บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของที่มาและปัญหา

เนื่องจากความเชื่อพื้นฐานที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบสำคัญ ดังนั้น การแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นการหัวเราะ ร้องไห้ ตื่นเต้น หวาดกลัว ฯลฯ จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยารวมทั้งทางสังคมของมนุษย์ จากความเชื่อดังกล่าวนี้ ชวนให้สรุปว่า การแสวงหาความบันเทิงนั้นเป็นสิ่งที่มีติดตัวมนุษย์มาในทุกยุคทุกสมัย

"ความบันเทิง" ในสังคมเกษตรคือการเล่นแบบ "ประสบการณ์ตรง" คือผู้คนได้เข้าไปร่วมเล่นด้วยตนเอง เช่น การเล่นเพลงเกี่ยวข้าว เล่นเพลงเรือ เป็นต้น แต่เมื่อสังคมพัฒนาขึ้นมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม รูปแบบการเล่นเพื่อความบันเทิงก็เปลี่ยนเป็น "การเล่นทางอ้อม" "เล่นผ่านสื่อ" หรือ "ดูคนอื่นเล่น" โดยเฉพาะเมื่อมีการขยายตัวของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ปัจจุบันจึงมีผู้คนจำนวนมากที่เป็น "ผู้ชม" เช่น แฟนฟุตบอล ที่เฝ้าชมการแข่งขันโดยที่ตนไม่เคยเล่น รวมทั้งคอละครโทรทัศน์จำนวนมหาศาลที่ไม่เคยมีประสบการณ์การแสดงเลย ดังนั้นในสังคมยุคสื่อมวลชนกิจกรรมจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน กลุ่มแรกที่มีจำนวนน้อย คือ "กลุ่มผู้เล่น" และกลุ่มหลังที่มีจำนวนมหาศาลจะเป็นเพียง "ผู้ชมการแสดงต่างๆ" ด้วยเหตุนี้จึงมีนักวิชาการบางท่านขนานนามสังคมสมัยใหม่ว่าเป็น **"สังคมของคนดู"** (Society of spectacle) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545:30)

คุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงของ "ความบันเทิง" ในสังคมสมัยใหม่ คือ การสร้างสรรค์และผลิตความบันเทิงอย่างเป็นอุตสาหกรรม หรือที่เรียกว่า **"อุตสาหกรรมความบันเทิง"** (Entertainment industry) อันหมายถึง อุตสาหกรรมของสื่อมวลชน เช่น ภาพยนตร์ เพลง รายการวิทยุและโทรศัพท์ ละครเวที เป็นต้น อุสาหกรรมเหล่านี้มีเป้าหมายที่ชัดเจนคือ มุ่งสร้างความรื่นเริงใจที่เป็นไปตามตรรกะของระบบทุนนิยม คือมีการลงทุนและเก็งกำไร โดยวิธีการผลิตจะนำเอาระบบสายพานแห่งการแบ่งงานกันทำของโรงงานอุตสาหกรรมมาใช้ และผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมความบันเทิงดังกล่าวไม่ว่าจะในฐานะผู้เล่นหรือผู้ชม จะต้องมีเรื่องเงินๆ ทองๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ในรูปแบบของ "การได้เงิน(ค่าจ้าง) เล่น" ก็ในรูปแบบของ "การเสียเงิน" (เข้าดูชม) มิได้สมัครใจเล่นเช่นในยุคก่อนหน้านี้

"อุตสาหกรรมความบันเทิง" นี้สอดคล้องกับลัทธินีโอมาร์กซิสต์ สำนักแฟรงเฟิร์ต (สุภางค์ จันทวานิช, 2548) ที่เป็นแนวคิดเชิงวิพากษ์ (Critical theory) โดยนักคิดอย่าง Freedman และ Adorno ได้กล่าวถึง **"Commercialization of Art"** และ **"Culture Industry"** ซึ่งมีใจความโดยสรุปคือ ทำให้ศิลปะกลายเป็นเรื่องพาณิชย์ โดยเขามองว่าศิลปะในสังคมอุตสาหกรรมทุนนิยมนั้นเป็นผลิตผลเชิงพาณิชย์สำหรับการบริโภคของคนจำนวนมาก เป็นศิลปะแบบเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนลึกซึ้ง อาจมิใช่ศิลปชั้นสูง (High Arts)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(Culture Industry) ถูกจัดเป็นส่วนหนึ่งของ **"เศรษฐกิจสร้างสรรค์"หรือ Creative Economy** ซึ่งเป็นเศรษฐกิจกระแสใหม่ของโลก ที่จะช่วยสร้าง **"มูลค่าเพิ่ม"** และแปรเป็นรายได้มหาศาลให้กับสินค้า บริการและอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก โดยเชื่อกันว่า Culture Industries หรือ Creative Industries จะช่วยให้เกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในอีกรูปแบบหนึ่ง และกลายเป็นหนทางสู่การรอดจากภาวะวิกฤติที่ตีบตัน เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นแหล่งรวมของการสร้างสรรค์ การผลิต การแจกจ่ายของสินค้าและบริการที่มาจากธรรมชาติโดยเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมและเป็นทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งองค์ประกอบของ "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" มีพื้นฐานแนวคิดโดยเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2552, 23 มิถุนายน)

ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ จึงหันไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตเร็วที่สุดของประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหภาพยุโรปมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12 ซึ่งสูงกว่าเศรษฐกิจโดยรวม และมีอัตราการจ้างงานประมาณ 4.7 ล้านคนในปี 2547 ขณะที่ในสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์มีมูลค่าสูงถึง 1,388 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.2 ของ GDP และมีการจ้างงานประมาณ 40 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานทั้งหมดในสหรัฐอเมริกา

สำหรับอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Goods and Services) มีมูลค่าในปี 2548 จำนวน 424.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.7 นับจากปี 2543 โดยประเทศที่พัฒนาแล้วครองส่วนแบ่งถึงร้อยละ 82 และคาดการณ์ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าการแข่งขันจะเคลื่อนไปสู่การแข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์เพราะประเทศ

ต่างๆ ยอมรับว่าความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ และจะปรับระบบเศรษฐกิจสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อรักษาความสามารถทางการแข่งขันไว้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2552, 18 ธันวาคม)

"เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ถูกจัดประเภทอย่างหลากหลายโดยองค์กรต่างๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ "Department of Culture, Media and Sport" หรือ กระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราช-อาณาจักรซึ่งเป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น "ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก" (World Creative Hub) ได้จัดประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

1. โฆษณา	2. สถาปัตยกรรม	3.งานศิลปะและวัตถุโบราณ
4. งานฝีมือ	5. แฟชั่น	6.งานออกแบบ
7. ภาพยนตร์และวิดีโอ	8. ดนตรี	9.ศิลปะการแสดง
10. สื่อสิ่งพิมพ์	11. ซอฟต์แวร์	12.โทรทัศน์และวิทยุ

13. วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2552, 25 ธันวาคม)

ประเทศไทยนับเป็นประเทศผู้ได้รับอิทธิพลและบริโภคสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของฝั่งทวีปยุโรปและอเมริกามากมายในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็น ด้านภาพยนตร์ ดนตรี งานออกแบบ สถาปัตยกรรม งานโฆษณา สิ่งพิมพ์ ด้านโทรทัศน์และวิทยุ วิดิโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ ซึ่งที่กล่าวมาเป็นสินค้าที่คนไทยนิยมมาเป็นระยะเวลานาน หากแต่สินค้าอีกประเภทหนึ่งซึ่งระยะหลังได้รับความสนใจจากคนไทยนั่นคือ "ด้านศิลปะการแสดง" โดยเฉพาะ "ละครเพลง" หรือ Musical Play ซึ่ง นับเป็นละครเวทีประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศฝั่งยุโรปและอเมริกา ซึ่งต่อมาศาสตร์แขนงนี้ได้พัฒนาจากศิลปะการแสดงไปสู่อุตสาหกรรมละครเพลงทั้งในทวีปยุโรปและอเมริกา อีกทั้งยังมีการแสดงเปิดแสดงแบบ "เดินสาย" หรือ "International tour" ทั้งในประเทศของตนและเดินสายเปิดแสดงตามเมืองต่างๆทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยซึ่งให้การต้อนรับการแสดงประเภทนี้เป็นอย่างดี เฉพาะในปี 2550 -2553 มีการแสดงละครเพลงจากประเทศอังกฤษและสหรัฐอเมริกามาเปิดการแสดงในประเทศไทย ถึง 5 เรื่อง ได้แก่

1. CATS The Musical
2. We Will Rock You The Musical,
3. Cinderella The Musical
4. Chicago The Musical และ
5. Mamma Mia! The Musical

บางสิ่ง : ละครเพลง ความสุนทรีย์ของชาวตะวันตก

"ละครเพลง" หรือ "Musical Play" ในที่นี้หมายถึง ละครเพลงในเวทีสมัยใหม่ของตะวันตก โดยเฉพาะแนวอเมริกันที่ผสมผสานเพลงสากล ดนตรี ละครพูด และนาฏศิลป์ ซึ่งเป็นละครมหาชมนิยม พัฒนาขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา และแพร่หลายไปในยุโรปและเอเชีย การแสดงคือ การขับร้องเพลงเป็นหลัก มีดนตรีประกอบทุกอารมณ์และสร้างบรรยากาศตลอดเรื่อง คล้ายเมโลดราม่า (Melodrama) ละครเพลงพัฒนามาจากการแสดงวิพิธทัศนา (Vaudeville) และระบำเพลง (Extravaganza) ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 แต่ใช้เพลงสมัยใหม่ที่มหาชนนิยม (Popular music) บทพูดไม่มาก จะสลับระบำตลอดเรื่อง การแสดงแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ การขับร้อง(Singing) การแสดงละคร (Acting) และนาฏศิลป์ (Dancing) นอกจากนี้ยังมีฝ่ายดนตรี ฝ่ายศิลป์และเทคนิค แต่ละฝ่ายมีผู้กำกับเฉพาะด้าน ผู้กำกับรวม ซึ่งควบคุมทุกอย่าง เรียกว่าผู้กำกับฝ่ายเวที (Stage director) หรือผู้กำกับทั่วไป (General director) ซึ่งส่วนใหญ่จะรับผิดชอบด้านการแสดงละคร และทำงานประสานกับผู้กำกับอีก 3 ด้าน คือ ผู้กำกับดนตรี (Musical Director) ผู้กำกับนาฏศิลป์ (Dance director) และผู้กำกับฝ่ายศิลป์และเทคนิค (มัทนี รัตนิน, 2546:29)

ละครเพลงมีการแสดงทั่วไป ทั่วโลก อาจจะแสดงในงานใหญ่ๆ ที่มีทุนสร้างสูง ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งเช่น ในเวสต์เอนด์ (West End) กรุงลอนดอน และละครที่รู้จักและมีชื่อเสียงไปทั่วโลกอย่าง บรอดเวย์ (Broadway) ในกรุงนิวยอร์ก

เวสต์เอนด์ (West End) คือย่านโรงละครเวทีชื่อดังในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ซึ่งประกอบไปด้วยโรงละครเวทีกว่า 50 โรง ย่านนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่พลาดไม่ได้ในลอนดอน มีการบันทึกสถิติว่าในปี ค.ศ.2007 มีผู้คนไปเยี่ยมชม West End ถึง 13 ล้านคน

โรงละครในเวสต์เอนด์ (West End) โรงหนึ่งๆ มักเปิดการแสดงละครเรื่องเดียวเป็นระยะเวลานาน โดยเวสต์เอนด์ (West End) เป็นจุดเริ่มต้นของละครเพลงที่มีชื่อเสียงโด่งดังและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก อย่าง Les Misérables (1980), Cats The musical (1981), We will rock you (2002) และ Mamma Mia! The Musical ซึ่งได้รับความนิยมมาก เปิดการแสดงมาแล้วกว่า 160 เมืองทั่วโลก มีผู้ชมกว่า 32 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 2 พันล้านดอลล่าห์ เปิดแสดงมาแล้วกว่า 3,200 รอบ (ชยากร สุทินศักดิ์, (บรรณาธิการ), 2552: 33)

ละครบรอดเวย์ (Broadway) มีชื่อเสียงทางด้านของศิลปะการละครเวที มีเอกลักษณ์ของละครอเมริกันอย่างที่นิยมกันเรียกกันว่าละครเพลง มีองค์ประกอบรูปแบบการแสดง เพลงและการเต้นรำในลักษณะต่างๆ ที่กำหนดไว้อย่างตายตัวไม่ว่าจะมีการแสดงสักกี่รอบก็ตาม โดย

บรอดเวย์ เป็นชื่อของถนนสายหนึ่งในกรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งประกอบด้วยโรงละครกว่า 40 แห่ง และมีการรายงานว่าช่วง ค.ศ. 2007-2008 รายได้จากการจำหน่ายตั๋วมูลค่าสูงถึง 937 ล้านเหรียญดอลล่าร์ (ชยากร สุทินศักดิ์, (บรรณาธิการ), 2552: 33)

วงการภาพยนตร์ก็มักจะนำเรื่องราวจากละครเพลงมาทำเป็นภาพยนตร์เพลงและส่วนมากจะประสบความสำเร็จได้รางวัลอยู่เสมอ เช่น เรื่อง West Side Story, The Sound of Music, South Pacific,The King and I, Chicago, The Phantom Of Opera และ Hair Spray เป็นต้น

ละครเพลงบรอดเวย์ แต่ละเรื่องมักได้รับความนิยมและเปิดการแสดงติดต่อกันยาวนานมาก ตัวอย่าง เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2549 สถิติได้บันทึกว่า ละครเพลงเรื่อง The Phantom Of Opera เป็นละครเพลงที่เปิดการแสดงยาวนานที่สุดในโลก รวม 7,486 รอบ ณ โรงละครมาเจสติก และนอกจากนี้ยังได้รับรางวัลโทนี่ (Tony Award) ซึ่งเป็นมาตรฐานดีที่สุดของวงการบรอดเวย์

ปัจจุบันละครบรอดเวย์ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาปรับใช้ให้เข้ากับเรื่องราวและเหตุการณ์อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ เครื่องยิงเลเซอร์ เครื่องสร้างภาพ 3 มิติ เครื่องสร้างปรากฏการณ์ธรรมชาติเทียม ทำให้ละครดูสมจริงสมจังมากขึ้นทุกที เป็นจุดเด่นที่ทำให้ผู้ชมชื่นชอบละครบรอดเวย์มาโดยตลอด

ในประเทศอเมริกาและประเทศฝั่งยุโรปนั้น การชมละครถือเป็นวัฒนธรรมที่คุ้นชินมาช้านาน และละครเพลงก็เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งซึ่งมีความน่าสนใจ ทั้งนี้เพราะสามารถสร้างรายได้จากทั้งในและนักท่องเที่ยวภายนอกประเทศอย่างมหาศาล ซึ่งหากมองละครเวทีหรือละครเพลงในประเทศไทยนับว่าไม่ใช่วัฒนธรรมที่มาจากรากเหง้าที่แท้จริง

ภาพที่ 1.1 โปสเตอร์ละครเพลง The Phantom Of Opera และ MAMMA MIA!

เบิกโรง : ละครไทยคือจารีต ประเพณี

ละครไทยเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นนาฏศิลป์ ร้องรำทำเพลง มีท่ารำเป็นแบบแผนตายตัว ผู้อำนวยการแสดงคือ นายโรง หรือครูบาอาจารย์ ผู้กำหนดท่า ตัวแสดง ดนตรี เรื่องราว บทสนทนาหรือบทเจรจาเป็นร้อยกรองที่กวีได้นิพนธ์ขึ้น หรือนายโรงแต่งอาศัยโครงเรื่องเดิม เช่น ละครนอก ละครชาตรี ลิเก โนรา ส่วนละครรำในพระมหาราชวังพัฒนามาจากละครนอกวังของชาวบ้าน และมาประดิษฐ์ให้งดงามประณีตให้เป็นละครของหลวงซึ่งกลายเป็นมาตรฐานให้แก่ชาวบ้านอีกทอดหนึ่ง เช่นเดียวกับโขน มีทั้งโขนหลวงและโขนชาวบ้านแตกต่างกันที่บทและท่าทางความประณีต บทโขนหลวงมีกวีรวมกันแต่งขึ้นในรัชกาลต่างๆ เป็นตอนๆ จากเรื่องราวใน **"รามเกียรติ์"** ซึ่งเป็นโครงเรื่องใหญ่ ส่วนโขนชาวบ้านอาจมีบันทึกเป็นบทไว้บ้าง แต่ไม่หลงเหลือในเวลาต่อมา ก็คงมีแต่โขนหลวงหรือโขนตามวังเจ้านายซึ่งมีบุญญาธิการอุปถัมภ์ศิลปินเหล่านี้ไว้ประดับเกียรติและฐานะของตน เมื่อจะมีการแสดงในงานพิเศษ เช่น สมโภชน์ต่างๆ เจ้านายผู้ควบคุมการแสดงมักจะเป็นผู้กำหนดท่า เรื่อง ตอน ผู้แสดง การตีความเป็นไปตามแบบแผนประเพณี ไม่นิยมให้แหวกประเพณี เพราะถือว่า **"ผิดครู"** การฝึกซ้อมมักจะให้ครูหรือศิลปินเอกแสดงเป็นแบบอย่าง ทุกคนจะรำตามให้เหมือนที่สุด ศิลปินคนไหนที่แววดี มีความสามารถจะเป็นที่โปรดปรานได้รับรางวัลและตำแหน่งยศถาบรรดาศักดิ์ ครูจะต่อท่ายากๆ ให้พิเศษขึ้นไป การแสดงแต่ละตอนมีผู้แสดงนำต่างกัน ผู้ชมก็จะเฝ้าดูเฉพาะผู้ที่จะรำงดงามพิเศษเหล่านั้น ส่วนที่เหลือก็รำเป็นกลุ่มไป มองรวมๆ กัน ผู้ชมจะดูไปคุยไปรับประทานไปจนถึงตอนสำคัญจึงจะตั้งใจดูเพื่อชื่นชมท่ารำงามๆ ของศิลปินเอก (มัทนี รัตนิน, 2546:12)

ต่อมาการให้ความสำคัญกับชาติตะวันตกในฐานะชาติที่มีความก้าวหน้าทางวิทยาการและมีอำนาจทางทหารที่เหนือกว่าปรากฏในสมัยรัตนโกสินทร์ เมื่อพม่าพ่ายแพ้แก่อังกฤษ ท่ามกลางภาวะดังกล่าวทำให้ชนชั้นนำไทยต้องยอมรับชาติตะวันตก เป็นชาติมหาอำนาจที่ต้องให้ความสำคัญ ดังพระราชดำรัสในรัชกาลที่ 3 ก่อนสวรรคตว่า *"การศึกสงครามข้างญวณข้างพม่าก็เห็นจะไม่มีแล้ว จะมีอยู่ก็แต่ข้างพวกฝรั่งให้ระวังให้ดีอย่าให้เสียทีแก่เขาได้ การงานสิ่งใดของเขาที่ควรจะร่ำเรียนเอาไว้ก็เอาอย่างเขา แต่อย่าให้นับถือเลื่อมใสไปทีเดียว"* (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์, 2538 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 25)

การตื่นตัวถึงความเจริญด้านต่างๆ ของชาติตะวันตก ส่งผลต่อการรับวัฒนธรรมตะวันตก และปรับปรุงวัฒนธรรมเพื่อไม่ให้ถูกดูแคลน เช่นรัชกาลที่ 4 ทรงเคยมีพระราชปรารภว่า *"จะเสด็จไปสิงคโปร์ เพื่อทรงพิจารณาวัฒนธรรมอย่างฝรั่ง มาใช้ในการทำนุบำรุงบ้านเมือง"* (สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ, 2525 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 26) การรับวัฒนธรรมตะวันตกจึงนับเป็นแบบอย่างในการทำนุบำรุงบ้านเมือง ซึ่งเห็นได้ชัดในสมัยรัชกาลที่ 4 แต่ค่านิยม

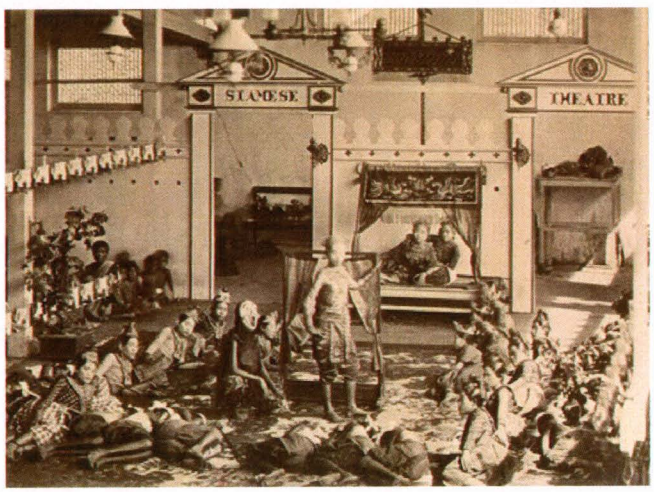
วัฒนธรรมตะวันตกคงเป็นเพียงรสนิยมของชนชั้นนำ และไม่กระทบต่อวัฒนธรรมความบันเทิงที่มีอยู่ ดังพัฒนาการของการฟังปี่พาทย์ตามรสนิยมการฟังดนตรีของตะวันตกแต่พัฒนาการที่เกิดขึ้นคือการปรับปรุงวงปี่พาทย์ให้มีท่วงทำนองสนุกสนานแบบเดียวกัน เป็นต้น

เมื่อวันเปลี่ยนผัน : จากความเพลินเพลิน สู่การแสดงฐานะ

ในสมัยรัชกาลที่ 5 อาจกล่าวได้ว่าความหมายของการบันเทิงเปลี่ยนจากการแสดงในงานสมโภชฉลองที่มุ่งสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้ร่วมงาน โดยไม่ต้องการค่าตอบแทน กลายเป็นความบันเทิงที่สามารถหาซื้อได้ด้วยเงินเพื่อสื่อฐานะในสังคม

ในสมัยนั้นมีการพัฒนาละครรำในรูปแบบใหม่ๆ คือ ละครพันทาง ละครดึกดำบรรพ์ และละครร้อง เจ้าของคณะที่มีชื่อในยุคนั้นได้แก่ เจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรง มี **"โรงละครปรินซเทียเตอร์"** เดิมชื่อ **Siamese Theatre** เป็นโรงละครของ**เจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรง (เพ็ง เพ็ญกุล)** ถือเป็นโรงละครแห่งแรกที่ริเริ่มเก็บเงินค่าชมมหรสพในปี พ.ศ. 2526 แม้เจ้าของโรงมหรสพจะอธิบายว่านำแบบอย่างการเก็บเงินมาจากตะวันตก แต่ก็สอดล้องกับความต้องการของผู้มีฐานะ ดังการเก็บค่าชมได้รับการอธิบายว่าเป็นการแยกแยะฐานะของผู้ชม

"...มีการเล่นเปนที่ดูสะบาย ของเลดีและเยนเตลแมน ซึ่งอยากจะไปดูไม่ให้เป็นที่นั่งเบียดเสียดกับคนเลวๆ ที่ใส่เสื้อเหมนสาบ แลไม่ได้ใส่เสื้อมีเหื้อเปลียเปลอะนั้น ครั้นผู้คีมีชื่อเสียงจะไปดูลครบ่อน แลลครงานปลีก ซึ่งไม่ได้เสียเงินก็มีความรังเกียจ กลัวจะต้องเบียดเสียดกับคนสกปลก หญิงผู้คีดูก็มีความรังเกียจที่มีบุรุษมาเบียดเสียด เพราเหตุดังนี้ ท่านเยลแตนแมนแลเลดี จึงยอมให้เงินค่าดู ซึ่งลครปรินซเทียเตอร์มีเก็บเงินแก่ผู้คีขึ้นคราวนี้" (จดหมายเหตุสยามไสมย เล่ม2 : 2427 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฏาภิรมย์, 2550: 39)



ภาพที่ 1.2 โรงละครปรินซเทียเตอร์

การเกิดมหรสพเก็บเงินในครั้งนั้น จึงเปลี่ยนแปลงขนบการดูมหรสพและเป็นแบบอย่างของมหรสพเก็บเงินต่อๆ มา การเก็บเงินค่าชมมหรสพซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์รายได้แก่ผู้เป็นเจ้าของมหรสพทำให้เกิดการสร้างสรรค์มหรสพแนวใหม่เพื่อจูงใจผู้ชมแต่ครั้งนั้น (มัทนี รัตนิน, 2546:14)

สร้างภาพให้ดูดี : ละครเพลง เครื่องมือสร้างชาตินิยม

ละครเวทีในรูปแบบละครเพลงแบบไทยนั้น เป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างมากเนื่องเพราะนโยบายชาตินิยมในสมัยจอมพล ป. พิบูลย์สงคราม โดยการใช้ละครเพลงเป็นสื่อสร้างความรู้สึกสำนึกรักชาติ ด้วยการสร้างสรรค์โดย **หลวงวิจิตรวาทการ**

หลวงวิจิตรวาทการเป็นผู้ที่รักละครเวที โดยเฉพาะอย่างยิ่ง**ละครแนวโรแมนติกและรักโศก (Melodrana)** ซึ่งได้ชมในประเทศฝรั่งเศสและยุโรป ตั้งแต่ครั้งท่านรับราชการในสถานฑูตไทยประจำกรุงปารีส ท่านนิยมละครพูดประกอบเพลงสมัยใหม่ที่ไพเราะ เช่น โอเปอเรตตา ที่มีนาฏศิลป์งามๆ แนวเรื่องตื่นเต้น เร้าอารมณ์ ซาบซึ้ง เมื่อท่านได้รับนโยบายจากรัฐบาลชุดจอมพล ป. พิบูลสงคราม ให้จัดแสดงละครปลุกใจให้ประชาชนเกิดความรักชาติและเสียสละเพื่อชาติ ท่านก็สามารถแต่งละครที่กินใจเป็นที่นิยมของประชาชนในระยะเวลาอันรวดเร็ว เพราะเป็นเรื่องเข้าใจง่าย ภาษาพูดธรรมดา มีพระเอก นางเอก ผู้ร้ายครบเครื่อง ดนตรีไพเราะ ปลุกใจให้ฮึกเหิม แนวเรื่องเกี่ยวกับความเสียสละชีพเพื่อชาติ เช่นเรื่อง **"เลือดสุพรรณ" "เจ้าหญิงแสนหวี"** ซึ่งเข้าถึงจิตใจสามัญชนธรรมดาได้ดี เพลงปลุกใจเหล่านี้ได้มีการเปิดทางวิทยุทุกวันจนติดปากประชาชน

หลังสมัยหลวงวิจิตวาทการ ละครแนวโรแมนติกและละครพูดประกอบเพลงยังเป็นที่นิยมต่อมาจนถึงสมัยละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการแสดงละครแข่งขันกันหลายคณะหลายโรง เพราะภาพยนตร์ต่างประเทศไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าประเทศจึงเป็น **"ยุคทอง"** ของละครเวทียุคหนึ่ง มีนักประพันธ์บทละครมีชื่อหลายคน เช่น **"อิงอร"** เขียนบทละครแนวรักผจญภัย เช่น **"ดรรชนีนาง"** มีเพลงไพเราะ ฉากงดงาม ทุกเรื่องจะมีดนตรีสากลแสดงคั่นฉาก มีตลกครบเครื่องและระบำเก๋ๆ สะดุดตา มีฝรั่งมาสอนท่าทางลีลาศและท่าเต้นบ้าง เช่น **"มาดามสวัสดิ์"** แต่ละคณะแข่งขันกันประมูลตัวพระเอกนางเอก ในสมัยดารายอดนิยม คือ ส. อาสนจินดา สุพรรณ บูรณ์พิมพ์ ฉลอง สิมะเสถียร ฯลฯ มีการนำนวนิยายมหานิยมมาแสดง เช่น **"บ้านทรายทอง"** ของ ก.สุรางคนางค์ และเรื่องต่างแดนโรแมนติก เช่น **"จุฬาตรีคูณ" "นางพญางูขาว" "กามนิต-วาสิฏฐี"** เป็นต้น แนวการแสดงกึ่งเหมือนจริงหรือโรแมนติก ค่อนไปทางเมโลดรามา รักโศก น้ำตาหลั่งมากมาย ประเภทนางเอกยากจนแสนดี นางร้ายใจโหด พระเอกเชื้อสายเจ้า

หรือจบจากนอก รูปหล่อ พ่อรวย ใจงดงาม ผู้ร้ายแสนชั่วไม่มีดี เป็นดำเป็นขาว ผู้กำกับการแสดงมักเป็นนักประพันธ์หรือนักแสดง และแสดงท่าทางให้ดูเป็นแบบ ท่าทางค่อนข้างใหญ่กว่าจริง เพราะเวทีกว้างและไกลจากผู้ชม พูดเสียงดังฟังชัดเจน กวดขันเรื่องพยัญชนะ สระ ตัว "ร" ตัว "ล" ควบกล้ำให้ถูกต้อง ยังมีการบอกบทเสียงดังข้างฉาก อารมณ์จะแสดงด้วยท่าทางภายนอกมากกว่าที่จะพัฒนาจากภายในด้วยการใช้สมาธิหรือจินตนาการ ผู้กำกับการแสดงมักเข้มงวดเรื่องเทคนิค การเคลื่อนไหวบนเวที การหันตัวออก การเดินเป็นจังหวะ ลักษณะคล้ายละครของเชกสเปียร์สมัยเก่าหรือแนวละครสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 แนวโรแมนติก แมโรดรามา และละครที่เน้นอารมณ์ซาบซึ้งเกินธรรมชาติ (Sentimental Drama) (มัทนี รัตนิน, 2546:19)

ภาพวันนั้น : ยุคทองของละครเวทีในประเทศไทย

ต้นทศวรรษ 2490 ละครเวทีมีพัฒนาการและรูปแบบการแสดงตามอย่างวัฒนธรรมแบบตะวันตกอันสอดคล้องกับค่านิยมของยุคสมัย ทำให้กิจการละครเวทีเฟื่องฟูได้รับความนิยมในหมู่ผู้มีฐานะ ค่าดูละครจำกัดกลุ่มผู้ชมในแต่ละระดับ อัตราแพงที่สุดคือ 20 บาท 10 บาท และ 5 บาท ซึ่งที่นั่งสำหรับค่าดู 5 บาท มีเพียงเล็กน้อย อัตราค่าดูดังกล่าวนับว่าไม่น้อยเมื่อเทียบกับราคาข้าวสาร 1 ถัง ราคา 20 บาท (สุวรรณ บูรณพิมพ์, 2528 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 227)

ละมูล อติพยัคฆ์ กล่าวถึงความนิยมละครเวทีในช่วงต้นทศวรรษ 2490 แทนที่ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมความบันเทิงของคนกรุงเทพมหานครฯ ก่อนหน้านี้ โดยมีละครเวทีแทนหนังฉายตามโรงภาพยนตร์ *"เฉลิมนครก่อนหน้านี้มีหนังฉาย แต่มากลายเป็นละครไทยไม่ย้อนกลับ ที่หน้าโรงตามไฟให้ระยับ แล้วประดับโฉมหน้าคาราไทย"* (2528 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 227)

ความนิยมละครเวทีทำให้เกิดละครเวทีมากมายหลายคณะ เช่น ศิวาภรณ์, ผกาวลี, เทพศิลป์, นำไทย, อัศวินการละคร, ชื่นชุมนุมศิลปิน เป็นต้น การแข่งขันของคณะละครทำให้มีการพัฒนารูปแบบละครให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้ชม ลักษณะความหรูหรา แปลกใหม่ใช้เทคนิคสร้างความสมจริง และมีเนื้อหาสอดคล้องกับรสนิยมของคนในสังคม

ละครคณะผกาวลี เป็นละครที่ได้รับความนิยมมากคณะหนึ่งเพราะมีความแปลกใหม่ทั้งองค์ประกอบการแสดง ดนตรีและเนื้อเรื่อง ชูศรี มีสมมนต์ (2534 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 227) เล่าถึงความแปลกใหม่ของละครเวทีผกาวลีว่า

"เพลงที่อาจารย์ประสิทธิ์ ศิลปบรรเลง แต่งให้ร้องนับว่าเรียกร้องความนิยมจากประชาชนได้รวดเร็วเกินคาด อาจจะเป็นเพราะทุกอย่างเป็นของใหม่ โรงละครเฉลิมไทยสมัยนั้นก็ยังเป็นของใหม่ มีฉากเลื่อน ฉากหมุน คือเวทีหมุนสามารถเปลี่ยนฉากได้รวดเร็ว แล้วก็ตัวละครก็

ใหม่ๆ สดๆ เนื่องจากคุณครูลัดดานำมาจากโรงเรียนศิลปากรเป็นส่วนใหญ่ เครื่องแต่งตัวก็แพรวพราวไปหมด บทละครก็เยี่ยมที่สุด เนื้อเรื่องเป็นทำนองอย่างเรื่อง "เต็ลมา" ของฝรั่งหรืออย่าง "อติรูปกับอรัญญาณี" ของอาจารย์ "แสงทอง"

ความทันสมัยแบบตะวันตกตามรสนิยมของผู้ชม ทำให้คณะละครผกาที่เกิดขึ้นไม่นานมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างมาก มีผู้กล่าวถึงชื่อเสียงของคณะละครผกาวลีขณะนั้นว่า *"ขจรขจายราวกับพลุ เป็นความบันเทิงแปลกใหม่ทันสมัยในยุคนั้น"* (ประสิทธิ์ ศิลปบรรเลง, 2547 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 228) การประสบความสำเร็จของคณะผกาวลีเป็นแบบอย่างของพัฒนาการที่เน้นเทคนิคความแปลกใหม่ และความสอดคล้องกับยุคสมัยแก่ละครเวทีคณะอื่นๆ

เนื้อเรื่องที่ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนในสังคมสอดคล้องกับบริบทของยุคสมัย ทำให้ละครเวทีอยู่ในความสนใจของผู้ชมเป็นเวลาหลายปี โดยเฉพาะเรื่องที่ได้รับความนิยมจากตลาดหนังสือนวนิยาย นับแต่เรื่องประเภทจินตนิยาย ละครชีวิต จนถึงละครประวัติศาสตร์ ที่นำมาจากนวนิยายตะวันตกละครเวทีในยุคแรกเป็นเรื่องประเภทจินตนิยาย อันสอดคล้องกับสภาพสังคมภายหลังสงครามที่ประชาชนต้องการความรื่นรมย์ เพื่อผ่อนคลายความวิตกกังวล เช่น เรื่องที่จัดแสดงของคณะผกาวลีเป็นจินตนิยายของต่างประเทศทำให้ได้รับความนิยม *"มีแฟนคนดูที่ชอบรูปแบบการแสดงทันสมัยของคณะผกาวลีไม่น้อย ละครที่ครูจัดสมัยนั้นก็ค่อนข้างคลาสสิก อย่างเรื่อง* ***"เงือกน้อย"*** *ที่เป็นเรื่องของฝรั่งที่เขาแสดงเป็นบัลเล่ต์ ตอนนั้นคุณครูลัดดาจัดแสดงละครประเภทฝรั่งต่างประเทศจนเกือบจะไม่มีเรื่องให้เล่นแล้ว ท่านก็หันมาแสดงบทละครแบบไทยแท้ของเราบ้าง แต่ก็ยังเป็นศิลปะ ละครร้องในสไตล์ "โอเปร่า"* (ชูศรี มีสมมนต์, 2534:68 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 229)

ต่อมาโครงเรื่องของละครเวทีจะเน้นละครอิงประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมความรักชาติ เช่น **"เรื่องขุนเหล็ก" "พันท้ายนรสิงห์"** ของอัศวินการละคร **"ยอดขุนพล" "ผู้ชนะสิบทิศ"** ของศิวารมณ์ และเปลี่ยนเป็นละครชีวิตสะท้อนสภาพสังคมเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของตลาด โดยพนม สุวรรณบุศย์ กล่าวว่า

"เดี๋ยวนี้ละครแบบมีกษัตริย์นั้นตกบัลลังก์เสียแล้ว และก็เป็นความจริง หลังจาก "ดรรชนีนาง" ของอิงอร ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในรอบปักษ์นี้ "ข้ามมหาสมุทร์" ของสุวัฒน์ วรดิลก อันเป็นละครชีวิตแบบทันสมัยก็ได้รับความสำเร็จอย่างงดงามอีกเรื่องหนึ่ง ทั้งๆที่ฝนตกประชาชนก็ยังฝ่าฝนมาดูและเมื่อดูจบก็พูดกันต่อๆ ไปว่าเรื่องนี้เขาดีจริง นี่เองทำให้คนแน่นขึ้นๆ กว่าเดิมทุกรอบเบียดเสียดเยียดยัดราวกับว่าทุกคนได้รับเชิญมาดูฟรี" (อ้างใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 229)

ภาพแห่งความหลัง : จุดจบยุคทองของละครเวทีไทย

อย่างไรก็ตามเมื่อละครเวทีมีพัฒนาการถึงขีดสุด ใช้เทคนิคการแสดงที่ต้องลงทุนสูง ย่อมยากต่อการพัฒนารูปแบบละครให้ก้าวหน้าหรือแปลกใหม่ทันสมัยไปกว่าเดิม จึงเสื่อมลงในที่สุด กุมุท จันทร์เรือง ให้เหตุผลในการเลิกจัดแสดงละครเวทีในปี พ.ศ.2494 ว่า

"ผู้ผลิตละครมีทางได้กำไรน้อย แต่มีทางขาดทุนมาก เพราะการสร้างละครเรื่องหนึ่งๆ ต้องลงทุนมากไปไม่น้อยกว่าการทำภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง คือ 4-6 หมื่นบาท แต่เวลาเล่นมีจำกัดและความไม่แน่นอนของผลลัพพ์มีน้อย ดินฟ้าอากาศเหตุการณ์บ้านเมือง ต้นเดือนปลายเดือนล้วนมีส่วนทำให้รายได้ผันแปรไปได้ นอกจากนี้เจ้าของโรงยังบีบคณะละครให้หาเรื่องเยี่ยมๆ เด่นๆ ลงทุนมากๆ ออกมาเล่นบ่อยๆ งานละครในปัจจุบันจึงดีสำหรับผู้มีโรงให้เช่า ตัวแสดงที่เล่นบ่อย คนงานที่มีงานทำระหว่างแสดง และรัฐบาลผู้เก็บภาษี แต่เจ้าของคณะต้องเสี่ยงมาก ด้วยเหตุผลนี้ กุมุทจึงได้วางมือจากการละครชั่วคราว" (โฆษนาสาร, 1มกราคม 2494 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 229)

ในที่สุดละครเวทีไม่สามารถพัฒนาการแสดงให้ดีไปกว่าเดิม มีความจำเจทั้งผู้แสดง การดำเนินเรื่องและเนื้องเรื่อง อีกทั้งภาพยนตร์ไทยกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง ละครเวทีจึงปิดฉากลง เจ้าของคณะละครหลายคนได้หันกลับไปสร้างภาพยนตร์ตามความนิยมของผู้ดู มีผู้วิจารณ์ถึงเหตุความเสื่อมของละครเวทีเนื่องจากความจำเจของโครงเรื่องและการแสดงว่า

"ละครแบบสมัยใหม่นั้น ก็คงมีเล่นปกติ ศิลปินผู้แสดงที่มีชื่อเสียงเมื่อห้าปีก่อน บัดนี้ก็คงมีชื่อเสียงอยู่ตามเดิม หลายคนคงอยู่คณะเดิมแต่ย้ายคณะไปก็มีมาก อย่างไรก็ดีเหมือนทุกๆ คณะ ส่วนการแสดงและการสร้างฉากดีขึ้นกว่าแต่ก่อน แต่การดำเนินเรื่องยังยืดยาด เรื่องหนึ่งกว่าจะจบตั้งสามสี่ชั่วโมงนั้น ข้าพเจ้าไม่อยากจะเชื่อว่าผู้ดูคนไทยเราต้องการปริมาณมากกว่าคุณภาพเลย" (ข่าวกรุง, เมษายน 2496 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 230)

พัฒนาการของละครเวทีซึ่งให้ความสำคัญกับรสนิยมของตลาด ทั้งค่านิยมวัฒนธรรมตะวันตก ความแปลกใหม่ทันสมัยตามรสนิยมวัฒนธรรมแบบตะวันตกของผู้ชม ทำให้ละครเวทีกลายเป็นวัฒนธรรมความบันเทิงที่แพร่หลายในช่วงต้นทศวรรษ 2490 แต่รูปแบบ เนื้อหาและองค์ประกอบของละครเวทีคงตอบสนองกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีฐานะในสังคม ดังเข้าใจกันในขณะนั้นว่า *"ละครเวทีเป็นละครของผู้ที่มีรสนิยม"* (มณี รามอินทรา, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2547 อ้างถึงใน ภัทรวดี ภูชฎาภิรมย์, 2550: 230)

แม้ว่าการแสดงละครเวทีในลักษณะของอุตสาหกรรมจะซบเซาไป แต่นับได้ว่าคนไทยได้เริ่มรู้จักกับวัฒนธรรมการชมละครอย่างตะวันตก อีกทั้งยังได้รู้จักกับละครเพลง ที่หลวงวิจิตร

วาทการได้ดัดแปลงจากละครโอเปร่าของตะวันตกเป็นเนื้อเรื่องและบทเพลงไทย ซึ่งครั้งนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างชาตินิยมของรัฐบาล

ไม่เคยมีคำว่าสาย : ความพยายามของธุรกิจละครเวทีไทย

การแสดงละครเวที และละครเพลงของในเชิงแสวงหารายได้นั้นยังคงมีแสดงบ้างแต่ไม่เป็นที่นิยมนักเท่าอดีต ซึ่งคณะละครสำคัญๆ ที่เปิดแสดงจากอดีตถึงปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

มณเฑียรทองเทียเตอร์ จะแสดงละครแนวบันเทิงรอบดึกแบบ Cooktail loung theatre มีศิษย์จุฬา-ธรรมศาสตร์ไปร่วมจัด และให้รางวัลแก่นักแสดงและบทยอดเยี่ยมประจำปีของมณเฑียรทองเทียเตอร์ นักแสดงจากมณเฑียรทองเทียเตอร์หลายคนพัฒนาเป็นผู้กำกับละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน มณเฑียรทองเทียเตอร์เปิดกิจการอยู่ได้ประมาณ สิบกว่าปีก็เลิกไป เพราะมีปัญหาทางการเงินและการบริหาร (มัทนี รัตนิน, 2546:26)

คณะละคอน 28 เป็นกลุ่มบัณฑิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ร่วมกันจัดตั้งบริษัทผลิตละครคุณภาพจากบทละครและวรรณกรรมต่างประเทศ ผู้นำกลุ่มรุ่นบุกเบิก ได้แก่ อาจารย์รัศมี เผ่าเหลืองทอง(บัณฑิตจากศิลปการละคร จุฬาฯ และ Yale Drama School, USA) ยุทธนา ทุกดาสนิท(บัณฑิตจากคณะวารสารศาสตร์ ธรรมศาสตร์ และได้ศึกษาในสาขาการละครอีกด้วย) บุรณี รัชไชยบุญ(บัณฑิตจากศิลปศาสตร์การละคร จุฬาฯ และศึกษาต่อการละครในสหรัฐอเมริกา) ปนัดดา เลิศล้ำอำไพ(บัณฑิตจากศิลปการละคร จุฬาฯ) อาจารย์รัศมีเป็นผู้ทำบทและเป็น **"Dramaturg"** หรือที่ปรึกษาวิจารย์บท เป็นส่วนใหญ่ ยุทธนากำกับการแสดง บุรณออกแบบควบคุมแสง สี เสียงและเทคนิค ปนัดดา บริหาร ประชาสัมพันธ์และประสานงาน ซึ่งปัจจุบันคณะละคร 28 ยุติกิจการไปแล้ว (มัทนี รัตนิน, 2546:27)

แดสเอนเตอร์เทนเมนต์ เมื่อปีพ.ศ. 2533 กลุ่มบัณฑิตการละครอีกกลุ่มหนึ่ง ได้จัดตั้งบริษัทแดสเอนเตอร์เทนเมนต์(Dass Entertainment) เพื่อ "ผลิตรายการศิลปะบันเทิงที่มีคุณภาพโดยเฉพาะการแสดงบนเวทีงานศิลปะบันเทิงสมัยใหม่" ที่สาธารณชนเข้าใจได้ง่ายและสะท้อนสังคม โดยใช้นักแสดงอาชีพจากวงการโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ แนวการนำเสนอเป็นละครชวนหัวสะท้อนสังคม ละครเพลง ละครสำหรับเด็ก เรื่องฆาตกรรมสืบสวน ทั้งที่เป็นละครดัดแปลงจากบทต่างประเทศ และบทที่เขียนขึ้นใหม่ เนื้อหาเข้าใจได้ไม่ยากนัก เพราะกลุ่มเป้าหมายคือชนชั้นกลางจนถึงระดับสูง เก็บค่าชมค่อนข้างแพง เพื่อสามารถเป็นธุรกิจการค้าได้

ผู้กำกับละครส่วนใหญ่ของแดสเอนเตอร์เทนเมนต์ คือ สุวรรณดี จักราวรวุธ (ศึกษาวรรคดีและการละครจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ใช้แนวการกำกับการแสดงสมจริง ให้นักแสดงมีอิสระในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกตามธรรมชาติ ไม่เข้มงวดเรื่องบล็อกกิ้ง (Blocking) หรือ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
วันที่ 11 ก.ค. 2555
เลขทะเบียน 248570

องค์ประกอบ (Composition) มากนัก ให้ละครสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ดีที่สุด โดยเฉพาะละครชวนหัว ละครเพลงและละครเด็ก แนวการออกแบบฉากส่วนใหญ่จะสมจริงในละครประเภทชีวิตและสะท้อนสังคมปัจจุบัน ส่วนที่เป็นละครเพลงและละครเด็ก มักเป็นแนวจินตนาการ (Fantasy)

แดสเอนเตอร์เทนเมนต์ได้ตั้งโรงละครกรุงเทพ เมื่อพ.ศ. 2536 นับเป็นโรงละครเอกชนสมัยใหม่เต็มรูปแบบแห่งแรกที่มีการแสดงประจำปี นอกจากนั้นยังผลิตละครสั้นแนวขบขัน ละครเด็กและละครเพื่อการศึกษาทางโทรทัศน์ จัดประกวดบทละครรางวัล "สดใสอะวอร์ด" ประจำทุกปี ละครที่ชนะเลิศบางเรื่องนำมาจัดแสดง เป็นการพัฒนาคนละครรุ่นใหม่ และจัดฝึกอบรมการแสดงและการจัดแสดงโดยผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ เช่น อังกฤษ สนับสนุนโดย บริติส เคาน์ซิล(The British Council) (มัทนี รัตนิน, 2546:28)

ภัทราวิดีเธียเตอร์ ในวงการบันเทิงอาชีพ "ภัทราวดี มีชูธน" เป็นศิลปินนักแสดงและกำกับการแสดงที่มีบทลาทสำคัญยิ่งคนหนึ่ง ในการพัฒนาการละครสมัยของไทย โดยสำเร็จการศึกษาการละครสมัยใหม่โดยตรงที่สหรัฐอเมริกาจาก Pasadena Play House Drama School แคลิฟอร์เนีย และเริ่มการแสดงในพ.ศ. 2515 ด้วยภาพยนตร์เรื่องแรก "ไม่มีสวรรค์สำหรับคุณ"

ระหว่าง พ.ศ. 2514-2528 ภัทราวดี มีชูธน ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ทางด้านการละครเพลงแนวบรอดเวย์ ฝึกนาฏศิลป์สากล ขับร้องและแสดงในรูปแบบละครออฟ บรอดเวย์ (Off Broadway) จากประสบการณ์นี้ เธอได้กลับมาเปิดการแสดงคอนเสิร์ตศิลปินเดี่ยว (One Women Show) ซึ่งเป็นการแสดงทั้งนาฏศิลป์ เพลง เต้น ละครย่อย เป็นต้น ผสมผสานท่านาฏศิลป์สากลโดยมีคู่หางเครื่องฝรั่ง นับเป็นครั้งแรก เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของผู้ชมมาก หลังจากนั้นเธอได้ผลิตละครแนวบรอดเวย์ เกี่ยวกับชีวิตนักร้องไทยสากลเป็นครั้งแรกในประเทศไทยอย่างครบเครื่องและเทคนิค เรื่องเก็บดาวดวงใหม่ ณ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย โดยมีลอนนี (Lonni) นักเต้นอเมริกาเป็นผู้ออกแบบและฝึกซ้อมท่าเต้น แบร์รีย์ อาร์โนลด์ (Barry Arnold) ชาวอเมริกาซึ่งเคยทำงานละครบอรดเวย์เป็นผู้ออกแบบฉาก แสง สี เสียง ละครเรื่องนี้เป็นแบบอย่างให้แก่การแสดงคอนเสิร์ตของไทยสมัยใหม่ (มัทนี รัตนิน, 2546:29)

ด้วยพัฒนาการด้านการละครของไทย และด้วยการเปิดการแสดงของคณะละครต่างๆ ทำให้คนไทยคุ้นเคยกับ **"ละครเพลง"** หรือ **"Musical Play"** มากขึ้น ทั้งการพัฒนาละครเพลงของหลวงวิจิตราวาทการที่ใช้เป็นเครื่องมือของการสร้างกระแส "ชาตินิยม" หรือการสร้างละครเพลงจากบทละครแปลต่างประเทศของคณะละคร 28 หรือจากการนำเทคนิคและบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านละครเพลงมาพัฒนาคุณภาพละครของไทย จากการริเริ่มของภัทราวดี มีชูธน

จากบทเรียนของธุรกิจละครเพลงของเมืองไทยนั้น ยังล้มลุกคลุกคลาน และเป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็วในเชิงธุรกิจซึ่งยุคละครเพลง ละครเวทีนั้นเคยเฟื่องฟูช่วง แดสเอนเตอร์เทนเม้นท์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตและมีประสบการณ์ แม้เนื้อหาน่าสนใจ แต่ยังไม่หลากหลายนัก และจุดอ่อนในแง่การสื่อสารการตลาด ประชาสัมพันธ์และการตลาด ทำให้กระแสนั้นค่อยๆ หายไปจากวงการ โดยนางสาวสุวรรณดี จักราวรวุธ ผู้กำกับการแสดง บริษัท แดสเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เปิดเผยว่า กล่าวถึงความสำคัญของการทำการสื่อสารการตลาดกับธุรกิจละครเวที

"สาเหตุที่ละครเวทีไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องรายได้อาจมาจากปัญหาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะมีผู้ที่สนใจอยากชม แต่ซื้อบัตรไม่ทัน ทำให้พลาดไปอย่างน่าเสียดาย นอกจากนี้ยังขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล ถึงแม้จะมีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนอยู่บ้าง แต่ธุรกิจนี้ก็ไม่สามารถไปรอดได้ อีกทั้งยังอยากให้มีการทำการตลาดเดินควบคู่ไปกับการยึดมั่นในคุณค่าทางศิลปะ" (บิสิเนสไทย, 2550, 25 ตุลาคม)

ในรอบหลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนา "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" โดยในสมัย พตท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ได้วางรากฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการก่อตั้ง **"สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.)"** หรือ **OKMD** ซึ่งเป็นองค์กรมหาชน ภายใต้สังกัดของสำนักนายกรัฐมนตรี โดย สบร. ได้แตกแขนงหน่วยงานด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ อาทิ "อุทยานการเรียนรู้" หรือ TK Park อีกทั้ง "ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ" หรือ "TDCD" ที่มีผลงานเพื่อการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างโครงการ "คิด Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์" นอกจากนั้นรัฐบาลชุดพตท. ดร. ทักษิณ ชินวัตร ได้เริ่มหลากหลายโครงการที่มาจากฐานความคิดอย่าง "โครงการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" หรือ "OTOP" หรือ "โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น" เป็นต้น

แม้ว่ารัฐบาล พตท. ดร. ทักษิณ ชินวิตร หมดวาระลงแล้ว หากแต่นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังคงพิสูจน์ได้ถึงความจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งในรัฐบาลชุดนายอภิสิทธิ เวชาชีวะ ซึ่งดำรงค์ตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ก็ได้ประกาศสานต่อเจตนารมณ์ โดย ได้ประกาศใช้แนวคิด "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้บรรจุนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหนึ่งใน "แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง" โดยในระยะเวลา 3 ปี ได้มีการจัดสรรงบประมาณถึง 20,000 ล้านบาท เพื่อพัฒนา 15 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใน 4 กลุ่มหลักนั่นคือ ด้านมรดกทางวัฒนธรรม(Heritage or Cultural Heritage) ด้านศิลปะ(Arts) ด้านสื่อ(Media) และด้านงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Function Creation) โดยเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2552 รัฐบาลชุดนายอภิสิทธิ เวชาชีวะ ได้จัดงานเปิดตัว

โครงการ Creative Thailand อย่างเป็นทางการ โดยประกาศเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ จาก 12 % เป็น 20 % ของดีจีพีภายในปี 2552 (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2553, 1 กุมภาพันธ์)

การประกาศนโยบาลเชิงรุกด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล นับเป็นสัญญาณเชิงบวกของอุตสาหกรรมละครเวที ที่นับเป็นธุรกิจแขนงหนึ่งในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แม้ว่าในอุตสาหกรรมละครเวที จะมีผู้เล่นในตลาดน้อยรายหากแต่ก็มีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งราวปี พ.ศ.2550 อุตสาหกรรมละครเวทีในประเทศไทยกลับมาได้รับการฟื้นตัวอีกครั้งหนึ่งด้วยการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนในหลากหลายบริษัท โดยธุรกิจนี้ถูกจัดเป็นอีกแขนง (Segment) ในธุรกิจการจัดแสดง (Showbiz) แม้ค่อนข้างจะจัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) แต่ปัจจุบันพฤติกรรมคนยุคใหม่นั้นเสพบันเทิงหลากหลายและไม่ค่อยมีเส้นแบ่ง การตัดสินใจจ่ายเงินนั้นดูจาก ความน่าสนใจ อาทิ ตัวนักแสดง ที่พลิกบทบาท หรือเนื้อหา และสิ่งที่ทำให้ละครเพลงในปัจจุบันแต่ละเรื่องประสบความสำเร็จย่อมต้องให้ความสำคัญกับ การตลาด ประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง ปัจจุบันการขายกันที่ความตระการตาของฉาก เพียงแค่บทนั้นให้อรรถรสเพียงด้านเดียว ดังนั้นการทำให้โชว์ให้อลังการขึ้น จะช่วยให้ทำให้ดึงกลุ่มใหม่ได้กว้างขึ้นและการทำการตลาดก็มีส่วนช่วยดึงความน่าสนใจให้ละครเพลงมากขึ้น (บิสิเนสไทย, 2550, 6 มีนาคม)

สามารถสรุปภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมละครเวทีไทยได้ว่า กำลังขยายวงกว้าง จากภาพลักษณ์ในแนวดิ่ง ที่เจาะจงเฉพาะชนชั้นไฮโซ หรือ ผู้มีรสนิยมวิไล ได้ถูกทำให้แบนราบ ทั้งเนื้อเรื่องที่เข้าใจง่าย และราคาเข้าชมที่ตอบสนองต่อตลาดแมสมากขึ้น ยุคใหม่ของละครเวทีเมืองไทยได้เริ่มขึ้นแล้ว โดยเฉพาะละครเพลง (บิสิเนสไทย, 2551, 5 กันยายน, http://www.businessthai.co.th/bt/content.php?data=414558) โดยอุตสาหกรรมละครเวทีในประเทศไทยปัจจุบันมีการเปิดแสดงละครเพลงมากกว่าละครพูด โดยมีผู้ประกอบการไม่มากรายนักหากแต่มีความน่าสนใจไม่น้อย ได้แก่

บริษัท ดรีมบ๊อกซ์ จำกัด เปิดการแสดงละครเพลง **คู่กรรม เดอะมิวสิคัล** (ปี 2545-2551 แต่เปิดแสดงไม่ต่อเนื่อง), **แม่นาค เดอะมิวสิคัล**(ปี 2552) โดยการเปิดแสดงละครเพลง 1 เรื่องมีรอบการแสดงเฉลี่ย 20 รอบต่อการเปิดแสดงหนึ่งครั้ง และไม่เน้นการพัฒนาละครเพลงเรื่องใหม่ๆ ออกสู่ตลาด หากแต่เน้นการสร้างละครเพลงที่สามารถเวียนแสดงได้หลายครั้งเพื่อประหยัดต้นทุนและ

ระยะเวลาในการผลิต หากวิเคราะห์การดำเนินงานละครเพลงของ บริษัท ดรีมบ๊อกซ์ จำกัด นับว่ายังไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องรอบการแสดง เท่าที่ควร อีกทั้งยังขาดความหลากหลายในการผลิต เพราะมีนโยบายประหยัดต้นทุนในการผลิตละครเพลง

ภาพที่ 1.3 ละครเพลง คู่กรรม เดอะมิวสิคัล และ แม่นาค เดอะมิวสิคัล

บริษัท ทรู แฟนเทเชีย จำกัด เริ่มเปิดการแสดงละครเพลงในชื่อ AF The Musical โดยจัดแสดงเรื่อง ตอน **AF The Musical ตอน เงิน เงิน เงิน** (ปี 2550), **AF The Musical ตอน โจโจ้ซัง** (ปี 2551) โดยการเปิดแสดงละครเพลง 1 เรื่องมีรอบการแสดงเฉลี่ย 20 รอบต่อการเปิดแสดงหนึ่งครั้ง และมีเป้าหมายเพื่อสร้างงานให้กับศิลปิน อเคเดมี่แฟนแทเชีย เป็นหลัก อีกทั้งยังวางตนเองว่าเป็นละครเพลงอิงคอนเสิร์ตซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแฟนคลับของศิลปินที่ร่วมแสดงในเรื่อง หากวิเคราะห์การดำเนินงานละครเพลงของ บริษัท ทรู แฟนเทเชีย จำกัด นับว่ายังไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องรอบการแสดง

ภาพที่ 1.4 ละครเพลง AF The Musical ตอน เงิน เงิน เงิน และ AF The Musical ตอน โจโจ้ซัง

บริษัท เวิร์คพอทย์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2552 ปรากฏการณ์ร่วมผลิตได้เกิดขึ้นระหว่างบริษัท ทรู แฟนเทเชีย จำกัด และ บริษัท โต๊ะกลม ในเครือบริษัท เวิร์คพอทย์ จำกัด (มหาชน) จัดแสดง **"เดอะ เลเจนด์ ออฟ เร่ขายฝัน เฉลียง เดอะมิวสิคัล"** (ปี 2552) การเข้ามารุกตลาดของบริษัท เวิร์คพอทย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีข้อได้เปรียบทางด้านช่องทางการสื่อสารการตลาด และมีความสามารถในเชิงการผลิตนั้น ทำให้อุตสาหกรรมละครเพลงไทยมีสีสันมากขึ้น และผู้ชมได้เสพงานละครที่หลากหลาย หากแต่การนโยบายการผลิตละครเพลงร่วมกันระหว่าง เวิร์คพอทย์ และ ทรู แฟนเทเชีย นั้นยังไม่เห็นเป็นกลยุทธ์ในระยะยาว

ภาพที่ 1.5 ละครเพลง เดอะ เลเจนด์ ออฟ เร่ขายฝัน เฉลียง เดอะมิวสิคัล

บริษัทผู้ผลิตละครเพลงทั้ง 3 บริษัทนั้นนับว่ายังไม่ประสบความสำเร็จชัดเจนนักทั้งในด้านรายได้และจำนวนรอบการเปิดแสดง ซึ่งผู้ผลิตละครเพลงอย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จทั้งจำนวนรอบการแสดงและรายได้ อีกทั้งยังถือเป็นเจ้าตลาด คือ **บริษัท ซีเนริโอ จำกัด** ซึ่งคุณถกลเกียรติ วีรวรรณได้กล่าวถึงกุญแจสำคัญความสำเร็จของละครเพลงอีกประการหนึ่ง คือการสื่อสารการตลาด

"การทำละครเวทีให้ประสบความสำเร็จทั้งในเรื่องของรายได้และทางคุณค่าทางศิลปะนั้นเป็นเรื่องที่ยาก ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องผสมผสานระหว่างเนื้อเรื่อง นักแสดง เสื้อผ้าฉาก รวมถึงการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องในส่วนของโฆษณาประชาสัมพันธ์"(บิสิเนสไทย, 2550, 25 ตุลาคม)

"มาร์เก็ตติ้ง มีความสำคัญมาก ผมว่าเราคงเป็นคนละครเวทีอยู่เจ้าเดียวที่ทำมีเดียโทรทัศน์ด้วย และทำละครเวทีด้วย และเอา 2 อย่างมา Merge กันได้อย่างลงตัว อันนี้ปฏิเสธไม่ได้

เลย เพราะละครเวทีต้องการการโปรโมทผ่านรายการโทรทัศน์มากๆ ละครเวทีดีๆ ถ้าไม่ได้โปรโมทให้คนมาดู เขาก็มาดู นั่นคือ ในเรื่องของการโปรโมท เรื่องมาร์เก็ตติ้ง" (พยุงศักดิ์ วิริยะบัณฑิตกุล, (บรรณาธิการ), 2551: 134)

ระบายความฝัน : บริษัท ซีเนริโอ จำกัด กับการรุกตลาดละครเวที

บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2547 บริหารงานโดยคุณถกลเกียรติ วีรวรรณ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มละครเพลงเวทีเรื่องใหญ่และสามารถสร้างกระแสตื่นตัวในสังคม ตลอด 10 ปี ด้วยความตั้งใจของคุณถกลเกียรติ วีรวรรณ ที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมการดูละครให้เกิดขึ้นในเมืองไทย เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีภาพลักษณ์เก่าๆ ที่ฝังอยู่ในหัวของผู้บริโภคที่คิดว่า ละครเวทีต้อง **"ปีนบันได"** ทั้งนี้เพื่อขยายฐานคนดู ให้กลายเป็นการแสดงที่ทุกคนสามารถรับชมได้ (Mass Product)

"การที่จะทำให้คนดูเข้าใจและชอบได้ ต้องค่อยไปทีละขั้นตอน เพราะคนไทยหลายคนยังมีความรู้สึกกลัวและไม่กล้าที่จะดูละครเวที เพราะดูยากเกินไปจะต้องปีนบันไดหรือเปล่า" (บิสิเนสไทย, 2550, 12 กันยายน)

โดยในปี พ.ศ. 2540 เป็นจุดเริ่ม ละครเพลงถูกผลิตออกสู่สายตาประชาชนในนามบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด และได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งลำดับการเปิดแสดงละครเพลงมีดังนี้

วิมานเมือง

เปิดแสดง ในปี 2540 ณ. ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 14 รอบ

บัลลังก์เมฆ เดอะมิวสิคัล

เปิดแสดง ในปี 2544 และ 2545 ณ. ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 33 รอบ

บางกอก 2485 เดอะมิวสิคัล

เปิดแสดง ในปี พ.ศ. 2547 ณ. ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 22 รอบ

ทวิภพ เดอะมิวสิคัล

เปิดแสดง ในปี 2548 และ 2549 ณ. ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย จำนวน50 รอบ

"จากกระแสตอบรับจากสังคมไทยและแนวโน้มที่ขยายตัวขึ้น จากผู้ชมละครเพลงหลายเรื่อง แสดงให้เห็นถึงอัตราการเติบโตของกลุ่มผู้ชมกลุ่มหนึ่งที่ให้ความสนใจ ในอดีตที่ผ่านมาเคยมีบทพิสูจน์มาแล้วว่า หากคนสร้างฮาร์ทแวร์กับซอฟต์แวร์ละครเพลงไม่ใช่คนเดียวกัน โอกาสที่จะอยู่รอดแทบจะไม่มี ด้วยยากที่จะขยายตลาดไปได้ตลอดรอดฝั่ง หากนโยบายการดำเนินงานไม่เป็นไปอย่างควบคู่กัน" (บิสิเนสไทย, 2550, 6 มีนาคม)

จากความตั้งใจจริงในการทำให้เกิดวัฒนธรรมการดูละครเพลงอย่างกว้างขวางในเมืองไทย จนนำไปสู่การดำเนินธุรกิจเชิงรุกละครเพลงอย่างจริงจัง ครบวงจร นำไปสู่การเปิดตัวโรงละคร" เมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์" บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ของในปี พ.ศ. 2550

"เมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์" เป็นโรงละครแบบโพรซีเนียม (Proscenium Theatre) ถูกออกแบบภายใต้แนวคิด "Thai Modern" ความจุ 1,455 ที่นั่ง ตั้งอยู่บนชั้น 4 และ 5 ของศูนย์การค้า ดิ เอสพละนาด ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานครฯ ที่สร้างขึ้นโดยการร่วมทุนกว่า 500 ล้านบาทของ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด โดยสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินินาถ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เสด็จพระราชดำเนินพร้อมด้วยพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าศรีรัศมิ์ พระวรชายาฯ และพระเจ้าหลายเธอ พระองค์เจ้าทีปังกรรัศมีโชติ ทรงเปิดโรงละคร และทอดพระเนตรละครเวทีฟ้าจรดทราย เดอะมิวสิคัล รอบปฐมทัศน์ เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ.2550

ระบบฉากของเมืองไทยรัชดาลัยเธียเตอร์ มาตรฐานระดับเดียวกับโรงละครย่านถนนบรอดเวย์ กรุงนิวยอร์ค (Broadway New York) พร้อมระบบ Fly ที่ใช้ในการเปลี่ยนฉากได้ถึง 48 ชั้น ถือว่ามากที่สุดในประเทศไทยเพื่อรองรับจินตนาการในการสร้างสรรค์ผลงาน

ระบบเสียง ถูกออกแบบไม่เกิดเสียงสะท้อนรวมทั้งระบบ Acoustic ที่ออกแบบเฉพาะเพื่อรองรับอุปกรณ์ Amplified Sound ทุกประเภท ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยจาก Mason Acoustic ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบเสียงระดับโลก

"เมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์" มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ชม และทีมงานนักแสดง โดยชั้น 4 ประกอบด้วยส่วนจำหน่ายบัตร (Box Office), Lobby Lounge, Theatre Café, Libraly&Internet, Executive Lounge ชั้น 5 และชั้นลอย ประกอบด้วยส่วน Lobby (Pre-Function),Theatre bar, ที่นั่งและเวทีการแสดง

ในส่วนการบริหารจัดการนั้น โรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ ตั้งเป้าหมายรายได้คุ้มทุนในระยะเวลา 7 ปี ทั้งนี้ได้วางละครแสดง 4-5 เรื่องต่อปี และยังเปิดบริการให้เช่าพื้นที่เพื่อเป็นช่องทางการหารายได้เสริมอีกด้วย

การเกิดขึ้นของเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์คือสัญญาณของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด ในการรุกสู่ความเป็นเจ้าตลาดของธุรกิจละครเพลง ซึ่งตั้งแต่เปิดบริการโรงละครในปี พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2553 บริษัทได้เปิดแสดงละครเพลงหลากหลายแนว เรื่อยมาดังนี้

- **ฟ้าจรดทราย เดอะมิวสิคัล**

  เปิดแสดง 24 พฤษภาคม-15 กรกฎาคม 2550 รวม 53 รอบ

- **บัลลังก์เมฆ เดอะมิวสิคัล**

  เปิดการแสดง 27 กันยายน–28 ตุลาคม,14-22 ธันวาคม 2550 รวม 47 รอบ

- **สู่ฝันอันยิ่งใหญ่ (Man of La Mancha The Musical)**

  เปิดการแสดง 13-22 มิถุนายน 2551 รวม 13 รอบ

- **ข้างหลังภาพ เดอะมิวสิคัล**

  เปิดการแสดง 21 สิงหาคม–28 กันยายน, 17-26 ตุลาคม 2551 รวม 49 รอบ

- **แม่นาคพระโขนง เดอะมิวสิคัล**

  เปิดการแสดง 20 พฤษภาคม–28 มิถุนายน, 16-26 กรกฎาคม 2552 รวม 51 รอบ

- **ลมหายใจ เดอะมิวสิคัล**

  เปิดการแสดง 28 ตุลาคม– 22 พฤศจิกายน 2552 รวม 30 รอบ

- **กินรีสีรุ้ง (La Cage Aux Folles)**

  เปิดการแสดง 16 มิถุนายน –17 กรกฎาคม 2553 รวม 27 รอบ

นอกจากละครเพลงที่บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ผลิตเองแล้วนั้นเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ ยังมีโอกาสได้ต้อนรับการแสดงละครเพลงจากต่างประเทศ อีกมากมาย เช่น

- **CATS The Musical**

  เปิดการแสดง 8-25 พฤศจิกายน 2550 รวม 22 รอบ

- **We Will Rock You The Musical**

  เปิดการแสดง 12-27 กรกฎาคม 2551 รวม 27 รอบ

- **Cinderella The Musical**

  เปิดการแสดง 16-21 ธันวาคม 2551 รวม 8 รอบ

- **Chicago The Musical**

  เปิดการแสดง 12-22 กุมภาพันธ์ 2552 รวม 15 รอบ

- **Mama Mia! The Musical**

  เปิดการแสดง 11-30 สิงหาคม 2552 รวม 24 รอบ

นับได้ว่า บริษัท ซีเนริโอ จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินทำธุรกิจละครเพลงรายใหญ่ของประเทศไทยและนโยบายเชิงรุกด้านธุรกิจละครเพลง อันปรากฏจากการพัฒนาคุณภาพของงาน จำนวนละครเพลงที่ผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีนับแต่ปี พ.ศ. 2550 และความสำเร็จในระดับประ-

เทศที่วัดได้จากจำนวนผู้ชม และการจำนวนรอบการแสดงของละครแต่ละเรื่อง มีผู้เข้าชมต่อรอบเฉลี่ย 70-80% ส่วนรอบที่ทำรายได้สูงสุดอยู่ที่ 2.2-2.3 ล้านบาท ขณะที่รอบที่มีคนดูน้อยสุดจะมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 1.5 ล้านบาท (บิสิเนสไทย, 2550, 12 กันยายน) อย่างไรก็ตามธุรกิจละครเวทีและละครเพลง คิดเป็น 25% ของรายได้ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด หรือมีมูลค่ากว่า 200 ล้านบาทในปี พ.ศ.2551 และคาดว่าจะมีการเติบโตขึ้น 10-20% ในปี 2552 (ผู้จัดการรายวัน. 2551, 30 กรกฎาคม)

หากเปรียบเทียบความสำเร็จของอุตสาหกรรมละครเพลง ทั้ง 4 บริษัทหลักในตลาดอันได้แก่ บริษัท ดรีมบ๊อกซ์ จำกัด บริษัท ทรู แฟนเทเชีย จำกัด บริษัท เวิร์คพอทย์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ซีเนริโอ จำกัด จะพบว่าซีเนริโอ มีประสบความสำเร็จในแง่ธุรกิจ 3 ด้าน อันได้แก่

1. ประสบความสำเร็จด้านรายได้ ซึ่งสามารถสร้างรายได้กว่า 200 ล้านบาทต่อปี

2. ประสบความสำเร็จด้านจำนวนรอบการแสดง เฉลี่ยเรื่องละ 45 รอบ ในขณะที่บริษัทอื่นๆ สามารถเปิดแสดงเฉลี่ยเรื่องละ 20 รอบ

3. ประสบความสำเร็จด้วยความหลากหลายด้านละครที่เปิดแสดง นอกจากนี้ยังผลิตละครเพลงออกสู่สายตาผู้ชมถึง 7 เรื่องนับแต่การเปิดโรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ ซึ่งนับว่ามากกว่าบริษัทอื่นๆ ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน

ความสำเร็จของธุรกิจละครเพลงของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด นั้นมีความน่าสนใจอย่างมาก หากจะศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครเพลงให้เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ด้วยโอกาสทางบวกด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้ในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าการดำเนินธุรกิจละครเพลงของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด ที่เน้นนโยบายเชิงรุกอย่าบต่อเนื่อง ความสามารถประสานการตลาดเข้ากับศาสตร์ของละครเพลง กระบวนการผลิตและรสนิยมของผู้ชม ของบริษัท ซีเนริโอ จำกัดนั้นสามารถนำไปสู่ความสำเร็จในเชิงธุรกิจ

อย่างไรก็ตามสามารถสรุปได้ว่า จากภาวะที่ซบเซา หากแต่ปัจจุบันละครเวทีเป็นรูปแบบความบันเทิงชนิดหนึ่งที่กลับมาได้รับสนใจอีกครั้ง ทั้งในฐานะของผู้ผลิตละครและผู้ชม โดยในการกลับมาในยุคนี้ เป็นการกลับมาในรูปแบบของ**พานิชย์ศิลป์ (Commercial Arts)** ที่ผู้ผลิตละครต้องมีศิลปะในการรังสรรค์ผลงาน และให้บทบาทกับการสื่อสารการตลาด จนนำไปสู่ความสำเร็จ โดยละครเวทีที่กำลังได้รับความสนใจจากผู้ชมมากที่สุดหาใช่ละครพูดไม่ หากเป็นละครเพลงถือเป็นสิ่งที่โดดเด่นและสร้างความสนใจให้กับสังคมได้ไม่น้อย และผู้ที่สร้างปรากฏการณ์ความสำเร็จของละครเพลงในเมืองไทยทั้งในแง่ของรายได้ จำนวนผู้ชม รอบเปิดการแสดงของละครเพลงแต่ละเรื่อง นั่นคือ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ด้วยการบริหารงานของคุณ ถกลเกียรติ วีรวรรณ

การศึกษาวิจัยเรื่อง **"กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจละครเพลง บริษัท ซีเนริโอ จำกัด"** ในครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นว่า "ข้างหลังภาพ" แห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจละครเพลงนั้น บริษัท ซีเนริโอ จำกัด นั้นมีการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของละครเพลงของในปัจจุบันและนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจไว้อย่างไร ปัจจัยใดบ้างและนำไปสู่การดำเนินงาน การวางโครงสร้างและบริหารงานธุรกิจละครเพลงอย่างไร อีกทั้งมีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจละครเพลงที่ตอบสนองผู้ชมใช้ในการตอบสนองผู้ชมในลักษณะอย่างไรอันนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานที่ผ่านมา

1.2 ปัญหานำวิจัย

1.2.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของละครเพลงบริษัท ซีเนริโอ จำกัดในปัจจุบันมีปัจจัยใดบ้าง

1.2.3 บริษัท ซีเนริโอ จำกัดมีการวางโครงสร้างและบริหารงานธุรกิจละครเพลงอย่างไร

1.2.2 บริษัท ซีเนริโอ จำกัด มีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจละครเพลงที่ตอบสนองผู้ชมใช้ในการตอบสนองผู้ชมในลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดอันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจละครเพลงของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด

1.3.2 เพื่อศึกษาโครงสร้างและการบริหารงานละครเพลงของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด

1.3.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดละครเพลงที่ตอบสนองผู้ชมบริษัท ซีเนริโอ จำกัด

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ช่วงระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2553 – กันยายน 2553 รวมทั้งสิ้น 7 เดือน ซึ่งขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษา ปัจจัยทางการตลาดอันนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ การวางโครงสร้างและการบริหารงานละครเพลง รวมทั้งกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดละครเพลงเพื่อตอนสนองผู้ชม ของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด ตั้งแต่ปี 2550 – 2553 ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานละครเพลง 7 เรื่อง ที่เปิดแสดง ณ โรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ ดังต่อไปนี้

พ.ศ. 2550 - ฟ้าจรดทราย เดอะมิวสิคัล
- บัลลังก์เมฆ เดอะมิวสิคัล

พ.ศ. 2551 - สู่ฝันอันยิ่งใหญ่ (Man of La Mancha The Musical)
- ข้างหลังภาพ เดอะมิวสิคัล

พ.ศ. 2552 - แม่นาคพระโขนง เดอะมิวสิคัล
- ลมหายใจ เดอะมิวสิคัล

พ.ศ. 2553 - กินรีสีรุ้ง (La Cage Aux Folles)

1.5 นิยามศัพท์

ละครเพลง หมายถึง การแสดงละครเวทีประเภทละครเพลงหรือ Musical Play ที่ผลิตโดย บริษัท ซิเนริโอ จำกัด ซึ่งเปิดแสดง ณ โรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ ในระว่างปี พ.ศ. 2550-2553 ซึ่งได้แก่ละครเพลงทั้งสิ้น 7 เรื่อง อันได้แก่

- ฟ้าจรดทราย เดอะมิวสิคัล
  เปิดแสดง 24 พฤษภาคม-15 กรกฎาคม 2550 รวม 53 รอบ
- บัลลังก์เมฆ เดอะมิวสิคัล
  เปิดการแสดง 27 กันยายน–28 ตุลาคม,14-22 ธันวาคม 2550 รวม 47 รอบ
- สู่ฝันอันยิ่งใหญ่ (Man of La Mancha The Musical)
  เปิดการแสดง 13-22 มิถุนายน 2551 รวม 13 รอบ
- ข้างหลังภาพ เดอะมิวสิคัล
  เปิดการแสดง 21 สิงหาคม–28 กันยายน, 17-26 ตุลาคม 2551 รวม 49 รอบ
- แม่นาคพระโขนง เดอะมิวสิคัล
  เปิดการแสดง 20 พฤษภาคม–28 มิถุนายน, 16-26 กรกฎาคม 2552 รวม 51 รอบ
- ลมหายใจ เดอะมิวสิคัล
  เปิดการแสดง 28 ตุลาคม– 22 พฤศจิกายน 2552 รวม 30 รอบ
- กินรีสีรุ้ง (La Cage Aux Folles)
  เปิดการแสดง 16 มิถุนายน –17 กรกฎาคม 2553 รวม 27 รอบ

บริษัท ซีเนริโอ จำกัด หมายถึง บริษัทธุรกิจสื่อโทรทัศน์ ในกลุ่มบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่จำกัด (มหาชน) ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทละคร เกมโชว์ วาไรตี้ เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แบบพื้นฐาน หรือฟรีทีวี และรับจ้างผลิตละคร รวมทั้งเป็นผู้ผลิต

ละครเวทีและบริหารงานโรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ โดยบริษัทก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2534 นายถกลเกียรติ วีรวรรณ ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ

ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอิทธิพลและมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจละครเพลงของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด โดยในที่นี้แบ่งออกเป็น

1. สภาพแวดล้อมระดับมหภาค อันประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

2. สภาพแวดล้อมระดับจุลภาค อันประกอบไปด้วย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ คนกลางในตลาด ผู้บริโภค และหน่วยงานต่างๆ ภายในกิจการหรือองค์กร

การบริหารงานละครเวที หมายถึง การรูปแบบจัดโครงสร้างภายในของบริษัท ซีเนริโอ จำกัด เป็นหน่วยงานต่างๆ เพื่อดำเนินการผลิต และรวมถึงขั้นตอนการผลิตละครเวทีทั้ง 4 ขั้นตอน หลักอันได้แก่ (1) ขั้นเตรียมการผลิต อันประกอบไปด้วย การประชุมวางแผนการผลิตประจำปี การคัดเลือกบทประพันธ์ การพัฒนาประเด็นการนำเสนอของเรื่องและพัฒนาโครงสร้างบทละคร การพัฒนาบทละคร ดนตรี คำร้อง การพัฒนาองค์ประกอบศิลป์และการคัดเลือกนักแสดงและการพัฒนาเครื่องแต่งกาย (2) ขั้นการผลิตและการซ้อม อันประกอบไปด้วย การซ้อมร้องเพลง การ-อ่านบทรวม (Read-through) การซ้อมเต้น การรวมซ้อมในห้องซ้อม การดำเนินการผลิตองค์-ประกอบอื่นๆ การดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาดและจำหน่ายบัตร และ การซ้อมในโรงละครจริง (3) ขั้นการเปิดการแสดง อันประกอบไปด้วย การเปิดแสดงเพื่อทดสอบผู้ชม (Test-Audience) การเปิดแสดงจริง และการเพิ่มรอบการแสดง และ(4) ขั้นปิดการแสดง

ส่วนประสมทางการตลาดที่ตอบสนองผู้ชม หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้านที่บริษัท ซีเนริโอ จำกัด พัฒนาขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจละครเพลง อันประกอบไปด้วย (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์ด้านราคา (3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด หมายถึง รูปแบบการส่งเสริมการต่างที่บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ใช้ทำการตลาดไปยังกลุ่มผู้ชมทั้งสิ้น 9 เครื่องมือ ได้แก่ (1) ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (2) การประชาสัมพันธ์ (การจัดงานแถลงข่าว การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ การสร้างเว็บไซท์ การจัด

แสดงรอบกาล่า) (3) การตลาดบทเพลง (Music Marketing) (4) การส่งเสริมการขาย (5) การตลาดทางตรงด้วยไปรษณียบัตร (6) การจัดแสดงสินค้า (การตกแต่งโรงละครเมืองไทย รัชดาลัย เธียเตอร์ด้วยภาพจากละครเรื่องที่เปิดแสดง) (7) การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (การใช้ผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่าย) (8) คู่มือสินค้า (Rachadalai Magazine) และ (9) การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (บัตรสมาชิก R-Card)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของละครเพลง ไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการดำเนินการผลิตละครเพลงสำหรับองค์กรที่สนใจ

1.6.2 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาโครงสร้างและการบริหารงานของธุรกิจละครเพลง บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ไปพัฒนาการบริหารงานธุรกิจละครเพลงให้ประสบความสำเร็จ

1.6.3 สามารถนำความรู้จากการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจละครเพลงที่ตอบสนองผู้ชม ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจละครเพลงในอนาคตได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย