แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

นายสรรพัชญ์ เจียระนานนท์

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ.2560

Guideline to Develop Thai Television Drama Production into Creative Industry

Mr. Sanpach Jiarananon

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2017

หัวข้อดุษฎีนิพนธ์ แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ชื่อและนามสกุล นายสรรพัชญ์ เจียระนานนท์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์

2. รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโทหญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท

3. รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม

ดุษฎีนิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2561

คณะกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโทหญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง)

.....ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา รุ่งโรจน์วณิชย์)

ชื่อดุษฎีนิพนธ์ แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
ผู้วิจัย นายสรรพัชญ์ เจียระนานนท์ **รหัสนักศึกษา** 4551500160 **ปริญญา** ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์ (2) รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโทหญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท (3) รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2) กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 3) ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 4) แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงอนาคตโดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีประสบการณ์ระหว่าง 3-5 ปี ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกละครโทรทัศน์ไทย และกลุ่มนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และด้านเศรษฐศาสตร์ โดยการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง รวมจำนวน 20 คน เครื่องมือ การวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ด้านนโยบาย ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องและมีความเป็นไปได้ในประเด็นที่รัฐบาลควรกำหนดการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีมาตรการ คือ การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงานสถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน การเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขอรับการสนับสนุนการจูงใจในรูปแบบต่างๆ การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การรวมกลุ่มกันเพื่อส่งเสริมให้มีการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย 2) ด้านกลยุทธ์ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องและมีความเป็นไปได้ในประเด็นการนำเสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ การพัฒนานักเขียนบทละคร การสนับสนุนเงินทุน การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิต การแสดง การสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม การวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน การสร้างภาพลักษณ์ประเทศผ่านละครโทรทัศน์ การปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับอายุของผู้ชม 3) ด้านปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องและมีความเป็นไปได้ในประเด็น การมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่ชัดเจน การคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย การกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนด วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคมของแต่ละประเทศ 4) ด้านแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องและมีความเป็นไปได้ในประเด็น การพัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ การส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทยที่มีคุณภาพ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ในทุกระดับ การปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐ การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเป็นศูนย์กลางของเอเชียและสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย

คำสำคัญ การพัฒนา ละครโทรทัศน์ไทย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

Dissertation title: Guideline to Develop Thai Television Drama Production into Creative Industry
Researcher: Mr. Sanpach Jiarananon; **ID:** 4551500160;
Degree: Doctor of Philosophy (Communication Arts);
Dissertation advisors: (1) Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor;
(2) Police Lieutenant Colonel Dr. Siriwan Anantho, Associate Professor;
(3) Dr.Pana Thongmeearkom, Associate Professor; **Academic year:** 2017

Abstract

The objectives of this research were to study 1) policies and support measures to develop the Thai television drama production industry as a creative industry; 2) creative strategies for developing Thai television drama production as a creative industry; 3) support factors for developing Thai television drama production as a creative industry; and 4) creative industry model approaches for developing Thai television drama production.

This is a forecasting research using the Delphi technique. The experts questioned were stakeholders in the television industry or creative industry with 3-5 years' work experience, consisting of a total of 20 experts from 4 groups: government sector, entrepreneurs at the policymaking level, producers and exporters of Thai television dramas, and academics in the fields of communication arts and economy. They were chosen through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using median, mode, and interquartile range.

The results showed that 1) For policy questions, the experts were in agreement and considered it feasible that the government should include television drama production in the creative economy structure. The measures to implement this should be to develop the skills, knowledge and capabilities of television drama producers in conjunction with academic institutions or by establishing a specialized research, development and training institute for that purpose. Entrepreneurs should be supported in the form of incentives, and their ability to compete in both the domestic and international markets should be promoted. Collaboration should be encouraged in order to increase the quality and diversity of the production. 2) As for strategies, experts were in agreement about the feasibility of introducing innovative plots; developing script writers; providing funding; exchanging knowledge about production, acting, communication, language and culture; jointly planning marketing strategies; undertaking image building for the nation through television dramas; and adjusting presentation formats to better match different age groups of viewers. 3) As for the supporting factors, experts were in agreement about the feasibility of several items: having a clear strategic plan to develop the television drama production industry, selecting programs with content that promotes Thai culture, and setting target markets in order to choose appropriate content that is compatible with the culture, religions and social values of each market. 4) On the question of developing Thai television drama production as a creative industry, the experts had similar views about these possibilities: developing the professionalism of personnel, developing and promoting quality markets for Thai television dramas, supporting sales and distribution at every level, protecting intellectual property rights, supporting cooperation in international investments, developing the management of related government agencies, developing infrastructure so Thailand can be a center in Asia, and supporting research to develop Thai television drama production.

Keywords: Development, Thai television dramas, Creative industry

กิตติกรรมประกาศ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัด ทองรินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์ ที่ได้กรุณาตอบรับ ให้คำแนะนำและติดตามดูแลการทำดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นอย่างดี จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ กรุณาให้เกียรติเป็นประธานการสอบรองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม รองศาสตราจารย์ พันตำรวจโทหญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท และอาจารย์ ดร. องอาจ สิงห์ลำพอง ที่กรุณาให้เกียรติเป็นกรรมการในการสอบ

ขอขอบพระคุณ ได้แก่ รศ.ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ ผศ.ดร.ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ และ ผศ.ดร.ธรรญธร ปัญญโสภณ กรรมการตรวจสอบเครื่องมือ ที่ได้แสดงความคิดเห็นต่างๆที่มีประโยชน์ต่องานดุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้ รวมไปถึง รองศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา คูหากาญจน์ที่ได้แนะนำและช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ได้อย่างราบรื่น

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ กระทรวงวัฒนธรรม และภาคเอกชน ผู้บริหาร ผู้กำกับละครโทรทัศน์ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ทุกท่าน ที่ช่วยกันให้ข้อมูล เพื่อนพ้องน้องพี่ที่ช่วยเหลือสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ขอขอบคุณสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่สนับสนุนทุนการศึกษาในการเรียนรู้ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณแม่ ครูบาอาจารย์ ที่ให้คำปรึกษาและกำลังใจในการทำงานวิจัยและการเรียนในระดับปริญญาเอกได้จนสำเร็จการศึกษา

สรรพัชญ์ เจียระนานนท์

ตุลาคม 2561

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญตาราง ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์การวิจัย 8
กรอบแนวคิดการวิจัย 9
คำถามการวิจัย 10
ขอบเขตการวิจัย 10
นิยามศัพท์เฉพาะ 11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 14
แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) 14
รายการละครโทรทัศน์ไทย 30
โครงสร้างอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย 34
แนวคิดเรื่องนโยบายและมาตรการ 41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 68
ผู้เชี่ยวชาญ 68
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 71
การเก็บรวบรวมข้อมูล 72
การวิเคราะห์ข้อมูล 73
เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล 74

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 76
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 77
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 84
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 93
ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของละครโทรทัศน์ไทย 109
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ 119
ตอนที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) และระดับความคิดเห็น จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน จากแบบสอบถามรอบที่ 2 120
ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน จากแบบสอบถามรอบที่ 3 146
บทที่ 6 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 182
สรุปผลการวิจัย 183
อภิปรายผล 203
ข้อเสนอแนะ 214
บรรณานุกรม 217
ภาคผนวก 224
ประวัติผู้วิจัย 277

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของโลก แบ่งตามรายรับและการจ้างงาน ปี พ.ศ. 2556 20
ตารางที่ 2.2 ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แยกประเภทตามกลุ่ม 23
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่มีผลต่อความคลาดเคลื่อน 69
ตารางที่ 3.2 การพิจารณาความสอดคล้องของแนวโน้มในแต่ละข้อความของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 75
ตารางที่ 5.1 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คนในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 121
ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คนในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 129
ตารางที่ 5.3 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คนในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 135
ตารางที่ 5.4 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คนในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 139
ตารางที่ 5.5 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คนในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย 143
ตารางที่ 5.6 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 147

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 5.7 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 158

ตารางที่ 5.8 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 160

ตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 166

ตารางที่ 5.10 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 168

ตารางที่ 5.11 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 172

ตารางที่ 5.12 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 173

ตารางที่ 5.13 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 177

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 5.14 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของละครโทรทัศน์ไทย 178

ตารางที่ 5.15 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของละครโทรทัศน์ไทย 181

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 9
ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคต่อการรับชมโทรทัศน์และสื่อ 40
ภาพที่ 2.2 กระบวนการนโยบาย 43
ภาพที่ 2.3 กระบวนการของนโยบาย 44

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ละครโทรทัศน์เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน ด้วยเนื้อหาที่มุ่งให้ความบันเทิง สร้างเสริมจินตนาการ สอดแทรกไปด้วยประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา ค่านิยม การดำเนินชีวิต ละครโทรทัศน์นำเสนอสิ่งที่เป็นความจริงทางสังคม และละครโทรทัศน์นำเสนอเรื่องราวประโลมโลก พาฝัน ด้วยรูปแบบของการนำนวนิยายต่างๆ มาดัดแปลงจากตัวอักษร เปลี่ยนเป็นรูปแบบสื่อละครโทรทัศน์ที่มีภาพและเสียงมาช่วยเสริมเติมเต็มจินตนาการ ช่วยทำให้ผู้ชมละครหลุดเข้าไปอยู่ในโลกแห่งจินตนาการ ละครโทรทัศน์ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ.2499 เรื่อง “สุยานีไม่ยอมแต่งงาน” (เพาวิภา ภมรสถิตย์ , 2528) ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหมของบริษัทโทรทัศน์ไทย ในสมัยแรกนั้นเป็นการแสดงในรูปแบบละครเวทีที่ได้รับความนิยมหรือนำเรื่องราวมาจากละครเสภา บทละครพูดพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ถ่ายทำกันในห้องส่งของสถานี มีลักษณะเป็นการแสดงสดผ่านทางกล้องโทรทัศน์โดยไม่มีการบันทึกเทป หลังจากนั้นจึงได้มีการนำนวนิยายที่ประพันธ์โดยนักเขียน เช่น ศรีฟ้า ลดาวัลย์ มาผลิตเป็นละครโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้ชมได้ดูละครที่ดี จนสามารถหารายได้เข้าสถานีโทรทัศน์ และทำให้ผู้ผลิตมีงบประมาณในการสร้างสรรค์และพัฒนาการผลิตละครโทรทัศน์ จนกระทั่ง พ.ศ.2519 มีการผลิตละครโทรทัศน์อย่างจริงจังโดยภัทราวดี มีชูธน ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบละครโทรทัศน์มาเป็นการใช้เทคนิคการบันทึกเทปโทรทัศน์ การสร้างฉาก การกำกับการแสดงทำให้ละครโทรทัศน์ที่ผลิตมีความแปลกแตกต่างมากยิ่งขึ้น ออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำให้เกิดการแข่งขันในการผลิตละครโทรทัศน์กันมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน

องอาจ สิงห์ลำพอง (2550) ได้กล่าวถึงละครโทรทัศน์ว่ามีบทบาทในแง่ของการเป็นสินค้าทางธุรกิจ (Economic commodity) ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์เป็นจำนวนมาก ละครโทรทัศน์จึงถูกจัดให้ออกอากาศในช่วงเวลาก่อนข่าวภาคค่ำ และหลังข่าวภาคค่ำของสถานี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุดและมีการขายโฆษณาได้มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ละครที่ออกอากาศในช่วงหลังข่าวเวลา 20.00น. ของทุกวัน จะเป็นละครที่ได้รับความนิยมหรือเรตติ้ง (Rating) สูงกว่ารายการโทรทัศน์

ประเภทต่างๆในช่วงเวลาอื่นของวัน โดยเรตติ้งที่สูงที่สุดของละครโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2560 คือ ละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส มีเรตติ้ง 18.6 เท่ากับจำนวนผู้ชมประมาณ 10 ล้านคนที่ได้รับชมละครโทรทัศน์ (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, 2560) ซึ่งถือว่าเป็นช่วงเวลาที่มีผู้ชมดูละครโทรทัศน์มากที่สุด ช่วงเวลาดังกล่าวเรียกว่า เวลา “ไพรม์ไทม์” (Prime Time) ด้วยเหตุนี้ เวลาของละครหลังข่าวของแต่ละสถานีจึงถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาสำคัญทางการตลาดหรือการโฆษณา

จนกระทั่งปี พ.ศ.2557 มีการเปลี่ยนแปลงในวงการโทรทัศน์ของประเทศไทย เมื่อมีการเปลี่ยนผ่านจากสถานีโทรทัศน์แบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล จากเดิมที่มีสถานีโทรทัศน์หลักเพียง 6 ช่อง กลายเป็นมีจำนวนช่องเพิ่มมากขึ้นในระบบทีวีดิจิทัลจำนวน 24 ช่อง ส่งผลให้รายการละครโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากละครสามารถเป็นจุดขายของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่และสถานีโทรทัศน์ใหม่หลายๆสถานีก็มีบริษัทที่เคยมีประสบการณ์ในการผลิตละครโทรทัศน์มาก่อน เช่น บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด เป็นต้น สถานีที่ออกอากาศรายการประเภทละครมีตั้งแต่สถานีโทรทัศน์ประเภทสาธารณะ เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีโทรทัศน์ประเภทธุรกิจ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD หมายเลข 35 สถานีโทรทัศน์ช่อง 3HD หมายเลขช่อง 33 สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 หมายเลข 27 สถานีโทรทัศน์ช่องโมโน ทเวนตี้ไนน์ หมายเลข 29 สถานีโทรทัศน์ช่องวัน หมายเลข 31 สถานีโทรทัศน์ช่อง GMM25 เป็นต้น

แต่ละสถานีจะมีความโดดเด่นในการสร้างสรรค์ละครที่แตกต่างกันออกไป เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD มีความถนัดในการสร้างละครโทรทัศน์เพื่อผู้ชมต่างจังหวัด สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD มีความถนัดในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์เพื่อผู้ชมในเมืองหลวง ทั้งสองสถานีจึงมีเรตติ้งเป็นอันดับหนึ่งและสองตามลำดับในบรรดาทีวีดิจิทัล นอกจากความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานีโทรทัศน์แล้ว ทั้งสองสถานียังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีอายุยืนยาวและมีประสบการณ์ในเรื่องการผลิตละคร ทำให้ได้เปรียบในเรื่องของฐานผู้ชมเดิมที่เป็นกลุ่มที่เรียกว่าแฟนประจำ ซึ่งเมื่อมีสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลเกิดขึ้นมาใหม่แล้ว แต่สถานีจึงต้องพยายามสร้างความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการประเภทละครโทรทัศน์ ดังเช่น สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 มีการนำเสนอละครโทรทัศน์แนวซีรีส์เป็นละครชุดจบในตอน เน้นเข้าถึงผู้ชมกลุ่มวัยรุ่นสถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 ที่เน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเดียวกับช่อง 3 HD และเดิมเป็นผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ที่มีความเชี่ยวชาญและเคยมีผลงานออกอากาศในสถานีโทรทัศน์แอนะล็อกเดิมไม่ว่าจะเป็น ช่อง 7 ช่อง 3 หรือ ช่อง 5 เมื่อในอดีตที่ผ่านมาก่อนที่จะย้ายรายการละครโทรทัศน์มานำเสนอในสถานีโทรทัศน์ของตนเอง จึงทำให้ละครโทรทัศน์ของช่องดิจิทัลที่เกิดใหม่มีความ

โดดเด่นและต่างเร่งสร้างผลงานละครโทรทัศน์เพื่อสร้างเรตติ้งและดึงฐานกลุ่มผู้ชมของช่องเดิมไปยังสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลของตนเอง

จากความสำคัญนี้เองทำให้ ละครโทรทัศน์ ยังมีบทบาทในการเป็น “สินค้า” ประเภทหนึ่งที่มีการสร้างสรรค์เนื้อหาให้แฝงไปกับวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยมต่างๆ ให้คนในสังคมแล้วคล้ายกับสื่อภาพยนตร์ยังสามารถส่งไปขายในต่างประเทศนำรายได้กลับเข้าประเทศของตนเองได้อีกด้วย ปัจจัยหนึ่งที่น่าจะทำให้การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน สามารถประสบความสำเร็จจนสามารถส่งออกเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้นั้น คือการนำแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มาประยุกต์ใช้ ดังเช่นในอดีต กรณีของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ที่นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้จนประสบความสำเร็จ สามารถส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมทั้งละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เกม แอนิเมชั่น และดนตรีเกาหลีออกสู่ตลาดโลก

ความสำเร็จของกระแสสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นโดยความบังเอิญหากแต่ภาครัฐของสาธารณรัฐเกาหลีใต้เป็นผู้กำหนดนโยบายและสนับสนุนในเบื้องต้น ผ่านการขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้วางนโยบายทางด้านวัฒนธรรมในช่วงปี ค.ศ. 1945 – 1980 ให้เป็นการสร้างวัฒนธรรมของตนเองเพื่อปกป้องการแทรกซึมจากวัฒนธรรมอเมริกันโดยการส่งเสริมทางศิลปะทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยมีการวางแนวนโยบายทางวัฒนธรรมระยะยาว 10 ปี หลังจากนั้น ในปี ค.ศ.1993 ได้เปลี่ยนบทบาทจากการส่งเสริมวัฒนธรรมให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เป็นวัฒนธรรมคือสินค้าทางการท่องเที่ยว และนับตั้งแต่ปี ค.ศ.1998 เป็นต้นมารัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นโดยเรียกว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อยผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ อาทิ ภาพยนตร์ เพลง วีดีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ ตัวการ์ตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) และวางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in a Digital Societies) ดังจะเห็นได้จากละครโทรทัศน์เรื่อง แดจังกึม ที่โด่งดังและได้รับความนิยมสูงในประเทศทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทยด้วย โดยกระบวนการสร้างสรรค์ละครได้ผ่านการวิจัยเพื่อหาข้อมูลแนวการทำละครหรือบทภาพยนตร์ที่กลุ่มผู้บริโภคเอเชียส่วนใหญ่ชื่นชอบ หรือการค้นหารสนิยมร่วมระดับภูมิภาคแล้วนำมาผนวกกับการเล่าเรื่องผ่านมรดกทางวัฒนธรรมต่างๆ ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้อย่างลงตัวน่าสนใจ เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การบริโภคอาหาร วิถีชีวิตในวัง เป็นต้น ความสำเร็จของการขายวัฒนธรรมผ่านละครที่ผู้คนชื่นชอบ ประทับใจ นำไปสู่การสร้างเป็นตราสินค้าของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ (Korean Branding) สามารถสร้างความรู้สึกผูกพัน (Emotional relationship) กับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างลงตัว ทำให้สินค้าและบริการต่างๆ ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้รับการยอมรับและมีความรู้สึกอันดี (Goodwill)

จากผู้บริโภคต่อสินค้าอื่นๆที่มาจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ ทรงผม เครื่องสำอาง อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า บริการศัลยกรรม การแสดงคอนเสิร์ต และการท่องเที่ยว เป็นต้น จนได้รับการยอมรับและแพร่กระจายไปทั่วโลก (Global Market) ทั้งในยุโรป และอเมริกาเหนืออย่างรวดเร็ว (ธนณัฏฐ์ รูปสม, 2556)

องค์การสหประชาชาติได้พัฒนากระบวนทัศน์ใหม่ของการพัฒนาเรียกว่า “การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” (Creative economy) โดยมีหัวใจของกระบวนทัศน์ใหม่นี้ คือ ความสร้างสรรค์ (Creative) ความรู้ (Knowledge) และการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ (Access to information) หัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดหรือแนวปฏิบัติที่เพิ่มมูลค้าของสินค้าและบริการ โดยที่ไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก แต่ใช้ความคิด สติปัญญา และความสร้างสรรค์ให้มากขึ้น แนวคิดการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ได้ขยายตัวเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมกลายเป็น อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry) อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้มีหลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องประดับ อุตสาหกรรมการออกแบบ อุตสาหกรรมสื่อ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ และอุตสาหกรรมงานศิลป์ในแขนงต่างๆ เป็นต้น (สมบัติ กุสุมาวลี, 2558)

อัมพร จิรัฐติกร (2559) นำเสนอผลเกี่ยวกับ “ความเป็นไทย” จากละครโทรทัศน์ไทยไว้ว่า ไทยเท่ากับความทันสมัย ไทยเท่ากับผี ไทยเท่ากับพุทธศาสนา สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่คนในอาเซียนมองกลับมายังประเทศไทย นอกจากนี้ผู้ชมกัมพูชายังให้ความสนใจในประเด็นเรื่องของไทยกับชนชั้น ผู้ชมชาวเวียดนามจะถอดรหัสได้มาก คือสามารถดูละครแล้วเข้าใจได้ หรือตอนนี้คำว่าไทยเท่ากับเพศที่สาม ผู้ชมชาวเวียดนามก็ให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทย ว่าได้เปิดกว้างในเรื่องเพศที่สาม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ ข้อมูลจากบริษัท แอ็กแซ็กท์ จำกัด ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ว่าถ้าละครโทรทัศน์ไทยจะส่งออกไปจริงๆ จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้ามาสนับสนุนในการผลิตและละครโทรทัศน์ต้องสร้างละครประเภทตบตีแย่งชิงผัวเมีย เพราะละครประเภทนี้ถึงแม้คนไทยจะมองว่าไม่มีคุณค่า แต่ในตลาดต่างประเทศละครประเภทนี้กลับเป็นละครที่ได้รับความนิยมและต้องมีลักษณะที่เรียกว่า เมโลดราม่า (Melodrama) คือ เร้าอารมณ์ผู้ชม ละครโทรทัศน์ไทยประเภทเรื่องอาหารไทย วัฒนธรรมไทย มักจะไม่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นการผลิตละครส่วนใหญ่จึงทำออกมาเพื่อสนองตลาดในประเทศ ผู้วิจัยคาดว่าน่าเพราะเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ที่บริษัทผู้ประกอบการละครโทรทัศน์รายใหญ่ในไทยอย่างสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จึงไม่ผลิตเพื่อสนองตลาดในอาเซียน เพราะตลาดมีขนาดเล็ก รายได้จากการขายละครโทรทัศน์ตอนละ 500 เหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับประเทศจีนสามารถขายได้ถึงตอนละ 5,000 เหรียญสหรัฐ

นอกจากนั้นยังมีกรณีศึกษาที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ความนิยมของละครโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ.2560 ที่ผ่านมาอีกประการหนึ่งก็คือ ละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาสที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของประเทศไทยในช่วง กรุงศรีอยุธยา รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ส่งผลให้เกิดกระแสความนิยมในการใส่เสื้อผ้าชุดไทย กระแสคำพูดยอดนิยมจากละคร เช่น คำว่า ออเจ้า กระแสการท่องเที่ยววัดไชยวัฒนาราม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้ผู้คนในสังคมไทยเริ่มหันมาสนใจประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และวัฒนธรรมของไทยมากยิ่งขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการได้รับชมละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว

จากรายงาน “Cultural times : The first global map of cultural and creative industries” ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Education, Scientific and Cultural Organization) หรือ UNESCO ที่ออกเผยแพร่เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2558 ระบุว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมทั่วโลกในปี พ.ศ.2556 มีรายรับถึง 22.5 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 80 ล้านล้านบาท) โดยกลุ่มโทรทัศน์และทัศนศิลป์มีสัดส่วนของรายรับสูงที่สุด เป็นสองอันดับแรกตามลำดับ คิดเป็นหนึ่งในสามของรายรับและการจ้างงานรวม โดยกลุ่มโทรทัศน์มีรายรับ 477 พันล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักกรรมาธิการ1 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, 2559. 3-4)

สำหรับประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาอย่างต่อเนื่องโดยบรรจุยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555- 2559) และหลายรัฐบาลที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยกำหนดไว้ในนโยบายรัฐบาลเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ได้นำไปปฏิบัติ มีการวางนโยบายเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการทุกสาขา โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยเป็นพื้นฐาน ผสมผสานการใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจสร้างสรรค์ให้สามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมภายในและภายนอกประเทศ มีการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 ภายใต้ชื่อ “ปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง” ในสมัยรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรม 2) เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม 3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม 4) อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและซอฟต์แวร์ 5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และ 6) การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนั้นกระทรวงวัฒนธรรมได้มีการกำหนดกรอบแนวทางและจุดเน้นของการดำเนินงาน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558 และพ.ศ.2559 โดยให้ความสำคัญกับแนวทางการทำงานในการสร้างภาพยนตร์ไทยตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ นำเสนอความงดงามของศิลปวัฒนธรรม เผยแพร่วิถีชีวิต และส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ สำนักกรรมาธิการ 1 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร ปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ได้จัดทำรายงานของ เรื่อง การปฏิรูปเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) เสนอต่อประธานสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2559 โดยได้เสนอวิธีการปฏิรูปด้านมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการด้วยการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนารูปแบบการลงทุนที่เหมาะสม สนับสนุนการลงทุนในลักษณะความร่วมมือภาครัฐ-ภาคเอกชน ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทยและความเป็นไทยให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมช่องทางการตลาดในประเทศแก่ผู้ประกอบการและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้จัดแสดงผลงานในต่างประเทศเพื่อต่อยอดธุรกิจและส่งออก จัดทำมาตรการด้านการเงินการลงทุน และสิทธิพิเศษทางภาษี เพื่อสนับสนุนและจูงใจให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินการทางเศรษฐกิจโดยถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการปฏิรูปด้วยการกำหนดโมเดลเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยได้มีความพยายามในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อก้าวไปสู่แนวคิด Value-Based Economy หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ภายใต้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” ทั้งนี้ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงชนิดหนึ่งที่สามารถเข้าไปเชื่อมโยงกับ 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐบาลได้ ใน กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) ซึ่งรัฐบาลมองว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในเชิง “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” เป็นความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ซึ่งรัฐบาลมีแผนพัฒนาระยะสั้น 1 ปี โดยการแปลงเอกลักษณ์ความเป็นไทยหรือดีเอ็นเอความเป็นไทย (Thai DNA) และแผนพัฒนาระยะกลาง 3-5 ปี ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง แหล่งผลิตและรวบรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของเอเชีย

ทั้งนี้กลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของประเทศไทยจะประกอบด้วยการจัดตั้ง “คณะกรรมการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ขึ้น เพื่อกำหนดนโยบาย

ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรม มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ภายใต้การดูแลของ “ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ” หรือ TCDC สังกัดสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) หรือ OKMD ซึ่งเป็นองค์การมหาชน ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment : BOI) เมื่อสินค้าทางวัฒนธรรมในประเภทของละครโทรทัศน์มีพลังอำนาจทั้งในแง่ของเศรษฐกิจและสังคมเช่นนี้ แต่ยังไม่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ ตลอดจนยังไม่มีแนวนโยบาย มาตรการ และหน่วยงานที่ชัดเจน ดังนั้นจึงถึงเวลาที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นจะต้องเริ่มต้นหันกลับมาพิจารณาในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้ละครโทรทัศน์ไทยก้าวไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากความเป็นมา หลักการและเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางนโยบายและมาตรการของภาครัฐต่อการมีบทบาทสำคัญเพื่อจะเป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนละครโทรทัศน์ให้เป็นหนึ่งในการเป็นสินค้าในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งที่มีศักยภาพในการดึงดูดใจผู้ชมในประเทศและต่างประเทศทั้งที่เป็นประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงของไทยและที่อยู่ห่างออกไปในภูมิภาคต่างๆ

นอกจากนี้แล้วในการวิจัยนี้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยยังต้องการศึกษากลยุทธ์ที่สำคัญของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้ประเทศไทยมีระบบอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงที่แข็งแรง สามารถส่งออกวัฒนธรรมผ่านสินค้าประเภท ละครโทรทัศน์ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องการแนวทางอย่างไรที่จะประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นเสนอแนวทางที่ชัดเจน อย่างเป็นรูปธรรมทั้งในเชิงนโยบาย มาตรการ และปัจจัยที่ส่งเสริมการผลิตละครโทรทัศน์เพื่อส่งออกในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โดยการวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิจัยอนาคตโดยใช้เทคนิคแบบเดลฟาย (Delphi) เนื่องจากเป็นกระบวนการหนึ่งของการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคตในเรื่องที่เกี่ยวกับ เวลา สภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็น จุมพล พูลภัทรชีวิน (2551) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับประโยชน์ของการวิจัยอนาคตไว้ว่า การวิจัยอนาคตจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นเกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคตที่สามารถจะนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ การกำหนดนโยบายและการวางแผน แนะวิธีแก้ปัญหาแบบต่างๆ ช่วยประเมินนโยบายและการปฏิบัติต่างๆ ทำให้มองเห็นอดีตและเข้าใจปัจจุบันได้ดีขึ้นเพื่อแสงหาวิธีที่จะบรรลุจุดหมาย ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคแบบเดลฟาย (Delphi) มาเป็นระเบียบวิธีวิจัยของการวิจัยในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

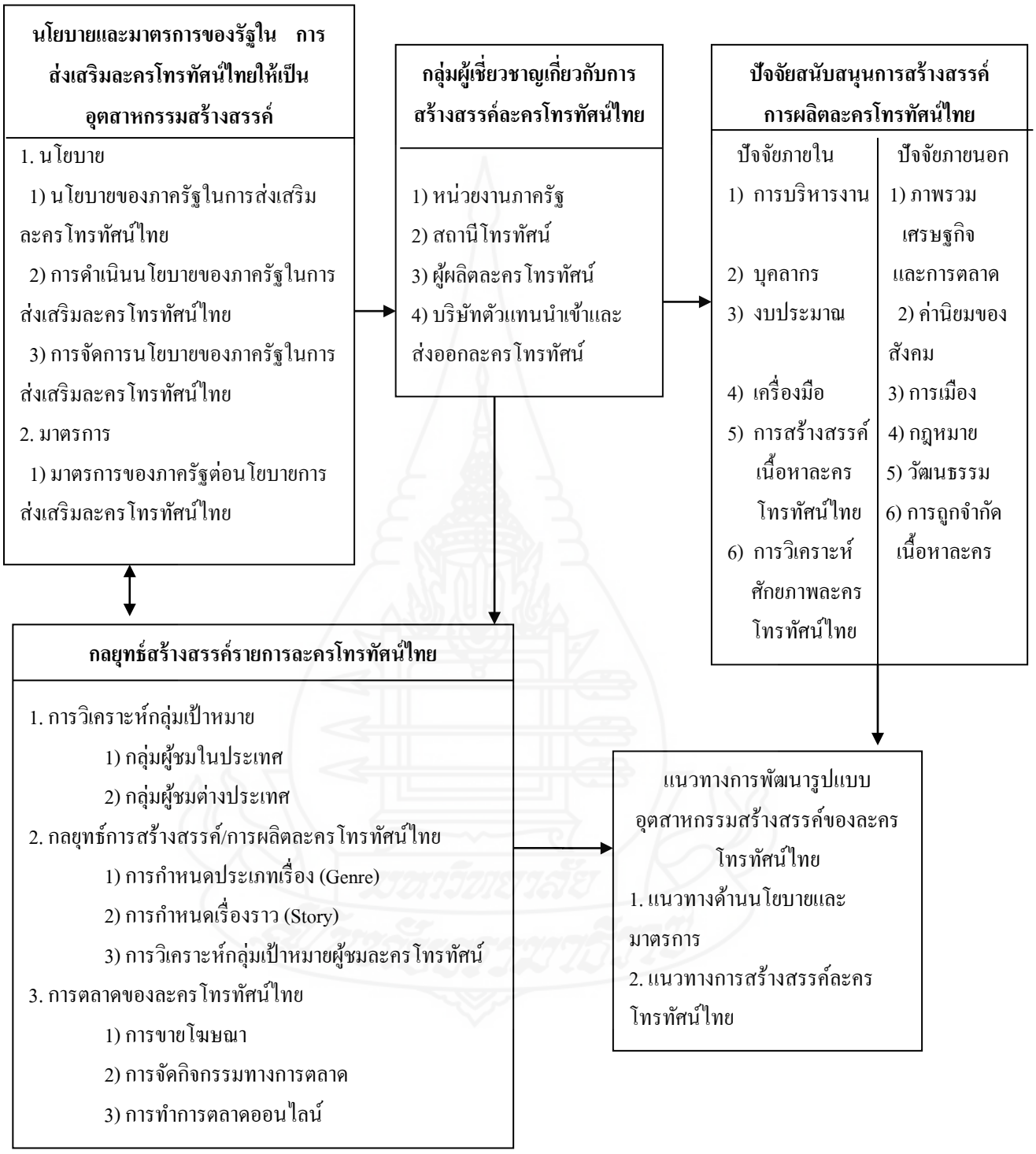
2.1 ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.2 ศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.3 ศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.4 ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. คำถามการวิจัย

4.1 รัฐบาลควรมีนโยบายและมาตรการส่งเสริมให้ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งได้อย่างไร

4.2 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยควรมีการวางกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้วยวิธีการอย่างไร

4.3 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยต้องการให้มีการสนับสนุนกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในด้านใดบ้าง

4.4 ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนในการสนับสนุนละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

4.5 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทยควรมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างไร

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษานโยบายของรัฐบาลในช่วงระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-พ.ศ.2564) โดยมีขอบเขตดังนี้

5.1.1 นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

5.1.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย

5.1.3 แนวทางในการพัฒนาสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการขยายตลาดละครโทรทัศน์ไทย

5.1.4 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนข้อมูลในเบื้องต้นพบว่ายังไม่มีความเป็นรูปธรรมในแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยดังกล่าว

5.2 ขอบเขตด้านประชากร

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลหรือผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

5.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายนโยบายและมาตรการด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี

5.2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการผลิตละครโทรทัศน์ การจัดจำหน่ายละครโทรทัศน์และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาดที่มีประสบการณ์ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี

5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 – เดือนตุลาคม พ.ศ. 2561

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 นโยบายส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง ยุทธศาสตร์ของรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสำหรับใช้เป็นทิศทางในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ เป็นแนวทางที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง หน่วยงานระดับปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ สามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานได้ชัดเจน

6.2 มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง แผนปฏิบัติการ วิธีการที่จะปฏิบัติโดยกำหนดมาจากนโยบายของรัฐบาล หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ กฎเกณฑ์ มาตรการทางด้านภาษี เงินลงทุน เพื่อเอื้อประโยชน์ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เป็นเครื่องมือสำหรับเจ้าหน้าที่ของรัฐและบุคลากรในภาคเอกชนสามารถปฏิบัติตามได้

6.3 ละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง ละครโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นโดยมีเนื้อหาพูดถึงสังคม วัฒนธรรม ประเพณีการดำเนินชีวิตของคนไทยทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน มีการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารเป็นหลัก

6.4 การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทย โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดประเภทเรื่อง เรื่องราว การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การตลาด เพื่อนำมาพัฒนาสู่แนวทางการส่งเสริมละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

6.5 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐหรือหน่วยงานในกำกับ หมายถึง ผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่กำกับดูแล รับผิดชอบหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลนโยบายและมาตรการด้านอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ โดยเกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกอบไปด้วย ผู้บริหารระดับผู้อำนวยการของกระทรวงวัฒนธรรม นักวิชาการวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรมและสำนักศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยของกระทรวงวัฒนธรรม ผู้บริหารทีมการค้าและการลงทุน มูลนิธิ สถาบันวิจัย นโยบายเศรษฐกิจการคลัง และคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

6.6 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการในสถานีโทรทัศน์ หมายถึง ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายหรือผู้ที่มีส่วนร่วม ผู้บริหารที่มีส่วนในการบริหารจัดการการกำหนดนโยบายในสถานีโทรทัศน์ที่มีการเผยแพร่ละครโทรทัศน์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ

6.7 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในบริษัทผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยและช่องทางออนไลน์ต่างๆ มีประสบการณ์ในการผลิตละครโทรทัศน์ไทย และมีประสบการณ์การผลิตหรือกำกับละครโทรทัศน์ไทย ในบริษัทที่มีการส่งออกหรือมีแนวโน้มการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ

6.8 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง อุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เนื้อหาวัฒนธรรมและศิลปะที่เป็นองค์ความรู้ในประเทศ โดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาที่แฝงวัฒนธรรมผ่านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนไปสู่กระบวนการผลิต การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้จากละครโทรทัศน์ ทำให้ละครโทรทัศน์เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

6.10 กลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง วิธีการกำหนดเป้าหมายของการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ วิธีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เป็นแนวทางในการเสนอนโยบายและมาตรการต่อภาครัฐเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง

7.2 เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยแก่ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตละครกับการพัฒนาเป็นเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

7.3 เป็นแนวทางการนำเสนอรูปแบบการพัฒนาละครโทรทัศน์ของไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry)
2. รายการละครโทรทัศน์ไทย
3. โครงสร้างอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย
4. แนวคิดเรื่องนโยบายและมาตรการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry)

คำว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีจุดกำเนิดจากปรัชญานีโอมาร์กซิสม์ การเกิดขึ้นของการผลิตวัฒนธรรมเชิงอุตสาหกรรมในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 บุคคลสำคัญที่ดำเนินโครงการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรมตามเมืองต่างๆ ในประเทศอังกฤษตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1980 คือ Nicholas Garnham แห่งพรรคกรรมกร (Labour Party) เป็นผู้นำนโยบายวัฒนธรรมมาแปรสภาพเป็นอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Cultural Industries) เพื่อเป็นแกนกลางในการสร้างนโยบายวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์มีความเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมประจำชาติ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าของแต่ละชาติ จึงอาจมีความแตกต่างกันไป อย่างไรก็ดียังมีหลายหน่วยงานที่ได้พูดถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ Creative Partnership แนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของ John Howkins ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์กรความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) แนวคิดเรื่องทุนต่างๆ ในประเทศไทย และแนวคิดเรื่องทฤษฎี 3 T แห่งการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นต้น (มนฑิรา ธาดาอำนวยชัย, 2552 : 12-14)

1.1 นิยามของคำว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามแนวทางของ UNCTAD มีความหมายว่า เป็นวงจรการผลิต การประดิษฐ์ และการสร้างรายได้จากสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบ กิจกรรมฐานความรู้ทางศิลปะที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้จากการค้า และสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงผลิตภัณฑ์ และบริการทางความคิดและศิลปะ เป็นการรวมกันระหว่างสาขาศิลปะ บริการ และอุตสาหกรรม โดยสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) หมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

สำหรับคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงมีลักษณะที่เป็นนามธรรมตามความเข้าใจของคนทั่วไป ในระยะเริ่มแรกจะมีการพูดถึงเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลัก ทำให้เกิดความสับสนระหว่างคำว่า เศรษฐกิจวัฒนธรรม (Cultural Economy) และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยในหลายๆ ประเทศต่างมีนิยามการแบ่งประเภทและขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แตกต่างกันไป

1.2 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มีความหมายตามรายงาน Creative Economy Report 2008 โดยนำความหมายตามแนวทางของ UNCTAD คือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวคิดเศรษฐกิจบนฐานความรู้ (Knowledge-based economy) มีปัจจัยพื้นฐานมาจาก “สินทรัพย์ที่สร้างสรรค์” (Creative assets) ซึ่งมีศักยภาพในอันที่จะก่อให้เกิดความจำเริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ครอบคลุมในหลายแง่มุม ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการพัฒนาเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา และเป้าประสงค์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries)

ตามกรอบแนวคิดของ UNCTAD อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จะรวมถึงวงจรการสร้าง (Creation) การผลิต (Production) และการจัดจำหน่าย (Distribution) สินค้าและบริการที่ใช้ความสร้างสรรค์ (Creativity) และทุนทางภูมิปัญญา (Intellectual capital) เป็นปัจจัยพื้นฐานหลัก (Primary inputs) ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่อยู่บนฐานของความรู้ซึ่งมีทั้งการผลิตสินค้าที่จับต้องได้และการบริการเชิงปัญญาหรือเชิงศิลปะที่จับต้องไม่ได้ แต่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านดนตรี ด้านทัศนศิลป์ ด้านศิลปะการแสดง ตลอดจนกิจกรรมที่ใช้เทคโนโลยีอย่างเข้มข้น เช่น ด้านภาพยนตร์ ด้านโทรทัศน์และการกระจายเสียงวิทยุ สื่อใหม่ๆ และการออกแบบ (สมบัติ กุสุมาวลี, 2558 : 116-117)

จากการให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) สามารถสรุปเบื้องต้นได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับ 2 ปัจจัยหลัก คือ ทุนทางปัญญา และ ทักษะความสร้างสรรค์ โดย ทุน (Capital) จะมาในรูปแบบของทุนต่างๆ ที่เป็นองค์ความรู้ เพื่อนำไปต่อยอดทักษะทางความคิด ได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนสถาบัน (Institutional Capital) และทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Capital) ส่วนทักษะ (Skills) ได้แก่ ทักษะที่สนับสนุนการนำความรู้และทุนทางปัญญามาประยุกต์ให้เกิดผลงานหรือคุณค่าเชิงรูปธรรม ทั้งที่เป็นทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทักษะสร้างนวัตกรรม ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และกรอบความคิดที่มีความคิดสร้างสรรค์

John Hawkins นิยามความหมาย คำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในหนังสือ Creative Economy : How People Make Money from Ideas ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” โดยใช้สมองในการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่จากเทคโนโลยีและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม มีความคิดที่แตกต่างจากคนอื่น โดยยังคงเอกลักษณ์ของตัวเองไว้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2553) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในปัจจุบัน ภาครัฐจึงจำเป็นต้องสร้างกลุ่ม (Cluster) และการสร้างเครือข่าย (Network) โดยให้การสนับสนุนแต่ละกลุ่มให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมต่อกลุ่มเหล่านี้ด้วยเครือข่าย จากนั้นเศรษฐกิจจะสามารถขับเคลื่อนไปด้วยตัวเอง หลังจากนั้นจึงต้องสร้างสภาพคล่อง (Fluidity) ทางการเงิน และผสมผสานความหลากหลายเข้าด้วยกัน การจะสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้นั้น ไม่ได้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือบริการ แต่เป็นการสร้างคน โดยที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับประเด็นนี้เป็นพิเศษ (ดวงฤทธิ์ บุนนาค, 2553)

1.3 ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คนส่วนใหญ่มักจะมีแนวความคิดที่ว่า คนทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์ต้องการอิสรภาพ แต่ในความเป็นจริง การเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้น หมายถึง คนที่ทำงานหนัก มีวินัยต่อตนเอง ความคิดสร้างสรรค์นั้นต้องเริ่มด้วยการคิดในกรอบเสียก่อน กรอบจะเป็นเหมือนการกำหนดทุกสิ่งทุกอย่าง การเริ่มต้นคิดนอกกรอบโดยที่ไม่อยู่ในกรอบก่อนได้นั้นต้องเป็นผู้ที่อยู่ในกรอบมานานเสียจนเข้าใจถึงบริบทเพียงพอที่จะทำให้คิดนอกกรอบได้ ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องของพรสวรรค์ แต่เป็นเรื่องที่เกิดจากทักษะที่ฝึกฝนมาอย่างยาวนาน เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่

ถูกสร้างขึ้นมาให้มีความคิดสร้างสรรค์ตั้งแต่กำเนิด มนุษย์มีวิวัฒนาการเป็นระบบที่สามารถคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์ใหม่ได้

เทคโนโลยีการผลิตแบบเครื่องจักรและแรงงาน ทำให้โลกผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้ครั้งละจำนวนมากจนเกินความต้องการขั้นพื้นฐาน ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมองหาสิ่งใหม่ที่ก้าวล้ำไปจากการใช้งานปกติ เพื่อตอบสนองความต้องการของปัจเจกชน (Individual) และกลุ่มเฉพาะ (Segment) รวมทั้งการเกิดขึ้นของวิถีชีวิตแบบใหม่หลังจากมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมแห่งศตวรรษที่ 21 จากการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีและเครื่องมือที่เกิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการด้วยตนเอง เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้โมเดลเศรษฐกิจทุนนิยมแบบพึ่งพาตลาดที่มีกระบวนการผลิตแบบเครื่องจักรและแรงงานถูกปรับเปลี่ยนไปเพื่อลดต้นทุนและการเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยให้มากที่สุด ประเทศต่างๆ จึงต้องมองหาโมเดลเศรษฐกิจใหม่เพื่อรักษาความมั่งคั่งและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

หลักการสำคัญของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการโดยใช้องค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เชื่อมโยงกับภาคการผลิตทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างเป็นระบบ เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นแตกต่าง และมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

ทุนวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือน “แก่น” ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และในแถบทวีปเอเชียยุโรป ใช้ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยใช้ในนัยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเน้นการนำเสนอคุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้าและบริการ ขณะที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะมุ่งความสำคัญไปที่มูลค่าเป็นตัวเงิน การพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการท่องเที่ยวหลายประเทศในยุโรปและเอเชียใช้แนวความคิดนี้ในการพัฒนาและสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมทั้งในเชิงการอนุรักษ์และการนำวัฒนธรรมมาเป็นทุนเชื่อมโยงสู่การพัฒนาทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรม นำมาซึ่งการหลั่งไหลของสินค้าและวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง

การต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนวัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิเคราะห์สินค้าเพื่อดึงจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจมาปรับปรุง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่เหมาะกับสินค้า แล้วสร้างค่านิยมเสริมเข้าไป ผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะกับสถานการณ์ มีการปรับปรุงรูปแบบของสินค้าให้เหมาะสม มีความทันสมัย หรือออกแบบ

ให้เกิดความแปลกใหม่ แต่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ต้องศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและนำมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของสังคม มีการสร้างตราสินค้าที่เป็นการหยิบยกเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้ามานำเสนอ มีความตั้งใจและทักษะด้านการบริหารจัดการ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

สหราชอาณาจักร เป็นหนึ่งในประเทศแรกๆ ที่ดำเนินนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ ให้กลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่การใช้นโยบาย Cool Britannia จนถึงกลยุทธ์ Create UK ที่จัดทำขึ้นโดย Creative Industry Council ซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำเป็นต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ดังนั้น หน่วยงานของรัฐบาลอังกฤษที่ดูแลด้านเทคโนโลยีหรือ Technology Strategy Board จึงถูกเรียกชื่อใหม่ว่า Innovation UK เพื่อสะท้อนภารกิจการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์พัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพบนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล

นอกจากนี้นโยบายสำคัญที่รัฐบาลสหราชอาณาจักรใช้ในการพัฒนาประเทศในช่วงปี พ.ศ.2558-2562 จึงมุ่งเน้นที่กลยุทธ์เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Strategy) เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างนวัตกรรม (Technology Strategy Board. (2015) Innovate UK: Digital Economy Strategy 2015-2018. February 16.) รวมถึงการจัดทำกลยุทธ์การออกแบบในนวัตกรรมปี พ.ศ.2558-2562 (Design in Innovation Strategy) เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจนำการออกแบบไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างนวัตกรรม ด้วยการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการออกแบบและอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน และการสร้างความตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของ Design Thinking และ Service Design ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (Technology Strategy Board. (2015) Innovate UK: Design in Innovation Strategy 2015-2019. November 10.)

ในปัจจุบัน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นแค่ความคิดเท่านั้น แต่ยังเป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจริง ดังเห็นได้จากข้อมูลสถิติของการค้าสินค้าและบริการสร้างสรรค์ของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD) ที่ระบุว่ามูลค่าการค้าของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในระดับโลกของโลกอยู่ที่ 6.24 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2554 และการค้าเหล่านี้ได้มีการขยายตัวมากกว่าสองเท่านับตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 หากพิจารณาเฉพาะบริการสร้างสรรค์ (Creative services) อาทิ บริการด้านสถาปัตย์ วัฒนธรรม และสันทนาการ โฆษณา ภาพและเสียง พบว่า มูลค่ามีการเติบโต

อย่างก้าวกระโดด จาก 62 พันล้านเหรียญสหรัฐปี พ.ศ. 2545 ขยายตัวขึ้นถึงสามเท่าเป็น 1.72 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ.2554

1.4 มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Cultural and Creative Industry)

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Education, Scientific and Cultural Organization – UNEDCO) ได้จัดทำรายงานเนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี ของการทำอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองและส่งเสริมความหลากหลายของการแสดงออกทางวัฒนธรรม (Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions) เรื่อง "Cultural times : The first global map of cultural and creative industry" เผยแพร่เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2558 เพื่อแสดงถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในการเป็นกลไก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา เพราะเป็นแหล่งรายได้และการจ้างงานในปัจจุบันและอนาคต

รายงานฉบับดังกล่าวได้รวบรวมข้อมูลยอดขายสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมและวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของสินค้าที่จับต้องได้ บริการและค่าใบอนุญาตต่างๆ ของกลุ่มบริการโทรทัศน์และวิทยุ รวมทั้งข้อมูลอีก 3 ส่วน คือ

1) การประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม อาทิ หนังสือ เพลงและเกมออนไลน์ โฆษณาออลน์และมีเดียต่างๆ

2) การประมาณการเศรษฐกิจใต้ดิน (Underground Economy) ที่มีคำจำกัดความว่า "การผลิตสินค้าและบริการตามความต้องการของตลาด (Market-based) แบบถูกกฎหมายหรือผิดกฎหมาย ที่หลุดรอดจากการประมาณการผลิตภัณฑ์มวลรวมสหประชาชาติอย่างเป็นทางการ"

3) การประมาณการจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่รวมงานไม่ประจำ นักสร้างสรรค์ นักประพันธ์ และนักแสดง

ในปี พ.ศ. 2556 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมทั่วโลกมีรายรับถึง 22.5 แสนล้านเหรียญสหรัฐ มีการจ้างงานถึง 29.5 ล้านคน โดยกลุ่มโทรทัศน์และทัศนศิลป์มีสัดส่วนของรายรับสูงที่สุด สองอันดับแรกตามลำดับ คิดเป็นหนึ่งในสามของรายรับและการจ้างงานรวม

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของโลก แบ่งตามรายรับและการจ้างงาน ปี พ.ศ. 2556

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม	**รายรับ (พันล้านเหรียญสหรัฐ)**	**การจ้างงาน (จำนวนงาน)**
โทรทัศน์	477	3,527,000
ทัศนศิลป์	391	6,732,000
หนังสือพิมพ์และนิตยสาร	354	2,865,000
โฆษณา	285	1,953,000
สถาปัตยกรรม	222	1,668,000
หนังสือ	143	3,670,000
การแสดงศิลปะ	127	3,538,000
เกม	99	605,000
ภาพยนตร์	77	2,484,000
เพลง	65	3,979,000
วิทยุ	46	502,000
รวม	2,253	**29,507,000**

ที่มา: Cultural times : The first global map of cultural and creative industries หน้า 15

จากสถิติของ UNCTAD ทำให้เห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงมีความสำคัญต่อประเทศกำลังพัฒนา เพราะกระบวนการทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถยกระดับความสามารถเทคโนโลยีให้แก่ประเทศเหล่านั้นได้ เพราะประเทศกำลังพัฒนากำลังเผชิญการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่เข้มข้น ต้องพึ่งพาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากสินทรัพย์ที่มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเฉพาะการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานราคาถูกหรือทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงจำเป็นในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มากไปกว่าต้นทุนการผลิตหรือความสมบูรณ์ของทรัพยากรได้

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจที่ใช้ความรู้เข้มข้น (Knowledge-intensive Economy) จึงจำเป็นในการหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง (Middle income trap) อันเป็นปัญหาที่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเผชิญร่วมกัน ดังปรากฏในข้อเสนอของ

รายงานของธนาคารพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank – ADB) ที่ให้คำแนะนำว่า การพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานของความรู้ความสามารถนำกลุ่มประเทศเอเชียหลุดพ้นจากความชะงักงันทางเศรษฐกิจในระยะยาว เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวทางนี้ช่วยให้เศรษฐกิจเอเชียสามารถรับมือกับความท้าทายจากค่าจ้างแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้นพร้อมไปกับพลังงานที่ขาดแคลนมากขึ้นด้วยการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ที่เข้มข้นมากขึ้น

โดยสรุปแล้ว ถ้าหากประเทศกำลังพัฒนาตกขบวนรถจักรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศเหล่านี้จะเผชิญกับการแข่งขันสู่จุดต่ำ (Race to the bottom) เพราะไม่สามารถแข่งขันในคุณภาพอื่น นอกจากการกดต้นทุนค่าจ้างแรงงานให้ต่ำ และการผ่อนปรนกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมสวัสดิการของแรงงาน นโยบายข้างต้นนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ แต่ต้องแลกกับต้นทุนในความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในระระยาวได้

คำถามสำคัญประการหนึ่งคือ การพัฒนาและผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละประเทศปรากฏออกมาในลักษณะที่เหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร เพราะจากนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Howkins ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งดูเหมือนเป็นการส่งเสริมภาคบริการและการออกแบบ หรือการนิยามและจัดหมวดหมู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industry) ของ UNCTAD ที่ให้ความสำคัญกับผลงานศิลปะเชิงพาณิชย์ หรืออุตสาหกรรมเชิงเนื้อหา (Content Industry) มากกว่าภาคการผลิตจริง (Real sector) เช่น ภาคเกษตรและอุตสาหกรรม ดังกรณีของสหราชอาณาจักรที่มียุทธศาสตร์เน้นไปในการพัฒนาอาชีพสร้างสรรค์ (Creative occupation) ที่ถูกนิยามว่าเป็นสายอาชีพที่มีบทบาทในการนำความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักเกี่ยวข้องกับอาชีพในภาคบริการหรือการสร้างสรรค์ทางศิลปะ (Bakshi. H. Fremman. A and Higgs. P. (2013). A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries. London:Nesta.)

ในกรณีของแคนาดา รัฐบาลท้องถิ่นหลายแห่งได้ปรับใช้แนวคิด "เมืองสร้างสรรค์" (Creative City) ของ Richard Florida ที่พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานของเมืองเพื่อดึงดูดและรวบรวมชนชั้นผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ (Creative class) ในเทศมณฑลปรินซ์เอ็ดเวิร์ด (Prince Edward Counmtry) และมัสโคกะ (Muskoka) ซึ่งล้วนเป็นพื้นที่ที่ถูกขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจด้วยภาคเกษตรกรรมและภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก เทศมณฑลทั้งสองแห่งใช้สภาพแวดล้อมที่สวยงามและเปี่ยมไปด้วยคุณภาพชีวิตที่ดีในการดึงดูดชนชั้นสร้างสรรค์ให้เข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่ การกระจุกตัวของชนชั้นสร้างสรรค์ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการเกษตร ธุรกิจอาหารและธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ อันเป็นผลการใช้ความรู้เชิงสร้างสรรค์

ในการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรและสถานที่ในท้องถิ่น เช่น การออกแบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าและสถานที่ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่บอกรายละเอียดทางศิลปะและความบันเทิงที่ส่งเสริมให้ผู้คนเข้ามาบริโภคผลผลิตและอาหารของท้องถิ่นมากขึ้น

ในกรณีของญี่ปุ่น มีการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเศรษฐกิจในชนบทของญี่ปุ่น รัฐบาลใช้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงเนื้อหาในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคนอกประเทศหันมาซื้อสินค้าเกษตรของญี่ปุ่น และสร้างแรงบันดาลใจให้คนภายนอกประเทศเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทมากขึ้น ในขณะเดียวกัน รัฐบาลญี่ปุ่นใช้การสร้างยี่ห้อ (brand) ให้แก่สินค้าและสถานที่ในชนบท เพื่อสร้างความโดดเด่นและความน่าเชื่อถือต่อยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยหวังว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เข้มแข็งจะส่งเสริมให้ภาคเศรษฐกิจอื่นในชนบทเติบโตตามไปด้วย เหมือนกับที่เกิดขึ้นในเขตปกครองอาโอโมริ (Aomori Prefecture) ที่ได้สร้างยี่ห้อผูกติดกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่และสถานที่ โดยการสร้างยี่ห้อของเขตปกครองอาโอโมริ อยู่ภายใต้กระแสการส่งเสริมการสร้างยี่ห้อให้แก่พื้นที่ชนบทซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลญี่ปุ่นให้การผลักดันอย่างจริงจัง การพัฒนาชนบทด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีเป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและเพิ่มการจ้างงานในชนบทที่ได้รับผลกระทบจากการโยกย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมไปประเทศอื่นที่มีต้นทุนต่ำกว่า ด้วยหวังว่าสามารถเชื่อมต่อกระบวนการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว งานฝีมือพื้นบาน และอาหาร ที่นำไปสู่การยกระดับอุตสาหกรรมที่เป็นเครื่องจักรขับเคลื่อนความเจริญเติบโตและการจ้างงานในท้องถิ่น

1.5 องค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ขอบเขตของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละประเทศจะมีการนิยามที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคม ตลอดจนวัตถุประสงค์การนำไปใช้และลักษณะการดำเนินงาน โดยเราสามารถพิจารณาได้จากตัวอย่างการจัดแบ่งประเภทของอุตสาหกรรม และการกำหนดสาขาอุตสาหกรรมและบริการ ดังนี้

UNCTAD ได้จัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม เป็นต้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลงานและงานฉลอง เป็นต้น และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย และ

วัตถุโบราณ เป็นต้น รวมทั้งศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

3. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น และงานโสตทัศน์ (Audiovisual) เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และการออกอากาศอื่นๆ เป็นต้น

4. ประเภท Function Creation เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟฟิค แฟชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น กลุ่มสื่อประยุกต์ (New Media) ได้แก่ ซอฟต์แวร์วิดีโอเกม และผลิตภัณฑ์ดิจิทัล เป็นต้น และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) ได้แก่ สถาปนิก โฆษณา วัฒนธรรมและนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนาและบริการที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล และความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

ตารางที่ 2.2 ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แยกประเภทตามกลุ่ม

ประเภท	กลุ่มย่อย	รายละเอียดของขอบเขต
การสืบทอดทางวัฒนธรรม (Heritage)	งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)	ผลิตภัณฑ์งานจักสาน ถักทอ เครื่องใช้ในการเดินทางจากหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจากไม้ ดอกไม้ใบไม้ ประดิษฐ์ เซรามิกที่ใช้วิธีผลิตด้วยมือ เครื่องประดับโลหะมีค่า เพชร พลอยเจียระไนหรือเพชรพลอยร่วง
ศิลปะ (Arts)	ศิลปะการแสดง (Performing arts)	การจัดกิจกรรม บริการทางศิลปะการแสดง และบริการทางด้านมหรสพ เช่น ระบำ คอนเสิร์ต วงดนตรี ละครเวทีต่างๆ
สื่อ (Media)	การตีพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing)	การทำสำเนาสิ่งพิมพ์ สำเนาสื่อบันทึกข้อมูล รวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์อื่นๆ เช่น การเรียงพิมพ์ การแกะแม่พิมพ์ และการเข้าเล่ม การพิมพ์หนังสือ หนังสือพิมพ์ แผนพับ ใบปลิว ปฏิทิน สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการบริการทางการพิมพ์อื่นๆ

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่มย่อย	รายละเอียดของขอบเขต
	การกระจายเสียง (Broadcasting)	การกระจายเสียงทางโทรทัศน์ การกระจายเสียงทางวิทยุ และการบริการทางการกระจายเสียง สถานีวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ และห้องส่ง ซึ่งดำเนินกิจการหลักเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ทุกประเภท เช่น รายการบันเทิง รายการเพื่อส่งเสริมการศึกษา รายการข่าว กีฬา พยากรณ์อากาศ สัมภาษณ์บุคคล ฯลฯ โดยเป็นรายการสดหรือบันทึกลงแถบบันทึกในสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่และกระจายเสียง รวมถึงการขาย ให้เช่า เก็บรักษาเพื่อการกระจายเสียงหรือแพร่ภาพและการนำกลับมาแพร่ภาพซ้ำ
สื่อ (Media) (ต่อ)	ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & Video)	การบริการ การผลิตหรือจำหน่ายภาพยนตร์และแถบวีดิทัศน์ รวมทั้งการจำหน่ายหรือให้เช่าฟิล์มและแถบวีดิทัศน์ สถานประกอบการที่ดำเนินการหลักเกี่ยวกับการขายหรือให้เช่า ภาพยนตร์ หรือแถบวีดิทัศน์แก่อุตสาหกรรมอื่น ซึ่งมิใช่เป็นการจำหน่ายให้แก่สาธารณชนทั่วไป
งานสร้างสรรค์แบ่งตามลักษณะของงาน (Functional Creations)	งานออกแบบ (Design)	การผลิตและขายเฟอร์นิเจอร์ การตกแต่งภายใน เครื่องครัว เครื่องแก้ว ของเล่นต่างๆ การออกแบบกราฟฟิค ออกแบบ บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งบริการออกแบบต่างๆ ยกเว้นการผลิตและขายเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้าจากผ้าถักที่ผลิตขึ้นเอง และเครื่องสวมสำหรับกีฬา
	แฟชั่น (Fashion)	การผลิตเครื่องแต่งกาย การออกแบบ จัดทำตัวอย่าง จัดเตรียมการผลิต การขายเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปและการรับจ้างตัดเสื้อให้ลูกค้า ยกเว้น การผลิตเสื้อผ้าจากผ้าถักที่ผลิตขึ้นเอง และเครื่องสวมสำหรับกีฬา

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ประเภท	กลุ่มย่อย	รายละเอียดของขอบเขต
	งานโฆษณา (Advertising)	กิจกรรมเกี่ยวกับการโฆษณา ทั้งทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบันทึก สื่อบันทึกเสียงอื่นๆ และงานออกแบบงานโฆษณา งานบริการทางการโฆษณาและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง
	สถาปัตยกรรม (Architecture)	การดำเนินงานเกี่ยวกับการก่อสร้างทั่วไป การก่อสร้างเฉพาะงาน และงานวิศวกรรมโยธา การต่อเติมดัดแปลงการก่อสร้างลักษณะชั่วคราว การซ่อมแซมงานวิศวกรรมโยธาสามารถดำเนินการด้วยตนเองหรือโดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการทำสัญญาจ้างงานบางส่วนทั้งหมดหรือทำสัญญารับช่วง กิจกรรมด้านสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม การบริหารโครงการงานก่อสร้าง ออกแบบก่อสร้าง จัดประเภทบริการทางสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และการให้คำปรึกษาทางเทคนิคที่เกี่ยวข้อง

องค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model) ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งออกเป็น 20 สาขา ได้แก่ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งานศิลปะการกราฟิก สื่อบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระดาษ เครื่องถ่ายเอกสารและอุปกรณ์ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าแต่งบ้าน และของเล่น ในขณะเดียวกัน สหราชอาณาจักร หรือประเทศอังกฤษ ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 13 สาขา ได้แก่ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ และวิดีโอและคอมพิวเตอร์เกม

Tung และ Wan (2009) ได้นำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเกาหลีในฐานะต้นแบบของนโยบายในการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยภาครัฐพยายามช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งธุรกิจและดำเนินงานต่อไปได้ ซึ่งภาครัฐมี

ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นอย่างดีในการสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ องค์ประกอบสำคัญนี้ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลีเป็นแบบจำลองในการพัฒนานโยบายอุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้กับประเทศอื่นๆ ได้

1.6 ความสำเร็จของละครโทรทัศน์เกาหลีใต้

สาธารณรัฐเกาหลีใต้ประสบวิกฤติทางเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ.2540 เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่สาธารณรัฐเกาหลีใต้สามารถใช้ “ทุนทางวัฒนธรรม” ในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจ โดยสาธารณรัฐเกาหลีใต้เริ่มจัดทำแผน 5 ปี และแผน 10 ปี เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม จนกระทั่งปี พ.ศ.2544 สาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้จัดตั้งองค์กรด้านวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ได้แก่ องค์กรวัฒนธรรมและสารัตถะเกาหลีใต้ (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีเป้าหมายเพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาสาระในความเป็นเกาหลีผ่านสื่อบันเทิงต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ เพลง การ์ตูน เกมออนไลน์ ศิลปะ ดนตรี และแอนิเมชั่น โดยมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาสาธารณรัฐเกาหลีใต้ให้ไปสู่ความก้าวหน้าด้านอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อเป็น 1 ใน 5 ประเทศของโลกที่ส่งออกอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม

จากเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ทำให้กระแสของวัฒนธรรมเกาหลีได้กระจายไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหลั่งไหลเข้าสู่ประเทศจีน จนเกิดเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกว่า Korean Wave หรือ “ฮันริว” (Hallyu) คำนี้ถูกตั้งขึ้นโดยนักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 หมายถึงกระแสความเย็นของความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่ค่อยๆ คืบคลานในยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพ้นอิทธิพลทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชาติมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกาที่แพร่กระจายไปทั่วโลก (วิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์, 2556)

ปรากฏการณ์ “ฮันริว” เริ่มจากความนิยมในสื่อทางวัฒนธรรมของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ อาทิ ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และดนตรีป๊อบ ละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เช่น เพลงรักสายลมหนาว (Winter Sonata) แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the palace) และสะดุดรักที่พักใจ (Full House) โดยทั้งหมดมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวนับล้านเดินทางไปยังสาธารณรัฐเกาหลีใต้ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมไปถึงสร้างเอกลักษณ์ของชาติเกาหลีในสายตาของคนทั่วโลก ละครเกาหลีถือว่าเป็นละครที่มีคุณภาพการถ่ายทำสูง มีวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศเอเชียอื่นๆ เนื้อหาของละครโทรทัศน์เกาหลีจะเน้นเรื่องความรักความผูกพันในครอบครัว มิตรภาพ คุณธรรม และการตามหารักแท้ โดยละครโทรทัศน์เกาหลีทุกเรื่องจะใช้นักแสดงหน้าตาดี มีฝีมือ

ถ่ายทำในสถานที่สวยงาม เพลงประกอบที่ไพเราะ จากสาเหตุต่างๆ นี้ทำให้ละครจากสาธารณรัฐเกาหลีใต้สามารถเข้ามาตีตลาดทั่วทั้งเอเชียได้ (Yang, 2012)

โครงสร้างการผลิตละครโทรทัศน์ของเกาหลีใต้แบ่งออกเป็นการผลิตเองโดยสถานี เช่น KBS, MBC, SBS หรือบริษัทผู้รับจ้างผลิตเป็นผู้ผลิตละครส่งให้ทางสถานีแล้วรับเงินสนับสนุน ส่วนกำไรจากค่าโฆษณานั้นทางสถานีเป็นผู้รับไปทั้งหมด บริษัทรับจ้างผลิตจะได้รับเงินค่าถ่ายทำเป็นจำนวน 60-70% หลังจากส่งละครให้กับทางสถานี รวมทั้งได้รายได้จากทางอื่น คือ กำไรจากลิขสิทธิ์ในการออกอากาศรอบสอง โฆษณาสินค้าแฝง เพลงประกอบละคร และการขายลิขสิทธิ์ในการออกอากาศให้กับต่างชาติ เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จ คือ เนื้อหาที่ได้รับการออกแบบอย่างมีแบบแผนที่เป็นระบบในขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2010) วิเคราะห์ไว้ว่า วัฒนธรรม K-Pop ของเกาหลีใต้มีการออกแบบให้มีความใกล้ชิดทางภาษาและวัฒนธรรมกับ “ความเป็นเอเชีย” อันส่งผลให้กระแส K-Pop ประสบความสำเร็จอย่างสูงไปทั่วทวีปเอเชีย ละครโทรทัศน์เกาหลีหลายๆ เรื่องนำเสนอค่านิยมดั้งเดิมของประเทศเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวส่งผลให้ผู้ชมทั่วเอเชียเข้ามามีส่วนร่วมในความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและสร้างความบันเทิงในครอบครัวได้ สรุปได้ว่า ความสำเร็จของวัฒนธรรม K-Pop ของเกาหลีใต้นั้นมาจากสองทาง คือ จากการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนส่งเสริม และจากการที่ภาคธุรกิจร่วมมือร่วมใจในการผลักดันให้กระแส K-Pop ออกไปสู่ตลาดโลกจนประสบความสำเร็จ

ในส่วนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้น ยังไม่มีการกำหนดนิยามและขอบเขตของกิจกรรมที่ชัดเจน โดยพบว่ามีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญา เพื่อใช้ประโยชน์ในวงจำกัดและเพื่อการพาณิชย์มาโดยตลอด โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตและบริการต่างๆ อย่างเป็นระบบและบูรณาการมากขึ้น เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนท์ อุตสาหกรรมออกแบบ เป็นต้น อย่างไรก็ตามกลไกและนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เหล่านี้ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ความชัดเจนของนโยบาย การบูรณาการของแผนและหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ยังเป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาและผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 โดยมีการจัดการตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟแวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม

ของแต่ละกลุ่มในระยะยาว แต่นโยบายและการดำเนินการขององค์กรเหล่านี้ในระยะที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องและการบูรณาการ ซึ่งที่ผ่านมาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยได้รับการพัฒนาในระดับหนึ่งโดยเฉพาะกลุ่มสำคัญ 5 กลุ่ม คือ กลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม กลุ่มการออกแบบ กลุ่มโสตทัศน์ กลุ่มการกระจายเสียง และกลุ่มศิลปะการแสดง มีมูลค่ารวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.72 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกถึงประมาณ 2.5 แสนล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552 : 26-44)

มณฑิรา ธาดาอำนายชัย (2552) ได้นำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยมุ่งหน้าสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของภาครัฐ ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้คนในสังคมมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เรียนรู้ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรทำงานในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานและเป็นการใช้งบประมาณมากเกินความจำเป็น และควรเลือกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สนับสนุนและส่งเสริมในเบื้องต้น โดยพิจารณาจากการส่งเสริมสนับสนุนที่ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละกลุ่มสาขาที่ต้องการพึ่งพาจากภาครัฐ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ระบบการศึกษา โดยการปูพื้นฐานกระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์ในระบบการเรียนการสอน ส่งเสริมให้เด็กไทยกล้าแสดงความคิดที่แตกต่าง นอกกรอบ และการสร้างให้เป็นเมืองสร้างสรรค์

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยเพื่อเป็นกลยุทธ์สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย คือ สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Assets) ที่มีจุดยืนและมีเอกลักษณ์ประจำชาติ โดยไม่ได้เป็นเพียงแค่ ลายกนก ลายไทย เพียงเท่านั้น หากแต่เป็นการสื่อความหมายและแนวคิดสำคัญของวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งก่อนจะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ควรนำจุดเด่นของแต่ละภาคไม่ว่าจะเป็นเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ของไทยมาพัฒนาเป็นเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จะสื่อสารไปยังตลาดผู้บริโภคต่างประเทศ ซึ่งจากการศึกษาประเทศต้นแบบที่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จนประสบความสำเร็จอย่างประเทศเกาหลีใต้ พบว่า กุญแจสำคัญของต้นแบบขององค์กรเนื้อหาและวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Culture and Content Agency: KOCCA) ใช้การคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม เป็นตัวสร้างความ

แตกต่าง ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Content industry) โดยใช้การสร้างความมั่งคั่งจากทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศมาพัฒนาเป็นเนื้อหาที่สำคัญเพื่อส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม โดยประเทศเกาหลีใต้ยังได้ใช้กลยุทธ์การพัฒนาเนื้อหาที่มีลักษณะเดียว (one Content) และส่งออกผ่านสื่อที่หลากหลาย (Multiple Uses) เช่น เนื้อหาจากละครโทรทัศน์ ไปสู่ นิยาย หนังสือการ์ตูน การ์ตูนแอนิเมชั่น โรงถ่ายละคร รวมถึงสร้างกระแสการท่องเที่ยวให้กับประเทศเกาหลีใต้ อาหารเกาหลี จนเป็นกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Fever) สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเกาหลีเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดตั้งสร้างสถาบันเพื่อเป็นกลไกในการทำงานเป็นหน่วยงานกลางที่กำกับ ดูแล และรับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องมีความรู้และความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอย่างดี สำหรับประเทศไทยควรมีลักษณะเป็นองค์การมหาชนอิสระ มีลักษณะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการสาธารณะ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีเจ้าสังกัดเพื่อให้ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลส่วนหนึ่ง สามารถหารายได้ แต่ไม่ได้เป็นการแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก มีอิสระในการบริหารงาน บริหารคนและบริการเงิน โดยมีคณะกรรมการบริหารควบคุมดูแลการดำเนินงานที่เรียกว่า “คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์" ” โดยหากพิจารณาจากประเทศต้นแบบที่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น อังกฤษ และเกาหลี จะเห็นได้ว่าหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและกีฬา และดำเนินงานโดยกลุ่มพัฒนายุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยคณะกรรมการจากกระทรวงและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ (Ministerial Creative Industries Strategy Group: MCISG) ส่วนหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการท่องเที่ยว และมีหน่วยงานหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Bureau of Cultural Industry) สภาการภาพยนตร์แห่งเกาหลี (Korean Film Council: KOFIC) และองค์กรเนื้อหาและวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Culture and Content Agency : KOCCA) เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาคน เทคโนโลยีและการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา ประเทศไทยมีความอ่อนแอของทรัพย์สินทางปัญญา โดยถ้าหากรัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากเท่าใด จำเป็นต้องผลักดันเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจังและเข้มงวดมากยิ่งขึ้น

สินค้าสร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องควรมีการป้องกันการลอกเลียน ปกป้องรายได้อันเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ยังมีทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพที่มีความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง แตกต่างกับประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีลักษณะหยุดนิ่งและไม่เคลื่อนไหว ดังนั้นประเทศที่กำลังพัฒนาจึงเป็นแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมอุดมสมบูรณ์ สามารถนำมาผลักดันทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศได้

2. รายการละครโทรทัศน์ไทย

รายการละครโทรทัศน์ไทย ประกอบด้วย 4 หัวข้อหลักคือ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการละครโทรทัศน์ไทย 2.2 กลยุทธ์การสร้างสรรค์ การผลิตละครโทรทัศน์ไทย 2.3 การสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทย และ 2.4 การประชาสัมพันธ์ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับรายการละครโทรทัศน์ไทย

อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในระบบฟรีทีวีมีประวัติศาสตร์ยาวนานมากว่า 50 ปี และเติบโตมากที่สุดในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศรายการละครซึ่งได้นับความนิยมมากที่สุดได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือ ช่อง 7 HD รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. หรือ ช่อง 33 HD จนกระทั่งปัจจุบันที่รูปแบบการออกอากาศจะปรับเปลี่ยนเป็นระบบทีวีดิจิทัลที่มีจำนวนช่องเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งสองช่องยังคงได้เปรียบในเชิงฐานแฟนละครประจำที่ติดตามชมมาอย่างยาวนาน โดย ช่อง 7 HD แบ่งออกเป็นละครก่อนข่าว เวลา 18.45น และละครหลังข่าว เวลา 20.20น. และช่อง 3 หรือช่อง 33 HD แบ่งออกเป็นละครก่อนข่าว เวลา 19.05น. และละครหลังข่าว เวลา 20.20น. โดยช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดและนำรายได้หลักมาสู่สถานีโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์ มีความหมายโดยทั่วไป คือ เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงคดี (fiction) ที่นำเสนอเรื่องราวตามจินตนาการของผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ โดยอาจจะหยิบยกเรื่องราวที่เป็นบทประพันธ์ นวนิยาย เรื่องสั้น วรรณคดี นำมาสื่อสารผ่านภาพและเสียง โดยอาจเป็นเรื่องที่อิงจากหลักการความเป็นจริง หรือเป็นเรื่องราวที่เกินจริง แฟนตาซี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความบันเทิงกับผู้ชม

สมสุข หินวิมาน (2556) ได้อธิบายว่าละครโทรทัศน์จัดเป็นตระกูลหนึ่งของรายการโทรทัศน์ (Television genre) ในสังกัดของตระกูลรายการประเภทบันเทิง (Entertainment) มีการผลิตที่

เนื้อหาจะเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นเพื่อเน้นความบันเทิง มีตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ฉาก ความขัดแย้ง และความคาดหวังของผู้ชมที่มักจะชื่นชอบการรับชมความขัดแย้งระหว่างตัวละคร เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสนุกสนาน น่าติดตามชม จนกระทั่งความขัดแย้งนั้นได้คลี่คลายลงในตอนจบของเรื่อง คำว่า ละครโทรทัศน์ สามารถเรียกได้ว่าเป็น Television Drama กับ Soap Opera โดยมีความหมายที่แตกต่างกัน ทั้งนี้การใช้คำว่า ละครโทรทัศน์ ในความหมายของ Television Drama นั้น วิคตอเรีย โอดอนเนลล์ (Victoria O'Donnell) ให้ความหมายไว้ว่า เรื่องแต่งที่มีลักษณะตั้งแต่เรื่องเล่าขนาดยาวหลายตอนจบ (Serial) ละครชุดขนาดสั้น (Miniseries) หรือเรื่องเล่าจบในตอนเดียว (Single play) ความยาวอยู่ที่ประมาณหนึ่งชั่วโมง หรือหากมีหลายชั่วโมงจะแบ่งซอยออกเป็นตอนๆ เพื่อฉายออกอากาศหลายวันหรือหลายสัปดาห์ มีเนื้อหาหลากหลายโครงเรื่องซับซ้อน ลงทุนผลิตค่อนข้างสูง และเป็นรูปแบบรายการที่นิยมของผู้ชม ส่วน คำว่า Soap Opera โอดอนเนลล์ได้นิยามว่า ในประเทศทางตะวันตก ละคร Soap Opera จะเป็นรายการที่อาจจะอยู่ในตระกูลย่อย (Subgenre) ของละครแบบ Drama ละครประเภทนี้มักออกอากาศเป็นประจำทุกวัน มีความยาวประมาณ 30-60 นาที มีเนื้อหาดำเนินไปเรื่อยๆ ไม่มีจุดสิ้นสุด บางเรื่องออกอากาศยาวนานต่อเนื่องเป็นปี ใช้วิธีการบันทึกเทปล่วงหน้าก่อนออกอากาศประมาณ 2 สัปดาห์ เนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตของคนในสังคมเมืองใหญ่หรือชานกรุง สำหรับในประเทศไทยละครโทรทัศน์ อาจเรียกได้หลายแบบ เช่น ละครน้ำเน่า ละครหลังข่าว มีเนื้อหาวนเวียนกับประเด็นรักๆ ใคร่ๆ เน้นเรื่องราวประโลมโลก

2.2 กลยุทธ์การสร้างสรรค์ การผลิตละครโทรทัศน์ไทย

ในอดีตถึงปัจจุบันเมื่อผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ จะเลือกละครโทรทัศน์มาเพื่อผลิตนั้น จะมีการนำเรื่องราวมาจาก 4 แหล่ง ได้แก่ (ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธิน, 2561)

1) วรรณคดีดั้งเดิม หรือเรื่องราวที่มีการเล่าขานสืบต่อกันมา เช่น นิทานปรัมปรา วรรณคดีที่มีการแต่งเป็นบทร้อง เช่น ราชาธิราช สังข์ทอง พระอภัยมณี

2) บทประพันธ์ นวนิยาย เรื่องสั้น เช่น คู่กรรม บ้านทรายทอง สี่แผ่นดิน

3) เรื่องที่แต่งขึ้นใหม่ คือ เรื่องที่นักเขียนบทโทรทัศน์แต่งขึ้นมาเอง โดยอาศัยประสบการณ์จินตนาการ

4) ภาพยนตร์ โดยนำภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมมาก่อนแล้ว มาสร้างใหม่เป็นละครโทรทัศน์ เป็นต้น

การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ในแบบที่แต่งขึ้นใหม่นั้น ปัจจุบันเป็นที่นิยม เพราะสามารถปรับเปลี่ยนเรื่องได้ทันต่อยุคสมัย ทันสถานการณ์ กรณีเช่น ละครซีรีส์เรื่อง ฮอร์โมนวัยว้าวุ่น ที่ฉีกแนวทางการออกอากาศเพียงแค่ 45 นาที ต่อตอน ใน 1 สัปดาห์ ซึ่งถือว่าน้อยกว่าละครโทรทัศน์ทั่วไปที่ต้องออกอากาศวันละ 2 ชั่วโมงต่อตอน และคนดูติดต่อกัน 2-3 วันต่อสัปดาห์

โดยละครซีรีส์เรื่อง ฮอร์โมน วัยว้าวุ่น ได้เลือกแนวทางนี้โดยคล้ายคลึงกับ การสร้างซีรีส์ต่างประเทศ คือ เน้นการเล่าเรื่องให้เร็วและเข้มข้น เมื่อเนื้อหาเข้มข้นบวกกับการทิ้งค้างเพื่อเปิดปมในตอนหน้า ทำให้คนดูไปพูดต่อ ส่งต่อให้ละครถูกติดตามไปยังสัปดาห์ต่อไป และใช้กลยุทธ์ Multi-Platform ออกอากาศทั้งในออนไลน์ (Online) บนอินเทอร์เน็ต ออนแอร์ (On Air) ในโทรทัศน์ และออนอีเวนต์ (On Event) ผ่านกิจกรรมทางการตลาด จนกระทั่งกลายเป็นแนวทางการออกอากาศของละครที่เรียกว่า ซีรีส์วัยรุ่นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นละครซีรีส์ SOTUS The Series พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่งบังเอิญรัก Love By Chance Series The Gifted นักเรียนพลังกิฟต์ หรือละครซีรีส์ เด็กใหม่ ที่ทดลองการออกอากาศโดยไม่มีการรับชมย้อนหลังผ่านทางออนไลน์ จนกว่าจะออกอากาศครบ 13 ตอน แล้วจึงจะลงเนื้อหาทั้งหมดที่มีการเล่าเรื่องแตกต่าง มีการตัดต่อบางตอนใหม่สำหรับออกอากาศในเว็บไซต์ Netflix ซึ่งเป็นการให้บริการเนื้อหาความบันเทิงในรูปแบบออนไลน์ ทั้งรายการทีวี ภาพยนตร์ สารคดีบนอินเทอร์เน็ต ด้วยการสมัครสมาชิก

2.3 การสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ไทย

กระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ประกอบไปด้วยการกำหนดเรื่องราว ประเภทของละคร การสร้างสรรค์ตัวละคร เพื่อนำมาพัฒนาสู่การเขียนเป็นโครงเรื่อง การจะได้มาซึ่งละครโทรทัศน์ที่สมบูรณ์แบบต้องผ่านกระบวนการต่างๆ เป็นอย่างมากของทีมงานผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยแบ่งขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก (องอาจ สิงห์ลำพอง , 2557:101-105) ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post-Production) และขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production) เริ่มต้นจากขั้นตอนการขายงานละครกับทางสถานีโทรทัศน์ โดยทางผู้จัดละครโทรทัศน์นำเสนอนิยายหรือโครงเรื่องที่ดีนำเสนอกับทางสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เมื่อได้รับการอนุมัติการผลิตละครแล้ว จึงพัฒนาบทละครโทรทัศน์เพื่อให้เป็นหัวใจหลักในการทำงานตามกระบวนการผลิต เมื่อมีบทละครโทรทัศน์ที่น่าสนใจและน่าติดตามแล้ว จึงมีการวางตัวนักแสดงตามบทบาท โดยจะเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างสถานีโทรทัศน์กับผู้จัดละคร เพราะกลุ่มนักแสดงถือเป็นแม่เหล็กสำคัญของละครโทรทัศน์ จนมาถึงการเลือกทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ ผู้กำกับการแสดงที่ไว้ใจได้ในการทำงาน มีประสบการณ์กำกับการแสดงละครโทรทัศน์มาเป็นอย่างดี การคัดเลือกทีมงานในฝ่ายต่างๆ ทีมผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับภาพ ผู้กำกับแสง ฝ่ายศิลปกรรม ฝ่ายเครื่องแต่งกาย ตลอดจนสรรหาอุปกรณ์กล้อง อุปกรณ์ไฟที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิต จากนั้นจะมีการประชุมร่วมกันทุกฝ่ายเกี่ยวกับบทละครโทรทัศน์และกำหนดทิศทางการนำเสนอละครโทรทัศน์รวมถึงองค์ประกอบโดยรวมของงาน เพื่อเป็นการ

เห็นทุกอย่างเป็นภาพเดียวกันให้ได้ มีการเสนองานอ้างอิงจากฝ่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายศิลปกรรมที่จะนำเสนอการขายงานศิลป์ทั้งหมด งานสร้างฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก ทางฝ่ายเครื่องแต่งกายนักแสดงเสนอแนวคิดของเสื้อผ้าหน้าผมของนักแสดงว่าจะออกมาเป็นอย่างไร ทีมผู้ช่วยผู้กำกับการแสดงคัดเลือกนักแสดงประกอบสมทบที่ตรงตามบุคลิกที่วางไว้ในละคร ฝ่ายจัดหาสถานที่จะนำสถานที่ตามบทละครมาเสนอคัดเลือกกันโดยวางแผนว่าควรถ่ายทำสถานที่ใดก่อนหลัง การประชุมร่วมกันของทุกฝ่ายจะสิ้นสุดลงเมื่อฝ่ายต่างๆ รับทราบรายละเอียดของงานที่จะถ่ายทำเป็นที่เรียบร้อย

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) ขั้นตอนการผลิตละครโทรทัศน์ คือ การทำงานตามตารางการถ่ายทำที่วางไว้เมื่อครั้งประชุมร่วมกันของทีมงาน ทำให้ทุกฝ่ายรู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง การทำงานจึงเป็นระบบ เมื่อการดำเนินงานมีปัญหาหรืออุปสรรค จะเป็นหน้าที่ของผู้กำกับการแสดงที่จะแก้ไขปัญหาให้ผ่านพ้นไปให้ได้ จนกระทั่งสิ้นสุดการถ่ายทำ

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post-Production) ในขั้นตอนนี้จะเข้าสู่กระบวนการตัดต่อภาพละคร ทีมตัดต่อจะมารับหน้าที่ต่อไป จะนำงานที่ถ่ายทำมาทั้งหมดมาเล่าสื่อสารกับผู้ชม การเล่าเรื่องที่ดีคือการดำเนินเรื่องราวด้วยความเข้าใจและรู้สึกติดตามมีอารมณ์ร่วมในการรับชม มีการคัดเลือกฉากคัดเลือกช่วงการแสดงที่ดีที่สุดพร้อมกับใส่เสียงเพลงประกอบละครเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชมละครให้มากขึ้น เมื่อทุกอย่างเสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว ทีมงานผู้จัดละครโทรทัศน์ ผู้กำกับการแสดง หรือผู้ควบคุมการผลิตจะมาตรวจสอบงานละคร หากมีข้อผิดพลาดก็ต้องแก้ไขเพิ่มเติม หรืออาจจะมีการถ่ายทำเพิ่มอีก หรือตัดต่อเสียงใหม่ แล้วแต่ประเด็นปัญหาที่พบ

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนการประเมินงานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นการเตรียมงาน ขั้นตอนการถ่ายทำ การประเมินผลในขั้นตอนหลังการถ่ายทำเมื่อผ่านการตรวจสอบในขั้นตอนนี้แล้ว จะต้องส่งงานไปให้ทางสถานีโทรทัศน์ตรวจสอบอีกครั้ง หากต้องแก้ไขก็จะมีคำสั่งส่งกลับมายังทีมงานเพื่อให้แก้ไขตามที่สถานีโทรทัศน์ต้องการ เมื่อได้รับคำยินยอมอนุญาตให้นำละครโทรทัศน์เรื่องนั้นๆ แพร่ภาพสู่ผู้ชมต่อไปได้ เมื่อละครโทรทัศน์แพร่ภาพสู่ผู้ชมแล้ว ทีมงานผู้ผลิตต้องมีการประเมินผลหลังการนำไปเผยแพร่ออกอากาศของละครโทรทัศน์เรื่องนั้นๆ เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาละครโทรทัศน์เรื่องต่อไป

2.4 การประชาสัมพันธ์

เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม (2555) ได้ศึกษา กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ พบว่า ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวิจัย การวางแผน การดำเนินงานสื่อสาร และการประเมินผล ทั้งนี้พบว่า การให้น้ำหนักในขั้นตอนการวางแผนและการดำเนินงานตามกลยุทธ์และกลวิธีมีความสำคัญมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ก่อนละครออกอากาศ มีการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์แนวเรื่องและกลุ่มเป้าหมายเพื่อการวางแผน และในระหว่างละครออกอากาศ ยังได้มีการนำข้อมูลผู้ชมมาใช้เพื่อปรับปรุงแผนงาน ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเพิ่มจำนวนผู้ชม สร้างกระแสและสร้างภาพลักษณ์ กลุ่มเป้าหมาย มีทั้งกลุ่มที่เจาะจงตามเนื้อหาละคร และประชาชนทั่วไป ในด้านกลยุทธ์พบว่ามีกลยุทธ์การสร้างประเด็นข่าว การใช้คำ การเปิดเผยเนื้อหาละคร การบูรณาการสื่อและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักข่าว ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินงานสื่อสาร เป็นการลงมือปฏิบัติตามกลยุทธ์โดยใช้กลวิธีหลากหลาย เช่น การเผยแพร่ข่าวสาร การสัมภาษณ์ การจัดกิจกรรม การแถลงข่าว นอกจากนี้ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ มีทั้งการตั้งหน่วยงานภายในบริษัท และการจ้างนักประชาสัมพันธ์อิสระ การสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้ากับลูกน้อง การให้ผลประโยชน์ตอบแทนและทำงานเป็นทีมเวิร์ค มีการควบคุมและติดตามงานทางวาจา ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล ได้แก่ ปริมาณข่าวที่ตีพิมพ์ จำนวนผู้ชมหรือเรตติ้ง เนื้อหาข่าวที่ตีพิมพ์และกระแสความคิดเห็นจากผู้ชม โดยมีการประเมินระหว่างออกอากาศและหลังละครโทรทัศน์อวสาน

3. โครงสร้างอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทยเริ่มต้นจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม จากแนวคิดของนายจำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายรายการโทรทัศน์ และรองผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 ในระยะแรกละครที่แสดงทางโทรทัศน์จะเป็นละครไทยประเภทละครรำ ซึ่งไม่ใช่ละครที่ผลิตขึ้นมาเพื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะ (ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531) โดยละครโทรทัศน์ที่แต่งบทละครขึ้นใหม่เป็นการแสดงสด ชื่อเรื่อง “สุริยาไม่ยอมแต่งงาน” นับเป็นละครโทรทัศน์เรื่องแรกของไทย จนกระทั่ง พ.ศ.2519 ในเวลานั้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหมได้เปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์สีช่อง 9 มีการจัดละครมากกว่าสถานีโทรทัศน์อีก 3 ช่อง คือ มีการจัดละครเรื่องยาวแสดงติดต่อกันวันละครึ่งชั่วโมง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์แบบ soap operas เริ่มด้วยเรื่อง พล นิกร กิมหงวน ของ ป.อินทรปาลิต แต่เรื่องที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ ทัดดาวบุษยา รักประกาศิต และสกาวเดือน ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้มอบหมายให้ ภัทราวดี มีชูธน เข้ามารับผิดชอบในการผลิตละครพร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงแบบเก่าที่มีคนบอกบท กลายเป็นให้นักแสดงท่องบทเองพร้อมทั้งเปลี่ยนรูปแบบละครให้ทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องฉากและการกำกับการแสดง

การดำเนินการแข่งขันของรายการละครโทรทัศน์ใช้ช่วงเวลาละครหลังข่าวดำเนินไปจนถึง พ.ศ. 2530 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการแข่งขันในช่วงละครหลังข่าว คือ การขยายเวลา

ออกอากาศจากเดิม 1 ชั่วโมง เป็น 1 ชั่วโมงครึ่ง ตั้งแต่เวลา 20.30 น.-22.00 น. เมื่อสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ขยายเวลาออกอากาศละครหลังข่าว สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. จึงได้ปรับและขยายเวลาการออกอากาศเช่นเดียวกับช่อง 7 เรื่อยมา จน พ.ศ.2539 – พ.ศ.2548 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ดำเนินยุทธวิธีในการแข่งขันเพื่อชิงเรตติ้งจากผู้ชม โดยการเพิ่มเวลาการออกอากาศละครโทรทัศน์หลังข่าวเป็น 2 ชั่วโมง ตั้งแต่ เวลา 20.30น. – 22.30น. ของทุกวัน เพื่อการเป็นผู้นำแห่งวงการละครโทรทัศน์ ทำให้สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ต่างแข่งขันกันผลิตละครโทรทัศน์เพื่อเรียกความนิยมจากผู้ชมและเพื่อการได้รับการอุปถัมภ์รายการ จนทำให้ละครโทรทัศน์กลายเป็นธุรกิจบันเทิง สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นสถานีที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งในด้านละครโทรทัศน์ เพราะเนื้อหาละครที่เป็นแนวตลาดและการส่งสัญญาณภาพโทรทัศน์ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ก่อนการเปลี่ยนผ่านจากระบบแอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล ในปี พ.ศ. 2556 จากผลการสำรวจของ บริษัท เอซีนีลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีสัดส่วนผู้ชมสูงที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทำให้สัดส่วนผู้ชมและมูลค่าของตลาดกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนาล็อกมากกว่าร้อยละ 60 ถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพียง 2 ราย

3.1 ยุคก่อนทีวีดิจิทัล

สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย มีลักษณะการประกอบกิจการโดย แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกันได้แก่

3.1.1 กิจการที่ดำเนินการโดยได้รับสัมปทาน ซึ่งผู้ดำเนินการเป็นบริษัทเอกชนผู้ทำสัญญาสัมปทานกับหน่วยราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ดำเนินการโดยบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเม้นต์ จำกัด ภายใต้สัญญาร่วมดำเนินกิจการฯ กับ อ.ส.ม.ท. และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7 ดำเนินการโดยบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด

3.1.2 กิจการที่ดำเนินการโดยหน่วยราชการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ชื่อย่อ เอ็นบีที (The National Broadcasting Services of Thailand: NBT)

3.1.3 กิจการดำเนินการโดย รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

3.1.4 กิจการที่ดำเนินการโดย องค์กรสาธารณะ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ภายใต้ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.)

3.2 การนำเสนอละครโทรทัศน์ไทย

อาชวิชญ์ กฤษณสุวรรณ (2555) นำเสนอลักษณะนโยบาย การผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ส่วนใหญ่ดำเนินไปในลักษณะ 2 ประการ คือ

3.2.1 สถานีโทรทัศน์เป็น "ผู้ว่าจ้าง" ประกอบด้วย สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

3.2.2 สถานีโทรทัศน์เป็น "ผู้ให้เช่าเวลา" ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยในช่วงเวลา ไพร์ไทม์ละครโทรทัศน์หลังข่าว บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด เป็นผู้เช่าเวลาเพื่อดำเนินการบริหารจัดการรายการบันเทิงรูปแบบละครโทรทัศน์

นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์การบริหารการแพร่ภาพออกอากาศรายการละครโทรทัศน์ของไทยในแต่ละสถานีโทรทัศน์ว่า มีการแบ่งช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วงเวลา กล่าวคือ ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ที่ 1 (ละครโทรทัศน์ก่อนข่าว) ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ที่ 2 (ละครโทรทัศน์หลังข่าว) และช่วงนอกเวลาไพรม์ไทม์ ดังนี้

1. ไพรม์ไทม์ช่วงที่ 1 คือ 18.00น.-20.00น. (ละครโทรทัศน์ก่อนข่าว)

โดยส่วนใหญ่ละครโทรทัศน์ก่อนข่าวจะมีละครโทรทัศน์ประเภทแนวรักโรแมนติก โดยสอดแทรกความตลกขบขันผ่านสีสันของตัวละคร ที่ถ่ายทอดออกมาทางบทพูด กิริยาท่าทาง ลักษณะนิสัยของตัวละครตามบทบาท เนื้อหาของละครก่อนข่าวทั่วไปจะให้ข้อคิดสร้างสรรค์ เนื้อเรื่องที่ดูง่ายไม่ซับซ้อนเพื่อกลุ่มผู้ชมต่างจังหวัด บทบาทของตัวละครมีความขัดแย้งของตัวละครเองมากกว่าขัดแย้งกับตัวเอง มักเป็นเรื่องชนชั้น ความขัดแย้งเรื่องการเมืองและเรื่องชนบท ความขัดแย้งเรื่องการทำงาน และความขัดแย้งเรื่องเชื้อชาติ โดยแก่นของเรื่องส่วนใหญ่สนับสนุนฝ่ายคนจนหรือชนชั้นล่าง สะท้อนให้เห็นว่าละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเวลาก่อนข่าวเป็น "ละครขวัญใจคนจน"

2. ไพรม์ไทม์ช่วงที่ 2 คือ 20.15น.-22.45น. (ละครโทรทัศน์หลังข่าว)

ละครโทรทัศน์หลังข่าวเป็นช่วงเวลาที่มีกลุ่มผู้ชมมากที่สุด ทำให้แต่ละสถานีโทรทัศน์เลือกที่จะแพร่ภาพออกอากาศรายการละครโทรทัศน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่หลากหลาย แนวหรือประเภทของละครโทรทัศน์จึงมีความหลากหลาย ทั้งภายในสถานีโทรทัศน์เดียวกันเองหรือต่างสถานีโทรทัศน์ก็ตาม เพื่อสร้างจุดแข็งของแต่ละสถานีโทรทัศน์ กลยุทธ์ในการวางละครโทรทัศน์เพื่อออกอากาศในแต่ละวันจึงไม่มีสูตรกำหนดตายตัว แต่จะมีการปรับเปลี่ยนเมื่อตัวเลขกลุ่มผู้ชมหรือตัวเลขความนิยมของละครโทรทัศน์ลดลง

โดยส่วนใหญ่ละครโทรทัศน์จะนำเสนอแนวรักโรแมนติกมากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมสนุกสนานไปกับเรื่องราว รองลงมาคือ ละครแนวดราม่า สะท้อนชีวิตความลำบาก ต่อสู้อุปสรรคบนความลำเค็ญระทมทุกข์ของตัวละคร มีฉากบรรยากาศของความเจ็บช้ำน้ำใจกว่าจะได้มาซึ่งความสำเร็จในชีวิต ส่วนละครที่ถูกนำเสนอรองลงมาอีกก็คือ ละครแนวบู๊แอ๊คชั่น ต่อสู้ระหว่างฝ่ายธรรมะที่เป็นฝ่ายตัวละครเอกของเรื่องกับฝ่ายอธรรมที่ถ่ายทอดผ่านบทบาทของโจรผู้ร้าย ตัวโกงนางร้าย ขับเคี่ยวกันอย่างถึงพริกถึงขิงเพื่อให้ได้มาซึ่งความถูกต้อง นอกจากนั้นก็จะเป็นละครแนวแฟนตาซีเหนือความจริง ย้อนอดีต หลงยุค ทะลุมิติ สุดท้ายละครแนวอื่นๆ ก็จะเป็น แนวสยองขวัญ ละครเพลง อัตชีวประวัติ แทรกมาเป็นระยะๆ เพื่อให้มีความหลากหลายในบางช่วงเวลา ในขณะเดียวกันละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะอย่าง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส นั้น แนวหรือประเภทละครโทรทัศน์จะไม่มีละครโทรทัศน์แนวแอ๊คชั่น แฟนตาซี หรือแนวอื่นๆ เลย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับละครแนวดราม่าและรักโรแมนติก และเรื่องที่เคยนำเสนอผ่านหน้าจอภาพยนตร์มาแล้วในอดีต เพื่อให้ดูมีคุณค่าและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในการผลิตรายการหรือกลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบละครสร้างสรรค์ไม่มีฉากหรือภาพรุนแรงของตัวละคร

พรวิภา พงศ์ประศาสน์ (2552) แบ่งบริษัทผู้ผลิตออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บริษัท ผู้ผลิตขนาดเล็ก

เป็นลักษณะของผู้ผลิตส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยเป็นบุคลากรทางด้านละครหรือภาพยนตร์จากทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังที่ผันตัวเองมาตั้งเป็นคณะละคร โดยมีการผลิตเฉลี่ยประมาณไม่เกิน 2 เรื่อง ต่อปี หรือมิได้ผลิตต่อเนื่องทุกปี มีพนักงานประจำเพียง 1-2 คน ไม่มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน และในลักษณะการดำเนินงานของผู้ผลิตประเภทนี้จะเป็นการผลิตแก่ทางสถานีใดสถานีหนึ่งเท่านั้น ได้แก่ ผู้ผลิตเกือบทั้งหมดของช่อง3

2. บริษัทผู้ผลิตขนาดกลาง

เป็นผู้ผลิตที่มีการผลิตต่อเนื่องเฉลี่ยปีละประมาณ 2-3 เรื่อง ต่อปี หรือมีการผลิตต่อเนื่องทุกปี บางบริษัทสามารถผลิตออกอากาศทั้งทางช่อง 7 และช่อง 3 แบ่งบริษัทลูกออกเป็นสัดส่วนของหุ้นที่เข้าร่วมดำเนินการ สามารถแยกการผลิตละครเป็น 2 กอง ทีมงานเป็นอิสระออกจากกัน แต่ละกองรับผิดชอบการผลิตละครแต่ละเรื่อง จำนวนพนักงานประมาณ 15-20 คน มีการสื่อสารภายในองค์กรเป็นลักษณะแนวนอน ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับผู้บริหารมีความใกล้ชิดแบบพี่น้อง ให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น

3. บริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่

มีทุนจดทะเบียนสูงมูลค่ามากกว่า 15 ล้านบาท และมีกำลังการผลิตเฉลี่ยต่อปีกว่า 90 ชั่วโมงขึ้นไป มีสายงานความรับผิดชอบออกเป็นแผนกต่างๆ แบ่งหน้าที่การทำงานอย่าง

ชัดเจน มีระบบตรวจสอบการทำงาน จำนวนพนักงานประมาณ 30-5-คน หรือมากกว่า การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับพนักงานเป็นไปในลักษณะแนวดิ่ง และส่วนใหญ่จะดำเนินการผลิตละครออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานี ยกเว้น บ.บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จก. (ดำเนินการเฉพาะช่อง 3) และ บ.ดาราวีดิโอ จก. (ดำเนินการเฉพาะช่อง 7) บริษัทผู้ผลิตประเภทนี้ยังเป็นบริษัทที่มีการดำเนินการธุรกิจอื่น รวมถึงได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นบริษัทมหาชน เช่น บ.กันตนา มูฟวี่ทาวน์ ในเครือ บ.กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บ.เอ็กแซ็กท์ จก. ในเครือ บ.จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

3.3 ยุคกำเนิดทีวีดิจิทัล

พีรดา พรนิมิตรเลิศเจริญ (2558) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงระบบการออกอากาศจากแอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัลทีวี มีการประมูลใบอนุญาตประกอบกิจการและคลื่นความถี่สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2556 เริ่มทดลองออกอากาศตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ.2557 ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาทำให้ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องจำนวนของสถานีโทรทัศน์จากผู้ประกอบการเดิมที่มีเพียง 6 สถานีหลัก เป็น 24 สถานี โดยแบ่งออกเป็น ช่องความคมชัดสูง หรือ เอชดี (High Definition : HD) จำนวน 7 ช่อง ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ หรือ เอสดี (Standard Definition : SD) จำนวน 7 ช่อง ช่องข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ช่อง และช่องเด็กและครอบครัว จำนวน 3 ช่อง

ทำให้จากเดิมละครโทรทัศน์ของไทยที่เป็นคู่แข่งขันหลักในตลาดละครโทรทัศน์ คือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือ ช่อง 7 HD และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หรือ ช่อง 33 HD โดยทั้งสองสถานีต่างพยายามแย่งชิงเรตติ้งหรือระดับความนิยมรายการของผู้ชมเพื่อให้เป็นอันดับ 1 อันจะส่งผลต่อการได้รับรายได้ค่าโฆษณาจากผู้สนับสนุนรายการ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่เมื่อมีการสำรวจความนิยม ช่อง 7 HD มักจะได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอดในรายการประเภทละครโทรทัศน์ และถือได้ว่าเป็นเจ้าของตลาดที่มีสัดส่วนการได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนกระทั่งเมื่อมีสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น และรวมไปถึงเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการรับชมละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ตลาดละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ขยายวงกว้างและมีละครหลากหลายประเภทมากยิ่งขึ้น

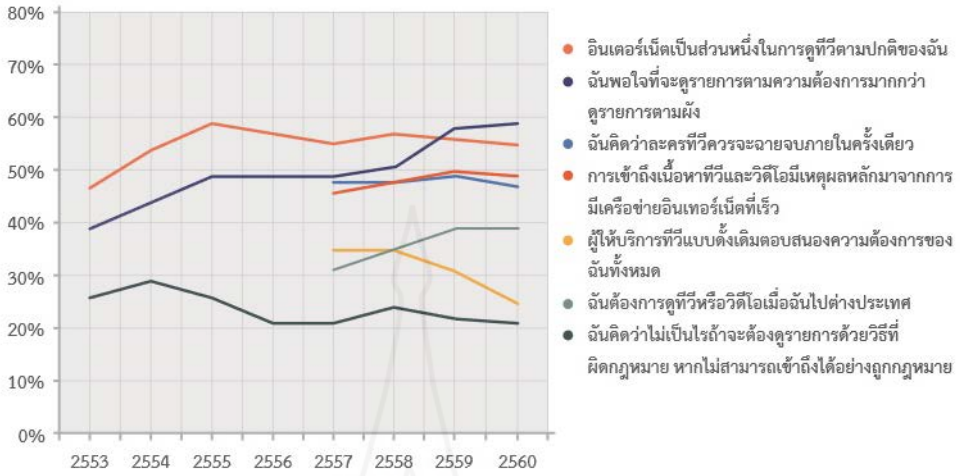
โดยแต่ละสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะมีการนำรายการประเภทละครโทรทัศน์มาออกอากาศเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มจำนวนผู้ชมของสถานีนั้นๆ โดยสถานีโทรทัศน์ที่มีผลงานละครโทรทัศน์ออกอากาศต่อเนื่องตลอดทั้งปี ยกตัวอย่าง เช่น ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital TV) บริการทางธุรกิจ หมวดหมู่แบบความคมชัดปกติ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ทีวี ช่อง 23 สถานีโทรทัศน์ทรูโฟร์ยู ช่อง 24 สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

ช่อง 25 สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ช่อง 27 สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 SD ช่อง 28 ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล (Digital TV) บริการทางธุรกิจ หมวดหมู่แบบความคมชัดสูงได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่องวัน31 HD ช่อง 31 สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD ช่อง 33 สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD ช่อง 35 เป็นต้น

3.4 ปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมและกิจการโทรทัศน์

แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปตามเทคโนโลยีและการเข้าถึงเทคโนโลยีของประชาชนในสังคม โดยเฉพาะการบริการภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (Over the Top: OTT) เช่น การรับชม YouTube ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต การรับชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ละครโทรทัศน์ผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ Netflix ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ผู้ชมสามารถรับชมได้บนคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เชื่อมต่อกับโทรทัศน์ (TV BOX) การให้บริการดังกล่าวจึงเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชมละครโทรทัศน์โดยที่ไม่ต้องรอเวลาออกอากาศ แต่สามารถเลือกรับชมได้ตามความสะดวกทุกที่ ทุกเวลาตามที่ต้องการ

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีการรับชมโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม จากผลการสำรวจของบริษัท Ericson ConsumerLab (อ้างถึงใน รายงานการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและตลาดกิจการโทรทัศน์ไทยและทิศทางในอนาคต, 2561) เป็นการสำรวจจากประชากรอายุ 16 - 69 ปี ที่รับชมโทรทัศน์อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้งและมีโทรทัศน์ที่บ้านในประเทศ บราซิล แคนาดา จีน เยอรมัน อิตาลี รัสเซีย เกาหลีใต้ สเปน สวีเดน ไต้หวัน สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ชมมีทัศนคติและมุมมองต่อการรับชมโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 60 นิยมรับชมรายการโทรทัศน์ตามความต้องการของตนเอง (On-Demand Viewing) มากกว่าการดูรายการโทรทัศน์ตามผังรายการปกติ ส่งผลต่อการให้บริการ OTT เป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้ชมสามารถเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ตามความต้องการได้



ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคต่อการรับชมโทรทัศน์และสื่อ

ที่มา: Ericsson ComsumerLab (2017)

3.4 สถานภาพในการส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ

ในส่วนของละครโทรทัศน์ไทยมีนโยบายการผลิตเพื่อรองรับผู้ชมในประเทศและต้องการสร้างรายได้จากการรับจ้างผลิตหรือให้เช่าเวลาโฆษณาจากการออกอากาศในประเทศเป็นหลัก โดยสิ่งที่สำคัญคือ เจ้าของลิขสิทธิ์ในตัวเรื่อง ส่วนใหญ่เป็นของสถานีโทรทัศน์ ทำให้สถานภาพของผู้ผลิตที่เป็นเพียงผู้รับจ้างไม่มีสิทธิในการเผยแพร่ ยกเว้นในกรณีของบริษัทเอ็กแซ็กท์ ที่ดำเนินการผลิตในลักษณะของการเช่าเวลาผลิตกับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง5 ทำให้สามารถส่งออกละครได้เพราะลิขสิทธิ์เป็นของบริษัท นอกจากนี้แล้วมีการส่งออกอีกรูปแบบคือการส่งออกเฉพาะบทประพันธ์ที่บริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ โดย บริษัทกันตนา มูฟวี่ทาวน์ (2002) และยังมีการส่งออกบริการเกี่ยวกับการผลิตละครให้แก่ต่างประเทศ คือ การรับจ้างผลิต การเป็นที่ปรึกษาผลิต การอบรมและการฝึกสอนการผลิต

ทั้งนี้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยมีศักยภาพในหลายด้าน และได้ทดสอบความพร้อมจากการนำผลงานส่งออกสู่ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย จีน กัมพูชา เป็นต้น จึงอาจสรุปได้ว่าหากพิจารณาจากศักยภาพในด้านกำลังการผลิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยมีแนวโน้มที่ดีในการส่งออก รวมทั้งผลงานเหล่านี้ยังได้รับความนิยมจากประเทศเพื่อนบ้าน สุดท้ายจากการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายและหน่วยงานของรัฐ พบว่ารัฐบาลไม่มีนโยบายในการสนับสนุนเกี่ยวกับการผลิตและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์แต่อย่างใด แม้

รัฐบาลจะประกาศนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปี พ.ศ.2552 แต่อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยก็ยังไม่ได้รับความสนใจและยังขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในด้านการผลักดันให้มีการส่งออก

4. แนวคิดเรื่องนโยบายและมาตรการ

ความหมายของคำว่า นโยบาย (policy) มีหลากหลายทัศนะดังนี้ เช่น ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ให้ความหมายว่านโยบายคือหลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ ส่วน Dye (1981) ได้กล่าวว่า นโยบายคือหลักและวิธีการปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทางดำเนินการที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปโดยถูกต้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

นโยบาย หมายถึง แผนหรือโครงการที่กำหนดขึ้น ประกอบด้วยเป้าหมาย คุณค่าและการปฏิบัติต่างๆ สมพร เฟื่องจันทร์ (2541) ได้อธิบายความหมายของคำว่า นโยบาย ตามความคิดเห็นของ R. Lineburry ว่ามีองค์ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ที่แน่นอน มุ่งเสนอขั้นตอนของพฤติกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานที่ต้องปฏิบัติ กำหนดการกระทำต่างๆ ที่ต้องนำมาปฏิบัติโดยสอดคล้องกับเวลาและสถานที่ มีการประกาศให้บุคคลทั่วไปรับรู้รับทราบ และมีการปฏิบัติตามลำดับขั้นตอน

ซึ่งสอดคล้องกับนิยามที่วิโรจน์ สารรัตนะ (2548) ได้กล่าวถึงดังนี้ว่า นโยบายหมายถึงข้อความที่บอกให้ทราบถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลงองค์การหรือของสังคม ทิศทางดังกล่าวอาจจะอธิบายถึงเรื่องอะไร เพื่ออะไร อย่างไร และเพียงใด ของความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ขณะเดียวกันได้จำแนกความหมายของนโยบายออกเป็น 3 กลุ่มของความหมาย โดยกลุ่มแรกหมายถึง ข้อความที่บอกให้ทราบถึงกิจกรรมหรือการกระทำ (activity or action) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างซึ่งในที่สุดจะแปรรูปออกมาเป็นแผนงานโครงการที่กำหนดขึ้น ข้อความเชิงนโยบายในความหมายนี้จะบอกถึงเป้าหมายปลายทางของกิจกรรม แนวทางปฏิบัติ และคุณประโยชน์ของกิจกรรมหรือการกระทำที่กำหนดนั้น กลุ่มความหมายที่สอง หมายถึง ข้อความที่บอกให้ทราบถึงแนวทางหรือวิธีการ (strategy or means) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อเป็นเครื่องชี้นำและกำหนดแนวทางปฏิบัติจากปัจจุบันสู่อนาคต กลุ่มความหมายที่สาม หมายถึง ข้อความที่บอกให้ทราบถึงคุณค่าและการตัดสินใจ (value and decision) ที่ได้เลือกสรรแล้วซึ่งนโยบายประเภทนี้จะบ่งบอกทางเลือกที่มีหลายทางว่าทางเลือกใดดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด

ฮาร์โรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) (1970) ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับนโยบายศาสตร์ (Policy Sciences) ได้ให้ความหมายของคำว่า “นโยบาย” ร่วมกับ อับราฮัม แคปแปลน (Abraham Kaplan)

ว่า นโยบาย หมายถึง แผนหรือโครงการที่กำหนดขึ้นอันประกอบด้วยเป้าหมายคุณค่าและการปฏิบัติต่างๆ

จากแนวคิดที่กล่าวว่านโยบายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารนั้น ดังนั้นนโยบายที่กำหนดขึ้นในสังคมหรือองค์การใดๆ นั้น ก็เพื่อเป็นแนวคิดในการดำเนินงานเพื่อสนองความต้องการหรือความประสงค์ของบุคคลในองค์การนั้น และลักษณะของนโยบายก็จะสอดคล้องกับความเชื่อและลัทธิการปกครองขององค์การนั้น สำหรับองค์การที่มีระบอบการปกครองของประชาธิปไตยนั้น นโยบายที่กำหนดขึ้นมักจะได้ข้อมูลและมีการกลั่นกรองข้อมูลจากบุคคลหลายฝ่าย และลัทธิการปกครองแบบอัตตาธิปไตยนโยบายที่กำหนดมักจะทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของบุคคลบางกลุ่มเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มชนชั้นปกครอง และข้อมูลของนโยบายมักจะได้จากเหตุผลของคนกลุ่มเดียว

4.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

นักวิชาการได้ให้ความหมายคำว่า นโยบายสาธารณะ (Public policy) ในหลากหลายมิติตามแนวทางการศึกษาของแต่ละบุคคล โดยสรุปรวมสามารถประมวลได้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการทำงานของรัฐ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด นโยบายสามารถเป็นเรื่องของการออกกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย โดยอาจกล่าวได้ว่า คือแผนงาน โครงการ ที่รัฐกำหนดไว้เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

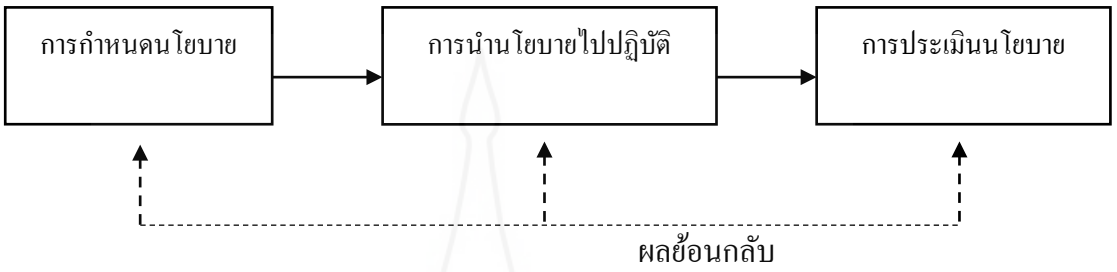
ไอรา ชาร์แคนสกี (Ira Sharkansky) (1970) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลจัดทำ การบริหารสาธารณะ การควบคุมกิจกรรมของบุคคลหรือธุรกิจเอกชน การแสดงออกในทางสัญลักษณ์ต่างๆ ตลอดจนการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองแบบอื่นๆ

การศึกษาด้านนโยบายสาธารณะของไทยส่วนใหญ่เน้นการวิเคราะห์นโยบายมากกว่าการเสนอแนะนโยบาย การนำเสนอเนื้อหาสาระของผลงานมักใช้วิธีการวิเคราะห์กระบวนการกำหนดนโยบาย ตั้งแต่ขั้นการก่อตัวนโยบาย ขั้นการกำหนดนโยบาย ขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติ และขั้นตอนการประเมินผลนโยบาย (มยุรี อนุมานราชธน, 2556 : 25) ทั้งนี้การศึกษาด้านนโยบายสาธารณะมีแนวทางการศึกษาในเชิงข้อเสนอแนะ หรือ เรียกอีกอย่างว่า แนวการวิเคราะห์นโยบาย (Policy analysis) โดยนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ต้นทุน ผลกำไร เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจแก่ผู้กำหนดนโยบายว่าควรกำหนดนโยบายออกมาอย่างไร เพื่อให้นโยบายได้ผลประโยชน์สูงสุด ปราศจากอคติหรือผลประโยชน์ทางการเมืองอื่นแอบแฝง

4.2 กระบวนการของนโยบาย

นโยบายถือกำเนิดขึ้นจากผู้บริหารระดับสูงจัดทำเพื่อกำหนดไว้เป็นแนวทาง หลังจากนั้นก็ผลักดันเพื่อนำนโยบายไปปฏิบัติ และสิ้นสุดด้วยการประเมินนโยบาย โดยนักนโยบาย

ศึกษาได้จำแนกองค์ประกอบนโยบายในฐานะเป็นกระบวนการไว้หลายแบบ โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ และการประเมินนโยบาย (ศุภชัย ยาวะประภาษ, 2548) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 2.2 กระบวนการนโยบาย

4.3 ลักษณะที่ดีของนโยบาย

1. ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การและสามารถช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าประสงค์ได้

2. ต้องกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นจริง

3. ต้องได้รับการกำหนดขึ้นก่อนที่จะมีการดำเนินงานโดยการกำหนดกลวิธีและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงานแต่ต้องให้แจ้งรายละเอียดของกลวิธีในการปฏิบัติควรเปิดกว้างให้ผู้ปฏิบัติพิจารณาตีความแล้วนำไปปฏิบัติตามความสามารถและสอดคล้องกับสภาวการณ์ในขณะนั้น

4. ควรกำหนดขึ้นเพื่อสนองหรือส่งผลประโยชน์ให้กับบุคคลโดยส่วนรวม

5. ต้องเป็นถ้อยคำหรือข้อความที่กะทัดรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

6. ต้องมีขอบเขตและระยะเวลาในการใช้

7. ต้องเป็นจุดรวมหรือศูนย์ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์การ

8. ต้องกำหนดขึ้นโดยให้คลุมไปถึงสถานการณ์ในอนาคต

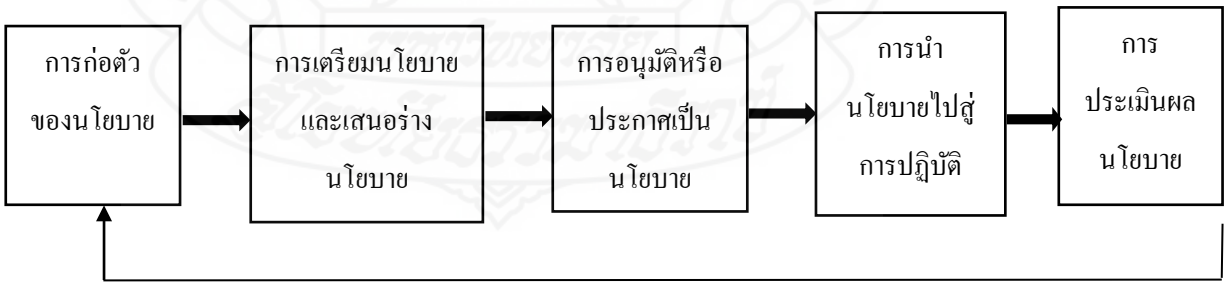
9. ต้องสอดคล้องกับปัจจัยภายนอกองค์การ

ฟรีดริช (Friedrich, 1963) กล่าวว่า นโยบายเป็นข้อเสนอแนวทางที่จะปฏิบัติการของบุคคล กลุ่มคน หรือรัฐบาลภายในสภาพแวดล้อมแห่งหนึ่ง ซึ่งจะมีทั้งอุปสรรคและโอกาสบางอย่างอยู่ด้วย ทำให้ต้องมีการเสนอนโยบายเพื่อใช้ประโยชน์และเอาชนะสภาวการณ์ต่างๆ นโยบายมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ (1) เป้าหมาย (targets) หมายถึง สิ่งที่ต้องทำ :

การกำหนดเป้าหมาย เป็นทั้งจุดประสงค์และผลที่เกิดขึ้นในลักษณะการทำอะไร ได้อะไร และเพื่ออะไร (2) วิถีทาง (means) หมายถึง การดำเนินงาน : การกำหนดวิถีทางในการทำงาน เป็นหลักการและเกณฑ์ของนโยบายผู้กำหนดต้องมีความรู้และกำหนดไว้ก่อน เพราะจะต้องรวมไปถึงกลยุทธ์ (Tactics) และกลวิธี (Strategies) (3) ปัจจัย (resources) หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนการกระทำตามนโยบาย ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการในการกำหนดนโยบาย และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ ทางสังคม และสภาพดินฟ้าอากาศ หากขาดปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งจะเกิดผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดขึ้นมาได้

การกำหนดนโยบายนั้นเป็นผลของการก่อตัวของนโยบาย การค้นคว้า รวบรวมข้อมูลข่าวสาร แล้วจึงเสนอแนะการกำหนดนโยบายหรือเสนอร่างนโยบาย จากนั้นจะเป็นการตัดสินใจวางหรือกำหนดนโยบายอย่างใดอย่างหนึ่ง แล้วจึงประกาศหรือแจ้งให้บุคคลต่างๆ ในหน่วยงานต่างทราบโดยทั่วกัน โดยการกำหนดนโยบายสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนต่างๆ 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การก่อตัวของนโยบาย (Policy Formation)
2. การเตรียมนโยบายและเสนอร่างนโยบาย (Policy Formulation)
3. การอนุมัติหรือประกาศเป็นนโยบาย (Policy Adoption)
4. การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ (Policy Implementation)
5. การประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation)
6. การปรับปรุงแก้ไขหรือการสิ้นสุด (Policy Revision or Termination)



ภาพที่ 2.3 กระบวนการของนโยบาย

ที่มา: สร้อยตระกูล อรรถมานะ, (2537)

4.4 การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบาย

การกำหนดวัตถุประสงค์นั้นจะต้องคำนึงถึงหลักของเหตุผล ควรมีลักษณะเฉพาะเจาะจง ในลักษณะที่สามารถวัดเป็นตัวเลขในเชิงปริมาณได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์อื่นๆ กันอย่างเป็นระบบหรือตามลำดับชั้น เพื่อที่วัตถุประสงค์จะได้รับการสนับสนุนจากทั้งระดับบุคคล ระดับหน่วยงานและองค์กร รวมทั้งนโยบายได้ (Hogwood & Gunn 1984: 157-158) นโยบายหนึ่งมักประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลายข้อ และผู้บริหารจำเป็นต้องจัดลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ที่มีจำนวนมาก เพื่อคัดเลือกวัตถุประสงค์นั้นมาปฏิบัติ ผู้บริหารที่คัดเลือกวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานต้องศึกษาข้อมูลที่มีอยู่ เกณฑ์หรือค่านิยม กระบวนการดำเนินงานและกลไกการดำเนินตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งบุคลากรที่มีคุณสมบัติและความชำนาญที่เกี่ยวข้องมาเป็นผู้ดำเนินตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้นั้น (มยุรี อนุมานราชธน, 2556 : 193-194)

4.5 การนำนโยบายไปปฏิบัติ

ยูยีน บาร์เดช (1980) ได้อธิบายว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการทางการเมืองและเป็นเกมคล้ายกับการต่อสู้โดยนิยามว่า การนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นเป็นกระบวนการของกลยุทธ์เกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2557) เห็นว่าภายหลังจากการกำหนดนโยบายเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดผลตามที่กำหนด โดยนักวิชาการส่วนใหญ่มักเห็นพ้องต้องกันในประเด็นที่สำคัญ 2 ประเด็น คือ ประการแรก การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกระบวนการ มีความต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง มีขั้นตอนในการดำเนินกิจกรรม ไม่ใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นชั่วครั้งชั่วคราว แล้วเลือนหายไป ไม่ใช่กิจกรรมที่ขยักขย่อน แต่เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง แต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันตลอดเวลา และประเด็นที่สองคือการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายของนโยบาย

มยุรี อนุมานราชธน (2556) ได้นำเสนอการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า เป็นขั้นตอนที่นำเอามาตรการหรือแนวทางการดำเนินงานของนโยบายที่ระบุไว้ในขั้นตอนการกำหนดนโยบายไปแปลงเป็นกิจกรรมต่างๆ หลังจากนโยบายได้รับความเห็นชอบ เมื่อฝ่ายการเมืองระดับชาติ ได้แก่ รัฐสภา และคณะรัฐมนตรีได้กำหนดขอบเขตของการนำนโยบายไปปฏิบัติในลักษณะของกฎหมาย มติคณะรัฐมนตรี กฎกระทรวงและระเบียบหรือข้อบังคับ จะมีการจัดสรรงบประมาณให้แก่แผนงานโครงการนั้นๆ พร้อมทั้งพิจารณาหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำโยบายไปปฏิบัติ จากนั้นกิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การติดตามและประเมินผลแผนงาน โครงการอย่างต่อเนื่อง การติดตามและประเมินผลนโยบายเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเก็บ

รวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบว่าเป้าหมายของแผนงาน โครงการนั้นสัมฤทธิผลมากน้อยเพียงใด โดยการออกแบบกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสำรวจจากผู้รับบริการของโครงการหรือผู้ซึ่งอาจจะเป็นผู้รับบริการ

จากการทบทวนผลงานวิชาการต่างๆ พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น มีตั้งแต่ ลักษณะของนโยบาย วัตถุประสงค์ของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความพอเพียงของทรัพยากร ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปใช้ปฏิบัติ โดยปัจจัยต่างๆ ที่ว่ามานี้ มีส่วนสำคัญในการใช้พิจารณาว่านโยบายที่นำไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว (ศุภชัย ยาวะประภาษ, 2557) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของนโยบาย เป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายนั้นๆ แวนมิเตอร์และแวนฮอร์น (1975) ได้เสนอว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวบางส่วนจะขึ้นอยู่กับประเภทของนโยบายนั้นเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ มากหรือน้อย และคนส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงนั้นมากหรือน้อยเพียงใด และความสำเร็จของนโยบายบางส่วนจะขึ้นอยู่กับว่ามีผู้ได้รับผลกระทบจากนโยบายนั้นอย่างไร มีการนำนโยบายมาทดลองปฏิบัติในลักษณะของโครงการทดลองก่อนหรือไม่ นโยบายนั้นมีประโยชน์มากกว่านโยบายอื่นๆ ที่มีอยู่มากน้อยเพียงใด

2. วัตถุประสงค์ของนโยบาย การที่นโยบายจะบรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับความชัดเจนความกระจ่างชัดของวัตถุประสงค์ที่กำหนดเอาไว้ ต้องสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติสามารถทำได้โดยง่าย และที่สำคัญคือ มีดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนโยบาย

3. ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความสำเร็จของนโยบายจะขึ้นอยู่กับระดับของการสนับสนุนหรือคัดค้านของกลุ่มธุรกิจเอกชน การสนับสนุนจากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนจากชนชั้นนำในประเทศที่มีต่อนโยบาย การสนับสนุนจากสื่อมวลชน การสนับสนุนจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

4. ความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือทฤษฎี ในทางเทคนิคนโยบายที่มีลักษณะไม่ยุ่งยาก ซับซ้อนและมีผู้ดำเนินการไม่มากนักจะทำให้มีโอกาสที่จะประสพความสำเร็จในทางปฏิบัติ แต่นโยบายที่จะพบกับปัญหายุ่งยากคือนโยบายที่ทำให้หน่วยงานรับผิดชอบต้องเผชิญปัญหาที่แตกต่างจากแนวทางที่เคยปฏิบัติกันเป็นประจำ

5. ความเพียงพอของทรัพยากร ประกอบไปด้วย ความสนับสนุนทางด้านการเงินอย่างเพียงพอ ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะในด้านนั้นๆ และมีปริมาณจำนวนคนที่เพียงพอ

6. ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โครงสร้างของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติจะส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายนั้น นโยบายที่ประสบความสำเร็จจะเป็นนโยบายที่มอบหมายแก่หน่วยงานที่มีอยู่แล้วและสนับสนุนนโยบายนั้น มีกำลังคนและทรัพยากรอื่นๆ พร้อมอยู่แล้วหรือไม่ก็ต้องเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นใหม่โดยแรงผลักดันของกลุ่มการเมืองที่มีอำนาจในขณะนั้น หน่วยงานเล็กและใหม่จะประสบปัญหาเกี่ยวกับการบริหารงานต่างๆ น้อยกว่าหน่วยงานที่ใหญ่มากๆ โอกาสที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะมีมากกว่า นอกจากนี้แล้วโครงสร้างและลำดับชั้นการบังคับบัญชา จะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ หน่วยงานขนาดเล็กที่มีระดับชั้นการบังคับบัญชาน้อย จำนวนผู้ใต้บังคับบัญชามาก จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติมากกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ ที่มีระดับชั้นและสายการบังคับบัญชามากมาย แต่มีผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาน้อย และผู้บังคับบัญชาหรือผู้นำองค์กรนั้นต้องมีความสามารถ มีภาวะผู้นำที่ดีด้วย

7. ทัศนคติของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ นโยบายที่ผู้ปฏิบัตินำไปปฏิบัติจะต้องเป็นนโยบายที่ผู้ปฏิบัติเข้าใจ เห็นด้วยและมีความรู้สึกผูกพัน แต่ในขณะเดียวกันหากนโยบายที่มีผลทำให้ผู้ปฏิบัติต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากแนวทางเดิมที่เคยทำมาเป็นเวลานาน นโยบายนั้นมักจะประสบความล้มเหลว แต่ถ้านโยบายที่ไม่กระทบกระเทือนต่อพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติจะมีโอกาสสำเร็จได้สูง

8. ความสัมพันธ์ระหว่างกลไกต่างๆ ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ปัญหาเรื่องการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่มีจำนวนมาก มักจะทำให้นโยบายล้มเหลว รวมไปถึง จำนวนจุดตัดสินใจ ยิ่งที่จุดตัดสินใจ (Clearance points) หลายจุดมากเท่าไร ยิ่งจะทำให้นโยบายชะงักงันไปจนถึงล้มเหลวได้ กลไกอีกประการหนึ่งก็คือเรื่องของการแทรกแซงจากหน่วยงานระดับบนมากจนเกินไป

ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมานี้ล้วนมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินนโยบายเพื่อนำไปใช้ปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องสำคัญและเป็นหัวใจของขั้นตอนนโยบาย และสิ่งที่นำเสนอเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการอธิบายกระบวยการการดำเนินนโยบายจากนักวิชาการเท่านั้น ในทางปฏิบัติจริงนั้น ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มองไม่เห็นหรือมักเกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันในช่วงระหว่างการดำเนินนโยบาย จึงต้องพิจารณาและแก้ไขปัญหาไปทีละขั้นตอน

4.6 บทบาทของรัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรม

พีระ เจริญพร (2557) บทบาทของภาครัฐในประเทศกำลังพัฒนา รัฐบาลเป็นตัวจักรสำคัญในการวางนโยบายและกำหนดมาตรฐานต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนการผลิตและพัฒนาอุตสาหกรรม บทบาทของรัฐบาลควรมีหน้าที่สำคัญในการจัดการบริการพื้นฐานทางการผลิตที่มีผลต่อการสร้างโครงสร้างสังคมแบบใหม่ให้แก่ระบบเศรษฐกิจ การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก

ทางการผลิตแก่ผู้ประกอบการได้แก่ การจัดหาสิ่งจำเป็นพื้นฐานต่างๆ (basic facilities) ที่มีผลต่อโครงสร้างการผลิต การพัฒนาและขยายการผลิตขึ้นในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเป็นสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตสูง และอัตราผลตอบแทนที่เกิดแก่ผู้ลงทุนมีค่าต่ำ ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ตกอยู่กับระบบเศรษฐกิจส่วนรวม รัฐบาลจึงต้องรับหน้าที่ในการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

นอกจากนี้แล้วรัฐบาลจะต้องเสนอสิทธิประโยชน์พิเศษ หมายถึง มาตรการของรัฐที่มีผลให้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่แท้จริงสูงขึ้น หรือทำให้ผู้ลงทุนมีความมั่นใจในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น โดยการให้มาตรการคุ้มครองต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การให้หลักประกันแก่ผู้ลงทุนว่าในระยะยาว ภาครัฐจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ประเทศกำลังพัฒนาจำเป็นต้องแสดงให้เห็นถึงนโยบายที่แน่ชัดของรัฐบาลและการปฏิบัติตามอย่างจริงจังเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่ดีในการลงทุนในอุตสาหกรรม มาตรการทางภาษีอากร การยกเว้นหรือลดภาระภาษี การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ สิทธิประโยชน์ทางการเงิน

4.7 การประเมินผลนโยบาย

การติดตามประเมินผลนโยบายเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบว่าเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการนั้นสัมฤทธิผลมากน้อยเพียงใด การติดตามประเมินผลนโยบายเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนั้นแล้วถ้าหากว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติมีการดำเนินงานที่เบี่ยงเบนไปจากสิ่งที่ต้องการหรือพึงปรารถนา ผู้บริหารต้องตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือในบางครั้งผู้บริหาร ในที่นี้อาจเป็นรัฐบาลหรือผู้บริหารระดับสูงอาจจะไม่ดำเนินการใดๆ ด้วยเหตุผลทางการเมืองและเหตุผลทางการบริหาร

4.8 วิธีการประเมินผลนโยบาย

การประเมินผลนโยบายสามารถกระทำได้หลายวิธี โดยสามารถประมวลผลได้ในวิธีการประเมินผลนโยบายมานำเสนอจำนวน 3 วิธีด้วยกัน คือ วิธีเดลฟายเชิงนโยบาย วิธีอนุเคราะห์อนุกรมเวลาแบบขาดตอน และวิธีวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบไม่ต่อเนื่อง

1. วิธีเดลฟายเชิงนโยบาย (Policy Delphi) เป็นวิธีการที่เน้นการนำเอาข้อคิดและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์สูงในเนื้อหาและเรื่องราวของนโยบายที่กำลังประเมินมาประมวลและเปรียบเทียบกันเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับผลของนโยบาย โดยเน้นหลักการคือ ความเป็นนิรนาม คือ ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ที่มาร่วมกันแสดงความคิดเห็นจะต้องปกปิดเป็นความลับ มีการกระทำซ้ำ คือ การรวบรวมและประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนในหลายรอบ มีการควบคุมการป้อนกลับของข้อมูลที่ย้อนกลับไปยังผู้เชี่ยวชาญต้องเป็นภาพรวมที่สรุปมาจากข้อมูลที่

ได้จากการสอบถามเท่านั้น มีการวิเคราะห์ทางสถิติ โดนการสร้างตารางแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และการวัดการกระจายตารางแจกแจงความถี่ และสุดท้ายจึงนำมาสู่การสรุปความเห็นพ้องต้องกันของผู้เชี่ยวชาญ

2. การวิเคราะห์อนุกรมเวลาแบบขาดตอน (Interrupted Time Series Analysis) เป็นวิธีการประเมินผลแบบเทียม โดยช่วยแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังการนำนโยบายไปปฏิบัติในรูปแบบของตารางและหรือค่าทางสถิติ และกราฟต่างๆ วิธีเหมาะกับการประเมินผลนโยบายที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเพียงกลุ่มเดียว หรือมีขอบเขตการดำเนินงานที่แน่นอนเพียงแห่งเดียว เช่น นโยบายที่ให้ร้ายขายยาทุกแห่งต้องมีเภสัชกรประจำตลอดเวลา กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือร้านขายยาที่ยังไม่มีเภสัชกรประจำตลอดเวลาเท่านั้น จุดเด่นของการประเมินผลนโยบายโดยชั้นอนุกรมเวลาแบบขาดตอน คือ ช่วยให้ผู้ประเมินผลนโยบายสามารถพิจารณาผลของนโยบายได้อย่างเป็นระบบ โดยสามารถแยกผลของนโยบายที่เกิดขึ้นจริงได้จากผลที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากสาเหตุอื่น

3. การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบไม่ต่อเนื่อง (Regression-Discontinuity Analysis) เป็นวิธีการที่ช่วยในการประเมินผลแบบเทียมโดยช่วยให้ผู้ประเมินผลสามารถคำนวณและเปรียบเทียบผลโดยประมาณของนโยบายที่เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ และกลุ่มเปรียบเทียบที่นำมาพิจารณา วิธีการนี้เหมาะสำหรับการประเมินผลตามแนวทางการทดลองทางสังคม โดยเฉพาะการทดลองที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มควบคุมไว้เรียบร้อยแล้ว การประเมินแบบนี้เหมาะสำหรับการประเมินนโยบายที่มุ่งบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นโยบายส่งเสริมอาชีพที่มุ่งฝึกอบรมบุคคลที่ไม่มีงานทำเนื่องจากขาดความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้าน นโยบายนี้มีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนคือบุคคลที่ไม่มีงานทำ เพราะขาดความรู้ความสามารถ การเลือกกลุ่มเป้าหมายจึงเลือกโดยใช้เกณฑ์ความเหมาะสมแทนการสุ่ม วิธีการประเมินผลนโยบายแบบนี้จึงเหมาะสำหรับการประเมินผลนโยบายที่มุ่งช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายหนึ่งๆ ในสังคมโดยเฉพาะ

4.9 กระบวนการของมาตรการ

ปัจจัยสำคัญในการจูงใจและตัดสินใจดำเนินงาน เกิดจากการที่ภาครัฐออกมาตรการส่งเสริม การดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนด โดยทั่วไปมาตรการที่เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เกิดการลงทุนนั้น ได้แก่ 1) มาตรการด้านการคลัง เช่น การลดภาษีของนักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศ 2) มาตรการจูงใจด้านการเงิน เช่น การให้สิทธิประโยชน์จากภาครัฐซึ่งอยู่ในมาตรการหลายรูปแบบ รวมไปถึงการให้เงินอุดหนุน การให้สินเชื่อ เงินกู้เพื่ออุดหนุน การรับประกันการให้กู้ และการรับประกันการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก การเข้าถือหุ้นโดยภาครัฐในอัตราพิเศษ ปัญหาที่มีมักพบในขั้นตอนของการกำหนดนโยบายคือ การเลือกเครื่องมือหรือ

มาตรการให้เหมาะสม ตรงกับเป้าหมายของนโยบายหลัก ซึ่งบ่อยครั้งพบว่ามีความคลุมเครือไม่ชัดเจนอยู่ค่อนข้างมากในการถ่ายทอดจากแนวนโยบายมาสู่แผนปฏิบัติการและมาตรการที่ใช้รองรับ ที่สำคัญมาตรการต่างๆ ที่ใช้นั้นควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอดีต มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมด้านการผลิตซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจ แต่พบว่าการพัฒนาดังกล่าวขาดความสมดุลในมิติด้านอื่นๆ ในปี พ.ศ. 2554 รัฐบาลอภิสิทธิ์ ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ.2555-2574 ขึ้น มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาอุตสาหกรรมบนพื้นฐานความรู้ การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน และนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตลอดจนความสมดุลระหว่างชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อก้าวไปสู่ความยั่งยืน การพัฒนาอุตสาหกรรมจะมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy) ซึ่งเป็นกระแสการพัฒนาของโลกในปัจจุบัน (พีระ เจริญพร, 2557 : 337)

ในปัจจุบันได้เริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-พ.ศ.2564) ซึ่งเป็นแผนที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ และรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีแนวทางที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีการปรับตัวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล และนวัตกรรมเพื่อยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยวางแนวทางการพัฒนาไว้ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นฐานที่เข้มแข็งที่จะต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้ามากขึ้น และ 2) กลุ่มอุตสาหกรรมอนาคตที่ใช้โอกาสจากบริบทใหม่ๆ ของโลก

1) กลุ่มอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นฐานที่เข้มแข็งที่จะต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้ามากขึ้น มีการยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เป็นฐานรายได้สำคัญของประเทศในปัจจุบันให้มีการใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าเพื่อรองรับความหลากหลายของผู้บริโภค โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าด้วยการวิจัยและพัฒนา การใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ มุ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น เพื่อให้เข้าสู่ตลาดที่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น สินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ สินค้าที่รองรับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง เป็นต้น

2) กลุ่มอุตสาหกรรมอนาคตที่ใช้โอกาสจากบริบทใหม่ๆ ของโลก วางแผนพัฒนากำลังคนรองรับอุตสาหกรรมอนาคต โดยต้องประสานการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบัน การศึกษา และสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถตอบสนองต่อการผลิตของอุตสาหกรรมอนาคตอย่างทันท่วงที ส่งเสริมให้ภาคเอกชนเป็นผู้ลงทุนพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและระบบการศึกษา เพื่อให้ผลิตบุคลากรที่มีทักษะรองรับอุตสาหกรรมอนาคตในระยะแรกได้อย่างทันการณ์ สำหรับการวางแผนพัฒนากำลังคนในระยะต่อไป สนับสนุนให้มีการศึกษาเชิงลึกเพื่อกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ไทยยังไม่มีศักยภาพด้านเทคโนโลยีระดับสูง เพื่อให้มีการกำหนดแนวทางและวางระบบการพัฒนาที่ชัดเจนและปฏิบัติได้ ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เอื้อให้เกิดอุตสาหกรรมสำหรับอนาคต ทั้งนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-พ.ศ.2564) ยังได้วางแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมด้านธุรกิจบันเทิง ได้แก่ การเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีแนวทางการพัฒนา คือ พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง ยกระดับฐานธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต อาทิ ธุรกิจบริการดิจิทัล การศึกษานานาชาติ ธุรกิจบันเทิงและคอนเทนต์ ธุรกิจภาพยนตร์ และบริการวิชาชีพ ให้ก้าวไปสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ เช่น กิจการ Cloud Service แอพพลิเคชั่นทางการเมิง การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยเรื่องนี้นำมาใช้ในการอภิปรายในประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

นโยบายและมาตรการส่งเสริมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นในประเทศไทยมีการนำเสนอเนื้อหาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยสำนักบริหารจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับการกำหนดภาระรับผิดชอบตามโครงสร้างการบริหารงานราชการแผ่นดิน ในการสื่อสารหรือเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะองค์ความรู้อย่างหนึ่งสู่สังคม แต่บทบาทการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นองค์ความรู้นั้นไม่ปรากฏเป็นรูปธรรมมากนักเพราะลักษณะขององค์ประกอบและวิธีการเล่าเรื่องของหน่วยงานย่อยต่างๆ ที่ได้รับนโยบายไป ดังงานวิจัยของ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร (2554) เรื่อง การสร้างสารเพื่อ

เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย พบว่า สำนักงานอุทยานการเรียนรู้หรือ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือ Museum Siam แต่ละหน่วยงานมีความแตกต่างกันในมุมมองเรื่องบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงไม่ได้บทบาทโดยตรงในการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้การวางกรอบแนวคิดในการสร้างสารเพื่อสื่อสารออกสู่สาธารณะนั้นไม่เกิดเอกภาพและความชัดเจนของเนื้อหา โดยผู้วิจัยตั้งประเด็นในการอภิปรายต่อไปในอนาคตว่าประเทศไทยเป็นกรณีศึกษาที่ไม่พบการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้รับผิดชอบหรือผู้สนับสนุนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง แต่พบในลักษณะกระจายตัวและขาดการบูรณาการผลจากการนิยามและความรับผิดชอบรวมทั้งขอบเขตที่แตกต่างกัน ทำให้การดำเนินการสื่อสารแนวคิดให้เกิดความเข้าใจชัดเจนจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมยังขาดประสิทธิภาพ แตกต่างกับความสำเร็จในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ โดยเฉพาะ “ปัจจัยด้านวัฒนธรรมบันเทิง”รัฐบาลเกาหลีใต้มีพันธกิจหลักในการขับเคลื่อนพลวัตเกาหลีสู่สากลภายใต้การกำกับของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว สนับสนุนการทำสื่อบันเทิงโดยนำประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอาหาร เพลง และละครเป็นแกนในการผลิตสื่อบันเทิงให้ออกมาในรูปแบบของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และบูรณาการ รัตนะ ปัญญาภา (2556) ได้ศึกษาความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้ในงานวิจัยเรื่อง พลวัตเกาหลีกับการสร้างมูลค่าธุรกิจบันเทิงบนฐานวัฒนธรรม : บทเรียนสำหรับธุรกิจบันเทิงไทย พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเกิดจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ คุณภาพของพลเมือง คุณภาพของผู้นำประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งสู่ระดับโลก ดังนี้

1. การขับเคลื่อนนโยบายทางวัฒนธรรมแห่งทศวรรษเกาหลี มีความนิยมในสื่อของเกาหลีเพิ่มขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่า การใช้โครงเรื่องเดิมๆ คือ การดำเนินเรื่องของละครแนวรุนแรง ล้อเลียน สอบสวนสืบสวน การผจญภัยและการหวนคืนถิ่น ตลกขบขัน เศร้า และการระลึกชาติ ถ้าใช้โครงเรื่องเดิมๆ แบบนี้ ละครจะกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อ คนดูไม่รู้สึกว่าได้รับสิ่งใหม่และสามารถเดาทางถูกว่าตอนจบของละครจะเป็นอย่างไร การดำเนินผ่านวิถีวัฒนธรรม โดยนำเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอาหารและละคร ทำให้เกิดความไม่ชื่นชอบในพลวัตเกาหลีมากขึ้นในประเทศจีน กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวจึงได้กำหนดทิศทางสำหรับนโยบายทางวัฒนธรรมสำหรับ คริสต์ศตวรรษที่ 21 ในปี พ.ศ. 2540 ในรายงาน วิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม 2000 (Cultural Vision 2000) โดยกำหนดหลักเกณฑ์ด้านวัฒนธรรม คือ 1) สนับสนุนการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนรุ่นใหม่ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม 2) ขยายการสนับสนุนงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ 3) อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม 4) ส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม 5) พัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติที่จะ

นำไปสู่การรวมชาติ 6) สร้างความแข็งแกร่งให้กับการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยมีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรม ได้แก่ มูลนิธิศิลปวัฒนธรรมแห่งชาติเกาหลี (Korean Culture and Arts Foundation) มีงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรมากกว่า 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี หรือราว 2,000 ล้านบาท) เพื่อเป็นเงินทุนให้กับตัวบุคคล อาทิ ศิลปินอาชีพ ผู้กำกับ ผู้ผลิตงานด้านวัฒนธรรมเป็นต้น สถาบันศิลปะแห่งชาติ (National Academy of Arts) กองทุนส่งเสริมวัฒนธรรมถิ่น (Provincial cultural promotion funds) คณะกรรมการศิลปธุรกิจแห่งเกาหลี (Korea Business Council for the Arts : KBCA) สำนักงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry Bureau) ตั้งขึ้นตามกฎหมายส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มีหน้าที่ส่งเสริมการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมออกจำหน่ายในตลาดทั้งในและต่างประเทศ บรรษัทส่งเสริมการทำภาพยนตร์แห่งเกาหลี (The Korea Motion Picture Promotion Corporation : KMPPC) ทำหน้าที่แก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้าสินค้าทางวัฒนธรรม และส่งเสริมการทำภาพยนตร์ในรูปแบบต่างๆ และส่งออกภาพยนตร์เหล่านี้ไปเผยแพร่นำรายได้เข้าประเทศ

2. สถาบันและกลยุทธ์ในการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ตั้งองค์การวัฒนธรรมและสารัตถะเกาหลี (Korea Culture and Content Agency : KOCCA) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) ด้วยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน ตัวอย่างหนึ่งที่องค์กรนี้สร้างพลังแห่งสื่อทางวัฒนธรรมของเกาหลีให้แผ่ขยายไปทั่วเอเชีย คือ ละครซีรีส์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง ที่พยายามสอดแทรกความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea content สอดแทรกลงไปในสื่อบันเทิงต่างๆ ทั้งภาพยนตร์ เกม ศิลปะ ดนตรี และแอนิเมชั่น เพื่อให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถเลี้ยงประเทศเกาหลีใต้ได้ มีการสร้างและพัฒนาคนเทคโนโลยี การส่งออก และผลักดันนโยบายต่างๆ อีกด้วย

สิ่งที่เกาหลีใต้ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อนสู่ระดับโลก ได้แก่ ภาพยนตร์ซีรีส์ควบคู่กับท่องเที่ยว กล่าวคือ สร้างละครซีรีส์หรือภาพยนตร์ควบคู่กับการท่องเที่ยว และเพลงควบคู่กับแฟชั่น โดยเป็นแฟชั่นแบบเกาหลีโดยผ่านการแต่งตัวของดารานักร้อง ละครของเกาหลีไม่ใช่แค่ละคร แต่มันคือหนึ่งใน “สินค้า” ทางวัฒนธรรมของเกาหลี เป็นสินค้าที่เกิดจากความตั้งใจและผ่านกระบวนการวางแผนอย่างดีจากรัฐบาลและภาคเอกชนของเกาหลีให้ละครหรือภาพยนตร์เป็นผู้บุกเบิกใช้พลังทางศิลปะที่ทำให้คนเกิดจินตนาการคล้อยตามสร้างความต้องการให้เกิดขึ้น เมื่อความต้องการเกิดการตอบสนองก็จะตามมา

สอดคล้องกับสิ่งที่ นิตยาวดี วัชโรบล (2553) ศึกษาปัจจัยของละครโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศของผู้ชมอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกๆ ด้าน คือ สถานที่ถ่ายทำละครมีความสวยงาม สะดุดตาในงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของละครโทรทัศน์ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ผู้วิจัยพบว่าในการชมละครโทรทัศน์นั้น นอกจากตัวแสดงนำใน

เรื่องจะเป็นตัวดึงดูดแล้ว สถานที่ถ่ายทำละครก็มีความสำคัญมากเช่นเดียวกันที่จะเป็นแรงจูงใจให้ผู้ชมหันมาชมละครโทรทัศน์ แต่ละครโทรทัศน์ไทยไม่นิยมใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำตลอดทั้งเรื่อง หรือนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวนั้นให้มีความโดดเด่นขึ้นมาเหมือนละครโทรทัศน์ของประเทศอื่น ทำให้คนไทยไม่สนใจสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่ถ่ายทำนั้นเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของไทยอาจจะเริ่มใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่นิยมสำหรับการถ่ายทำละครโทรทัศน์ ก็น่าจะทำให้สามารถดึงดูดผู้คนให้หันมาชมละครโทรทัศน์หรือไปท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ควรมีการประสานงานระหว่างผู้จัดละครโทรทัศน์กับแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำละครโทรทัศน์นั้นๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยอาจจะมีการจัดสถานที่ให้เหมือนกับฉากในละครโทรทัศน์ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งขณะละครออกอากาศ หลังจากนั้นอาจจะมีการจัดเป็นนิทรรศการเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เรื่องนั้น เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอีกอย่างหนึ่ง จากงานวิจัยนี้ ทำให้สามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการศึกษา การตั้งคำถามต่อกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวกับละครโทรทัศน์ว่าละครมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเด็นใดบ้าง ควรจะมีการจัดทัวร์ตามรอยละครเหมือนกับละครในต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้นโดยประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างไร และหน่วยงานอย่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรจะมีนโยบายการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ เพื่อที่จะให้เป็นที่รู้จักของต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยอาจจะเริ่มจากทวีปเอเชียก่อน ซึ่งในขณะนี้ละครโทรทัศน์ไทยมีชื่อเสียงมากที่ประเทศจีน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพยังพบว่า สาเหตุที่เกาหลีใต้ผลักดันนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพราะภัยคุกคามจากเกาหลีเหนือ จีน และรัสเซีย รวมไปถึงการประสบวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง การผลักดันนโยบายเพื่อส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปสู่ภูมิภาคเอเชียผ่านสื่อต่างๆ จึงทำให้ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์จากเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในตลาดโลก อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้กลายเป็น 1 ใน 10 ของอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้ประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโตตามไปด้วย สำหรับประเทศญี่ปุ่นมีสาเหตุของการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เนื่องจากภาวะฟองสบู่อสังหาริมทรัพย์แตกในช่วงปลายทศวรรษ 1980 และสภาวะการแข่งขันที่ญี่ปุ่นต้องต้อสู้กับจีนและเกาหลีใต้ในตลาดอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงการเกิดมหันตภัยสึนามิ ผลจากการดำเนินนโยบายและมาตรการต่างๆ ผ่านนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ทำให้ เศรษฐกิจ

ญี่ปุ่นฟื้นตัวขึ้นมาอีกครั้ง วัฒนธรรมญี่ปุ่นได้รับความสนใจจากผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์จากฮอลลีวู้ดเป็นอย่างมาก ทำให้ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจว่า นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีส่วนที่ทำให้ประเทศต่างๆ ที่ดำเนินนโยบายนี้ เพื่อเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้สินค้าและบริการ ทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นและลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาภาคเศรษฐกิจใดภาคเศรษฐกิจหนึ่ง

โดยงานวิจัยของ ผุสดี วัฒนสาคร (2557) ได้ศึกษา ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนำเสนอเป็นยุทธศาสตร์ทั้งหมด 6 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดตั้งค่ายภาพยนตร์แห่งชาติ ด้วยการกำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติ มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานภาครัฐได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการคลัง กระทรวงมหาดไทย ทบวงมหาวิทยาลัย และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หน่วยงานภาคเอกชนได้แก่ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ค่ายภาพยนตร์ในประเทศไทย และโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย โดยทั้งภาครัฐและเอกชนข้างต้น จะต้องประสานความร่วมมือไปในทิศทางเดียวกัน มีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง มีการจัดตั้งกองทุนภาพยนตร์แห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การจัดตั้งศูนย์บริการด้านภาพยนตร์จากต่างประเทศครบวงจร จัดตั้งศูนย์บริการด้านภาพยนตร์จากต่างประเทศครบวงจรในรูปแบบองค์กรอิสระ สร้างมาตรฐานในการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การรณรงค์ให้เยาวชนไทยสนับสนุนภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ มีการบูรณาการความร่วมมือกับค่ายภาพยนตร์ไทย มีบูรณาการความร่วมมือกับโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ ดำเนินการจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรอาวุโสทางด้านภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านภาพยนตร์ไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้แก่ภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ มีการจัดการพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ วางแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์แบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การเชื่อมโยงให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิง มีการบูรณาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ มีการดำเนินการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภค

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าวทำให้สามารถนำมาปรับใช้ในการวิเคราะห์เชิงนโยบายและมาตรการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นสื่อบันเทิงที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับภาพยนตร์ไทยได้ ซึ่งปัจจัยสนับสนุนการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พบว่าจุดแข็ง (Strength) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ได้แก่ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์ไทยแบบครบวงจร เทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์ไทยมีความก้าวหน้า ประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความหลากหลายแง่มุมที่จะนำเสนอเป็นจุดขาย ในการผลิตภาพยนตร์ไทย โรงภาพยนตร์ไทยมีความทันสมัย ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในการเข้าถึงตลาดภาพยนตร์ในประเทศและต่างประเทศ มีการรวมตัวในรูปแบบสมาคมเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการเจรจา และภาพยนตร์ไทยเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) สำหรับจุดอ่อน (Weaknesses) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ได้แก่ ขาดแคลนบุคลากรด้านเขียนบทภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ โครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้ความสำคัญกับระบบอุปถัมภ์ ทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิต ขาดการวางแผนกลยุทธ์การตลาดระยะยาว ขาดการวิจัยการตลาด ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐอย่างจริงจัง ไม่มีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ ทั้งนี้โอกาส (Opportunities) ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ เป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ สภาพแวดล้อมการแข่งขันในประเทศไทย ยังมีโอกาสที่ดีในการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะแรงงานฝีมือในประเทศไทยไม่สูงมาก ธุรกิจให้เช่าวัสดุการผลิตภาพยนตร์มีโอกาสขยายตัวมากขึ้น ภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์จะเป็นสื่อที่ช่วยฟื้นฟูความสามัคคีของคนในชาติและเพิ่มโอกาสส่งออกวัฒนธรรมไทย อีกทั้งการเปิดประชาคมอาเซียน (AEC) จะช่วยขยายความร่วมมือทางด้านการลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของภาพยนตร์ไทยมีพฤติกรรมการตอบรับความแปลกใหม่อย่างรวดเร็ว จึงไม่เป็นการยากที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงประเภทสื่อภาพยนตร์ไทยนี้ได้

ซึ่งการจะพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงประเภทสื่อละครโทรทัศน์ได้นั้น ผู้บริหารนโยบายจึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจที่มาที่ไปของลักษณะละครโทรทัศน์ในทุกๆ ด้าน โดยละครโทรทัศน์ไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันใช้รูปแบบเป็นการแสดงที่ไม่เหมือนจริง (presentation) เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน สนุกสนาน เห็นได้จากการใช้ฉาก เครื่องแต่งกายที่หรูหราเกินจริง คล้ายกับมหรสพยุคเก่าอย่างลิเก ไม่ใช่การแสดงเหมือนจริง (representation) ที่ต้องการจำลองภาพชีวิตตามความเป็นจริงในสังคม เนื้อหาของบทละครโทรทัศน์วนเวียนกับเรื่องรักๆ ใคร่ๆ ใน

ครอบครัว แสดงให้เห็นถึงกิเลสตัณหา การแก่งแย่งชิงดีชิงเด่น ความอิจฉาริษยาของมนุษย์ ซึ่งก็ไม่แตกต่างกับมหรสพยุคเก่าอย่างลิเกเช่นเดียวกันที่มักหยิบยกเนื้อเรื่องเดิมๆ ซ้ำๆ มาแสดงวนเวียนเพียงไม่กี่เรื่อง สะท้อนพฤติกรรมคนไทยที่นิยมดูมหรสพเพื่อ “เอารส” มากกว่า ดูมหรสพเพื่อ “เอาเรื่อง” ซึ่งหมายถึงการชมเนื้อหา ที่มาที่ไปของเหตุการณ์ต่างๆ ว่ามีลำดับความเป็นมาอย่างไร มีการหยิบเอาแบบแผนเรื่องเล่าหรือเนื้อหาที่เป็นแกนกลางของวรรณกรรมหรือนิทานพื้นบ้านแล้วนำมาเล่าใหม่ โดยปรับเปลี่ยนฉากและลักษณะตัวละครให้สะท้อนความคิด ค่านิยม และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนในสังคมให้ดูคล้ายหรือเหมือนกับที่ผู้คนสัมผัสคุ้นเคยในโลกแห่งความเป็นจริงในแต่ละยุค เช่น ค่านิยมรักเดียวใจเดียวของตัวละครชาย การไม่ยอมรับการกดขี่ของตัวละครหญิง การแก่งแย้งขัดแย้งกันด้วยผลประโยชน์ในโลกทุนนิยม เป็นต้น ดังเช่นงานวิจัยของ สรรัตน์ จิรบวรวิสุทธิ์ (2554) ศึกษา พัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครในโทรทัศน์ไทย พบว่า แก่น (Theme) ของบทละครโทรทัศน์ของไทยไม่ว่าจะยุคสมัยใดจะมุ่งสอนเรื่องคุณธรรมประเภท “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” หรือ “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” โดยใช้กลวิธีการสร้างตัวละครแบบคู่ตรงข้าม เรียกว่ากลวิธีการสร้างตัวละครดี – เลว เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจ จนกลายเป็นสูตรตายตัว ตัวละครเอกจะได้รับความสุขในตอนท้ายหลังจากที่พิสูจน์คุณงามความดีมาตลอดเรื่อง ส่วนใหญ่มักลงเอยด้วยการแต่งงานระหว่างพระเอกกับนางเอก เป็นสัญลักษณ์ความสุขระดับโลกียะ คือ ความสุขจากการครองเรือน ส่วนตัวละครฝ่ายปรปักษ์ จะได้รับผลแห่งกรรมสนองฉับพลันอย่างทันตาในตอนท้ายเรื่อง เช่น การถูกข่มขืน เป็นบ้าเสียจริต การตาย หรือได้รับโทษตามกฎหมาย ทั้งหมดนี้ถูกผูกโยงเข้าสู่แก่นเรื่อง “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” ทั้งสิ้น

การสร้างสรรค์บทละครของนักเขียนแต่ละยุค พบว่า หลักเกณฑ์และวิธีการมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ หรือการเขียนจินตคดีประเภทอื่นๆ อย่างเรื่องสั้นหรือนวนิยาย เพียงแต่มีไวยากรณ์ของภาษาภาพเคลื่อนไหว หรือการลำดับภาพเข้ามาเกี่ยวข้องในฐานะที่ละครโทรทัศน์เป็นสื่อทางตา จนไม่มีสูตรตายตัว ในการสร้างสรรค์บทละคร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพรสวรรค์และความสามารถของแต่ละบุคคล ตามรูปแบบของงานศิลปที่ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ทั้งนี้ถึงแม้ว่าจะไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน งานบทละครโทรทัศน์ ยังคงเป็นงานศิลปะประเภทพาณิชย์ศิลป์ (Commercial art) อันหมายถึงเงื่อนไขของการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับกระแสทุนนิยมและการบริโภคนิยม บทละครโทรทัศน์จึงอยู่ในฐานะของงานศิลปะที่อยู่ภายใต้กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ชมละครโทรทัศน์ในฐานะลูกค้ามากกว่าการมุ่งนำเสนอในลักษณะผู้รับชมงานศิลปะ แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า หลักเกณฑ์การสร้างสรรค์ไม่มีแน่นอน สามารถปรับเปลี่ยนไปตามรสนิยมและลักษณะของผู้รับชม โดยผู้ผลิต

จำเป็นจะต้องศึกษาความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ที่ได้ทั้งอรรถรสทางสุนทรียนิยมแต่ก็ต้องทำรายได้กลับคืนสู่ผู้ผลิตด้วยเช่นกัน

5.2 งานวิจัยเรื่องนี้นำมาใช้ในการอภิปรายในประเด็น กลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เริ่มต้นจากผู้จัดละครโทรทัศน์นำเสนอเรื่องจากนิยายหรือการคิดพล็อตขึ้นมาใหม่กับทางผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ เมื่อผู้บริหารอนุมัติให้ผลิตละครโทรทัศน์ จึงจะได้รับทุนสนับสนุนในการทำการผลิต หัวใจสำคัญประการแรกของการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์จึงเป็นการเลือนิยาย หรือบทประพันธ์ การคัดเลือกเรื่องนั้นผู้จัดละครมีเกณฑ์การคัดเลือกคล้ายๆ กัน คือ สามารถทำให้ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์พิจารณาอนุมัติการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ โดยงานวิจัยของ พทัยนุช บุศน้ำเพชร(2556) ศึกษา กลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กรณีศึกษา คุณยศสินี ณ นคร (จ๋า) พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ให้เป็นผลสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้ชม ด้วยการเลือกนิยายที่มีเส้นเรื่องหลักเกี่ยวกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ รัก โลภ โกรธ หลง เพราะเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งพื้นฐานที่สนิทสนมกับมนุษย์มากที่สุด และเป็นรสนิยมของคนไทย โดยผู้วิจัยได้ยืนยันผลการวิจัยด้วยงานวิจัยของ อิงปราง บุณยเกตุ (2548) และ สกาวใจ พูนสวัสดิ์ (2547) ในงานของตนเองว่า เกณฑ์การคัดเลือกเรื่องเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์จะต้องเป็นเรื่องที่มีความสนุกสนานให้ข้อคิดแก่ผู้ชมและมีความแปลกใหม่น่าสนใจ มีความร่วมสมัยกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เป็นเรื่องที่มีความสอดคล้องกับนโยบายของผู้จัด เหมาะสมกับช่วงเวลาในการออกอากาศ เหมาะสมกับความนิยมของกลุ่มผู้ชมทั้งในส่วนของกระแสสังคมและนักแสดง เป็นเรื่องที่แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสร้างผลกำไรทางธุรกิจให้กับผู้ผลิต มีการคัดเลือกนักแสดงที่เหมาะสม มีชื่อเสียง โดยเกณฑ์ของการพิจารณาจะมาจากนักแสดงในสังกัดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ก่อนเป็นหลัก แล้วจึงพิจารณาตามตลาดและกระแสนิยมในใจผู้ชม มีการทดสอบหน้ากล้อง หรือการ Casting เพื่อคัดเลือกนักแสดงที่เหมาะสมกับบทบาทของตัวละครนั้นๆ

ขั้นตอนหลังการผลิต มีกลยุทธ์ของผู้จัดละคร 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การจัดทำเนื้อหาในการตัดต่อตัวอย่างละครโทรทัศน์ และ กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับละครโทรทัศน์ โดยในประเด็นแรก กลยุทธ์การจัดทำเนื้อหาในการตัดต่อตัวอย่างละครโทรทัศน์ สิ่งสำคัญคือเนื้อหาของสาร ประกอบด้วยภาพและเสียง ผู้จัดละครโทรทัศน์และผู้กำกับการแสดง ต้องมีการแลกเปลี่ยนสื่อสารความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับละครโทรทัศน์เพื่อสร้างกระแสความนิยมให้เกิดกับผู้ชม โดยเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดละครโทรทัศน์

และสถานีโทรทัศน์ในการวางแผนงานและการดำเนินงาน กลยุทธ์สำคัญคือ การกำหนดรูปแบบที่ชัดเจนสอดคล้องกับตลาดผู้ชม การเลือกใช้สื่อและกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลายแบบผสมผสานเพื่อสร้างความน่าสนใจ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักแสดงได้อีกทางหนึ่งด้วย

โดยละครที่มีคุณภาพ มักจะเริ่มต้นจาก บทละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ คำกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ องอาจ สิงห์ลำพอง (2550) เรื่อง การสร้างเกณฑ์มาตรฐานการผลิตละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ส่วนสำคัญที่ละครโทรทัศน์ไทยต้องให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือ บทละครโทรทัศน์ โดยสิ่งที่ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ไทยจะต้องมีความเข้าใจ คือ ความเป็นไทย วิถีชีวิต การเป็นอยู่ค่านิยม รสนิยม และสถานการณ์ปัจจุบันทางสังคม วัฒนธรรมของคนไทยเป็นอย่างดี

ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์จึงมีหน้าที่สร้างงานบทละครโทรทัศน์ที่มีความลุ่มลึก มีรายละเอียดของอารมณ์ ความรู้สึก ความคิด ความสวยงาม ความสงบ และการแสดงออกในรูปแบบของคนไทย ซึ่งเป็นแบบฉบับที่สามารถเอาชนะบทละครโทรทัศน์จากต่างประเทศได้ เพื่อให้นักแสดงไทยสามารถแสดงออกมาได้ดี เข้าถึงบทบาทให้มากที่สุด นอกจากนี้แล้วบทละครโทรทัศน์ที่ดียังต้องมีเหตุผลซึ่งกันและกัน หมายถึง มีเหตุก่อให้เกิด ก็ต้องมีผลที่ต้องได้รับ มีการดำเนินไป มีความขัดแย้ง มีสมหวัง มีผิดหวัง แต่ทุกเหตุการณ์ต้องตอบได้ว่ามันเกิดขึ้นได้อย่างไร ผลการกระทำสมเหตุสมผลแล้วหรือไม่ โดยดำเนินเรื่องในทุกเหตุการณ์บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ ประการต่อไปคือ ผู้กำกับการแสดง เป็นผู้ที่สามารถดึงหัวใจของงานแต่ละส่วนมาประกอบกัน ใช้บทละครโทรทัศน์ที่ดี ดึงความสำคัญของบทที่ต้องการเสนอออกมา ผ่านการเค้นอารมณ์ทางการแสดงจากนักแสดงให้แสดงออกมาได้อย่างเต็มความสามารถ รองรับด้วยทีมงานผลิตละครโทรทัศน์ทุกๆ ฝ่าย ต่อมาคือ นักแสดง เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ต้องการให้มีการพัฒนาให้มีคุณภาพ และมาตรฐานที่ดี

ผู้วิจัยจึงได้สร้างเกณฑ์มาตรฐานการผลิตละครโทรทัศน์เพื่อพัฒนาวงการให้สามารถแข่งขันกับละครโทรทัศน์ต่างประเทศได้ ภายใต้ความเป็นไปได้ในความเป็นจริงของสภาพงานและเป็นที่ยอมรับ โดยเกณฑ์มาตรฐานการผลิตละครโทรทัศน์ ที่ผู้วิจัยนำเสนอนั้น สามารถรองรับกับหน่วยงานที่ผลิตละครโทรทัศน์ขนาดเล็กที่ผลิตละครตั้งแต่ 1 เรื่องขึ้นไปต่อปี จนถึงองค์กรขนาดใหญ่ที่ผลิตละครโทรทัศน์ออกมาในรูปแบบอุตสาหกรรมบันเทิง โดยอ้างอิงจากทฤษฎีระบบ (Systems Theory) เพื่อครอบคลุมการวัดความสามารถในการปฏิบัติงาน ต้องอาศัยการสร้างมาตรฐานในองค์ประกอบย่อย โดยให้ความสำคัญกับ ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยกระบวนการ ปัจจัยการผลิต และปัจจัยผลสัมฤทธิ์ อันดับแรก ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน และด้านวัสดุอุปกรณ์ อันดับสอง ปัจจัยกระบวนการ

ต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานควบคู่กับการปฏิบัติงานทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตรวจสอบบทละครโทรทัศน์ว่ามีความสนุก มีการเล่าเรื่องที่น่าติดตามมากน้อยเพียงใด มีการตรวจสอบคุณภาพเทปที่จะใช้ในการบันทึก มีการกำกับการแสดงที่ดี ตลอดจนกำกับงานภาพรวมของละครโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งงานด้านศิลปกรรม งานเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย งานแต่งหน้าทำผม งานการจัดแสง งานการถ่ายทำ ในส่วนด้านการตัดต่อภาพ ทำเสียง ต้องตรวจสอบถึงการเล่าเรื่องของละคร การลำดับภาพให้มีความเข้าใจ การให้เสียงประกอบว่าสอดคล้องกันกับภาพและอารมณ์ของละครหรือไม่ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ ตรวจสอบคุณภาพทั้งหมดของละครทั้งเรื่อง ก่อนที่จะนำส่งทางสถานีโทรทัศน์ ในส่วนปัจจัยผลผลิต จากงานวิจัยพบว่า การทำงานละครโทรทัศน์ที่มีมาตรฐานถูกต้องล้วนมาจากการที่มีบุคลากรในการผลิตงานที่มีคุณภาพในการทำงาน มีพื้นฐานความสามารถทางวิชาชีพ มีมาตรฐานของการปฏิบัติงาน ผ่านการบริหารจัดการที่มีระบบแบบแผน มีการใช้เงินเพื่อใช้ในการผลิตและวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากทางสถานีโทรทัศน์ มีการตรวจรับรองคุณภาพงานและมีช่องทางในการเผยแพร่งานละครเป็นอย่างดี ทั้งนี้ทางสถานีโทรทัศน์อาจจะต้องพิจารณาเรื่องการไหลเข้ามาของละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เนื่องจากจะทำให้ละครโทรทัศน์ไทยต้องเข้าสู่ภาวการณ์แข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สุดท้ายปัจจัยผลสัมฤทธิ์ โดยมาตรฐานอยู่ที่ผลสำรวจความนิยมของผู้ชมทั่วไปที่ต้องอยู่ในระดับที่ดี เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม เพื่อเป็นฐานที่ดีของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย และอีกประการสำคัญคือ การมีผลกำไรในเชิงธุรกิจจากการผลิตละครโทรทัศน์ ส่งผลต่อเนื่องไปถึงการได้รับการยอมรับงานละครจากสถาบันต่างๆ ในการประกาศเกียรติคุณโดยการมอบรางวัลงานละครที่ดีเด่น มีคุณภาพ และเป็นการพัฒนาวงการละครโทรทัศน์ต่อไป

สถานีโทรทัศน์ของไทยมีการนำเข้าละครโทรทัศน์จากต่างประเทศเข้ามาออกอากาศเป็นจำนวนมากรวมถึงช่องทางอื่นๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ชมมีโอกาสในการเปรียบเทียบละครโทรทัศน์ของไทยกับละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ หนึ่งในละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทยคือ ละครเกาหลี วารินทร์ ปฐมอารีน์ (2552) นำเสนอ การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของละครไทยกับละครเกาหลี พบว่า สภาพการแข่งขันของละครไทยกับละครเกาหลีภายในภูมิภาคเอเชียนั้น ละครเกาหลีมีการแพร่หลายในหลายๆ ประเทศ เนื่องจากการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีใต้ ซึ่งแตกต่างกับละครไทย ที่ผู้ชมยังจำกัดอยู่ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนหนึ่งมาจากละครเกาหลีมีการทำ Sub Title ไว้หลายภาษา แตกต่างจากละครไทยที่ยังไม่มีการทำ Sub Title

ในส่วนของเนื้อเรื่อง การดำเนินเรื่องของละครไทยมักจะสร้างให้ตัวละครชอบความหรูหรา ฟู่ฟ่าทันสมัยตามกระแสนิยม ปลูกฝังให้เกิดการบริโภคนิยม แต่ละครเกาหลีจะมีการ

สอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย อาหารการกิน หรือภาษา และเนื่องจากคนไทยเริ่มเบื่อละครไทยแนวเดิมๆ เมื่อมีละครอะไรใหม่ๆ เช่น ละครญี่ปุ่น เกาหลี มักจะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ โดยสามารถสรุปความแตกต่างระหว่างละครเกาหลีกับละครไทยได้ ดังนี้

1. ภาพละครในละครโทรทัศน์ของเกาหลี ได้หยิบยกความเป็นสังคมเมืองในโซลเป็นหลัก สะท้อนถึงความวุ่นวายของการจราจร เมืองธุรกิจและการค้า ปฏิสัมพันธ์ของคนเมือง การใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ แฟชั่น อาหารการกิน และการทำงานหนัก แต่ก็ไม่ละเลยที่จะทิ้งภาพต่างจังหวัด ความเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นเพของบางตัวละครที่ต้องมาปรับเปลี่ยนตัวเองในเมืองหลวง

2. การนำภาพวัฒนธรรมในอดีตที่นำมาเสนอในเรื่องราวปัจจุบัน อาทิ การไปท่องเที่ยวในพระราชวังโบราณ เห็นภาพจำลองของขุนนางในราชสำนัก รวมถึงนางกำนัล (ซัมกุง) การแต่งกายขนบธรรมเนียมประเพณีโบราณ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เข้าไปสอดแทรกในละครได้อย่างกลมกลืน และยังได้เผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณะชนด้วย

3. วัฒนธรรมสมัยใหม่ของเกาหลี กับความเจริญรุ่งเรืองของสังคมเมือง ที่มุ่งเน้นถึงสังคมแห่งการทำงาน การแข่งขันในอาชีพ การชิงไหวชิงพริบทางธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยีและแฟชั่นแบบวัฒนธรรม บริโภคนิยม ซึ่งการนำเสนอเทคโนโลยีที่เกาหลีสร้างขึ้นเอง และยังสร้างแฟชั่นเกาหลี ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เขยิบพื้นที่ให้มีความสากลในรูปลักษณ์ใหม่ผ่านเครื่องแต่งกายของตัวละครทั้งเพศหญิงและเพศชาย

4. ตัวละครเกาหลีให้ความสำคัญกับการทำงานซึ่งเป็นหลัก จนเป็นค่านิยมที่สำคัญในสังคม ในขณะที่ละครไทยมักจะไม่เน้นสิ่งเหล่านี้มากนัก แต่กลับอาศัยการได้งานแบบอาศัยโชคช่วย ตัวละครไม่ต้องทำงานเพราะไม่ใช่สาระสำคัญของเรื่อง นอกเหนือจากการลอยชายไปมา แตกต่างกับละครเกาหลีที่ต้องต่อสู้กับการทำงานมากมายกว่าจะเป็นที่ยอมรับในสังคม ต้องขยันและใช้เวลาในการพิสูจน์ตนเอง

5. ละครเกาหลีมักจะมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรม ลักษณะใหม่ที่ผู้คนสามารถจำแนกได้ว่า แตกต่างกับของตะวันตก และมีเอกลักษณ์ของความเป็นเกาหลี หากจะกล่าวถึงการแต่งกายแบบตะวันตก จะมีลักษณะที่หลายๆ คนนึกถึงคือ กางเกงยีนส์ เสื้อสบายๆ หรือสูท แต่ความเป็นเกาหลีจะเน้นการแต่งกายโดยเฉพาะการใส่สูทที่มีลักษณะกึ่งทางการ แตกต่างกับสูตรแบบตะวันตก

6. วิถีการดำเนินชีวิตในเมืองอาจดูมีความเป็นตะวันตก แต่ในขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับความเป็นเกาหลีแบบเก่า ที่นำมาผสมผสานกันได้อย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานกิมจิ ซุป หรือร้านนั่งดื่มสไตล์เกาหลี สอดแทรกอยู่ในละคร

7. ละครเกาหลีแฝงไว้ด้วยอุดมการณ์ชาตินิยม เต็มไปด้วยการต่อสู้ ความเป็นปึกแผ่น และการธำรงรักษาประเทศผ่านละครย้อนยุค สอนค่านิยมแบบยึดหลักคุณธรรม ความพยายามซึ่งนำมาสู่ความสำเร็จ แม้แต่ละครสมัยใหม่ก็ยังนำเสนอเรื่องราวที่เน้นย้ำตรงจุดนี้ ส่งผลให้คนเกาหลีมีความเป็นชาตินิยมสูงมาก

จากการประมวลงานวิจัยดังกล่าวทำให้การศึกษากลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงเป็นการให้ความสำคัญกับเนื้อหาและรูปแบบการถ่ายทำที่มีประสิทธิภาพ กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน นอกจากนี้แล้วยังมีการสอดแทรกวัฒนธรรม ค่านิยม อุดมการณ์บางประการสอดแทรกในเนื้อหาของละครโทรทัศน์อีกด้วย การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อใช้เทคนิค Culture Impact กับทางประเทศอื่นๆ และวางแผนเพื่อให้คนนิยมความเป็นไทยผ่านสื่อละครโทรทัศน์

5.4 งานวิจัยเรื่องนี้นำมาใช้ในการอภิปรายในประเด็น ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยประการหนึ่งที่สำคัญคือ การใช้ทุนเดิมทางวัฒนธรรม โดยใช้วิธีการทางสัญญะวิทยา ได้แก่ ภาพ แสง สี เสียง สัญลักษณ์ และภาษา เป็นส่วนสำคัญขององค์ประกอบของละครโทรทัศน์และการเล่าเรื่อง จนกลายเป็นมายาคติแฝงอยู่กับวัตถุและปรากฏการณ์ต่างๆ ในละครเกาหลีที่ปรากฏออกมา ในลักษณะของการแสดงละครที่สะท้อนวัฒนธรรมเกาหลีทั้งที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุต่างๆ ดังเช่นงานวิจัยของ ทยากร แซ่แต้ (2550) เรื่อง มายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีและการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ละครเกาหลี คือสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งและสังคมหนึ่งผลิตขึ้นมา ความถี่ของการรับรู้มายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลี ก็คือ ภาพ หมายถึงฉาก สถานที่ถ่ายทำละคร เกี่ยวกับสิ่งก่อสร้าง ที่อยู่อาศัย รวมถึงภาพ หรือฉากที่เกี่ยวกับธรรมชาติ ที่แสดงถึงลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศเกาหลี เป็นการแสดงออกในรูปแบบสัญญะด้านภาพ ที่ต้องการสื่อสารเพื่อธุรกิจ เป็นมายาคติที่สร้างประโยชน์ทางธุรกิจที่ปรากฏผ่านละครเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับความบันเทิง ธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา และธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและการรักษาโรค กล่าวได้ว่าประเทศเกาหลีนั้นประสบความสำเร็จในการสร้างยี่ห้อเกาหลี (Korea Brand) ผ่านสื่อละครโทรทัศน์ ส่งผลให้สร้างรายได้ต่อยอดไปยังธุรกิจอื่นในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่สนับสนุนอีกประการหนึ่งคือ เทคโนโลยีสมัยใหม่ Tay, and Turner (2010) ศึกษาเรื่อง Not the Apocalypse : Television Futures in the Digital Age ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่และลูกค้าที่รับชมรายการโทรทัศน์มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้รับชมรายการที่แพร่ภาพโทรทัศน์ในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้น เนื่องจากกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้โครงสร้างทางสังคมในแต่ละพื้นที่ ชนชาติ มีการพัฒนารายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมือนกัน เพราะขึ้นอยู่กับสภาพสังคม การเมือง การควบคุมเนื้อหาของการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ซึ่งทำให้กลายเป็นประสบการณ์ในการพัฒนารายการโทรทัศน์ในแต่ละช่อง แต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน

โดยในเอเชียตะวันออก คุณลักษณะของเนื้อหาหรือเนื้อเรื่องที่มีการพัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นจากโครงสร้างทางสังคมของคนเอเชียพบว่า คุณลักษณะของละครเอเชียที่ได้รับความนิยมจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในวัยรุ่นและในวัยหนุ่มสาวสมัยใหม่ที่มีภาระหน้าที่รับผิดชอบทั้งการศึกษาเล่าเรียน การแข่งขันในการทำงาน โดยมุ่งหวังที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต ตัวละครในละครเอเชียจึงเสมือนตัวแทนของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับภาวะแวดล้อมทั้งหลายที่เข้ามากระทบวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่บริบททางสังคมและยุคสมัยของประเทศนั้นๆ สุภาวรรณ วรรธนะศุภกุล (2550) ศึกษาวิจัยคุณลักษณะของละครเอเชียยอดนิยม พบว่า ปัญหาที่ตัวละครเหล่านี้ต้องเผชิญส่วนใหญ่คือ ปัญหาเรื่องความรัก การแข่งขันในด้านอาชีพการงาน ปัญหาด้านมิตรภาพระหว่างเพื่อน ปัญหาพ่อแม่หรือผู้อาวุโสในครอบครัว และตัวละครหนุ่มสาวในละครเอเชียมีความเป็นปัจเจกชนสูง ต้องการอิสระในการดำเนินชีวิตตามแนวทางของตนเอง ไม่ยึดกรอบความเชื่อหรือค่านิยมหลักของสังคมให้มามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของตนเอง กลวิธีการเล่าเรื่องจะแตกต่างกันออกไปตามบุคลิกของประเทศและมุมมองของผู้ผลิตที่มีต่อวัยรุ่นในประเทศนั้นๆ เช่น ญี่ปุ่นจะใช้โทนหารเล่าเรื่องแบบสนุกสนาน ไต้หวันใช้โทนการเล่าเรื่องแบบจริงจัง ในขณะที่เกาหลีใช้โทนการเล่าเรื่องแบบซาบซึ้ง ประทับใจ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมวัยรุ่นได้ง่ายขึ้น

โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ละครเอเชียเหล่านี้ได้รับความนิยมในประเทศไทยนั้นมาจาก 1) ปัจจัยด้านการแข่งขันระหว่างสถานีโทรทัศน์ โดยขึ้นอยู่กับนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรว่ากำหนดตำแหน่งสถานีไว้ว่าอย่างไร จะคัดเลือกละครเอเชีย โดยคำนึงถึงการวางผังรายการ ให้แตกต่างจากสถานีคู่แข่งขัน ให้ความสำคัญกับแนวเรื่อง ประเทศผู้ผลิต เพื่อสร้างจุดเด่นให้สถานี มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้การสื่อสารการตลาดหลายวิธี เช่น การทำประชาสัมพันธ์และโฆษณาละครผ่านช่องทางสื่อต่างๆ การจัดงานแถลงข่าวพบปะสื่อมวลชน ทำสปอตโฆษณา สกู๊ปข่าว ทำสื่อกลางแจ้ง ป้ายผ้า คัทเอาต์ รวมทั้งออกไปพบปะกับกลุ่มผู้ชมด้วยตนเอง เป็นต้น

ซึ่งกลยุทธ์การคัดเลือกละครเอเชียมาออกอากาศในประเทศไทยนั้น ผู้บริหารสถานีจะให้ความสำคัญในหลากหลายส่วน ได้แก่ การเน้นละครเนื้อหาดี เหมาะสมกับรสนิยมของผู้ชมในประเทศ มีนักแสดงและทีมงานผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับหนึ่งหรือเป็นละครที่ได้รับความนิยมมาก่อนทั้งในประเทศผู้ผลิตเองและประเทศอื่นๆ ที่ละครได้ออกอากาศมาแล้ว นอกจากนี้แล้วการที่สถานีมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของลิขสิทธิ์ก็มีส่วนทำให้สถานีนั้นๆ ได้รับความร่วมมือที่ดีในการติดต่อเลือกซื้อละครได้สะดวกยิ่งขึ้น

โดยในส่วนของละครโทรทัศน์ไทยมีคุณลักษณะพิเศษที่ทำให้ผู้ชมต่างชาติชื่นชอบ จากผลการศึกษาของ วันวิสา สันทวิจิตรกุล (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมในเมืองกวางโจว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ความพึงพอใจในการรับชมละครไทยเพราะชื่นชอบในนักแสดงชาวไทยที่มีความหล่อและสวยมากเป็นอันดับแรก อีกทั้งยังสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวของประเทศไทย จึงเป็นส่วนดึงดูดใจให้เปิดรับชมละครโทรทัศน์จากไทย ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายชาวจีนที่ชมละครไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รับชมละครในช่วงหลังข่าวภาคค่ำและชอบละครประเภทตลกขบขัน จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งจะพบว่ากลุ่มคนชนชั้นกลางในจีนนั้นจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยกลุ่มผู้ชมชนชั้นกลางส่วนใหญ่มองว่าทางด้านเศรษฐกิจ ละครโทรทัศน์ไทยเป็นปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจสินค้าไทยและการท่องเที่ยวเมืองไทย เมื่อกลุ่มชนชั้นกลางในจีนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมบริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีรายได้และกำลังซื้อเพิ่มขึ้น เมื่อผู้ชมได้รับชมละครโทรทัศน์ของไทย จะทำให้อยากมาสัมผัสบรรยากาศเมืองไทยเหมือนกับในละคร

ทั้งนี้ภาพยนตร์หรือละครในประเทศจีนจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ และมักจะสร้างละครแนวภาพยนตร์สารคดี เส้นทางชีวิตของกรรมกร เกษตรกรและทหาร ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ ด้วยเหตุนี้เมื่อละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่เป็นเรื่องตลก เบาสมอง และรักกุ๊กกิ๊ก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่ผู้วิจัยพบคือ ละครโทรทัศน์ไทยสามารถสะท้อนให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยและประเพณีไทยได้เป็นอย่างดี ในฐานะที่ไทยเป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีวัฒนธรรมด้านความสุภาพอ่อนโยนและมีความเป็นมิตร แต่ในขณะเดียวกันประเทศไทยก็เปิดรับค่านิยมตะวันตกที่มีความเป็นปัจเจกบุคคลเข้ามาผสมผสานและนำเสนอผ่านสื่อละครโทรทัศน์ ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นเนื้อหาละครประเภทที่ไม่เคยมีในประเทศจีนมาก่อน เมื่อผู้ชมชาวจีนได้รับชมละครไทยก็ทำให้เข้าใจและรู้สึกคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเองที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และรู้สึกว่าละครโทรทัศน์ไทยไม่ขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีของตน และยังเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้คนของทั้งสองประเทศเกิดความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมเพิ่มมากขึ้น จนทำให้ผู้ชมชาวจีนเกิดความสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมไทยและภาษาไทยเพิ่มมากขึ้นด้วย

นอกจากนี้เสียงสะท้อนที่มาจากผู้ชมละครชาวจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย สะท้อนว่า มีจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์มากกว่าละครเกาหลี ถ่ายมอดเรื่องราวชีวิตได้อย่างมีชีวิตชีวากว่า ขณะเดียวกันก็มีกลิ่นอายความเป็นเอเชียไปพร้อมกัน การยึดมั่นหลักคุณธรรม ความอบอุ่นในครอบครัว มิตรภาพในสังคม ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อกระแสความนิยมละครโทรทัศน์ไทยในประเทศจีน

แต่สิ่งที่ควรปรับปรุงคือ คุณภาพของละครโทรทัศน์ไทย ในทัศนะของผู้ชมชาวจีนเห็นว่าคุณภาพการผลิตละครโทรทัศน์ของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับละครจากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศเกาหลีใต้ ทั้งด้านนักแสดง ผู้ผลิต เทคนิค และบทประพันธ์ ละครไทยบางเรื่องไม่ได้ทุ่มทุนในการผลิตมากนัก โดยส่วนใหญ่มักสร้างแบบสุกเอาเผากิน

ปัจจัยทางด้านการพัฒนานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย มีผู้ศึกษาการพัฒนาธุรกิจละครของสถานีโทรทัศน์ไทย ได้แก่ ชาล ศิริสมรรถการ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง ผู้นำกับกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจละครของสถานีโทรทัศน์ไทย พบว่า หนึ่งในผู้นำธุรกิจละครโทรทัศน์ไทยคือสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ใช้หลัก 3C มาประยุกต์ใช้กับเงื่อนไขภายนอกในการพัฒนาครอบคลุมการแข่งขัน การบริหารการเปลี่ยนแปลงและผู้ชมละครโทรทัศน์ ส่วนเงื่อนไขภายในนั้นได้นำกลยุทธ์ The 7s Model มาประยุกต์ใช้ในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างของสถานี (Structure) ซึ่งลดความซับซ้อนทางสายงานบริหาร 2) ด้านระบบ (System) โดยใช้ระบบ One Stop Service 3) ด้านรูปแบบการบริหาร (Style) ของผู้บริหารที่มีความรู้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้นำแบบเก่งและมีเสน่ห์ 4) ด้านการบริหารจัดการกับผู้จัดละคร (Staff) โดยใช้วิธีการจูงใจในหลายรูปแบบ โดยปรับสถานภาพนักแสดงมาเป็นผู้จัดละคร 5) ด้านทักษะ (Skill) สถานีโทรทัศน์มีความสามารถในการผลิตได้หลายรูปแบบและสร้างสรรค์งานนวัตกรรม 6) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) โดยการสร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการโทรทัศน์ไทย 7) เป้าหมายสูงสุดของสถานีโทรทัศน์ (Shared Value) คือ การเป็นผู้นำของวงการโทรทัศน์ไทย

สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คือ 1) การที่มีผู้จัดละครจำนวนมากและหลากหลาย สามารถผลิตละครได้ทุกแนว 2) การให้ผู้จัดละครรับจ้างผลิต เนื่องจากสามารถลดความเสี่ยงของทั้งตัวผู้จัดละครที่ไม่ต้องเสียเวลาในการไปหาผู้อุปถัมภ์รายการเอง เมื่อซื้อเวลาของทางสถานีไป นอกจากนี้สถานียังสามารถควบคุมคุณภาพได้ วิธีการดำรงรักษาสถานภาพการเป็นผู้นำธุรกิจละครนั้น ควรมีองค์ประกอบของความเป็นผู้นำธุรกิจละครนั้น ควรมีองค์ประกอบของความเป็นผู้นำโดยใช้หลักบริหารและวิสัยทัศน์ ประกอบกับสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสม และระบบที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เนื่องจากหากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของหน่วยงานที่ต่างไปจากนี้อาจส่งผลให้กลยุทธ์การเป็นผู้นำเปลี่ยนแปลงได้

ส่วนปัจจัยการพัฒนาด้านนโยบายและมาตรการของการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศผ่านละครโทรทัศน์ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาของ อลิสา วิทวัสกุล (2549) เรื่อง การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง โดยพิจารณาแล้วว่าละครเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยทางเกาหลีใต้เองตั้งใจนำละครเรื่องนี้มาเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศและละครเองก็เป็นที่นิยมของผู้ชม เพราะความเป็นเกาหลีที่สอดแทรกอยู่ในละคร เช่น เป็นละครย้อนยุคที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การนำเสนอศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตเสื้อผ้า เนื้อเรื่อง อาหาร เป็นต้น ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างที่ทำให้ละครเรื่องนี้ได้รับความนิยมก็คือเรื่องของสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำที่เหมาะสมกับเนื้อเรื่องทำให้ผู้ชมเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ ในประเทศเกาหลีใต้ นอกจากนี้แล้วความสามารถของผู้ผลิตละครที่ผลิตออกมาดูสมจริงครบทุกองค์ประกอบ และมีคุณภาพ จากการเลือกสถานที่ถ่ายทำที่สวยงาม ทำให้เกิดธุรกิจต่อยอดในรูปแบบทัวร์ตามรอยละคร เป็นปัจจัยหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก

ในส่วนของภาพลักษณ์ที่แฝงมากับละครโทรทัศน์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรม และคติคำสอน

1. วัฒนธรรม ในละครโทรทัศน์เรื่องแดจังกึม ผู้ชมจะได้เห็นการดำรงชีวิตของคนเกาหลีในสมัยโบราณ ที่มีการแบ่งชนชั้นวรรณะกันอย่างชัดเจน การดำรงชีวิตตามระเบียบแบบแผนที่กำหนด กฎระเบียบของราชสำนัก แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ ความเชื่อที่ยึดถือสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต ความเชื่อด้านการทำนาย และความเชื่อเรื่องศาสตร์ฮวงจุ้ย วัฒนธรรมด้านอาหาร ที่มีความเอาใจใส่ในรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ขั้นตอนการปรุงอาหาร ที่ผู้ชมได้เห็นในหลายๆตอนของเรื่อง รวมถึงการนำโสมสินค้าประจำชาติมานำเสนอในละครเรื่องนี้ในแง่ของการเป็นอาหารและเป็นยารักษาโรค

2. คติคำสอนที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เรื่องแดจังกึม ไม่ว่าจะเป็น การสอนให้เป็นคนอดทน มีความพยายาม ความกตัญญู การเคารพต่อผู้อาวุโสและผู้มีพระคุณ ความพอดี การเป็นคนช่างสังเกต การให้อภัย และยึดถือความถูกต้อง การสื่อถึงความเท่าเทียมกันของชายหญิงในอดีต การริเริ่มสร้างสรรค์แนวทาใหม่ๆ ในการรักษาคนไข้ คติคำสอนและคุณธรรมที่ปรากฏนี้มีความใกล้เคียงกับคุณธรรมที่คนไทยยึดมั่นปฏิบัติ จึงทำให้เกิดความเข้าใจและซาบซึ้งในการชมละครได้ด้วย

สุดท้าย ปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสนิยมการบริโภคค่านิยมจากละครโทรทัศน์เรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง คือ สถานที่ถ่ายทำที่สวยงาม การเลือกถ่ายทำในฤดูหนาวที่มีฉากหิมะ

เป็นองค์ประกอบ ทำให้ผู้ชมละครได้รับประสบการณ์ทางอ้อมจากละครโทรทัศน์ เกิดความตื่นตาตื่นใจ ไปกับการรับชมละครเรื่องนั้นๆ นักแสดงที่มีความเหมาะสมกับบทบาท มีความสามารถแสดงได้สมจริง เข้าถึงบทบาทของตัวละคร เนื้อเรื่องสนุกสนานชวนติดตาม และสาระที่ให้แง่คิดและความบันเทิง รวมถึงสอดแทรกวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ได้อย่างน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายด้วยชุดฮันบก อาหารการกิน ที่ทำให้เห็นว่ามีความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อจะได้เห็นสิ่งที่เคยเห็นผ่านละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าว และต่อยอดให้ผู้ชมสนใจในประเทศเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

จากงานวิจัยดังกล่าว ทำให้เห็นว่าจากแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ ต้องอาศัยทั้งศาสตร์ ซึ่งมีหลักการในการดำเนินงานเชิงทฤษฎีและความเป็นศิลป์ ซึ่งต้องอาศัยการสร้างสรรค์ในเชิงปฏิบัติ อาศัยหลักจิตวิทยา สร้างความแปลกใหม่ ความดึงดูด ความประทับใจ งานประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะของการสร้างสรรค์ที่โดดเด่นจะก่อให้เกิดความสำเร็จได้ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ในทางสื่อมวลชนที่มีการแข่งขันกันสูง ประเทศเกาหลีใต้นำสื่อละครมาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ประเทศได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นละครที่แสดงให้ประชาชนเห็นถึงคุณงามความดี การเผยแพร่ให้รู้และการชี้แจงให้เข้าใจ ทำให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความผูกพันทางใจ และเกิดความนิยมติดตามชมละครเรื่องดังกล่าว

นอกจากนี้แล้วองค์กรที่มีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้เกิดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศ ที่จัดตั้งขึ้นมาก็คือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ซึ่งการมีองค์กรเป็นส่วนที่สำคัญ เพราะองค์กรจะมีการวางแผนการบริหารจัดการที่ดี นำผลที่ได้รับมาเป็นส่วนช่วยในการวางแผนบริหารจัดการ จากเดิมที่ไม่ค่อยมีคนรู้จักจนกลายเป็นหนึ่งในประเทศชั้นนำ การวางแผนนำละครโทรทัศน์มาเป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์นั้น ไม่ได้ผลิตออกมาโดยไร้จุดหมาย หากแต่มีการสำรวจประชาชนในประเทศต่างๆ ว่าแต่ละประเทศมีความชื่นชอบละครในลักษณะใด จากนั้นจึงนำผลการสำรวจที่ได้มาผลิตละครหรือภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม เป็นการผลิตสินค้าตามความต้องการของผู้ซื้อ ไม่ได้ผลิตสินค้าตามที่ผู้ผลิตต้องการเหมือนในอดีต

จากงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละด้านไม่ว่าจะเป็นนโยบายและมาตรการ กลยุทธ์การสร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์และแนวทางการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปประมวลผลสร้างเป็นกรอบคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป เพื่อกำหนดให้รูปแบบของคำถามมีทิศทางในการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นรวมถึงนำไปใช้ในการอภิปรายผล เพื่อที่จะนำเสนอรูปแบบแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไปในอนาคต

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการส่งเสริม กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ตลอดจนศึกษาถึงแนวโน้มที่เป็นไปได้ของการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนข้อมูลในเบื้องต้นพบว่ายังไม่มีความเป็นรูปธรรมในแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยดังกล่าว เพื่อเป็นการมองอนาคตและความเป็นไปได้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญ

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญสำหรับการให้ข้อมูลโดยเป็นผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผลิตละครโทรทัศน์ การจัดจำหน่ายละครโทรทัศน์และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาดที่มีประสบการณ์ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกับวิธีการ Snowball จนสามารถกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ทั้งนี้จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งผู้วิจัยกำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญโดยยึดตามแนวทางของแมคมิลแลน Macmillan (1971) (อ้างถึงในเกษม บุญอ่อน, 2522) ที่ส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนของคำตอบ ทั้งนี้หากผู้เชี่ยวชาญมีจำนวนตั้งแต่ 17 คนขึ้นไปค่าความคลาดเคลื่อนจะมีน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามหากผู้เชี่ยวชาญยิ่งมีจำนวนมากจะได้คำตอบที่มีน้ำหนักความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น โดยการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ซึ่งจะมีความคลาดเคลื่อนของความคิดเห็นอยู่ระหว่างร้อยละ 0.50-0.48 ดังตารางที่ 3.1 (เกษม บุญอ่อน, 2522)

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่มีผลต่อความคลาดเคลื่อน

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
1-5	1.20-0.70	0.50
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ผู้วิจัยได้แบ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในนโยบายด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่ทำหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทางด้านนโยบายและมาตรการ โดยเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐหรือหน่วยงานในกำกับที่ทำหน้าที่รับผิดชอบหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย

1.1.1 ผู้อำนวยการ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 1 คน

1.1.2 นักวิชาการวัฒนธรรม สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 1 คน

1.1.3 นักวิชาการจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 1 คน

1.1.4 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ จำนวน 1 คน

1.1.5 ผู้บริหารมูลนิธิสถาบันวิจัย นโยบายเศรษฐกิจการคลัง จำนวน 1 คน

1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการในสถานีโทรทัศน์ที่เคยมีการเผยแพร่ละครโทรทัศน์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศโดยมีประสบการณ์ในการบริหาร เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 6 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย

1.2.1 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 1 คน

1.2.2 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด-การขาย สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 จำนวน 1 คน

1.2.3 ผู้จัดการฝ่ายละคร สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 จำนวน 1 คน

1.2.4 ผู้บริหารบริษัท จีเอ็มเอ็มทีวี จำกัด จำนวน 1 คน

1.2.5 ผู้บริหารบริษัท สตูดิโอคำม่วน จำกัด จำนวน 1 คน

1.2.6 ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท วี แคน ฟิล์ม แอนด์ เทเลวิชั่น จำกัด จำนวน 1 คน

1.3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ไทย ที่มีประสบการณ์การผลิตหรือกำกับละครโทรทัศน์ไทย ในบริษัทที่มีการส่งออกหรือมีแนวโน้มการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ โดยมีประสบการณ์การทำงานเป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 4 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย

1.3.1 ผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ บริษัท ดาราวีดิโอ จำกัด จำนวน 1 คน

1.3.2 ผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ บริษัท สามเศียร จำกัด จำนวน 1 คน

1.3.3 ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 จำนวน 1 คน

1.3.4 ผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 จำนวน 1 คน

1.4 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาด โดยเป็นผู้ที่สอนหรือวิจัยเกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชนโดยมีประสบการณ์การทำงานด้านการสอนหรือการวิจัยเป็นระยะเวลาระหว่าง 3- 5 ปี จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วย

1.4.1 อาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน

1.4.2 อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จำนวน 1 คน

1.4.3 อาจารย์ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 1 คน

1.4.4 อาจารย์ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 2 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Form) สำหรับเก็บข้อมูลเทคนิคเดลฟาย รอบที่ 1 เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการส่งเสริม กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ตลอดจนแนวโน้มที่เป็นไปได้ของการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย โดยผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์และทำการตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในเบื้องต้นกับอาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงก่อนให้ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบค่าความสอดคล้อง จำนวน 3 ท่าน คือ

รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรญธร ปัญญโสภณ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

โดยได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.8 ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ในระดับสูง จากนั้นผู้วิจัยนำเครื่องมือมาทำการปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำคำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นประเด็นเนื้อหาต่างๆ สำหรับการสร้างเป็นแนวคำถามเชิงปริมาณในการวิจัยแบบเดลฟาย

2.2 แบบสอบถามเดลฟาย โดยผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามที่มีมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของลิเคิร์ท (Likert Scale) และทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม ซึ่งได้ค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.8

จากการสังเคราะห์แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ผู้วิจัยได้จัดทำกรอบข้อคำถามจากการสัมภาษณ์จำนวน 5 ด้าน ดังนี้

2.2.1 คำถามนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 15 ข้อ

2.2.2 คำถามมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 10 ข้อ

2.2.3 คำถามกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 8 ข้อ

2.2.4 คำถามปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 8 ข้อ

2.2.5 คำถามแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย จำนวน 8 ข้อ

ในแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญจะได้รับการอธิบายรายละเอียดในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลและคำตอบที่ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจตรงกัน โดยผู้วิจัยได้ขอให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านพิจารณาคำตอบของแต่ละแนวโน้มทั้งหมด รวมไปถึงการยืนยันคำตอบเดิมที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้แนวโน้มไว้ในรอบแรกจากการสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามเทคนิคเดลฟาย ดังนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 1

การเก็บรวบรวมข้อมูลเดลฟายในรอบที่ 1 นี้ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

3.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มต่างๆ จำนวน 20 คน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ประเด็นด้านนโยบายและมาตรการ กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

3.1.2 การถอดประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในรอบที่ 2

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 2

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาจากการสัมภาษณ์โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม จากนั้นทำการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มเดียวกันกับที่ให้สัมภาษณ์ในรอบที่ 1 จำนวน 20 คน และให้เวลาผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ด้วยการเลือกแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริง ทั้งนี้ผู้วิจัยให้เวลาในการตอบแบบสอบถามเป็นเวลา 1 เดือนก่อนรับกลับและผู้วิจัยนำคำตอบมาวิเคราะห์ข้อมูลความสอดคล้องของความคิดเห็น

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 3

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามรอบที่ 2 เพื่อจัดทำเป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามเหมือนกับแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็นรอบสุดท้ายของการวิจัย โดยคำถามไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ โดยมีจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

3.3.1 ให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้รับทราบผลการตอบแต่ละข้อในรอบที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งให้โอกาสแก่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบคำตอบของตนเอง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนคำตอบใหม่ได้หากต้องการ และเป็นการยืนยันการตัดสินใจในการตอบแต่ละข้ออย่างแน่นอน หากผลการตอบข้อใดเปลี่ยนแปลงไปจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

3.3.2 แบบสอบถามฉบับนี้จะแสดงรายละเอียด เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตัดสินใจ ดังนี้

เครื่องหมาย * หมายถึง ค่าระดับคะแนนของท่านที่ตอบมาในรอบที่ 2

เครื่องหมาย $\triangle$ หมายถึง ค่าระดับคะแนนมัธยฐานของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่ตอบมาในรอบที่ 2

กรณีที่ 1 ถ้าผู้เชี่ยวชาญยืนยันความคิดเห็นเดิม ไม่ต้องใส่เครื่องหมายใดๆ

กรณีที่ 2 ถ้าผู้เชี่ยวชาญต้องการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ให้ทำเครื่องหมายลงในช่องอันดับคะแนนใหม่อีกครั้ง และหลังจากที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นด้วยการยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนคำตอบใหม่แล้ว แบบสอบถามรอบที่ 3 ได้เพิ่มคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นโดยการทำเครื่องหมายเลือกว่าข้อความในข้อดังกล่าวมีโอกาส “เป็นไปได้” หรือ “เป็นไปไม่ได้” เพียงข้อเดียว ที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุด

ผู้วิจัยนำข้อความที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันโดยการวิเคราะห์ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range) มาสรุปเป็นความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ กลยุทธ์ ปัจจัยที่มีส่วนร่วม และแนวทางในอนาคต เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยภาพอนาคตที่เป็นไปได้พิจารณาจากค่าคะแนนความถี่ที่คิดเป็นร้อยละ (Percentage) 85 ขึ้นไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ในประเด็นที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ประเด็นด้านนโยบายและมาตรการ กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการพรรณนาวิเคราะห์เพื่อกำหนดประเด็นในการสร้างแบบสอบถาม

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบที่ 2 จากแบบสอบถามโดยหลังจากผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ เกี่ยวกับ นโยบาย มาตรการ กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยภายในและปัจจัย

ภายนอก และแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ (Inter Quartile Range)

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบที่ 3 จากแบบสอบถามโดยหลังจากผู้เชี่ยวชาญยืนยันหรือเปลี่ยนแปลง ความคิดเห็นและภาพอนาคตอย่างอิสระ ในประเด็นเกี่ยวกับ นโยบาย มาตรการ กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่ได้แสดงไว้ในรอบที่ 2 จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ (Inter Quartile Range) และภาพอนาคต

5. เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์เนื้อหา สร้างเป็นข้อคำถามมาตราส่วนแบบลิเคิท (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ 1-5 คือ จากน้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด แทนค่าตัวเลขจาก 1 2 3 4 และ 5 ตามลำดับ ดังนี้

1 หมายถึง แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นจริง น้อยที่สุด
2 หมายถึง แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นจริง น้อย
3 หมายถึง แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นจริง ปานกลาง
4 หมายถึง แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นจริง มาก
5 หมายถึง แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นจริง มากที่สุด

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในรอบที่ 2 โดยการหาค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range) และคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับ ควอไทล์ที่ 1 โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

5.1 ค่ามัธยฐานที่คำนวณได้จากคำตอบของผู้เชี่ยวชาญแปลความหมายตามเกณฑ์ได้ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538 : 8-11)

ค่ามัธยฐาน ระหว่าง 0.00 – 1.49 หมายถึง โอกาสหรือแนวโน้มนั้นจะเป็นไปได้น้อยที่สุด
ค่ามัธยฐาน ระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง โอกาสหรือแนวโน้มนั้นจะเป็นไปได้น้อย
ค่ามัธยฐาน ระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง โอกาสหรือแนวโน้มนั้นจะเป็นไปได้ปานกลาง
ค่ามัธยฐาน ระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง โอกาสหรือแนวโน้มนั้นจะเป็นไปได้มาก
ค่ามัธยฐาน ระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง โอกาสหรือแนวโน้มนั้นจะเป็นไปได้มากที่สุด

5.2 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ โดยการคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับ ควอไทล์ที่ 1 มีดังนี้ (ปราณี ทองคำ, 2529 : 33)

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน (Consensus)

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่มีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน

5.3 ค่าฐานนิยมและค่ามัธยฐานของแต่ละข้อความ นำมาหาค่าความแตกต่างระหว่างมัธยฐานกับฐานนิยมของแต่ละข้อความ เพื่อเป็นการสนับสนุนความสอดคล้องกันของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจว่าข้อความใดที่มีผลต่างระหว่างมัธยฐานกับฐานนิยมไม่เกิน 1.0 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในข้อความนั้นๆ

การพิจารณาความสอดคล้อง

ผู้วิจัยนำค่าพิสัยระหว่างควอไทล์และความแตกต่างระหว่างมัธยฐานและฐานนิยมมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของแนวโน้มของแต่ละข้อความ ข้อความใดมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.50 และค่าความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐานไม่เกิน 1.00 ข้อความนั้นมีความสอดคล้องกัน ในกรณีที่ข้อความใดมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์และค่าความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐานไม่เป็นไปตามเกณฑ์ดังกล่าว จะถือว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน ดังรายละเอียดตารางที่ 3.2 (จตุพงศ์ แก้วใส, 2540 : 50)

ภาพอนาคตที่เป็นไปได้ และเป็นไปไม่ได้ พิจารณาจากค่าคะแนนความถี่ที่คิดเป็นร้อยละ (Percentage) 85 ขึ้นไป

ตารางที่ 3.2 การพิจารณาความสอดคล้องของแนวโน้มในแต่ละข้อความของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ค่าสถิติกรณี	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์	ค่าความแตกต่างระหว่างมัธยฐานกับฐานนิยม	ความสอดคล้อง
1	ไม่เกิน 1.50	ไม่เกิน 1.00	สอดคล้อง
2	ไม่เกิน 1.50	เกิน 1.00	ไม่สอดคล้อง
3	เกิน 1.50	ไม่เกิน 1.00	ไม่สอดคล้อง
4	เกิน 1.50	เกิน 1.00	ไม่สอดคล้อง

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางเชิงนโยบายและมาตรการ การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์เพื่อพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน โดยมีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย ผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญจากภาคเอกชน นักวิชาการ โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำเป็นแบบสอบถามปลายปิด ตามเทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย (Delphi) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และใช้วิธีการ Snowball เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำคนถัดไป การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในครั้งนี้มีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน แบ่งออกเป็น 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเชิงนโยบายด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านนโยบายและมาตรการ 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญระดับสถานีโทรทัศน์ที่เคยมีการเผยแพร่ละครโทรทัศน์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านตัวแทนจัดจำหน่ายที่เป็นตัวกลางในการจัดซื้อ จำหน่าย รายการละครโทรทัศน์ระหว่างประเทศ 4) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ด้านนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาด โดยเป็นผู้ที่สอนหรือวิจัยเกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน โดยมีประเด็นหลักในการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เรียงลำดับตามประเด็นดังต่อไปนี้

1.1 นโยบายและมาตรการของภาครัฐ

นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย ตั้งแต่อดีต ละครโทรทัศน์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ดำเนินการโดยเอกชนมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี ในส่วนของนโยบายของภาครัฐส่วนใหญ่ จะเป็นกฎหมายส่งเสริมของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 ในความดูแลของกระทรวงวัฒนธรรม พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ในความดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสช.)

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1.1.1 ประเด็นด้านนโยบายและมาตรการ พบว่า เนื่องจากยังไม่มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมและไม่มีความชัดเจน หน่วยงานต่างๆ ยังขาดความเข้าใจที่ตรงกันและมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะต่างคนต่างทำ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดนโยบายและมาตรการในเชิงรุกโดยการจัดให้มีองค์กรอิสระที่รับผิดชอบโดยตรง เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) หรือศูนย์กลาง (Hub) ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือ CLMV โดยให้มีลักษณะของการสร้างพื้นที่ในการทำงานร่วมกัน (Co-production) ตลอดจนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการผสมผสานภูมิปัญญาไทยและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

1.1.2 ประเด็นด้านการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การบูรณการความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษาในการอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การแสวงหาแหล่งเงินทุนทั้งในและระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพ การส่งเสริมให้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิง

รุกในตลาดทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดให้มีการสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ภาครัฐทำตามหน้าที่ ประเด็นคือถ้ามีกฎหมายให้อำนาจหน้าที่ทำ ถ้าไม่มีไม่ทำ เราไม่มียุทธศาสตร์ ปัญหาของเราก็คือว่า อุตสาหกรรมนี้จริงๆ เป็นอุตสาหกรรมที่มูลค่าสูงสุดในบรรดาอุตสาหกรรมทั้งหมด 6 อุตสาหกรรม ที่ผมพูดถึงคือ ภาพยนตร์ แอนิเมชั่น เกม โทรทัศน์ ดนตรี เพลง จริงๆ แล้วโทรทัศน์เราสูงที่สุด ในมูลค่าอุตสาหกรรมประมาณแสนกว่าล้านต่อปี แต่ปรากฏว่าอุตสาหกรรมนี้เติบโตด้วยภาคธุรกิจเอกชน เดินเองไปเอง พูดง่ายๆ ภาครัฐเมื่อก่อนเป็นการกำกับ ปัจจุบันก็ยังกำกับภายใต้ กสทช แต่เรื่องการส่งเสริมไม่มีกฎหมายส่งเสริมโดยตรง กฎหมายส่งเสริมโดยตรงมันมีแค่ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปี 51 พรบ. นี้มี 2 ส่วนนะ กำกับส่วนหนึ่ง กับส่งเสริมส่วนหนึ่ง แต่ว่าภาพยนตร์มันก็ครอบคลุมถึง ถ้าตามนิยามนะครับ เป็นหนังโรง หนังแผ่น แล้วก็แอนิเมชั่น มันคือสามความหมายนี้” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“รัฐรู้หรือไม่ไม่รู้ แต่ว่าผมเคยคุยกับรัฐด้วยเยอะ คุยจบก็แบบนี้ครับ คุยเสร็จก็จบกันไป เขาฟังเขาก็รู้ปัญหาหมดเลย แต่ไม่มีใครทำ รัฐบาลต้องมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจน ให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“เรื่องนี้ที่ผ่านมาไม่ได้รับความสนใจนักจากทั้งภาครัฐและเอกชน จนกระทั่งละครดัง เป็นกระแสไปทั่วประเทศ หลายภาคส่วนจึงหันมาเล็งเห็นความสำคัญมากยิ่งขึ้น จริงๆ รัฐควรส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจแล้วไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านได้ ซึ่งจะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“สำหรับเมืองไทยมันเป็นเรื่องต่างคนต่างทำมากกว่าครับ เพราะว่ามันไม่มีการสนับสนุนจากภาครัฐ อันนี้หมายถึงธุรกิจบันเทิงนะครับ ธุรกิจที่เทียบเคียงกันแล้ว อย่างเรื่องเพลง เรื่องนักร้อง เรื่องละครซีรีส์อะไรอย่างนี้ครับ ภาครัฐไม่มาสนับสนุนเรื่องนี้อย่างจริงจังอยู่แล้ว

รัฐบาลยังไม่ค่อยเสนอแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย" (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31สิงหาคม 2560)

"จริงๆ ตัวนี้ผมไม่ค่อยรู้ว่ารัฐบาลมีประเด็นนโยบายอะไร เท่าที่ดู ผมไม่ค่อยเห็นรัฐบาล support มากทั้งเรื่องละครและหนัง ที่บริษัทเองก็เข้าไปทำตลาดในประเทศกลุ่ม CLMV อย่างเขมร อะไรแบบนี้ เราก็ค่อยๆ เอาละครของเราเข้าไปฉาย ไปทำให้เขารู้จักละครไทยให้มากขึ้น" (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

"อันดับแรกเลยคือ คนของประเทศเราเขาทำเป็นระดับนโยบายเลยหรือเปล่า บางที่ที่เรามีปัญหาเนี่ย บางทีเราไปปิดถนนก็มีปัญหาการกีดขวางการทำงาน คนในประเทศเราบางทียังไม่ค่อยยอมรับ บุคลากรเรายังไม่ค่อยให้ความร่วมมือ เหมือนว่าต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างคิด อย่างละครมันลำบาก เพราะทุนน้อย อยากให้มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง" (ทองสิทธิ์ โสดาโคตร, สัมภาษณ์ 21 มีนาคม 2561)

1.2 การดำเนินนโยบายของภาครัฐ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐต่อละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1.2.1 การดำเนินการนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับปรุงข้อความในยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 – 2564) ในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่ส่วนใหญ่ยังเน้นไปในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางให้กับกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการหลัก ให้สามารถกำหนดทิศทางในการส่งเสริมได้อย่างจริงจัง

1.2.2 สาระสำคัญของการปรับข้อความในยุทธศาสตร์ คือ การใช้คำว่า content เพื่อให้ครอบคลุมถึงละครโทรทัศน์ด้วย ซึ่งจะทำให้ละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและสามารถผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีรัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลไทย

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เราเลี่ยงครับเพื่อส่งเสริมได้จริง เราใช้คำว่า Digital Content กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ให้ครอบคลุม Content เพื่อให้มันครอบคลุมภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์อะไรเข้ามาในนี้ เพราะถ้าใช้คำว่า ภาพยนตร์ตามนิยามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีการกล่าวถึงหรือมีการระบุถึงยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 – 2564) มันไม่ครอบคลุม เราจะทำไม่ได้ บอร์ดก็เลยใช้วิธีแก้ไขว่า ให้ใช้คำว่า content แทน เพื่อให้มันครอบคลุมถึงละครโทรทัศน์อะไรได้ด้วย เราจะได้สนับสนุนได้ด้วย มันเลยทำให้มียุทธศาสตร์ตัวนี้ขึ้นมา ซึ่งยุทธศาสตร์ระยะที่สามเรามองว่า มันคืออุตสาหกรรมแห่งอนาคต ที่มันสร้างเงินได้เยอะ แล้วก็มันสร้างชื่อเสียงสร้างอะไรได้เยอะแยะ วิธีการก็คือเขียนยุทธศาสตร์ให้ครอบคลุมงานที่เป็นงานโทรทัศน์เข้ามาในนี้ด้วย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมอุตสาหกรรมตามยุทธศาสตร์ อันนี้คือที่มา” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“บทบาทของรัฐเนี่ย โดยทั่วไป ในหน้าที่ของรัฐบาลไม่ว่าจะสาขาใด ถ้าเกิดมันติดขัดเราจะไปส่งเสริมสนับสนุน แต่ถ้าสิ่งใดมันไปได้ เราก็จะปล่อยไปตามกลไกของตลาดหรือของสังคม รัฐบาลเองก็จะต้องมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ แต่ติดอยู่ที่ว่าถ้าทำเกินภาระหน้าที่อาจจะผิดกฎหมายได้ เพราะไม่มีอำนาจให้ทำ” (ประสิทธิ์ อทินวงศ์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ปัจจุบันที่รัฐบาลทำ เน้นการกำกับ การส่งเสริมทั้งเรื่องเนื้อหาและเศรษฐกิจ เนื้อหาในที่นี้คือ การส่งเสริมวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ประเทศ ทำได้หมด ซึ่งภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน เป็นผู้สนับสนุน กระตุ้น ต้องทำในลักษณะการร่วมมือ บูรณาการไม่ให้ซ้ำซ้อน และต้องมีกฎหมายรองรับ ไม่อย่างนั้นเราทำไม่ได้” (ประสิทธิ์ อทินวงศ์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

1.3 ปัญหาการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ ดังนี้

1.3.1 งบประมาณในการสนับสนุนมีจำนวนไม่เพียงพอและมุ่งเน้นสนับสนุนสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถให้การสนับสนุนสื่อโทรทัศน์ได้คล่องตัว

1.3.2 งบประมาณของกองทุนสนับสนุนกระจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงานของภาครัฐ บางหน่วยงานมีภารกิจซ้ำซ้อน ทำให้การใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปอย่างมีเอกภาพ

มีโอกาสในการถูกเกลี่ยงบประมาณหรือโยกย้ายงบประมาณไปอยู่ในส่วนอื่นๆ จึงไม่เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน นอกจากนั้นงบประมาณในการสนับสนุนมีไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นการจัดสรรงบประมาณในระบบราชการ หากงบประมาณในปีใดใช้ไม่หมดหรือใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพตามจำนวนเงิน จะมีผลต่อการของบประมาณในปีถัดไป

1.3.3 มีการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยให้ผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการเขียนโครงการวิจัย ทำให้ไม่สามารถของบประมาณมาทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาได้

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“กองทุนของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีเงินอยู่สองสามร้อยกว่าล้านบาท แต่ว่ามีข้อกำหนดเหมือนกัน ว่าจะทำยังไงให้ดอกผลมันเพิ่ม มันใช้ตัวต้นเงินไม่ได้ ต้องใช้เป็นดอกเบี้ยและผลประโยชน์ แค่ใช้จ่ายเงินเดือนศิลปินแห่งชาติก็แทบจะไม่พออยู่แล้ว ไม่ต้องไปพูดถึงการทำอย่างอื่น แต่ว่าถ้าที่ สศร. เนี่ย มันยังมีทุนไว้ทำวิจัย เพื่อที่จะทำคอนเทนต์ตัวนี้เพิ่มเติมได้ เสร็จแล้วมันยังมีงบอีกส่วนอยู่ที่สำนักงานปลัด ซึ่งเป็นงบกลาง ก็แล้วแต่ท่านปลัดจะใช้นะครับ ปีหนึ่งมี 80-90 ล้านเหมือนกัน ซึ่งตรงนั้นถ้าถามว่าจะมาส่งเสริมกันจริงๆ ก็ทำได้ แต่ปลัดบางท่านก็ไม่อยากเหนื่อย พอถึงหมดปีงบประมาณ หน่วยงานไหนเงินไม่พอ ก็เอางบตัวนี้ไปเกลี่ยให้กับกรมต่างๆ นี่คือวิธีการบริหารงบประมาณต่างๆ ในกระทรวง” (สุรศักดิ์ สรรพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ก็มี แต่ไม่เยอะ มีอยู่ปีหนึ่ง ได้เงินมาสองร้อยล้าน ผมสนับสนุนภาพยนตร์ไปสองร้อยล้าน ตอนนั้นเป็นทุนไทยเข้มแข็ง ทำไมรัฐบาลให้ขนาดนี้ แต่มันไม่ต่อเนื่อง มันเป็นงบกระตุ้นให้มันเกิด แต่พอเกิดปุ๊ป วงการหนังมันก็เปลี่ยนไป ตอนนี้ก็มีเล็กๆ น้อยๆ ตอนนี้ที่ได้ก็มี ททท. แต่ทุนเรามีให้ทุกปีนะครับ ทีนี้ที่ไม่มีคนได้อาจจะเป็นเพราะการเขียน Proposal เพราะเราจำเป็นต้องเอาเข้าคณะกรรมการ ในส่วนของกระทรวงวัฒนธรรม จะมีกลุ่มเลขานุการภาพยนตร์ ที่สนับสนุน” (ประสิทธิ์ อทินวงศ์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ตอนนี้เรามีกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ใช่ไหมครับ ผมก็ไปช่วยงานเขาอยู่ แต่กองทุนสื่อขอบเขตครอบจักรวาลมาก มีทุกอย่าง การวิจัย แต่การผลิตละครเรื่องหนึ่งก็แพงใช่ไหมครับ จะให้ทุนครั้งละ 10 ล้าน คงไม่ได้ อย่าคิดว่าตัวกองทุนสื่อนี้จะคล่องตัว

เพราะมีข้อจำกัดเยอะมากในความเป็นราชการ รวมถึงมีงบผูกติดอยู่กับส่วนอื่นๆ ค่อนข้างมาก” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

1.4 ผลประโยชน์ทางธุรกิจ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดังนี้

1.4.1 ภาครัฐและภาคเอกชนมีทัศนคติในเชิงผลประโยชน์ต่างกัน โดยภาครัฐมองว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงทำให้ภาคเอกชนได้ผลกำไร รวมไปถึงผลการประกอบการบางส่วนนั้นเอกชนไม่เปิดเผยข้อมูลอย่างแท้จริง เพราะกังวลเรื่องของการเสียภาษี และไม่ต้องการเปิดเผยรายได้ทางธุรกิจให้คู่แข่งขันเดียวกันได้รู้ ทำให้ไม่สามารถวัดประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายได้ ถือเป็นปัญหาของการขับเคลื่อนนโยบายอีกประการหนึ่ง ส่วนภาคเอกชนมีมุมมองว่ารัฐบาลมีปัญหาในเรื่องของการสนับสนุนเงินลงทุนเนื่องจาก อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย เป็นเรื่องทางธุรกิจที่ภาคเอกชนทำกำไรในการประกอบธุรกิจได้มากโดยไม่จำเป็นที่รัฐจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง

1.4.2 ภาครัฐควรมีวิธีการส่งเสริมการส่งออกโดยใช้กลไกทางการตลาดรวมไปถึงการขายลิขสิทธิ์การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผมเชื่อว่า ภาครัฐคิดเสมอมาว่าอุตสาหกรรมบันเทิงคืออุตสาหกรรมที่เป็นเรื่องของภาคเอกชน ที่ทำผลกำไรให้กับเอกชนเอง ไม่ได้มองว่าถ้าสนับสนุนอย่างถูกต้องหรือถูกทางหรือสร้างสรรค์พอเนี่ย มันจะนำออกไปแล้วสามารถที่จะสร้าง แบรนด์ประเทศ แล้วก็ส่งออกวัฒนธรรมเราได้ ผมเชื่อว่าภาครัฐยังไม่ได้คิดถึงขนาดนั้น ถ้าเป็นแกรมมี่ทำเพลงมาเขาก็กำไรของเขา เมื่อก่อนเขารังเกียจจะตายครับ พวกนักร้อง เป็นของรกๆ ถ้าอยู่ในทีวีก็ไม่ได้อยู่ในที่ดีๆ หรอก เพราะเขามองว่ามันเป็นอะไรที่มอมเมาเยาวชนหรือเปล่า” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“เรื่องลิขสิทธิ์ หรือระบบทรัพย์สินทางปัญญายังไม่ค่อยดี จริงๆ ในตอนแรกรัฐควรเอาไปฉายแบบฟรีๆ เลย เอาละครเราไปฉาย เพื่อให้เขาติด แล้วเราจะได้ขายลิขสิทธิ์ได้ต่อ มันเป็นเรื่องการทำตลาด และต้องมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์

ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม" (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

"ใช่ ซึ่งมันเป็นผลประโยชน์ทับซ้อน ที่บอกไม่ได้ แล้วมันไม่ต้องเสียภาษี เพราะมันไปขายต่างประเทศ เรียกว่าหลบภาษี เขาก็ไม่อยากเปิดเผย เพราะเดี๋ยวคนรู้ว่าเขาขายละครไปต่างประเทศแล้วจะไปแจ้ง เขาไม่รู้ว่าวิธีการทำมันมี" (สุรศักดิ์ สรรพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

1.5 ความคล่องตัวในการบริหารงาน

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องความคล่องตัวในการบริหารงานของภาครัฐ คือ การจัดตั้งหน่วยงานใหม่เป็นรูปแบบองค์การมหาชน มีพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership : PPP) ให้มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพและมีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

"มองว่าหน่วยงานนี้ควรจะเป็นหน่วยงานที่มีความคล่องตัว ซึ่งบอร์ดเองก็ให้ไปศึกษาวิจัยว่า เป็นไปได้ไหมที่จะตั้งเป็นรูปแบบองค์การมหาชน ต้องมีพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อันนี้เราได้งานวิจัยมาแล้ว เราให้หน่วยงานภายนอกที่เป็นกลางวิจัย เขาก็เสนอมาว่า ควรจะเป็นองค์การมหาชน เราเสนอบอร์ดไปแล้ว แต่พอเสนอบอร์ดมาเสร็จเกิดอะไรขึ้น พรบ. จัดจ้างปี 60 ให้องค์การมหาชนใช้ระเบียบเดียวกับภาคราชการ อันนี้คือสิ่งที่เจอทุกกระทรวง บ่นเหมือนกันหมดเลย" (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

"เขาก็มีแนวคิดในการที่จะตั้งเป็นองค์การมหาชน คือก็หยิบหลายๆ หน่วยนี่แหละมารวมกัน ตอนนี้ถึงขั้นต้องมีบอร์ดภาพยนตร์แห่งชาติ ผมเป็นคณะอนุกรรมการ ซึ่งเราก็ต้องนำเสนอไป ตอนนี้ยังไม่ผ่านบอร์ด เขาอ้างว่าสถานะเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันยังไม่พร้อม เพราะมันใช้เงินเยอะ แต่มองว่ามันต้องเป็น SDU ร่วมกับระหว่างรัฐบาลกับเอกชน แล้วก็ต้องกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี

ดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579" (ประสิทธิ์ อทินวงศ์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

"แนวคิดเรื่องการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า "PPP" ก็น่าสนใจและอาจจะเกิดขึ้นได้" (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เรียงลำดับตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค์/การผลิตละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย มีขั้นตอนกระบวนการดังต่อไปนี้

2.1.1 การกำหนดประเภทเรื่อง (Genre) ของละครโทรทัศน์ไทย

1) ละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่เป็นละครประเภทเรื่องยาว ละครชุดหรือซีรีส์ มีจุดเริ่มต้น 2 ลักษณะคือการนำบทประพันธ์นวนิยายที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลง เพื่อนำมาใช้สร้างเป็นละครโทรทัศน์ หรือโดยการประพันธ์ขึ้นมาใหม่ แล้วนำมาสร้างเป็นบทละครโทรทัศน์ โดยนักเขียนรุ่นใหม่ซึ่งเนื้อเรื่องในรูปแบบนี้มักจะเป็นเรื่องราวที่สร้างขึ้นมาตามความต้องการของตลาดหรือความสนใจของผู้ชม มีข้อดีคือทำให้ผู้ชมติดตามชมละคร เพราะไม่สามารถอ่านนิยายหรือรู้เรื่องล่วงหน้าได้

2) แนวเรื่อง ส่วนใหญ่นิยมเน้นเรื่องราวที่ไม่เครียด แนวรักโรแมนติกตลกขบขัน แนวดราม่าหรือละครชีวิต ละครย้อนยุค ละครแนวผี เรื่องลี้ลับ หรือละครเขย่าขวัญ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ตลาดของทางสถานี

3) กำหนดจากกลุ่มเป้าหมาย โดยละครโทรทัศน์ไทยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใน 2 ลักษณะ คือ กลุ่มเป้าหมายเดิมที่ชื่นชอบบทประพันธ์นวนิยายไทยที่เคยเป็นที่นิยมและถูกสร้างมาแล้ว จึงมักจะนำมาสร้างซ้ำที่เรียกว่าละครรีเมค (remake) ซึ่งอาจได้รับความนิยมหรือไม่ก็ได้ ส่วนกลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ มักจะเป็นละครวัยรุ่นหรือเรียกว่า ละครซีรีส์ โดยมีการหยิบยกนวนิยายสมัยใหม่หรือการสร้างบทประพันธ์ขึ้นใหม่ที่มีเนื้อหาตรงความต้องการ

เฉพาะกลุ่ม เช่น ละครวายหรือละครชายรักชาย ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นหญิงสาววัยรุ่นซึ่งมีทั้งผู้ชมที่ติดตามในประเทศและต่างประเทศ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ไม่มีอะไรที่เหมาะสมตายตัว ละครเรื่องใดที่มี “หน้าละคร” ที่ดูดี ดูน่าสนใจแค่ไหน เหมือนมองปั๊ปสนใจปุ๊ปอะไรทำนองนี้ ไม่ได้จำกัดแนวใดแนวหนึ่ง คือ มีทุกแนว แต่จากที่ผ่านมา แนวที่ได้รับความสนใจ มักจะเป็นแนวดราม่า สะท้อนเรื่องราวชีวิต สะท้อนบุคลิกเฉพาะตัวของไทย โดยมีแนวสะท้อนชีวิตร่วมสมัยสบายๆ เป็นแนวสอดแทรก” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“โซตัสมันมาจากนิยาย มันเป็นนิยายเฉพาะกลุ่มอยู่แล้ว มันเป็นนิยายสำหรับสาววาย ก็คือเป็นนิยายชายรักชาย ตัวนิยายมันติดอันดับ เป็นที่ชื่นชอบอยู่แล้ว เขาก็เลยหยิบมาทำ มันจึงไม่เหมือนกับการคิดซีรีส์เรื่องอื่นๆ ที่คิดซีรีส์เพื่อขายซีรีส์ นิยายมันดัง เขาก็เลยเอามาทำซีรีส์ดีกว่า” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“กลยุทธ์ตอนนี้ ถ้าเป็นละครคือ ทำยังไงให้คนดูตามดูให้ได้ทุกตอน เดาทางไม่ค่อยออก ส่วนใหญ่ละครไทยจะสร้างมาจากนิยาย ทุกคนจะเคยเห็นจากนิยายมาแล้ว มันจะบิดไม่ค่อยได้เยอะ แล้วซึ่งเป็นพล็อตใหม่ๆ มันก็หนีไม่พ้น โครงสร้างเรื่องเดิมๆ ของนิยายไทย ข้อดีคือถ้าเกิดทำแล้วดีกว่าเดิม มันดี ทำแล้วถึงก็โดนวิจารณ์ ตั้งแต่เริ่มสร้างแล้ว มันก็จะเป็นข่าวอยู่สักพัก ข้อดีของการเป็นข่าวคือ คนจะสนใจว่า ถ้าเอามารีเมคแล้วมันจะดีกว่าเก่าหรือไม่ ถ้าทำมาแล้วดีรับโล่ไปเลย ถ้าทำไม่ดี ก็ไม่มีอะไร มันก็จบ เอามาทำแล้วถูกยุคไหม หรือว่าเอามาตีความใหม่ไม่เป็นนวนิยาย ก็เป็นพล็อตใหม่ (วรรณภรณ์ ศุภสกุลดำรงค์ , สัมภาษณ์ 26 กุมภาพันธ์ 2561)

“สิ่งที่เราสร้าง หรือนำเสนอไปในตัวละครเนี่ย ผู้ผลิตเขานึกถึงแต่กลุ่มเป้าหมายในประเทศเท่านั้น ยังเป็น Domestic อยู่ การที่เอาละครไปส่งออกได้ เหมือนกับมันเป็นผลพลอยได้ หรือมันเป็นสิ่งที่เอาไปสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้อีก ผู้ประกอบการเขายังไม่ได้มองไปที่ตลาดต่างประเทศ เพื่อจะมาผลิตเป็นละคร เขายังมองถึงตัวผู้ชมในประเทศเป็นหลักอยู่ แล้วพอทำ Product ตัวนั้นเสร็จปุ๊ป ถึงจะเอาพัฒนาไปขยายต่อ แล้วถ้าสมมติมันไปคลิกกับตลาดมันก็ถึงจะไปได้ เท่านั้นเอง” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

2.1.2 การกำหนดเรื่องราว (Story) ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการกำหนดเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

1) ละครโทรทัศน์เริ่มต้นจากผู้จัดละครโทรทัศน์จะมีการนำเสนอคัดเลือกเรื่องราว เนื้อหา เสนอกับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์เป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงเส้นเรื่องของละคร ว่ามีความน่าสนใจอย่างไร มีความแปลกใหม่มากน้อยเพียงใด ทั้งในส่วนของการนำนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ที่เคยถูกสร้างแล้วมาสร้างใหม่ หรือที่เรียกกันว่า ละครรีเมค และละครโทรทัศน์ที่มีการนำนวนิยายสมัยใหม่ มาดัดแปลงเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์ นอกจากนี้ การวางทีมงาน ผู้กำกับ นักแสดงนำ นักแสดงร่วม ส่วนใหญ่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่เป็นผู้ดูแลควบคุมการผลิต

การกำหนดเรื่องราว (Story) โดยส่วนมากนวนิยายที่นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ที่มีความแปลกใหม่ เรื่องราวที่เข้มข้น ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวความขัดแย้งในเรื่องความรัก เพราะเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับตัวเอง หรือผู้ชมสามารถเพ้อฝัน ทดแทนตัวเองเป็นนางเอกของเรื่อง เพราะโดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์จะเป็นกลุ่มผู้หญิง เนื้อเรื่องถูกจริตของผู้ชม และเป็นเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมในรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยของคนไทย แต่เรื่องราวของละครไทยจะไม่มีความสลับซับซ้อนในเนื้อเรื่องมากนัก ซึ่งจะแตกต่างกับวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น ละครโทรทัศน์ที่เรียกว่า ซีรีส์ฝรั่ง เป็นต้น

2) การกำหนดเรื่องจากกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ การกำหนดเรื่องราวจะเปลี่ยนไปตามกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ชมในเมืองแนวเรื่องส่วนใหญ่จะเป็นสากลมากขึ้น เนื้อหาจะทันสมัย เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ชมดูแล้วจะได้ความคิด การตีความ ดูแล้วคิดต่อติดตามต่อเนื่อง และจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ในขณะรับชมละคร ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนต่างจังหวัด เนื้อหาจะต้องดูแล้วเข้าใจง่าย สะท้อนความเป็นไทย มีความเรียบง่าย

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าควรมีการจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่สะท้อนความเป็นไทย เพื่อตอบสนองในส่วนของนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนและมีเรื่องราวใหม่ๆ มากขึ้น

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เดิมมันเคยมีความเห็นว่า หนังละครหรืออะไรก็ตาม ต้องใส่วัฒนธรรมเข้าไป การใส่วัฒนธรรมถ้าคุยกับภาคธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้บริโภค ครีเอทีฟ เขาบอกว่าต้องใส่อย่างเนียน ให้คนเขาไม่รู้สึกว่าถูกใส่ เขาจะรู้สึกบริโภคแล้วเป็นปกติ ซึ่งตรงนี้กระทรวงเข้าใจ กระทรวงก็บอกว่าคุณจะ Tie in อะไรเข้าไปก็ตาม เขาดูแล้วต้องมีความรู้สึก จริงๆ แล้วผู้บริโภคอาหารไทยไม่จำเป็นต้องบอกว่าอาหารไทยมันดี เหมือนปัจจุบันที่กินมะม่วงน้ำปลาหวาน การะเกดผลิตน้ำปลาหวาน มะม่วงขึ้นมา คล้ายๆ แดจังกึม อะไรแบบนั้น คือกระทรวงรับได้กับเรื่องพวกนี้” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“คำนึงถึงว่าเรื่องนี้ มีเส้นเรื่องที่น่าสนใจแค่ไหน เป็นพล๊อต หรือมาจากนวนิยาย มีความแปลกใหม่ไหม เข้มข้นมีอะไรน่าสนใจแค่ไหน จะถูกจริตคนดูแค่ไหน ผู้เขียนบทเป็นใคร รวมไปถึงทีมผลิตและผู้กำกับ เมื่อเรื่องผ่านการพิจารณา ต่อจากนั้นจึงจะมาวางใครเป็นนักแสดงนำชายหญิง นักแสดงร่วม สำหรับช่องเราไม่ว่าจะเป็นละครก่อนข่าวหรือหลังข่าว เราวางนโยบายเดียวกันหมด คือคุณภาพของการผลิตต้องมีคุณภาพ ไม่ได้แบ่งว่าเป็นคุณภาพละครเย็นหรือละครหลังข่าวส่วนจะเป็นเรื่องเดิมๆ เอามารีเมคทำใหม่ หรือคิดพล๊อตเรื่องใหม่ ก็เหมือนกัน ส่วนเรื่องที่สร้างสรรค์ ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทย ทั้งดั้งเดิมหรือร่วมสมัย ที่ผ่านมาก็ใช้หลักการแบบเดียวกัน” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“เนื้อเรื่องที่ดี ที่สามารถทำให้คนดู พอดูเสร็จแล้ว มันไม่ใช่ได้คำตอบแล้วจบ คนดูต้องเกิดคำถาม ทำไมเป็นอย่างนี้ ต้องคิดต่อ เป็นเนื้อเรื่องที่ดีที่ทำให้เขาสนใจที่จะติดตามมันต่อ ว่าอะไรมันเป็นอะไร ตรงนี้สำคัญ เพราะฉะนั้น มันก็ต้องสร้างเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นไทยแล้วก็คือ ประเทศไทยมีข้อดีเยอะนะ แล้วก็มีข้อเสียเยอะ เราค้นหามันดีหรือยัง ที่เราจะสะท้อนสิ่งที่มันเป็นไทยที่มันเป็นข้อดีและมีลักษณะร่วมสมัย จริงๆ เราน่าจะจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“คือเราต้องผลิตนักคิด หรือนักเขียนบท เท่าที่เห็นไม่ค่อยมี โครงการอบรมนักเขียนคือมันเป็นศาสตร์เฉพาะ คือยอมรับว่าเราไม่มีจำนวนคนที่เป็นนักเขียนเยอะขนาดนั้น การเรียนการสอนก็เป็นระดับ advance ในแง่ของการเขียนมันก็อาจจะเป็นสูตรเดิมๆ มันก็จะวนไปวนมา theme

เดิม แต่เรื่องที่เป็นลงรายละเอียดมันไม่มี คือเรื่องแบบนี้ทำคนเดียวอาจจะไม่ไหว การเขียนเรื่องหนึ่งอาจจะต้องมีทีม ทำไมเราไม่มีละครที่เกี่ยวกับอาชีพ เหมือนเกาหลี หรือญี่ปุ่น หรืออเมริกา อังกฤษ เป็นหมอก็ยังจริงจัง ทหาร เราก็จะเป็นแอ๊คชั่นอย่างเดียว Theme หลักมันยังสูตรเดิมๆ ” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

2.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ขมละครโทรทัศน์ ดังนี้

2.2.1 กลุ่มผู้ชมในประเทศไทย

กลุ่มผู้ชมในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มหลักใหญ่ๆ คือ การแบ่งตามพื้นที่ และการแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบรายการและการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

1) การแบ่งกลุ่มผู้ชมตามพื้นที่ ประกอบด้วย กลุ่มคนในเมืองหลวง และกลุ่มคนต่างจังหวัด โดยพิจารณาจากกลุ่มคนที่มีเพศ อายุ การศึกษา รสนิยม ที่แตกต่างกัน ซึ่งคนในกลุ่มเมืองหลวงจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูง มีโอกาสในการได้รับชมละครโทรทัศน์ที่หลากหลายจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการเปรียบเทียบละครโทรทัศน์ของไทยว่าเป็นละครที่มีเนื้อหาซ้ำซาก หรือเรียกว่า ละครน้ำเน่า ทำให้ผู้ชมละครโทรทัศน์กลุ่มนี้ต้องการรับชมละครที่มีรสชาติแตกต่างจากเดิมออกไป ผู้ชมกลุ่มนี้ชื่นชอบการดูละครที่ให้ความคิด มีการตีความ มีสัญลักษณ์ซ่อนอยู่ ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ชมต่างจังหวัด จะเป็นคนที่รายได้น้อยกว่าหรือไม่ค่อยชื่นชอบละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ โดยส่วนมากกลุ่มคนกลุ่มนี้จะรับชมละครโทรทัศน์จากสถานีดั้งเดิม เช่น ช่อง 7HD ที่เน้นกลุ่มผู้ชมหลากหลายวัย หลากหลายรสนิยม ที่เรียกว่ากลุ่มแมส (Mass) มีลักษณะกว้างมากกว่า เนื้อหามีระดับกว้างกว่า สะท้อนถึชีวิตของคนในต่างจังหวัด ดูง่าย สนุกสนาน ไม่ต้องตีความ เนื้อหาไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป

2) การแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มคนชนชั้นกลาง วัยรุ่นทั้งในเมืองและต่างจังหวัด โดยเฉพาะในกลุ่มเมืองจะรับชมสถานีโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น ช่อง GMM25 ที่เน้นเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche market) กลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ประเภท “ซีรีส์” ที่มีเนื้อหาสะท้อนวิถีชีวิตคนเมือง ตัวละครรูปแบบการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกับผู้ชม นิยมการรับชมละครที่ต้องมีการตีความในเนื้อหาที่ซับซ้อน การซ่อนสัญลักษณ์ต่างๆ ให้ผู้ชมค้นหาค้นคว้า หรือได้เรียนรู้ความคิดจากเนื้อหาของละคร

ดังนั้น เจ้าของสถานีโทรทัศน์หรือเจ้าของเงินทุนต้องเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง ของละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาดให้มากยิ่งขึ้น

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“จีเอ็มเอ็มทีวีมีความชัดเจนอยู่อย่างหนึ่งก็คือ เรามีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน กลุ่มเป้าหมายที่เราเจาะเป็น target หลักก็คือ กลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ เพราะฉะนั้นละครหรือซีรีส์ที่เราทำออกมา มันก็จะทำเพื่อกลุ่มเป้าหมายนี้นะครับ อันนี้ตอบชัดมาก มันกว้างนิดหนึ่งแต่ชัดเจน ก็คือเรื่องที่เลือกมา ตัวละครหรือนักแสดงที่เลือกมาเล่น ทำเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายนี้” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“เจ้าของสถานีโทรทัศน์หรือเจ้าของเงินทุนต้องเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง ของละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาดให้มากยิ่งขึ้น เพราะทุกวันนี้กลุ่มเป้าหมายมีความเฉพาะมากขึ้น คนในเมืองหลวงเอง ผู้ใหญ่อายุ 60-70 บางทีก็เบื่อกับละครที่ทำซ้ำๆ บ่อยๆ” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ช่อง 7 อาจจะมองแมส หรือรากหญ้า เพราะฉะนั้นโปรดักชั่นไม่ต้องดีมาก ถ้าศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้ชม แต่ของเรามันเป็นพวก middle class แม่บ้านเราก็มีหลายระดับนะ ระดับล่างก็มี เราแบ่งที่รสนิยม บางทีเราไม่ได้แบ่งที่รายได้ ไม่ได้แบ่งว่าเขาเป็นต่างจังหวัดหรือกรุงเทพของเราบางอย่างเขาดูไม่ได้ แต่บางคน รวยนะ การศึกษาสูงด้วย แต่ไม่ดูของเรานะ พี่สาวพี่หกสิบกว่าคนหนึ่งชอบบุพเพสันนิวาสมาก อีกสองคนไม่ดูเลย ไม่ชอบด้วย อีกคนหนึ่งดู ช่อง7 ตอนนี้คนแก่ดูช่องวัน เพราะเป็นลูกทุ่ง ที่จบมหาวิทยาลัยบางทีดูช่อง7 นะ ไม่เกี่ยวอีกเหมือนกัน มันเป็นรสนิยม” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“แต่ลองสังเกตดูนะครับว่าคนในเมืองกรุงเทพ ตอนนี้ที่บางกลุ่ม พูดออกมาแอนตี้เหมือนว่า ทำไมละครไทยมีแต่น้ำเน่า มีแต่อะไรแย่ๆ เนี่ย จริงๆ ในต่างจังหวัดก็ยังขายได้ แต่คนกรุงเทพเองเนี่ย ที่เขาพัฒนาไปแล้ว เดี๋ยวนี้อินเทอร์เน็ตมันเร็วไง เขาก็มีทางเลือกมากขึ้น บางทีคนต่างจังหวัดเขาก็อยากดูอะไรแปลกๆ ใหม่ๆ เหมือนกัน มันเป็นรสนิยมที่แตกต่างของคนในแต่ละพื้นที่” (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

2.2.2 กลุ่มผู้ชมต่างประเทศ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องกลุ่มผู้ชมต่างประเทศ ดังนี้

1) ภาครัฐอาจจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายในการส่งออกละครโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านใน CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม รวมไปถึงประเทศจีน โดยมีการกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ ทั้งในด้านวัฒนธรรม ศาสนา ค่านิยม เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไทย โดยผ่านหน่วยงานที่รัฐบาลกำหนดภาระหน้าที่ให้เป็นผู้ดำเนินการ

2) ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมวัฒนธรรมไทย หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3) ภาครัฐควรมีงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง

4) การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่มีแนวโน้มการรับชมผ่านเทคโนโลยี เช่น รับชมผ่านอินเทอร์เน็ต มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีละครซีรีส์ที่ผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เราอาจจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม รวมไปถึง มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่ายหรือใครที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“อย่างตอนนี้ที่มี อย่างตลาดจีนเข้ามาอะไรอย่างเนี้ย คนจีนเขาเองค่อนข้างรับศิลปะและก็รับสินค้าของไทยอยู่แล้ว อย่างซีรีส์อะไรอย่างเนี้ย คนจีนเขาก็ดูซีรีส์ไทยอยู่เรื่อยๆ อยู่แล้ว คราวนี้ก็เลยถ้าย้อนถามว่า ถ้าเราจะเจาะกลุ่มตลาดจีนให้มากขึ้นมันเจาะยังไง ผมก็ยังไม่มีคำจำกัดความนะ มันก็เหมือนกับว่าทำไมเราถึงดูซีรีส์เกาหลี ทำไมซีรีส์เกาหลีถึงเจาะเราได้ เพราะคุณภาพ

มันได้ บทมันดี นักแสดงเขาเล่นดี คือเป็นเรื่องของ quality คือถ้า quality มันสูงพอที่สากลเขายอมรับ เขาก็พร้อมที่จะเอาของเราไปฉายอยู่แล้ว” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ตอนนี้เขาเริ่มฮิตอินเทอร์เน็ตทีวีเหมือนเราครับ คือเริ่มมีการดูผ่านเว็บ เขามีเว็บซีรีส์มากขึ้นและเริ่มมีอิทธิพลมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นการเติบโตของคนรุ่นใหม่และการเติบโตของเทคโนโลยีเหมือนบ้านเราครับ อย่างบ้านเราตอนนี้เริ่มมีซีรีส์ ละคร ที่ทำเพื่อออนไลน์อย่างเดียวโดยเฉพาะมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างเรื่องคุณแม่วัยใส เป็นการ Co-Production ระหว่างเรากับ Line TV แล้วก็ออกอากาศเฉพาะในไลน์ทีวี ออนไลน์เฉพาะใน Line TV เท่านั้น ออนไลน์อย่างเดียว ซึ่งของจีนเขานำหน้าไปแล้ว เขามีแบบนี้เยอะมาก ของเราเพิ่งจะเริ่มต้น” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“รัฐบาลน่าจะสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมวัฒนธรรมไทย หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อย่างตอนนี้จีน เราก็บุกตลาดเขาได้พอสมควร ถามว่าการที่เราบุกตลาดเขาได้เพราะอะไร ถ้าเราจะเอาละครของเราเป็นอุตสาหกรรมเพื่อไปขาย ต้องมีปัจจัยอะไรมาเกี่ยวข้อง” (ชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“จริงๆ น่าจะมีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง” (ธวัชชัย จิตรภาษ์นันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“ผมคิดว่าเพื่อนบ้านเรา เราต้องดูตลาดก่อน ว่าเราจะไปที่ตลาดไหน แล้วเราก็ไปตลาดที่เราสามารถเจาะแล้วก็เข้าถึงได้ แน่นอนนั่นคือ ตลาดเอเชีย แล้วเราก็ไปดูว่าเอเชียภูมิภาคไหน เอเชียเหนือ เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แล้วเราก็ทำการเจาะจริต เจาะความชอบของเขา แล้วก็ส่งเสริม พัฒนาตัวโปรดักให้มันไปล้อกับจริตของคนพวกนั้น ผมเชื่อว่าเราทำได้แน่” (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

2.3 การตลาดของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการตลาดของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

2.3.1 ภาครัฐควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย โดยให้มีการทำวิจัยในการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกและเชิงรับในตลาดกลุ่มเป้าหมายเดิมและตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

2.3.2 การจัดกิจกรรมพบปะร่วมกับแฟนละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยการให้ดารานักแสดงของละครโทรทัศน์มาพบปะกับผู้ชมละคร เพื่อให้นักแสดงและผู้ชมกลุ่มนี้รู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษกว่าคนอื่นๆ

2.3.3 การทำการตลาดออนไลน์ เป็นการทำควบคู่ไปพร้อมกับช่วงระยะเวลาที่ละครโทรทัศน์ออกอากาศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนให้ผู้ชมที่เป็นแฟนประจำไม่ลืมที่จะติดตามรับชม และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ละครกับผู้ชมที่ไม่ใช่แฟนประจำให้มาติดตามรับชม นอกจากนี้แล้ว ละครโทรทัศน์เรื่องใดมีเนื้อเรื่องหรือมีกระแสอะไรเกิดขึ้นในสังคมหรือในสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางให้ผู้ชมเข้ามาสืบค้นข้อมูล จนกระทั่งกลายมาเป็นแฟนประจำในการติดตามละครโทรทัศน์เรื่องนั้นๆ ได้ รวมไปถึงการสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐ เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดส่งออกละครโทรทัศน์

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“รัฐบาลน่าจะส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ให้มีการทำวิจัยในด้านนี้ ผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ จริงๆ ในต่างประเทศละครไทยเขาชื่นชอบมาก แต่ทางเรายังไม่ได้ไปสำรวจและมีข้อมูลมากพอ” (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

“จริงๆ ต้องบอกว่าพอตัวซีรีส์มันกระจายไปได้ด้วยตัวของมันเอง ภายในกลุ่มของคนที่เป็นผู้ชม มีคนเอาไปปล่อยในจีน มันก็กระจายในจีน มีคนไปปล่อยในฟิลิปปินส์มันก็กระจายในฟิลิปปินส์ มันเกิดกระจายได้ด้วยตัวของกลุ่มคนดูของเขากันเอง พอหลังจากมันเริ่มเกิดกระแส สิ่งที่ทำหลังจากนั้นคือการทำการตลาดแบบ Meet&Greet โดยการจัดให้นักแสดงกับแฟนคลับได้มาพบเจอกัน แล้วก็มีการแสดง ซึ่งก็เป็นกระแสอย่างหนึ่ง หรือถ้ามองในแง่ของธุรกิจคือ เป็นการกอบโกยรายได้หลังจากที่ซีรีส์ดัง” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“เราใช้โซเชียลเพื่อผลักดัน คนดูทีวีให้ตามดู เพราะคนดูทีวีบางที ลืมดู ไม่ทันได้ตามดูมาดูอีกที” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“กลยุทธ์การตลาดตอนนี้ ต้องเปลี่ยนความคิดนี้ว่า คนดูละครคือคนทั่วประเทศ ในขณะที่สินค้าประเภทอื่นใช้ influencer ทางอินเทอร์เน็ตมากมาย ละครยังไม่มีการทำเรื่องนี้อย่างจริงจังเลย ละครยังมีแค่คนที่ดูแล้วไปรีวิวในพันทิป ในขณะที่สื่อออนไลน์อื่นไม่ใช้เลย มีรายการหลายรายการที่ใช้แล้วได้ผล มีลักษณะเป็น trance media คือ ออนไลน์ต้องตามที่กำลังไลฟ์อยู่ด้วยในทีวี คือต้องคู่กันไป แล้วพอคนดูจบก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับคนอื่นที่ดูในเพจในหน้าของละครนั้นได้ ต้องหาวิธีใช้สื่อออนไลน์ ให้เวิร์คกว่านี้ ต้องมีคนมาวาง strategy เรื่องสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่เรื่องการตัดต่อ ที่จะทำเป็นหนังตัวอย่าง เพื่อที่จะเร้าใจให้คนมาดู” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ละครไทยควรจะเป็นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดส่งออกละคร อย่างบุพเพสันนิวาส นี่เป็นกรณีศึกษามากเลยนะ ที่สินค้าต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต คนในหลากหลายวงการต่างพากันมาช่วยดันกระแส และทำให้เกิดการส่งต่อกัน” (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอก เรียงลำดับตามประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยภายในด้านการบริหารงาน การบริหารบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย และการวิเคราะห์ศักยภาพที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

3.1.1 ด้านการบริหารงาน ในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ภาคเอกชนผลิตละครโทรทัศน์ โดยมีฐานผู้ชมในประเทศเป็นหลัก เมื่อละครโทรทัศน์ออกอากาศจบสมบูรณ์ บางบริษัทจึงนำละครไปเสนอขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ โดยมีการซื้อขายในงานมหกรรมบันเทิงในต่างประเทศ การบริหารงานด้านการส่งออกเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย การซื้อขายอิสระแล้วแต่ว่าบริษัทใดมี

ประสบการณ์ในการขายลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์และมีช่องทางในการผลักดันให้ละครโทรทัศน์โทรทัศน์เป็นสินค้าของบริษัทได้

ภาครัฐสามารถสนับสนุนการส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ โดยจัดตั้งองค์กรอิสระทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์หรือบริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ได้

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ที่ผ่านมา บริษัทส่งออกละครมาเป็นเวลานานแล้ว ทั้งในงานมหกรรมด้านบันเทิงในต่างประเทศ และการลงนามร่วมสัญญาเป็นพันธมิตรด้านธุรกิจ และขณะนี้การส่งออกละครก็มีนโยบายและมาตรการอย่างจริงจังที่จะผลักดันละครให้เป็นสินค้าของบริษัท” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“เราตั้งหน่วยงานขึ้นมาเล็กๆ ดิวพวกนี้ แล้วเราก็ไม่ได้ดิวเองทั้งหมดนะ เราก็มีโบรกเกอร์ เรามีตัวแทนของจีนที่เขาอยู่ในประเทศไทย ที่มาตั้งเพื่อซื้อหาคอนเทนต์ ก็เหมือนเราไปซื้อคอนเทนต์ต่างประเทศ บางทีเราก็ไม่ได้ซื้อตรง มันไม่คุ้ม เราไม่ได้ซื้อเยอะ จะวิ่งไปหาเขาทำไม เพราะสมัยนี้เราก็โทรกัน ใช้ไลน์คุยกัน อีเมล์หากัน แค่นี้ก็จบแล้ว” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“ที่ผ่านๆ มารัฐบาลก็ไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องใดๆ ปล่อยให้มันเป็นไปตามธรรมชาติของกลไกตลาด ของอุตสาหกรรมของมันไปโดยเฉพาะ ถ้าจะถามว่ารัฐบาลจะมาส่งเสริมให้ละครเป็นสินค้าไหม ผมว่าถ้ารัฐบาลเข้ามาเกี่ยวมันก็สู้เอกชนทำเองไม่ได้ ถ้ารัฐบาลจะเข้ามาเกี่ยวข้องอาจจะเป็นองค์กรที่เข้ามาสนับสนุนให้ขับเคลื่อนได้ง่ายขึ้นจะดีมากกว่า อาจจะเป็นองค์กรอิสระโดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์บริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

3.1.2 ด้านบุคลากร

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากร ดังนี้

อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยมีบุคลากรที่ดีและมีความสามารถในการสร้างสรรค์ ได้แก่ ทีมงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก ซึ่งมีผลงานการผลิตกับละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่จำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพในการเขียนบทละครโทรทัศน์ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ลักษณะการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นการทำงานอิสระ ไม่ใช่พนักงานประจำ ทำให้ไม่มีความมั่นคงในการทำงาน ขนาดสวัสดิการต่างๆ ที่จำเป็น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ เช่น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล บุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ การพัฒนาให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งสถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เรามีคนเขียนบท ที่เก่งน้อย คนเขียนบทเก่งๆ จะมีอยู่ไม่กี่คน กลายเป็นว่าในปีหนึ่ง สมมติเราทำหนัง 50 เรื่อง คนเขียนบทที่เก่งๆ จะมีอยู่ประมาณ 3-4 คน มันก็เขียนบทได้ 3-4 เรื่อง ลดหลั่นกันไป อันไหนดีมันก็จะดี อันไหนไม่ดีมันก็จะแบบทำมาให้ช่องเวลามันเต็ม ถ้าจะพัฒนายังไงให้มันเพิ่มมากขึ้น ผมมองว่า อยู่ที่บทก่อน ส่วนที่ต่างชาติทำไมมาจ้างเรา เพราะถูกและดี ใช่เพราะค่าแรงเราถือว่าไม่ได้แพง เป็นราคาที่ไม่แพง แล้วก็ quality ของงานก็ไม่น่าเกลียด ในบรรดา AEC เพื่อนบ้านเรา ประเทศไทยเราค่อนข้างนำที่สุดในการผลิตพวกสื่อภาพยนตร์และสื่อวีดิโอ” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ปัญหาหลักๆ เลยในปัจจุบันคือ เรื่องของผู้เขียนบท ที่หายากมากในปัจจุบัน คนหนึ่งรับเขียนหลายเรื่องมาก ทำให้การผลิตบทออกมาช้า ก็เปิดกล้องถ่ายทำได้ช้า เนื่องจากนโยบายช่องหากยังไม่มีบทเกินครึ่งเรื่อง จะยังไม่ให้ถ่ายทำ ปัญหานี้จึงพัวพันไปหมด และตอนนี้ขั้นตอนการผลิตทั้งทางช่องและผู้จัดพิถีพิถันมากขึ้น เพื่อให้ละครออกมาแล้วถูกใจคนดูมากที่สุด” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ตอนนี้บุคลากรดีๆ ในประเทศไทยตอนนี้เราหายากมาก เพราะอยู่กันไม่รอดเงินน้อยจริงๆ โดยส่วนใหญ่เขาจะเป็นฟรีแลนซ์กัน เพราะว่าพนักงานใหญ่ๆ จะไม่อุ้มพนักงาน

ประจำแล้ว หลายๆ คนพอจบเรื่องนี้แล้วรออีกสองเดือนเปิดกล้องใหม่ คำถามคือสองเดือนนี้เขาจะเอาอะไรกิน" (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

"เรื่องคนเขียนบทมันเป็นปัญหาคลาสสิกของวงการนี้อยู่แล้วครับ มันจะหายากเหมือนกันที่เก่งๆ คือเยอะอ่ะมีเยอะ แต่ที่เก่งๆ มีไม่มาก ถ้าใครเก่งก็งานล้น เพราะว่าตอนนี้เราทำคอนเทนต์เยอะขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่มีทีวีดิจิทัล เราสร้างและพัฒนาคนอยู่เรื่อยๆ ครับ เราเจอคนรุ่นใหม่ที่เก่งๆ เราก็สร้างและพัฒนาเขา ส่งเสริมอะไรแบบเนี่ยครับ" (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

"อันนี้ที่สัมผัสเองนะ คนเขียนบทไม่ใช่บุคลากรที่ถอยหลังเข้าคลองของวงการละครเลยนะ คนเขียนบทเป็นคนที่พร้อมจะเปลี่ยน แล้วเก่งมาก ไปดูได้เลยอย่างเรื่องล่าสุดที่ เคนนุ่น เล่น เรื่องระเริงไฟ มันเป็นละครน้ำเน่ามากเลยนะ แต่คนเขียนบทมีวิธีเขียนให้บุคลิกละครการนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ มันไม่ใช่ละครตบตีข่มขืน แบบเดิมแล้ว ทั้งๆ ที่ในนิยายมันคือแบบนั้น แต่คนเขียนบทเปลี่ยนใหม่ คนเขียนบทไม่ใช่คนที่เราต้องจัดการเขา เขาล้ำหน้าคนอื่นในทีมงานด้วยซ้ำ แต่ต้องเพิ่มจำนวน แล้วของแบบนี้ไม่ใช่เอาไปอบรม 6 เดือนแล้วทำได้ ใช้งานได้เลย ต้องวางฐานกำลังการผลิตเหมือนทีมเยาวชนเลย เลี้ยงกันตั้งแต่เด็ก แล้วพอครบ 10 ปี แล้วค่อยไปเก็บเกี่ยว คือธุรกิจเชิง creative economy มันไม่งอกเงยภายในปีสองปี เกาหลีเองกว่าจะทำได้ขนาดนี้ก็ใช้เวลา" (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

"ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ เช่น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล อาจารย์ไม่ค่อยห่วงเรื่องไม่มีคนนะ เพราะว่าเรามีโครงสร้าง มหาวิทยาลัยที่มาก มีบุคลากรที่จะฝึกมากพอสมควรที่ผ่านมาคืออุตสาหกรรมมันลุ่มๆ ดอนๆ พออุตสาหกรรมมันลุ่มๆ ดอนๆ ผลิตไป คนก็ตกงาน คนก็ไปทำอย่างอื่น" (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

"ผมว่าคนไทยโดยเฉพาะเทคนิคไม่แพ้ชาติใดในโลก Production ไม่แพ้ใคร แต่ในเรื่องวิธีคิดยังต้องยอมรับว่าไม่เป็นระบบพอ จริงๆ ต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการ

ต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งสถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน ในเอเชีย เขาแฮปปี้กับบุคลากรของไทยนะ คือคุณภาพดี 100% งานโฆษณาต่างประเทศมาถ่าย ในฉากของเขา เป็นฉากไล่ล่ากันในเมือง โลเกชั่นของเขาคือทุ่งโล่งๆ ขับในทุ่งโล่งๆ แล้วเอาไปทำซีจี คนทำซีจี คือคนไทย ถูกกว่าทำเมืองนอกเยอะเลย ได้คุณภาพดีมาก อันนี้ต่างประเทศ แฮปปี้" (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

3.1.3 งบประมาณ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านงบประมาณ ดังนี้

การปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จะมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องวางแผนการทำงานให้ดี ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุนกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ เพราะมีความเสี่ยงในการขาดทุนได้ ภาครัฐควรสนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

"อันนี้เฉลี่ยๆ จากคนอื่นๆ ถ้าละครขนาดกลาง ประมาณ 5-8 แสนต่อตอน อันนี้คือละครขนาดกลางลงไปถึงเล็ก และเราเชื่อว่าจะเป็นมาตรฐานไปอีกสักพัก แต่จะลงไปกว่านี้ไม่ได้แล้ว ถ้าละครที่งบต่ำกว่า 5 แสน จะไม่ได้อะไร แต่ก็ไม่แน่ว่าอีกหน่อยอาจจะลงไปอย่างนั้น เพราะลูกค้าไม่มีตังแล้วไง แล้วช่องก็ไม่สามารถขายโฆษณาในราคาที่แพงกว่านี้ได้ ทำให้ไปบีบค่าโปรดักชั่น แต่ถ้ามองในอีกแง่หนึ่งเทคโนโลยีในการผลิตก็ถูกลง แล้วก็ง่ายขึ้น มีวิธีการทำให้สวยงามได้ง่ายขึ้น แต่คนที่จะมา operate ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับคนไม่ได้ถูกลง ค่าของคนมีแต่จะแพงขึ้น ค่าครองชีพแพงขึ้น เทคโนโลยีถูกลง อุปกรณ์อาจจะถูกลง แต่คนมีแต่จะแพงขึ้น ไม่มีทางลงได้" (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

"รัฐบาลและผู้ผลิตละครควรได้รับการสนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่องได้ไหม จะสามารถมีกองทุนแบบนั้นขึ้นมาเพื่อสนับสนุนคนในวงการ" (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

3.1.4 เครื่องมือ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านเครื่องมือ ดังนี้

อุปกรณ์การผลิตและระบบการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทย มีการพัฒนาที่ดีมากขึ้นตามลำดับ ทันสมัยมากกว่าในอดีต ประเทศไทยมีการนำเข้าและใช้อุปกรณ์การผลิตที่มีมาตรฐานสูงเทียบเท่าต่างประเทศ

ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ควรที่จะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เพื่อเป็นการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำ วิธีการถ่ายทำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในอนาคต

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผู้ผลิตละครโทรทัศน์อาจจะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำบ้านเราไม่ต่างจากที่อื่นนะ ทันสมัยเหมือนกัน อันนี้เป็นสิ่งที่กำลังค่อยๆ พัฒนา ในต่างประเทศเขาจะระบุมาเลยว่าต้องการคุณภาพงานเท่านี้ๆ อย่างของ Netflix เขาจะมีบอกมาเลยว่าใช้กล้องอะไรบ้าง หรืออย่างของงานเกาหลีที่มาถ่ายในไทย ใช้ทีมงานไทย ตัวแสดงไทย เขาก็กำหนดแล้วว่าเขาต้องการกล้องคุณภาพเท่านี้” (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

3.1.5 การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

เมื่อมีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจัดตั้งสถานีใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้ละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย มีเนื้อหาแปลก แตกต่าง ไปจากอดีต ทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิม แม่บ้าน ผู้ชมชาวบ้าน กลุ่มเป้าหมายที่เป็นมวลชนหรือ Mass มีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงหรือที่เรียกว่า niche market มากขึ้น มีตลาดของผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชายรักชาย เป็นต้น ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมละครโทรทัศน์ได้มากขึ้น ควรมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและมีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น และมีการวางกลยุทธ์ของเนื้อหาทางวัฒนธรรม มีการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ โดยอาจจะต้องมองตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ตอนนี้ดี เนื้อหาหลากหลาย พอมันมีทีวีดิจิทัล เกิดขึ้นเนี่ย มันยิ่งมีความเป็น niche สูงมากเลย ถ้าเราอยากได้ละครแนววัยรุ่น แนววาย ก็ดูจาก GMM เราอยากได้ละครดราม่าเข้มข้น ช่องวันก็ดูได้ หรือถ้าอยากได้แนวรากหญ้าชาวบ้าน ลูกทุ่งๆ ช่องเจ็ดก็ยังชัดเจนอยู่ ถ้ามีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ก็น่าจะเป็นข้อดีสำหรับผู้บริโภคคือว่า ถ้าเรามองเห็นว่าเราชอบจริตแบบเนี้ย เราก็ไปช่องนี้ แล้วก็ดูละครแบบนี้ มันมีให้เลือกดูเยอะ หลากหลายประเภท หลากหลายผู้ผลิต” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“วิธีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ที่จะเป็นสินค้าได้ น่าจะมีการวางกลยุทธ์ของเนื้อหาทางวัฒนธรรมมีการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ โดยอาจจะต้องมองตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

3.1.6 การวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทย ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคดังนี้

จุดแข็งของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทย มีจุดแข็งในเรื่องโปรดักชั่น เทคนิคการถ่ายทำที่ดูง่าย เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมาก มีการพัฒนามากขึ้นกว่าในอดีต และละครโทรทัศน์แนวของไทยส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาละครจัดจ้าน ทะเล้าะ ตบตี รุนแรง แต่ดูแล้วไม่เครียด มีสีสัน มีความสนุกสนานตลกขบขัน ซึ่งยังคงเป็นเสน่ห์ของละครโทรทัศน์ไทยที่ทำให้ผู้ชมในประเทศและต่างประเทศติดตามได้ นอกจากนั้นละครโทรทัศน์ไทยมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยใหม่ อยู่ในละครโทรทัศน์ ซึ่งในต่างประเทศไม่มีประเพณี วัฒนธรรมแบบนี้ ทำให้ตัวเนื้อหาเป็นที่สนใจของผู้ชมในต่างประเทศ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“จุดแข็งของเราคือเนื้อเรื่องพูดถึงความเพ้อฝัน พูดถึงอุดมคติ หรือพวกละครที่อยู่ในภาคพื้นนั้น เขาก็ดูกันทั้งภูมิภาค อย่างจีนเขาชอบงานเรามาก พวกเขย่าขวัญสยองขวัญ หนังเกย์ หนังวาย เขาชอบมาก แต่รัฐบาลห้ามไม่ให้ดู” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

“เรื่องโปรดักชั่น เทคนิคการถ่ายทำ เทคนิคการผลิต ผมว่าก็น่าสนใจและสู้เขาได้ สำหรับผมรับได้ว่าละครไทยมีพัฒนาการ มีคุณภาพในการผลิต พอมีการแข่งขัน คนที่ทำไม่ดีจะถูกด่า และคงต้องไปปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม สำหรับผมมองว่าโปรดักชั่นเป็นจุดแข็ง” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“โดยรวมจุดแข็ง พี่มองว่าอยู่ที่สาระมากกว่า บางทีละครเครียดเกินไปก็ไม่ดี อย่างละครตบตีกัน ทะเลาะกัน ตีกันในบ้าน บางทีคนไทยก็ชอบ นี่คือจุดแข็ง” (ทองสิทธิ์ โสดาโคตร, สัมภาษณ์ 21 มีนาคม 2561)

“จริงๆ ต้องบอกว่าในส่วนที่แต่ละประเทศเขาทำออกมาแล้วขายได้อยู่แล้วก็คือเรื่องของวัฒนธรรม เราดูของเขาเกาหลี เพราะว่าเราไม่เคยเห็นวัฒนธรรมแบบนี้ เขาดูของเราเพราะเขาก็ไม่เคยเห็นวัฒนธรรมแบบของเรา ส่วนการเล่าเรื่องในเชิงที่มันเป็นวัฒนธรรมมักจะขายได้อยู่แล้ว แต่เขาไม่ได้มีในแบบของเรา อย่างนี้เขาก็เป็นการเสพวัฒนธรรมของเรา หรือแม้แต่กระทั่งหนังไทยในหลายๆ เรื่องที่ไปดัง เนื้อเรื่องสนุกอยู่แล้วเป็นทุน ก็ยิ่งไปได้ไกล เพราะว่าเขาได้เห็นในสิ่งที่เขาไม่เคยเห็นในประเทศเขา” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ขอวิเคราะห์ในมุมของช่องเรานะคะ ซึ่งแต่ละที่มีคาแรคเตอร์ละครที่แตกต่างอย่างชัดเจนอยู่แล้ว ซึ่งอยู่ที่ผู้บริโภคแล้วว่าจะถูกใจที่ไหน สำหรับช่องเรา จุดแข็ง คือ เราสร้างความสุขให้กับคนดู เน้นคุณภาพการทำงาน ตั้งแต่เนื้อเรื่องที่เราพิจารณาเลือกมาอย่างดี ทั้งด้านการผลิตและด้านคุณภาพการแสดงของนักแสดง ที่ผ่านมาเรามีจุดแข็งด้านนี้ เป็นที่ยอมรับของคนดูละครไปแล้ว ไม่ว่าจะนำเรื่องใดมาผลิตละคร แต่เราจะใช้จุดแข็งด้านคุณภาพการผลิตและคุณภาพของนักแสดงของเรา” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

จุดอ่อนของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทยขาดความแปลกใหม่ของเนื้อหา ไม่สมจริง มีข้อผิดพลาดในเนื้อหา ขาดการค้นคว้าที่ละเอียดลึกซึ้ง เนื้อหาบางประการไม่ตรงความต้องการของตลาดต่างประเทศ การดำเนินเรื่องยังช้า ไม่รวดเร็ว ทำให้ไม่ถูกใจกลุ่มผู้ชมบางกลุ่มและมักมีข้อผิดพลาดในบางฉาก ขาดความต่อเนื่องของฉากและโปรดักชั่น เมื่อเกิดความผิดพลาดในละครจะทำให้ไม่ได้รับการตอบรับจากคนดูทั้งในและต่างประเทศ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“จริงๆ แล้วที่ผ่านมา ต้องยอมรับว่าที่ผ่านมา โปรดักชั่นแล้วก็เรื่องความเข้มแข็งของบทเนี่ย ยังสู้ละครเกาหลีไม่ได้ ก็ถูกเขาตีตลาด” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“ในส่วนของเนื้อเรื่อง น่าจะเป็นจุดอ่อน เพราะเนื้อหาที่เป็นอยู่ตอนนี้ขาดความแปลกใหม่ ผู้ผลิตมองโจทย์ว่าทำแล้วต้องประสบความสำเร็จเป็นหลัก ทำยังไงแล้วขายได้ ทำแล้วคนดูจะต้องชอบ ทำแล้วคนดูจะต้องชอบ ทำให้ขาดความคิดสร้างสรรค์ ในส่วนที่ควรจะสร้างสรรค์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนดู เนื้อเรื่องมันก็เลยจะซ้ำๆ เดิมๆ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“จุดอ่อน คือ ความผิดพลาดในการผลิตงานละคร ที่ไม่ได้การตอบรับจากคนดูทั้งๆ ที่เราก็พยายามผลิตและเลือกเรื่องที่คิดว่าจะประสบผลสำเร็จ แต่การทำละครเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้ว่าจะมั่นใจในคุณภาพงานแต่ก็มีปัจจัยแวดล้อมหลายอย่าง จุดอ่อนจุดนี้อยู่เหนือการควบคุม เพราะสมัยนี้เดาทางคนดูยากมากจริงๆ ” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ละครไทยไม่เคยเปลี่ยนคอนเซปท์เลย คือฝรั่งจะเหมือนจริงมากขึ้น มีเหตุผลมีที่มาที่ไป แต่ละครไทยไม่เคยเปลี่ยนเป็นเรียลลิสติกเลย ไม่ใช่มาฟอร์มเดียวอยู่นั่น หรือเป็นพระเอกเล่นบทก็ไม่ค่อยเหมือนจริง กี่ปีแล้วควรจะพัฒนาได้แล้ว” (ธวัชชัย จิตรภาษ์นันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“ของต่างประเทศจะเดินเรื่องเร็ว ถ้าเป็นของไทยทำยืดได้เป็นอาทิตย์เลย บทจะแน่นมาก มีความกระชับ แต่ของไทยมีแต่มองตากันไปกันมา ตอนนี้เราต้องใช้เวลาให้คุ้มค่าที่สุด ดูละครก็ต้องบันเทิงที่สุด แล้วเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชมให้มากขึ้น” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

โอกาสของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทย มีโอกาสในการพัฒนาเป็นงานสร้างสรรค์และส่งออกตลาดต่างประเทศได้ ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศจีน โดยภาครัฐจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ให้ชัดเจน ทั้งประเทศเพื่อนบ้าน

ในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน จะทำให้ผู้ผลิตสามารถสอดแทรกวัฒนธรรมไทย หรือสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้ โดยภาครัฐสามารถสนับสนุนการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โครงเรื่องที่นำเสนอวิถีชีวิตของคนไทย โครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวาระพิเศษของประเทศไทยในเนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ โดยใช้มาตรการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น จะเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ตอนนี้พัฒนาการของละครบ้านเรามีมากขึ้นเรื่อยๆ ได้รับการยอมรับจากประเทศจีน เขาบอกเลยว่า ตอนนี้ละครของเรามาแรงมากได้รับการยอมรับเยอะขึ้นเรื่อยๆ แต่ที่ยังไม่สุดเพราะเรื่องปัจจัยเงินทุนที่ยังมีไม่มาก เพราะจริงๆ แล้วโปรดักชั่นบ้านเราถ้าเทียบกับเกาหลีและจีนเฉลี่ยต่อตอน เราถูกกว่าเขามากหลายเท่า” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“ตอนนี้ที่มีคือตลาดจีนเข้ามา คนจีนเขาค่อนข้างรับศิลปะและรับสินค้าของไทยอยู่แล้ว คนจีนเขาก็ดูซีรีส์ไทยอยู่เรื่อยๆ อยู่แล้ว ถ้าเราจะเจาะกลุ่มตลาดจีนให้มากขึ้นควรจะทำอย่างไร ต้องตั้งคำถามกลับว่าทำไมเราถึงดูซีรีส์เกาหลี ทำไมซีรีส์เกาหลีถึงเจาะเราได้ คำตอบคือเพราะคุณภาพได้ บทดี นักแสดงเล่นดี คุณภาพสูงในระดับที่สากลเขายอมรับ เขาก็พร้อมที่จะให้ละครของเราไปฉาย” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“เราต้องคิดให้ออกว่าไปออนแอร์หรือออนไลน์ในภูมิภาคไหนของโลก ต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ อย่างใกล้ๆ เรา ประเทศในกลุ่ม CLMV หรือประเทศจีน เราจะได้กำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคมของเขาได้ในเนื้อหาของละครของเรา” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

“ผมว่าทำให้มีคุณภาพ มีความหลากหลายที่จะป้อนคนในประเทศ แล้วค่อยส่งไปขายตลาดต่างประเทศ แล้วจะได้รู้ว่าแนวทางไหนที่คนดูต่างประเทศจะชอบ ภาครัฐจะต้องสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศให้ได้อย่างต่อเนื่อง” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ความเป็นไทยที่น่าจะขายได้น่าจะเป็นเรื่องที่เรา เห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดาของเรานี่แหละ เราน่าจะจัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ แต่อาจจะไม่ต้องเน้นถึงพระมหากษัตริย์ หรืออาจจะใช้เรื่องของคนธรรมดาที่เราเห็นทุกวันคือความแปลกใหม่แล้วในสายตาคนนอก นำเสนอสิ่งปกติของเรานี่แหละ การกินการอยู่การใช้ชีวิตของเรา” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ถ้ามีมาตรการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น ก็น่าจะเป็นโอกาสที่ดีของละครโทรทัศน์ของไทย” (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

อุปสรรคของละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในภาคเอกชนขาดการรวมตัวกันสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และขาดงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง นอกจากนี้อุปสรรคด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ เมื่อผู้บริโภคมีช่องทางในการรับชมสื่อบันเทิงอื่นๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีต

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ส่วนการลงทุนร่วมทั้งกับภาครัฐ ภาคเอกชนจากต่างประเทศ ยังไม่มีนโยบายและเป็นไปได้ยาก ด้วยปัจจัยหลายๆ อย่าง การทำละครมีรายละเอียดเยอะมาก ข้อเสียที่พบคือเราต้องลงทุนเองทุกอย่าง จึงมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“มีงบประมาณบ้างหรือไม่ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“แนวทางที่จะทำให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผมมองว่าอยู่ที่ตัวผู้ผลิตมากกว่าที่จะมารวมตัวกัน คือเอกชน มาจัดตั้งเป็นองค์กร สมาคมหรืออะไรของตัวเองขึ้นมา เพื่อจะมาผลักดันกลไกของตัวเองมากกว่า ปัจจุบันนี้ต่างคนต่างทำ มีการแข่งขันกันเองอยู่มาก องค์ความรู้ไม่เกิด เพราะแต่ละคนเขาเก็บของดีของตัวเองไว้ ไม่เอามาแชร์กัน” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ผู้บริโภคเลือกสื่อด้วยตัวเอง และภายใต้เวลาอันจำกัดเท่ากัน 24 ชั่วโมงของแต่ละคน และสื่อบนโลกในนี้ เขาไม่อยู่แค่เมืองไทยแล้ว เขาไปต่างประเทศ เขาดู Netflix เขาไปทำนู่นทำนี่ ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยน ทัศนคติตัวเองใหม่ด้วยว่าตอนนี้กลุ่มเป้าหมายเขาไม่ใช่แค่ประเทศไทยเท่านั้น แต่เขามีกลุ่มเป้าหมายคือทั้งโลก” (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

3.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกด้านภาพรวมตลาด เศรษฐกิจ ค่านิยมของสังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และการถูกจำกัดเนื้อหาละคร ที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

3.2.1 ภาพรวมเศรษฐกิจและการตลาด

ปัจจุบันเมื่อสถานีโทรทัศน์ในประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้ละครโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐสามารถผลักดัน นโยบายส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผมคิดว่า น่าจะเริ่มจากคุณภาพก่อนนะ สร้างละครให้ดีขึ้น ปัจจุบันพอมีทีวีเพิ่มขึ้นแต่ละช่องดึงเนื้อหาเข้าไปหาช่องตัวเอง สิ่งที่ผมคิดว่ารัฐจะส่งเสริมในแง่ที่ว่า ทำคอนเทนต์ให้มันดีขึ้น อันนี้ทุกคนรับรู้ว่าละครมีอิทธิพลต่อคนในประเทศแล้วเป็นสินค้าส่งออกสร้างชื่อเสียงให้ประเทศได้” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)”

“ถ้ามีนโยบายส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์

ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา ผมว่าประเทศเราจะเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาค ได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก" (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

3.2.2 ค่านิยมของสังคม

ค่านิยมของการมองละครโทรทัศน์ว่าเป็น สื่อบันเทิง ที่มีคุณค่าและเป็นงานศิลปะมากขึ้น โดยไม่มองว่าละครโทรทัศน์ คือ ศิลปะชั้นต่ำ ที่ไร้คุณค่าและไม่ประเทืองปัญญา ต้องเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจของคนในสังคมที่มีต่องานละครโทรทัศน์ไทย

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

"ละครยังเป็นเรื่องของคนว่างงาน เรื่องของคนไม่มีอะไรทำ เรื่องของแม่บ้าน เป็นเรื่องของแม่ค้า ยังเป็นสื่อที่โดนดูถูกอยู่มาก ถ้าอาจารย์มหาวิทยาลัยหรือนักวิชาการเขียนถึงละครจะโดนดูถูกว่าเรียนมาตั้งสูง มานั่งดูละครน้ำเน่า เป็นอย่างนี้จริงๆ นะ เพราะฉะนั้นถ้าจะทำสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ต้องเปลี่ยนความเข้าใจต่อละครก่อน ละครเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อกับชีวิตคน สิ่งที่จะนำเสนอเป็นเอกลักษณ์ของประเทศซึ่งจะนำพามาสู่รายได้และสิ่งอื่นๆ ในอนาคตอีกมากมาย" (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

3.3.3 การเมือง

ปัญหาความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยครั้ง การเปลี่ยนรัฐบาล การเปลี่ยนนายกรัฐมนตรี การเปลี่ยนรัฐมนตรีประจำกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

"เราไปดูงานที่เกาหลี เขาทำเป็นเมือง ที่มีกลุ่มคนทำภาพยนตร์มาอยู่รวมกัน มีบริเวณ การทำงานใกล้ชิดกันระหว่างรัฐกับเอกชน ทำให้สามารถผลักดันนโยบายที่ซับซ้อนได้ ของเรารัฐบาลเปลี่ยนแปลงนโยบายก็ขาดหายไป ทำให้ไม่ต่อเนื่อง รัฐบาลมาอยู่ไม่นานก็ไป ทำอะไรได้ต่อเนื่องได้" (ธวัชชัย จิตรภาษ์นันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

"ข้อเท็จจริงคือ เรามีความไม่แน่นอนของฝ่ายรัฐ ทำให้รัฐมนตรีที่เข้ามาดูแล อยู่ได้ไม่นานมากนัก นโยบายหรือการทำงานโครงการต่างๆ จึงไม่ต่อเนื่อง" (สุรศักดิ์ สรรพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

3.3.4 กฎหมาย

กฎหมายในการควบคุมดูแลด้านเนื้อหา ความเข้าใจในการถ่ายทอดงานศิลปะเป็นช่องว่างระหว่าง ผู้ผลิตละคร ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และผู้ชม ในประเด็นความเหมาะสมของเนื้อหา และยังขาดการส่งเสริมให้ละครโทรทัศน์มีเนื้อหาที่หลากหลาย เพราะละครประเภทส่งเสริมกีฬา หมอ พยาบาล วิชาชีพต่างๆ ในสังคม ไม่ถูกผลักดันให้ผลิต ส่วนใหญ่เมื่อละครที่มีเนื้อหารุนแรง เน้นอารมณ์ความรู้สึก ถูกผลิตขึ้นมานำเสนอแล้วได้รับความนิยม จึงทำให้มีการผลิตซ้ำต่อเนื่อง ควรมีการร่างหรือปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มากขึ้นในอนาคต

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“การจัดเรตของประเทศไทย น13+ น18+ เนี่ย เขาจัดเรตตามเวลาจริง แต่ถึงเวลาก็เซ็นเซอร์อยู่ดี แล้วจะจัดเรตทำไม คำว่า น13+ คืออะไร ละครบางเรื่อง ออนแอร์ตอนห้าทุ่มครึ่ง เรต 18+ ไปแล้ว แต่ก็ยังโดนความหมายของพี่คือพระเอกทำความเลวมาเยอะมากเลยนะ สิ่งที่เราต้องการสื่อคือ คนเลว สุดท้ายคุณก็ไม่ได้พบจุดจบที่ดี พี่เลยรู้สึกว่า คนที่มีหน้าที่ในการเซ็นเซอร์จริงๆ หรือจัดเรต เขาเป็นใคร เขามีความรู้ตรงไหน นี่คือสิ่งที่เมืองไทยเป็นอยู่” (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

“ผมมองไปถึงเรื่องคำว่า เซ็นเซอร์ ละกัน เพราะว่ากฎหมาย จริงๆ เขาไม่ได้ลงมาอะไรกับเรามาก เซ็นเซอร์เป็นตัวกำหนดว่า ฉายได้หรือฉายไม่ได้ หรือเรตอยู่ในตำแหน่งไหน ผมเอาในแง่ของการนำเสนอเรื่องที่มันไม่ผ่านเซ็นเซอร์ก่อนละกัน” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ควรมีการร่าง ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เรื่องกฎหมายกำลังแก้อยู่ กฎหมายมันล้าสมัย ตั้งแต่ปี 51 จนปัจจุบัน ปัจจุบันมันเป็นผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว มันไม่มีแล้ว มันให้บริการผ่าน Service Provider จ่ายเงินก็ดูได้เลย เป็น Netflix เป็นอะไรไปแล้ว ตรงนี้ต้องแก้” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

3.3.5 วัฒนธรรม

ส่วนใหญ่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า ยังมีวัฒนธรรมบางประการของประเทศไทยที่สามารถสื่อสารกับประเทศเพื่อนบ้านได้ การสร้างละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรมสากล ที่ผู้ชมสัมผัสได้ ซึ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีมุมมองว่า วัฒนธรรมสากล แบบนี้ที่มีอยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาเพื่อถ่ายทอดลงไปในละครโทรทัศน์ของไทย

วัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐมักจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง แตะต้องไม่ได้ ซึ่งการนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปในละคร ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“มีวัฒนธรรมบางอย่างที่อาจจะเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านรอบๆ ได้ กลุ่ม CLMV ทั้งหมด ซึ่งมันจะเชื่อมในแง่วัฒนธรรมได้ เพราะมันมีความคล้ายคลึงกันมากกว่าจีนหรือเกาหลี ของไทยมีความคล้ายคลึงกับเขา เพราะฉะนั้นทำอะไรก็อาจจะเชื่อมกัน วัฒนธรรมมันเชื่อมกันหน่อย อย่างพม่า ไทย ลาว เขมร การแชร์วัฒนธรรมบางอย่างที่มันคล้ายกันมากกว่า อันนี้ก็เป็นจุดดีของไทยนะ” (ธวัชชัย จิตรภาษ์นันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“อย่าไปห่วงมากเรื่องความเป็นไทย ทุกอย่างต้องความเป็นไทย คือเอาสนุกไว้ก่อน คือสนุกแบบไม่ใช่สีขาวนะ สนุกแบบ คือไม่ต้องมาเรตติ้งเหมือนช่องอื่น คือถ้าคุณทำละครสีขาว ละครธรรมะแบบนี้ ไม่มีคนดูแล้ว แค่ฟังชื่อก็ไม่อยากดูแล้ว ธรรมะจริงๆ ที่จะได้คือได้จากที่พูดหรือจากอะไรมากกว่า คือถ้าคุณไปทำแบบเดิม ต้องดูว่าสมัยนี้มันไปไกลขนาดไหนแล้ว ทำยังไงให้รู้สึกว่ามันอยู่กับความเป็นจริง มีความเรียล มีความทันสมัย ไม่ต้องพยายามไปยัดเหยียดอะไรใส่ปากคน อยู่ที่วิธีการเขียน ผู้กำกับด้วย ก็มีบางคนที่เก่ง แต่ก็น่าจะมีมากกว่านี้” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“มันคือวัฒนธรรมสากลที่เป็นอยู่ อย่างเกาหลีเขามองเห็นตรงนี้ว่ามันขายได้ ทุกวันนี้เราก็ใช้ของชิ้นเดียวกับที่คนอเมริกาใช้ เราดูทีวียี่ห้อเดียวกัน ใส่เสื้อผ้าเหมือนกัน ทุกอย่างมันเป็นสากลไปหมดแล้ว อะไรที่มันเข้าถึงคนง่าย มันคือวัฒนธรรมสากล ทำละคร ทำเพลง ทำหนัง คนทั้งโลกเข้าถึงมันได้ ไหม เข้าถึงมันได้ก็ไม่ยาก ที่เราจะทำให้มันเป็นสากล โฟกัสไปตรงนั้น แล้วก็เติบโตไปตรงนั้น คือพอเราไปเน้นว่าวัฒนธรรมเราก็ไปฟ้อนรำ ไปขายประวัติศาสตร์ ไม่ใช่ว่ามันไม่ดีแต่ว่าเขาไม่อินด้วย คือสมมติว่าคุณทำละครเรื่องหนึ่ง คุณจะขายเทคโนโลยีในสินค้านั้น เช่น มือถือ อาหาร ตู้เย็น อะไรต่างๆ นานา คือคุณต้องทำภาพให้คนเห็นว่ามันดีก่อน เหมือนเกาหลี เราเห็นละครดูสวยงามขายวัฒนธรรมการกินอาหาร อาหารเกาหลีทุกวันนี้ก็มีอยู่ทุกห้าง” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

“ถ้าจะพัฒนาในเรื่องของอุตสาหกรรมที่เป็นเอกชนด้วยกัน มันมีประเด็นที่น่าสนใจที่จะคุยกันได้เยอะ และเสนอได้เยอะ เราถามว่า ทำไมละครหรืออุตสาหกรรมบันเทิงของ

ตะวันตก หรือของประเทศที่พัฒนาแล้ว ขายได้ในเมืองไทย เพราะประเทศไทยมีกำลังซื้อ ทำไมรายการของ BBC ถึงขายไปได้ทั่วโลก เพราะภาษาอังกฤษมันก็ไปได้ทั่วโลก คนที่เขาซื้อรายการไปเขาฟังออกเขารับรู้ได้หมด อันนี้เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง แต่ถามว่าละครไทย จริตร่วมความชอบร่วมกัน ก็คือประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่ไม่มีกำลังซื้อ เขาก็ดูละครผี ละครเถื่อน หรือสัญญาณที่มันข้ามพรมแดนไป ซึ่งเขาดูได้ฟรี อันนี้มันเป็นข้อจำกัด ที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของไทยเนี่ย ไม่สามารถไปได้ถึงไกลอย่าง The X Factor หรือ Got Talent นะครับ เพราะว่า ภาษาเราไม่ได้เป็นภาษานานาชาติ" (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

"ถ้าวัฒนธรรม คือจริงๆ ในอินโดจีนเราเจาะเขาง่าย เพราะเขาไม่มีตัวเลือก เขาต้องดูเรา แต่พอเป็นอย่างอื่น เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ที่อุตสาหกรรมละครเขาแข็งแรง มันก็อาจจะมีความยาก สิ่งที่ต้องมาช่วยกันคิดก็คือ แล้วเราจะเอาอะไรไปขายเขา ความไทยแบบไหนที่เขามา ที่เขาสนใจเรา" (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

3.3.6 การถูกจำกัดเนื้อหาละคร

ประเทศจีนมีการจำกัดโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งพื้นที่และประชากรของประเทศจีนมีจำนวนมากและมีจำนวนผู้บริโภคละครโทรทัศน์ของไทยเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยในประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกทำให้โควตาการนำเข้าไม่แน่นอนในแต่ละปี บางบริษัทอาจจะเคยได้โควตานำเข้าละครโทรทัศน์จำนวนมาก แต่ในปีถัดไปอาจจะถูกบริษัทอื่นๆ ในประเทศไทย เข้ามามีส่วนแบ่งโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศจีนได้เช่นกัน

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

"จีนเขาจะมีโควตา มีกฎระเบียบหลายๆ อย่าง โควตาเขาเนี่ย ประเทศจีนจะปล่อยให้ละครแต่ละประเทศเข้าไปได้เท่าไร มีระบบโควตา บางทีเขาก็ดิวช่อง3 ได้ เราก็ถูกโควตาเบียดหรือช่อง7 อาจจะได้ไปนิดหน่อย เหมือนว่า 100% ก็ต้องมีคนมาแบ่งเราไป 10% 20% ไม่ได้แข่งขันกัน บางทีเขาก็ไม่ได้ซื้อเราร้อยนะ อย่างแต่ก่อนเราอาจจะขายได้ 8 เรื่อง บางปีเขาก็เหลือ 5 บางทีก็เหลือ 3 ภายในโควตา มันก็มีเงื่อนไขการเลือก ไม่ใช่ว่ามี 10 เรื่อง ก็รับ 10 เรื่องหมด ของเราอันไหนไม่ดี ไม่ตรงเขาไม่เอานะครับ แต่เนื่องจากของเราดีและตรงเป็นส่วนใหญ่ เขาก็ต้องเหมา พอเขาซื้อเหมาเราไปแล้ว เขาก็มีสิทธิไปซื้อเรื่องอื่นไปเติม ไม่ได้ซื้อเป็นแพ็คเกจ ซื้อเป็นรายเรื่องไป เขาก็เลือกของเราไปฉายสลับไปสลับมา คร่อมเดือนคร่อมปี เขาก็ดูบริหารของเขา ตามโควตาที่เขาได้ในการซื้อมาจากประเทศไทย" (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“จีนเขาจะมีโควตาในการนำเข้าละคร ถ้าจะขายได้เพิ่มก็คือการร่วมลงทุนซึ่งมีหลายแบบมากครับ ร่วมทุนกันหรือว่าในอนาคตเขาอาจจะจ้างเราผลิตแบบนี้ครับ มีหลายแบบเพราะว่าต้นทุนเราถูกกว่านะครับ” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

4.1 แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ

จากผลการสัมภาษณ์แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น คือ ภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ มีความคิดเห็นในเชิงนโยบายและมาตรการที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือ การสำรวจสภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบันก่อนที่จะนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน การส่งเสริมเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยเข้าไปสู่ละครโทรทัศน์เพื่อให้คนในประเทศและต่างประเทศ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น ตลาดต่างประเทศให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถเข้าใจในเนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทย เพราะมีความใกล้เคียงในเชิงวัฒนธรรม และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่สนใจเนื้อหาแปลกใหม่ โดยต้องมีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ต่างประเทศสนใจละครไทยมาก ต้องส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค นำละครไทยไปเสนอขายในรูปแบบงานมหกรรมบันเทิงประเทศต่างๆ เท่ากับเป็นการส่งออกที่ทำกันอยู่ ส่วนปัจจัยที่จะสามารถแข่งขันกับละครต่างประเทศ มีปัจจัยใดบ้าง ก็ทุกปัจจัย หลักๆ ที่ต่างประเทศจะสนใจคือ พล็อตเป็นเรื่องที่น่าสนใจ นักแสดงที่น่าสนใจ คุณภาพงานที่น่าสนใจ อย่างที่พูดๆ กันว่า “หน้าละคร” เป็นอย่างไร ที่จะดึงดูดความสนใจคนซื้อ ทุกอย่างรวมๆ แล้วน่าสนใจ” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

"ถ้าสอดคล้องกับจริตของผู้ชม เราต้องเลือกดู เราต้องคัดเลือกแล้วค่อยเอาออกมาขายต่างประเทศ อาจจะต้องมาแปลซับ เปลี่ยนมุกบางมุกให้เข้ากับผู้ชม คณะกรรมการที่มาทำก็คงต้องช่วยรีเสิร์ช ช่วยเขาทำการตลาด" (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

"ถ้าเราสร้างตัวตน คนที่มาขายต้องขายเก่ง เพราะไม่เคยได้ยินว่าเขาตัดงบ ททท. เพราะ ททท. เขาก็ขายเก่ง ต้องมีผลงานเชิงประจักษ์ เป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริหารต้องคิด เป้าหมายใหญ่อาจจะไม่สำเร็จในวันนี้ แต่ต้องมีเป้าหมายเล็กๆ ไปให้เขาเห็น ว่าละครกำลังจะไปแล้วนะ เชื่อว่าถ้าไปได้ขนาดนี้ รัฐบาลก็คงไม่กล้าตัดงบ ต้องหาคนที่เก่งที่สุดในเรื่องนี้เข้ามาทำ" (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

"เราจะเห็นได้ว่าเพื่อนบ้านเราเขารู้จักละครไทยหมดเลย เขาดูละครไทยเป็นบ้าเป็นหลังเหมือนเรา เขารู้จักดาราเรา เขารู้จักสถานที่อะไรมากมาย ที่ประสบความสำเร็จเพราะมีความใกล้เคียงคล้ายคลึงกันในวัฒนธรรม ละครเราคนลาวดู คนเขมรดู เขาเข้าใจ เพราะมีวัฒนธรรมพื้นฐานที่ใกล้เคียงกันมาก" (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

4.1.1 นโยบายการจัดทำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ละครโทรทัศน์ควรเริ่มจากการเขียนนโยบายที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ มีการจัดตั้งงบประมาณที่ต่อเนื่อง นำไปสู่การปฏิบัติและการประเมินผล เพื่อดำเนินยุทธศาสตร์อย่างเป็นขั้นตอน และกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของการผลิตละครโทรทัศน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการพัฒนาทักษะความรู้แรงงานในวิชาชีพละครโทรทัศน์จะเป็นสิ่งที่สำคัญในลำดับถัดมา

ทั้งนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะแตกต่างจากภาพยนตร์ โดยมีการสอดแทรกวัฒนธรรมของไทยในละครโทรทัศน์เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ระบบเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น และเปิดโอกาสให้คนในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

นอกจากนั้น ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย รวมไปถึงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละคร มีทัศนคติที่ดี

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ถ้าพูดถึง category หนังมาแล้วไป ไม่ได้ยาวไกลเท่าละคร ทำไมเกาหลีเขาถึงเลือกละคร และ subsidy (เงินสมทบ) ซีรีส์ เพราะซีรีส์ซึมเข้าไปกับแม่บ้านและคนที่อยู่กับทีวีเปิดฟรี ไม่ได้เสียเงินไปดู จึงอินไปเรื่อยๆ แล้วใช้ระยะเวลานาน ดูได้เรื่อยๆ ยาวๆ ฉายได้หลายรอบ เพราะฉะนั้นเขาถึงเป็นซีรีส์ Purpose คืออะไร เหมือนตั้งนโยบายต้องมี mission ว่าจะไปอะไร ขับเคลื่อนเศรษฐกิจใช่ไหม ใช้วัฒนธรรมขับเคลื่อน เพื่อให้เศรษฐกิจดี ทำไมไม่บรรจุเป็นหนึ่งหมวดของอุตสาหกรรมในสภาอุตสาหกรรม รวมถึงกระทรวงอุตสาหกรรมที่มองลงมา ว่าอุตสาหกรรมนี้เป็น Creative economy

ปัจจัยของนโยบาย อยู่ที่ว่าทำหรือยัง ปัญหาตอนนี้คือ รู้แต่ว่ายังไม่มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนอย่างแท้จริง และไม่ได้มีรายละเอียดของนโยบาย ถ้านโยบายชัด ก็จะมีผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น มีการส่งออกเพิ่มมากขึ้น หรือมีคอนเทนต์ที่สร้างชื่อเสียงให้ประเทศที่ตอบโจทย์ที่ชัดเจน เรื่องนโยบายต้องตั้งเป็นวาระแห่งชาติ แล้วรายละเอียดอื่นๆ จะตามมา” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“การส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย มีการวางกลยุทธ์ ถ้าเราดูตามนิยามอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เรื่องของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหา ศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นองค์ความรู้ในประเทศ มีโอกาสที่จะทำได้ แต่ถ้าจะพูดถึงเรื่องการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ กำหนดนโยบายที่ชัดเจน ไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ต้องส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่นได้ ต้องเปลี่ยนวิธีการคิดของรัฐ ว่าสื่อจะต้องถูกควบคุม คนก็ไม่กล้า ครีเอทอะไร ไม่กล้าตั้งคำถาม ไม่กล้าทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ ขึ้นมา ก็เลยจะวนเวียนอยู่ตรงนั้น” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

4.1.2 การตั้งหน่วยงานอิสระ

แนวคิดการจัดตั้งหน่วยงานอิสระในรูปแบบ องค์การมหาชน หรือรูปแบบอื่นๆ ที่มีการบริหารจัดการคล่องตัวกว่าการบริหารจัดการในรูปแบบระบบราชการ ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติให้เป็นองค์กรเพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ให้ดำเนินต่อไปได้อย่างมีทิศทางที่ชัดเจนรวมถึงผู้ทำงานควรมีความรู้ความเข้าใจระบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นอกจากนั้นภาครัฐต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของเอเชีย

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ สมควรมีคณะกรรมการสักชุดเพื่อกำหนดนโยบายและวางแนวทางขับเคลื่อนอย่างจริงจัง” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ” (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

“อาจจะพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“สิ่งที่จะต้องเริ่มก่อนคือ หน่วยงานรัฐบาลก่อน อาจจะเป็นหน่วยงานอิสระที่จัดตั้งขึ้นมา มีรูปแบบเฉพาะ มีความเป็นอิสระ อาจจะมี พรบ. ขึ้นมารับรองไว้อยู่ ถึงแม้รัฐบาลจะเปลี่ยนไปยุคสมัยไหน หน่วยงานนี้ก็ยังคงอยู่ และผลักดันให้เกิดการสานต่อนโยบายไปเรื่อยๆ ก็จะทำให้มีความเสถียรและเกิดความมั่นคง มั่นใจ ในมุมของผู้ประกอบการซึ่งก็จะไม่ต้องกลัวว่าถ้ารัฐบาลชุดนี้หมดแล้วจะต้องทำอย่างไรต่อ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“องค์กรอิสระก็มีข้อดี มีความคล่องตัว ในการบริหารงานแบบเอกชน แต่ไม่ใช่เอกชน ต้องพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย โครงสร้าง นโยบาย บุคลากร รวมถึงเรื่องของความรู้ การศึกษา ความเข้าใจในเรื่องศิลปะด้านบันเทิง นำไปสู่เรื่องการ บริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบไหน ต้องมีผู้บริหารจัดการที่ดีและมีความเข้าใจ” (สุรศักดิ์ สรรพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

4.1.3 การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน

ความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองสนับสนุน กับมุมมองที่เห็นต่าง

มุมมองสนับสนุน ฝ่ายสนับสนุนความคิดในการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน คือ การลงทุนสตูดิโอที่มีความพร้อม เป็นเมืองของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง เพื่อจะได้เป็นจุดศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารกัน

"ในอเมริกาก็เป็นแบบนี้ คือถ้าเมืองไหนเป็นเมืองของการถ่ายทำก็จะเป็นทั้งเมืองเลย แล้วก็บุคลากรทั้งหลายจะมารวมกันที่นี่ เราหาคนทำงานง่ายมาก เหมือน silicon valley ในอเมริกาที่ทั้งเมืองก็คือคนที่ทำเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี ควรจะทำให้มีลักษณะแบบนั้น เหมือนทาวน์อินทาวน์ ก็คือเมืองของโฆษณา ถ้าเกิดมีจุดศูนย์รวม มี HUB การทำงานจะง่ายขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยน" (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

"โจทย์ของเราน่าจะเป็นโรงถ่ายที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน มีโลเกชั่นที่สร้างขึ้นใหม่ที่มีทุกอย่างที่จะสนับสนุนเขาได้ อันนี้ก็ต้องเป็นเรื่องของภาคเอกชน ในต่างประเทศจะนิยมมาใช้โรงถ่ายในประเทศกำลังพัฒนา เพราะถูกกว่า ซึ่งถ้าเราสร้างให้พร้อมก็จะทำให้เขามาใช้ หลังจากนั้นเขาอาจจะใช้พื้นที่ตรงนั้นเป็นที่ท่องเที่ยวต่อเนื่องว่าใครอยากจะดูเบื้องหลัง" (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

มุมมองที่เห็นต่าง ฝ่ายที่เห็นแตกต่างออกไปมีมุมมองว่า เป็นการลงทุนขนาดใหญ่เกินไป ซึ่งภาครัฐควรจะต้องคิดถึงความคุ้มทุนในการลงทุน และการใช้ภาษีของประชาชนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ นอกจากนี้ โดยภาครัฐลงทุนช้าเกินไป ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันเอกชนหลายๆ แห่งจึงลงทุนด้านโรงถ่าย สิ่งอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำละครโทรทัศน์ด้วยตนเองล้ำหน้าไปก่อนแล้ว

"โครงสร้างพื้นฐาน มันไม่ได้จำเป็นอะไรขนาดนั้นหรอก รัฐไม่ต้องไปลงทุนขนาดนั้น เพราะว่าเป็นภาษีของประชาชน ซึ่งในประเทศนี้มีส่วนอื่นที่ควรเอาไปพัฒนาอีกเยอะแยะมากมาย เพียงแต่ว่าสิ่งที่ช่วยได้ คือลดโครงสร้างภาษี การนำเข้าอุปกรณ์ถ่ายทำ ภาษีของธุรกิจที่ทำเกี่ยวกับพวกนี้ลงมา" (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

“แต่ก่อนเราเคยใช้คำว่า Movie town เป็นเมืองภาพยนตร์ ปัจจุบันเอกชนทำเอง ภาครัฐเคยคิดจะลงทุน แต่ว่าปัจจุบันเนื่องจากว่าการทำใช้เทคโนโลยีเยอะ ลงทุนโครงสร้างลงทุนเยอะ ปัจจุบันเอกชนลงทุนทำกันเยอะ รัฐเลยไม่ลงทุนเอง เคยมีการนิคมอุตสาหกรรม เมื่อประมาณ 4-5ปีที่แล้ว เขาจะทำเป็นอุตสาหกรรมบันเทิง แถวๆ รอบๆ นอกกรุงเทพ เขาจะทำเป็นนิคมอุตสาหกรรมบันเทิงโดยลงทุนโครงสร้างพื้นฐานให้ แล้วปรากฏว่าไม่มีใครสนใจ คือเอกชนเขาบอกเขาทำเองได้ และปัจจุบันพวกละครหรือหนังบางเรื่องแค่ถ่ายนิดหน่อย แล้วก็มาสร้างผ่านคอมพิวเตอร์ ถ้าคนไม่ใช้จะไม่คุ้ม” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

4.1.4 วิธีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย

ภาครัฐควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ด้วยการให้เงินอุดหนุนและต้องมีนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจน จึงจะหามาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนได้ถูกทาง หน่วยงานที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงจะต้องพูดคุยและแบ่งหน้าที่ในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรมโดย ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์ มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์

นอกจากนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้เอกชนตั้งโจทย์ในการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยตนเอง ให้อิสระ เพราะมีประสบการณ์สูงและรัฐบาลทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดทุกปี สนับสนุนเวทีเจรจาการค้าระหว่างกัน และมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“มีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“อุดหนุนให้ทำเป็นโปรเจค สมมติคุณอุดหนุน 70% จ่ายเงินไปเลย แต่ว่าต้องให้ได้แบบนี้นะ เพราะรัฐจะสามารถทำได้คือว่า คณะกรรมการที่คัดเลือกต้องมาจาก ภาคส่วนต่างๆ ให้มีความหลากหลาย มีทั้งภาคธุรกิจ ภาควิชาการที่อยากจะเห็นอุตสาหกรรมนี้เติบโต เมื่อคัดเลือกได้แล้วก็ให้อุดหนุน เพื่อให้สามารถสื่อความหมายและสร้างงานออกมาได้ยิ่งใหญ่” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ อย่างละครเกาหลีบางเรื่องก็ไม่มีลิขสิทธิ์เลย คือเอาไปฉาย เขาได้แบรนด์ คือการต่อยอด ผู้ผลิตก็ได้ด้วย คนไทย ท่องเที่ยวก็ได้กันหมด แต่รัฐบาลจะสนับสนุนไหม” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“รัฐสนับสนุนอย่างน้อย ช่วย PR ให้ก็ยังดี ออกมาช่วยโปรโมทให้ด้วย หา solution และหาแนวทางให้ชัด และต้อง implement ให้ได้ อย่างน้อยที่สุดสิ่งที่อยู่ในมือของภาครัฐ นี่คือหลักการบริหาร นโยบายแปลออกมาเป็นรูปธรรมได้ด้วยอะไร ไม่มีเงิน ก็ไม่เป็นไร เพราะเราทำธุรกิจของเราอยู่แล้ว” (สุรพล พีรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“ที่จริงคนที่ตีโจทย์ต้องเป็นภาคเอกชนอยู่แล้ว รัฐให้การอุดหนุนในลักษณะซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขัน เพราะฉะนั้นต้องเป็นภาคเอกชน ที่มีครีเอทีฟ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

4.2 แนวทางกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการศึกษา แนวทางด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น

4.2.1 การปรับรูปแบบการเล่าเรื่องของผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนดูโทรทัศน์ออกจากหน้าจอ

โทรทัศน์ไปสู่หน้าจอโทรศัพท์ ทั้งเรื่องของการคาดเดาอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมต่อการชมละครโทรทัศน์ ทำให้สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับปรุงคือ การเล่าเรื่อง ที่จะต้องสนุก น่าติดตาม มีคุณภาพ ทันสมัย ไม่ว่าจะนำบทประพันธ์เดิมมาสร้างใหม่ หรือการคิดพล็อตเรื่องขึ้นมาใหม่ อีกทั้งยังต้องพัฒนาให้การเล่าเรื่องมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้ชม

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ตอนนี้ต้องปรับตัว ก็ทำให้ความยาวของละครแต่ละเรื่อง ของแต่ละช่อง ไม่ยาวเกินเดี๋ยวนี้ก็จะไว เพราะฉะนั้นโอกาสที่เขาจะได้อะไรเพื่อให้คุ้มค่า ระยะเวลาเดี๋ยวนี้มันก็สั้นลง เขาต้องกลับมาคิดแล้วว่า การทำละคร ต้องไม่คิดว่ามันออกแค่ช่องทางเดียว กลายเป็นว่าเขาต้องหา Multi-platform ให้ได้ เพื่อจะขายตามที่ต่างๆ” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“ผมว่าเริ่มต้นจากการเขียนบท เขียนเนื้อเรื่องให้ดีที่สุด แล้วก็ตัดต่อ อันนี้สำคัญ การเล่าเรื่องไม่ควรซับซ้อน ง่ายๆ สนุก ไม่ต้องตีความ เนื้อหาเรียบๆ ไม่ได้กระตุ้นให้คิดว่าแล้วทำไมถึงเป็นแบบนี้ แล้วเราจะทำอะไร ซึ่งในละครต่างประเทศจะมีคำถามเยอะ คือเป็น conflict ไม่ใช่แค่ชั้นเดียว ต้องคิดเพิ่มหลายชั้น ซึ่งอันนี้ผมว่าอยากให้มีการส่งเสริมให้ทำยังไงให้เพิ่มขึ้น” (วรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“สุดท้ายคือทำยังไงให้มีความสนุกของละครอยู่ในนั้นจะเล่าแบบไหน หรือจะเป็นเรื่องอะไรทำได้หมดเลย เพียงแต่ดูแล้วคุณต้องทำให้มีเส้นเรื่องอยู่ มีจุดไคลแม็กซ์ มีความน่าติดตาม การเปิดปมปัญหา คลี่คลาย คือต้องทำได้ตามนี้แล้วถ้าทำได้สามารถเขียนเป็นสูตรได้เลยนะ เพราะซีรีส์ทั้งหลายในอเมริกาก็เป็นสูตรแบบนี้ ถ้าได้สูตรอย่างนี้ออกมา คุณทำอะไรก็น่าจะประสบความสำเร็จ” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ปัจจุบันคนดูเดาใจยาก มีสิ่งอื่นๆ ที่คนดูให้ความสนใจมากกว่าละคร ถ้าคนดูไปแล้วคือบางคนก็ไปเลย กลับมายาก บางคนไม่อยู่หน้าจอทีวี แต่อยู่ที่หน้าจอโทรศัพท์มากกว่า เราจะทำอย่างไรเพื่อดึงคนดูให้ได้ เพราะฉะนั้นเราต้องตื่นตัวตลอดเวลา ต้องพัฒนาทุกด้าน คุณภาพการผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเก่า เรื่องใหม่ คุณภาพต้องมาก่อน ทันสมัย น่าสนใจ มีจุดขาย และสะดุดใจถูกใจคนดูสักเพียงใด ก็ต้องพัฒนาทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเป็นละครในแต่ละเรื่อง” (ปิ่นกมล มาลีนนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ทำเนื้อเรื่องให้สนุก ต้องมีพล็อตใหม่ๆ หรือพล็อตเก่าก็ได้แต่ต้องตีความใหม่ คุณต้องมีความละเอียด ต้องทำรีเสิร์ช ไม่ใช่สตอรี่รีเสิร์ช นะ แต่เป็น consumer research การนำเสนอสิ่งที่เป็นไทยไม่ใช่เรื่องของคลาสสิคไทย ต้องเป็นโมเดิร์น เป็นปัจจุบันของไทย ยกตัวอย่างเกาหลีนั่นก็คือ ยังอยู่เป็นครอบครัวใหญ่ แต่เป็นเรื่องปัจจุบัน การกินข้าวด้วยกัน ซีนบางซีนยังเห็นไหกิมจิอยู่ นั่นไม่ได้ยัดเยียด แต่เป็นวิถี การเป็นไทยไม่ใช่จะต้องมุ่งไทย ผ้าไทย วิถีชีวิตแบบไทยๆ ตอนนี้สังคมเราเริ่มเป็นสังคมเล็กๆ แยกกันอยู่ สังเกตละครไทย เคยเห็นไหม พระเอกไทย นางเอกไทย ทำอาชีพอะไร ตัดมาแต่เรื่องในบ้าน” (สุรศักดิ์ สรรพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

4.2.2 การส่งเสริมนักแสดงที่มีศักยภาพ

ภาครัฐจะต้องช่วยผลักดันนักแสดงที่มีฐานกลุ่มผู้ชมในต่างประเทศ มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม มีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวก ด้านงบประมาณการเดินทางไปประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในต่างประเทศด้วยรวมไปถึงสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“สิ่งหนึ่งที่พบในซีรีส์ต่างประเทศ เขาไม่ได้คิดเฉพาะตลาดในประเทศเขา เขาจะคิดว่าจะต้องไปขายที่ไหน สิ่งที่ผู้สร้างละครไทยต้องคิดว่า ละครไทยเราจะไปขายที่ไหนบ้าง เมื่อละครเราจะไปขายที่ไหนบ้างต้องถามว่ากลุ่มเป้าหมายของเราตรงนั้นจะมีอะไรดึงดูดเขาได้บ้าง เช่น นักแสดงไทย นักแสดงชาติอื่นๆ นักแสดงมีความสามารถมากแค่ไหน ต้องมองว่าเป้าหมายเราเป็นที่ไหนยังไง” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม สนับสนุนดาราไทยที่ไปต่างประเทศ เขาต้องกินต้องอยู่ไปเรียนภาษาเอง ไปเช่าบ้านอยู่เอง ควรมีสมาพันธ์หรืออะไรที่จะสนับสนุนเขา ดาราไทยที่ไปแบบนี้ต้องดูแล ต้องฝึกฝนภาษา ต้องมีการประชาสัมพันธ์ ฝึกการวางตัว ทำยังไงให้เขาอยู่อย่างยั่งยืนได้ที่นั่น แต่ตอนนี้ทุกคนไปด้วยตัวเอง” (ตวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

4.2.3 แนวทางปัจจัยสนับสนุนรูปแบบการสร้างสรรค์การผลิตละครโทรทัศน์ไทย

ปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยคือ ต้องทำให้อุตสาหกรรมเติบโต มีบุคลากร แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมให้มากขึ้น โดยการทำเป็นระยะเวลา เพราะอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ในลักษณะนี้ ไม่สามารถเห็นผลได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่ต้องเป็นการวางแผนอย่างเป็นระบบ ภาครัฐและเอกชนต้องมีการทำความเข้าใจร่วมกันใหม่ โดยมองว่าตลาดต้องการอะไร มากกว่าการนำเสนออะไร ผู้ผลิตจึงควรสร้างเนื้อหาในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เป็นวัฒนธรรมของเราเอง

ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน สนับสนุน กระตุ้น ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุน ในการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ตลอดจนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย การเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย การเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนเป็นผู้กระตุ้น” (วศิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

“มีการสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน รวมไปถึง การส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้วย” (ชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

บทที่ 5
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการส่งเสริม กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ตลอดจนศึกษาถึงแนวโน้มที่เป็นไปได้ของการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 3 รอบ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

รอบที่ 1 เป็นการประมวลสาระสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำมาจัดทำเป็นแบบสอบถาม สำหรับให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมได้ทำการแสดงความคิดเห็น

รอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องในแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นแนวโน้มสำคัญที่นักศึกษาได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน เมื่อกลุ่มผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องด้วยการแสดงระดับความคิดเห็น นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) โดยนำค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มาคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 1 กับควอไทล์ที่ 3 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้ของแนวโน้มใดที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญสอดคล้องกัน (Consensus) แต่ถ้าหากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของแนวโน้มใด มีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญไม่สอดคล้องกัน โดยผลการวิจัย จะนำผลที่มีค่าผ่านเกณฑ์คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) หรือ IQR ระหว่าง Q3-Q1 มีค่าไม่เกิน 1.5

รอบที่ 3 เป็นการยืนยันทัศนะของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นแนวโน้มที่เป็นไปได้ว่ามีความสอดคล้องกันหรือฉันทามติ เมื่อกลุ่มผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องแล้วเห็นเป็นเอกฉันท์จึงจะถือว่าสิ้นสุด และในรอบนี้มีคำถามเพิ่มเติมคือ อนาคตภาพ ของประเด็นคำถามที่เคยใช้ในรอบที่ 2 ว่ามีโอกาสเป็นไปได้หรือเป็นไปไม่ได้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อสรุปเกี่ยวกับ “แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ต่อไป

ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจะมีคำถามปลายปิด (Close-ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Question)

ที่มีลักษณะในการแสดงระดับความคิดเห็น และแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายปิด ออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) และระดับความคิดเห็น จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย จากแบบสอบถามรอบที่ 2

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย จากแบบสอบถามรอบที่ 3

โดยการนำเสนอในรูปแบบตาราง ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) และระดับความคิดเห็น จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน จากแบบสอบถามรอบที่ 2

ตารางที่ 5.1 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
1. รัฐบาลควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูงเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย	4.10	5.00	5	1.553	1.75	ไม่สอดคล้อง
2. รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน	3.50	4.00	5	1.504	2	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
3. รัฐบาลควรมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย	3.85	4.00	5	1.424	2.5	ไม่สอดคล้อง
4. รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์	3.70	4.00	5	1.525	2.75	ไม่สอดคล้อง
5. รัฐบาลควรกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579	4.10	5.00	5	1.518	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
6. รัฐบาลควรกำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง	3.85	4.50	5	1.496	2	ไม่สอดคล้อง
7. รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.00	5.00	5	1.451	2	ไม่สอดคล้อง
8. รัฐบาลควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่	3.95	5.00	5	1.356	2	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
9. รัฐบาลควรกำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม	4.35	5.00	5	1.226	1	สอดคล้อง
10. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก	3.70	4.00	5	1.380	3	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
12. รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย	4.20	5.00	5	1.322	1	สอดคล้อง
13. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุน	4.26	5.00	5	1.284	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
การพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย						
14. รัฐบาลควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.10	5.00	5	1.483	1.75	ไม่สอดคล้อง
15. รัฐบาลควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	4.05	5.00	5	1.395	2	ไม่สอดคล้อง

จากตารางที่ 5.1 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมด 15 ประเด็น พบว่ามีความเห็นสอดคล้องกัน 4 ประเด็น และไม่สอดคล้องกัน 11 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ประเด็นด้านนโยบายที่มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 ได้แก่ ข้อที่ 5 กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 ข้อที่ 9 กำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ข้อที่ 12 รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย และข้อที่ 13 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

ส่วนนโยบายที่มีระดับความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน คือ มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 สูงที่สุด คือ ข้อที่ 10 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก ข้อที่ 4 รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ข้อที่ 3 รัฐบาลควรมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่

ขนาดกลาง และขนาดย่อย ข้อที่ 2 รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน ข้อที่ 6 รัฐบาลควรกำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ข้อที่ 7 รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ข้อที่ 8 รัฐบาลควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ ข้อที่ 15 รัฐบาลควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน ข้อที่ 1 รัฐบาลควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย ข้อที่ 11 รัฐบาลควรกำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายแผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์(คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวิดีทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น) และข้อที่ 14 รัฐบาลควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
1. รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	4.15	5.00	5	1.226	1	สอดคล้อง
2. รัฐบาลจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ	4.25	5.00	5	1.293	1.75	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน						
3. รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ	4.65	5.00	5	1.089	0	สอดคล้อง
4. รัฐบาลมีการสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน	3.65	4.00	5	1.424	2	ไม่สอดคล้อง
5. รัฐบาลจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน	4.30	5.00	5	1.081	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
6. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	4.45	5.00	5	0.945	1	สอดคล้อง
7. รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง	4.55	5.00	5	0.826	1	สอดคล้อง
8. ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น	4.45	5.00	5	0.826	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
9. รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน	4.40	5.00	5	0.995	1	สอดคล้อง
10. รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย	4.75	5.00	5	0.444	0.75	สอดคล้อง

จากตารางที่ 5.2 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมด 10 ประเด็น พบว่ามีความเห็นสอดคล้องกัน 8 ประเด็น และไม่สอดคล้องกัน 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ประเด็นด้านมาตรการส่งเสริมที่มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 ได้แก่ ข้อที่ 1 รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน ข้อที่ 3 รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 5 จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน ข้อที่ 6 ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ข้อที่ 7 รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ข้อที่ 8 ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น ข้อที่ 9 การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน และข้อที่ 10 ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

ส่วนมาตรการส่งเสริมที่มีระดับความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน คือ มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 สูงที่สุด คือ ข้อที่ 4 สนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกันและข้อที่ 2 จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการ

ดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.55	5.00	5	0.510	1	สอดคล้อง
2. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น	4.90	5.00	5	0.308	0	สอดคล้อง
3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ	4.65	5.00	5	0.671	0.75	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ	4.50	5.00	5	0.827	1	สอดคล้อง
5. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาและวัฒนธรรม	4.40	5.00	5	0.754	1	สอดคล้อง
6. รัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ	4.45	4.50	5	0.605	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
7. รัฐบาลและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	4.35	5.00	5	0.813	1	สอดคล้อง
8. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล	4.30	5.00	5	1.081	1	สอดคล้อง

จากตารางที่ 5.3 ประเด็นกลยุทธ์การส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมด 8 ประเด็น พบว่ามีความเห็นสอดคล้องกัน 8 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ประเด็นด้านนโยบายที่มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 คือ ข้อที่ 1 เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ข้อที่ 3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม ข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ ข้อที่ 7 มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย และข้อที่ 8 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล

ตารางที่ 5.4 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน	4.85	5.00	5	0.366	0	สอดคล้อง
2. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	4.20	5.00	5	1.105	1.75	ไม่สอดคล้อง
3. จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น	4.10	4.50	5	1.021	2	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
4. ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น	4.35	5.00	5	0.988	1.75	ไม่สอดคล้อง
5. กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม	4.15	4.00	5	0.933	1.75	ไม่สอดคล้อง
6. มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ	3.75	3.50	5	1.209	2	ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 5.4 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
7. มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง	4.30	5.00	5	0.923	2	ไม่สอดคล้อง
8. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551	4.80	5.00	5	0.410	0	สอดคล้อง

จากตารางที่ 5.4 ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมด 15 ประเด็น พบว่ามีความเห็นสอดคล้องกัน 2 ประเด็น และไม่สอดคล้องกัน 6 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ประเด็นด้านนโยบายที่มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 คือ ข้อที่ 1 มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน และข้อที่ 8 มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551

ส่วนปัจจัยสนับสนุนที่มีระดับความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน คือ มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 สูงที่สุด คือ ข้อที่ 2 รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ข้อที่ 3 จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น ข้อที่ 4 ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น ข้อที่ 5 กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม ข้อที่ 6 มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ และข้อที่ 7 มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง

ตารางที่ 5.5 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความคิดเห็น จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพมีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง	4.89	5.00	5	0.315	0	สอดคล้อง
2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น	4.58	5.00	5	0.507	1	สอดคล้อง
3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค	4.47	5.00	5	0.697	1	สอดคล้อง
4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์	4.58	5.00	5	0.607	1	สอดคล้อง

ตารางที่ 5.5 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น
5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย	4.63	5.00	5	0.597	1	สอดคล้อง
6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.63	5.00	5	0.597	1	สอดคล้อง
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย	4.47	5.00	5	0.841	1	สอดคล้อง
8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.58	5.00	5	0.692	1	สอดคล้อง

จากตารางที่ 5.5 ประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมด 8 ประเด็น พบว่ามีความเห็นสอดคล้องกัน 8 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ประเด็นด้านนโยบายที่มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 คือ ข้อที่ 1 พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง ข้อที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น ข้อที่ 3 ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ข้อที่ 4 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์ ข้อที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อที่ 7 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคตจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน จากแบบสอบถามรอบที่ 3

ตารางที่ 5.6 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. รัฐบาลควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูงเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย	4.20	5.00	5	1.399	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน	3.50	4.00	5	1.504	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
การแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน							
3. รัฐบาลควรมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย	3.75	4.00	5	1.410	2.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
4. รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์	3.85	4.50	5	1.496	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่า มัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
5. รัฐบาลควรกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579	4.20	5.00	5	1.436	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. รัฐบาลควรกำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง	3.85	4.50	5	1.496	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
7. รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	4.10	5.00	5	1.373	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
8. รัฐบาลควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่	4.05	5.00	5	1.317	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
9. รัฐบาลควรกำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม	4.30	5.00	5	1.261	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
10. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก	3.70	4.00	5	1.302	2.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
11. รัฐบาลควรกำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น)	4.15	5.00	5	1.137	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
12. รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย	4.15	5.00	5	1.348	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
13. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย	4.15	5.00	5	1.309	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ มัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
14. รัฐบาลควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.05	5.00	5	1.468	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
15. รัฐบาลควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	4.00	5.00	5	1.376	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

จากตารางที่ 5.6 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด ดังต่อไปนี้

1) นโยบายที่สอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 1 ข้อ คือ ข้อที่ 5 กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579

2) นโยบายที่สอดคล้องแต่ไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 1 ข้อ คือ ข้อที่ 9 กำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม สิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นด้วยกับที่อยู่ในระดับมาก มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ (มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป) แต่โอกาสความเป็นไปได้ในภาพอนาคต มีค่าน้อยกว่าร้อยละ 85 ส่วนใหญ่มีความเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นแนวนโยบายที่ดี แต่อาจจะเกิดขึ้นได้ยากในอนาคต

3) นโยบายที่ไม่สอดคล้องแต่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 5 ข้อ คือ ข้อที่ 1 รัฐบาลควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย ข้อที่ 7 รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ข้อที่ 11 รัฐบาลควรกำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจน

ส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น) ข้อที่ 12 รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย และข้อที่ 13 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศรวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความเห็นไม่สอดคล้องกัน แต่มองว่าภาพอนาคตมีโอกาสเป็นไปได้

4) นโยบายที่ไม่สอดคล้องและไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 8 ข้อ คือ ข้อที่ 2 รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน ข้อที่ 3 รัฐบาลควรมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย ข้อที่ 4 รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ข้อที่ 6 รัฐบาลควรกำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ข้อที่ 8 รัฐบาลควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่ ข้อที่ 10 ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์

และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาค ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก ข้อที่ 14 รัฐบาลควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และข้อที่ 15 ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน

เมื่อจัดกลุ่มข้อมูลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ สามารถทำนายอนาคตภาพของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและวิเคราะห์สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	**ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)**	**ค่ามัธยฐาน (Median)**	**ค่าฐานนิยม (Mode)**	**ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)**	**ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)**	**ระดับความคิดเห็น**	**ภาพอนาคต**
ภาครัฐ	4.25	4.40	4.40	0.526	0.70	สอดคล้อง	เป็นไปได้
ผู้ประกอบการ	3.64	4.33	1.40	1.591	3.20	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
ผู้ผลิต	3.95	4.50	1.80	1.483	2.59	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
นักวิชาการ	4.21	4.60	5.00	0.912	1.77	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.7 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีนโยบายที่มีโอกาสเป็นไปได้ ต้องมีค่ามัธยฐานมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ (มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป) เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากตาราง ค่ามัธยฐานอยู่ในระดับมากกว่า 3.5 ทุกกลุ่ม ค่าพิสัยควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 อยู่เพียง 1 กลุ่มได้แก่ ภาครัฐ ส่วนภาพอนาคตแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เห็นว่าเป็นไปได้ คือ กลุ่มภาครัฐ และกลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มที่เห็นว่าเป็นไปไม่ได้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์

ตารางที่ 5.8 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	4.10	4.50	5	1.210	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
2. รัฐบาลจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนาอาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน	4.00	5.00	5	1.451	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
3. รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ	4.65	5.00	5	1.089	0	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
4. รัฐบาลมีการสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน	3.65	4.00	5	1.424	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
5. รัฐบาลจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน	4.30	5.00	5	1.081	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
6. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	4.25	5.00	5	1.209	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
7. รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง	4.45	5.00	5	0.887	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
8. ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ	4.35	5.00	5	0.875	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น							
9. รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน	4.35	5.00	5	0.988	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
10. รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย	4.70	5.00	5	0.470	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.8 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด ดังต่อไปนี้

1) มาตรการที่สอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 5 จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน ข้อที่ 6 ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ข้อที่ 9 การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน และข้อที่ 10 ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

2) มาตรการที่สอดคล้องแต่ไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 1 รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน ข้อที่ 3 รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 7 รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง และข้อที่ 8 ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น

3) นโยบายที่ไม่สอดคล้องและไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

(IQR) มากกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 2 ข้อ คือ ข้อที่ 2 จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน และข้อที่ 4 สนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน

โดยเมื่อจัดกลุ่มข้อมูลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ทำให้เราสามารถทำนายอนาคตภาพของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและวิเคราะห์สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ดังตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ภาครัฐ	4.24	4.50	2.80	0.874	1.45	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
ผู้ประกอบการ	4.22	4.45	4.60	0.717	1.10	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
ผู้ผลิต	4.43	4.50	4.50	0.299	0.52	สอดคล้อง	เป็นไปได้
นักวิชาการ	4.28	4.70	5.00	1.090	1.65	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

จากตารางที่ 5.9 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ มาตรการที่อยู่ในระดับมาก มีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และ

ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ (มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป) เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากตารางค่ามัธยฐานอยู่ในระดับมากกว่า 3.5 ทุกกลุ่ม ค่าพิสัยควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 อยู่เพียง 1 กลุ่ม และอนาคตภาพมีโอกาสเป็นไปได้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่ามาตรการที่มีโอกาสเป็นไปได้และมีความคิดเห็นสอดคล้องคือ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์

ตารางที่ 5.10 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด	4.55	5.00	5	0.510	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น	4.90	5.00	5	0.308	0	สอดคล้อง	เป็นไปได้
3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ	4.65	5.00	5	0.671	0.75	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.10 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ	4.50	5.00	5	0.827	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
5. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม	4.40	5.00	5	0.754	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. รัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ	4.45	4.50	5	0.605	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.10 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
7. รัฐบาลและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	4.30	4.50	5	0.801	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
8. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล	4.30	5.00	5	1.081	1	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

จากตารางที่ 5.10 ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด ดังต่อไปนี้

1) กลยุทธ์ที่สอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 6 ข้อ คือ ข้อที่ 1 เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ข้อที่ 3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม และข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

2) กลยุทธ์ที่สอดคล้องแต่ไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 2 ข้อ คือ ข้อที่ 7 มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย และข้อที่ 8 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล

โดยเมื่อจัดกลุ่มข้อมูลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ทำให้เราสามารถทำนายอนาคตภาพของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและวิเคราะห์สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ดังตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ภาครัฐ	4.33	4.50	4.63	0.381	0.69	สอดคล้อง	เป็นไปได้
ผู้ประกอบการ	4.33	4.25	4.13	0.552	0.94	สอดคล้อง	เป็นไปได้
ผู้ผลิต	4.75	4.75	4.50	0.289	0.50	สอดคล้อง	เป็นไปได้
นักวิชาการ	4.70	5.00	5.00	0.603	0.75	สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.11 ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ กลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่อยู่ในระดับมาก ต้องมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากตาราง ค่ามัธยฐานอยู่ในระดับมากกว่า 3.5 ทุกกลุ่ม ค่าพิสัยควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 ทุกกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญทุกกลุ่มทั้งหมดมีความคิดเห็นสอดคล้อง และมองอนาคตภาพที่เป็นไปได้ทุกกลุ่มมีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป ทุกประเด็น คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ แสดงให้เห็นว่าทุกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมองว่ากลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ มีโอกาสเป็นไปได้

ตารางที่ 5.12 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติกฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน	4.85	5.00	5	0.366	0	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	4.40	5.00	5	0.821	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
3. จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น	4.00	4.00	5	1.026	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.12 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
4. ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น	4.35	5.00	5	0.988	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
5. กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม	4.40	5.00	5	0.754	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ	4.05	4.50	5	1.050	2	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.12 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
7. มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง	4.40	5.00	5	0.883	1.75	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
8. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551	4.85	5.00	5	0.366	0	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

จากตารางที่ 5.12 ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด ดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยสนับสนุนที่สอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 3 ข้อ คือ ข้อที่ 1 มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน ข้อที่ 2 รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และข้อ 5 กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม

2) ปัจจัยสนับสนุนที่สอดคล้องแต่ไม่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และภาพอนาคตที่เป็นไปไม่ได้ มีค่าร้อยละน้อยกว่า 85 มีจำนวน 1 ข้อ คือ 8. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551

3) ปัจจัยสนับสนุนที่ไม่สอดคล้องแต่มีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) มากกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 3 จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น ข้อที่ 4 ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น ข้อที่ 6 มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ และข้อที่ 7 มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง

โดยเมื่อจัดกลุ่มข้อมูลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ทำให้เราสามารถทำนายอนาคตภาพ

ของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและวิเคราะห์สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ดังตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ภาครัฐ	4.30	4.25	3.88	0.381	0.75	สอดคล้อง	เป็นไปได้
ผู้ประกอบการ	4.13	4.38	3.25	0.720	1.38	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
ผู้ผลิต	4.59	4.69	5.00	0.493	0.91	สอดคล้อง	เป็นไปได้
นักวิชาการ	4.73	4.75	4.75	0.285	0.44	สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.13 ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่อยู่ในระดับมาก ต้องมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ (มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป) เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากตาราง ค่ามัธยฐานอยู่ในระดับมากกว่า 3.5 ทุกกลุ่ม ค่าพิสัยควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 ทุกกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญทุกกลุ่มทั้งหมดมีความคิดเห็นสอดคล้องและมองอนาคตภาพที่เป็นไปได้ทุกกลุ่มมีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ยกเว้นกลุ่มผู้ประกอบการ ที่มองอนาคตภาพมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 85 ทำให้ถึงแม้จะมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน แต่มองภาพอนาคตภาพว่าเป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 5.14 ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็นและภาพอนาคต จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน ในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพมีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง	4.9	5	5	0.308	0	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น	4.35	4.5	5	0.933	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจและระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค	4.45	5	5	0.759	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์	4.6	5	5	0.598	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 5.14 (ต่อ)

ข้อ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย	4.65	5	5	0.587	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.55	5	5	0.686	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย	4.45	5	5	0.826	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้
8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4.55	5	5	0.686	1	สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.14 ประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด ดังต่อไปนี้

1) แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ โดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป มีจำนวน 8 ข้อ คือ ข้อที่ 1 พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง ข้อที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น ข้อที่ 3 ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ข้อที่ 4 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์ ข้อที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อที่ 7 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โดยเมื่อจัดกลุ่มข้อมูลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ทำให้เราสามารถทำนายอนาคตภาพของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและวิเคราะห์สภาพการณ์ของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ ดังตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ระดับความคิดเห็น และภาพอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)	ค่ามัธยฐาน (Median)	ค่าฐานนิยม (Mode)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR)	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ภาครัฐ	4.08	4.25	3.63	0.438	0.81	สอดคล้อง	เป็นไปได้
ผู้ประกอบการ	4.58	4.69	5.00	0.445	0.91	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
ผู้ผลิต	4.88	4.88	4.75	0.144	0.25	สอดคล้อง	เป็นไปได้
นักวิชาการ	4.78	5.00	5.00	0.437	0.56	สอดคล้อง	เป็นไปได้

จากตารางที่ 5.15 ประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย คือ แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ที่อยู่ในระดับมาก ต้องมีค่ามัธยฐานอยู่ระดับมากกว่า 3.5 และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันในแต่ละแนวโน้ม มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 และเป็นภาพอนาคตที่เป็นไปได้ มีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากตาราง ค่ามัธยฐานอยู่ในระดับมากกว่า 3.5 ทุกกลุ่ม ค่าพิสัยควอไทล์ (IQR) น้อยกว่า 1.5 ทุกกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดทุกกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องและมองอนาคตภาพที่เป็นไปได้ทุกกลุ่มมีค่าร้อยละ 85 ขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ

บทที่ 6
สรุปการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3. ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการส่งเสริม กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ตลอดจนศึกษาถึงแนวโน้มที่เป็นไปได้ของการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนข้อมูลในเบื้องต้นพบว่ายังไม่มีความเป็นรูปธรรมในแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยดังกล่าวเพื่อเป็นการมองอนาคตและความเป็นไปได้ในการศึกษาครั้งนี้จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 4 กลุ่ม ด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 20 คน ดังนี้

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในนโยบายด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทางด้านนโยบายและมาตรการ โดยเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐหรือหน่วยงานในกำกับที่ทำหน้าที่รับผิดชอบหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 5 คน

2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการในสถานีโทรทัศน์ที่เคยมีการเผยแพร่ละครโทรทัศน์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศโดยมีประสบการณ์ในการบริหาร เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 6 คน

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ไทย ที่มีประสบการณ์การผลิตหรือกำกับละครโทรทัศน์ไทย ในบริษัทที่มีการส่งออกหรือมีแนวโน้มการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ โดยมีประสบการณ์การทำงานเป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 4 คน

4) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาด โดยเป็นผู้ที่สอนหรือวิจัยเกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชนโดยมีประสบการณ์การทำงานด้านการสอนหรือการวิจัยเป็นระยะเวลาระหว่าง 3- 5 ปี จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Form) สำหรับเก็บข้อมูลเทคนิคเดลฟาย รอบที่ 1 โดยผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาจัดทำเป็นแบบสอบถามเดลฟาย รอบที่ 2 และ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบที่ 2 จากแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ (Inter Quartile Range) การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบที่ 3 จากแบบสอบถาม หลังจากผู้เชี่ยวชาญยืนยันหรือเปลี่ยนแปลง ความคิดเห็นและภาพอนาคตอย่างอิสระ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Inter Quartile Range) และภาพอนาคต โดยสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งหมด 20 คน ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นถึงแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1.1 นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทย ตั้งแต่อดีตละครโทรทัศน์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ดำเนินการโดยเอกชนมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี ในส่วนของนโยบายของภาครัฐส่วนใหญ่ จะเป็นกฎหมายส่งเสริมของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ในความดูแลของกระทรวงวัฒนธรรม พระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ในความดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสช.)

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1) ประเด็นด้านนโยบายและมาตรการ พบว่า เนื่องจากยังไม่มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับการส่งเสริมส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมและไม่มีความชัดเจน หน่วยงานต่างๆ ยังขาดความเข้าใจที่ตรงกันและมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในลักษณะต่างคนต่างทำ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดนโยบายและมาตรการในเชิงรุกโดยการจัดให้มีองค์กรอิสระที่รับผิดชอบโดยตรง เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) หรือศูนย์กลาง (Hub) ในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือ CLMV โดยให้มีลักษณะของการสร้างพื้นที่ในการทำงานร่วมกัน (Co-production) ตลอดจนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการผสมผสานภูมิปัญญาไทยและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

2) ประเด็นด้านการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การบูรณการความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษาในการอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การแสวงหาแหล่งเงินทุนทั้งในและระหว่างประเทศเพื่อสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพ การส่งเสริมให้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกในตลาดทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดให้มีการสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง

การดำเนินนโยบายของภาครัฐจากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐต่อละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1) การดำเนินการนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับปรุงข้อความในยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 – 2564) ในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่ส่วนใหญ่ยังเน้นไปในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางให้กับกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการหลัก ให้สามารถกำหนดทิศทางในการส่งเสริมได้อย่างจริงจัง

2) สาระสำคัญของการปรับข้อความในยุทธศาสตร์ คือ การใช้คำว่า content เพื่อให้ครอบคลุมถึงละครโทรทัศน์ด้วย ซึ่งจะทำให้ละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและสามารถผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีรัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลไทย

ปัญหาการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ ดังนี้

1) งบประมาณในการสนับสนุนมีจำนวนไม่เพียงพอและมุ่งเน้นสนับสนุนสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถให้การสนับสนุนสื่อโทรทัศน์ได้คล่องตัว

2) งบประมาณของกองทุนสนับสนุนกระจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงานของภาครัฐ บางหน่วยงานมีภารกิจซ้ำซ้อน ทำให้การใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปอย่างมีเอกภาพ มีโอกาสในการถูกเกลี่ยงบประมาณหรือโยกย้ายงบประมาณไปอยู่ในส่วนอื่นๆ จึงไม่เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน นอกจากนั้นงบประมาณในการสนับสนุนมีไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นการจัดสรรงบประมาณในระบบราชการ หากงบประมาณในปีใดใช้ไม่หมดหรือใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพตามจำนวนเงิน จะมีผลต่อการของบประมาณในปีถัดไป

3) มีการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยให้ผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการเขียนโครงการวิจัย ทำให้ไม่สามารถของบประมาณมาทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาได้

ผลประโยชน์ทางธุรกิจ จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดังนี้

1) ภาครัฐและภาคเอกชนมีทัศนคติในเชิงผลประโยชน์ต่างกัน โดยภาครัฐมองว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงทำให้ภาคเอกชนได้ผลกำไร รวมไปถึงผลการประกอบการบางส่วนนั้นเอกชนไม่เปิดเผยข้อมูลอย่างแท้จริง เพราะกังวลเรื่องของการเสียภาษี และไม่ต้องการเปิดเผยรายได้ทางธุรกิจให้คู่แข่งขันเดียวกันได้รับรู้ ทำให้ไม่สามารถวัดประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายได้ ถือเป็นปัญหาของการขับเคลื่อนนโยบายอีกประการหนึ่ง ส่วนภาคเอกชนมีมุมมองว่ารัฐบาลมีปัญหาในเรื่องของการสนับสนุนเงินลงทุนเนื่องจาก อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย เป็นเรื่องทางธุรกิจที่ภาคเอกชนทำกำไรในการประกอบธุรกิจได้มากโดยไม่จำเป็นที่รัฐจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง

2) ภาครัฐควรมีวิธีการส่งเสริมการส่งออกโดยใช้กลไกทางการตลาดรวมไปถึงการขายลิขสิทธิ์ การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ความคล่องตัวในการบริหารงาน จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องความคล่องตัวในการบริหารงานของภาครัฐ คือ การจัดตั้งหน่วยงานใหม่

เป็นรูปแบบองค์การมหาชน มีพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership : PPP) ให้มีความคล่องตัวมีประสิทธิภาพและมีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ

1.1.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการกำหนดประเภทเรื่อง (Genre) ของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

1) ละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่เป็นละครประเภทเรื่องยาว ละครชุดหรือซีรีส์ มีจุดเริ่มต้น 2 ลักษณะคือการนำบทประพันธ์นิยายที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลง เพื่อนำมาใช้สร้างเป็นละครโทรทัศน์ หรือโดยการประพันธ์ขึ้นมาใหม่ แล้วนำมาสร้างเป็นบทละครโทรทัศน์ โดยนักเขียนรุ่นใหม่ซึ่งเนื้อเรื่องในรูปแบบนี้มักจะเป็นเรื่องราวที่สร้างขึ้นมาตามความต้องการของตลาดหรือความสนใจของผู้ชม มีข้อดีคือทำให้ผู้ชมติดตามชมละคร เพราะไม่สามารถอ่านนิยายหรือรู้เรื่องล่วงหน้าได้

2) แนวเรื่อง ส่วนใหญ่นิยมเน้นเรื่องราวที่ไม่เครียด แนวรักโรแมนติก ตลกขบขัน แนวดราม่าหรือละครชีวิต ละครย้อนยุค ละครแนวผี เรื่องลี้ลับ หรือละครเขย่าขวัญ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ตลาดของทางสถานี

3) กำหนดจากกลุ่มเป้าหมาย โดยละครโทรทัศน์ไทยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใน 2 ลักษณะ คือ กลุ่มเป้าหมายเดิมที่ชื่นชอบบทประพันธ์นิยายไทยที่เคยเป็นที่นิยมและถูกสร้างมาแล้ว จึงมักจะนำมาสร้างซ้ำที่เรียกว่าละครรีเมค (remake) ซึ่งอาจได้รับความนิยมหรือไม่ก็ได้ ส่วนกลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ มักจะเป็นละครวัยรุ่นหรือเรียกว่า ละครซีรีส์ โดยมีการนำนิยายสมัยใหม่หรือการสร้างบทประพันธ์ขึ้นใหม่ที่มีเนื้อหาตรงความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น ละครวายหรือละครชายรักชาย ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นหญิงสาววัยรุ่นซึ่งมีทั้งผู้ชมที่ติดตามในประเทศและต่างประเทศ

การกำหนดเรื่องราว (Story) ของละครโทรทัศน์ไทย คือ

1) ละครโทรทัศน์เริ่มต้นจากผู้จัดละครโทรทัศน์คัดเลือกเรื่องราว เนื้อหาเสนอกับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์เป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงเส้นเรื่องของละคร ว่ามีความน่าสนใจอย่างไร มีความแปลกใหม่มากน้อยเพียงใด ทั้งในส่วนของการนำนิยายหรือละครโทรทัศน์ที่เคยถูกสร้างแล้วมาสร้างใหม่ หรือที่เรียกกันว่า ละครรีเมค และละครโทรทัศน์ที่มีการนำนิยายสมัยใหม่ มาดัดแปลงเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์ นอกจากนี้การวางทีมงาน ผู้กำกับ นักแสดงนำ นักแสดงร่วม ส่วนใหญ่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่เป็นผู้ดูแลควบคุมการผลิต

การกำหนดเรื่องราว (Story) โดยส่วนมากนิยายที่นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ที่มีความแปลกใหม่ เรื่องราวที่เข้มข้น ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวความขัดแย้งในเรื่องความรัก เพราะเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับตัวเอง หรือผู้ชมสามารถเพ้อฝัน ทดแทนตัวเองเป็นนางเอกของเรื่อง เพราะโดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์จะเป็นกลุ่มผู้หญิง เนื้อเรื่องถูกจริตของผู้ชม และเป็นเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมในรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยของคนไทย แต่เรื่องราวของละครไทยจะไม่มีความสลับซับซ้อนในเนื้อเรื่องมากนัก ซึ่งจะแตกต่างกับวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น ละครโทรทัศน์ที่เรียกว่า ซีรีส์ฝรั่ง เป็นต้น

2) การกำหนดเรื่องจากกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ การกำหนดเรื่องราวจะเปลี่ยนไปตามกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ชมในเมืองแนวเรื่องส่วนใหญ่จะเป็นสากลมากขึ้น เนื้อหาจะทันสมัย เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ชมดูแล้วจะได้ความคิด การตีความ ดูแล้วคิดต่อติดตามต่อเนื่อง และจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ในขณะรับชมละคร ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนต่างจังหวัด เนื้อหาจะต้องดูแล้วเข้าใจง่าย สะท้อนความเป็นไทย มีความเรียบง่าย

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าควรมีการจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ สะท้อนความเป็นไทย เพื่อตอบสนองในส่วนของนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนและมีเรื่องราวใหม่ๆ มากขึ้น

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์ คือ กลุ่มผู้ชมในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มหลักใหญ่ๆ คือ การแบ่งตามพื้นที่ และการแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบรายการและการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

1) การแบ่งกลุ่มผู้ชมตามพื้นที่ ประกอบด้วย กลุ่มคนในเมืองหลวง และกลุ่มคนต่างจังหวัด โดยพิจารณาจากกลุ่มคนที่มีเพศ อายุ การศึกษา รสนิยม ที่แตกต่างกัน ซึ่งคนในกลุ่มเมืองหลวงจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูง มีโอกาสในการได้รับชมละครโทรทัศน์ที่หลากหลายจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการเปรียบเทียบละครโทรทัศน์ของไทยว่าเป็นละครที่มีเนื้อหาซ้ำซากหรือเรียกว่า ละครน้ำเน่า ทำให้ผู้ชมละครโทรทัศน์กลุ่มนี้ต้องการรับชมละครที่มีรสชาติแตกต่างจากเดิมออกไป ผู้ชมกลุ่มนี้ชื่นชอบการดูละครที่ให้ความคิด มีการตีความ มีสัญลักษณ์ซ่อนอยู่ ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ชมต่างจังหวัด จะเป็นคนที่รายได้น้อยกว่าหรือไม่ค่อยชื่นชอบละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ โดยส่วนมากกลุ่มคนกลุ่มนี้จะรับชมละครโทรทัศน์จากสถานีดั้งเดิม เช่น ช่อง 7HD ที่เน้นกลุ่มผู้ชมหลากหลายวัย หลากหลายรสนิยม ที่เรียกว่ากลุ่มแมส (Mass) มีลักษณะกว้างมากกว่า

เนื้อหามีระดับกว้างกว่า สะท้อนถึชีวิตของคนในต่างจังหวัด ดูง่าย สนุกสนาน ไม่ต้องตีความ เนื้อหาไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป

2) การแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มคนชนชั้นกลาง วัยรุ่นทั้งในเมืองและต่างจังหวัด โดยเฉพาะในกลุ่มเมืองจะรับชมสถานีโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น ช่อง GMM25 ที่เน้นเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche market) กลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ประเภท “ซีรีส์” ที่มีเนื้อหาสะท้อนวิถีชีวิตคนเมือง ตัวละครรูปแบบการดำเนินชีวิตใกล้เคียงกับผู้ชม นิยมการรับชมละครที่ต้องมีการตีความในเนื้อหาที่ซับซ้อน การซ่อนสัญลักษณ์ต่างๆ ให้ผู้ชมค้นหาค้นคว้า หรือได้เรียนรู้ความคิดจากเนื้อหาของละครดังนั้น เจ้าของสถานีโทรทัศน์หรือเจ้าของเงินทุนต้องเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง ของละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่างแปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาดให้มากยิ่งขึ้น

กลุ่มผู้ชมต่างประเทศ จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็น ดังนี้

1) ภาครัฐอาจจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายในการส่งออกละครโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านใน CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม รวมไปถึงประเทศจีน โดยมีการกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ ทั้งในด้านวัฒนธรรม ศาสนา ค่านิยม เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไทย โดยผ่านหน่วยงานที่รัฐบาลกำหนดภาระหน้าที่ให้เป็นผู้ดำเนินการ

2) ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมวัฒนธรรมไทย หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3) ภาครัฐควรมีงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง

4) การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่มีแนวโน้มการรับชมผ่านเทคโนโลยี เช่น รับชมผ่านอินเทอร์เน็ต มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีละครซีรีส์ที่ผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว

การตลาดของละครโทรทัศน์ไทย จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็น ดังนี้

1) ภาครัฐควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย โดยให้มีการทำวิจัยในการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิง

พาณิชย์และเชิงสังคม โดยมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกและเชิงรับในตลาดกลุ่มเป้าหมายเดิมและตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

2) การจัดกิจกรรมพบปะร่วมกับแฟนละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยการให้ดารานักแสดงของละครโทรทัศน์มาพบปะกับผู้ชมละครเพื่อให้นักแสดงและผู้ชมกลุ่มนี้รู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษกว่าคนอื่นๆ

3) การทำการตลาดออนไลน์เป็นการทำควบคู่ไปพร้อมกับช่วงระยะเวลาที่ละครโทรทัศน์ออกอากาศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนให้ผู้ชมที่เป็นแฟนประจำไม่ลืมที่จะติดตามรับชม และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ละครกับผู้ชมที่ไม่ใช่แฟนประจำให้มาติดตามรับชม นอกจากนี้แล้ว ละครโทรทัศน์เรื่องใดมีเนื้อเรื่องหรือมีกระแสอะไรเกิดขึ้นในสังคมหรือในสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางให้ผู้ชมเข้ามาสืบค้นข้อมูล จนกระทั่งกลายมาเป็นแฟนประจำในการติดตามละครโทรทัศน์เรื่องนั้นๆ ได้ รวมไปถึงการสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐ เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดส่งออกละครโทรทัศน์

1.1.3 ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยจากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยภายในด้าน การบริหารงาน การบริหารบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย และการวิเคราะห์ศักยภาพที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

ด้านการบริหารงาน ในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ภาคเอกชนผลิตละครโทรทัศน์ โดยมีฐานผู้ชมในประเทศเป็นหลัก เมื่อละครโทรทัศน์ออกอากาศจบสมบูรณ์ บางบริษัทจึงนำละครไปเสนอขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ โดยมีการซื้อขายในงานมหกรรมบันเทิงในต่างประเทศ การบริหารงานด้านการส่งออกเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย การซื้อขายอิสระแล้วแต่ว่าบริษัทใดมีประสบการณ์ในการขายลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์และมีช่องทางในการผลักดันให้ละครโทรทัศน์โทรทัศน์เป็นสินค้าของบริษัทได้ ภาครัฐสามารถสนับสนุนการส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศโดยจัดตั้งองค์กรอิสระทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์หรือบริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ได้

ด้านการบริหารบุคลากร อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยมีบุคลากรที่ดีและมีความสามารถในการสร้างสรรค์ ได้แก่ ทีมงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก ซึ่งมีผลงานการผลิตกับละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่จำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพในการ

เขียนบทละครโทรทัศน์ยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ลักษณะการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นการทำงานอิสระ ไม่ใช่พนักงานประจำ ทำให้ไม่มีความมั่นคงในการทำงาน ขาดสวัสดิการต่างๆ ที่จำเป็น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ เช่น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาลบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ การพัฒนาให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งสถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน

ด้านงบประมาณ การปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จะมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องวางแผนการทำงานให้ดี ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุนกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ เพราะมีความเสี่ยงในการขาดทุนได้ ภาครัฐควรสนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

เครื่องมืออุปกรณ์การผลิตและระบบการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทยมีการพัฒนาที่ดีมากขึ้นตามลำดับ มีความทันสมัยมากขึ้น มีการนำเข้าและใช้อุปกรณ์การผลิตที่มีมาตรฐานสูงเทียบเท่าต่างประเทศ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ควรที่จะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เพื่อเป็นการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำ วิธีการถ่ายทำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในอนาคต

การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยดังนี้เมื่อมีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจัดตั้งสถานีใหม่เป็นจำนวนมาก ทำให้ละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลาย มีเนื้อหาแปลก แตกต่างออกไปจากอดีต ทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมอย่างแม่บ้าน ผู้ชมชาวบ้าน กลุ่มเป้าหมายที่เป็นมวลชนหรือ Mass มีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงหรือที่เรียกว่า niche market มากขึ้น มีตลาดของผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชายรักชาย เป็นต้น ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมละครโทรทัศน์ได้มากขึ้น ควรมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและมีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น และมีการวางกลยุทธ์ของเนื้อหาทางวัฒนธรรม มีการสร้างภาพลักษณ์

ของประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ โดยอาจจะต้องมองตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทยจากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทยในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคดังนี้

จุดแข็งพบว่า ละครโทรทัศน์ไทยมีจุดแข็งในเรื่องเทคนิคการถ่ายทำที่ดูง่าย เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมากนัก มีการพัฒนามากขึ้นกว่าในอดีต และละครโทรทัศน์แนวของไทยส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาละครจัดจ้าน ทะเลาะ ตบตี รุนแรง แต่ดูแล้วไม่เครียด มีสีสัน มีความสนุกสนาน ตลกขบขัน ซึ่งยังคงเป็นเสน่ห์ของละครโทรทัศน์ไทยที่ทำให้ผู้ชมในประเทศและต่างประเทศติดตามได้ นอกจากนั้นละครโทรทัศน์ไทยมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรมทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยใหม่ อยู่ในละครโทรทัศน์ ซึ่งในต่างประเทศไม่มีประเพณีวัฒนธรรมแบบนี้ ทำให้ตัวเนื้อหาเป็นที่สนใจของผู้ชมในต่างประเทศ

จุดอ่อนพบว่าละครโทรทัศน์ไทยขาดความแปลกใหม่ของเนื้อหา ไม่สมจริง มีข้อผิดพลาดในเนื้อหา ขาดการค้นคว้าที่ละเอียดลึกซึ้ง เนื้อหาบางประการไม่ตรงความต้องการของตลาดต่างประเทศ การดำเนินเรื่องยังช้า ไม่รวดเร็ว ทำให้ไม่ถูกใจกลุ่มผู้ชมบางกลุ่มและมักมีข้อผิดพลาดในบางฉาก ขาดความต่อเนื่องของฉากและโปรดักชั่น เมื่อเกิดความผิดพลาดในละครจะทำให้ไม่ได้รับการตอบรับจากคนดูทั้งในและต่างประเทศ

โอกาสพบว่าละครโทรทัศน์ไทยมีโอกาสในการพัฒนาเป็นงานสร้างสรรค์และส่งออกตลาดต่างประเทศได้ ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศจีน โดยภาครัฐจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ให้ชัดเจน ทั้งประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน จะทำให้ผู้ผลิตสามารถสอดแทรกวัฒนธรรมไทย หรือสอดแทรกการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้ โดยภาครัฐสามารถสนับสนุนการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โครงเรื่องที่นำเสนอวิถีชีวิตของคนไทย โครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวาระพิเศษของประเทศไทยในเนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ โดยใช้มาตรการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้นจะเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

อุปสรรคพบว่าผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยในภาคเอกชนขาดการรวมตัวกันสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และขาดงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง นอกจากนี้อุปสรรคด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของ

ผู้บริโภคที่มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ เมื่อผู้บริโภคมีช่องทางในการรับชมสื่อบันเทิงอื่นๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีต

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย จากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกด้านภาพรวมตลาด เศรษฐกิจ ค่านิยมของสังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และการถูกจำกัดเนื้อหาละครที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

1) ภาพรวมเศรษฐกิจและการตลาด ปัจจุบันเมื่อสถานีโทรทัศน์ในประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้ละครโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐสามารถผลักดัน นโยบายส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก

2) ค่านิยมของสังคม ค่านิยมของการมองละครโทรทัศน์ว่าเป็น สื่อบันเทิงที่มีคุณค่าและเป็นงานศิลปะมากขึ้น โดยไม่มองว่าละครโทรทัศน์ คือ ศิลปะชั้นต่ำ ที่ไร้คุณค่าและไม่ประเทืองปัญญา ต้องเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจของคนในสังคมที่มีต่องานละครโทรทัศน์ไทย

3) การเมือง ปัญหาความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยครั้ง การเปลี่ยนรัฐบาล การเปลี่ยนนายกรัฐมนตรี การเปลี่ยนรัฐมนตรีประจำกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

4) กฎหมาย กฎหมายในการควบคุมดูแลด้านเนื้อหา ความเข้าใจในการถ่ายทอดงานศิลปะเป็นช่องว่างระหว่าง ผู้ผลิตละคร ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และผู้ชม ในประเด็นความเหมาะสมของเนื้อหา และยังขาดการส่งเสริมให้ละครโทรทัศน์มีเนื้อหาที่หลากหลาย เพราะละครประเภทส่งเสริมกีฬา หมอ พยาบาล วิชาชีพต่างๆในสังคม ไม่ถูกผลักดันให้ผลิต ส่วนใหญ่เมื่อละครที่มีเนื้อหารุนแรง เน้นอารมณ์ความรู้สึก ถูกผลิตขึ้นมานำเสนอแล้วได้รับความนิยม จึงทำให้มีการผลิตซ้ำต่อเนื่อง ควรมีการร่างหรือปรับปรุงกฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มากขึ้นในอนาคต

5) วัฒนธรรม ส่วนใหญ่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า ยังมีวัฒนธรรมบางประการของประเทศไทยที่สามารถสื่อสารกับประเทศเพื่อนบ้านได้ การสร้างละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรมสากล ที่ผู้ชมสัมผัสได้ ซึ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีมุมมองว่า วัฒนธรรมสากลแบบนี้ที่มีอยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาเพื่อถ่ายทอดลงไปในละคร

โทรทัศน์ของไทย วัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐมักจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง แตะต้องไม่ได้ ซึ่งการนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปในละคร ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก

6) การถูกจำกัดเนื้อหาละคร ประเทศจีนมีการจำกัดโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งพื้นที่และประชากรของประเทศจีนมีจำนวนมากและมีจำนวนผู้บริโภคละครโทรทัศน์ของไทยเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยในประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกทำให้โควตาการนำเข้าไม่แน่นอนในแต่ละปี บางบริษัทอาจจะเคยได้โควตานำเข้าละครโทรทัศน์จำนวนมาก แต่ในปีถัดไปอาจจะถูกบริษัทอื่นๆ ในประเทศไทย เข้ามามีส่วนแบ่งโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศจีนได้เช่นกัน

1.1.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น คือ ภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ มีความคิดเห็นในเชิงนโยบายและมาตรการที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือ การสำรวจสภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบันก่อนที่จะนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน การส่งเสริมเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยเข้าไปสู่ละครโทรทัศน์เพื่อให้คนในประเทศและต่างประเทศ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้นตลาดต่างประเทศให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถเข้าใจในเนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทย เพราะมีความใกล้เคียงในเชิงวัฒนธรรม และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่สนใจเนื้อหาแปลกใหม่มีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

นโยบายการจัดทำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควรเริ่มจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ มีการจัดตั้งงบประมาณที่ต่อเนื่อง นำไปสู่การปฏิบัติและการประเมินผล เพื่อดำเนินยุทธศาสตร์อย่างเป็นขั้นตอน และกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของการผลิตละครโทรทัศน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการพัฒนาทักษะความรู้แรงงานในวิชาชีพละครโทรทัศน์จะเป็นสิ่งที่สำคัญในลำดับถัดมา

ทั้งนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะแตกต่างจากภาพยนตร์ โดยมีการสอดแทรกวัฒนธรรมของไทยในละครโทรทัศน์เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ระบบเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น และเปิดโอกาสให้คนในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

นอกจากนั้น ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ ธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทยการส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทยเพื่อให้คนไทยรักละครและมีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์

การตั้งหน่วยงานอิสระแนวคิดการจัดตั้งหน่วยงานอิสระในรูปแบบ องค์การมหาชนที่มีการบริหารจัดการคล่องตัวกว่าการบริหารจัดการในระบบราชการ ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติเป็นองค์กรเพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ดำเนินต่อไปได้อย่างมีทิศทางที่ชัดเจน มีคณะทำงานที่มีความรู้ความเข้าใจในระบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของเอเชีย

การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองสนับสนุน กับมุมมองที่เห็นต่างโดยมุมมองสนับสนุน มีฝ่ายสนับสนุนความคิดในการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานคือ การลงทุนสตูดิโอที่มีความพร้อม เป็นเมืองอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงครบวงจร เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารส่วนมุมมองที่เห็นต่างมีมุมมองว่า การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเป็นการลงทุนขนาดใหญ่เกินไป ภาครัฐควรที่จะต้องคิดถึงความคุ้มทุนในการลงทุนและการนำภาษีของประชาชนมาใช้ในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เหล่านี้ซึ่งภาครัฐอาจจะลงทุนช้าเกินไป ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เพราะปัจจุบันเอกชนหลายๆ แห่งได้ลงทุนด้านโรงถ่าย สิ่งอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำละครโทรทัศน์ด้วยตนเองล่วงหน้าไปก่อนแล้ว

วิธีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยภาครัฐควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ด้วยการให้เงินอุดหนุนและต้องมีนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อหามาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนได้ถูกทาง หน่วยงานที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงจะต้องพูดคุยและแบ่งหน้าที่ในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรมโดยส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์

นอกจากนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้เอกชนตั้งโจทย์ในการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยตนเอง ให้อิสระ เพราะมีประสบการณ์สูงและรัฐบาลทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง

และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเป็นต้นมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดทุกปี สนับสนุนเวทีเจรจาการค้าระหว่างกัน และมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

แนวทางกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย จากผลการศึกษาแนวทางด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น

1) การปรับรูปแบบการเล่าเรื่องของผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนดูโทรทัศน์ออกจากหน้าจอโทรทัศน์ไปสู่หน้าจอโทรศัพท์ ทั้งเรื่องของการคาดเดาอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมต่อการชมละครโทรทัศน์ ทำให้สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับปรุงคือ การเล่าเรื่อง ที่จะต้องสนุก น่าติดตาม มีคุณภาพทันสมัย ไม่ว่าจะนำบทประพันธ์เดิมมาสร้างใหม่ หรือการคิดพล็อตเรื่องขึ้นมาใหม่ อีกทั้งยังต้องพัฒนาให้การเล่าเรื่องมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้ชม

2) การส่งเสริมนักแสดงที่มีศักยภาพ ภาครัฐจะต้องช่วยผลักดันนักแสดงที่มีฐานกลุ่มผู้ชมในต่างประเทศ มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม มีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวกด้านงบประมาณการเดินทางไปประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในต่างประเทศด้วยรวมไปถึงสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

3) แนวทางปัจจัยสนับสนุนรูปแบบการสร้างสรรค์การผลิตละครโทรทัศน์ไทย ปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยคือ ต้องทำให้อุตสาหกรรมเติบโต มีบุคลากรแรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมให้มากขึ้น โดยการทำเป็นระยะเวลา เพราะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะนี้ไม่สามารถเห็นผลได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่ต้องเป็นการวางแผนอย่างเป็นระบบ ภาครัฐและเอกชนต้องมีการทำความเข้าใจร่วมกันใหม่ โดยมองว่าตลาดต้องการอะไร มากกว่าการนำเสนออะไร ผู้ผลิตจึงควรสร้างเนื้อหาในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เป็นวัฒนธรรมของเราเอง

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน รอบที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มที่เป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยการวิจัยเชิงอนาคตโดยใช้เทคนิคเดลฟาย รอบที่ 2 จากการ

ตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งหมด 20 คน โดยเป็นกลุ่มเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Rang หรือ ค่า IQR) เป็นรายข้อเพื่อพิจารณาเลือกแนวโน้มที่เป็นไปได้ในระดับมากขึ้นไป คือ แนวโน้มที่มีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.5 เป็นแนวโน้มที่มีค่าความเห็นสอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นจากค่าแนวโน้มที่มีความสอดคล้องกัน ดังต่อไปนี้

1.2.1 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ จากทั้งหมด 15 ข้อ คือ

ข้อที่ 5 กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579

ข้อที่ 9 กำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ข้อที่ 12 รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย

และข้อที่ 13 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

1.2.2 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 10 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน

ข้อที่ 3 รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

ข้อที่ 5 จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน

ข้อที่ 6 ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

ข้อที่ 7 รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

ข้อที่ 8 ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น

ข้อที่ 9 การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน

และข้อที่ 10 ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

1.2.3 ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด

ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น

ข้อที่ 3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ

ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ

ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม

ข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

ข้อที่ 7 มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

และข้อที่ 8 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล

1.2.4 ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน

และข้อ 8 มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551

1.2.5 ประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

ข้อที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น

ข้อที่ 3 ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

ข้อที่ 4 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

ข้อที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย

ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อที่ 7 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย

และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.3 สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน รอบที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มที่เป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยการวิจัยเชิงอนาคตโดยใช้เทคนิคเดลฟาย รอบที่ 3 โดยการตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 20 คน กลุ่มเดียวกับการตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Rang หรือ ค่า IQR) เป็นรายข้อเพื่อพิจารณาเลือกแนวโน้มที่เป็นไปได้ในระดับมากขึ้นไป โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแนวโน้มที่มีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.5 เป็นแนวโน้มที่มีความสอดคล้องกันของความเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและภาพอนาคตที่มีแนวโน้มเป็นไปได้ มีค่าความถี่ร้อยละ 85 ขึ้นไป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นค่าแนวโน้มที่มีความสอดคล้องกันและภาพอนาคตที่เป็นไปได้ ดังต่อไปนี้

1.3.1 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 15 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่านโยบายที่มีความสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ 1 ข้อ คือ ข้อที่ 5 กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 1 ข้อ มีความไม่สอดคล้องแต่เป็นไปได้ 5 ข้อ และ มีความไม่สอดคล้องและเป็นไปไม่ได้ 8 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการพบว่า มีเพียงกลุ่มภาครัฐที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.2 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามาตรการที่มีความสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ 4 ข้อ คือข้อที่ 5 จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์

เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน ข้อที่ 6 รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ข้อที่ 9 รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน และข้อที่ 10 รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 4 ข้อ มีความไม่สอดคล้องและเป็นไปไม่ได้2 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ พบว่า มีเพียงกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.3 ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 8 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่านโยบายที่มีความสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ 6 ข้อ คือข้อที่1เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ข้อที่3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม ข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 2 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ พบว่า ทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.4 ผลการศึกษาด้านปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 8 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่านโยบายที่มีความสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ 3 ข้อ คือ ข้อที่ 1 มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืนข้อที่ 2 รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และข้อที่ 5กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 1 ข้อ มีความไม่สอดคล้องแต่เป็นไปได้ 4 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการพบว่า มีเพียง 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้ยกเว้น กลุ่มผู้ประกอบการ

1.3.5 ผลการศึกษาด้านแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 8 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่านโยบายที่มีความสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ 8 ข้อ คือ ข้อที่ 1 พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง ข้อที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น ข้อที่ 3 ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ข้อที่ 4 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์ ข้อที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุน

ระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อที่ 7 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการพบว่า มีเพียง 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ ที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้ ยกเว้น กลุ่มผู้ประกอบการ

2. อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

2.1 นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.3 ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

2.1 ประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการวิจัยเดลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องและเป็นไปได้เพียง 1 ข้อ จาก 15 ข้อ คือ

การกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 ทั้งนี้เนื่องจากที่ผ่านมาละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ดำเนินการโดยเอกชนมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี โดยภาครัฐมีส่วนในการดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังที่ปรากฏในพระราชบัญญัติ

การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ถึงแม้ว่าในพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีการจัดตั้งกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะตามกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยกองทุนนี้ได้จัดตั้งเป็นกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีการกล่าวถึงนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งอาจเกิดจากการที่มีหลายหน่วยงานรับผิดชอบประกอบกับหน่วยงานต่างๆยังขาดความเข้าใจที่ตรงกันโดยเฉพาะการนิยามเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รวมถึงการดำเนินงานที่ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร จันทร์สถิตย์พร (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยได้ตั้งประเด็นในการอภิปรายว่าประเทศไทยเป็นกรณีศึกษาที่ไม่พบการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้รับผิดชอบหรือผู้สนับสนุนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง แต่พบในลักษณะกระจายตัวและขาดการบูรณาการ ผลจากการนิยามและความรับผิดชอบรวมทั้งขอบเขตที่แตกต่างกัน ทำให้การดำเนินการสื่อสารแนวคิดให้เกิดความเข้าใจชัดเจนจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมยังขาดประสิทธิภาพ

ส่วนพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551ยังไม่มีการนิยาม คำว่าละครโทรทัศน์ ลงไปในอุตสาหกรรมนี้อย่างชัดเจนมีเพียงแต่ สื่อภาพยนตร์ ที่มีการนิยามไว้อย่างชัดเจน แต่การดำเนินการนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับปรุงข้อความในยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 – 2564) ที่ส่วนใหญ่ยังเน้นไปในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อเป็นแนวทางให้กับกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการหลัก ให้สามารถกำหนดทิศทางในการส่งเสริมได้อย่างจริงจัง โดยการใช้คำว่า Digital content เพื่อให้ครอบคลุมถึงละครโทรทัศน์ ทำให้ละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นและสามารถผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลดังนั้นภาครัฐจึงควรเป็นผู้กำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลไทย

นอกจากนั้นจากการประมวลความหมายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามแนวทางของ UNCTAD ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นวงจรการผลิตและการสร้างรายได้จากสินค้าและบริการที่

ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบสำคัญในการสร้างรายได้จากการค้าและสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการรวมกันระหว่างสาขาศิลปะ บริการ และอุตสาหกรรมจากความหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามแนวทางของ UNCTAD ซึ่งได้จัดให้งานสื่อ (Media) เป็นกลุ่มงานผลิตสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ ละครโทรทัศน์จึงเป็นหนึ่งในงานโสตทัศน์ (Audiovisual) ประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างรายได้จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์นำทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน

สอดคล้องกับ Tung และ Wan (2009) ที่กล่าวว่าเกาหลีในฐานะต้นแบบของนโยบายในการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีภาครัฐช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งธุรกิจและดำเนินงานต่อไปได้ โดยภาครัฐมีประสิทธิภาพในการทำงานเป็นอย่างดีต่อการสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ ต่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยในด้านนโยบายที่มีโอกาสเป็นไปได้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญภาครัฐ มีความคิดเห็นสอดคล้องและเห็นว่านโยบายที่ออกมาล้วนมีโอกาสเป็นไปได้ทั้งสิ้น ตรงกันข้ามกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้านนี้มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องและโอกาสเป็นไปไม่ได้ สะท้อนความไม่เชื่อมั่นและความไม่ไว้วางใจที่มีต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐที่ผ่านมาและต่อเนื่องไปยังอนาคต มีเพียงกลุ่มนักวิชาการที่มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันเช่นเดียวกับกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ แต่มีความคิดเห็นด้านนโยบายว่ามีโอกาสเป็นไปได้

ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากผลการวิจัยเดลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องและเป็นไปได้จำนวน4 ข้อ จาก 10 ข้อ คือ

1) จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน ทั้งนี้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในฐานะผู้สร้างสรรค์ ภาครัฐและนักวิชาการในฐานะผู้ชมต่างเห็นพ้องต้องกันว่า บทละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่สำคัญในการเริ่มต้นผลิตละครโทรทัศน์ บทละครที่ดีจะนำไปสู่การสร้างสรรค์ละครที่ดีสู่สายตาผู้ชมสอดคล้องกับ สรรัตน์ จิรบวรวิสุทธิ์ (2554) ที่กล่าวว่าละครโทรทัศน์ไทยมักจะถูกนิยามในแง่ลบถึงความไม่สมจริงทั้งในแง่ของโครงเรื่องที่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเหตุบังเอิญ ลักษณะตัวละครที่แบนราบ ไม่มีมิติ ถึงแม้ว่าในการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์อาจจะขึ้นอยู่กับพรสวรรค์และความสามารถของแต่ละ

บุคคล ตามรูปแบบของงานศิลปะที่ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ทั้งนี้ถึงแม้ว่าจะไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน งานบทละครโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นงานศิลปะประเภทพาณิชย์ศิลป์ (Commercial art) อันหมายถึง เงื่อนไขของการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับกระแสทุนนิยมและการบริโภคนิยม มาตรการที่ดีต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์คือ ต้องส่งเสริมให้มีการเสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้นและเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ทั้งภาครัฐในมุมของการจัดทำมาตรการเพื่อกระตุ้นให้มีแนวเรื่องใหม่ๆ เกิดขึ้น ส่งเสริมระบบความคิดสร้างสรรค์ของคนเพื่อถ่ายทอดไปในเนื้อหาของละครโทรทัศน์

2) ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เนื่องจากการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องระมัดระวังและมีวางแผนการทำงานที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุนจากการประกอบกิจการดังนั้นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจึงมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าภาครัฐควรสนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

3) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้านโดยในหน่วยงานภาครัฐ คือสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบกิจการด้านโทรทัศน์ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้ที่อยู่ในวิชาชีพสื่อสารมวลชนด้วยกัน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้จริง และนำความรู้ไปถ่ายทอดต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้ ซึ่งเป็นมาตรการที่ดีแต่อาจจะยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ในภาพกว้างให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ภาครัฐจึงควรสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้านให้เกิดขึ้นได้จริง

4) ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายทั้งนี้ในปัจจุบัน รัฐบาลได้เริ่มต้นด้วยการประกาศระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 เพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาลในการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจการปฏิรูปการวิจัยการพัฒนาและการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมกัน และมีหน่วยงานเดียวในการบูรณาการการพัฒนานโยบายทั้งระบบเพื่อประสานการ

ดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ต่อไปในอนาคต

สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความคิดเห็นและอนาคตภาพมีโอกาสเป็นไปได้ คือ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ เพียงกลุ่มเดียวที่ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ต้องการสื่อสารรูปแบบการทำงานที่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและผู้ประกอบการด้วยเช่นเดียวกันว่ายังไม่สามารถ สร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ให้มีคุณภาพได้มากขึ้นกว่าในปัจจุบันในประเด็นเรื่องของมาตรการในการส่งเสริม กลุ่มภาครัฐกลับเป็นกลุ่มที่มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันและคิดว่าเป็นไปไม่ได้ สะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นในการทำงานในเชิงปฏิบัติของบุคลากรในหน่วยงานของภาครัฐเอง และความเชื่อมั่นของภาครัฐที่มีต่อผู้ประกอบการภาคเอกชน ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งกันในทางความคิด อีกทั้งในบริบทของสังคมไทย มาตรการหลายๆ อย่างที่ออกมา จะมีกลุ่มที่เห็นด้วยว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่เวลาที่มาตรการเหล่านั้นจะนำไปปฏิบัติมักจะไม่ได้ผลเต็มประสิทธิภาพ ดังผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความคิดเห็นในด้านมาตรการที่จะสนับสนุน ในส่วนของผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน แต่กลับขัดแย้งกันในมุมมองของภาพอนาคตที่ค่าเฉลี่ยออกมาอธิบายได้ว่า มีโอกาสเป็นไปไม่ได้ และกลุ่มเดียวที่มีความเห็นสอดคล้องกับภาครัฐที่คิดว่ามาตรการต่างๆ อาจจะไม่สอดคล้องและเป็นไปไม่ได้ในทางปฏิบัติก็คือ กลุ่มนักวิชาการ ที่เป็นผู้เฝ้ามองสังคมและสะท้อนความเห็นในเชิงวิชาการ

2.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากผลการวิจัยเดลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องและเป็นไปได้เพียง 6 ข้อ จาก 8 ข้อ คือ

1) เจ้าของสถานีหรือเจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด

2) มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น

3) รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ

4) ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ

5) มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม

6) มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

สอดคล้องกับ องอาจ สิงห์ลำพอง (2550) ที่กล่าวว่าส่วนสำคัญที่ละครโทรทัศน์ไทยต้องให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือ บทละครโทรทัศน์ ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์จึงมีหน้าที่สร้างงานบทละครโทรทัศน์ที่มีความลุ่มลึกดำเนินเรื่องในทุกเหตุการณ์บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือเมื่อได้ใช้บทละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในการผลิตจะช่วยเสริมให้การทำงานสร้างสรรค์ต่อจากนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นดังนั้นการจะพัฒนาบทละครให้มีเรื่องราว ที่แปลกใหม่จึงเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาบุคลากร นั่นก็คือ คนเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีองค์ความรู้และสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ผุสดี วัฒนสาคร (2557) ที่กล่าวว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนำเสนอเป็นยุทธศาสตร์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยได้ คือ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร สร้างเครือข่ายความร่วมมือ มีการบูรณาการอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ มีการดำเนินการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภค สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยได้เรียนรู้เทคโนโลยี การบริหารจัดการ องค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

การวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้ “ทุนวัฒนธรรม” เป็นแก่นเน้นการนำเสนอคุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้าและบริการ

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ ทั้งหมดมีความคิดเห็นสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ทุกกลุ่มสอดคล้องกับ ชาล ศิริสมรรถการ (2556) ที่ศึกษาผู้นำกับกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจละครของสถานีโทรทัศน์ไทยที่ชี้ให้เห็นว่าภาคธุรกิจเอกชนมีการปรับปรุงกลยุทธ์การทำงานอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการแข่งขันระหว่างสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อบริหารการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ รวมไปถึง พทัยนุช บุศน้ำเพชร (2556) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ว่าจะต้องใช้เกณฑ์การคัดเลือกเรื่องเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์จะต้องเป็นเรื่องที่มีความสนุกสนานให้ข้อคิดแก่ผู้ชมและมีความแปลกใหม่น่าสนใจ มีความร่วมสมัยกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เป็นเรื่องที่มีความสอดคล้องกับนโยบายของผู้จัด มีความเหมาะสมกับช่วงเวลาในการออกอากาศ เหมาะสมกับความนิยมของกลุ่มผู้ชมทั้งในส่วนของกระแสสังคมและนักแสดง มีเนื้อเรื่องที่แตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสร้างผลกำไรทางธุรกิจให้กับผู้ผลิตได้

ในส่วนของเนื้อหาละครโทรทัศน์วารินทร์ ปฐมอารีน์ (2552) ได้กล่าวว่าสภาพการแข่งขันของละครไทยกับละครเกาหลีภายในภูมิภาคเอเชียนั้น ละครเกาหลีมีการแพร่หลายในหลายๆประเทศ เนื่องจากการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีใต้นอกจากนี้ทั้งภาครัฐและเอกชนของไทยเองยังสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงของไทยน้อย ไม่เพียงพอต่อการแข่งขันกับต่างประเทศ ภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการวางแผนร่วมกันเพื่อให้คนนิยมความเป็นไทย โดยเอกลักษณ์ของละครโทรทัศน์เกาหลีมักจะหยิบยกความเป็นเมืองในโซลเป็นหลัก แต่ก็ไม่ละทิ้งภาพต่างจังหวัดที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งในข้อนี้มีลักษณะคล้ายกับประเทศไทยที่มีการนำเสนอภาพความเป็นเมืองและความเป็นชนบทเช่นกัน ละครโทรทัศน์เกาหลีมีการนำภาพวัฒนธรรมในอดีตมานำเสนอในเรื่องราวปัจจุบัน การไปท่องเที่ยวในพระราชวังโบราณ นำเสนอให้เห็นภาพจำลองของขุนนางในราชสำนัก เป็นสอดแทรกขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเข้าไปในละครอย่างกลมกลืน นอกจากวัฒนธรรมโบราณแล้วก็ยังมีวัฒนธรรมสมัยใหม่ ความเจริญรุ่งเรืองของเมืองโดยเป็นการใช้เทคโนโลยีและแฟชั่นแบบวัฒนธรรม บริโภคนิยม ซึ่งแนวทางการสร้างละครในลักษณะนี้มีให้เห็นในละครโทรทัศน์ไทยอยู่บ้างเช่นกัน แต่จำนวนไม่มากพอต่อการปลูกฝังค่านิยมต่างๆ เหมือนกับที่ละครโทรทัศน์เกาหลีส่งผลต่อคนเกาหลีในเรื่องความเป็นชาตินิยมที่สูงมาก ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยเองก็สามารถทำได้เช่นเดียวกัน แต่จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนละครในลักษณะเนื้อหาดังกล่าวให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น

การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้นเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นมวลชนหรือ Mass มีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงหรือ

ที่เรียกว่า niche market มากขึ้น มีตลาดของผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชายรักชาย เป็นต้น ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมละครโทรทัศน์ได้มากขึ้น มีวิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาพและเสียง มุมกล้องที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวางหมากของพล็อตเรื่องที่ให้คนดูรอติดตามต่อในสัปดาห์ต่อไป รวมไปถึงการมีผู้ประกอบการใหม่ หรือผู้ประกอบการเดิม พัฒนาเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง โปรดักชั่นของละครโทรทัศน์ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น นอกจากนี้แล้วการที่มีสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นและช่องทาง OTT (Over-the-top) หรือ การให้บริการสื่อสารและแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนโครงข่ายสัญญาณเอง ถือเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก เช่น Line TV Netflix เป็นต้น ซึ่งช่องทางเหล่านี้มีการนำละครโทรทัศน์ไปออกอากาศย้อนหลังให้ผู้ชมที่พลาดการรับชมการออกอากาศสด รวมไปถึงมีการสร้างสรรค์เนื้อหาเฉพาะขึ้นมาสำหรับรับชมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตแต่เพียงอย่างเดียวด้วยเช่นกัน

2.3 ปัจจัยสนับสนุนละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากผลการวิจัยเดลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องและเป็นไปได้เพียง 3 ข้อ จาก 8 ข้อ คือ

3.3.1 การมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่ชัดเจน มีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่องและยั่งยืนเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมนี้ของหน่วยงานทุกส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และภาคเอกชนเอง ซึ่งจะทำให้มีทิศทางที่ชัดเจนโดยที่ทุกคนมองไปยังเป้าหมายเดียวกัน

3.3.2 รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยและอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3.3.3 การกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีนหรือประเทศอื่นๆ ที่มีความสนใจเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยซึ่งจะทำให้ภาครัฐเองสามารถกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนด วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคมของแต่ละประเทศได้ ซึ่งจะนำไปสู่โจทย์การสร้างละครโทรทัศน์ในรูปแบบเฉพาะของการส่งออกในแต่ละประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31HD ที่มีการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกับต่างประเทศและออกอากาศพร้อมกัน หรือบริษัทจีเอ็มเอ็มทีวีจำกัด ที่มีการผลิตละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศพร้อมกันทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน รวมไปถึงมีการส่งออกละครโทรทัศน์ไป

ฉายยังต่างประเทศสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. หรือ ช่อง 33 HD มีการขายลิขสิทธิ์เพื่อนำไปออกอากาศพร้อมกันทั้งในประเทศและต่างประเทศของละครโทรทัศน์เรื่อง ลิขิตรัก (The Crown Princess) ผ่านระบบ OTT หรือ Over The Top ของบริษัท เท็นเซ็นต์ วิดีโอ ในเครือบริษัทเท็นเซ็นต์ (Tencent) เจ้าของบริษัทด้านไอทีในประเทศจีน

โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม มีกลุ่มผู้ประกอบที่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยสนับสนุนนั้นเป็นไปไม่ได้แตกต่างจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ถึงแม้ว่าความคิดเห็นของทุกกลุ่มจะสอดคล้องกันสะท้อนถึงความไม่เชื่อมั่นและความไม่ไว้วางใจต่อภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

ปัจจัยของความไม่เชื่อมั่นจากผู้ประกอบการประการหนึ่งคือวัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง แตะต้องไม่ได้ การนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปในละคร จึงต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมสากล ที่ผู้ชมทั่วโลกสัมผัสได้ ยังไม่ค่อยได้ถูกนำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ไทยมากเท่าไร ซึ่งผู้ประกอบการและนักวิชาการมองว่า วัฒนธรรมสากล แบบนี้ที่อยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาและถ่ายทอดลงไปในละครโทรทัศน์

ทยากร แซ่แต้ (2550) ได้เสนอผลการศึกษามายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีและการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจพบว่า ละครเกาหลี คือสินค้าทางวัฒนธรรมที่ถูกกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งและสังคมหนึ่งผลิตขึ้นมาในรูปแบบสัญญะด้านภาพที่ต้องการสื่อสารเพื่อธุรกิจเป็นมายาคติที่สร้างประโยชน์ทางธุรกิจ ผลจากความถี่ในด้านมายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับความบันเทิง ธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา และธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและการรักษาโรค จนทำให้ประเทศเกาหลีนั้นประสบความสำเร็จในการสร้างยี่ห้อเกาหลี (Korea Brand) ได้สำเร็จ ซึ่งประเทศไทย มีทุนเดิมทางวัฒนธรรม ที่คล้ายคลึงกับเกาหลีไม่ว่าจะเป็นอาหารไทย การท่องเที่ยว ที่สามารถนำไปสร้างสรรค์ผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ไทยคล้ายกับที่เกาหลีได้ใส่เนื้อหาเหล่านี้ลงไปเช่นกัน เป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำทุนทางวัฒนธรรมของไทยมาแสดงออกด้านภาพเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยเมื่อภาพอาหารไทย การท่องเที่ยวในไทย วัฒนธรรมไทยได้เผยแพร่ออกไปผ่านละครไทยซึ่งจะทำให้สามารถสร้างยี่ห้อไทยหรือ Thai Brand ได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านข้อกำหนดของบางประเทศที่มีต่อเนื้อหาของละครโทรทัศน์ งานวิจัยของ Tay, and Turner (2010) พบว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่และลูกค้าที่รับชมรายการโทรทัศน์มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้รับชมรายการที่แพร่ภาพโทรทัศน์ในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้น เนื่องจากกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคลที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้โครงสร้างทางสังคมในแต่ละพื้นที่ ชนชาติ มีการพัฒนารายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมือนกัน

เพราะขึ้นอยู่กับสภาพสังคม การเมือง การควบคุมเนื้อหาของการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ซึ่งทำให้กลายเป็นประสบการณ์ในการพัฒนารายการโทรทัศน์ในแต่ละช่อง แต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกับละครโทรทัศน์ไทย ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ โซเชียลมีเดีย ยูทูป หรือแม้กระทั่ง Netflix ทำให้เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยได้ถูกเผยแพร่และกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ไทย ทั้งในและต่างประเทศ สามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมวัยรุ่นที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และมีละครโทรทัศน์ไทยที่เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ชมวัยนี้อยู่หลากหลาย

2.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการวิจัยเดลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ที่สอดคล้องและเป็นไปได้ 8 ข้อ จาก 8 ข้อ คือ 1) พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง 2) ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น 3) ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค 4) ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์ 5) ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย 6) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 7) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย 8) ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้สรุปผลแนวทางประกอบไปด้วยปัจจัย 2 ประการ ดังต่อไปนี้

1) การพัฒนา ประกอบไปด้วย การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม การพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐ และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ประเด็นการพัฒนาทั้งหลายส่วนใหญ่จะให้น้ำหนักไปในส่วนของภาครัฐ เนื่องจากที่ผ่านมา ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งอยู่แล้วในการดำเนินธุรกิจนี้ตั้งแต่ภาคเอกชนรายย่อย ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แต่การจะช่วยให้ภาคเอกชนทั้งหลายระดับเติบโตต่อไปได้ จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องสนับสนุนให้มีการพัฒนาในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชนมากยิ่งขึ้นกว่าปัจจุบันสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนะ ปัญญาภา

(2556) ที่ศึกษาความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ โดยเฉพาะ “ปัจจัยด้านวัฒนธรรมบันเทิง” เกิดจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ คุณภาพของพลเมือง คุณภาพของผู้นำประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งสู่ระดับโลกสนับสนุนการทำสื่อบันเทิงโดยนำประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อาหาร เพลง และละครเป็นแกนในการผลิตสื่อบันเทิงให้ออกมาในรูปแบบของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2) การส่งเสริม ประกอบไปด้วย การส่งเสริมตลาดให้สามารถใช้ละครเป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนได้ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ การส่งเสริมการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ และการส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย สอดคล้องกับ มณฑิรา ธาดาอำนายชัย (2552) ได้นำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยมุ่งหน้าสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ระบบการศึกษา โดยการปูพื้นฐานกระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์ในระบบการเรียนการสอน ส่งเสริมให้เด็กไทยกล้าแสดงความคิดที่แตกต่าง นอกกรอบ และการสร้างให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ และข้อเสนอแนะการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา ภาครัฐจำเป็นต้องผลักดันเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจังและเข้มงวดมากยิ่งขึ้น สินค้าสร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องควรมีการป้องกันการลอกเลียน ปกป้องรายได้อันเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม มีกลุ่มผู้ประกอบที่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยสนับสนุนนั้นเป็นไปไม่ได้แตกต่างจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ถึงแม้ว่าความคิดเห็นของทุกกลุ่มจะสอดคล้องกัน จึงเป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในการทำงานและการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จากประสบการณ์ในการทำงานมาอย่างยาวนาน ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเลยก็ตาม แต่กลุ่มผู้ประกอบการเองก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะต่างๆ ดังกล่าวในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีรายได้จำนวนมหาศาล และมีอนาคตที่ดีต่อไป มีตลาดที่สามารถรองรับสินค้าสร้างสรรค์ประเภทละครโทรทัศน์อยู่อีกเป็นจำนวนมาก โดยที่ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์และการดำเนินการในระยะยาว จึงจะบรรลุเป้าหมาย รวมถึงสามารถมีรายได้หรือมีการเติบโตเทียบเคียงได้กับอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เป็นต้น

โดยมุมมองของผู้วิจัยมีความคิดเห็นต่อการสร้างรูปแบบแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งของระบบโครงสร้างและการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งที่ภาครัฐ

จะต้องดำเนินการคือ มีองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างชัดเจน มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยที่ชัดเจน ระบุนิยามของละครโทรทัศน์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จะสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับประเทศ เพื่อเชื่อมโยงไปยังการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ของประเทศเป็นยุทธศาสตร์หรือวาระแห่งชาติ มีงบประมาณที่ชัดเจน และมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจริงเข้ามาบริหารจัดการและทำงานบูรณการองค์ความรู้และการบริหารจัดการร่วมกันกับภาคเอกชน

สำหรับผู้ประกอบการและผู้ผลิต จะต้องมีการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรด้านการเขียนบทร่วมกับภาครัฐหรือสถาบันการศึกษา และเปิดโอกาสให้มีการคัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างแท้จริง มีเนื้อหาที่หลากหลาย สำหรับผู้ชมในหลากหลายเพศและหลากหลายวัย มีการวางกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ทั้งในประเทศและต่างประเทศร่วมกันกับภาครัฐ โดยทำงานประสานกันให้ได้ต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าภาครัฐมักจะมีการเปลี่ยนแปลงบุคคลอยู่บ่อยครั้ง แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลงคือ ยุทธศาสตร์ที่วางแนวทางไว้ร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

สิ่งที่ภาคเอกชนควรได้รับจากภาครัฐอีกประการคือ การได้รับการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่ ผู้ประกอบการขนาดกลาง และผู้ประกอบการรายย่อย สามารถสร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ได้อย่างอิสระตามรูปแบบและความถนัดของตนเอง โดยไม่ถูกจำกัดด้านเนื้อหาและได้รับการสนับสนุนข้อมูล การสนับสนุนสถานที่ถ่ายทำ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะภาคเอกชนทำงานด้านนี้มาอย่างยาวนาน จึงรู้จุดแข็งจุดอ่อนของการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ดีอยู่แล้ว สิ่งที่ภาครัฐควรทำคือ การวางบทบาทเป็นผู้สนับสนุนด้วยระบบโครงสร้างและศักยภาพที่ภาครัฐมีมากกว่าภาคเอกชน เช่น ระบบโครงสร้างพื้นฐาน มาตรการทางภาษี การดูแลสวัสดิการคนในวิชาชีพ การจัดทำกฎหมายข้อบังคับที่ชัดเจนโดยไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ การสร้างบรรยากาศการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดขึ้นกับคนในอุตสาหกรรม เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย

3.1.1 กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานตั้งขึ้นใหม่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย สามารถพิจารณาข้อเสนอแนะแนวทางจากงานวิจัยในครั้งนี้ ในเรื่องการกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างระบบในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและ

ขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถพิจารณาและนำนวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง และเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงขึ้นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น สามารถต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ในประเทศได้

3.1.2 ในปัจจุบันยังไม่มีการกล่าวถึงนโยบายด้านอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภาครัฐจึงควรมีนโยบาย ที่ชัดเจน มีการบูรณาการหน่วยงานและทำความเข้าใจร่วมกัน โดยมีบุคลากรที่เข้าใจอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเข้าไปช่วยในการวางยุทธศาสตร์ให้กับหน่วยงานของภาครัฐ

3.1.3 ภาครัฐควรมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม โดยปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้คือ คุณภาพของพลเมือง คุณภาพของผู้นำประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาทักษะทางวิชาชีพให้แก่บุคคลในสายงานการผลิตละครโทรทัศน์ให้มีจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยผ่านสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานฝึกอบรมเฉพาะทาง

3.1.4 ภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายและสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานด้านละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย

3.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

3.2.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดและการส่งออก จัดจำหน่ายและเผยแพร่ ในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ ความร่วมมือกับต่างประเทศ

3.2.2 ส่งเสริมการพัฒนาและปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการสร้างสรรค์ ในงานละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ไม่เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรค์ในอนาคต

3.2.3 ละครโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่มีพลานุภาพในแง่ของการเป็น พลังอ่อน (soft power) ที่จะช่วยบ่มเพาะค่านิยม แนวคิด วัฒนธรรม หลายประการในสิ่งที่รัฐบาลต้องการ ถ้าใช้สื่อละครโทรทัศน์ให้เป็น เหมือนดังที่เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อเมริกา ใช้สื่อละครโทรทัศน์หรืออาจจะเรียกว่าละครชุดหรือซีรีส์ในการตีตลาดและเข้ายึดครองทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนไทยสำเร็จมาแล้ว ภาครัฐจึงควรสนับสนุนการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศชาติในการสื่อสารกับต่างชาติ

3.2.4 ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีขนาดที่ใหญ่มากขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้ละครโทรทัศน์ไทยเป็นสินค้าที่เหมาะสมกับคนในทุกเพศทุกวัย ซึ่งจะทำให้ขนาดของตลาดในประเทศขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย

3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 ควรมีการศึกษานโยบายและมาตรการที่อาจจะกำหนดออกมาในอนาคต เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ว่ามีส่วนในการช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย สามารถเติบโตและแข่งขันในอุตสาหกรรมบันเทิงนี้ได้มากขึ้นอย่างไร

3.3.2 กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างละครโทรทัศน์ เป็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ที่ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยเปิดเผยให้คู่แข่งขันได้รับรู้ ทำให้ขาดข้อมูลเชิงลึกบางประการ หากมีผู้ที่อยู่ในธุรกิจละครโทรทัศน์ หรือผู้ประกอบการละครโทรทัศน์สามารถวิเคราะห์และเปิดเผยข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จะเป็นประโยชน์ต่อองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์เพื่อพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ได้ต่อไปในอนาคต

3.3.3 ควรมีการศึกษาตลาดในต่างประเทศว่ามีช่องทางใดบ้างที่ผู้ประกอบการด้านละครโทรทัศน์ของไทยจะสามารถสร้างละครโทรทัศน์ไทยเพื่อส่งออกเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมทุน (Co-production) หรือการขายลิขสิทธิ์ เป็นต้น

3.3.4 ควรมีการศึกษาด้านเนื้อหาละครโทรทัศน์ ในมิติทางวัฒนธรรมศึกษา เพื่อค้นหาเรื่องเล่าที่เหมาะสมและถูกจริตผู้ชมในประเทศและผู้ชมในต่างประเทศ

3.3.5 ควรศึกษาข้อจำกัดในตลาดต่างประเทศ กฎระเบียบ วัฒนธรรม ค่านิยม พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในแต่ละประเทศ ว่ามีความสนใจและชื่นชอบเนื้อเรื่อง วัฒนธรรม หรือแนวละครแบบใด และละครโทรทัศน์ในรูปแบบใดที่ไม่สามารถจะนำเข้าไปฉายในตลาดต่างประเทศในบางประเทศได้

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร:เด็ก สตรี และผู้สูงวัย*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2553).*แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโพรดักส์.

_____. (2547). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ลีฟ.

_____. (2545).*สื่อบันเทิง อำนาจแห่งความไร้สาระ*. กรุงเทพฯ: ออลอเบ้าท์พริ้นท์.

เกษม บุญอ่อน.(2522). เดลฟาย: เทคนิคในการวิจัย. *ครุปริทัศน์*. 10 (ธันวาคม), 26 – 28.

จตุพงศ์ แก้วใส. (2540). แนวโน้มการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนประถมศึกษาใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2540-2549). (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

ชาล ศิริสมรรถการ. (2556).*ผู้นำกับกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจละครของสถานีโทรทัศน์ไทย*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

ณัฐฐ์วัฒน์ สุทธิโยธินและคณะ. (2561). หน่วยที่ 9 การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ดวงฤทธิ์ บุนนาค. (2553). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์: แนวคิด กลยุทธ์ และกรณีศึกษา*. เอกสารสรุปการบรรยายในโครงการฝึกอบรมหลักสูตรผู้บริหารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (EXCET1). สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ติณณา สิมะไพศาล. (2553). *การศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะการเล่าเรื่องในละครเกาหลีและละครไทยที่ได้รับความนิยม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ตฤณ ไอยะรา และคณะ. (2559). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อนาคตเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทย. TCDC OUTLOOK จับกระแสอนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซันต้าการพิมพ์ (มกราคม-มิถุนายน).

ทยากร แซ่เต้. (2550). *มายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีและการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

ไทยรัฐออนไลน์. (2559). ไขรหัส "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ ปานกลาง. *ไทยรัฐ*. (พฤษภาคม). สืบค้นจาก http://www.thairath.co.th/content/613903

_____. (2559). ครม.เด้งกลับตั้งองค์กรมหาชนดูเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *ไทยรัฐ*. (กันยายน). สืบค้นจาก http://ark.thairath.co.th/content/33241.

ธำรง จิตตะปะสาทะ. (2553). *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างพื้นที่ของวัยรุ่นในสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ธนณัฏฐ์ รูปสม. (2556, 1 สิงหาคม). เกาหลีใต้ : ผู้นำวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *ไทยรัฐ*. สืบค้นจาก http://news.asia.tu.ac.th/?p=183.

นิรมล สุธรรมกิจ. (2547). *เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเบื้องต้น เรื่อง ความหมายของการเจริญเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจและวิวัฒนาการเศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: เอกสารประกอบคำบรรยาย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิตยาวดี วัชโรบล. (2553). *อิทธิพลของละครโทรทัศน์ไทยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

นิสวันต์ พิชญ์ดำรง. (2553). ทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 13-17.

ปนัดดา ธนสถิต (2531). *ละครโทรทัศน์ไทย*.กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.คณะนิเทศศาสตร์.จุฬาลงการณ์มหาวิทยาลัย.

ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร. (2554). *การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2553).*ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผุสดี วัฒนสาคร. (2557). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

ผ่านสูตรปั้น ฮอร์โมน สร้างโมเดลใหม่ธุรกิจทีวี. (2556, 24 กรกฎาคม). *นิตยสารpositioning*. สืบค้นจาก http://positioningmag.com/56000.

แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574. (2559, 29 กันยายน). สืบค้นจาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf.

พีระ จิรโสภณ. (2554). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ใน *ประมวลสาระชุดวิชา ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่ 10 หน้า 190-216. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

พีระ เจริญพร. (2557). *นโยบายสาธารณะและการพัฒนาอุตสาหกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรวิภา พงศ์ประศาสน์. (2552). *สถานภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2546-2550)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

พลอยพรรณ มาคะผล. (2558). *ละครรีเมกกับการถ่ายโยงเนื้อหาในละครโทรทัศน์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

เพาวิภา ภมรสถิตย์. (2528). *ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

พทัยนุช บุศน้ำเพชร. (2556).*กลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กรณีศึกษา คุณยศสินี ณ นคร)*. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

มณฑิรา ธาดาอำนวยชัย. (2552). *สถานภาพความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์*. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

มติชนออนไลน์. (2556, 12 มิถุนายน). "สุภาพบุรุษจุฑาเทพ"ฟีเวอร์! คนแห่ตั้งชื่อลูกตาม 5 คุณชาย "รัชชานนท์" ฮิตสุด ตามด้วยชายหมอ"พุฒิภัทร". *มติชน*. สืบค้นจาก (http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1371002929&grpid=01&catid=01) .

ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554).*สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิรูปสื่อในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ.

เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม. (2555). กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*,5(2), 22-34.

รัตนะ ปัญญาภา. (2556). เรื่อง พลวัตเกาหลีกับการสร้างมูลค่าธุรกิจบันเทิงบนฐานวัฒนธรรม : บทเรียนสำหรับธุรกิจบันเทิงไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี,* 4(2), หน้า 23-38.

รายงานของคณะกรรมมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ. เรื่อง “การปฏิรูปเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy)”. (2559, 24 มีนาคม). สืบค้นจาก http://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrsa2558/d032859-12.pdf.

ละครท่วมจอ ศึกใหม่ในโลกใบเก่าของ “ดิจิตอลทีวี”. (2558, 26 มีนาคม).*นิตยสาร positioning*. สืบค้นจาก http://positioningmag.com/59874.

วารินทร์ ปฐมอารีย์. (2552). *การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของละครไทยเทียบกับละครเกาหลี*.(วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

วันวิสา สันทวิจิตรกุล. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมในเมืองกวางโจว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.

วาระการปฏิรูปที่สำคัญและเร่งด่วน (27 วาระ) ในปี 2560 คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่อง “เศรษฐกิจอนาคต” (เศรษฐกิจสร้างสรรค์) (2561, 26 กรกฎาคม). สืบค้นจาก http://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrsa2558/d032760-03.pdf.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2556, 21 สิงหาคม). สืบค้นจาก http://203.155.220.230/info/esp/population_Dec55.htm.

ศุภชัย ยาวะประภาษ. (2557). *นโยบายสาธารณะ*.กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2555). *นโยบายสาธารณะไทย กำเนิด พัฒนาการและสถานภาพของศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุดทอง.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). *ทุนความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี. (2539).*การศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อนวนิยายและสื่อละครโทรทัศน์กรณีศึกษาเรื่อง สี่แผ่นดิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ. (2551). *ความสัมพันธ์ไทย-ลาวในสื่อบันเทิงไทย: ศึกษากรณีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นลาวจากภาพยนตร์เรื่อง หมากเตะโลกตะลึง*. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สดใส พันธุมโกมล. (2553). ประเภทละครใน *ปริทัศน์ศิลปะการละคร*. ภาควิชาศิลปะการละคร. คณะอักษรศาสตร์: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมควร กวียะ. (2556).*การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกสินทร์.

สมบัติ กุสุมาวลี. (2558). *เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน. (2554). ทฤษฎีสำนักวัฒนธรรมศึกษา ใน *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร* หน่วยที่13 หน้า 369-438. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

_____. (2556). การบริหารรายการละครโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารงานโทรทัศน์* หน่วยที่11 หน้า 11-7 (พิมพ์ครั้งที่ 2).นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2554).*ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. (2558). แนวคิดและแนวทางการวิเคราะห์ธุรกิจสื่อสารมวลชน. ใน *ธุรกิจสื่อสารมวลชน* (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สรรัตน์ จิรบวรวิสุทธิ์. (2554). *พัฒนาการและสุนทรียทัศน์ในการสร้างสรรค์บทละครในโทรทัศน์ไทย*.(วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สุวภา จิตติสุรัตน์.(2551). *การสร้างความหมายทางสังคมและการรับรู้ ความเป็นจริงในภาพยนตร์อิงเรื่องจริง* (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สุภาวรรณ วรรธนะศุภกุล. (2550). *คุณลักษณะของละครเอเชียยอดนิยม ศึกษากรณี ละครญี่ปุ่นไต้หวัน และเกาหลีในโทรทัศน์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สุวิทย์เมษินทรีย์. (2549). จุดเปลี่ยนประเทศไทย : *เศรษฐกิจพอเพียงในกระแสโลกาภิวัตน์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: *การเงินธนาคาร*.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2537). สาธารณบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). *รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). (กันยายน). ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. กรุงเทพฯ.

สำนักงาน กสทช. (2561). *รายงานการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและตลาดกิจการโทรทัศน์ไทย.*

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2561) *รายงานการวิเคราะห์ สภาพอุตสาหกรรมและตลาดกิจการโทรทัศน์ไทยและทิศทางในอนาคต*: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง.

สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2557, 15 มกราคม). ประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามเพศ ภาค และจังหวัด พ.ศ. 2547 – 2556. สืบค้นจาก http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries01.html.

สำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการต่างๆ ของคนไทย. (2558, 24 พฤษภาคม). สืบค้นจาก http://mcot-web.mcot.net/9ent/view.php?id=556167edbe0470669e8b457e.

Marketing OOp. (2556). พฤติกรรมและช่องทางในการรับชมรายการทีวีของคนไทย. (กรกฎาคม) สืบค้นจาก https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thai-watching-tv/

องอาจ สิงห์สำพอง. (2557). *กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์.* กรุงเทพฯ: สามลดา.

_____. (2550). *การสร้างเกณฑ์มาตรฐานการผลิตละครโทรทัศน์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อมรา พงศาพิชญ์ และคณะ. (2553). มนุษย์กับวัฒนธรรมใน *สังคมและวัฒนธรรม เอกสารประกอบการศึกษาวิชา.* สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาชวิชญ์กฤษณสุวรรณ. (2555). *การบริหารจัดการการแพร่ภาพออกอากาศรายการละครโทรทัศน์ไทย.*วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

อลิสา วิทวัสกุล. (2549).*การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ แดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง* (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อุมาพร มะโรณีย์. (2551).*สัมพันธบทของการเล่าเรื่องในสื่อการ์ตูน ละครโทรทัศน์ และนวนิยาย* (วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

อัมพร จิรัฐติกร. (2559). *ละครไทยกับผู้ชมอาเซียน วัฒนธรรมศึกษาของสื่อข้ามพรมแดนในอาเซียน*. เชียงใหม่ : ศูนย์อาเซียนศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หจก.วนิดาการพิมพ์.

Jonghoe Yang. (2012). The Korean Wave (Hallyu) in East Asia : A Comparison of Chinese, Japanese and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Drama. *Development and Society*, 41(1), 103-147.

Em Griffin. (2012). *A First Look at CommunicationTheory.* New York: McGraw-Hill.

Harold D. Lasswellamd Abraham Kaplan. (1970). Power and Socirty. New Haven : Yale University Press.

Harwood, J. (2007). *Understanding Communication and Aging*. Sage Publications.

John Hartley. (2015). *Creative Economy and Culture*. Sage Publications.

Lefebvre, H. I. (1998). *The Production of space*. Oxford, UK: Blackwell.

Roger D. Wimmer , Joseph R. Dominick. (2011). *Mass Media Research An Introduction*. Wadsworth Cengage Learning. USA.

Stanley J. Baran Dennis K. Davis. (2012). *Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future.* Canada: Wadesworth, Cengage Learning.

Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss. (2008). *Theories of Human Communication*. Wadsworth Cengage Learning. USA.

Tung, A.C. and Wan H. High Tech. (2009). Low Fertility, Korea Become a Role Model in Cultural Industry Policy, *Proceeding of Korea and World Economy Conference VIII*, pp.1-15, Hong Kong: Baptist University.

ภาคผนวก

ตารางที่ 6.1 สรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ย้ายไปภาคผนวกเลือกประเด็นสอดคล้องและเป็นไปได้ในแต่ละด้าน ในรอบที่ 3

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
5. รัฐบาลควรกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579	สอดคล้อง	เป็นไปได้
7. รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
9. รัฐบาลควรกำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้
11. รัฐบาลควรกำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริม	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
คุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น)		
12. รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้
13. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย	ไม่สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.2 สรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
5.จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
9. รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
10. รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.3 สรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น	สอดคล้อง	เป็นไปได้
3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
5. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษา และวัฒนธรรม	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. รัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
7. รัฐบาลและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	สอดคล้อง	เป็นไปได้
8. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล	สอดคล้อง	เป็นไปไม่ได้

ตารางที่ 6.4 สรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	สอดคล้อง	เป็นไปได้
5.กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.5 สรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ข้อ	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพมีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง	สอดคล้อง	เป็นไปได้
2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น	สอดคล้อง	เป็นไปได้
3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค	สอดคล้อง	เป็นไปได้
4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์	สอดคล้อง	เป็นไปได้
5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย	สอดคล้อง	เป็นไปได้
6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	สอดคล้อง	เป็นไปได้
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย	สอดคล้อง	เป็นไปได้
8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.6ตารางสรุปจำนวนแนวโน้มที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละประเด็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน

แนวทาง	การพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
นโยบาย	รัฐบาลควรกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579	สอดคล้อง	เป็นไปได้
มาตรการ	รัฐบาลจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆอาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.6 ตารางสรุปจำนวนแนวโน้มที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละประเด็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน (ต่อ)

แนวทาง	การพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
กลยุทธ์	เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.6 ตารางสรุปจำนวนแนวโน้มที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละประเด็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน (ต่อ)

แนวทาง	การพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
ปัจจัยสนับสนุน	มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม	สอดคล้อง	เป็นไปได้

ตารางที่ 6.6 ตารางสรุปจำนวนแนวโน้มที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในแต่ละประเด็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน (ต่อ)

แนวทาง	การพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น	ภาพอนาคต
แนวทางการพัฒนา	พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพมีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย	สอดคล้อง	เป็นไปได้
	ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	สอดคล้อง	เป็นไปได้

แบบประเมินค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

โดย สรรพัชญ์เจียระนานนท์

นักศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต นิเทศศาสตร์

ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านช่วยพิจารณาว่าลักษณะของข้อคำถามถูกต้องตามประเด็นที่ต้องการวัดข้อมูลหรือไม่ **โดยกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง**

+1 **หากท่านเห็นว่าเหมาะสม**

0 **หากท่านไม่แน่ใจ**

-1 **หากท่านเห็นว่าไม่เหมาะสม**

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1. การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เชิงวัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง			
	2. การส่งเสริมและการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการ			
	3. การส่งเสริมเพื่อสร้างความเข้มแข็งของสังคมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยในทักษะเฉพาะวิชาชีพทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่			
	4. การผลักดันการลดมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุนของการผลิตละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	5. การพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์			
	6. ดำเนินยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน			
	7. การส่งเสริมสนับสนุนแหล่งเงินทุนและแหล่งข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการร่วมผลิตละครโทรทัศน์กับต่างประเทศ			
	8. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย			
	9. การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยการพัฒนาบุคลากรให้เป็นมืออาชีพ			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	10. กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579			
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	11.กำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป			
	12. กำหนดให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย มีการสั่งสมองค์ความรู้และปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อเปลี่ยนผ่านจากโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมขั้นปฐม และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีส่วนช่วยขยับฐานะจากประเทศรายได้ต่ำมาเป็นประเทศรายได้ปานกลางขั้นต่ำ (Lower Middle Income Country) ขยับฐานะขึ้นเป็นประเทศรายได้ปานกลางขั้นกลาง (Middle Middle Income Country) และประเทศรายได้ปานกลางขั้นสูง (Upper Middle Income)			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	13. ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์ไทย โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน			
	14. ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนา ตามนโยบายส่งเสริมเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยการสร้างบรรยากาศและสภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ในการผลิตละครโทรทัศน์ไทย เช่น ส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ การลงทุนอุปกรณ์ในการถ่ายทำและสร้างสตูดิโอร่วมกัน เพื่อใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำ การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเรียนรู้ การใช้เป็นพื้นที่สาธารณะในรูปแบบต่างๆ สำหรับการจัดกิจกรรมและงานแสดงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางหรือเวทีในการพัฒนาและแสดงออกของนักคิดและนักสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครโทรทัศน์ไทย			
	15. ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยการส่งเสริมภายในพื้นที่คลัสเตอร์ เพื่อให้เป็นฐานการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศและระหว่างประเทศรวมถึงการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก			
	16. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่			
	17. การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	18. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์			
	19. กำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยการบูรณาการและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนตามแนวนโยบายพลังประชารัฐ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนสามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลกให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลูกค้า เชื่อมโยงความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ตามกรอบทิศทางการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564)			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	20. กำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น)			
	21. ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	22. จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ซึ่งมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมาย และตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินงาน รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ เพื่อรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯร่วมกัน			
	23. รัฐบาลสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-Production)โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐกับรัฐ ในลักษณะทางการเพื่อทำธุรกิจร่วมกัน			
	24. รัฐบาลเป็นสื่อกลางในการสนับสนุนประสานงานระหว่างการร่วมผลิตละครโทรทัศน์ (Co-Production) ระหว่างเอกชนกับเอกชน			
	25. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	26. รัฐบาลส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีบทบาทนำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเสริมสร้างสังคมที่ดี ยัดหลักบรรษัทภิบาล เชื่อมโยงเป้าหมายทางธุรกิจกับการพัฒนาประเทศ ทำงานเชิงรุก และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม			
	27. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย			
	28. รัฐบาลจัดประกวดโครงการ เพื่อเปิดโอกาสผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย ในการเสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์ เพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐ เพื่อรับการสนับสนุน			
2. ศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	2. มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น			
	3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริงและสม่ำเสมอ			
	4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ			
	5. มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม			
	6. มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ			
2. ศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	7. มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรมการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	8. มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง			
	9. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล			
	10. มีการจัดทำแผนปฏิบัติการและงบประมาณตามยุทธศาสตร์ระหว่างภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบชัดเจน			
3. ศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่องและยั่งยืน			
	2. มีการพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น คนเขียนบท ผู้กำกับการแสดง นักแสดง และทีมงานเบื้องหลัง ฯลฯ			
	3. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
3. ศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	4. จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น			
	5. ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น			
	6. กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม			
	7. มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ			
	8. มีการศึกษาวิจัย การผลิตละครโทรทัศน์สำหรับการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถส่งออกได้เหมาะสมกับภูมิภาคต่างๆ			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	9. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551			
	10. ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน และส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและหลากหลาย			
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย	1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ			
	2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น			
	3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค			
	4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์			
	5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย			

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถาม	ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		+1	0	-1
	6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์			
	7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย			
	8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์			

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถามรอบที่ 2

การวิจัยเรื่อง "การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์"

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. ศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3. ศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจงผู้วิจัยขอความกรุณาท่านช่วยพิจารณาคำถามดังต่อไปนี้**โดยกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง**

5 หากท่านเห็นด้วยมากที่สุด **4 หากท่านเห็นด้วยมาก**

3 หากท่านเห็นด้วยปานกลาง **2 หากท่านเห็นด้วยน้อย**

1 หากท่านเห็นด้วยน้อยที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
1. รัฐบาลมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย						
2. รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
3. รัฐบาลมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย						
4. รัฐบาลมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์						
5. กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579						
6. กำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง						
7. การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม						
8. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
9. กำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม						
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
10.ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก						
11. กำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น)						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
12.รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย						
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
13. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย						
14. การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
15. ภาครัฐควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
1. ภาครัฐทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน						
2. จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระเป้าหมาย และตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน						
3. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ						
4. สนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน						
5. จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
6. ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ						
มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
7. มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง						
8. ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล เป็นต้น						
9. การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน						
10. ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย						
กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
2. มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น						
3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริงและสม่ำเสมอ						
4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ						
5. มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม						
6. มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ						
7. มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
8. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล						
ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน						
2. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง						
3. จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น						
4. ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น						
5. กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมในสังคม						
6. มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
7. มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง						
8. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551						
แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย						
1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง						
2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น						
3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค						
4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย						
6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย						
8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์						

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

นายสรรพัชญ์ เจียระนานนท์

นักศึกษา สาขานิเทศศาสตร์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

โทรศัพท์ 083-893-7555 / 083-713-5435

E-mail : Sanpach_bsru@yahoo.com / Sanpach8@gmail.com

แบบสอบถามรอบที่ 3

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 ซึ่งเป็นรอบสุดท้ายของการวิจัย มีจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

1. ให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านได้รับทราบผลการตอบแต่ละข้อในรอบที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งให้โอกาสแก่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบคำตอบของตนเอง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนคำตอบใหม่ได้หากต้องการ และเป็นการยืนยันการตัดสินใจในการตอบแต่ละข้ออย่างแน่นอน หากผลการตอบข้อใดเปลี่ยนแปลงไปจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

2. แบบสอบถามฉบับนี้จะแสดงรายละเอียดเพื่อให้ท่านตัดสินใจ ดังนี้

เครื่องหมาย * หมายถึง ค่าระดับคะแนนของท่านที่ตอบมาในรอบที่ 2

เครื่องหมาย△ หมายถึง ค่าระดับคะแนนมัธยฐานของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่ตอบมาในรอบที่ 2

กรณีที่ 1 ถ้าท่านยืนยันความคิดเห็นเดิมไม่ต้องใส่เครื่องหมายใดใด

กรณีที่ 2 ถ้าท่านต้องการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องอันดับคะแนนใหม่

ให้ท่านเลือกทำเพียงกรณี 1 หรือ กรณีที่ 2 อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น

3. หลังจากที่ท่านแสดงความคิดเห็นด้วยการยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนคำตอบใหม่แล้ว ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นโดยการทำเครื่องหมาย ✓ เลือกว่าข้อความในข้อดังกล่าวมีโอกาส **“เป็นไปได้”**หรือ **“เป็นไปไม่ได้”** เพียงข้อเดียว ที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด

การตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นรอบสุดท้ายเพราะผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากรอบที่ 2 มากนัก โดยความร่วมมือของท่านตลอด 3 รอบนี้ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อความเที่ยงตรงของการวิจัย

ขอขอบพระคุณทุกท่านในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. ศึกษากลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3. ศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
1. รัฐบาลควรมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจนพร้อมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย	* △							
2. รัฐบาลดำเนินการยุทธศาสตร์ในเชิงรุกในการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถพัฒนาธุรกิจเพื่อไปลงทุนร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน (Outward Investment) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศ CLMV และอาเซียน	*	△						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
3. รัฐบาลควรมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีความคิดสร้างสรรค์ การต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อย	*	△						
4. รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การผลิตและการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์	*	△						
5. รัฐบาลควรกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579	* △							
6. รัฐบาลควรกำหนดให้การสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทยและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง	*	△						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
7. รัฐบาลควรมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	* △							
8. รัฐบาลควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่	* △							
9. รัฐบาลควรกำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อ เสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
10. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ และ super cluster เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริง (Know how) ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายในประเทศไทย เพื่อเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก	*	△						
11. รัฐบาลควรกำหนดให้มีองค์กรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชนอิสระ เช่น คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คณะกรรมการส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย คณะกรรมการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม เป็นต้น)	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
12.รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย	* △							
13. รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย	* △							
14. รัฐบาลควรสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใหม่และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปได้
นโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
15. รัฐบาลควรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะของการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการความร่วมมือให้ไม่เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	* △							
มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
1. รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปได้
2. รัฐบาลจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ โดยมีหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนา อาทิ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการระดับชาติเหล่านี้จะต้องนำสาระ เป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนพัฒนาฯ มาเป็นกรอบในการดำเนินการ รวมทั้งคณะกรรมการระดับชาติชุดต่างๆ ควรรับผิดชอบเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับภาพรวมของแผนพัฒนาฯ ร่วมกัน	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปได้
มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
3. รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ	* △							
4. รัฐบาลมีการสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกัน (Co-production) โดยการทำสัญญาข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ ระหว่างเอกชนกับเอกชน ในลักษณะทางการ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน	*	△						
5. รัฐบาลจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน	* △							
6. รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	* △							
7. รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
มาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
8. ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ อาทิ การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษีการรักษาพยาบาล เป็นต้น	* △							
9. รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน	* △							
10. รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
1. เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่างแปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด	* △							
2. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น	* △							
3. รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ	* △							
4. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ	* △							
5. รัฐบาลและผู้ผลิตละครมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม	* △							
6. รัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ	*	△						

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
7. รัฐบาลและผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	* △							
8. ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหามีความเป็นสากล	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
1. มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน	* △							
2. รัฐบาลสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง	* △							
3. จัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ เป็นต้น	*	△						
4. ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น	* △							
5. กำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน เพื่อกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนดของแต่ละประเทศ วัฒนธรรม ศาสนา และ	*	△						

ค่านิยมในสังคม								

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์								
6. มีองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่าย ที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชน ของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ	*		△					
7. มีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง	* △							
8. มีการร่าง/ปรับปรุงกฎหมาย ที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551	* △							

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น						อนาคตภาพ	
	5	4	3	2	1	ข้อเสนอแนะ	เป็นไปได้	เป็นไปไม่ได้
แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย								
1. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพมีความรู้ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง	* △							
2. ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น	* △							
3. ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค	* △							
4. ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์	* △							
5. ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย	* △							
6. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	* △							
7. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย	* △							
8. ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	* △							

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

นายสรรพัชญ์เจียระนานนท์

นักศึกษา สาขานิเทศศาสตร์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

โทรศัพท์ 083-893-7555 / 083-713-5435

E-mail : Sanpach_bsru@yahoo.com / Sanpach8@gmail.com

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายสรรพัชญ์ เจียระนานนท์
วัน เดือน ปีเกิด	8 เมษายน 2525
ประวัติการศึกษา	นศ.บ. วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ.2546
	ว.ม. การบริหารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2551
สถานที่ทำงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