

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์ ถือเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดสื่อหนึ่งบนโลก มีผลต่อความคิด ทศนคติต่าง ๆ ของผู้รับชม อีกทั้งยังสามารถจำแนกกลุ่มความคิดและรสนิยมของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ได้ไม่ยาก จากข้อมูลของ "สำนักงานสถิติแห่งชาติ" หน่วยงานของรัฐที่เก็บตัวเลขทางสถิติพบว่าคนไทยดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยแล้ววันละ 2.7 ชั่วโมง เป็นหลักฐานยืนยันว่าสื่อโทรทัศน์สามารถมีอิทธิพลต่อความคิดต่าง ๆ ของประชาชนคนไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ซึ่งถือเป็นวัยที่ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าทุกวัย หากรายการโทรทัศน์ที่ผลิตออกมามีประโยชน์ มีสาระน่ารู้ รวมทั้งผู้ผลิตสามารถผลิตออกมาอย่างน่าสนใจ จะทำให้ประชาชนที่เป็นผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์สามารถยกระดับความคิด ความอ่านของตนได้ (สร อักษรสกุล, 2555) นั่นจึงเป็นสาเหตุว่าเพราะเหตุใดผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงควรที่จะมุ่งมั่นพัฒนาเนื้อหาสาระ รูปแบบรายการโทรทัศน์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยการจำแนกรายการโทรทัศน์ออกเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ

การจำแนกรายการโทรทัศน์ เมื่อก้าวถึง ประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์ สองคำนี้มีความหมายใกล้เคียงและคาบเกี่ยวกันอยู่ กล่าวคือ คำว่า "ประเภท" จะเน้นเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ (Content) ของรายการเป็นหลัก ส่วนคำว่า "รูปแบบ" (Format หรือ Form) จะเน้นวิธีการนำเสนอ เช่น รายการที่เป็นเรื่องสั้น ๆ จบในตอนที่ใช้แนวคิดเดียวกันในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ เป็นเรื่อง ๆ ไปอย่างไรก็ตามส่วนของเนื้อหา และส่วนที่เป็นวิธีการนำเสนออาจมีความเกี่ยวพันกันอย่างแยกไม่ได้ในบางกรณีได้เช่นกัน เพราะรายการแต่ละประเภทจะมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันไป โดยต้องยึดอยู่บนหลักการที่ว่า ถ้าเนื้อหารายการ มีความสัมพันธ์กับวิธีการ หรือรูปแบบที่นำเสนอแล้ว ทั้งสองส่วนก็จะเติมเต็มซึ่งกันและกัน เพราะรูปแบบวิธีการนำเสนอจะเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างความน่าสนใจ หรือการสร้างแรงดึงดูดให้กับเนื้อหารายการนั้น ๆ ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า วิธีการหรือรูปแบบที่น่าสนใจจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ชมรายการหันมาสนใจเนื้อหาของรายการนั้น ๆ ได้มากยิ่งขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2558, หน้า 1-12)

แนวทางที่ใช้ในการแบ่งประเภทรายการมีดังนี้ 1) แบ่งตามเนื้อหารายการ (Content Classification) แบ่งย่อยเป็นรายการประเภทต่าง ๆ เช่น รายการข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ

รวมทั้งการวิเคราะห์ข่าว รายการสารคดี รายการการศึกษา รายการสุขภาพ รายการความรู้ทั่วไป รายการศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ 2) แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการผลิตรายการ (Objective Classification) ที่มักแบ่งย่อยออกเป็นประเภทรายการที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านสื่อสารมวลชน ที่จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เช่น รายการประเภทข่าวสารและสาร (To Inform) รายการประเภทการศึกษาที่มุ่งเน้นในด้านกาให้ความรู้ และการศึกษา (To Educate) และรายการประเภทให้ความบันเทิงที่มุ่งเกี่ยวกับการให้ความบันเทิง (To Entertain) 3) แบ่งตามกลุ่ม ผู้รับชมรายการ (Target Group Classification) เพื่อที่จะทำให้สามารถที่จะตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายของผู้รับชมกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น รายการเพื่อเด็ก รายการเพื่อกลุ่มคนทำงาน รายการเพื่อกลุ่มเกษตรกร รายการเพื่อนักอนุรักษ์ เช่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ฯลฯ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2558, หน้า 1-13)

ทั้งนี้รายการเกมโชว์ (Game Show) เป็นรายการประเภทให้ความบันเทิง (To Entertain) รูปแบบหนึ่งของรายการโทรทัศน์ นำเสนอโดยให้แขกรับเชิญซึ่งอาจจะเป็นดารานักแสดงหรือคนจากที่บ้าน เล่นเกมหรือเปิดป้ายเพื่อรับของรางวัลหรือเงินรางวัลต่าง ๆ บางรายการอาจจะเปิดโอกาสให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมด้วยการโทรศัพท์เข้ามาร่วมสนุกหรือส่งข้อความสั้นเข้ามาตอบคำถาม เริ่มต้นเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2500 โดยได้นำเอาแนวความคิดมาจากรายการเกมโชว์ในต่างประเทศ และมาดัดแปลงให้เข้ากับลักษณะของไทย เช่น ปัญหาหะหมี่ 20 คำถาม หรือ นาที่ทอง จนมาถึงยุคของรายการมาตามนัด เมื่อปี พ.ศ. 2527 ผลิตโดยบริษัทฟิล์มทีวี ซึ่งถือเป็นเกมโชว์แรกของไทยที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง และปลุกกระแสเกมโชว์ในไทยอย่างแท้จริง ในเวลาต่อมาได้มีการพัฒนาในหลากหลายรูปแบบ เช่น คิวโชว์ เรียลลิตีเกมโชว์ เป็นต้น

ลักษณะของรายการก็จะเป็นการทายปัญหาในทุกรูปแบบ ทั้งปัญหาที่เป็นความรู้แบบวิชาการ เช่น รายการชองนำโชค หรือความรู้รอบตัว เช่น รายการหะหมี่ ต่อมาได้มีรายการเสียงโชคเข้ามาผสมด้วย เช่น รายการกล่องวิเศษ ประตูดวง นาที่ทอง อย่างไรก็ตามแม้รายการเกมโชว์จะมีกระแสความนิยมสูงบ้างต่ำบ้าง แต่ละยุคสมัยก็เป็นรายการคู่ขวัญกับโทรทัศน์มาโดยตลอด

รายการตอบปัญหา (Quiz Show หรือ Quiz Programme) เป็นหนึ่งในรูปแบบรายการเกมโชว์ที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกม หรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นการใช้การสื่อสาร 2 ทาง (Two Way Communication) ทำให้รู้ผลสะท้อนกลับได้ทันทีทันใด ในการตอบปัญหานั้น เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันใช้ทักษะทางร่างกาย หรือใช้ความสามารถทางสติปัญญา และแสดงความสามารถนั้นออกมาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน โดยเป็นการแข่งขันกันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป

ภายใต้กฎหรือกติกาตามที่ตกลงกันได้ ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทนและถูกคัดออก โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ เป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขัน ให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม มักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาวน์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบการนำเสนอรายการเกมโชว์ มีด้วยกัน 2 ส่วนหลัก ๆ คือ 1. เนื้อหา (Content) 2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique) ประกอบไปด้วย พิธีกร (Host) แขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent) บรรยากาศในรายการ (Atmosphere) และสไตล์หรือรูปแบบการนำเสนอ (Style: Form of Presentation)

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทผลิตสื่อบันเทิงยักษ์ใหญ่ของประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในปัจจุบัน และเป็นที่น่าจับตามองของวงการสื่อโทรทัศน์ โดยมี คุณปัญญา นิรันดร์กุล เป็นประธานบริษัท และคุณประภาส ชลศรานนท์ เป็นรองประธานบริษัท ก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2532 มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ และละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วยสาระ และความบันเทิง

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เริ่มทำการผลิตรายการเวทีทอง ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นรายการแรกในปี พ.ศ. 2532 ต่อมาได้ขยายการผลิตรายการและละครประเภทต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ และหลากหลายสถานี เป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อนำเสนอออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มาโดยตลอดเป็นระยะเวลา 26 ปี เช่น เกมโชว์ (Game Show) คิวโชว์ (Quiz Show) เรียลลิตีโชว์ (Reality Show) วาไรตี้โชว์ (Variety Show) ทอล์กโชว์ (Talk Show) เกมโชว์สำหรับเด็ก (Kids Game Show) คิวโชว์สำหรับเด็ก (Kids Quiz Show) เรียลลิตีโชว์สำหรับเด็ก (Kids Reality Show) เกมโชว์ซีทคอม (Game Show/Sitcom) ละครซีทคอม (Sitcom) วาไรตี้โชว์ซีทคอม (Variety Show/Sitcom) รายการวันหยุดนักขัตฤกษ์ ละครซีทคอมวันหยุดนักขัตฤกษ์ วาไรตี้โชว์วันหยุดนักขัตฤกษ์ ละครโทรทัศน์เรื่องยาว วาไรตี้โชว์และละครเรื่องยาว ละครเทิดพระเกียรติ และสารคดีโทรทัศน์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี จากผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย และยังได้รับรางวัลในหลากหลายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น รางวัลเมขลา รางวัลโทรทัศน์ทองคำ รางวัลนาฏราช รางวัล TOP AWARDS รางวัลจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ รางวัลสื่อมวลชนดีเด่น รางวัล CATHOLIC MEDIA AWARDS รางวัลองค์กรดีเด่นแห่งปี 2557 ในงาน CEO THAILAND AWARDS 2014 รางวัลโทรทัศน์แห่งเอเชีย ASIAN TELEVISION AWARDS รางวัล Maximilian Award รางวัลอินเตอร์ เนชั่นแนล เอ็มมี อวอร์ด รางวัลด้านนวัตกรรมแห่งการสร้างสรรค์และ

คุณภาพ THE NEW ERA AWARD FOR TECHNOLOGY, INNOVATION & QUALITY จากสถาบัน ASSOCIATION OTHER WAYS MANAGEMENT & CONSULTING, BASED IN PARIS, FRANCE รางวัลองค์กรที่มีการบริหารจัดการภายในยอดเยี่ยม THE EUROPEAN AWARDS FOR BEST PRACTICES 2016 จากสถาบัน EUROPEAN SOCIETY FOR QUALITY RESEARCH (ESQR) และรางวัลองค์กรคุณภาพยอดเยี่ยม THE GLOBAL AWARD FOR PERFECTION QUALITY & IDEAL PERFORMANCE จาก OMAC (OTHERWAYS MANAGEMENT & CONSULTING) เป็นต้น

ซึ่งในปัจจุบันบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ได้มีสำนักงานและสตูดิโอเป็นของตนเองบนเนื้อที่กว่า 25 ไร่ ตั้งอยู่จังหวัดปทุมธานี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 และในปัจจุบันเปิดเป็นช่องดิจิตอลของตัวเองก็คือช่อง 23 และยังผลิตรายการต่าง ๆ ให้กับช่องของตนจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และในส่วนของการบริหารงานนั้น บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มีการบริหารงานอย่างเด่นชัดในรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์ คิวโชว์ วาไรตี้โชว์ จึงสังเกตเห็นว่าผู้บริหารมีการพัฒนาเนื้อหาใหม่ ๆ รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและแตกต่างออกไปจากคู่แข่งในวงการสื่อโทรทัศน์ด้วยกัน

รายการแนวคิวโชว์ในรายการแรกที่ผลิตออกมาและได้กระแสตอบรับเป็นอย่างดีนั้นคือรายการเกมเศรษฐี โดยได้เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันเสาร์ที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2543 ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยในสมัยแรกมีสโลแกนว่า เกมที่ทำให้คุณเป็นเศรษฐีได้ใน 16 คำถาม บทบาทรายการประเภทคิวโชว์ก็ได้เกิดขึ้นมาเรื่อย ๆ ต่อมาบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ก็ได้ผลิตรายการประเภทเกมโชว์ออกมาก็คือ รายการแฟนพันธุ์แท้ เริ่มออกอากาศวันแรกเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2543 ในตอน คาราบาว มีพิธีกรคู่แรกคือ คุณปัญญา นิรันดร์กุล และคุณธีรวัฒน์ อนุวัตรอุดม (สงฆ์ 108 มงกุฏ) แฟนพันธุ์แท้เป็นรายการตอบปัญหาที่ส่งเสริมความรู้ ความรัก ความคลั่งไคล้ และแสดงถึงอัจฉริยภาพในสาขาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคนใด สิ่งของ สถานที่ วัฒนธรรม วรรณกรรม และเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยการแข่งขันเรื่องราวนั้น ๆ มีไอเดียตั้งต้นจาก คุณประภาส ชลศรานนท์ รองประธานบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่อยากนำเรื่องราวของกลุ่มแฟนคลับต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วมานำเสนอในรูปแบบของเกมโชว์และมีรายการอื่น ๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น เกมทศกัณฐ์ เกมทศกัณฐ์เด็ก ยกสยาม และราชรถมาเกย เป็นรายการแนวคิวโชว์ที่ายสุด ก่อนที่รายการประเภทนี้จะค่อย ๆ หายไป

เมื่อกระแสสังคมเข้ามาบทบาทกับวงการสื่อโทรทัศน์มากขึ้น รายการแนวคิวโชว์จึงกลับมามีบทบาทอีกครั้ง คุณปัญญา นิรันดร์กุล ประธานบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มีแนวคิดที่อยากจะนำรายการแนวคิวโชว์กลับมาทำใหม่อีกครั้งโดยมีแนวคิดว่า

เป็นการถามตอบอย่างรวดเร็วภายใน 2 นาที โดยคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามง่าย ๆ ใช้แค่เพียงความรู้รอบตัวที่มีเท่านั้น จากแนวความคิดของคุณปัญญา นิรันดร์กุล รายการแนวคิซโซว์จึงเกิดขึ้นมาอีกครั้ง ก็คือ “รายการปริศนาฟ้าแลบ” ผลิตโดยบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์แนวคิซโซว์ เริ่มออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2557 ออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 19.15 - 20.00 น. ทางช่องเวิร์คพอยท์ หมายเลข 23 ดำเนินรายการโดยปัญญา นิรันดร์กุล มีเรตติ้งในการรับชมอยู่ที่ 3.59 – 4.27 ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560 (เอเชีย นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช(ประเทศไทย) จำกัด, 2560)

ทั้งนี้บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งทำหน้าที่ในการผลิตรายการคิซโซว์ ปริศนาฟ้าแลบ ยังได้รับรางวัลการ์ตูนดีประเภทเกมโชว์มากมาย

ตารางที่ 1.1 รางวัลที่รายการ “ปริศนาฟ้าแลบ” ได้รับ

ประเทศ	งาน	จัดโดย	รางวัล	วันที่
ไทย	MThai Top Talk-About 2015	เว็บไซต์ MThai	- Top Talk About TV Show	12 มี.ค. 2558
ไทย	นาฏราช ครั้งที่ 6 ประจำปี 2557	สมาคมสมาพันธ์ วิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย	- เกมโชว์ยอดเยี่ยม - พิธีกรยอดเยี่ยม	28 มิ.ย. 2558
สิงคโปร์	Asian Television Award 2015	Television Asia Plus magazine	- Highly Commended "Best Game or Quiz programme"	3 ธ.ค. 2558
ไทย	พิมเนศวร ครั้งที่ 4 ประจำปี 2558	สมาคมนักจัดรายการ ข่าววิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์แห่ง ประเทศไทย (สว.นท)	- พิธีกรชายดีเด่น	27 ม.ค. 2559

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ประเทศ	งาน	จัดโดย	รางวัล	วันที่
ไทย	โทรทัศน์ทองคำ	ชมรมส่งเสริมโทรทัศน์	- รายการเกมโชว์ ดีเด่น - ผู้ดำเนินรายการเกม โชว์ดีเด่น	12 มี.ค. 2558
ไทย	นาฏราช ครั้งที่ 7 ประจำปี 2558	สมาคมสมาพันธ์ วิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย	- เกมโชว์ยอดเยี่ยม	12 มิ.ย. 2559
ไทย	Maya Awards " มายามหาชน 2016 "	นิตยสารมายา แซนแนล ร่วมกับ สถานีโทรทัศน์ ผ่านดาวเทียม มายา แซนแนล ช่อง 47	- พิธีกรชายขวัญใจ มหาชน ประจำปี 2559	30 ส.ค. 2559
สิงคโปร์	Asian Television Award 2016	Television Asia Plus magazine	- Highly Commended "Best Game or Quiz programme" - Winner Best Entertainment Presenter/ Host	1-2 ธ.ค. 2559
ไทย	นาฏราช ครั้งที่ 8 ประจำปี 2559	สมาคมสมาพันธ์ วิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย	- เกมโชว์ยอดเยี่ยม	20 ก.ค. 2560

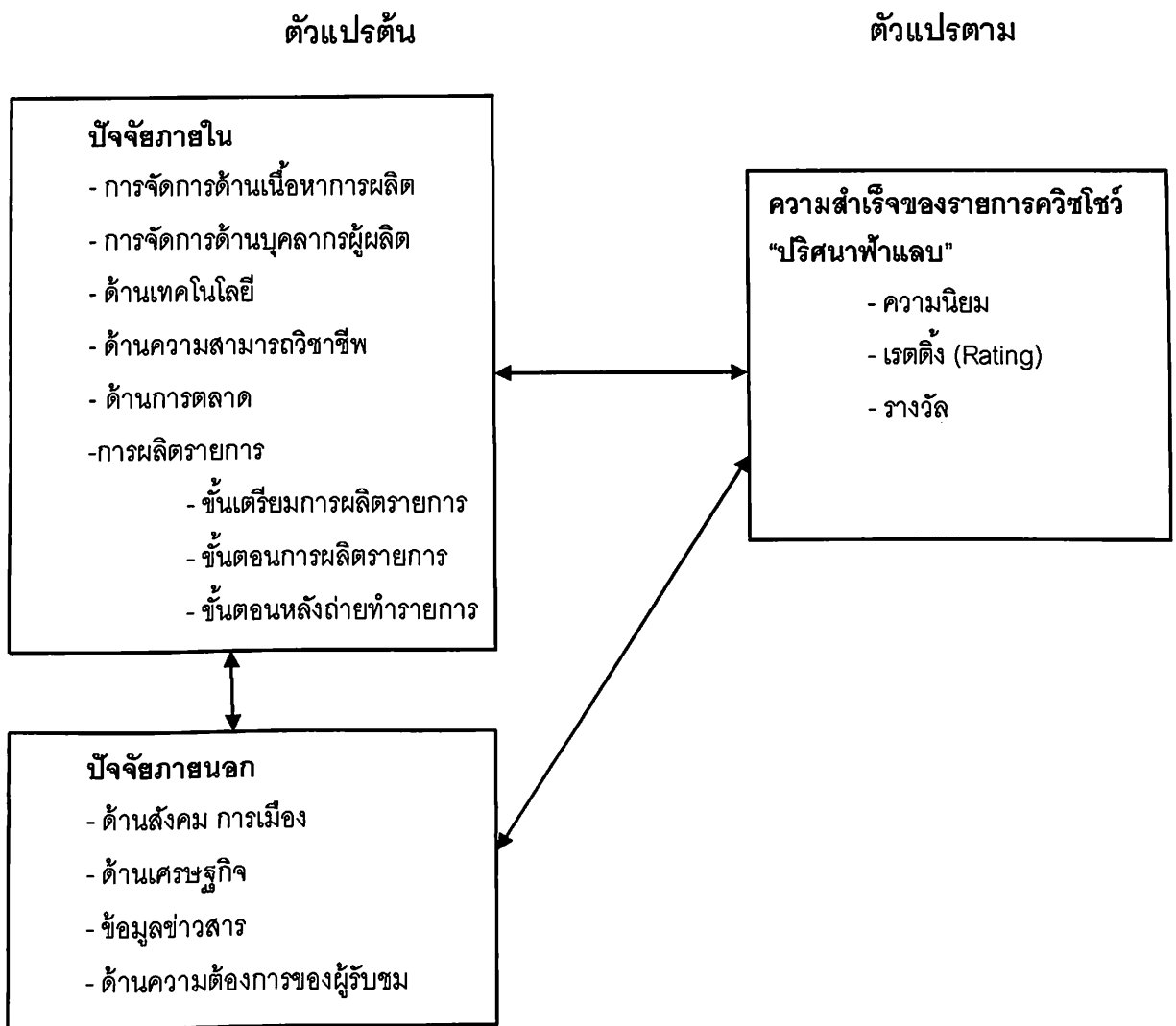
ดังนั้นจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นของรายการ “ปริศนาฟ้าแลบ” ไม่ว่าจะเป็นเรตติ้ง (Rating) ที่อยู่ในช่วงเวลาเดียวกับรายการอื่น หรือรายการที่เป็นคู่แข่งอย่าง คีวันดวลเพลง ของช่อง One ที่มีเรตติ้ง (Rating) ใกล้เคียงกัน แต่บทสุดท้าย “รายการปริศนาฟ้าแลบ” ทำได้ดีกว่า นั่นคือบทพิสูจน์ที่ยืนยันได้ว่ารายการได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และรวมไปถึงรางวัลที่เป็นสิ่งก้ำารันตีความสำเร็จของรายการ ส่งผลให้สนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการคิวิซโซว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) : กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ” ในครั้งนี้ โดยศึกษาด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทคิวิซโซว์ และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน เป็นแนวทางให้ผู้ศึกษาได้ทราบแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ของ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) แล้วนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางให้บรรลุมิติประสงคในการผลิตรายการคิวิซโซว์มากยิ่งขึ้นอีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตรายการคิวิซโซว์ของ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ”
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการคิวิซโซว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ”

กรอบแนวคิดในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความชัดเจนของกระบวนการวิจัย การสร้างเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตรายการค้าวิซิชัวร์ของ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา "ปริศนาฟ้าแลบ" เป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการค้าวิซิชัวร์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา "ปริศนาฟ้าแลบ" เป็นอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการควิซโชว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ” จัดทำการศึกษาในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม 2560 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการควิซโชว์ของ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ”
2. ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรายการควิซโชว์ บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา “ปริศนาฟ้าแลบ”

นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตรายการควิซโชว์ หมายถึง ขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิตแบ่งออกไปเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ขั้นตอนก่อนถ่ายทำรายการโทรทัศน์ (Preproduction Planning) 2. ขั้นตอนถ่ายทำรายการโทรทัศน์ (Production) 3. ขั้นตอนหลังการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ (Post-Production) ซึ่งในการผลิตรายการควิซโชว์ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญและสาระความรู้ด้านต่าง ๆ ในแต่ละคำถามให้แก่ผู้รับชมรายการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการ หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการผลิต ปัจจัยด้านความเป็นวิชาชีพสื่อ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการคัดเลือกข้อมูล และปัจจัยในการนำเสนอเนื้อหารายการควิซโชว์ ในส่วนของปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง ปัจจัยด้านการแข่งขัน และปัจจัยด้านผู้รับสาร

ควิซโชว์ (Quiz Show) เป็นรูปแบบหนึ่งของรายการโทรทัศน์ นำเสนอโดยให้แขกรับเชิญซึ่งอาจจะเป็นดารานักแสดงหรือคนจากที่บ้าน แข่งขันตอบปัญหาเพื่อรับของรางวัลหรือเงินรางวัลต่าง ๆ บางรายการอาจจะเปิดโอกาสให้ผู้ชมที่บ้านมีส่วนร่วมด้วยการโทรศัพท์เข้ามาร่วมสนุกหรือส่งข้อความสั้นเข้ามาตอบคำถาม

เรตติ้ง (Rating) ระดับความนิยมที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการที่เด่นเป็นที่สนใจ คือต่อรายการโทรทัศน์และวิทยุ ให้ค่าเป็นตัวเลข