

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพที่ต้องการทำการศึกษาวิจัยในวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการผลิตและการเผยแพร่เนื้อหาและรูปแบบของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

โดยมีแนวคิดที่นำมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแนวคิดของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media), แนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการ, แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างการจ้างงานของหน่วยงานประชาสัมพันธ์, แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ และกรรมสิทธิ์ ความเป็นเจ้าของสื่อสารมวลชนและการควบคุม ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อมาเป็นแนวทางในการแสวงหาคำตอบในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

6.1. สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. โครงสร้างการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการเพิ่มช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว โดยใช้สื่อโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีมาเป็นช่องทางใหม่ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างรายได้ทางด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นสัญญาณโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์ ที่ ททท. ได้ทำการเช่าซื้อสัญญาณโทรทัศน์มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด ในส่วนโครงสร้างการผลิตของ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ได้มีการมอบหมายให้งานสื่อโทรทัศน์ ทำหน้าที่ในการดูแล รับผิดชอบและควบคุมสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในการกำหนดกลยุทธ์รูปแบบเนื้อหา รายการและคัดเลือกเนื้อหารายการในการผลิตและการเผยแพร่ออกอากาศ ซึ่งในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของ ททท. นั้น พบว่า เป็นปัญหา สำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต้องสูญเสียเงินงบประมาณในการเช่าซื้อ สัญญาณโทรทัศน์โดยที่ไม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสถานีโทรทัศน์เพื่อ การท่องเที่ยวขึ้นมา เปรียบเสมือนเป็นการให้เงินสูญเปล่าและขาดการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพราะ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว สามารถทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและ ปรับปรุงได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม รวมทั้งยังเป็นกลยุทธ์ที่ดีในการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี มาเป็นส่วนช่วยในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

และในการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี มาเป็นช่องทางในการสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว ก็เพราะคุณสมบัติและกลุ่มเป้าหมายที่สามารถ รับชมช่องสัญญาณโทรทัศน์ระบบเคเบิลได้ทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน จึงส่งผลให้ การเลือกผลิตรายการผ่านสื่อโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี เพราะสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดี สร้างการยอมรับและความเข้าใจอันดีร่วมกัน ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งกระตุ้น ให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ดังนั้นช่องทางสัญญาณโทรทัศน์ระบบ เคเบิลทีวีในการเผยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารนี้ ถือว่าเป็นช่องทางที่ดีในการทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว พบว่าเกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงสร้างการผลิตและการเผยแพร่กระจาย เพราะในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีการพิจารณาปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ให้สอดคล้องและสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น เช่น เกิดเหตุการณ์ประท้วงชุมนุมของประชาชนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้ภาพพจน์ของประเทศไทยเสียหายในแง่ลบและนักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะต้องมีการออกนโยบายเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และทำการฟื้นฟูภาพพจน์ของประเทศกลับคืนมา ดังนั้นงานสื่อโทรทัศน์ ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการประชาสัมพันธ์ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายที่ได้กำหนดไว้และทำการผลิตรายการโทรทัศน์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับประเทศและโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนั้นรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมและความคิดของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนว่าเป็นการบริหารงานตามความต้องการของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเป็นหลัก จึงทำให้ไม่ค่อยมีอิสระในการทำงานเท่าที่ควรและไม่สามารถสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ หรือสิ่งแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้น รูปแบบของเนื้อหารายการ จึงไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้รับชมหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และอาจทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และหลีกเลี่ยงที่จะรับชมข้อมูลข่าวสารขององค์การได้ และการนำเสนอรายการอื่นๆ ที่มีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวอาจทำให้เนื้อหาของรายการไม่มีคุณภาพและถูกมองว่าเป็นการทำธุรกิจผ่านสื่อโทรทัศน์ของ ททท. เพื่อหารายได้เพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง

สรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของ ททท. ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าไรนัก เพราะปัญหาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างในการผลิตของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวที่ไม่มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม
2. มีการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานที่จะมาดูแลรับผิดชอบบ่อยเกินไป จึงทำให้ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวไม่มีรูปแบบและแนวทางในการดำเนินงานอย่างชัดเจน
3. ในแต่ละหน่วยงานที่ได้ดูแลรับผิดชอบนั้น มีลักษณะในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันออกไป จึงส่งผลให้รูปแบบเนื้อหารายการ ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของ ททท. ได้อย่างสมบูรณ์

2. กลยุทธ์ในการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

พบว่า สัดส่วนในการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวมีการแบ่งเวลาในการออกอากาศเนื้อหารายการของ ททท. 6 ชั่วโมงและพันธมิตร 6 ชั่วโมง และเป็นการนำรายการต่างๆ มาออกอากาศอีกครั้ง ซึ่งเนื้อหารายการส่วนใหญ่ของ ททท. จะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่นักลงทุนในกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ หลังจากนั้นช่วงระยะเวลาในการออกอากาศก็มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ จาก 12 ชั่วโมงมาเป็น 24 ชั่วโมง และในปี พ.ศ. 2551 เหลือเพียง 6 ชั่วโมงเท่านั้น ซึ่งเป็นผลมาจากรูปแบบเนื้อหา รายการมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดความหลากหลายมากเกินไป ทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างแท้จริง

* ในปี พ.ศ. 2550 มีช่วงเวลาในการออกอากาศ 24 ชั่วโมง

จากปัจจัยภายนอกและภายในที่เกิดขึ้นกับสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ แสดงให้เห็นว่าในช่วงแรกของการมีสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและรูปแบบของรายการในการออกอากาศของสถานีฯ จึงทำให้เนื้อหาของรายการขาดความหลากหลายและความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการรับชม และยังส่งผลให้การตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งทำให้การส่งเสริมและการพัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามแผนนโยบายที่กำหนดไว้และทำให้เกิดผลสะท้อนจากสังคมที่มองว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวกลายเป็นรูปแบบของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ที่มีการหารายได้และดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างไปจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ดังนั้นเหตุผลของเปิดช่องทางนี้ขึ้นมา อาจคงไม่ได้แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์อื่นๆ และยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริงตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ปัจจุบันนี้ ยังคงมีบริษัทต่างๆ ที่มานำเสนอรูปแบบรายการของบริษัท เพื่อนำออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและบริษัทอื่นๆ ที่ต้องการผลิตรายการให้กับทาง ททท. เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและลดความยุ่งยากซับซ้อนในการผลิตรายการเอง แทนการจ้างบริษัทอื่นมาผลิตแทนและดูแลควบคุมเนื้อหาของรายการโดยทีมงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง สำหรับเกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทต่างๆ ที่ได้มีการนำเสนอรูปแบบของรายการเข้ามานั้น งานสื่อโทรทัศน์จะทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบและคัดเลือกเอง โดยใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ ต้องเป็นรายการที่สามารถตอบสนองได้ตามวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

6.2. อภิปรายผลการวิจัย

จากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการสอบถามประชาชน กลุ่มเป้าหมายถึงการมีสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยต่อการมีสถานีโทรทัศน์ เพราะประชาชนจะได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงและรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับการบริหารจัดการและการควบคุมดูแลสถานีโทรทัศน์ฯ จะเป็นไปตามนโยบายของ ททท. และสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้จะมีช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมโครงการต่างๆ ของ ททท.

จึงถือได้ว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นต้นแบบของสถานีโทรทัศน์ที่มีรัฐวิสาหกิจเป็นเจ้าของสื่อ แต่ยังคงพบว่ามีข้อเสียและปัญหาที่เกิดขึ้นมากมายตั้งแต่เริ่มเปิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างในการผลิตและการเผยแพร่กระจาย

- ลักษณะของการบริหารจัดการที่ไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน จึงทำให้ต้องการปรับเปลี่ยนทีมงานที่เข้ามาดูแลรับผิดชอบอยู่ตลอดเวลา
- จำนวนของบุคลากรในการทำงานมีไม่เพียงพอ เพราะมีหน้าที่รับผิดชอบทั้งงานในส่วนของททท. และสถานีโทรทัศน์ฯ ด้วย
- การควบคุมดูแลเนื้อหารายการในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2550 ไม่มีประสิทธิภาพที่ดี จึงทำให้รูปแบบของรายการที่ดูน่าสนใจออกมามานั้น ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์ฯ
- ไม่สามารถชี้วัดกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับชมได้อย่างแท้จริง เนื่องจากลักษณะของสื่อที่เผยแพร่กระจายทั่วประเทศอย่างกว้างขวาง และจำนวนผู้ชมส่วนใหญ่เป็นคนที่อาศัยในท้องถิ่นชนบทอยู่ห่างไกลเกินไป

2. กลยุทธ์ในการผลิตและการเผยแพร่กระจาย

- ระยะเวลาในการออกอากาศที่มีการปรับเปลี่ยนจาก 24 ชั่วโมง เหลือเพียง 6 ชั่วโมง อาจทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสับสนและได้รับความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวที่น้อยลง
- รูปแบบเนื้อหารายการที่เน้นรายการที่ ททท. ผลิตเองและพันธมิตรผลิตเองด้วย ซึ่งจำนวนของบุคลากรที่น้อยเกินไป ทำให้ ททท. ต้องจัดจ้างบริษัทอื่นเข้ามาผลิต รายการแทน ทำให้ต้องสูญเสียเงินงบประมาณในการผลิต

และจากปัญหาของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถที่จะแก้ไขปัญหานี้ได้ ถ้าหากได้มีการศึกษาวิจัยถึงวิธีในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง และจัดตั้งคณะทำงานที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวเท่านั้นขึ้นมาดูแล เพราะการที่ให้หน่วยงานอื่นๆ เข้ามารับผิดชอบดูแลอาจจะทำให้ไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากเจ้าหน้าที่เหล่านั้นต้องทำงานในหน้าที่รับผิดชอบหลักก่อน และหากไม่มีเวลาในการดูแลและจัดการที่ดีพอ อาจทำให้สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเกิดปัญหาและไม่เป็นไปตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ และการที่ช่วงเวลาของการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา มีการเพิ่มและลดระยะเวลาในการออกอากาศในลักษณะเท่าตัวจากเดิม 12 ชั่วโมง มาเป็น 24 ชั่วโมง และลดเหลือเพียง 6 ชั่วโมงเท่านั้น จึงทำให้ช่วงเวลาที่เหลืออยู่เป็นการนำเสนอรายการอื่นแทน ซึ่งการที่จะทำให้สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวที่เข้ามาทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของ ททท. อย่างแท้จริงจะต้องมีการบริหารจัดการและควบคุมดูแลที่ดีกว่านี้ เพราะสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวยังคงมีผลประโยชน์ที่ดีอย่างมากในการทำหน้าที่หลักทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่วนเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์นั้น ในปัจจุบันนี้ถือได้ว่าการควบคุมดูแลคัดเลือกเนื้อหาที่สอดคล้องและถูกต้องตามวัตถุประสงค์ พันธกิจและวิสัยทัศน์ของ ททท. ที่ต้องการทำหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้เกิดการรับรู้ความเข้าใจอันดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

6.3. ข้อเสนอแนะ

ในอนาคตควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มผู้รับชมสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและทำการศึกษาวเคราะห์รูปแบบเนื้อหาของรายการว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ และควรมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างไร เพื่อให้สามารถตอบสนองกลุ่มผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม