมิวสิคให้เป็นคอนเวอร์เจ้นท์แพลตฟอร์ม	วางแผนงานโดยใช้วิธีคอนเวอร์เจ้นท์ทั้งหมดทั้งสามสื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต	รับนโยบายคอนเวอร์เจ้นท์ และ มาใช้สำหรับรายการคอนเวอร์เจ้นท์ ทั้งหมดสามรายการได้แก่ รายการท็อปฟิค รายการเอ็กซ์คิว ทะเวนตี และ รายการ มิวสิคแบทเทิล ซึ่งรวมทุกสื่อ	แยกส่วนขายของแต่ละคนคือ วิทยุ โทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต สำหรับคอนเวอร์เจ้นท์คือส่วนหนึ่งในการขายของแต่ละคน
แนวทางการคัดเลือกบุคลากร	คัดเลือกบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เพื่อแยกทำงานในแต่ละสื่อ ทั้งทีวี วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต			
ความคาดหวังในอนาคต	เป็นคอนเวอร์เจ้นท์แพลตฟอร์ม แล้วก็ เป็นที่เกิดศิลปินใหม่			

จากตารางข้างต้น สามารถอธิบายแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

### นโยบายการบริหารงานบริษัททฤษฎีมิวสิค จำกัด

ลักษณะการบริหารงานของบริษัททฤษฎีมิวสิค จำกัด นั้น เนื่องจากบริษัททฤษฎีมิวสิค จำกัด เป็นบริษัทในเครือของบริษัททูคอร์ดปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ดังนั้น ในส่วนของนโยบายนั้น

จะรับมาจากบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีนโยบายหลักคือ คอนเวอร์จันท์ (Convergence) ซึ่งบริษัททรูมิวสิค จำกัด ได้นำนโยบายนี้ มาปรับใช้ในทุก ๆ หน่วยงานในองค์กร รวมทั้งในส่วนของบทบาทของบริษัททรูมิวสิค จำกัดเองก็เช่นกัน ที่มีเป้าหมายคือ การทำบริษัททรูมิวสิคจำกัด ให้เป็น รูปแบบของการหลอมรวมสื่อ (Convergence Platform)

ทรูมิวสิคเป็นคอนเวอร์จันท์ของคอนเท้นท์เพลงกับนิวมีเดีย ซึ่งประกอบไปด้วย อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี แล้วยังมีเรดิโอ ซึ่งถามว่ามีมากกว่านี้ได้มั้ย ก็มีได้ ซึ่งจริง ๆ ทรูมิวสิคเปรียบเสมือนคนทำหน้าที่ รวมคอนเท้นท์จากทุก ๆ ค่าเพลงมาอยู่ในคอนเวจันท์มีเดีย ซึ่งเป็นบทบาทของทรูมิวสิค (อาจกิจ สุนทรวัฒน์, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2552)

สำหรับการนำนโยบายมาปรับใช้ในหน่วยงานต่าง ๆ นั้น สามารถแยกออกเป็น หน่วยงานต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

#### - ฝ่ายการตลาด

ฝ่ายการตลาดจากเดิมที่มีการวางแผนการตลาดของโทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต แยกจากกัน เมื่อได้รับนโยบายคอนเวอร์จันท์ (Convergence) มา จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการทำงาน เป็นลักษณะการวางแผนการตลาดรวมในทุก ๆ สื่อ เป็นแผนการตลาดเพียงแผนเดียว

ในส่วนของการตลาดทรูมิวสิค ถึงแม้ว่าจะแบ่งออกเป็น ทรูมิวสิคเรดิโอ ทรูมิวสิค เทเลวิชั่นส์ หรือบนออนไลน์ แต่การตลาดก็จะแบบทำหมด คือ รับนโยบายคอนเวอร์จันท์ มา จากเดิมเราจะแยกออกเป็นแต่ละสื่อ พอรับนโยบายมา ก็จะเป็นการวางแผนโดยรวม แล้วแยกออกเป็นแต่ละสื่อที่หลัง (พิมพ์อัปสร เทียมเศวต, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

#### - ฝ่ายขาย

ในส่วนของฝ่ายขาย จากเดิมที่มีการขายโฆษณา หรือ โครงการในแต่ละสื่อแยกจากกัน เมื่อได้รับนโยบายคอนเวอร์จันท์ (Convergence) จึงได้มีการเพิ่มในส่วนของการขายแบบรวมสื่อ หรือเป็นลักษณะของแพ็คเกจ ที่รวมทั้งสามสื่อเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งกิจกรรมด้วย

จริง ๆ ในส่วนขายจะเป็น ทีมทีวี แล้วยังมีวิทยุ ในส่วนของคอนเวอร์จันท์จะเป็นส่วนหนึ่งของแต่ละคน อย่างที่ทีวีจะมีสามเวลาคือเช้าเย็น ดึก นอกนั้นก็คือต่างคนต่างขายของตัวเอง อย่างตัวที่กำหนดว่าเป็นคอนเวอร์จันท์ก็แบ่งสัดส่วนอัตราารายรับ

รายจ่ายรายได้ คือจริง ๆ ก็แบ่งเป็นตามสื่อ แต่ก็มีแบ่งเป็นคอนเวอร์เจนท์ด้วย ถือเป็นแพ็คเกจใหญ่ ๆ ไปขายลูกค้า (สุธิดา วิชาศรัพย์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

#### - ฝ่ายผลิต

ในด้านฝ่ายผลิต ได้มีการใช้นโยบายคอนเวอร์เจนท์ (Convergence) นี้ เช่นเดียวกัน โดยที่มีการทำรายการที่เป็นรายการคอนเวอร์เจนท์ขึ้นมา ซึ่งลักษณะของรายการคอนเวอร์เจนท์นี้ จะมีลักษณะที่ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมในรายการได้ โดยเป็นลักษณะของการโต้ตอบกลับกัน ระหว่างผู้ชม กับ ผู้ดำเนินรายการ หรือ เป็นลักษณะของการเชื่อมต่อกันระหว่างสื่อทั้งสามสื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต โดยที่รายการคอนเวอร์เจนท์มีทั้งหมด 3 รายการด้วยกัน ได้แก่ รายการท็อปพิก (Top Pick) รายการเอ็กซ์คิวทีเวนตี (XQ20) และรายการมิวสิคแบทเทิล (Music Battle) โดยรายการมีลักษณะดังนี้

#### 1. รายการ Top Pick

เป็นรายการ ซึ่งมีผู้ดำเนินรายการของรายการโทรทัศน์ทอล์กมิวสิค และ ผู้ดำเนินรายการของวิทยุทอล์กมิวสิคมาคุยกันถึงเรื่องราวข่าวสารทางวงการดนตรี รวมทั้งให้ผู้ชมสามารถส่งข้อความพูดคุยผ่านหน้าจอในประเด็นดังกล่าวได้ และร่วมโหวตประเด็นข่าว ว่าเป็นจริงหรือไม่ ได้เช่นเดียวกัน และยังสามารถรับชมผ่าน [www.truemusic.com](http://www.truemusic.com) ไปพร้อม ๆ กันได้

#### 2. รายการ XQ20

เป็นรายการ ที่มีแขกรับเชิญ (นักร้อง นักแสดง) มาร่วมพูดคุย และร้องเพลงสด ๆ ในรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 2 คน สัมภาษณ์ ซึ่งรายการนี้ จะสามารถรับชมและรับฟังได้ทั้งสามช่องทาง ได้แก่ ทรูวิชั่นส์ช่อง 29 ทางวิทยุ 93.5 เอฟเอ็ม และทาง [www.truemusic.com](http://www.truemusic.com) ซึ่งผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมในรายการได้โดยการที่ร่วมโหวตว่าชอบคำตอบของแขกรับเชิญนั้น ๆ หรือไม่ หากผลโหวตคือ ไม่ แขกรับเชิญจะถูกทำโทษ

#### 3. รายการ Music Battle

เป็นรายการที่จะมี เพลง มาให้เลือกรันระหว่างทางฝั่งโทรทัศน์ และ ทางวิทยุ ซึ่งผู้ดำเนินรายการของทั้งสองฝ่ายจะนำเสนอเพลงของตัวเอง คนละ 1 เพลงและให้ผู้ชม ผู้ฟังร่วมโหวตให้คะแนน เพลงไหนได้คะแนนเยอะกว่าจะได้ฟังเพลงนั้น

เนื่องจาก True มีช่องทางการสื่อสาร อยู่หลาย ช่องทางด้วยกัน ก็เลยคิดว่า น่าจะมาทำรายการที่สามารถ รับชม รับฟังได้พร้อม ๆ กันหลาย ๆ ช่องทาง True Music ก็เลยเลือก ช่องทางที่สามารถ รับชม รับฟัง ได้สะดวก 3 ช่องทางด้วยกัน คือ True Music TV (ช่อง 29) / True Music Radio (93.5) /

www.truemusic.com โดย True Music ก็เลยเลือกรายการที่จะมา คอนเวอร์เจ้นท์ เป็นรายการสด ปัจจุบันมี 3 รายการด้วยกันก็จะมีรายการ Top Pick เป็นรายการ คุยข่าว 3 ชั่วโมง ซึ่งจะมี วีเจ ดีเจ มาคุยกัน และมี www.truemusic.com สามารถรับชมรับฟังไปพร้อม ๆ กัน รายการที่สองคือ รายการ XQ20 เป็นรายการ 2 ชั่วโมง มีแขกรับเชิญมาพูดคุย และร้องเพลงสด ๆ ในรายการ โดยมีวีเจ 2 คน สัมภาษณ์ ส่วนทางวิทยุจะให้บริการสัญญาณเสียงไปจากทีวี ตลอดทั้ง รายการ ให้ชาววิทยุ และเว็บได้ฟังด้วย แต่รายการนี้ไม่มี ดีเจ อยู่ทางเพราะว่า ต้องมีการพูดคุยกับศิลปิน ซึ่งจะเป็นการ สื่อสารที่ลำบาก สำหรับ แขกที่มาในรายการ รายการสุดท้ายคือ รายการมิวสิคแบทเทิล เป็นรายการ 3 ชั่วโมง ที่จะมี เพลง มาสู้กันระหว่าง ทีวี และ วิทยุ โดยมีวีเจ อยู่ทาง ทีวี 1 คน และมีดีเจ ทางวิทยุ 1คน ต่างฝ่ายต่าง นำเสนอเพลงของตัวเอง คนละ 1 เพลง ซึ่งจะมีการ สู้ กัน 6 รอบ ฟังไหนชนะก็จะได้ฟังเพลงนั้น (ศิวพร ชันไชย, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

รูปแบบเป็นรายการที่ให้คนดูมีส่วนร่วมอย่างเช่นส่งเอสเอ็มเอส คุย โหวต แชท คือการแสดงความคิดเห็น รักใครเกลียดใครชอบใคร หรือแชทในประเด็นต่าง ๆ ส่วนการโหวตถ้า เป็นรายการคือ คอนเวอร์เจ้นท์สามรายการ ตอนเช้าดูรายการ ท้อปพิค คอนเซ็ปต์ คือ เป็นรายการที่คุณสามารถมาอัปเดตเรื่องราวข่าวสารทางดนตรีได้ ในขณะที่เดียวกันเราก็จะมีหัวข้อให้คุณแสดงความคิดเห็นว่าคุณ รู้สึกอย่างไรกับประเด็นนั้น คนฟังคนดูก็สามารถมีส่วนร่วมได้โดยส่งข้อความมา แสดงความคิดเห็นว่าคิดอย่างไร โหวต ได้ เรื่องของประเด็น เช่นคุณคิดว่า หมอกฤษฬ่องกลับคนนี้ นักร้องคนนี้เล็กกับคนนี้ คุณคิดว่าใครผิด จะเป็นแบบ ใช่ไม่ใช่ ชอบไม่ชอบ เชื่อไม่เชื่อ แล้วก็สรุปมาเป็นความคิดเห็นต่าง ๆ คนที่รู้จักจะ ส่งความคิดเห็นมา (จักรพันธ์ เจียรกุล, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2552)

