

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีฐานะเป็น "ผู้ส่งสาร" ในกระบวนการของการสื่อสารมวลชน (ซึ่งประกอบด้วยผู้ส่งสาร เนื้อสาร และผู้รับสาร) ซึ่งผู้ส่งสารจะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อกระบวนการดังกล่าว และการวิจัยด้านการสื่อสารมวลชนที่มุ่งศึกษาไปยังผู้ส่งสารนั้นมีอยู่น้อยมาก โดยเฉพาะการมุ่งศึกษาผู้ส่งสารที่อยู่ในลักษณะของ "ตัวองค์กร" ด้วยเหตุนี้งานวิจัยเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์" จึงเกิดขึ้นมา

พัฒนาการของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะการดำเนินงานแบบองค์กรที่ประกอบไปด้วยผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งถูกจัดแบ่งออกโดยระบบการแบ่งงานกันทำ (division of labour) และถือว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็คือ องค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่งที่อยู่ในระบบสังคมโดยรวมอีกทีหนึ่ง ดังนั้น จึงไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตัวขององค์กรเอง แต่จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ การเมือง และมิติทางสังคมอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะถูกกำหนดจากมิติดังกล่าว แต่ในบางสถานการณ์บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็อาจเป็นผู้กำหนดความเป็นไปของมิติดังกล่าวได้เช่นกัน

พัฒนาการของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นจากปัจจัยส่งเสริมใน 2 ลักษณะคือ ปัจจัยส่งเสริมที่เป็นผลมาจากสภาพภายในองค์กรเองและปัจจัยส่งเสริมที่เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งปัจจัยทั้งสองลักษณะนี้จะเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกัน โดยองค์กรบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงจากทั้งสภาพ

ภายในและสภาพภายนอกเพื่อที่จะรักษา "ดุลยภาพโดยรวม" ขององค์กรเอาไว้ บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่สามารถรักษาดุลยภาพขององค์กรไว้ได้ตลอดเวลา ก็จะเกิดสภาพ "การพัฒนาการ" ตามมา

สภาพการดำเนินธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายการผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปของ "อุตสาหกรรมบันเทิง" ซึ่งมีเป้าประสงค์ในการผลิตเพื่อเป็น "ธุรกิจการค้า" เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด ดังนั้น จึงก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง

หัวใจของการดำเนินธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อยู่ที่ศักยภาพที่จะผลิตรายการออกมาได้ตรงตามความต้องการของตลาดเพียงใด นั่นคือรายการที่ผลิตออกมาจะต้องตอบสนองรสนิยมในการบริโภคของผู้ชมเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในความนิยมของผู้ชมย่อมได้รับการตอบสนองจากผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsors) และนำมาซึ่งรายได้จากค่าโฆษณาแก่บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ นั่นคือความเจริญเติบโตและความอยู่รอด (growth and survival) ของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำกำไรนั่นเอง เพราะการมีกำไรจะช่วยให้องค์กรมีเงินออมเพียงพอที่จะขยายงานและเติบโตต่อไปได้

ในปัจจุบัน ธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในด้านคุณภาพและด้านปริมาณ ในด้าน "ปริมาณ" มีบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหม่ ๆ เกิดขึ้นต่อเนื่องตลอดเวลา โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ ในด้าน "คุณภาพ" นั้นบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์แทบทุกรายต่างเร่งพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างเต็มความสามารถทั้งนี้เพื่อรองรับสภาพ "พัฒนาการ" ที่จะเกิดตามมา

แนวโน้มของธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต

ธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามสภาพการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยธุรกิจประเภทนี้จะทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตลอดเวลาและเริ่มเข้ามาทำหน้าที่ในการผลิตแทนสถานีโทรทัศน์ ซึ่งทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องลดบทบาทในการทำหน้าที่เป็น "ผู้ส่งสาร" ลงและกลายเป็น "ช่องทางในการสื่อสาร" แทน ดังนั้นรูปแบบของกระบวนการสื่อสารมวลชนในสื่อโทรทัศน์ก็จะมุ่งความสำคัญไปสู่บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งมีฐานะเป็น "ผู้ส่งสาร" ที่จะมามีบทบาทเชื่อมโยงกับ "ตัวเนื้อสาร" (รายการโทรทัศน์) และ "ผู้รับสาร" (ผู้ชม) อย่างแนบแน่น และเนื่องจากการผลิตด้านการสื่อสารมวลชนจะดำรงอยู่ได้ภายใต้ "เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ" เป็นสำคัญ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องมุ่งสนองเงื่อนไขดังกล่าวเป็นประการแรก และบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับเงื่อนไขดังกล่าวได้ก็จะมีแนวโน้มที่จะอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้

แนวโน้มของธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต สามารถสรุปออกได้ดังนี้

1. บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหม่ ๆ จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ
2. บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มี "ความพร้อม" และมี "ศักยภาพ" เพียงพอ จะพยายามขยายการดำเนินธุรกิจไปสู่ธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชนอื่น ๆ เพิ่มเติม (เพื่อขยายการดำเนินธุรกิจให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และ/หรือเพื่อผลตอบแทนในทางธุรกิจ) เช่น ขยายการดำเนินธุรกิจไปสู่ธุรกิจผลิตภาพยนตร์ ธุรกิจผลิตโฆษณา ธุรกิจผลิตนิตยสาร ธุรกิจผลิตเทปเพลงไทยสากล ธุรกิจผลิตรายการวิทยุ ฯลฯ
3. บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีโครงสร้างองค์กรค่อนข้างใหญ่ มีแนวโน้มจะจัดตั้ง "บริษัทลูก" หรือ "บริษัทในเครือ" ขึ้นมารับการกระจายงานเฉพาะอย่างจากบริษัทแม่ ทั้ง

นี้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงานเพื่อขยายงานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อผลในทางกฎหมาย เพื่อรับงานการผลิตด้านอื่น ๆ หรือ เพื่อรักษาภาพพจน์เดิมของบริษัทแม่ ฯลฯ

4. แนวโน้มการ "ส่งออก" หรือการ แลกเปลี่ยน" รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นโดยบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของไทยไปยังตลาดในต่างประเทศจะเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นผลจาก "การพัฒนา"คุณภาพ" ในการผลิตรายการโทรทัศน์จนเริ่มเป็นที่ยอมรับจากตลาดในต่างประเทศ

5. ในอนาคต คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) มีแนวโน้มที่จะลดบทบาทในการตรวจพิจารณารายการโทรทัศน์ลง และมอบอำนาจในส่วนนี้ให้สถานีโทรทัศน์ และบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เป็นผู้ดูแลและความคุมตนเอง โดยอาศัยอำนาจของ "กระบวนกาณ์ด้านศาลยุติธรรม" เป็นผู้ชี้ขาด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึงธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า สภาพการพัฒนาการที่เกิดขึ้นในบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ สถาบันเศรษฐกิจ และหน่วยงาน กบว. ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีความเกี่ยวข้องกันภายใต้วัฏจักรของระบบธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. บริษัทผู้ผลิต : บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรมีความรับผิดชอบและตระหนักอยู่เสมอว่ากำลังทำหน้าที่ผลิตสินค้าในเชิง "ธุรกิจศิลป์" ซึ่งเป็นสินค้าที่สามารถสร้างอิทธิพลหรือกำหนดรูปแบบค่านิยมให้กับสมาชิกในสังคมได้ ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นและพึงระลึกเสมอว่า การมุ่งผลิตรายการเพื่อให้ได้ผล

ตอบแทนในเชิงธุรกิจแต่เพียงประการเดียวนั้นอาจกลายเป็น "ยาพิษ" ที่ถูกหยิบยื่นให้กับสังคม โดยไม่รู้ตัว

2. สถานีโทรทัศน์ : ในฐานะที่เป็น "ช่องทางในการสื่อสาร" สถานีโทรทัศน์ควรตระหนักว่าระบบการ "ให้เช่าเวลาออกอากาศ" แก่บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ยังเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง แต่ทั้งนี้ระบบดังกล่าวจะต้องอยู่บนพื้นฐานของ "ความถูกต้อง" และ "ความมีคุณธรรม" ที่จะนำไปปฏิบัติในการคัดเลือกผู้เข้ามาเช่าเวลาออกอากาศอย่างเสมอภาคกัน นอกจากนี้สถานีต้องป้องกันไม่ให้เกิดสภาพ "การแทรกแซงทางการเมือง" จากทั้งผู้มีอำนาจทางการเมืองหรือจากบริษัทผู้ผลิตรายการด้วยกัน เช่น การบีบเวลาออกอากาศของบริษัทอื่น ๆ เพื่อนำเวลาในช่วงนั้นมาให้บริษัทหนึ่งหรือ การยกเลิกสัญญาผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทหนึ่งโดยไม่ชอบธรรมหรือโดยไม่มีเหตุผลอันควร ฯลฯ

3. สถาบันเศรษฐกิจ : ในฐานะเป็นแหล่งสนับสนุนการเงิน สถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ควรสนับสนุน "สินเชื่อ" ในการกู้ยืมเงินแก่ธุรกิจบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ตามจำนวนความเหมาะสม โดยเฉพาะควรให้การสนับสนุนทางการเงินแก่บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่เริ่มดำเนินงานใหม่ ๆ นอกจากนี้ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จะต้องให้การสนับสนุนบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจให้ได้รับ "สิทธิบัตรส่งเสริมการลงทุน" โดยเร็ว ในทำนองเดียวกันสถาบันเศรษฐกิจในรูปของ "ตลาดหลักทรัพย์" ก็ควรเปิดโอกาสให้บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความพร้อมและประสงค์จะเข้าตลาดหลักทรัพย์ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมเงินทุนมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจต่อไป

ประการสุดท้าย สถาบันเศรษฐกิจในรูปของ "ผู้อุปถัมภ์รายการ" (sponsors) ควรเพิ่มความสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่ไม่ได้มุ่งผลิตเพื่อวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพาณิชย์ เช่น รายการสารคดี รายการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม รายการเด็ก ฯลฯ ให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้บริษัท

ผู้ผลิตรายการดังกล่าวนี้สามารถอยู่รอดในทางธุรกิจและสามารถนำเงินทุนไปใช้ในการพัฒนา
รายการประเภทนี้ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

4. กบว. : กบว. ควรจะลดบทบาทในการตรวจพิจารณารายการโทรทัศน์ให้มี
น้อยลง และ "ไม่เคร่งครัด" ในกฎระเบียบจนเกินไปนัก และกบว. ควรตรวจพิจารณารายการ
โทรทัศน์โดยใช้ "วิจารณ์จากหลาย ๆ แง่มุม" ด้วยมุมมองที่มี "ใจเป็นกลาง" อย่างแท้จริง