

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เส้นทางของโทรทัศน์ไทยนั้น เกิดขึ้นเมื่อปี 2493 จากแนวคิดของจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น และได้มอบหมายนโยบายการก่อสร้างสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยให้กับพล.ต.อ.เผ่า ศรียานนท์ อธิบดีกรมตำรวจขณะนั้นรับไปดำเนินการ ทางคณะรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้มีมติให้จดทะเบียนจัดตั้ง “บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด” ขึ้น เมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2495 ภายใต้การถือหุ้นใหญ่โดยรัฐบาล ร่วมกับผู้ถือหุ้นรายอื่น ๆ ได้แก่ โรงงานยาสูบ โรงงานน้ำตาลไทย และบริษัทเอกชน และให้กระทรวงการคลังตั้งงบประมาณในปี 2496 ให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้ถือหุ้นบริษัทในนามของรัฐบาล (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2543, น. 98)

ในปี 2498 รัฐบาลประกาศใช้พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 เปิดโอกาสให้บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เป็นผู้ค้าเครื่องรับโทรทัศน์แต่เพียงผู้เดียว หลังจากนั้น บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด จึงได้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของไทยขึ้นที่วังบางขุนพรหมเดิมใช้ชื่อสถานีว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4” นับเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งแรกในภูมิภาคเอเชีย

หลังจากนั้นต่อมาได้มีสถานีโทรทัศน์เกิดขึ้นอีกหลายสถานี เริ่มจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ก่อตั้งเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2501 ตามคำสั่งของ ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกในสมัยนั้น เพื่อจุดมุ่งหมาย 3 ประการ คือ 1) เพื่อประโยชน์ในการศึกษาของเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ ความชำนาญ สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิทยาการด้านวิทยุโทรทัศน์ได้ 2) เพื่อบริการด้านความรู้และความบันเทิงให้แก่ทหารและประชาชน 3) เพื่อเป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกิจการทหารของชาติกับประชาชน ภายหลังจากที่บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ทำสัญญายกเครื่องส่งโทรทัศน์สี 500 วัตต์ ให้แก่กองทัพบก และทำสัญญาเช่าเพื่อดำเนินงานบริหาร แพร่ภาพออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2510 ภายใต้ชื่อ สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นับเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์สีแห่งแรกในประเทศไทย ต่อมาในปี 2511 บริษัท บางกอกเอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลให้ทำสัญญาร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์กับบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เป็นเวลา 10 ปี และได้ก่อตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ขึ้นในปี 2513 ภายใต้การบริหารงานของบริษัท บางกอกเอน

เทอร์เทนเมนท์ จำกัด ส่วนทางด้านสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 นั้น เริ่มทดลองแพร่ภาพโทรทัศน์สีในปี 2517

หลังจากที่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 ได้ดำเนินงานมา 22 ปี และประสบปัญหาขาดทุนสะสม รัฐบาลสมัย ฯพณฯ นายธานินทร์ กรัยวิเชียร จึงได้มีมติให้ยุบเลิกกิจการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2520 และรัฐบาลได้จัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ในวันที่ 25 มีนาคม 2520 ตามความในพระราชกฤษฎีกา ให้รับช่วงงานวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 มาดำเนินการต่อในนาม ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน 2520 เป็นต้นมา และมีผลให้ ไทยทีวีสีช่อง 3 ย้ายมาอยู่ในความดูแลของ อ.ส.ม.ท. ด้วย

ต่อมาเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2528 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งตามมติคณะรัฐมนตรีเพื่อให้เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ทำหน้าที่ให้ความรู้ การศึกษา เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนนโยบายของรัฐ กับเพื่อแก้ไขระบบเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ให้สมบูรณ์ รวมทั้งขยายเขตบริการให้ครอบคลุมได้ทั่วประเทศ และแพร่ภาพออกอากาศอย่างเป็นทางการโดยใช้งบประมาณแผ่นดินบริหารงานและไม่มีโฆษณา เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2531

สถานีโทรทัศน์ 3 5 7 9 และ 11 นั้นส่งสัญญาณแพร่ภาพในระบบ VHF (Very High Frequency) แต่ในปี 2538 บริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด ได้ลงนามในสัญญาสัมปทานสร้าง-โอน-ดำเนินงานประกอบธุรกิจสถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบ UHF (Ultra High Frequency) แห่งแรกของประเทศไทยในชื่อ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ITV) กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งต่อมาในปี 2541 บริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนตามข้อกำหนดในสัญญาสัมปทานและเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) ภายใต้แนวความคิดทีวีเสรี (ดวงทิพย์ วรพันธ์, 2548, น. 12)

เมื่อสถานีโทรทัศน์เริ่มมีมากขึ้น ประกอบกับความนิยมของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทั้งภาพและเสียง ทำให้วงการสื่อโทรทัศน์ กลายเป็นธุรกิจมากขึ้น เมื่อมีสถานีมากขึ้น การแข่งขันย่อมมากขึ้น ในแต่ละสถานีเริ่มมีการปรับรูปแบบให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นการดึงความเป็นครอบครัวเข้ามานำเสนอของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 การปรับเปลี่ยนผู้บริหารของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 การปรับปรุงสัญญาณให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และประเทศเพื่อนบ้านของสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 การปรับเปลี่ยนจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มาเป็นโมเดิร์นไนน์ทีวี (Modern nine T.V.)

การปรับเปลี่ยนโฉมใหม่ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ เป็น NBT และสามารถหารายได้จากการโฆษณาของหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือกองทุนได้ หรือแม้แต่การปรับปรุงในเรื่องของการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว กระชับ ชัดไวของไอทีวี และเปลี่ยนชื่อเป็น TITV ในเวลาต่อมา เหล่านี้ล้วนเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการบริหารของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งการแข่งขันทางด้านการนำเสนอรายการของสถานีโทรทัศน์นี้เอง ที่ทำให้เกิดบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขึ้นอีกหลายราย

ที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันนั้น ดำเนินการในรูปแบบของสื่อพาณิชย์ นั่นคือ แสวงหากำไร และอยู่ภายใต้การควบคุมกำกับดูแลจากหน่วยงานของรัฐบาล จนบางครั้งทำให้สิทธิเสรีภาพของประชาชนไม่สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มที่เท่าที่ควร จึงก่อให้เกิดกระแสให้มีสถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินการเพื่อประโยชน์ของประชาชนอย่างแท้จริง โดยปราศจากอิทธิพลจากหน่วยงานของรัฐ และนายทุน หรือที่เรียกว่า “ทีวีสาธารณะ”

ทีวีสาธารณะนั้น ถือเป็นเรื่องใหม่ของไทย แต่ในต่างประเทศนั้น ทีวีสาธารณะ ได้เกิดขึ้นมานานแล้ว ทั้งในประเทศโซนอเมริกา ยุโรป แอฟริกา และเอเชีย ซึ่งแต่ละประเทศต่างมีข้อที่เหมือนและแตกต่างกันออกไป สื่อสาธารณะแรกเกิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ ในปี 1936 ภายใต้ชื่อ BBC (British Broadcasting Corporation) ซึ่งเป็นการผสมระหว่างทีวีเอกชนซึ่งเป็นทีวีธุรกิจกับทีวีสาธารณะ ผู้ชมจึงมีเสรีภาพในการเลือกที่จะรับชมรายการประเภทใด (ม.ล.สุกฤษีร์ จุฑาโรจน์, 2551, น. 60) จากประสบการณ์สื่อสาธารณะที่ประเทศอังกฤษ สิ่งที่ได้คือ สื่อสาธารณะทำหน้าที่ได้ดีที่สุดในตลาดที่มีการแข่งขันไม่สูงเกินไปและไม่ต่ำเกินไป กรณีของประเทศอังกฤษเป็นการค้นพบทางสายกลาง ปัจจัยหลักที่นำมาสู่ความสำเร็จ คือ การมีผู้สวมบทบาทสื่อสาธารณะหลักอย่างน้อยที่สุด 1 ราย ซึ่งไม่ต้องแข่งขันหาเงินกับสื่อพาณิชย์ BBC คือ สถานีสาธารณะหลักที่พึ่งเงินทุนสนับสนุนจากสาธารณะผ่านค่าธรรมเนียมการชม ดังนั้น จึงไม่เกิดผลกระทบด้านรายได้ ด้วยรูปแบบการหาเงินแบบ BBC ซึ่งมีลักษณะเฉพาะนั้น มีความมั่นคง ทำให้สามารถทำหน้าที่สื่อสาธารณะได้เป็นอย่างดี เพราะไม่ต้องพึ่งรายได้จากรัฐ หรือนายทุน โดยเฉพาะภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีผู้ผลิตรายการอิสระมากมาย และมีผู้แข่งขันจำนวนมาก (“ผลการประชุม UNESCO,” ออนไลน์, 2551)

นอกจากนี้ ยังมีสถานีสาธารณะเกิดขึ้นในประเทศในทวีปยุโรปอื่น ๆ อีก ได้แก่ สถานี ETV ในประเทศกรีซ ซึ่งถึงแม้จะเคยลองดำเนินการคล้ายระบบเชิงพาณิชย์ และทำให้สถานีต้องขาดรายได้ จนสุดท้ายกลับสู่การเป็นสถานีสาธารณะเช่นเดิม โดยได้รับการสนับสนุนด้านรายได้จากทางรัฐบาล แม้ว่าสื่อสาธารณะหลักจะยังคงอยู่รอดปลอดภัย แต่ได้สูญเสียมิติของความเป็น

สื่อสาธารณะลงไปมาก ด้านในประเทศเยอรมัน มีการจัดตั้งโครงสร้างให้เป็นองค์กรย่อย เพื่อคานอำนาจ ไม่ให้ตกอยู่ในอิทธิพลของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ส่วนในประเทศออสเตรเลีย ไอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ โปรตุเกส สเปน และสวีเดน ต่างใช้ระบบหาเงินทุนดำเนินการที่หลากหลายผสมผสานกัน เพื่อให้พ้นจากภัยคุกคามจากสื่อพาณิชย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสื่อสาธารณะแตกต่างกันไป

ประเทศแถบทวีปอเมริกา ทางด้านประเทศสหรัฐอเมริกา สื่อสาธารณะเริ่มต้นขึ้นในปี 1969 ภายใต้ชื่อ PBS (Public Broadcasting Service) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้ ศิลปะ และรายการเด็ก ที่มีจำนวนจำกัดในทีวีของเอกชน PBS ดำเนินกิจการโดยอาศัยเงินทุนอุดหนุนจากรัฐบาล แต่รัฐบาลไม่ได้เข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานของ PBS ส่วนในประเทศแคนาดาถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีของสื่อสาธารณะระดับชาติ สถานี CBC (Canadian Broadcasting Corporation) เป็นตัวอย่างของความสำเร็จในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของตลาด นั่นคือ ภัยคุกคามจากรายการโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา แต่ CBC ยังคงให้คำมั่นในการดำเนินกิจการสื่อสาธารณะ ยึดความต้องการของชนกลุ่มน้อย จัดให้มีรายการภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเท่า ๆ กัน เพื่อสามารถส่งออกรายการไปได้ทั่วโลก และสร้างสรรค์รายการใหม่ ๆ มาแข่งขัน เพื่อเสริมการต่อสู้ทางด้านกฎหมาย

ประเทศทางแถบทวีปแอฟริกา อย่างประเทศไนจีเรีย และประเทศแอฟริกาใต้ นั้น สื่อต้องมีการเปิดเผยต่อสาธารณะ สามารถตรวจสอบได้เช่นกัน ดังกฎหมายของประเทศแอฟริกาใต้ที่กำหนดให้กระบวนการในการออกใบอนุญาตทั้งหมดต้องเปิดเผย โปร่งใส และให้สาธารณชนตรวจสอบได้

ด้านประเทศในแถบทวีปเอเชีย นั้น ประเทศอินเดีย และสิงคโปร์ เป็น 2 ประเทศที่มีสถานีสาธารณะเช่นกัน ในกรณีของประเทศอินเดีย มีการจัดตั้ง The Public Service Broadcasting Trust หรือ PSBT เพื่อทำงานร่วมกับ Prasar Bharati Corporation ผู้ประกอบการ ซึ่งได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐในการเป็นผู้ดำเนินการสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และใช้ชื่อสถานีว่า Doordarshan โดย PSBT ทำหน้าที่กำกับดูแลให้การผลิตรายการเป็นไปตามมาตรฐานการผลิตระดับสากล เพื่อให้วัตถุประสงค์ดังกล่าวบรรลุผล จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน ที่สร้างความเชื่อถือ ความโปร่งใส และความคิดสร้างสรรค์ โดยระบุเป้าหมายว่า สร้างโครงสร้างการทำงานซึ่งสามารถนำเสนอรายการและประเด็นที่โดดเด่น และส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของผู้คนท่ามกลางสังคมที่ซับซ้อน โดยให้ผู้ชมสามารถรับข้อมูลข่าวสารขั้นพื้นฐานไปพร้อมกับข้อมูลเชิงวิเคราะห์เจาะลึก และผลิตรายการสารคดี เพื่อตอบปัญหาทั้งในท้องถิ่นและระดับชาติ ส่วนใน

ประเทศสิงคโปร์ Media Development Authority (MDA) องค์กรให้เงินทุนอุดหนุนและกำกับดูแลสื่อมวลชนของรัฐบาลสิงคโปร์ ได้จัดตั้ง Local Content Commissioning Scheme (LCCS) ขึ้นเพื่อส่งเสริมการผลิตรายการที่มีคุณภาพ โดยผู้ผลิตรายการของสิงคโปร์ เพื่อคนสิงคโปร์ และมุ่งหวังส่งออกรายการที่คุณภาพถึงเกณฑ์ไปยังตลาดต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์อิสระในสิงคโปร์ ในการผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระแปลกใหม่ และสอดคล้องกับความสนใจของผู้ชมในท้องถิ่น โดยได้รับเงินทุนสนับสนุนจากทาง MDA

แม้ในหลาย ๆ ประเทศจะมีการดำเนินการที่แตกต่างกันไป ในเรื่องการผลิตและนำเสนอรายการ แต่วัตถุประสงค์ของทุกประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ เพื่อผลประโยชน์ของสาธารณะ และปราศจากการแทรกแซงของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

ในประเทศไทย ได้เกิดสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ภายหลังจากที่พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2551 และมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2551 เป็นต้นไป ซึ่งมีผลให้กรมประชาสัมพันธ์ ต้องโอนกิจการสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี ไปอยู่ในการกำกับดูแลขององค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะแห่งประเทศไทยโดยทันทีที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ ทั้งนี้เป็นไปตามหลักการและปรัชญาของโทรทัศน์สาธารณะ ที่มุ่งเน้นการก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ โดยไม่อยู่ใต้อาณัติของอิทธิพลทั้งด้านการเมือง และธุรกิจ ตลอดจนปลอดพ้นจากอำนาจรัฐ ซึ่งเคยผูกขาดความเป็นเจ้าของสัมปทานคลื่นความถี่วิทยุและโทรทัศน์ และปฏิบัติหน้าที่บนพื้นฐานของความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบจากภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม โดยยึดหลักการสำคัญที่เป็นหัวใจของ “สื่อสาธารณะ” คือประโยชน์ของสังคมส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย หรือสถานีโทรทัศน์ไทย พีบีเอส เกิดจากการเปลี่ยนผ่านสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี เมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2551 และออกอากาศรายการสารคดีมาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ชื่อสถานีว่า "สถานีโทรทัศน์ทีพีบีเอส" จนกระทั่ง เมื่อเวลา 15.30 น. วันที่ 17 มกราคม สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้ออกอากาศรายการพิเศษ “นับหนึ่งโทรทัศน์สาธารณะไทย TPBS” จากห้องส่ง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ โดยถือเป็นรายการสดที่ออกอากาศจริงทางทีพีบีเอสเป็นครั้งแรก เนื้อหาเป็นการอธิบาย และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไป ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งนี้ โดยมีนางสาวนาตยา แว่ววีร์คุปต์ อดีตผู้สื่อข่าวไอทีวี ชุคกบฏไอทีวี เป็นผู้ดำเนินรายการ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้เปิดสถานีโทรทัศน์ ไทย พีบีเอส (Thai PBS) อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 โดยใช้ตราสัญลักษณ์แบบเดียวกับทีพีบีเอส แต่เปลี่ยนชื่อกำกับด้านล่าง พร้อมทั้งประกาศผังรายการใหม่ เพื่อทดลองออกอากาศในระยะแรก ระหว่างวันที่ 1-14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. รายการที่สำคัญ คือ “ร่วมคิด ร่วมสร้าง ไทย พีบีเอส” ในเวลา 20.00 น. ซึ่งเป็นรายการสด ที่จัดโดยฝ่ายข่าว และฝ่ายรายการ ของไทยพีบีเอส เพื่อรับฟังความคิดเห็น จากตัวแทนบุคคลทุกภาคส่วนในสังคม ถึงทัศนคติเกี่ยวกับทีวีสาธารณะ และการกำหนดความเหมาะสม ในการออกอากาศรายการประเภทต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา และเริ่มออกอากาศอย่างเต็มรูปแบบเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ โดยกำหนดแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 - 24.00 น. ทุกวัน รายการส่วนใหญ่ในวันแรกของสถานีเป็นรายการข่าวและสารคดี โดยในรายการข่าว มีผู้ประกาศข่าวบางคนเคยเป็นพนักงานของสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีมาก่อน เช่น ชัยรัตน์ ถมยา ประวิณมัย ป้ายคล้อย เกื้อกุล นุตะเวช เป็นต้น โดยผู้ประกาศข่าวคู่แรกของสถานี ได้แก่ ภัทร จิงกานต์กุล และปิยณีย์ เทียมอัมพร

ไทย พีบีเอส ได้ดำเนินการออกอากาศโดยมีการปรับผังรายการเป็นระยะในช่วงต้นเดือนของแต่ละเดือน จนกระทั่งวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ส.ส.ท. จึงได้จัดงานเปิดตัวอัตลักษณ์ใหม่ของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งเป็นแบบที่ชนะเลิศการประกวด (ดูรายละเอียดภาคผนวก) พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อสถานีอีกครั้งเป็น “ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ” ส่วนชื่อไทย พีบีเอส จะใช้เป็นชื่อขององค์การเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยมีการปรับผังรายการให้มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน รวมถึงบันเทิงเชิงสาระมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มรูปแบบนั้น เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป

การนำเสนอรายการผ่านสถานีโทรทัศน์สาธารณะ หรือ TPBS (Thai Public Broadcasting Service) นั้น ต้องนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของสถานี นั่นคือ ต้องเป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้และความบันเทิง การให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม และมีการพัฒนาความคิด เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชนอย่างแท้จริง โดยในการสร้างสรรค์รายการผ่านสถานีโทรทัศน์สาธารณะของไทยนั้น ได้มีการเปิดโอกาสให้บริษัทผู้ผลิตรายการอิสระ ที่มีศักยภาพในการผลิตรายการที่มีคุณภาพ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตและนำเสนอรายการเพื่อประโยชน์ต่อผู้ชม

ในการศึกษา เรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปรับตัวของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระเพื่อเข้าสู่ความเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ” ผู้ศึกษาต้องการทราบถึงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และผู้ผลิตรายการ

อิสระ ว่ามีนโยบาย แนวคิด และกลยุทธ์ในการบริหารอย่างไร เพื่อให้ได้รายการที่มีคุณภาพ เนื้อหา คู่แข่ง และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมากที่สุด รวมทั้งกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ผลิตรายการอิสระ ที่จะต้องใช้เพื่อนำเสนอรายการผ่านสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

### ปัญหานำวิจัย

1. นโยบาย แนวทาง และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการบริหารจัดการการผลิต รายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะและผู้ผลิต รายการอิสระนั้นเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อ ประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะและผู้ผลิตรายการอิสระนั้นมีอะไรบ้าง
3. ผู้ผลิตรายการอิสระนั้นต้องมีการปรับตัวอย่างไรบ้าง เพื่อนำเสนอรายการผ่าน สถานีทีวีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส)

### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงนโยบาย แนวทาง และการจัดกลยุทธ์ในการวางแผนงานที่ต้องใช้ในการ บริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์ สาธารณะ และผู้ผลิตรายการอิสระ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการการผลิตรายการ โทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะและผู้ผลิตรายการอิสระ
3. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ผลิตรายการอิสระ เพื่อนำเสนอรายการผ่าน สถานีทีวีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส)

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ สาธารณะ โดยการทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญ ฝ่ายรายการ สถานีโทรทัศน์สาธารณะ (ไทยพีบีเอส) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การนำเสนอรายการ และการคัดเลือกรายการจากบริษัทผู้ผลิตรายการอิสระ เพื่อ

ประโยชน์สาธารณะผ่านทางทีวีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส) และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้บริหารระดับสูงและระดับกลางของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ ถึงกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการ และกลยุทธ์ในการปรับตัว รวมทั้งสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ในช่วงเดือนเมษายน-เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2551

### นิยามศัพท์

1. ทีวีสาธารณะ (สถานีโทรทัศน์สาธารณะ) หมายถึง องค์การที่ทำหน้าที่เป็นสื่อสาธารณะ ด้านวิทยุโทรทัศน์ มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐ แต่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ดำเนินการภายใต้ทุน ทรัพย์สิน และรายได้ขององค์การ โดยวัตถุประสงค์ขององค์การ คือ ดำเนินกิจการวิทยุโทรทัศน์ สนับสนุนการพัฒนาสังคม ที่มีคุณภาพ และคุณธรรม ผ่านข่าวสารที่เที่ยงตรง ผลิตรายการข่าวสาร ที่มีสารประโยชน์ ทางด้านการศึกษา และสาระบันเทิง ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยปราศจากอคติทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

2. กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์

3. การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานในด้านปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กรให้เป็นไปในทางบวก คือ ก่อให้เกิดรายได้ สามารถอยู่รอดได้ และทำให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินการให้มากที่สุด

4. นโยบาย หมายถึง ข้อความทั่วไป ซึ่งใช้สำหรับเป็นเครื่องนำทางสำหรับการบริหารงานต่าง ๆ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ข้อความที่กำหนดแนวทางกว้าง ๆ สำหรับเป็นแนวคิดเป็นหลักการในการตัดสินใจของผู้ได้บังคับบัญชา

5. แนวทาง หมายถึง การดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6. การปรับตัว หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ภายในบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ ไม่ว่าจะผ่านทางด้านบุคลากร งบประมาณ ฯลฯ เพื่อผลิตรายการนำเสนอผ่านทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะ (ไทยพีบีเอส)

7. การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ หมายถึง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ เพื่อส่งไปนำเสนอผ่านทางสถานีโทรทัศน์

สาธารณะ (ไทยพีบีเอส) โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่เกิดกับผู้ชมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสาระความรู้ บันเทิง การมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น ฯลฯ เป็นต้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้ศึกษาและผู้สนใจได้ทราบถึงนโยบาย แนวทาง และการจัดกลยุทธ์ในการวางแผนงานที่ต้องใช้ในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และผู้ผลิตรายการอิสระ
2. ทำให้ผู้ศึกษาและผู้สนใจได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ และผู้ผลิตรายการอิสระ
3. ทำให้ผู้ศึกษาและผู้สนใจได้ทราบถึงการปรับตัวของผู้ผลิตรายการอิสระ เพื่อนำเสนอรายการผ่านสถานีทีวีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ต่อไป