

กลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ในยุคสื่อหลอมรวม: กรณีศึกษาบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ดาราาราย ศรีจิตรแจ่ม¹³

ปฐมา สตะเวทิน, Ph.D.¹⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัทเวิร์คพอยท์ เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) และ 2) ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 คนที่เป็นผู้บริหารระดับสูง ผู้อำนวยการและหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การถ่ายทอดสด ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์ 2) กลยุทธ์การถ่ายทอดสดทางทีวีดิจิทัลประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านทีมงานบริหารจัดการ ด้านการดำเนินการผลิต และด้านทีมงานผู้เชี่ยวชาญ 3) กลยุทธ์การถ่ายทอดสดบนพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางในการถ่ายทอดสดทั้งในช่องทางทีวีและช่องทางทีวีดิจิทัล นอกจากนี้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด และ 4) กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ และงบประมาณ สำหรับกระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดประกอบด้วย 1) วิธีการถ่ายทอดสดที่มีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน 2) การสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจ 3) การจัดการอุปกรณ์การถ่ายทอดสดบนสื่อสังคมออนไลน์โดยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศ และ 4) การแก้ไขปัญหาจากการถ่ายทอดสด

คำสำคัญ : กลยุทธ์ถ่ายทอดสด, กลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์, สื่อสังคมออนไลน์, สื่อหลอมรวม

¹³ นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹⁴ ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Broadcast Strategies of the Asian Games 2018 in Media Convergence Era: A Case Study of Workpoint Entertainment Public Company Limited

Abstract

This research aimed 1) to study live broadcasting strategies of Workpoint Entertainment Public Company Limited for the Asian Games 2018 and 2) to discover the implementation of live broadcasting strategies of Workpoint Entertainment Public Company Limited for the Asian Games 2018.

This qualitative research employed in-depth interviews. Semi-structured interviews were used. The key informants were 12 chief executive officers, directors and head of operators who participated in live broadcasting for the Asian Games 2018.

It was found that live broadcasting strategies were composed of: 1) a copyright strategy aiming to broadcast sports to viewers; 2) a live broadcasting strategy on digital televisions supplied by management team, operating arrangement, and efficient professional staffs; 3) a live broadcasting strategy on social media and digital television and sport information distribution through accessible social media; and 4) a marketing communications strategy including public relations and a budget. The implementation of live broadcasting strategies, furthermore, included: 1) having a clear and systematic broadcasting management; 2) creating interesting content on social media; 3) having a good management team of live broadcasts with domestic and international business networks through social media; and 4) solving problems during live broadcasting

Keywords: broadcast strategy, copyright strategy, social media, media convergence

บทนำ

“โทรทัศน์หรือทีวี” เป็นสื่อสารมวลชนประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมจากประชาชนที่เป็นผู้ชมเป็นอย่างมากในทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับชนชั้นและทุกระดับการศึกษา เพราะสื่อโทรทัศน์นั้นสามารถสื่อสารให้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งสามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบและมีปัจจัยมากมายที่จะใช้ดึงดูดความสนใจของผู้ชมตลอดเวลา ทั้งยังทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้ดีพร้อมทั้งรู้สึกสนุกสนานขณะชมรายการ ด้วยเหตุนี้โทรทัศน์จึงเข้าถึงผู้ชมได้มากและส่งผลให้สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อประชาชนในด้านความคิด ความรู้สึก และด้านพฤติกรรมอย่างมากซึ่งสอดคล้องกับที่ นฤมล รื่นไวย (2552) ได้กล่าวไว้ว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลทั้งด้านบวกและลบโดยตรงกับผู้ชมอาจจะส่งผลต่อสัณฐานความคิดที่ส่งผลต่อการกระทำของผู้รับสื่อได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะความรู้สึกนึกคิดที่ส่งผลต่อการกระทำต่อผู้รับสื่อได้อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในด้านความรู้สึกนึกคิด ผู้ชมจะเกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งที่ได้รับข้อมูลจากการรับชมสื่อโทรทัศน์ จากการรับชมสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ GERBNER AND GROSS (1976, อ้างในพงษ์วิเศษ สังข์, 2558) แสดงทัศนะเกี่ยวกับการรับรู้ความจริงที่ แสดงทัศนะเกี่ยวกับการรับรู้ที่โทรทัศน์นำเสนอและได้รับการปลูกฝังทัศนคติค่านิยมความเชื่อจากโทรทัศน์ด้วยเช่นกันในมุมมองของทฤษฎีการปลูกฝังความจริงมองสื่อในมุมที่เป็นตัวสร้างและวางรูปแบบของวัฒนธรรมมากกว่าที่จะเป็นเพียงภาพสะท้อนของวัฒนธรรมในสังคม

สำหรับปัจจุบันพัฒนาการทางด้านข่าวสารสื่อใหม่ (New Media) ที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยีเช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการสื่อสาร จากคุณสมบัติดังกล่าวเป็นผลให้จำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ในยุคที่มีการประสมประสานเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเป็นสื่อใหม่ที่ผู้ใช้มีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการใช้ประโยชน์จากการหลอมรวมเทคโนโลยีและการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Convergence Technology Media) ซึ่งหมายถึงเทคโนโลยีการขับเคลื่อนการรวมกันของช่องทางสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Straubhaar and Larose (2000 อ้างใน ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์, 2554) ได้กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคมทำให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนหรือการหลอมรวมกันของสื่อต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ ขณะเดียวกัน การแข่งขันทางธุรกิจของสื่อโทรทัศน์ขยายและเติบโตความต้องการของผู้ชมตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดการแข่งขันชิงความนิยมของคนดู ทำให้สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ในยุคนี้ต่างให้ความสำคัญกับการสร้างเนื้อหารายการที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจของ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลแต่ละแห่งต้องทำ

การบ้านอย่างหนักเพื่อสร้างจุดแข็งให้กับสถานี่ตนเอง หนึ่งในรายการที่เป็นที่สนใจของผู้ชม คือ “รายการกีฬา” โดยเฉพาะในยุคของวงการทีวีดิจิทัลปัจจุบัน ที่มีการแย่งชิงลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด กีฬาต่างๆ โดยเฉพาะประเภทการแข่งขันฟุตบอล วอลเลย์บอล และมวย เนื่องจากเป็นเนื้อหารายการที่สามารถใช้ในการดึงดูดผู้ชมและทำรายได้ให้ช่องได้คุ้มค่ากับการลงทุน โดยเฉพาะกับกลุ่มช่องผู้ผลิตรายการขนาดใหญ่ เนื่องจากรายการกีฬาเป็นประเภทรายการที่ผู้ชมทั่วโลกต่างให้ ความสนใจและเฝ้าติดตามชม (Must-see Event) โดยเฉพาะ การถ่ายทอดสด (Live) รายการกีฬาที่เป็นที่นิยมนั้นถือได้ว่าเป็นรายการที่สามารถสร้างรายได้จากการโฆษณาให้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อย่างมหาศาลเนื่องจากนักโฆษณา มักจะต้องการให้รายการโฆษณาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากในระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดรายการกีฬาด้วยเหตุนี้สถานี่ต่างๆ จึงใช้เนื้อหารายการกีฬาเป็นกลยุทธ์หลักในการกระตุ้นส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างแบรนด์ให้แก่ช่องของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dachman (2014) ที่กล่าวว่า ความต้องการเนื้อหา รายการกีฬาของผู้ให้บริการข้างต้นได้ส่งผลให้มูลค่าการขายลิขสิทธิ์รายการกีฬาของเจ้าของสิทธิ์ (Right Holder) มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นทุกปีโดยเฉพาะสิทธิในการแพร่ภาพและเสียง บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) คือ บริษัทที่ซื้อรายล่าสุดที่สามารถคว้าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ในปี 2018 มาครอบครองได้ โดยชลกรณ ปัญญาโคม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานดิจิทัลทีวี (2561) กล่าวว่าความตั้งใจของเวิร์คพอยท์คือ ต้องการให้เกิดความหลากหลายให้กับช่องทีวีดิจิทัลของตน ซึ่งเดิมทีบริษัทก็ถ่ายทอดสดกีฬาประเภทกีฬามวยและวอลเลย์บอลชิงแชมป์โลกเป็นทุนเดิมอยู่แล้วและคนไทยก็ยังมีความชื่นชอบการดูรายการกีฬา ดังนั้นบริษัทจึงมีความสนใจทำการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ทุกประเภทกีฬาให้คนไทยได้มีทางเลือกและโอกาสในการชมผ่านทางช่องทางถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม จากปรากฏการณ์ความก้าวหน้าของสื่อใหม่ การหลอมรวมสื่อเพื่อประโยชน์ทางการสื่อสาร และเจตนารมณ์ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) รวมถึงผลการศึกษาวิจัยในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า มีการศึกษาที่เน้นทางด้านกลยุทธ์การวางแผน การผลิตเนื้อหารายการกีฬาที่เป็นรายการระดับชาติเช่นเดียวกัน แต่ยังไม่ค้นพบว่า มีผลการศึกษาที่มุ่งศึกษามุมมองทางด้านกลยุทธ์และกระบวนการขั้นตอนที่สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะที่ปฏิบัติงานในองค์กรทางด้านการผลิตสื่อดังกล่าว จึงได้เห็นความสำคัญในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ รวมถึงกระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาในระดับชาติที่มีความร่วมมือจากพันธมิตรในวงการสื่อในหลายประเทศ ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นคุณประโยชน์ในการเชิงวิชาการทางด้านการผลิตสื่อที่เกิดจากการบริหารจัดการ การออกแบบกระบวนการขั้นตอนในยุคสื่อหลอมรวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดสดที่เน้นการหลอมรวมเนื้อหาที่เป็นเนื้อหารายการกีฬา ผ่านสื่อประเพณี (Mass Media) และสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่สามารถประสบความสำเร็จใน

การสื่อสารกับคนหมู่มากได้เป็นอย่างดี และผลการวิจัยจะได้สะท้อนให้เห็นถึงการออกแบบการดำเนินรายการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องในระดับโลกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ว่าด้วยการศึกษากลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ในยุคสื่อหลอมรวมกรณีศึกษา บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางด้าน กลยุทธ์การถ่ายทอดรวมทั้งกระบวนการและขั้นตอนของการถ่ายทอดโดยใช้สื่อหลอมรวม

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเป็นผู้บริหารระดับผู้อำนวยการและผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Approach) ทางด้านผู้ให้ข้อมูลที่มีบทบาทใน 3 ระดับ ประกอบด้วย 1) ระดับการบริหาร 2)ระดับการวางแผนและออกแบบระบบ และ 3) ระดับหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการ ตามรายละเอียดหน้าที่และความรับผิดชอบที่ระบุในตารางที่ 1 โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักรายบุคคลตามบทบาทและหน้าที่ หลังจากนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงนำข้อมูลมาพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นที่ค้นพบ เพื่อเป็นการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับกลยุทธ์และกระบวนการขั้นตอนที่ส่งผลให้การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018

ตารางที่ 1 ตำแหน่ง หน้าที่และความรับผิดชอบโดยสรุปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบโดยสรุป
1.ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม CEO	บริหาร นโยบาย และ ลงมาควบคุมการผลิต รายการ
2.ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายการผลิต	กำหนดรูปแบบการจัดการและการบริหารการผลิต รายการ
3.ที่ปรึกษากลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬา เอเชียนเกมส์	ให้คำปรึกษากลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียน เกมส์
4.ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายผลิต	ผลิตรายการประเภทวาไรตี้และผู้วางแผนในเรื่อง ของความคิดสร้างสรรค์ในรายการทั้งหมด
5. Personal Assistant to Group CEO	ประสานงานทั้งไทยและต่างประเทศ
6.ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงาน ดิจิทัลทีวี	กำหนดรูปแบบโครงสร้างผังรายการ อัตลักษณ์ และนโยบายที่สื่อสารจากคณะกรรมการบริหาร บริษัท
7.ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด ดิจิทัล	พัฒนาสื่อใหม่ที่มีส่วนในการสร้างสรรค์
8. Producer Production Digital Marketing	ควบคุมการออกอากาศฝ่ายดิจิทัล ควบคุมดูแล การออกอากาศแบบดิจิทัลของสถานีและการรับส่ง สัญญาณภาพ
9. Head of Social Media Content Digital Marketing	ดูแลเนื้อหารายการ digital marketing Facebook และประสาน งานในส่วนของผู้สนับสนุน
10. Account Manager Digital Marketing	ดูแลในส่วนฝ่ายขาย ดีไซน์แพ็คเกจของเนื้อหา รายการเฉพาะช่องทางออนไลน์

ตำแหน่ง	หน้าที่และความรับผิดชอบโดยสรุป
11. Head of Video Marketing	ดูแลโครงสร้างและวางแผนระบบ รูปแบบการสื่อสาร และสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล
12. Senior Digital Media Marketing Executive	ฝ่ายสื่อสารการตลาด ดูแลโครงสร้างและวางแผนระบบ รูปแบบในการสื่อสารและสร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – พฤษภาคม 2562 ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่

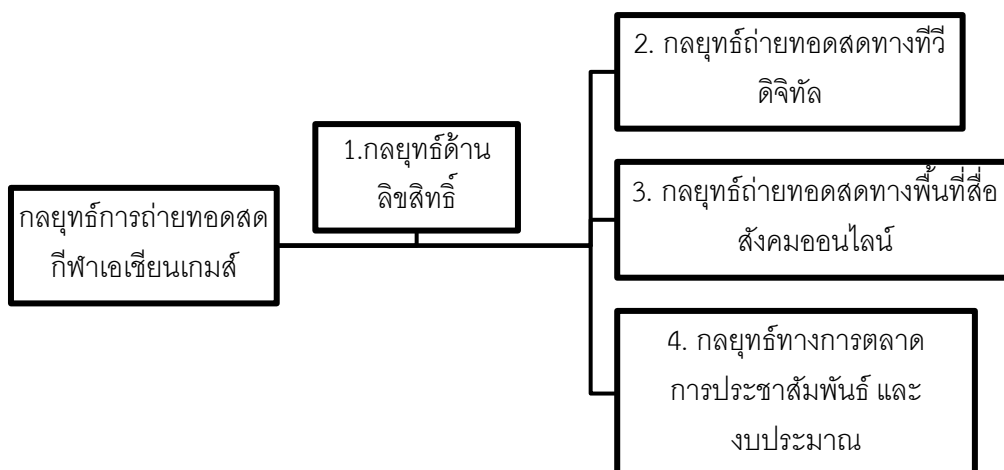
- 1) ขออนุญาตจากหน่วยงานต้นสังกัด เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในหน่วยงาน เพื่อขอสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกเทปเสียงในระหว่างการสัมภาษณ์
- 2) ดำเนินการสัมภาษณ์พร้อมการบันทึกเสียงสัมภาษณ์
- 3) ถอดข้อมูล ผู้วิจัยนำผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยจัดกลุ่มวิเคราะห์ข้อมูล แยกข้อมูลที่สามารถเปิดเผย และข้อมูลเชิงลึกที่เป็นความลับบริษัท
- 4) วิเคราะห์ข้อมูล นำเอกสารที่ได้จากการจัดหมวดหมู่มาอ่านทำความเข้าใจรายละเอียด เมื่อพบข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยก็จะเน้นข้อความพร้อมจดบันทึกประเด็นสำคัญที่พบ หลังจากนั้นจะเน้นข้อความที่สำคัญและเป็นหัวใจหลักของคำตอบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัย โดยทำแบบนี้ทุกข้อและเปรียบเทียบจากมุมมองของแต่ละคน ในคำตอบนั้น ๆ
- 5) สรุปข้อมูลวิเคราะห์และจัดทำรายงานผล

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬา ถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์

2018 ของบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์ด้านการถ่ายทอดสดทางทีวีดิจิทัล กลยุทธ์การถ่ายทอดสดทางพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ และกลยุทธ์ถ่ายทอดสดการตลาด ประชาสัมพันธ์และงบประมาณ (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ผังแสดงกลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ของบริษัท เวิร์คพอยท์ 2018

ทั้งนี้โดยมีสาระสำคัญของผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.1 กลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์

การซื้อลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ในช่องทางของบริษัทนั้นนับว่าเป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่สำหรับช่องดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคสื่อหลอมรวม จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันการถ่ายทอดสดกีฬา เอเชียนเกมส์นั้น มีผู้ประมูลและเป็นผู้ถือลิขสิทธิ์ไว้นอกเหนือจากข้อตกลงทางด้านงบประมาณแล้ว การได้มาของลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ซึ่งเป็นกีฬาระดับนานาชาติต้องมีการวางแผนและการออกแบบระบบถ่ายทอดสดเพื่อให้ผู้ชมรายการสามารถชมรายการกีฬาได้มากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความคุ้มค่าในแง่ของภาพลักษณ์ของเจ้าภาพที่ถือลิขสิทธิ์ ซึ่งกลยุทธ์การทำงานให้ได้ถ่ายทอดครบทุกกีฬาต้องอาศัยหลายช่องทางโดยผู้บริหารมีความเห็นว่าบริษัทตั้งเป้าหมายถ่ายทอดสดให้ได้ต่อวันอย่างน้อย 6 ประเภท 6 ช่องทาง ดังนั้นจึงนำมาซึ่งการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์นี้ทางบริษัทให้ความสำคัญทั้งในด้านงบประมาณและกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นผู้ชมรายการ

1.2 กลยุทธ์การถ่ายทอดสดกีฬาทางทีวีดิจิทัล

จากการวิจัยพบว่า กลยุทธ์หลักของการถ่ายทอดสดคือ การให้ความสำคัญในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อหารายการที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ชมกีฬาและการวางระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนจากปัจจัยสำเร็จ 3 ประการได้แก่

1.2.1 ด้านทีมงานบริหารจัดการ ได้แก่ การคัดเลือกบุคคลเชี่ยวชาญทำงานทั้งในระดับที่ปรึกษาการถ่ายทอดสด ระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสดผ่านสื่อใหม่ทุกระบบ

1.2.2 ด้านการดำเนินการผลิต ที่เน้นการบริหารจัดการระบบแบบเต็มรูปแบบเพื่อประสิทธิภาพของการถ่ายทอดสด กำหนดบทบาททุกหน้าที่ให้ครอบคลุมเนื้องานการผลิตทั้งหมดแบบเต็มรูปแบบทั้งภายในประเทศ ต่างประเทศตลอด 24 ชั่วโมง และลดความเสี่ยงทางด้านการบริหารจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกิดจากการถ่ายทอดสดทางทีวีดิจิทัล

1.2.3 ด้านทีมงานผู้เชี่ยวชาญการปฏิบัติ ได้แก่ ทีมวิศวกรระบบสัญญาณที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบระบบสัญญาณ การส่งสัญญาณเพื่อถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ตามผังรายการที่ได้ออกแบบไว้

1.3 กลยุทธ์ถ่ายทอดสดบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

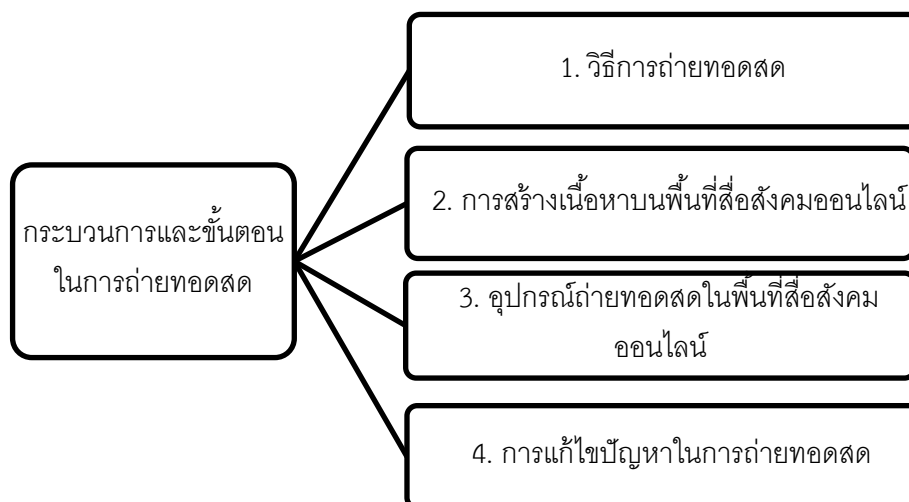
ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการถ่ายทอดสดบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เน้นที่กลยุทธ์ทางด้านการวางแผนออกอากาศที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้สนับสนุนและกลุ่มผู้ชมรายการ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องของการถ่ายทอดสดกีฬาหรือที่เรียกว่า Live Streaming บนช่องทาง Facebook ของทางเวิร์คพอยท์ และช่องทาง YouTube ของทางเวิร์คพอยท์ รวมไปถึงการจัดการกลยุทธ์การบริหารจัดการพื้นที่ต่าง ๆ ของทางสถานี เพื่อให้เกิดความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน บริษัทจึงแตกออกมา 6 ช่องสัญญาณภาพและเสียง แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือผู้ชมรายการไม่สามารถเลือกชมกีฬาได้ บริษัทจึงตัดสินใจซื้อเพิ่มในช่องสัญญาณภาพและเสียงที่ 7 และ 8 ผลจากการเพิ่มช่องสัญญาณภาพและเสียงดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทสามารถเพิ่มช่องทางในการรับชมทางสื่อสังคมออนไลน์ และผลในเชิงการบริหารจัดการเครื่องมือบุคลากรได้ประหยัดเวลาและงบประมาณ

1.4 กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ และงบประมาณ

จากผลการวิจัยพบว่า บริษัทต้องดำเนินการกลยุทธ์ทางด้านการตลาดควบคู่กับการประชาสัมพันธ์กล่าวคือ เมื่อทราบกำหนดการถ่ายทอดสดบริษัทจะประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าวางแผนแพ็คเกจเพื่อการจัดการการขาย และกำหนดเป้าหมายชีวิตในทุกช่องทางที่ขายได้ แต่สามารถปรับเปลี่ยนตลอดเนื่องจากตารางการแข่งขันอาจมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากลยุทธ์การตลาดต้องปรับเปลี่ยนตามผลการแข่งขัน สำหรับกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยพบว่า การกำหนดแผนการถ่ายทอดสดล่วงหน้า โดยแผนจะถูกลงไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือน แบ่งเป็น 3 ระยะ โดยในระยะแรก จะทำเนื้อหารายการว่าบริษัทคือผู้ถ่ายทอดสดกีฬา ลงใน Page และ TVC ทุกช่องทาง หลังจากนั้น 3 เดือนถัดมาจะวางแผนตารางแข่ง เพื่อให้ผู้สนับสนุนรายการได้ลงแพ็คเกจซื้อ และเดือนสุดท้ายก็จะทำข่าวความสำเร็จของนักกีฬาดังๆ ที่เคยได้เหรียญหรือนักกีฬาดังๆ ที่เข้าแข่งมาโปรโมทให้น่าติดตาม ซึ่งการวางแผนกลยุทธ์นี้ทำให้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นตัวกำหนดทิศทางการตลาดในการทำรายได้ให้กับองค์กรอีกด้วย สำหรับกลยุทธ์ด้านงบประมาณ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการบริหารจัดการงบประมาณโดยคำนวณจากอุปกรณ์ถ่ายทอดสดที่มีอยู่ในองค์กรและการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะด้านการถ่ายทอดสดกีฬามาบริหารระบบงานให้คุ้มทุนเวลาและรายจ่าย เพื่อลดความเสี่ยงจากความผิดพลาดและให้เกิดประสิทธิภาพสามารถสำเร็จให้ทันเวลาและถูกต้องที่สุด ดังนั้นงบประมาณทั้งหมดที่ลงทุนไปจึงมีความคุ้มค่ากับบริษัทในแง่ชื่อเสียงและการเรียนรู้วิธีการและกระบวนการของ Multi Format Multisport ได้อย่างมากที่สุด

2. กระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ในยุคสื่อหลอมรวมประกอบด้วยวิธีการการถ่ายทอดสด การสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ การบริหารจัดการอุปกรณ์ถ่ายทอดสดในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ และการแก้ไขปัญหาในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ (ดังภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กระบวนการและขั้นตอนการถ่ายทอสด

2.1 วิธีการการถ่ายทอสด

จากการวิจัยพบว่า วิธีการปฏิบัติการถ่ายทอสดถือเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้ความสนใจและให้การสำคัญอย่างจริงจัง เพราะสัญญาณภาพและเสียงคือ สิ่งที่จะส่งข้อมูลข่าวสารทั้งภาพและเสียงเพื่อออกอากาศในประเทศไทย ดังนั้นเรื่องดังกล่าวจึงถือเป็นอีกหัวใจสำคัญในการถ่ายทอสดจึงไม่ใช่เพียงแค่ช่องทางที่วีดิทัศน์ ซึ่งสถานีช่อง TV Pool เคยทำได้เท่านั้น แต่ในครั้งนี้นั้บริษัทสามารถถ่ายทอสดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าทุกครั้งที่เคยมีถ่ายทอสดเอเชียนเกมส์มา ถึง 8 ช่องสัญญาณ (ดังตารางที่ 2) โดยนำช่องทางออนไลน์ทาง Facebook และ YouTube ของสถานีที่มีสถิติยอดผู้ชมในแฟนเพจสูงสุดเป็นช่องทางในการเผยแพร่ภาพทุกกีฬา นอกจากนี้บริษัทได้แบ่งทีมงานการผลิตออกเป็น 2 ทีมใหญ่ คือทีมปฏิบัติการที่ประเทศอินโดนีเซียและทีมปฏิบัติการถ่ายทอสดที่ประเทศไทย

ตารางที่ 2: ตารางรับสัญญาณภาพจากอินโดนีเซียทั้งหมด 8 Feed ของการถ่ายทอสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

FEED สัญญาณภาพ กีฬาจาก เจ้าภาพ	ประเภท ของกีฬา	YOUTUB E	FACEBOOK PAGE	WEB	APP	TV	AIS
FEED 7 ตั้งกล้องถ่ายเอง สลับเอง	ฟุตบอล	FEED 7	WORKPOINT	WP	WP	WP	FEED 7
FEED 1	ฟุตบอล	FEED 1	ชิงร้อยชิงล้าน				FEED 1
FEED 2	แบดมินตัน	FEED 2	I can see your voice				FEED 2
FEED 3	มวย	FEED 3	The mask singer				FEED 3
FEED 4	บาสเกตบอล	FEED 4	คนอวดผี				FEED 4
FEED 5	ว่ายน้ำ	FEED 5	ตลกหกฉาก				FEED 5
FEED 6	กรีฑา	FEED 6	ซูเปอร์หม้า				FEED 6
FEED 8 Internet	E-sport	FEED 8 สำรอง	The Rapper				E-sport

ที่มา: บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

2.2 การสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

การสร้างสรรคเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ก็ถือเป็นส่วนที่สำคัญของการถ่ายทอดสดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมรายการกีฬา ที่เน้นการถ่ายทอดเนื้อหาถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ในรายการถ่ายทอดสดกีฬาที่ไม่ได้ออกอากาศ รวมถึงให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์เนื้อหาแบบทันถ่วงที และถ่ายทอดทั้งในเรื่องการวิเคราะห์การสื่อสารกับทุกคนดูแบบทันเวลา (Real Time) ซึ่งถือเป็นการสร้างเนื้อหาที่เน้นความสดและผลกีฬา กล่าวโดยสรุปการสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์บริษัทได้ดำเนินการ การสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาออกอากาศแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) กีฬาที่เจ้าภาพเลือกมาให้ อาจจะ

ไม่มีกีฬาประเทศไทยแข่ง บริษัทก็ต้องถ่ายทอดเพราะเลือกไม่ได้ใน 6 ช่องสัญญาณ และ 2) กีฬาที่ทางทีวีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

2.3 การบริหารจัดการอุปกรณ์ถ่ายทอดสดในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการอุปกรณ์ถ่ายทอดสดในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทเน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรหรืออุปกรณ์ที่บริษัทมีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการสร้างเครือข่ายพันธมิตรร่วมกับบริษัทอื่นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อให้การถ่ายทอดสดเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ

2.4 การแก้ไขปัญหาในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์

จากการวิจัยพบว่า ปัญหาสำคัญในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยสภาพปัญหาที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัญหาทางด้านเทคนิคโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ปัญหาทางด้านการเปลี่ยนแปลงกำหนดการแข่งขันกีฬา และปัญหาทางด้านการจราจรในประเทศเจ้าภาพที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางไปทำข่าว ดังนั้นแนวทางแก้ไขสำหรับปัญหาภายใต้การบริหารจัดการของทีมงานเฉพาะกิจที่ประจำพื้นที่ตลอดเวลาทางด้านเทคนิคคือ การวางแผนในการเตรียมการตรวจสอบสมรรถนะของอุปกรณ์การถ่ายทอด และการประสานหาช่องทางถ่ายทอดที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์สำรองไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ว่าการศึกษาด้านกลยุทธ์และการศึกษาระบบการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงดิจิทัลในองค์การทางด้านสถาบันการเงินที่ระบุไว้ว่า ในองค์กรที่ต้องการปรับเปลี่ยนระบบดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางด้านกลยุทธ์ขององค์กรและกระบวนการในการดำเนินงานขององค์กรได้แก่ การบูรณาการการทำงานร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่หรือพนักงานในทุกระดับทุกฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างทางเลือกในการสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง การมุ่งกลยุทธ์ด้านการลดขั้นตอนและการพัฒนานวัตกรรม และการแลกเปลี่ยนการสร้างความร่วมมือความรู้ระหว่างองค์กร (Chanias, Myers, and Hess: 2019) ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอธิบายในรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านลิขสิทธิ์ การถ่ายทอดสดทางทีวีดิจิทัล และพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า บริษัทยึดหลักของการตอบสนองความต้องการในการชมรายการกีฬาของผู้ชมรายการที่ต้องมีความรวดเร็ว ถูกต้อง กระชับ และหลากหลายช่องทาง การบริหารจัดการการถ่ายทอดตั้งแต่การ ขอลิขสิทธิ์และการบริหารจัดการการถ่ายทอดสดจึงมีหลักการที่สำคัญว่า “ผู้ชมเป็นผู้เลือกชม ไม่ใช่ผู้ถูกเลือก” กลยุทธ์ครั้งนี้ทำให้เกิดการเรียนรู้ในกระบวนการวางแผนเพื่อการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 จากประเทศอินโดนีเซีย ของกลุ่มผู้บริหารและบุคลากรในบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ผลจากการที่บริษัทเอกชนเพียงผู้เดียวที่ได้รับสิทธิในการเป็นเจ้าภาพถ่ายทอดสดครั้งนี้อย่างสมบูรณ์และครบถ้วนเนื้อหาประเภทกีฬาครั้งนี้ส่งผลให้ผู้ชมหันมาดูกีฬาในครั้งนี้เป็นจำนวนมาก จากการตระหนักของผู้ชมรายการดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการตระหนักู้ที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) ซึ่งเป็นการตระหนักู้ของผู้ชมรายการที่เกิดจากความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี และการแสดงออกของผู้ชมรายการทางพฤติกรรม (Behavioral Component) เมื่อได้รับชมรายการถ่ายทอดสด (ปารวีร์ นุชบาศรี, 2555)

2. กลยุทธ์การตลาด ประชาสัมพันธ์ และงบประมาณ

เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดกระบวนการหลอมรวมสื่อที่ไม่ได้ดูแค่ทีวีอย่างเดียว แต่สามารถรับชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยระบบวิถีถ่ายทอดสดได้อย่างดีเนื่องจากมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ และการงบประมาณแต่ละภาคส่วน ทั้งจุดที่ต้องลงทุนมากและน้อย อุปกรณ์สัญญาณระบบ และที่สำคัญการวางแผนการตลาดที่ครอบคลุมเนื้อหาตารางการแข่งขันยังสามารถขายได้ในทุกพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรชัญญ์ ครุจิต (2561) ที่กล่าวว่า ในมุมมองทางด้านการตลาดขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยพบว่า แนวทางการดำเนินงานการตลาดที่มีประสิทธิภาพคือ การค้นหาความสามารถขององค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันที่เป็นเอกลักษณ์ และค้นหาความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง และตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงระบบดิจิทัลที่ต้นนายรัฐธนบดีธรรมจารี (2559) และปรมินทร์ เยาว์ยืนยง (2560) ได้กล่าวไว้ว่า องค์การควรนำเทคโนโลยีมาสร้างสรรค์องค์การให้เหมาะกับยุคดิจิทัล รวมไปถึงทฤษฎียุคหลอมรวมที่นำเอาสื่อต่างๆ ทั้งทีวี โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต มาเป็นตัวตั้งต้นให้คณะทำงานคิดและวางกลยุทธ์ถ่ายทอดสดเนื้อหารายการกีฬาไปถึงมือผู้ชมไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เมื่อไหร่ ตอนไหน ก็มีสิทธิในการ

เลือกชมเลือกดูได้ด้วยตัวเอง จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายถึงมุมมองของการยอมรับสื่อหลอมรวมของกลุ่มผู้ชมได้จากผลงานวิจัยของอังคณา จงไทย และบุหงา ชัยสุวรรณ (2558) ที่ทำการศึกษาถึงการยอมรับสื่อหลอมรวมของกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่น Y โดยสื่อหลอมรวมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การอ่านข่าวชมคลิปผ่าน Facebook และการดูโทรทัศน์ออนไลน์ทาง YouTube

3. กระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดในยุคสื่อหลอมรวม

จากผลการวิจัยด้านวิธีการถ่ายทอดสดที่สามารถเชื่อมต่อรายการกีฬาไปยังช่องทางของสื่อที่หลากหลายทั้งสื่อที่เป็นทีวีและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นรูปแบบของการผสมผสานสื่อแบบหลอมรวมที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Jenkins (2006) ที่อธิบายถึงสื่อหลอมรวมไว้ว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหารายการไปยังพื้นที่สื่อที่แตกต่างกัน โดยเน้นการประสานความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมสื่อที่หลากหลาย ซึ่งจะนำไปสู่การรับข้อมูลข่าวสารจากผู้ชมรายการที่หลากหลายแตกต่างกัน

สำหรับการสร้างเนื้อหาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในยุคสื่อหลอมรวม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าในการสร้างเนื้อหาเกิดขึ้นจากการวางแผนของผู้บริหารและการดำเนินการร่วมกันของบุคลากรในแต่ละฝ่ายงานซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lawson-Borders (2003) ที่ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับข้อสังเกตของการหลอมรวมจะต้องเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคลากรทุกฝ่ายงานในองค์กรและมีการสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการแสดงความคิดเห็นจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในแต่ละฝ่ายงาน การสร้างความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมายการทำงานเพื่อร่วมค้นหาข้อสรุปที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของบริษัท และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยทางด้านการสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัลของ วรัชญ์ ครุจิต (2561) ที่ว่า การใช้สื่อดิจิทัลมีความสำคัญต่อการขยายต่อ ยอดและขยายช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก

การบริหารจัดการอุปกรณ์ถ่ายทอดสดในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการระดมทรัพยากรที่มีในบริษัทและการแสวงหาความร่วมมือจากเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจต่างๆ การดำเนินการดังกล่าวสอดคล้องกับมุมมองของข้อสังเกตของการหลอมรวมของ Lawson-Borders (2003) ที่ได้กล่าวไว้เช่นกันว่า สิ่งสำคัญในการหลอมรวมนั้นต้องอาศัยความร่วมมือทั้งบุคลากรภายในบริษัทที่ร่วมแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ รวมถึงการประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก มุมมองดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวโน้มใหม่ของการ

ดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยการกระตุ้นให้บุคคลตื่นตัวในการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการทำธุรกิจ การค้า การบริการ โดยจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ จากแนวคิดเศรษฐกิจเชิงแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งเป็นรูปแบบการแบ่งปันผลประโยชน์จากสินทรัพย์ที่สามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ในรูปแบบการเงิน ที่มีลักษณะแบบการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ (Peer to Peer) (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2562) ที่จะเติบโตได้ดีต้องมีการพัฒนาการประมวลผลข้อมูลระบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ภาวนิสรุ ชั่ววัลลี, 2560)

จากผลการวิจัยในภาพรวมของการศึกษากลยุทธ์ กระบวนการและขั้นตอนในการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018 บริษัท เวิร์คพอยท์เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Huang and Heider (2007) ที่ทำการวิจัยสื่อหลอมรวม กรณีศึกษาศานีเคเบิลข่าว ซึ่งใช้วิธีการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสื่อหลอมรวมประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ 1) การวางแผนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่จะนำเสนอ 2) การดำเนินการถ่ายทอดข่าวผ่านสื่อหลอมรวมที่แตกต่างจากเดิมที่ถ่ายทอดเฉพาะในทีวี แต่เพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ 3) การส่งเสริมการตลาดและการขายผ่านการประชาสัมพันธ์ และ 4) การประเมินการตระหนักรู้จากผู้ชมรายการ นอกจากนี้ Druilă (2015) ได้กล่าวถึงรูปแบบของสื่อหลอมรวมควรประกอบด้วยการประสมประสานในเชิงเศรษฐกิจและเทคโนโลยี การสร้างสรรค์การผลิตระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคผ่านการออกแบบเนื้อหารายการและช่องทางการถ่ายทอดที่มีความหลากหลายรูปแบบ

ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องของหลักการในการดำเนินงานของบริษัท เวิร์คพอยท์เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นองค์กรธุรกิจผู้สร้างสรรค์เนื้อหาบันเทิงครบวงจรและเป็นผู้ดำเนินอุตสาหกรรมบันเทิงแห่งเอเชียอาคเนย์ ที่ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมแห่งความสร้างสรรค์ควบคู่คุณธรรม นอกจากนี้โทรทัศน์ของตัวเอง ยังผลิตผลงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างพัฒนา โดยเฉพาะการขับเคลื่อนการถ่ายทอดสดในยุคสื่อหลอมรวมได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารจัดการ

จากผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่สำคัญต่อการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์นั้น จากการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดทำให้พบว่า สิ่งสำคัญคือการวางแผน และการสร้างกลยุทธ์ รวมไปถึงการออกแบบกระบวนการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะกระบวนการเพื่อการเตรียมตัวสำหรับผู้ผลิตที่มีความต้องการถ่ายทอดสดกีฬาที่เป็นเนื้อหาระดับประเทศได้แก่ 1) การเตรียมการได้มาลิขสิทธิ์ 2) การวางแผน เผยแพร่บนพื้นที่ทีวีและออนไลน์ 3) การหากลยุทธ์การตลาด 4) การสร้างกระบวนการผลิต 5) การปรับตัวขององค์กรให้ทันยุคสมัยดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหา 6) การเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ และ 7) งบประมาณ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาเป็นบริษัทเวิร์คพอยท์เอ็นเทอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือเป็นองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เอกชนของไทยแต่เพียงฝ่ายเดียว ดังนั้นการศึกษารายการต่อไป

1) ควรศึกษาวิจัยในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นที่มีการถ่ายทอดสดที่มีบริบทเช่นเดียวกับบริษัท เนื้อหารายการประเภทกีฬาในส่วนต่างๆ เช่น วอลเลย์บอล ฟุตบอล เป็นต้น

2) การพัฒนาตัวชี้วัดในการตรวจสอบและกระบวนการถ่ายทอดสดหรือกลยุทธ์ต่างๆ ของผู้ที่มีสิทธิ์ถ่ายทอดสด

3) ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินการรับรู้หรือความพึงพอใจทางด้านประสิทธิภาพของกลุ่มบริษัทผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภที่เป็นพันธมิตร

4) ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและวัดผลตัวชี้วัดในด้านของเนื้อหารายการบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทอื่นที่ทำเนื้อหาถ่ายทอดสดกีฬาระดับชาติ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.

(2562). *เศรษฐกิจร่วมใช้ประโยชน์*. ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.

ชลากรณ์ ปัญญาโณม. (2561). *UPDATE: เวิร์คพอยท์คว่ำลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดเอเชียนเกมส์ 2018*. สืบค้นจาก <https://www.Facebook.com/thestandardth/posts/>

ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์. (2554). แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี. *Executive Journal*, 31. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/Executive_journal/oct_doc_11/index.html

दनัยรัฐ ธนบดีธรรมจารี. (2559). *Digital Transformation version 3.4*. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2562, จาก <https://www.slideshare.net/DanairatThanabodithammachari/>

นฤมล รื่นไวย. (2552). *จอตัว (ต่างแดน) เลาะดูขบวนการปกป้องเด็ก*. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://info.thaihealth.or.th/library/hot/12381>

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน). [ม.ป.ป.]. *ตารางรับสัญญาณภาพจากอินโดนีเซียทั้งหมด 8 Feed ของการถ่ายทอดสดกีฬาเอเชียนเกมส์ 2018*. [ม.ป.ท.].

ปรมินทร์ เยาว์ยืนยง. (2560). *Digital Transformation in Thai-Style Higher Education*. สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2562, จาก <https://www.monsoonsimthailand.com>

ปารวีร์ บุษบาศรี. (2555). *ความตระหนักรู้และทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานต่อการประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน). (การศึกษาค้นคว้าอิสระสาขานิเทศศาสตร์การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า).*

พงษ์ วิเศษสังข์. (2558). *การเปิดรับโทรทัศน์และการรับรู้ความเป็นจริงของสังคมของนักศึกษาหญิง*. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2562, จาก <http://e-jodil.stou.ac.th>

ภาวนิศร์ ชั่ววลี. (2560). *Sharing Economy: Trend ใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2562, จาก

<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Sharing-Economy.pdf>

วรชัย คุรุจิต. (2561). การสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัลสำหรับองค์กรสื่อสารมวลชน: กรณีศึกษา องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรม* นิต้า, 5(1), 95-115).

อังคณา จงไทย และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การยอมรับสื่อหลอมรวมและการตอบสนองต่อ โฆษณา. ในเอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558, หน้า 73-87. 9 มิถุนายน 2558. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Chanias, S., Myers, M.D., and Hess, T. (2019). Digital transformation strategy making in pre-digital organizations: The case of a financial services provider. *Journal of Strategic Information Systems*, 28, 17-33.

Dachman, J. (2014). *2014 NFL Preview: Fox Sports Looks to Build on Super Bowl Momentum*. Retrieved March 1, 2019, from <http://www.vizrt.com/news/newsgrid/41940/2014NFLPreviewFoxSportslookstobuildonSuperBowlmomentum>

Drulă, G. (2015). Forms of media convergence and multimedia content-A Romanian perspective. *Media Education Research Journal*, 44(22), 131-140.

Doi <http://dx.doi.org/10.3916/C44-2015-14>

Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with Television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2): 172-199.

Huang, J.S. and Heider, D. (2007). Media Convergence: A case study of a Cable News Station. *The International Journal on Media Management*, 9(3): 105-115.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York:

New York University Press.

Lawson-Borders, G. (2003). Integration new media and old media: Seven observations

of convergence as a strategy for best practices in media organizations. *The International Journal on Media Management*, 5(11): 91-99.