

**ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ  
ต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์**

จากการวิเคราะห์รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ และการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ พบว่า อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ปรากฏอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ กันและมีระดับความมากน้อยแตกต่างกันออกไปในแต่ละรายการ ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 4 ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตรายการแต่ละรายต่างก็ดำเนินธุรกิจภายใต้แรงกดดันทางการตลาด และปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอก และ ภายใน ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละรายการ ปัจจัยสำคัญๆที่มีผลต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ ได้แก่ แหล่งรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายในองค์กร รวมทั้ง ความต้องการและความสนใจของผู้ชม คู่แข่ง กฎหมายควบคุมการโฆษณา นโยบายสถานี สภาพเศรษฐกิจ และ นโยบายองค์กรและลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งนับเป็นปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการดังนี้

**ปัจจัยภายใน**

**1. แหล่งรายได้**

แหล่งรายได้ของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อระดับของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อการผลิตรายการสารคดีการเกษตร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความอยู่รอดของรายการ

จากการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์มีรายได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

### 1. รายการแผ่นดินทองและรายการดินรักฟ้าปลาญน้ำ มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ บริษัทพิทสุลินจำกัดซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เป็นต้น ถือเป็นรายได้หลักของรายการ
- 2) การขายสปอตโฆษณา เช่น กระเบื้องโอสสุโก้ เทปเพลงลูกทุ่ง ค่าย F.A.I. และ ค่าย Boxing Sound เป็นต้น
- 3) การขายวิดีโอเทปรายการ

### 2. รายการเวทีวาไรตี้ มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ บริษัทเคโมกราฟจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร รายได้จากผู้สนับสนุนรายการนี้ถือเป็นรายได้หลักของรายการ
- 2) การขายสปอตโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเทปเพลงลูกทุ่ง เช่น เทปเพลงลูกทุ่งค่าย Movie Music ค่าย Boxing Sound ค่ายกระบือแอนดีโค

### 3. รายการลูกทุ่งเกษตร มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ บริษัทเคโมกราฟ จำกัด รายได้จากผู้สนับสนุนรายการนี้จัดว่าเป็นแหล่งรายได้หลักของรายการ
- 2) การขายสปอตโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นเทปเพลงลูกทุ่ง เช่น เพลงลูกทุ่งค่าย Right Music ค่าย Onpa ค่าย JKC ค่าย Boxing Sound หรือ ค่ายมาสเตอร์เทป เป็นต้น

### 4. รายการไม่ลองไม่รู้ มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนรายการ ได้แก่ เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ ปุ๋ยแห่งชาติ ลูกชิ้นหมูกวางตุ้ง พระราม 9 พลาซ่า น้ำมันพืชไฮลีน กะทิขาวเกาะ
- 2) การขายสปอตโฆษณา เช่น กะทิขาวเกาะ เทปเพลงลูกทุ่ง เครื่องยนต์ดีเซลมิตซูบิชิ นมแอนมัม น้ำมันเครื่องเอลฟ์ เป็นต้น

3) การขายสินค้าของรายการ ได้แก่ ดินเกษตรไม่ลองไม่รู้ ถูกขึ้นหมูกวางตั้ง เป็นต้น

#### 5. รายการผู้ใหญ่น้ำดำดี มีแหล่งรายได้จาก

- 1) งบประมาณจากบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการ จัดเป็นแหล่งรายได้หลักของรายการ
- 2) การขายสปอตโฆษณา เช่น โก้ เค เอฟ ซี เป็นต้น
- 3) ค่าเช่าเวลา ในการขาย VTR ผู้ใหญ่น้ำดำดีสัญจร ซึ่งเป็นการจัดประชุมเกษตรสัญจร โดยบริษัท อาดัมกรุ๊ป จำกัด โดยมี บริษัทโอสถสภา จำกัด เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิตในช่วงนี้

#### 6. รายการวิถีชาวบ้าน มีแหล่งรายได้จาก

- 1) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ เช่น หม้อฮານาบิชิ เทปวิดีโอเปล่า Onpa
- 2) การขายสปอตโฆษณา เช่น เพชร Jubilee เทปเพลงลูกทุ่ง ค่าย Right Music ค่าย Sure Audio ค่าย Mastertape เป็นต้น

#### 7. รายการดินสร้างชีวิต มีแหล่งรายได้จาก

- 1) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ งบประมาณจากกรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งนับเป็นรายได้หลักของรายการ
- 2) การขายสปอตโฆษณา ได้แก่ ปตท.
- 3) รายได้จากธุรกิจอื่นของบริษัท ได้แก่ ธุรกิจแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ซึ่งมีการลงโฆษณาในรายการด้วย

#### 8. รายการในน้ำมีปลา มีแหล่งรายได้จาก

- 1) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลัก

2) ผู้สนับสนุนช่วงรายการ เช่น บริษัททองศรีกาญจน์จำกัด บริษัทคิงพีชเชอร์ อควาแซน ปลาเส้นพีชโซ เป็นต้น

แหล่งรายได้ของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์สามารถนำมาสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงแหล่งรายได้ของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

ชื่อรายการ	แหล่งรายได้	ผู้สนับสนุนรายการภาคเอกชน	งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ	การขายสปอตโฆษณา	งบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต	ธุรกิจอื่นๆของบริษัทผู้ผลิตรายการ
แผ่นดินทอง	(ช่อง 5)	*		/		/
ดินรักฟ้าปลารักน้ำ	(ช่อง 5)	*		/		/
เวทิวไรตี้	(ช่อง 9)	*		/		
ลูกทุ่งเกษตร	(ช่อง 5)	*		/		
ไม่ลองไม่รู้	(ช่อง 9)	*		*		/
ผู้ใหญ่บ้านคำดี	(ช่อง 9)	/		/	*	
วิถีชาวบ้าน	(ช่อง 5)	*		*		
ดินสร้างชีวิต	(ช่อง 9)		*	/		/
โนน้ำมีปลา	(ช่อง 9)	/	*	/		

หมายเหตุ : เครื่องหมาย \* หมายถึง แหล่งรายได้หลัก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ มักมีแหล่งรายได้หลายทาง อย่างไรก็ดี จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ พบว่า นอกจากรายการไม่ลองไม่รู้และรายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีแหล่งรายได้หลักทั้งจากการขายโฆษณาและผู้สนับสนุนรายการแล้ว ความอยู่รอดของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์อื่น ๆ ส่วนใหญ่มักขึ้นอยู่กับแหล่งรายได้หลักเพียงแหล่งเดียว เพราะแม้จะมีการแสวงหารายได้อื่น ๆ มาเสริมแต่ก็มักเป็นจำนวนเงินที่น้อย และไม่เพียงพอต่อความอยู่รอดของรายการ

รายการสารคดีการเกษตรที่มีรายได้หลักจากผู้สนับสนุนรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีที่รายการนั้น ๆ มีผู้สนับสนุนรายการหลักเพียงรายเดียว มักจะได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่ารายการสารคดีการเกษตรที่มีผู้อุปถัมภ์รายการหลายราย หรือมีรายได้หลักหลายทาง ดังจะเห็นได้ชัดจากการเปรียบเทียบอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในรายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีผู้อุปถัมภ์รายการหลายราย และรายได้หลักจากการโฆษณาและผู้สนับสนุนรายการ กับ รายการเวทีวาไรตี้ซึ่งมีรายได้หลักจากการสนับสนุนรายการโดยผู้สนับสนุนรายการหลักเพียงรายเดียว คือ บริษัทเคโมกราฟ จำกัด จะเห็นได้ว่า อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการวิถีชาวบ้านนั้นมีน้อยกว่าในรายการเวทีวาไรตี้มาก

การกำหนดแนวนโยบายการผลิต รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาของรายการเวทีวาไรตี้ นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการ และ ความพอใจของผู้สนับสนุนรายการ เป็นสำคัญ ไม่เช่นนั้น บริษัทผู้สนับสนุนรายการอาจลดหรือถอนเงินสนับสนุนรายการ ทำให้รายการไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ ผู้สนับสนุนรายการจึงสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตได้ในทุกขั้นตอน และมีอิทธิพลต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้อย่างเต็มที่ ตั้งแต่การเป็นแหล่งข้อมูล จัดหาสถานที่ถ่ายทำ คัดเลือกผู้ร่วมรายการไปจนกระทั่งถึงเขียนบทหรือแม้กระทั่งเข้ามามีส่วนร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการเอง ทำให้การผลิตและการนำเสนอรายการมีการสร้างความหมายแฝงในลักษณะของการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการในทุกช่วงรายการ โดยคำนึงถึงความต้องการและผลประโยชน์ทางการตลาดของผู้สนับสนุนรายการ มากกว่าที่จะคำนึงถึงความต้องการหรือความสนใจของผู้ชมรายการอย่างแท้จริงแตกต่างกับรายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีผู้อุปถัมภ์รายการหลายรายและมีรายได้หลักทั้งจากการโฆษณาและการสนับสนุนรายการ ความอยู่รอดของรายการไม่ได้ฝากไว้กับเงินสนับสนุนรายการจากผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งแต่เพียงรายเดียว ทำให้สามารถผลิตและสร้างสรรค์รายการได้อย่างอิสระโดยไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตและการกำหนด รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากนัก

" อำนาจในการตัดสินใจในการผลิต ต้องอาศัยการตกลงกันระหว่างเรากับสปอนเซอร์ แต่การมีสปอนเซอร์รายใหญ่รายเดียวนี้อาจทำให้เขามีอำนาจต่อรองมาก ซึ่งก็ทำให้มีอิสระในการทำงานน้อยลง เพราะเขาก็แสดงให้เห็นมาแล้วว่ารายการไหนไม่ทำตามใจเขาเขาก็ถอน อย่างเมื่อ

ก่อนเขาเป็นสปอนเซอร์ให้ ดินรักฟ้า ปลายรักน้ำ ลูกทุ่งเกษตร แต่ตอนนี้เขา  
ถอนหมด เหลือเรารายการเดียว "

( สมบูรณ์ แสงทอง , สัมภาษณ์ , 20 ต.ค. 42 )

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการ  
เป็นความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจในลักษณะเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ผู้อุปถัมภ์ราย  
การให้ความสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ผลิตรายการเพื่อแลกเปลี่ยนกับช่องทางการสื่อสารกับผู้  
ชมรายการซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการจะมากหรือน้อยจึงขึ้นอยู่กับ  
กันว่า ผู้อุปถัมภ์รายการรายนั้นมีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของผู้ผลิตรายการ  
มากน้อยเพียงใด

ยิ่งผู้ผลิตรายการต้องพึ่งพาเงินสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์รายการมากเท่าไร  
ผู้อุปถัมภ์รายการก็จะมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม หากผู้ผลิตราย  
การสามารถหาแหล่งรายได้จากทางอื่นเพิ่ม เช่น มีผู้อุปถัมภ์รายการหลายราย หรือ ได้รับเงิน  
สนับสนุนจากภาครัฐ หรือภาคเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร ก็จะทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการมีอำนาจ  
ต่อรองลดลง ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า รายการผู้ใหญ่บ้านดำติซึ่งได้รับบ  
ประมาณสนับสนุนจากบริษัท RS Promotion 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายการ และ  
รายการในน้ำมีปลาซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ต่างก็ได้รับอิทธิพลจากผู้  
อุปถัมภ์รายการน้อยกว่ารายการแผ่นดินทองซึ่งมีแหล่งรายได้หลักจากผู้สนับสนุนรายการ ซึ่ง  
เป็นบริษัทเอกชนซึ่งสนับสนุนรายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนเพียง  
รายการเดียว

" ...ผู้สนับสนุนรายการอาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาแต่  
ละรายการบ้าง ซึ่งมากน้อยแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับแต่ละรายการเหมือนกัน  
อย่างที่ผมยกตัวอย่างว่า ผู้ใหญ่บ้านฯนี้จะค่อนข้างกำหนดได้น้อย เนื่อง  
จากความอยู่รอดไม่ได้ฝากไว้กับผู้สนับสนุนรายการทั่วไปอย่างเดียว แต่มี  
อาร์ เอส โปรโมชั่น เป็น Back up อยู่ เพราะฉะนั้น ในตัวผู้ใหญ่บ้าน  
เรื่องของเนื้อหาสาระต่าง ๆ ค่อนข้างจะเป็นอิสระ แต่อีกหลาย ๆ รายการ



บางทีก็จำยอมที่จะต้องทำเนื้อหาไปตามข้อกำหนดของผู้สนับสนุนรายการ เพื่อความอยู่รอด "

( อภิชาติ ดำดี , สัมภาษณ์ , 1 ก.ย. 42 )

## 2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งจะมีผลกระทบต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ก็คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจขององค์กรผู้ผลิตรายการ จากการศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ พบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ บริษัทขนาดเล็ก และ บริษัทขนาดใหญ่

### 1. รายการที่ผลิตโดยบริษัทเอกชนขนาดเล็ก มี 8 รายการ ได้แก่

1.1 รายการแผ่นดินทอง และรายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ ผลิตโดยบริษัทบ้านตาลรูป จำกัด

1.2 รายการลูกทุ่งเกษตรเพื่อเกษตรกร โดยลุงยุ้ยลุยสวน ผลิตโดยบริษัทมาสเตอร์ไลน์ จำกัด

1.3 รายการเวทีวาไรตี้ ผลิตโดย บริษัทศรีสมบุญรมิโฆษณาโปรดักชั่น จำกัด

1.4 รายการไม่ลองไม่รู้ ผลิตโดย บริษัทกอล์ฟสตูดิโอ จำกัด

1.5 รายการวิถีชาวบ้าน ผลิตโดย บริษัทเดนเวอร์เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

1.6 รายการดินสร้างชีวิต ผลิตโดย บริษัทอรรคยาโปรดักชั่น จำกัด

1.7 รายการในน้ำมีปลา ผลิตโดย บริษัทป๊อปกรุ๊ป จำกัด

2. รายการที่ผลิตโดยบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ มีเพียงรายการเดียว ได้แก่ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ผลิตโดยบริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง เช่น เทปเพลง ภาพยนตร์ และ รายการโทรทัศน์

บริษัทขนาดใหญ่ซึ่งดำเนินธุรกิจหลายประเภทมักจะมีสถานะทางการเงินที่มั่นคง การผลิตรายการจึงมักไม่ค่อยได้รับอิทธิพลจากผู้ลงโฆษณาหรือผู้สนับสนุนรายการเท่าใดนัก เนื่องจากไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอกมากนัก แตกต่างกับบริษัทขนาดเล็กซึ่งมักจะมีเงินทุนน้อย ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอก ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มาก ดังจะเห็นได้จากการวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รายการผู้ใหญ่มาน้ำดำดี ซึ่งผลิตโดยบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ ได้รับผลกระทบจากอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการน้อยกว่ารายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งผลิตโดย บริษัทมาสเตอร์ไลน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็ก เพราะรายการผู้ใหญ่มาน้ำดำดีมีแหล่งรายได้หลักจากเงินสนับสนุนงบประมาณการผลิตจากบริษัทอาร์เอส ๗ อยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอกมากนัก

“ แต่เดิม RS ก็ไม่ค่อยต้องพึ่งโฆษณาเท่าไร โฆษณาก็โฆษณาขายเทปของบริษัทอยู่แล้ว ก็ถือว่านั่นคือต้นทุนอย่างหนึ่งเท่านั้นเอง ส่วนโฆษณาที่เสริมเข้ามา ก็มักจะเป็นโฆษณาที่ขาย pack กับสินค้า เช่น ถ้าเป็นรายการเพลง string ดิสคอป็นแต่ละคนก็จะมีสินค้าสนับสนุน ก็จะมีซองว่า ถ้าสนับสนุนสินค้าของ RS อัลบั้มชุดนี้ จะแถมอะไรให้บ้าง รายการโทรทัศน์ที่รายการ spot โฆษณาก็ตัว เป็นต้น หรือไม่ก็เป็นโฆษณาที่ทางคุณอรรรรณ วาณิชชา ผู้จัด ติดต่อหาเข้ามาบ้าง แต่ก็ไม่ใช่ว่า ทำรายการนี้เพื่อหาโฆษณาอย่างเดียว เพื่อเอารายได้มาเป็นค่าเช่าเวลาหรือค่าใช้จ่ายในการผลิต โฆษณานี้คิดว่าเป็นรายได้เสริมมากกว่าเพราะทางบริษัทไม่ได้ต้องการตรงนั้น เราต้องการจะมีผลงานออกไป มีโฆษณาออกไป เพราะถ้าเราไม่ทำรายการเองเราก็ต้องไปซื้อโฆษณาลงรายการอื่นอยู่ดี...”

( พนมศักดิ์ ปากหวาน, สัมภาษณ์ , 7 เม.ย. 42 )

การที่บริษัทผู้ผลิตรายการเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีสถานะทางการเงินที่มั่นคงและมีธุรกิจหลายประเภทนี้ ทำให้ผู้บริหารมักไม่ค่อยเข้ามายุ่งเกี่ยวกับการดำเนินงานของทีมผู้ผลิตรายการเท่าใดนักยกเว้นแต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท เช่น การจำหน่ายเทปเพลง เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากการที่รายการผู้ใหญ่มาน้ำดำดีมีการเปิดมิวสิกวิดีโอ



เพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครืออาร์เอส ซึ่งเป็นผลจากอิทธิพลของเจ้าของสื่อคือ บริษัทอาร์เอส โพรโมชัน 1992 จำกัด

" ...ตัวประธานกรรมการ ผู้บริหารของ RS ไม่ค่อยเข้ามายุ่งกับการผลิตเพราะลักษณะรายการก็ไม่ใช่รายการหัวนอก รายการนี้รายได้มันอาจไม่คุ้มกับการลงทุนของคนที่เป็นนายทุน แต่ว่ามันเป็นเรื่องของภาพพจน์ ของรางวัลที่จะได้มา ทำให้อยู่ได้ ...เรื่องเพลงลูกทุ่งนี้ ส่วนหนึ่งมันก็ต้องมีแผ้วถาง เช่น ช่วง Interlude ช่วงต้นรายการ Jingle รายการ ความจริงตัวพีและทางทีมงานก็ไม่ค่อยเห็นด้วย คิดว่ามันน่าจะเป็นรายการเดี่ยวของ RS ที่มีเพลงเป็นเอกลักษณ์ประจำตัว แต่เราก็เข้าใจบริษัทว่า มันน่าที่จะมีอะไรบ้าง ก็เลยต้องมีเพลงเสริมเข้าไป "

( พนมศักดิ์ ปากหวาน, สัมภาษณ์ , 7 เม.ย.'42 )

นอกจากนี้ บริษัทผู้ผลิตรายการซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ยังมีอำนาจต่อรองกับทางสถานีโทรทัศน์ และ เอเยนซีโฆษณาสูงกว่าบริษัทขนาดเล็กอีกด้วย ซึ่งมักส่งผลให้รายการที่ผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่มักจะใช้เวลาออกอากาศที่ดีกว่า และมีอำนาจในการดึงโฆษณามาลงในรายการได้มากกว่าบริษัทขนาดเล็ก ทำให้บริษัทขนาดเล็กจำเป็นต้องเสนอเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากกว่า คุณสิริพงษ์ วงศาโรจน์ ผู้ผลิตรายการลูกทุ่งเกษตร ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

" รายการพีนี้จะลด แลก แจก แถม เยอะ คือ เราเอื้อสปอนเซอร์ เพราะยุคนี้มันต้องช่วยกันไป สปอนเซอร์ทุกวันนี้ก็ลงเต็มบ้าง ไม่เต็มบ้าง เราก็ต้องทนเพราะเราเป็นบริษัทเล็ก ไม่มีอิทธิพลอะไรที่จะไปดึงเอาตัวใหญ่ ๆ ลงมาช่วย ...เวลาที่ทำตอน 3 โมงครึ่งนี้มันไม่ค่อยได้กลุ่มเป้าหมายเราเท่าไรหรอก เพราะเกษตรกรจริงๆอาจดูไม่ทัน...ก็มีปัญหาด้านเวลาออกอากาศ แต่ก็ต้องทำไป เพราะเราไม่มีอิทธิพลที่จะไปชี้ว่าจะเอาเวลาช่วงนั้นช่วงนี้ "

( สิริพงษ์ วงศาโรจน์, สัมภาษณ์ , 13 ส.ค. 42 )

### 3. นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการ

นอกจากแหล่งรายได้และลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการแล้ว นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพของผู้ผลิตรายการยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่ออิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ ดังจะเห็นได้จากการเปรียบเทียบอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการไม่ลองไม่รู้ กับรายการวิถีชาวบ้าน

หากพิจารณาลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการทั้งสอง จะพบว่า ทั้งสองรายการต่างก็ผลิตโดยบริษัทขนาดเล็กและมีผู้นิยมลงโฆษณาและสนับสนุนรายการมาก แต่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิต และการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการของรายการไม่ลองไม่รู้ นั้น มีมากกว่าในรายการวิถีชาวบ้าน ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตรายการทั้งสองมีนโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้จากการกำหนดรูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอ และภาพลักษณ์ของรายการที่แตกต่างกัน

รายการไม่ลองไม่รู้มีรูปแบบการนำเสนอที่สนุกสนานกว่า และเปิดช่องให้ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทได้มากกว่ารายการวิถีชาวบ้าน ซึ่งรักษาภาพลักษณ์รายการสารคดีการเกษตรที่เน้นหนักเนื้อหาด้านวิชาการ มีวิธีการนำเสนอที่จริงจังและน่าเชื่อถือกว่า และมีนโยบายที่จะรักษาจรรยาบรรณทางวิชาชีพ โดยพยายามหลีกเลี่ยงอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการต่อการผลิตรายการมากกว่าในรายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งยังมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการในบางตอน และยังมีการใช้ผู้ดำเนินรายการในการโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย

### ปัจจัยภายนอก

#### 1. ความต้องการและความสนใจของผู้ชม

ความต้องการและความสนใจของผู้ชมมีส่วนในการเพิ่มหรือลดอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ เพราะจำนวนผู้ชมรายการ หมายถึง จำนวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หรือ

"ตลาด" ของผู้อุปถัมภ์รายการ หากผู้ชมให้ความสนใจแก่รายการมาก รายการเป็นที่นิยมสูง จำนวนลูกค้าในอนาคตของผู้อุปถัมภ์รายการย่อมมีจำนวนมากขึ้นด้วย ดังนั้นการผลิตรายการจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการและความสนใจของผู้ชม เพื่อดึงดูดผู้ลงโฆษณา และ ผู้สนับสนุนรายการ

หากรายการได้รับความนิยมสูงจนสามารถอยู่รอดได้โดยอาศัยรายได้หลักจากการโฆษณาเป็นหลักหรือมีผู้สนับสนุนรายการหลายราย รายการนั้น ๆ ย่อมได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการน้อยกว่ารายการที่อยู่ได้ด้วยผู้สนับสนุนรายการเพียงรายเดียว เพราะผู้ลงโฆษณาหรือผู้สนับสนุนรายการที่หลากหลายย่อมคานอำนาจซึ่งกันและกัน ทำให้ไม่มีผู้ลงโฆษณาหรือผู้สนับสนุนรายการรายใดรายหนึ่ง เข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากนัก ตัวอย่างเช่น รายการวิถีชาวบ้าน ซึ่งได้รับความนิยมสูง มีผู้ลงโฆษณาและผู้สนับสนุนรายการมาก ทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิต รวมทั้ง รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากนัก แตกต่างกับ รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการน้อยกว่าและมีผู้สนับสนุนรายการหลักเพียงรายเดียว จึงได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่า

นอกจากนี้ ความต้องการและความสนใจของผู้ชมยังเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตรายการพยายามรักษาคุณภาพของรายการเอาไว้ ดังนั้น ผู้ผลิตรายการบางรายจึงพยายามหลีกเลี่ยงไม่ปฏิบัติตามความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ หากความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการนั้นจะทำให้คุณภาพของรายการด้อยลง ส่งผลให้ความนิยมของรายการลดลง ยกตัวอย่างเช่น รายการลูกทุ่งเกษตรซึ่งผู้ผลิตรายการได้ให้สัมภาษณ์ว่า แม้จะต้องยอมปฏิบัติตามความต้องการบางอย่างของผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดของรายการ แต่ก็ต้องพยายามรักษาคุณภาพของรายการซึ่งจะส่งผลต่อความนิยมของรายการเอาไว้ด้วยเช่นกัน

" สปอนเซอร์เข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดแนวนโยบายการผลิตได้ในบางอย่าง เช่น ขอให้ไปที่สวนที่ใช้ผลิตภักซ์ของเขา นั้นได้ แต่เรื่องที่จะมาบังคับให้เราไปถ่ายที่สวนที่เราดูแล้วไม่ถ่ายไม่ได้ อย่างพี่เคยยกกองไปพิจิตร เขาบอกต้องถ่ายแดงโม กับ มะม่วง สวนแดงโม โอเค พอได้ แต่มะม่วงนี่

ไม่ได้ สอนไม่สวย ลูกไม่ดี ออกมาถ้าภาพออกไปมันฆ่ารายการ เรายกกอง กลับเลย เรายอมเสียตั้งค้ค่ากล้องคิดละหมื่น "

( สิริพงษ์ วงศาโรจน์ , สัมภาษณ์ , 13 ส.ค. 2542 )

## 2. คู่แข่ง

คู่แข่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ เพราะหากมีคู่แข่งหรือรายการประเภทเดียวกันเป็นจำนวนมากผู้อุปถัมภ์รายการก็จะมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องต้องเสนอเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้อุปถัมภ์รายการ เพื่อแย่งชิงผู้ลงโฆษณาและผู้สนับสนุนรายการจากรายการประเภทเดียวกัน เพื่อความอยู่รอดของรายการ ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวนโยบายการผลิต รวมทั้ง รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากขึ้นกว่าในช่วงที่มีคู่แข่งน้อย

"ในจอโทรทัศน์ทุกวันนี้เต็มไปด้วยรายการเกษตรและรายการส่งเสริมอาชีพซึ่งอาจจะมาจาก สังคม หรือ ผู้คน หันมาสนใจสาระในด้านนี้มากขึ้นเพื่อเป็นทางออกในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ รายการเกษตรที่แต่เดิมมีอยู่ไม่กี่รายการ ตอนนี้มีอยู่ทุกช่อง แต่ความอยู่รอดของรายการสารคดีการเกษตรที่ผู้ผลิตรายการภาคเอกชนทำขึ้น ที่สุดแล้วก็ต้องอยู่รอดด้วยการสนับสนุนจากสปอนเซอร์...อย่างรายการไม่ลองไม่รู้ ถึงจะมีสปอนเซอร์เยอะ แต่ในส่วนของอิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการยังเยอะอยู่ เพราะเป็นช่วงที่คนผลิตรายการมีเยอะ ในขณะที่ผู้สนับสนุนรายการมีน้อย ถ้าพูดกันเป็นภาษาเศรษฐศาสตร์ ก็คือ ตลาดเป็นของผู้สนับสนุนรายการ ตลาดไม่ได้เป็นของผู้ผลิตรายการ เพราะฉะนั้น ผู้ที่จะกำหนดตลาด หรือ ผู้ที่มีอำนาจต่อรองในตลาดค่อนข้างสูงก็กลายเป็นผู้สนับสนุนรายการ "

( อภิชาติ ดำดี , สัมภาษณ์ , 1 ก.ย. 42 )

### 3. กฎหมายควบคุมการโฆษณา

กฎหมายควบคุมการโฆษณานับเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งสามารถควบคุมและป้องกันไม่ให้ผู้อุปถัมภ์รายการใช้รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์เป็นช่องทางในการโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนอย่างเกินจริง จนทำให้ผู้ชมรายการซึ่งเป็นผู้บริโภคเสียผลประโยชน์ได้หากมีการออกกฎหมายควบคุมอย่างรัดกุมและมีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด

เมื่อพิจารณากฎหมายควบคุมการโฆษณาของไทยนั้น รัฐบาลได้ออกกฎหมายควบคุม ทั้งที่เป็นกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาทางสื่อมวลชนโดยตรงและที่แทรกอยู่ในกฎหมายอื่น ๆ อาทิเช่น ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2521 ข้อ 3.4 และข้อ 6 ซึ่งมีใจความว่า ข้อความภาพยนต์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการ ธุรกิจที่จะออกโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ต้องไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง และ ห้ามโฆษณาถึงส่วนตัวของผู้อุปถัมภ์รายการ โฆษก ผู้ประกาศหรือผู้จัดรายการ และ ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง คำแนะนำเกี่ยวกับโฆษณาป้องกันกำจัดศัตรูพืช ข้อ 1 ซึ่งมีใจความว่า การโฆษณาเกี่ยวกับสรรพคุณหรือประสิทธิภาพของยาป้องกันกำจัดศัตรูพืช จะต้องไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี แม้จะมีการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาดังกล่าว แต่ในปัจจุบันกลับไม่มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการยังคงสามารถเข้ามา มีอิทธิพลต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ได้มาก ดังจะเห็นได้จากการโฆษณาแฝง ในรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์หลายรายการดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน จนทำให้รายการสารคดีหลายรายการซึ่งควรจะมีลักษณะน่าเชื่อถือ มีลักษณะไม่แตกต่างจากรายการสาระพาดนัยซึ่งมุ่งโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

### 4. สภาพเศรษฐกิจ

เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้อุปถัมภ์รายการเป็นความสัมพันธ์แบบเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันทางเศรษฐกิจ สภาพเศรษฐกิจจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์



ธุรกิจสื่อสารมวลชนเป็นธุรกิจที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าอุปกรณ์ ค่าตัวผู้แสดง ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าเช่าเวลา ฯลฯ บริษัทผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่จึงมักต้องพึ่งพาแหล่งรายได้จากผู้อุปถัมภ์รายการ แต่การตัดสินใจลงโฆษณา หรือ ให้เงินสนับสนุนรายการเพื่อแลกเปลี่ยนกับการนำเสนอตราสินค้า ข้อความโฆษณาหรือเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการนั้น มักเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการตลาดจึงต้องคำนึงถึงเรื่องกำไร ขาดทุน และความคุ้มค่าในการซื้อสื่อกับเม็ดเงินที่ต้องเสียไป สภาพเศรษฐกิจจึงนับเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจให้ความอุปถัมภ์ทางการเงินแก่รายการใดรายการหนึ่ง

ในสภาพเศรษฐกิจที่ดี องค์กรผู้อุปถัมภ์รายการมีรายได้มาก ผู้ชมรายการมีกำลังซื้อสูง การอุปถัมภ์รายการที่เหมาะสมย่อมเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ในทางตรงกันข้าม ในสภาพเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน องค์กรผู้อุปถัมภ์รายการบางรายมีรายได้ลดลงจนต้องหางานลดค่าใช้จ่าย ประกอบกับผู้ชมรายการซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อลดลง จึงมีผู้สนใจอุปถัมภ์รายการลดลงตามไปด้วย แต่ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการกลับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตรายการต่าง ๆ ต้องแข่งขันกันเพื่อหาผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดของรายการ ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำมีอำนาจต่อรองสูงขึ้นและมีข้อเรียกร้องมากขึ้น เพื่อใช้จ่ายเงินของตนอย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ก็มักต้องยอมทำตามข้อเรียกร้องเหล่านั้น เพื่อความอยู่รอดของรายการ

" เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ เม็ดเงินในวงการโฆษณาก็นหดตัวลง ลูกค้านักใช้จ่ายงบโฆษณาอย่างระมัดระวัง และยังให้ตรงเป้าหมายมากขึ้น แน่แน่นอนว่า การหาโฆษณาก็ยากขึ้นด้วย แล้วเท่าที่ผมสังเกต เงื่อนไขของผู้สนับสนุนรายการก็เพิ่มมากขึ้น เช่น นอกจากจะเป็นตัวสปอตแล้ว ยังต้องแถมช่วง คือ ช่วงนี้สนับสนุนโดย... แล้วบางครั้งยังต้องทำเป็นโฆษณาแฝงในรายการ เมื่อก่อนโฆษณาเครื่องดื่มบำรุงกำลังแค่ยังเป็นสปอตก็โอเคแล้ว แต่เดี๋ยวนี้บางทีต้องยกดื่มให้เห็นในฉาก หรือโฆษณาปุ๋ยแค่เป็นสปอตก็พอแล้ว เดี่ยวนี้ต้องหว่านปุ๋ยให้เห็นด้วย "

( อภิชาติ ดำดี , สัมภาษณ์ , 1 ก.ย. 42 )



นอกจากนี้ สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำยังเป็นสาเหตุให้มีการอนุโลมในเรื่องของการโฆษณาแฝงในรายการเพื่อเห็นแก่ความอยู่รอดของผู้ผลิตรายการอีกด้วย สภาพเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบันจึงนับเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากกว่าในสภาพเศรษฐกิจที่มีสภาพคล่องทางการเงินสูง

"เรื่องการถ่ายทำพวกป๊อปวอกอะไรที่จะเข้าขายโฆษณาแฝง สมัยนี้เศรษฐกิจไม่ดี สถานีเขาก็จะสู้มอะล่วยให้ ขึ้นสูตรได้ฉายภาพตอนฉีดพ่นได้ แต่เราก็ระวังภาพที่ออกไป "

( สมบูรณ์ แสงทอง , สัมภาษณ์ , 20 ต.ค. 42 )

อย่างไรก็ดี แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำลงจะส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากขึ้นดังที่ได้กล่าวไปแล้ว แต่ในบางกรณี สภาพเศรษฐกิจก็เป็นปัจจัยที่สามารถลดอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการลงได้เช่นกัน กล่าวคือ สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำลงส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการลดเงินสนับสนุนรายการลงเนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่าย ยังผลให้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการลดลงไปด้วย เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์รายการกับผู้ผลิตรายการเป็นการแลกเปลี่ยนกันในเชิงเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น รายการลูกทุ่งเกษตรซึ่งภายหลังผู้อุปถัมภ์รายการหลักได้ลดค่าใช้จ่าย จึงลดเงินสนับสนุนรายการลงส่งผลให้อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการลดลงตามไปด้วย กล่าวคือ จากที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการ 4 ตอนต่อ 1 เดือน ก็ลดลงเหลือเพียง 2 ตอน ต่อ 1 เดือน

" สองตอนที่เป็นส่วนตัวของเราจะไม่เกี่ยวกับเคโมกราฟ เราจะไปไหน ตีป๊อปอะไรก็เรื่องของเรา คือ เดิมเขาอยู่ 4 ตอน แต่พอดีเขาลดค่าใช้จ่ายเขาขอเหลือ 2 ตอน ดังนั้นอีก 2 ตอนนี่ก็น่าจะเป็นของเราแล้ว ไม่งั้นเราจะไปเอาค่าใช้จ่ายที่ไหน เราก็ต้องไปหาอันอื่นมาใส่ "

( สิริพงษ์ วงศาโรจน์ , สัมภาษณ์ , 13 ส.ค. 2542 )

## 5. นโยบายสถานี

นโยบายของสถานีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่ออิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์เป็นเจ้าของเวลา เป็นผู้กำหนดผังรายการ ค่าเช่าเวลา และกำหนดเวลาออกอากาศ รวมทั้งความยาวของรายการ ตลอดจนเป็นผู้ควบคุมให้รายการโทรทัศน์ที่แพร่ภาพทางสถานีของตนปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ดังนั้น การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหารายการ รวมทั้งความยาวของรายการ จึงไม่อาจคำนึงถึงความต้องการของผู้ชมรายการหรือผู้อุปถัมภ์รายการแต่เพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องขอความเห็นชอบของสถานีเพื่อขอเวลาออกอากาศและตกลงเรื่องค่าเช่าเวลาซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความอยู่รอดของรายการ นโยบายของสถานีจึงมีผลโดยตรงต่อการจำกัด หรือส่งเสริมอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อการผลิตรายการโทรทัศน์

หากสถานีมีนโยบายส่งเสริมรายการที่ให้ความรู้ จัดสรรเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการให้แก่รายการสารคดีการเกษตร เช่น ช่วงเช้า หรือ ช่วงเย็น ก็ส่งผลให้ผู้ชมรายการสามารถติดตามชมรายการได้มากขึ้นและดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการได้มากขึ้นส่งผลให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ในทางตรงกันข้ามหากสถานีไม่จัดสรรเวลาออกอากาศที่เหมาะสมให้แก่รายการ ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายก็จะติดตามชมรายการได้น้อย ทำให้มีผู้อุปถัมภ์รายการน้อยลงไปด้วย ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มาก ดังจะสังเกตได้จาก เวลาออกอากาศรายการสารคดีการเกษตรหลายรายการซึ่งผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวนโยบายการผลิตได้ค่อนข้างสูง เช่น รายการแผ่นดินทอง (12.30 - 13.00 น.) รายการลูกทุ่งเกษตร (15.30 - 16.00 น.) รายการเวทีวาไรตี้ (10.30 - 11.00 น.) จะเห็นได้ว่า มักจะเป็นรายการที่ได้เวลาออกอากาศไม่เหมาะสม

" อุปสรรคในการดำเนินงาน ส่วนหนึ่งก็คงเป็นเรื่องของเวลาออกอากาศ เพราะเราเป็นบริษัทเล็กๆ ไม่ค่อยมีอำนาจต่อรองอะไรว่าจะเอาเวลาช่วงนั้นช่วงนี้ ถ้าผู้ใหญ่เขาไม่เห็นชอบ นโยบายสถานีไม่มีเวลาให้เรา เราก็ออกอากาศไม่ได้ ความจริงอยากได้เวลาที่ดีกว่านี้คือ ช่วงเย็น "

( สมบูรณ์ แสงทอง , สัมภาษณ์ , 20 ต.ค. 42 )

นอกจากความสำคัญของสถานีในฐานะที่เป็นผู้กำหนดเวลาออกอากาศของรายการแล้ว สถานียังมีบทบาทสำคัญในการควบคุมดูแลรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ให้อยู่ในกรอบตามที่กฎหมายกำหนดอีกด้วย โดยส่วนใหญ่แล้วสถานีมักจะเป็นผู้ตรวจสอบเทปรายการก่อนออกอากาศ ดังนั้นหากสถานีมีนโยบายที่ไม่เห็นด้วยกับการโฆษณาแฝงในรายการ และบังคับใช้กฎ ระเบียบต่าง ๆ อย่างเข้มงวด ผู้อุปถัมภ์รายการก็จะสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้ยาก ในทางตรงกันข้าม หากสถานีไม่เข้มงวดในเรื่องกฎหมาย หรือข้อบังคับต่าง ๆ ผู้อุปถัมภ์รายการก็จะสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากขึ้น

อย่างไรก็ดี ความสัมพันธ์ระหว่างสถานี ผู้ผลิตรายการ และผู้อุปถัมภ์รายการมักเป็นความสัมพันธ์แบบเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ถ้าเข้มงวดเรื่องการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการมากเกินไป ผู้ผลิตรายการก็อาจอยู่ไม่ได้ สถานีก็จะมีรายการออกอากาศและขาดรายได้ ดังนั้นนโยบายของสถานีจึงมักดำเนินไปอย่างอะลุ่มอล่วย โดยคำนึงถึงผังรายการโดยรวมและความอยู่รอดของผู้ผลิตรายการเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน สถานีก็มีการอนุโลมนโยบายบางอย่างเพื่อความอยู่รอดของผู้ผลิตรายการ เช่น ลดความเข้มงวดเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาแฝงในรายการลง เป็นต้น

“ การถ่ายพวกปุ๋ย ยาฆ่าแมลงนี่ก็ต้องระวังบ้าง มากไปก็ไม่ผ่าน ถ้าเป็นการนำเสนอที่ชี้แนะมากเกินไป โฆษณาแฝงนี้เขาอนุโลมแล้วเดี๋ยวนี้ เพราะเศรษฐกิจมันไม่ดี แต่ว่าอย่างชี้แนะแบบเจาะจง ก็เอาแต่พอสมควร ”

( สิริพงษ์ วงศาโรจน์ ,สัมภาษณ์, 13 ส.ค. 2542 )

ในขณะเดียวกัน ในบางกรณี สถานีก็นำเอาเรื่องค่าเช่าเวลาหรือเวลาออกอากาศมาเป็นข้อต่อรองเพื่อลดอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการลง เช่น ในกรณีของรายการผู้ใหญ่บ้านดำตี ซึ่งสถานีต่อรองกับผู้ผลิตรายการให้ตัดมิวสิกวิดีโอออก เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของสถานีซึ่งเน้นการเผยแพร่รายการที่ให้ความรู้โดยการเสนอการลดค่าเช่าเวลาเป็นการตอบแทน เป็นต้น

" เรื่องเพลงลูกทุ่งนี่พอหลัง ๆ มา อาจจะเป็นเพราะช่วงเศรษฐกิจไม่ดีและเป็นนโยบายสถานีด้วย สถานีขอให้ตัดเพลงออกจะได้อยู่ในรูปแบบที่คุยกันไว้ ก็ตกลงกันว่า ถ้าตัดเพลงก็ขอลดค่าเช่าเวลาลง ทางสถานีก็เห็นใจ เพราะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี นโยบายของสถานีก็จะ save ค่าเวลาให้ผู้จัด ลดค่าเวลาให้ แลกกัน ช่วงหลังก็เลยไม่มีเพลงมาหลายเดือนแล้ว "

( พนมศักดิ์ ปากหวาน, สัมภาษณ์, 7 เม.ย. 42 )

## 6. ผู้อุปถัมภ์รายการ

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการจะเข้ามามีบทบาทหรืออิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและรายการมากหรือน้อยนั้น ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้อุปถัมภ์รายการรายนั้น ๆ ว่ามีลักษณะการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งนโยบายอย่างไร ผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือ องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรมักจะเข้าไปมีบทบาทต่อการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิตรายการมากนัก เนื่องจากมุ่งเน้นการให้ความรู้ ข้อมูลแก่ประชาชน และเสริมสร้างภาพลักษณ์มากกว่าที่จะมุ่งส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของตนอย่างผู้อุปถัมภ์รายการภาคเอกชนที่ประกอบการเพื่อหวังผลกำไร เช่น รายการดินสร้างชีวิต ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากกรมพัฒนาที่ดินซึ่งเป็นหน่วยราชการและการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนซึ่งมุ่งสร้างภาพลักษณ์มากกว่าที่จะหวังผลกำไร ผู้อุปถัมภ์รายการจึงไม่ค่อยเข้ามามีบทบาทกับการผลิตรายการมากนัก แตกต่างกับรายการดินรักฟ้าปาลาร์กน้ำซึ่งมีผู้สนับสนุนรายการคือ บริษัทพิทสุลิน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้การสนับสนุนรายการเพื่อหวังผลทางการตลาดจึงเข้ามามีบทบาทอย่างเต็มที่ในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ

" สปอนเซอร์ที่เป็นหน่วยราชการกับที่เป็นบริษัทดำเนินงานเพื่อการค้าจะต่างกัน เพราะถ้าเป็นเอกชนเขาก็คำนึงถึงว่า เม็ดเงินของเขาจะต้องคุ้มค่าก็กระทบกับการทำงานได้...สำหรับทางบริษัท ปัจจัยที่กระทบการดำเนินงานในตอนนี คิดว่าไม่มีอะไร เพราะได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาที่ดินมาอย่างดี นอกจากนั้นก็ยังมาจากปตท. ซึ่งช่วยมาหลายปีตั้งแต่

เริ่มรายการ ให้มาทุกเดือนไม่เคยขาด แต่ไม่เข้ามามีบทบาทเลย ... คล้าย ๆ กับเขาเห็นคุณค่าของรายการ ก็เลยช่วยสนับสนุน "

( อรรถ ทูมมากร , สัมภาษณ์ , 15 ก.ย.2542 )

นอกจากนี้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการก็เป็นสิ่ง จะส่งผลต่อการเข้ามามีระดับอิทธิพลในการดำเนินงานของสื่ออีกด้วย กล่าวคือ หากธุรกิจของ ผู้อุปถัมภ์รายการสอดคล้องกับรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ บริษัทผู้อุปถัมภ์ รายการรายนั้น ๆ ก็จะสามารถเข้ามามีบทบาทต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ได้มากกว่าเพราะเป็นเรื่องที่ตนมีความชำนาญ เช่น บริษัทเคโมคราฟซึ่งจำหน่ายเคมีภัณฑ์เพื่อ การเกษตรยอมเข้ามามีบทบาทต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ได้มากกว่าบริษัทที่ จำหน่ายเทปเพลงลูกทุ่ง หรือบริษัทที่จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคอื่นๆ ดังจะเห็นได้จาก รายการเวทีวาไรตี้ ซึ่ง คุณสมบูรณ์ แสงทอง ผู้ผลิตรายการได้ให้สัมภาษณ์ว่า

" แหล่งรายได้หลัก คือ สปอนเซอร์ แล้วก็มีสปอตย่อยเข้ามา เสริม แต่พวกสปอนเซอร์ที่เป็นเทปเพลง ยา พวกนี้ไม่ค่อยเข้ามายุ่งกับรูปแบบ เนื้อหาของรายการ แต่เคโมคราฟนี้ เนื้อหาของเราตรงกับงานของเขา โดยตรง เขาก็เลยเข้ามามีบทบาทมากขึ้น คือ เขามีความชำนาญด้าน นี้อยู่แล้ว เวลาพูดเนื้อหาอะไรก็คล่อง "

( สมบูรณ์ แสงทอง , สัมภาษณ์ , 20 ต.ค. 42 )

ปัจจัยภายในและภายนอกเหล่านี้ อันได้แก่ แหล่งรายได้ ลักษณะการดำเนิน ธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ความต้องการและ ความสนใจของผู้ชม คู่แข่ง กฎหมายควบคุมการโฆษณา สภาพเศรษฐกิจ นโยบายสถานี รวมทั้ง ผู้อุปถัมภ์รายการ ล้วนแต่มีผลกระทบต่อระดับของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อ กระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการ เกษตรทางโทรทัศน์ และมีผลเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน จึงจำเป็นต้องพิจารณาพร้อม ๆ กันไปใน แต่ละรายการเพื่อให้เข้าใจถึงเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อ การผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีโทรทัศน์



## บทที่ 6

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์สามารถแบ่งออกตามรูปแบบการนำเสนอได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.รายการสารคดีเชิงข้อมูล ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการวิถีชาวบ้าน รายการเวทิวไรตี้ รายการดินสร้างชีวิต และ รายการในน้ำมีปลา รวม 6 รายการ

2.รายการสารคดีเชิงละคร ได้แก่ รายการลูกทุ่งเกษตร รายการไม่ลองไม่รู้ และ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี รวม 3 รายการ

จากการวิจัยพบว่า รายการ 2 ประเภทต่างก็ใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลายผสมผสานกัน โดยมีข้อแตกต่างกันตรงที่รายการสารคดีเชิงละครนำเอาละครเบาสมองมาใช้ในการนำเสนอ สำหรับวิธีการนำเสนอที่พบมากที่สุด ได้แก่ การสนทนา การบรรยาย การสาธิต และการสัมภาษณ์ ซึ่งพบในทุกรายการ รองลงมา คือ การตอบปัญหา ละครเบาสมอง และ เพลงลูกทุ่ง ตามลำดับ

ในส่วนของเนื้อหาสาระที่นำเสนอ สามารถจำแนกเป็นประเภทได้ดังนี้

1.รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพืช ศัตรูพืช และวัตถุดิบพืช ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการเวทิวไรตี้และรายการลูกทุ่งเกษตร รวม 4 รายการ

2.รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาที่ดินเพื่อเพิ่มผลผลิต มีเพียงรายการเดียว ได้แก่ รายการดินสร้างชีวิต

3.รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการประมง มีเพียงหนึ่งรายการ ได้แก่ รายการในน้ำมีปลา



4.รายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพืช สัตว์ อาชีพเสริม และ เบ็ดเตล็ด ได้แก่ รายการไม่ลองไม่รู้ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี รายการวิถีชาวบ้าน รวม 3 รายการ

ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์หลายรายการมีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลาง เข้าข่ายการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยรายการที่มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการเป็นจำนวนมาก ได้แก่ รายการเวทีวาไรตี้ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน และ รายการไม่ลองไม่รู้ ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา ส่วนรายการดินสร้างชีวิตและรายการในน้ำมีปลาซึ่งเป็นรายการที่มีองค์กรภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนรายการ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดีซึ่งมีบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด และบริษัทโอสถสภา เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการผลิต รวมทั้ง รายการวิถีชาวบ้านซึ่งมีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงน้อยมาก

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ได้ปรับให้สอดคล้องกับความต้องการและผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากผู้อุปถัมภ์รายการหลายรายได้เข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการมีความมากน้อยแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ได้แก่ รายการแผ่นดินทอง รายการดินรักฟ้า ปลารักน้ำ รายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งออกอากาศทางช่อง 5 และ รายการเวทีวาไรตี้ ซึ่งออกอากาศทางช่อง 9 รวม 4 รายการ

- ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดเองโดยต้องให้สอดคล้องกับความต้องการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีบทบาทเป็นแหล่งข้อมูล และมีอิทธิพลต่อ

การกำหนดประเด็นหัวข้อที่จะนำเสนอในแต่ละตอน และการคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำรายการ รวมทั้งยังเป็นผู้เขียนบทรายการอีกด้วย

- ขั้นตอนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนรายการเสนอ ผู้สนับสนุนรายการเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการโดยคัดเลือกจากบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรผู้สนับสนุนรายการ เช่น ตัวแทนจำหน่าย ลูกค้า และพนักงานของบริษัท การดำเนินรายการโดยผู้ดำเนินรายการและการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ ต้องดำเนินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนรายการที่มุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของตน

2.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ โดยรัฐ ได้แก่ รายการดินสร้างชีวิต รายการโนน้ำมีปลา ออกอากาศทางช่อง 9 รวม 2 รายการ

- ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ผู้สนับสนุนรายการมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการซึ่งต้องกำหนดให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ และหน้าที่ของผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นหน่วยราชการ ผู้ผลิตเป็นผู้คัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอนเองโดยมีผู้สนับสนุนรายการเป็นแหล่งข้อมูล การเขียนบทรายการต้องส่งให้ผู้สนับสนุนรายการตรวจสอบความถูกต้องก่อนบันทึกรายการ

- ขั้นตอนการผลิตรายการ ผู้ผลิตต้องถ่ายทำรายการในสถานที่ของผู้สนับสนุนรายการและผู้สนับสนุนรายการยังมีบทบาทเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการโดยคัดเลือกจากบุคคลากรขององค์กรผู้สนับสนุนรายการ

3.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต มีเพียงรายการเดียว ได้แก่ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ออกอากาศทางช่อง 9

- ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตมีอิสระค่อนข้างมากในการสร้างสรรค์และวางแผนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอ คัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอน เขียนบท และคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำเองโดย

ได้รับอิทธิพลจากผู้บริหารของบริษัทผู้ผลิตเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท เท่านั้น เช่น กำหนดให้เปิดเพลงลูกทุ่งของศิลปินในเครือในรายการ เป็นต้น

- ขั้นตอนการผลิตรายการ ทีมงานผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพในการดำเนินการถ่ายทำและผลิตรายการได้ตามความเหมาะสม

**4.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา** ได้แก่ รายการไม่ลองไม่รู้ ออกอากาศทางช่อง 9 และ รายการวิถีชาวบ้าน ออกอากาศทางช่อง 5 รวม 2 รายการ

- ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการค่อนข้างมีอิสระในการดำเนินงาน โดยเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา รวมทั้งคัดเลือกสถานที่ถ่ายทำรายการและเขียนบทเอง โดยได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ โดยในรายการวิถีชาวบ้าน ผู้ผลิตมีอิสระในการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการตามดุลยพินิจของตน ส่วนรายการไม่ลองไม่รู้โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ผลิตมีอิสระในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอ และคัดเลือกประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละตอนด้วยตนเอง ยกเว้นในบางตอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการและถ่ายทำในสถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการ

- ขั้นตอนการผลิตรายการ โดยส่วนใหญ่แล้วทีมงานผู้ผลิตรายการมีอิสระค่อนข้างมากในการดำเนินการถ่ายทำและผลิตรายการ ยกเว้นในรายการไม่ลองไม่รู้ในบางตอนซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งต้องถ่ายทำในสถานที่ของผู้อุปถัมภ์รายการและดำเนินรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งมุ่งส่งเสริมการขายสินค้าของตน

จากผลการวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า รายการที่ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการมากที่สุด ได้แก่ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในรายการที่ได้รับการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ส่วนรายการที่มีแหล่งเงิน

ทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต และรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการน้อยกว่าในรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการมาก

สำหรับปัจจัยสำคัญ ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ ได้แก่ แหล่งรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายในองค์กร และ ความต้องการและความสนใจของผู้ชม คู่แข่ง กฎหมายควบคุมการโฆษณา นโยบายสถานี สภาพเศรษฐกิจ และ ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทอภิปราย

Mcquail ( 1992 ) กล่าวว่า การกำหนดรูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนเวลาออกอากาศของสื่อ มักจะสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์และความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ ที่พบว่า รูปแบบ วิธีการนำเสนอ และ เนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรหลายรายการได้กำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการ ภาพลักษณ์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างเห็นได้ชัด

ในส่วนของรูปแบบการนำเสนอรายการ พบว่า การกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการมักคำนึงถึง ความต้องการ ภาพลักษณ์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น รายการในน้ำมีปลาซึ่งเป็นรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นองค์กรภาครัฐ มีรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีเชิงข้อมูลซึ่งเน้นวิธีการนำเสนอที่เน้นการให้ความรู้ทางวิชาการมากกว่าให้ความบันเทิงเพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการที่เป็นหน่วยราชการ รายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งเป็นรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา มีรูปแบบการนำเสนอเป็นรายการสารคดีเชิงละคร ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความบันเทิงสูงเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นต้น

ในส่วนของวิธีการนำเสนอรายการ ผลจากการวิจัย พบว่า รายการส่วนใหญ่ใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลายผสมผสานกันไป เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ทางวิชาการไปพร้อมกับความบันเทิงเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการและในขณะเดียวกันก็ตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยวิธีการนำเสนอรายการที่พบมากที่สุด ได้แก่ การสนทนา การบรรยาย การสาธิต และ การสัมภาษณ์ ที่พบในทุกรายการ เพราะเป็นวิธีการนำเสนอที่สามารถจัดสรรข่าวสารและความรู้ สร้างความสนใจ จูงใจให้มีการเปลี่ยนแปลงกระตุนให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และ เปลี่ยนเจตคติได้ดี ตามแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการเพื่อการศึกษาและพัฒนา ของพิไลวรรณ ปุกนุต์ ( 2531 )

วิธีการนำเสนอที่พบมากเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ การตอบปัญหา ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถจัดสรรข่าวสาร ความรู้ที่ผู้ชมอยากทราบได้อย่างตรงประเด็น ส่วนวิธีการนำเสนอที่



พบมากเป็นอันดับที่สามนั้น ได้แก่ ละครเบาสมอง ซึ่งสามารถให้ข่าวสาร ความรู้ และ ความบันเทิง รวมทั้งดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี

สำหรับวิธีการนำเสนอที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ เพลงลูกทุ่งซึ่งเปิดคั่นระหว่างช่วงรายการเป็นวิธีการนำเสนอที่สามารถให้ความบันเทิงให้ผู้ชมได้ผ่อนคลายจากการชมสาระทางวิชาการที่ค่อนข้างเครียดและสามารถดึงดูดความสนใจได้มาก และในขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นบริษัทเทพเพลงได้อีกด้วย

ตามแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการเพื่อการศึกษาและพัฒนา วิธีการนำเสนอที่หลากหลายเหล่านี้สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการจัดสรรข่าวสารและความรู้ สร้างความสนใจ จูงใจให้มีการเปลี่ยนแปลง กระตุ้นให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และเปลี่ยนเจตคติ ได้เป็นอย่างดี จึงน่าจะเป็นรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อเกษตรกรหากนำไปใช้อย่างถูกวิธี

อย่างไรก็ดี ผลจากการวิจัยพบว่า รายการสารคดีการเกษตรหลายรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน บริษัทผู้สนับสนุนรายการได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิธีการนำเสนอรายการอย่างมาก ทำให้มีการนำเสนอรายการอย่างไม่เป็นกลางเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น ผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีบทบาทเป็นผู้คัดเลือกผู้ร่วมรายการ หรือ แม้กระทั่งเป็นผู้ดำเนินรายการเองในบางตอน ทำให้มีการเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะในแง่ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนับสนุนรายการ ยกตัวอย่างเช่น การสัมภาษณ์เกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ และนักวิชาการเกษตร ก็เลือกสัมภาษณ์เฉพาะเกษตรกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการและนักวิชาการของบริษัท เพื่อจูงใจให้เกษตรกรผู้รับชมเห็นถึงผลดีของการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการและเกิดความต้องการใช้สินค้านั้นบ้าง ในการสาธิตก็แสดงให้เห็นการฉีดพ่นยาฆ่าแมลง หรือ การหว่านปุ๋ยที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างชัดเจน การบรรยายเนื้อหาวิชาการก็ให้แต่ข้อมูลวิธีการบำรุงรักษาพืชให้มีผลผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นต้น

วิธีการนำเสนอเหล่านี้ ส่วนแต่พยายามหลีกเลี่ยงเนื้อหาใดๆที่จะก่อให้เกิดผลเสียต่อบริษัทผู้สนับสนุนรายการ อีกทั้งยังพยายามสอดแทรกข้อความในลักษณะของการ



โฆษณาแฝง เพื่อสร้างความสนใจและเจตคติที่ดีต่อตราสินค้า และจงใจให้ผู้ชมรายการซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อวิธีการนำเสนอในลักษณะนี้เป็นสิ่งที่ควรหาทางแก้ไข เพราะอาจทำให้ผู้รับชมรายการซึ่งอาจจะมีการศึกษาน้อย หรือ ขาดวิจารณญาณอันดีต้องเสียผลประโยชน์ และตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อได้

นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่าสังเกตว่า วิธีการนำเสนอรายการสารคดีการเกษตรในปัจจุบันเริ่มใช้รูปแบบที่มีความบันเทิงในการนำเสนอมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปิดมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่ง นำเสนอด้วยละครเบาสมอง ใช้ผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียง เช่น ดาราหรือตลกอาชีพ วิธีการนำเสนอด้วยรูปแบบที่มีความบันเทิงเหล่านี้เป็นผลจากการปรับตัวของสื่อ เพื่อดึงดูดความสนใจและให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมรายการ และในขณะเดียวกันก็ตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ เนื่องจาก จำนวนผู้ชมรายการที่มากขึ้น ย่อมหมายถึงจำนวนลูกค้าในอนาคตของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ford (1993) ซึ่งกล่าวว่า สื่อในตลาดเสรีส่วนใหญ่มักปรับให้สอดคล้องกับความต้องการ และ ผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการจนเป็นเรื่องปกติ รายการส่วนมากจึงมักเป็นรายการบันเทิง แม้แต่ รายการข่าว รายการกีฬา หรือ รายการสารคดีต่าง ๆ ก็ยังต้องมีส่วนประกอบของความบันเทิงเข้าไปด้วยเพื่อดึงดูดผู้ชมให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง "พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์" ของทีปวิท พงศ์ไพบูลย์ (2533) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า พัฒนาการของการจัดรายการด้านความรู้ในปัจจุบันนั้นมีรูปแบบของการจัดรายการที่เปลี่ยนไป โดยมักนำเสนอออกมาในรูปแบบที่หลากหลายโดยพยายามนำรูปแบบของความบันเทิงเข้ามาผสมเพื่อให้รายการน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น เสนอเป็นเหตุการณ์การแสดงสมมติ อีกด้วย

ในส่วนของเนื้อหาของรายการนั้น พบว่า เนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ได้ปรับให้สอดคล้องกับ ผลประโยชน์ และ ความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการซึ่งผู้สนับสนุนรายการหลักมีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น รายการในน้ำมีปลาซึ่งมีกรมประมงซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้

สนับสนุนรายการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้ทางวิชาการเพื่อพัฒนาอาชีพประมง งานวิจัย และ โครงการต่าง ๆ ของกรมประมง เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ชมไปพร้อม ๆ กับการสร้าง ภาพลักษณ์อันดีและประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและบทบาทหน้าที่ของกรมประมงให้เป็นที่รู้จักใน หมู่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย รายการแผ่นดินทองซึ่งมีผู้สนับสนุนรายการเป็นบริษัทเอกชนที่ดำเนิน ธุรกิจเกี่ยวกับเกษตรเคมี นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการปลูกและบำรุงรักษาพืชให้ได้ผล ผลิตดีด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ โดยเน้นการนำเสนอประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการ ปลูกพืชนอกฤดูซึ่งจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการเป็นจำนวนมาก เพื่อส่งเสริม การขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ และหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผล เสียต่อดินที่เกิดจากการใช้สารเคมีเป็นระยะเวลาานานๆ เพื่อผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนราย การ เป็นต้น

ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Altschall's (1984) ที่กล่าวว่า "เนื้อหาของสื่อมักจะสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์ทางการเงินของสื่อนั้นๆ" และ สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง "ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์" ของประพิม คล้ายสุบรรณ (2541) ที่พบว่า รายการสารคดีโทรทัศน์มีการ สร้างภาพความจริงเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการ ด้วยการที่ผู้อุปถัมภ์รายการกำหนดให้มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับตนเองสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาและในวิธีการนำเสนอ และการสร้างภาพ ความจริงเกี่ยวกับผู้อุปถัมภ์รายการนี้มักเป็นภาพความจริงเชิงบวกเพียงด้านเดียวเท่านั้น

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังพบว่า รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ บางรายการมีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้า ของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการสอดแทรกอยู่ในรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหารายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน ซึ่งพบว่าเป็นรายการที่มีการนำเสนอรายการในลักษณะดังกล่าวมากที่สุด ส่วนรายการที่มี ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นองค์กรภาครัฐหรือองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไรนั้น พบว่า มีการนำ เสนอรายการในลักษณะดังกล่าวน้อยมาก

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้ประโยชน์จากรายการสารคดี การเกษตรทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์รายการที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็น บริษัทเอกชนซึ่งให้ความสนับสนุนทางการเงินแก่รายการเพื่อหวังผลกำไรนั้นมักจะอุปถัมภ์ราย

การเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการของตนและใช้รายการสารคดีการเกษตรที่ตนให้ความสนับสนุนทางการเงินเป็นช่องทางส่งเสริมการตลาดของตนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ จึงมักเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการซึ่งส่งผลให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ ส่วนผู้อุปถัมภ์รายการภาครัฐและองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร มักจะให้ความอุปถัมภ์ทางการเงินแก่รายการเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร รายการที่มีผู้อุปถัมภ์รายการประเภทนี้จึงมักไม่ค่อยปรากฏการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงมากนัก

ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Wragg (1994) ซึ่งกล่าวว่า องค์กรหรือ บริษัทส่วนใหญ่มักตัดสินใจให้ความสนับสนุนทางการเงินด้วยเหตุผลหลัก ๆ 3 ประการ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ชื่อและภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่รู้จัก การส่งเสริมการขายสินค้า และการสร้างความพึงพอใจหรือความความบันเทิงให้แก่ลูกค้า และสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เทคนิคการสร้างความหมายในรายการความรู้นานาชาติทางโทรทัศน์" ของ นพวรรณ ดิษฐรัมย์ ( 2540 ) ซึ่งพบว่า รายการความรู้นานาชาติทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่มีการสร้างความหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสินค้าและบริการของผู้สนับสนุนรายการค่อนข้างมาก โดยผู้ผลิตรายการปิดบังข้อเท็จจริงบางส่วนในการนำเสนอ โดยจะเสนอเนื้อหาและรูปแบบที่สอดคล้องกับสินค้าของผู้สนับสนุนรายการเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อเรื่องสินค้า ส่วนรายการประเภทสังคมและรายการความรู้ทั่วไป มีการสร้างความหมายแฝงเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมเข้าใจถึงลักษณะการดำเนินงานของหน่วยงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงานซึ่งมักเป็นหน่วยราชการ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้อุปถัมภ์รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักจะเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ ส่งผลให้รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์หลายรายการตอบสนองต่อความต้องการและผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการอย่างเห็นได้ชัด โดยในบางกรณี ผู้อุปถัมภ์รายการอาจเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตนมากกว่าที่เป็นอยู่ตามปกติ จากผลการวิจัย พบว่า ระดับของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ

สารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์นั้นมีระดับมากน้อยแตกต่างกันออกไปในแต่ละรายการ ตามประเภทของแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์รายการ และ ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ อันได้แก่ แหล่งรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพของผู้ผลิต ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายในองค์กร และความต้องการและความสนใจของผู้ชม คู่แข่ง กฎหมายควบคุมการโฆษณา นโยบายสถานีสภาพเศรษฐกิจ และ ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ ดังสรุปได้ดังนี้

#### 1. รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยบริษัทเอกชน

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ประเภทนี้เป็นรายการที่ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากที่สุด กล่าวคือ บริษัทผู้สนับสนุนรายการเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอน มีส่วนร่วมในการนำเสนอรายการและมีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาของรายการอย่างเต็มที่ ส่งผลให้มีการนำเสนอรายการในลักษณะของการโฆษณาแฝงตลอดรายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการ

สาเหตุที่ผู้สนับสนุนรายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการประเภทนี้ได้มาก เนื่องจากผู้สนับสนุนรายการมักจะเป็นแหล่งรายได้หลักเพียงแหล่งเดียวของรายการ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของบริษัทผู้ผลิตซึ่งมักเป็นบริษัทขนาดเล็ก มีสถานภาพทางการเงินที่ไม่มั่นคงนัก อีกทั้งยังไม่มีอำนาจต่อรองกับสถานีหรือผู้ลงโฆษณารายอื่น ๆ จึงมักได้เวลาออกอากาศที่ไม่เหมาะสม และไม่สามารถดึงดูดผู้ลงโฆษณาได้มากนัก ส่งผลให้ผู้สนับสนุนรายการหลักซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดของรายการมากที่สุดมีอำนาจต่อรองสูง โดยมีอำนาจในการกำหนดแนวนโยบายการผลิตรายการไม่ต่างจากผู้ผลิต บริษัทผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่ให้ความสนับสนุนทางการเงินแก่รายการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของตนและมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับเนื้อหาของรายการจึงสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการให้สอดคล้องกับความต้องการและผลประโยชน์ของตนได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้รายการมีลักษณะไม่ต่างจากรายการสารพาณิชย์(Infomercial)

ซึ่งมุ่งส่งเสริมการโฆษณาขายสินค้าของบริษัทผู้สนับสนุนรายการมากกว่าที่จะให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกรผู้รับชมรายการอย่างเป็นทางการ

## 2. รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการโดยรัฐ

ผู้สนับสนุนรายการหลักของรายการประเภทนี้มีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการไม่น้อยไปกว่าผู้สนับสนุนรายการภาคเอกชน เพราะเป็นแหล่งรายได้หลักเพียงแหล่งเดียวของบริษัทผู้ผลิตรายการซึ่งเป็นบริษัทขนาดเล็กเช่นเดียวกัน แต่ผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐนี้ มักเป็นหน่วยราชการซึ่งสนับสนุนงบประมาณการผลิตเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร งานวิจัยและโครงการอันเป็นประโยชน์ของตนเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน และประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรผู้สนับสนุนรายการให้เป็นที่รู้จัก มากกว่าที่จะส่งเสริมการขายสินค้าเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดอย่างบริษัทเอกชน อิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการภาครัฐจึงมักจะเป็นไปโดยทางอ้อมมากกว่าจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตรายการโดยตรงเช่นเดียวกับผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นบริษัทเอกชนซึ่งดำเนินงานเพื่อการค้า กล่าวคือ ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการเองโดยต้องให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรผู้สนับสนุนรายการ ส่วนผู้สนับสนุนรายการจะทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลให้กับรายการ ตรวจสอบความถูกต้องของบทรายการ และ ให้ความเห็นชอบในการดำเนินการผลิตรายการ เท่านั้น ส่วนในขั้นตอนการผลิตรายการนั้นมักจะปล่อยให้ผู้ผลิตดำเนินการตามความเหมาะสมเนื่องจากไว้วางใจในความชำนาญทางวิชาชีพของผู้ผลิต

## 3. รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต

รายการประเภทนี้มีเพียงรายการเดียว คือ รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการนี้ได้น้อยมาก เนื่องจากมีแหล่งรายได้ส่วนหนึ่งจากงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต คือ บริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน 1992 จำกัดซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งดำเนินธุรกิจบันเทิงหลายแขนง จึงมีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคง ความอยู่รอดของรายการจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์จากภายนอกมากนัก อิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการที่ทีมงานผู้ผลิตได้รับ จึงมักเป็นอิทธิพลจากเจ้าของสื่อมากกว่าอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการเช่นในรายการอื่น ๆ นอกจากนี้ การที่บริษัทผู้ผลิตเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจหลายแขนง ทำให้ผู้บริหารของบริษัทไม่ค่อยเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดนโยบายการผลิตรายการ ยกเว้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ



ธุรกิจอื่น ๆ ของบริษัท เช่น กำหนดให้เปิดเพลงลูกทุ่งในรายการเพื่อส่งเสริมการขายเทปเพลงของศิลปินลูกทุ่งในสังกัดอาร์ เอส เป็นต้น ที่ทีมงานผู้ผลิตจึงมีอิสระในการดำเนินงานค่อนข้างมาก ส่งผลให้มีการนำเสนอรายการอย่างเป็นกลาง และมีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ แนวคิดของ Mcquail (1992) ที่กล่าวว่า โดยส่วนใหญ่แล้วเจ้าของสื่อมักจะวางนโยบายกว้างๆไว้ให้ทีมงานผู้ผลิตปฏิบัติตาม โดยมีแรงกดดันโดยอ้อมอย่างไม่เป็นทางการในบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของตัวเจ้าของสื่อ เช่น ในกรณีที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่น ๆ ของเจ้าของสื่อ อย่างไรก็ตาม ยิ่งองค์กรสื่อเป็นองค์กรขนาดใหญ่ซึ่งมีธุรกิจหลายแขนงมากมายเท่าใด เจ้าของสื่อก็มักจะเข้ามามีบทบาทต่อการผลิตน้อยลงไปด้วย เพราะการตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ควรต้องคำนึงถึงการตลาด และระบบบริหารโดยรวมมากกว่าผลประโยชน์ หรือความชอบส่วนบุคคลของตัวเจ้าของสื่อ

#### 4.รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา

อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการประเภทนี้มีค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ เนื่องจากความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการเหล่านี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว ส่งผลให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ผู้ผลิตจึงค่อนข้างมีอิสระในการดำเนินการผลิตรายการ โดยได้รับอิทธิพลโดยอ้อมจากผู้อุปถัมภ์รายการ กล่าวคือ ผู้ผลิตจะต้องกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการให้ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้ชมรายการเพื่อดึงดูดผู้ชมรายการให้ได้มากที่สุดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ ดังจะเห็นได้จาก รายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งใช้รูปแบบการนำเสนอที่มีความบันเทิงสูง เช่น ละครเบาสมอง และใช้ตลกอาชีพเป็นผู้ดำเนินรายการ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

อย่างไรก็ดี จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระดับอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการวิทยุชาวบ้านและรายการไม่ลองไม่รู้ซึ่งต่างก็เป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทขนาดเล็กที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณาเช่นเดียวกัน กลับแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการวิทยุชาวบ้าน



ได้น้อยกว่ารายการไม่ลองไม่รู้มาก เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กรผู้ผลิต รายการที่แตกต่างกัน

ทีมงานผู้ผลิตรายการวิถีชาวบ้านมีอิสระในการผลิตรายการและกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้อย่างเสรีตามดุลยพินิจของผู้ผลิต โดยได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการน้อยมาก เนื่องจากการที่มีผู้อุปถัมภ์รายการหลายรายทำให้ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตรายการได้มากนัก ประกอบกับผู้ผลิตมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพสูง จึงมุ่งนำเสนอรายการเพื่อให้ความรู้อย่างเป็นทางการมากกว่าเพื่อเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจแก่ผู้อุปถัมภ์รายการ ส่วนในรายการไม่ลองไม่รู้ นั้น แม้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตจะค่อนข้างมีอิสระในการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการ แต่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า มีการนำเสนอรายการในการโฆษณาแฝงเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการในรูปแบบต่าง ๆ มากกว่าในรายการวิถีชาวบ้านมาก นอกจากนี้ ในบางตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่มีการเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่ มักมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้อุปถัมภ์รายการรายใหม่โดยตรง และนำเสนอรายการในตอนนั้น ๆ อย่างไม่เป็นกลางในลักษณะของการส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการ อันเป็นผลจากการขายโฆษณาแบบเหมารวม ( Package ) ซึ่งนอกจากจะขายเนื้อที่โฆษณาและสนับสนุนช่วงรายการตามปกติแล้ว ยังถ่ายทำรายการในบางตอนโดยนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมการขายสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการอีกด้วย ทั้งนี้เป็นผลจากการปรับตัวของสื่อซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาโฆษณาแข่งขันกับรายการประเภทเดียวกันในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ และมีผู้สนใจอุปถัมภ์รายการน้อยลง ผู้ผลิตรายการจึงจำเป็นต้องเสนอเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้อุปถัมภ์รายการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้อุปถัมภ์รายการขยายอิทธิพลจากในช่วงเนื้อที่โฆษณาเข้ามาในเนื้อหาของรายการเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของตน ปรากฏการณ์เช่นนี้มักพบได้บ่อยในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน ซึ่งมีผู้สนใจอุปถัมภ์รายการน้อยลง ในขณะที่มีรายการประเภทเดียวกันมากขึ้น จึงจำเป็นต้องเสนอเงื่อนไขในลักษณะดังกล่าวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการ ส่งผลให้ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการได้มากขึ้น

ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Blumler และ Tunstall ( 1991 ) ซึ่งกล่าวว่า องค์กรสื่อที่มักจะได้รับอิทธิพลจากผู้ลงโฆษณาอย่างมากมักจะเป็นองค์กรสื่อที่มีรายได้จากการโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีที่มีการแข่งขันสูง หาโฆษณา

ลงยาก ในทางตรงกันข้ามผู้ลงโฆษณาจะเข้ามามีบทบาทหรืออิทธิพลได้ลำบากกว่า ในการดำเนินงานของ สื่อชั้นนำ หรือสื่อที่มีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคง เช่น สื่อที่มีรายได้ทั้งจาก ผู้ลงโฆษณาและ ค่าบอกรับสมาชิก ( Gans , 1979 )

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการ สนับสนุนรายการ มักจะได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่ารายการที่มีแหล่งเงินทุน อุปถัมภ์ในรูปแบบอื่น ตามแนวคิดของ Ford (1993) การสนับสนุนรายการทำให้องค์กร หรือ บริษัทผู้สนับสนุนรายการสามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์องค์กร คุณค่า และ ทัศนคติของบริษัท รวมทั้งสินค้าหรือบริการของบริษัทต่อสาธารณชน อย่างที่ไม่อาจสื่อผ่านโฆษณาอื่น ๆ แต่เพียง อย่างเดียวได้ การสนับสนุนรายการจะทำให้บริษัทหรือสินค้าของบริษัทมีความสัมพันธ์อย่าง ใกล้ชิดกับตัวรายการ และสามารถดึงเอา คุณค่า ภาพลักษณ์ หรือทัศนคติของรายการมาสื่อ เป็นภาพลักษณ์ของตนได้ ผู้สนับสนุนรายการจึงต้องพิจารณารูปแบบและเนื้อหาของรายการ ให้สอดคล้องกับสิ่งที่ตนต้องการจะสื่อต่อผู้ชมรายการ ส่วนผู้ผลิตรายการก็ต้องพยายามสร้าง ความสมดุลระหว่างความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการกับการผลิตรายการที่มีคุณภาพ

อย่างไรก็ดี ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรส่วนใหญ่ยังไม่สามารถยังไม่สามารถสร้างความสมดุลดังกล่าวได้ ดังจะเห็นได้จากรูปแบบการนำ เสนอและเนื้อหาของรายการส่วนใหญ่ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงผลประโยชน์ของผู้อุปถัมภ์รายการ อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เนื่องจาก ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการเป็น ความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจแบบเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ จึงขึ้นอยู่กับความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ รายการที่มี แหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการจึงได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการมาก กว่ารายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากผู้สนับสนุนรายการมักจะซึ่งเป็น แหล่งรายได้หลักเพียงแหล่งเดียวของรายการ ในขณะที่รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบ ของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต และ รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณา ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการไม่ได้ฝากไว้กับผู้สนับสนุนรายการรายใดรายหนึ่งเพียง รายเดียว จึงไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการรายใดรายหนึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหาของ รายการได้มากนัก

ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ผู้ผลิตรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการ มักจะพยายามปรับตัวเพื่อลดอิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการลง เช่น ปรับรูปแบบการนำเสนอรายการให้มีความบันเทิงมากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้ชมรายการและดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการรายอื่น ๆ ดังเช่นที่ปรากฏในรายการลูกทุ่งเกษตร ซึ่งมีการนำเสนอละครเบาสมองหรือในรายการเวทีว่าไรดี ที่มีการนำเสนอเพลงลูกทุ่งในรายการและใช้ตลกอาชีพเป็นผู้ดำเนินรายการร่วม เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม รายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณา ก็จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ หากผู้ลงโฆษณายาก เพราะรายการประเภทนี้ไม่มีแหล่งรายได้ที่แน่นอน เหมือนกับรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของการสนับสนุนรายการและรายการที่มีแหล่งเงินทุนอุปถัมภ์ในรูปของงบประมาณจากบริษัทผู้ผลิต จึงมีความอ่อนไหวต่อสภาพเศรษฐกิจที่แปรผัน รายการบางรายการ เช่น รายการไม่ลองไม่รู้ จึงมีการปรับตัวเพื่อดึงดูดผู้อุปถัมภ์รายการด้วยการเสนอเงื่อนไขที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้อุปถัมภ์รายการ และ เปิดโอกาสให้ผู้อุปถัมภ์รายการขยายอิทธิพลจากในเนื้อหาของรายการ เข้ามาในเนื้อหาของรายการ เพื่อความอยู่รอดของรายการ

จากผลการวิจัยนี้ สรุปได้ว่า บริษัทผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนซึ่งต้องดำเนินธุรกิจภายใต้แรงกดดันทางการตลาด จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงมักไม่อาจหลีกเลี่ยงอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการได้ ระดับความมากน้อยของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในแต่ละรายการขึ้นอยู่กับความสำคัญของผู้อุปถัมภ์รายการต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของรายการนั้น ๆ และ ความสามารถในการปรับตัวขององค์กรผู้ผลิตรายการในการที่จะรักษาความสมดุลระหว่างการดำเนินงานตามความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการและการผลิตรายการที่มีคุณภาพเพื่อรักษาระดับจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ภายใต้แรงกดดันต่าง ๆ จากทั้งภายในและภายนอกองค์กรผู้ผลิตสื่อ ซึ่งจะสามารถป้องกันหรือส่งเสริมอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการ อันได้แก่ แหล่งรายได้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการ นโยบายองค์กรและจรรยาบรรณทางวิชาชีพของผู้ผลิต ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายในองค์กร และ ความต้องการและความสนใจของผู้ชม คู่แข่ง กฎหมายควบคุมการโฆษณา นโยบายสถานีสภาพเศรษฐกิจและ ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งนับเป็นปัจจัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการ ปัจจัยเหล่านี้เป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละรายการซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบต่อระดับของอิทธิพลของ

ผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ และมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันจนมีอาจพิจารณาแยกออกจากกันได้ จึงจำเป็นต้องพิจารณาพร้อม ๆ กันไปในแต่ละรายการ เพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุที่แต่ละรายการได้รับอิทธิพลจากผู้อุปถัมภ์รายการในระดับที่แตกต่างกัน

### ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้งานวิจัยไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร กล่าวคือ

1. ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านไม่สามารถตอบคำถามของผู้วิจัยได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเกรงจะเสียภาพลักษณ์ของรายการ

2. ผู้วิจัยไม่สามารถสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลบางท่านได้ เนื่องจากบริษัทที่ผลิตรายการสารคดีการเกษตรส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็ก ผู้ผลิตรายการจึงมีหน้าที่รับผิดชอบหลายอย่างทำให้มีงานยุ่งตลอดเวลา อีกทั้งการถ่ายทำรายการก็ต้องไปถ่ายทำนอกสถานที่ในต่างจังหวัดเป็นระยะเวลานาน ทำให้ไม่สามารถนัดสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลได้ในเวลาที่ทำการวิจัย ทำให้ข้อมูลบางส่วนไม่ละเอียดสมบูรณ์เต็มที่

### ข้อเสนอแนะ

1. รายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ควรปรับปรุงวิธีการนำเสนอและเนื้อหาของรายการให้น่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น ใช้วิธีการนำเสนอที่มีความบันเทิงสูง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมและผู้ลงโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อลดอิทธิพลของผู้สนับสนุนรายการลง

2. หน่วยงานภาครัฐ และ องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ควรให้ความสนับสนุนรายการประเภทนี้ให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพในการดำเนินงานตามจรรยาบรรณทางวิชาชีพสื่อมวลชนได้มากขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์

## ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพรวมของอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์เท่านั้น จึงควรจะมีการศึกษาองค์กรผู้ผลิตรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์บริษัทใดบริษัทหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษารายการในช่วงที่สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามามีบทบาทต่อการผลิตรายการได้มาก จึงควรมีการศึกษาอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการในช่วงที่เศรษฐกิจดีขึ้นในอนาคต เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง
3. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการต่อกระบวนการผลิตรายการและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของรายการสารคดีการเกษตรที่นำเสนอทางโทรทัศน์เท่านั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรจะมีการศึกษารายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรและอาชีพเสริมในสื่ออื่น เช่น สื่อวิทยุ เพื่อเปรียบเทียบข้อแตกต่างเพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างรอบด้านมากขึ้น
4. ควรมีการศึกษาการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้รับชมรายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์เกษตรเพื่อที่จะทราบถึง ความคิดเห็น และ ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับชมรายการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนารายการสารคดีการเกษตรทางโทรทัศน์ต่อไปในอนาคต

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย