

บทที่ 5

ความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ที่กำหนดขึ้นเพื่อทราบถึงความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ด้วย ในบทนี้จึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 6 รายการ ได้แก่ รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ รายการ อีซี่ อิงลิช รายการ ปัญหาภาษาอังกฤษ รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ และรายการ อี ฟอ ทิน โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดเรื่อง ทฤษฎีองค์การสื่อมวลชน มาประกอบการวิเคราะห์ ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ได้ดังนี้

1. รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์

รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ นี้ ผลิตโดย บริษัท ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ที่ดั่งขึ้นมาเพื่อผลิตรายการนี้โดยเฉพาะ โดยออกอากาศเป็นประจำทุกวัน หลังข่าวต่างประเทศ (เวลาประมาณ 19.57 – 20.00 น.) ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เริ่มออกอากาศมาตั้งแต่ปลายปี 2539 เป็นต้นมา

รายการดังกล่าวนี้มีที่มาจากคอลัมน์ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ที่ลงในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และได้รับความนิยมนจนมีการรวบรวมเป็นหนังสือออกจำหน่าย ต่อมาเมื่อคุณแสงชัย สุนทรวัฒน์ ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการ อ.ส.ม.ท. ได้เสียชีวิตลง ทางคุณวัชร และคุณอิสรา สุนทรวัฒน์ ภรรยาและบุตรชาย จึงคิดที่จะสานต่อเจตนารมณ์ของผู้เป็นพ่อที่ตั้งใจจะนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้เขียนไว้มาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์และเพื่อเป็นอนุสรณ์ให้แก่คุณแสงชัยด้วย ด้วยเหตุนี้จึงเกิดมีรายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสื่อโทรทัศน์ขึ้น

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เอื้อต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

บริษัท ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ จำกัด จัดเป็นบริษัทผู้ผลิตสื่อขนาดเล็กที่เข้ามาดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์ โดยเริ่มจากการผลิตรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ และตามมาด้วยการผลิตรายการความรู้ขนาดสั้นอีก 2 – 3 รายการ แต่อย่างไรก็ตามทางบริษัทได้ขยายตัวมาดำเนินธุรกิจด้านสื่ออื่นด้วยโดยอาศัยรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟฯ เป็นตัวหลัก คือ การผลิตวิดีโอเทปรายการออกจำหน่าย และการเข้าไปดำเนินธุรกิจผลิตรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟฯ ทางสื่อวิทยุของ อ.ส.ม.ท. ทาง FM 100.5 MHz ทุกวันเสาร์ เวลา 10.00 – 11.00 น. ตั้งแต่เดือนกันยายน 2540

จากการที่ บริษัท ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ จำกัด เป็นบริษัทผู้ผลิตสื่อขนาดเล็กนั้น ทำให้ทางผู้ผลิตต้องหารายได้เพิ่มจากทางอื่นเพื่อที่จะทำให้รายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟฯ รวมไปถึงบริษัทเองสามารถอยู่รอดได้ เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้แก่ทางผู้ผลิตได้มากนัก

2. งบประมาณในการผลิต

งบประมาณในการผลิตรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟฯ นั้น จะมาจากผู้อุปถัมภ์รายการหลักที่มีอยู่เพียงรายเดียว นั่นก็คือ ธนาคารนครหลวงไทย นอกจากนี้ทางธนาคารนครหลวงไทยยังเป็นผู้เช่าเวลาออกอากาศรายการจากทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เอง และให้การสนับสนุนเรื่องงบประมาณการผลิตรายการประมาณเดือนละ 800,000 – 900,000 บาท โดยจะทำสัญญากันปีต่อปี ทำให้ทางผู้ผลิตมีงบประมาณในการผลิตที่แน่นอน จึงไม่ต้องวิ่งเต้นหาผู้อุปถัมภ์รายการเป็นประจำ

3. ตัวรายการ

คุณภาพของรายการ นอกจากจะขึ้นอยู่กับรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาในรายการดังที่ได้กล่าวในบทที่ 4 แล้วนั้น ยังขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือและความสามารถของผู้ดำเนินรายการ ทั้งสองคนอีกด้วยคือ คุณอิสรา สุนทรวัฒน์ และคุณคาร่า พลสิทธิ์ กล่าวคือ ทั้งสองคนเป็นผู้ที่มีความรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีจากประสบการณ์ที่ไปอยู่ต่างประเทศมานาน ส่วนอีกคนหนึ่งก็เป็นลูกครึ่งที่มีความรู้ภาษาอังกฤษดี ดังนั้นเวลาให้ความรู้ภาษาอังกฤษจึงทำให้ผู้ชมยอมรับและให้ความสนใจในการติดตามชมรายการ

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ ฟุค ฟิค ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้อุปถัมภ์รายการ ฟุค ฟิค ฟอ ไฟฯ นี้มีอยู่เพียงรายเดียวคือ ธนาคารนครหลวงไทย ซึ่งธนาคารนครหลวงไทยได้เข้ามาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการในลักษณะของผู้ให้การสนับสนุนด้านการเงิน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีหรือประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จัก (Name Awareness) มากกว่า โดยที่ทางธนาคารจะไม่เข้ามาควบคุมการผลิตรายการ แต่จะปล่อยให้ผู้ผลิตมีอำนาจการตัดสินใจได้เต็มที่

2. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีนโยบายให้การสนับสนุนรายการที่ให้สาระความรู้แก่ผู้ชม แต่อย่างไรก็ตามทางสถานีก็จะมีการกำหนดช่วงเวลาออกอากาศรายการประเภทต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ผลิตรายการจึงไม่สามารถเลือกช่วงเวลาออกอากาศที่ต้องการเองได้ แต่สำหรับรายการ ฟุค ฟิค ฟอ ไฟฯ แล้ว ผู้ผลิตพอใจกับช่วงเวลาออกอากาศรายการที่ได้จากสถานีมาก เนื่องจากได้ออกอากาศในช่วงเวลาดี (Prime - time) ที่มีผู้ชมหนาแน่น นั่นคือช่วงข่าวภาคค่ำ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการมีสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทางผู้ผลิตกับผู้บริหารของสถานี ซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่ทำให้รายการ ได้ออกอากาศในช่วงเวลาดี อีกทั้งยังส่งผลไปถึงรายการโทรทัศน์รายการอื่นๆของผู้ผลิตที่ได้ออกอากาศทางสถานีนี้อีกด้วย

3. ความต้องการของผู้ชม

ความอยู่รอดของรายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟฯ ส่วนหนึ่งนั้นมาจากความต้องการและความนิยมของผู้ชม เนื่องจากผู้ชมมีความพึงพอใจในเนื้อหาสาระที่ทางรายการนำเสนอ ซึ่งเป็นความรู้ภาษาอังกฤษที่ง่าย ๆ ไม่เคร่งเครียด ทันสมัยและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ จึงมีส่วนทำให้รายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟฯ มีผู้ชมเป็นจำนวนมากและสามารถอยู่รอดได้

2. รายการ อีซี่ อิงลิช

รายการ อีซี่ อิงลิช เป็นรายการความรู้ภาษาอังกฤษขนาดสั้นที่ผลิตโดย บริษัท เนชั่น บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของเนชั่น ออกอากาศเป็นประจำทุกวัน ก่อนข่าวภาคค่ำ 19.00 น. (ประมาณ 18.55 – 19.00 น.) ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยรายการ อีซี่ อิงลิช นี้ เริ่มออกอากาศครั้งแรกทางโทรทัศน์ของรถโดยสาร ไมโครบัส หลังจากนั้นเมื่อ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี เริ่มดำเนินการเมื่อกลางปี 2539 ทางกลุ่มเนชั่นได้เข้ามาถือหุ้น และได้นำ รายการ อีซี่ อิงลิช มาผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แห่งนี้ด้วย

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เอื้อต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการ อีซี่ อิงลิช ทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ อีซี่ อิงลิช

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

กลุ่มเนชั่น หรือที่มีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการว่า บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) นั้น มีรากฐานที่มั่นคงมาจากการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยเริ่มต้นจากการผลิตหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ “ เดอะ เนชั่น ” จากนั้นขยายมาทำธุรกิจสิ่งพิมพ์อื่นๆอีก ได้แก่ นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ นิตยสารเนชั่น จูเนียร์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จนกลายเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสื่อด้านข่าวสารรายใหญ่ (News Industry)

ต่อมากลุ่มเนชั่นได้มีนโยบายที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร จึงได้ก่อตั้งบริษัท เนชั่น เอดีโอ เน็ทเวอร์ค จำกัด และบริษัท เนชั่น บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อรองรับการขยายตัวมาดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งยังเข้าไปถือหุ้นในสถานีโทรทัศน์

ไอทีวี พร้อมกับเข้าไปผลิตรายการข่าวและรายการโทรทัศน์อีกหลายรายการด้วยกัน ซึ่งรวมทั้งรายการ อีซี อิงลิช นี้ด้วย (จักรกฤษ เพิ่มพูล , 2540) (คู่มือปฏิบัติการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเนชั่นในภาคผนวกประกอบ)

การที่กลุ่มเนชั่นเป็นผู้ผลิตสื่อขนาดใหญ่ และมีการขยายกิจการออกมาทำธุรกิจหลากหลายรูปแบบ ทั้งการรวมตัวทางธุรกิจในแนวตั้งและแนวนอน และการกระจายตัวทางธุรกิจ ช่วยทำให้กลุ่มเนชั่นมีอำนาจทางเศรษฐกิจสูง โดยเฉพาะการเข้ามาทำธุรกิจด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ช่วยให้ทางกลุ่มเนชั่นมีรายได้มาทดแทนรายได้จากการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้กำไร อีกทั้งกลุ่มเนชั่นยังมีชื่อเสียงในเรื่องของความเชี่ยวชาญการทำธุรกิจสื่อภาษาอังกฤษมานาน ย่อมช่วยให้รายการ อีซี อิงลิช ได้รับการยอมรับจากผู้ชมได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ช่วยให้รายการนี้สามารถอยู่รอดได้

2. งบประมาณในการผลิต

จากการศึกษางบประมาณที่ใช้ในการผลิตรายการ อีซี อิงลิช ซึ่งมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของรายการนั้น มีด้วยกันอยู่หลายลักษณะ ดังนี้

2.1 ค่าเช่าเวลาออกอากาศ

ค่าเช่าเวลาออกอากาศที่ทางเนชั่นจ่ายให้กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทางสถานีได้คิดค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการ อีซี อิงลิช ในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ ซึ่งถือเป็นราคาสำหรับผู้ถือหุ้น คือ เดือนละ 1.5 ล้านบาท นอกจากนี้ทางเนชั่นยังมีเงื่อนไขแลกเปลี่ยนการจ่ายค่าเช่าเวลาออกอากาศกับการให้ทางไอทีวีลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์เครือเนชั่นได้ทั้งหมด ดังนั้นจากการที่กลุ่มเนชั่นเข้าไปถือหุ้นในสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จึงนับเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตรายการ อีซี อิงลิช ลงไปได้มาก

2.2 ค่าของรางวัลสำหรับผู้ชมรายการ

เนื่องจากรายการ อีซี อิงลิช มีการแจกของรางวัลให้กับผู้ชมที่เขียนไปรษณียบัตรหรือจดหมายเข้ามาร่วมสนุกโดยการถามปัญหาภาษาอังกฤษ จึงทำให้ผู้ผลิตต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ด้วย ดังนั้นทางเนชั่นได้ใช้วิธีนำของรางวัลที่เป็นของบริษัทในเครือมาแจก เช่น วัสดุไอ

เทพสอนภาษาอังกฤษ โดย แอนครูว์ บิกส์ หนังสือภาษาอังกฤษ เป็นต้น นับเป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการได้อีกส่วนหนึ่ง

3. ตัวรายการ

การที่รายการภาษาอังกฤษจะประสบความสำเร็จและสามารถอยู่รอดได้ ก็ต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของรายการด้วย โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอรายการที่จะต้องสามารถถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ภาษาอังกฤษไปสู่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพดังที่กล่าวถึงในบทที่ 4 นอกจากนี้การเลือกตัวผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสม เป็นบุคคลซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ชมว่า เป็นผู้มีความรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี เช่นเดียวกับที่รายการ อีซี่ อิงลิช เลือกคุณ แอนครูว์ บิกส์ มาดำเนินรายการก็ช่วยให้รายการเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้ชม เนื่องจากตัวผู้ดำเนินรายการเองเป็นเจ้าของภาษา มีชื่อเสียงและประสบการณ์เกี่ยวกับการสอนภาษาอังกฤษมานาน จึงมีส่วนช่วยให้รายการนี้ได้รับการยอมรับ

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ อีซี่ อิงลิช

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

ผู้อุปถัมภ์รายการของรายการ อีซี่ อิงลิช มีเพียงรายเดียวนั่นคือ ไทย - พูจี ซีรอกซ์ ซึ่งให้การสนับสนุนรายการในรูปของการสนับสนุนแบบเหมารวมทั้งรายการ (Package) โดยผู้อุปถัมภ์รายการ ไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องในการผลิตรายการแต่อย่างใด เพียงแต่ให้ทางรายการขึ้นตราสินค้า (Logo) ไว้ทางมุมจอโทรทัศน์ขณะออกอากาศด้วย

2. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

การที่ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีนโยบายในการดำเนินงานเพื่อเป็นสถานีเพื่อข่าวสารและความรู้ อีกทั้งการที่เนชั่นเข้าไปถือหุ้นของทางสถานีนั้น ช่วยทำให้รายการ อีซี่ อิงลิช ได้ช่วงเวลาออกอากาศที่ดีคือ ก่อนข่าวภาคค่ำ และยังสามารถเจรจาลดค่าเช่าเวลาออกอากาศได้นั้น มีส่วนสำคัญที่ทำให้รายการนี้อยู่รอดได้

3. ความต้องการของผู้ชม

ความต้องการของผู้ชมมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของรายการอีกปัจจัยหนึ่ง ซึ่งกระตุ้นให้ทางผู้ผลิตรายการ อีซี อิงลิช ต้องมีการปรับปรุงรายการอยู่บ่อยครั้ง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม โดยดูจากไปรษณียบัตรและจดหมายที่ผู้ชมเขียนเข้ามาในรายการ

3. รายการปัญหาภาษาอังกฤษ

รายการปัญหาภาษาอังกฤษผลิตโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท เซลล์ในประเทศไทย จำกัด ซึ่งการผลิตรายการนี้เป็นหนึ่งในโครงการสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาของเซลล์ โดยจะออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 17.30 – 18.00 น. (เฉพาะเดือน ก.ค. – ธ.ค.) ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เริ่มออกอากาศมาตั้งแต่ปี 2508 จนกระทั่งปัจจุบัน ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 มาโดยตลอด

รายการดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากนโยบายของเซลล์ที่ต้องการจัดรายการส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และทดสอบความรู้ในสาขาต่างๆสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยได้รับความร่วมมือจากสถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้ามาช่วยคิดคำถาม – คำตอบ และช่วยดำเนินรายการ

จากการศึกษาพบว่า มีหลายปัจจัยที่เอื้อต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการปัญหาภาษาอังกฤษ ทั้งปัจจัยภายในตัวองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษ

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

บริษัท เซลล์ในประเทศไทย จำกัด และบริษัทในเครือ เป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจค่าน้ำมัน แต่ได้เข้ามามีบทบาทในการผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษนี้ ตามนโยบายส่งเสริมการศึกษาขององค์กร โดยที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรจากการผลิตรายการแต่อย่างใด นอกจากต้องการประชาสัมพันธ์องค์กรและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรมากกว่า จึงทำให้รายการดังกล่าวสามารถอยู่รอดได้

2. งบประมาณในการผลิต

งบประมาณในการผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษทั้งหมด จะมาจากบริษัทเซลล์ โดยทางเซลล์จะใช้งบประมาณในการผลิตรายการคิดเป็น 45% ของงบประมาณสำหรับการส่งเสริมการศึกษาทั้งหมด หรือประมาณ 2 ล้านบาทต่อครั้งที่ทำรายการ และจะไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ โฆษณาใดๆ ในรายการ นอกจากสปอตโฆษณาของเซลล์เอง ซึ่งงบประมาณที่ใช้ในการผลิตที่สำคัญๆ ได้แก่

2.1 ค่าเช่าเวลาออกอากาศและค่าเช่าอุปกรณ์ในการผลิต

ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่สุดในการผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษ คิดเป็น 70 – 80 % ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด หรือประมาณเกือบ 1 ล้านบาท ต่อการถ่ายทำ 1 ครั้ง

2.2 ค่าของรางวัลสำหรับผู้ร่วมรายการ

เนื่องจากรายการปัญหาภาษาอังกฤษนี้เป็นรายการประเภทแข่งขันตอบปัญหาชิงรางวัล จึงต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ด้วย แต่มูลค่าของเงินรางวัลสำหรับผู้แข่งขันไม่ได้มากมายเหมือนรายการเกมโชว์ทั่วไป เช่น คำถามที่ตอบถูกทุกกรอบ จะได้เงินรางวัลคำถามละ 150 บาท สำหรับผู้ชนะเลิศจะได้เงินรางวัลทีมละ 7,500 บาท และทางโรงเรียนได้เงินเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การศึกษาจำนวน 15,000 บาท เป็นต้น

3. ตัวรายการ

เนื่องจากรายการปัญหาภาษาอังกฤษเป็นรายการแข่งขันตอบปัญหาที่เน้นความรู้เป็นหลัก ดังนั้นความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการจึงเป็นสิ่งสำคัญ จะเห็นว่า ทางรายการจะใช้อาจารย์เป็นผู้ดำเนินรายการเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศในการแข่งขัน โดยใช้ผู้ดำเนินรายการ 2 คน คือ อาจารย์ กัญจน์วิภา ฤทธิประศาสน์ กับอาจารย์เจ้าของภาษา (Native Speaker) อีกคนหนึ่ง จากสถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาทำหน้าที่ดำเนินรายการ

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษ

1. แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการแข่งขันตอบปัญหานั้น ทางผู้ผลิตได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทางสถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้ามาช่วยจัดการเรื่องของการคิดคำถาม – คำตอบ ตลอดจนร่วมดำเนินรายการ ทำให้ข้อมูลที่นำมาใช้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งทางสถาบันภาษายังเข้ามาช่วยปรับปรุงรูปแบบการดำเนินรายการและประเภทของคำถามให้มีความทันสมัยมากขึ้นด้วย

2. ผู้อุปถัมภ์รายการ

รายการปัญหาภาษาอังกฤษเป็นรายการที่ไม่มีการขายเวลาโฆษณาในรายการ จึงไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการอื่นใดนอกจากเซลล์ กล่าวคือ ผู้ผลิตรายการกับผู้อุปถัมภ์รายการเป็นรายเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้การผลิตรายการเป็นไปโดยราบรื่น ไม่ต้องวิ่งค้นหาผู้อุปถัมภ์รายการดังเช่นรายการภาษาอังกฤษรายการอื่น

3. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

รายการปัญหาภาษาอังกฤษออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มาโดยตลอด นับตั้งแต่ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ ช่อง 4 บางขุนพรหม จึงทำให้ผู้ผลิตมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารสถานี สามารถเจรจาขอลดค่าเช่าเวลาออกอากาศได้ สถานีให้ความช่วยเหลือในเรื่องอุปกรณ์การผลิตและบุคลากรในการถ่ายทำรายการ ประกอบกับทางสถานีมีนโยบายสนับสนุนรายการที่ให้ความรู้แก่เยาวชน และรายการนี้ก็อยู่คู่กับสถานีมานานแล้ว จึงมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้รายการปัญหาภาษาอังกฤษสามารถอยู่รอดได้

4. ความต้องการของผู้ชม

รายการปัญหาภาษาอังกฤษนี้ มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายอยู่ที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ประกอบกับเป็นรายการที่ให้ความรู้แก่นักเรียนอย่างจริงจัง ทำให้ทางรายการมีผู้ชมที่เป็นกลุ่มนักเรียนให้ความสนใจติดตามรายการตลอดมา ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนโรงเรียนที่สมัครเข้า

แข่งขันในรายการ และจากจดหมายที่ผู้ชมทางบ้านเขียนเข้ามาร่วมทนายปัญหาในแต่ละสัปดาห์ ถ้วนแต่มีส่วนช่วยให้รายการนี้ยังเป็นที่น่าสนใจในหมู่นักเรียนอย่างต่อเนื่อง

4. รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู

รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ผลิตโดย บริษัท เนชั่น บรอดคาสต์ ดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของเนชั่น ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 – 17.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยเริ่มออกอากาศในปี 2540

รายการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่ทางผู้ผลิตมีความต้องการปรับรายการ กาลิเลโอเกม ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์วิทยาศาสตร์ที่ออกอากาศมาหลายปีแล้ว จึงคิดที่จะผลิตรายการเกมโชว์รูปแบบอื่นๆมาแทนที่ แต่จะต้องคงความรู้และสาระในรายการไว้ด้วย ดังนั้นทางผู้ผลิตจึงคิดผลิตรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู นี้ขึ้นมา

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เอื้อต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

กลุ่มเนชั่นนั้นนอกจากจะผลิตรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู แล้ว ก็ยังผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์อีกหนึ่งรายการก็คือ รายการ อีซี่ อิงลิช ดังที่กล่าวถึงไปแล้วก่อนหน้านี้ด้วย กลุ่มเนชั่นเป็นผู้ผลิตสื่อรายใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร จึงสามารถกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจได้ เนื่องจากมีการดำเนินธุรกิจหลายๆด้านพร้อมกัน และยังมีนโยบายสนับสนุนการผลิตรายการที่ให้สาระประโยชน์แก่ผู้ชม แม้ว่าจะเป็นรายการบันเทิงก็ต้องแทรกสาระลงไปด้วย ทำให้รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู สามารถอยู่รอดมาได้ แม้ว่าจะไม่ใช่รายการที่สร้างผลกำไรให้แก่ผู้ผลิตก็ตาม (ดูแผนภูมิการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเนชั่นในภาคผนวกประกอบ)

2. งบประมาณในการผลิต

การผลิตรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ต้องใช้งบประมาณในการผลิตค่อนข้างสูง โดยงบประมาณส่วนหนึ่งมาจากทางบริษัท และอีกส่วนหนึ่งจะมาจากการขายสปอตโฆษณาและมา

จากผู้อุปถัมภ์รายการที่ให้การสนับสนุนรายการแบบเหมา (Package) งบประมาณที่สำคัญๆ สามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1 ค่าเช่าเวลาออกอากาศ

ค่าเช่าเวลาออกอากาศที่ทางผู้ผลิตจ่ายให้ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นเงิน ประมาณ 80,000 บาท ต่อครั้ง

2.2 ค่าเช่าอุปกรณ์ในการผลิตและค่าเช่าสตูดิโอ

ค่าเช่าอุปกรณ์ในการผลิตรายการประกอบไปด้วย ค่าเช่ากล้อง ค่าแสง - สี - ไฟ ซึ่งตก ประมาณ 23,000 กว่าบาท ต่อการอัดรายการ 1 ครั้ง ทำให้ผู้ผลิตต้องลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ด้วยการถ่ายทำครั้งหนึ่งให้ได้ 3 ตอน ในส่วนของค่าเช่าสตูดิโอจะเสียเป็นคิว คิวละเกือบ 20,000 บาท ซึ่งคิวหนึ่งจะถ่ายตั้งแต่ 6 โมงเช้า ถึง 6 โมงเย็น หลังจากนั้นจะต้องเสียเงินเพิ่มต่างหาก

2.3 ค่าของรางวัลสำหรับผู้ชมรายการ

เนื่องจากรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู เป็นรายการเกมโชว์ ดังนั้นจึงมีผู้เข้าแข่งขันครั้งละหลายคน ค่าของรางวัลจะมีมูลค่าสูง โดยที่ทางผู้ผลิตจะเป็นผู้สนับสนุนเอง เพราะเหตุว่าทางรายการไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการเติมรายการ เช่น กรณีที่แจ๊คพอทแตก ทางรายการจะเป็นผู้จ่ายเอง ในส่วนของรางวัลสำหรับช่วงตอบปัญหาของผู้ชมที่บ้าน จะมีผู้อุปถัมภ์รายการนำของรางวัลมามอบให้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้อุปถัมภ์รายการ

3. ตัวรายการ

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู เป็นรายการเกมโชว์ที่เน้นทั้งสาระความรู้ ภาษาอังกฤษและความสนุกสนานในรายการไปพร้อมกัน ดังนั้นผู้ดำเนินรายการย่อมมีส่วนสำคัญที่จะทำให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้นเพียงใด ทางรายการจึงใช้ผู้ดำเนินรายการ 2 คน ด้วยกันก็คือ เมทนี บุรณศิริ และ เมทนี กิ่งโพยม ซึ่งนอกจากทำหน้าที่สร้างความสนุกสนานและความเป็นกันเองในรายการแล้ว ก็ยังเป็นผู้ที่มีความรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้ชมด้วย

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู มีผู้อุปถัมภ์รายการอยู่ 2 ลักษณะ คือ การสนับสนุนแบบเหมาช่วงรายการ (Package) ซึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลัก 5 ราย ได้แก่ โตโยต้า (สนับสนุนช่วงเปิดรายการ) , กูลิโกะ ป็อกกี้ (สนับสนุนช่วง Alphabet Game) , เวิลด์โฟน 800 (สนับสนุนช่วง Guessing Game) , ซัมซุง (สนับสนุนช่วง Who is it ?) และเอสโซ่ (สนับสนุน ช่วง Jackpot) และยังมีการขายสปอตโฆษณาในรายการ โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 120,000 บาท

อย่างไรก็ตามทางผู้ผลิตต้องประสบกับปัญหาในการหาผู้อุปถัมภ์รายการหลัก และการขายสปอตโฆษณา ทำให้ทางรายการไม่เคยมีโฆษณาเข้าเต็มรายการ และผู้อุปถัมภ์รายการรวมทั้งผู้โฆษณาก็มักขอต่อรองลดราคา ขอแถมการโฆษณาอยู่ตลอด จึงนับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการผลิตรายการนี้

2. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีนโยบายกำหนดช่วงเวลาออกอากาศรายการเกมโชว์ไว้ตอนบ่ายวันเสาร์ ซึ่งปรากฏว่า รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ก็ได้ช่วงเวลาออกอากาศรายการตอนบ่ายวันเสาร์ คือ 16.00 – 17.00 น. และทางผู้ผลิตก็มีความพึงพอใจในช่วงเวลาออกอากาศที่ได้ เนื่องจากเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ ซึ่งจะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากกว่า

3. ความต้องการของผู้ชม

ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู เป็นนักเรียน นักศึกษา และคนทำงานวัยหนุ่มสาวที่สนใจภาษาอังกฤษ ขณะที่ทางรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านสมัครเข้ามาแข่งขันได้ โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำดารามาแข่งขันเหมือนเกมโชว์อื่นๆ ทำให้ผู้ชมกับผู้แข่งขันรวมทั้งบรรดาคนในรายการมีความเป็นกันเอง และทางรายการสามารถใกล้ชิดกับผู้ชมได้มากขึ้น เพราะผู้ชมจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการด้วย จึงทำให้มีผู้สนใจสมัครเข้ามาแข่งขันในรายการเป็นจำนวนมาก

5. รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์

รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ผลิตโดยบริษัท บีอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของช่อง 3 หรือ บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ออกอากาศทุกวันจันทร์ – สุุกร์ เวลา 06.00 – 06.10 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่กลางปี 2540 เป็นต้นมา

รายการดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากการที่ คุณไบรอัน มาร์คาร์ (ผู้บริหาร บีอีซี - เทโรฯ) ได้มาปรึกษากับ คุณแพทริก แมคเคิโอน ว่า ต้องการผลิตรายการที่ให้ความรู้ภาษาอังกฤษให้กับช่อง 3 เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆต่างก็มีรายการประเภทนี้กันเกือบหมดแล้ว เมื่อคิดรูปแบบและรายการได้แล้ว จึงนำไปให้ คุณประวิทย์ มาลีนนท์ พิจารณา ปรากฏว่า คุณประวิทย์พอใจและให้การสนับสนุนการผลิตรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ เป็นอย่างดี

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เอื้อต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

กลุ่มบีอีซี เวิลด์ และบริษัทในเครือ เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจสื่อแบบครบวงจร โดยดำเนินธุรกิจด้านสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก ทั้งการดำเนินกิจการออกอากาศสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 การจัดหาและผลิตรายการข่าวและรายการ โทรทัศน์ประเภทต่างๆสำหรับออกอากาศทางช่อง 3 โดยมีการตั้งบริษัทลูกขึ้นมาดูแลและผลิตรายการ การทำธุรกิจสื่อวิทยุภายใต้การดูแลของบริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด นอกจากนี้ยังขยายมาทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์ ภารกิจเทพเพลง เป็นต้น ซึ่งจากการที่ช่อง 3 เป็นผู้ผลิตรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ เองนั้น มีส่วนสำคัญที่ทำให้รายการดังกล่าวสามารถอยู่รอดได้ (คูแผนภูมิการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม บีอีซี เวิลด์ ในภาคผนวกประกอบ)

2. งบประมาณในการผลิต

งบประมาณในการผลิตรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ จะมาจากผู้อุปถัมภ์รายการหลักคือ วอลโว่ ซึ่งให้เงินสนับสนุนปีละ 10 ล้านบาท และอีกส่วนหนึ่งจะมาจากการขายโฆษณา งบประมาณในการผลิตที่สำคัญของรายการคือ ค่าจ้างบุคลากร เนื่องจากงบประมาณที่ได้จากผู้อุปถัมภ์รายการมีจำกัด ทำให้มีเงินมาจ้างทีมงานได้ไม่มากนัก คนหนึ่งต้องทำงานหลายหน้าที่ เป็นเหตุให้ทำงานได้ไม่เต็มที่ ส่วนเรื่องค่าเช่าเวลาออกอากาศนั้น เนื่องจากรายการดังกล่าวเป็นรายการที่ผลิตโดยช่อง 3 ดังนั้นจึงไม่เสียค่าเช่าเวลาแต่อย่างใด

3. ตัวรายการ

เนื่องจากรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ เน้นการนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษทางด้านทักษะการฟัง (Listening Skill) ดังนั้นผู้ดำเนินรายการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยทางรายการจะใช้ผู้ดำเนินรายการเป็นเจ้าของภาษา (Native Speaker) ได้แก่ คุณแอนครูว์ บิกส์ และ คุณแพทริค แมคคีโอน เพื่อให้ผู้ชมได้ฝึกฝนทักษะการฟังอย่างแท้จริง อีกทั้งภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของผู้ดำเนินรายการนั้น ก็มีมีส่วนให้รายการได้รับการยอมรับจากผู้ชมมากยิ่งขึ้นด้วย

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ มีผู้อุปถัมภ์รายการใน 2 ลักษณะ คือ การสนับสนุนรายการแบบเหมา (Package) ซึ่งมีเพียงรายเดียว คือ วอลโว่ และมีการขายโฆษณาในรายการ โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 40,000 บาท

อย่างไรก็ดีทางผู้ผลิตนั้นก็ประสบปัญหาในการหาผู้อุปถัมภ์รายการและผู้โฆษณาในรายการเช่นเดียวกับรายการภาษาอังกฤษอีกหลายรายการ แต่ทางผู้ผลิตอาศัยการมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของสินค้าบางราย ทำให้ทางรายการสามารถหาผู้โฆษณาได้บ้าง ซึ่งทำให้ทางรายการมีงบประมาณเพียงพอต่อความอยู่รอด แม้จะไม่ได้มีกำไรก็ตาม

2. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

การที่สถานีโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตรายการเอง ช่วยทำให้รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ สามารถเจรจาหรือเพื่อเลือกช่วงเวลาออกอากาศรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ โดยตกลงเลือกเอาช่วงเวลา วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 06.00 – 06.10 น. เนื่องจากกลุ่มผู้ชมเป้าหมายคือนักศึกษาและคนทำงาน ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ดังนั้นช่วงเวลาเช้าตรู่จึงเป็นเวลาที่เหมาะสมที่สุด เพราะถ้าสายกว่านี้ทุกคนจะอยู่ในช่วงเดินทาง

3. ความต้องการของผู้ชม

รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ จะมีการสำรวจเก็บข้อมูลความต้องการของผู้ชมเป็นระยะ ตั้งแต่ก่อนลงมือผลิตรายการเลข โดยพบว่า ผู้ชมต้องการเรียนภาษาอังกฤษกับเจ้าของภาษา และต้องการฝึกฝนทักษะการพูดและทักษะการฟังมากกว่าศึกษาไวยากรณ์ ดังนั้นทางรายการจึงพยายามมุ่งผลิตรายการที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เนื่องจากการได้รับความนิยมนจากผู้ชมจะเป็นเครื่องวัดความอยู่รอดของรายการได้คืออีกทางหนึ่ง

6. รายการ อี ฟอ ทิน

รายการ อี ฟอ ทิน ผลิตโดย บริษัท ทินทอล์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของแกรมมี่ ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 10.00 – 10.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่ปลายปี 2539

รายการดังกล่าวนี้ถูกผลิตขึ้นเพื่อออกอากาศแทนที่รายการ ทีวี แคมปัส ซึ่งเป็นรายการสำหรับวัยรุ่นในเครือแกรมมี่เช่นเดียวกัน ที่ถูกทางสถานีปรับออกจากผังรายการ เนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จทางด้านการตลาด ประกอบกับทางแกรมมี่มีนโยบายในปี 2540 เน้นการผลิตสื่อเพื่อการศึกษาและดำเนินธุรกิจทางการศึกษา และสำหรับสื่อโทรทัศน์ทางแกรมมี่ได้ผลิตรายการ อี ฟอ ทิน ขึ้น เพื่อกระตุ้นเยาวชนให้เห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ

จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เอื้อต่อความอยู่รอดของรายการ อี ฟอ ทิน ทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการ อี ฟอ ทิน

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

กลุ่มแกรมมี่และบริษัทในเครือ เป็นผู้ผลิตสื่อแบบครบวงจรด้านบันเทิงขนาดใหญ่ ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจด้านเพลงและดนตรี จากนั้นได้ขยายมาทำธุรกิจสื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์อย่างเต็มตัว เพื่อเผยแพร่ผลงานและเพิ่มขีดความสามารถจำหน่ายเทปเพลงของศิลปิน นักร้องในสังกัดทั้งในรูปแบบของเพลงและครีดีผ่านรายการวิทยุ ซึ่งทางบริษัทเป็นเจ้าของคลื่น และเป็นผู้ผลิตรายการเอง และในรูปแบบของมิวสิก วิดีโอ การแสดงคอนเสิร์ตและรายการเกี่ยวกับการโปรโมทเพลงทางโทรทัศน์ ซึ่งทางบริษัทเป็นเจ้าของเวลาและดำเนินการผลิตเองเช่นกัน นอกจากนี้ทางแกรมมี่ยังเข้าไปดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์อีกหลายประเภท และได้ตั้งบริษัทลูกขึ้นมาดำเนินธุรกิจดังกล่าวมาอีกหลายบริษัทด้วยกัน ยิ่งไปกว่านี้ยังได้พยายามขยายธุรกิจไปยังสื่ออื่นๆอีก รวมไปถึงธุรกิจอื่นๆที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับด้านสื่อมวลชนเลยด้วย (ทรงศิริ โควินท์ , 2538) (ดูแผนภูมิการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแกรมมี่ ในภาคผนวกประกอบ)

จากการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรเช่นนี้ ทำให้ทางแกรมมี่มีอำนาจทางเศรษฐกิจสูง รวมทั้งนโยบายใหม่ที่หันมาสนใจธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา ทำให้แกรมมี่เตรียมพร้อมทุกสื่อในเครือเพื่อรองรับนโยบายดังกล่าว ได้มีส่วนช่วยให้รายการ อี ฟอ ทิน สามารถอยู่รอดได้

2. งบประมาณในการผลิต

รายการ อี ฟอ ทิน มีงบประมาณในการผลิตจากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นหลัก ทั้งจากผู้อุปถัมภ์รายการหลักและจากผู้โฆษณา สำหรับงบประมาณในการผลิตรายการที่สำคัญนั้นก็คือ ค่าเช่าเวลาออกอากาศทางสถานี ซึ่งทางแกรมมี่ได้เจรจาขอลดหย่อนค่าเช่าเวลาออกอากาศ รายการโทรทัศน์ของแกรมมี่ลงบ้าง เนื่องจากรายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการเริ่มลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจ

3. ตัวรายการ

เนื่องจากรายการ อี ฟอ ทิน เป็นรายการสำหรับวัยรุ่น ดังนั้นการเลือกผู้ดำเนินรายการ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการนำเสนอรายการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทางรายการ

จึงเลือกผู้ดำเนินรายการที่เป็นวัยรุ่น ทันสมัยและมีความรู้ภาษาอังกฤษดีมาดำเนินรายการ นั่นก็คือ ชากริต แฉ่มนาม กับซาร่า ผุงประเสริฐ เพื่อให้ผู้ชมกับตัวผู้ดำเนินรายการมีความใกล้ชิดกัน

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ อี ฟอ ทิน

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

รายการ อี ฟอ ทิน มีผู้อุปถัมภ์รายการใน 2 ลักษณะ คือ การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการแบบเหมา (Package) ซึ่งมีอยู่ 2 ราย ได้แก่ มันทันท์ (สนับสนุนช่วง Movie e Break และช่วง Special Event) และจอห์นสัน เพ็ชเว เอสเซนเชียล (สนับสนุนช่วง Music for Friends) และการขายสปอตโฆษณา โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 140,000 บาท

2. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีนโยบายการกำหนดช่วงเวลาออกอากาศรายการประเภท Edutainment สำหรับวัยรุ่น ไว้ในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 10.00 – 12.00 น. ซึ่งก็ตรงกับช่วงเวลาออกอากาศรายการ อี ฟอ ทิน คือ วันอาทิตย์ เวลา 10.00 – 10.30 น. และทางผู้ผลิตก็มีความพอใจ เพราะคิดว่าช่วงเวลาดังกล่าวเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการที่เป็นวัยรุ่น เนื่องจากเป็นวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

3. ความต้องการของผู้ชม

การที่ทางรายการ อี ฟอ ทิน มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจนคือ กลุ่มวัยรุ่น ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตรายการที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมได้ง่ายขึ้น เช่น การนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษผ่านความบันเทิง ทั้งภาพยนตร์และเพลง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ช่วยทำให้กลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจรายการ อี ฟอ ทิน เป็นอย่างดี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์

โดยภาพรวมแล้วความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน ทั้งปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตเอง และปัจจัยที่แวดล้อมอยู่ภายนอกองค์กรผู้ผลิต ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์

1. ตัวองค์กรผู้ผลิต

องค์กรผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น จะมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป คือ มีทั้งที่เป็นองค์กรผู้ผลิตสื่อขนาดใหญ่ซึ่งดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร เป็นองค์กรผู้ผลิตสื่อขนาดเล็ก และเป็นองค์กรที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจสื่อโดยตรง ซึ่งล้วนแล้วแต่มีส่วนช่วยให้รายการภาษาอังกฤษนั้นสามารถอยู่รอดทางธุรกิจได้ทั้งสิ้น

โดยเฉพาะรายการภาษาอังกฤษที่ผลิตโดยองค์กรผู้ผลิตสื่อขนาดใหญ่ นั้น ไม่ว่าจะเป็นรายการ อีซี อิงลิช และรายการ เอ อี ไอ ฟอร์ ยู ในเครือเนชั่น รายการอี ฟอ ทิน ในเครือแกรมมี่ หรือจะเป็นรายการทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ในเครือช่อง 3 เนื่องมาจากมีบริษัทแม่ที่มั่นคงและมีอำนาจทางเศรษฐกิจสูงจากการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรจากการรวมตัวทางธุรกิจ และจากการกระจายตัวทางธุรกิจ จึงสามารถกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจและสามารถแข่งขันในธุรกิจสื่อมวลชนได้สูง กล่าวคือ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้กำไรจากการผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ แต่ทางผู้ผลิตก็สามารถแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจได้อย่างเต็มที่จากการประกอบธุรกิจสื่ออื่นๆ หรือการผลิตรายการ โทรทัศน์ประเภทอื่นของทางบริษัทได้นั่นเอง

อย่างไรก็ตามเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้รายการภาษาอังกฤษซึ่งผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่สามารถอยู่รอดได้ แม้ว่าจะไม่สามารถสร้างผลกำไรแก่บริษัทได้มากนัก แต่ทว่ารายการภาษาอังกฤษเหล่านี้ก็ยังสามารถสร้างผลประโยชน์ทางอ้อมให้แก่บริษัทใน 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร และ 2) การประชาสัมพันธ์หรือการส่งเสริมการขายสินค้าของทางบริษัท

ประการแรกคือ “ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ” เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี ในอันที่จะนำไปสู่การขยายตัวในการทำธุรกิจอื่นๆของบริษัทต่อไปภายภาคหน้า ตัวอย่างของกรณีนี้ได้แก่ ราชการทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ของบริษัท บีอีซี - เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่แม้ว่าจะไม่ใช่รายการที่ทำกำไรให้แก่บริษัท แต่ทางช่อง 3 ก็ยังให้การสนับสนุนการผลิตรายการนี้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ช่อง 3 ว่า ไม่ได้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มุ่งแต่จะนำเสนอรายการบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับรายการที่ค้ำชูสาระแก่ผู้ชมด้วย ส่วนรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ในเครือของเนชั่นคือ รายการอีซี่ อิงลิช และรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ก็ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่เนชั่นว่า เป็นองค์กรที่มุ่งผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีสาระและให้ประโยชน์แก่ผู้ชม แม้ว่ารายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์และดูเหมือนว่า น่าจะสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี เพราะมีรายได้จากการขายโฆษณาและรายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการ แต่อันที่จริงแล้วกลับประสบปัญหาในการหาผู้อุปถัมภ์รายการ เนื่องจากเป็นรายการเกมโชว์ที่เน้นให้ความรู้ภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้อุปถัมภ์รายการไม่นิยมให้การสนับสนุน เพราะไม่มีคารามาแข่งขันและกลัวว่าจะมีผู้ชมรายการไม่มากนัก

ผลประโยชน์ทางอ้อมประการที่ 2 ก็คือ “ การประชาสัมพันธ์หรือการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆของทางบริษัทผู้ผลิต ” ตัวอย่างในกรณีนี้ได้แก่ กรณีของรายการ อี ฟอ ทิน ที่ผลิตโดยบริษัท ทินทอล์ค จำกัด ในเครือของแกรมมี่ ซึ่งดูเหมือนว่ารายการ อี ฟอ ทิน นี้ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มบริษัทในเครือของแกรมมี่ที่ว่า คือการส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ทางการศึกษาแก่เยาวชน โดยไม่ได้มุ่งเพิ่มยอดขายเทปเพลงของศิลปินในค่ายแกรมมี่ แต่อย่างไรก็ตามทางแกรมมี่ก็ยังสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ศิลปินนักร้องในค่ายเอาไว้ในรายการด้วย นอกจากนี้ก็ยังมีโฆษณาผลงานของศิลปินในสังกัดตอนช่วงสล็อตโฆษณาอีกต่างหาก โดยสรุปแล้วด้วยผลประโยชน์ทางอ้อมทั้ง 2 ประการนี้ก็มีส่วนช่วยให้รายการภาษาอังกฤษของบริษัทผู้ผลิตสื่อขนาดใหญ่อยู่รอดได้เช่นกัน

ขณะที่รายการฟุค ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ซึ่งเป็นรายการที่ผลิตโดยผู้ประกอบการสื่อขนาดเล็กนั้น ก็มีการดำเนินธุรกิจในลักษณะที่เรียกว่า “การขยายตัวข้ามสื่อ” ด้วย แต่การขยายตัวข้ามสื่อของผู้ผลิตรายการจะเป็นไปในลักษณะของการที่ผู้ผลิตพยายามหารายได้เสริมเพื่อให้รายการสามารถอยู่รอดได้ จากการผลิตวิดีโอเทปรายการฟุค ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ออกจำหน่าย และจากการขยายตัวไปดำเนินธุรกิจสื่อวิทยุ โดยเข้าไปผลิตรายการฟุค ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางวิทยุอีก 1 รายการ นอกเหนือไปจากการผลิตรายการความรู้ขนาดสั้นทางโทรทัศน์อีก 2 - 3 รายการ

ส่วนรายการปัญหาภาษาอังกฤษ ที่ผลิตโดยผู้ผลิตที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการสื่อ แต่ได้เข้ามาดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์องค์กร โดยมีได้มุ่งหวังในเรื่องของผลกำไรจากการเข้ามาผลิตรายการโทรทัศน์ จึงมีส่วนช่วยให้รายการปัญหาภาษาอังกฤษสามารถอยู่รอดได้มาตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 จนถึงปัจจุบัน

2. งบประมาณในการผลิต

การผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น ต้องใช้งบประมาณในการผลิตรายการค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ทั้งหมดเป็นองค์กรเอกชน จึงต้องจัดการบริหารทั้งในเรื่องการดำเนินธุรกิจและการผลิตรายการเองทั้งหมด ซึ่งงบประมาณที่ใช้ในการผลิตส่วนหนึ่งจะมาจากทางผู้ผลิตเอง และอีกส่วนหนึ่งจะมาจากบรรดาผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor) โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการผลิตที่สำคัญของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์สามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1 ค่าเช่าเวลาออกอากาศ

เรื่องของค่าเช่าเวลาออกอากาศจากทางสถานีโทรทัศน์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญประการหนึ่งต่อการผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ เนื่องจากค่าเช่าเวลาออกอากาศนี้มีราคาสูงมาก บางครั้งอาจมีสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการในแต่ละครั้งเลยทีเดียว ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตต้องประหยัดงบประมาณในส่วนอื่นๆทดแทน หรือต้องหารายได้จากด้านอื่นมาเพิ่มเติมเพื่อให้มีงบประมาณเพียงพอในการผลิตรายการ

หทัยรัตน์ อติชาติ ผู้ดูแลการผลิตรายการปัญหาภาษาอังกฤษ กล่าวถึง ความสำคัญและปัญหาในเรื่องของงบประมาณในการผลิตรายการ ไว้ว่า

“...ที่เป็นปัญหาใหญ่ของเราก็คือ เรื่องงบค่ะ เพราะทั้งรายการใช้เงินเยอะประมาณ 2 ล้านกว่าบาทต่อครึ่งปีที่ทำ ค่าใช้จ่ายที่จะหนักส่วนใหญ่อะประมาณ 70 - 80 % ของการดำเนินงานทั้งหมดอยู่ที่ ค่าเช่าเวลาออกอากาศกับพวกค่าบันทึกเทป ค่าเช่าอุปกรณ์พวกนี้ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งก็เกือบแสนบาท แต่ก่อนก็ไม่มีปัญหาตรงจุดนี้ เพราะทางเซลล์ให้การสนับสนุนเต็มที่ แต่พอเศรษฐกิจไม่ดีก็ไม่มีปัญหาเหมือนกัน...”

(หทัยรัตน์ อติชาติ , สัมภาษณ์ , 26 ม.ค. 42)

2.2 ค่าเช่าอุปกรณ์ในการผลิตและค่าเช่าสตูดิโอ

ค่าใช้จ่ายในเรื่องของการเช่าอุปกรณ์สำหรับการผลิตรายการนับว่า เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการผลิตรายการให้มีคุณภาพและทันสมัยน่าติดตาม แม้ว่าอุปกรณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่มีราคาแพง ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์หลายรายที่ไม่มีงบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์ในการผลิต จึงอาศัยการเช่าอุปกรณ์ในการผลิตจากทางสถานีโทรทัศน์หรือจากบริษัทเอกชน ซึ่งค่าเช่าอุปกรณ์เหล่านี้ก็ค่อนข้างที่จะมีราคาแพง ประกอบกับทางผู้ผลิตหลายรายต้องเสียค่าเช่าสตูดิโอในการถ่ายทำรายการด้วย ทำให้ผู้ผลิตต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าเช่าอุปกรณ์และค่าเช่าสตูดิโอในการผลิตรายการแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการผลิตรายการทางผู้ผลิตจึงต้องทำงานแข่งกับเวลาเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ให้มากที่สุด

ธนพร กฤษไมตรี ผู้ดูแลการผลิตรายการ เอ อี โอ ฟอร์ ยู ได้กล่าวถึงเรื่องงบประมาณในการผลิตรายการ ไว้ว่า

“...ค่าใช้จ่ายมันเยอะมาก เรียกได้ว่าผลตอบรับมันไม่คุ้มทุน ทำแล้วไม่ได้กำไร อยู่ในระดับเสมอตัวหรือไม่ก็ขาดทุนนิดหน่อย อย่างค่าเช่าสตูดิโอเสียเป็นคิว คิวละเกือบสองหมื่นบาท คิวนี้ก็ 6 โมงเช้าถึง 6 โมงเย็น หลังจากนั้นคิดเพิ่มต่างหาก ค่าเช่ากล้อง ค่าเช่าอุปกรณ์ แสงสีไฟ เทปหนึ่งตกลหลายสตางค์อยู่ อย่างแสงสีไฟนี้ประมาณ 23,000 กว่าบาทต่อครั้งนะ ก็เลยต้องประหยัดด้วยการอัดครั้งละ 3 เทป จะได้ทุนค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไป ส่วนค่าเช่าเวลาออกอากาศก็ตกลประมาณ 80,000 กว่าบาท ต่อครั้ง...”

(ธนพร กฤษไมตรี , สัมภาษณ์ , 8 พ.ย. 42)

2.3 ค่าจ้างบุคลากร

ในการผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ จะต้องอาศัยทีมงานหรือบุคลากรจำนวนไม่น้อยในการผลิต แต่เนื่องจากรายการภาษาอังกฤษส่วนใหญ่มีงบประมาณค่อนข้างจำกัด จึงไม่สามารถที่จะว่าจ้างทีมงานได้มากเท่าที่ต้องการ ดังนั้นบุคลากรคนหนึ่งอาจต้องทำงานหลายๆหน้าที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายการภาษาอังกฤษไม่มากนักน้อย

แพทริก แมคคีโอน ผู้ดูแลการผลิตรายการทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ได้กล่าวถึงความสำคัญและปัญหาในเรื่องของงบประมาณในการผลิตรายการ ไว้ว่า

“ การผลิตรายการโทรทัศน์มันเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง การทำธุรกิจก็คือ make money ถ้ามีเงินมากก็สามารถทำอะไรในรายการได้มากกว่าที่เป็นอยู่ มีเงินมาจ้างทีมงานได้มากขึ้น อย่างที่เห็นผมมีลูกน้องอยู่แค่นี้ แต่ถ้าได้สัก 8 – 10 คนก็จะ perfect ตอนนี้ผมมีไอเดียและคอนเซ็ปต์รายการไว้แล้ว แต่ไม่มีงบประมาณและทีมงานเพียงพอก็ต้องพักไว้ก่อน รอเศรษฐกิจดีกว่านี้อาจจะได้ทำ...”

(แพทริก แมคคีโอน , สัมภาษณ์ , 18 ธ.ค. 41)

2.4 ค่าของรางวัลสำหรับผู้ร่วมรายการ

เนื่องจากรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์บางรายการนั้น จะมีการเชิญผู้ร่วมรายการ หรือมีผู้เข้าแข่งขันในรายการด้วย ทำให้ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วน ของของรางวัลแก่ผู้ร่วมรายการด้วย โดยเฉพาะรายการภาษาอังกฤษที่เป็นรายการประเภทเกมโชว์ ซึ่งมีผู้ร่วมรายการ (ผู้เข้าแข่งขัน) ครั้งละหลายคน และมีเงินรางวัลและของรางวัลในการแข่งขันจำนวนมาก

ธนพร กฤษไมตรี ได้กล่าวถึง ค่าของรางวัลสำหรับผู้แข่งขันในรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ไว้ว่า

“...นอกจากนี้ก็มีพวกค่าของรางวัลต่างๆ ทางเนชั่นจะเป็นคน support ในเรื่องนี้ คือเราไม่มีสปอนเซอร์แบบเต็มเหยียดที่จะจ่ายให้ พอเด็กเปิดป้ายได้เงินเท่าไร อย่างแจ๊คพอทแตก ทางรายการก็จ่ายเลขทันที 200,000 บาท...”

(ธนพร กฤษไมตรี , สัมภาษณ์ , 8 พ.ช. 42)

3. ตัวยุทธการภาษาอังกฤษ

การนำเสนอรายการภาษาอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอฉากหรือสถานที่ถ่ายทำรายการ ตลอดจนตัวผู้ดำเนินรายการ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความอยู่รอดของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ทั้งสิ้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูด

ความสนใจของผู้ชมไว้กับรายการ ถ้ารายการใดมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ชวนติดตาม ก็จะเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้มากขึ้น และเมื่อทางรายการได้รับความนิยมนจากผู้ชมอย่างดี ย่อมส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการให้ความสนใจมาลงโฆษณาหรือให้การสนับสนุนรายการที่เพียงพอต่อความอยู่รอดของรายการและอาจนำมาซึ่งผลกำไรอีกด้วย ดังนั้นรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพของรายการ และพยายามปรับปรุงรายการอยู่ตลอดเวลา

3.1 เนื้อหาของรายการ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 4 ว่า ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ต่างก็พยายามนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ เหมาะสมกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของตนเอง และมักมีการปรับปรุงในส่วนของเนื้อหารายการอยู่บ่อยครั้งด้วยกัน เช่น รายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อย่างรายการ อี ฟอ ทิน ก็จะนำเสนอเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่น เน้นความทันสมัย ให้ความบันเทิงและความรู้ภาษาอังกฤษ ไปพร้อมๆ กัน

ปารีชาติ กิจพิพัฒนศิลป์ ได้กล่าวถึง การปรับปรุงเนื้อหาในรายการ อี ฟอ ทิน ไว้ว่า

“...เนื้อหารายการมันก็จะเปลี่ยนไปตลอดเวลาตาม trend เพราะรายการเรานั้นนำเสนอเนื้อหาที่กำลังอยู่ในความสนใจของวัยรุ่น อย่างพวกเพลงที่กำลังฮิตอยู่ หรือว่าภาพยนตร์ต่างประเทศที่มาแรง แฟชั่น อินเทอร์เน็ตพวกนี้ โดยสอดแทรกความรู้ภาษาอังกฤษแบบไม่ซีดเซียด เน้นภาษาที่ใช้ที่เป็น real life มากกว่า เพราะฉะนั้นเนื้อหาจะเป็นแนวสบายๆ ไม่ซีเรียส...”

(ปารีชาติ กิจพิพัฒนศิลป์, สัมภาษณ์, 3 ธ. ค. 41)

3.2 รูปแบบการนำเสนอรายการ

เรื่องของรูปแบบการนำเสนอรายการ ก็มีความสำคัญไม่แพ้เนื้อหาของรายการเลยทีเดียว เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกลมกลืนกับเนื้อหา จะช่วยให้รายการนั้นมีความน่าสนใจและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น

หทัยรัตน์ อติชาติ ได้กล่าวถึง การปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายการปัญหาภาษาอังกฤษไว้ว่า

“...เรื่องรูปแบบวิธีการนำเสนอต่างๆ ทางอาจารย์จุฬาก็มาเปลี่ยนหลายๆอย่าง ค่ะ ก็เอาวิดีโอมาถามเด็ก มีคำถามเกี่ยวกับเพลง ให้เกิดการสลับ mood กัน หน่อย เรื่องกติกากการแข่งขันก็พัฒนาขึ้นเพื่อให้รายการศึกษาค้น...ตอนนี้ รอบ final ก็เริ่มให้มีการไปคำ อยากรู้อยากเห็นให้เด็กแสดงออกทางด้าน speaking skill บ้าง แล้วก็ทำให้เกมมีสีสัน สนุกมากขึ้น ไม่ดูเป็นรายการเพื่อการศึกษาจนเกินไป เคี้ยวจะดูน่าเบื่อค่ะ”

(หทัยรัตน์ อติเทพ , สัมภาษณ์ , 26 ม.ค. 42)

3.3 ผู้ดำเนินรายการ

ผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกร มีความสำคัญต่อการนำเสนอรายการภาษาอังกฤษ เนื่องจากผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่สื่อสารกับผู้ชม ดังนั้นการเลือกตัวผู้ดำเนินรายการที่เหมาะสมมีส่วนช่วยให้รายการนั้นๆเข้าถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งรายการภาษาอังกฤษก็ให้ความสำคัญในส่วนของผู้ดำเนินรายการด้วยเช่นกัน และมีการปรับเปลี่ยนตัวผู้ดำเนินรายการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมมากขึ้นด้วย

แพทริค แมคคีโอน กล่าวถึงเรื่อง การปรับเปลี่ยนตัวผู้ดำเนินรายการทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ไว้ว่า

“...แรกๆเราใช้ฟรีเซ็นเตอร์เป็นจิงน่า รองมิสไทยแลนด์เวิลด์ แล้วก็เงินนิเฟอร์ ชู แล้วก็ปิ่นน่องแทน (ธัญญา ศรีสนธิสุข) แต่จากการทำสำรวจ เราพบว่า ผู้ชมไม่ได้สนใจหน้าตาของฟรีเซ็นเตอร์เลย แต่สนใจการการฝึกฝนภาษาอังกฤษจากรายการมากกว่า ดังนั้นเราเลยเปลี่ยนให้แอนครูว์ บิกส์ มารับหน้าที่นี้ไป สาเหตุที่เลือกแอนครูว์ เพราะว่าเค้าเข้าใจคนไทยมากกว่า พูด speed เข้า มีความเป็นมืออาชีพ แล้วผมเองก็รู้จักกับแอนครูว์ด้วย...”

(แพทริค แมคคีโอน , สัมภาษณ์ , 18 ธ.ค.41)

3.4 ฉากหรือสถานที่ถ่ายทำรายการ

ฉากหรือสถานที่ในการถ่ายทำรายการ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยให้รายการภาษาอังกฤษนั้นๆมีความน่าสนใจ ซึ่งรายการภาษาอังกฤษหลายรายการต่างให้ความสำคัญ

สำคัญโดยการปรับปรุงฉากหรือสถานที่ถ่ายทำรายการด้วย เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซากจำเจขึ้น
ในรายการ

อิสรา สุนทรวัฒน์ ได้กล่าวถึง เรื่องของการเปลี่ยนสถานที่ถ่ายทำรายการฟุตบอล ฟุตบอล
ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ จากการถ่ายทำในสตูดิโอมาเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ไว้ว่า

“ การปรับปรุงรายการก็มีตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนจากถ่ายทำในสตูดิโอ
เป็นออกไปถ่ายทำนอกสถานที่กัน เราคิดว่าการปรับจะสร้างให้เราและผู้
ชมมีความใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศในรายการให้ดูเป็นกัน
เอง สบายๆ แล้วยังสามารถนำเอาสิ่งต่างๆในสถานที่นั้นมาใช้ประโยชน์ใน
การแตกคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ด้วย...”

(อิสรา สุนทรวัฒน์ , สัมภาษณ์ , 17 ก.พ. 42)

เช่นเดียวกับ หทัยรัตน์ อติชาติ ที่กล่าวถึง เรื่องของการปรับปรุงฉากของรายการปัญหา
ภาษาอังกฤษไว้ว่า

“...ก็จะมีการคุยกันทุกปีนะคะว่าจะปรับเปลี่ยน จะมีสิ่งที่จะปรับเปลี่ยนเป็น
ประจำทุกปีคือ ในเรื่องของฉาก คือพยายามจะไม่ให้มันดูแล้วรู้สึกว้ากกันทุก
ปีอยากให้มีอะไรแปลกใหม่ในรายการมั่ง คนดูจะได้ไม่รู้สึกรึเปล่า...”

(หทัยรัตน์ อติเทพ , สัมภาษณ์ , 26 ม.ค. 42)

จะเห็นได้ว่า ตัวรายการภาษาอังกฤษนั้นมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของรายการ ซึ่ง
ทางผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของรายการอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงราย
การให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และทันสมัยอยู่เสมอ จะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม
ไว้กับรายการได้ดียิ่งขึ้น จึงมีส่วนช่วยผลักดันให้ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษจำเป็นต้องมีการปรับปรุง
รายการ เพราะถ้าทางรายการได้รับความนิยมนจากผู้ชมหรือมีเรตติ้งที่ดี ย่อมส่งผลให้บรรดาผู้
อุปถัมภ์รายการให้การสนับสนุนรายการ ทำให้รายการมีรายได้อีกและผลกำไร ซึ่งเป็นเหตุผล
ประการสำคัญที่ทำให้รายการอังกฤษทางโทรทัศน์สามารถอยู่รอดได้

ปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการในรายการโทรทัศน์ ถือได้ว่าเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง กล่าวคือ ผู้ผลิตรายการจะได้รับเงินตอบแทนจากการขายโฆษณาในรายการ ขณะที่ผู้อุปถัมภ์รายการก็จะได้โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของตนเองออกสู่สายตาผู้บริโภค และสำหรับรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์แล้ว รายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการนับเป็นงบประมาณที่สำคัญที่จะนำมาใช้ในการผลิตและสร้างสรรค์รายการให้มีคุณภาพ ทั้งนี้ผู้อุปถัมภ์รายการภาษาอังกฤษนั้น สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1.1 การสนับสนุนรายการแบบเหมา (Package)

การสนับสนุนรายการในลักษณะนี้ คือ การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลัก ซึ่งมีทั้งที่เหมาทั้งรายการและเหมาเป็นช่วงรายการไป โดยรายการภาษาอังกฤษที่มีผู้อุปถัมภ์รายการในลักษณะนี้ ได้แก่

- รายการ ฟุค ฟิค ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ มีผู้อุปถัมภ์รายการหลักเพียงรายเดียว คือ ธนาคารนครหลวงไทย
- รายการ อีซี่ อิงลิช มีผู้อุปถัมภ์รายการหลักเพียงรายเดียว คือ ไทย – พูจิ ซีรอกซ์
- รายการปัญหาภาษาอังกฤษ มีผู้อุปถัมภ์รายการหลักเพียงรายเดียว คือ เซลล์
- รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู มีผู้อุปถัมภ์รายการแบบเหมาเป็นช่วงรายการอยู่ 5 รายด้วยกัน ได้แก่ โตโยต้า (สนับสนุนช่วง Alphabet Game) , เวิลด์โฟน 800 ใหม่ (สนับสนุนช่วง Guessing Game) , ชัมซุง (สนับสนุนช่วง Who is it?) และ เอสไอซ์ (สนับสนุนช่วง Jackpot)
- รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ มีผู้อุปถัมภ์รายการหลักเพียงรายเดียว คือ วอลโว่

- รายการ อี ฟอ ทิน มีผู้อุปถัมภ์รายการหลักแบบเหมาะสมช่วงรายการอยู่ 2 ราย ได้แก่ เลย์ (สนับสนุนช่วง Movie e Break และช่วง Special Event) และจอห์นสัน เทียว เอสเซนเชียล (สนับสนุนช่วง Music for Friends)

1.2 การขายสปอตโฆษณา (Advertising Spot)

- รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู มีการขายสปอตโฆษณา โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 120,000 บาท
- รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ มีการขายสปอต โฆษณา โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 40,000 บาท
- รายการ อี ฟอ ทิน มีการขายสปอต โฆษณา โดยคิดอัตราค่าโฆษณา : นาที = 140,000 บาท

ลักษณะของการให้การสนับสนุนรายการในรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นี้ บรรดาผู้อุปถัมภ์รายการส่วนใหญ่ มักมีวัตถุประสงค์ในการให้การสนับสนุนรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรมากกว่าที่จะมุ่งโฆษณาสินค้าหรือบริการ ด้วยเหตุนี้รายการภาษาอังกฤษที่มีผู้อุปถัมภ์รายการที่ให้การสนับสนุนรายการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร เช่น รายการ ฟุค ฟิด ฟอ ไฟว์ รายการ อีซี่ อิงลิช หรือรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ทางผู้อุปถัมภ์รายการจะให้อิสระในการทำงานเต็มที่ โดยไม่เข้ามาก้าวก่ายในการผลิตรายการ อาจกล่าวได้ว่า ผู้อุปถัมภ์รายการนั้นเป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านการเงิน (Financial Backer) แก่รายการมากกว่าที่จะเป็นผู้โฆษณา (Advertiser)

ดังเช่น อิศรา สุนทรวัฒน์ ที่กล่าวถึงผู้อุปถัมภ์รายการของรายการ ฟุค ฟิด ฟอ ไฟว์ ว่า

“ ทางธนาคารนครหลวงไทยไม่เคยเข้ามายุ่งเลยแม้แต่นิดเดียว เค้าไม่เคยบอก แม้แต่ว่า เวลาไปถ่ายต่างจังหวัด คุณต้องถ่ายหน้าธนาคารนะ หรือต้องพูดชักชวนให้มาฝากเงินกับธนาคารนะ เราโชคดีในจุดนี้ที่ว่า เค้าไม่จู้จี้ ไม่เคยเข้ามายุ่งเลย เรายังจะส่งเทปให้ตรวจทุกเดือน แต่เค้าก็ไม่เคยบอกว่า ไม่ได้ๆ คือ มันอิสระทั้ง 2 ฝ่าย...”

(อิศรา สุนทรวัฒน์ , สัมภาษณ์ , 17 ก.พ. 42)

ขณะเดียวกันก็มีรายการภาษาอังกฤษรายการหนึ่งที่อยู่ปัดมภ์รายการเป็นผู้ผลิตรายการเองนั่นคือ รายการปัญหาภาษาอังกฤษ ซึ่งก็มีวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีรายการภาษาอังกฤษที่มีการขายสปอนเซอร์โฆษณาในรายการด้วย ได้แก่ รายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู รายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ และรายการ อี ฟอ ทิน

อย่างไรก็ดีผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์มักประสบปัญหาในการหาผู้อุปถัมภ์รายการ ทั้งผู้อุปถัมภ์หลักและผู้โฆษณาในรายการ ซึ่งความรุนแรงของปัญหาจะส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของรายการมากน้อยแค่ไหนนั้น ก็ขึ้นอยู่กับศักยภาพขององค์กรผู้ผลิตแต่ละรายเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเศรษฐกิจถดถอยเช่นนี้ ทำให้บรรดาบริษัทต่างๆ ดัดตอนงบประมาณในการสนับสนุนรายการหรือการโฆษณาสินค้าทางสื่อโทรทัศน์ลงไปมาก ทำให้รายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ได้รับผลกระทบตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

แพทริค แมคคีโอน ได้กล่าวถึง ความสำคัญของผู้อุปถัมภ์รายการของรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ไว้ว่า

“...ตอนนี้เรามีสปอนเซอร์หลักในรายการเพียงรายเดียวเท่านั้นคือ วอลโว่ ทำให้เรามีงบประมาณในปีนี้น้อยเพราะทางวอลโว่ก็ให้เงินมาแค่ 10 ล้านบาทตลอดทั้งปี การหาสปอนเซอร์เพิ่มก็ยากมากๆ เพราะเศรษฐกิจมันไม่ดี ผมเองก็ต้องออกไปหาสปอนเซอร์ตลอด ก็ใช้เวลาหาเป็นเดือนกว่าจะได้สักราย ก็ถือว่ายังโชคดีที่หาสปอนเซอร์ได้บ้างจากคนคุ้นเคยกัน เขาก็ช่วยเหลือมา ถึงจะไม่มากนัก แต่ก็พอที่จะทำให้รายการอยู่รอดได้ คือ ไม่มีกำไร แต่ก็ไม่ถึงกับขาดทุนนะ...”

(แพทริค แมคคีโอน ,สัมภาษณ์ , 18 ธ.ค. 41)

ส่วน ธนพร กฤษไมตรี ได้กล่าวถึง รายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการของรายการ เอ อี ไอ ฟอรั ยู ไว้ว่า

“...ในส่วนของสปอนเซอร์มันก็มีปัญหาอยู่ทุกทีแหละว่า สปอนเซอร์มีไม่เคยมามากตลอด แต่สปอนเซอร์ส่วนใหญ่ไม่รู้เป็นยังไงนะ เขาคิดมาให้คนมาแข่งเป็นศิลปินคารา เขาคิดว่าเกมโชว์ต้องเป็นคารามาแข่ง จะได้ดึงดูดได้มากๆ มันเลยทำให้เราหาสปอนเซอร์ค่อนข้างลำบาก แลผมเวลาขอสปอนเซอร์

เราก็จะได้ไม่เยอะเท่ากับรายการเกมโชว์ที่เอาดารามากระหน่ำที่หนึ่ง 10 คน เพราะเค้ามักจะขอต่อรองราคาลงมา เพราะรายการเรามีคารามาบ่อย ส่วนใหญ่เป็นทางบ้าน”

(ธนพร กฤษไมตรี , สัมภาษณ์ , 8 พ.ย. 42)

โดยสรุปแล้วรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น มีความจำเป็นต้องพึ่งพิงรายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อหล่อเลี้ยงรายการให้สามารถอยู่รอดได้

2. คู่แข่งขัน

เนื่องจากการแข่งขันกันในการดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์สูงมาก ถ้าผู้ใดมีความคิดริเริ่มก่อน ก็ย่อมกลายเป็นผู้นำที่โดดเด่น นั้นย่อมหมายความว่า สามารถสร้างความสนใจให้กับผู้ชมและบรรดาผู้อุปถัมภ์รายการต่างๆได้

สำหรับการผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์แล้ว ปัจจัยเรื่องคู่แข่งไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดของรายการนัก เพราะทางผู้ผลิตรายการไม่นับว่ารายการภาษาอังกฤษรายการอื่นๆเป็นคู่แข่งทางธุรกิจกัน โดยเห็นว่า การผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ไม่ได้สร้างกำไรให้แก่ผู้ผลิตมากมาอะไร และผู้ชมรายการประเภทนี้ก็มีกลุ่มผู้ชมเดิวกันที่สนใจความรู้ภาษาอังกฤษ ประกอบกับบางรายการจะมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจนเฉพาะกลุ่มไป นอกจากนี้รายการภาษาอังกฤษต่างก็มีช่วงเวลาออกอากาศที่แตกต่างกันออกไป จึงไม่ถือว่ารายการภาษาอังกฤษอื่นๆเป็นคู่แข่งกันทางธุรกิจกัน

ดังคำสัมภาษณ์ อิศรา สุนทรวัฒน์ เกี่ยวกับเรื่องคู่แข่งของรายการ ฟุค ฟิด ฟอ ฟ้า ว่า

“...รายการภาษาอังกฤษรายการอื่นๆ ผมไม่ถือว่าเป็นคู่แข่ง ถ้าถือเป็นคู่แข่งมันก็คือธุรกิจ สำหรับรายการของเราเราถือว่าเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่ทำให้คนไทย ถ้าอยากเก่งภาษาอังกฤษก็ดูทุกรายการก็ได้ แต่เราถือว่ารายการของเราจะเป็นแนวหนึ่ง รายการอื่นก็เป็นอีกแนวหนึ่ง ตอนเช้าอาจดู ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ก่อน ตอนเย็นดู อีซี่ อิงลิช แล้วก็มาดูของเรา พอสตาร์ – อาทิตย์ ก็ดู อี ฟอ ทิน...”

(อิศรา สุนทรวัฒน์ , สัมภาษณ์ , 17 ก.พ. 42)

ขณะเดียวกัน แพทริก แมคคีโอน ได้ให้ความเห็นในเรื่องคู่แข่งของรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ไว้ว่า

“...จริงๆแล้วผมไม่ถือว่าเป็นคู่แข่งกัน เพราะรายการประเภทนี้ก็ไม่ได้มีการแข่งขันเชิงธุรกิจกันจริงๆ แล้วผู้ชมรายการก็เป็นกลุ่มเดียวกันที่ต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และวิธีการสอนก็จะคล้ายๆกัน...”

(แพทริก แมคคีโอน , สัมภาษณ์ , 18 ธ.ค.41)

อย่างไรก็ตามรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ ยังมีคู่แข่งที่แท้จริงอยู่ที่รายการบันเทิงนั่นเอง ซึ่งทำให้ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงรายการในด้านอื่นๆอยู่เสมอๆ เพื่อเพิ่มความนิยมจากผู้ชม (Rating) และจากผู้อุปถัมภ์รายการด้วยนั่นเอง

3. นโยบายของสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์เป็นองค์กรสื่อมวลชนที่มีลักษณะการดำเนินงานธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไร โดยมีรายได้หลักที่สำคัญมาจากการขายโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆทางโทรทัศน์ ทำให้การแข่งขันระหว่างสถานีโทรทัศน์มีอยู่สูงมาก ดังนั้นสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องจะมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนรายการที่ได้รับความนิยมสูงไว้ในช่วงเวลาดีของสถานี (Prime - time) เพื่อแข่งขันกับผู้ชมและผู้โฆษณาจากสถานีที่เป็นคู่แข่งเพื่อนำกำไรสูงสุดมาสู่สถานี

ด้วยเหตุนี้จึงมีการกำหนดช่วงเวลาออกอากาศรายการประเภทต่างๆไว้อย่างชัดเจน ว่าช่วงใดจะออกอากาศรายการประเภทไหน เช่น สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 กำหนดให้รายการเพื่อการศึกษาหรือรายการสำหรับเด็กออกอากาศในช่วงเย็นวันจันทร์ - ศุกร์ รายการเกมโชว์ออกอากาศช่วงบ่ายวันเสาร์ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 กำหนดให้รายการ Edutainment สำหรับวัยรุ่นออกอากาศช่วง 10.00 - 12.00 น. ในวันเสาร์ - อาทิตย์ ส่วนสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 กำหนดให้รายการเพื่อความรู้และรายการสำหรับเด็ก ออกอากาศตอนช่วงเช้า เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษต่างพอใจกับช่วงเวลาออกอากาศรายการของคนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ต่อไปนี้

แพทริก แมคคีโอน กล่าวถึงช่วงเวลาออกอากาศรายการ ทอล์ค ออฟ เดอะ ทาวน์ ว่า

“...เรื่องของช่วงเวลาออกอากาศ ตอนแรกก็เถียงกันว่าจะทำช่วงไหนดี ช่วงเย็น ช่วงกลางคืน หรือตอนเช้าดี สุดท้ายก็ตกลงเอาช่วงเช้าดีกว่า ประมาณ 6 โมงเช้า เพราะคนเพิ่งตื่นนอนเตรียมตัวไปเรียนไปทำงาน ระหว่างแต่งตัวหรือทานข้าว คนไทยก็ชอบเปิดทีวีทิ้งไว้ด้วย แต่ถ้าสายไปสัก 7 โมงก็ไม่ดี เพราะเป็นเวลาเดินทาง คนยังอยู่บนรถอยู่เลย แล้วอีกอย่างตอนเช้าเพิ่งตื่นนอนสมองก็ปรอดปรองพร้อมจะรับความรู้จากทางราชการได้เต็มที่ ส่วนตอนค่ำๆ มันในช่วง prime – time ของช่อง 3 เป็นช่วงข่าวกับละคร เพราะฉะนั้นเวลาเต็มหมด ...”

(แพทริก แมคคีโอน , สัมภาษณ์ , 18 ธ.ค. 41)

ส่วน อิศรา สุนทรวัฒน์ ได้กล่าวถึงเรื่องช่วงเวลาออกอากาศรายการ ฟุค ฟิค ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ไว้ว่า

“...ตอนแรกเราว่าจะขอเวลาก่อนข่าวทุ่มหนึ่ง เพราะเราปรึกษากันแล้วคิดว่า เป็นเวลาที่ครอบครัวกำลังทานข้าวอยู่ แล้วคนไทยชอบเปิดทีวีแชนไว้ ทานข้าวไปฟังเสียงทีวีไป แต่พอดีคิวย้ายมากก็บังเอิญได้เวลาในช่วงข่าวก็เลยยิ่งดีใหญ่ เพราะยังมีคนได้ดูเยอะขึ้น...”

(อิศรา สุนทรวัฒน์ , สัมภาษณ์ , 17 ก.พ. 42)

หทัยรัตน์ อติชาติ กล่าวถึงเรื่องช่วงเวลาออกอากาศรายการปัญหาภาษาอังกฤษ ไว้ว่า

“...เรื่องของช่วงเวลาออกอากาศนี้ ทางช่อง 9 เป็นผู้จัดให้จากผังรายการ คือเค้าก็มีนโยบายของเค้าว่า รายการสำหรับการศึกษานี้จะต้องอยู่ช่วงเย็น เค้าก็จะ fix ให้เรา เคยคุยกับทางช่อง 9 เหมือนกันว่า อาจจะออกอากาศช่วงวันเสาร์ แต่ทางช่อง 9 บอกว่า ได้ตอนบ่าย 2 นะ ซึ่งมันไม่ work ค่ะ เพราะคนเค้าออกนอกบ้านกัน เด็กๆไปเรียนพิเศษ แลมห่วงเวลาออกอากาศก็แพงกว่าด้วย ก็เลยตัดสินใจอยู่วันอังคารอย่างเดิมดีกว่า แต่ก็พยายามขอให้เฮียๆต่างๆที่สุด เพราะว่าเด็กกรุงเทพจะกลับไปดูไม่ทัน แต่ต่างจังหวัดเค้าก็ดูกันเยอะนะคะ บางปีก็ได้ 5 โมงถึง 5 โมงครึ่ง แต่ปีหลังๆนี้ได้ช่วง 5 โมงครึ่งถึง 6 โมงเย็น นี่คือเย็นที่สุดแล้วที่ขอได้ ...”

(หทัยรัตน์ อติชาติ , สัมภาษณ์ , 26 ม.ค. 42)

นอกจากนี้แล้วสถานีโทรทัศน์บางแห่งยังมีนโยบายให้ความช่วยเหลือทางด้านอุปกรณ์หรือเทคนิคการผลิตต่างๆ รวมถึงการลดหย่อนค่าเช่าเวลาออกอากาศให้ นับเป็นการเปิดโอกาสให้รายการภาษาอังกฤษสามารถเผยแพร่ออกสู่สายตาผู้ชมได้ เพราะเป็นที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่ารายการภาษาอังกฤษเป็นรายการที่หาผู้อุปถัมภ์รายการได้ลำบาก ทำให้มีงบประมาณในการผลิตรายการน้อยลงตามไปด้วย ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องพยายามหาวิธีลดรายจ่ายต่างๆลงเพื่อความอยู่รอดของรายการ ยิ่งไปกว่านี้การอาศัยการมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับทางสถานี ในแง่ของความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริหารของสถานี ก็ช่วยให้รายการภาษาอังกฤษนั้นอยู่รอดได้เช่นกัน

อิสรา สุนทรวัฒน์ กล่าวถึงเรื่องการมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 ไว้ว่า

“...การที่มำทำรายการอยู่ที่ช่อง 9 นี่จริงๆแล้วก็ไม่มีอะไรมาก เพียงแต่ทางเรารู้จักขอบพอกับทางช่อง 9 มาก่อน รายการโทรทัศน์ของเราทั้งหมดที่ทำก็เลยออกอากาศช่องนี้ เราก็อยากจะขยายตัวไปทำช่องอื่นเหมือนกัน แต่เราก็รู้ว่ารายการโทรทัศน์บางที่มันลำบาก เพราะว่าเค้ามี air time ของเค้าที่แน่นอนหาการที่เราจะแทรกตัวเข้าไปมันลำบากเหมือนกัน ตอนนี้อะไรคือว่าช่อง 9 เป็นช่องหลักของเราครับ”

(อิสรา สุนทรวัฒน์ , สัมภาษณ์ , 17 ก.พ. 42)

ขณะที่ หทัยรัตน์ อติชาติ ได้กล่าวถึง การมีสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 ไว้ว่า

“...ปีที่แล้วกับปีนี้ทางรายการถูกตัดงบลง ก็คุยกันว่าจะทำยังไง ก็ไปคุยกับช่อง 9 ว่าเค้าจะช่วยได้มั้ย แต่ทางช่อง 9 เองก็มีปัญหา เพราะทุกรายการเป็นแบบนี้หมด ปีที่แล้วเค้าก็ลดให้จำนวนหนึ่งแล้ว ส่วนปีนี้ยังไม่ได้ข้อสรุป ถ้าไม่ได้จริงๆก็คงเป็นปีแรกที่ต้องงงไป เพราะเราอยู่กับช่อง 9 มาตลอด ทางนายก็สนิทกับ ผ.อ. ช่อง 9 คือ มี relation กัน เราก็ไม่อยากจะย้ายไปจัดช่องอื่นแทน มันดูไม่ดี...”

(หทัยรัตน์ อติชาติ , สัมภาษณ์ , 26 ม.ค. 42)

จะเห็นได้ว่า การมีสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างทางสถานีโทรทัศน์กับทางผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์บางรายนั้น มีส่วนช่วยให้รายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์รายการ

นั้นๆสามารถชู้รอดได้ เช่น อาจได้ลดหย่อนค่าเช่าเวลาออกอากาศ ได้รับความช่วยเหลือทางด้านอุปกรณ์และเทคนิคในการผลิต หรือสามารถเจรจาต่อรองในเรื่องช่วงเวลาออกอากาศรายการได้ เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่แล้วความสัมพันธ์อันดีระหว่างทางสถานีโทรทัศน์กับทางผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น จะเป็นไปในลักษณะของความสนิทสนมใกล้ชิดกันระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวนี้จะเห็นได้ชัดในกรณีของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 กับทางผู้ผลิตรายการฟุตบอล ฟุตบอล ฟุตบอล กับแสงชัย สุทธิวัฒน์ อีกทั้งทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เองก็มีนโยบายสนับสนุนรายการที่ให้สาระประโยชน์ต่อผู้ชม ประกอบกับไม่ได้มีการแข่งขันทางธุรกิจโทรทัศน์สูงมากเท่ากับช่องอื่นๆ จึงช่วยให้รายการภาษาอังกฤษทั้งสองรายการนี้ชู้รอดได้

4. ความต้องการของผู้ชม

ความต้องการของผู้ชมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะถ้าขาดความนิยมจากผู้ชมแล้ว รายการก็ไม่สามารถชู้รอดได้ ดังจะเห็นได้ว่า บรรดาผู้อุปถัมภ์รายการและบริษัทโฆษณาทั้งหลาย มักจะใช้ข้อมูลจากความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการต่างๆ (Rating) มาเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกลงโฆษณาหรือให้การสนับสนุนรายการ โดยจะเลือกกลุ่มรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนผู้ชมมากก่อนเสมอ เพื่อให้การโฆษณาเข้าถึงผู้ชมให้มากที่สุด ถ้าผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษไม่สามารถดึงความสนใจของผู้ชมได้ ก็จะต้องประสบปัญหาดังกล่าวอย่างแน่นอน และอาจเสี่ยงต่อการถูกปรับออกจากผังรายการอันเนื่องมาจากไม่สามารถทำรายได้ให้แก่สถานีด้วย

ดังนั้นความต้องการของผู้ชมจึงเป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตรายการภาษาอังกฤษต้องคำนึงถึงคุณภาพของรายการ จึงมีการปรับปรุงรายการในด้านต่างๆอยู่เสมอๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการและอยู่ในความสนใจของผู้ชมให้ได้ เนื่องจากการหยุดนิ่งอยู่กับที่นานๆโดยไม่มี การปรับปรุงรายการเลย ย่อมทำให้ผู้ชมและผู้อุปถัมภ์รายการเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย และหมดความกระตือรือร้นในการติดตามรายการอีกต่อไป

5. แรงผลักดันทางสังคม

ในปัจจุบันภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ทั่วโลกใช้เป็นภาษาสากลในการติดต่อสื่อสารกัน และจากกระแสความตื่นตัวเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่คือ อินเทอร์เน็ต ทำให้คน

ไทยหันมาให้ความสนใจการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นต้องอาศัยภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร ด้วยเหตุที่กระแสทางสังคมให้ความสนใจการศึกษาภาษาอังกฤษในแนวดังกล่าว คือ ไม่ต้องการเรียนรู้ไวยากรณ์ทางภาษาอีกต่อไป แต่ต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารได้จริงๆ เช่น การใช้สำนวนหรือคำสแลงต่างๆ ซึ่งไม่มีในตำราเรียน ดังนั้นจึงทำให้ผู้ผลิตรายการหลายรายให้ความสนใจเข้ามาผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์

โดยสรุปแล้วในการผลิตรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์นั้น ผู้ผลิตจะต้องพยายามปรับตัวให้สอดคล้องสภาวะแวดล้อมภายนอกเพื่อความอยู่รอดของรายการเอง การต้องเผชิญกับแรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะเรื่องของผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งทำให้ผู้ผลิตต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพรายการในด้านต่างๆ เพื่อให้รายการได้รับความนิยมจากผู้ชมและได้รับความสนใจจากผู้อุปถัมภ์รายการ นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการยังต้องเผชิญกับแรงกดดันจากสังคมและนโยบายของสถานีโทรทัศน์ เนื่องจากผู้ผลิตไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระด้วยตัวเองลำพัง แต่จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจและสังคมด้วย ซึ่งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรผู้ผลิตที่มีผลกระทบต่อความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์มากที่สุดก็คือ ตัวองค์กรผู้ผลิตและผู้อุปถัมภ์รายการ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆนั้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายการภาษาอังกฤษอยู่บ้าง แต่ไม่ได้มีผลกระทบถึงขนาดที่จะทำให้รายการต้องเลิกกันไป