



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “รายการบันเทิงสารช่อง TATV ของเคเบิลทีวีทรูวิชั่นส์” นี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงลักษณะของเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ TATV ว่าแต่ละรายการมีความเป็นบันเทิงสารอย่างไร และบันเทิงสารเหล่านี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้นำไปใช้ประเมินและนำไปสู่การพัฒนารายการของทางสถานี TATV ต่อไป โดยในบทนี้ ผู้วิจัยจะได้นำเสนอถึงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ประกอบการตั้งข้อสันนิษฐานการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สถานีโทรทัศน์ TATV ได้ใช้สาระและข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมาเป็นเนื้อหาของรายการในสถานี และใช้ความเป็นบันเทิงสารเข้ามาปรุงแต่งให้รายการมีความหลากหลายและสามารถดึงดูดผู้ชมให้เกิดความรู้สึกต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้ จึงขอเริ่มงานวิจัยด้วยการศึกษาถึงแนวคิดเรื่องรายการบันเทิงสาร ซึ่งภาษาอังกฤษใช้คำว่า Infotainment

Neil Postman (1985) กล่าวว่า รายการต่างๆ ในยุคปัจจุบันมักสอดแทรกความบันเทิงเข้าไปในรายการ เพื่อสนองตอบกระแสการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะรายการข่าวที่ใช้วิธีการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความบันเทิง ดังนี้ ผู้ดำเนินรายการที่น่าตาดี มีความเป็นกันเอง และมีการพูดคุยหยอกล้อที่น่าดูชม เพลงเปิดและปิดรายการที่น่าตื่นเต้น ภาพประกอบรายการที่มีชีวิตชีวา รวมทั้งการโฆษณาที่น่าดึงดูดใจ

โดยจากการศึกษาของ Andrew Crisell (2006: 82) ที่พบว่า บันเทิงสาร (Infotainment) คือ การใช้ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลข่าวสารมาผ่านการนำเสนอด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้เกิดความบันเทิง ซึ่ง Crisell ได้แบ่งรูปแบบการนำเสนอรายการบันเทิงสารไว้ 4 รูปแบบ คือ รายการไลฟ์สไตล์ละครที่สร้างอิงมาจากเรื่องจริง (Docudramas) รายการเรียลริตี้ และรายการทอล์คโชว์

1. รายการไลฟ์สไตล์ เนื้อหาของรายการส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยวิธีการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การตกแต่งบ้าน (Changing Rooms, BBC 1, 1997) การจัดสวน (Ground Force, BBC 1, 1998) การเตรียมอาหาร (Ready Steady Cook, BBC 2, 1994;

celebrity version, BBC 1, 1998) และการวางลักษณะท่าทาง ของแต่ละบุคคล (What Not to Wear, BBC 2, 1999) แต่บางรายการอาจมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับ หรือเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตของผู้ชมไปเลย เช่น วิธีการซื้อของเข้าบ้าน กิจกรรมที่เลือกทำในวันหยุดหรือการท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อรถยนต์ ความรู้เกี่ยวกับชื่อของเก่า และอื่นๆ ซึ่งรายการประเภทนี้ มักสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชมด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งสามารถระบุได้ว่าเป็นรายการประเภทนี้ได้จากองค์ประกอบหลักในการนำเสนอ ดังนี้

1. การถ่ายภาพ ในด้านของการถ่ายภาพของรายการบันเทิงสารนิตยสารนั้นจะมีการใช้ภาพลวงตา และภาพที่สวยงามดึงดูดให้ผู้ชมสนใจโดยผ่านกระบวนการตัดต่ออย่างรวดเร็วและแนบเนียนไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกสงสัย ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าผู้ผลิตรายการจะมีความสามารถในการตกแต่งภาพเพียงใด
2. องค์ประกอบพิเศษ มีการใช้เทคนิคการสร้างความประหลาดใจและการแข่งขันของเกมโชว์ เพื่อให้รายการเกิดความสนุกสนานและดึงดูดผู้ชมให้เพิ่มมากขึ้น แต่ด้วยความที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีภาพและเสียงที่ซับซ้อนจึงยากที่ผู้ชมจะสามารถคาดเดาได้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น
3. ข้อความ ผู้ผลิตรายการมักนำเสนอข้อความใดข้อความหนึ่งบ่อยครั้งจนเกินความจำเป็นเพื่อให้ผู้ชมมุ่งความสนใจไปที่จุดนั้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อบอกไปสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นกับเนื้อหารายการในอนาคต
4. เนื้อหาของรายการ เนื้อหามักถูกกลั่นกรองจากผู้ผลิตให้มีลักษณะที่เบาขึ้น เพื่อดึงดูดผู้ชมในวงที่กว้างขึ้น หรือเนื้อหาจะถูกคัดเลือกเฉพาะส่วนที่กำลังเป็นที่น่าสนใจอยู่ในขณะนั้น

รายการไลฟ์สไตล์มีการให้ความรู้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบทเรียนพื้นฐาน และระดับความรู้ด้านรสนิยม

1. ระดับบทเรียนแบบพื้นฐาน เป็นการสอนในเรื่องง่ายๆ ที่ผู้ชมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เลย โดยไม่ต้องอาศัยการประยุกต์มากนัก เช่น การทำไข่เจียว หรือวิธีการติดวอลล์เปเปอร์
2. ระดับความรู้ด้านรสนิยม จะใช้วิธีการสอนแบบบอกเป็นนัยๆ มากกว่าที่จะพูดออกมาตรงๆ โดยให้ผู้ชมนำความรู้ที่ได้ไปคิดแล้วประยุกต์ใช้เอง เช่น การแต่งกาย

อาจกล่าวได้ว่าจุดประสงค์หลักของรายการไลฟ์สไตล์ คือ การให้ความบันเทิงและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชม ผ่านวิธีการสร้างความประหลาดด้วยวิธีที่หลากหลาย ซึ่งกลุ่มผู้ชมของรายการประเภทนี้ก็มักแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ พวกที่มุ่งความสนใจไปยังบทเรียนที่รายการกำลังสาธิต และพวกที่มุ่งความสนใจไปยังกลวิธีบันเทิงที่สอดแทรกอยู่ในรายการ

2. รายการละครที่สร้างอิงมาจากเรื่องจริง รายการประเภทนี้ เป็นการอธิบายข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ ให้เกิดความบันเทิงในรูปแบบละคร ซึ่งอาจจะรู้จักกันในชื่อของ Documentary Drama (Docudrama) Drama Documentary (Dramadoc) และ Faction โดยลักษณะเฉพาะของรายการประเภทนี้ประกอบไปด้วย

1. การนำเหตุการณ์จริงทางประวัติศาสตร์มาถ่ายทอดผ่านตัวละคร
2. รายการประเภทนี้นำเสนอปัญหาที่ยากต่อการจัดการที่กำลังถูกวิภาควิจารณ์ในขณะนั้น นอกจากนี้ยังทำให้ทำให้ผู้ชมไม่สามารถแน่ใจได้ว่าส่วนใดที่เป็นเรื่องจริง และส่วนใดคือส่วนที่สมมติหรือแต่งขึ้น
3. รายการเหล่านี้มักบอกเล่าเรื่องราวของบุคคลที่ปรากฏอยู่จริงในอดีต ผสมปนเปไปกับเหตุการณ์จริงในสมัยนั้นที่บางส่วนอาจถูกบิดเบือนไปบ้าง แต่ผู้ผลิตรายการก็ยังสามารถสร้างเรื่องราวให้ออกมาได้อยากสมเหตุสมผล
4. รายการประเภทนี้ทำให้เราสังเกตเห็นได้ว่ารายการที่นำเสนอทางโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีหรือความถูกต้องใช้ประเมินความสำเร็จทราบเท่าที่ยังสามารถเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ถ่ายทอดรายการและกลุ่มผู้ชม

3. รายการประเภทเรียลลิตี้ ทีวี รายการประเภทนี้มีส่วนที่คล้ายคลึงกับเกมส์โชว์ และเป็นรายการที่ไม่มีบทพูดเตรียมเอาไว้ ซึ่งผู้เข้าร่วมรายการจะต้องแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองของตัวเองอย่างแท้จริง ผู้จัดรายการจะเลือกกลุ่มคนมาจำนวนหนึ่งแล้วให้มาอยู่ร่วมกันในสถานที่ที่กำหนดเอาไว้ เช่น ในบ้าน ทะเลทราย เกาะร้าง โดยผู้เข้าร่วมรายการอาจจะต้องทำกิจกรรมบางอย่างที่ผู้จัดรายการมอบหมายมาให้ เช่น เกมส์การแข่งขันต่างๆ และบางที่ผู้แพ้อาจจะถูกคัดออกจากรายการ ซึ่งการทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะถูกทำการบันทึกเอาไว้ นอกจากนี้ ในบางรายการผู้จัดอาจมีการเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมกับทางรายการ โดยเปิดให้มีการโหวตให้คะแนนผู้เข้าร่วมรายการ หรือโหวตผู้เข้าร่วมรายการที่ไม่ชอบออก เมื่อการแข่งขันจบก็จะมีรางวัลและสิ่งของต่างๆ มอบให้กับผู้ที่ชนะการแข่งขันในบางตอน และผู้ที่เหลือเป็นคนสุดท้าย ซึ่งลักษณะสำคัญ 3 ประการที่บ่งบอกความเป็นรายการ เรียลลิตี้ ทีวี ประกอบไปด้วย

1. ผู้เข้าร่วมรายการสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองโดยเฉพาะ หรือมีการจัดฉากหรือบทบาทจากทางผู้จัดรายการ

1.1 มีการบันทึกกิจกรรมต่างๆ ของผู้เข้าร่วมรายการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาการถ่ายทำมีการติดตั้งกล้อง CCTV (กล้องวงจรปิด) หรือแอบซ่อนกล้องเอาไว้ตามจุดต่างๆ เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมรายการ ซึ่งบางครั้งผู้เข้าร่วมรายการบางรายอาจจะแสดงพฤติกรรม

1.2 ที่ดูเกินความเป็นจริงออกมาเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม เพราะรู้ว่าพฤติกรรมที่ตัวเองกำลังแสดงออกไปนั้นกำลังถูกบันทึกเอาไว้

1.3 การถ่ายทำที่ทำกันอย่างต่อเนื่องและการแข่งขันต่างๆ ที่ผู้ชมไม่สามารถคาดเดาผลของการแข่งขันออกมาได้นั้น ทำให้รายการดูเป็นธรรมชาติและได้รับการตอบสนองจากผู้ชมอย่างรวดเร็ว

2. เนื่องจากรายการ เรียลลิตี้ ทวี เป็นรายการทำที่การถ่ายทำอย่างต่อเนื่องและใช้ระยะเวลาการถ่ายทำนาน ทำให้ผู้เข้าร่วมรายการบางคนที่ย่างตัวเสถียรขณะถ่ายทำ ก็จะเริ่มเผยพฤติกรรมที่แท้จริงของตัวเองออกมาในที่สุด เช่นเดียวกับการแข่งขันกีฬา พฤติกรรมของผู้แข่งขันก็ต้องถูกควบคุมเช่นเดียวกับผู้เข้าร่วมรายการ เรียลลิตี้ ทวี แต่การถูกควบคุมของผู้แข่งขันกีฬานั้นจะอยู่ในรูปแบบ กฎ กติกาการแข่งขันมากกว่ากล้องโทรทัศน์ ส่วนผลการแข่งขันก็ไม่สามารถที่จะคาดเดาล่วงหน้าได้เช่นเดียวกันกับรายการ เรียลลิตี้ ทวี ซึ่งจะแตกต่างจากรายการประเภทดราม่าที่ลักษณะท่าทางต่างๆ ของนักแสดงจะถูกควบคุมไว้ด้วยบทบาทที่ผู้จัดทำรายการได้กำหนดเอาไว้ให้ และผู้ชมก็สามารถที่จะคาดเดาผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นต่อไปได้

3. ความเป็นนักแสดง หรือบุคคลธรรมดาและความสัมพันธ์กันของบุคคลทั้ง 2 ประเภท

3.1 สำหรับบุคคลที่ไม่ใช่นักแสดงนั้น การที่ภาพของเขาเหล่านั้นถูกเผยแพร่อย่างต่อเนื่องในระหว่างการออกอากาศนั้น นานๆ เข้าผู้ชมรายการก็จะจดจำพวกเขาเหล่านั้นได้ และในท้ายที่สุดพวกเขาก็จะถูกยอมรับว่าเป็นนักแสดงไปเอง

3.2 สำหรับบุคคลที่เป็นนักแสดงอยู่แล้วนั้นการไปออกรายการประเภท เรียลลิตี้ ทวี นั้น จึงเป็นเหมือนโอกาสที่จะเพิ่มชื่อเสียงให้กับตัวเองขึ้นไปอีก ซึ่งจุดประสงค์ของนักแสดงเหล่านั้นก็แบ่งออกไปได้อีก 2 ประเภทก็คือ

- เพื่อที่จะรื้อฟื้นชื่อเสียงของตัวเองให้กลับคืนมาอีก (นักแสดงเก่าที่ไม่ค่อยจะมีงานเข้ามา)

- เพื่อที่จะเผยชีวิตส่วนตัวของตัวเองนอกเหนือจากการแสดงว่าตนเองนั้นใช้ชีวิตอย่างไร

(นักแสดงใหม่ หรือนักแสดงที่กำลังโด่งดังอยู่) โดยทั่วไปแล้วนักแสดงที่เข้าร่วมรายการ เรียลลิตี้ ที่วี ส่วนใหญ่ต้องการที่จะเพิ่มชื่อเสียงให้กับตัวเองเกือบทั้งนั้น แต่ก็มึนักแสดงบางคนคิดว่าชีวิตจริงของตัวเองมีความน่าสนใจมากกว่าภาพ หรือการแสดงที่ได้ถูกถ่ายทอดออกไป และในทางตรงกันข้ามนักแสดงบางคนไม่สามารถที่จะแยกแยะชีวิตจริงของตัวเองออกจากชีวิตการแสดงได้

4. การมอบอำนาจให้กับผู้ชมได้มีส่วนร่วมกับการ

4.1 ผู้ชมรายการสามารถที่จะกลายมาเป็นนักแสดงได้ ซึ่งอาจจะได้รับการรับเชิญจากทางรายการ

4.2 ผู้ชมรายการมีสิทธิ์ที่จะดู หรือแอบดูพฤติกรรมต่างๆ หรือประสบการณ์ส่วนตัวของผู้เข้าร่วมรายการได้

รายการประเภท เรียลลิตี้ ที่วี ในยุคแรก ผู้ชมไม่มีส่วนร่วมใดๆ กับทางรายการทำได้แต่เพียง ติดตามชมรายการอย่างเดียว แต่ในยุคถัดมาผู้จัดรายการได้แบ่งอำนาจการตัดสินใจให้กับผู้ชมรายการ ซึ่งผู้ชมรายการมีสิทธิ์ที่จะตัดสินใจให้ผู้เข้าร่วมรายการทรอบหรือเข้าสู่รอบถัดไปได้ โดยในบางรายการมีการแอบซ่อนกล่องเอาไว้ เพื่อที่จะทำการถ่ายทำพฤติกรรมการตอบสนอง ของผู้คนที่มีความต่อเหตุการณ์ที่ผู้จัดทำได้จัดฉากเอาไว้ ซึ่งผู้จัดรายการสามารถที่จะนำเทปบันทึกนั้นออกอากาศได้ก็ต่อเมื่อได้รับการอนุญาตจากบุคคลที่ถูกแอบถ่ายเอาไว้ก่อน

ผู้ชมรายการมีอำนาจที่จะควบคุมผลการแข่งขันของรายการนั้นได้ โดยสามารถที่จะโหวตให้คะแนนกับผู้เข้าร่วมรายการที่ตนเองชอบ หรือสามารถที่จะโหวตบุคคลที่ตนเองไม่ชอบให้ออกจากรายการได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วยังมีการถกเถียงกันว่าการที่ผู้จัดรายการให้อำนาจการตัดสินใจกับผู้ชมรายการนั้น เป็นการให้อำนาจของผู้ชมรายการจริงๆ หรือเป็นภาพที่ทางผู้จัดรายการเสแสร้งทำเป็นให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมอย่างปลอมๆ เท่านั้นหรือไม่

4. รายการประเภททอล์คโชว์ เป็นรายการที่นำกลุ่มคนมาคุยกัน (3-4 คนโดยประมาณ) มาพูดคุยกัน วิเคราะห์วิจารณ์ หรือโต้เถียงกันเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ซึ่งประเด็นที่นำมาสนทนาจะมาจาก

1. พูดคุยถึงประเด็นต่างๆ ที่สำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2. การที่นำคนมานั่งพูดคุยกันเฉยๆ นั้นทำให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกไม่อยากดู ซึ่งผู้ดำเนินรายการอาจจะมีการถามความเห็นของผู้ชมในห้องส่งสอดแทรกขึ้นมา หรือสอบถามความเห็นของผู้ชมจากภายนอก ในบางรายการอาจจะมีการกระตุ้นความรู้สึกอยากดูของผู้ชมรายการด้วยการตกแต่งฉากภายในห้องส่ง หรือไม่ก็มีการเลือกประเด็นการพูดคุยที่เป็นประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้คนในปัจจุบัน

3. ในบางครั้งผู้จัดรายการจะเชิญผู้ที่มีความรู้ และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อที่พูดคุย เพื่อให้รายการมีความน่าสนใจหรือน่าเชื่อถือ และผู้ชมรายการเกิดความรู้สึกอยากติดตามรายการ

4. รายการประเภททอล์คโชว์ นั้นจัดได้ว่าเป็นรายการที่มีความเป็นบันเทิงสารมากประเภทหนึ่ง

ส่วนรายการพูดคุยกับผู้ที่มีชื่อเสียง มีความแตกต่างออกไปจากรายการทอล์คโชว์ เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างนักแสดงและหัวข้อในการพูดนั้นแทบจะเกี่ยวเนื่องกันโดยตรงเลย เพราะจะเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับตัวของนักแสดงที่ถูกรับเชิญมาโดยเฉพาะ ซึ่งจะมีลักษณะของแต่ละรายการดังนี้

1. ในรายการประเภทนี้นั้น ผู้ที่ถูกรับเชิญจะสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ออกมาได้เต็มที่ เนื่องจากไม่ต้องสวมบทบาทของใคร เนื่องจากเป็นการบอกเล่าเรื่องราวชีวิตจริงของตนเอง

2. รายการประเภทพูดคุยกับผู้ที่มีชื่อเสียง นั้นจะเป็นการให้ความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่มากกว่าการให้สาระความรู้

นอกจากกรอบของรายการประเภทบันเทิงสารที่ Crisell (2006) ได้วางไว้ นั้น ยังมีผลการวิจัยของ Australian Broadcasting Authority (2004) ที่ได้กล่าวถึงรายการประเภทบันเทิงสารไว้ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. รายการมักจะถูกแบ่งออกเป็นตอนๆ โดยแต่ละตอนจะแยกออกเป็นช่วงที่ต่างกัน
2. เนื้อหารายการมักเป็นแบบธรรมดาและไม่ชวนให้เกิดความสงสัย
3. จุดประสงค์อีกประการของรายการบันเทิงสาร คือ การนำเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคหรือให้คำแนะนำแก่ผู้ชมในรูปแบบ How to เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าเนื้อหารายการแต่ละรายการของสถานีโทรทัศน์ TATV มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวออกมาในรูปแบบของบันเทิงสาร กล่าวคือ เป็นการเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงด้านการท่องเที่ยวออกมาโดยมีอีกจุดประสงค์หนึ่ง คือ เพื่อสร้างความบันเทิง ส่วนสาเหตุที่ต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างให้เกิดความบันเทิงนั้น เนื่องมาจากที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างจำกัด ผู้ผลิตรายการจึงต้องเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่เป็นสาระให้มีความต่อเนื่องและสามารถดึงดูดผู้ชมด้วยความบันเทิงได้ด้วย ดังนั้นข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนที่สำคัญเช่นกัน ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยว (Concept of Tourism Information) เพื่อประกอบการประเมินคุณภาพของรายการของสถานีโทรทัศน์ TATV

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรโดยมีค่าตอบแทน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ คือ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบริการขนส่ง (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2522 อ้างถึงใน ทิพวรรณ, 2544)

1. ธุรกิจโรงแรมและที่พัก เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ก็จำเป็นต้องใช้บริการสถานที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งมีให้เลือกมากมายหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ เป็นต้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกันไป

2. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเป็นธุรกิจที่จะต้องเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่จัดจำหน่ายบัตรเดินทาง จัดหาพาหนะ จัดหาที่พักและจัดบริการนำเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในบางครั้งธุรกิจนำเที่ยว ยังทำหน้าที่เป็นผู้สำรวจและบุกเบิกแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน

3. ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม อาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าบริโภคพื้นฐานซึ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งแบ่ง 4 ประเภทหลัก คือ ภัตตาคารหรือร้านอาหารเดี่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถานประกอบการอื่นๆ และธุรกิจอาหารเบะเครื่องดื่มระหว่างการเดินทาง

4. ธุรกิจการขายสินค้าที่ระลึก ร้านขายสินค้าที่ระลึกนั้นมีจุดประสงค์หลักเพื่อสินค้าให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะพบในบางพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีสินค้าที่ระลึกอันมีเอกลักษณ์เฉพาะของ

พื้นที่นั้นๆ โดยนักท่องเที่ยวมักนิยมซื้อเป็นของฝากและที่ระลึก ในบางประเทศได้นำสินค้าที่ระลึกมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว โดยพยายามแข่งขันกันจัดเทศกาลลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ฮองกง สิงคโปร์ และประเทศไทยเองที่ได้นำสินค้าและของที่ระลึกมาประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวในชื่อ "Amazing Shopping Paradise" ในโครงการ Amazing Thailand 1998 – 1999

5. ธุรกิจบริการขนส่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายคนจากท้องที่หนึ่งไปยังท้องที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจคมนาคม จึงเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต้องการทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยการขนส่งที่นับว่ามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว คือ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางบก และการขนส่งทางน้ำ

เนื่องจากการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการที่ผสมผสานธุรกิจหลายประเภทเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ การท่องเที่ยวจึงเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันระหว่างบริการกับความพึงพอใจที่ได้จากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการตลาดของธุรกิจหรือสินค้าทั่วไป

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Mansfeld, 1992) โดย Victor T.C. Middleton (2002: 53) ได้ระบุถึงข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ที่มีความจำเป็นต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวไว้ 5 ประการ คือ ข้อมูลทางเศรษฐกิจ ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ข้อมูลทางวัฒนธรรมและสังคม ข้อมูลทางการเปรียบเทียบราคา และข้อมูลทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคลหรือ การเดินทาง

1. ข้อมูลทางเศรษฐกิจ สภาพเศรษฐกิจของแต่ละท้องถิ่นหรือประเทศย่อมมีผลกระทบต่อการผลิตภัณฑการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้มีคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ ประชุม หรือศึกษาหาความรู้เป็นจำนวนมาก

2. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศย่อมมีความแตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัว และกำหนดจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งได้ นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจให้เลือกเดินทางไปสถานที่นั้นๆ อีกด้วย

3. ข้อมูลทางวัฒนธรรมและสังคม ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของความคิด ธรรมเนียม และทัศนคติของคนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในสถานที่นั้นๆ

นอกจากนี้ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้วิธีการวางตัวและปฏิบัติให้ถูกต้องและจะได้ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งกับกลุ่มเจ้าของสถานที่ได้

4. ข้อมูลทางการเปรียบเทียบราคาการเปรียบเทียบราคาทำให้นักท่องเที่ยวรู้ถึงความสามารถในการจับจ่ายของตนและช่วยให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวหรือเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ราคาจะแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยราคารัสนั้นจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

5. ข้อมูลด้านการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล คือ การให้ข้อมูลด้านการเดินทาง ในรูปแบบของคู่มือแผนที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว โดยปัจจุบันได้มีการพัฒนาคู่มือเหล่านี้ให้มีความละเอียดชัดเจนยิ่งขึ้นทำให้ความสามารถในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวมีมากขึ้น นอกจากนี้ การเรียนรู้ฝึกฝนใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้สามารถช่วยเหลือตัวเองระหว่างการเดินทางได้ยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบอิสระด้วยตนเอง (FIT) นอกเหนือจากการท่องเที่ยวแบบที่ต้องมีคนนำทาง

การวิจัยครั้งนี้ นอกจากที่จะศึกษาถึงเนื้อหาของรายการแต่ละรายการของสถานีโทรทัศน์ TATV แล้ว ยังจะรวมไปถึงการศึกษาว่ารายการของสถานีโทรทัศน์ TATV สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมากน้อยเพียงใด ภายใต้ข้อสันนิษฐานข้อที่ 2 คือ

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในประเทศนั้นจะขึ้นอยู่กับว่าเมื่อชมรายการต่างๆ แล้ว ผู้ชมสามารถรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเพียงพอ และรายการบันเทิงสารเหล่านี้สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้จริง นอกจากนี้ยังต้องตรงกับวัตถุประสงค์ที่สถานีโทรทัศน์ TATV ได้วางไว้ด้วย

โดยผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ ดังนี้

ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าคุณคนมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 กล่าวว่า "พึง" เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า "ควร" เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า "พอ" หมายความว่า เท่าที่ต้องการเต็ม

ความต้องการถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน "พึงพอใจ" จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolman (1973) อ้างโดย ภนิดา ชัยปัญญา (2541) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามมุ่งหวังและความต้องการ

วีรุฬ พรรณเทวี. (2542 : 11) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

มณี โพธิเสน. (2543) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกยินดี เจนคติที่ดีของบุคคล เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนทำให้เกิดความรู้สึกดีในสิ่งนั้น ๆ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (2543) สรุปความหมายของความพึงพอใจไว้ว่าเป็นความรู้สึกที่ดีหรือความประทับใจที่มีต่อการกระทำของบุคคลหรือการทำงานนั้น ๆ

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งทำให้เกิดความชอบ ความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

สำหรับความพึงพอใจที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาในที่นี้ คือ ความพึงพอใจที่ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวในประเทศมีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ TATV นอกจากนี้ในแง่ของความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังต้องว่าสามารถสนองวัตถุประสงค์ที่สถานี TATV วางไว้ด้วย ซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ
2. สามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
3. สามารถส่งเสริมความร่วมมืออันดีระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้าสู่สากล

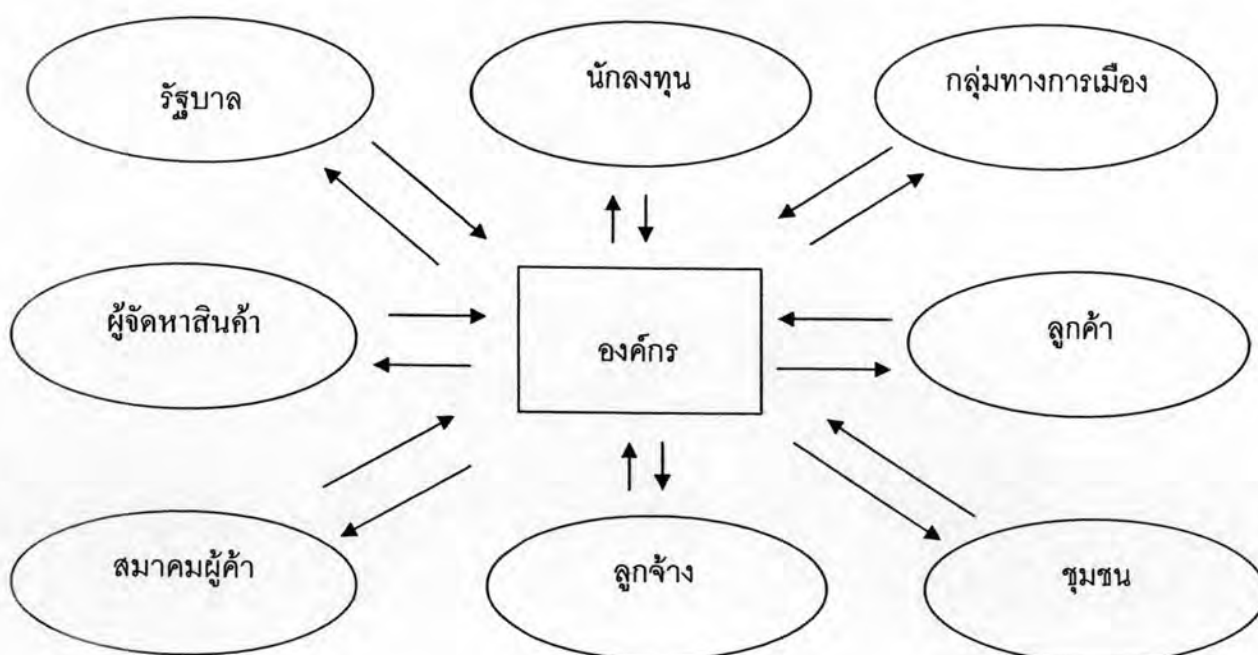
นอกจากทั้ง 3 แนวคิดที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียโดยผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Theory) ไว้ ดังนี้

Freeman (1984) ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดนี้เพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์การจัดการ โดยได้ให้ความหมายของผู้มีส่วนได้เสีย ไว้ว่า เป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานของบริษัท หรือบุคคลที่มีส่วนให้องค์กรประสบความสำเร็จ

Carroll (1993) ได้กล่าวว่า ผู้มีส่วนได้เสีย คือ กลุ่มบุคคล หรือบุคคล ที่มีการปฏิสัมพันธ์กับองค์กร โดยจะได้รับผลกระทบจากการบริหารงาน การตัดสินใจ นโยบาย และเป้าหมายขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง

Frooman (1999) ได้ให้ความหมายของผู้มีส่วนได้เสียว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจควบคุมทรัพยากร และความอยู่รอดขององค์กร โดยธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียนั้นจะอยู่ในรูปแบบที่พึ่งพากัน ซึ่งจะต้องมีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่กุมอำนาจเหนือกว่า

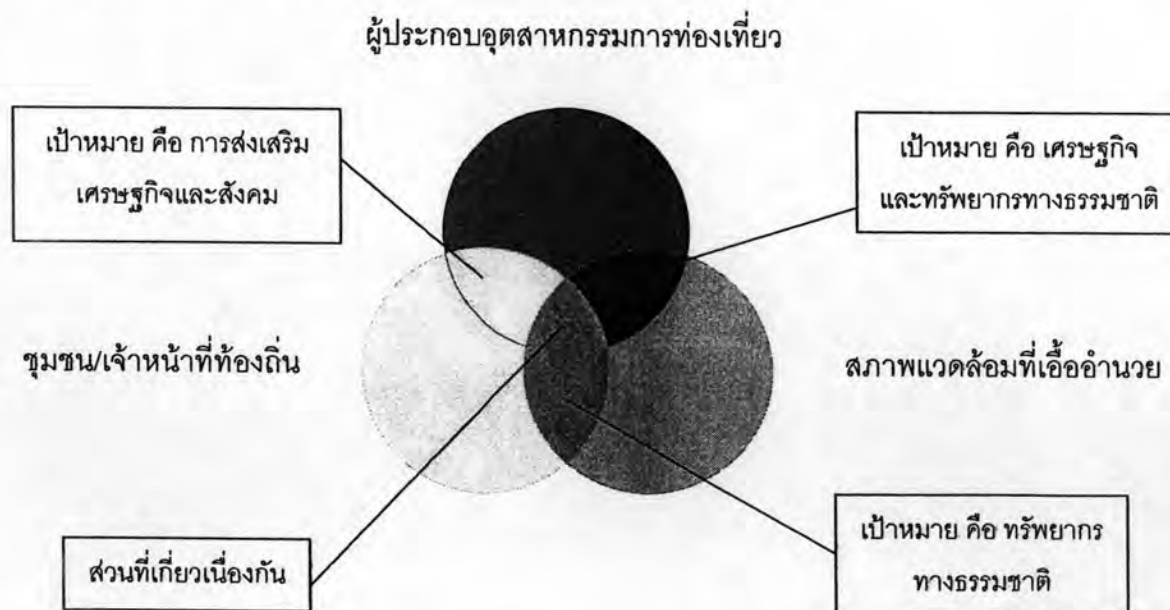
กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียพัฒนามาจากทฤษฎีการบริหาร แต่ด้วยความหลากหลายขององค์กรจึงทำให้นิยามของผู้มีส่วนได้เสียแตกต่างกันไป โดย Donaldson และ Preston (1995) ได้ออกแบบแผนภูมิของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียไว้ ตามความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มไว้ ตามที่ปรากฏในภาพที่ 2.1 ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิของทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

จากตารางดังกล่าว จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มนั้น จะมีความแตกต่างกัน โดยจะมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่ได้รับและอำนาจที่มีต่อองค์กร ผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว

The World Tourism Organization (WTO) ได้ระบุถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไว้ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย และเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น หรือชุมชน (1993) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ สร้างงาน รายได้เข้า ประเทศจากการจัดหาและให้บริการทางการท่องเที่ยว บริการเหล่านี้รวมถึงการขนส่ง ที่พักอาศัย อาหารและเครื่องดื่ม และการเดินทาง ส่วนผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มที่ 2 คือ สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยนั้น จะประกอบด้วยธรรมชาติ วัฒนธรรม แหล่งทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้เสียเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่พวกเขาพึงจะได้รับมากกว่า การคำนึงถึงความสมดุลย์ของทรัพยากร ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มสุดท้าย คือ ชุมชน ที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ ซึ่งชุมชนนี้รวมถึง ผู้อยู่อาศัยในชุมชน หน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่น องค์กรธุรกิจในพื้นที่ และสถาบันหรือสมาคมต่างๆ (WTO, 1993) โดยกลุ่ม ของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มนั้นจะมีส่วนใดส่วนหนึ่งที่เชื่อมโยงกัน แต่อาจจะมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังที่จะเห็นได้จากภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 เป้าหมายของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว (ดัดแปลงจาก WTO, 1993)

Goeldner และ Ritchie (2002) ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยว ผู้ที่อยู่อาศัยบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ

ดังนั้น เราจึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว นั้น จะต้องประกอบไปด้วย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้อยู่อาศัยในชุมชนนั้นๆ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และองค์กรภาครัฐ ซึ่งจากการนำข้อมูลเบื้องต้น ประกอบกับการสัมภาษณ์นายวิริยะ เกิดผล ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทั่วไป ททท. และเจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผน ททท. นั้น ผู้วิจัยจึงสามารถแยกประเภทผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวเป็น 6 กลุ่ม ตามที่ปรากฏในตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ประเภทผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว

ผู้มีส่วนได้ เท่ากัน	ผู้มีส่วนได้มากกว่าส่วน เสีย	ผู้มีส่วนได้เท่ากับ ส่วนเสีย	ผู้มีส่วนเสียมากกว่า ส่วนได้	ผู้ที่ไม่ได้และไม่เสีย	ผู้มีส่วนเสียเท่ากับ
องค์การบริหาร ส่วนตำบล (อบต.)	ร้านขายสินค้าและของที่ ระลึก	รถบริการนำเที่ยว	ตำรวจท่องเที่ยว	ผู้ชมรายการของ สถานีโทรทัศน์ TATV	ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนที่มี สถานที่ท่องเที่ยวตั้งอยู่
ที่พักหน่วย ราชการ ณ แหล่ง ท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์	พิพิธภัณฑ์	ศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว		
	สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	สวนสัตว์	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ ทางการท่องเที่ยวต่างๆ		
	โรงแรม	ททท.	นักท่องเที่ยว		
	บังกาโล				
	เกสต์เฮ้าส์				
	ผู้ประกอบการขนส่ง				

ผู้วิจัยจึงจะได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการบันเทิงสาร มาเป็นกรอบหลักในการศึกษา เพื่อให้การวิเคราะห์รูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์ TATV แต่ละรายการมีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยหากพบว่ารายการใดมีลักษณะความเป็นบันเทิงสารที่นอกเหนือไปจากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยจะได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการแบ่งแยกประเภทรายการบันเทิงสารอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การออกแบบรายการที่หลากหลายและมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ประกอบกับการนำแนวคิดข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มาใช้วิเคราะห์คุณภาพของรายการ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ TATV และทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำมาประกอบการจำแนกประเภทผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยว โดยในส่วนของวิธีการวิจัยนั้น จะปรากฏในส่วนของระเบียบวิธีวิจัย ต่อไป