

### พัฒนาการของการผลิตรายการทำพิธี

ปกติ ก่อนที่เราจะวิเคราะห์สิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาสักอย่าง เราควรจะทำความรู้จักภาพโดยรวม หรือโดยรอบถึงลักษณะต่าง ๆ ตามแต่ภาพที่ควรจะได้ ไม่ว่าจะ เป็นมิติกว้าง ยาว หรือลึกของสิ่งนั้นและการวิเคราะห์คุณค่ารายการทำพิธีนั้น จำเป็นที่ต้อง เข้าใจที่มา และพัฒนาการของรายการ จึงจะก่อให้เกิดการวิเคราะห์และสรุป รวมทั้งข้อ เสนอแนะส่งผลให้งานวิจัยบรรลุเป้าหมายตามที่ควรจะได้รับจากการศึกษา เพราะเหตุที่รายการ โทรทัศน์เช่นรายการทำพิธีนั้นเริ่มอายุ (รายการ) นับแต่ปี 2531 มาถึงช่วงที่กำหนดเอาไว้เพื่อ ทำการวิจัยถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2534 เป็นเวลาถึง 4 ปี ซึ่งนับว่า อย่างน้อยที่สุดก็เป็นอายุที่ สมควรแก่การรู้จักพัฒนาการและองค์ประกอบต่าง ๆ อีกทั้งอุปสรรคปัญหาที่เกิดขึ้น อันจะทำให้ผู้ ทำวิจัย และผู้อ่านมีความเข้าใจที่ตรงกัน ดังจะเสนอพัฒนาการของรายการนี้ในบทที่ 4

#### ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อรายการ	:	ทำพิธี
ออกอากาศ	:	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
เวลา	:	13.00 น. วันอาทิตย์
ความยาว	:	1 ชม. (เคยขยายเป็น 1.30 ชม.)
พิธีกร	:	ไตรภพ ลิมปพันธ์ และเปลี่ยนมาเป็น ชูภาพกรณ์ ดิษขันธ์
พิธีกรส่นาม	:	นัฏฐา ลอยด์ ธีรวัฒน์ ทองจิตติ กฤษณ์ ศุภกระมงคล

วสันต์ นิตทอง

พรสุดา ต่ายเนาวงศ์

สันติ ศาสตร์วิมล

และพิธีกรอื่น ๆ ที่มาทำหน้าที่ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งจะ

ไม่ชอกล่าวถึง

เจ้าของ : บริษัท กันตนา เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

ผู้ผลิต : บริษัท กันตนา จำกัด

บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตคอมมิวนิเคชั่น จำกัด

สำหรับพัฒนาการรายการทำพิธีสุนัน จะแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะ	ชื่อช่วง	ช่วงเวลา
1	ลงงาน	3 ม.ค. 31 - 26 ก.พ. 32
2	สร้างตัว	5 มี.ค. 32 - 30 ธ.ค. 33
3	อ้อมตัว	1 ม.ค. 34 - 31 ธ.ค. 34

พัฒนาการระยะที่ 1 "ลงงาน" (31 ม.ค. 31 - 26 ก.พ. 32)

ย้อนหลังไปเมื่อปลายปี พ.ศ. 2530 เมื่อคนดูเริ่มเข้าใจรายการป๊อปปูล่า ประเภท  
เล่นอบุคคลผู้มีความสามารถเหนือกว่าคนอื่น ๆ, สัตว์แปลก ๆ, สิ่งของนิศดารต่าง ๆ โดยชม  
จากรายการตามไปต่อมา 2 ปี ผู้บริหารเวลาของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 คุณสุรางค์

เปรมปรีดิ์ มีความเห็นว่า ตลาดยังเปิดกว้างให้กับรายการปกิณกะดังกล่าว และอยากจะรักษา ความสมดุลย์ ระหว่างสถานีกับสถานีอื่นๆ เอาไว้ จากฤก กัลย์จากฤก กรรมการผู้จัดการบริษัท กันตนา จำกัด ในฐานะผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ผู้มีความใกล้ชิดกับช่อง 4 สี จึงได้เข้าร่วมปรึกษาหารือ เพื่อสร้างแนวคิดสำหรับรายการปกิณกะ และในที่สุดก็ได้ซื้อรายการ "ทำพิธีสุนัน" นี่ยว่าเป็นการพิสูจน์ ให้เห็นว่า ช่อง 7 สี และกันตนา นั้น ก็สามารถทำรายการประเภทนี้ได้ และวางเป้าหมายไว้ว่า จะต้องทำได้เท่าหรืออาจจะดีกว่ารายการที่มีอยู่เดิมด้วยซ้ำ

สาเหตุที่กันตนา ได้มีโอกาสได้ผลิตรายการทำพิธีสุนัน นี้ ไม่ใช่เกิดจากความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารทั้ง 2 องค์การเพียงอย่างเดียว จริงอยู่ ความสนิทชิดเชื้อนั้น อาจจะสร้างให้ เกิดการรับรู้ และความเข้าใจในกำลังผลิตขององค์กรทั้ง 2 ด้านเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม สำหรับปัจจัย อันเป็นสาเหตุให้กันตนา ได้รับช่วงเวลาผลิตรายการทำพิธีสุนันดังนี้

1. กันตนา กำลังขยายสายงาน จากบริษัทที่เคยผลิตแต่ละครโทรทัศน์เพิ่มขึ้น โดย ได้จัดตั้งบริษัทสารคดี และรายการบันเทิง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายเท่าใดนัก โดยมีคุณจากฤก กัลย์จากฤก บุตรคนที่ 2 ของคุณประดิษฐ์ ได้มาเปิดบริษัทหน้าช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีพนักงานประมาณ 10 คน และขยายองค์กรมาเรื่อยๆ จนในที่สุด ในราวปี พ.ศ. 2528 ก็ได้มาเช่าสำนักงาน เปิดเป็นโรงถ่ายกันตนา รัชดา สตูดิโอ พนักงานเพิ่มขึ้นถึง 100 คน มีฝ่ายผลิต ฝ่ายตัดต่อ ฝ่ายครีเอทีฟ พร้อมทั้งจะทำรายการโทรทัศน์และสารคดี แต่ก็ยัง ได้ผลิตสื่อสารคดีให้กับองค์กร โดยไม่ได้เผยแพร่ออกเป็นสื่อสาธารณะ จึงไม่มีใครรู้จักเท่าไรนัก ว่ากันตนา ยังมีหน่วยผลิตอยู่ที่รัชดาฯ และรายการโทรทัศน์ที่ผลิตในขณะนั้นก็ยังไม่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับกันตนาเท่าใดนัก นอกเหนือจากที่รู้จักกันดีว่า กันตนา คือฝ่ายผลิตละครอยู่ทีบ่างใหญ่ จากสาเหตุนี้เองช่อง 7 และกันตนาเห็นมองด้วยว่า กันตนามีความพร้อมอยู่แล้วในการผลิต อีกทั้งทีมงาน ก็มีเงื่อนไขที่ชัดเจน เป็นเด็กหนุ่มเพิ่งจบจากมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งจะทำงานหนักได้ ช่อง 7 จึงมอบให้กันตนาเป็นผู้ผลิตรายการนี้

2. มีความพร้อมจากเงื่อนไขทางการตลาด คือ มีฝ่ายขายอยู่ในองค์กรอยู่แล้ว ซึ่งจะทำให้โอกาสในการผลิตรายการที่มีคุณภาพในระยะยาวเป็นไปได้สูง อีกทั้งในขณะที่ข้อเสียขงเดิมของกันตนา ก็เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางอยู่แล้ว จึงไม่เป็นเรื่องยากที่จะตัดสินใจให้กันตนา รับผิดชอบในการผลิตงานชิ้นนี้

3. ดังที่กล่าวแล้ว ความสัมพันธ์ของผู้บริหาร ระหว่างกันตนา และช่อง 7 สี ทำให้มีความเข้าใจถึงหัวใจของความสามารถในทางจุดเด่น หรือแม้แต่ข้อด้อยของกันและกันเกิดความไว้วางใจ จนถึงการมอบหมายงานให้ในที่สุด

การ "ออก" งานครั้งแรกของรายการจึงเพิ่มขึ้น โดยที่ยังไม่มีการวางแผนงาน การถ่ายทำหรือการทำงานไว้อย่างเป็นขั้นตอนแต่อย่างใด และโดยลักษณะการทำงานแบบกันตนา ผู้บริหารในขณะนั้น ในฐานะของหัวหน้า และผู้นำครอบครัว เมื่อจะสร้างชื่อเสียง หรือพัฒนา รายการใหม่ก็จำเป็นต้องเริ่มต้นทำงานด้วยตัวเอง เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ รวมทั้งศึกษา งานชิ้นใหม่ไปในเวลาเดียวกันด้วย การถ่ายทำครั้งแรกแบ่งเป็น 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 เดินทางไป จ.แม่สาย ถ่ายทำรายการช่วง "อาหาร"

- คุณกิตติ โรจน์ชลาลักษณ์ กรรมการอำนวยการ เป็นผู้ควบคุม
- คุณไอศวรร วงศ์บ้านดู่ ทำหน้าที่ผู้กำกับ
- คุณสันติ เศรษฐวิมล พิธีกร
- ทีมงานกองถ่ายอีก 4 ท่าน เป็นฝ่ายผลิต

ชุดที่ 2 เดินทางไป จ.กาญจนบุรี ถ่ายทำรายการช่วง "เรื่องแปลก"

- คุณจตุก กัลย์จตุก กรรมการผู้จัดการ เป็นผู้ควบคุม
- คุณอนันต์ จันทร์วาววาม ทำหน้าที่ผู้กำกับ
- คุณไตรภพ ลิ้มปัทมรัตน์ พิธีกร
- ทีมงานกองถ่ายอีก 4 ท่าน เป็นฝ่ายผลิต

ทั้ง 2 ชุดนี้ เดินทางอยู่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คือประมาณช่วงปลายตุลาคม 2530 - พฤศจิกายน 2530 เนื่องจากการสั่งงานจากช่อง 7 สี เป็นไปในเวลากระชั้นทำให้จึงต้องมีการเร่งการผลิตในช่วงนี้เป็นอย่างมาก และตัวพิธีกร, ผู้กำกับรายการ, ทีมกล้อง ล้วนแล้วแต่ยังจับต้นชนปลายไม่ถูกเท่าใดนักในการไปถ่ายทำ มีคนเฝ้าไข้เรื่องที่สุดอยู่ 2 คน คือ คุณกิตติ และคุณจตุก

ในที่สุด รายการทำนุสัจน์ ตอนที่ 1 ก็ผลิตจนออกอากาศวันแรกได้ เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2531 (ชมเทปออกอากาศวันที่ 3 มกราคม 2531) โดยมีชื่อช่วงต่าง ๆ แบ่งเป็นคอลัมน์ ดังนี้

ช่วง	ชื่อช่วง	ชื่อเรื่อง	พิธีกร
1	ครึ่งหนึ่งในชีวิต	รองสุพรรณ	ไตรภพ
2	กลเม็ดเคล็ดลับ	หญิงคลอตุลกลองเอง	อรพรรณ
3	เรื่องเหลือเชื่อ	สะพานไม้	ไตรภพ
4	เป็ปพิศดาร	เอ็นข้างตอง	สันติ

มีชื่อที่น่าสนใจเป็นอย่างมากในการนำเสนอช่วงต่าง ๆ ของรายการนี้ นั่นคือ คุณกิตติ ได้เสนอให้ขายช่วงต่าง ๆ เป็นลักษณะคอลัมน์ โดยให้ลูกค้าเป็นผู้ซื้อคอลัมน์นั้น ๆ ควบไปกับสเปคโฆษณาที่เคยขายอยู่ตามปกติ ทั้งนี้ ก็เพื่อเป็นการช่วยสร้างรายรับให้มากขึ้น เพื่อนำมาลงทุนในการเดินทางไปถ่ายทำทั่วประเทศ (เนื่องจากวางใจว่า รายการคู่แข่ง

ไม่ได้ลงทุนในจุดนี้ จึงนับเป็นจุดแข็งที่ทําให้นักลงทุนควรตัดสินใจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ฉะนั้นรายการ  
 ตอนแรกจึงมีทั้งถ่ายทำที่ จ.กาญจนบุรี และ จ.แม่ฮ่องสอน และนอกจากนี้ยังเสนอให้มีการ  
 จูงใจผู้แนะนำ หรือผู้ร่วมรายการ โดยมอบเงินสดให้ท่านละ 3,000 บาท ทั้งนี้ลูกค้าจะเป็นผู้  
 จ่ายเงินดังกล่าว พร้อมทั้งต้องจ่ายเงินเพิ่มต่างหาก เพื่อจะได้นำภาพสินค้าหรือชื่อสินค้ามาลง  
 ในช่วงเวลานั้น เป็นเวลา 8-10 วินาที โดยให้ชื่อภาพสปอตโฆษณาที่นำมาลงนี้ วิทยากร  
 (VTR) ซึ่งจะเขียนเป็นแบบภาพได้ไว้ดังนี้

โฆษณา	รายการทั่วไป					โฆษณา
โฆษณา	1	รายการทำพิธี	2	3	4	โฆษณา

VTR (1) ภาพชื่อสินค้าหรือโลโก้สินค้า  
 เสียง "ในช่วงของ (ชื่อช่วง) กับ (ชื่อสินค้า)"

VTR (2) (3) ภาพ สปอตโฆษณา 8-10 วินาที  
 เสียง "สำหรับผู้แนะนำ คุณ (ชื่อผู้แนะนำ)  
 จะได้รับเช็คของขวัญมูลค่า 3,000 บาท  
 จาก (ชื่อสินค้า และ คำขวัญ)"

VTR (4) ภาพ สปอตโฆษณา 8-10 วินาที  
เสียง "(ชื่อช่วง สันนิษฐานโดย ชื่อสินค้า และคำขวัญ)"

หมายเหตุ VTR (1) (4) ต้องเป็นสินค้าเดียวกัน และต้องมีสปอตลงในช่วง  
โฆษณาปกติด้วย

อนึ่ง สำหรับคู่แข่งคือรายการตามไปตุนั้น ก็มีการแจกรางวัลแก่ผู้แนะนำ และผู้ร่วมรายการอยู่แล้ว โดยแจกเป็นทองคำหนัก 2 สลึง 1 เส้น แก่ผู้แนะนำ 1 เส้น, ผู้ร่วมรายการ 1 เส้น แต่วยังไม่ได้ตั้งชื่อช่วงต่าง ๆ และยังมีระบบ VTR คือให้ลูกค้าสันนิษฐานช่วงอย่างจริงจัง และในส่วนของกาแจกเงินนั้น รายการทำนิสุจน์เห็นว่าสะดวกในการจัดส่งมากกว่า และเป็นกาสร้าง ความแตกต่างอีกด้วย

จะเห็นได้ว่า แนวคิดที่ให้เจ้าของสินค้า หรือบริษัทตัวแทนของสินค้า (เอเจนท์) เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการนำเอาภาพ และหรือใหม่เสียงเพอลงใน "เนื้อ" รายการ ซึ่งผู้ชมจะรู้สึกไปคนละรูปแบบกับการชมช่วงโฆษณา และค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่าด้วยเมื่อเทียบกับการลงสปอตโฆษณา

ตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย VTR (ปี 2531)

VTR ผู้สันนิษฐาน (1)และ(4) รวม 15-20 วินาที เสียดำ VTR สำหรับรายการเพียง 15,000 บาท/ครั้ง ใน 1 สัปดาห์	สปอตปกติ (60 วินาที)/ครั้ง = 60,000 บาท แต่ถ้าเทียบเป็นโฆษณาริงๆ ในเวลา 20 วินาที เท่ากับ SPOT โฆษณาจะเสียเงิน 20,000 บาท /ครั้ง/สัปดาห์
--	---

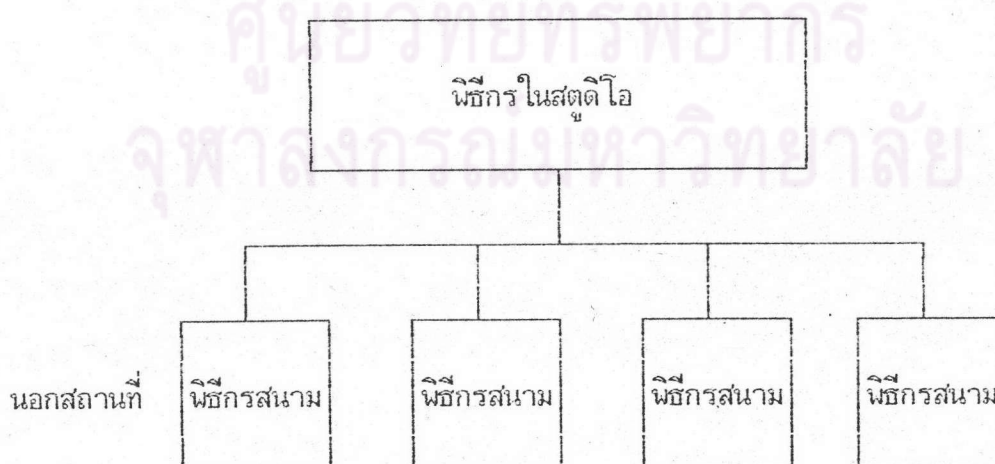
VTR (2) ผู้แนะนำ 10 วินาที/ VTR (3) ผู้ร่วมรายการ 10 วินาที ขายตัวละ 10,000 บาท/ครึ่ง	สัปดาห์ปกติ (60 วินาที)/ครึ่ง = 60,000 บาท เทียบเป็น 10 วินาที = 10,000 บาท
---	--

ตัวอย่าง VTR ชมได้ในเทปทำพิธีสด ตอนที่ 39 (วันที่ 9 ตุลาคม 2531)

อนึ่ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ อย่างรายการทำพิธีสดนั้น จำเป็นที่จะต้องดำเนินศาสตร์ที่ว่า "ศิลป์" และ "พาณิชย์"ควบคู่กันไป จากองค์ประกอบดังกล่าว จึงไม่น่าแปลกใจที่การผลิตรายการจะผลิตรายการไปก่อน แล้วค่อยนำมาแก้ไขตัดแปลงรายการทีหลัง ละนั่นเอง จากการทะลุถ่ายทำของพิธีกร (คุณไตรภพ) ซึ่งไม่สามารถจะออกไปทำรายการได้ทุกครึ่ง และเพื่อสร้างข้อแตกต่างกับคู่แข่งในจุดที่แข็งแกร่งกว่า คือการทำงานเป็นทีม ไม่ใช่ทำงานเพียงคนเดียว ดังนั้น รายการทำพิธีสด จึงสรรหาพิธีกรส่วนเพิ่มจากคุณอรพรรณ พานทอง เพิ่มคุณัญญา ลอยด์ ในเทปตอนที่ 2 (10 ม.ค. 2531), คุณกฤษณ์ ศุภกระมงคล ตอนที่ 3 (17 ม.ค. 2531), คุณอลิษา ชวโรไชยกุล ตอนที่ 9 (6 ม.ค. 2531)

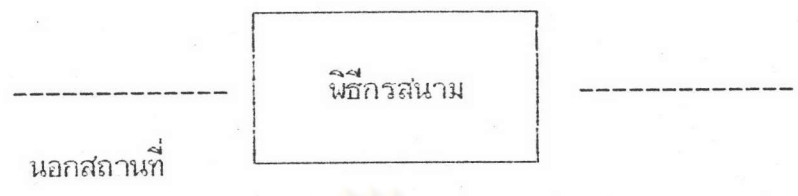
ตัวอย่าง พิธีกรเสริม ชมเทป ตอนที่ 2, ตอนที่ 3, ตอนที่ 9

โดยจัดสรรการทำงานออกเป็นเสมือนองค์กรเล็ก ๆ องค์กรหนึ่งดังนี้





คู่แข่ง (ตามไปดู)



จะเห็นได้ว่าพิธีกรรมของรายการตามไปดูจะเป็นผู้ดำเนินรายการคนเดียว ทั้งใน  
 ส่นามและในสตูดิโอ แต่ส่วนใหญ่รายการตามไปดู มักจะไม่มีถ่ายทำในสตูดิโอหรือในสถานที่  
 เนื่องจากมีพิธีกรคนเดียว และวางจุดขายไว้ที่การถ่ายทำนอกสถานที่เป็นหลักใหญ่

ใน 1 เดือนแรกของรายการนั้น ช่วงรายการยังมีเพียง 4 ช่วงคือ ครึ่งหนึ่งในชีวิต  
 เรื่องเหลือเชื่อ, กลเม็ดเคล็ดลับ, เป็บพิสดาร, (ตั้งตัวอย่าง ตารางออกอากาศ ของเดือน  
 ม.ค. - ก.พ. 31) แต่หลังจาก 1 เดือนผ่านไป รายการทำพิธีกรก็สามารขยายโฆษณาเต็ม  
 และขายช่วงทั้งหมดได้ทุกช่วง ซึ่งนับว่าเป็นรายการที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว  
 เนื่องจากใช้เวลาเพียง 1 เดือน ก็เข้าสู่ตลาดการซื้อของเจ้าของสินค้าและตัวแทนสินค้าได้ทันที

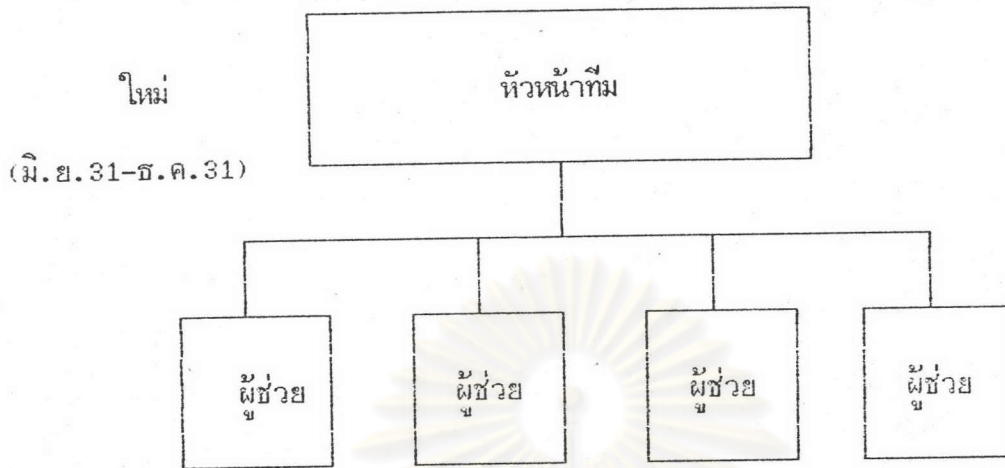
ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
 ...นอกจากเดือนที่ 1 ที่โฆษณาที่เราเริ่มรายการไม่เต็ม แต่จากนั้นมา ตลอดเวลา  
 เดียวที่เราเต็มตลอด มาจนถึงปัจจุบัน (พิธีกร ตรีแดง, สัมภาษณ์)

ในช่วงพัฒนาการที่ 1 คือช่วงลุยงานนี้ ส่วนที่พัฒนาที่สุดก็คือ ส่วนของบุคลากรผู้ผลิต  
 ซึ่งประกอบไปด้วย หัวหน้าทีมทำพิธีกร, ผู้ช่วย, พนักงานถ่ายทำ, พนักงานตัดต่อ, เนื่องจาก  
 สาเหตุดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากทีมงานทุกคน ที่ร่วมผลิตรายการนี้เป็นคนสาวหนุ่มที่เพิ่งจบการศึกษา มาในระยะ 1-2 ปี จึงมีความกระตือรือร้นสูงมาก และพร้อมที่จะทำงานหนัก ซึ่งรายการ ทำพิธีจนกำลังต้องการอยู่ เรียกได้ว่า เป็นความเหมาะสมเจาะลงตัวพอดี
2. รายการได้รับความสำเร็จขึ้นเรื่อย ๆ ทีมงานก็ได้เรียนรู้งานมากขึ้น ความ ขำนาญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากแต่ละตอนของรายการ มีการเปลี่ยนเรื่อง เปลี่ยนแนวไปตลอด เวลา ทำให้พัฒนาการทางความคิด และการปฏิบัติได้เกิดสภาพคล่อง ได้คิดสร้างสรรค์ทุก ๆ อาทิตย์
3. จากทีมงานในลักษณะต่างคนต่างทำ 2 ชุด ล่วงมาถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2530 หัวหน้าทีมงานชุดที่ 1 คุณไอพิสาร วงศ์บ้านตุ้ ก็มีความจำเป็นที่จะต้องไปดำเนินงานอื่น จึงทำให้ การจัดรูปองค์กรในทีมงานทำพิธีจนได้ปรับแนวใหม่ มีการจัดเป็นลำดับชั้นมากขึ้น (ซึ่งส่งผลให้ ภายหลังทีมงานมีการจัดแบ่งงานอย่างเป็นขั้นตอน) ดังนี้

เดิม  
(ม.ค.31 - มิ.ย.31)

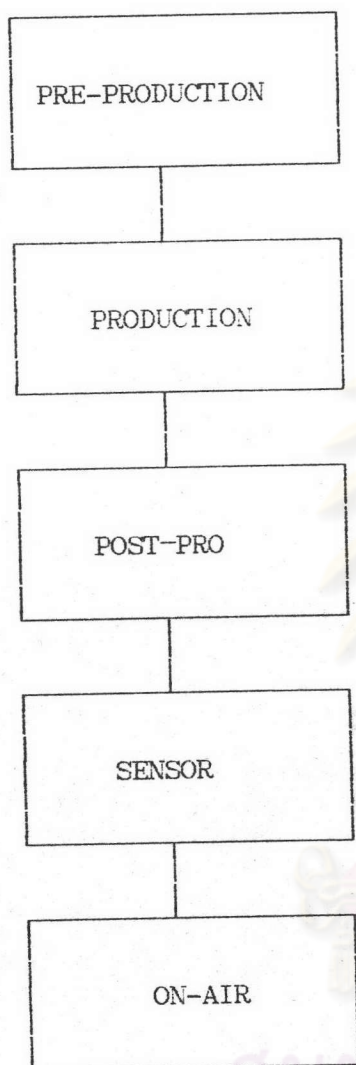




ลักษณะการดำเนินงาน

หัวหน้าทีมเป็นผู้ควบคุมการผลิตทั้งหมด นับตั้งแต่การคัดเลือกเรื่องแนวการนำเสนอ -  
 พิธีกรที่ควรจะใช้ - บทรายการ - รวมไปถึงการถ่ายทำและการตัดต่อ โดยที่ในระยะแรก  
 หัวหน้าทีมจะเป็นผู้นำทีมในการถ่ายทำ ผู้ช่วยเป็นผู้ติดตาม คอยศึกษาวิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ  
 วิธีการกำกับพิธีกรแต่ละคน เทคนิคในการควบคุมทีมงาน และการส่งกล้อง ซึ่งจำเป็นต้องมี  
 แนวทาง (guide line) ช่วยชี้แนะให้ จากนั้นเมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งผู้ช่วยก็เริ่มออกถ่ายทำ  
 ด้วยตัวเอง โดยจะมีทีมงาน ในลำดับขั้นต่อไป เป็นผู้ติดตามอีกทีมหนึ่ง ทำให้ทีมงานหลักเกิดขึ้น  
 จากผู้ช่วย 2 คน และมีผู้ควบคุม หรือคอยสั่งการและขณะเดียวกันก็ยังเป็นทีมงานอีกชุดหนึ่งที  
 พร้อมตลอดเวลา ถ้าเกิดกรณีมีงานมากกว่าบุคลากร หรือมีงานใหญ่ที่ต้องอาศัยการตัดสินใจ  
 มาก ๆ

อย่างไรก็ตาม ลักษณะการดำเนินงานโดยพื้นฐานแล้วจะเป็นไปโดยอัตโนมัติ ดังนี้



หน่วยพร็-โพร (Pre-Production) จะคัดเลือก  
 จดหมายที่ส่งมาจากผู้แนะนำ หรือคัดเลือกเรื่องมาจาก  
 หนังสือพิมพ์, นิตยสารต่าง ๆ เป็นต้น จากนั้นนำมาให้หัวหน้า  
 ทีมเป็นผู้คัดเลือกอีกครั้งหนึ่งแล้ววางแผนทศร่าว ๆ เพื่อออก  
 ไปถ่ายทำ โดยวิธีการในการเตรียมงานนั้น หน่วยพร็-โพร  
 จะต้องเดินทางไป สํารวจสถานที่และ ไปพบบุคคลที่จะร่วม  
 แสดงว่าทำได้ย่่างนั้นจริงหรือไม่ แล้วจึงกลับมายังสำนักงาน  
 เพื่อรายงานและกำหนดโปรแกรมการถ่ายทำ

ทีมงานชุดถ่ายทำ จะเดินทางออกไปตามกำหนด คือ  
 ศุ่กร-เสาร์-อาทิตย์-จันทร์ โดยที่สถานที่ที่จะต้องคัดเลือกให้อยู่  
 ในเขตเดียวกันทั้งหมด เช่น ถ้าเรื่องอยู่ทางเหนือ ก็จะต้อง  
 เป็นเรื่องในเขตจังหวัด เชียงใหม่, ลำปาง, ลำพูน, แพร่,  
 เชียงราย จะไม่ทำงานลักษณะข้ามจังหวัดหรือข้ามภาค โดย  
 ไม่จำเป็น เพราะจะทำให้เสียเวลาในการเดินทาง

นอกจากนั้น ในจำนวนเรื่องที่จะไปถ่ายทำนั้นจะต้อง  
 เสาะหาเรื่องให้ได้ครบตามจำนวนช่วงต่าง ๆ ด้วย ได้แก่  
 ต้องมีเรื่องเทคนิคหรือกลเม็ดต่าง ๆ ของบุคคลในช่วง  
 กลเม็ดเคล็ดลับ, ต้องมีเรื่องบุคคลทำสิ่งแปลก ๆ ได้ เพื่อลง  
 หัวข้อเรื่องเหลือเชื่อ และต้องมีเรื่องสถานที่สวยงามแปลกตา  
 เพื่อลงช่วงแดนประทับใจ ส่วนช่วงครึ่งหนึ่งในชีวิต และเบบ  
 นิสิตาร จะแยกทำอาทิตย์ต่อ ๆ ไปแล้วแต่ช่วงเวลาที่ออกอากาศ

หลังจากนั้นก็เอาเทปดิบ (Footage) มาตัดต่อ  
 เขียนคำบรรยาย, ลงเสียงบรรยาย, ส่งคณะกรรมการบริหาร  
 วิทยุและวิทยุโทรทัศน์เพื่อทำการตรวจสอบแล้วจึงออกอากาศ



บริษัทไปผลิต เช่น ช่วงดิ่งนรกจากเทปตอนที่ 19 วันที่ 15 พ.ค. 31 เป็นเรื่องของฝรั่งที่  
กระโดดร่มลงมาจากยอดตึกโบหยก และในวันที่ 21 ส.ค. 31 (ตอนที่ 32) ก็ผลิต  
เทปมอเตอร์ไซด์กระโดดข้ามแพ 4 แพ โดยนักเสี่ยงมฤตยูบนมอเตอร์ไซด์ ที่จังหวัดกาญจนบุรี,  
และการทดสอบเรื่องเสียง ในรถยนต์ที่สามารถใช้พลังเสียงทำให้ห้องกระจกที่สร้างขึ้นแตกได้  
ในเทปตอนที่ 39 ( 9 ต.ค. 2531)

ชมเทปทั้ง 3 ตอน (ตอนที่ 19 ,ตอนที่ 32, ตอนที่ 39 ได้ในเทปตัวอย่าง)

ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งซึ่งได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับรายการในแนวเดียวกัน คือการ  
ยกกองไปถ่ายทำเรื่องราวในต่างประเทศ เนื่องจากในปี พ.ศ. 2532 ทางประเทศมาเลเซีย  
ได้จัดให้เป็นเทศกาลการท่องเที่ยวของประเทศให้ชื่อว่า "Visit Malaysia Year" จึงต้อง  
การให้รายการทำพิธีสุนัไปถ่ายทำเพื่อนำเอาภาพสถานที่และชีวิตผู้คนมาเสนอ เป็นการโปรโมท  
ประเทศซึ่งก็ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ทีเดียว จนถึงกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ติดต่อ  
เสนอแนะให้เว้นช่วงในการนำเสนอเรื่องที่ประเทศมาเลเซีย เพราะเป็นคู่แข่งทางการ  
ท่องเที่ยว

ชมเทปตัวอย่างที่ถ่ายทำ ณ ประเทศมาเลเซียตอนที่ 40-64 ในเทปตัวอย่าง

จากการทำงานหนักและตะลุมถายทำดังกล่าวทำให้รายการทำพิธีสุนัได้รับความสำเร็จ  
อย่างงดงาม โดยที่ผู้บริหารที่เคยออกกองถ่ายในช่วงต้นนั้น สามารถที่จะปล่อยวางรายการนี้ได้  
อย่างวางใจ เนื่องจากมีการจัดองค์กรเป็นรูปแบบ และมีการแก้ไขปัญหาในระดับต้น ได้อย่างมี  
ประสิทธิภาพ

ข้อสรุปดังกล่าวสามารถยืนยันด้วยคำพูดของผู้บริหารกันตนาคือ คุณจตุก กัลย์จาฤก กรรมการผู้จัดการ บริษัท กันตนา จำกัด กล่าวในที่ประชุม ทีมงานทำพิธี

ตอนนั้นรายการเราเป็นรายการใหม่ ซึ่งไม่แน่ใจว่าจะขายได้ในเวลาอันรวดเร็ว และเพราะการทำงานฝ่ายการตลาด ทำให้เรามี budget พอสำหรับการถ่ายทำทั่วประเทศ และนับว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจ เพราะรายการของเราขายได้ในเวลาที่รวดเร็วมาก ในส่วนของทีมงานเรา โชคดีที่ได้เด็กหนุ่ม ที่เป็นทีมงานที่แข็งพอสมควร เข้าใจในตัวงานได้รวดเร็ว ทำงานเป็นทีมได้ดีมาก พวกเขาลุยงานด้วยใจอยากจะทำด้วย จึงทำให้ผู้บริหารไม่ต้องลงไปทำเองอีกแล้ว

และจากคำพูดของคุณกิตติ โรจน์สวัสดิ์ กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท กันตนา จำกัด กล่าวในการประชุม รายการทำพิธี วันเดียวกัน

การขายรายการใหม่นั้นมีปัญหาในการขายโดยทั่ว ๆ ไป แต่สำหรับรายการทำพิธี ก็มีในตอนต้น ๆ เท่านั้น พอรายการติดแล้ว โฆษณา ก็เข้ามาเอง เนื่องจากว่ายังไม่มีรายการที่เดินทางไปทั่ว และคอลัมน์หรือช่วงต่าง ๆ มีความหลากหลาย ทำให้การขายสะดวกขึ้นมาก สรุปได้ว่าตัวรายการมีความพร้อม องค์ประกอบดี และทีมงานเขาก็พร้อมที่จะทำด้วย รายการจึงมีอนาคตยาว และปล่อยวางได้เลย

ตัวเลข สุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการทำนุสงฆ์ในพัฒนาการช่วงที่ 1

ตอน	วันที่/เดือน/ปี	ทำนุสงฆ์ ( x 100 คน)	ตาม ไปดู (x 100 คน)	เทียบอัตราส่วน ทำนุสงฆ์/ ตามไปดู
4	31/1/31	641	-	4/-
5	7/2/31	633	388	4/3
6	14/2/31	627	627	4/4
7	21/2/31	582	1,103	4/8
8	28/2/31	779	837	5/6
9	6/3/31	884	461	6/3
10	13/3/31	1,161	875	8/6
11	20/3/31	873	952	6/7
12	27/3/31	824	703	6/5
13	3/4/31	975	706	7/5
14	10/4/31	973	599	7/4
15	17/4/31	702	700	5/5
16	24/4/31	650	987	4/7

ข้อมูล : บริษัท ดิมาร์ จำกัด

จะเห็นได้ว่าจากตัวเลขที่เกิดขึ้นเมื่อเทียบกันแล้ว การที่รายการเกิดใหม่อย่างรายการ  
ทำนุสงฆ์สามารถทำตัวเลขขึ้นเทียบกับรายการเก่าที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว โดยตัวเลขนี้สุ่มหลังจาก



รายการออกอากาศไปแล้ว 1 เดือน ถือได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก อีกทั้งตัวเลข จากตัวรับ บริษัทเอเยนซีแล้วแต่ใช้เป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจจะซื้อโฆษณา (Spot) ทั้งสิ้น ทำให้ 1 เดือนให้หลัง รายการทำนุสัจจังมีโฆษณาเต็มมาตลอด สรุปได้ในทางธุรกิจว่า เป็นรายการใหม่ที่มีอนาคตที่สดใส

### สรุป

พัฒนาการในช่วงที่ 1 "ลุยงาน" นี้ เป็นความเหมาะสมของการตลาดและหน่วยผลิต รวมทั้งโอกาสของบุคลากร ได้มาพบกันที่จุดตัดพอดี กอปรกับตัวรายการและชื่อเสียงขององค์กร ช่วยส่งเสริมให้เกิดสภาพคล่องในการขายสินค้า

### พัฒนาการระยะที่ 2 "สร้างตัว" (5 มี.ค. 32 - 30 ธ.ค. 33)

นับจากพัฒนาการช่วงที่ 1 ได้พัฒนามาแล้ว จะเห็นได้ว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยม สำเร็จอันน่าพึงพอใจ ดังนั้น เพื่อสร้างผลกำไรที่มากขึ้น รายการทำนุสัจจังได้เพิ่มเวลาขึ้น อีก 30 นาที เป็นรายการที่มีความยาว 1.30 ชม.

คุณจาก ก็ลย์จาก ได้ให้ข้อคิดเห็นในการได้เวลาเพิ่มว่า

การได้เวลาเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มคุณค่าในรายการ เนื่องจากรายการได้รับความนิยมมาก และสปอตก็สั้น มีคนรอเวลาที่จะลงรายการ ประกอบกับออกอากาศทางช่อง 7 ด้วย ทางช่อง 7 ก็เลยขยายเวลาให้เป็นชั่วโมงครึ่ง ก็นับว่าเป็นเรื่องที่ดีทั้งสถานีและเวลาเพิ่มก็โฆษณาเพิ่ม



การได้เวลาเพิ่มมีผลต่ออย่างไรต่อรายการ จากแผนภาพต่อไปนี้ คงจะทำให้เห็นชัด  
ขึ้นจากข้อแตกต่าง

เวลา (นาที)	เวลาออกอากาศ จริง (นาที)	เวลาโฆษณา	อัตราโฆษณา (นาทีละ)	รวม (ต่อตอน)
60	42-45	10	พ.ศ. 2531 = 60,000.-	600,000.-
90	65	15	พ.ศ. 2532 = 65,000.-	975,000.-

อนึ่ง ราคานี้ต้องลด 10-15% ให้กับลูกค้าอีก ซึ่งตัวเลขที่นำมาเสนอเป็นข้อมูลดิบ  
ในการเปรียบเทียบเท่านั้น เวลาในการขาย Spot จริง ๆ อาจน้อยกว่านี้อีกได้ ซึ่งเป็น  
เรื่องภายในที่ผู้วิจัยไม่สามารถทราบได้

ข้อแตกต่าง 975,000 บาท - 600,000 บาท = 375,000 บาท/สัปดาห์

อนึ่ง ในการเพิ่มเวลาออกอากาศนี้ ยังส่งผลต่อเนื่องให้กับช่วงของรายการด้วย

คือ เดิม รายการ 1 ชม. จะมีช่วงต่าง ๆ อยู่ 5 ช่วง ดังนี้

ครึ่งหนึ่งในชีวิต

กลเม็ดเคล็ดลับ

เรื่องเหลือเชื่อ

แดนประทับใจ

เปปปัสตาร์

การเพิ่มเวลาเป็น 90 นาที ตั้งแต่วันที่ 5 มี.ค. 32 (ตอนที่ 59) ทำให้ต้องเพิ่ม

ช่วงของรายการขึ้นอีก 2 ช่วง ดังนี้

ครึ่งหนึ่งในชีวิต

กลเม็ดเคล็ดลับ

มหัศจรรย์ต่างแดน (เพิ่ม)

เรื่องเหลือเชื่อ

ทำไทยทำ (เพิ่ม)

แดนประทับใจ

เปปปัสตาร์

ดูตารางออกอากาศ ช่วงเดือน ก.พ. 32 - มี.ค. 32.

ช่วงที่เพิ่มขึ้นมี 2 สาเหตุด้วยกันคือ

1. มหัศจรรย์ต่างแดน เพิ่มขึ้นเป็นช่วงนี้เพื่อเป็นการระบายสินค้าของช่อง 7 สี

ซึ่งได้ซื้อเทปสารคดีจากต่างประเทศ มาเข้าคลังไว้ เพื่อใช้ในกรณีที่เวลาออกอากาศของแต่ละวัน

เกิดน้อยลงไปกว่าเวลาที่ควรจะเป็นทำให้เวลาออกอากาศคลาดเคลื่อนหรือเร็วกว่าเวลาจริง

ทางช่อง 7 สี ก็จะนำเอาเทปสารคดีดังกล่าว นำมาคืนเวลาไว้ ซึ่งเป็นการสูญเสียในแง่การ

ตลาด ดังนั้นเองช่อง 7 สี จึงกำหนดให้ทางกันตนา ได้ซื้อเทปสารคดีซึ่งประกอบด้วย เรื่องราว แปลก ๆ จากทุกมุมโลกมาใส่ไว้ในรายการ ทำให้ทีมงานจึงต้องหาซื้อช่วงมาให้เหมาะในที่สุด จึงคิดซื้อช่วงออกมาเป็น "มหัศจรรย์ต่างแดน"

2. ในช่วงปี 2532 ประเทศไทยกำลังรณรงค์ความรู้สึกร่วมชาติพัฒนาชาติในทาง เศรษฐกิจ โดยประกาศโครงการ NICS ในยุคที่ พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรี

จากเหตุข้อนี้เองทางทีมงานมีความเห็นว่า ช่วงต่าง ๆ ของรายการได้เสนอความ บันเทิงต่าง ๆ มากมาย สมควรที่จะมีสาระความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพของชีวิตคนไทยบ้าง โดยยึดหลักการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นหลักเนื่องจากเห็นว่า รายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นหลายรายการ เป็นรายการที่มอบสาระความรู้ในเรื่องของการตัดแปลง และการพัฒนาสิ่งรอบ ๆ ตัวมาเป็น ของที่มีประโยชน์ ดังนั้น จึงคิดหาซื้อช่วงและช่วงของรายการที่จะเสนอการพัฒนาเทคโนโลยี แบบไทย ๆ ในที่สุดทีมงานก็ได้ซื้อช่วงออกมาว่า "ทำไทยทำ" และลูกค้าที่รอโอกาสจะเข้ามา สนับสนุนรายการอยู่ ก็มีจังหวะและตกลงทันที

อย่างไรก็ตามยังมีการเปลี่ยนแปลงที่ยังมิได้กล่าวถึง ในช่วงพัฒนารายการในช่วงที่ 1 นั่นก็คือ การเปลี่ยนตัวพิธีกรหลัก (ในสตูดิโอ) จากคุณไตรภพ มาเป็นคุณฐาปกรณ์ ดิษยนันทน์ ในตอนที่ 30 วันที่ 7 สิงหาคม 2531 โดยมีเหตุผลในการไปและมาดังนี้

ชมเทปตอนที่ 30 วันที่ 7 สิงหาคม 2531 ในการเปลี่ยนแปลงพิธีกร

เหตุผลไป ไตรภพ ลิมปพัทธ์	เหตุผลมา ฐานกรณ์ ดิษยนันท์
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสัญญาด้วยวาจากับช่อง 3ว่าจะไป ทำรายการประเภทเดียวกับทำพิธีสุนัน</li> <li>- ช่อง 3 เป็นสถานีคู่แข่งกับช่อง 7 สี จึงไม่สามารถทำรายการพร้อมกันได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สุรางค์ เปรมปรีดิ์ ผู้จัดการฝ่ายรายการ ได้เสนอแนะให้กับบริษัท กันตนา จำกัด</li> <li>- เป็นบุคคลในครอบครัวกันตนาเอง ซึ่งถือ ว่าสนับสนุนกันเอง เป็นนโยบายภายใน ส่วนหนึ่ง</li> <li>- มีความเหมาะสม และความเป็นไปได้ อยู่ในระดับสูง</li> </ul>

การที่นำมากล่าวถึงในช่วงพัฒนาในช่วงที่ 2 นี้ เพราะเหตุว่า การคาบเกี่ยวในการ  
เปลี่ยนพิธีกรนี้ส่งผลมาในระยะ 2 และระยะ 3 มากกว่าในระยะพัฒนาการที่ 1 เหตุเพราะว่า  
รายการทำพิธีสุนันในระยะนั้น ตัวเรื่อง และพิธีกรส่นาม มีส่วนช่วยสร้างสีสันให้กับรายการเป็น  
อย่างมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

...การเข้ามาเป็นพิธีกรรายการทำพิธีใน ตอนนั้นมีความหนักใจอยู่มาก  
 เนื่องจากเป็นรายการที่กำลังมีชื่อเสียงมาก และพิธีกร (ไตรภพ ลิมปัทธ)  
 ก็ทำไว้มากอยู่แล้ว แต่เพราะว่าเป็นสิ่งที่ควรจะทำอย่างหนึ่ง คือ  
 เป็นสิ่งที่ทำตาย และผู้ใหญ่ก็เปิดโอกาสให้ ซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นอยู่แล้ว การที่  
 พี่ต๋อย (ไตรภพ) จำเป็นต้องออกไปทำช่องอื่นนั้น ยังไง ๆ ก็ต้องไปทำ  
 และยังงี้ ๆ ก็ต้องมีพิธีกรใหม่เข้ามา ก็เลยต้องทำไปด้วยความเหมาะสม  
 ทุกอย่าง ถึงตอนนั้นก็คิดว่า ทำได้ดีที่สุดเท่าที่... (ฐาปกรณ์ ดิษยนันทน์,  
 สัมภาษณ์)

ส่วนพิธีกรส่วนหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อความเหมาะสม ในช่วงที่ 2 นี้ พิธีกรที่  
 เด่นขึ้นมามาก จนได้กลายเป็นภาพพจน์ทั้งตัวพิธีกรเอง และตัวรายการด้วย นั่นก็คือ  
 คุณนัฏฐา ลอยด์

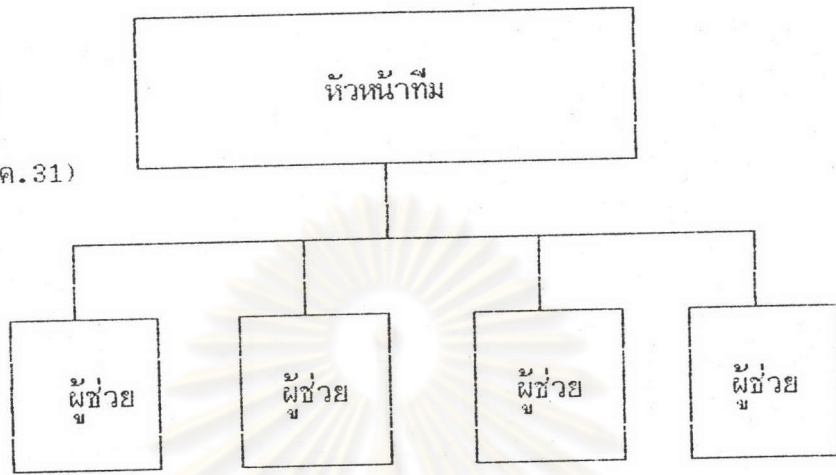
...ในการเข้ามาเป็นพิธีกรรายการทำพิธีนั้น ถือได้ว่า ได้ประสบการณ์  
 เป็นอย่างมาก ตัวเองก็เติบโตขึ้นมากเลย ยอมรับว่า การได้ออกไปทำ  
 รายการภาคสนามทุก ๆ อาทิตย์ ทำให้เก่งขึ้น เดี่ยวนี้เวลาไปทำรายการ  
 อื่น มักโดนกระเช้าว่า อย่าเอาบุคคลิกทำพิธีมาใช้... (นัฏฐา ลอยด์,  
 สัมภาษณ์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

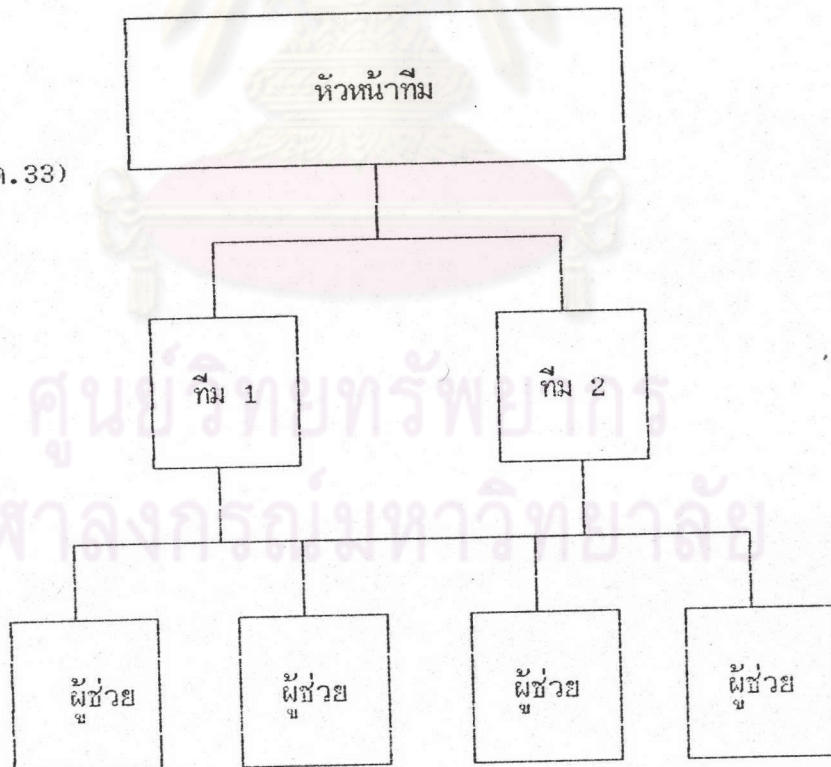
ในหน่วยผลิตเองก็มีการจัดรูปแบบองค์กร (ทีมงานทำพิธี) โดยพัฒนาไปเป็นแบบ  
 ลำดับขั้น นั่นคือเมื่อผู้ช่วยสามารถปฏิบัติงานได้จนเป็นที่ไว้วางใจแล้ว หัวหน้าทีมก็จะมอบหมาย  
 งานส่วนใหญ่ ให้เป็นคนรับผิดชอบ โดยมีผู้ช่วยอีกลำดับขั้นหนึ่ง (ในขณะนั้นเป็นนักศึกษาฝึกงาน)

ลักษณะการจัดรูปแบบทีมงาน ได้ขนาดดังนี้

เดิม  
(ม.ย.31-ธ.ค.31)



ใหม่  
(ม.ค.32-ธ.ค.33)



การพัฒนาทีมงานนี้ เกิดขึ้นเพราะบุคลากรมีความพร้อม นั่นคือ หัวหน้าทีม 1, และ ทีม 2, มีอายุการทำงานพอสมควร รู้จักการแก้ไขปัญหา และเนื่องจากมีบุคลากรเพิ่มขึ้นเข้ามา ในระดับล่าง จึงเป็นช่วงเหมาะที่จะจัดองค์กรให้เป็นลำดับขั้น ซึ่งการจัดองค์กรเช่นนี้ ทำให้มีการจัดแบ่งงานอย่างมีขั้นตอน สัดส่วนการผลิตรายการมีความมั่นคงแน่นอนขึ้น และตัวบุคลากร ก็มีความภาคภูมิใจ ที่ได้มีโอกาสก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ทีมงานทำงานเป็นทีมงานที่ แข็งแกร่งทีมหนึ่ง นับเป็นตัวอย่างให้กับทีมอื่น ๆ ในบริษัทได้เห็นถึงการเติบโตอย่างเป็นลำดับ

ส่วนตัวรายการเอง ปรากฏว่าเนื่องจากรายการได้รับความนิยมและโฆษณาสั้น (มี โฆษณาออกคิวเข้ามามากกว่าเวลาที่ให้) จึงได้มีทำนุสนธิ์ ตอนพิเศษขึ้นอีก ในช่วงวันหยุดราชการ เป็นเวลา 1 ชม. โดยให้ใช้ช่วงเก่าดังเช่นปีที่แล้ว ดังนี้

ครึ่งหนึ่งในชีวิต

กลเม็ดเคล็ดลับ

เรื่องเหลือเชื่อ

แดนประทับใจ

เบนิพิสดาร

อนึ่ง ในบางสัปดาห์ของวันปกติ ทางสถานีจะแจ้งอย่างค่อนข้างกระตั้นทันทีว่า รายการ 1.30 ชม. ช่วงลดเหลือ 1 ชม. เช่น แจ้งเย็นวันศุกร์ ทำให้เกิดความงุกงอลงอยู่มากพอสมควร

เมื่อรายการดำเนินมาถึงตอนที่ 83 วันที่ 3 กันยายน 2532 ทางทีมงานมีความเห็น ให้ปรับช่วงใหม่เพื่อเป็นการขยับรายการให้ดูใหม่ และเป็นการเปิดกว้างสำหรับข้อมูลต่าง ๆ



ด้วย เนื่องจากเรื่องเก่าเห็น ชื่อบึงคับตัวเรื่องเกินไป จึงหาชื่อช่วงใหม่ให้หาเรื่องหรือข้อมูลได้  
ง่าย เหตุเพราะจะได้สะดวกในการผลิตรายการอาทิตย์ต่ออาทิตย์

เดิม	ชั๊บใหม่
<u>ตอนที่ 59-82</u>	<u>ตอนที่ 83-150</u>
<u>(5 มี.ค. 32 - 27 ส.ค. 32)</u>	<u>(3 ก.ย. 32 - 23 ธ.ค. 33)</u>
ครึ่งหนึ่งในชีวิต	บันทึกนิสตาร
กลเม็ดเคล็ดลับ	มหัศจรรย์ต่างแดน
มหัศจรรย์ต่างแดน	ครึ่งหนึ่งในชีวิต
เรื่องเหลือเชื่อ	กลเม็ดเคล็ดลับ
ทำไทยทำ	ทำไทยทำ
แดนประทับใจ	แดนประทับใจ
เป็นิสตาร	เป็นิสตาร

ดูตารางการออกอากาศของรายการทำนิสฺน ตอนที่ 82 (27 สิงหาคม 2532) และตอนที่ 83  
(3 กันยายน 2532)

ในช่วงพัฒนาการที่ 2 นี้ ปรากฏว่ารายการได้เสนอแนวเบี่ยงเบนออกไปทำให้สาระ  
ความรู้มากขึ้น ทำให้รายการในบางครั้งดูเครียดและหนักไป เช่น เรื่อง ศูนย์เสียงดัง ตอนที่ 89  
(วันที่ 15 ตุลาคม 2532) ซึ่งเป็นเรื่องของวิธีบำบัดทางจิตที่ต้องใช้วิธีการตะโกนระบายอารมณ์  
มาเป็นส่วนหนึ่งในการรักษา หรือพิษภัยที่จิตเวช เป็นต้น

ชมเทปเรื่องศูนย์เสียงดัง ตอนที่ 89 (วันที่ 15 ตุลาคม 2532)

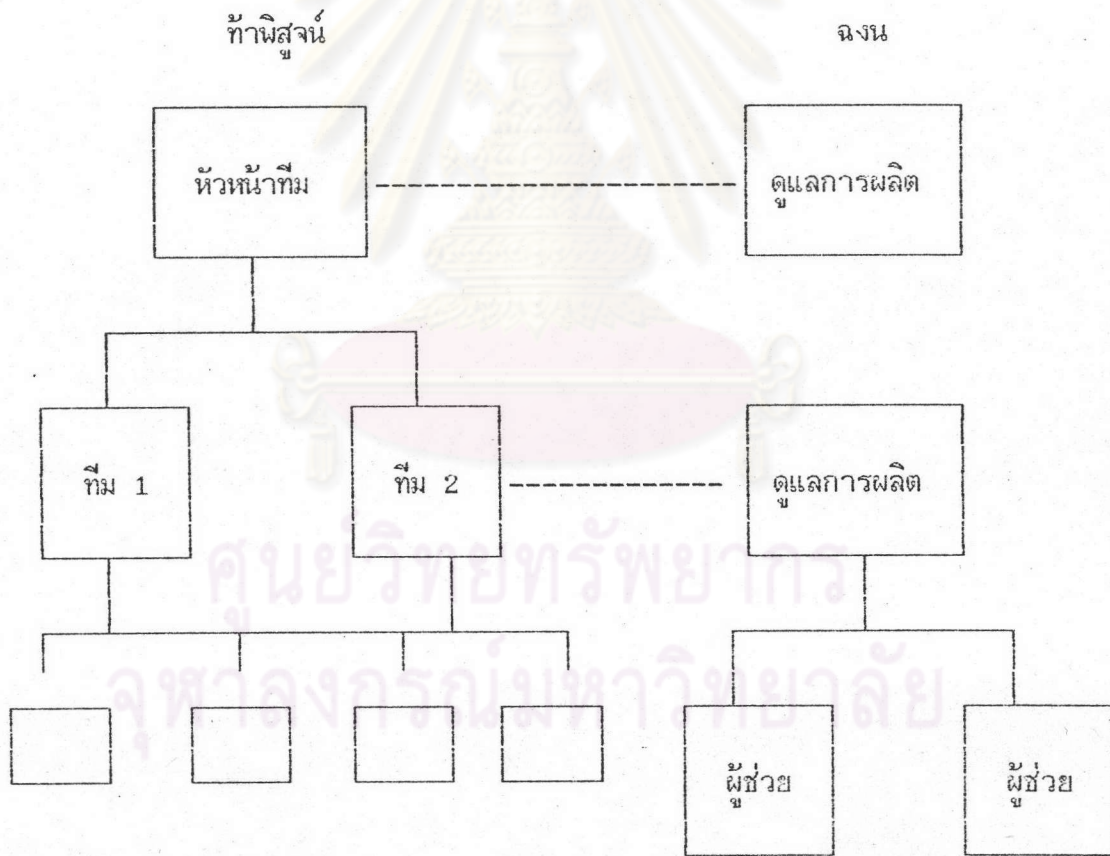
ส่วนตัวเลขผู้ชมนั้น ก็ยังถือได้ว่าเป็นรายการที่น่าเชื่อถือได้ ในการลงสปอตโฆษณา  
ตั้งตัวเลขที่ผู้ชมมาโดยบริษัท ดีมาร์ จำกัด โดยคิดเทียบผู้ชมเอาโดยแต่ละเดือน

เดือน	ทำพิธี	ตามไปดู	เทียบอัตราส่วน
	( x 100 คน)	( x 100 คน)	ทำพิธี/ ตามไปดู
19 มี.ค. 32	773	402	5/3
9 เม.ย. 32	842	315	6/2
14 พ.ค. 32	593	406	4/3
11 มิ.ย. 32	727	396	5/3
16 ก.ค. 32	859	298	6/2

เนื่องจากว่าในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น สำหรับคำว่า "ชาย" ได้ของผู้ผลิตนั้น  
หมายถึงตัวเลขของจำนวนคนดู ของบริษัทดีมาร์ จำกัด ซึ่งเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญในการวัดว่า  
รายการไหนขายได้หรือไม่ นอกจากนั้นก็เป็นการสัมพันธ์อย่างจากนิตยสาร และ นสพ. อื่น ๆ  
ซึ่งมีผลใกล้เคียงกัน เพราะฉะนั้น ตัวเลขที่ผู้ชมจากดีมาร์นั้น เป็นเครื่องวัดได้พอสมควรในขณะนั้น  
ที่จะบอกว่า สปอตโฆษณาจะมากหรือน้อย หรือรายการยังไปต่อได้หรือไม่ จะเห็นได้ว่ารายการ  
ทำพิธีนั้นเมื่อตัวเลขที่ผู้ชมว่ารายการตามไปดูมาก เท่ากับว่าอายุของรายการยังมีอนาคต ไปอีกไกล  
(เนื่องจากตัวเลขต่างกันมากเลยทีเดียว)

กลไกการตลาดในยุคสร้างตัวนี้ ยังได้สร้างเงื่อนไขที่ผู้ประหลาดแต่ก็สามารถทำออกมา  
มาได้จริง ก็คือ ในช่วงนี้เอง ที่สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีความรู้สึกถึงความไม่สมดุลย์ทาง

การตลาด เนื่องจากสถานีอื่น ๆ มีรายการประเภทปกิณกะอยู่ทุกสถานี เช่น ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีตามไปดู, ช่อง 7 มีทำพิธีสงฆ์, ช่อง 3 มีคุณขอมมา (คุณไตรภพ แยกออกไปทำให้ช่อง 3 เป็นรายการแนวเดียวกัน วิธีการขาย VTR เหมือนกับทำพิธีสงฆ์) ช่อง 5 จึงดำริที่จะมีรายการอย่างนี้บ้าง จากการพูดคุย ทั้งในแง่การตลาด ความพร้อมพร้อม และที่สำคัญคือ ความสนิทสนมบางส่วนทำให้กันตนาต้องรับรายการจากช่อง 5 มาอีกรายการ โดยตั้งชื่อรายการว่า "ฉงน" มีคุณตุลชัย ธรรมดุษฎี เป็นพิธีกร ทั้งนี้ให้มีการจัดแบ่ง บุคคลากรจากทีมงานทำพิธีสงฆ์ออกมาส่วนหนึ่ง และรับบุคคลากรเพิ่ม นอกจากนี้ วิธีการปฏิบัติการทั้งกระบวนการก็ให้ใช้วิธีเดียวกับทีมเดิม (ทำพิธีสงฆ์) ทุกประการ รวมไปถึงเรื่องที่จะถ่ายทำ ก็จะไม่แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันด้วย เรียกได้ว่าเป็นรายการของ "พี่" กับรายการ "น้อง" ได้เลยทีเดียว



เจ้าของ : กันตนา เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

เจ้าของ : บางกอก ยูไนเต็ต สเปเชียลตี้ จำกัด

ฉะนั้นเอง ทำนุสัจน์จึงมีการจัดองค์กรใหม่ โดยให้บุคคลากรในทีม 1 ที่มีอายุ, คุณวุฒิ, และประสบการณ์เพียงพอขึ้นมาเป็นหัวหน้าทีม ซึ่งอยู่ในช่วงคาบเกี่ยวกับช่วงที่ 3

### สรุป

จะเห็นได้ว่า ในช่วงพัฒนารายการทำนุสัจน์ในระยะที่ 2 นี้ ได้สร้างคุณค่าให้กับองค์กรเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคุณค่าทางการตลาด นอกเหนือไปจากนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กั้นตนา (รัชดา) เป็นที่รู้จักมากขึ้น บุคลากรเอง ก็ได้เรียนรู้ประสบการณ์ทั้งจากในประเทศ และการได้ไปถ่ายทำต่างประเทศ อีกประการหนึ่ง การจัดลำดับขององค์กร (ทำนุสัจน์) ก็มีการปรับเปลี่ยน โยกย้าย เรียกได้ว่า มีความก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ ขณะที่อนาคตรายการนั้นยังดูเสมือนว่าไปอีกไกล ทำให้การต่อสัญญาโฆษณาทำได้ง่าย เพราะชื่อ "ติด" ตลาดเสียแล้ว

ทำนุสัจน์ในระยะที่ 2 จึงสร้างตัว ทั้งขององค์กร, ตัวบุคลากร, และตัวรายการเองเป็นอย่างมาก

### พัฒนาการระยะที่ 3 "อิมตัว" (1 ม.ค. 2534 - 31 ธันวาคม 2534)

สิ้นปี 2533 เริ่มตักกราชใหม่ของรายการทำนุสัจน์ ข้อสังเกตที่น่าสนใจซึ่งยังไม่มีใครได้ค้นคว้าออกมาถึงเงื่อนไขรายการโทรทัศน์ว่ารายการหนึ่ง ๆ ควรจะมีองค์ประกอบใดบ้างที่มีส่วนผลักดันให้รายการนั้น ๆ มีชีวิตยืนยาวต่อไป นอกจากที่ทราบกันคือว่า ถ้าไม่เพราะผู้ผลิตขาดทุนก็ผู้ชมไม่สนใจจะชมต่อไป หรือ สถานีเปลี่ยนแปลงนโยบาย และอาจจะเป็นตัวสปอนเซอร์ ถอนการสนับสนุน หรือที่สำคัญ สถานีมีคำสั่งพิเศษ ให้ลดหรือเพิ่ม หรือถอนรายการออก

ในเมื่อเป็นอย่างที่กล่าวและเข้าใจกันต่ออย่างนี้ รายการทำนุสัจน์ก็เช่นเดียวกัน เริ่มพูดตักกราช 2534 จาก ช่วงรายการถึง 7 ช่วง ทางสถานีก็มีคำสั่งให้ลดเวลาจาก 1.30 ชม.

ลงเหลือเพียง 1 ชม. เช่นที่เคยผลิตในปีแรก การลดเวลานี้ ความจริงไม่ใช่ปัญหาใหญ่ที่จะต้องกังวลสำหรับการผลิตรายการของทีมงานทำพิธี เนื่องจกตลอด 3 ปีที่ผ่านมา ช่อง 7 มักจะมีคำสั่ง "ด่วน" มาอยู่เสมอ เช่น ลดเวลาออกอากาศจาก 1.30 ชม. เป็น 1 ชม. อย่างกระทันหัน คือแจ้งในวันศุกร์ ขณะที่รายการจะออกอากาศในวันอาทิตย์ นอกจากนั้นการทำรายการเกี่ยวกับสาระความรู้แปลก ๆ ที่มักจะโดน กบว. ห้ามออกอากาศโดยขาดมาตรฐาน (เช่น เรื่องการรักษาฟันด้วยการแคะถอนออกจากปาก ทำพิธีนี้โดนแบนห้ามออกอากาศ แต่ในระยะหลังตามไปดูกลับมาเสนอได้)

แต่ที่สุดแล้ว ปัญหาหลักอยู่ที่ฝ่ายขายที่ไม่สามารถปรับสถานการณ์ได้ทัน เนื่องเพราะการทำสัญญาโฆษณาในนั้น มักจะทำให้ระยะเวลา 3 เดือนขึ้นไป ถ้าจะมีการลดช่วงใดช่วงหนึ่งออก ก็จะต้องแจ้งลูกค้าเพื่อหาทางออกให้ไปลงในรายการอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือ หรืออาจจะตัดแปลงการลงสปอตไปเป็นการสนับสนุนของรางวัล เป็นต้น

แต่การสั่งงานด่วนจากช่อง 7 นี้ เป็นเรื่อง "จำเป็น" ต้องทำ ทางฝ่ายสร้างสรรค์คือทีมงานเอง ก็วางเรื่องที่จะทำต่อไป โดยจะปรับเปลี่ยนชื่อช่วงในรายการอยู่แล้ว ดังนี้

ตอนที่ 151	ตอนที่ 152
(30 ธ.ค. 2533)	(6 ม.ค. 2534)
<u>เดิม (1.30 ชม.)</u>	<u>เป็น (1 ชม.)</u>
บันทึกพิสดาร	ค้นหาความจริง 1
มหัศจรรย์ต่างแดน	ค้นหาความจริง 2
ครึ่งหนึ่งในชีวิต	เปปพิสดาร
กลเม็ดเคล็ดลับ	พลิกปมเรื่องจริง
ทำไทยทำ	ข้างหลังภาพ
แดนประทับใจ	ระยะทางกาลเวลา
เปปพิสดาร	



ชมเทพตัวอย่าง รายการทำพิธีส่งน้ลดลงเหลือ 1 ชั่วโมงในตอนี่ 152 (วันที่ 6 ม.ค. 2534)

จะเห็นได้ว่า ช่วงที่ตัดออกไปคือ

- มหัศจรรย์ต่างแดน เนื่องจากเทปสารคดีต่างประเทศกำลังจะหมดสต็อกพอดี และ  
ระยะหลังเรื่องก็ขาดรสชาตไปมาก

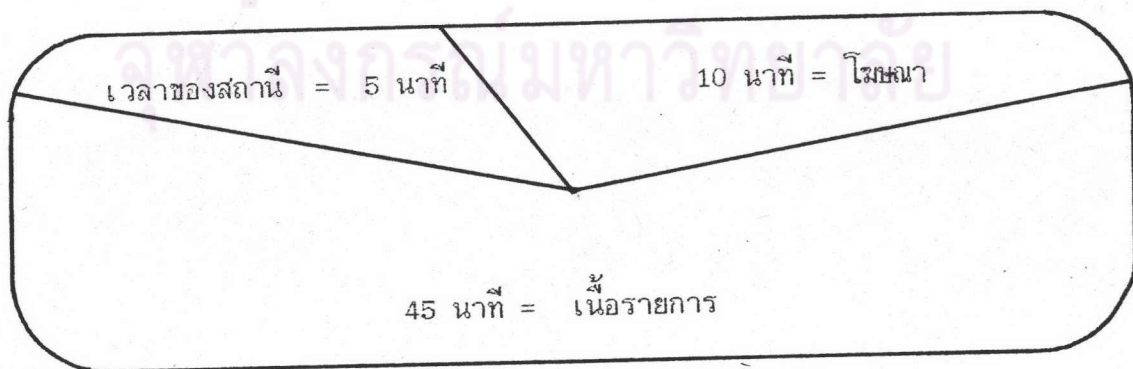
- กลเม็ดเคล็ดลับ ถอดออกไปเพราะเป็นช่วงที่อยู่มานานแล้ว อีกทั้งบุคคลที่มีกลเม็ด  
ในการใช้ให้ได้นั้นก็หายากขึ้นทุกวัน

- ทำไทยทำ เพราะเหตุว่ารายการอื่น ๆ ทั้งหมดผลิตแนวรายการคล้ายคลึงกัน และ  
ช่วงนี้ส่วนใหญ่ก็ทำให้รายการเอียงไปในทางสาระมากไป

ส่วนช่วงครึ่งหนึ่งในชีวิต ก็เปลี่ยนแนวไปเป็นพลิกปมเรื่องจริง ซึ่งจะเป็แนวของ  
อดีตชีวประวัติบุคคลเด่น ๆ หรือวัตถุลึกลับเป็นตำนานหรือหายาก เป็นต้น โดยไม่จัดทำเป็นละคร  
อีกต่อไป เนื่องจากมีปัญหาเรื่องคุณภาพ และค่าใช้จ่าย

ช่วงใหม่คือค้นหาความจริงนั้น เกิดขึ้น เพราะรองรับแนวคิดการเจาะลึก การเสาะ  
แสวงหาเรื่องที่อยู่ภายในจิตใจมนุษย์ อันได้แก่ การเกิด-แก่-เจ็บ-ตาย และความรู้สึกต่อสิ่งที่มา  
กระทบรอบตัว โดยจะเน้นที่สาระอันมีคุณค่าและประโยชน์ต่อผู้ชมเป็นหลัก

ถ้าย้อนกลับไปดูการสร้างช่วงขึ้นมาในช่วงแรกจะเห็นได้ว่า ภายในเวลาออกอากาศ  
1 ชม. แต่เวลาที่เป็นเนื้อรายการจริง ๆ ไม่ถึง 1 ชม. ดังแผนภาพ



เวลา 5 นาทีของสถานีนั้น จะเป็นเวลาที่จะทำอะไรก็ได้ ส่วนใหญ่จะเป็นการทอดเวลาสำรองเอาไว้ ในกรณีรายการข่าว ขาว-สั้น หรือจะมองอีกมุมหนึ่ง การทอดเวลารายการ 5 นาที 10 รายการใน 1 วัน ก็จะไม่เหลือเวลาฟรี ๆ อีกรั้ง 1 รายการเลยทีเดียว

อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาออกอากาศจริงคือ 45 นาที รายการที่ผลต่อออกมา 5 ช่วง ก็จะแบ่งเวลาออกได้ดังนี้

ไตเติ้ล
(โฆษณา 1)
ช่วงที่ 1
(โฆษณา 2)
ช่วงที่ 2
(โฆษณา 3)
ช่วงที่ 3
(โฆษณา 4)
ช่วงที่ 4
(โฆษณา 5)
ช่วงที่ 5
พิธีกร
ไตเติ้ล

ไตเติ้ลรายการหัวท้าย รวมพิธีกร เปิดปิด และตัวอย่างรายการจะตกประมาณ 5 นาที จึงเหลือเวลา 40 นาที ช่วงที่เหลือของรายการ 5 ช่วง ก็จะตกช่วงละ  $40 \div 5 = 8$  นาที ซึ่งเป็นเวลาที่พอเหมาะกับการนำเสนอรายการแต่ละช่วง ที่ว่าพอเหมาะนั้น เนื่องจากทีมงานเคยผลิตงานออกมาอย่างนั้น และการใช้พิธีกรสนาม ในการนำเสนอก็ต้องมีเวลาให้กับการชักจูง โน้มน้าวใจ

## บทโทรทัศน์ถ่ายทำนอกสถานที่ของรายการทำพิธี

พิธีกร	เปิด	พูดถึงสถานที่ที่มา และหยิบ จม. ผู้แนะนำที่เขียนมา
อ่านจดหมาย	V.O.	เสียงผู้หญิง อ่านจม. ที่เขียนมาถึงรายการ ภาพเป็น ตัวจดหมาย
เข้าบ้าน	พิธีกร	เข้าบ้าน พบผู้ร่วมรายการ พูดคุย
V.O.	V.O.	บรรยาย สถานบ้าน
สัมภาษณ์	พิธีกร	สัมภาษณ์
V.O.	V.O.	พิธีกรการใช้เท้าแทนมือ อาจมีสัมภาษณ์หรือคุยนิดหน่อย
ปิด	พิธีกร	ปิด ที่ครัว "กิน" กับเขา

เวลา 6-8 นาที

ชมแบบตัวอย่างเรื่อง "เท้าแทนมือ" ตอนที่ 15 (วันที่ 17 เมษายน 2531)

จะเห็นว่า เวลา 8 นาทีนี้ เรียกได้ว่า เรื่องกำลัง "แน่น" น่าชมและติดตาม



แต่ตั้งที่กล่าวแต่ตอนต้นว่า ฝ่ายชายนั้นไม่สามารถที่จะปรับตัวได้ทัน ทำให้ไม่สามารถตัดสินใจได้ว่า จะเอาลูกค้าตัวไหนออกขายจึงคิดจะตัดลูกค้าที่เข้ามาใหม่ล่าสุดออกไป แต่ปรากฏว่าลูกค้ารายนี้เป็นลูกค้าที่กำลังซื้อดีมาก และไม่ยอมที่จะให้ตัดช่วงนอกเด็ดขาด และบอกว่า ถ้าหากตัดช่วงของเขาออก เขาจะถอนโฆษณาทุกตัว ทุกชิ้นออกจากรายการในเครือข่ายกันตนาหมดเลย

ในเมื่อลูกค้าขึ้นกรานที่จะไม่ยอมให้ถอน ฝ่ายชายก็ไม่สามารถจะถอนลูกค้ารายอื่นได้อีก เพราะล้วนแล้วแต่มีความผูกพันกันทั้งนั้น

ในที่สุด ฝ่ายชายก็หันมาที่ทีมงาน และมีคำปรึกษาถึงคำสั่งให้คงช่วงของลูกค้ารายนี้ไว้ ซึ่งทีมงานก็ "ต้อง" ตอบตกลง เพราะไม่สามารถคัดค้านได้ รายการทำพิธีสงฆ์ในปี 2534 จึงมีถึง 7 ช่วง ใน 60 นาที โดยจำเป็นต้องหาช่วงอีก 1 ช่วง มาลง "ให้ได้" ซึ่งทีมงานมีความเห็นว่า แค่ 6 ช่วงก็ "คับ" อยู่มากแล้ว แต่มีความจำเป็นที่จะต้อง "คิด" ให้ศิลปะข้อนี้สามารถ "ขาย" ได้และไม่นานที่ทีมงานก็หาทางออกด้วยการเพิ่มช่วงเล็ก ๆ ท้ายแต่ละช่วงเข้าไป ซึ่งเป็นของลูกค้ารายที่มีปัญหาขายยาก ๆ ช่วง โดยที่ผู้ชมจะเห็นโลโก้ของสินค้าทุกช่วงเลยที่เดียว นับว่าเป็นทางออกที่คิดได้เพียงอย่างเดียว เป็นทางเลือกทางสุดท้ายจริง ๆ ลูกค้าตอบตกลง

#### ตารางการเพิ่มช่วงเล็ก ๆ ท้ายช่วงใหญ่

ผู้สนับสนุนช่วง	เนื้อรายการ	รางวัลผู้แนะนำ มีภาพสปอต	รางวัลผู้ ร่วมรายการ	ผู้สนับสนุน ช่วงมีภาพ สปอต	ช่วงเล็ก 1 นาที มีโลโก้ ลูกค้าเล็ก ๆ ขึ้นใต้ภาพ ชื่อช่วง "รู้เรื่องจริง กับ "ซื้อสินค้า"
-----------------	-------------	-----------------------------	-------------------------	----------------------------------	---

ช่วงเล็ก ๆ นี้มีความยาว 1 นาที โดยมีทุกช่วงตั้งแต่ช่วง 1-2-3-4-5 = 5 ช่วง ส่วนช่วงที่ 6 ไม่สามารถจะลงได้เนื่องจากจบช่วงแล้วจะเป็นวีธีกรในสตูดิโอปิดรายการเลย ไม่มีโฆษณาอื่นเหมือนช่วงอื่น ๆ จึงเป็นช่วงเล็ก ๆ 5 ช่วง รวม 5 นาที เห็นภาพโลโก้สินค้าถึง 5 ครั้ง ซึ่งมีช่วงเล็ก ๆ 1 นาที อยู่ในตอนท้ายของทุก ๆ ช่วง

ชมเทปตัวอย่างช่วงเล็กๆ เรียกว่า ช่วง "รู้เรื่องจริง" ในเทปตอนที่ 156 (3 ก.พ. 2534)

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์อย่างนี้ทำให้ทีมงานที่ความอดอัดเป็นอย่างมากเนื่องจากเวลาที่น้อยอยู่แล้ว จำเป็นต้องน้อยลงไปอีก ดังนี้

ระยะที่ 1 (3 ม.ค. 31 - 26 ก.พ. 32)

เนอรายการ

เวลาออกอากาศ 45 นาที

มี 5 ช่วง ๆ ละ 8 นาที

8 นาที

ระยะที่ 2 (5 มี.ค. 32 - 30 ธ.ค. 33)

เวลาออกอากาศ 65 นาที

มี 7 ช่วง ๆ ละ 9 นาที

9 นาที

ระยะที่ 3 (1 ม.ค. 34 - 3 ก.พ. 34)

เวลาออกอากาศ 45 นาที

มี 6 ช่วงใหญ่ + 1 ช่วงเล็ก

เหลือช่วงละ 7 นาที

6 นาที

1 นาที

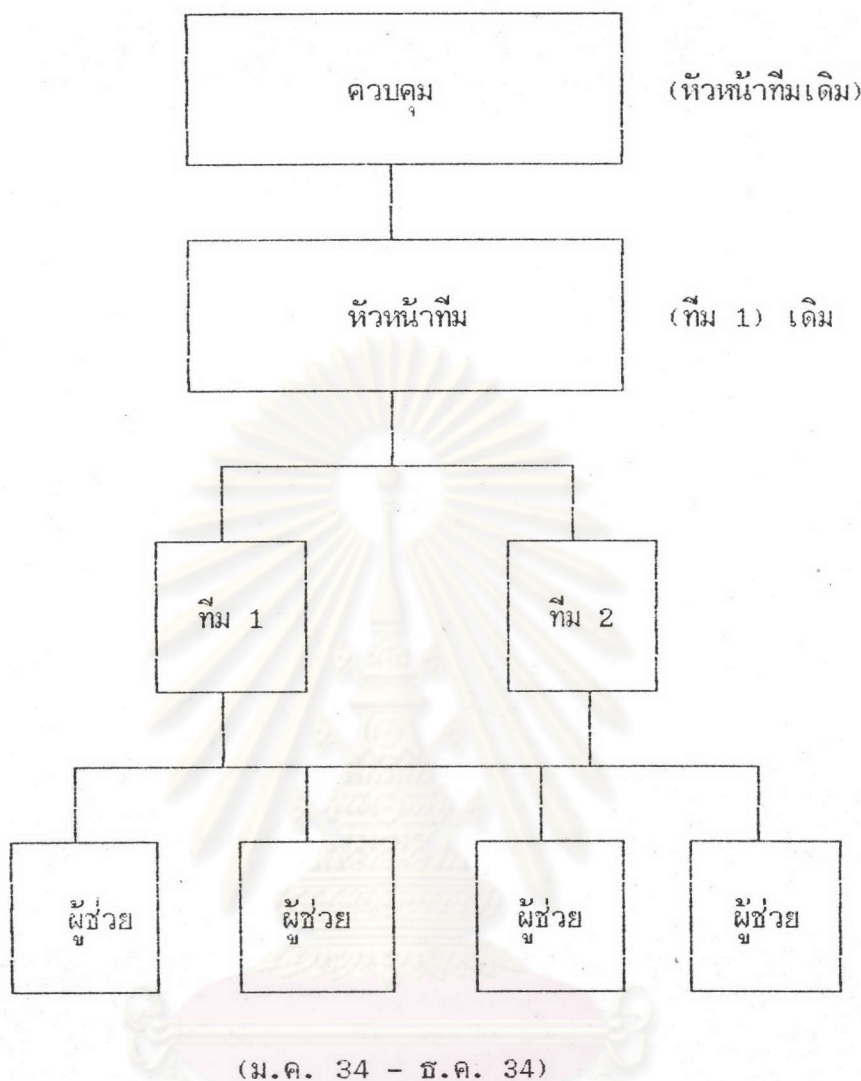
โดยที่ 7 นาฬิกาจะต้องชอยแบ่งย่อยดังนี้

VTR	พิธีกร	เนื้อรายการ	VTR	VTR	VTR	VTR
ผู้สนับสนุน			ผู้แนะนำ	ผู้สนับสนุน	ผู้สนับสนุนช่วง	เล็ก ๆ นานา

การชอยเวลาของเรื่องในการออกอากาศลง ทำให้ทีมงานมีความอึดอัดในการผลิตมาก เนื่องจากตัวเรื่องเองต้องการเวลาในการ "ส้อ" ถึงผู้ชมมากกว่านี้ (อย่างน้อยก็เคยทำมาในช่วงที่ยาวกว่านี้) นอกจากนี้ปรากฏว่าการคิดค้นช่วงรายการขึ้นมาใหม่ จำเป็นต้องอาศัยเวลาของแต่ละช่วงที่จะช่วยผ่อนส่าระให้จางลงบ้าง แต่ถ้าเวลาจำกัดมากก็ต้องอาศัยเทคนิคในการนำเสนอ แ่นละ ไม่ใช่ของที่จะคิดกันได้ง่าย ๆ ซึ่งก็ต้องคิดให้ได้อาทิตย์ละ 11 เรื่อง เสียด้วย (ช่วงปกติ 6 รวมกับช่วงเล็ก ๆ 5 ช่วง)

ประการสำคัญที่ช่วยเสริมให้ระยะที่ 3 นี้ เข้าจุดอ้อมตัวเร็วขึ้น คือเรื่องที่จะเสนอ "น้อย" ลงทุกวัน รายการที่ผลิตงานคล้าย ๆ กันก็เกิดขึ้นมากมาย ตั้งแต่ ตามไปตุ, คุณขอมมา, จันท์กระพริบ, ผันที่เป็นจริง, คู่ทรหด, ถึงไหน ถึงกัน, ท้อป เท็น, และรายการอื่น ๆ อีกหลายรายการเรียกได้ว่า ใคร ๆ ก็อยากทำรายการปกิณะที่ให้ความรู้เต็มไปหมด การคัดเลือกเรื่องที่จะผลิตจึงน้อยลงตามกัน

ขณะเดียวกัน การปรับเปลี่ยนขององค์กรใหญ่ ก็ทำให้เกิดผลต่อตัวรายการเช่นกัน นั่นคือ บริษัท กันตนา จำกัด ได้แยกฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative) ออกเป็นอีกบริษัท ชื่อว่า บริษัท กันตนา อินเทอร์เน็ตมิวนิเคชั่น จำกัด โดยให้หัวหน้าทีมทำนุสัจน์เดิมขึ้นไปเป็นรองผู้จัดการ ฉะนั้นเองการขยับเลื่อนขึ้นมาโดยอัตโนมัติจึงเป็นรูปองค์กร (ทีมงาน) ดังนี้



รูปการที่ก่อกำเนิดขึ้น คือ บุคคลากรที่เคยผลิตมาแต่ต้น ไม่ได้ควบคุมงานด้วยตนเอง ให้  
 บุคคลากรที่พัฒนาขึ้นมา รับผิดชอบงาน ในบางครั้งการนำเอาประสบการณ์ในการทำรายการแรก ๆ  
 มาช่วยจึงขาดช่วงไป

ขณะเดียวกันนั้น ทางฝ่ายบริษัทใหญ่ที่มีความไว้วางใจทีมงาน โดยปล่อยให้ตัดสินใจ  
 ในเรื่องตัวรายการโดยอิสระ และเมื่อจะควบคุมคุณภาพหรือเช็ครายการทันที ก็ฟังเอาจากคำ  
 วิเคราะห์หรือคำแนะนำของสถาบันบ้าง ในส่วนฝ่ายขายเองก็แทบเรียกได้ว่า มีหน้าที่สุ่ส่อดโหม

อย่างเดียว ขาดการประสานงานในเรื่องพัฒนารายการ เมื่อเทียบกับตามไปดูซึ่งย้ายเวลามา

เสนอตรงกัน คือ 14.00 น. แต่ตามไปดูออกอากาศถึง 1.30 น. และเรื่องก็ยืดหยุ่นได้

มากกว่า รวมไปถึงการลงทุนเดินทางไปถ่ายทำต่างประเทศโดยตัวพิธีกรใหญ่

(ทรงวิทย์ จิระโสภณ) บ่อยครั้ง ทำให้เรื่องหลากหลายมากกว่า ขณะที่พิธีกรที่เป็นหลักใหญ่

(ฐาปกรณ์ ดิษยนันทน์) จำเป็นต้องใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับงานละคร จึงไม่ค่อยมีเวลาที่ทุ่มเทให้กับ

การเป็นพิธีกรมากนัก

จากเหตุนี้เอง รายการจึงค่อนข้างจะกร่อย เมื่อเทียบกับตอนทำรายการใหม่ ๆ ซึ่งทีมงานก็สรุปลงสาเหตุใหญ่ ๆ ออกมาด้วยกัน ดังนี้

1. จำนวนเรื่องแปลก ๆ ลดน้อยลงมาก

2. การเพิ่มช่วงเวลาทำให้หน้าเสนอไม่สะดวก

3. การไม่ลงทุนเพิ่มเติม

4. ขาดการประสานงานของฝ่ายขายและทีมงานในการพัฒนารายการ พบว่า แม้ตัวเลขผู้ชมจะตกลงไปบ้าง แต่ก็ยังไม่อยู่ในขั้นอันตราย อีกทั้งจุดสำคัญมากก็คือ "โรหมายังขายได้เต็ม" ทำให้ความจำเป็นในการปรับปรุงรายการจึงมาทีหลังเงื่อนไขอื่น ๆ ในองค์กรใหญ่นั้นคือ ยังมีรายการอื่น ๆ ที่ต้องมุ่งความสนใจให้ในขณะนั้น ยังมีการสร้างตึกใหม่, การสร้างภาพพจน์, การลงทุนด้านเครื่องมือ, การผลิตงานให้องค์กรของรัฐ, การจัดงบประมาณ การแก้ไขปัญหาในองค์กร และอื่น ๆ อีกมาก เพราะฉะนั้นถ้ารายการยัง "ขาย" ได้อยู่ ก็จำเป็นต้องรอให้อ่าง "คิว" ที่จะหันมาสนใจ

### สรุป

หลายสาเหตุมารวมกันมากขึ้น และมากขึ้น ๆ วงจรชีวิตการขายสินค้าธุรกิจที่ต้องพึ่งศิลปะ จึงมาถึงจุดอิ่มตัวที่ต้องมีการปรับปรุง เพื่อให้ขายได้ต่อไป ไม่ว่าจะให้ศิลปะเข้าไปรวมกับเปอร์เซ็นต์ก็ตาม ในที่สุดแล้ว ประเด็นเด่นของรายการทำปิสุนัขคือ ต้องขายให้ได้ก่อนซึ่งแผนการใน 3 ระยะที่ผ่านมาเห็นได้ชัดคือ ขายได้แล้วในปีแรก ๆ และสร้างตัวได้ในปีต่อมา แต่ยังคงขาดการประสานสัมพันธ์กัน ทำให้รายการมาถึงจุดอิ่มตัวในปีที่ 4 (ระยะที่ 3) นี้เอง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย