

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการโครงสร้างองค์กรช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่ก่อตั้งองค์กรจนถึงปัจจุบัน (2520-2544) 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรและการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. และ 3) เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ระหว่างปี พ.ศ. 2520-พ.ศ. 2544

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงประวัติศาสตร์โดยศึกษาจากเอกสาร และคำบอกเล่าจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (key informant) การวิเคราะห์เอกสารผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520-2544 ตลอดจนบทความ ข่าวและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง และสำหรับบทนี้ได้ทำการแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สามารถสรุปผลได้ดังนี้

พัฒนาการโครงสร้างองค์กรช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ในการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของช่อง 9 อ.ส.ม.ท., โครงสร้างองค์กร อำนาจหน้าที่ และภารกิจของส่วนงาน อ.ส.ม.ท. ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ รวมถึงบทสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่า พัฒนาการโครงสร้างองค์กรช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น ตัวโครงสร้างองค์กรไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงใดๆเลยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน(2544) โดยแกนหลักของโครงสร้างยังคงมีลักษณะเช่นเดิม ซึ่งก็คือระดับฝ่ายและสำนักงานต่างๆไม่เคยปรับเปลี่ยนใดๆ

แต่ในขณะที่การปรับเปลี่ยนจะเกิดที่ส่วนย่อยเสมอ ซึ่งก็คือในระดับส่วนงาน และเมื่อศึกษาจากประวัติองค์กรพบว่า ทาง อ.ส.ม.ท. มีการปรับปรุงองค์กรมาโดยตลอด ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนในทุกๆด้าน แต่การปรับเปลี่ยนนั้น ไม่ใช่เป็นการปรับที่ตัวโครงสร้างการบริหารองค์กร แต่เป็นการปรับเพื่อพัฒนาตัวองค์กรให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีต่างๆมาพัฒนารายการให้มีคุณภาพหรือการสั่งซื้อรายการจากต่างประเทศ ซึ่งก็ล้วนแต่เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาองค์กรทั้งสิ้น ดังนั้น จะกล่าวได้ว่าตั้งแต่ก่อตั้ง อ.ส.ม.ท. มา ทางองค์กรมีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงในด้านได้บ้าง ซึ่งพอที่จะสรุปพัฒนาการด้านต่างๆที่เกิดขึ้น ได้ดังนี้

1. เทคโนโลยี
2. การดำเนินธุรกิจ(เศรษฐกิจ)
3. วัตถุประสงค์หรือนโยบายผู้บริหารองค์กรในแต่ละยุค

ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงาน ไม่ว่าจะเป็นช่วงที่ 1 ช่วงที่ 2 หรือช่วงที่ 3 การปรับเปลี่ยนโครงสร้างจะทำการปรับในระดับส่วนงานเท่านั้น สำหรับฝ่ายหรือสำนักงานอื่นๆยังคงเป็นเช่นเดิม และจากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลที่เป็นบทความ เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทสัมภาษณ์จากบุคคลต่างๆ ซึ่งพอที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรมี 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางสถานีโทรทัศน์ไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ การเมือง,เศรษฐกิจ
2. ปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางสถานีโทรทัศน์เป็นผู้กำหนดขึ้นเอง หรือเป็นไปตามแนวคิดหลักของตัวองค์กร ได้แก่ นโยบายองค์กร,เทคโนโลยี

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังรายการ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังรายการ ผู้วิจัยได้อาศัยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังรายการของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มี 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยภายใน คือ นโยบายผู้บริหารที่มีต่อผังรายการ
2. ปัจจัยภายนอก คือ ตัวเลขวัดระดับความนิยม(เรทติ้ง),อิทธิพลและแรงกดดันทางการเมือง,สภาพเศรษฐกิจและการตลาด,ด้านประชากรศาสตร์

แต่ในส่วนของเทคโนโลยี กล่าวได้ว่า ไม่มีผลต่อการจัดผังรายการของสถานี แต่เป็นการเพิ่มศักยภาพทางด้านรายการให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น

พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9

ในการศึกษาถึงพัฒนาการของการจัดผังรายการ ผู้วิจัยได้อาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก ชาว สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งผังรายการปี พ.ศ. 2520-2544 ออกเป็นช่วง โดยดูจากช่วงเวลาที่ย่ออากาศเพื่อศึกษาพัฒนาการของการจัดผังรายการ โดยช่วงเวลาที่แบ่งได้มีด้วยกัน 3 ช่วง ซึ่งแต่ละช่วงจะมีช่วงระยะเวลาที่ไม่เท่ากัน เนื่องจากผู้วิจัยวิเคราะห์จากเวลาที่ออกอากาศของแต่ละปีว่ามีความแตกต่างกันและได้ทำการจัดกลุ่มที่มีการออกอากาศแบบเดียวกันไว้อยู่ในช่วงเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้แต่ละช่วงมีจำนวนปีที่แตกต่างกัน และเมื่อศึกษาถึงพัฒนาการของการจัดผังรายการก็จะพบว่าแบ่งออกเป็น 3 ช่วงตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งได้แก่

1. ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2520 (1 ปี) วันจันทร์ถึงศุกร์ ออกอากาศตั้งแต่ภาคบ่ายถึงภาคค่ำ ส่วนวันเสาร์และอาทิตย์ มีการแบ่งการออกอากาศเป็น 2 ช่วง คือ ภาคเช้าถึงภาคบ่าย และ ภาคบ่ายถึงภาคค่ำ และจัดได้ว่าผังรายการในช่วงนี้ เป็นผังรายการที่สะท้อนต่อนโยบายองค์กรที่ตั้งไว้ในตอนแรก คือ การมุ่งเน้นทำประโยชน์เพื่อสังคมและต้องสามารถดำเนินธุรกิจได้เนื่องจากเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ
2. ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2521-2534 (13 ปี) การแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่วันจันทร์ถึงอาทิตย์ จะออกอากาศไม่เกิน 24.00 น. จัดได้ว่าผังรายการในช่วงนี้ เป็นผังรายการเพื่อการพาณิชย์
3. ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2535-2544 (9 ปี) การแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่วันจันทร์ถึงอาทิตย์ จะออกอากาศตั้งแต่ภาคเช้าและปิดสถานีหลัง 24.00 น. และจัดได้ว่าผังรายการในช่วงนี้

เป็นผังรายการเพื่อการพาณิชย์แต่พยายามสร้างภาพลักษณ์ของสถานีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในด้านของการเป็นสถานีแห่งข้อมูลข่าวสารเพื่อสังคม

นอกจากนี้ยังพอที่จะสรุปผลเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดผังรายการได้ว่าช่วงเวลาที่ใช้วิธีการเสนอรายการแข่งขันกัน แสดงว่าทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีความมั่นใจในรายการของตนว่าสามารถที่จะดึงกลุ่มผู้ชมจากช่องอื่นได้ ในขณะที่ช่วงเวลาการจัดผังรายการด้วยวิธีจัดผังเดี่ยว แสดงว่ารายการไม่สามารถแข่งขันกับช่องอื่นได้ โดยทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีรายการที่เป็นจุดเด่นของสถานีอยู่ 3 ประเภท คือ 1) รายการการ์ตูน สำหรับผู้ชมที่เป็นเด็ก 2) รายการสาระความรู้ สำหรับกลุ่มผู้ชมที่สนใจข่าวสารข้อมูล และ 3) รายการกีฬา สำหรับกลุ่มที่สนใจรายการบันเทิงประเภทกีฬา

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานที่ตั้งไว้คือการปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์กรมีผลมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง และส่งผลต่อการควบคุมและกำหนดการจัดผังรายการ รวมถึงสัดส่วนรายการ

ในประเด็นที่เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรของ อ.ส.ม.ท. เป็นที่สังเกตได้ว่าการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานองค์กรของ อ.ส.ม.ท. จะเกิดขึ้นเฉพาะระดับส่วนงาน โดยเฉพาะในส่วนของผู้บริหาร ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่ารัฐบาลที่เข้ามาบริหารประเทศทุกยุคทุกสมัยจะต้องคอยตรวจสอบองค์กรสื่อในเรื่องของการเสนอข่าวออกสู่ประชาชน เพื่อไม่ให้ภาพลักษณ์ของรัฐบาลเสียหาย ทำให้ในการทำงานหรือในการนำเสนอข่าวนั้นไปไม่เป็นไปอย่างตรงไปตรงมาหรือมีการบิดเบือนจากความเป็นจริง เพราะเป็นผลมาจากแรงบีบบังคับที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ในขณะที่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารในส่วนอื่นก็เกิดขึ้นเช่นกัน แต่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานในส่วนอื่น จะมีลักษณะของการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดสภาพคล่องตัวในการปฏิบัติงาน สังเกตได้จากการยุบส่วนพัสดุและอาคารสถานที่ แล้วแตกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนพัสดุ 2) ส่วนอาคารสถานที่ หรือการยุบส่วนแผนวิสาหกิจและงบประมาณ แล้วแตกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนแผนวิสาหกิจ 2) ส่วนงบประมาณ การปรับส่วนงานโดยการแยกออกเป็นคนละส่วน จะสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรมีการขยายภารกิจการทำงานมากขึ้น การแบ่งส่วนงานจะช่วยให้การทำงานแยกกันเป็นระบบมากขึ้น เกิดความสะดวกในการควบคุมดูแลและจะปฏิบัติหน้าที่ได้ถ่วงถึงมากกว่า แต่ในขณะเดียวกันอาจมองว่าการปรับเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากแรงผลักดัน

ภายในตัวองค์กรที่ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งการปรับเปลี่ยนองค์กรดังกล่าวจะสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (1998) ที่ให้ความเห็นว่าการที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนถูกควบคุมในระดับต่างๆ ทำให้องค์กรผู้ผลิตสื่อไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่ต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางแรงกดดันจากตัวแปรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและปฏิบัติงานขององค์กร

นอกจากนี้ในส่วนของ การปรับโครงสร้างองค์กรของทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น ทาง อ.ส.ม.ท. ให้ความสำคัญกับนโยบายของผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. เป็นหลัก ซึ่งนโยบายของผู้บริหารจะแตกต่างกันไปแต่ละยุค แต่ในขณะที่นโยบายของผู้อำนวยการเป็นปัจจัยหลักในการปรับโครงสร้างของ อ.ส.ม.ท. ปัจจัยด้านอื่นก็คือ การได้รับคำสั่งจากทางรัฐมนตรีประจำสำนักรัฐมนตรีที่คอยสั่งการมายังผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. ให้ปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง ซึ่งผู้ที่มารับตำแหน่งรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีก็จะถูกคัดเลือกมาจากรัฐบาลที่เข้ามาบริหารอยู่ในขณะนั้น ดังนั้น ถึงแม้จะปรับเปลี่ยนรูปแบบขององค์กรอย่างไร หรือสร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์กรที่ปลอดจากเรื่องการเมือง ก็คงไม่สามารถจะทำให้หมดไปโดยสิ้นเชิง รวมถึงในเรื่องของการนำเสนอรายการด้วยเช่นกัน ถึงแม้ว่าผู้อำนวยการจะมีสิทธิ์ขาดสูงสุดในเรื่องของการเพิ่มหรือถอดรายการ แต่ในความเป็นจริงรายการบางรายการอาจมีที่มาจากนอกระบบการทำงานจึงไม่สามารถที่จะถอดออกได้ หรือกล่าวได้ว่าเป็นรายการที่มาจากระบบเส้นสาย ไม่ว่าจะเป็นการเมือง หรือผู้มีอิทธิพล นอกจากนี้ยังรวมถึงการที่ผู้อำนวยการถูกควบคุมหรือถูกกำกับโดยรัฐบาลผ่านทางรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หากผู้อำนวยการจะเพิ่มหรือถอดรายการใดก็จะต้องถูกสอดส่องอยู่ตลอดเวลา และต้องคอยรับคำสั่งต่างๆ ที่นอกเหนือจากภาระหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติซึ่งคำสั่งต่างๆ ล้วนมาจากคำสั่งของรัฐบาลอีกทีหนึ่งอย่างแน่นอน

คงอาจจะกล่าวได้ว่าช่อง 9 อ.ส.ม.ท. หนีไม่พ้นการเมือง ซึ่งไม่ว่าจะเป็นยุคใดก็คงมีอยู่เรื่อยๆ ในเรื่องของการแทรกแซงการบริหารสื่อ คงจำเป็นที่จะต้องยอมรับว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงคือ เป็นธรรมชาติขององค์กรสื่อ ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยนแก้ไขกฎหมายก็ตาม ก็ยังสามารถที่จะถูกแทรกแซงจากอิทธิพลการเมืองได้ตลอดเวลา ซึ่งก็อาจจะขึ้นอยู่กับผู้บริหารหรือหัวหน้าต่างๆ ว่าจะมีความเอนเอียงทางการเมืองมากน้อยเพียงใด ตราบที่รัฐมนตรียังเป็นประธานกรรมการอยู่ก็เป็นเรื่องที่ไม่สามารถจะทำให้ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. หลุดพ้นจากแรงบีบบังคับทางการเมือง แต่ในส่วนของระดับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานคงไม่สนใจในเรื่องการเมืองมากมายเท่าไร และถึงแม้จะสนใจก็ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นใดๆ ได้มาก และอีกประการหนึ่งคือ ระดับเจ้าหน้าที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย

ใดๆในการมีส่วนร่วมหรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ ดังนั้น จึงพอที่จะสรุปว่าการที่องค์กรจะแปรเปลี่ยนไปตามกระแสการเมืองมากน้อยเพียงใด มักจะขึ้นอยู่กับระดับผู้บริหารองค์กรเป็นสำคัญ

ในขณะที่การนำมาซึ่งรายได้ขององค์กรก็เป็นอีกสาเหตุสำคัญต่อการปรับโครงสร้างองค์กร การนำเงินส่งคลังเป็นตัวสะท้อนสถานะองค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งเห็นได้ว่าทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทำหน้าที่นี้มาโดยตลอดแม้ในบางครั้งที่การนำเงินส่งคลังอาจจะไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งเห็นได้ชัดในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำ การนำเงินส่งคลังเริ่มลดลง แต่ถึงแม้ทางสถานีจะได้รับผลกระทบจากปัญหาต่างๆ แต่ก็ยังจำเป็นที่จะต้องพัฒนาตัวเองเพื่อให้ทันกับยุคสมัย และสำหรับทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ถือได้ว่าเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญในเรื่องของระบบดิจิทัลโดยตลอด รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆที่นำมาเพื่อปรับปรุงองค์กรและรายการให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันกับสถานีอื่น ซึ่งปัจจัยต่างๆที่กล่าวมานั้นได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ John Child (1976) ที่กล่าวว่า แรงกดดันที่ทำให้ต้องปรับโครงสร้างองค์กร มี 1) สภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จากพรรคการเมือง ภาวะเศรษฐกิจโลก 2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กร 3) บุคลากรภายในองค์กร

ในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ผู้วิจัยพบว่าการบริหารผังรายการจำเป็นจะต้องมีทักษะพื้นฐานและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมเพื่อนำมาวิเคราะห์ ดังนั้นการเลือกรายการต่างๆ จึงมีความจำเป็นเพื่อให้ตอบสนองต่อผู้ชม โดยทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีขั้นตอนการเสาะแสวงหารายการมีอยู่ด้วยกัน 4 แหล่ง คือ 1) ผลิตเอง 2) เช่าเวลา 3) ทำธุรกิจร่วม และ 4) การเช่าลิขสิทธิ์ ซึ่งแหล่งที่มาดังกล่าวสอดคล้องกับ Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994) ไม่ว่าจะรายการที่มาจากบริษัทเอกชนผลิตรายการ, ผู้ผลิตจากต่างประเทศ, รายการของทางสถานี, กำลังในการขายซึ่งก็คือการที่ทางสถานีขายเวลาในการออกอากาศ ล้วนแต่เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ทั้งสิ้น ยกเว้น การทำธุรกิจร่วม ซึ่งเป็นแนวทางที่ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใช้กับผู้ผลิตที่ขาดความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์ โดยทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จะให้ใช้อุปกรณ์ สถานีที่เป็นทุน ผู้ร่วมธุรกิจจะออกเงิน แล้วค่อยแบ่งส่วนแบ่งรายได้กันทีหลัง ซึ่งจะเห็นได้ว่าที่มาของรายการก็คงยึดติดอยู่การทำธุรกิจอยู่เช่นกัน แต่ถ้าหากกล่าวในลักษณะภาพรวมแล้ว อาจจะถือได้ว่าเป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่มีผลต่อการปรับผังรายการก็ว่าได้

สำหรับทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับผังรายการประกอบไปด้วยปัจจัยภายใน คือ นโยบายผู้บริหารที่มีต่อผังรายการ และปัจจัยภายนอก คือ เทรตติ้ง, การเมือง, สภาพเศรษฐกิจ และลักษณะทางประชากร โดยสอดคล้องกับ Carroll และ Davis (1993) ที่ได้กล่าวไว้

ว่า ปัจจัยแวดล้อมสื่อโทรทัศน์เป็นคำรวมที่ใช้เรียกปัจจัยต่างๆที่ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้และมีผลกระทบต่อการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งได้พูดถึงปัจจัยไว้ดังนี้

1. นโยบายการจัดการ นโยบายการดำเนินงานของผู้บริหารหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นตัวสะท้อนการเป็นเจ้าของสื่อ ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการวางแผนรายการ เพราะเป็นกรอบแนวทางในการตัดสินใจเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งในบางคั้งนโยบายการจัดการ อาจถือเป็นนโยบายองค์กรด้วยก็ได้ เพราะเนื่องจากนโยบายองค์กรได้ถูกกำหนดตามวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานี ซึ่งสะท้อนตัวขององค์กร

เห็นได้ว่าปัจจัยในข้อนี้ตรงกับทางสถานีช่อง 9 อย่างมาก เพราะเนื่องจากทางช่อง 9 เอง ก็ต้องดำเนินการตามนโยบายที่เกิดจากผู้อำนวยการในแต่ละยุค ซึ่งก็มีความแตกต่างกันในทุกยุคทุกสมัย เห็นได้จากรายการต่างๆที่ผู้อำนวยการแต่ละยุคให้ความสนใจ แต่โดยมากสำหรับทางสถานีช่อง 9 ผู้อำนวยการจะให้ความสำคัญกับรายการข่าวเป็นหลักในเกือบทุกยุค อาจเป็นเพราะทางสถานีจำเป็นที่จะต้องยึดแนวคิดหลัง หรือภูมิหลังของตัวองค์กรที่เกิดจากพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อสร้างความรู้และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน

2. เทรตติ้งหรือตัวเลขวัดระดับความนิยม เป็นตัวสะท้อนระดับความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการใดรายการหนึ่ง เทรตติ้งได้รับความสนใจมากกับบริษัทตัวแทนโฆษณา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เทรตติ้งเป็นค่าที่ทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างสถานีแต่ละแห่ง

สำหรับทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เอง ก็คำนึงถึงเรื่องเรตติ้งเป็นสำคัญด้วยเช่นกัน สังเกตได้จากข่าวในสมัยที่คุณสรจักร เกษมสุวรรณ เป็นผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับช่อง 9 ล้วนเป็นการนำเสนอเรื่องรายการที่ได้รับความนิยมต่างๆของทางสถานี และยังเป็นรายการที่สามารถสร้างเรตติ้งได้สูงอีกด้วย ซึ่งหากวิเคราะห์แล้ว การกระทำเช่นนี้ เป็นแผนทางการตลาดอีกแบบหนึ่งคือ การโฆษณารายการของทางสถานีเพื่อให้เหล่าตัวแทนโฆษณาต่างๆเกิดความสนใจที่จะนำสินค้ามาลงโฆษณา ทำให้รายการมีรายได้ แล้วทางสถานีก็มีรายได้อีกต่อหนึ่ง

3. การเมือง เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ถูกเล็งเห็นว่าเครื่องมือที่มีคุณค่ามาก ดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจที่จะถูกการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องในทุกยุคทุกสมัย ซึ่งมีผลต่อผังรายการอย่างมาก โดยการใช้อำนาจเข้ามาแทรกแซงรายการ โดยเฉพาะในส่วนของรายการข่าว

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่าทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นสถานีที่เกิดจากรัฐบาล ดังนั้นจึงหลีกเลี่ยงไม่พ้นแรงกดดันทางการเมือง ไม่ว่าจะโดยตรงจากรัฐบาลในเรื่องของข่าว หรือโดยทางอ้อมโดยการส่งคนมีความคุมดูแลในฐานะรัฐมนตรีประจำสำนักรัฐมนตรี

4. สภาพเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของสภาวะทางเศรษฐกิจแต่ละครั้ง มักจะส่งผลกระทบต่อระบบการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อการวางแผนรายการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ซึ่งทางช่อง 9 เองก็เคยประสบกับปัญหานี้ ในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ช่อง 9 ต้องปรับเปลี่ยนผังและแนวทางต่างๆ เพื่อความอยู่รอดของทางสถานีเองหรือต่อทางผู้ผลิตรายการ โดยการหันมาผลิตรายการเองหรือการลดราคาเช่าเวลาให้กับรายการที่มีคุณค่า

5. ลักษณะทางประชากร จัดเป็นข้อมูลพื้นฐานที่บ่งบอกลักษณะของบุคคล เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ อายุ คือตัวที่นักจัดผังจะต้องทราบว่าจะเสนอรายการใดให้เหมาะกับอายุของผู้ชมที่มีความแตกต่างกัน

ทางช่อง 9 ลักษณะทางประชากรจัดได้ว่ามีความสำคัญต่อการจัดผังรายการและมีผลสืบเนื่องไปถึงเรื่องของการใช้กลยุทธ์ต่างๆมาทำการจัดผังรายการ ซึ่งทางสถานีจะศึกษาจากผู้ชมว่าใครทำอะไรในช่วงเวลาใด ตั้งแต่เช้าจนถึงเข้านอน แล้วจึงทำการจัดผังรายการให้เข้าแต่ละกลุ่มเป้าหมายและให้ครอบคลุมมากที่สุด

ในขณะที่กลยุทธ์การจัดผังรายการในช่วงไพรม์ไทม์ของทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จัดได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพราะเป็นเวลาที่ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. จะได้นำเสนอรายการที่แสดงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและจะแสดงให้เห็นว่าทางสถานีได้ปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรได้ตามนโยบายที่ตั้งไว้ ซึ่งช่วงเวลาไพรม์ไทม์ รายการที่ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นำเสนอจะได้แก่ รายการข่าว รายการสารคดี และ รายการทอล์คที่มีกรวิเคราะห์ข่าวและสังคม โดยกลยุทธ์ที่ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ใช้มีอยู่ด้วยกันหลายวิธี แต่วิธีที่จัดได้ว่าเป็นกลยุทธ์หลักก็คือ การจัดผังเสียงสถานีโทรทัศน์อื่นที่กำลังแข่งขัน (Blunting) ซึ่งเป็นการแสดงเจตจำนงที่แน่ชัดว่าสถานีของตนเป็นสถานีทางเลือก โดยการที่ทาง อ.ส.ม.ท. วางกลยุทธ์ไว้เช่นนี้ก็เพื่อที่จะช่วงชิงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้ต้องการสาระเป็นหลัก ซึ่งเป็นการแบ่งผู้ชมที่ไม่สนใจละครจากช่องอื่นโดยเป็นทางเลือกใหม่ สภาพดังกล่าวสอดคล้องกับ William J. Adams, Susan Tyler Eastman และ Robert F. Lewine (1989) ที่กล่าวว่า การจัดผังรายการโทรทัศน์ในช่วงไพรม์ไทม์ ถือได้ว่ามีความเสี่ยงสูง เป็นชื่อเสียงและศักดิ์ศรี กลยุทธ์ต่างๆ

เพื่อความหวังว่ารายการนั้นจะเข้าถึงผู้ชม ทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นกุญแจหลักที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสำหรับทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท.นั้น ถือได้ว่า รายการข่าวจัดเป็นรายการที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก จัดเป็นรายการที่สร้างรายได้ให้กับช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในส่วนของรายการสารคดีก็จัดเป็นรายการที่มีผู้ชมไม่น้อย สำหรับทั้งสองรายการนี้ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท.ได้มีการปรับปรุงแก้ไขอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้เป็นไปตามเป้าหมายองค์กร และรายการทั้งสองยังสามารถสร้างค่าเรตติ้งได้ในระดับสูง ซึ่งจะเป็นการสะท้อนได้ว่า ยังมีกลุ่มผู้ชมอยู่บางกลุ่มที่สนใจในเรื่องของข่าวและข้อมูลข่าวสารมากกว่าที่จะดูละครที่เสนอขายตามช่องอื่น ดังนั้น จึงเป็นตัวชี้ให้เห็นว่า การใช้กลยุทธ์วิธีนี้ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ประสบความสำเร็จ

นอกจากกลยุทธ์การจัดผังเลี้ยงสถานีโทรทัศน์อื่นที่กำลังแข่งขันกันจะเป็นสิ่งที่ประสบความสำเร็จสำหรับทางสถานีโทรทัศน์แล้ว หากสังเกตการจัดผังรายการในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ในช่วงเช้าจะพบว่ารายการการ์ตูนเป็นรายการที่ไม่เคยมีการย้ายเวลาหรือปรับเปลี่ยนใดๆเลย สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะเนื่องจากรายการการ์ตูนสามารถสร้างเรตติ้งและทำรายได้ให้กับทางสถานีได้เป็นอย่างมากโดยด้านกลุ่มโฆษณาก็สามารถที่จะลงโฆษณาที่เจาะตลาดเด็กได้ตามต้องการ เวลาที่นำเสนอก็เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กคือเป็นวันหยุดเด็กๆสามารถดูได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องกิจกรรมอื่นๆที่จะต้องทำ อีกทั้งทางช่อง 9 ถือเป็นต้นแบบของรายการการ์ตูนมาตั้งแต่แรกเริ่มก่อตั้งสถานี ดังนั้นจึงเป็นการสร้างความจงรักภักดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย จะเห็นได้ว่ารายการการ์ตูนเป็นรายการที่วางแผนด้านกลยุทธ์และการตลาดไว้เป็นอย่างดีจนทำให้รายการประสบความสำเร็จอย่างมาก แต่เมื่อพิจารณาดูแล้ว จะทำให้เกิดความคิดว่าทำไมทางสถานีถึงไม่นำกลยุทธ์เช่นเดียวกับรายการการ์ตูนไปปฏิบัติกับผังรายการหรือรายการในช่วงอื่นๆ ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง

ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้ทำการนำเสนอรายการต่างๆที่มีความหลากหลาย โดยรายการประเภทต่างๆก็จะมีปริมาณสัดส่วนที่แตกต่างกันออกไป สำหรับการนำเสนอรายการที่ทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ปฏิบัติอยู่ จะพบว่า ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งองค์กรมาในปี พ.ศ. 2520 จนมาถึง ปี พ.ศ. 2544 รายการประเภทบันเทิงจัดเป็นรายการที่มีสัดส่วนในการนำเสนอมาเป็นอันดับหนึ่งอยู่ตลอดเวลา โดยมีการนำเสนอไม่ต่ำกว่า 45 เปอร์เซ็นต์ของรายการทั้งหมดในช่วงที่ 1 และมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ในช่วงที่ 2 และช่วงที่ 3 สำหรับในส่วนของรายการประเภทข่าวและรายการประเภทสาระความรู้จะมีสัดส่วนที่น้อยลงมาอย่างเห็นเด่นชัด ถึงแม้ว่าในปีแรกเมื่อเทียบสัดส่วนรายการบันเทิงกับสัดส่วนรายการสาระความรู้รวมกับรายการข่าวแล้ว จะทำให้มีความแตกต่างกันไม่มากนัก แต่ในช่วงต่อๆมาพบว่าสัดส่วนเริ่มทิ้งห่างและชัดเจนในที่สุด ซึ่งสัดส่วนนี้จะสะท้อนให้เห็นได้

ว่า การทำหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เริ่มที่จะไม่เป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ในครั้งแรก จึงอาจกล่าวได้ว่า การแข่งขันทางธุรกิจหรือด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญที่ทำให้สถานีมีการเปลี่ยนแปลงไป ทางสถานีเองมีความต้องการในเรื่องของรายได้เป็นสำคัญ นอกจากนี้สัดส่วนรายการที่กล่าวมาแล้ว ยังสังเกตได้จากการนำเสนอข่าวต่างๆที่เป็นการสนับสนุนช่อง 9 ซึ่งทำให้องค์กรไม่ตอบสนองต่อการเป็นองค์กรของรัฐที่ต้องกระทำหน้าที่ให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน การให้ข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมกระทำอย่างไม่เต็มที่ ซึ่งขัดต่อความคิดเกี่ยวกับสถานีบริการสาธารณะ โดยสถานีช่อง 9 มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของ Mark J. Banks (1994) ซึ่งพอจะกล่าวได้ว่า สำหรับโทรทัศน์สาธารณะ การไม่มีธุรกิจการค้าทำให้การดำเนินการมีบุคลิกลักษณะที่เน้นในด้านปรัชญาการจัดผังรายการ ปรัชญาก็คือการเลือกรายการที่ตรงกันข้ามกับการแพร่ภาพออกอากาศเพื่อเชิงพาณิชย์ นั่นคือ รายการที่เลือกไม่จำเป็นต้องคำนึงการจัดผังรายการที่เป็นเครือข่ายของมวลชนแต่จะสนใจชนกลุ่มน้อยหลากหลายกลุ่ม และทำรายการที่เป็นประโยชน์ สำหรับทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น ค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญในด้านธุรกิจมากขึ้น อาจมองได้ว่าเริ่มมีการนำแนวทางของสถานีโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์มาปฏิบัติ โดยสิ่งที่เริ่มทำให้สะท้อนไปเป็นเช่นนั้นก็คือ สัดส่วนรายการที่เน้นหลักด้านบันเทิง ซึ่งไปสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ของ Yves Achille และ Bernard Miege (1994) ที่ได้กล่าวว่าความแตกต่างของสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะกับสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ มีความแตกต่างที่เด่นชัด คือ ลำดับความสำคัญของสัดส่วนรายการโทรทัศน์เชิงธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการให้ความบันเทิงมากกว่าการให้ข้อมูลข่าวสารและการศึกษา

ดังนั้น จึงพอที่จะกล่าวได้ว่า อ.ส.ม.ท. เป็นองค์กรที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ในด้านของสัดส่วนรายการ ที่ให้ความสำคัญกับรายการประเภทบันเทิงมาเป็นอันดับแรก แต่ในขณะเดียวกัน ทาง อ.ส.ม.ท. เองก็พยายามที่จะปรับปรุงตัวองค์กรเองด้วยการนำเสนอในส่วนของข่าวและสาระความรู้ให้มากขึ้น และจากการสังเกตจะพบว่า รายการที่นำเสนอในช่วง พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา จะเน้นรายการในเรื่องของสาระความรู้มากขึ้น แต่มีลักษณะที่มีความบันเทิงสอดแทรกเข้ามาด้วย ดังนั้น จึงอาจจะกล่าวได้ว่า อ.ส.ม.ท. เป็นองค์กรที่อยู่ระหว่างแนวคิดแบบสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะกับแนวคิดแบบสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ ไม่สามารถที่จะระบุได้อย่างเฉพาะเจาะจงว่าเป็นแบบใดแบบหนึ่ง

หากทำการเปรียบเทียบกับองค์กรสื่อระดับโลกที่ได้ชื่อว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อสาธารณะในเรื่องของสัดส่วนรายการ จะทำให้ทราบและเห็นได้ทันทีว่า อ.ส.ม.ท. มีความแตกต่างอย่างสิ้น

เชิงในเรื่องของการนำเสนอรายการ ซึ่งจากข้อมูลสัดส่วนผังรายการของสถานีโทรทัศน์ BBC ปี 1995 พบว่า ทางสถานีนำเสนอรายการประเภทสารคดี 32% บันเทิง 23% กีฬา 20% เด็ก 8% ละคร 6% อื่นๆ 11% และเมื่อนำรายการประเภทบันเทิงแบบต่างๆมารวมกันแล้วก็จะได้เปอร์เซ็นต์สูงสุด คือ 49 % หรือในกรณีของทางสถานีโทรทัศน์ NHK ของญี่ปุ่นที่มีสถานีในเครือข่ายหลายสถานี เมื่อดูในสัดส่วนของการนำเสนอรายการแล้ว พบว่าไม่ว่าจะเป็นสถานีในเครือข่ายใด ก็ล้วนแต่ที่จะเสนอรายการประเภทบันเทิงโดยมีเปอร์เซ็นต์สูงสุดคือ 27.6 % ซึ่งก็คือสถานี DBS-2 ส่วนสถานีอื่นๆจะเสนอรายการบันเทิงน้อยกว่าอีก ในขณะที่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้นำเสนอรายการประเภทบันเทิง ซึ่งไม่ว่าจะอยู่ในช่วงไหนก็ล้วนแต่มีสัดส่วนที่เกินกว่า 45 % ทั้งสิ้น ดังนั้น จึงคาดการณ์ได้ว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ไม่สามารถที่จะก้าวไปเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เป็นสื่อเพื่อสาธารณะได้อย่าง BBC หรือ NHK ได้อย่างแน่นอน สาเหตุเพราะการมุ่งเน้นที่จะทำรายได้ให้กับตัวองค์กรจนถึงบทบาทหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ รวมไปถึงการถูกแรงบีบบังคับจากปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งก็ล้วนแต่มีผลต่อ อ.ส.ม.ท. แทบทั้งสิ้น

3. ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งยังขาดในส่วนของผู้รับสารคือ ยังขาดในส่วนของผู้ชมอยู่ โดยในส่วนของผู้รับสารจะเป็นตัวสะท้อนตัวองค์กรว่าปฏิบัติหน้าที่ได้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนหรือไม่ ดังนั้น การวิจัยในส่วนของผู้รับสารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีการศึกษาค้นคว้าต่อไป
2. สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ ที่ทำการศึกษาจากข้อมูลเอกสารแหล่งต่างๆ รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยช่วงเวลาที่นำมาศึกษาคือ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2520-2544 ซึ่งในปัจจุบัน (2546) ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างครั้งใหญ่ ซึ่งไม่เคยทำมาก่อนโดยเรียกว่า Modernine Television การปรับโครงสร้างครั้งนี้ ต้องส่งผลกระทบต่อตัวผังรายการแน่นอน ดังนั้น การศึกษาถึงการปรับโครงสร้างครั้งใหม่ และการจัดผังรายการหลังจากที่ทำการปรับองค์กรหรือเพียงปรับนโยบายการนำเสนอรายการ จึงเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์มาก และจัดเป็นการศึกษาที่ทันกับยุคสมัยด้วยเช่นกัน
3. สำหรับช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ถือได้ว่าเป็นองค์กรสื่อระดับประเทศ แต่ระบบการทำงานกลับประสบกับปัญหาการล่าช้าในการปฏิบัติหน้าที่ อาจเนื่องจากการทำงานในระบบราชการซึ่งทำให้การดำเนินการในเรื่องต่างๆไม่รวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การที่บุคคลภายนอกองค์กรติดต่อขอ

เอกสารต่างๆ การดำเนินงานต่างๆ ใช้เวลานานมากจนอาจทำให้เกิดผลเสียต่อผู้มาติดต่อขอข้อมูล เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงอยากที่จะเสนอแนะให้ทางองค์กรมีการปรับปรุงในเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่ในส่วนต่างๆ ให้รวมเร็วยิ่งขึ้น ควรมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้เหมาะกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย