

ผลการวิจัย

4.1 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์

4.1.1 สัมภาษณ์ ไม้พญา โมณะ : ผู้ช่วยผู้ดูแลการผลิต (Co producer) และครีเอทีฟ (Creative) บริษัท ชามูไร จำกัด

บริษัท ชามูไร จำกัด ก่อตั้งโดยพยนต์ คงเจริญ อดีตนักแสดงและผู้อยู่เบื้องหลังวงการบันเทิง ซึ่งบริษัท ชามูไร จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ หรือที่เรียกว่า โปรดักชั่น เฮาส์ (production house) แบบครบวงจร มีวัตถุประสงค์ขององค์กร คือการผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ผลิตภาพยนตร์โฆษณา และรับจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อการเผยแพร่สู่สายตาประชาชน โดยมีรายการหลายรายการที่บริษัทผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ รายการนาวิกเตอร์ (Navigator) รายการเพลงลูกทุ่ง 2 รายการ รายการดวงความสุข รายการเฮลโหล เฮลท์ (Hello Health) และรายการเลิฟโตรองท์ (Lovetaurant) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการผลิตภาพยนตร์โฆษณาหลายเรื่อง มิวสิควิดีโอ (MV) การนำเสนอผลงานในรูปแบบของสื่อวีดิทัศน์ (VDO presentation) รวมถึงงานการจัดกิจกรรมพิเศษ (Organization) อีกด้วย

ด้านโครงสร้างบริษัท ชามูไร จำกัด นั้นเป็นการดำเนินงานแบบไม่มีการแบ่งสายงานที่แน่นอน คือพนักงานทุกคนจะต้องสามารถทำงานได้หลายหน้าที่ ซึ่งการผลิตงานในแต่ละรายการจะมีจำนวนพนักงานประมาณ 12 คนในการถ่ายทำรายการ เป็นพนักงานประจำ 5 คน และพนักงานรับจ้างอิสระ (Freelance) 7 คน โดยการคัดเลือกตามความเหมาะสมของประเภทของรายการ

จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในส่วนของการรับจ้างการผลิตรายการ Navigator จากบริษัท สบายดี คลับ โดยมีผู้ก่อตั้งคือ เจษฎาภรณ์ ผลดี นักแสดงและพิธีกรรายการ Navigator เนื่องจากรายการ Navigator เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยว ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับโครงการในการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

รายการ Navigator เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวแนวผจญภัย โดยออกอากาศทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และมีจุดเด่นของรายการ คือ เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างด้วยการเดินทางในรูปแบบการผจญภัยโดยพิธีกรดำเนินรายการร่วมกับแขกรับเชิญตลอดการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอสถานที่ที่ธรรมดาตามากับเรื่องราวให้มีความน่าสนใจ

รายการ Navigator เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมด้วยรูปแบบการเดินทางผจญภัยไปในสถานที่ต่างๆ โดยเริ่มกระบวนการการผลิตจากการเลือกสถานที่ที่มีความน่าสนใจ หรือสถานที่ที่หลาย ๆ คนรู้จักนำมาผูกกับเรื่องราวและวิธีการเดินทางไปยังจุดหมายในรูปแบบของการผจญภัยและเป็นเส้นทางที่ไม่เป็นที่รู้จักให้มีความน่าสนใจ

สำหรับด้านปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน มีดังนี้

1. ด้านเวลา คือในการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวนั้นเรื่องเวลานับเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการทำงาน เนื่องจากการถ่ายทำรายการนอกสถานที่นั้นจำเป็นต้องมีการกำหนดระยะเวลาในการถ่ายทำจากการได้รับอนุญาตเข้าถ่ายทำจากเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสถานที่
2. ด้านอุปกรณ์ในการถ่ายทำรายการ เช่น กล้องบันทึกภาพ เพราะการถ่ายทำรายการ Navigator เป็นการถ่ายทำสารคดีท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย ฉะนั้นการเตรียมพร้อม และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าทางด้านอุปกรณ์เป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากสถานที่ในการถ่ายทำเป็นสถานที่ที่ไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์มาทดแทนได้หากเกิดการขัดข้อง และจำเป็นต้องหาอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่มีอยู่ขณะนั้นมาใช้ทดแทนเพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปได้
3. ด้านบุคลากร เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความชำนาญและเหมาะสมกับงาน โดยเฉพาะทางด้านความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันในการทำงานจนกลายเป็นอุปสรรคในการทำงาน

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีที่เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลานาน
- บริษัทสร้างผลงานจนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป และคนในวงการบันเทิงเท่านั้น จึงจะส่งผลให้มีการผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทเป็นผู้สร้างสรรค์และผลิตรายการเอง โดยไม่มีการว่าจ้างผู้อื่นมาผลิตรายการ
- บริษัทเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์แบบครบวงจร โดยมีอุปกรณ์ในการถ่ายทำ และตัดต่อรายการของบริษัทเอง

- บริษัทมีการผลิตรายการประเภทอื่นๆ นอกจากรายการสารคดีเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่บริษัท

จุดอ่อน (Weakness)

- การถ่ายทำรายการมีเวลาจำกัด เพราะการถ่ายทำรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่

- จากการที่เป็นบริษัทผู้ผลิตรายการหลายประเภท ส่งผลให้มีบุคลากรบางรายขาดความชำนาญและความเหมาะสมในการผลิตรายการ

โอกาส (Opportunity)

บริษัทมีการวางแผนการผลิตรายการเพิ่ม โดยทางบริษัทจะเป็นผู้ผลิตรายการและใช้เวลาในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์

อุปสรรค (Threat)

- ด้านอุปกรณ์ในการถ่ายทำรายการ คือ ต้องมีการเตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เนื่องจากสถานที่ถ่ายทำรายการสารคดีต้องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสถานที่ที่ไม่สามารถหาอุปกรณ์ทดแทนได้ หากอุปกรณ์ที่ใช้ถ่ายทำรายการเกิดขัดข้อง

- ด้านสภาพดินฟ้าอากาศ คือ การถ่ายทำรายการสารคดี โดยเฉพาะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่และกลางแจ้ง ดังนั้นสภาพดินฟ้าอากาศจึงเป็นปัจจัยในการถ่ายทำรายการที่ไม่สามารถกำหนดได้

4.1.2 สัมภาษณ์ พงษ์ศักดิ์ รมณีย์ : ผู้ควบคุมการผลิตรายการสารคดี (Producer) บริษัทพาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด และสัมภาษณ์ สหะ พุกศิริวงศ์ชัย : ผู้ควบคุมการผลิตรายการสารคดี (Producer) บริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด

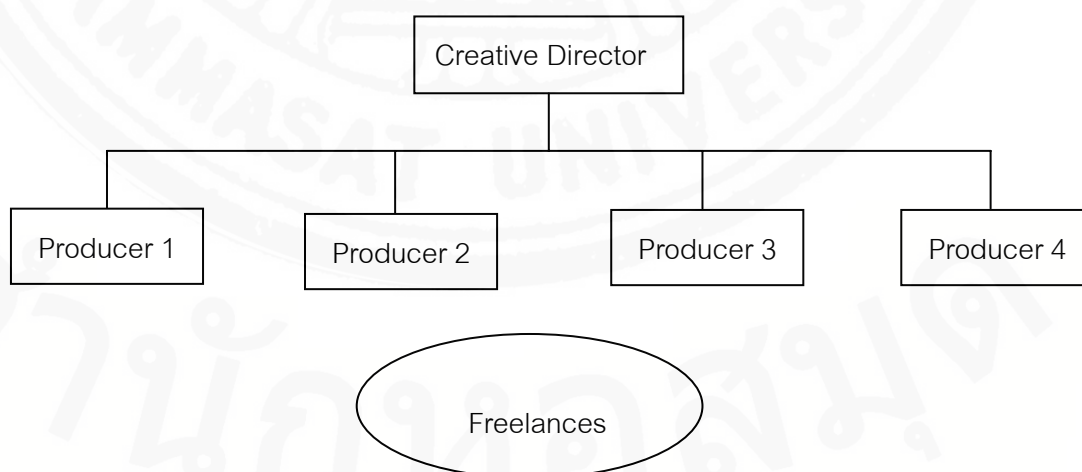
บริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด กำเนิดจาก บริษัท แปซิฟิค อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ก่อตั้งโดย ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล หนึ่งในทีมงานผลิตรายการโลกสลับสี และโลกสีน้ำเงิน ต่อมาบริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยมีบริษัท บีแอนด์ที (B & T) เข้ามาร่วมลงทุนกับทางบริษัท และมีการผลิตผลงานทางด้านรายการสารคดีเรื่อยมา โดยเริ่มจากการผลิตรายการโลกสีน้ำเงิน และการรับจ้างผลิตรายการสารคดีให้กับองค์กรต่างๆ เช่น บริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทย

จากนั้นได้มีบริษัท วิชวณ อาย (Visual Eye) ของประเทศอังกฤษเข้ามาร่วมลงทุนกับทางบริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จึงเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท พาโนรามา วิชวณ อาย (Panorama Visual Eye) เป็นบริษัทผลิตรายการสารคดี และรับจ้างผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ โดยมีเป้าหมายของบริษัท คือ เป็นบริษัทผลิตรายการสารคดีที่ผลิตสารคดีสู่ตลาดสารคดีในต่างประเทศเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อส่งเสริมรายการสารคดีที่เป็นเรื่องราวของประเทศไทยสู่สายตาประชาชนทั่วโลก และเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้รับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชาวต่างประเทศ โดยมีการผลิตรายการสารคดีให้กับรายการเนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก (National Geographic) รายการดิสคัฟเวอรี ชาแนล (Discovery Channel) และรายการสารคดีทางโทรทัศน์ฟรีทีวี (Free TV) ในประเทศฝรั่งเศส และภาคพื้นยุโรป

ในส่วนของโครงสร้างการทำงานของบริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด มีการแบ่งสายงานอย่างชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทได้ผลิตรายการสารคดีเรื่องยาวเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ โดยเน้นการผลิตรายการสารคดีเพื่อจำหน่ายยังต่างประเทศ ฉะนั้นสายงานในการทำงานจะมีทั้งพนักงานประจำและพนักงานรับจ้างอิสระ (Freelance) โดยแบ่งสายงานได้ดังนี้

ภาพที่ 4.1

โครงสร้างการทำงานของบริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี่ จำกัด



โดยร่วมกันทำงานทางด้านการผลิตรายการกับชาวต่างประเทศของบริษัท Visual Eye ดังนี้

- Creative Director (ชาวต่างประเทศ)
- Manager (ชาวต่างประเทศ)
- Head Production (คนไทย)

ในการทำงานนั้นจะมีการแบ่งงานของการผลิตรายการสารคดีอย่างชัดเจน โดยแบ่งงานตามความถนัดทางด้านข้อมูลของ Producer และความเท่าเทียมกันของจำนวนงานในการผลิตรายการสารคดี

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน มีดังนี้

1. การติดต่อประสานงานเพื่อถ่ายทำรายการสารคดี บางครั้งสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำรายการหรือผู้ที่ติดต่อเพื่อขอข้อมูลและถ่ายทำรายการไม่มีเวลาที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายทำรายการสารคดี
2. สภาพภูมิอากาศในการถ่ายทำรายการสารคดี เนื่องจากการถ่ายทำรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ดังนั้นสิ่งที่เป็นอุปสรรคในการถ่ายทำรายการสารคดี คือการเกิดฝนตกขณะถ่ายทำรายการสารคดี
3. การสื่อสารที่เข้าถึงและเข้าใจในผู้รับสาร เพราะการผลิตรายการสารคดีเป็นการผลิตรายการเพื่อบุคคลทั่วไปได้รับชม ฉะนั้นการสื่อสาร การทำรูปแบบการนำเสนอ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้และเข้าใจมากที่สุด เพราะหากผลตอบรับของผู้ชมรายการไม่ดีจะส่งผลกระทบต่อการสนับสนุนรายการของผู้ให้การสนับสนุน (sponsor)
4. ผู้สนับสนุนรายการ คือส่วนสำคัญของการผลิตรายการทุกประเภท แต่สำหรับรายการสารคดีนั้นผู้สนับสนุนรายการมองว่าเป็นรายการที่ให้ผลประโยชน์ทางด้านผลกำไรน้อย ฉะนั้นรายการสารคดีหลายๆ รายการในประเทศไทยจึงไม่สามารถอยู่รอดได้เพราะขาดการสนับสนุน

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- เป็นบริษัทที่สร้างผลงานจนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป และคนในวงการบันเทิงเท่านั้น จึงส่งผลให้มีการผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง

- บริษัททำการผลิตรายการสารคดีมาเป็นระยะเวลายาวนาน และก่อตั้งโดยผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการผลิตรายการสารคดีจนเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ
- บริษัทมีเงินทุนในการผลิตรายการสารคดี เพราะมีชาวต่างชาติมาร่วมทุนในการผลิตรายการสารคดีกับทางบริษัท

จุดอ่อน (Weakness)

- บริษัทไม่มีการกำหนดระยะเวลาในการผลิตรายการสารคดีในแต่ละตอน จึงส่งผลให้การถ่ายทำรายการใช้ระยะเวลานาน และใช้ต้นทุนในการผลิตสูง

โอกาส (Opportunity)

- มีชาวต่างชาติสนใจมาร่วมลงทุนกับบริษัทในการผลิตรายการสารคดี
- รายการสารคดีของบริษัทสามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ
- บริษัทมีการวางแผนในการผลิตรายการสารคดีเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีของไทย

อุปสรรค (Threat)

- การติดต่อประสานงานเพื่อการถ่ายทำรายการ และการติดต่อเพื่อขอข้อมูลมีระยะเวลาที่ไม่ตรงตามแผนงานที่กำหนดไว้
- ด้านสภาพดินฟ้าอากาศ คือ การถ่ายทำรายการสารคดี โดยเฉพาะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่และกลางแจ้ง ดังนั้นสภาพดินฟ้าอากาศจึงเป็นปัจจัยในการถ่ายทำรายการที่ไม่สามารถกำหนดได้

4.1.3 สัมภาษณ์ อุบลรัตน์ สิงห์ไพบูลย์พร : รองกรรมการผู้จัดการสายบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทกันตนาก่อตั้งโดยประดิษฐ์ กัลยาณกุล เริ่มต้นจากการผลิตละครวิทยุ ต่อมาบริษัทกันตนาได้ทำการการผลิตละครทางโทรทัศน์เนื่องจากได้เวลาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ และมีความสามารถทางด้านการเขียนบทละคร เพราะได้เขียนบทละครวิทยุเป็นประจำ โดยผลิตละครทางโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เป็นแห่งแรกและมีการผลิตละครทางโทรทัศน์เรื่อยมา

ส่วนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ของบริษัทกันตนาเริ่มจากการผลิตงานด้านบันเทิงแบบครบวงจรของบริษัทได้เริ่มจากการให้บริการเช่าห้องอัดรายการโทรทัศน์ (Studio)

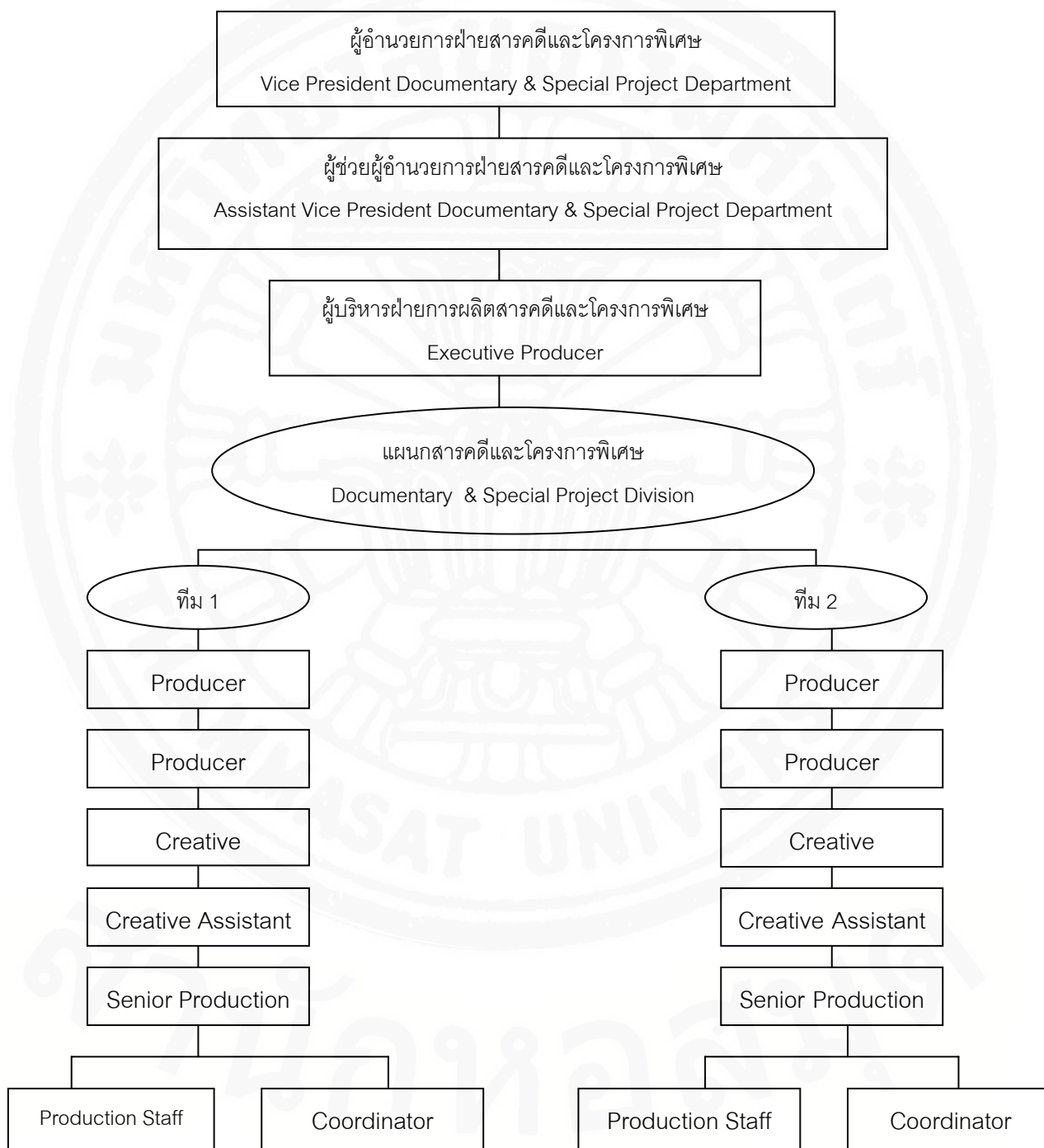
และเครื่องมือในการถ่ายทำแต่ละผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภท พร้อมทั้งรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น รายการแม่บ้านที่รัก ดำเนินรายการโดยดำรง พุฒตาล เมื่อมีประสบการณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ ทางบริษัทกันตนาจึงเริ่มมีการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เองโดยได้งบประมาณจากบริษัทเครือปูนซีเมนต์ไทย เป็นการผลิตรายการสารคดีสั้น 3 นาทีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ร่วมกับบริษัทเครือปูนซีเมนต์ไทย โดยใช้ชื่อรายการว่า “งามอย่างไทย” และได้ผลิตรายการสารคดีสั้นมาโดยตลอดโดยได้รับงบประมาณจากองค์กรต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรนั้นๆ จนเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งในหน่วยงานราชการและเอกชน จนมีการพัฒนาในส่วนของการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เพิ่มขึ้นและพัฒนามาเป็นสายการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์และโครงการพิเศษ ซึ่งมีรายการในปัจจุบันได้แก่ รายการสารคดีสั้น 1 นาทีออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 7 รายการพ่อแม่มือใหม่ โดยบริษัท เนสเล่ท์ จำกัด เป็นผู้ว่าจ้างการผลิตรายการ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการผลิตรายการสารคดีเรื่องยาวเพื่อเป็นการให้ความรู้และเป็นประโยชน์ต่อสังคม ได้แก่ เรื่องแผ่นดินสยาม เรื่องเสรีไทย และเรื่องภาพแรกในชีวิต โดยมีความเห็นว่าจะทำรายการสารคดีเรื่องยาวเพื่อสังคมโดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นการสร้างผลงานของบริษัทและเพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอีกด้วย ดังนั้นบริษัทกันตนาในส่วนของการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อการรับจ้างการผลิตรายการสารคดีให้แก่องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ เพื่อความอยู่รอด และการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์เพื่อสังคมโดยไม่หวังผลกำไร

บริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างการทำงานอย่างชัดเจน โดยมีการแบ่งสายงานในฝ่ายสารคดีและโครงการพิเศษ (Documentary and Special Project Department) ดังนี้

ภาพที่ 4.2

โครงสร้างการทำงานของฝ่ายสารคดีฯ ของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



ที่มา : เอกสารการแสดงโครงสร้างการทำงานของฝ่ายสารคดีและโครงการพิเศษ จาก บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

จากตารางการแสดงสายงานการผลิตรายการสารคดีและโครงการพิเศษจะเห็นได้ว่า บริษัทกันตนา มีการแบ่งสายงานการผลิตรายการสารคดีและโครงการพิเศษออกเป็น 2 ฝ่ายเพื่อการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน

สำหรับด้านปัญหาและอุปสรรคในการทำงานนั้น การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์จะประสบปัญหาและอุปสรรคในการทำงานหลายด้าน ได้แก่

1. ด้านเนื้อหาในการนำเสนอ คือการรับโจทย์บางเรื่องในการผลิตรายการสารคดีจากผู้ว่าจ้างผลิตนั้นในบางครั้งสิ่งที่ต้องนำเสนอเป็นเรื่องราวที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม จึงเป็นปัญหาว่า จะต้องผลิตรายการออกมาอย่างไรเพื่อที่จะสื่อสารให้ผู้รับสารโดยทั่วไปเข้าใจในสิ่งที่นำเสนอ

2. งบประมาณในการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากในการผลิตรายการ คือหากงบประมาณในการผลิตรายการน้อยแต่เนื้อหาในการนำเสนออยากก็ส่งผลให้การผลิตรายการเป็นไปได้ยาก เนื่องจากงบประมาณที่จำกัดจึงทำให้การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอมีข้อจำกัด

3. ด้านผู้ว่าจ้างการผลิตรายการหรือลูกค้า หากลูกค้ามีความไม่แน่นอนในวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอส่งผลให้เป็นอุปสรรคสำหรับฝ่ายผลิตรายการ เนื่องจากมีการทำงานบ่อยครั้งตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างผลิตรายการ

ดังนั้นการแก้ไขปัญหาในการทำงานจึงจำเป็นต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ในการทำงานอย่างมาก เพราะการทำงานทุกขั้นตอนสามารถเกิดปัญหาเฉพาะหน้าได้เสมอและอาจเป็นปัญหาที่ไม่เคยประสบมาก่อน ฉะนั้นต้องมีสติในการทำงานตลอดเวลาเพื่อพร้อมแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ให้ดีที่สุดทั้งต่อผู้ว่าจ้างผลิตรายการ และทางบริษัท เพื่อให้ยังคงมีการว่าจ้างการผลิตรายการต่อไป

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- บริษัทเป็นที่รู้จักในวงการบันเทิงและบุคคลทั่วไปเป็นอย่างดี จึงส่งผลให้มีการผลิตรายการหลายประเภทจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทได้รับความไว้วางใจในการผลิตรายการสารคดีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรขนาดใหญ่ หลายองค์กร
- บุคลากรมีใจรักและมีความชำนาญในการผลิตรายการสารคดี จึงส่งผลให้การผลิตรายการมีคุณภาพและเป็นผลงานที่สร้างสรรค์ของบริษัท

- บริษัทมีการแบ่งโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกต่อการทำงาน

จุดอ่อน (Weakness)

- การผลิตรายการสารคดีจะต้องขึ้นอยู่กับผู้บริหารของบริษัทในการใช้งบประมาณ และการอนุมัติ จึงส่งผลให้บุคลากรไม่สามารถสร้างสรรค์รายการสารคดียาวได้อย่างต่อเนื่อง

โอกาส (Opportunity)

- บริษัทเป็นองค์กรขนาดใหญ่ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ดังนั้นจึงมีโอกาสมากกว่าบริษัทอื่นๆ ในการซื้อเวลาจากสถานีโทรทัศน์
- บริษัทไม่เพียงแต่เป็นผู้รับจ้างผลิตรายการสารคดีเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรต่างๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นผู้วางแผนดำเนินงานการผลิตรายการสารคดีพร้อมจัดหาช่วงเวลาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ให้แก่ผู้ว่าจ้างการผลิตรายการอีกด้วย

อุปสรรค (Threat)

- โจทย์การผลิตรายการของผู้ว่าจ้างการผลิตบางครั้งเข้าใจยากสำหรับการเลือกรูปแบบรายการนำเสนอรายการที่จะสามารถสื่อสารให้ผู้รับชมรายการเข้าใจในเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ
- งบประมาณในการผลิตรายการที่จำกัดขององค์กรผู้ว่าจ้างการผลิตรายการ
- ความไม่แน่นอนในวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างการผลิตรายการ ส่งผลให้ต้องมีการแก้ไข และการเปลี่ยนแปลงการผลิตรายการบ่อยๆ

4.1.4 สัมภาษณ์ สมา โกมลสิงห์ : บรรณาธิการอาวุโสฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ITV) และดูแลการผลิตรายการย้อนรอย รายการถอดรหัส และรายการคนไทยที่หนึ่งในโลกทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการย้อนรอยกำเนิดขึ้นพร้อมกับทางฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยเริ่มจากความต้องการให้มีรายการประเภทสารคดีที่เกี่ยวกับคดีต่างๆ ของผู้ผลิตข่าว ฉะนั้นรายการย้อนรอยจึงเป็นรายการที่เกี่ยวกับคดีต่างๆ ที่ประชาชนให้ความสนใจและนำเสนอถึงข้อเท็จจริงต่างๆ ของคดีที่เกิดขึ้น ที่เป็นข่าวสารที่เป็นความจริงต่อประชาชนหรือส่งผลให้ประชาชนได้รับข้อมูลความรู้ที่มากกว่าการรับชมข่าวของแต่ละวัน เพราะรายการสารคดีทางโทรทัศน์มีเวลาในการออกอากาศมากกว่ารายการที่เป็นเพียงการรายงานข่าวที่เกิดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ของรายการ

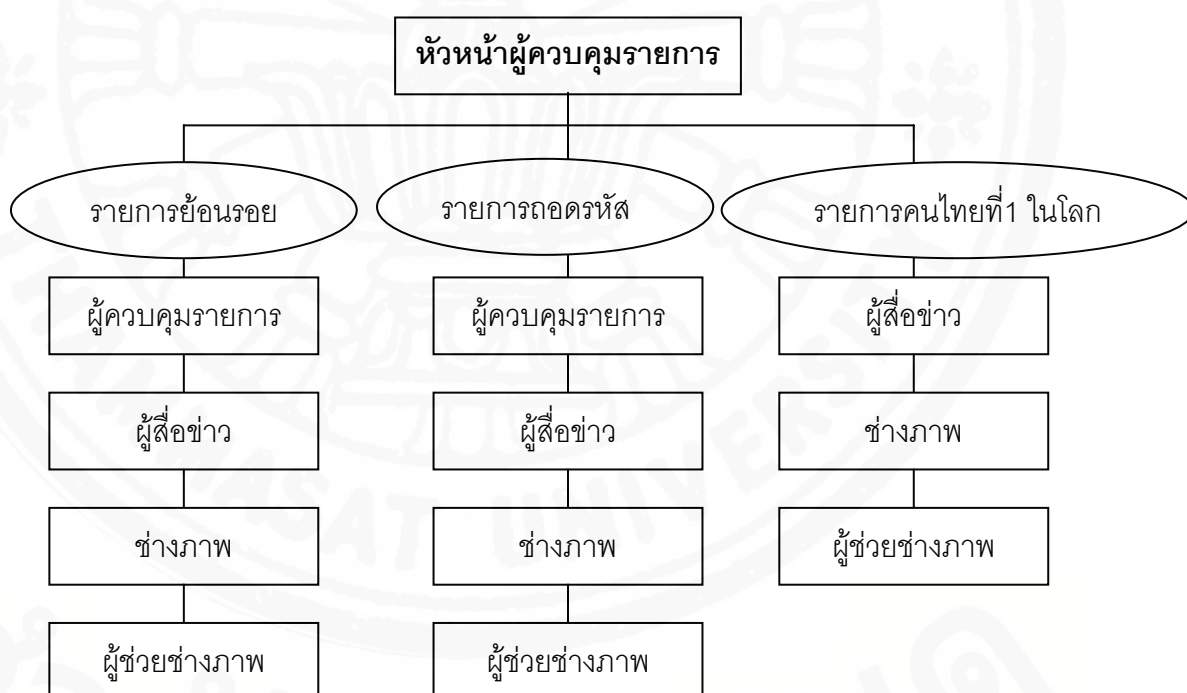
คือเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมรายการประเภทดีที่เกิดขึ้นโดยได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากข่าวสารที่ได้รับทางโทรทัศน์ ในรูปแบบการนำเสนอถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมแง่คิดแบบจบในตอน

นอกจากรายการย้อนรอยฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ยังมีการผลิตรายการอีกสองรายการ คือ รายการถอดรหัส และรายการคนไทยที่หนึ่งในโลก โดยมีโครงสร้างการผลิตรายการขนาดเล็กและเป็นการช่วยเหลือกันในการผลิตรายการ เพราะเป็นการทำงานแบบการทำข่าวและพนักงานส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตข่าว

ดังนั้นโครงสร้างการผลิตรายการทั้งสามรายการจึงเป็นในลักษณะของการผลิตข่าว ตำแหน่งหน้าที่ในการทำงานจึงเป็นลักษณะของผู้สื่อข่าว โดยมีหน้าที่ในแต่ละทีมงาน ดังนี้

ภาพที่ 4.3

โครงสร้างการทำงานของฝ่ายข่าวและสารคดีของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี



จากการที่มีทีมงานขนาดเล็กจึงส่งผลให้มีความคล่องตัวสูงในการทำงาน เช่น การเดินทางเพื่อสัมภาษณ์หาข้อมูลจากแหล่งข่าว การถ่ายทำเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการผลิตรายการย้อนรอย รายการถอดรหัส และรายการคนไทยที่หนึ่งในโลก มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองในฐานะของผู้ผลิตรายการจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้าง คือประชาชนทั่วไป แต่สำหรับมุมมองในด้านธุรกิจ

จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ ครอบครัว อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้ผลิตรายการมีเพียงเป้าหมายในการผลิตรายการเพื่อให้เป็นรายการที่ให้สาระความรู้และเป็นประโยชน์ต่อประชาชน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคหลักในการทำงานของรายการย้อนรอย คือ อุปสรรคด้านการตลาด เพราะมีสาเหตุจากกลไกทางด้านกระแสตอบรับจากผู้ชม (rating) ซึ่งส่งผลให้รายการย้อนรอยต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อแข่งขันด้าน rating กับรายการประเภทสารคดีอื่นๆ และรายการประเภทอื่นที่มี rating ค่อนข้างสูง ซึ่งอุปสรรคของกลไกการวัดกระแสตอบรับทางรายการโทรทัศน์เป็นอุปสรรคที่สามารถส่งผลต่อความอยู่รอดของรายการโทรทัศน์ทุกรายการ

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- รายการสารคดีที่ผลิตเป็นรายการสารคดีข่าวที่ผู้ชมรายการสามารถได้รับข่าวสารเพิ่มขึ้น และให้เกิดแบบฉบับในตอน
- ต้นทุนการผลิตรายการในแต่ละตอนใช้ต้นทุนน้อย

จุดอ่อน (Weakness)

- ขาดอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำรายการที่มีคุณภาพ เพราะรายการสารคดีจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์พิเศษที่มีความคงทนในการถ่ายทำ

โอกาส (Opportunity)

- รายการมีการปรับปรุงแบบการนำเสนอตามสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยการนำเสนอเรื่องราวทั่วไปมากขึ้น เพื่อขยายกลุ่มผู้ชมรายการ

อุปสรรค (Threat)

- มีผู้สนับสนุนรายการสารคดีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายการบันเทิงประเภทอื่นๆ
- รายการสารคดีมักได้ช่วงเวลาในการออกอากาศที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

4.1.5 สัมภาษณ์ ภัทราพร สังข์พวงทอง : ผู้ควบคุมการผลิต (Producer) รายการกบนอกกะลา บริษัททีวีบูรพา

บริษัททีวีบูรพา เป็นบริษัทรับจ้างผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์หรือที่เรียกว่า โปรดักชั่น เฮาส์ (Production house) ก่อตั้งโดย สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ บริษัททีวีบูรพาเป็นบริษัทรับจ้างผลิตรายการจากบริษัท เจ เอส แอล จำกัด โดยเริ่มจากการผลิตรายการคนค้นคนจนเป็นที่รู้จัก จากนั้นจึงเริ่มมีการผลิตรายการกบนอกกะลา และรายการหลุมดำ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวี (Modernine TV.)

เริ่มจากรายการคนค้นคนมีจุดเด่น คือมีการแสดงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของคนทั่วไปในรูปแบบของการสะท้อนให้เห็นถึงสภาพต่างๆ ให้ผู้รับชมมีอารมณ์ร่วมไปกับการรับรู้ถึงการดำเนินชีวิตของคนเหล่านั้น โดยที่ผู้รับชมแต่ละคนจะได้แง่คิดของตนเองที่แตกต่างกันไป รายการหลุมดำเป็นรายการที่ดีแผ่สังคมปัจจุบัน และรายการกบนอกกะลา เป็นรายการที่ให้สาระความรู้พร้อมกับสอดแทรกความบันเทิงเพื่อเข้าถึงผู้ชมรายการง่ายขึ้น

บริษัททีวีบูรพา เป็นบริษัทที่มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่โดยแบ่งการบริหารงานของแต่ละรายการอย่างชัดเจนและแยกเป็นการบริหารของตนเอง คือรายการคนค้นคน รายการกบนอกกะลา และรายการหลุมดำ โดยมีสุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิเป็นผู้ดูแลการผลิต ดังนั้นในแต่ละรายการจึงเป็นการบริหารของตนเองซึ่งมีจำนวนพนักงานประมาณ 20 คน ซึ่งแต่ละคนต้องสามารถปฏิบัติได้หลายหน้าที่ เช่น ผู้ที่เป็นผู้ควบคุมการผลิต (Producer) จะเป็นผู้ดำเนินรายการด้วยเช่นกัน หรือผู้ที่ทำหน้าที่หาข้อมูลจะเป็นผู้สร้างสรรค์การผลิต (Creative) ด้วยเช่นกัน และมีโครงสร้างการทำงานแบบครอบครัว คือทุกคนจะต้องดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของรายการกบนอกกะลา มีดังนี้

1. ระยะเวลาในการถ่ายทำในบางเรื่อง คือในขั้นตอนของการบันทึกเทปในบางเรื่องไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ และส่งผลกระทบต่องบประมาณในการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น เพราะในการออกไปถ่ายทำในแต่ละครั้งจะต้องต้นทุนในการผลิตรายการ

2. สภาพภูมิอากาศในการถ่ายทำรายการ เนื่องจากการถ่ายทำรายการกบนอกกะลา ส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ จึงไม่สามารถกำหนดสภาพภูมิอากาศในการถ่ายทำรายการได้ ดังนั้นสิ่งที่เป็อุปสรรคในการถ่ายทำรายการสารคดี คือการเกิดฝนตกขณะถ่ายทำรายการ

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- บุคลากรมีใจรัก มีความชำนาญ และความสามารถในการผลิตรายการสารคดี จึงส่งผลให้รายการที่ผลิตมีคุณภาพ
- การนำเสนอรายการมีจุดเด่น และจุดยืนของรายการจนเป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้ชม
- บริษัทมีการแบ่งสายงานการผลิตรายการและการบริหารงานของแต่ละรายการอย่างชัดเจน เพื่อสะดวกต่อการทำงาน

จุดอ่อน (Weakness)

- บริษัทเป็นผู้รับจ้างการผลิตรายการเพียงอย่างเดียว จึงส่งผลให้ไม่สามารถบริหารด้านงบประมาณในการผลิตรายการได้อย่างเต็มที่
- รายการที่ทำกำไรให้แก่บริษัทมีเพียงรายการเดียว
- ระยะเวลาในการถ่ายทำรายการบางตอนไม่สามารถกำหนดแผนงานด้านเวลาได้ จึงส่งผลกระทบต่องบประมาณที่ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

โอกาส (Opportunity)

- สามารถเผยแพร่รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศไปแล้วในรูปแบบของวีซีดี/ดีวีดี ออกจำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างรายได้เสริมแก่บริษัท
- บริษัทมีการวางแผนในการผลิตรายการสารคดีประเภทอื่นเพิ่มขึ้น เพื่อขยายกลุ่มผู้ชมรายการ

อุปสรรค (Threat)

- ด้านสภาพดินฟ้าอากาศในการถ่ายทำรายการ คือ การถ่ายทำรายการสารคดีเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่และกลางแจ้ง ดังนั้นสภาพดินฟ้าอากาศจึงเป็นปัจจัยในการถ่ายทำรายการที่ไม่สามารถกำหนดได้
- รายการสารคดีมักได้ช่วงเวลาในการออกอากาศที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

4.1.6 สัมภาษณ์ ศิริชัย ลักษณะโกเศศ : กรรมการบริษัท และรองกรรมการผู้จัดการอาวุโสสายงานการตลาดและการผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัท อาร์ เอ็น ที เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท อาร์ เอ็น ที เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งโดย พันตำรวจเอก รวมนคร ทับทิมธงชัย ในปี พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อดำเนินการประกอบธุรกิจด้านสื่อโทรทัศน์และวิทยุ บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวสาร และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมกับกรมประชาสัมพันธ์และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก นอกจากนี้ยังเป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ให้แก่ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนหลายแห่ง

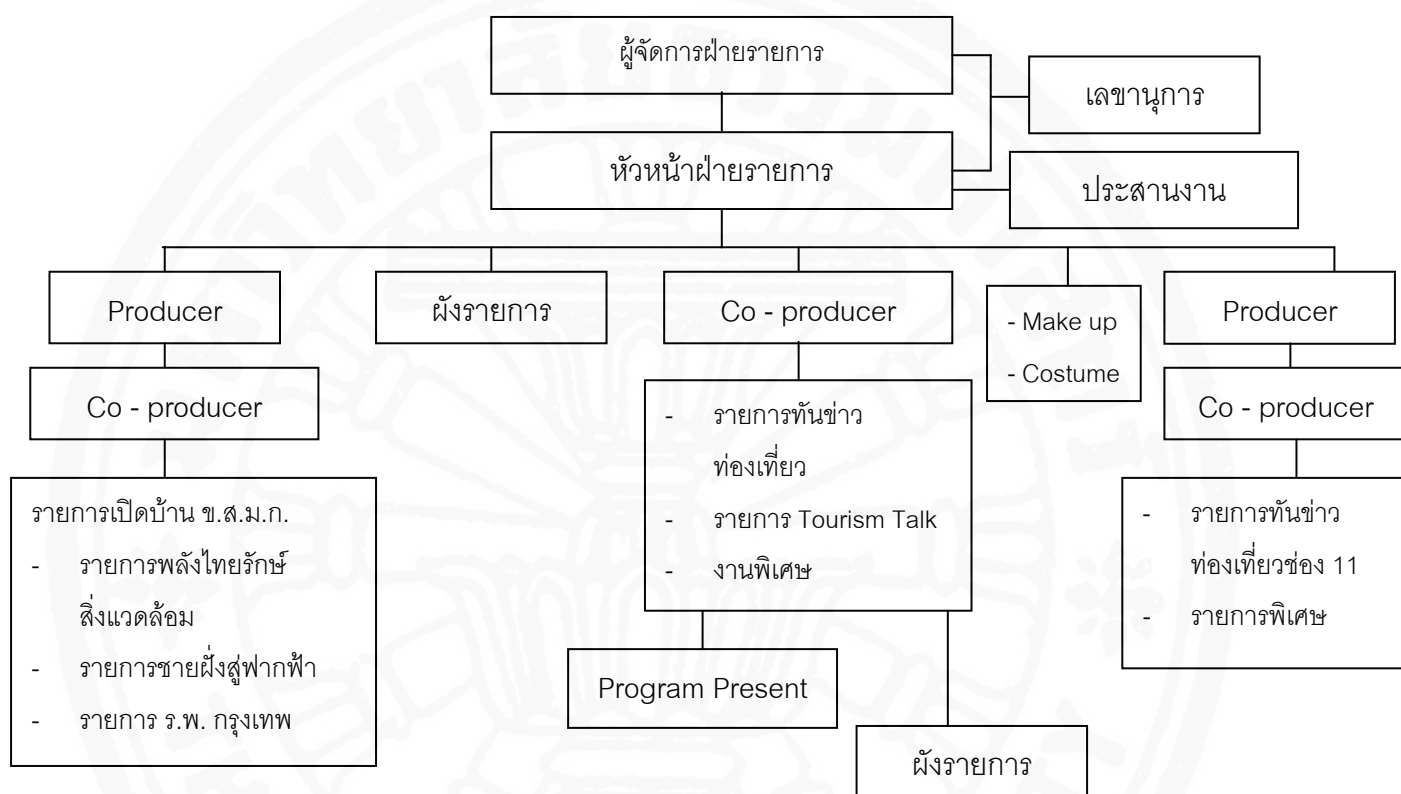
โดยมีการผลิตสื่อทางโทรทัศน์ทุกประเภททั้งรายการสารคดี รายการข่าว และรายการท่องเที่ยว ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และรายการข่าวท่องเที่ยว รวมถึงรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยดำเนินการผลิตรายการและออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวผ่านดาวเทียม TATV (UBC 9) อีกทั้งยังดำเนินการผลิตรายการและออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เฉลิมพระเกียรติผ่านดาวเทียม (UBC 27)

วัตถุประสงค์ในการผลิตรายการท่องเที่ยว คือการเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐบาล และเอกชน ได้แก่ สมาคมโรงแรม สมาคมมัคคุเทศน์ โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น ยังขาดตัวกลางในการแนะนำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสื่อทางโทรทัศน์สามารถเป็นผู้ประสานให้มีประชาชนมาท่องเที่ยว พร้อมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ทางบริษัทจึงเสนอโครงการกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และได้รับการอนุมัติการเช่าเวลาการออกอากาศกับทางบริษัท อาร์ เอ็น ที จำกัด (มหาชน)

ด้านโครงสร้างการทำงานของบริษัท อาร์ เอ็น ที จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของเจ้าหน้าที่ดำเนินงานทางด้านเทคนิค มีจำนวนพนักงานประมาณ 120 – 150 คน และในส่วนทางด้านการผลิตรายการมีจำนวนพนักงานประมาณ 90 – 100 คน โดยมีโครงสร้างการทำงาน ดังนี้

ภาพที่ 4.4

โครงสร้างการทำงานของบริษัท อาร์ เอ็น ที จำกัด (มหาชน)



ที่มา : เอกสารแสดงโครงสร้างการทำงาน จากบริษัท อาร์ เอ็น ที จำกัด (มหาชน)

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำงานที่ทางบริษัทประสบโดยมาก คือ ด้านบุคลากร คือ การประสานงานระหว่างบุคลากรในองค์กร เพราะหากมีการประสานงานที่เข้าใจไม่ตรงกันก็จะก่อให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน รวมถึงความรับผิดชอบต่องาน การตรงต่อเวลา ในการผลิตงานให้แก่ผู้ว่าจ้างผลิตรายการของบุคลากร และปัญหาอุปสรรคด้านสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากการถ่ายทำรายการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำรายการนอกสถานที่ ฉะนั้น สภาพภูมิอากาศเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดได้ว่าเป็นอย่างไร

ฉะนั้นการทำงานเพื่อให้มีปัญหและอุปสรรคต่างๆ น้อยที่สุดนั้นสามารถทำได้โดยการวางแผนการทำงาน เพราะการทำงานทุกอย่างควรมีการวางแผนงานที่ดี มีการเตรียมการ การคาดการณ์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น เพื่อการทำงานอย่างมีแบบแผนและควรมีการวางแผนสำรองเพื่อรองรับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้เสมอ โดยอาศัยจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่จะเรียนรู้ในการแก้ไขปัญหา

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- บริษัทเป็นที่น่าเชื่อถือและได้รับความไว้วางใจในการผลิตรายการให้แก่หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนหลายแห่ง

- บริษัทสามารถผลิตรายการสารคดีทั่วไป รายการสารคดีท่องเที่ยว และรายการข่าว

จุดอ่อน (Weakness)

- รายการยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากต้องรับชมรายการผ่านดาวเทียมทางช่อง UBC 9 (TATV)

- ด้านบุคลากร คือ บุคลากรบางรายการภายในองค์กรขาดการประสานงานที่ดีระหว่างกัน รวมถึงความรับผิดชอบและการตรงต่อเวลา

โอกาส (Opportunity)

- บริษัทเป็นผู้ผลิตรายการเพื่อออกอากาศผ่านเครือข่ายดาวเทียมเป็นหลัก ซึ่งรับชมได้ทั้งภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน บริษัทจึงเป็นเสมือนตัวกลางในการให้ผู้ชมรายการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมมือกับททท. พร้อมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

- บริษัทมีการวางแผนการจัดธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรายได้เสริมของบริษัท

อุปสรรค (Threat)

- ด้านสภาพดินฟ้าอากาศในการถ่ายทำรายการ คือ การถ่ายทำรายการสารคดี โดยเฉพาะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่และกลางแจ้ง ดังนั้นสภาพดินฟ้าอากาศจึงเป็นปัจจัยในการถ่ายทำรายการที่ไม่สามารถกำหนดได้

4.1.7 สัมภาษณ์ สพชัย พาลพ่าย : ผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) รายการ ไอ ซี ยู (I SEE YOU) บริษัท ลักซ์ (666) จำกัด

บริษัท ลักซ์ (666) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2541 โดยมี นาค ศิลาชัย ร่วมกับ วิลลี่ แมคอินทอช และ เกียรติศักดิ์ อุดมनाค เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง

บริษัท ลักซ์ (666) จำกัด เป็นบริษัทผลิตรายการประเภทต่างๆ ทางโทรทัศน์ โดยมี รายการที่ผลิตทั้งหมด 7 รายการ คือ รายการสาระแนโชว์ รายการ ไอ ซี ยู (I SEE YOU) รายการนั่งยางโชว์ รายการเป่าตุง รายการรัต ชัด นิวส์ รายการทีวีพูดได้ และรายการฮวงจุ้ยดีดี โดยโครงสร้างการทำงานของบริษัทจะมีการแบ่งพนักงานในการดูแลรับผิดชอบในแต่ละรายการ อย่างชัดเจน

ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในส่วนของรายการ ไอ ซี ยู เนื่องจากเป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยโครงการการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยว ส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

รายการ ไอ ซี ยู มีแนวคิดและรูปแบบรายการ คือ การออกอากาศรายการ ไอ ซี ยู ทุกครั้งผู้ชมรายการจะต้องได้พบเห็นและได้รับความรู้เกี่ยวกับชีวิตสัตว์ โดยมีวัตถุประสงค์ของ รายการเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสัตว์ ออกอากาศรายการทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีการ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ต่างๆ ฉะนั้นรูปแบบรายการจึงเป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการของผู้ดำเนินรายการและผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอ เพื่อการถ่ายทอดการสื่อสารที่ เข้าใจง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการทำงานส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า เนื่องจากทีมงานมีการวางแผนการทำงานและการเตรียมพร้อมก่อนการถ่ายทำ รายการทุกครั้ง ซึ่งปัญหาและอุปสรรคหลักที่พบในการทำงาน คือ

1. ด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น หากเกิดฝนตกระหว่างการบันทึกเทปถ่ายทำรายการ ส่งผลให้การถ่ายทำเป็นไปได้ยากและจากประสบการณ์ในการทำงานจึงมีการแก้ไขปัญหาโดยการเตรียมอุปกรณ์ เช่น ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ

2. ด้านสภาพร่างกาย เนื่องจากการถ่ายทำรายการ ไอ ซี ยู เป็นการถ่ายทำรายการใน ป่าเป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้นต้องมีความพร้อมทางด้านร่างกายสำหรับการทำงานอยู่เสมอ

3. ด้านบันทึกภาพสัตว์ รายการไอ ซี ยู เป็นรายการที่มีการดำเนินเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตสัตว์ ซึ่งไม่สามารถกำหนดสถานการณ์ในการเจอสัตว์ที่ต้องการได้ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ในการติดตามเพื่อหาสัตว์จากการเรียนรู้จากผู้นำทาง

จากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- บริษัทเป็นที่รู้จักในวงการบันเทิง และบุคคลทั่วไป จึงส่งผลให้มีการผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทสามารถผลิตรายการได้หลายประเภท
- บุคลากรของบริษัทมีความสามารถและความชำนาญในการผลิตรายการสารคดี จึงส่งผลให้รายการมีคุณภาพ

จุดอ่อน (Weakness)

- ขาดอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำรายการที่มีคุณภาพ เพราะรายการสารคดีจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์พิเศษที่มีความคงทนในการถ่ายทำ โดยเฉพาะการถ่ายทำรายการสารคดีที่เกี่ยวกับชีวิตสัตว์
- การถ่ายทำรายการมีเวลาจำกัด เพราะการถ่ายทำรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่

โอกาส (Opportunity)

- บริษัทมีการวางแผนในการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ประเภทอื่นเพิ่ม โดยรูปแบบรายการจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ณ ขณะนั้น
- สามารถเผยแพร่รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศไปแล้วในรูปแบบของวีซีดี/ดีวีดี ออกจำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างรายได้เสริมแก่บริษัท

อุปสรรค (Threat)

- รายการสารคดีมักได้ช่วงเวลาในการออกอากาศที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- มีผู้สนับสนุนรายการสารคดีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายการบันเทิงประเภทอื่น
- ด้านสภาพดินฟ้าอากาศในการถ่ายทำรายการ คือ การถ่ายทำรายการสารคดีเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่และกลางแจ้ง ดังนั้นสภาพดินฟ้าอากาศจึงเป็นปัจจัยในการถ่ายทำรายการที่ไม่สามารถกำหนดได้

จากบทสรุปการสัมภาษณ์ทั้ง 7 บริษัทข้างต้นสามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายของบริษัทต่างๆ ได้ดังนี้

1. บริษัท ซามูไร จำกัด ผลิตรายการ Navigator

กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มผู้รักการผจญภัย

2. บริษัท พาโนรามา ด็อกคิวเมนทารี จำกัด

กลุ่มเป้าหมาย : ชาวต่างประเทศ โดยเริ่มจากประเทศฝรั่งเศส

: ประชาชนทั่วไป

3. บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มเป้าหมายตามการว่าจ้างของบริษัทผู้ว่าจ้างผลิตรายการ

: ประชาชนทั่วไป (การผลิตรายการสารคดียาว) / กลุ่มผู้สนใจ

ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของสังคมไทย

4. สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี ผลิตรายการย้อนรอย

กลุ่มเป้าหมาย : ครอบครัว

: ประชาชนทั่วไป

5. บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ผลิตรายการกบนอกกะลา

กลุ่มเป้าหมาย : เด็ก และครอบครัว

6. บริษัท อาร์ เอ็น ที เทเลวิชั่น จำกัด (มหาชน) ผลิตรายการท่องเที่ยวทาง

สถานีโทรทัศน์ TATV (UBC 9)

กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มเป้าหมายตามการว่าจ้างของบริษัทผู้ว่าจ้างผลิตรายการ

: ประชาชนทั่วไป

7. บริษัท ลักซ์ (666) จำกัด ผลิตรายการ ไอ ซี ยู (I SEE U)

กลุ่มเป้าหมาย : เด็ก และเยาวชน

4.2 สรุปผลจากแบบสอบถาม

จากการศึกษาความคิดเห็นของประชาชน ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการจัดบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์สามารถเสนอผลการศึกษา เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

4.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์

เป็นผลการศึกษาทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถอธิบายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	155	38.8
หญิง	245	61.3
รวม	400	100

ตารางที่ 4.2

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	32	8.0
21-30 ปี	185	46.3
31-40 ปี	94	23.5
41 ปี ขึ้นไป	89	22.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.3

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ประถมศึกษา	8	2.0
มัธยมศึกษา / ปวช.	57	14.3
อนุปริญญา / ปวส.	15	3.8
ปริญญาตรี	214	53.5
สูงกว่าปริญญาตรี	106	26.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.4

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	61	15.3
รับราชการ	59	14.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	8.0
พนักงานบริษัทเอกชน	184	46.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	44	11.0
อื่น ๆ (แพทย์)	20	5.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.5

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน	38	9.5
5,001-10,000 บาท ต่อเดือน	60	15.0
10,001-20,000 บาท ต่อเดือน	130	32.5
20,001-30,000 บาท ต่อเดือน	95	23.8
3,001 บาท ขึ้นไป ต่อเดือน	77	19.3
รวม	400	100.0

4.2.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์

เป็นผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย ด้านความนิยมชมรายการสารคดีทางช่องสถานีโทรทัศน์ ด้านความนิยมประเภทรายการสารคดี ด้านการชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์ ด้านช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการสารคดี ด้านเหตุผลในการรับชมรายการสารคดี ด้านระยะเวลาในการชมรายการสารคดี ด้านความชื่นชอบรายการสารคดี

ตารางที่ 4.6

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามความนิยมของช่องสถานี

ความนิยมชมรายการสารคดีทางสถานีโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	53	13.3
ช่อง 5	45	11.3
ช่อง 7	40	10.0
ช่อง 9	196	49.0
ช่อง 11	9	2.3
ช่อง ไอทีวี (ITV)	57	14.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.7

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามความนิยมประเภทรายการสารคดี

ความนิยมประเภทรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สารคดีทั่วไป	116	29.0
สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ	4	1.0
สารคดีเชิงวิเคราะห์	20	5.0
สารคดีเชิงข่าว	44	11.0
สารคดีท่องเที่ยว	191	47.8
สารคดีเชิงศิลปะและวัฒนธรรม	25	6.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.8

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามการรับชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์

การชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ทุกวัน	51	12.8
3-5 ครั้งต่อสัปดาห์	91	22.8
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	258	64.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.9

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการสารคดี

ช่วงเวลาที่รับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่วงกลางวัน	22	5.5
ช่วงก่อนข่าวภาคค่ำ	63	15.8
ช่วงหลังข่าวภาคค่ำ	131	32.8
เสาร์-อาทิตย์	100	25.0
ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	41	10.3
ทุกช่วงเวลา	43	10.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.10

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามด้านเหตุผลในการรับชมรายการสารคดี

เหตุผลในการรับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ	241	60.3
ชื่นชอบศิลปะขนบธรรมเนียมประเพณี	38	9.5
ชื่นชอบพิธีกร	7	1.8
เป็นทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์	57	40.8
รับชมตามคนที่บ้าน	8	2.0
เป็นการใช้เวลาว่าง	43	10.8
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.11

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามระยะเวลาในชมรายการสารคดี

ระยะเวลาในชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	12	3.0
30 นาที	128	32.0
45 นาที	78	19.5
1 ชั่วโมง	182	45.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.12

พฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ จำแนกตามความชื่นชอบของรายการสารคดี

ความชื่นชอบรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการ Navigator	31	7.8
รายการทุ่งแสงตะวัน	13	3.3
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	23	5.8
รายการเปิดเมืองแปลก	58	14.5
รายการส่องโลก	63	15.8
รายการเรื่องจริงผ่านจอ	35	8.8
รายการบนนอกกะลา	92	23.0
รายการย้อนรอย	17	4.3
รายการถอดรหัส	38	9.5
อื่นๆ ได้แก่ รายการไอ ซี ยู รายการหลุมดำ รายการเนชั่นแนล จีโอกราฟฟิก เป็นต้น	30	7.5
รวม	400	100.0

4.2.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

เป็นผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย ด้านความนิยมช่องสถานีในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านเหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านวันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านบุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ด้านความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ ด้านทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.13

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

จำแนกตามความนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยว

ความนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	83	20.8
ช่อง 5	112	28.0
ช่อง 7	21	5.3
ช่อง 9	128	32.0
ช่อง 11	9	2.3
ช่อง ไอทีวี (ITV)	47	11.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.14

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

จำแนกตามเหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว

เหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ	223	55.8
ชื่นชอบศิลปะ วัฒนธรรมนิยมประเพณี	64	16.0
ชื่นชอบพิธีกร	11	2.8
เป็นทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์	44	11.0
รับชมตามคนที่บ้าน	7	1.8
เป็นการใช้เวลาว่าง	41	10.3
อื่น ๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.15

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามวันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยว

วันที่เหมาะสมในการรับชม รายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
วันจันทร์-วันศุกร์	68	17.0
วันเสาร์-วันอาทิตย์	270	67.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	62	15.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.16

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยว

ความยาวในการนำเสนอ รายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	14	3.5
30 นาที	133	33.3
45 นาที	113	28.3
1 ชั่วโมง	140	35.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.17

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามบุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยว

บุคลิกภาพพิธีกรดำเนิน รายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สนุกสนานว่าเจิง	161	40.3
เป็นนักผจญภัย	130	32.5
เรียบง่าย สบาย ๆ	98	24.5
อื่น ๆ	11	2.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.18

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

ความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยว ประเภทศิลปวัฒนธรรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	55	13.8
รายการทุ่งแสงตะวัน	68	17.0
รายการเปิดเมืองแปลก	118	29.5
รายการโมนีก้า พาเที่ยว	19	4.8
รายการเปิดเลนส์ส่องโลก	123	30.8
อื่น ๆ	17	4.3
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.19

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

ความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
พิพิธภัณฑ์	13	3.3
โบราณวัตถุ โบราณสถาน	68	17.0
วิถีการดำเนินชีวิต	156	39.0
ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่น	69	17.3
ประวัติศาสตร์	88	22.0
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.20

ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์
จำแนกตามทิศทางในการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

ทิศทางในการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
มีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ทางโทรทัศน์มากขึ้น	192	48.0
รัฐบาลให้การสนับสนุนรายการสารคดีท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น	141	35.3
มีชาวต่างชาติสนใจมาผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย	58	14.5
อื่น ๆ	9	2.3
รวม	400	100.0

4.3 ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมสำหรับโทรทัศน์ ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ให้เห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการแบ่งตามเพศ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ดังนี้

1. เพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็น 38.7%

2. เพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็น 61.3%

โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า

1. การศึกษาความต้องการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ของเพศชาย

ตารางที่ 4.21

ความนิยมชมรายการสารคดีโทรทัศน์ตามสถานีโทรทัศน์ของเพศชาย

ความนิยมชมรายการ สารคดีทางสถานีโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	17	11.0
ช่อง 5	14	9.0
ช่อง 7	8	5.2
ช่อง 9	89	57.4
ช่อง 11	7	4.5
ช่อง ไอทีวี (ITV)	20	12.9
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.22

ความนิยมประเภทรายการสารคดี ของเพศชาย

ความนิยมประเภทรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สารคดีทั่วไป	50	32.3
สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ	3	1.9
สารคดีเชิงวิเคราะห์	12	7.7
สารคดีเชิงข่าว	20	12.9
สารคดีท่องเที่ยว	60	38.7
สารคดีเชิงศิลปะและวัฒนธรรม	10	6.5
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.23

การชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์ของเพศชาย

การชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ทุกวัน	18	11.6
3-5 ครั้งต่อสัปดาห์	40	25.8
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	97	62.6
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.24

ช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการสารคดีของเพศชาย

ช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่วงกลางวัน	9	5.8
ช่วงก่อนข่าวภาคค่ำ	27	17.4
ช่วงหลังข่าวภาคค่ำ	51	32.9
เสาร์-อาทิตย์	36	23.2
ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	15	9.7
ทุกช่วงเวลา	17	11.0
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.25

เหตุผลในการรับชมรายการสารคดีของเพศชาย

เหตุผลในการรับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ	94	60.6
ชื่นชอบศิลปะขนบธรรมเนียมประเพณี	12	7.7
ชื่นชอบพิธีกร	2	1.3
เป็นทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์	28	18.1
รับชมตามคนที่บ้าน	4	2.6
เป็นการใช้เวลาว่าง	14	9.0
อื่น ๆ	1	0.6
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.26

ระยะเวลาในการชมรายการสารคดีของเพศชาย

ระยะเวลาในการชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	4	2.6
30 นาที	55	35.5
45 นาที	29	18.7
1 ชั่วโมง	67	43.2
รวม	155	100.0

ตารางที่ 4.27

ความชื่นชอบรายการสารคดีของเพศชาย

ความชื่นชอบรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการ Navigator	18	11.6
รายการทุ่งแสงตะวัน	4	2.6
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	3	1.9
รายการเปิดเมืองแปลก	19	12.3
รายการส่องโลก	34	21.9
รายการเรื่องจริงผ่านจอ	10	6.5
รายการกบนอกกะลา	33	21.3
รายการย้อนรอย	3	1.9
รายการถอดรหัส	15	9.7
อื่น ๆ	16	10.3
รวม	155	100.0

2. การศึกษาความต้องการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ของเพศหญิง

ตารางที่ 4.28

ความนิยมในการรับชมตามช่องสถานี ของเพศหญิง

ความนิยมชมรายการสารคดีทางช่องโทรทัศน์โทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	36	14.7
ช่อง 5	31	12.7
ช่อง 7	32	13.1
ช่อง 9	107	43.7
ช่อง 11	2	0.8
ช่อง ไอทีวี (ITV)	37	15.1
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.29

ความนิยมประเภทรายการสารคดี ของเพศหญิง

ความนิยมประเภทรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สารคดีทั่วไป	66	26.9
สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ	1	0.4
สารคดีเชิงวิเคราะห์	8	3.3
สารคดีเชิงข่าว	24	9.8
สารคดีท่องเที่ยว	131	53.5
สารคดีเชิงศิลปะและวัฒนธรรม	15	6.1
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.30

การชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์ของเพศหญิง

การชมรายการสารคดีต่อสัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ทุกวัน	33	13.5
3-5 ครั้งต่อสัปดาห์	51	20.8
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	161	65.7
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.31

ช่วงเวลาในการรับชมรายการสารคดีของเพศหญิง

ช่วงเวลาที่รับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่วงกลางวัน	13	5.3
ช่วงก่อนข่าวภาคค่ำ	36	14.7
ช่วงหลังข่าวภาคค่ำ	80	32.7
เสาร์-อาทิตย์	84	34.3
ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์	26	10.6
ทุกช่วงเวลา	6	2.4
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.32

เหตุผลในการรับชมรายการสารคดีของเพศหญิง

เหตุผลในการรับชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ	147	60.0
ชื่นชอบศิลปปะชนบธรรมเนียมประเพณี	26	10.6
ชื่นชอบพิธีกร	5	2.0
เป็นทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์	29	11.8
รับชมตามคนที่บ้าน	4	1.6
เป็นการใช้เวลาว่าง	29	11.8
อื่นๆ	5	2.0
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.33

ระยะเวลาในการรับชมรายการสารคดีของเพศหญิง

ระยะเวลาในชมรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	8	3.3
30 นาที	73	29.8
45 นาที	49	20.0
1 ชั่วโมง	115	46.9
รวม	245	100.0

ตารางที่ 4.34
ความชื่นชอบรายการสารคดีของเพศหญิง

ความชื่นชอบรายการสารคดี	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการ Navigator	13	5.3
รายการทุ่งแสงตะวัน	9	3.7
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	20	8.2
รายการเปิดเมืองแปลก	39	15.9
รายการส่องโลก	29	11.8
รายการเรื่องจริงผ่านจอ	25	10.2
รายการบนนอกกะลา	59	24.1
รายการย้อนรอย	14	5.7
รายการถอดรหัส	23	9.4
อื่นๆ ได้แก่ รายการรอบโลก 360 องศา รายการไอ ซี ยู เป็นต้น	14	5.7
รวม	245	100.0

4.4 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

เป็นผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ประกอบด้วย ด้านความนิยมช่องสถานีในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านเหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านวันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านบุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ด้านความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ ด้านทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

1. การศึกษาความต้องการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ของเพศชาย

ตารางที่ 4.35

ความนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศชาย

ความนิยมชมรายการ สารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	31	20.0
ช่อง 5	42	27.1
ช่อง 7	7	4.5
ช่อง 9	53	34.2
ช่อง 11	5	3.2
ช่อง ไอทีวี (ITV)	17	11.0
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.35 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศชายนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท.โมเดิร์นไนน์ ทวี มากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการผลิตรายการสารคดีมีคุณภาพจำนวนมาก และทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทวี ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ให้ความสำคัญในการนำเสนอรายการสารคดี ด้วยแนวคิดในการส่งเสริมความรู้ให้แก่สังคม คือสังคมอุดมปัญญาและมีอัตราส่วนของจำนวนรายการสารคดีทั้งรายการสารคดีทั่วไป และรายการสารคดีที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจำนวนค่อนข้างมาก ได้แก่ รายการกบนอกกะลา มันแปลกดีนะ รอยไทย ใต้พื้นปฐพี วัชรวิทย์...เรื่องไทย เป็นต้น จึงส่งผลให้มีผู้นิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท.โมเดิร์นไนน์ ทวี จำนวนมาก

ตารางที่ 4.36

เหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศชาย

เหตุผลในการชมรายการ สารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการ นำเสนอ	80	51.6
ชื่นชอบศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี	26	16.8
ชื่นชอบพิธีกร	5	3.2
เป็นทางเลือกในการรับชม รายการโทรทัศน์	21	13.5
รับชมตามคนที่บ้าน	5	3.2
เป็นการใช้เวลาว่าง	15	9.7
อื่น ๆ	3	1.9
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.36 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเหตุผลหลักในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของประชากรเพศชาย คือ เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ เนื่องจากรายการสารคดีเป็นรายการที่ให้สาระความรู้คู่ความบันเทิงแก่ผู้ชมรายการ ฉะนั้นเนื้อหาที่ทางรายการนำมาเสนอจึงเป็นปัจจัยหลักในการเลือกรับชมรายการสารคดี และรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นรายการที่ผลิตขึ้นในการผลิตรายการเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ชมผ่านเนื้อหารายการ เช่น ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ การเดินทาง ฯลฯ ดังนั้นเนื้อหารายการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รายการสารคดีท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ

ตารางที่ 4.37

วันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศชาย

วันที่เหมาะสมในการรับชม รายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
วันจันทร์-วันศุกร์	36	23.2
วันเสาร์-วันอาทิตย์	93	60.0
วันหยุดนักขัตฤกษ์	26	16.8
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.37 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศชายมีความเห็นว่าวันที่เหมาะสมที่สุดในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวคือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันหยุดซึ่งสามารถเปิดรับชมรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ได้ โดยเฉพาะรายการสารคดีท่องเที่ยวเพื่อเป็นการผ่อนคลายจากการทำงานด้วยการรับชมสถานที่ท่องเที่ยวในที่ต่างๆ รวมถึงความรู้ต่างๆ ที่จะได้รับจากรายการ อีกทั้งยังเป็นทางเลือกสำหรับการไปพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวที่ทางรายการนำเสนออีกด้วย

ตารางที่ 4.38

ความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของเพศชาย

ความยาวในการนำเสนอ รายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	5	3.2
30 นาที	58	37.4
45 นาที	39	25.2
1 ชั่วโมง	53	34.2
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.38 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าระยะเวลาในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยวที่เหมาะสมมากที่สุดตามความคิดเห็นของประชากรเพศชาย คือ ช่วงระยะเวลาในการนำเสนอรายการที่ 30 นาที เนื่องจากเป็นช่วงความยาวในการนำเสนอรายการที่ไม่มากและไม่น้อยเกินไปในการรับชมรายการ เพราะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นรายการที่ให้สาระความรู้ผนวกกับความบันเทิง จึงส่งผลให้ประชากรเพศชายเห็นว่าระยะเวลาในการนำเสนอที่ 30 นาทีเป็นระยะเวลาที่ไม่ยาวนานเกินไปที่จะทำให้ผู้รับชมรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการรับความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

ตารางที่ 4.39

บุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของเพศชาย

บุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สนุกสนานร่าเริง	56	36.1
เป็นนักผจญภัย	47	30.3
เรียบง่าย สบาย ๆ	44	28.4
อื่น ๆ	8	5.2
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.39 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศชายมีความเห็นว่าบุคลิกภาพที่เหมาะสมของพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยวควรเป็นผู้ที่มีบุคลิกสนุกสนานร่าเริง เพราะพิธีกรที่มีบุคลิกสนุกสนานร่าเริงจะเป็นผู้ที่สามารถสร้างสีสันความบันเทิงให้แก่รายการได้ และยังช่วยส่งเสริมให้รายการสารคดีท่องเที่ยวซึ่งเป็นรายการที่ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ชมรายการน่าสนใจมากยิ่งขึ้นและสนุกกับการเดินทาง

ตารางที่ 4.40

ความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ของเพศชาย

ความชื่นชอบรายการสารคดี ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	18	11.6
รายการทุ่งแสงตะวัน	20	12.9
รายการเปิดเมืองแปลก	38	24.5
รายการโม้กัน้า พาเที่ยว	5	3.2
รายการเปิดเลนส์ส่องโลก	67	43.2
อื่น ๆ	7	4.5
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.40 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ารายการเปิดเลนส์ส่องโลกทางไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมที่ประชากรเพศชายนิยมรับชมมากที่สุด เนื่องจากรายการเปิดเลนส์ส่องโลกเป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวในรูปแบบของการผจญภัยและนำเสนอสิ่งต่างๆ ที่ไม่สามารถพบเห็นโดยทั่วไป อีกทั้งรายการเปิดเลนส์ส่องโลกยังเป็นรายการสารคดีที่ได้รับรางวัลดีเด่นทางโทรทัศน์ ครั้งที่ 22 ประจำปี 2545 ประเภทรายการสารคดีสร้างสรรค์ท่องเที่ยวดีเด่นอีกด้วย จึงทำให้รายการเปิดเลนส์ส่องโลกเป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุดสำหรับประชากรเพศชาย

ตารางที่ 4.41

ความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ของเพศชาย

ความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
พิพิธภัณฑ์	6	3.9
โบราณวัตถุ โบราณสถาน	25	16.1
วิถีการดำเนินชีวิต	55	35.5
ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่น	29	18.7
ประวัติศาสตร์	39	25.2
อื่น ๆ	1	0.6
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.41 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับประชากรเพศชายในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ต้องการรับรู้เรื่องราวในสิ่งที่แตกต่างจากตนเอง เช่น การได้เรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตในรูปแบบอื่นๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับตนเอง หรือเพื่อศึกษาสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวชุมชนอย่างแท้จริง (home stay) ฉะนั้นนอกเหนือจากการไปสัมผัสด้วยตนเอง ทางรายการสารคดีท่องเที่ยวจึงเป็นสื่อกลางให้ผู้ชมรายการได้รับรู้

ตารางที่ 4.42

ทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

ตามความคิดเห็นของเพศชาย

ทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
มีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น	78	50.3
รัฐบาลให้การสนับสนุนรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น	54	34.8
มีชาวต่างชาติสนใจมาผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย	20	12.9
อื่นๆ	3	1.9
รวม	155	100.0

จากตารางที่ 4.42 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าความคิดเห็นของประชากรเพศชายต่อทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ในอนาคตคือ ควรมีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ให้มากขึ้นเป็นอัตราส่วนถึงร้อยละ 50.3 เนื่องจากในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนของรายการสารคดีกับรายการประเภทอื่นๆ ทางสถานีโทรทัศน์ไทย พบว่ายังมีอัตราส่วนที่น้อย จึงส่งผลให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ต้องการให้มีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น

2. การศึกษาความต้องการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ของเพศหญิง

ตารางที่ 4.43

ความนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศหญิง

ความนิยมชมรายการ สารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
ช่อง 3	52	21.2
ช่อง 5	70	28.6
ช่อง 7	14	5.7
ช่อง 9	75	30.6
ช่อง 11	4	1.6
ช่อง ไอทีวี (ITV)	30	12.2
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.43 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศหญิงนิยมชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวี มากที่สุด และอันดับสองคือ รายการสารคดีท่องเที่ยวทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เช่นเดียวกับประชากรเพศชาย เนื่องจากทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับรายการประเภทรายการสารคดีจึงทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวี มีการออกอากาศรายการสารคดีหลายรายการ และเป็นทางเลือกในการรับชมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ฉะนั้น สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวีจึงได้รับความนิยมสูงสุดในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.44

เหตุผลในการชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศหญิง

เหตุผลในการชมรายการ สารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เนื้อหาสาระที่ทางรายการ นำเสนอ	143	58.4
ชื่นชอบศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี	38	15.5
ชื่นชอบพิธีกร	6	2.4
เป็นทางเลือกในการรับชม รายการโทรทัศน์	23	9.4
รับชมตามคนที่บ้าน	2	0.8
เป็นการใช้เวลาว่าง	26	10.6
อื่น ๆ	7	2.9
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.44 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวสำหรับประชากรเพศหญิงคือ เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ เนื่องจากเนื้อหาของรายการสารคดีเป็นสิ่งสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมรายการ เพราะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นรายการที่ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ชม ฉะนั้นเนื้อหาในการนำเสนอจึงควรเป็นความรู้ที่น่าสนใจและเข้าถึงผู้ชมรายการได้ง่ายเพื่อให้เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวที่น่าติดตาม

ตารางที่ 4.45

วันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวของเพศหญิง

วันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
วันจันทร์-วันศุกร์	32	13.1
วันเสาร์-วันอาทิตย์	177	72.2
วันหยุดนักขัตฤกษ์	36	14.7
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.45 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าวันเสาร์และวันอาทิตย์เป็นวันที่เหมาะสมที่สุดสำหรับประชากรเพศหญิงในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวที่คิดเป็นร้อยละ 72.2 เนื่องจากเป็นวันหยุดจากการทำงาน ส่งผลให้สามารถรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อความรู้ความบันเทิงและผ่อนคลายจากการได้รับชมสถานที่ต่างๆ รวมถึงความรู้ที่ได้รับจากสถานที่นั้นๆ จากรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์

ตารางที่ 4.46

ความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของเพศหญิง

ความยาวในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
15 นาที	9	3.7
30 นาที	75	30.6
45 นาที	74	30.2
1 ชั่วโมง	87	35.5
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.46 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศหญิงมีความเห็นว่าการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยวควรมีความยาวในการนำเสนอรายการนาน 1 ชั่วโมง เพราะรายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นรายการที่น่าสนใจและให้ความรู้ของสถานที่ต่างๆ รวมถึงแนะนำอาหารและของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชากรเพศหญิงให้ความสนใจ จึงส่งผลให้ประชากรเพศหญิงต้องการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวที่มีการนำเสนอรายการนาน 1 ชั่วโมง

ตารางที่ 4.47

บุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของเพศหญิง

บุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
สนุกสนานร่าเริง	105	42.9
เป็นนักผจญภัย	83	33.9
เรียบง่าย สบาย ๆ	54	22.0
อื่น ๆ	3	1.2
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.47 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศหญิงมีความเห็นว่าบุคลิกของพิธีกรดำเนินรายการสารคดีท่องเที่ยวควรมีบุคลิกสนุกสนานร่าเริง เพราะจะช่วยทำให้รายการดำเนินไปอย่างมีสีสันและส่งเสริมให้ผู้ชมเกิดความสนุกสนานร่วมกับการเดินทางของพิธีกร และการรับรู้ข่าวสารที่พิธีกรดำเนินรายการนำเสนอมีความน่าสนใจและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.48

ความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมของเพศหญิง

ความชื่นชอบรายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
รายการเที่ยวละไม ไทยแลนด์เวิลด์	37	15.1
รายการทุ่งแสงตะวัน	48	19.6
รายการเปิดเมืองแปลก	80	32.7
รายการโมนิก้า พาเที่ยว	14	5.7
รายการเปิดเลนส์สองโลก	56	22.9
อื่น ๆ	10	4.1
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.48 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ารายการสารคดีท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรมธรรมที่ประชากรเพศหญิงนิยมชมมากที่สุดคือ รายการเปิดเมืองแปลกทาง สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เนื่องจากเป็นรายการที่พาชมสถานที่ที่น่าสนใจทั่วโลกและนำเสนอ วิธีการดำเนินชีวิตของผู้คน ณ ที่แห่งนั้น ให้ผู้ชมรายการได้รับรู้เรื่องราวของสถานที่ต่างๆ และ วัฒนธรรมต่างๆ ในต่างแดน ซึ่งผู้ชมสามารถรับชมได้จากทางรายการโดยจำเป็นต้องเดินทางไป

ตารางที่ 4.49

ความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ของเพศหญิง

ความสนใจชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
พิพิธภัณฑ์	7	2.9
โบราณวัตถุ โบราณสถาน	43	17.6
วิถีการดำเนินชีวิต	101	41.2
ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่น	40	16.3
ประวัติศาสตร์	49	20.0
อื่น ๆ	5	2.0
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.49 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเรื่องที่ได้ได้รับความสนใจมากที่ในการรับชม รายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมของประชากรเพศหญิงคือ เรื่องเกี่ยวกับวิถีการดำเนิน ชีวิต เช่นเดียวกับประชากรเพศชาย เนื่องจากการดำเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่นนั้นย่อมมีความแตกต่าง กัน และในบางสถานที่ที่ทางรายการนำเสนอก็เป็นเรื่องราวที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ฉะนั้นเรื่องราวของการดำเนินชีวิตจึงเป็นที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับประชากรเพศหญิง

ตารางที่ 4.50

ทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ ตามความคิดเห็นของเพศหญิง

ทิศทางการพัฒนารายการ สารคดีท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
มีการผลิตรายการสารคดี ท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ทางโทรทัศน์มากขึ้น	114	46.5
รัฐบาลให้การสนับสนุนรายการ สารคดีท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มาก ขึ้น	87	35.5
มีชาวต่างชาติสนใจมาผลิต รายการสารคดีท่องเที่ยวด้าน ศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย	38	15.5
อื่น ๆ	6	2.4
รวม	245	100.0

จากตารางที่ 4.50 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าประชากรเพศหญิงต้องการให้ทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์นั้นมีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมในการได้รับความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ได้จากหลายรายการ

ตารางที่ 4.51

สรุปผลการวิเคราะห์จากกลุ่มผู้ชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมรายการสารคดี ท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ประชาชนอายุระหว่าง 22 – 40 ปี กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนทั่วไป
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี – สูงกว่าปริญญาตรี
สถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในการรับชม รายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์	<u>อันดับ 1</u> คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. โมเดิร์นไนน์ ทีวี <u>อันดับ 2</u> คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 <u>อันดับ 3</u> คือ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี
พฤติกรรมการรับชมประเภทรายการสารคดีทาง โทรทัศน์	<u>อันดับ 1</u> คือ สารคดีท่องเที่ยว <u>อันดับ 2</u> คือ สารคดีทั่วไป <u>อันดับ 3</u> คือ สารคดีเชิงข่าว
เหตุผลในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยว ทางโทรทัศน์	<u>อันดับ 1</u> คือ เนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ <u>อันดับ 2</u> คือ ชื่นชอบศิลปะ วัฒนธรรมนิยม ประเพณี <u>อันดับ 3</u> คือ เป็นทางเลือกในการรับชมรายการ โทรทัศน์
วันที่เหมาะสมในการรับชมรายการสารคดี ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์	<u>อันดับ 1</u> คือ วันเสาร์ – อาทิตย์ <u>อันดับ 2</u> คือ วันจันทร์ – ศุกร์ <u>อันดับ 3</u> คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์
ระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอรายการ สารคดีท่องเที่ยว	<u>อันดับ 1</u> คือ 1 ชั่วโมง <u>อันดับ 2</u> คือ 30 นาที <u>อันดับ 3</u> คือ 45 นาที
บุคลิกภาพพิธีกรดำเนินรายการ	<u>อันดับ 1</u> คือ สนุกสนานร่าเริง <u>อันดับ 2</u> คือ เป็นนักผจญภัย <u>อันดับ 3</u> คือ เรียบง่าย สบายๆ

ตารางที่ 4.51

สรุปผลการวิเคราะห์จากกลุ่มผู้ชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ (ต่อ)

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
รายการสารคดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมที่ชื่นชอบ	<u>อันดับ1</u> คือ รายการเปิดเลนส์ส่องโลก <u>อันดับ2</u> คือ รายการเปิดเมืองแปลก <u>อันดับ3</u> คือ รายการทุ่งแสงตะวัน
เนื้อหาที่ได้รับความสนใจในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	<u>อันดับ 1</u> คือ วิธีการดำเนินชีวิต <u>อันดับ 2</u> คือ ประวัติศาสตร์ <u>อันดับ 3</u> คือ ขนบธรรมเนียมประเพณีและการละเล่น
ทิศทางการพัฒนารายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม	<u>อันดับ 1</u> คือ มีการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น <u>อันดับ 2</u> คือ รัฐบาลให้การสนับสนุนรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมทางโทรทัศน์มากขึ้น <u>อันดับ 3</u> คือ มีชาวต่างชาติสนใจมาผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมในประเทศไทย

จากตารางข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมและความต้องการในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชาชนอายุระหว่าง 22 – 40 ปี เนื่องจากกลุ่มประชาชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่สามารถรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ และสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตศิลปวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ ของไทยได้ ด้วยระยะเวลาการนำเสนอรายการที่ 30 นาที นอกจากนี้ในการสรุปผลครั้งนี้ยังพบว่าพิธีกรดำเนินรายการที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมที่สุด คือ พิธีกรดำเนินรายการที่มีบุคลิกสนุกสนานร่าเริง และประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ

มากที่สุดในการนำเสนอรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมมากที่สุด คือ เรื่องราวเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสถานที่ต่างๆ ซึ่งสามารถนำผลสรุปจากแบบสอบถามข้างต้นมาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนารูปแบบรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตามสำหรับผู้รับชมรายการ เพราะเหตุผลในการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะรับชมรายการจากเนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอเป็นอันดับแรกจากการสรุปผลการสำรวจจากตารางที่ 4.51 และรายการสาร-คดีท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรก คือ

1. รายการเปิดเลนส์สองโลก

พิธีกรรายการ คือ นิติภูมิ นวรรณ์

รูปแบบรายการ เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวแนวผจญภัย เป็นการท่องเที่ยวไปยังดินแดนต่างๆ เพื่อศึกษาวัฒนธรรม ประเพณีของผู้คนในสถานที่นั้นๆ แบบเจาะลึกด้วยการสัมภาษณ์คนในท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการเดินทางไปทั่วโลกเพื่อให้เห็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชาติอื่น

2. รายการเปิดเมืองแปลก

พิธีกรรายการ คือ ณวัฒน์ อิศรไกรศิลป์

รูปแบบรายการ เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวที่พาชมเมือง และวัฒนธรรมที่แปลกไม่ได้พบเห็นบ่อยนัก หรือเป็นเมืองที่ยังไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมานำเสนอโดยพิธีกรเป็นผู้บรรยายถึงสิ่งที่พบเห็นในเมืองต่างๆ เหล่านั้น และแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนในเมืองนั้นๆ

3. รายการทุ่งแสงตะวัน

พิธีกรรายการ คือ นิรมล เมธีสุวกุล

รูปแบบรายการ เป็นรายการที่แสดงถึงการเรียนรู้ธรรมชาติ วิถีการดำรงชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น โดยมีพิธีกรและเด็กในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินเรื่องราวเพื่อให้เห็นความเป็นไปของธรรมชาติ การทดลองและการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นเพื่อการดำรงชีวิต

จากการวิเคราะห์รายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกพบว่า พิธีกรดำเนินรายการทั้ง 3 รายการนั้นเป็นผู้ที่สามารถอธิบายเรื่องราวที่น่าสนใจให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลินและสนุก รวมไปถึงพิธีกรในการเดินทางเพื่อรับรู้วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ของสถานที่นั้นๆ และรูปแบบการนำเสนอจะเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงการเดินทางที่มีการผจญภัย

และจากการวิเคราะห์รูปแบบรายการดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้เกิดเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ผจญภัย อีกทั้งยังมีการนำเสนอรายละเอียดของการท่องเที่ยวให้แก่ผู้ที่รักการเดินทาง และได้ร่วมสัมผัสกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไปพร้อมกับรายการตามความต้องการของผู้ชมจากผลสรุปการสำรวจในตารางที่ 4.51

นอกจากการศึกษาวิจัยจากผลสรุปแบบสอบถามข้างต้น ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาจากสภาพแวดล้อมของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีโดยการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์ด้วยระบบ SWOT Analysis ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strength)

- บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีเป็นบริษัทที่เปิดทำการผลิตรายการมาเป็นระยะเวลานาน
- บริษัทที่สร้างผลงานเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป และในวงการบันเทิงเท่านั้น จึงจะส่งผลให้มีการผลิตผลงานอย่างต่อเนื่อง
- บริษัทต้องเป็นผู้สร้างสรรค์และผลิตรายการเอง โดยไม่มีการว่าจ้างบุคคลอื่นมาผลิตรายการ
- บุคลากรผู้ผลิตรายการสารคดีจะต้องมีทักษะความสามารถ และความชำนาญในการผลิตรายการสารคดีเป็นอย่างดี
- บริษัทต้องมีการผลิตรายการประเภทอื่นๆ นอกจากการผลิตรายการสารคดี เพื่อสร้างเสริมรายได้ให้แก่บริษัท

2. จุดอ่อน (Weakness)

- การผลิตรายการสารคดีมีต้นทุนการผลิตที่สูง ต้องใช้งบประมาณในการผลิตมาก
- ขาดอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำรายการที่มีคุณภาพ เพราะรายการสารคดีจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์พิเศษที่มีความคงทนในการถ่ายทำ

- การถ่ายทำรายการมีเวลาที่จำกัด เพราะการถ่ายทำรายการสารคดีส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่
- ผู้ผลิตรายการสารคดีบางรายไม่มีความชำนาญด้านการดำเนินธุรกิจ จึงส่งผลให้บริษัทไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเท่าที่ควร

3. โอกาส (Opportunity)

- รายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม มีการเติบโตขึ้นตามลำดับ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในปัจจุบัน
- ประชาชนเริ่มหันมาให้ความสนใจในการรับชมรายการสารคดีมากขึ้น
- มีผู้สนใจเข้ามาสู่ตลาดการผลิตรายการสารคดีมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันและสร้างสรรค์ผลงานที่ดีและมีความน่าสนใจมากขึ้น
- กลุ่มผู้ผลิตรายการสารคดีจากต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนในการผลิตรายการสารคดีของไทยมากขึ้น
- สามารถเผยแพร่รายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศไปแล้วในรูปแบบวีซีดี/ดีวีดี ออกจำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างรายได้เสริมแก่บริษัท

4. อุปสรรค (Threat)

- รายการสารคดีได้ช่วงเวลาในการออกอากาศที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- มีผู้รับชมรายการสารคติน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายการบันเทิงประเภทอื่น
- มีผู้สนับสนุนรายการสารคติน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายการบันเทิงประเภทอื่น
- สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการถ่ายทำรายการ เพราะการถ่ายทำรายการสารคดีเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่เป็นหลัก

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีในปัจจุบัน สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยนำสภาพแวดล้อมที่วิเคราะห์ได้มาเป็นกลยุทธ์การบริหารสำหรับการจัดทำโครงการครั้งนี้ ด้วยการนำจุดอ่อน และอุปสรรคมาแก้ไขเพื่อให้ได้รูปแบบของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่เหมาะสมและยั่งยืน ซึ่งจากการวิเคราะห์จุดอ่อนของบริษัทกลุ่มตัวอย่างพบว่าการผลิตรายการสารคดีขาดปัจจัยด้านเงินทุนเนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้รับชมรายการน้อย จึงส่งผลให้มีผู้สนับสนุนรายการน้อย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำจุดอ่อนที่มีอยู่มาเป็นจุดแข็งของการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดี

ท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อนำเสนอต่อผู้สนับสนุนรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันเพื่อการสื่อสารที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย จึงส่งผลให้ผู้สนับสนุนรายการสนใจในการให้การสนับสนุนการผลิตรายการ และพัฒนารายการให้มีคุณภาพและมีการผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง

ฉะนั้นผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ข้างต้น สามารถนำมาเป็นจุดแข็งของ บริษัท กลั่นสุข เทเลวิชั่น จำกัด ดังนี้

ถึงแม้ว่าบริษัท กลั่นสุข เทเลวิชั่น จำกัด จะเป็นบริษัทน้องใหม่ในวงการ แต่ด้วยความตั้งใจจริงที่จะสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ และสร้างความแปลกและแตกต่างในการผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ประกอบกับทีมงานที่มีคุณภาพ หน้าใหม่ ไฟแรง และมีความกระตือรือร้นในการผลิตรายการที่มีรูปแบบของความท้าทายในการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้ผู้ชมมีความสนใจและมีความอยากรู้อยากเห็นร่วมไปกับรายการของเรา