

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จต่อการปรับเปลี่ยนรายการภัยรายวัน เป็นรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” ได้วางรูปแบบของการนำเสนอผลการศึกษา โดยใช้วิธีการบรรยาย แบ่งออกเป็น ดังนี้

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จต่อการปรับเปลี่ยน รายการภัยรายวัน เป็นรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพนี้ได้จากวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เป็นข้อมูลหลัก โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (ภายในและภายนอก) รวมทั้งใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ศึกษาเพื่อเป็นการสอบถามความถูกต้องของข้อมูลหลักเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในการศึกษา คือ

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จต่อการปรับเปลี่ยนรายการภัยรายวันเป็นรายการ 9 ร่วมใจ คนไทย ไม่ทิ้งกัน

บทบาทหน้าที่สื่อมวลชนต่อสังคม

การทำหน้าที่สื่อมวลชนที่ดีในการช่วยเหลือสังคม เป็นสิ่งแรกๆที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการภัยรายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ใช้เป็นแนวทางในการผลิตรายการตลอดมา

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี มุ่งมั่นที่จะนำเสนอรายการโทรทัศน์ ที่มีทั้งสาระ ความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และสังคม ภายใต้แนวคิด “สังคมอุดมปัญญา” (Knowledge Base Society) เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชม การตอบสนองคืนสู่สังคม โดยเน้นความช่วยเหลือประชาชนในทุก ๆ ด้าน และการเป็นสื่อกลางในการแก้ไขปัญหาต่างของสังคม

แนวคิดของรายการภัยรายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน คล้ายกัน กล่าวคือ ต้องการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อกลางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับสังคม ไม่ว่าจะเรื่องใด ๆ โดยผ่านศักยภาพของหน่วยงานต่าง ๆ ที่บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีอยู่ รวมทั้งทีมงานทุกคนที่มีจิตวิญญาณในการทำหน้าที่สื่อมวลชน เพื่อเป้าหมายสูงสุด คือการได้เป็นที่พึ่ง

ของประชาชนคนไทยทั่วประเทศ ซึ่งในการจะก้าวไปถึงความสำเร็จของการทำหน้าที่สื่อมวลชนนั้น จำเป็นต้องใช้ความเพียรพยายามในหลายด้าน เช่น การลงพื้นที่ เพื่อหาคนที่เดือดร้อนอย่างแท้จริง เพื่อนำมาออกรายการ การวางแผนการผลิตรายการให้น่าสนใจในทุกแง่มุม เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการ ปลูกกระแสให้ผู้ชมที่บ้านที่มีความพร้อมที่จะต้องการช่วยเหลือผู้เดือดร้อน สามารถติดต่อผ่านทางรายการได้ และเป็นที่พึ่งให้กับผู้เดือดร้อนไม่มีทางออก รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ต้องพยายามไปให้ถึงจุดที่สามารถเข้าไปนั่งในใจคนตกทุกข์ได้ยาก เพื่อให้คนเหล่านั้นนึกถึงรายการเป็นอันดับแรก

คุณสิทธิศักดิ์ เอกพจน์ รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ต้องเป็นการเชื่อมโยงประชาชนที่เดือดร้อน กับหน่วยงานภาครัฐ ที่เหลือก็แล้วแต่วิธีการนำเสนอ ต้องทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างเต็มที่ รวดเร็ว ช่วยเหลือไม่ว่า ในหรือนอกห้องส่ง เป็นสด หรือเป็นเทป ได้หมด ที่เหลือก็ขึ้นอยู่กับความคิดของทีมงาน¹

คุณศุภศิษย์ บุณนาคน ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) กล่าวสนับสนุนว่า

เราทำไม่ใช่เพื่อกำไรอย่างเดียว ต้องเพื่อสังคม เพราะรัฐบาลก่อตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยขึ้นมาเพราะส่วนหนึ่งคือ เป็นสื่อสารมวลชนเพื่อประชาชน คาดหวังไว้อย่างนั้น ที่จะเป็นสื่อหนึ่งที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจมากนัก รายการที่ช่วยเหลือประชาชน ต้องช่วยถึงภัยที่ประชาชนประสบอยู่ด้วย เป็นเรื่องที่สำคัญทุกเรื่อง ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ก็สามารถเข้าไปช่วยเหลือประชาชน ในการให้ข้อเสนอแนะ ในการผลิตรายการให้เป็นตัวอย่างให้ประชาชนได้รับรู้ ให้ความรู้ เรื่องอาหาร โภชนาการต่าง ๆ อยากให้รายการเข้าไปในเรื่องใกล้ตัวให้มาก และเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา เพื่อไปกระตุ้นให้หน่วยงานของรัฐมาร่วมมือกับเรา และประชาชนก็ตื่นตัวในการดูแลตัวเองในเรื่องเหล่านี้ ประเทศเราอยู่ในจุดที่ต้องทำหน้าที่เหล่านี้ ในหลายส่วนของประเทศ ประชาชนก็ยังได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วน คือต้องให้ข่าวสาร และความจริงทุกแง่มุม ทำหน้าที่สื่อเพื่อการพัฒนา และสอดคล้องกับการที่เรากำหนดแนวคิด สังคมอุดม

¹ สัมภาษณ์ สิทธิศักดิ์ เอกพจน์, รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 24 กรกฎาคม 2551.

ปัญญา หมายถึง เมื่อเราคาดหวังว่าประชาชนมีความรู้ รู้จักคิด รู้จักนำข้อมูล ให้ผู้ชมรู้จักตัดสินใจเอง แต่ต้องไม่ออกไปในแนวทางก้าวร้าว ไม่ยุ่งให้เกิดการ กระทำที่รุนแรง ดีกว่าไม่ทำอะไร ดีกว่าเห็นการเอาตัวเอาเปรียบเราไม่ทำอะไรเลย เมื่อคนเดือดร้อน อยากให้เค้านึกถึงเรา ให้เป็นที่พึ่ง ถ้าเค้าพึ่งระบบราชการไม่ได้ ให้เค้าเห็นรายการเราเป็นประโยชน์กับเค้า วันนั้นเราประสบความสำเร็จแล้ว เมื่อ สร้างความสำเร็จตรงนี้ได้ ทุกอย่างก็จะตามมา แต่เราไม่มุ่งจะเอาเงินอย่างเดียว ถ้าเราจะเอาเงินอย่างเดียว เราก็ทำละครไปเลยดีกว่า ฉะนั้นหน้าที่สื่อมวลชน ต้องมีตรงนี้ด้วย ถ้าจะเป็นสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ของตัวเองด้วย²

คุณวรพล พุฒจ้อย ผู้ช่วยฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ กล่าวว่า

ชื่อรายการ คือ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ฉะนั้น ความสำเร็จของรายการ คือการ ได้เป็นสื่อกลางของคนทั้งประเทศ ที่จะเข้ามาร้องขอความช่วยเหลือ รายการนี้ต้อง เป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือสังคม ให้สมกับวัตถุประสงค์รายการ และชื่อรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ในฐานะสื่อมวลชน ต้องทำเพื่อสังคม³

คุณวันชัย สอนศิริ พิธีกรรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน กล่าวเสริมว่า

รายการต้องเป็นสื่อกลางของคน ลดช่องว่างทางสังคม คนที่มีโอกาส มีเงิน มีอำนาจ ก็ไม่จำเป็นต้องใช้สื่อ เค้าเดินรบนทางอื่นได้ แต่คนที่ขาดโอกาสทางสังคม ที่ด้อยกว่าในหลาย ๆ ด้าน สื่อนี้แหละ รายการนี้ละ จะเป็นตัวกลางในการลด ช่องว่างในการแก้ปัญหาให้เค้า แบบทันทีทันใด ทันใจ เพียงแต่ต้องใช้ให้คุ้มค่า เพราะถ้าสื่อเปิดโปง จะเป็นการกระตุ้น ผมคาดหวังเหลือเกิน ว่ารายการเราจะ แก้ปัญหาได้ ผลักดันได้ หรือ จุดกระแสให้สังคมตื่นตัวต่อปัญหานั้น ปัญหานี้ ผมคาดว่าสื่อมีพลังที่สุด มากกว่าวิธีอื่น เพียงแต่คุณจะทำมันถึงไหม จริงหรือเปล่า ตรงหรือเปล่า มีเยอะ ที่สื่อเปิดโปง แล้วคนไม่กล้าคอร์ปชั่น กลัวสื่อรู้สื่อเห็น เหมือนเรามีปืน จะยิงถูก ยิงแม่นหรือเปล่า ยิ่งขึ้นฟ้าให้คนหันมองก็ยิ่งดี ในฐานะ สื่อมวลชน เราต้องทำตรงนี้ให้ได้⁴

² สัมภาษณ์ ศุทธิชัย บุนนาค, ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 1 สิงหาคม 2551.

³ สัมภาษณ์ วรพล พุฒจ้อย, ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์, 30 กรกฎาคม 2551.

⁴ สัมภาษณ์ วันชัย สอนศิริ, พิธีกรรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 25 กรกฎาคม 2551.

คุณวัลย์ ไชยรัตน์ พิธีกรรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน
กล่าวว่า

ต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นำข่าว และสาระต่าง ๆ ถ่ายทอดออกไปผ่านทาง
โมเดิร์นไนน์ ทีวี คนที่ดูรายการเกือบหนึ่งชั่วโมงก็จะได้รับความรู้เยอะ อย่างน้อยป้องกัน
ตัวเองจากความเดือดร้อนต่าง ๆ ได้ และรู้ถึงสิ่งแวดล้อม และข้อกฎหมาย เป็น
การทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่างหนึ่ง⁵

คุณพิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่
ทิ้งกันกล่าวเสริมว่า

ในฐานะที่เป็นทีมภัยร้ายวันเดิมด้วย ทำรายการมานาน เป็นสื่อมวลชนที่ทำงานใน
หน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างเต็มที่ ปัจจุบันที่คิดว่าจะทำให้รายการประสบความสำเร็จ
ในบทบาทของสื่อมวลชนคือส่วนร่วมของประชาชนสำคัญที่สุด ขาดไม่ได้ ทีมงาน
อยากได้ส่วนร่วมของประชาชน จะพยายามทำทุกอย่าง ทีมงานรายการนี้รักงาน
ที่วีมากกว่าเงิน เราเลือกที่จะทำงานเพื่อประชาชน เราสนุกกับงาน ทำแล้วได้ช่วย
คน เมื่อรายการเราช่วยใครได้ เค้าจะหันมาดู จะบอกต่อ จะคอยดู บางทีดูทั้งหมู่
บ้าน เหมือนเราเป็นที่พึ่ง จะทำให้ฐานคนดูเพิ่มขึ้น ทุกวันนี้คนที่เราช่วยเค้าไว้ เค้า
ก็ยังโทรมาหาตลอด หลายคนเลย เค้าเห็นเราเหมือนพระเจ้า ถ้าไม่มีเราเค้าตาย
แน่ เราก็ภาคภูมิใจ อย่างน้อยทำรายการเป็นสื่อทีวี ทำประโยชน์ได้ กับคนหนึ่งก็มี
ค่ามากแล้ว เป็นเด็กซ้กคน คนแก่ ผู้หญิง ได้หมด ภูมิใจ อยากให้เป็นรายการที่คน
ที่เดือดร้อนเข้ามาหา เป็นที่พึ่งของประชาชน ไม่จำเป็นต้องไปอยู่โพรม์ไทม์ เพียง
แค่ประชาชนคนหนึ่ง ดูรายการแล้วรู้สึกรักก็พอแล้วเราทำงานกันด้วยใจ เราตั้งใจกัน
จริง ๆ อยากให้รายการนี้ไปอยู่ในใจของประชาชน เราก็จะทำหน้าที่สื่อมวลชนให้ดี
ที่สุด⁶

⁵ สัมภาษณ์ วัลย์ ไชยรัตน์, พิธีกรรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ
คนไทยไม่ทิ้งกัน, 25 กรกฎาคม 2551.

⁶ สัมภาษณ์ พิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม, ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ
คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

คุณโฆสิต รอดใหม่เจ้าหน้าที่กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวันและรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน กล่าวเสริมว่า

บทบาทการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในรายการนี้ต้องช่วยคนอย่างเดียวเลย ช่วยเหลือคน จุดประสงค์คือช่วยเหลือคน คนตกทุกข์ได้ยาก ลำบาก ถูกโกง พ่อหาย แม่หาย ลูกเป็นบ้า ให้เค้ามีทางออก บางทีเค้าไม่มีเงิน ไม่มีทางไป เค้านั่งดูทีวี หรือญาติดู เห็นรายการเรา จะเป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือเค้า เราไม่ต้องไปทำสารคดี หรือไปเจาะชีวิตเค้า แต่ให้ชาวบ้านเค้ารู้ว่ามีคนที่เราช่วยเหลือผ่านทีวี ให้คนในประเทศไทยที่เหลือรู้ว่าเราช่วยจริง เค้าจะได้มาหาเรา เพราะมันก็คือรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกันถึงจะประสบความสำเร็จในหน้าที่ของสื่อมวลชนวัตถุประสงค์หลักของรายการคือ เมื่อมีใครเดือดร้อน ต้องการความช่วยเหลือ ต้องนึกถึงรายการของเราก่อน นั่นคือความสำเร็จ เหมือนมูลนิธิปวีณา ทำไมต้องมูลนิธิปวีณา มูลนิธิอื่นเยอะแยะไป ทำไมต้องที่นี่ เพราะเค้าช่วยจริง แล้วเค้าประชาสัมพันธ์ ทำแล้วออกสื่อ หรือปากต่อปากบอกกันไป แล้วก็ทำให้มีอำนาจต่อรองกับหน่วยงานรัฐด้วย เราต้องไปจุดนั้นให้ได้ ถ้าเราเดือดร้อน คนธรรมดามีปัญหา ถูกเอาเปรียบ ทำงดี เอาละ ไปหารายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ติดต่อมา โทรมา แฟกซ์มา ส่งเอสเอ็มเอส หรือมาที่ อสมท⁷

ด้านรายได้

นอกเหนือจากความมุ่งมั่นในเชิงการทำประโยชน์เพื่อสังคม บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัท ในตลาดหลักทรัพย์ ฉะนั้น จึงต้องแสวงหากำไรในเชิงธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็ทำประโยชน์เพื่อส่วนร่วม

จากรายการภัยร้ายวันเดิมออกอากาศทางโทรทัศน์ เป็นเวลา 1 ปี 7 เดือน ที่ผ่านมา ถือว่ารายได้อยู่ในเกณฑ์ดี มีผู้สนับสนุนรายการ และโฆษณาซื้อเวลาในรายการพอสมควร แต่เนื่องจากเวลาของรายการภัยร้ายวัน เป็นช่วง Non Prime Time อัตราค่าโฆษณาจึงมีราคาไม่สูง ประกอบกับผู้บริหารมีนโยบายที่จะหารายได้เพิ่มขึ้น จึงดำเนินการปรับเปลี่ยนจากรายการภัยร้ายวัน เป็นรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน เพื่อดึงดูดผู้สนับสนุนรายการเพิ่มมากขึ้น

⁷ สัมภาษณ์ โฆสิต รอดใหม่, เจ้าหน้าที่กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวันและรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

คุณเขมทัตต์ พลเดช ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักการตลาด กล่าวในเรื่องนี้
ว่า

การผลิตรายการโทรทัศน์ทุกรายการ ควรจะทำแบบธุรกิจทั่วไป ธุรกิจทั่วไป แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่ม CSR (Corporate Social Responsibility) และ Commercial ทั่วไปที่เราได้มา เช่น อสมท เดิมทำตามใจผู้บริหาร ไม่สนใจตลาดผู้ชม ซึ่งมันผิด ฉะนั้น ระยะเวลาที่ปรับเปลี่ยนคือ เอาตัวผู้ชมเป็นหลักว่าเค้าต้องการอะไร ผู้ชมเค้าไม่มีที่พึ่ง เค้าอาจดูรายการบันเทิงได้ แต่แล้วที่พึ่งล่ะ อสมท เคยมองว่ามีรายการไหนที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ชม องค์กรก็ได้ภาพลักษณ์ และได้สตางค์ด้วย นั่นคือโจทย์ ก็เป็นภัยรายวัน พอมาเป็นรายการภัยรายวัน ได้กลุ่มเป้าหมายเดิม จากวิทยุด้วย การขายก็ดี ผู้ซื้อเค้าบอกว่ารายการดีแต่จากการทำวิจัยทางการตลาดพบว่า ภาพมันยังติดทางลบ เพราะว่าชื่อรายการ ที่มีคำว่าภัยด้วย เราก็พยายามจะปรับปรุงแต่เราก็ให้มันเป็นที่ยอมรับในตลาดก่อน ค่อยปรับ ให้ลูกค้าติดก่อน พอประมาณหนึ่งปี เราก็ปรับตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า ซึ่งมีสองแบบ คือ ลูกค้าผู้ชม กับลูกค้าโฆษณา ถามว่าปรับดีไหม สมควรปรับ ต้องปรับ เพื่อให้ขายได้ง่ายขึ้น สปอนเซอร์กลุ่มเดิมของภัยรายวันยังคงอยู่ แต่จะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ สปอนเซอร์ที่ชอบภัย ก็ยังมีมาลงโฆษณาได้ ส่วนสปอนเซอร์อื่น ๆ ก็มาซื้อได้รายการก้าวร่วมใจเป็นรายการเดียวที่สร้างประโยชน์ในด้านนี้ให้กับ อสมท ทำอย่างนี้จะขายง่ายขึ้น ได้ทั้งเงินทั้งรางวัลมากขึ้น ก็ขายได้ง่ายขึ้นด้วย อย่างเช่น หน้าหนาวจะมาแล้ว เบียร์ช้าง เอาผ้าใหม่ เอามาประชาสัมพันธ์ ไม่มี ไอทีวีแล้ว โฆษณาต้องมาการทำธุรกิจนะ คนโกหก ตัวเลขไม่เคยโกหกวิธีการมองการตลาดของสื่อสมัยนี้ ต้องมี CSR (Corporate Social Responsibility) 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน เป็นรายการที่เป็น CSR (Corporate Social Responsibility) ทางทีวี จะได้กลุ่มลูกค้าที่กว้างมาก เราต้องไม่ทำเพียงแค่ Niche market เหมือนเมื่อก่อน อสมท ทำแบบนี้ ทั้งข่าว ทั้งรายการ จริง ๆ แล้วไม่ได้ ถ้าทำทีวีต้องทำเรตติ้ง แล้วให้นำมาเรื่องรายได้หมดเวลาแล้ว เรื่องการเอาแต่เก็บค่าเช่า จินตนาการสำคัญกว่าความรู้ ถึงเวลาต้องคิดเองทำเอง ไม่ใช่เอาแต่ด่ากัน ความคิดสร้างสรรค์แบบเอาแต่ด่ากัน ใช้ไม่ได้ ตัวรายการคือสินค้าต้องมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตอนนี้มีหลายรายการเริ่มนิ่ง ต้องเปลี่ยน รายการทุกรายการถ้านานเกินไปจะนิ่งรายการมีวงจรชีวิตของรายการ สถานีโทรทัศน์ต้องปรับการปรับรายการต้องการตลาดนำ ไม่ใช่ว่าข้อมูลนำ เพราะทำไปแล้วไม่มีคนดู ไม่มีเงิน แล้วจะไปทำไมรายการของเรา

9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกันต้องต่อไปเรื่อย ๆ ได้ ภัยมีทุกวัน 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกันต้องมีทุกวัน มาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น และมีการเอาเงินเข้ารายการได้มากกว่านี้ด้วย⁸

คุณวรพล พุฒจ้อย ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์ แสดงความเห็นในทางตรงกันข้าม กับการหารายได้ของ รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกันว่า

รายได้ของรายการเมืองไทยไม่ได้เกิดจากคนดู เกิดจากเราไปขายโฆษณาได้ แล้วมาบอกสถานีโทรทัศน์ว่า ถ้าจะทำรายการเพื่อสังคม เป็นประโยชน์กับสังคม ถ้าอยากจะทำรายการนี้ ก็ลืมเรื่องโฆษณาไปเลย ลืมเรื่องเงินไปเลย ไม่ต้องคิด อยากทำรายการที่มีรายได้ ก็ต้องไปทำรายการบันเทิง ขายดาราก็เลย วิเคราะห์วิจารณ์ดาราก็เลย รับรองขายได้ เมืองไทยขายได้แน่ อสมท เข้าตลาดหลักทรัพย์หรือไม่ก็เหมือนกัน ทำรายการก็หาเงินเข้าองค์กรใช้ แต่ไม่ใช่ จะให้รวย รวยขึ้นมาเลย ไม่ได้จะให้รวยขึ้น ไม่รู้จักพอ ไม่ได้ ต้องเอาแค่พอเพียง ถึงเข้าตลาดหลักทรัพย์แต่ก็มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ มีผลประโยชน์พอสมควรได้ แต่รายการไหนทำประโยชน์เพื่อสังคมก็ต้องปล่อยให้ทำไป อย่าไปหารายได้จนเกินไป⁹

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

บมจ. อสมท จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และจดทะเบียนจัดตั้งในรูปแบบบริษัทมหาชน จำกัด โดยมีสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี เป็นธุรกิจหลัก สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี นำเสนอภายใต้แนวคิดสังคมอุดมปัญญา เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชม และในขณะเดียวกัน เป็นการกำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรในการให้ความรู้ ข่าวสารสาระประโยชน์ต่อผู้ชม รายการภัยรายวัน เป็นอีกหนึ่งรายการที่เป็นการผลิต ของ บมจ. อสมท และมีแนวคิด รูปแบบรายการสอดคล้องตามแนวนโยบายของ บริษัท และเมื่อประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ผู้บริหาร จึงเห็นควรว่า ต้องมีการพัฒนาต่อยอด เป็น รายการ 9 ร่วมใจคนไทยไม่ทิ้งกัน

⁸ สัมภาษณ์ เขมทัตต์ พลเดช, ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักการตลาด, 23 กรกฎาคม 2551.

⁹ สัมภาษณ์ วรพล พุฒจ้อย, ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์, 30 กรกฎาคม 2551.

เป็นรายการประเภทช่วยเหลือสังคม ผ่านทางรายการทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ายังมีที่พึ่ง เกิดความรัก และศรัทธาในรายการ ในสถานีโทรทัศน์ และในผู้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เป็นรายการที่เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ในเชิงบวก และตรงตามแนวนโยบายที่ตั้งไว้ คุณศุทธิชัย บุนนาค ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นสิ่งจำเป็น เราเข้าตลาดหุ้นก็จริง แต่เรายังเป็นรัฐวิสาหกิจอยู่ เพราะการที่จะไปทำกำไรในเชิงธุรกิจอย่างเดียว คุณแล้วไม่เหมาะสม ต้องทำเพื่อตอบแทนสังคม เพื่อให้องค์กรด้วย เพราะรายได้อย่างเดียวในระยะยาวเราก็อยู่ไม่ได้ ถ้าภาพลักษณ์ไม่ดี สิ่งเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเชื่อถือ สร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ชม ต่อสถานีได้¹⁰

คุณวรพล พุฒจ้อย ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์ กล่าวเสริมด้วยว่า “ถ้าเราลืมสังคมไป สังคมก็ลืมเรา เวลาเกิดภัยพิบัติ คนต้องนึกถึงเรา เหมือนเค้านึกถึงไอทีวี เพราะตอนเกิดสึนามิ ไอทีวีลงพื้นที่ไป เราต้องไปจุดนั้นให้ได้ เป็นที่แรกที่คนนึกถึงเราเวลาเค้าเดือดร้อน เราต้องทำอย่างนั้น ผ่านรายการนี้”¹¹

การขยายกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ชม (Rating)

การทำรายการเป็นงานที่ทำทายยาก ถ้าทำรายการประสบความสำเร็จ จุดมุ่งหมายในการทำรายการ คือ ทำให้มีผู้ชมมากที่สุด และตรงตามเป้าหมายของโฆษณา ซึ่งทางกฎแฉสู่ความสำเร็จคือ การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม ให้คนนิยมชมชอบ

ปัจจุบันผู้ชมมีทางเลือกมากขึ้น สถานีโทรทัศน์มีอยู่มากมายหลายประเภทต่างต้องการดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุด และพยายามนำเสนอรายการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายหรือไม่

ความนิยมจากผู้ชม เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขบวนการผลิตรายการโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากความนิยมของผู้ชม ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ ขององค์กรสื่อ นั้น ปัจจัยที่จะทำให้เกิดความนิยมของผู้ชมต่อรายการโทรทัศน์ มีดังนี้

¹⁰ สัมภาษณ์ ศุทธิชัย บุนนาค, ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 1 สิงหาคม 2551.

¹¹ สัมภาษณ์ วรพล พุฒจ้อย, ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์, 30 กรกฎาคม 2551.

คุณเขมทัตต์ พลเดช ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักการตลาด กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า “เราต้องการให้รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ขยายกลุ่มผู้ชมให้กว้างขึ้น เป็นภาพบวก และสร้างเครือข่ายผู้ชม การสร้างเครือข่ายคือการสื่อสารสองทางกับผู้ชม รายการสด ทำได้ แพนรายการกลุ่มนี้ยังคงอยู่”¹²

คุณภาพของรายการ

ข้อเท็จจริงคือรายการที่มีคุณภาพคือ รายการที่ดูเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เปรียบเสมือนคนต้องการชมละครสัตว์มากกว่าการแสดงที่เป็นศิลปะ และวัฒนธรรมชั้นสูงที่ยากต่อการทำความเข้าใจ แต่บางกรณี คุณภาพของรายการก็เป็นความต้องการของผู้ชมเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้นที่ต้องการหาสิ่งที่ตรงกับค่านิยมส่วนตัว (Subjective Value) ซึ่งเป็นอิสระไปจากมาตรฐานของความเป็นจริงทางสภาวะวิสัย (Objective Criteria) และจากความเป็นจริงในข้อที่ทำให้คำว่า “โทรทัศน์คุณภาพ” หรือ “รายการคุณภาพ” ในความเป็นจริงแล้วก็คือ รายการที่เราชอบนั่นเอง

รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ปรับปรุงเพื่อนำเสนอรูปแบบรายการที่ดูแล้วเข้าใจง่าย ไม่เครียดจนเกินไป เนื้อหาใกล้ตัว มีประโยชน์และทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกในทางบวก กับสถานีโทรทัศน์ รายการ และผู้สนับสนุนรายการทั้งหมด โดยการนำเสนอเรื่องราวที่สลับซับซ้อน เช่น เรื่องการให้ความรู้ทางด้านกฎหมาย ให้เป็นเรื่องที่ผู้ชมชมแล้วเข้าใจได้ทุกเพศทุกวัย ไม่ยากจนเกินไป และเป็นประโยชน์กับผู้ชมอย่างแท้จริง

ด้านเนื้อหาของรายการ

เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ช่วยเหลือสังคมนั้น มักจะเกี่ยวข้องกับทำให้ความรู้ระมัดระวังป้องกันเหตุร้ายต่าง ๆ ในขณะเดียวกันทางรายการยินดีที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน หรือเป็นสื่อกลางในการตีแผ่ความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นในทุกหนทุกแห่ง เพื่อหาทางแก้ไขต่อไป ซึ่งแตกต่างจากรายการบันเทิงที่ให้ความเพลิดเพลินอยู่เสมอความยากของการการผลิตรายการประเภทนี้คือ เนื้อหารายการต้องตรงใจ และสามารถดึงความสนใจของผู้ชมได้ เพื่อให้ผู้ชมติดตามรายการจนจบ และชมเป็นประจำ

คุณศุภทิพย์ บุณนาค ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีความ เห็นว่า

¹² สัมภาษณ์ เขมทัตต์ พลเดช, ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักการตลาด,

ผู้ผลิต ต้องอ่านใจผู้ชมให้ออกว่าผู้ชมต้องการอะไร เสนอเนื้อหาให้ตรงจุด ตรงใจ การอ่านใจให้ออกใช้ความรู้สึกอย่างเดียวใช้หรือไม่ ไม่ใช่แค่นั้น จะต้องใช้ผลงานวิจัยมากำหนดเนื้อหา ออกแบบรายการ ถึงจะได้ตรงใจผู้ชม เพราะบางรายการทำมาคนดูไม่ได้ต้องการ นอกเหนือจากความสนุกสนาน ความบันเทิง ต้องอ่านใจให้ออกว่า อะไรที่คนดูต้องการแล้วเป็นประโยชน์ต่อชีวิตเค้า เค้าจะชอบสนใจดู นอกเหนือจากความบันเทิง¹³

คุณวรพล พุฒจ้อย ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์ กล่าวว่า

ก่อนอื่นต้องทำรายการให้เนื้อหารายการ ตรงกับวัตถุประสงค์ของรายการ เป็นอันดับแรก รายการเด็กก็ต้องทำให้เด็กดู รายการผู้ใหญ่ ก็ต้องทำให้ผู้ใหญ่ดู จุดยืนรายการคืออะไร คุณจะทำอะไร ให้ใครดู รายการ 9 ร่วมใจ จะเป็นศูนย์รวมความช่วยเหลือก็ต้องทำรายการให้มีเนื้อหา ให้คนดูชอบ ต้องมีการปรุงแต่งต้องมีความสนุกสนาน จริงจัง จับต้องได้¹⁴

คุณวันชัย สอนศิริ พิธีกรรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน กล่าวถึงเรื่องเนื้อหารายการว่า รายการจะได้รับความนิยมได้ ต้องอยู่ที่เนื้อหาเนื้อหา เนื้อหาคือหัวใจ ได้เนื้อหาดี ๆ นำเสนอออกมาดี คนดูชอบ เยี่ยมเลย เนื้อหาเหมือนอาหารอร่อย ๆ พิธีกรก็เหมือนคนเสิร์ฟอาหาร แคเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้นเอง คนเสิร์ฟ ก็ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการดี แต่งตัวดี มารยาทดี ก็ไปด้วยกันได้ แต่ถ้าอาหารอร่อย แคคนเสิร์ฟ ไม่เรียบร้อย ไม่มีมารยาท ไม่ฉลาด มันก็ยาก แต่ถึงคนเสิร์ฟจะสุขภาพเรียบร้อย ฉลาดเฉลียว แต่อาหาร กินแล้วไม่เป็นท่าเลย นั่นแหละนั่นผมว่าเสียหายมากกว่า บางทีอาหารอร่อย มันยังนำให้อภัยได้ ถึงแม้ว่าคนเสิร์ฟจะพูดจากระโชกโฮกฮากไปบ้าง แต่ก็ยังให้อภัยได้ เพราะกินแล้วอร่อย ลูกค้ายังมา ด่าแล้วลูกค้ายังมา สำคัญคือเนื้อเรื่อง สำคัญมาก เนื้อหาที่จะเสนอ คุณคลำตรงหรือยัง บุคลากรคือคนที่ต้องคลำเป้าหมายให้ถูก แล้วเดินไปสู่เนื้อหานั้น ทุกวันนี้รายการพิธีกรดัง ๆ เก่ง ๆ เสนอเนื้อหาแย ๆ ก็เห็นเยอะไป คนก็หนี ไม่อยากดู กลายเป็นเป้าพิธีกร พิธีกรตึงได้แค่เบื้องต้น และถ้าอาหารรายการไม่ดีพิธีกรก็เสีย ทำงานไม่ดี ๆ ทุกวัน ช่องก็

¹³ สัมภาษณ์ สุทธิชัย บุณนาค, ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ สำนักโทรทัศน์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน), 1 สิงหาคม 2551.

¹⁴ สัมภาษณ์ วรพล พุฒจ้อย, ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายรายการโทรทัศน์, 30 กรกฎาคม 2551.

เสีย คนทำก็เสีย สปอนเซอร์ก็เสีย เพราะคนไม่ดู แล้วทำไปทำไม เนื้อหาดี นำเสนอ ดี ๆ รายการก็ออกมาดี ถ้ารายการดี สามารถดึงดูดคนว่าต้องติดตาม ถ้าเค้าพลาดไปชอตหนึ่งเค้าก็เสียโอกาส การเปลี่ยนช่อง ไปดูคู่แข่งก็ไม่ต้องมีใครห้ามใคร เค้าก็จะติดตามรายการของคุณ พอโฆษณาเราก็ห้ามเค้าไม่ได้ที่เค้าจะเปลี่ยนช่อง ถ้าเป็นเราเราก็เปลี่ยน เปลี่ยนไปเปลี่ยนมา แต่ถ้ารายการเรามันดี เป็นประโยชน์ต่อตัวเค้า หรือว่าสิ่งที่เค้าอยากดู ถ้าเค้าไม่ดู เค้าเสียโอกาส เค้าผิดหวัง เราก็เชื่อเหลือเกินว่า อย่างงี้เค้าก็ต้องดู อย่าไปวิตก ปัญหาคือเราทำแล้วโดนหรือเปล่า ปัญหาเรื่องอื่นไม่ต้องไปวิตก แต่ถ้าเราทำไม่ได้ไม่โดน เค้าเปลี่ยนแล้วเปลี่ยนเลย เค้าไม่กลับมาดูแล้ว อาจดูอย่างอื่นไปเลยหรือปิดทีวีนอนหลับ ไม่ดูให้รำคาญหูรำคาญตา จะไปห้ามเค้าได้อย่างไร ถ้าเนื้อหาไม่น่าสนใจ รายการเราไม่ดี¹⁵

คุณกิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข ผู้กำกับรายการอาวูโส ฝ่ายผลิตรายการ กล่าวในเรื่องนี้ว่า เนื้อรายการภัยร้ายวัน เป็นรายการที่เข้าถึง ปัญหาอย่างตรงจุด ถึงชาวบ้าน แต่เป็นปัญหาที่คนส่วนใหญ่มองข้าม ไม่ได้เป็นข่าวใหญ่ในแต่ละวัน และคงส่วนใหญ่ไม่รู้ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาความเดือดร้อนของชาวบ้านอย่างแท้จริง แต่รายการ 9 ร่วมใจ เป็นเรื่องเหมือนทั่ว ๆ ไป อาจจะเป็นเตือนภัยก็ได้ ทำประโยชน์เพื่อสังคมอย่างอื่นก็ได้ ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน หรือรับแจ้งคนหาย เป็นที่ปรึกษาทางทนาย ได้หมด ก็กว้างกว่า เป็นเหมือนการช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ว่าคนไทยไม่ทิ้งกัน อย่างภัยร้ายวันก็จะเน้นเรื่องภัยเป็นหลัก พอปรับกว้างขึ้น ก็น่าจะเข้าถึงคนดูได้มากขึ้น บางคนอาจจะคิดว่าภัยร้ายวันมันเครียดไป¹⁶

คุณณวัฒน์ ไชยรัตน์ พิธีกรรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน กล่าวเสริมในเรื่องนี้ว่า

เป็นการเพิ่มเติมสาระน่ารู้หลากหลายมากขึ้น จากรายการภัยร้ายวันเมื่อก่อน เป็น 9 ร่วมใจ ที่ไม่ใช่เน้นแต่เรื่องของภัยเท่านั้น และมีข้อกฎหมายอย่างง่าย ๆ โดยการติดตามรายการในช่วงท้ายของรายการ ก็จะมีเรื่องกฎหมาย มีละครสั้น สนุก แทรก

¹⁵ สัมภาษณ์ วันชัย สอนศิริ, พิธีกรรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 25 กรกฎาคม 2551.

¹⁶ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข, ผู้กำกับรายการอาวูโส ฝ่ายผลิตรายการ, 24 กรกฎาคม 2551.

เนื้อหาสาระความรู้เรื่องกฎหมาย ตบโจทย์ สังคมอุดมปัญญา เป็นรายการที่ดูแล้วไม่เครียดหรือไม่หนักจนเกินไป¹⁷

คุณพิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยรายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน กล่าวว่า

พอปรับเปลี่ยนรายการ มาเป็น 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน เป็นว่าเราเปลี่ยนจุดยืน เปลี่ยนรูปร่างหน้าตา เมื่อก่อนมันเคยดูเด็ด มีร้องไห้ มีทะเลาะ น่าติดตาม ตื่นเต้น แต่กลับเป็นเบาบาง เป็นใจดี ประสานให้หน่วยงาน มารักกัน ก็ช่วยประชาชน แต่ภัยรายวันช่วยรากหญ้า คนเดือดร้อน คนแก่ แค่ว่าช่วยได้คนนึงสำหรับที่มงาน ก็มีค่ามากแล้ว แต่ก็ได้รับจุดยืนรายการใหม่ อยากให้ช่วยเยอะ มองให้กว้าง ทั้งประเทศ ต่างกันตรงนี้¹⁸

ด้านพิธีกร

พิธีกร เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้รายการประสบความสำเร็จ การทำหน้าที่พิธีจะต้องสามารถใช้คำพูดชักจูงให้ผู้ชม รวมทั้งผู้ที่มาร่วมรายการให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะมีส่วนร่วม หรือมีอารมณ์ร่วมในการดำเนินรายการนั้น

จากเดิมที่เป็นรายการภัยรายวัน มีพิธีกรหลักสองคน แต่เมื่อปรับเปลี่ยนเป็นรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน จึงเพิ่มจำนวนพิธีกร รวมทั้งสิ้น 4 คน และประกอบกับช่วงการสนทนา มีแขกรับเชิญที่รายการเชิญมา เฉลี่ยประมาณ 2-3 คน ซึ่งจากผลการศึกษา ผู้ตอบคำถามมีความเห็นตรงกันว่า มีพิธีกรจำนวนมากเกินไป

คุณกิตติศักดิ์ วงศ์จรสุข ผู้กำกับรายการอาวูโธ กล่าวในเรื่องนี้ว่า

พิธีกรมากเกินไป และรายการไม่มีคุณภาพ การทอล์คไม่เข้มข้น จากรายการภัยรายวันที่มันเคยเข้มข้นดี พอพิธีกรเยอะ เลยไม่ได้ทำให้คนดูรู้สึกมีส่วนร่วมได้มากพอ ด้วยบุคลิกพิธีกรที่ดูสบาย ๆ เลยดูแล้วเหมือนไม่เข้าใจปัญหาได้มากพอ การแบ่งเนื้อหาของรายการไม่ดีพอ การคุมเวลาในแต่ละช่วงเลยมีปัญหา รายการแค่

¹⁷ สัมภาษณ์ ฤวัลย์ ไชยรัตน์, พิธีกรรายการภัยรายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 25 กรกฎาคม 2551.

¹⁸ สัมภาษณ์ พิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม, ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยรายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

ชั่วโมงเดียว มีพิธีกรตั้งสี่คน แล้วแขกรับเชิญอีก โฆษณารายการนี้ก็เยอะอยู่แล้ว
เลยคุมเวลาไม่ได้ ถึงคุมเวลาได้คนดูก็ดูไม่รู้เรื่อง¹⁹

คุณพิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทย
ไม่ทิ้งกัน มีความเห็นตรงกันว่า

พิธีกรเยอะเกิน ภัยร้ายวันเป็น 9 ร่วมใจ พิธีกรเก่าจากรายการภัยร้ายวัน ก็น่าจะมี
บทบาทหลัก เหมือนเดิม เพราะก็เป็นการพัฒนาจากรายการภัยร้ายวันเดิม แต่พอ
มีพิธีกรสี่คนเยอะไป เรื่องการบริหารเวลาในรายการแต่ละวันมีปัญหา และรีบ
ทำงานลำบาก คุมเวลาไม่ได้ เพราะเป็นรายการสดด้วย²⁰

คุณโฆสิต รอดไหม้ กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวัน และ รายการ 9 ร่วมใจ คนไทย
ไม่ทิ้งกัน ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า

พิธีกรเยอะไปแต่ละช่วง แบ่งซอยหลายช่วงหลายตอน เลยทำให้เนื้อหาในแต่ละ
ตอน แต่ละวัน ก็น้อยลง เพราะอยากให้พิธีกรออกทีวีทุกคนต้องออกทีวีหมด
คนละนิดละหน่อย แขกก็จะเอา ละครก็จะเอา โฆษณาก็จะเอา ถ้ามาเน้นที่เนื้อหา
ให้มากกว่านี้หน่อยจะดีกว่าไหม เพราะมันเหมือนจะดูอะไรก็ไม่อึดอัดอย่าง
แป๊ป ๆ หมดเวลาแล้ว เจาะลึกลงไปในเรื่องหาได้ไม่มาก เพราะพิธีกรเยอะเกินไป²¹

การทำงานร่วมกัน

การติดต่อขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายในองค์กร รายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้ง
กัน เป็นรายการที่จำเป็นต้องใช้ความร่วมมือจากหลายฝ่าย เป็นเนื้อหารายการที่สลับซับซ้อน การ
ทำงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น เรื่องความขัดแย้ง การฉ้อโกง คดีความ ความ
รุนแรง ประกอบกับเป็นรายการสด ออกอากาศสดทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ฉะนั้นการทำงานในหนึ่งวัน
จำเป็นต้องทำงานกับทีมงานในหลายฝ่ายของในบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) และบุคคลภายนอก
ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

¹⁹ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ วงศ์จักรสุข, ผู้กำกับรายการอาวูโด้ ฝ่ายผลิตรายการ,
24 กรกฎาคม 2551.

²⁰ สัมภาษณ์ พิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม, ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ
คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

²¹ สัมภาษณ์ โฆสิต รอดไหม้, เจ้าหน้าที่กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวันและรายการ
9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

แต่จากผลการศึกษา ระดับปฏิบัติการทั้งหมด ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ยังมีปัญหาด้านการทำงานภายในหน่วยงานไม่สะดวก และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ ที่ อสมท มีอยู่ ไม่ได้ประโยชน์เท่าที่ควร

คุณถวัลย์ ไชยรัตน์ พิธีกรรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า

จุดอ่อนของรายการเรา ก็เรื่องการทำงานกลุ่มเดียว โดยไม่ค่อยได้รับความช่วยเหลือ มีทรัพยากร แต่ไม่สามารถใช้อย่างเต็มที่ อย่างไม่คุ้มค่า การบริหารจัดการไม่ดี ทำให้การทำงานไม่ราบรื่น ไม่รวดเร็วเท่าที่ควรทรัพยากรที่เรามี เราจะได้นำมาใช้ได้มากขึ้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องน่าจะมาร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสร้างสรรค์รายการนี้ ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน แต่ไม่อยากจะแยกว่าเราอยู่ฝ่ายนี้ ไม่เกี่ยวกับ ให้ไปค้นหาข้อมูลกันเอง แต่ด้วยเราเป็น อสมท ที่มีทรัพยากรอยู่ครบ ก็เป็นจุดแข็งขององค์กรที่สามารถจะผลิตรายการให้สู้กับช่องอื่นได้ แต่ถ้าหากเรายังประสานงานกันภายในไม่ได้ ก็คงเป็นปัญหาหนึ่ง ที่การจะสร้างความเข้มแข็งให้กับรายการ ต้องใช้เวลา และต้องปรับกันอีกเยอะ ศักยภาพขององค์กรเรามี แต่นำมาใช้ได้ไม่หมด บางทีอาจจะเพราะเป็นองค์กรใหญ่เกินไปหรือเปล่าก็ไม่ทราบ วัฒนธรรมองค์กร ก็เป็นส่วนหนึ่ง เพราะเราผลิตรายการเองเป็นส่วนน้อย²²

คุณพิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน แสดงความเห็นสอดคล้องกันว่า

สำนักในแต่ละสำนัก ไม่ค่อยสนิทกัน องค์กรใหญ่ หรือองค์กรใหญ่เกินไป แต่ละฝ่าย แต่ละสำนักก็มีกฎระเบียบของตนเอง กฎระเบียบเยอะถึงแม้จะเป็นหน่วยงานเดียวกัน จะขอความช่วยเหลือก็ได้ แต่ต้องรอก่อน เดี่ยวก่อน คือเราก็อยากจะบอกเค้าว่าเราก็องค์กรเดียวกัน ต่างคนก็ต่างทำเพื่อองค์กรไม่ได้ทำแข่งกัน แต่ต่อไปคงจะดีขึ้น เพราะต่างฝ่ายก็ต่างทำเพื่อองค์กรอย่างที่บอก²³

²² สัมภาษณ์ ถวัลย์ ไชยรัตน์, พิธีกรรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 25 กรกฎาคม 2551.

²³ สัมภาษณ์ พิมพ์อัปสร เกตุพุ่ม, ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.

คุณโฆสิต รอดไหม กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวัน และรายการ 9 ร่วมใจ คนไทยไม่
ทิ้งกันกล่าวเสริมว่า

ศักยภาพของ อสมท มีเยอะ จริง ๆ ทรัพยากร และหน่วยงานที่เรามีอยู่นี้ช่วยได้
เยอะ จะเอาอะไร เรามีทุกอย่าง แต่ด้วยระบบ การประสานงาน ทำให้แบ่งข้าง
บางครั้งงานเดียวกัน ซ้ำภาพไปกัน 3 คน ไปเจอกันในงาน ช่อง 9 หมดเลย เพื่อ
อะไร มันเปล่าประโยชน์ ฟุ่มเฟือย การทำรายการ 9 ร่วมใจนี้ก็เหมือนกัน ถ้ามีการ
ประสานกันให้ดี ภายในองค์กร รายการจะประสบความสำเร็จกว่านี้เยอะ²⁴

²⁴ สัมภาษณ์ โฆสิต รอดไหม, เจ้าหน้าที่กล้องโทรทัศน์รายการภัยร้ายวันและรายการ
9 ร่วมใจ คนไทยไม่ทิ้งกัน, 30 กรกฎาคม 2551.