

วิเคราะห์คุณค่าของรายการทำปัสจัน

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์คุณค่าของรายการทำปัสจันนั้น จะขอทบทวนสมการในวิชาวิศวกรรมคุณค่า (value engineering) ที่เป็นต้นแบบเสียก่อน ดังสมการที่ว่า

$$V_{\max} = \frac{F}{C_{\min}}$$

โดยที่

$$V_{\max} = \text{คุณค่าสูงสุด}$$

$$F = \text{หน้าที่หรือประโยชน์ใช้สอยของสินค้านั้น}$$

$$C_{\min} = \text{ต้นทุนต่ำสุด}$$

และจากนี้ การวิเคราะห์คุณค่าของรายการทำปัสจัน ก็จะประยุกต์ทฤษฎีดังกล่าวมาใช้กับการหาคุณค่าของรายการทำปัสจัน ในขั้นแรกนี้ ผู้วิจัยจะขอแจ้งรายละเอียดของคำว่า "ผู้ผลิต" ในรายการทำปัสจัน เนื่องจากผู้ผลิตในรายการทำปัสจันแตกต่างจากผู้ผลิตในสินค้าอุตสาหกรรมหรือบริการอื่น ๆ เพราะว่าการผลิตรายการทำปัสจัน มีผู้ผลิตอยู่ถึง 4 หน่วยด้วยกันคือ

ผู้ผลิตรายการทำปัสจัน

1. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทำหน้าที่จำหน่ายเวลา (ในการออกอากาศ)

และนำเอารายการทำปัสจันที่ผลิตเสร็จสมบูรณ์แล้วมาออกอากาศ ซึ่งหมายถึงช่อง 7 สีได้ทำหน้าที่

ผู้จำหน่ายสินค้า (รายการทำปัสจัน)

2. บริษัท กันตนา เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ทำหน้าที่เป็นเจ้าของเวลารายการ
ทำพิธีสงฆ์ หมายถึง เป็นผู้ซื้อเวลามาจากช่อง 7 สี และยังเป็นผู้หาเวลาโฆษณามาสับสัณรายการ
ทำพิธีสงฆ์อีกด้วย

3. บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตคอมมิวนิเคชั่น จำกัด เป็นผู้สร้างสรรค์รายการออกมาจาก
แนวคิด (CREATIVE) และเป็นผู้คอยควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

4. บริษัท กันตนา จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการทำพิธีสงฆ์ คือเป็นฝ่าย PRODUCTION ได้แก่
การถ่ายทำ การตัดต่อ การลงเสียงประกอบ จนออกมาเป็นเทปรายการทำพิธีสงฆ์

ในประการแรกของแผนการวิเคราะห์คุณค่าของทฤษฎีวิถีธรรมคุณค่า คือแผนงานขั้นที่ 1
อันได้แก่ขั้นตอนทั่วไป ซึ่งต้องใช้หลักมนุษยสัมพันธ์, การทำงานเป็นทีม, การทำงานเฉพาะด้าน,
การอดทน เอาชนะอุปสรรค และการใช้วิจารณ์ในการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างรอบคอบ
ปรากฏว่า โดยความเป็นจริงแล้ว ผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินงานตามแผนงานขั้นที่ 1 อย่างสมบูรณ์ได้
เนื่องจากผู้วิจัยได้เป็นผู้ศึกษา วิเคราะห์รายการทำพิธีสงฆ์แต่เพียงลำพัง แม้จะได้รับการสนับสนุน
จากบุคคลากรในฝ่ายต่าง ๆ เป็นอย่างดีซึ่งก็ตาม แต่เหตุที่ว่าบริษัท กันตนา มีรายการโทรทัศน์
ที่จะต้องผลิตอยู่มากมายหลายรายการ มิได้มีเฉพาะรายการทำพิธีสงฆ์แต่เพียงรายการเดียว จึง
ทำให้บุคคลากรในหน่วยต่าง ๆ ไม่สามารถแบ่งเวลามาปฏิบัติงานในลักษณะเป็นทีมได้ อย่างไรก็ตาม
ผู้วิจัยได้ทำหน้าที่อย่างดีที่สุด โดยใช้ตัวผู้วิจัยเองเป็นแกนกลางในการปฏิบัติงาน โดยพยายามนำ
เอาปัญหาต่าง ๆ ในขั้นตอนที่ 1 เข้าไปปรึกษาหารือในลักษณะกึ่งประชุมกับบุคคลากรและผู้บริการใน
หน่วยงานต่าง ๆ อย่างลุ่มลึก การทำดังนี้เพื่อให้ข้อมูล ได้มีการแตกรายละเอียดและเก็บรวบรวม
หัวใจสำคัญให้มากที่สุด นอกจากนั้นแล้ว เนื่องจากผู้วิจัยเป็นพนักงานที่มาปฏิบัติงานในบริษัท กันตนา
เป็นเวลากว่า 5 ปี จึงทำให้อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกับผู้ทำงานด้านต่าง ๆ มีอยู่ไม่มากนัก
การตัดสินใจในทางธุรกิจอย่างรอบคอบก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

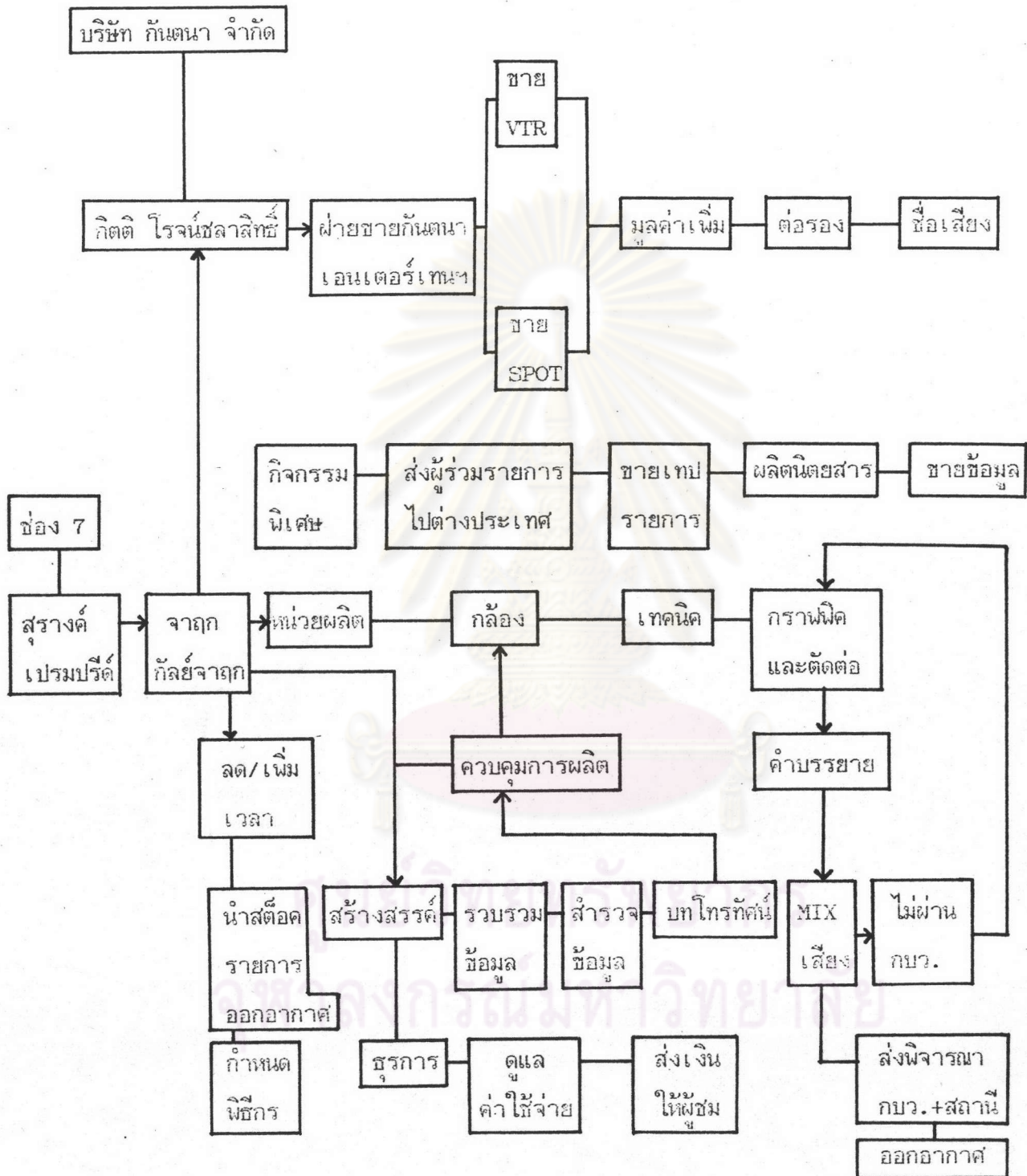
ในขั้นตอนที่ 2 คือ ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ค่อนข้างสมบูรณ์เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการทำพิธีด้วยตนเองมาตั้งแต่เริ่มผลิต จึงสามารถเข้าใจถึงปัญหาต่าง ๆ อันเกี่ยวพันถึงต้นทุนและระบบธุรกิจประเภทรายการโทรทัศน์เป็นอย่างดี

ในขั้นตอนที่ 3 คือ การวิเคราะห์หน้าที่โดยการให้คำนิยามของหน้าที่ เป็นคำกริยาและคำนาม จากนั้น ทำการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ออกมาตามแผนงานดังต่อไปนี้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิหน้าทำการงานรายการทำนเสียง



ขั้นตอนในการผลิตรายการทำพิธี

จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่า ทางช่อง 7 สี โดยคุณสุรงค์ เปรมปรีดิ์ จะเป็นผู้กำหนดงานมาให้บริษัท กันตนา จำกัด โดยกำหนดเนื้อหาในงานในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- กำหนดการลดหรือเพิ่มเวลา เช่น 1 ชั่วโมง เป็น 1.30 ชั่วโมง เป็นต้น
- นำสต็อกรายการออกอากาศ คือ การนำเทปรายการที่ช่อง 7 มีอยู่และไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์เท่าที่ควรหรืออาจจะใกล้หมดสัญญาที่จัดไว้ จึงส่งให้รายการทำพิธีขอเทปดังกล่าวเพื่อนำไปออกอากาศ ตัวอย่างเช่น ช่วงมหัศจรรย์ต่างแดน หรือ ช่วงวันหยุดพิเศษ เป็นเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ต่าง ๆ)

- กำหนดพิธีกร โดยการเลือกหรือมีคำสั่งห้ามใช้พิธีกรในองค์กรอื่น ๆ เช่น เลือกฐาปกรัณมาเป็นผู้พิธีกรแทน ไตรภพ และห้ามใช้พิธีกรที่มาจากบริษัท แปซิฟิก อินเตอร์ฯ เป็นต้น

- ควบคุมคุณภาพ โดยพิจารณาจากเนื้อหาที่นำมาเสนอ ภาพและเสียง ให้อยู่ในคุณภาพที่มาตรฐานของรายการและสถานี

คุณจากก กัลย์จากก ในฐานะกรรมการผู้จัดการและผู้ควบคุมรายการทำพิธีโดยตรงก็จะสั่งการมายังฝ่ายผลิต ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบคือทีมงานทำพิธี โดยผู้ควบคุมหลักคือผู้วิจัยเอง ในการที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่สถานีกำหนด นอกเหนือจากนั้นแล้ว ทางฝ่ายขายโดยคุณกิตติโรจน์สลลลลลล ก็จะช่วยควบคุมฝ่ายขายถึงเงื่อนไข และปัญหาต่าง ๆ ของเอเจนท์ ในการขายสปอตหรือที่เออร์ รวมทั้งเงื่อนไขอื่น ๆ ที่ต้องมีการต่อรองกับลูกค้าเป็นกรณี ๆ ไป

ในส่วนของการผลิต จะดำเนินขั้นตอนการผลิตตามกระบวนการ คือ รวบรวมในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จดหมายแนะนำจากผู้ชม ฯลฯ จากนั้นพัฒนาข้อมูลโดยการสำรวจจากแหล่งข้อมูลและเตรียมการถ่ายทำ ทั้งนี้ ฝ่ายสร้างสรรค์ ทีมงานทำพิธีต้องควบคุมการผลิต คือควบคุมกองถ่าย, ฝ่ายเทคนิคพิเศษ, กราฟิคและการตัดต่อ จนถึงการใช้คำบรรยายให้ผู้บรรยาย

ควบคุมให้เพลงประกอบ จนถึงขั้นสุดท้ายในการส่งให้ กบว. และสถานีตรวจพิจารณา ถ้าผ่าน
เงื่อนไข ก็จะนำกลับมาแก้ไขอีกครั้งหนึ่งตามเงื่อนไข จึงส่งออกอากาศ เป็นอันจบกระบวนการ
ตามมาตรฐานการผลิตรายการ ในส่วนกิจกรรมพิเศษ เช่น การส่งผู้ร่วมรายการไปต่างประเทศ
เพื่อแสดงความสามารถต่าง ๆ การจำหน่ายเทปรายการ การผลิตนิตยสารทำนิตยสาร หรือการ
ขายข้อมูลของรายการจะเป็นคำสั่งเป็นกรณี ๆ ไปที่จะให้ทีมงานหรือหน่วยงานอื่น ๆ ดำเนินการ

การวิเคราะห์หน้าที่

ในการที่จะแยกแยะหน้าที่ จำเป็นต้องพิจารณาจากแผนภูมิรายการ โดยกำหนดคำ
ตามหน้าที่ต่าง ๆ ออกมา 2 คำ ได้แก่ คำนาม และคำกริยา

กฎข้อที่ 1

คัดเลือกหน้าที่ที่เกิดคำใช้ง่าย 40-60 หน้าที่ โดยคำถามที่ว่า "what does (it)
do?"

การคัดเลือกหน้าที่ ผู้วิจัยจะแยกหน้าที่หน่วยผลิตที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 หน่วยงาน

1. ฝ่ายสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2. ฝ่ายชาย (บริษัท กันตนา เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด)
3. ฝ่ายสร้างสรรค์ (บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตคอมมิวนิเคชั่น จำกัด)
4. ฝ่ายผลิต (บริษัท กันตนา จำกัด)

1. ฝ่ายสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

หน้าที่

<u>กริยา</u>	<u>นาม</u>
1. ขาย	เวลา
2. จำหน่าย	สินค้า
3. กำหนด	เวลา
4. ระบาย	สินค้า
5. กำหนด	ตัวแสดง (พิธีกร)
6. ควบคุม	คุณภาพรายการ
7. ส่งเสริม	การขาย

1. <u>กริยา</u>	ขาย
<u>นาม</u>	เวลา

: หมายถึง ช่อง 7 สี เป็นผู้จำหน่ายสินค้า (เวลา) ให้กับกันตนา เพื่อทำการผลิตออกมาเป็นรายการ (สินค้า)

2. <u>กริยา</u>	จำหน่าย
<u>นาม</u>	สินค้า

: หมายถึงการนำสินค้า (รายการทำนิจุจน์) ไปจำหน่าย (ไปออกอากาศ)

หมายเหตุ ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อสินค้ารับชมทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เวลา 13.00 น.

3. กริยา กำหนด

นาม เวลา

: หมายถึง การกำหนดเวลาในการออกอากาศว่าจะออกอากาศในเวลา 13.00 น. หรือ 14.00 น. ในวันอาทิตย์ เป็นต้น และจะกำหนดด้วยว่า ช่วงเวลารายการ จะมีความยาว 60 นาที หรือ 90 นาที

4. กริยา ระบาย

นาม สินค้า

: หมายถึงการที่ช่อง 7 นำสินค้า คือ เทปรายการสารคดีต่างประเทศที่ช่อง 7 ซื้อไว้ มาระบายให้กับรายการเพื่อนำออกอากาศ ซึ่งเท่ากับว่า รายการทำวิสัญญ์ เป็นหน่วยรองรับการระบายสินค้าแก่ให้กับสถานี

5. กริยา กำหนด

นาม ตัวแสดง (พิธีกร)

: หมายถึง การกำหนด ให้เลือกใช้ หรือ ไม่ให้ใช้พิธีกรที่จะมาทำหน้าที่ในรายการ

6. กริยา ควบคุม

นาม คุณภาพรายการ

: หมายถึง การควบคุมรายการจากช่อง 7 ให้การผลิตรายการมีมาตรฐานที่น่าพอใจคือ เนื้อหา, ภาพ, แสง, เสียง อยู่ในเกณฑ์ โดยพิจารณาจากเกณฑ์มาตรฐานทั่วไปของสถานี

7. กริยา ส่งเสริม

นาม การขาย

: หมายถึง ช่อง 7 สี จะช่วยส่งเสริมรายการโดยการให้เวลา 15 วินาที หรือ 30 วินาที ในรายการอื่น ๆ เช่น รายการในเครือกันตนาหรือบริษัทอื่น ๆ ที่ช่อง 7 จะกำหนดเวลาเพื่อในรายการไว้แล้ว โดยให้แต่ละรายการส่งเทปไปรอไม่ทไปให้ ทางสถานีก็จะจัดเวลา ลงให้ตามรายการดังกล่าว เป็นต้น เป็นการสร้างข่าวและดึงดูดการติดตามรายการนั้น ๆ

2. ฝ่ายขาย (บริษัท กันตนา เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด)

หน้าที่

<u>กริยา</u>	<u>นาม</u>
1. ทำ	กำไร
2. จัดระบบ	การตลาด
3. กำหนด	เนื้อหารายการ

1. <u>กริยา</u>	ทำ
<u>นาม</u>	กำไร

: หมายถึง การสร้างกำไรให้มากที่สุด โดยขายสปอตโฆษณา และ VTR ให้เต็มตลอด ซึ่งจะเป็นการทำกำไรให้มากที่สุดต่อรายการ

2. <u>กริยา</u>	จัดระบบ
<u>นาม</u>	การตลาด

: หมายถึง การหาทุนในการผลิต ทั้งนี้โดยจากการขายสปอต และ VTR เพื่อให้รายการขายได้ เช่น ช่วงสถานการณ์ไม่ค่อยดี ก็จะมีการขายควบ เช่น ซื้อสปอตรายการนี้แล้วจะแถมสปอตรายการอื่นให้หรือการขายสปอต ควบกับ VTR ในรายการเดียวกัน เป็นต้น

3. กริยา กำหนด
นาม เนื้อหารายการ

: หมายถึง การกำหนดหรือเลือกสารให้เป็นไปตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้าเช่นการให้พิธีกรเอ่ยชื่อสินค้านั้นเป็นพิเศษในรายการ เพื่อการไปถ่ายทำสินค้าของลูกค้ามาประกอบเรื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงกับลูกค้า เป็นการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้สนับสนุนรายการ

3. ฝ่ายสร้างสรรค์ (บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตมิวสิคเซ็น จำกัด)

หน้าที่

<u>กริยา</u>	<u>นาม</u>
1. รวบรวม	ข้อมูล
2. สืบรวจ	ข้อมูล
3. พัฒนา	เรื่อง
4. ตัดเลือก	ตัวแสดง (พิธีกร)
5. กำกับ	ภาพ
6. บริหาร	กองถ่าย
7. บริหาร	การเงิน
8. สร้างบท	พิธีกร
9. เลือก	เรื่องออกอากาศ
10. เรียบเรียง (ตัดต่อ)	เรื่อง
11. ทำ	บทพากย์
12. เสริม	เทคนิคเสียง

13. แก้วไข	เนื้อรายการ
14. ดำเนินตาม	เงื่อนไขการขาย
15. สร้าง	ระบบทีม
16. ฝึก	ทักษะการทำงาน
17. เพิ่ม	ความรับผิดชอบ
18. ปรับ	รายการ
19. สร้าง	ความหมายจากแนวคิด

1. กริยา รวบรวม

นาม ข้อมูล

: หมายถึง หน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาสร้างเป็นบทโทรทัศน์และการ

ถ่ายทำ ตัดต่อ ต่อไป

2. กริยา สำรวจ

นาม ข้อมูล

: หมายถึง การเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ที่มีข้อมูลอยู่ เพื่อทำการสำรวจ

ว่า ข้อมูลต่าง ๆ นั้นจริงเท็จเพียงใด และถ้าจริง ก็จะทำการสำรวจต่อไปถึงเงื่อนไขต่าง ๆ

ในอันที่จะสร้างเป็นบทโทรทัศน์ รวมทั้งการนัดแนะวันถ่ายทำด้วย

3. กริยา พัฒนา

นาม เรื่อง

: หมายถึง เมื่อสำรวจเรื่องแล้ว ฝ่ายสร้างสรรค์จะต้องนำเรื่องนั้น กลับมา

สร้างเป็นบทโทรทัศน์คร่าว ๆ จะต้องกำหนดนิสิกร สร้างเรื่องใหม่จุดเด่น โดยหาแง่มุมใหม่

ความน่าสนใจ ซึ่งการพัฒนาเรื่องนี้ เป็นหน้าที่ที่สำคัญมากหน้าที่หนึ่งของฝ่ายผลิต

4. กรีฑา คัดเลือก

นาม ตัวแสดง (พิธีกร)

: หมายถึง การคัดเลือกพิธีกรที่จะมาร่วมแสดงในเรื่องต่าง ๆ เหตุที่ต้องคัดเลือก เนื่องจากรายการมีความหลากหลายบุคลิกของพิธีกรมีส่วนสำคัญในการสร้างจุดเด่นของรายการ อีกทั้งพิธีกรก็ยังมีข้อจำกัดในเรื่องเวลา และสถานที่บางแห่งด้วย ทีมงานจึงมีหน้าที่คัดเลือกหาพิธีกรใหม่ ความเหมาะสมกับการนำเสนอของรายการ

5. กรีฑา กำกับ

นาม ภาพ

: หมายถึง การทำงานร่วมกับฝ่ายผลิต ฝ่ายสร้างสรรค์ จะต้องทำหน้าที่กำหนดมุม, ขนาดของภาพที่จะใช้ โดยปรึกษากับเจ้าหน้าที่กล้องถึงการสื่อความหมาย และอื่น ๆ ทั้งนี้ฝ่ายสร้างสรรค์จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะใช้ หรือไม่ใช้ภาพนั้น ๆ

6. กรีฑา บริหาร

นาม กองถ่าย

: หมายถึง ในการออกไปถ่ายทำนอกสถานที่นั้น ทีมงานจะต้องเป็นผู้ควบคุมกองถ่ายในการเดินทางทั้งหมด ทั้งสถานที่ เวลาในการถ่ายทำ การรับประทานอาหาร ที่พัก เรียกว่า ฝ่ายสร้างสรรค์จะต้องตัดสินใจทั้งหมด

7. กรีฑา บริหาร

นาม การเงิน

: หมายถึง การตัดสินใจในการใช้เงินในกองถ่าย เช่น จะมอบเงินสดให้ผู้แสดงเลยหรือไม่ กรณีถ้าผู้แสดงร้องขอ จะเช่ารถเพิ่มเติมหรือไม่ กรณีต้องใช้ในการถ่ายทำ ถ้าใช้ต้องใช้เท่าไร จะทานอาหารแบบไหน ราคาเท่าไร จะพักโรงแรมใด เพื่อให้ประหยัด เป็นต้น

8. กริยา สร้างบท

นาม พิธีกร

: หมายถึง การชักซ้อมบทโทรทัศน์ที่จะถ่ายทำ เหตุที่ต้องชักซ้อมก็เพราะว่า เรื่องที่ถ่ายทำมักจะมีแง่มุมที่แตกต่างไปจากการรวบรวมข้อมูลทุกครึ่ง ฉะนั้น บทโทรทัศน์จึงเขียนขึ้นสด ๆ ขณะจะถ่ายทำ และอีกประการหนึ่งในการถ่ายทำนอกสถานที่ ตัวของพิธีกรจะมีส่วนช่วยในเรื่องโดดเด่น ซึ่งมีความสำคัญมากที่สุด การชักซ้อมเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของพิธีกรกับเรื่องจึงเป็นเรื่องจำเป็น และถ้าไม่มีพิธีกรในบางเรื่อง การสื่อความหมายก็จะขาดหายไปมากที่สุด

9. กริยา เลือก

นาม เรื่องออกอากาศ

: หมายถึง ในกรณีที่กองถ่ายทำสิ้นสุดขั้นตอนลง ผู้รับผิดชอบในเรื่องนั้นจะนำเรื่องที่ทำสำเร็จแต่ละอาทิตย์มาบรรจุลงในตารางออกอากาศ วิธีการจะบรรจุลงได้นั้น จะต้องดูจากเรื่องอื่น ๆ มาประกอบ โดยจะชั่งน้ำหนักเรื่องแต่ละอาทิตย์ว่ามีสีสัน จุดเด่น ข้อดีของเรื่องแต่ละเรื่องอย่างไร การคัดเลือกเรื่องที่จะออกอากาศจึงเป็นเรื่องจำเป็นเนื่องจากจะทำให้รายการดูมีคุณค่าขึ้น

10. กริยา เรียบเรียง (ตัดต่อ)

นาม เรื่อง

: หมายถึง การเรียบเรียงเรื่องหรือการตัดต่อ ทั้งนี้กลวิธีในการตัดต่อจะช่วยสร้างความน่าสนใจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น หรืออาจจะช่วยเปลี่ยนบรรยากาศของความไม่น่าสนใจให้เกิดความน่าสนใจขึ้นได้ การตัดต่อนี้ช่วยในการสื่อสารอารมณ์และเสริมองค์ประกอบของเรื่องนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

11. กริยา ทำนาม บทพากย์

: หมายถึง หลังจากที่เราเสร็จสิ้นการตัดต่อแล้ว ขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนก็คือ การเขียนบทบรรยายหรือบทพากย์ให้กับผู้บรรยาย บทพากย์จะเป็นบทเสริมให้เรื่องกระชับในความเข้าใจช่วงสั้น ๆ ทำให้เรื่องดำเนินไปได้เร็ว และยังช่วยแก้ไขข้อมูลที่ยังขาดความแจ่มชัดให้เห็น นอกจากนี้ยังสร้างอารมณ์ร่วมได้ดีด้วย

12. กริยา เสริมนาม เทคนิคเสียง

: หมายถึง การเพิ่มเสียงประกอบต่าง ๆ เช่น เสียงการรบ, เสียงสุนัขเหอน, เสียงน้ำตก เป็นต้น ทำให้เรื่องราวนั้นมีชีวิตชีวา สมจริงมากขึ้น การเสริมเทคนิคเสียงจะทำพร้อมกับการลงเพลงประกอบ

13. กริยา แก้ไขนาม เนื้อรายการ

: หมายถึง เมื่อส่งเทปที่ตัดต่อและลงเสียง เพลงประกอบ ส่งไปยังสถานีแล้วหากเทปตอนใดมีความไม่เหมาะสมในเงื่อนไขต่างที่ทาง กบว. และสถานีกำหนดก็จะต้องนำกลับมาแก้ไข ซึ่งบางเรื่องก็ไม่สามารถออกอากาศได้ทั้งตอน ทำให้บริษัทเสียค่าใช้จ่ายเพื่องานชิ้นนั้นๆ ไปฟรี ๆ บางเรื่องก็ต้องนำกลับมาแก้ไขบางส่วน แล้วจึงนำส่งไปออกอากาศได้

14. กริยา ดำเนินตามนาม เงื่อนไขการขาย

: หมายถึง การผ่อนคลายเงื่อนไขทางการตลาดของฝ่ายชาย เช่น ให้อิสระ
ใส่เสื้อของลูกค้าติดป้ายชื่อสินค้าในรายการ ซึ่งเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเงื่อนไขที่จำเป็น
เนื่องจากฝ่ายชายได้ตกลงกับลูกค้าไว้ การดำเนินการตามเงื่อนไขการขายนี้จึงเป็นการสร้าง
องค์ประกอบของรายการให้ขายได้ง่ายเข้า

15. กริยา สร้าง
นาม ระบบทีม

: หมายถึง การทำงานร่วมกันเป็นทีม การสร้างความรู้สึกเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว
กัน ซึ่งเป็นเรื่องยากในการปฏิบัติ แต่อย่างไรก็ตามหน้าที่อันหนึ่งที่สำคัญของทีมทำป็นคือ
การสร้างระบบทีมให้เด่นชัดออกมา เพราะการทำรายการทำป็นจำเป็นต้องทำงานแบบทีม จึงจะเกิด
ผลสำเร็จตามที่วางเป้าหมายเอาไว้ นอกจากนั้น ยังต้องเป็นการทำงานที่ขั้นตอนที่ถูกต้องอีกด้วย

16. กริยา ฝึก
นาม ทักษะการทำงาน

: หมายถึง หน้าที่ของรายการหรือผู้ควบคุมที่จะต้องฝึกทักษะความชำนาญใน
การปฏิบัติงานด้านนี้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น ซึ่งมีความจำเป็นต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากการ
ฝึกฝนพร้อม ๆ กับการปฏิบัติงานจริงนั้น มีทั้งประโยชน์ในกรณีที่ฝึกฝนในงานขึ้นเริ่มต้น แต่ถ้ารอ
ไปฝึกเอาเมื่องานสลับซับซ้อนมาก ๆ ก็จะเป็นผลเสีย ฉะนั้น หน้าที่อันหนึ่งของรายการคือ การ
ฝึกทักษะการทำงานบุคลากรตั้งแต่เริ่มเข้ามาปฏิบัติงาน

17. กริยา เพิ่ม
นาม ความรับผิดชอบ

: หมายถึง การมอบหมายความรับผิดชอบให้กับบุคลากรในทีมมากขึ้น อย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งถ้ายังปฏิบัติไม่ได้ก็ต้องมีการชี้แจงและค่อย ๆ ทดลองเพิ่มความรับผิดชอบขึ้นเรื่อย ๆ เป็นหน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เนื่องจากรายการที่ปฏิบัติงานต้องไม่หยุดนิ่ง ฉะนั้นบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ต้องคิดกว้างขึ้น ลึกขึ้น และรับผิดชอบเพิ่มขึ้นตามลำดับขั้นของทีมงานตลอดเวลา

18. กริยา ปรับ
 นาม รายการ

: หมายถึง เมื่อรายการออกอากาศไประยะหนึ่ง คู่แข่งเริ่มมีการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ หรือสิ่งคม โดยรวมมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนา รายการก็จะต้องมีการปรับทิศทางเช่นเดียวกัน การปรับปรุงหรือปรับทิศทางรายการนี้ จำเป็นต้องพร้อมที่จะทำตลอดเวลา เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ หรือเปลี่ยนแปลงล่วงหน้าได้ การปรับรายการจึงเป็นหน้าที่สำคัญมากประการหนึ่ง

19. กริยา สร้าง
 นาม ความหมายจากแนวคิด

: หมายถึง โดยภาพรวมแล้ว จากความหลากหลายของรายการ ฝ่ายสร้างสรรค์มีหน้าที่สำคัญในฐานะนักสื่อสารมวลชน คือจะต้องสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในทางใดทางหนึ่ง การสร้างความหมายนี้จะสร้างจำเพาะเจาะจงหรือเป็นความหมายในวงกว้างก็แล้วแต่ แต่ฝ่ายสร้างสรรค์จะต้องคำนึงถึงหน้าที่อยู่เสมอว่า เขาจะต้องเป็นผู้สร้างความหมายให้เกิดขึ้นในการสื่อสารถึงมวลชน และแน่นอนต้องเป็นความหมายที่ทำให้รายการเด่นและขายได้ด้วย

4. ฝ่ายผลิต (บริษัท กันตนา จำกัด)

หน้าที่

<u>กริยา</u>	<u>นาม</u>
1. สร้าง	สาร
2. สื่อ	ความหมาย
3. เน้น	การใช้งาน
4. สร้าง	งาน
5. สร้าง	ข้อเสียง

1. กริยา สร้าง
นาม สาร

: หมายถึง หน่วยผลิตมีหน้าที่อำนวยความสะดวกเรื่องกล้อง เทคนิค ตัดต่อ ห้องเสียง พร้อมด้วยบุคลากร เพื่อทำการสร้างสรรค์ให้กับทีมงาน ในการสร้างสรรค์นี้ขอชี้แจงว่าเป็นการสร้างวัตถุ นั่นก็คือ เทป U-MATIC หรือ เทป VHS หรือ เทป BETA หรือเทปอื่นใดก็ได้แล้วแต่ ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่รายการ

2. กริยา สื่อ
นาม ความหมาย

: หมายถึง เทปที่บริษัท กันตนา ผลิตออกมาจะต้องมีความหมายในการสื่อสารด้วย เช่น การใช้กล้องมุมต่าเน้นมีความหมายของภาพว่าอย่างไร หรือการใช้เสียงก้อง (เอคโด้) จะทำให้รายการมีรสชาติในการสื่อความหมายมากขึ้น

3. กริยา เพิ่มนาม การใช้งาน

: หมายถึง การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เครื่องมือให้สามารถเพิ่มเวลา หรือยืดอายุการใช้งานให้นานขึ้น

4. กริยา สร้างนาม งาน

: หมายถึง หน้าที่ในการสร้างงานให้เกิดขึ้นขององค์กร ในลักษณะผู้ให้เข้าอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ อันเป็นลักษณะการทำงานของบริษัท กันตนา ซึ่งการสร้างงานในที่นี้ มิใช่เกิดเฉพาะแต่รายการทำนิสจันเพียงรายการเดียว การสร้างงานจึงเพิ่มมากขึ้น ๆ

5. กริยา สร้างนาม ชื่อเสียง

: หมายถึง รายการที่ผลิตจะต้องควบคุมให้อยู่ในคุณภาพเพื่อสร้างชื่อเสียงให้เกิดขึ้นต่อหน่วยผลิต อันเป็นผลให้เกิดความน่าเชื่อถือรายการอื่น ๆ ที่จะได้มาไว้ที่หน่วยผลิตของกันตนา ผลิตรายการให้

จากคำกริยา และค่านามที่แยกแยะออกมานี้ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน เราจะนำคำทั้งหมดมาลงในฟอร์ม โดยเขียนรายละเอียดหน่วยงานต่าง ๆ ลงในแบบฟอร์ม และแจกแจงหน้าที่หลัก หน้าที่รอง ไปด้วย เพื่อจะได้นำไปวิเคราะห์ห่อกรังหนึ่ง

รายการทำนิสจน์	กำหนดหน้าที่				
หน่วยงานผลิต	หน้าที่		หน้าที่แต่ละหน่วย		หมายเหตุ
	กริยา	นาม	หลัก	รอง	
ช่อง 7 ส	ขาย	เวลา	/		
	จำหน่าย	สินค้า		/	
	กำหนด	เวลา		/	
	ระบาย	สินค้า		/	
	กำหนด	ตัวแสดง		/	
	ควบคุม	คุณภาพรายการ		/	
	ส่งเสริม	การขาย		/	
ฝ่ายขาย	ทำ	กำไร	/		
	จัดระบบ	การตลาด		/	
	กำหนด	เนื้อหา		/	
ฝ่ายสร้างสรรค์	รวบรวม	ข้อมูล		/	
	สำรวจ	ข้อมูล		/	
	พัฒนา	เรื่อง		/	
	คัดเลือก	ตัวแสดง		/	
	กำกับ	ภาพ		/	
	บริหาร	กองถ่าย		/	
	บริหาร	การเงิน		/	
	สร้างบท	พิธีกร		/	

ตาราง (ต่อ)

รายการทำปัสจัน	กำหนดหน้าท				หมายเหตุ
	หน้าท		หน้าทแต่ละหน่วย		
	กรรยา	นาม	หลัก	รอง	
หน่วยงานผลิต	เลือก	เรื่องออกอากาศ		/	
	เรียบเรียง	เรื่อง		/	
	ทำ	บทพากษ์		/	
	เสริม	เทคนิคเสียง		/	
	แก้ไข	เนื้อรายการ		/	
	ดำเนินตาม	เงื่อนไขการขาย		/	
	สร้าง	ระบบทึม		/	
	ฝึก	ทักษะการทำงาน		/	
	เพิ่ม	ความรับผิดชอบ		/	
	ปรับ	รายการ		/	
	สร้าง	ความหมายจาก	/		
			แนวคิด		
ฝ่ายผลิต	สร้าง	สาร	/		
	สื่อ	ความหมาย		/	
	เพิ่ม	การใช้งาน		/	
	สร้าง	งาน		/	
	สร้าง	ชื่อเสียง		/	

สาเหตุที่เลือกหน้าที่หลัก

1. ช่อง 7 สี

สาเหตุที่ช่อง 7 สี มีหน้าที่หลัก (BASIC FUNCTION) คือการขายเวลา ในขณะที่หน้าที่อื่น ๆ เป็นหน้าที่รอง (SUPPORTING FUNCTION) ก็เพราะว่าในการผลิตรายการทำป็นสูจน์ รายการจะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าช่อง 7 สีไม่ขายเวลาให้ ฝ่ายขายหรือฝ่ายผลิตก็จะมีโอกาสขายหรือผลิตงานเลย การขายเวลาจึงเป็นหน้าที่หลักของช่อง 7 สี ในส่วนของการจำหน่ายสินค้าหรือการออกอากาศรายการทำป็นสูจน์ ก็ยังเป็นหน้าที่รองลงไป เพราะถ้านำไปเปรียบเทียบกับการขายเวลา เนื่องจากยังมีการเปลี่ยนแปลงในบางอาทิตย์เช่น การงดออกอากาศ การเพิ่มเวลาออกอากาศจาก 1 ชั่วโมง 30 นาทีเป็น 1 ชั่วโมง หรือเพิ่มการออกอากาศในวันหยุดพิเศษ เป็นต้น ซึ่งแสดงถึงหน้าที่รองลงมาจากหน้าที่การขายเวลาซึ่งต้องขายเวลาให้ได้เสียก่อน จึงจะจัดเวลาออกอากาศ

2. ฝ่ายขาย (บริษัท กันตนา เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด)

หน้าที่หลัก (BASIC FUNCTION) ที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการทำป็นสูจน์ ก็คือหน้าที่ในการทำกำไร เพราะถ้าหากมีเนื้อหารายการที่ดี มีการจัดระบบการตลาดที่ดี แต่รายการไม่สามารถทำกำไรได้เลย รายการทำป็นสูจน์ก็ไม่สามารถที่จะผลิตต่อไปได้ ฉะนั้น หน้าที่หลักของรายการทำป็นสูจน์ในส่วนของฝ่ายขายก็คือ การทำกำไร

3. ฝ่ายสร้างสรรค์ (บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตคอมมิวนิเคชัน จำกัด)

หน้าที่หลัก (BASIC FUNCTION) ของฝ่ายสร้างสรรค์มีความชัดเจนอยู่แล้วคือ การสร้างรูปธรรมขึ้นมาจากนามธรรม ฝ่ายสร้างสรรค์นี้เป็นฝ่ายที่หน้าที่คิดและต้องผลิตความคิดนั้นออกมาให้เป็นรูปร่าง ถ้าหากไม่สามารถจะทำได้ เช่น มีความคิดรายการออกมาดี แต่ไม่สามารถสื่อความหมายให้กับผู้ชมได้ หรือใช้ทุนในการผลิตมากเกินไป ก็ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้ ความคิดนั้นก็ไม่ประโยชน์ ดังนั้น หน้าที่หลักของฝ่ายสร้างสรรค์ก็คือ การสร้างความหมายจากแนวคิด

4. ฝ่ายผลิต (บริษัท กันตนา จำกัด)

หน้าที่สำคัญที่สุดของฝ่ายผลิตก็คือ การสร้างสรรค์ ซึ่งหมายถึงการสร้างเทปรายการ เนื่องจากบริษัท กันตนา จำกัด เป็นบริษัทที่ให้เช่าอุปกรณ์การถ่ายทำ ตัดต่อ ลงเพลงประกอบ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้เกิดขึ้นเพื่อการสร้างเทปรายการ หากไม่มีเทปรายการออกมาแล้ว การสื่อความหมายจากมุกตลก การสร้างงาน หรือแม้แต่ชื่อเสียงของบริษัทก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เป็นอันขาด ฉะนั้น หน้าที่หลักของฝ่ายผลิตก็คือ การสร้างสาร

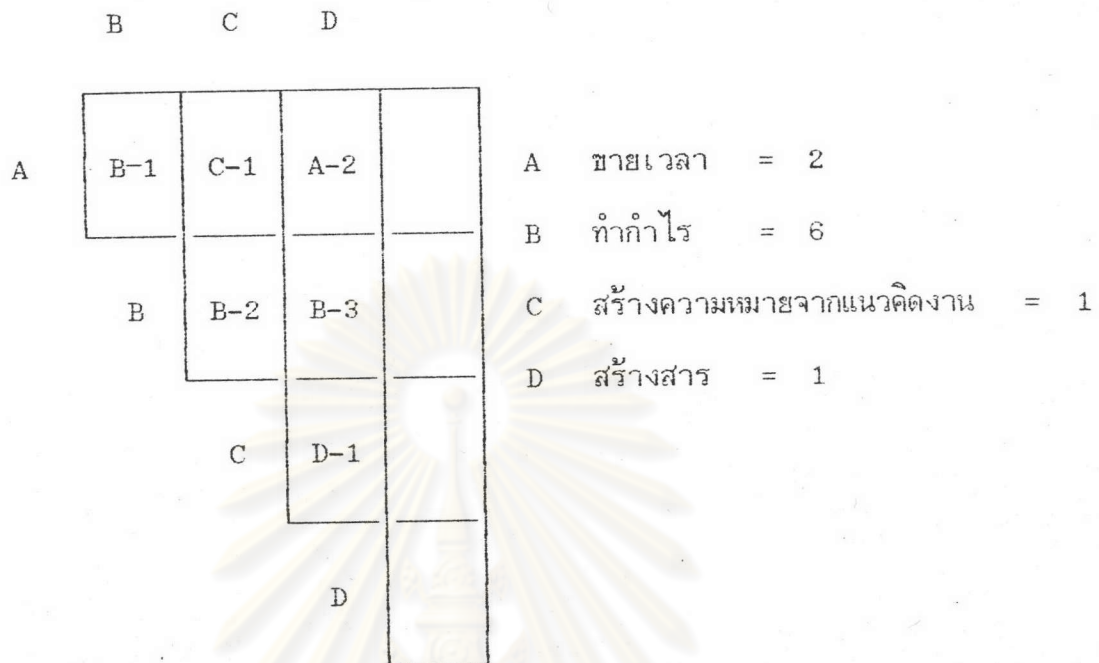
ประเมินความสัมพันธ์หน้าที่

จากความสัมพันธ์ของหน้าที่ทุกส่วน ที่เป็นหน้าที่หลักและหน้าที่รอง ต่อไปนี้จะเป็นการประเมินความสัมพันธ์ของหน้าที่หลักของแต่ละฝ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อหาข้อสรุปของปัญหาในหน้าที่ที่มีความสำคัญมากหรือน้อย โดยการเปรียบเทียบหน้าที่ต่าง ๆ ในเชิงตัวเลข ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจะจัดน้ำหนักความแตกต่างของความสำคัญเป็น 1, 2 และ 3

1 นั้น แสดงถึงความสำคัญน้อย 2 คือความสำคัญปานกลาง และ 3 แสดงว่าสำคัญมาก และจะแทนหน้าที่ต่าง ๆ ด้วยตัวอักษร A, B, C

หน้าที่หลักของ	ช่อง 7 สี	ขายเวลา	แทนด้วย A
	ฝ่ายขาย	ทำกำไร	แทนด้วย B
	ฝ่ายสร้างสรรค์	สร้างความหมาย	แทนด้วย C
		จากแนวคิด	
	ฝ่ายผลิต	สร้างสาร	แทนด้วย D

การเปรียบเทียบและให้น้ำหนักของหน้าที่



ข้อ A

B สำคัญกว่า A = 1 ก็เพราะรายการทำปัสจันนั้นผลิตขึ้นมาใน 3 เดือนแรก และเมื่อตุผล โฆษณานั้น ถ้าหากรายการไม่ทำกำไรหรือมีโอกาสในการทำกำไรได้ช้า ก็อาจจะต้องมีการพิจารณารายการ เช่น เปลี่ยนรายการ หรือ ลดเวลาลง หรืออาจจะต้องคืนเวลาก็ได้ เพราะฉะนั้น การทำกำไรจึงยอมสำคัญว่าการขายเวลาอยู่เล็กน้อย

C สำคัญกว่า A = 1 ก็เพราะเวลาในการออกอากาศรายการทำปัสจันนี้ จะเป็นเวลาที่น่าสนใจไม่ได้เลยถ้าหากรายการที่เสนอไม่สามารถสร้างความหมายให้กับผู้ชมได้ การสร้างความหมายจาก

แนวคิดจึงมีผลสำคัญในการที่จะทำให้ผู้ชมติดตามชมรายการในเวลาที่รายการออกอากาศ เพราะฉะนั้น การขายเวลาจึงสำคัญน้อยกว่าการสร้างความหมายอยู่เล็กน้อย

A สำคัญกว่า D = 2

ก็เพราะในการเป็นผู้ให้เข้าอุปกรณ์ของบริษัท กันตนา เพื่อการสร้างสารนี้ ถ้าหากปราศจากเวลาในการนำสารนี้ออกอากาศแล้ว การสร้างสารก็เปล่าประโยชน์โดยสิ้นเชิง แม้จะมองในมุมกลับกันว่า ถ้าขายเวลาแล้วไม่มีเทป (สาร) มาออกอากาศก็จะมีประโยชน์เช่นกัน แต่โดยความเป็นจริงเวลาในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยมีอยู่เพียง 4 สถานีเท่านั้น ในขณะที่บริษัทผู้ผลิตสารมีอยู่มากมายที่พร้อมจะผลิตสารให้กับสถานี เพราะฉะนั้นการขายเวลาจึงมีความสำคัญมากกว่าการสร้างสารอยู่ปานกลาง

ข้อ B

B สำคัญกว่า C = 2

ก็เพราะว่าจุดมุ่งหมายที่สำคัญในการผลิตรายการทำพิธีสงฆ์ก็เป็นเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าอื่น ๆ นั่นคือ ต้องมุ่งหวังให้สร้างผลกำไร ฉะนั้น ในการสร้างความหมายจากแนวคิดก็ยังจำเป็นที่จะต้องตั้งอยู่บนมาตรฐานของกำไร-ขาดทุน ดังนั้น การทำกำไรของรายการทำพิธีสงฆ์จึงมีความสำคัญมากกว่าการสร้างความหมายจากแนวคิดอยู่ปานกลาง

B สำคัญกว่า D = 3

ก็เพราะว่าผลกำไรนั้นจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิต ยิ่งมีกำไรมาก องค์กรก็จะสามารถขยายงาน ขยายอุปกรณ์

ขยายการผลิตออกไปได้มาก หากการสร้างสารไม่สามารถ
 ทำกำไรได้ องค์กรนั้นก็อยู่ไม่ได้ ดังนั้น การทำกำไรของ
 ราชการทำพิษจึงมีความสำคัญมากกว่าการสร้างสารอยู่มาก

ข้อ C

D สำคัญกว่า C = 1 ก็เพราะว่าการสร้างความหมายจากแนวคิดนี้ อย่างไร ๆ
 ก็ต้องอาศัยสื่อในการแสดงความคิดออกมา แม้การสร้าง
 ความหมายจากแนวคิดอย่างสมบูรณ์ แต่หากขาดการนำเสนอ
 ออกสู่สาธารณะ ความหมายต่าง ๆ ก็จะไม่ประโยชน์อะไร
 ดังนั้น การสร้างสารจึงมีความสำคัญเปรียบเสมือนพาหนะ
 ที่จะพาแนวคิดต่าง ๆ ในการนำเสนอ เพราะฉะนั้น การ
 สร้างสารจึงมีความสำคัญกว่าการสร้างความหมายจากแนวคิด
 อยู่เล็กน้อย

และเมื่อรวมน้ำหนักทั้งทางแนวนอนและแนวตั้ง พบว่าน้ำหนักความสำคัญของ
 แต่ละหน้าที่เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ทำกำไร 6
2. ขายเวลา 2
3. สร้างความหมายจากแนวคิด 1
4. สร้างสาร 1

Choose tentative task function

จากการพิจารณาของผู้วิจัยพบว่า หน้าหลักจริง ๆ ของรายการทำพจนานุกรมที่เกิดขึ้น
พิจารณาจากภาพรวมและตัวรายการที่ออกอากาศมา 4 ปี สรุปได้ว่า หน้าแรกที่เด่นชัดของรายการ
นี้คือ เป็นรายการที่ทำกำไร

นั่นคือ

Task Function = ทำ/กำไร

กฎข้อที่ 2

แยกแยะหน้าที่หลักและหน้าที่รอง โดยแบ่งออกเป็น 2 พวก ด้านซ้ายเป็นพวกที่จำ
เป็นต่อ Task Function ก็จะเป็นหน้าที่หลัก ส่วนด้านขวาเป็นหน้าที่ไม่จำเป็นนัก คือเป็นหน้าที่
สนับสนุนเท่านั้น

ดังนั้น เราจัดแบ่งกลุ่มได้ 2 พวกดังนี้

BASIC FUNCTION

ดำเนินตาม/เงื่อนไขการขาย (ฝ่ายสร้างสรรค์)

สื่อ/ความหมาย (ฝ่ายผลิต)

สร้าง/สาร (ฝ่ายผลิต)

กำหนด/เวลา (ช่อง 7)

สร้าง/บทพิธีกร (ฝ่ายสร้างสรรค์)

กำกับ/ภาพ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

SUPPORTING FUNCTION

รวบรวม/ข้อมูล (ฝ่ายสร้างสรรค์)

สำรวจ/ข้อมูล (ฝ่ายสร้างสรรค์)

พัฒนา/เรื่อง (ฝ่ายสร้างสรรค์)

คัดเลือก/ตัวแสดง (ฝ่ายสร้างสรรค์)

บริหาร/กองถ่าย (ฝ่ายสร้างสรรค์)

บริหาร/การเงิน (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ตัดต่อ/เรื่อง (ฝ่ายสร้างสรรค์)

เลือก/เรื่องออกอากาศ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ทำ/บทพากษ์ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

เสริม/เทคนิคเสียง (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ปรับ/รายการ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ควบคุม/คุณภาพ (ช่อง 7)

สร้าง/บทพิธีกร (ฝ่ายสร้างสรรค์)

แก้ไข/เนื้อรายการ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

สร้าง/ระบบทีม (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ฝึก/ทักษะการทำงาน (ฝ่ายสร้างสรรค์)

เพิ่ม/ความรับผิดชอบ (ฝ่ายสร้างสรรค์)

ขาย/เวลา (ช่อง 7)

BASIC FUNTION

กำหนด/เนื้อหา (ฝ่ายขาย)

SUPPORTING FUNCTION

จำหน่าย/สินค้า (ช่อง 7)

ระบาย/สินค้าเก่า (ช่อง 7)

กำหนด/ตัวแสดง (ช่อง 7)

จัดระบบ/การตลาด (ฝ่ายขาย)

สร้าง/งาน (ฝ่ายผลิต)

สร้าง/ชื่อเสียง (ฝ่ายผลิต)

กฎข้อที่ 3

ซึ่งเฉพาะว่า ในหน้าที่หลักเมื่หน้าที่ใดบ้างที่เป็นหน้าที่หลักในขั้นต้น (Primary Basic Function) ซึ่งจะพิจารณาได้โดยดูว่ามันมีผลอย่างไรต่อหน้าที่สูงสุด (Task Function) (How does it perform the task function?) จากการพิจารณาแล้วว่าหน้าที่ที่ช่วยทำกำไรให้กับรายการทำนุสัจเน็หมอยู่ 5 ประการด้วยกันคือ



เหตุผลที่ยกมาประกอบหน้าที่ 5 ประการข้างต้นก็คือ รายการทำพิธีสงฆ์เนื่องจากการดำเนินตามเงื่อนไขการขายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาจากฝ่ายสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่เป็นการช่วยเสริมให้ขายง่าย สร้างเงื่อนไขในลักษณะเป็นประโยชน์ต่อการขายในระยะเวลายาวนาน ทำกำไรให้เกิดขึ้นอย่างมั่นคงและแน่นอน ประกอบกับการส่งเสริมการขายจากสถานีช่อง 7 ตลอดเวลาทำให้ผู้ชมที่ชมช่อง 7 ได้รับข่าวสาร และการกระตุ้นเตือนโดยตลอด ซึ่งคู่แข่งไม่มีการส่งเสริมการขายเช่นนี้เลย (T.V)

และการจัดระบบการตลาดของฝ่ายขายนั้น ส่งผลอันเป็นประการสำคัญเลยทีเดียว ที่ทำให้รายการทำนุบำรุงมีกำไร โดยพิจารณาได้จากในช่วงพัฒนาการทั้ง 3 ช่วง การขายสปอตและการขาย VTR ต่างมีส่วนช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน และทำกำไรให้กับรายการเป็นอย่างมาก

กำหนด เวลา นี้มีผลต่อกำไรของรายการเช่นกัน เนื่องจากเวลาของรายการนำเสนอนั้นในช่วงบ่ายของวันอาทิตย์ซึ่งเป็นเวลาที่ "ดี" ในการเสนอรายการประเภทนี้ ถ้าเปลี่ยนไปเสนอในตอนเย็น หรือดึกมาก ๆ ก็จะมีผลต่อกำไรของรายการแน่นอน เพราะผู้ชมกลุ่มเป้าหมายขาดโอกาสและแรงจูงใจที่จะต้องดู

ส่วนการสร้างสารและสร้างความหมายจากแนวคิดนี้มีผลควบคู่กันไปที่การทำกำไรของรายการนี้เนื่องจากผู้ชมที่ชมรายการ ส่วนสำคัญมาจากการทำความเข้าใจกับสารและความหมายของสารได้โดยง่าย อีกทั้งยังมีความหลากหลาย น่าตื่นเต้น ชวนติดตามอีกต่างหาก ความแปลกใหม่เหล่านี้ย่อมทำให้สารที่ส่งออกมา มีผลต่อตัวเลขผู้ชมต่อรายการ และส่งผลต่อไปยังกำไรของรายการด้วย

กฎข้อที่ 4

ผู้เฉพาะถึงหน้าที่สนับสนุนขั้นต้น (Identify Primary Supporting Functions)

โดยแบ่งความหมายให้อยู่ใน 4 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. แน่ใจว่าจำเป็นพึ่งพาได้แน่นอน (Assure dependability)
2. แน่ใจเรื่องความสะดวก (Assure convenience)
3. ทำให้สินค้าเด่นขึ้น (Enhance product)
4. สร้างความพึงพอใจ (Please sense)

และจากนั้นจะนำเอาหน้าที่ที่สนับสนุนขั้นต้นแบ่งตามหัวข้อดังนี้

1. แน่ใจว่าจำเป็นพึ่งพาได้แน่นอน (Assure dependability)

- รวบรวม/ข้อมูล (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- สำรวจ/ข้อมูล (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- บริหาร/การเงิน (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- แก้ไข/เนือรายการ (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- สร้าง/ระบบทีม (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- ฝึก/ทักษะการทำงาน (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- เพิ่ม/ความรับผิดชอบ (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- เพิ่ม/การใช้งาน (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- ขาย/เวลา (ช่อง 7)
- จำหน่าย/สินค้า (ช่อง 7)
- ระบาย/สินค้าเก่า (ช่อง 7)
- จัดระบบ/การตลาด (ฝ่ายขาย)
- สร้าง/งาน (ฝ่ายผลิต)
- สร้าง/ชื่อเสียง (ฝ่ายผลิต)

2. แน่ใจเรื่องความสะดวก (Assure convenience)

- บริหาร/กองถ่าย (ฝ่ายสร้างสรรค์)

3. ทำให้สินค้าเด่นขึ้น (Enhance product)

- พัฒนา/เรื่อง (ฝ่ายสร้างสรรค์)

4. สร้างความพึงพอใจ (Please sense)

- ตัดเลือก/ตัวแสดง (ฝ่ายสร้างสรรค์)
- กำหนด/ตัวแสดง (ช่อง 7)

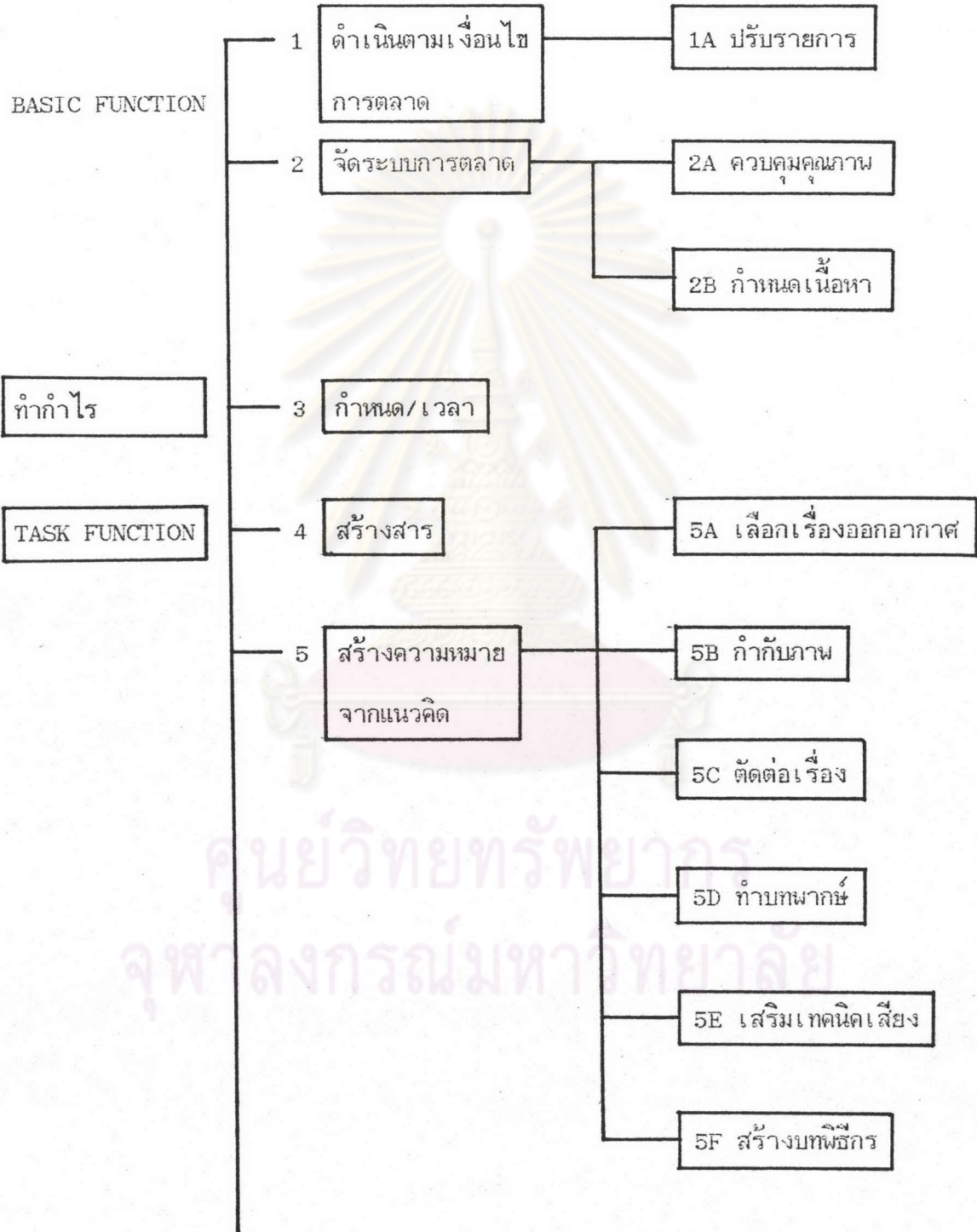


HOW

PRIMARY

BASIC FUNCTION

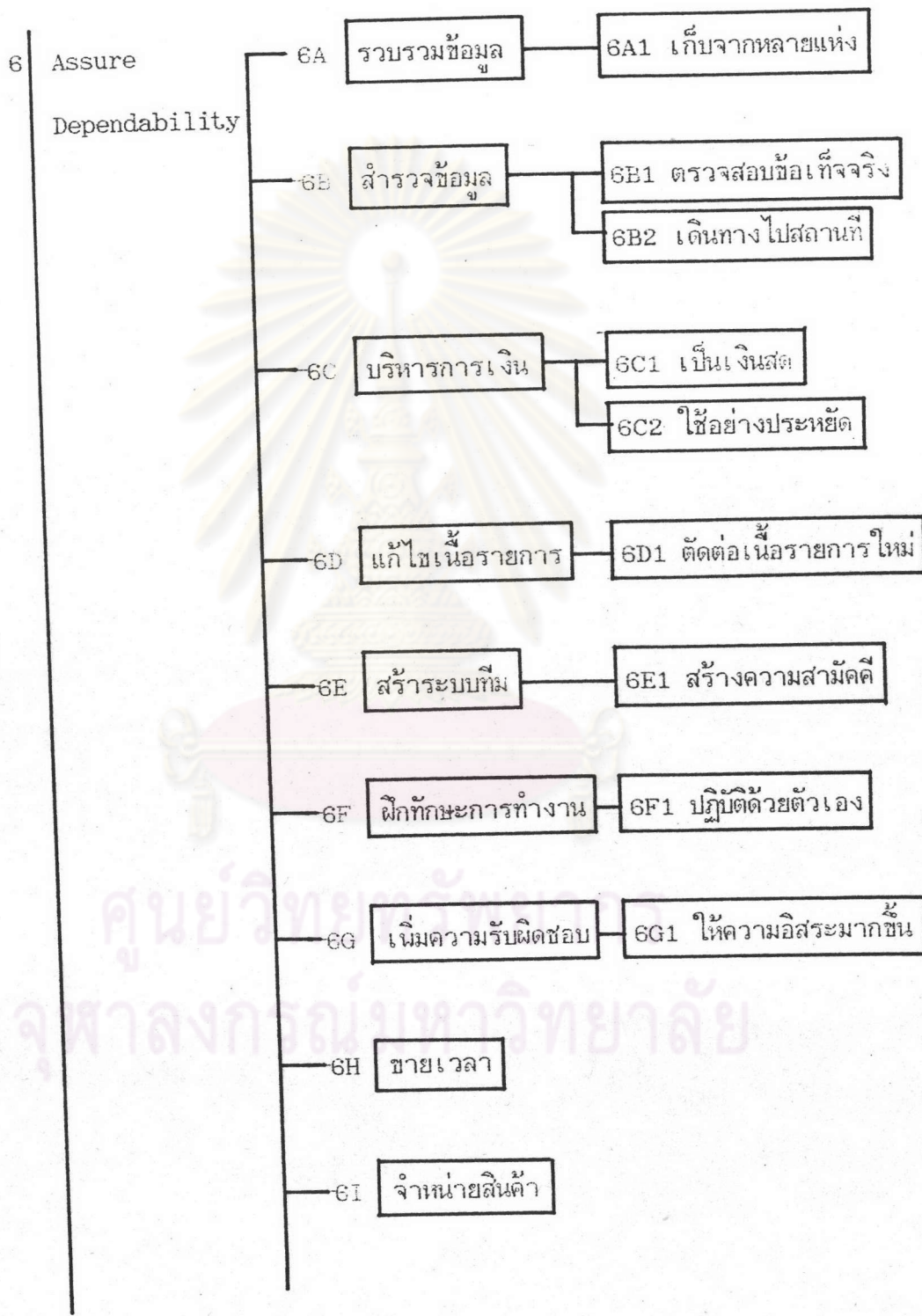
BASIC FUNCTION



PRIMARY

SUPPORTING FUNCTION

SUPPORTING FUNCTION

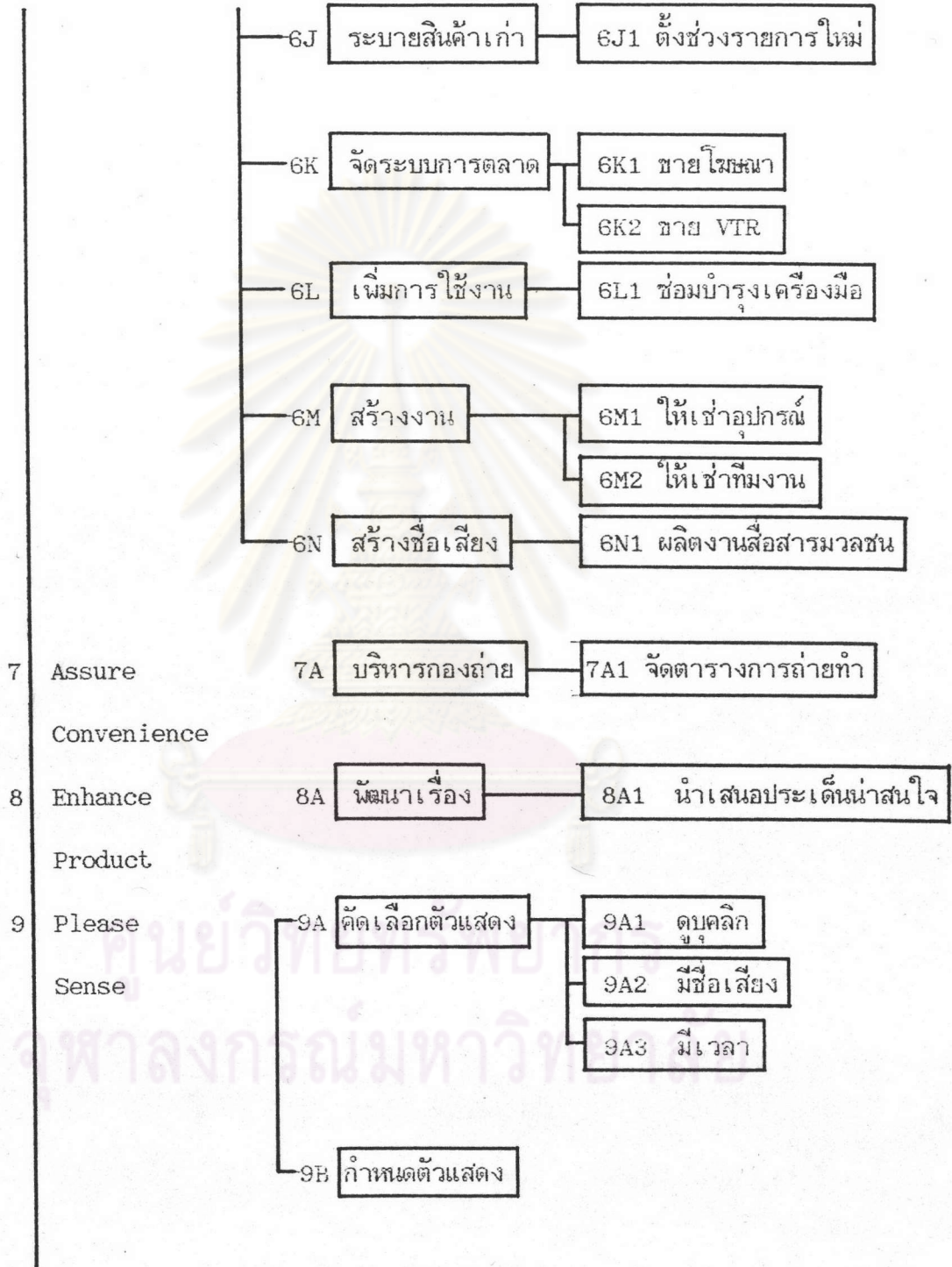


ศูนย์วิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PRIMARY

SUPPORTING FUNCTION

SUPPORTING FUNCTION



จากนั้นนำเอาหน้าที่ทุกหน้าที่มาคำนวณหาต้นทุนที่ใช้ ในบัญชีจะขอคิดจากต้นทุนที่เกิดขึ้นใน 1 เดือน (เป็นการเฉลี่ยค่าใช้จ่ายแต่ละส่วน โดยส่วนใหญ่ที่มีค่าใช้จ่ายชัดเจน เช่น ค่าเวลา, ค่าสเปด ก็จะแยกได้ชัดเจน แต่ว่าในส่วนที่เกิดจากการทำงานของบุคคล ก็จะนำเอาเงินเดือนของผู้ทำงานนั้นเฉลี่ยออกมาเป็นจำนวนชั่วโมงที่เขาได้ทำงานนั้น ๆ โดยเอาเงินเดือนหารออกมาเป็นชั่วโมงแล้วคูณเข้าด้วยจำนวนที่ชั่วโมงที่เขาได้ทำ

หน่วยบัญชี
บาท

บาท

1. ดำเนินตามเงื่อนไขการตลาด	<u>51,533</u>	
1A ปรับรายการ		51,533
2. จัดระบบการตลาด	<u>52,075</u>	
2A ควบคุมคุณภาพ		3,020
2B กำหนดเนื้อหา		2,187.5
3. กำหนดเวลา	416.62	
4. สร้างสาร	<u>262,350</u>	
5. สร้างความหมายจากแนวคิด	<u>329,375</u>	
5A เลือกเรื่องออกอากาศ		60,426.6
5B กำกับภาพ		65,850
5C ตัดต่อเรื่อง		95,000
5D ทำบทพากษ์		1,998.4
5E เสริมเทคนิคเสียง		18,000
5F สร้างบทพิธีกร		88,000

6. Assure Dependability

6A	รวบรวมข้อมูล	<u>416</u>	
6A1	เก็บจากหลายแหล่ง		416
6B	สำรวจข้อมูล	<u>20,000</u>	
6B1	ตรวจสอบข้อเท็จจริง		10,000
6B2	เดินทางไปสถานที่		10,000
6C	บริหารการเงิน	<u>4,398.08</u>	
6C1	เป็นเงินสด		665.6
6C2	ใช้อย่างประหยัด		3,732.48
6D	แก้ไขเนื้อรายการ	<u>9,849.6</u>	
6D1	ตัดต่อเนื้อรายการใหม่		9,849.6
6E	สร้างระบบทีม	<u>604.1</u>	
6E1	สร้างความสามัคคี		
6F	ฝึกทักษะการทำงาน	<u>4,498.4</u>	
6F1	ปฏิบัติด้วยตนเอง		4,498.4
6G	เพิ่มความรับผิดชอบ	<u>2,560.5</u>	
6G1	ให้ความอิสระมากขึ้น		2,560.5
6H	ขยายเวลา	<u>3,333</u>	
6I	จำหน่ายสินค้า	<u>20,000</u>	
6J	ระบายสินค้าเก่า	<u>1,145.75</u>	
6J1	ตั้งช่วงรายการใหม่		1,145.75

6K	จัดระบบการตลาด	<u>12,666.65</u>	
	6K1 ขายโฆษณา		6,333.32
	6K2 ขาย VTR		6,333.32
6L	เพิ่มการใช้งาน	<u>2,649.8</u>	
	6L1 ซ่อมบำรุงเครื่องมือ		2,649.8
6M	สร้างงาน	<u>192,000</u>	
	6M1 ให้เช่าอุปกรณ์		96,000
	6M2 ให้เช่าทีมงาน		96,000
6N	สร้างชื่อเสียง	<u>3,125</u>	
	6N1 ผลิตงานสื่อสารมวลชน		3,125
7.	Assure Convenience		
	7A บริหารกองถ่าย	<u>5,592</u>	
	7A1 จัดตารางการถ่ายทำ		5,592
8.	Enhance Product		
	8A พัฒนาเรื่อง	<u>2,997.5</u>	
	8A1 นำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ		2,997.5
9.	Please Sense		
	9A ตัดเลือกตัวแสดง	<u>1,498.59</u>	
	9A1 ดูปคลิก		499.53
	9A2 มีชื่อเสียง		499.53
	9A3 มีเวลา		499.53
	9B กำหนดตัวแสดง		416.24

หลังจากทำการแจกแจงค่าใช้จ่ายของแต่ละหน้าที่ออกมาแล้ว ลำดับต่อไปก็จะลดค่าใช้จ่ายในหน้าที่ที่ไม่ใช่หน้าที่สำคัญลงไป เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าโดยใช้การประเมินค่าของหน้าที่ ถ้าเรารู้หน้าที่ที่จำเป็นของงาน เราก็จะสามารถพิจารณาคุณค่าของงานนั้นได้

ในแผนงานขั้นต่อไปคือแผนงานขั้นที่ 4 ซึ่งสร้างสรรค์ความคิด โดยวิศวกรรมคุณค่าให้ความหมายของคำว่า "สร้างสรรค์" คือ

1. การขยายขอบเขตออกไป
2. ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยรูปแบบใหม่
3. การผลิตด้วยวิธีใหม่

แต่ทว่า เมื่อการวิเคราะห์ค่าเงินมาถึงแผนงานขั้นนี้ ผู้วิจัยได้พบว่า หลังจากเราได้เริ่มต้นหาคูณค่าของสินค้าหรือรายการโทรทัศน์ "ทำพิสุจน์" โดยพยายามค้นหาว่าทำอย่างไรที่จะเพิ่มคุณค่าของรายการทำพิสุจน์ได้ ปรากฏว่า สำหรับรายการทำพิสุจน์แล้ว เราไม่สามารถจะลดค่าใช้จ่ายตัวใดตัวหนึ่งลงไปได้ เราไม่สามารถจะค้นหาการผลิตด้วยวิธีใหม่เพื่อให้ค่าใช้จ่ายลดน้อยลง

ในการปฏิบัติจริงแล้ว คุณค่าของรายการทำพิสุจน์ไม่ได้อยู่ที่ลดค่าใช้จ่าย แต่จะเพิ่มคุณค่ารายการทำพิสุจน์ด้วยการ"เพิ่มหน้าที่ (FUNCTION) ของรายการทำพิสุจน์ให้มากขึ้น"

ในประเด็นที่จะต้องดำเนินการตามแผนงานวิศวกรรมคุณค่านี้ พบว่า ในส่วนของความคิดสร้างสรรค์ในแผนงานขั้นที่ 4 รายการทำพิสุจน์ก็ได้ปฏิบัติในลักษณะใกล้เคียงกันคือ การขยายขอบเขตการคิดรายการออกไป และการตกแต่งเพิ่มเติมด้วยรูปแบบใหม่รวมทั้งการผลิตด้วยวิธีใหม่ อย่างไรก็ตาม การคิดสร้างสรรค์ของรายการทำพิสุจน์นี้เป็นไปในลักษณะการเพิ่มหน้าที่ให้กับรายการมากขึ้น ๆ โดยมีได้คำนึงถึงการลดค่าใช้จ่ายแต่ประการใด มีแต่คิดจะผลิตวิธีใหม่ ๆ โดยให้มีหน้าที่หลากหลายขึ้น โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาจากองค์ที่เกี่ยวข้อดังต่อไปนี้

- ฝ่ายสร้างสรรค์ จะเป็นผู้คิดสร้างสรรค์หน้าที่ใหม่ ๆ ให้เพิ่มขึ้นกับรายการตลอดเวลา
- การลดค่าใช้จ่าย จะไม่อยู่ในการพิจารณา แต่จะพิจารณาว่าจะเพิ่มค่าใช้จ่ายได้มากหรือน้อยเท่านั้น
- ค่าใช้จ่ายจะอยู่ในลักษณะเหมาทั้งหมด ซึ่งในที่นี้หมายถึง ระบบการผลิตโดยรวมของบริษัท กันตนา ซึ่งมีบริษัทฝ่ายขายคือ บริษัท กันตนา เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นผู้เช่าอุปกรณ์ PRODUCTION ทั้งหมดของบริษัทแม่ และมีฝ่ายสร้างสรรค์เป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการ แต่ลักษณะที่กล่าวมานี้ เป็นลักษณะเฉพาะของบริษัท กันตนา จำกัด รวมเรียกว่า "ระบบครอบครัว"
- ช่อง 7 สี เป็นผู้พิจารณาเงื่อนไขต่าง ๆ ที่จะช่วยในการเพิ่มหน้าที่ของรายการทำพิธีขึ้นให้กับสถานี โดยพิจารณาเงื่อนไขที่มคอค่าต่อสถานีเป็นหลัก
- ฝ่ายผลิต จะต้องยอมรับเงื่อนไขดังกล่าวจากสถานี โดยที่จะต้องหาหน้าที่ที่เพิ่มขึ้นของรายการทำพิธีขึ้นในส่วนของตนเองไปพร้อม ๆ กัน

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า มีเงื่อนไขหลายประการที่แตกต่างออกมาจากทฤษฎีวิศวกรรมคุณค่า จึงทำให้ไม่สามารถดำเนินแผนงานของทฤษฎีนี้ต่อไปจนถึงขั้นสุดท้ายได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย