

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

ปัจจุบันสื่อสารมวลชนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะเนื่องจากว่าโทรทัศน์สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ที่มีทั้งภาพและเสียง มีรายการหลากหลายรูปแบบให้ผู้ชมสามารถเลือกรับชมได้ตลอดเวลา เป็นสื่อสารมวลชนที่เข้าถึงผู้ชมได้อย่างกว้างขวางครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศไทย ข้อเด่นของสื่อโทรทัศน์ คือ ภาพอันคมชัดที่ปรากฏออกสู่สายตาประชาชน ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกัน “สมจริงสมจัง” คุณลักษณะสำคัญอีกประการของสื่อโทรทัศน์ คือ ความน่าเชื่อถือและการเข้าถึงจิตใจของผู้ชม เนื่องจากภาพหน้าจอสามารถสร้างการยอมรับได้ดีและที่สำคัญ การเข้าถึงประชาชนจำนวนหลายล้านคนได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ถือเป็นจุดเด่นที่สุดของสื่อชนิดนี้อีกด้วย¹

ขณะนี้ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการแก่ผู้ชมทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็น สถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV) จำนวน 8 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี และสถานีโทรทัศน์เอเอสทีวี กับสถานีโทรทัศน์แบบเสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Cable TV) จำนวน 1 สถานี ได้แก่ True Vision โดยแต่ละสถานีมีการแพร่ภาพรายการประเภทต่าง ๆ ออกอากาศทุกวัน

โดยเฉพาะสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของ สถานีโทรทัศน์ที่เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ ได้เปลี่ยนเป็นบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เมื่อปี พ.ศ. 2546 เพื่อสามารถนำเข้าตลาดหลักทรัพย์ และเพิ่มประสิทธิภาพ ผลงาน และผลกำไร อันมีสาเหตุมาจากแรงผลักดันด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องทำการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ และเปลี่ยนชื่อเรียก สถานีเสียใหม่ เป็น “สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” (Modernine T. V.)

¹ อัครวิณ เนตรโพธิ์แก้ว, รู้เท่าสังคมนี้อ่านหนังสือรู้ทันสงครามการตลาด (กรุงเทพมหานคร: แบรินด์เอจบุ๊คส์, 2549), น. 115.

หลังจากที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ได้ผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการโทรทัศน์เป็นระยะ (Phase) ต่าง ๆ มีการปรับภาพลักษณ์ที่ดีและชัดเจนส่งผลทำให้สามารถสร้างความนิยมที่ดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากมีแผนงานที่แน่นอน บนแนวคิดสังคมอุดมปัญญา (Knowledge Based Society) ทำให้เกิดภาพลักษณ์แตกต่างชัดเจนจากคู่แข่งนั่นคือสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ สำหรับรายการต่าง ๆ เน้นให้ความรู้แต่แฝงความบันเทิงไว้ ถือเป็นรูปแบบใหม่ในการนำเสนอต่อการรับรู้ของผู้บริโภค กลายเป็นสถานีที่ให้สาระความรู้อย่างแท้จริง²

ทำให้ตลอดระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2548 นั้น สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ มีส่วนแบ่งรายได้จากงบประมาณการโฆษณาปี พ.ศ. 2546 มีส่วนแบ่งรายได้จากงบประมาณการโฆษณา 1,031 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2547 มีส่วนแบ่งรายได้จากงบประมาณการโฆษณา 1,402 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2548 มีส่วนแบ่งรายได้จากงบประมาณการโฆษณา 2,202 ล้านบาท และรายได้โทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนรวม 2,710 ล้านบาท ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับรายได้ปี พ.ศ. 2548 จำนวน 2,202 ล้านบาท ถึงแม้ในไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2549 การใช้เงินโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์จะลดลงจากไตรมาสก่อนเล็กน้อยแต่เนื่องจากตลอดปี พ.ศ. 2549 รายได้จากการขายเวลาโฆษณา และรายได้จากโครงการที่คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 88 ของรายได้โทรทัศน์³

การดำเนินงานดังกล่าวของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่มีการเปิดโอกาสให้กับรายการที่ให้สาระความรู้ ควบคู่กับความบันเทิง แพร่ภาพให้กับผู้บริโภคได้รับชมรายการประเภทสารคดีเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

รายการที่ให้สาระ ความรู้ และความบันเทิง ควบคู่ไปกับเรื่องราวเชิงลึกที่ได้ถูกถ่ายทอดผ่านการนำเสนอจากเรื่องที่เกิดขึ้นจริงนั้น คือ รายการประเภทสารคดี โดยในปัจจุบันรายการสารคดีที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ มี 2 ส่วน คือ รายการสารคดีที่ผลิตขึ้นจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศและรายการสารคดีที่ซื้อลิขสิทธิ์มานำเสนอจากต่างประเทศ

² ตรีพล พรมสุวรรณ, “การปรับภาพลักษณ์ตราสินค้าสถานีวิทยุโทรทัศน์: กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 123-124.

³ “คำอธิบายและวิเคราะห์งบการเงินประจำปี 2549 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2549 และ 2548,” <<http://www.settrade.com/simslmg/news/2007/07006957.t07>>, 16 เมษายน 2550.

รายการสารคดีโทรทัศน์ที่ผลิตจากผู้ผลิตในประเทศไทยนั้นนอกจากต้องทำการแข่งขันกับรายการสารคดีที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศซึ่งมีการลงทุนด้านการผลิตที่สูงกว่าแล้วรายการสารคดีโทรทัศน์จากผู้ผลิตในประเทศต้องทำการแข่งขันกับรายการประเภทอื่น ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันในสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ทำให้เกิดอุปสรรค ปัญหาต่าง ๆ อาทิเช่น เรื่องของจำนวนผู้ชมที่ติดตามรับชมรายการสารคดีโทรทัศน์มีจำนวนน้อย ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้จากผู้สนับสนุนรายการที่ลดลงและต้นทุนการผลิตรายการสารคดีที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ด้านการบริหารงานสารคดีโทรทัศน์ให้มีความสอดคล้องกับการแข่งขันกับรายการประเภทอื่น ๆ เพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจขององค์กรให้เติบโตเจริญก้าวหน้าต่อไปได้

ลักษณะการดำเนินงานผลิตสารคดีโทรทัศน์นั้น พบว่ามีลักษณะคล้ายการผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปของ “อุตสาหกรรมสื่อมวลชน” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อเป็นธุรกิจการค้า (Commercial Business) และธุรกิจบริการ (Service Business) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด จึงเกิดสภาพของการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง โดยอาศัยปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ทุน ทรัพยากรแรงงาน และผู้ประกอบการเป็นตัวช่วยเกื้อหนุนต่อการดำเนินงาน การแข่งขันกันในเชิงธุรกิจจึงทวีความเข้มข้นอยู่ตลอดเวลา บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตสารคดีโทรทัศน์แต่ละแห่งจึงต้องพยายามพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อคงสภาพของสถานะความอยู่รอดทางเศรษฐกิจเอาไว้⁴

ปัจจุบันผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในประเทศไทยต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผลิตรายการประเภทอื่น ๆ เป็นจำนวนมากซึ่งหนึ่งในผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้ชมในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาคือ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เกิดขึ้นจากการร่วมลงทุนร่วมกันกับบริษัท เจเอสแอล จำกัด โดยบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เป็นบริษัทในเครือเจเอสแอล ซึ่งมี สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ และ เลิศลักษณ์ ธรรมวุฒิ ร่วมเป็นกรรมการผู้จัดการ โดยรายการแรกที่บริษัททำการผลิต คือ รายการ “สู้แล้วรวย” ต่อมาจึงได้มุ่งเน้นที่จะผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ซึ่งรายการสารคดีโทรทัศน์รายการแรกของบริษัทที่ได้รับการยอมรับ สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยและทำให้

⁴ อรรถัย รุจิราธร, “พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี พ.ศ. 2530 ถึง 2541,” (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น. 5.

ชื่อของ สุทธิพงษ์ และทีวีบูรพา เป็นที่รู้จักในสาธารณชนอย่างชัดเจน คือ “รายการคนค้นคน” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โมเดิร์นไนน์ทีวี⁵

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ดำเนินการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2546 จนถึง พ.ศ. 2550 รวมเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยมีการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ออกอากาศอย่างต่อเนื่องทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. หรือ โมเดิร์นไนน์ทีวี ปัจจุบันมีรายการสารคดีโทรทัศน์แพร่ภาพทั้งสิ้น 3 รายการ ได้แก่

1. รายการคนค้นคน รายการสารคดีโทรทัศน์ Docu - Drama ที่บอกเล่าเรื่องราวของมนุษย์อย่างมีชั้นเชิงอย่างไม่เคยปรากฏในจอโทรทัศน์ประเทศไทยมาก่อน สารคดีชีวิตตั้งละครของคนทุกชนชั้น แพร่ภาพออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 22.00 - 23.00 น.

เสน่ห์ของรายการ “คนค้นคน” ที่เป็นจุดต่างจากรายการอื่น ๆ คือ ความเรียบง่ายในการนำเสนอที่ไร้การปรุงแต่งจากคน 2 คน คือ คนต้นเรื่องและคนเดินเรื่อง โดยคนเดินเรื่องที่มีเอกลักษณ์ความเป็นตัวของตัวเองปราศจากการปรุงแต่งแต่เน้นความจริงจังและจริงใจที่จะนำผู้ชมไปสู่คนต้นเรื่อง ด้วยคำที่ให้ความหมายมากกว่าคำที่บรรยาย สามารถสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมได้โดยไม่มีขีดจำกัด⁶

2. รายการกบนอกกะลา รายการสารคดีความรู้ ดูสนุก สำหรับคนช่างสงสัย สารคดีต่อยอดความรู้ที่เชื่อมโยงปัญญากับชีวิต เชื่อมโยงชีวิตกับโลก “กบนอกกะลา” โรงเรียนนอกตำรา ความรู้ที่ทำได้มากกว่าในตำรา และห้องเรียน แพร่ภาพออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 20.30 - 21.30 น.

เบจมาศ จรุงเกียรติกุล⁷ ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการจัดการการผลิตรายการสารคดี “กบนอกกะลา” ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ได้ให้ความหมายของรายการกบนอกกะลาว่า หมายถึง รายการสารคดีที่ให้ความรู้ พาไปค้นหาความรู้ การเรียนรู้สิ่งรอบตัวในชีวิตประจำวัน

⁵ เบจมาศ จรุงเกียรติกุล, “ปัจจัยในการจัดการการผลิตรายการสารคดี ‘กบนอกกะลา’ ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 31-32.

⁶ ดนัย จันทรเจ้าฉาย, The Article Brand and Marketing Essay (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แบรนดเจจ บุคส์, 2548), น. 121.

⁷ เบจมาศ จรุงเกียรติกุล, “ปัจจัยในการจัดการการผลิตรายการสารคดี ‘กบนอกกะลา’ ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด,” น. 36-37.

แบบนอกรอบ ด้วยวิธีการที่ไม่ปิดกั้นตนเอง เหมือนเช่นรายการสารคดีความรู้สำเร็จรูปเดิม ๆ ที่ผู้ชมไม่ต้องค้นหาอะไรเพิ่มเติมอีกแล้วจากการรับชม หากแต่ “กบนอกกะลา” จะเป็นการให้ความรู้แบบไม่สละเกินไป ให้เกิดความรู้ ต่อยอดความรู้ใหม่ ๆ จากเรื่องใกล้ตัวที่ทำให้ดึงความสนใจของคนได้ง่าย ด้วยการชวนคนดูให้ออกไปค้นหา เมื่อคนดูดูจบแล้วต้องแสวงหาความรู้ต่อด้วยเทคนิควิธีการนำเสนอใหม่ ๆ ที่อาศัยเทคนิคด้านกราฟฟิก อนิเมชันการ์ตูน เพลงประกอบมาช่วยเป็นเทคนิคหนึ่งในการเล่าเรื่องให้น่าสนใจ และดูสนุก รวมทั้งการใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย ทำให้รายการดูสนุก น่าสนใจ และให้ความรู้ได้

3. รายการหลุมดำ รายการที่เสนอเรื่องราวความจริงด้านมืดของสังคม เพื่อให้เห็นถึงภัยร้ายใกล้ตัวที่อาจเกิดขึ้นได้ และสะท้อนปัญหาเพื่อช่วยกันหาทางออกในการแก้ไขปัญหาต่อไป แพร่ภาพออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 23.00-24.00 น.

โดยในปี พ.ศ. 2550 นั้น บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ได้มีการยกเลิกการผลิตรายการหลุมดำ แล้วได้จัดทำรายการเพิ่มขึ้น อีก 2 รายการ ออกอากาศทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โมเดิร์นไนน์ทีวี คือ

1. รายการ ผู้มาเยือน (The Visitor) เป็นรายการประเภทสนทนาที่ดีแผ่ภาพความรู้สึกของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สะท้อนแง่มุมของสังคม บรรยายภาพ อารมณ์ ชีวิตของผู้คนและสังคม ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 23.00 น.

2. รายการจุดเปลี่ยน เป็นรายการที่นำมาออกอากาศแทนที่รายการหลุมดำ รูปแบบของรายการจุดเปลี่ยนจะมุ่งเน้นการปลูกเร้ากระตุ้นจิตสำนึก ชักชวนให้ผู้คนในสังคมใส่ใจสิ่งที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว ช่วยกันแก้ไขและช่วยกันเปลี่ยนในสิ่งที่ไม่ถูกต้องรอบตัว ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 23.00 น.⁸

นอกจากนั้น รายการกบนอกกะลา ของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ได้มีการนำมาแพร่ภาพออกอากาศอีกครั้งทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โมเดิร์นไนน์ทีวี โดยใช้ชื่อรายการว่า “กบนอกกะลา อะแก้นท์” ออกอากาศทุกวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เวลา 13.00 น.-14.00 น. เริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป

⁸ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด, “สโมสรคนคอเดียวกัน สโมสรจุดเปลี่ยน,” ศ.คน (กุมภาพันธ์ 2550):106-107.

ปัจจุบันตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2550 บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด มีรายการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โมเดิร์นไนน์ทีวี ทั้งหมดจำนวนทั้งสิ้น 4 รายการ คือ 1) รายการคนค้นคน 2) รายการกบนอกกะลา 3) รายการผู้มาเยือน และ 4) รายการจุดเปลี่ยน ทั้ง 4 รายการดังกล่าว มีรูปแบบและวิธีการนำเสนอเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน อีกทั้งช่วงระยะเวลาที่ทั้ง 4 รายการทำการออกอากาศในวันอังคาร, วันพุธ, วันศุกร์ และวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 20.30 น. จนถึง 24.00 น. ในแต่ละสัปดาห์ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่มีรายการประเภทบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม (Free TV.) กำลังแพร่ภาพออกอากาศและได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก

รายการคนค้นคน แพร่ภาพออกอากาศในวันอังคาร เวลา 22.00-23.00 น. โดยมีรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันเป็นรายการประเภท วาไรตี้ ทอล์คโชว์

รายการผู้มาเยือน แพร่ภาพออกอากาศในวันพุธ เวลา 23.00-24.00 น. โดยมีรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันเป็นรายการประเภทวาไรตี้ ทอล์คโชว์ เกมโชว์ และรายการประเภทข่าว

รายการกบนอกกะลา แพร่ภาพออกอากาศในวันศุกร์ เวลา 20.30-21.30 น. โดยมีรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันเป็นรายการประเภททอล์คโชว์ และละคร

รายการจุดเปลี่ยน แพร่ภาพออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 23.00-24.00 น. โดยมีรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันเป็นรายการประเภทกีฬา และรายการประเภทภาพยนตร์

รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอในช่วงวันและเวลาดังกล่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทบันเทิงแทบทั้งสิ้น ยกเว้นทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่นำเสนอรายการประเภทกีฬาในวันเสาร์ และสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ที่เป็นรายการประเภทข่าว และรายการประเภทกีฬา ที่มีออกอากาศในวันอังคาร วันพุธ วันศุกร์ และวันเสาร์ ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

แสดงรายการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในช่วงเวลาเดียวกัน
การออกอากาศรายการโทรทัศน์ของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

รายการที่ออกอากาศวันอังคาร เวลา 22.00 – 23.00 น.					
ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง TITV
ตี 10	บั๊งลิ่งดาว	มหานคร	คนค้นคน	อินไซด์บางกอก	สาระแน
รายการที่ออกอากาศวันพุธ เวลา 23.00 – 24.00 น.					
ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง TITV
ราตรี สโมสร	เบื้องหลัง	ชิงร้อย ชิงล้าน	ผู้มาเยือน	ทำมาค้าขาย /ทันคน ทันข่าว	สภาโຈ้ก
รายการที่ออกอากาศวันศุกร์ เวลา 20.30 – 21.30 น.					
ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง TITV
รู้จริงปะ	ละคร นารีสโมสร	ละครหลัง ข่าวภาคค่ำ	กบนอก กะลา	กรองสถานการณ์	คืนนี้กับ สายสวรรค์
รายการที่ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 23.00 – 24.00 น.					
ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง TITV
ภ.เกาหลี่	ศึกมวยไทย ลูมพินีเกริกไกร	บ๊ิกซีนี่มา	จุดเปลี่ยน	ถ่ายทอดสด ฟุตบอล บุนเดสลีกา	พุดม, ต้า, เรย์

นอกจากนั้นในเดือนกรกฎาคม 2550 รายการจุดเปลี่ยน ซึ่งออกอากาศในวันเสาร์ เวลา 23.00-24.00 น. ได้รับความนิยมในระดับที่น่าพอใจจึงส่งผลทำให้ได้รับการพิจารณาจากทางสถานีโทรทัศน์ให้เปลี่ยนแปลงวันและเวลาการออกอากาศเป็นทุกวันพุธ เวลา 20.30-21.30 น. ทำให้รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกันกับการออกอากาศของรายการจุดเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลง ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2

แสดงการออกอากาศรายการโทรทัศน์ประจำเดือนกรกฎาคม 2550
ในช่วงเวลาเดียวกับการออกอากาศรายการจุดเปลี่ยน

รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 20.30 – 21.30 น.					
ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง TITV
ละคร แหวนดอกไม้	ละคร หัวใจศิลา	ละคร เลือดในดิน	จุดเปลี่ยน	คุยกับ ส.ส.ร.	ตัวจริง ชัดเจน News Talks

ในปี พ.ศ. 2548 ที่ผ่านมา บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด สามารถทำรายได้จากการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ทำรายได้ 80 ล้านบาท โดยมีงานผลิตรายการโทรทัศน์เป็นรายได้หลักของบริษัท ซึ่งรายการที่ทำรายได้สูงสุดให้กับบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ได้แก่

1. รายการกบนอกกะลา
2. รายการคนค้นคน
3. รายการหลุมดำ⁹

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์เพียงไม่กี่รายที่สามารถดำเนินธุรกิจท่ามกลางสภาพการแข่งขันของการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความรุนแรง อีกทั้งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็กที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในระยะเวลาเพียง 5 ปี ที่ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์และผู้บริหารของบริษัทก็เป็นผู้บริหารหน้าใหม่ที่ไม่เคยผ่านงานด้านการบริหารงานทางธุรกิจมาก่อน ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์การแข่งขันในการบริหารธุรกิจผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เพื่อที่จะศึกษาว่า องค์กรผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์มีการใช้กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างไร จึงสามารถแข่งขันกับรายการโทรทัศน์ในประเภทเดียวกันและประเภทอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

⁹ “ดันมือดีนั่งแท่น ‘เจ้าของร่วม’ เกมแตกหน่อได้ร่วม ‘ทีวีบูรพา’”

<http://www.bangkokbizweek.com/20060702/market/index.php?news=column_21074195.html>, 8 กุมภาพันธ์ 2550.

ปัญหานำการศึกษา

1. บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด มีโครงสร้างและการบริหารองค์กรอย่างไร
2. ปัจจัยแวดล้อมใดบ้างที่มีผลต่อกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด
3. บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด มีการนำกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร
4. บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด มีแนวโน้มการขยายตัวทางธุรกิจเพื่อรองรับกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบโครงสร้างและการบริหารธุรกิจผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันที่บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ใช้ในการบริหารการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
4. เพื่อศึกษาถึงปัญหา อุปสรรคและแนวโน้มการขยายธุรกิจรายการสารคดีโทรทัศน์เพื่อรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้นของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้ จะเจาะจงศึกษาเฉพาะโครงสร้างและการบริหารธุรกิจผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจ รวมทั้งลักษณะการขยายธุรกิจ ซึ่งจะทำการศึกษาจากการรวบรวมจากเอกสาร (Documentary) ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ผู้บริหารและบุคลากรของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด จากผู้ผลิตรายการทั้ง 3 รายการของบริษัท ได้แก่ รายการคนค้นคน รายการกบนอกกะลา และรายการจุดเปลี่ยน โดยจะทำการศึกษาบริษัทตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2546-2550

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การบริหาร หมายถึง กระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการควบคุมทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กร หมายถึง กระบวนการของโครงสร้างที่บุคคลเข้ามาอยู่รวมกันสามารถที่จะสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันเพื่อวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคลและขององค์กรซึ่งจะสนองตอบซึ่งกันและกัน

การขยายธุรกิจสื่อ หมายถึง การที่องค์กร ๆ หนึ่ง เริ่มผลิตสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง และขยายมาเป็นผลิตสื่อประเภทเดียวกัน เช่น บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด เริ่มต้นผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์คือ รายการคนค้นคน หลังจากนั้นจึงมีการขยายการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ในรูปแบบอื่นเพิ่มขึ้นอย่างรายการกบนอกกะลา เป็นต้น

รายการสารคดีโทรทัศน์ หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบ โดยยึดหลักของความเป็นจริง และอาศัยเทคนิคต่าง ๆ มาผสมผสานกัน เพื่อสร้างจินตนาการและความน่าสนใจแก่ผู้ชม เช่น รายการคนค้นคน รายการกบนอกกะลา และรายการจุดเปลี่ยน เป็นต้น

ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการขยายธุรกิจ หมายถึง สิ่งที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ของบริษัทผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย ซึ่งแบ่งออกเป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกองค์กร ประกอบด้วย แรงกดดันทางการเมืองและสังคม แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กร ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านเทคโนโลยี ความสามารถทางวิชาชีพ

กลยุทธ์การแข่งขัน หมายถึง วิธีการหรือแผนการถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายหรือกลยุทธ์ของธุรกิจ ที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบ มีลักษณะเป็นขั้นเป็นตอน มีความยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์ มุ่งหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งหรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่าง ๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างและการบริหารการจัดการองค์การของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์
3. ทำให้ทราบถึงประโยชน์จากแนวโน้มการขยายตัวทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางตัดสินใจก่อนดำเนินการขยายธุรกิจ