ในด้านการคัดเลือกบุคลากร ถึงแม้ว่า บริษัททริมิวสิคจำกัด จะมีการรับนโยบาย คอนเวอร์เจ้นท์มาใช้ในทุก ๆ หน่วยงาน ซึ่งเป็นการรวมสื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต แต่บุคลากรที่รับมาทำงานนั้น ทางบริษัททริมิวสิค จำกัด ยังคงต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญ เฉพาะด้านโดยเฉพาะ ไม่จำเป็นจะต้องมีความชำนาญในทุก ๆ ด้าน

ในส่วนของผู้ดำเนินรายการก็เช่นเดียวกัน มีการคัดเลือกผู้ดำเนินรายการ เช่นเดียวกับรายการอื่น ๆ สิ่งสำคัญคือจะต้องทำงานเป็นทีมได้ รวมทั้งที่ทริมิวสิค ผู้ดำเนินรายการ

จะต้องมีการเขียนบทเอง และหาความรู้เรื่องดนตรี ให้มากกว่าคนฟัง ดังนั้น ความรู้และความชำนาญเรื่องดนตรีจึงเป็นสิ่งสำคัญ

ต้องอยู่ที่ว่าทำงานส่วนไหน แยกกันไปเลย ที่วิกีทีวี ให้ชำนาญด้านนี้ ๆ ไปเลย ดีกว่า เลือคนทีเก่งเฉพาะทางมาดีกว่า แล้วก็ค่อยมารวมกัน ซึ่งจะทำให้เราได้ คนที่ทำงานด้านนั้น ๆ ที่เป็นลักษณะชำนาญเฉพาะทางไปเลย ถ้ารับแบบทำได้หมด มันก็ไม่ได้อะไร เราต้องดูอีกที (อากิจ สุนทรวัฒน์, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2552)

ตอนเซทแรก คือให้ส่งเดโมมาตามปกติ พอหลังจากผ่านรอบแรกแล้วเค้าก็จะเรียกเข้ามาทำเดโมใหม่ คือมาทำเครื่องมืองกลางที่ทุกคนจะได้ เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จากนั้นก็เข้าสัมภาษณ์กับพีวีเน็ตเรย คือ สัมภาษณ์แล้วก็ประกาศผลเลย ที่นี้ค่อนข้างเปิดโอกาสให้เราได้คิดได้นำเสนอเนื้อหา ก็จะมีพีเมเนเจอร์สเตรชั่นที่คอยดูแลเราอีกที มิวสิคไดเรคเตอร์ดูว่าเนื้อหาโอเคมั้ย เนื้อหาอยู่ในกลุ่มรีเปล่าเกี่ยวกับเรื่องดนตรีมั้ยแล้วก็อีกอย่างคือข้อมูลในเองดนตรีเป็นพื้นฐานที่ดีเจ วิเจจะต้องมี คือ ข้อมูลแคหน้าปกซีดี คนฟังก็รู้ คือ เราต้องเจาะข้อมูลเอง อย่างบางทีความหมายเพลงนี้ หรือ คือ เราต้องรู้ให้มากกว่าคนฟัง (อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

เหมือนกับคนอื่น ๆ คือ ผ่านการส่งเดโม สัมภาษณ์ คู่กันก่อนว่าสามารถทำงานเป็นทีมได้รึเปล่า ไม่ใช่ว่าคุณเป็นดีเจชื่อดัง แต่ไม่สามารถมาทำงานร่วมกับพี ๆ นื่อง ๆ ในเครือทรูได้เพราะที่นี้ทำงานเป็นทีม ครอบครัวที่นี้ให้เราเป็นตัวเอง เราไม่ต้องเก่งเหมือนใคร ให้เป็นตัวเองแต่อยู่ในขอบเขตที่เป็นแบบอย่างให้กับน้อง ๆ รุ่นใหม่ที่ดีเจที่ดีต้องเป็นแบบนี้ไม่เกินขอบเขต สังคมไม่ยอมรับ ต้องยอมรับว่าทรูเป็นสื่อใหญ่ที่คลุมทั่วประเทศ ถ้าเกิดใครทำเกินของเขตก็จะไม่โอเค (เจริญ แซ่จู้, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

ในส่วนของความคาดหวังในอนาคตนั้น กลุ่มตัวอย่าง อากิจ สุนทรวัฒน์ ประธานบริหาร บริษัท ทรูมิวสิค จำกัด ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ทางบริษัททรูมิวสิค ได้วางแนวทางว่า จะเป็นผู้นำทางด้านรูปแบบของคอนเวอร์เจนท์ ใช้เทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยในการพัฒนารายการที่น่าสนใจยิ่งขึ้น และ ต้องการที่จะเป็นที่เกิดศิลปินใหม่ ๆ อีกด้วย

## ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานของ รายการโทรทัศน์ ทรูมิวสิค

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า เนื่องจากรายการโทรทัศน์ทรูมิวสิค มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากรายการโทรทัศน์รายการอื่น คือมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ รวมไปถึงการ

สร้างสรรค์รายการให้แตกต่างโดยที่ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ได้ รวมทั้งในเรื่องของการเชื่อมกันของช่องทางการสื่อสาร จากทางโทรทัศน์ และ ทางวิทยุ รวมไปถึงอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่มีใครทำขึ้นมา ดังนั้นจึงเกิดปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงาน รวมไปถึงการผลิตรายการในรูปแบบใหม่นี้เช่นเดียวกัน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่นั้นเกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันในหลาย ๆ สื่อ ทั้งในส่วนของโทรทัศน์ วิทยุ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะต้องมาทำงานร่วมกัน และประสานงานกัน รวมไปถึงการผลิตรายการโทรทัศน์ ในรายการที่เป็นรายการคอนเวอร์เจนท์ทั้งสามรายการ รวมไปถึงการขยายกลุ่มผู้ชม ซึ่งรายการจึงเป็นส่วนสำคัญ จากเดิมที่เป็นชื่อภาษาอังกฤษ ทำให้คนเข้าใจลำบาก

ปัญหาอีกส่วนหนึ่งในส่วนของผลตอบรับของผู้ชมนั้น สิ่งสำคัญคือ ดีเจ หรือ วีเจ ที่มีผลทำให้ดึงดูดผู้ชม และอีกส่วนคือในส่วนของรายการและการส่งข้อความเข้าไปร่วมรายการ

เป้าหมายของรายการสดที่มีการ คอนเวอร์เจนท์ กันต้องเป็นไปอย่างเรียบง่าย และแบบเนียนที่สุด บางครั้งมีปัญหามากมาย ในแต่ละวัน ซึ่งเป็นเรื่องปกติของรายการสด ทำอย่างไรก็ได้ให้ปัญหาทุกอย่าง ไม่ออกไปสู่หน้าจอ ไม่ให้ใครทราบ นอกจากมีทีมงานที่ดีแล้ว วีเจ ดีเจเป็นส่วนที่สำคัญมาก พวกเขาสามารถช่วยแก้สถานการณ์ให้ทีมงาน เพราะกระบวนการทำสุดของรายการสดคือ การพูด หรือการกระทำของวีเจ ดีเจ พวกเขาสามารถทำเรื่องที่ถูกให้เป็นเรื่องที่ผิดได้ ขณะเดียวกันพวกเขาก็ทำเรื่องที่ผิดให้เป็นเรื่องถูกได้เช่นเดียวกัน ซึ่งไม่สามารถแก้ไข ได้แล้วหลังจากที่ออกอากาศ การพูดคุย ของ ดีเจ วีเจ จะต้องใส่หูฟัง อยู่ตลอดเวลาขณะออกอากาศ ส่วน วีเจ ทางทีวี จะได้ยิน เสียง ดีเจ ทางวิทยุและเสียง Producer อยู่ในหูไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งอาจไม่ชินสำหรับ VJ ใหม่ (ศิวพร ชันไชย, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

จริง ๆ ต้องใช้เวลา ในการรวมสื่อกัน เพราะมีหลายสื่อ ก็จะมีปัญหาบ้าง แต่ที่จะปรับเปลี่ยนคือ เปลี่ยนชื่อรายการเป็นภาษาไทย เพราะ คนมักจะถามว่าชื่อรายการคืออะไร แปลว่าอะไร เพราะเดิมเค้าจะคิดกันแบบเอ็มทีวี แต่ตอนนี้เราเปลี่ยนแบบกว้างมากขึ้น เพราะงานแดงที่เรามีทูลูไลฟ์พีวีวี คนดูเพิ่มขึ้น กว้างขึ้น เลยต้องเปลี่ยน (อาจกิจ สุนทรวัฒน์, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2552)

“ปัญหาหลักคือ การที่รวมทุกสื่อ ต้องทำงานกับหลายหน่วย หลายฝ่ายมากขึ้น แต่จริงๆมันก็ต้องใช้เวลา แล้วก็ต้องคุยกับส่วนอื่น ๆ ให้มากขึ้น มีการประชุมกันบ่อยขึ้น จะได้ทำงานง่ายขึ้น ค่อย ๆ ปรับ” (พิมพ์อัสพร เทียมเศวต, สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2552)

ปรับปรุง ดีใจ/วิใจ พยายามคัดคนที่พูดคุยเป็นธรรมชาติและสื่อสารให้เข้าใจง่าย ๆ ภาษากระชับ บางคนก็พยายามทำให้ช้า แต่ไม่ช้า มันทำลายบรรยากาศของรายการ และช่วงมิวสิกแบทเทิล แล้วให้ดีใจ วิใจคุยกันนี่บางทีไม่ได้เป็นภาษาเดียวกัน เหมือนคุยกันคนละเรื่อง หรือไม่มีเรื่องจะคุย ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องมีการปรับปรุงอย่างมากค่ะ (พรรณนภา หาญพิพัฒน์พานิช, สัมภาษณ์ , 17 กุมภาพันธ์ 2552)

สำหรับการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการโทรทัศน์ทริวิวิค ได้สำรวจถึงเหตุผลที่เลือกชมรายการโทรทัศน์ทริวิวิค ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับชมบ่อยที่สุด รายการโทรทัศน์ทริวิวิคที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ ช่องทางในการรับชม ตลอดจนข้อเสนอแนะ โดยสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการโทรทัศน์ภูมิวิสด

เหตุผลที่เลือกชม	ช่วงเวลาที่รับชม (เรียงลำดับตามจำนวน กลุ่มตัวอย่างที่รับชมจาก มาก (1) ไปหาน้อย (4))	รายการที่ชื่นชอบ	ช่องทางในการรับชม (เรียงลำดับตามจำนวน กลุ่มตัวอย่างที่รับชมจาก มาก (1) ไปหาน้อย (4))	ข้อเสนอแนะ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเพลงหลากหลายทั้งเพลงไทยและสากล รวมถึงเอเชีย</li> <li>- เพลงที่นำมาเสนอจะเป็นเพลงใหม่และอัปเดตอยู่ตลอดเวลา</li> <li>- ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมในรายการได้</li> <li>- รูปแบบการนำเสนอที่มีการเชื่อมต่อกันระหว่างวิทยุ โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ต</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ช่วงเย็นตั้งแต่ 17.00 เป็นต้นไป</li> <li>2. ทั้งช่วงเช้า 6.00น – 7.00 น. และ ช่วงเย็น 17.00 น</li> <li>3. ช่วงเช้า 6.00 น.-7.00 น.</li> <li>4. เปิดทิ้งไว้ตลอดวัน</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Music Battle</li> <li>- XQ20</li> <li>- Freshbake Asian</li> <li>- TrueMusic top 20</li> <li>- Non Stop</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทูวี่ซันส์ ช่อง 26</li> <li>2. www.truemusic.com</li> <li>3. FM 93.5 TrueMusic radio</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เปลี่ยนดีเจ</li> <li>- เพิ่มการส่งข้อความจากโทรศัพท์ อีเมลเป็นจากอินเทอร์เน็ตไปขึ้นหน้าจอได้</li> <li>- อยากรายการสดมีการฉายซ้ำ</li> <li>- เพิ่มการโหวตเพลงที่ละเพลง ให้โหวตเป็นลิสต์</li> <li>- อัปเดตเพลงสากลให้ทันตารางอันดับของบิลบอร์ด</li> <li>- เพิ่มเพลงเกาหลีมากกว่านี้</li> </ul>

\* เรียงลำดับตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับชมจากมากไปหาน้อย

จากตารางข้างต้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

จากการสำรวจของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการโทรทัศน์ทริมิวสิค อายุ 15 ปี – 25 ปี ได้สอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกชมช่องโทรทัศน์ทริมิวสิค ช่วงเวลาที่รับชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิค รายการโทรทัศน์ทริมิวสิคที่ชื่นชอบมากที่สุด รวมไปถึงช่องทางในการรับชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิค และ ข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการโทรทัศน์ทริมิวสิค

สำหรับเหตุผลที่เลือกชมช่องรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคเนื่องจากมีความหลากหลายในการเปิดเพลง และมีการนำเพลงใหม่ ๆ ทันสมัยมาเปิดตลอดเวลา รวมไปถึงเลือกชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคเพราะลักษณะการนำเสนอของรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคที่ให้ดูชมรายการสามารถมีส่วนร่วมในรายการได้ โดยการส่งข้อความ การโหวต และ เลือกชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคเพราะมีช่องทางในการรับชมรายการที่หลากหลายช่องทางทั้งทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และทางวิทยุ

จากการสำรวจช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับชม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคในช่วงตั้งแต่ 17.00 น. เป็นต้นไป รองลงมาจะชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคทั้งช่วงเย็น และ ช่วงเช้าเวลา 6.00 น. – 7.00 น. กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจะเลือกชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคเฉพาะช่วงเช้า และมีบางส่วนที่เปิดทิ้งไว้ตลอดวัน

สำหรับรายการที่กลุ่มตัวอย่างชอบชมมากที่สุดได้แก่ รายการมิวสิคแบทเทิล (Music Battle) รายการเฟรชเบคเอเชีย (Freshbake asian) รายการทริมิวสิคท็อปเทเวนตี้ (TrueMusic top twenty) และ รายการนั้นส์ตีอป (Non Stop) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคผ่านทางช่องทรูวิชั่นส์ 29 มากที่สุด รองลงมาคือทาง [www.truemusic.com](http://www.truemusic.com) และทางวิทยุ 93.5 เอฟเอ็ม ตามลำดับ

ในส่วนของการรับชมรายการโทรทัศน์ทริมิวสิคที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ปรับปรุง เรื่องแรกคือ ดีเจ และ วีเจ ที่อยากให้มีการเปลี่ยนใหม่เนื่องจากฟังไม่รู้เรื่อง รวมไปถึงช่องทางในการส่งข้อความ ต้องการให้มีการส่งข้อความผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วย พร้อมกับเพิ่มการโหวตเพลงจากเดิมที่เป็นลักษณะที่ละเพลงให้เพิ่มเป็นที่ละหลาย ๆ เพลง และอัปเดตเพลงสากลให้ทันตารางอันดับของบิลบอร์ด รวมไปถึงเพิ่มเพลงเกาหลีให้มากกว่านี้

มีมิวสิควีดีโอหลากหลายค่ายให้ดูดีค่ะ มีเพลงอัปเดตใหม่ ๆ เยอะ มีทั้งเพลงไทย เพลงเกาหลี ไม่เหมือนรายการเพลงอื่น ๆ ที่เวลาอยากฟังเพลงค่ายนี้ก็ต้องดูรายการนี้ อยากฟังเพลงอีกค่ายก็ต้องรอดูจากอีกรายการหนึ่ง ดูแล้วมันยุ่งยากค่ะ ที่นี้ดีกว่าคือ มีหมด ไม่ต้องเปลี่ยนช่อง หรือรอดูจากช่องนี้ช่องนั้น แล้วก็มาให้เราส่งเอสเอ็มเอสไป

ขึ้นหน้าจอดีด้วย ก็มีนัดกับเพื่อนๆดูพร้อมกันด้วย และจะส่งเอสเอ็มเอสไปแซว ๆ กันซ้ำ ๆ ก็สนุกดีนะคะ (อินทรีธิรา พุ่มทองจิรานนท์, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552)

จำชื่อช่วงไม่ได้ค่ะ ที่เปิดเพลงเอเชียน ๆ เยอะ ๆ น่าจะเป็น เฟรชเบคเอเชียนคะ เพราะไม่ได้หาดูเอ็มวีพวกนี้ได้ง่าย ๆ จากรายการมิวสิกวิดีโอจากพีทีวี กับอีกช่วงคือ ช่วง 20 คำถามอะ แต่จะชอบเฉพาะที่มีศิลปินรับเชิญที่เราชื่นชอบมานะคะ ที่ชอบเพราะดีค่ะ ได้รู้ในคำถามที่เราอยากรู้ (พรรณนภา หาญพิพัฒน์พานิช, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552)

“ส่วนใหญ่ก็จะดูตอนเลิกเรียนกลับบ้านเย็นๆ แล้วก็ตอนเช้าก่อนออกจากบ้าน เพราะมันแปลก ๆ ดี ไม่เหมือนรายการอื่น คำจะมีดีเจกับวีเจคุยกัน เปิดวิทยุก็ได้ยินเสียงเหมือนในทีวีเลย แปลกไม่เหมือนใครดี” (ปิยะพันธ์ ผดวาลัย, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2552)

ส่วนใหญ่จะเป็น ทีวีกับอินเทอร์เน็ตค่ะ ทีวีก็จะเปิดไว้อยู่แล้วอินเทอร์เน็ตก็เปิดเล่นเป็นประจำอยู่ บางทีก็เปิดเว็บทรมิวสิกเนี่ยแหละฟังเพลง บางทีดูในทีวี ชอบเอ็มวีตัวนี้อยากได้ ๆ ก็โหลดจากทรมิวสิกค่ะ มันทำอะไรได้เยอะดี ซึ่งอินเทอร์เน็ตก็สามารถดูของทรมิวสิกได้เหมือนกัน ถ้าโดนแย่งทีวี หนูก็ดูทางอินเทอร์เน็ตอะคะ (จุฬารัตน์ แสงสิงห์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2552)

“จริง ๆ ก็อยากให้มีแบบส่งข้อความจากอินเทอร์เน็ตไปขึ้นหน้าจทีวีบ้าง เหมือนแซทผ่านเอ็มวีอะคะ เพราะไม่เปลืองดี บางทีอยากส่ง แต่แบบหมดเลยอดแซทกับเพื่อนเลยคะ” (จุฬารัตน์ แสงสิงห์, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2552)

“อยากให้รายการมีแบบให้โหวตเพลงเป็นลิสต์เลยน่าจะดี แล้วก็ชอบดีเจเท่าไร๋ บางทีฟังไม่รู้เรื่อง” (ปิยะพันธ์ ผดวาลัย, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2552)