

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะ

#### ปัญหาการผลิตรายการ HAPPY BIRD DAY

1. ปัญหาการสร้างสรรค์รายการ การประชุม บางครั้งผู้บริหารไม่ครบองค์ประชุมอันเป็นผลให้เกิดปัญหาประการอื่นๆตามมา เช่น ความล่าช้าในการเขียนบทโทรทัศน์ เนื่องจากรอคารตัดสินใจจากครีเอทีฟ เป็นต้น อย่างไรก็ตามรายการได้แก้ปัญหามาโดย การเขียนบทส่วนอื่นก่อน และผลกระทบอีกประการหนึ่ง คือ ทำให้ผู้ร่วมประชุมเกิดความเบื่อหน่ายการประชุม หรือเมื่อถึงเวลานัดประชุมจะไม่เข้าประชุมตรงเวลา วิธีการแก้ไขข้อนี้ คือการตรงต่อเวลา

2. ปัญหาการแบ่งงาน เนื่องจากทีมงานฝ่ายรายการ HAPPY BIRD DAY มีน้อย แต่งานมีมากทำให้ทุกคนต้องทำหน้าที่นอกเหนือจากตำแหน่งของตน เช่น บางครั้ง Co-Producer ต้องรับหน้าที่เขียนบท ซึ่งปัญหานี้ควรจะแก้ไขโดยการรับสมัครทีมงานเพิ่ม อาทิเช่น คนเขียนบทรายการ หรือ คนถ่าย VTR นอกสถานที่ในกรณีสำรวจสถานที่ ซึ่งทีมงานไม่จำเป็นต้องออกไปสำรวจทั้งทีมเป็นต้น

3. ปัญหานักแสดงหรือทีมงานไม่พร้อม เช่น พิธีกรไม่มาในวันบันทึกเทป และทีมงานไม่ทราบล่วงหน้าจึงต้องแก้ไขโดยการติดต่อคนอื่นมาแทนกระทันหัน ถ้าติดต่อไม่ได้มีวิธีแก้ปัญห่อีกวิธีหนึ่ง คือ บันทึกเทปคอนเสิร์ตโดยไม่มีพิธีกร และถ่ายพิธีกรวันหลังจึงนำมาตัดต่อเข้ากัน มีผลทำให้ขาดบรรยากาศสดๆของคอนเสิร์ตเนื่องจากพิธีกรไม่ได้อยู่ในคอนเสิร์ตจริงๆ และ เป็นการเสียเวลา เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการจองกล้อง ยานพาหนะ ช่างแต่งหน้า ทำผม เสื้อผ้า และสตูดิโอ การแก้ไขปัญหานี้คือ ควรจะมีการตกลงกับบุคคลที่มีหน้าที่ต่างๆให้เด็ดขาดว่า ถ้าปัญหาต่างๆทำให้มาบันทึกเทปรายการไม่ได้ควรจะแจ้งให้ทราบก่อนวันบันทึกเทป เพื่อที่ทีมงานจะได้เตรียมหาคนมาแทนได้ทัน

นอกจากนี้ ปัญหาผู้ชมขณะถ่ายทำ คือ การจัดคอนเสิร์ตรีค ผู้ชมวัยรุ่นจะต้องมีเรื่องวิวาทกันทุกครั้ง ทำให้บางครั้งทางรายการต้องมีปัญหากับทางสถานีตำรวจ คือ เจ้าหน้าที่ตำรวจห้ามจัดคอนเสิร์ตรีคเพราะเกรงจะมีเรื่องดังกล่าว ทางรายการจึง

ต้องมีมาตรการป้องกัน โดยการจำกัดกำลังเจ้าหน้าที่มาตรวจค้นอาวุธก่อนผ่านประตู และ เลี่ยงการไม่โปรโมชัน ณ พื้นที่ เป็นต้น

### เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบทโทรทัศน์ปี 2539 และ ปี 2540

บทโทรทัศน์ ปี2539 เป็นบทสำหรับพิธีกรเดี่ยว ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเขียนบท เพราะมีรูปแบบที่ค่อนข้างแน่นอนตายตัว ไม่สามารถพลิกแพลงอะไรได้มาก เช่น การเป็นพิธีกรคนเดียวไม่สามารถควบคุมผู้ชมให้สนใจสิ่งที่พูดได้มากเท่าที่ควร เพราะผู้ชมต้องการชมคอนเสิร์ตเท่านั้น ซึ่งต่างจากบทโทรทัศน์ ปี 2540 ที่เปลี่ยนพิธีกรเป็นชายคู่ คือ เจ เจตริน และ ชาลี พุ่มดอกมะลิ ทั้งสองเป็นเพื่อนสนิทกันและเคยจัดรายการนี้มาแล้วเมื่อปี 2537 บุคลิกของทั้งสองเป็นคนสนุกสนาน มีความรู้ด้านเสียงเพลง รักการเต้นรำ บุคลิกนี้เองจึงสามารถแสดงได้หลายอย่าง ทำให้รายการมีการเปลี่ยนแปลง และมีสีสันมากขึ้น ดังนั้น ความต่างของการเขียนบท คือ

1. สไตลส์ของพิธีกรเป็นตัวหลักที่จะบ่งบอกว่าแนวการเขียนบทจะออกมาเป็นอย่างไรเพราะ “...คนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้มากที่สุด ก็คือ พิธีกรหรือ M.C.นั่นเอง”<sup>1</sup> ทางทีมงานต้องศึกษานิสัย ความถนัด ลักษณะการพูดต่างๆ ไว้เพื่อเป็นข้อมูลในการเขียนบทรายการให้เป็นธรรมชาติ

2. การเป็นพิธีกรคู่ ต้องมีการโต้ตอบกัน จึงทำให้ต่างจากพิธีกรเดี่ยวซึ่งเป็นเพียงการบอกเล่าให้ผู้ชมฟังเพียงอย่างเดียว การโต้ตอบคุยกันของพิธีกรจะมีที่มากการเล่าถึงประเด็นต่างๆที่ต่างกันไป เช่น การเปิดตัวพิธีกรอาจจะต้องมีความแปลกแตกต่างกันไป แต่ละครึ่ง อาจจะเดินขึ้นเวทีจากกลุ่มผู้ชมหรือให้เจร้องเพลง และการพูดเข้าเพลงอาจจะมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้ชมเกี่ยวกับเพลงนั้นๆ เพื่อเข้าเพลง ก็อาจเป็นได้

การผลิตรายการโทรทัศน์ต่างจากการทำโฆษณา เนื่องจากการถ่ายโฆษณามีภาพที่คิดขึ้นอยู่แล้ว เป็นStory board แต่การผลิตรายการโทรทัศน์ต้องมีการบันทึกภาพก่อนแล้วจึงนำมาตัดต่อเป็นรายการได้ เพราะในการถ่ายทำบางครั้งทีมงานไม่สามารถควบคุมสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นได้ เช่นไม่สามารถบังคับให้คนกรี๊ดหรือเดินตามที่เราต้องการได้ ขึ้นอยู่กับอารมณ์ร่วมของผู้ชมในขณะนั้นว่าเขารู้สึกต่อศิลปินอย่างไร

<sup>1</sup> จ่านง รังสิกุล และ อรทัย ศรีสันติสุข, การจัดรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ, หน่วยที่ 6, หน้า 122.

ดังนั้นหน้าที่ของทีมงานคือ ทำอย่างไรให้ผู้ชมรู้สึกตามที่ทีมงานต้องการ ซึ่งก็คือความคิดสร้างสรรค์เรื่องแสง เสียง ฉาก และรูปแบบรายการ ที่ต่างกันไปตามแต่ละรายการ สิ่งที่ข้าพเจ้าประทับใจคือฉากของรายการHAPPY BIRD DAYซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากรายการอื่นๆ คือ โลโก้ชื่อรายการเป็นตัวย่อ HBD อยู่เหนือศีรษะศิลปินถือเป็นเอกลักษณ์ของรายการ

### เปรียบเทียบการส่งเสริมการขายเทปเพลงของบริษัทแกรมมี่กับบริษัทอื่น

ปัจจุบันธุรกิจเพลงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นจึงมีค่ายเพลงทั้งเล็กและใหญ่ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเพลงซึ่งสามารถจำแนกได้ตามประเภทของเพลงและค่ายเพลงดังนี้

รายชื่อคู่แข่งที่สำคัญของบริษัทแยกตามประเภทเพลงและค่ายเพลง

ประเภทของเพลง	แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์	อาร์ เอส โปร โมชั่น	คีตา เร็คคอร์ดส	นิธิทัศน์ โปร โมชั่น	วอร์เนอร์ มิวสิก(ประเทศไทย)
ป๊อป (POP)	ธงไชย แมคอินไตย์ ใหม่ เจริญประ แอม เสาวลักษณ์ คู่ นันทิดา มอส ปฏิภาณ	อนันต์ บุญนาท อริสมันต์ สมชาย เข็มกลัด พัชริกา วัฒนา แรรีเตอร์	อโศกบาศิน นริศระจ่าง ชุติมา นัยนา ยู๋ ปัทมวรรณ ฝันดี-ฝันเด่น	ฟอร์เอฟเวอร์ โอเวชั่น สเตอเอ็กซ์เพรส พัชรา แวงวรรณ	วิยะดา โกมารกุล ฐิติมา สุตสุนทร มาม่า บลูส์
เต้นรำ (DANCE)	คริสติน่า เจ เจตริน	ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง บอยสเก๊าส์	ทีเคโอ มลิลา บราชิล- เลียน	ดิก ซีโร่ คอน สอน- ระเบียบ	สมเกียรติ
ร็อก (ROCK)	อัสนี-วสันต์ อำพล ลำพูน มาช่า วัฒนพานิช นูโว	หิน เหล็ก ไฟ ไอร็อก อิทธิ พลางกูร หรั่ง ร็อกเคสตา			กษาปณ์
ลูกทุ่ง ลูกกรุง หมอลำ	จินตหรา พูลลาภ			นิค นิรนาม	เสกสิทธิ์
อื่นๆ	คนู อันตระกูล	सानฝัน	คนด่านเกวียน		ทอม คันดี

แหล่งที่มา ผู้บริหารบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท อาร์ เอส โปร โมชั่น เป็นบริษัทหนึ่งที่มีกิจกรรมในการส่งเสริมการขายเทปเพลงที่ใกล้เคียงกับบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญ

### การส่งเสริมการตลาดของบริษัทอาร์ เอส โปรมอชั่นมีดังนี้

บริษัทจะโปรมอชั่นอัลบั้มต่างๆ ของศิลปินผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ แฟนคลับและการจัดคอนเสิร์ต ซึ่งรายการโทรทัศน์นั้นๆมีรายการออกอากาศทั้งสัปดาห์เกือบทุกสถานี รูปแบบของรายการเน้นไปที่การนำมิวสิกวิดีโอและข่าวคราวของศิลปินในค่ายมาเสนอ นอกจากการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์แล้ว ยังมีรายการวิทยุต่างๆซึ่งมีมานานหลายปี และเปิด “อาร์ เอส คลับ” ขึ้น เพื่อนำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆภายในค่าย โดยจะแจกฟรีให้สมาชิกแฟนคลับ การร่วมเล่นเกมส์ ของที่ระลึกพิเศษ ส่วนลดในการซื้อสินค้าตามจำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมในโครงการ การชมภาพยนตร์ ซื้อบัตรคอนเสิร์ตราคาถูกลงกว่าปกติ.<sup>1</sup> เป็นต้น

นโยบายการส่งเสริมการขายของบริษัทแกรมมี่ ต่างจากบริษัทอาร์ เอส โปรมอชั่น ตรงที่ บริษัทแกรมมี่มีการผลิตรายการคอนเสิร์ตเพื่อให้ศิลปินในค่ายของตนเปิดการแสดงเป็นที่แรกเป็นการแนะนำ ดอkey ให้คนดูทราบว่า ศิลปินคนนี้ออกอัลบั้มแล้ว เป็นการเสนอสดๆไม่เหมือนในมิวสิกวิดีโอ ซึ่งการใช้วิธีนี้ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจตามเป้าที่ตั้งไว้มาโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2532 จนถึงปัจจุบัน ในขณะที่บริษัท อาร์ เอส โปรมอชั่น เริ่มผลิตรายการคอนเสิร์ตโดยใช้ชื่อว่า SUPER CONCERT ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 12.30 น.-13.30 น. ช่อง 3 ออกอากาศครั้งแรก วันอาทิตย์ที่ 5 มกราคม 2540 เป็นรายการถ่ายทอดสด ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดของทั้ง 2 รายการ คือ คาร์แรกเตอร์ของรายการ ที่รายการHAPPY BIRD DAY มีลักษณะเน้นความใกล้ชิดเป็นกันเองระหว่างนักร้องกับผู้ชมรายการ สังกัดได้จากลักษณะของฉากและเวทีของรายการ HAPPY BIRD DAY มีการออกแบบให้นักร้องสามารถเข้าไปใกล้ชิดกับผู้ชมได้ และเน้นให้ผู้ชมอยู่ล้อมรอบเวที โดยแบ่งผู้ชมออกเป็น 3 ส่วน คือ ด้านหน้า ด้านซ้าย และบนเวทีด้านหลัง แต่ในกรณีของรายการSUPER CONCERT จะเน้นความกว้างใหญ่ จะเห็นได้จากเวทีการแสดงที่กว้างกว่า และปริมาณผู้ชมที่มากกว่า ซึ่งจะอยู่บริเวณส่วนหน้าเพียงส่วนเดียวเท่านั้น และส่วนสำคัญที่ทำให้ทั้ง 2 รายการแตกต่างกัน คือ รายการถ่ายทอดสด และ แบบบันทึกการแสดงสด ซึ่งทำให้สีสันของรายการต่างกัน รายการถ่ายทอดสดนั้นไม่สามารถเติมสีสันในรายการได้มากเท่ากับแบบบันทึกการแสดง

<sup>1</sup> รายงานวิชาการบริหารกลยุทธ์ พบ.401.บริษัท อาร์ เอส โปรมอชั่น จำกัด, ภาคการศึกษาที่ 1 /2538 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เนื่องจากการบันทึกการถ่ายทอดสด สามารถนำสิ่งที่บันทึกมาผ่านกระบวนการตัดต่อ เพื่อการเลือกภาพที่จะเน้นอารมณ์ของเพลงให้มากยิ่งขึ้น และเติมสิ่งต่างๆลงไป เช่น ที่เซอร์ อินเทอร์ลูด คลิป ฯลฯ เป็นการส่งเสริมภาพพจน์รายการ ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 คือ ผ่านกระบวนการตัดต่อนี้ทำให้เป็นรายการโทรทัศน์มากขึ้นแทนที่จะเป็นการชมคอนเสิร์ตเพียงอย่างเดียวผู้ชมสามารถได้รับความรู้เล็กๆน้อยๆที่รายการนำเสนอได้.

## บทสรุป

### ความสำเร็จของรายการ HAPPY BIRD DAY

1. มีบริษัทผลิตเทปเพลงอื่นๆภายนอกจ้างให้ผลิตรายการจะเห็นได้ชัดจากตารางที่ 2 บทที่ 3 พบว่าในช่วงครึ่งปีหลังที่ผ่านมานี้มีนักร้องค่ายอื่น ที่เรียกว่าค่ายอิสระ เช่น ศิลปิน Jay-c จากค่ายSolar entertainment , ศิลปิน มอกะจาย จากค่าย AV Studio , ศิลปิน โจอี้ บอย จากค่าย Berkery Music , ศิลปิน จอย ศิริลักษณ์ จากค่าย Polygram ฯลฯ แสดงให้เห็นว่า ค่ายต่างๆเหล่านี้ไว้วางใจการผลิตรายการ HAPPY BIRD DAY เพราะทางรายการจะรับผิดชอบการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเขียนบทโทรทัศน์ การถ่ายทำ หลังถ่ายทำ จนถึงเทปออกอากาศ.

2. ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) ให้การสนับสนุนทั้งปีทำให้รายการไม่ขาดทุน ผู้สนับสนุนรายการปี 2539 มีดังนี้ นมเปรี้ยวดัชมิลล์

เครื่องดื่ม โค้ก

มินิคุกกี้ อาร์เซนอล

ลือตเต้ แคนดี้

FILM สีสฟูจิ

และ The Mall บางแค.

ผู้สนับสนุนรายการจะมีข้อตกลงในการสนับสนุนต่างกันตามที่ตกลงกันไว้ เช่น ฟิล์มสีฟูจิ ต้องการให้รายการมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ฟิล์มของเขา ซึ่งทางรายการได้คิดกิจกรรมขึ้น ชื่อโครงการ คือ FUJI MY CAMPUS PHOTO CONTEST ใช้ระยะเวลา 3 เดือน เป็นการส่งรูปภาพความประทับใจในสถาบันการศึกษาโดยใช้ฟิล์มสีฟูจิ ล้างและ