

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจของการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐

The Management Pattern of TV Program Production Business in 4.0 Era

วีรยา ดำรงศรี, ฤเดช เกติวิชัย และสุรมน ไทยเกษม

Weeraya Damrongsri, Luedech Girdwichai and Suramon Thaikasame

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาจารย์ประจำ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Phd. Scholar in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University

President of Suan Sunandha Rajabhat University

Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Development Administration,

Suan Sunandha Rajabhat University

Email : binfaa@gmail.com

Received : January 1, 2019

Revised : March 28, 2019

Accepted : April 11, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (๑) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร (๒) เพื่อศึกษาองค์ประกอบแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร และ (๓) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธี Explanatory Research สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในอุตสาหกรรมบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน ๓๖๐ ตัวอย่าง ก่อนที่จะนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ของอุตสาหกรรมธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ ประสบภาวะวิกฤตด้านการแข่งขันราคาที่รุนแรง จากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ซึ่งคู่แข่งรายใหม่ส่วนใหญ่ขาดจรรยาบรรณในการนำเสนอสื่อที่มีคุณค่าต่อสังคม ด้านองค์ประกอบความสำเร็จต่อการบริหารจัดการในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ได้แก่ การจัดการอย่างยั่งยืน การยอมรับเทคโนโลยี ความรับผิดชอบต่อสังคม และการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่า ปัจจัยความสำเร็จ

ทั้ง ๔ มีความสอดคล้องกลมกลืนต่อการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ มากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหารธุรกิจ, การผลิตรายการโทรทัศน์, ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

Abstract

This study aimed (1) to study the situation of the management of TV program production business in Thailand 4.0 Era; (2) to study the key success factors of the management of TV program production business; and (3) to study the relationship of the factors of management of TV program production business that effect to business performance. The study was a conduct in mixed method by explanatory research in nature. The quantitative research collected data from 360 samples who are staffs of TV program production business the analyzed used descriptive and inferential statistics such as structural equation model (SEM).

The results indicated that the situation of TV program production business had a critical crisis in pricing war from new competitors and most of them lacked the code of ethics in presenting the quality of content to audiences. The key of success factors for management of TV program production business in 4.0 Era consisted of sustainability management, technology acceptance model, corporate social responsibility, and organizational innovation supportiveness. The result of structural equation model revealed that all factors were consistent with the literature review and research works concerned indicating that the corporate social responsibility had high positive effects on the management of TV program production business in 4.0.

Keywords : The Business Management Pattern, TV Program Production, Business performance

ความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการมอบสารประโยชน์ต่อสังคมอย่างยิ่ง เพราะสามารถสร้างอิทธิพลทางความคิด และพฤติกรรมให้เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นทั้ง ประชาชน หรือ เยาวชนของชาติ ผ่านการนำเสนอด้วยรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ดังนั้นรายการโทรทัศน์ที่มอบสารประโยชน์ และความบันเทิง จะมีส่วนสำคัญในการผลักดันแนวคิด และพฤติกรรมของผู้รับชมให้ดำเนินไปอย่างถูกต้องตามหลักคุณธรรม หรือ จริยธรรม ที่ควรจะเป็น การพัฒนาธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์อย่างถูกวิธีจะส่งผลโดยตรงต่อภาคสังคม โดยเฉพาะการสร้างจิตสำนึก และการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วยเนื้อหา ข้อคิด เตือนสติ เป็นต้น^๑ การปรับเปลี่ยนรูปแบบแนวทางกลยุทธ์ของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดประเทศไทย ๔.๐ (Thailand 4.0) มีเนื้อหาสาระที่สำคัญเพื่อการพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง เพื่อการสร้างโอกาสทางอาชีพ การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศควบคู่กับคุณธรรม และจริยธรรมต่อการดำเนินธุรกิจ แนวทางกลยุทธ์ประเทศไทย ๔.๐ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบต่อภาคธุรกิจทั่วทั้งประเทศไทย สำหรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางกลยุทธ์ประเทศไทย ๔.๐ ที่มีผลต่อธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ คือ การเปลี่ยนแปลง และขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มต้นจากการเปลี่ยนถ่ายยุคโทรทัศน์อะนาล็อก (analog) สู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือ การใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการออกอากาศ และสร้างฐานผู้ชมที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การรับชมแบบสด (streaming) หรือ การรับชมแบบย้อนหลัง (re-run) (กองบริหารงานวิจัย และประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐) ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องปรับตัว และวิธีคิดครั้งใหม่เพื่ออยู่รอดในบริบทประเทศไทย ๔.๐^๒ ดังนั้นรายการโทรทัศน์ที่ปราศจากความสร้างสรรค์เชิงบวก เช่น การนำเสนอสื่ออย่างไม่เหมาะสม การขาดคุณธรรม และจริยธรรม รวมทั้งความทันสมัย เป็นต้น จะมีความยากลำบากในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในยุคบริบทประเทศไทย ๔.๐

การเข้าสู่บริบทประเทศไทย ๔.๐ จากการวางแผนทางของภาครัฐตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙ การแข่งขันของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จึงก้าวเข้าสู่รูปแบบการแข่งขันยุคดิจิทัล^๓ มีผลให้องค์กร

^๑ อิศริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์, “ใบอนุญาตโครงข่ายทีวีดิจิทัล”, ๒๕๕๖ และ ภาสกร เรืองรอง และคณะ, “เทคโนโลยีการศึกษากับครูไทยในศตวรรษที่ ๒๑”, วารสารปัญญาภิวัฒน์, ๒๕๕๗, (๕) : ๑๙๕-๒๐๗.

^๒ ญัฐอมรวิญญู, “รูปแบบการเสริมเครือข่ายทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริหารจัดการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดหนองบัวลำภู”. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, (๕), (๒๕๕๗) : ๑๙๕-๒๐๗

^๓ ไทยรัฐออนไลน์, “การพัฒนาคนไทยสู่ยุค ๔.๐ การกึ่งขับเคลื่อนประเทศหลังลงประชามติ”, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.thairath.co.th/content/๖๘๓๘๙๗>, [๒๕๕๙].

ต้องพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และสามารถสร้างคุณประโยชน์จากการใช้งานให้เกิดขึ้นกับกิจกรรมทางธุรกิจ^๕ การพัฒนาระบบการบริหารจัดการของธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องตามการเปลี่ยนแปลงของบริบทประเทศไทย และการพัฒนาทางเทคโนโลยีให้ทันอย่างเหมาะสม เพื่อใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่เหมาะสม และสามารถผลักดันให้ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ก้าวไปสู่การแข่งขันในยุคประเทศไทย ๔.๐ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้รับชมในยุคดิจิทัลของคนรุ่นใหม่ ที่เรียกว่า generation ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมไปสู่ยุคดิจิทัลโดยอาศัยเครื่องมือสมาร์ตโฟน เป็นกลไกเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงใหม่ตลอด ๒๔ ชั่วโมง พฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์จึงเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ที่ปรับตัวไม่ทันจึงมีแนวโน้มที่จะสูญหาย หรือ เลิกกิจการ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นสาเหตุสำคัญที่ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องเร่งปรับตัวบริบทของการบริหารจัดการธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ในยุค ๔.๐ เพื่อขับเคลื่อนไปสู่ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงานทางธุรกิจ^๕ ทั้งนี้ บริบทของการขับเคลื่อนธุรกิจในยุคประเทศไทย ๔.๐ จะต้องทำให้เกิดความชัดเจนในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยกลไกสำคัญ ๓ ประการ ได้แก่ การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ที่ธุรกิจต้องสร้างนวัตกรรมที่แตกต่างอย่างโดดเด่น และยากต่อการเลียนแบบ เพื่อใช้เป็นโอกาสในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืน การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การขับเคลื่อนธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และจริยธรรมต่อผู้รับชม เพื่อลดความเสี่ยงต่อการถูกการต่อต้านโดยชุมชน หรือ สังคมที่ธุรกิจดำรงอยู่ เพื่อยกระดับองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรที่มีความสามารถต่อการดำรงชีวิตภายใต้บริบทประเทศไทย ๔.๐ และประเด็นสุดท้ายคือการเป็นธุรกิจที่เข้าถึงได้ ทั้งด้านของการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือ สังคมชุมชน และที่สำคัญคือการที่ประชาชนทั่วไปสามารถมีส่วนร่วม หรือ เข้าถึงได้เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการผลักดัน หรือ ตรวจสอบธุรกิจให้เกิดความโปร่งใส และดำเนินการทางธุรกิจที่สอดคล้องกับสังคมชุมชน เป็นต้น ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จึงต้องปรับการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทประเทศไทย ๔.๐ เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และโอกาสที่อยู่รอดในยุคประเทศไทย ๔.๐^๖

^๕ Svendsen et al., “The effect of brand on churn in the telecommunications sector”, European Journal of Marketing, 47(8), 2013, Pp 1177-1189.

^๕ Teprasit, “Smart Middle Man for 4.0”, **Port Authority of Thailand**, Bangkok: Port Authority of Thailand, 2017.

^๖ กองบริหารงานวิจัย และประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐.

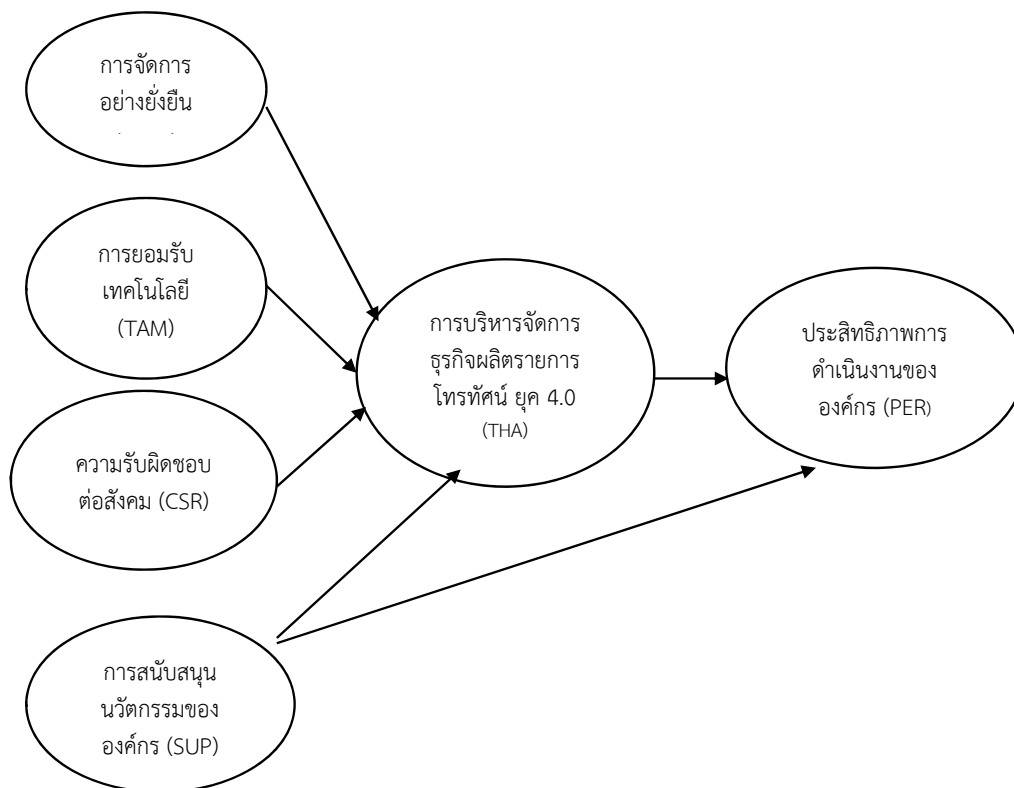
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทยยุค ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร
- ๒) เพื่อศึกษาองค์ประกอบแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทยยุค ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร และ
- ๓) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทยยุค ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ ๑ การจัดการอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐
- สมมติฐานที่ ๒ การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐
- สมมติฐานที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐
- สมมติฐานที่ ๔ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐
- สมมติฐานที่ ๕ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร
- สมมติฐานที่ ๖ การบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ทำการศึกษากลุ่มบุคลากรในอุตสาหกรรมบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ จำนวน ๓๖๐ ตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) ที่ต้องกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ ๑๐-๒๐ ขององค์ประกอบทั้งหมดในตัวแปรที่ทำการศึกษา^๓ จำนวนทั้งหมด ๑๘ องค์ประกอบ

เครื่องมือสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณได้ทำการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตลอดจนการพัฒนาเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ถึงความเหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างถูกต้อง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ดำเนินการประเมินความเหมาะสมของข้อคำถามแต่ละข้อโดยให้เป็นการให้คะแนน และใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-objective

^๓ กัลยา วานิชย์บัญชา, “การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS”, (กรุงเทพมหานคร, สามลดา, ๒๕๕๗)

Congruence index : IOC) โดยพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยพบว่าค่า IOC มากกว่า ๐.๕๐ ทุกข้อคำถามและทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ภายหลังการปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามตามค่าดัชนีที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยการทำ pilot test กับกลุ่มประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๐ ราย และนำกลับมาทดสอบทางสถิติเพื่อหาค่า Cronbach's alpha ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า ๐.๗ ทุกองค์ประกอบ

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น (๑) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ สถิติค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการพรรณนาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ในการวัดระดับข้อมูลของตัวแปรต่างๆ (๒) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling: SEM) เพื่อระบุความสัมพันธ์ของปัจจัยเหตุและผล ตลอดจนการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาได้รายงานผลตามวัตถุประสงค์ทั้ง ๓ ประการ ดังนี้

๑. สภาพการณ์ของการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงแบบสงครามราคา (Pricing War) จากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ทั้งนี้เมื่อมีการเข้ามาของธุรกิจใหม่ที่เพิ่มขึ้น จำนวนของบุคลากรหรือบุคคลที่เข้ามาในอุตสาหกรรมนี้มีมากขึ้น และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือมาจากธุรกิจอื่นๆ จึงขาดความรู้ความเข้าใจในด้านจรรยาบรรณหรือคุณธรรมของสื่อ บ่อยครั้งพบว่า สื่อหรือรายการใหม่ๆ นำเสนอเนื้อหาสาระ (Content) ที่ล่อแหลมต่อการขัดศีลธรรมที่พึงงามของคน บางครั้งการนำเสนอข้อมูลปราศจากการกลั่นกรอง หรือการตัดสินใจบนพื้นฐานของคุณธรรมและคุณภาพของเนื้อหาที่จะสื่อสารออกไป

๒. การศึกษาองค์ประกอบแห่งความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย 4.0 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร การทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ และสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์กร ได้แก่

๑) การจัดการอย่างยั่งยืน (MAN) เนื่องจากมุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรคการบริหารธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกับชุมชน สังคม แบบฉันทมิตรไม่ก่อให้เกิดผลกระทบหรือสร้างความเดือดร้อนให้กับสังคมรอบข้างธุรกิจรวมไปถึงการทำธุรกิจอย่างโปร่งใส มีคุณภาพและตรวจสอบได้ เพื่อสร้างจุดแข็งและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจและนำไปสู่ความยั่งยืน

๒) การยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นองค์ประกอบความสำเร็จที่สำคัญในการบริหารยุค ๔.๐ เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีของคนหรือบุคลากรในองค์กร เพื่อยกระดับให้บุคลากรเห็นคุณค่าของการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม และสร้างสรรค์การทำงานผ่านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี

๓) ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อและตอบแทนสังคมของธุรกิจหรือองค์กรซึ่งส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ และความรู้สึกเชิงบวกของลูกค้า สังคมชุมชนที่มีต่อองค์กร เป็นการสร้างจุดแข็งและความแข็งแกร่งด้านแบรนด์และจิตใจของพนักงานต่อสังคม ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้โดยปราศจากการต่อต้านจากสังคม

๔) การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร (SUP) เป็นการยกระดับองค์กรเข้าสู่ ๔.๐ โดยนำนวัตกรรมที่เหมาะสมมาสนับสนุนและใช้ภายในองค์กร เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจผ่านนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เป็นการยกระดับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๓. การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในบริบทประเทศไทย ๔.๐ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรโดยการวิเคราะห์โมเดลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษา โดยเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ดัชนีค่า Chi-Square, χ^2/df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA (กัลยา วานิชย์บัญชา, ๒๕๕๗) ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งที่ ๑ พบว่าค่าไม่ผ่านเกณฑ์ (ดังตาราง ๑)

ตาราง ๑ แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลก่อนการปรับโมเดล

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< ๒.๐๐	๔.๕๑๗	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ ๐.๙๕	.๙๐๗	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ ๐.๙๕	.๘๖๗	ไม่ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ ๐.๙๐	.๘๑๖	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< ๐.๐๕	.๐๙๙	ไม่ผ่านเกณฑ์

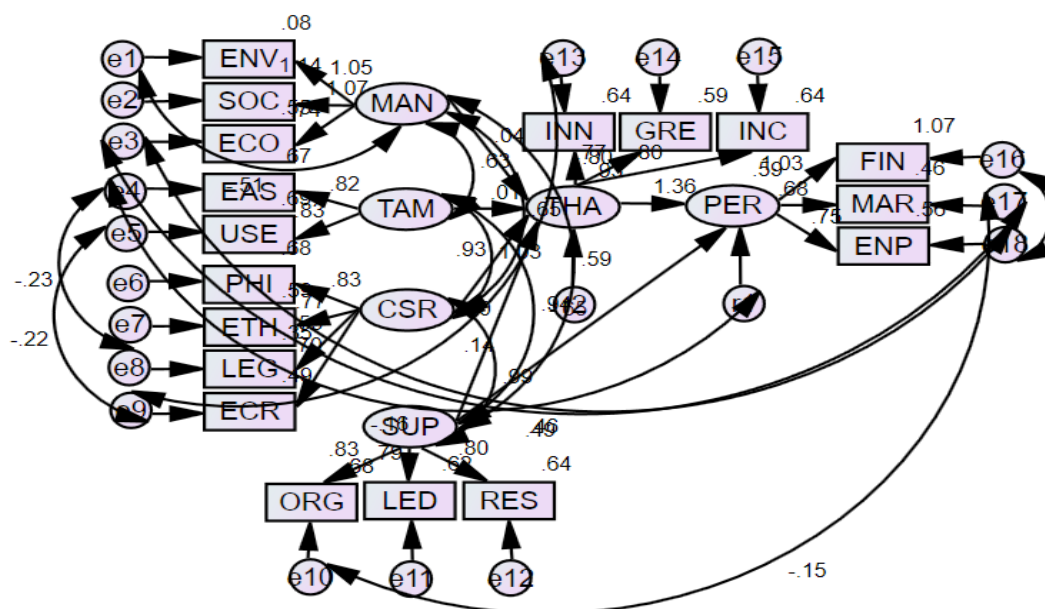
ผลการศึกษาดังตาราง ๑ ค่าสถิติ GFI และ RMSEA ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด หมายความว่าค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลตั้งต้นตามหลักการทางสถิติสมการโครงสร้าง จะต้องดำเนินการปรับโมเดล โดยการพิจารณาค่า Modification Indices (MI) และดำเนินการปรับค่าตามที่แนะนำด้วยวิธีการปรับทีละคู่ และทำการพิจารณาค่า P-Value และ RMSEA ว่าตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่ โดย P-Value ต้องมากกว่า ๐.๐๕ และ RMSEA ต้องน้อยกว่า ๐.๐๕ จึงจะหยุดการปรับปรุงโมเดลและ

พิจารณาค่าสถิติตามหลักเกณฑ์ของการวิเคราะห์สมการโครงสร้างอื่นๆ ต่อไปนี้การปรับโมเดลได้ดำเนินการปรับทั้งสิ้น ๙ รอบ จนพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามดังตาราง ๒ และภาพ ๑

ตาราง ๒ แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลหลังการปรับโมเดล

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< ๒.๐๐	๑.๑๘๑	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ ๐.๙๕	.๙๙๖	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ ๐.๙๕	.๙๖๒	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ ๐.๙๐	.๙๔๓	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< ๐.๐๕	.๐๒๒	ผ่านเกณฑ์

ภาพ ๑ โมเดลหลังการปรับ



ผลการปรับโมเดลรอบที่ ๙ พบว่า ค่าความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือที่เก็บรวบรวมมาโดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี $\chi^2/df = ๑.๑๘๑$, CFI = ๐.๙๙๖, GFI = ๐.๙๖๒, AGFI = ๐.๙๔๓, RMSEA = ๐.๐๒๒ จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ทั้งนี้ได้ทำการทดสอบตามสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานดังตาราง ๓

ตาราง 3 แสดงการวิเคราะห์หือทธิพลเชิงสาเหตุของการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ

ปัจจัยเหตุ	ปัจจัยผล					
	THA			PER		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE
MAN	.๐๔๓	.๐๔๓	-	.๐๕๙	-	.๐๕๙
TAM	.๐๑๒	.๐๑๒	-	.๐๑๖	-	.๐๑๖
CSR	.๙๒๖	.๙๒๖	-	๑.๒๕๕	-	๑.๒๕๕
SUP	.๐๐๕	.๐๐๕	-	.๖๕๔	.๖๔๘	.๐๐๖
THA	-	-	-	๑.๓๕๖	๑.๓๕๖	-

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ ๑ การจัดการอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๐.๔๓

สมมติฐานที่ ๒ การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๐.๑๒

สมมติฐานที่ ๓ ความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๐.๙๒๖

สมมติฐานที่ ๔ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๐.๐๐๕

สมมติฐานที่ ๕ การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๐.๖๔๘

สมมติฐานที่ ๖ การบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ โดยมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ ๑.๓๕๖

ทั้งนี้สรุปได้ว่าผลการทดสอบสมมติฐาน ๖ ข้อเป็นไปตามการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี

อภิปรายผล

ผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ พบว่า การจัดการอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความยั่งยืนทั้งธุรกิจ และชุมชนรอบสถานที่ตั้งขององค์กรเพื่อสร้างความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ^๙ ที่กล่าวว่า การจัดการอย่างยั่งยืน คือ การจัดการที่ตอบสนองความต้องการของคน ในปัจจุบัน โดยไม่กระทบต่อการพัฒนาของคนรุ่นต่อไปในอนาคต ทั้งนี้การจัดการอย่างยั่งยืนต้องผสมผสานความสมดุลทั้ง ๓ ประการ^{๑๐} ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจอย่างสอดคล้อง^{๑๑} โดยการจัดการอย่างยั่งยืน จะต้องประกอบไปด้วย เป้าหมายทางสังคม (Social Goals), เศรษฐกิจ (Economic Goals) และสิ่งแวดล้อม (Environmental Goals)^{๑๒} องค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิด และวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตของตนในปัจจุบันเสียใหม่ ทั้งวิธีการบริหารจัดการ แนวคิดการทำธุรกิจ ต้องเปลี่ยนจากการมองเพียงองค์กรเป็นที่ตั้งมาเป็นการมองถึงประโยชน์ของส่วนร่วม และภาคสังคม การประสานหลักการทั้งสามเข้ากับการปฏิบัติจะช่วยให้แนวทางการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือมุ่งตรงไปสู่จุดหมายอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างสมบูรณ์^{๑๓} การจัดการอย่างยั่งยืน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ เพราะบริบทความต้องการของประเทศไทย ๔.๐ คือการสร้างการบริหารจัดการที่ทำให้องค์กรเป็นองค์กรที่มีความสามารถ (Smart Enterprise) ที่จะผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไปข้างหน้าตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจ อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นอกจากการจัดการอย่างยั่งยืนจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดียังเป็นการบริหารธุรกิจที่เป็นมิตรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

^๙ Schaltegger & Burritt, “Gatekeepers of Sustainability Information: Exploring the Roles of Accountants”, Journal of Accounting & Organizational Change, 11(3) 2015, Pp 333-361 และ Blake P. “Impact of Corporate Sustainability Behavior on Financial Performance in Aerospace Companies. Doctoral Dissertation, Indiana State University, Indiana, 2014.

^{๑๐} Amaral, Martins & Gouveia, “Quest for a Sustainable University: a Review. Int”, Journal of Sustainability in Higher Education, (16), 2015, Pp 155-172.

^{๑๑} Kumar, “Sustainability Performance Measurement: An Investigation into Corporate Performance Through Environmental Indicators”, International Journal of Management Research and Review, 2014

^{๑๒} Thurston et al., “Effects of Respiratory Muscle Warm-up on High-Intensity Exercise Performance.”, Sports 2015, (3), Pp 312-324.

^{๑๓} C.A. Adams, “Sustainability reporting and performance management in universities Challenges and benefits”, Monash Sustainability Institute, Monash University, Melbourne, Australia, 2013.

และสังคม หรือ ลูกค้าเป้าหมายทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนค่าการตลาด และการโฆษณาชวนเชื่อให้ต่ำลงได้ รวมถึงทำให้เกิดการใช้ทรัพยากร และต้นทุนทางการตลาดที่สร้างศักยภาพด้านการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้การบริหารงานธุรกิจจะเกิดความโปร่งใสที่มากขึ้นทำให้การผ่านอุปสรรคทางการค้าทั้งแบบที่เป็นกฎหมายบังคับ แรงกดดันจากสังคมจะเป็นไปด้วยดี

การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ กล่าวได้คือ การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานตามวิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และเทคโนโลยีอื่นๆ การยอมรับเทคโนโลยีเป็นพฤติกรรมความตั้งใจที่เกิดจากการรับรู้ว่าคุณสมบัติของเทคโนโลยีง่ายต่อการใช้งาน และรับรู้ว่าคุณสมบัติมีประโยชน์^{๑๓} ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนในยุคปัจจุบันที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในด้านการทำงาน และสนทนาการ อาทิเช่น การรับ-ส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล กิจกรรมเพื่อความบันเทิง รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์^{๑๔} สำหรับองค์กรธุรกิจ การยอมรับเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะบุคลากรจะต้องเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงของการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในองค์กรเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างมีนวัตกรรม และสร้างการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทประเทศไทย ๔.๐^{๑๕} การที่จะให้บุคลากรยอมรับเทคโนโลยีได้องค์กรต้องคัดสรรเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และมีประโยชน์ต่อการใช้งานจริงโดยต้องเป็นเทคโนโลยีในแบบฉบับที่ผู้ใช้งานร่วมตัดสินใจ หรือ ออกแบบเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับกิจกรรม หรือ กระบวนการดำเนินงานจริงทั้งนี้ต้องมีการออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึง ใช้งาน และการพัฒนาปรับปรุง จะทำให้บุคลากรเกิดการยอมรับเทคโนโลยี และสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการบริหารจัดการ หรือ การดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจอย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด เนื่องจากประเทศไทย ๔.๐ เทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญในการผลักดันนวัตกรรม และสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ

ความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ กล่าวได้ คือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นในองค์กร และระดับ

^{๑๓} B. Sotelo, "A Qualitative Case Study to Investigate the Technology Acceptance Experience Outlined in the TAM Using the Kubler-Ross Stages for Grieving and Acceptance", Colorado Technical University, Proquest Dissertations Publishing, 2015.

^{๑๔} Lacka, Chan, & Yip, "Does Change of Cultural Environment Change Attitudes toward e-Commerce? New Research Method Investigation the Effect of Culture on e-Commerce Acceptance". International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning, 4(2), 2014, Pp 116-119.

^{๑๕} Gao & Bai, "A Unified Perspective on the Factors Influencing Consumer Acceptance of Internet of Things Technology", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 26(2), 2014, Pp 211-231.

ผู้บริหาร จะเป็นการสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Involvement) กระบวนการผลิตที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Production Processes) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible)^{๑๖} การที่องค์กร หรือ ผู้ประกอบการมีการใช้หลักการความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อเหนือกรอบของกฎหมายกำหนดร่วมด้วย^{๑๗} เช่น ด้านศีลธรรม จริยธรรม จะส่งผลให้เกิดรูปแบบการบริหารจัดการที่เต็มใจจะทำเพื่อสร้างการจัดการที่เหมาะสม^{๑๘} สอดคล้อง และเป็นการจัดการที่ยั่งยืน ทั้งนี้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในแต่ละระดับที่องค์กรต้องการ จะแสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ (Xing, 2013) ทั้งนี้การแสดงความรับผิดชอบต่อเพื่อนมนุษย์ (Philanthropic Responsibility) เป็นความรับผิดชอบต่อเกี่ยวกับความใญ่บุญขององค์กร ผู้บริหาร และบุคลากร ในการมอบสิ่งดีๆ ตอบแทนเพื่อนมนุษย์จะส่งผลให้เกิดการบริหารจัดการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การสร้างกลยุทธ์การตลาด หรือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการที่เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนมนุษย์ ไม่ทำลายศีลธรรมอันดีงามของสังคม หรือ สิ่งแวดล้อมที่จะไปกระทบต่อเพื่อนมนุษย์ หรือ ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) มีความสำคัญอย่างยิ่ง^{๑๙} โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ปัจจุบันมีอิทธิพลต่อเยาวชน และประชาชนของประเทศ การสร้างสรรค์รายการไม่ควรขัดต่อศีลธรรม^{๒๐} จริยธรรม และการประพฤติดีประพฤติชอบ ควรมีการสอดแทรกให้เห็นถึงการจรรโลงสังคมให้เป็นด้านบวก และมีคุณธรรมเสมอเพื่อเป็นความรับผิดชอบต่อที่ตีรวมไปถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ต้องไม่เอาเปรียบ ไม่ใช้การสร้างกระแสหลอกลวงเพียงเพื่อหวังผลลัพธ์ทางการค้า ดังนั้น การที่องค์กร หรือ ผู้ประกอบการมีความตั้งใจที่จะดำเนินการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม การบริหารจัดการธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์จะเป็นไปอย่างมีระบบ และสอดคล้องกับแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการจัดการเพื่อความยั่งยืนที่มุ่งเน้นการประสานความสัมพันธ์ และการ

^{๑๖} K. Adcock, "Generation 2.5 Corporate Social Responsibility: Unlocking the Business Value in the Future of Corporate Citizenship. A Thesis Submitted in Partial Satisfaction of the Requirements for the Degree Master of Arts in Global and International Studies. 2014.

^{๑๗} Behjati, "Executives Ecocentric Perspective in Framing Corporate Environmentalism", Doctoral Dissertation, University Utara Malaysia, Malaysia, 2014.

^{๑๘} Sepasib & Rahdari, "Fuzzy Evaluation of Service Quality in the Banking Sector: A Decision Support System, Fuzzy Economic Review, XIX (2) 2014, P47-79

^{๑๙} Patterson Shirey, "Is Corporate Citizens. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the requirements for the Degree Doctor of Philosophy, 2013.

^{๒๐} Jr Eaglin, "Managing Collaboration in Multisite Social Service Organizations: A Model for Sustainable change", A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of University of Maryland University College in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Management, 2013.

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ (Post, 2015) สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เป็นความรับผิดชอบระดับมาตรฐานที่ต่ำที่สุดของแต่ละประเทศ ตามหลักที่กฎหมายกำหนด^{๒๑} ทั้งเรื่องของแรงงาน การเสียภาษี การปล่อยมลภาวะ มาตรฐานสินค้า และบริการ ธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามกรอบ และเกณฑ์ของกฎหมายอย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นภาระหน้าที่รับผิดชอบของธุรกิจ ทั้งนี้องค์กร และผู้บริหารที่ดำเนินกิจการในประเทศไทยจะต้องปฏิบัติตามหลักการของกฎหมายอย่างเคร่งครัด ดังนั้นรูปแบบการบริหารจัดการ เช่น การวางแผน การจัดองค์กร การนำองค์กร หรือการควบคุมจะต้องปฏิบัติตามหลักกฎหมาย เช่น กฎหมายแรงงาน กฎหมายภาษี เป็นต้น ขณะที่ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เป็นความรับผิดชอบที่สำคัญต่อการดำเนินงานทางธุรกิจที่สอดคล้องกับการสร้างการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ ดังนั้นจึงส่งผลต่อการบริหารจัดการโดยตรงรวมถึงการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ พบว่าองค์กรที่ดีจะต้องนำเสนอการสนับสนุนนวัตกรรมอย่างเหมาะสม^{๒๒} เช่น การสนับสนุนของผู้นำองค์กร มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะผู้นำมีอิทธิพลต่อบุคลากรในองค์กร การที่ผู้นำให้อิสระในการทำงานในขอบเขตที่มีความเหมาะสม และเพียงพอ มีการสนับสนุนบุคลากรทางด้านการเรียนรู้ และพัฒนาจากข้อผิดพลาดโดยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานปราศจากความเกรงกลัวในความผิดพลาด เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรโดยส่วนใหญ่ มุ่งเน้นปิดกั้นความผิดพลาด ส่งผลให้ขาดการทดลองปฏิบัติ หรือ สร้างแนวความคิดการทำงานในรูปแบบใหม่ซึ่งนำไปสู่การถูกกล่าวหาว่าดักเตือน หรือ บทลงโทษในประเภทอื่นๆ^{๒๓} ดังนั้นผู้นำควรแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนให้กับผู้ปฏิบัติงานที่เป็นผู้ได้บังคับบัญชา และกล้าที่จะมอบอิสระในการทำงานเพื่อให้เกิดการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางความคิด หรือ การดำเนินงานแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยให้โอกาสอย่างต่อเนื่อง และสร้างการเรียนรู้จากความผิดพลาดเพื่อการปรับปรุงให้ดีขึ้นทดแทนการลงโทษ หรือ การดักเตือนจะสนับสนุนให้เกิดการสร้างความคิด และการ

^{๒๑} LeBaron, “Subcontracting is not Legal, but is it Unethical? Business Ethics, Forced Labor and Economic Success. Vice-Chancellor”s Fellow in Politics the University of Sheffield, 2014.

^{๒๒} Sa'ari et al., “Information Technology Leadership on Electronic Records Management: the Malaysian Experience”, European Conference on Management, Leadership & Governance: Kidmore End: 105-113 Kidmore end: Academic Conferences International Limited, 2013.

^{๒๓} Lindh, “Workplace Stress, Mindfulness Based Stress Reduction (MBSR) and Gas Discharge Visualization (GDV): Innovative Practical Measurements in Organization Development (OD) and Employee Wellness. University of St. Thomas (Minnesota), Proquest Dissertations Publishing, 2013.

ปฏิบัติใหม่ๆ ให้กับองค์กรโดยจะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรม^{๒๔} เพราะนวัตกรรมเป็นหัวใจหลักของการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ นอกจากนี้การที่จะเกิดนวัตกรรมขึ้นได้อย่างเหมาะสมต้องสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างเพียงพอ เช่น เงินทุน เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ฐานความรู้ และข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ทั้งนี้พบว่าสิ่งที่องค์กรสามารถนำเสนอทรัพยากรที่เหมาะสมต่อการทำงานจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับบุคคลในทีมงาน หรือ กลุ่มงานให้เกิดความพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลทำให้เกิดการสร้างความคิดใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมเพื่อการปฏิบัติงานที่ดียิ่งขึ้นสอดคล้องกับทรัพยากรที่องค์กรมอบให้และเมื่อดำเนินการได้เป็นที่เรียบร้อยตามเป้าหมาย การมอบรางวัลคำชม หรือ การแสดงออกถึงการรับรู้ถึงผลงานขององค์กร^{๒๕} เช่น การรับรู้ของสมาชิกในทีมงาน ว่าผลงานสร้างสรรค์ หรือ นวัตกรรมที่ได้สร้างขึ้นเพื่อองค์กรเป็นที่รับรู้ ได้รับการยกย่อง หรือ ได้รับรางวัล ทั้งนี้การรับรู้ในผลงานของทีมงาน หรือ กลุ่มงานนี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้บุคคลในทีมงาน หรือ กลุ่มงานเกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อผลดังกล่าว และนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความพยายามที่จะคิดแบบใหม่ หรือ สร้างการปฏิบัติแบบใหม่เพื่อให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรจึงขับเคลื่อนการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐

การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร พบว่าการสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรได้กลายมาเป็นสิ่งที่จำเป็นในยุคโลกการแข่งขันที่เสรี และสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กรเป็นทั้งวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่จะสามารถยกระดับการดำเนินงาน และขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ การที่องค์กรมีวัฒนธรรม หรือ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ยอมรับ และให้โอกาสคนในองค์กรในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ ได้ทดลองทำสิ่งใหม่ แนวทางใหม่ วิธีคิดแบบใหม่ จะส่งผลเกิดกระบวนการทำงานที่มีนวัตกรรม นอกจากนี้นำไปสู่การสร้างประสิทธิภาพ (Richards, 2014) และประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร การที่องค์กรผลักดันให้บุคลากรได้ทดลองทำอะไรก็ได้โดยปราศจากบทลงโทษ และมอบความดีความชอบให้กับบุคลากรที่ทำได้ดี จะยิ่งทำให้เกิดการยอมรับจากทุกฝ่าย และผลักดันให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสนับสนุนด้านทรัพยากรเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมของการทำงาน ซึ่งทรัพยากรในการทำงานที่เหมาะสม และเพียงพอ เช่น เวลา อุปกรณ์ เงินทุน ความรู้ การพัฒนาทักษะ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้บุคลากรมีโอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

^{๒๔} Neves & Eisenberger, "Perceived Organizational Support and Risk Taking. Journal of Managerial Psychology: Bradford 29.2, 2014 Pp 187-205.

^{๒๕} Vincenti G, "Emotions and Innovative Leadership: An Interpretative Phenomenological Analysis", Fielding "Graduate University, ProQuest Dissertations Publishing, 2013.

ที่จะส่งผลไปยังประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เช่น บุคลากรที่ได้รับการสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอในการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ มีเครื่องมือ หรือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยตอบโจทย์การบริหาร และจัดการเชิงกลยุทธ์ จะทำให้เกิดการบริหาร การดำเนินงาน และการตัดสินใจที่แม่นยำ และหวังผลได้ ทำให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร หรือ การสนับสนุนทรัพยากรที่ทันสมัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมก็จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แต่ทั้งหมดนั้นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การสนับสนุนจากผู้บริหารองค์กร จำเป็นที่จะต้องเข้าใจ และผลักดันให้เกิดขึ้น เพราะผู้บริหารเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วม การผลักดันให้บุคลากรเกิดการเปลี่ยนแปลง วิธีคิด วิธีการทำงาน จะทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมาย

การบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ พบว่า การบริหารจัดการ คือ กรอบแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นเป้าหมายสำคัญ การบริหารจัดการ (Management) คือ หลักการที่องค์กรใช้ในการจัดการกิจกรรมทางธุรกิจให้แล้วเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นการบริหารจัดการจึงเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร (Organization Performance) สำหรับการบริหารจัดการ (Management) เริ่มต้นที่การวางแผน (Planning) ที่มีความสำคัญและกำหนดไว้เพื่อที่จะสร้างกรอบแนวทางการดำเนินงานทางธุรกิจที่มุ่งไปสู่เป้าหมายได้อย่างบรรลุและสำเร็จ โดยการวางแผนจะพิจารณาตั้งแต่ขั้นตอน วิธีการและการเลือกใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อสร้างประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กร ยิ่งในปัจจุบันการจัดองค์กร (Organizing) มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นเพราะสภาพแวดล้อมการแข่งขันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่ การจัดองค์กร (Organizing) จึงเปลี่ยนไปเป็นการมอบอำนาจ (Empowering) หรือถ่ายโอนอำนาจให้กับระดับปฏิบัติการได้ตัดสินใจ การดำเนินงานบางประการจะสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการ (Management) ที่รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์^{๒๖} ขณะที่ในอดีตการบริหารจัดการแบบบนลงล่าง (Top Down) เป็นที่นิยมเพราะการกำหนดลำดับชั้นมีความชัดเจนด้านอำนาจสั่งการแต่ปัจจุบันกลับทำให้ธุรกิจเคลื่อนที่ช้าลงจึงลดความนิยมลงไปเปลี่ยนมาใช้แบบแนวนราบ (horizontal) ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการมุ่งไปสู่ประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ขณะที่การนำองค์กร (Leading) เป็นกระบวนการของการบริหารจัดการเพื่อผลักดันและสนับสนุนให้บุคลากรหรือพนักงานทำงานอย่างมุ่งมั่นภายใต้การบริหารจัดการของผู้นำและองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้นำและองค์กรต้องสร้างช่องทางและ

^{๒๖} Zaharia & Zaharia, "Corporate Governance and Business Ethical Values", Linguistic and Philosophical Investigations, 14, 2015, Pp 103-108.

วิธีการติดต่อสื่อสาร การสร้างและกระตุ้นแรงจูงใจของบุคลากร การลดความขัดแย้ง การสนับสนุนด้านสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี (Waldron, 2015) ทั้งนี้บุคลากรในปัจจุบันมีความสำคัญต่อความสำเร็จ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ทั้งนี้ต้องอาศัยความสามารถของผู้นำเป็นผู้ส่งเสริมและผลักดันบุคลากรให้มีความเต็มใจที่จะก้าวไปข้างหน้าร่วมกันกับองค์กร ผู้นำจึงเป็นส่วนสำคัญของกลไกผลักดันบุคลากรที่สร้างความสำเร็จและประสิทธิภาพ ประสิทธิผลขององค์กรด้านการควบคุม (Controlling) ในการบริหารจัดการ (Management) มีความเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผลการดำเนินงานขององค์กร (Organization Performance) โดยตรง องค์กรที่ต้องการผลสำเร็จ จะใช้การควบคุมเพื่อให้การบริหารจัดการ (Management) เป็นไปตามแผนที่วางไว้และใช้การควบคุม (Controlling) ในการผลักดันและสร้างกรอบ กฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อให้บุคลากรและองค์กรสร้างผลการดำเนินงานที่ได้กำหนดไว้ การควบคุมจึงเกิดขึ้นเพื่อที่จะกำกับการดำเนินงานทางธุรกิจในทุกๆ กิจกรรมให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้โดยมีการติดตามอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลลัพธ์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และคอยติดตามปรับกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ใกล้เคียงกับเป้าหมาย^{๒๗}

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

๑. ความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ระดับสูงสุด ดังนั้นองค์กรที่ต้องการสร้างการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ ให้เกิดขึ้นและสมบูรณ์แบบ ควรที่จะต้องดำเนินการวางแผนและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง ๔ ด้านได้แก่ ด้านเพื่อนมนุษย์ ด้านจริยธรรม ด้านกฎหมาย และด้านเศรษฐกิจ เช่น การวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ไม่เป็นการเบียดเบียนหรือเอาเปรียบเพื่อนมนุษย์ การปฏิบัติตามกฎหมาย การสนใจดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

๒. การสนับสนุนนวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นองค์กรควรสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมผ่านกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร ด้วยวิธีการสนับสนุนให้พนักงานกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และไม่เกรงกลัวต่อการถูกลงโทษหรือตำหนิในความคิดเห็นที่ได้แสดงออกเพื่อให้เกิดกระบวนการทางความรู้เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น

^{๒๗} Vitezic & Vitezic, “A Conceptual Model of linkage Between Innovation Management and Controlling in the Sustainable Environment”, The Journal of Applied Business Research, 31(1), 2015.

๓. การบริหารจัดการธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ยุค ๔.๐ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร องค์กรควรที่ต้องพัฒนาแนวทางการบริหารธุรกิจที่สอดคล้องกับนโยบาย ๔.๐ เพื่อส่งเสริมให้องค์กรสามารถก้าวเข้าสู่ยุคการแข่งขันดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานทางธุรกิจเป็นกลไกสำคัญ ตลอดจนการสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้แนวทางการดำเนินงานที่เป็นพลเมืองธุรกิจที่สร้างคุณประโยชน์เพื่อส่วนร่วมเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรนำกรอบแนวคิดการศึกษาครั้งนี้ไปทดลองใช้กับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อทำการทดสอบและเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้

๒. ทำการศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายนอกเพื่อทำการทดสอบและวิเคราะห์ผลเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบและขยายผลจากการศึกษาครั้งนี้

บรรณานุกรม

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. Thailand ๔.๐ โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความ

มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐.

กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา, ๒๕๕๗.

ณัฐ อมรภิญโญ. รูปแบบการเสริมสร้างเครือข่ายทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริหารจัดการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดหนองบัวลำภู. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. ๕ (๑) (๒๕๕๗). : ๔๔-๕๒.

ภาสกร เรืองรองและคณะ. เทคโนโลยีการศึกษากับครูไทยในศตวรรษที่ ๒๑. วารสารปัญญาภิวัฒน์. ๕ (๒๕๕๗) : ๑๙๕-๒๐๗..

อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์. ใบอนุญาตโครงข่ายทีวีดิจิตอล. กรุงเทพมหานคร : Siam Intelligent Unit, ๒๕๕๖.

Adams, C. A. Sustainability Reporting and Performance Management in Universities Challenges and Benefits. Monash Sustainability Institute, Monash University, Melbourne, Australia. (2013)

Adcock, K. Generation 2.5 Corporate Social Responsibility: Unlocking the Business Value in the Future of Corporate Citizenship. A Thesis Submitted in Partial Satisfaction of the Requirements for the Degree Master of Arts in Global and International Studies. (2014).

- Amaral, L., Martins, P., & Gouveia, J, B. Quest for a sustainable university:a review.Int. Journal of Sustainability in Higher Education, 16:155-172. (2015).
- Behjati, S. Executives Ecocentric Perspective in Framing Corporate Environmentalism. Doctoral Dissertation, University Utara Malaysia, Malaysia. (2014).
- Blake, P. Impact of Corporate Sustainability Behavior on Financial Performance In Aerospace Companies. Doctoral Dissertation. Indiana State University, Indiana. (2014).
- Eaglin, R. J. Managing Collaboration in Multisite Social Service Organizations: A Model for Sustainable Change. A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of University of Maryland University College in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Management. (2013).
- Gao, L. L., & Bai, X. S. A Unified Perspective on the Factors Influencing Consumer Acceptance of Internet of Things Technology. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 26(2): 211-231. (2014).
- Kumar, K.Sustainability “Performance Measurement: An Investigation Into Corporate Performance Through Environmental Indicators. International Journal Of Management Research And Review. (2014).
- Lebaron, G. Subcontracting Is Not Illegal, but is it unethical ?. Business Ethics, Forced Labor and Economic Success. Vice-Chancellor’s Fellow in Politics the University of Sheffield. (2014).
- Lindh. Workplace Stress, Mindfulness Based Stress Reduction (MBSR) and Gas Discharge Visualization (GDV): Innovative Practical Measurements in Organization Development (OD) and Employee Wellness. University of St. Thomas (Minnesota), ProQuest Dissertations Publishing. (2013).
- Lacka, E., Chan, H. K., & Yip, N. Does Change of Cultural Environment Change Attitudes toward e-Commerce? New Research Method Investigating the Effect of Culture on e-Commerce Acceptance.International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning, 4(2): 116-119. (2014).

- Neves, P. & Eisenberger, R. Perceived organizational support and risk taking. *Journal of Managerial Psychology*: Bradford 29(2): 187-205. (2014).
- Patterson Shirey, W. L. Is Corporate Social Responsibility A Key to Profitability ? A Quantitative Examination of the 2012 Best Corporate Citizens. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy. (2013).
- Sa'ari et al "Information Technology Leadership on Electronic Records Management: The Malaysian Experience". *European Conference on Management, Leadership & Governance*: Kidmore End: 105-113. Kidmore End: Academic Conferences International Limited. (2013).
- Schaltegger, S., & Zvezdov, D. Gatekeepers of Sustainability Information: Exploring the Roles of Accountants. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 11(3), 333-361.
- Sepasib, B., & Rahdari, B. (2014). Fuzzy Evaluation Of Service Quality In The Banking Sector: A Decision Support System. *Fuzzy Economic Review*, XIX (2) : 47-79. (2015).
- Sotelo, B. A qualitative case study to investigate the technology acceptance experience outlined in the TAM using the Kübler-Ross Stages of Grieving and Acceptance. Colorado Technical University, ProQuest Dissertations Publishing. (2015).
- Svendsen et al. The effect of Brand on Churn in the Telecommunications Sector. *European Journal of Marketing*, 47(8):1177-1189. (2013).
- Tepraprasit, P. Smart Middle Man for 4.0. Port Authority of Thailand. Bangkok: Port Authority of Thailand. (2017).
- Thurston, T. s., Coburn, J. W., Brown, L. E., Bartolini, A., Beaudette, T. L., Karg, P., McLeland, K. A., Arevalo, J. A., Judelson, D. A., & Galpin. A. J. (2014). Effects of Respiratory Muscle Warm-up on High-Intensity Exercise Performance. *Sports* 3:312-324. (2015).
- Vincenti, G. Emotions and Innovative Leadership: An Interpretative Phenomenological Analysis. Fielding Graduate University, ProQuest Dissertations Publishing. (2013).

Vitezic, N. & Vitezic, V. A Conceptual Model of Linkage Between Innovation Management and Controlling In The Sustainable Environment. The Journal of Applied Business Research, 31(1). (2015).

Zaharia, L., & C. Zaharia, Corporate Governance and Business Ethical Values. Linguistic and Philosophical Investigations, (14) Pp 103–108. (2015).

ไทยรัฐออนไลน์. การพัฒนาคนไทยสู่ยุค ๔.๐ ภารกิจขับเคลื่อนประเทศหลังลงประชามติ. [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.thairath.co.th/content/๖๘๓๘๙๗> [๒๕๕๙]