บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ทุกวันนี้การดำเนินกิจการสถานีวิทยุโทรทัศน์มีการแข่งขันกันมากขึ้น ดังจะเห็นจากการเพิ่มจำนวนสถานีโทรทัศน์ จากเดิมซึ่งมีการส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์ผ่านระบบ VHF ในรูปแบบของ Free TV ของสถานีโทรทัศน์ในส่วนกลาง 5 สถานี อันได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ต่อมามีการเติบโตของการดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก ทั้งในส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยสกายทีวี ซึ่งได้มีการดำเนินช่องทางการออกอากาศรายการโทรทัศน์ถึง 3 ช่อง ได้แก่ ไทย สกาย 1 นำเสนอข่าวสารและสารคดี , ไทย สกาย 2 ช่องเพลงและดนตรี และไทย สกาย 3 นำเสนอภาพยนตร์ต่างประเทศ และสถานีโทรทัศน์ไอบีซี ซึ่งดำเนินการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ด้วยจำนวนช่องสัญญาณถึง 15 ช่อง ประกอบด้วย HBO , CINEMAX , IBC MOVIES , IBC ASIAN MOVIES , HALLMARK, STAR MOVIES , IBC SERIES , SUPER SPORT , ESPN , STARS SPORTS , DISCOVERY ,CARTOON NETWORK , Q MUSIC , M TV และ CHANNEL V ทั้งนี้รวมถึงการดำเนินการของ สถานีโทรทัศน์ในระบบเคเบิ้ลใยแก้วนำแสง ยูทีวี ซึ่งดำเนินการแพร่ภาพสัญญาณรายการโทรทัศน์ อีกกว่า 30 ช่อง โดยล่าสุดได้มีการรวมกิจการระหว่างสถานีโทรทัศน์ไอบีซี และยูทีวี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินกิจการแล้ว นอกจากนั้นยังมีการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทีวีเสรี ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ Free TV ที่แพร่ภาพสัญญาณรายการโทรทัศน์ในระบบ UHF โดยกลุ่มบริษัทสยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด ซึ่งได้เริ่มเปิดสถานีตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2539 เป็นต้นมา และจากสภาพการณ์ในการดำเนินธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้แต่ละสถานีต่างต้องดำเนินกลยุทธในการแข่งขันกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนแบ่งตลาดผู้ชม รวมถึงส่วนแบ่งรายได้จากการโฆษณา

กลยุทธหนึ่งที่สถานีโทรทัศน์ต่างแข่งขันกันเพื่อให้สามารถครองความนิยมจากคนดู นั่นคือ การพัฒนารายการโทรทัศน์ให้มีรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด โดยจะเห็นว่า รายการโทรทัศน์ถูกสร้างสรรค์ขึ้นตามกระแสของตลาด หากรายการใดได้รับความนิยมก็มักจะมีการลอกเลียนแบบกัน อาทิ รายการวาไรตี้ รายการทอล์คโชว์ เกมส์โชว์ ละครซึ่งถูกนำมาสร้างซ้ำแล้วซ้ำอีก นอกจากนี้แต่ละสถานียังได้พยายามช่วยเหลือผู้ผลิตให้มีการพัฒนารายการโทรทัศน์ โดยการลดค่าเช่าเวลาในการออกอากาศทางสถานีให้กับผู้ผลิตรายการ การร่วมลงทุนในการผลิตรายการโทรทัศน์ป้อนให้กับทางสถานี และการร่วมกันพิจารณากำหนดแนวทางการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่คาดว่าน่าจะได้รับความนิยมจากผู้ชม นอกจากนี้แต่ละสถานียังได้พยายามพัฒนาอุปกรณ์เครื่องมือ และเทคโนโลยีด้านการสื่อสารให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อขยายตลาดผู้ชมให้ได้มากที่สุด และสามารถจะแพร่ภาพไปได้กว้างไกลสู่ผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ โดยที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามาเอื้ออำนวยต่อกระบวนการแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ ไปสู่ตลาดผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ

อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในการขยายตลาดผู้ชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ ด้วยการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายทางอินเตอร์เน็ต ซึ่งสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีได้นำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ความบันเทิง ตลอดจนผังรายการของทางสถานีออกสู่สายตาผู้ชมได้ทั่วโลก โดยผ่านทาง web page ของตนเอง ดังต่อไปนี้

- สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 http://www.tv3.co.th
- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 http://www.tv5.co.th
- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 http://www.tv7.co.th
- สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 http://www.tv9.co.th
- สถานีโทรทัศน์ไอทีวี http://www.itv.co.th
- สถานีโทรทัศน์ไอบีซี http://www.ibc.co.th

นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานียังเพิ่มศักยภาพในการแพร่กระจายรายการไปยังต่างประเทศโดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม ดังจะเห็นได้จากการดำเนินกิจการโทรทัศน์ในกลุ่ม BEC World ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ NHKของญี่ปุ่นในการแลกเปลี่ยนรายการโทรทัศน์ รวมทั้งความร่วมมือกับบริษัทไทยเวฟ อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง จำกัด ในการเผยแพร่รายการข่าวโทรทัศน์ของอสมท. ผ่านดาวเทียมไปยังกลุ่มคนไทยในยุโรป

ในส่วนของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ดำเนินการขยายตลาดผู้ชมรายการโทรทัศน์ไปสู่กลุ่มคนไทยในต่างประเทศ โดยได้ดำเนินธุรกิจ ร่วมกับบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทไทยเวฟ อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง จำกัด ด้านรายการโทรทัศน์ไทยในต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 2539 ทั้งนี้เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้คนไทยในต่างแดน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเมืองไทยอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงวัฒนธรรม ความเป็นคนไทยให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนี้ยังถือเป็นมิติใหม่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ไทยไปสู่สากลอีกด้วย โดยเริ่มแรกสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ร่วมกับบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด(มหาชน) ดำเนินโครงการ Thailand Today นำเสนอข่าว และรายการของทางสถานี ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ KSCI ช่อง 18 นครลอสแองเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งรูปแบบการดำเนินการขณะนั้นเป็นการจัดส่งเทปรายการโทรทัศน์ผ่านบริษัทการบินไทย สัปดาห์ละ 3 ครั้ง คือ จันทร์ พุธ ศุกร์ และจากปัญหาอุปสรรคเงินทุนในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะการประกอบการซึ่งขาดรายได้ที่คาดว่าจะได้จากผู้สนับสนุนรายการไม่เพียงพอ ทำให้การดำเนินโครงการThailand Todayของบริษัทมีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต้องยุติลงในที่สุด

สำหรับการแพร่ภาพร่วมกับบริษัทไทยเวฟ อินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง จำกัด ทางสถานีได้ผลิตรายการ Headline News ซึ่งเป็นการรวบรวมข่าวสำคัญในรอบสัปดาห์เพื่อจัดจำหน่ายให้กับบริษัทไทยเวฟ ตลอดจนรายการที่น่าสนใจของทางสถานี เช่นรายการบุคคลบนโต๊ะข่าว ตามรอยเบื้องพระยุคลบาท อนุสรณ์สยาม เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย รายการศิลปมวยไทย นายขนมต้ม ส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม ไปออกอากาศยังสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นซึ่งแพร่ภาพด้วย

ระบบเคเบิ้ลไปสู่สมาชิกชาวไทยในประเทศแถบยุโรป ภายใต้ชื่อโครงการ " เคเบิ้ลทีวีไทยสู่ชาวไทยในยุโรป" ซึ่งได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากการดำเนินโครงการดังกล่าวได้สิ้นสุดสัญญาการซื้อรายการจากทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทำให้โครงการนี้ต้องยุติลงเช่นเดียวกัน สำหรับการดำเนินโครงการล่าสุดของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ร่วมกับบริษัทชินวัตร แซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์ของทางสถานีด้วยระบบดิจิตอลผ่านดาวเทียมเกือบทั่วโลก ภายใต้ชื่อโครงการ Global Network โดยเป็นการเผยแพร่ข่าวสารของประเทศไทยให้เข้าถึงคนไทยกว่า 140 ประเทศใน 5 ทวีป ซึ่งนับว่าสอดคล้องกับการสื่อสารในยุคโลกาภิวัฒน์ ทั้งนี้จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาถึงวัตถุประสงค์ นโยบายการบริหารโครงการ Global Network ตลอดจน กระบวนการแพร่ภาพ และการจัดผังการออกอากาศของโครงการ Global Network ว่ามีวิธีการดำเนินการอย่างไร

ปัญหานำวิจัย

1. นโยบาย วัตถุประสงค์ในการบริหารโครงการ Global Network เป็นอย่างไร
2. กระบวนการแพร่ภาพ และการจัดผังตารางเวลาการออกอากาศรายการโทรทัศน์ โครงการ Global Network มีวิธีการดำเนินงานอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ในการบริหารโครงการGlobal Network
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการแพร่ภาพ และการจัดผังตารางเวลาการออกอากาศรายการโทรทัศน์ โครงการ Global Network

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

โครงการ Global Network ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นผลจากภาวะการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจขององค์กรสื่อมวลชน ที่มุ่งขยายส่วนแบ่งตลาดผู้ชม รวมถึงส่วนแบ่งรายได้จากการโฆษณา

หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ในการบริหารโครงการ Global Network รวมถึงกระบวนการแพร่ภาพ และการจัดผังตารางการออกอากาศรายการโทรทัศน์โครงการ Global Network โดยโครงการดังกล่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้ดำเนินการเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคมจากบริษัทชินวัตร แซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) แพร่ภาพสัญญาณรายการโทรทัศน์ของทางสถานีด้วยระบบดิจิตอลผ่านดาวเทียม เพื่อกลุ่มผู้รับชมคนไทยในต่างประเทศกว่า 140 ประเทศใน 5 ทวีปทั่วโลก ซึ่งได้เริ่มโครงการมาตั้งแต่ต้นปี 2540 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษารายละเอียดของโครงการทั้งจากการบันทึกเทปรายการโครงการGlobal Network ซึ่งเริ่มแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ.2540 รวมระยะเวลา 6 เดือน ตลอดจนการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในห้วงระยะเวลาเดียวกัน

นิยามศัพท์

โครงการ Global Network	เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และบริษัทชินวัตร แซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ในการส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์ของทางสถานีด้วยระบบดิจิตอลผ่านดาวเทียม ไปยังกลุ่มผู้รับชมชาวไทยใน 140 ประเทศครอบคลุมทั่วโลก
องค์กรผู้ผลิต	กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาสาระรายการ ในโครงการ Global Network
สถานีโทรทัศน์	ผู้ผลิตสินค้า และผู้กระจายสินค้า ซึ่งก็คือรายการโทรทัศน์ไปยังผู้รับชม ในที่นี้คือสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

รายการโทรทัศน์	ผลงานที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ หรือผู้ผลิตรายการ อาจมีรูปแบบที่หลากหลายต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการผลิต อาทิ ละคร สารคดี ข่าว เกมส์โชว์ ฯลฯ
กระบวนการแพร่ภาพ	ช่องทางการสื่อสารที่แพร่ภาพรายการโทรทัศน์โครงการ Global Network ไปสู่ผู้ชมเป้าหมายในต่างประเทศ
กระบวนการผลิต	ขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตรายการโทรทัศน์ตั้งแต่ขั้นวางแผน ขั้นเตรียมการ ขั้นการถ่ายทำ และขั้นตอนการออกอากาศ
การจัดรายการโทรทัศน์	การวางแผนกำหนดให้รายการโทรทัศน์รายการใดออกอากาศเวลาใด โดยจัดทำเป็นกำหนดการออกอากาศประจำวัน หรือการจัดทำตารางการออกอากาศให้เหมาะสม กับการรับชมให้มากที่สุด
ตลาดคนไทยในต่างประเทศ	กลุ่มผู้รับชมรายการโทรทัศน์ไทยซึ่งเป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ กว่า 140 ประเทศทั่วโลก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนยกระดับการขยายตลาดธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ไทยสำหรับตลาดคนไทยในต่างประเทศในระดับสากล