# บทที่ 1

# บทนำ

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และเครือข่ายโทรคมนาคมในปัจจุบันส่งผลให้การติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น สามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงอย่างสมจริง มีประสิทธิภาพและเวลาจริง (Real time) มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีในด้านวิทยุโทรทัศน์ที่นับวันจะมีความก้าวหน้าสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ชัด จากการนำเทคโนโลยีการส่งสัญญาณภาพผ่านดาวเทียม มาใช้ในการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ ระหว่างสถานีแม่ข่ายที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองหลวงกับสถานีเครือข่าย ที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้สามารถส่งสัญญาณได้ครอบคลุมทั่วภูมิภาคของทั้งประเทศ จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมอย่างกว้างขวาง ซึ่งการแพร่ภาพโดยการออกอากาศรายการโทรทัศน์ในระบบเครือข่าย ทำให้ผู้ชมได้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเช่นเดียวกันทั้งประเทศ ลักษณะเช่นนี้ทำให้คนในเขตพื้นที่ห่างไกลได้รับทราบเรื่องราวต่าง ๆ ที่เสนอผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ได้เหมือนดั่งคนที่อยู่ในเมือง

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ได้เปิดเผยถึงตลาดโทรทัศน์ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่แพร่หลายในระดับสูงถึงร้อยละ 95 ของครัวเรือนในประเทศไทย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนในวงกว้าง ในปัจจุบันตลาดโทรทัศน์ในประเทศไทย มีผู้ประกอบการ 6 ราย ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยรัฐ 3 ราย และเอกชนซึ่งรับสัมปทาน 3 ราย ผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด คือ ช่อง 7 และช่อง 3 ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในระดับเกินกว่าร้อยละ 25 ทั้ง 2 ช่อง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2552)

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ยังได้กล่าวถึงลักษณะของการผลิตรายการโทรทัศน์ ของทางสถานีโทรทัศน์ 3, 5, 7, 9, สทท.11 และ ช่องทีวีไทยทีวีสาธารณะ มีทั้งการผลิตเองโดยสถานี ซึ่งได้แก่ รายการข่าว ส่วนรายการบันเทิงมักเป็นการจ้างบริษัทอื่นผลิต ทั้งบริษัทในเครือบริษัทที่เกี่ยวเนื่องกัน หรือบริษัทผู้ผลิตอิสระ โดยมีลักษณะของสัญญาจ้างผลิต และสัญญาแบ่งเวลาโฆษณา (Time sharing) ตามสัดส่วนที่ตกลงกัน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2552)

รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ได้นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ มากมายหลากหลาย ซึ่งเนื้อหารายการมักมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งด้านสังคม ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเมือง ไม่มากก็น้อย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดให้ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงการนำเสนอเนื้อหาของรายการต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในภายหลัง

ปัจจุบันนี้รายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ที่ออกอากาศทางฟรีทีวี (Free TV) ได้แก่ ช่อง 3, 5, 7 และ 9 ถ้าเปรียบเทียบแล้วจะเป็นเนื้อหาด้านความบันเทิง มากกว่ารายการประเภทข่าว และรายการที่มีเนื้อหาด้านสาระความรู้ เนื่องจากรายการโทรทัศน์ต้องผลิตรายการให้ได้รับความนิยมจากผู้ชม เพื่อจะได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากโฆษณาเพิ่มมากขึ้น อิทธิพลของโฆษณา จึงมีอำนาจในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2552)

นอกจากรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง และจากการว่าจ้างบริษัทเอกชนผลิตแล้ว ยังมีการผลิตรายการจากสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ซึ่งในประเทศไทยแบ่งเป็น 2 ตลาดที่แตกต่างกันคือ ตลาดระดับประเทศ นั่นคือ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Satellite TV) หรือโทรทัศน์แบบส่งตรงถึงบ้าน (DTH: Direct to home) และตลาดระดับภูมิภาค ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ซึ่งการผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (Satellite TV) หรือโทรทัศน์แบบส่งตรงถึงบ้าน (DTH: Direct to home) นอกจากจะคำนึงถึงรายได้ที่ได้รับจากการโฆษณาแล้ว ก็ต้องคำนึงถึงความต้องการรับสารของสมาชิกอีกด้วย ส่วนเคเบิลทีวีท้องถิ่น เป็นเคเบิลทีวีที่มีโครงข่ายไม่กว้างมากเท่ากับระบบอื่น ๆ เพราะมีข้อจำกัดในด้านของสายสัญญาณที่มีราคาสูง ดังนั้นการเดินสายเพื่อขยายโครงข่ายต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าด้วย รวมทั้งสมาชิกยังเป็นคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีทัศนคติ ค่านิยมต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกัน อีกทั้งรายได้จากการโฆษณาก็เป็นเพียงแค่รายได้รองลงมาจากรายได้หลัก ซึ่งรายได้หลัก คือ ค่าสมาชิก ส่งผลให้การผลิตรายการโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกของเคเบิลทีวีท้องถิ่น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่แตกต่างเหล่านี้ด้วย

สื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่นในปัจจุบันนี้มีกฎหมายรองรับให้เคเบิลทีวีสามารถโฆษณาได้แล้ว เพราะจากที่ นายเกษม อินทร์แก้ว นายกสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงสื่อเคเบิลทีวีว่า “สื่อเคเบิลทีวีเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ชมทั่วประเทศไม่ต่ำกว่า 2.5 ล้านครัวเรือน อีกทั้งยังเป็นสื่อราคาถูก มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน และการวัดผลที่มีความแม่นยำสูง ขณะที่ราคาโฆษณายังต่ำมากเมื่อเทียบกับฟรีทีวี” (กรมการปกครอง, สำนักทะเบียนกลาง, 2552) นอกจากนั้น สื่อเคเบิลทีวียังเป็นสื่อโทรทัศน์ที่เรียกได้ว่า ใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่น เนื่องด้วยผู้ผลิตสื่อก็เป็นคนในท้องถิ่นเช่นเดียวกับผู้ชม ทำให้เข้าใจถึงความต้องการในชุมชนได้ไม่ยากนัก

ในขณะนี้เคเบิลทีวีท้องถิ่นทั่วประเทศมีผู้ประกอบการกว่า 400 รายกระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นสื่อทางเลือกให้กับผู้ชม ซึ่งสามารถแสดงบทบาทที่ตอบสนองความสนใจของคนในท้องถิ่น ในกรณีของจังหวัดนครราชสีมาที่มีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย (กรมการปกครอง, สำนักทะเบียนกลาง, 2552) ธุรกิจเคเบิลทีวีมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยแข่งขันกันหลายด้านทั้งในด้านของการผลิตรายการให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณภาพ รวมทั้งแข่งขันกันในด้านช่องที่มีหลากหลายและมีให้เลือกถึง 40-80 ช่องรายการทั้งที่สถานีผลิตเอง รายการจากในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาระบบส่งสัญญาณให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับการบริการใหม่ ๆ เช่น การถ่ายทอดสดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นกิจกรรมสาธารณะของจังหวัดนครราชสีมาอีกด้วย รวมถึงมีงานด้านพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น ทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา แนวคิดของรายการ กระบวนการผลิตรายการ คุณภาพของทั้งความคมชัดของภาพเสียงและการตัดต่อ ที่ทัดเทียมกับรายการที่ออกอากาศทางฟรีทีวี โดยการพัฒนาการผลิตรายการดังกล่าวเป็นเรื่องที่ผู้บริหารธุรกิจเคเบิลทีวี และผู้ผลิตรายการเคเบิลทีวีหันมาให้ความสำคัญ ซึ่งผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ที่เป็นสมาชิกในสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยกำลังลงทุนเพื่อปรับปรุงทั้งในด้านเทคนิคในการผลิตรายการ รูปแบบรายการ รวมทั้งเนื้อหาของรายการ

เนื่องด้วยจังหวัดนครราชสีมามีเคเบิลทีวีท้องถิ่นที่เป็นคู่แข่งกันอยู่ 2 ราย ด้วยกัน นั่นคือ บริษัท เฉินเจียนวันเจริญ จำกัด หรือ เคซีทีวี (KCTV: Korat cable television) และ บริษัท ดิจิตอล เทเลวิสชั่น เน็ทเวิร์ค จำกัด หรือ ดีทีวี (DTV: Digital television) ซึ่งทั้งสองรายมีการแข่งขันกันสูง เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่อย่างจำกัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมาคลอบคลุมพื้นที่ 755.60 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 468,704 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.69 ของเนื้อที่ทั้งหมดของจังหวัดนครราชสีมา มีบ้านพักอาศัย 169,878 หลังคาเรือน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2552) โดยทั้งสองรายก็ยังมีกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน นั่นคือ ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารนอกเหนือจากฟรีทีวี (Free TV) ทั้งสองรายมีการแข่งขันกันทั้งในด้านของจำนวนช่องรายการที่แตกต่าง ซึ่ง ดีทีวี (DTV) มีจำนวนช่องที่ผลิตเอง และดึงสัญญาณมาจากดาวเทียม ทั้งหมด 80 ช่อง ส่วน เคซีทีวี (KCTV) มีช่องทั้งหมด 68 ช่อง นอกจากนั้นยังมีการแข่งขันกัน ทั้งด้านราคาค่าบริการที่ถูกกว่ามาเป็นจุดขาย โดย เคซีทีวี (KCTV) ได้คิดค่าบริการเหมาจ่ายเป็นรายเดือน เดือนละ 350 บาทเป็นมาตรฐานเดียว ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ หรือลูกค้าที่ย้ายมาจาก ดีทีวี (DTV) ก็คิดในราคา 350 บาท เท่ากัน ส่วน ดีทีวี (DTV) คิดค่าบริการเหมาจ่ายเป็นรายเดือนละ 350 บาท เท่ากัน แต่ถ้าหากเป็นลูกค้าที่ย้ายจาก เคซีทีวี

(KCTV) มาติดตั้ง ดีทีวี (DTV) แทน จะคิดค่าบริการเหมาจ่ายเพียงเดือนละ 200-250 บาท ซึ่งเป็นอีกกลยุทธ์ที่ ดีทีวี (DTV) ได้สร้างเพื่อเพิ่มพื้นที่ในส่วนแบ่งการตลาดของตนเอง นอกจากนั้นยังแข่งขันกันในด้านของงานผลิตรายการ โดย ดีทีวี (DTV) และ เคซีทีวี (KCTV) ได้พัฒนางานผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านของอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือ ที่ใช้ในการผลิตรายการ การอบรมพัฒนาศักยภาพของบุคลากร นอกจากนั้นยังมีการ พัฒนาในด้าน รูปแบบของการนำเสนอรายการ เนื้อหารายการ ตลอดจน เทคนิคการถ่ายภาพ ความคมชัดของทั้งภาพ สี เสียง และเทคนิคในการตัดต่อ ช่วยให้สามารถพัฒนาศักยภาพในการผลิตรายการให้เป็นมาตรฐาน เทียบได้กับรายการในระดับประเทศ ซึ่ง เคซีทีวี (KCTV) ได้พัฒนางานผลิตรายการ ทั้งในเรื่องของ การถ่ายภาพ ความคมชัดของทั้งภาพ สี เสียง และเทคนิคในการตัดต่อ รวมทั้งยังได้ลงทุนงบประมาณเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์ที่ใช้ในงานด้านผลิตรายการ ปีละ 5 ล้านบาท (บำรุง วสันตกรณ์, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552) อาทิ จัดซื้อกล้องถ่ายภาพที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ กล้องกล้องวีดิโอบันทึกภาพด้วยความคมชัดสูง (Digital high-definition camera recorder) ของโซนี่ (SONY) มูลค่า 250,000 บาท พร้อมชุดขาตั้ง ทั้งฝ่ายข่าวและผลิตรายการและทีมถ่ายทอดสดทั้งหมด 15 ตัว รวมทั้งชุดคอมพิวเตอร์สำหรับใช้ในการตัดต่อทั้งหมด 10 ชุด โดยใช้โปรแกรมตัดต่อที่ได้มาตรฐานสากล อาทิ โปรแกรมอโดบี พรีเมียร์ โปร ซีเอส 3 (Adobe premiere pro CS3), อีดิอุส4 (EDIUS 4) และโซนี่ เวกัส 8 (Sony vegas 8) เป็นต้น นอกจากนั้นยังได้จัดซื้อม้วนเทป แบตเตอรี่ แผ่นดีวีดี อีกด้วย เพื่อสนับสนุนให้รายการมีมาตรฐานทัดเทียมกับรายการในระดับประเทศ

เคซีทีวี (KCTV) ได้พัฒนาศักยภาพในการผลิตรายการในด้านต่าง ๆ ซึ่งรายการที่ทางสถานีผลิตเอง ได้แก่ รายการข่าว รายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) และรายการสด รวมแล้ว เคซีทีวี (KCTV) ได้เผยแพร่รายการจำนวน 30 รายการ ประกอบด้วยรายการประเภทข่าว 19 รายการ คิดเป็น 63% โดยรายการประเภทข่าว เคซีทีวี (KCTV) เป็นผู้ดำเนินการผลิตเองทั้งหมด แบ่งเป็นรายการข่าว 4 รายการ และรายการเล่าข่าวหรือรายการประเภทวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (Current affairs) 15 รายการ ส่วนรายการประเภทบันเทิงมีทั้งหมด 11 รายการ หรือ 37% แบ่งเป็นรายการประเภท สาระบันเทิง (Infotainment) 5 รายการ และรายการประเภทปกิณกะบันเทิง หรือ วาไรตี้ (Variety) 6 รายการ โดย เคซีทีวี (KCTV) ผลิตเองทั้งหมด 27 รายการ และซื้อจากผู้รับจ้างผลิตรายการจากภายนอก 3 รายการ ในด้านการผลิตรายการคู่แข่งอย่าง ดีทีวี (DTV) ก็ผลิตรายการเองเช่นเดียวกัน โดย ดีทีวี (DTV) ได้เผยแพร่รายการทั้งหมด 15 รายการ ซึ่งเป็นรายการที่ได้ดำเนินการผลิตเองทั้งหมด ประกอบด้วย รายการประเภทข่าว 6 รายการ คิดเป็น 40% ผลิตรายการประเภทบันเทิงทั้งหมด 9 รายการ หรือ 60% ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนในการผลิตรายการ ทั้งจากรายการประเภทข่าวและประเภทบันเทิง ของทั้ง เคซีทีวี (KCTV)

และ ดีทีวี (DTV) มีสัดส่วนที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นถึงการวางตำแหน่งของการผลิตรายการของแต่ละสถานี ที่ให้ความสำคัญกับสาระความรู้ที่สังคมจะได้รับว่าจะมีสัดส่วนที่มากหรือน้อยกว่าความบันเทิง ซึ่ง ดีทีวี (DTV) เน้นการผลิตรายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการประเภทข่าว (To entertainment) ส่วน เคซีทีวี (KCTV) เน้นการผลิตรายการประเภทข่าวมากกว่ารายการประเภทบันเทิง (To inform) โดยในการผลิตรายการของ เคซีทีวี (KCTV) นั้น ผู้บริหารได้มุ่งเน้นให้ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงประโยชน์ สาระ ความรู้ ของรายการที่ผู้รับควรจะได้รับด้วย ทั้งในด้านประโยชน์ ความรู้ และความบันเทิง ในเนื้อหารายการ ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึง ในการผลิตรายการต่าง ๆ และเป็นที่มาของปัญหา ที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องนำมาเป็นประเด็น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการผลิต และพัฒนารูปแบบของรายการรวมถึงเนื้อหาของรายการโทรทัศน์อีกด้วย

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะรายการท้องถิ่นที่ เคซีทีวี (KCTV) เป็นผู้ดำเนินการผลิตเอง โดยเป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิงทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย รายการวันละร้าน ซึ่งเป็นรายการที่นำเสนอกิจการร้านค้าต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกที่ใช้บริการ เคซีทีวี (KCTV) ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา นอกจากนั้นยังศึกษารายการห้องบุษบา ที่เป็นรายการประเภทปกิณกะบันเทิงที่ให้สาระความรู้เพื่อคุณผู้หญิง รวมทั้งพาท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง อีกรายการที่มีกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างได้แก่ รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) ซึ่งเป็นรายการที่เน้นกลุ่มผู้ชมกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยเป็นการนำเสนอความสามารถของเด็ก และกิจกรรมที่น่าสนใจของเด็ก ๆ เยาวชน ในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งยังมีรายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) ที่เป็นรายการที่เกิดจากความร่วมมือ ในการผลิตรายการระหว่าง เคซีทีวี (KCTV) กับห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์นครราชสีมา โดยรายการ ไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของห้างสรรพสินค้า รวมทั้งนำเสนอสินค้าที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์นครราชสีมา

นอกจากนั้นยังมีรายการท่องไปกับนายเกษตร โดยเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการเกษตร ของเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดใกล้เคียง อีกรายการที่ เคซีทีวี (KCTV) ได้ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการปลื้ม ซึ่งเป็นรายการแนววัยรุ่นที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเพลง โดยเฉพาะเพลงแนวอินดี้ (Indy) ซึ่งเป็นแนวเพลงของกลุ่มคนที่ผลิตผลงานเพลงเอง ประชาสัมพันธ์เอง จัดจำหน่ายเอง โดยไม่พึ่งค่ายเพลง

รายการข้างต้นที่นำมาศึกษานี้ เป็นรายการปกิณกะบันเทิง (Variety) ทั้งหมด ที่ เคซีทีวี (KCTV) ได้ดำเนินการผลิตเอง และออกอากาศทางช่อง เคซีทีวี (KCTV) 8, เคซีทีวี (KCTV) 9, เคซีทีวี (KCTV) 10 และ เคซีทีวี (KCTV) 11 โดยจะศึกษาทั้งในด้านรูปแบบรายการ โครงสร้างรายการ เนื้อหา

รายการ ขั้นตอนการผลิตรายการ รวมทั้งวัตถุประสงค์การผลิต กระบวนการผลิตรายการ จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงาน บุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการ ปัญหาและอุปสรรค ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความเหมือนกันหรือความแตกต่างกัน ในกระบวนการทำงาน การผลิตรายการท้องถิ่น โดยเคเบิลท้องถิ่น

## ปัญหานำการวิจัย

1. การบริหารการจัดรายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการผลิตอย่างไร

2. ลักษณะโครงสร้างและเนื้อหาในการผลิตรายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา มีลักษณะอย่างไร

3. ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการกำหนดโครงสร้าง และเนื้อหารายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงการบริหารการจัดรายการ และกระบวนการทำงานในการผลิตรายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้าง รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา

3. เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเนื้อหารายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ในการผลิตรายการของ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา

## ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ได้เรียนรู้และเข้าใจในการบริหารการจัดรายการ กระบวนการผลิตรายการของเคเบิลทีวีท้องถิ่น

2. ได้ทราบถึงโครงสร้าง รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา

3. ได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนในการกำหนดเนื้อหาในรายการ

4. สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์ท้องถิ่นประเภทปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ต่อไป

## ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาวิเคราะห์ในเรื่องโครงสร้างและเนื้อหารายการปกิณกะบันเทิง (Variety) ทั้ง 6 รายการ กระบวนการบริหารจัดการ ตลอดจนปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดเนื้อหารายการในการผลิตรายการ รวมทั้ง ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการผลิตรายการ ของฝ่ายผลิตรายการของบริษัท เฉินเจียนวันเจริญ จำกัด (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่

- รายการวันละร้าน รวม 39 เทป
- รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รวม 13 เทป
- รายการห้องบุษบา รวม 14 เทป
- รายการท่องไปกับนายเกษตร รวม 13 เทป
- รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) รวม 13 เทป
- รายการปลื้ม รวม 14 เทป

โดยการศึกษารายการทั้ง 6 รายการข้างต้น จะศึกษาทุกช่วงของรายการ ซึ่งจะศึกษาแนวคิด เนื้อหารายการ โครงสร้างรายการ และค้นหาความแตกต่างในแต่ละรายการ ทำให้ได้ทราบถึง โครงสร้าง แนวคิด กระบวนการในการผลิตรายการในมุมของผู้ผลิตรายการส่วนท้องถิ่น รวมทั้งการใช้เครื่องไม้เครื่องมือ การใช้งบประมาณ และการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในการดำเนินการผลิตรายการแต่ละเทป รวมทั้งการควบคุมและการประเมินรายการ

## นิยามศัพท์

1. **เคเบิลทีวี** (Cable TV) หมายถึง ระบบการให้บริการสัญญาณทีวีที่เกิดจากการรวบรวมรายการต่าง ๆ ที่มีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ จากแหล่งต่าง ๆ มารวมไว้ด้วยกัน เช่น ระบบจานรับสัญญาณดาวเทียม ทั้ง ซี-แบนด์ (C-BAND) และ เคยู-แบนด์ (KU-BAND), ระบบวีดีโอ (VDO), วีซีดี (VCD), ดีวีดี (DVD), ระบบเอ็มเอ็มดีเอส (MMDS), ระบบแฮนดิสค์ (Handisk), ระบบคอมพิวเตอร์ และระบบอื่น ๆ ที่จะมีมาเพิ่มขึ้นในอนาคต รวบรวมเข้าไว้ด้วยกันแล้วนำมาจัดความถี่ ในการส่งใหม่ให้เป็นระเบียบ เพื่อส่งสัญญาณออกไปทางสาย หรือ ทางคลื่น ตรงไปยังทีวี

ทำให้เครื่องรับทีวีสามารถรับภาพรายการต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมไว้ได้หลายช่อง ตามความต้องการ โดยการเดินสายสัญญาณเคเบิลทีวีพาดตามเสาไฟฟ้าผ่านหน้าบ้านผู้ที่จะเป็นลูกค้าเป้าหมาย หากใครต้องการรับชมรายการก็จะมีการเดินสายสัญญาณ เข้าไปให้บริการในบ้านที่สมัครเป็นสมาชิก โดยสายสัญญาณที่เดินเข้าไปในบ้านจะต่อตรงเข้าไปยังเครื่องรับโทรทัศน์แทนสายสัญญาณจากเสาอากาศ ซึ่งจะมีผลทำให้โทรทัศน์ทุกเครื่องภายในบ้านแต่ละเครื่องสามารถรับชมเคเบิลทีวีได้โดยอิสระ (เจริญเคเบิลทีวี, 2553)

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ซึ่งเป็นเคเบิลทีวีที่ใช้ระบบการส่งสัญญาณภาพและเสียง (Video-& audio) ผ่านสายสัญญาณใยแก้วนำแสง หรือไฟเบอร์ออฟติค (Fiber optic) และส่งต่อผ่านสายโคแอ็กเชียล (Coaxial cable) ไปยังสมาชิกที่เสียค่าบริการรายเดือน

2. **เคเบิลทีวีท้องถิ่น** (Local cable TV) หมายถึง คือ ระบบการให้บริการเคเบิลทีวีทางสายในระดับท้องถิ่น ที่มีการให้บริการในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัด โดยผู้ให้บริการจะเรียกเก็บค่าบริการจากผู้ที่ประสงค์จะรับบริการ และมีช่องรายการให้เลือกเป็นชุดหรือตามเมนูช่องรายการ (วิชิต เอื้ออารีวรกุล, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2553)

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1 เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับเคเบิลทีวีท้องถิ่น

3. **โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม** (Satellite TV) **หรือโทรทัศน์แบบส่งตรงถึงบ้าน** (DTH: Direct to Home) หมายถึง ระบบการให้บริการรายการโทรทัศน์ผ่านระบบจานรับสัญญาณดาวเทียม ที่มีการให้บริการครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ให้บริการจะเรียกเก็บค่าบริการจากผู้รับบริการ หรือไม่ก็ได้ (วิชิต เอื้ออารีวรกุล, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2553)

4. **ฟรีทีวี** (Free TV) หมายถึง ระบบการให้บริการ**โทรทัศน์** ซึ่งผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียค่าบริการ เพียงแค่ติดตั้งเครื่องรับก็สามารถรับชมได้

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, สทท.11 (NBT) และช่องทีวีไทยทีวีสาธารณะ

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1 เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับเคเบิลทีวีท้องถิ่น

5. **เพย์ทีวี (Pay TV)** หมายถึง หมายถึง ระบบการให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องสมัครเป็นสมาชิก และเสียค่าบริการตามเงื่อนไขที่ผู้บริการกำหนด (วิชิต เอื้ออารีวรกุล, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2553)

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เป็นสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งสมาชิกต้องเสียค่าใช้จ่ายรายเดือน เดือนละ 350 บาท

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 1 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 1 เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับเคเบิลทีวีท้องถิ่น

6. **รายการท้องถิ่น** หมายถึง รายการที่ผู้ประกอบกิจการเคเบิลทีวีผลิตขึ้นเอง เพื่อบริการเฉพาะสมาชิกในพื้นที่ที่มีการให้บริการของแต่ละราย นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หรือมีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ (วิชิต เอื้ออารีวรกุล, สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2553)

ในที่นี้ ศึกษาเฉพาะกรณี 6 รายการที่ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสำรวจข้อมูลจากการศึกษาเทปวีดีทัศน์ทั้ง 6 รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนมกราคม 2553 รวม 106 เทป

7. **การบริหารการจัดรายการ** หมายถึง การบริหารจัดการการผลิตรายการของโปรดิวเซอร์ (Producer) ทั้งการวางรูปแบบรายการ การกำหนดโครงสร้าง แนวคิด กระบวนการในการผลิตรายการ การใช้เครื่องไม้เครื่องมือ การใช้งบประมาณ และการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในการดำเนินการผลิตรายการแต่ละเทป รวมทั้งการควบคุมและการประเมินรายการ

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

8. **การผลิตรายการโทรทัศน์** หมายถึง การดำเนินการสร้างสรรค์รายการเพื่อเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ ประกอบด้วยกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิต (Pre-production planning), ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and rehearsal), ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production), และขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post-production)

- **ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิต (Pre-production planning)** หมายถึง ขั้นตอนการกำหนดแนวทางในการผลิตรายการล่วงหน้า เพื่อให้ทีมงานสามารถปฏิบัติภารกิจได้

ตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยเริ่มตั้งแต่การระดมความคิด การกำหนดแนวทางการผลิตรายการ การกำหนดลักษณะรายการ โครงสร้างรายการ รูปแบบรายการ การค้นคว้าหาข้อมูล การจัดทำงบประมาณ ผู้ดำเนินรายการ บุคลากร คุณลักษณะของผู้ร่วมรายการ เป็นต้น

- **ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ** (Setup and rehearsal) หมายถึง ขั้นตอนที่นำการวางแผนมาสร้าง มาผลิต และจัดให้พร้อมก่อนดำเนินการผลิต ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดเตรียมด้านสถานที่ถ่ายทำ ฉาก วัสดุประกอบฉาก วัสดุรายการ กราฟิก อุปกรณ์ ด้าน แสง และเสียงเป็นต้น

- **ขั้นตอนการผลิตรายการ** (Production) หมายถึง ขั้นตอนการผลิตหรือถ่ายทำไปตามแผนงานที่ได้จัดเตรียมไว้

- **ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ** (Post production) หมายถึง ขั้นตอนที่นำเทปที่บันทึกรายการแล้วมาตัดต่อ ผสมเสียง ใส่ตัวอักษรต่าง ๆ ทำกราฟิก การประกอบหรือสิ่งประเมินรายการและการประเมินผู้ชมรายการ

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ ของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ที่โปรดิวเซอร์จะเป็นผู้ควบคุมการทำงานทุกขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการผลิตรายการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนวางแผนก่อนการผลิต (Pre-production planning) ขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and rehearsal) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) และขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post production)

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

9. **แนวคิดรายการ/แก่นรายการ** (Theme) หมายถึง แนวคิดหลักของรายการที่ต้องคำนึงถึง ในการผลิตรายการแต่ละเทป ทั้งในด้านโครงสร้าง รูปแบบ เนื้อหาที่จะนำเสนอ ซึ่งต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีแนวคิดของรายการทั้ง 6 รายการที่ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

10. **โครงสร้างรายการ** หมายถึง โครงสร้างทางด้านเนื้อหาสาระที่กำหนดในรายการ โดยจะระบุช่วงต่าง ๆ ของรายการ ระยะเวลาของรายการทั้งหมด รวมทั้งระยะเวลาในแต่ละเบรกของรายการ

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีโครงสร้างรายการทั้ง 6 รายการที่สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสำรวจข้อมูลจากการศึกษาเทปวีดีทัศน์ทั้ง 6 รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนมกราคม 2553 รวม 106 เทป

11. **เนื้อหารายการ** หมายถึง เนื้อหาสาระหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการผ่านผู้ดำเนินรายการ โดยเนื้อหาของรายการต้องสอดคล้องกับแนวคิดรายการและกลุ่มเป้าหมาย

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีเนื้อหารายการทั้ง 6 รายการที่สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสำรวจข้อมูลจากการศึกษาเทปวีดีทัศน์ทั้ง 6 รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนมกราคม 2553 รวม 106 เทป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

12. **รูปแบบรายการ** (Program Format) หมายถึง เทคนิควิธี และลีลาในการนำเสนอเนื้อหาสาระข่าวสารของบุคคลตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีเนื้อหารายการทั้ง 6 รายการที่ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสำรวจข้อมูลจากการศึกษาเทปวีดีทัศน์ทั้ง 6 รายการที่ออกอากาศตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง เดือนมกราคม 2553 รวม 106 เทป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

13. **โปรดิวเซอร์** (Producer) ในทางวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการด้านการผลิตรายการ รับผิดชอบตั้งแต่การเตรียมการผลิตรายการ และคอยควบคุมทุก

ขั้นตอนของการผลิตรายการ จนกระทั่งเสร็จสิ้น นับตั้งแต่ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการ จัดหาทุน จัดการด้านการเงิน และควบคุมการดำเนินการผลิตจนเสร็จสมบูรณ์ และออกอากาศ

ในที่นี้ คือ โปรดิวเซอร์ (Producer) วันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม ทั้งหมด 5 คน

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ในแนวคำถามชุดที่ 2 สำหรับโปรดิวเซอร์ (Producer)

14. **ช่างภาพ (Cameraman)** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการเลือกมุมภาพและใช้กล้องวีดีโอบันทึกภาพลงในเทป

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

15. **ผู้ช่วยช่างภาพ** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการช่วยช่างภาพในขณะที่ถ่ายทำรายการ เช่น การลากสาย การช่วยหยิบจับอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการบันทึกรายการ เป็นต้น

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

16. **กราฟิกตัดต่อ (Graphic/editor)** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำภาพที่ถูกบันทึกลงเทป (Mini DV) มาตัดต่อด้วยโปรแกรมตัดต่อในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมอโดบี พรีเมียร์ โปร ซีเอส 3 (Adobe premiere pro CS3), อีดิอูส (Edius), โซนี่ เวกัส 6.0 (Sony vegas 6.0), และใส่กราฟิก (Computer graphic: CG) เพื่อซ้อนชื่อ จากนั้นก็ส่งออกอากาศ

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

17. **ผู้ตัดต่อ (Switcher)** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำภาพที่ถูกถ่ายผ่านกล้องวีดีโอ 3-4 ตัว มาตัดสลับ (Switching) ตามความเหมาะสมและบันทึกลงในเครื่องบันทึกซึ่งบันทึกลงในดีวีดี (DVD) หรือม้วนเทป (Mini DV)

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) เท่านั้น

18. **ผู้ดำเนินรายการ (Master of Ceremonies: M.C.)** หมายถึง ผู้ที่อยู่เบื้องหน้าทำหน้าที่ในการสื่อสารเนื้อหารายการจากโปรดิวเซอร์เพื่อถ่ายทอดไปสู่ผู้รับสาร และทำหน้าที่ในการควบคุมเนื้อหารายการให้เป็นไปตามที่กำหนด

ในที่นี้ คือ พิธีกรรายการปกิณกะบันเทิงหรือวาไรตี้ (Variety) ที่สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ได้ดำเนินการผลิตเอง 6 รายการ ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

19. **ปัจจัยภายในองค์กร** หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ทั้งในด้านรูปแบบ วิธีการนำเสนอ และกระบวนการผลิตรายการ อันเกิดขึ้นภายในตัวองค์กรเคเบิลทีวี ได้แก่ นโยบายการบริหาร งบประมาณ การจัดการเทคโนโลยี ความสามารถทางวิชาชีพของบุคลากร

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีปัจจัยในการผลิตรายการปกิณกะบันเทิงหรือวาไรตี้ (Variety) ในสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV)

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ใน แนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 4 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

20. **ปัจจัยภายนอกองค์กร** หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้ององค์ประกอบหรือสิ่งที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ทั้งในด้านรูปแบบ วิธีการนำเสนอ และกระบวนการผลิตรายการ อันเกิดขึ้นภายนอกตัวองค์กรเคเบิลทีวี ได้แก่ แรงกดดันทางเศรษฐกิจ แรงกดดันทางสังคมและการเมือง แหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรม ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร

ในที่นี้ คือ ศึกษาเฉพาะกรณีปัจจัยภายนอกองค์กร ของสถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) จังหวัดนครราชสีมา อันได้แก่ กิจกรรม หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งกิจกรรมนั้นต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อหารายการ นอกจากนั้นยังมีปัจจัยภายนอกจากผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นรายอื่น ในจังหวัดนครราชสีมา คือ สถานีดีทีวี (DTV)

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ใน แนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 4 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ

21. **รายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety)** หมายถึง รายการที่รวบรวมความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งมีความสนใจในการชมแตกต่างกันออกไป รูปแบบรายการจะมีทั้งการแสดงดนตรี ร้องเพลง ละครสั้น เกม สาธิต สนทนาและสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ หรือการแสดงอื่น ๆ อยู่ในรายการ มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการและสร้างสีสันให้กับรายการ

ในที่นี้ ศึกษาเฉพาะกรณี 6 รายการที่ สถานีเฉินเจียนวันเจริญ (KCTV) ดำเนินการผลิตเอง ได้แก่ รายการวันละร้าน รายการไฮ! มันเดย์ (Hi! Monday) รายการห้องบุษบา รายการท่องไปกับนายเกษตร รายการไอเดียคิดส์ (Idea kids) และรายการปลื้ม

วัดได้จาก การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) ใน แนวคำถามชุดที่ 1 ตอนที่ 4 และแนวคำถามชุดที่ 2 ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการบริหารการจัดรายการปกิณกะบันเทิงหรือรายการวาไรตี้ (Variety) ของโปรดิวเซอร์ (Producer) และกระบวนการผลิตรายการ