

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) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเชิงนโยบายด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับ การดูแลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านนโยบายและมาตรการ 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.)

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

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

1.1.2 ประเด็นด้านการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษา ในการอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การแสวงหาแหล่งเงินทุนทั้งในและระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพ การส่งเสริมให้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิง

รุกในตลาดทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดให้มีการสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ภาครัฐทำตามหน้าที่ ประเด็นคือถ้ามีกฎหมายให้อำนาจหน้าที่ทำ ถ้าไม่มีไม่ทำ เราไม่มียุทธศาสตร์ ปัญหาของเราก็คือว่า อุตสาหกรรมนี้จริงๆ เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงสุดในบรรดาอุตสาหกรรมทั้งหมด 6 อุตสาหกรรม ที่ผมพูดถึงคือ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน เกม โทรทัศน์ ดนตรี เพลง จริงๆ แล้วโทรทัศน์เราสูงที่สุดในมูลค่าอุตสาหกรรมประมาณแสนกว่าล้านต่อปี แต่ปรากฏว่าอุตสาหกรรมนี้เติบโตด้วยภาครัฐกิจเอกชน เดินเองไปเอง พุงง่าย ๆ ภาครัฐเมื่อก่อนเป็นการกำกับ ปัจจุบันก็ยังกำกับภายใต้ กสทช แต่เรื่องการส่งเสริมไม่มีกฎหมายส่งเสริมโดยตรง กฎหมายส่งเสริมโดยตรงมันมีแค่ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ปี 51 พรบ. นี้มี 2 ส่วนนะ กำกับส่วนหนึ่ง กับส่งเสริมส่วนหนึ่ง แต่ว่าภาพยนตร์มันก็ครอบคลุมถึง ถ้าตามนิยามนะครับ เป็นหนังโรง หนังแผ่น แล้วก็แอนิเมชัน มันคือสามความหมายนี้” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“รัฐรู้หรือไม่ไม่รู้ แต่ว่าผมเคยคุยกับรัฐด้วยเยอะ คุยจบก็แบบนี้ครับ คุยเสร็จก็จบกันไป เขาฟังเขาก็รู้ปัญหาหมดเลย แต่ไม่มีใครทำ รัฐบาลต้องมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ชัดเจน ให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย” (สุรพล พิรงษ์พิพัฒน์, 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 31 สิงหาคม 2560)

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

“อันดับแรกเลยคือ คนของประเทศเราเขาทำเป็นระดับนโยบายเลยหรือเปล่า บางที่ที่เรามีปัญหาเนี่ย บางที่เราไปปิดถนนก็มีปัญหาการกีดขวางการทำงาน คนในประเทศเราบางที่ยังไม่ค่อยยอมรับ บุคลากรเรายังไม่ค่อยให้ความร่วมมือ เหมือนว่าต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างคิด อย่างละครมันลำบาก เพราะทุนน้อย อยากให้มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง” (ทองสิทธิ์ โสดาโคตร, สัมภาษณ์ 21 มีนาคม 2561)

1.2 การดำเนินนโยบายของภาครัฐ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐต่อละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 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

“เราเลียงกรับเพื่อส่งเสริมได้จริง เราใช้คำว่า Digital Content กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ให้ครอบคลุม Content เพื่อให้มันครอบคลุมภาพยนตร์ละครโทรทัศน์อะไรเข้ามาในนี้ เพราะถ้าใช้คำว่า ภาพยนตร์ตามนิยามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีการกล่าวถึงหรือมีการระบุถึงยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ 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 แต่ติดอยู่ที่ว่าถ้าทำเกินภาระหน้าที่ อาจจะผิดกฎหมายได้ 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

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ ดังนี้

1.3.1 งบประมาณในการสนับสนุนมีจำนวนไม่เพียงพอและมุ่งเน้นสนับสนุนสื่อภาพยนตร์และวิดิทัศน์เป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถให้การสนับสนุนสื่อโทรทัศน์ได้คล่องตัว

1.3.2 งบประมาณของกองทุนสนับสนุนกระจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงานของภาครัฐ บางหน่วยงานมีการกักซ้ำซ้อน ทำให้การใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

มีโอกาสในการถูกเกลี่ยงบประมาณหรือโยกย้ายงบประมาณไปอยู่ในส่วนอื่นๆ จึงไม่เกิดผลสำเร็จ เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน นอกจากนั้นงบประมาณในการสนับสนุนมีไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นการ จัดสรรงบประมาณในระบบราชการ หากงบประมาณในปีใดใช้ไม่หมดหรือใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ตามจำนวนเงิน จะมีผลต่อการของบประมาณในปีถัดไป

1.3.3 มีการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยให้ผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการ ขาดประสบการณ์ในการเขียนโครงการวิจัย ทำให้ไม่สามารถของบประมาณมาทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาได้

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“กองทุนของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีเงินอยู่สองสามร้อยกว่าล้านบาท แต่ว่ามี ข้อกำหนดเหมือนกันว่าจะทำยังไงให้ดอกผลมันเพิ่ม มันใช้ตัวต้นเงินไม่ได้ ต้องใช้เป็นดอกเบี้ย และผลประโยชน์ แค่ว่าจ่ายเงินเดือนศิลปินแห่งชาติก็แทบจะไม่พออยู่แล้ว ไม่ต้องไปพูดถึงการทำ อย่างอื่น แต่ว่าถ้าที่ สสร. เนี่ย มันยังมีทุนไว้ทำวิจัย เพื่อที่จะทำคอนเทนต์ตัวนี้เพิ่มเติมได้ เสร็จแล้ว มันยังมีงบอีกส่วนอยู่ที่สำนักงานปลัด ซึ่งเป็นงบกลาง ก็แล้วแต่ท่านปลัดจะใช้นะครับ ปีหนึ่งมี 80-90 ล้านเหมือนกัน ซึ่งตรงนั้นถ้าถามว่าจะมาส่งเสริมกันจริงๆ ก็ทำได้ แต่ปลัดบางท่านก็ไม่อยาก เห็นอีย พอดีหมดปีงบประมาณ หน่วยงานไหนเงินไม่พอ ก็เอางบตัวนี้ไปเกลี้ยให้กับกรมต่างๆ นี่ คือวิธีการบริหารงบประมาณต่างๆ ในกระทรวง” (สุรศักดิ์ สรรพพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ก็มี แต่ไม่เยอะ มีอยู่ปีหนึ่ง ได้เงินมาสองร้อยล้าน ผมสนับสนุนภาพยนตร์ไปสอง ร้อยล้าน ตอนนั้นเป็นทุนไทยเข้มแข็ง ทำไมรัฐบาลให้ขนาดนี้ แต่มันไม่ต่อเนื่อง มันเป็นงบกระตุ้น ให้มันเกิด แต่พอเกิดปีป วงการหนังมันก็เปลี่ยนไป ตอนนั้นก็มีย่อยๆ น้อยๆ ตอนที่ได้ก็มี ททท. แต่ทุนเรามีให้ทุกปีนะครับ ที่นี้ที่ไม่มีคนได้อาจจะเป็นเพราะการเขียน Proposal เพราะเราจำเป็นต้อง เอาเข้าคณะกรรมการ ในส่วนของกระทรวงวัฒนธรรม จะมีกลุ่มเลขานุการภาพยนตร์ ที่สนับสนุน” (ประสิทธิ์ อทินวงศ์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ตอนนี้เรามีกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไซ้ไหมครับ ผมก็ไป ช่วยงานเขาอยู่ แต่กองทุนสื่อขอบเขตครอบจักรวาลมาก มีทุกอย่าง การวิจัย แต่การผลิตละครเรื่อง หนึ่งก็แพงไซ้ไหมครับ จะให้ทุนครั้งละ 10 ล้าน คงไม่ได้ อย่าคิดว่าตัวกองทุนสื่อนี้จะคล่องตัว

เพราะมีข้อจำกัดเยอะมากในความเป็นราชการ รวมถึงมีบุคคลติดอยู่กับส่วนอื่นๆ ค่อนข้างมาก” (วิชญ์ คุรุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

1.4 ผลประโยชน์ทางธุรกิจ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดังนี้

1.4.1 ภาครัฐและภาคเอกชนมีทัศนคติในเชิงผลประโยชน์ต่างกัน โดยภาครัฐมองว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงทำให้ภาคเอกชนได้ผลกำไร รวมไปถึงผลการประกอบการบางส่วนนั้นเอกชนไม่เปิดเผยข้อมูลอย่างแท้จริง เพราะกังวลเรื่องของการเสียภาษี และไม่ต้องการเปิดเผยรายได้ทางธุรกิจให้คู่แข่งกันเดียวกันได้รู้ ทำให้ไม่สามารถวัดประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายได้ ถือเป็นปัญหาของการขับเคลื่อนนโยบายอีกประการหนึ่ง ส่วนภาคเอกชนมีมุมมองว่ารัฐบาลมีปัญหาในเรื่องของการสนับสนุนเงินลงทุนเนื่องจาก อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย เป็นเรื่องทางธุรกิจที่ภาคเอกชนทำกำไรในการประกอบธุรกิจได้มากโดยไม่จำเป็นที่รัฐจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง

1.4.2 ภาครัฐควรมีวิธีการส่งเสริมการส่งออกโดยใช้กลไกทางการตลาดรวมไปถึงการขายลิขสิทธิ์การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผมเชื่อว่า ภาครัฐคิดเสมอมาว่าอุตสาหกรรมบันเทิงคืออุตสาหกรรมที่เป็นเรื่องของภาคเอกชน ที่ทำผลกำไรให้กับเอกชนเอง ไม่ได้มองว่าถ้าสนับสนุนอย่างถูกต้องหรือถูกทาง หรือสร้างสรรค์พอเนี่ย มันจะนำออกไปแล้วสามารถที่จะสร้าง แบรนด์ประเทศ แล้วก็ส่งออกวัฒนธรรมเราได้ ผมเชื่อว่าภาครัฐยังไม่ได้คิดถึงขนาดนั้น ถ้าเป็นแกรมมี่ทำเพลงมาเขาก็กำไรของเขา เมื่อก่อนเขารังเกียจจะตายครับ พวกนักร้อง เป็นของรกรๆ ถ้าอยู่ในทีวีก็ไม่ได้อยู่ในที่ดีๆ หรือเพราะเขามองว่ามันเป็นอะไรที่มอมเมาเยาวชนหรือเปล่า” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“เรื่องลิขสิทธิ์ หรือระบบทรัพย์สินทางปัญญายังไม่ค่อยดี จริงๆ ในตอนแรกรัฐควรเอาไปขายแบบฟรีๆ เลย เอาละครเราไปขาย เพื่อให้เขาคิด แล้วเราจะได้ขายลิขสิทธิ์ได้ต่อ มันเป็นเรื่องการทำตลาด และต้องมีการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์

ไทย ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม” (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

“ใช่ ซึ่งมันเป็นผลประโยชน์ทับซ้อน ที่บอกไม่ได้ แล้วมันไม่ต้องเสียภาษี เพราะมันไปขายต่างประเทศ เรียกว่าหลบภาษี เขาก็ไม่อยากเปิดเผย เพราะเดี๋ยวคนรู้ว่าเขาขายละครไปต่างประเทศแล้วจะไปแจ้ง เขาไม่รู้ว่าวิธีการทำมันมี” (สุรศักดิ์ สรรพพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

1.5 ความคล่องตัวในการบริหารงาน

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“มองว่าหน่วยงานนี้ควรจะเป็นหน่วยงานที่มีความคล่องตัว ซึ่งบอร์ดเองก็ให้ไปศึกษาวิจัยว่า เป็นไปได้ไหมที่จะตั้งเป็นรูปแบบองค์การมหาชน ต้องมีพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อันนี้เราได้นำงานวิจัยมาแล้ว เราให้หน่วยงานภายนอกที่เป็นกลางวิจัย เขาก็เสนอมาว่า ควรจะเป็นองค์การมหาชน เราเสนอบอร์ดไปแล้ว แต่พอเสนอบอร์ดมาเสร็จเกิดอะไรขึ้น พรบ. จัดตั้งปี 60 ให้องค์การมหาชนใช้ระเบียบเดียวกับภาคราชการ อันนี้คือสิ่งที่เจอทุกกระทรวง บ่นเหมือนกันหมดเลย” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“เขาก็มีแนวคิดในการที่จะตั้งเป็นองค์การมหาชน ก็ก็มีหลายๆ หน่วยนี้แหละมารวมกัน ตอนนี้อยู่ขั้นต้องมีบอร์ดภาพยนตร์แห่งชาติ ผมเป็นคณะกรรมการ 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” ก็น่าสนใจ และอาจจะเกิดขึ้นได้” (เอกพจน์ นันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นกลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เรียงลำดับตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค/การผลิตละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทย มีขั้นตอนกระบวนการดังต่อไปนี้

2.1.1 การกำหนดประเภทเรื่อง (Genre) ของละครโทรทัศน์ไทย

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

2) แนวเรื่อง ส่วนใหญ่นิยมเน้นเรื่องราวที่ไม่เครียด แนวรักโรแมนติก ตลกขบขัน แนวดราม่าหรือละครชีวิต ละครย้อนยุค ละครแนวจินตนิมิต เรื่องลึกลับ หรือละครเขย่าขวัญ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ตลาดของทางสถานี

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

เฉพาะกลุ่ม เช่น ละครวายหรือละครชายรักชาย ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นหญิงสาววัยรุ่นซึ่งมีทั้งผู้ชมที่ติดตามในประเทศและต่างประเทศ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ไม่มีอะไรที่เหมาะสมตายตัว ละครเรื่องใดที่มี “หน้าละคร” ที่ดูดี น่าสนใจแค่ไหน เหมือนมองป้ายสนใจป้ายอะไรทำนองนี้ ไม่ได้จำกัดแนวใดแนวหนึ่ง คือ มีทุกแนว แต่จากที่ผ่านมา แนวที่ได้รับความนิยม มักจะเป็นแนวดราม่า สะท้อนเรื่องราวชีวิต สะท้อนบุคลิกเฉพาะตัวของไทย โดยมีแนวสะท้อนชีวิตร่วมสมัยสบายๆ เป็นแนวสุดแตรก” (ปิ่นกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

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

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

“สิ่งที่เราสร้าง หรือนำเสนอไปในตัวละครเนี่ย ผู้ผลิตเขานึกถึงแต่กลุ่มเป้าหมายในประเทศเท่านั้น ยังเป็น Domestic อยู่ การที่เอาละครไปส่งออกได้ เหมือนกับมันเป็นผลพลอยได้ หรือมันเป็นสิ่งที่เอาไปสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้อีก ผู้ประกอบการเขายังไม่ได้มองไปที่ตลาดต่างประเทศ เพื่อจะมาผลิตเป็นละคร เขายังมองถึงตัวผู้ชมในประเทศเป็นหลักอยู่ แล้วพอทำ Product ตัวนั้นเสร็จปุ๊บ ถึงจะเอาพัฒนาไปขายต่อ แล้วถ้าสมมติมันไปคลิกกับตลาดมันก็จะไปถึงได้เท่านั้นเอง” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาภักย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

2.1.2 การกำหนดเรื่องราว (Story) ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่อง การกำหนดเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

1) ละครโทรทัศน์เริ่มต้นจากผู้จัดละครโทรทัศน์จะมีการนำเสนอคัดเลือกรายการ เรื่องราว เนื้อหา เสนอให้กับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์เป็นผู้พิจารณาอนุมัติให้นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงเส้นเรื่องของละคร ว่ามีความน่าสนใจอย่างไร มีความแปลกใหม่มากน้อยเพียงใด ทั้งในส่วนของการนำนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ที่เคยถูกสร้างแล้วมาสร้างใหม่ หรือที่เรียกกันว่า ละครรีเมค และละครโทรทัศน์ที่มีการนำนวนิยายสมัยใหม่ มาดัดแปลงเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์ นอกจากนี้ การวางทีมงาน ผู้กำกับ นักแสดงนำ นักแสดงร่วม ส่วนใหญ่ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่เป็นผู้ดูแลควบคุมการผลิต

การกำหนดเรื่องราว (Story) โดยส่วนมากนวนิยายที่นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ที่มีความแปลกใหม่ เรื่องราวที่เข้มข้น ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวความขัดแย้งในเรื่องความรัก เพราะเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับตัวเอง หรือผู้ชมสามารถเพื่อฝัน ทดแทนตัวเองเป็นนางเอกของเรื่อง เพราะโดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์จะเป็นกลุ่มผู้หญิง เนื้อเรื่องถูกจริตของผู้ชม และเป็นเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมในรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยของคนไทย แต่เรื่องราวของละครไทยจะไม่มี ความสลับซับซ้อนในเนื้อเรื่องมากนัก ซึ่งจะแตกต่างกับวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น ละครโทรทัศน์ที่เรียกว่า ซีรีส์ฝรั่ง เป็นต้น

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

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าควรมีการจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ สะท้อนความเป็นไทย เพื่อตอบสนองในส่วนของนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนและมีเรื่องราวใหม่ๆ มากขึ้น

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เดิมมันเคยมีความเห็นว่า หนังสือหรืออะไรก็ตาม ต้องใส่วัฒนธรรมเข้าไป การใส่วัฒนธรรมถ้าคุยกับภาครัฐกิจ ผู้ผลิต ผู้บริโภค ครีเอทีฟ เขาบอกว่าต้องใส่อย่างเนียน ให้คนเขาไม่รู้สึกละถูกใส่ เขาจะรู้สึกบริโภคแล้วเป็นปกติ ซึ่งตรงนี้กระทรวงเข้าใจ กระทรวงก็บอกว่าคุณ จะ Tie in อะไรเข้าไปก็ตาม เขาคุณแล้วต้องมีความรู้สึกจริงๆ แล้วผู้บริโภคอาหารไทยไม่จำเป็นต้องบอกว่าอาหารไทยมันดี เหมือนปัจจุบันที่กินมะม่วงน้ำปลาหวาน การเกิดผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวาน มะม่วง ขึ้นมา คล้ายๆ แดงจิ้มก็ม อะไรแบบนั้น คือกระทรวงรับได้กับเรื่องนี้” (ประสพ เรียงเงิน, สัมภาษณ์ 28 มีนาคม 2561)

“คำนึงถึงว่าเรื่องนี้ มีเส้นเรื่องที่น่าสนใจแค่ไหน เป็นพล็อต หรือมาจากนวนิยาย มีความแปลกใหม่ไหม เข้มข้นมีอะไรน่าสนใจแค่ไหน จะถูกจริตคนดูแค่ไหน ผู้เขียนบทเป็นใคร รวมไปถึงทีมผลิตและผู้กำกับ เมื่อเรื่องผ่านการพิจารณา ต่อจากนั้นจึงจะมาวางใครเป็นนักแสดงนำ ชายหญิง นักแสดงร่วม สำหรับช่องเราไม่ว่าจะเป็นละครก่อนข่าวหรือหลังข่าว เราวางนโยบายเดียวกันหมด คือคุณภาพของการผลิตต้องมีคุณภาพ ไม่ได้แบ่งว่าเป็นคุณภาพละครเย็นหรือละคร หลังข่าวส่วนจะเป็นเรื่องเดิมๆ เอามารีเมคทำใหม่ หรือคิดพล็อตเรื่องใหม่ ก็เหมือนกัน ส่วนเรื่องที่ สร้างสรรค์ ถ่ายทอดวัฒนธรรมไทย ทั้งดั้งเดิมหรือร่วมสมัย ที่ผ่านมาก็ใช้หลักการแบบเดียวกัน” (ปิ่นกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“เนื้อเรื่องที่ดี ที่สามารถทำให้คนดู พอดูเสร็จแล้ว มันไม่ใช่ได้คำตอบแล้วจบ คนดู ต้องเกิดคำถาม ทำไมเป็นอย่างนี้ ต้องคิดต่อ เป็นเนื้อเรื่องที่ดีที่ทำให้เขาสนใจที่จะติดตามมันต่อ ว่าอะไรมันเป็นอะไร ตรงนี้สำคัญ เพราะฉะนั้น มันก็ต้องสร้างเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นไทยแล้วก็คือ ประเทศไทยมีข้อดีเยอะนะ แล้วก็มีข้อเสียเยอะ เราค้นหามันดีหรือยัง ที่เราจะสะท้อนสิ่งที่มันเป็นไทยที่มันเป็นข้อดีและมีลักษณะร่วมสมัยจริงๆ เราน่าจะจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“คือเราต้องผลิตนักคิด หรือนักเขียนบท เท่าที่เห็นไม่ค่อยมี โครงการอบรมนักเขียน คือมันเป็นศาสตร์เฉพาะ คือยอมรับว่าเราไม่มีจำนวนคนที่เป็่นักเขียนเยอะขนาดนั้น การเรียนการสอนก็เป็นระดับ advance ในแง่ของการเขียนมันก็อาจจะเป็นสูตรเดิมๆ มันก็จะวนไปวนมา theme

เดิม แต่เรื่องที่เป็นลงรายละเอียดมันไม่มี คือเรื่องแบบนี้ทำคนเดียวอาจจะไม่ไหว การเขียนเรื่องหนึ่ง อาจจะต้องมีทีม ทำไมเราไม่มีละครที่เกี่ยวกับอาชีพ เหมือนเกาหลี หรือญี่ปุ่น หรืออเมริกา อังกฤษ เป็นหมอก็ยังจริงจัง ทหาร เราก็จะเป็นแอ็คชั่นอย่างเดียว Theme หลักมันยังสูตรเดิมๆ ” (วรัญญู คุรุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

2.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์ ดังนี้

2.2.1 กลุ่มผู้ชมในประเทศไทย

กลุ่มผู้ชมในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มหลักใหญ่ๆ คือ การแบ่งตามพื้นที่ และการแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบรายการและการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

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

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

ดังนั้น เจ้าของสถานีโอโทรทัศน์หรือเจ้าของเงินทุนต้องเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง ของละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาดให้มากยิ่งขึ้น

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

“เจ้าของสถานีโอโทรทัศน์หรือเจ้าของเงินทุนต้องเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง ของละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาดให้มากยิ่งขึ้น เพราะทุกวันนี้กลุ่มเป้าหมายมีความเฉพาะมากขึ้น คนในเมืองหลวงเอง ผู้ใหญ่อายุ 60-70 บางทีก็เบื่อละครที่ทำซ้ำๆ บ่อยๆ” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ช่อง 7 อาจจะมองแมส หรือรากหญ้า เพราะฉะนั้น โปรดักชั่นไม่ต้องดีมาก ถ้าศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้ชม แต่ของเรามันเป็นพวก middle class แม้บ้านเราก็มีหลายระดับนะ ระดับล่างก็มี เราแบ่งที่รสนิยม บางทีเราไม่ได้แบ่งที่รายได้ ไม่ได้แบ่งว่าเขาเป็นต่างจังหวัดหรือกรุงเทพ ของเราบางอย่างเขาไม่ได้ แต่บางคน รวยนะ การศึกษาสูงด้วย แต่ไม่ดูของเราละ พี่สาวพี่หกลีบกว่าคนหนึ่งชอบบุพเพสันนิวาสมาก อีกสองคนไม่ดูเลย ไม่ชอบด้วย อีกคนหนึ่งดู ช่อง 7 ตอนนี้คนแก่ดูช่องวัน เพราะเป็นลูกทุ่ง ที่จบมหาวิทยาลัยบางทีดูช่อง 7 นะ ไม่เกี่ยวอีกเหมือนกัน มันเป็นเรื่องรสนิยม” (สุรพล พิรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“แต่ลองสังเกตดูนะครับว่าคนในเมืองกรุงเทพ ตอนนี้ที่บางกลุ่ม พุดออกมาแอนตี้ เหมือนว่า ทำไมละครไทยมีแต่น้ำเน่า มีแต่อะไรแย่ๆ เนี่ย จริงๆ ในต่างจังหวัดก็ยังสามารถดูเองเนี่ย ที่เขาพัฒนาไปแล้ว เดี่ยวนี้อินเทอร์เน็ตมันเร็วไง เขาก็มีทางเลือกมากขึ้น บางทีคนต่างจังหวัดเขาก็อยากดูอะไรแปลกๆ ใหม่ๆ เหมือนกัน มันเป็นเรื่องรสนิยมที่แตกต่างของคนในแต่ละพื้นที่” (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

2.2.2 กลุ่มผู้ชมต่างประเทศ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องกลุ่มผู้ชมต่างประเทศ 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 มืองค์กรอิสระ บริษัทจัดจำหน่ายหรือใครที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจากับเอกชนเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาภย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“อย่างตอนนี้ที่มี อย่างตลาดจีนเข้ามาอะไรอย่างเนี่ย คนจีนเขาเองค่อนข้างรับศิลปะและได้รับสินค้าของไทยอยู่แล้ว อย่างซีรีส์อะไรอย่างเนี่ย คนจีนเขาก็ดูซีรีส์ไทยอยู่เรื่อยๆ อยู่แล้ว คราวนี้ก็เลยถ้อยถามว่า ถ้าเราจะเจาะกลุ่มตลาดจีนให้มากขึ้นมันจะยังงัย ผมก็ยังไม่มีความรู้ความนะ มันก็เหมือนกับว่าทำไมเราถึงดูซีรีส์เกาหลี ทำไมซีรีส์เกาหลีถึงเจาะเราได้ เพราะคุณภาพ

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

“ตอนนี้เขาเริ่มฮิตอินเทอร์เน็ตทีวีเหมือนเรารับ คือเริ่มมีการดูผ่านเว็บ เขามีเว็บซีรีส์มากขึ้นและเริ่มมีอิทธิพลมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นการเติบโตของคนรุ่นใหม่และการเติบโตของเทคโนโลยีเหมือนบ้านเรารับ อย่างบ้านเราตอนนี้เริ่มมีซีรีส์ ละคร ที่ทำเพื่อออนไลน์อย่างเดียว โดยเฉพาะมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างเรื่องคุณแม่วัยใส เป็นการ Co-Production ระหว่างเรากับ Line TV แล้วก็ออกอากาศเฉพาะในไลน์ทีวี ออนไลน์เฉพาะใน Line TV เท่านั้น ออนไลน์อย่างเดียว ซึ่งของจีนเขานำหน้าไปแล้ว เรามีแบบนี้เยอะมาก ของเราเพิ่งจะเริ่มดัน” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“รัฐบาลน่าจะสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมวัฒนธรรมไทย หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปขายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อย่างตอนนี้จีน เราก็นุกตลาดเขาได้พอสมควร ถามว่าการที่เราบุกตลาดเขาได้เพราะอะไร ถ้าเราจะเอาละครของเราเป็นอุตสาหกรรมเพื่อไปขาย ต้องมีปัจจัยอะไรมาเกี่ยวข้อง” (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“จริงๆ น่าจะมีงบประมาณ ในการทำวิจัยร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรม การรับชม ของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง” (ธวัชชัย จิตรภานุรักษ์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

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

2.3 การตลาดของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการตลาดของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

2.3.1 ภาครัฐควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย โดยให้มีการทำวิจัยในการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกและเชิงรับในตลาดกลุ่มเป้าหมายเดิมและตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

2.3.2 การจัดกิจกรรมพบปะร่วมกับแฟนละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยการให้ดารานักแสดงของละครโทรทัศน์มาพบปะกับผู้ชมละคร เพื่อให้นักแสดงและผู้ชมกลุ่มนี้รู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษกว่าคนอื่นๆ

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

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

“เราใช้โซเชียลเพื่อผลักดัน คนคู่วิธีให้ตามดู เพราะคนคู่วิธีบางที ลืมดู ไม่ทันได้ ตามดูมาคู่อีกที” (สุรพล พิรงษ์พัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“กลยุทธ์การตลาดตอนนี้ ต้องเปลี่ยนความคิดนี้ว่า คนดูละครคือคนทั่วประเทศ ในขณะที่สินค้าประเภทอื่นใช้ influencer ทางอินเทอร์เน็ตมากมาย ละครยังไม่มีการทำเรื่องนี้อย่างจริงจังเลย ละครยังมีแค่คนที่ดูแล้วไปรีวิวกินพันทิป ในขณะที่สื่อออนไลน์อื่นไม่ใช่เลย มีรายการหลายรายการที่ใช้แล้วได้ผล มีลักษณะเป็น trance media คือ ออนไลน์ต้องตามที่กำลังไลฟ์อยู่ด้วย ในทีวีก็ต้องคู่กันไป แล้วพอคนดูจบก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับคนอื่นที่ดูในเพจในหน้าของละครนั้นได้ ต้องหาวิธีใช้สื่อออนไลน์ ให้เวิร์กกว่านี้ ต้องมีคนมาวาง strategy เรื่องสื่อออนไลน์ หรือแม้แต่เรื่องการตัดต่อ ที่จะทำเป็นหนังตัวอย่าง เพื่อที่จะเร้าใจให้คนมาดู” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ละครไทยควรจะเป็นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดส่งออกละคร อย่างบุพเพสันนิวาส นี่เป็นกรณีศึกษาเลยนะ ที่สินค้าต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต คนในหลากหลายวงการต่างพากันมาช่วยกันกระแส และทำให้เกิดการส่งต่อกัน” (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกเรียงลำดับตามประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยภายในด้านการบริหารงาน การบริหารบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย และการวิเคราะห์ศักยภาพที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

3.1.1 ด้านการบริหารงาน ในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ภาคเอกชนผลิตละครโทรทัศน์ โดยมีฐานผู้ชมในประเทศเป็นหลัก เมื่อละครโทรทัศน์ออกอากาศจบสมบูรณ์ บางบริษัทจึงนำละครไปเสนอขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ โดยมีการซื้อขายในงานมหกรรมบันเทิงในต่างประเทศ การบริหารงานด้านการส่งออกเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย การซื้อขายอิสระแล้วแต่ว่าบริษัทใดมี

ประสบการณ์ในการขายลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์และมีช่องทางในการผลักดันให้ละครโทรทัศน์โทรทัศน์เป็นสินค้าของบริษัทได้

ภาครัฐสามารถสนับสนุนการส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ โดยจัดตั้งองค์กรอิสระทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์หรือบริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ได้

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

“เราตั้งหน่วยงานขึ้นมาเล็กๆ ดิ๋วพวกนี้ แล้วเราก็ไม่ได้ดิ๋วเองทั้งหมดนะ เราก็มียูทูปเบอร์ เรามีตัวแทนของจีนที่เขาอยู่ในประเทศไทย ที่มาตั้งเพื่อซื้อคอนเทนต์ก็เหมือนเราไปซื้อคอนเทนต์ต่างประเทศ บางทีเราก็ไม่ได้ซื้อตรง มันไม่คุ้ม เราไม่ได้ซื้อเยอะ จะวิ่งไปหาเขาทำไม เพราะสมัยนี้เราก็โทรกัน ใช้ไลน์คุยกัน อีเมลหากัน แค่นี้ก็จบแล้ว” (สุรพล พืชรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“ที่ผ่านๆ มารัฐบาลก็ไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องใดๆ ปล่อยให้มันเป็นไปตามธรรมชาติของกลไกตลาด ของอุตสาหกรรมของมันไปโดยเฉพาะ ถ้าจะถามว่ารัฐบาลจะมาส่งเสริมให้ละครเป็นสินค้าไหม ผมว่าถ้ารัฐบาลเข้ามาเกี่ยวมันก็สู้เอกชนทำเองไม่ได้ ถ้ารัฐบาลจะเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจจะเป็นองค์กรที่เข้ามาสนับสนุนให้ขับเคลื่อนได้ง่ายขึ้นจะดีมากกว่า อาจจะเป็นองค์กรอิสระ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์บริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

3.1.2 ด้านบุคลากร

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากร ดังนี้

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“เรามีคนเขียนบท ที่เก่งน้อย คนเขียนบทเก่งๆ จะมีอยู่ไม่กี่คน กลายเป็นว่าในปีหนึ่ง สมมติเราทำหนัง 50 เรื่อง คนเขียนบทที่เก่งๆ จะมีอยู่ประมาณ 3-4 คน มันก็เขียนบทได้ 3-4 เรื่อง ลดหล่นกันไป อันไหนดีมันก็จะดี อันไหนไม่ดีมันก็จะแบบทำให้ช่วงเวลามันเต็ม ถ้าจะพัฒนายังไงให้มันเพิ่มมากขึ้น ผมมองว่า อยู่ที่บทก่อน ส่วนที่ต่างชาติทำไมมาจ้างเรา เพราะถูกและดี ใช่ เพราะค่าแรงเราถือว่าไม่ได้แพง เป็นราคาที่ไม่ว่าแพง แล้วก็ quality ของงานก็ไม่น่าเกลียด ในบรรดา AEC เพื่อนบ้านเรา ประเทศไทยเราก่อนข้างนำที่สุดในการผลิตพวกสื่อภาพยนตร์และสื่อวิดีโอ” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ปัญหาหลักๆ เลยในปัจจุบันคือ เรื่องของผู้เขียนบท ที่หายากมากในปัจจุบัน คนหนึ่งรับเขียนหลายเรื่องมาก ทำให้การผลิตบทยอกมาช้า ก็เปิดกล้องถ่ายทำได้ช้า เนื่องจากนโยบายช่องหากยังไม่มียกบทเกินครึ่งเรื่อง จะยังไม่ให้ถ่ายทำ ปัญหานี้จึงพัวพันไปหมด และตอนนี้ขั้นตอนการผลิตทั้งทางช่องและผู้จัดพิถีพิถันมากขึ้น เพื่อให้ละครออกมาแล้วถูกใจคนดูมากที่สุด” (ปิ่นกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ตอนนี้บุคลากรดีๆ ในประเทศไทยตอนนี้เราหายากมาก เพราะอยู่กันไม่รอด เงินน้อยจริงๆ โดยส่วนใหญ่เขาจะเป็นฟรีแลนซ์กัน เพราะว่าพนักงานใหญ่ๆ จะไม่อุมพนักงาน

ประจำแล้ว หลายๆ คนพอจบเรื่องนี้แล้วรออีกสองเดือนเปิดกล่องใหม่ คำถามคือสองเดือนนี้เขาจะเอาอะไรกิน” (วสิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

“เรื่องคนเขียนบทมันเป็นปัญหาคลาสสิกของวงการนี้อยู่แล้วครับ มันจะหายากเหมือนกันที่เก่งๆ คือเยอะอะมีเยอะ แต่ที่เก่งๆ มีไม่มาก ถ้าใครเก่งถึงงานสั้น เพราะว่าตอนนี้เราทำคอนเทนต์เยอะขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่มีทีวีดิจิทัล เราสร้างและพัฒนาคนอยู่เรื่อยๆ ครับ เราเจอคนรุ่นใหม่ที่เก่งๆ เราก็สร้างและพัฒนาเขา ส่งเสริมอะไรแบบเนี้ยครับ” (สถาพร พานิชรักษาพงศ์, สัมภาษณ์ 31 สิงหาคม 2560)

“อันนี้ที่สัมผัสเองนะ คนเขียนบทไม่ใช่บุคลากรที่ถอยหลังเข้าคลองของวงการละครเลยนะ คนเขียนบทเป็นคนที่พร้อมจะเปลี่ยน แล้วเก่งมาก ไปดูได้เลยอย่างเรื่องล่าสุดที่ เคน นุ่น เล่น เรื่องระงับไฟ มันเป็นละครน้ำเน่ามากเลยนะ แต่คนเขียนบทมีวิธีเขียนให้บุคลิกละคร การนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ มันไม่ใช่ละครตบตีข่มขืน แบบเดิมแล้ว ทั้งๆ ที่ในนิยายมันคือแบบนั้น แต่คนเขียนบทเปลี่ยนใหม่ คนเขียนบทไม่ใช่คนที่เราต้องจัดการเขา เขาลำหน้าคนอื่นในทีมงานด้วยซ้ำ แต่ต้องเพิ่มจำนวน แล้วของแบบนี้ไม่ใช่เอาไปอบรม 6 เดือนแล้วทำได้ ใช้งานได้เลย ต้องวางฐาน กำลังการผลิตเหมือนทีมเยาวชนเลย เลี้ยงกันตั้งแต่เด็ก แล้วพอครบ 10 ปี แล้วค่อยไปเก็บเกี่ยว คือธุรกิจเชิง creative economy มันไม่ออกเลยภายในปีสองปี เกาหลีเองกว่าจะทำได้ขนาดนี้ก็ใช้เวลา” (ดวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานที่อิสระ ไม่เป็นพนักงานประจำ ทำให้ขาดความมั่นคงในการทำงาน รัฐบาลจึงควรส่งเสริมให้แรงงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ในระดับปฏิบัติการทั้งในรูปแบบของพนักงานประจำและพนักงานอิสระ มีรายได้ที่มั่นคงสม่ำเสมอ ได้รับสวัสดิการที่ดีจากรัฐ เช่น การได้รับสิทธิลดหย่อนภาษี การรักษาพยาบาล อาจารย์ไม่ค่อยห่วงเรื่องไม่มีคนนะ เพราะว่าเรามีโครงสร้าง มหาวิทยาลัยที่มาก มีบุคลากรที่จะฝึกมากพอสมควรที่ผ่านมา คืออุตสาหกรรมมันลุ่มๆ ดอนๆ พออุตสาหกรรมมันลุ่มๆ ดอนๆ ผลิตไป คนก็ตกงาน คนก็ไปทำอย่างอื่น” (นวนน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“ผมว่าคนไทยโดยเฉพาะเทคนิคไม่แพ้ชาติใดในโลก Production ไม่แพ้ใคร แต่ในเรื่องวิธีคิดยังต้องยอมรับว่าไม่เป็นระบบพอจริงๆ ต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการ

ต่อ ยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งสถาบันการวิจัยพัฒนา และอบรมเฉพาะด้าน ในเอเชีย เขาเปรียบเทียบกับบุคลากรของไทยนะ คือคุณภาพดี 100% งานโฆษณา ต่างประเทศมาถ่าย ในฉากของเขา เป็นฉากไล่ล่ากันในเมือง โลเคชั่นของเขาคือทุ่งโล่งๆ ข้างในทุ่ง โล่งๆ แล้วเอาไปทำซีจี คนทำซีจี คือคนไทย ถูกกว่าทำเมืองนอกเยอะเลย ได้คุณภาพดีมาก อันนี้ ต่างประเทศ แสบปี่” (วิรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

3.1.3 งบประมาณ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัย ด้านงบประมาณ ดังนี้

การปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จะมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องวางแผนการทำงานให้ดี ทำให้ผู้ประกอบการ ไม่กล้าลงทุนกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ เพราะมีความเสี่ยงในการขาดทุนได้ ภาครัฐควร สนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“อันนี้เฉลี่ยๆ จากคนอื่น ๆ ถ้าละครขนาดกลาง ประมาณ 5-8 แสนต่อตอน อันนี้คือ ละครขนาดกลางลงไปถึงเล็ก และเราเชื่อว่าจะเป็นมาตรฐานไปอีกสักพัก แต่จะลงไปกว่านี้ไม่ได้ แล้ว ถ้าละครที่งบต่ำกว่า 5 แสน จะไม่ได้อะไร แต่ก็ไม่ว่าอีกหน่อยอาจจะลงไปอย่างนั้น เพราะ ลูกค้าไม่มีดังแล้วไง แล้วช่องก็ไม่สามารถขายโฆษณาในราคาที่แพงกว่านี้ได้ ทำให้ไปบีบค่าโปรดักชั่น แต่ถ้ามองในอีกแง่หนึ่งเทคโนโลยีในการผลิตก็ถูกลง แล้วก็ง่ายขึ้น มีวิธีการทำให้สวยงามได้ง่ายขึ้น แต่คนที่จะมา operate ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับคนไม่ได้ถูกลง ค่าของคนมีแต่จะแพงขึ้น ค่าครองชีพแพง ขึ้น เทคโนโลยีถูกลง อุปกรณ์อาจจะถูกลง แต่คนมีแต่จะแพงขึ้น ไม่มีทางลงได้” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

“รัฐบาลและผู้ผลิตละครควรได้รับการสนับสนุนในรูปเงินทุน มีกองทุนในการ พัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่องได้ไหม จะสามารถมี กองทุนแบบนั้นขึ้นมาเพื่อสนับสนุนคนในวงการ” (เอกพจน์ ฉันทาภรณ์, สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม 2560)

3.1.4 เครื่องมือ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัย ด้านเครื่องมือ ดังนี้

อุปกรณ์การผลิตและระบบการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทย มีการพัฒนาที่ดีมากขึ้นตามลำดับ ทันสมัยมากกว่าในอดีต ประเทศไทยมีการนำเข้าและใช้อุปกรณ์การผลิตที่มีมาตรฐานสูงเทียบเท่าต่างประเทศ

ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ควรที่จะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เพื่อเป็นการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำ วิธีการถ่ายทำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในอนาคต

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผู้ผลิตละครโทรทัศน์อาจจะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำบ้านเราไม่ต่างจากที่อื่นนะ ทันสมัยเหมือนกัน อันนี้เป็นสิ่งที่กำลังค่อยๆ พัฒนา ในต่างประเทศเขาจะระบุมายว่าต้องการคุณภาพงานเท่านั้นๆ อย่างของ Netflix เขาจะมีบอกมาเลยว่าใช้กล้องอะไรบ้าง หรืออย่างของงานเกาหลีที่มามีถ่ายในไทย ใช้ทีมงานไทย ตัวแสดงไทย เขาก็กำหนดแล้วว่าเขาต้องการกล้องคุณภาพเท่านั้น” (วศิน สมัญญกุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

3.1.5 การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย 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 พอมันมีทีวี่ดิจิทัล เกิดขึ้นเนี่ย มันยังมีความเป็น niche สูงมากเลย ถ้าเราอยากได้ละครแนววัยรุ่น แนววาย ก็ดูจาก GMM เราอยากได้ละครครามาเข้มข้น ช่วงวันก็ดูได้ หรือถ้าอยากได้แนวรากหญ้าชาวบ้าน ลูกทุ่งๆ ช่องเจ็ดก็ยังชัดเจนอยู่ ถ้ามีการพัฒนา นักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนา นักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ก็น่าจะเป็นข้อดีสำหรับผู้บริโภคคือว่า ถ้าเรามองเห็นว่าเราชอบจริตแบบเนี่ย เราก็ไปช่องนี้ แล้วก็ดูละครแบบนี้ มันมีให้เลือกดูเยอะ หลากหลาย ประเภท หลากหลายผู้ผลิต” (พิทักษ์ศักดิ์ ติศาภักย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“วิธีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ที่จะเปลี่ยนสินค้าได้ น่าจะมีการวางกลยุทธ์ของ เนื้อหาทางวัฒนธรรมมีการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละคร โทรทัศน์ โดยอาจจะต้องมองตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละคร โทรทัศน์ไทย ” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

3.1.6 การวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการ วิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทย ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคดังนี้

จุดแข็งของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทย มีจุดแข็งในเรื่องโปรดักชั่น เทคนิคการถ่ายทำที่ดูง่าย เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมาก มีการพัฒนามากขึ้นกว่าในอดีต และละครโทรทัศน์แนวของไทยส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาละครจัดจ้าน ทะเลาะ ตบตี รุนแรง แต่ดูแล้วไม่เครียด มีสีสัน มีความสนุกสนาน ตลกขบขัน ซึ่งยังคงเป็นเสน่ห์ของละครโทรทัศน์ไทยที่ทำให้ผู้ชมในประเทศและต่างประเทศ ติดตามได้ นอกจากนั้นละครโทรทัศน์ไทยมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรม ดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยใหม่ อยู่ในละครโทรทัศน์ ซึ่งในต่างประเทศไม่มีประเพณี วัฒนธรรม แบบนี้ ทำให้ตัวเนื้อหาเป็นที่สนใจของผู้ชมในต่างประเทศ

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“จุดแข็งของเราคือเนื้อเรื่องพูดถึงความเพ้อฝัน พูดถึงอุดมคติ หรือพวกละครที่อยู่ ในภาคพื้นนั้น เขาก็ดูกันทั้งภูมิภาค อย่างจินเขาสอบงานเรามาก พวกเข่าขงวิทยุของขงวิทยุ หนังสือ หนังสาย เขาชอบมาก แต่รัฐบาลห้ามไม่ให้ดู” (ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2560)

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

“โดยรวมจุดแข็ง ที่มองว่าอยู่ที่สาระมากกว่า บางทีละครเครียดเกินไปก็ไม่ดี อย่างละครตบตักัน ทะเลาะกัน ตีกันในบ้าน บางทีคนไทยก็ชอบ นี่ก็จุดแข็ง” (ทองสิทธิ์ โสดาโคตร, สัมภาษณ์ 21 มีนาคม 2561)

“จริงๆ ต้องบอกว่าในส่วนที่แต่ละประเทศเขาทำออกมาแล้วขายได้อยู่แล้วก็คือ เรื่องของวัฒนธรรม เราดูของเขาเกาหลี เพราะว่าเราไม่เคยเห็นวัฒนธรรมแบบนี้ เขาดูของเราเพราะ เขาก็ไม่เคยเห็นวัฒนธรรมแบบของเรา ส่วนการเล่าเรื่องในเชิงที่มันเป็นวัฒนธรรมมักจะขายได้อยู่แล้ว แต่เขาไม่ได้มีในแบบของเรา อย่างนี้เขาก็เป็นการเสพวัฒนธรรมของเรา หรือแม้แต่กระทั่งหนังไทยในหลายๆ เรื่องที่ไปดัง เนื้อเรื่องสนุกอยู่แล้วเป็นทุน ก็ยังไปได้ไกล เพราะว่าเขาได้เห็นในสิ่งที่เขาไม่เคยเห็นในประเทศเขา” (ผดุง สมาจาร, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2561)

“ขอวิเคราะห์ในมุมมองของช่องเรานะคะ ซึ่งแต่ละที่มีคาแรคเตอร์ละครที่แตกต่าง อย่างชัดเจนอยู่แล้ว ซึ่งอยู่ที่ผู้บริหาร โลกแล้วว่าจะถูกใจที่ไหน สำหรับช่องเรา จุดแข็ง คือ เราสร้างความสุขให้กับคนดู เน้นคุณภาพการทำงาน ตั้งแต่เนื้อเรื่องที่เรานิยามเลือกมาอย่างดี ทั้งด้านการผลิตและด้านคุณภาพการแสดงของนักแสดง ที่ผ่านมารามีจุดแข็งด้านนี้ เป็นที่ยอมรับของคนดู ละครไปแล้ว ไม่ว่าจะนำเรื่องใดมาผลิตละคร แต่เราจะใช้จุดแข็งด้านคุณภาพการผลิตและคุณภาพของนักแสดงของเรา” (ปิ่นกมล มาลินนท์, 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 ทำแล้วคนจะต้องชอบ ทำแล้วคนจะต้องชอบ ทำให้ขาดความคิดสร้างสรรค์ ในส่วนที่ควรจะสร้างสรรค์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับคนดู เนื้อเรื่องมันก็จะเลยจะซ้ำๆ เดิมๆ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาภย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“จุดอ่อน คือ ความผิดพลาดในการผลิตงานละคร ที่ไม่ได้การตอบรับจากคนดูทั้งๆ ที่เราก็พยายามผลิตและเลือกเรื่องที่เราคิดว่าจะประสบผลสำเร็จ แต่การทำละครเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้ว่าจะมั่นใจในคุณภาพงานแต่ก็มีปัจจัยแวดล้อมหลายอย่าง จุดอ่อนจุดนี้ขึ้นอยู่กับเรื่องการควบคุม เพราะสมัยนี้เดาทางคนดูยากมากจริงๆ ” (ปิ่นกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ละครไทยไม่เคยเปลี่ยนคอนเซปต์เลย คือฝรั่งจะเหมือนจริงมากขึ้น มีเหตุผลมีที่มาที่ไป แต่ละครไทยไม่เคยเปลี่ยนเป็นเรียลลิสติกเลย ไม่ใช่ว่าฟอร์มเดียวอยู่นั่น หรือเป็นพระเอกเล่นบทที่ไม่ค่อยเหมือนจริง ก็ปีแล้วควรจะพัฒนาได้แล้ว” (รัชชัย จิตรภักษ์นันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“ของต่างประเทศจะเดินเรื่องเร็ว ถ้าเป็นของไทยทำยืดได้เป็นอาทิตย์เลย บทจะแน่นมาก มีความกระชับ แต่ของไทยมีแต่มองตากันไปกันมา ตอนนี้เราต้องใช้เวลาให้คุ้มค่าที่สุด ละครก็ต้องบันเทิงที่สุด แล้วเพิ่มทางเลือกให้ผู้ชมให้มากขึ้น” (วรัญญู กระจุกจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

โอกาสของละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทย มีโอกาสในการพัฒนาเป็นงานสร้างสรรค์และส่งออกตลาดต่างประเทศได้ ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศจีน โดยภาครัฐจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ให้ชัดเจน ทั้งประเทศเพื่อนบ้าน

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

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

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

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

“ความเป็นไทยที่น่าจะขายได้น่าจะเป็นเรื่องที่เรา เห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดาของเราที่ แหละ เราน่าจะจัดตั้งวาระพิเศษของประเทศไทยในการผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อใช้ละครเป็น เครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย เช่น ละครเทิดพระเกียรติ แต่อาจจะไม่ต้องเน้นถึง พระมหากษัตริย์ หรืออาจจะใช้เรื่องของคนธรรมดาที่เราเห็นทุกวันคือความแปลกใหม่แล้วใน สายตาคนนอก นำเสนอสิ่งปกติของเราที่แหละ การกินการอยู่การใช้ชีวิตของเรา” (ดวงทอง ศรี ประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“ถ้ามีมาตรการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การ เข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความ หลากหลาย ส่งเสริม สนับสนุนภาคเอกชนให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตละครโทรทัศน์ โดยภาครัฐเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอโครงเรื่องแปลกใหม่ โดยภาครัฐเน้นกระบวนการ สร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้น ก็น่าจะเป็นโอกาสที่ดีของละครโทรทัศน์ของไทย” (วสิน สมัญญากุล, สัมภาษณ์ 24 มีนาคม 2561)

อุปสรรคของละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในภาคเอกชนขาดการรวมตัวกันสร้างสรรค์ผลงานใน ลักษณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และขาดงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาด อย่างแท้จริง นอกจากนี้อุปสรรคด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีทางเลือกเพิ่มมา กขึ้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ เมื่อผู้บริโภคมีช่องทางในการรับชมสื่อบันเทิงอื่นๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีต

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ส่วนการลงทุนรวมทั้งกับภาครัฐ ภาคเอกชนจากต่างประเทศ ยังไม่มีนโยบาย และเป็นไปได้ยาก ด้วยปัจจัยหลายๆ อย่าง การทำละครมีรายละเอียดเยอะมาก ข้อเสียที่พบคือ เราต้องลงทุนเองทุกอย่าง จึงมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก” (ปิ่นกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

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

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

“ผู้บริโภคเลือกซื้อด้วยตัวเอง และภายใต้เวลาอันจำกัดเท่ากัน 24 ชั่วโมงของแต่ละคน และสื่อบนโลกใบนี้ เขาไม่อยู่แค่เมืองไทยแล้ว เขาไปต่างประเทศ เขาดู Netflix เขาไปทำนู่นทำนี่ ผู้ประกอบการต้องเปลี่ยน ทักษะคิดตัวเองใหม่ด้วยว่าตอนนี้กลุ่มเป้าหมายเขาไม่ใช่แค่ประเทศไทยเท่านั้น แต่เขามีกกลุ่มเป้าหมายคือทั้งโลก” (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, สัมภาษณ์ 16 เมษายน 2561)

3.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกด้านภาพรวมตลาด เศรษฐกิจ ค่านิยมของสังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และการถูกจำกัดเนื้อหาละคร ที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

3.2.1 ภาพรวมเศรษฐกิจและการตลาด

ปัจจุบันเมื่อสถานีโทรทัศน์ในประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้ละครโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐสามารถผลักดัน นโยบายส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ผมคิดว่า น่าจะเริ่มจากคุณภาพก่อนนะ สร้างละครให้ดีขึ้น ปัจจุบันพอมีทีวีเพิ่มขึ้นแต่ละช่องดึงเนื้อหาเข้าไปหาช่องตัวเอง สิ่งที่ผมคิดว่ารัฐจะส่งเสริมในแง่ที่ว่า ทำคอนเทนต์ให้มันดีขึ้น อันนี้ทุกคนรับรู้ว่ละครมีอิทธิพลต่อคนในประเทศแล้วเป็นสินค้าส่งออกสร้างชื่อเสียงให้ประเทศได้” (วรรษณัฏ คุรุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“ถ้ามีนโยบายส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์

ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา ผมว่าประเทศเราจะเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละคร โทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก” (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 ถ้าอาจารย์มหาวิทยาลัยหรือนักวิชาการเขียนถึงละครจะโดนดูถูกว่าเรียนมาตั่งสูง มานั่งดูละครน้ำเน่า เป็นอย่างนี้จริงๆ นะ เพราะฉะนั้นถ้าจะทำอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ต้องเปลี่ยนความเข้าใจต่อละครก่อน ละครเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อกับชีวิตคน สิ่งที่จะนำเสนอเป็นเอกลักษณ์ของประเทศซึ่งจะนำพามาสู่รายได้และสิ่งอื่นๆ ในอนาคตอีกมากมาย” (ดวงทอง 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 รัฐบาลมาอยู่ไม่นานก็ไปทำอะไรได้ต่อเนื่องได้” (รัชชัย จิตราชันันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“ข้อเท็จจริงคือ เรามีความไม่แน่นอนของฝ่ายรัฐ ทำให้รัฐมนตรีที่เข้ามาดูแล อยู่ได้ไม่นานมากนัก นโยบายหรือการทำงาน โครงการต่างๆ จึงไม่ต่อเนื่อง” (สุรศักดิ์ สรรพพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

3.3.4 กฎหมาย

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“การจัดเรตของประเทศไทย น13+ น18+ เนี่ย เขาจัดเรตตามเวลาจริง แต่ถึงเวลาที่เซ็นเซอร์อยู่ดี แล้วจะจัดเรตทำไม คำว่า น13+ ก็อะไร ละครบางเรื่อง ออนไลน์ตอนห้าทุ่มครึ่ง เรต 18+ ไปแล้ว แต่ก็ยังโดนความหมายของพีคือพระเอกทำความเลวมาเยอะมากเลยนะ สิ่งที่เราต้องการสื่อคือ คนเลว สุดท้ายคุณก็ไม่ได้พบจุดจบที่ดี พีเลยรู้สึกว่า 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 แบบนี้ที่มีอยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาเพื่อถ่ายทอดลงไปละครโทรทัศน์ของไทย

วัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐมักจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง และต้องไม่ได้ ซึ่งการนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปในละคร ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“มีวัฒนธรรมบางอย่างที่อาจจะเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านรอบๆ ได้ กลุ่ม CLMV ทั้งหมด ซึ่งมันจะเชื่อมโยงในแง่วัฒนธรรมได้ เพราะมันมีความคล้ายคลึงกันมากกว่าเงินหรือเกาหลี ของไทยมีความคล้ายคลึงกับเขา เพราะฉะนั้นทำอะไรก็อาจจะเชื่อมกัน วัฒนธรรมมันเชื่อมกันหน่อย อย่างพม่า ไทย ลาว เขมร การแชร์วัฒนธรรมบางอย่างที่มันคล้ายกันมากกว่า อันนี้ก็เป็นจุดดีของไทยนะ” (รัชชัย จิตรภานันท์, สัมภาษณ์ 15 กันยายน 2560)

“อย่าไปห่วงมากเรื่องความเป็นไทย ทุกอย่างต้องความเป็นไทย คือเอาสนุกไว้ก่อน คือสนุกแบบไม่ใช่สีขาวนะ สนุกแบบ คือไม่ต้องมาเรตติ้งเหมือนช่องอื่น คือถ้าคุณทำละครสีขาว ละครธรรมะแบบนี้ ไม่มีคนดูแล้ว แค่งงชื่อก็ไม่อยากดูแล้ว ธรรมะจริงๆ ที่จะได้คือได้จากที่พูด หรือจากอะไรมากกว่า คือถ้าคุณไปทำแบบเดิม ต้องคว่ำสมัยนี้มันไปไกลขนาดไหนแล้ว ทำยังไงให้รู้สึกว่ามันอยู่กับความเป็นจริง มีความเรียล มีความทันสมัย ไม่ต้องพยายามไปยึดเหยียดอะไรใส่ปากคน อยู่ที่ว่าวิธีการเขียน ผู้กำกับด้วย ก็มีบางคนที่เก่ง แต่ก็น่าจะมีมากกว่านี้” (วิรัชญ์ ครุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“มันคือวัฒนธรรมสากลที่เป็นอยู่ อย่างเกาหลีเขามองเห็นตรงนี้ว่ามันขายได้ ทุกวันนี้เราก็ใช้ของจีนเดียวกับที่คนอเมริกาใช้ เราดูทีวีก็ห้อยเหมือนกัน ใส่เสื้อผ้าเหมือนกัน ทุกอย่างมันเป็นสากลไปหมดแล้ว อะไรที่มันเข้าถึงคนง่าย มันคือวัฒนธรรมสากล ทำละคร ทำเพลง ทำหนัง คนทั้งโลกเข้าถึงมันได้ โหม เข้าถึงมันได้ก็ไม่ยาก ที่เราจะทำให้มันเป็นสากล โฟกัสไปตรงนั้น แล้วก็เติบโตไปตรงนั้น คือพอเราไปเน้นว่าวัฒนธรรมเราก็ไปฟุ้งรำ ไปขายประวัติศาสตร์ ไม่ใช่ว่ามันไม่ดีแต่เขาไม่อินด้วย 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 จิตร่วมความชอบร่วมกัน ก็คือประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นประเทศที่ไม่มีกำลังซื้อ เขาก็ดูละครผี ละครเถื่อน หรือสัญญาณที่มันข้ามพรมแดนไป ซึ่งเขาดูได้ฟรี อันนี้มันเป็นข้อจำกัด ที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงของไทยเนี่ย ไม่สามารถไปได้ถึงไกลอย่าง The X Factor หรือ Got Talent นะครับ เพราะว่า ภาษาเราไม่ได้เป็นภาษานานาชาติ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาลัย, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“ถ้าวัฒนธรรม คือจริงๆ ในอินโดจีนเราจะเขาง่าย เพราะเขาไม่มีตัวเลือก เขาต้องดูเรา แต่พอเป็นอย่างอื่น เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ที่อุตสาหกรรมละครเขาแข็งแรง มันก็อาจจะมีความยาก สิ่งที่ต้องมาช่วยกันคิดก็คือ แล้วเราจะเอาอะไรไปขายเขา ความไทยแบบไหนที่เขาสนใจเรา” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

3.3.6 การถูกจำกัดเนื้อหาละคร

ประเทศจีนมีการจำกัดโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งพื้นที่และประชากรของประเทศจีนมีจำนวนมากและมีจำนวนผู้บริโภคละครโทรทัศน์ของไทยเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยในประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกทำให้โควตาการนำเข้าไม่แน่นอนในแต่ละปี บางบริษัทอาจจะเคยได้โควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์จำนวนมาก แต่ในปีถัดไปอาจจะถูกบริษัทอื่นๆ ในประเทศไทย เข้ามามีส่วนแบ่งโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศจีนได้เช่นกัน

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“จีนเขาจะมีโควตา มีกฎระเบียบหลายๆ อย่าง โควตาเขาเนี่ย ประเทศจีนจะปล่อยให้ละครแต่ละประเทศเข้าไปได้เท่าไร มีระบบโควตา บางทีเขาก็โควตาร้อย 3 ได้ เราก็ถูกโควตาเบียดหรือช่อง 7 อาจจะไปได้นิดหน่อย เหมือนว่า 100% ก็ต้องมีคนมาแบ่งเราไป 10% 20% ไม่ได้แข่งขันกัน บางทีเขาก็ไม่ได้ซื้อเราหรอกนะ อย่างแต่ก่อนเราอาจจะขายได้ 8 เรื่อง บางปีเขาก็เหลือ 5 บางทีก็เหลือ 3 ภายในโควตา มันก็มีเงื่อนไขการเลือก ไม่ใช่ว่ามี 10 เรื่อง ก็รับ 10 เรื่องหมด ของเราอันไหนไม่ดี ไม่ตรงเขาไม่เอาละครับ แต่เนื่องจากของเราดีและตรงเป็นส่วนใหญ่ เขาก็ต้องเหมา พอเขาซื้อเหมาเราไปแล้ว เขาก็มีสิทธิไปซื้อเรื่องอื่นไปเติม ไม่ได้ซื้อเป็นแพ็คเกจ ซื้อเป็นรายเรื่องไป เขาก็เลือกของเราไปขายสลับไปสลับมา คร่อมเดือนคร่อมปี เขาก็ดูบริหารของเขา ตามโควตาที่เขาได้ในการซื้อมาจากประเทศไทย” (สุรพล พิศวงษ์พัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

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

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

4.1 แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ

จากผลการสัมภาษณ์แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น คือ ภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ มีความคิดเห็นในเชิงนโยบายและมาตรการที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือ การสำรวจสภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบันก่อนที่จะนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน การส่งเสริมเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยเข้าไปสู่ละครโทรทัศน์เพื่อให้คนในประเทศและต่างประเทศ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น ตลาดต่างประเทศให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถเข้าใจในเนื้อหาของละครโทรทัศน์ของไทย 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 มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

“ถ้าสอดคล้องกับจิตของผู้ชม เราต้องเลือกดู เราต้องคัดเลือกแล้วค่อยเอาออกมาขายต่างประเทศ อาจจะต้องมาแปลซับ เปลี่ยนมุกบางมุกให้เข้ากับผู้ชม คณะกรรมการที่มาทำก็คงต้องช่วยรีเสิร์ช ช่วยเขาทำการตลาด” (วรชัย คุรุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“ถ้าเราสร้างตัวตน คนที่มาขายต้องขายเก่ง เพราะไม่เคยได้ยินว่าเขาต้งบ ททท. เพราะ ททท. เขาก็ขายเก่ง ต้องมีผลงานเชิงประจักษ์ เป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริหารต้องคิด เป้าหมายใหญ่อาจจะไม่สำเร็จในวันนี้ แต่ต้องมีเป้าหมายเล็กๆ ไปให้เขาเห็น ว่าละครกำลังจะไปแล้วนะ เชื่อว่าถ้าไปได้ขนาดนี้ รัฐบาลก็คงไม่กล้าต้งบ ต้องหาคนที่เก่งที่สุดในเรื่องนี้เข้ามาทำ” (นวนน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“เราจะเห็นได้ว่าเพื่อนบ้านเราเขารู้จักละครไทยหมดเลย เขาดูละครไทยเป็นบ้าเป็นหลังเหมือนเรา เขารู้จักดารารเรา เขารู้จักสถานที่อะไรมากมาย ที่ประสบความสำเร็จเพราะมีความใกล้เคียงคล้ายคลึงกันในวัฒนธรรม ละครเราก็นลาวดู คนเขมรดู เขาเข้าใจ เพราะมีวัฒนธรรมพื้นฐานที่ใกล้เคียงกันมาก” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภักย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

4.1.1 นโยบายการจัดทำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์

ละครโทรทัศน์ควรเริ่มจากการเขียนนโยบายที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ มีการจัดตั้งงบประมาณที่ต่อเนื่อง นำไปสู่การปฏิบัติและการประเมินผล เพื่อดำเนินยุทธศาสตร์อย่างเป็นขั้นตอน และกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของการผลิตละครโทรทัศน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการพัฒนาทักษะความรู้แรงงานในวิชาชีพละครโทรทัศน์จะเป็นสิ่งสำคัญในลำดับถัดมา

ทั้งนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะแตกต่างจากภาพยนตร์ โดยมีการสอดแทรกวัฒนธรรมของไทยในละครโทรทัศน์ เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ระบบเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น และเปิดโอกาสให้คนในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

นอกจากนั้น ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย รวมไปถึงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละคร มีทัศนคติที่ดี

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

ปัจจัยของนโยบาย อยู่ที่ว่าทำหรือยัง ปัญหาตอนนี้คือ รู้แต่ยังไม่มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนอย่างแท้จริง และไม่ได้มีรายละเอียดของนโยบาย ด้านนโยบายชัด ก็จะมีผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น มีการส่งออกเพิ่มมากขึ้น หรือมีคอนเทนต์ที่สร้างชื่อเสียงให้ประเทศที่ตอบโจทย์ที่ชัดเจน เรื่องนโยบายต้องตั้งเป็นวาระแห่งชาติ แล้วรายละเอียดอื่นๆ จะตามมา” (สุรพล พิรงษ์พัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

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

“ต้องส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่นได้ ต้องเปลี่ยนวิธีการคิดของรัฐ ว่าสื่อจะต้องถูกควบคุม คนก็ไม่กล้า ทีวีเอทอะไร 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 สมควรมีคณะกรรมการสักขีพยานเพื่อกำหนดนโยบายและวางแนวทางขับเคลื่อนอย่างจริงจัง” (ปีนกมล มาลินนท์, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

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

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

“สิ่งที่จะต้องเริ่มก่อนคือ หน่วยงานรัฐบาลก่อน อาจจะเป็นหน่วยงานอิสระที่จัดตั้งขึ้นมา มีรูปแบบเฉพาะ มีความเป็นอิสระ อาจจะมี พรบ. ขึ้นมารับรองไว้อยู่ ถึงแม้รัฐบาลจะเปลี่ยนไป ยุคสมัยไหน หน่วยงานนี้ก็ยังคงอยู่ และผลักดันให้เกิดการสานต่อนโยบายไปเรื่อยๆ ก็จะทำให้มีความเสถียรและเกิดความมั่นคง มั่นใจ ในมุมมองของผู้ประกอบการซึ่งก็จะต้องกลัวว่าถ้ารัฐบาลชุดนี้หมดแล้วจะต้องทำอย่างไรต่อ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภักย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

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

4.1.3 การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน

ความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองสนับสนุน กับมุมมองที่เห็นต่าง

มุมมองสนับสนุน ฝ่ายสนับสนุนความคิดในการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน คือ การลงทุนสตูดิโอที่มีความพร้อม เป็นเมืองของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง เพื่อจะได้เป็นจุดศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารกัน

“ในอเมริกาก็เป็นแบบนี้ คือถ้าเมืองไหนเป็นเมืองของการถ่ายทำก็จะเป็นทั้งเมืองเลย แล้วก็บุคลากรทั้งหลายจะมารวมกันที่นั่น เราหาคนทำงานง่ายมาก เหมือน silicon valley ในอเมริกาที่ทั้งเมืองก็คือคนที่ทำเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี ควรจะทำให้มีลักษณะแบบนั้น เหมือนทาวน์อินทาวน์ ก็คือเมืองของโฆษณา ถ้าเกิดมีจุดศูนย์กลาง มี HUB การทำงานจะง่ายขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยน” (ดวงทอง ศรประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“โจทย์ของเราน่าจะเป็นโรงถ่ายที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐาน มีโลเกชั่นที่สร้างขึ้นใหม่ที่มีทุกอย่างที่จะสนับสนุนเขาได้ อันนี้ก็ต้องเป็นเรื่องของภาคเอกชน ในต่างประเทศจะนิยมมาใช้โรงถ่ายในประเทศกำลังพัฒนา เพราะถูกกว่า ซึ่งถ้าเราสร้างให้พร้อมก็จะทำให้เขามาใช้ หลังจากนั้นเขาอาจจะใช้พื้นที่ตรงนั้นเป็นที่ท่องเที่ยวต่อเนื่องจากว่าใครอยากจะดูเบื้องหลัง” (นวลน้อย ศรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

มุมมองที่เห็นต่าง ฝ่ายที่เห็นแตกต่างออกไปมีมุมมองว่า เป็นการลงทุนขนาดใหญ่เกินไป ซึ่งภาครัฐควรจะต้องคิดถึงความคุ้มค่าในการลงทุน และการใช้ภาษีของประชาชนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ นอกจากนี้ โดยภาครัฐลงทุนซ้ำเกินไป ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันเอกชนหลายๆ แห่งจึงลงทุนด้านโรงถ่าย สิ่งอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำละครโทรทัศน์ด้วยตนเองล่วงหน้าไปก่อนแล้ว

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

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

4.1.4 วิธีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย

ภาครัฐควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ด้วยการให้เงินอุดหนุนและด้อยทุนนโยบายและเป้าหมายที่ชัดเจน จึงจะหามาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนได้ถูกทาง หน่วยงานที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงจะต้องพูดคุยและแบ่งหน้าที่ในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรมโดย ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางวางแผนยุทธศาสตร์ มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์

นอกจากนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้เอกชนตั้งโจทย์ในการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยตนเอง ให้อิสระ เพราะมีประสบการณ์สูงและรัฐบาลทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดทุกปี สนับสนุนเวทีเจรจาการค้าระหว่างกัน และมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นผู้มืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ และมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาลัย, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

“มีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทาง ปัญญาของงานละครโทรทัศน์” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

“อุดหนุนให้ทำเป็นโปรเจกต์ สมมติคุณอุดหนุน 70% จ่ายเงินไปเลย แต่ว่าต้องให้ได้ แบบนี้นะ เพราะรัฐจะสามารถทำได้ก็คือว่า คณะกรรมการที่คัดเลือกต้องมาจาก ภาคส่วนต่างๆ ให้มีความหลากหลาย มีทั้งภาครัฐกิจ ภาควิชาการที่อยากจะเห็นอุตสาหกรรมนี้เติบโต เมื่อคัดเลือกได้ แล้วก็ให้อุดหนุน เพื่อให้สามารถสื่อความหมายและสร้างงานออกมาได้ยิ่งใหญ่” (นวลน้อย ศรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็น ผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบ ต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ อย่างละครเกาหลีบางเรื่องก็ไม่มีลิขสิทธิ์เลย คือ เอาไปฉาย เขาได้แบรนด์ คือการต่อยอด ผู้ผลิตก็ได้ด้วย คนไทย ทองเที่ยวก็ได้กันหมด แต่รัฐบาลจะ สนับสนุนไหม” (รัชญ์ คุรุจิต, สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2561)

“รัฐสนับสนุนอย่างน้อย ช่วย PR ให้ก็ยังดี ออกมาช่วยโปรโมทให้ด้วย หา solution และหาแนวทางให้ชัด และต้อง implement ให้ได้ อย่างน้อยที่สุดสิ่งที่อยู่ในมือของภาครัฐ นี่คือ หลักการบริหาร นโยบายแปลออกมาเป็นรูปธรรมได้ด้วยอะไร ไม่มีเงิน ก็ไม่เป็นไร เพราะเราทำธุรกิจ ของเรายู่แล้ว” (สุรพล พืชรพงศ์พิพัฒน์, สัมภาษณ์ 13 มีนาคม 2561)

“ที่จริงคนที่ดีใจที่ต้องเป็นภาคเอกชนอยู่แล้ว รัฐให้การอุดหนุนในลักษณะซึ่ง ก่อให้เกิดการแข่งขัน เพราะฉะนั้นต้องเป็นภาคเอกชน ที่มีครีเอทีฟ” (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, สัมภาษณ์ 21 ธันวาคม 2560)

4.2 แนวทางกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการศึกษา แนวทางด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย สามารถ แบ่งออกได้เป็น

4.2.1 การปรับรูปแบบการเล่าเรื่องของผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย

ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ ตลอดเวลา ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนดูโทรทัศน์ออกจากหน้าจอ

โทรทัศน์ไปสู่หน้าจอโทรศัพท์ ทั้งเรื่องของการคาดเดาอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมต่อการชมละครโทรทัศน์ ทำให้สิ่งหนึ่งที่คุณประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับปรุงคือ การเล่าเรื่อง ที่จะต้องสนุก น่าติดตาม มีคุณภาพ ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นบทประพันธ์เดิมมาสร้างใหม่ หรือการคิดพล็อตเรื่องขึ้นมาใหม่ อีกทั้งยังต้องพัฒนาให้การเล่าเรื่องมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้ชม

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“ตอนนี้ต้องปรับตัว ก็ทำให้ความยาวของละครแต่ละเรื่อง ของแต่ละช่อง ไม่ยาวเกินเดี๋ยวนี้อะไรวะ เพราะฉะนั้นโอกาสที่เขาจะได้อะไรเพื่อให้คุ้มค่า ระยะเวลาเดี๋ยวนี้นั่นก็สั้นลง เขาต้องกลับมาคิดแล้วว่า การทำละคร ต้องไม่คิดว่ามันออกแค่ช่องทางเดียว กลายเป็นว่าเขาต้องหา Multipatform ให้ได้ เพื่อจะขายตามที่ต่างๆ” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

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

“สุดท้ายคือทำยังไงให้มีความสนุกของละครอยู่ในนั้นจะเล่าแบบไหน หรือจะเป็นเรื่องอะไรทำได้หมดเลย เพียงแต่คุณต้องทำให้มีเส้นเรื่องอยู่ มีจุดไคลแมกซ์ มีความน่าติดตาม การเปิดปมปัญหา คลี่คลาย ก็ต้องทำได้ตามนี้แล้วถ้าทำได้สามารถเขียนเป็นสูตรได้เลยนะ เพราะซีรีส์ทั้งหลายในอเมริกาก็เป็นสูตรแบบนี้ ถ้าได้สูตรอย่างนี้ออกมา คุณทำอะไรก็น่าจะประสบความสำเร็จ” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

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

“ทำเนื้อเรื่องให้สนุก ต้องมีพล็อตใหม่ๆ หรือพล็อตเก่าก็ได้แต่ต้องตีความใหม่ คุณต้องมีความละเอียด ต้องทำรีเสิร์ช ไม่ใช่สตอรี่รีเสิร์ช นะ แต่เป็น consumer research การนำเสนอสิ่งที่เป็นไทยไม่ใช่เรื่องของคลาสสิกไทย ต้องเป็นโมเดิร์น เป็นปัจจุบันของไทย ยกตัวอย่างเกาหลี นั่นก็คือ ยังอยู่เป็นครอบครัวใหญ่ แต่เป็นเรื่องปัจจุบัน การกินข้าวด้วยกัน ชินบางชินยังเห็นไหกิมจิ อยู่ นั่นไม่ได้ขัดแย้ง แต่เป็นวิถี การเป็นไทยไม่ใช่จะต้องมุงไทย ผ้าไทย วิถีชีวิตแบบไทยๆ ตอนนี้ สังคมเราเริ่มเป็นสังคมเล็กๆ แยกกันอยู่ สังเกตละครไทย เคยเห็นไหม พระเอกไทย นางเอกไทย ทำอาชีพอะไร ตัดมาแต่เรื่องในบ้าน” (สุรศักดิ์ สรรพพิทักษ์เสรี, สัมภาษณ์ 28 กุมภาพันธ์ 2561)

4.2.2 การส่งเสริมนักแสดงที่มีศักยภาพ

ภาครัฐจะต้องช่วยผลักดันนักแสดงที่มีฐานกลุ่มผู้ชมในต่างประเทศ มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม มีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวก ด้านงบประมาณการเดินทางไปประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในต่างประเทศด้วยรวมไปถึงสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

“สิ่งหนึ่งที่พบในซีรีส์ต่างประเทศ เขาไม่ได้คิดเฉพาะตลาดในประเทศเขา เขาจะคิดว่าจะต้องไปขายที่ไหน สิ่งที่คุณสร้างละครไทยต้องคิดว่า ละครไทยเราจะไปขายที่ไหนบ้าง เมื่อละครเราจะไปขายที่ไหนบ้างต้องถามว่ากลุ่มเป้าหมายของเราตรงนั้นจะมีอะไรดึงดูดเขาได้บ้าง เช่น นักแสดงไทย นักแสดงชาตินอื่นๆ นักแสดงมีความสามารถมากแค่ไหน ต้องมองว่าเป้าหมายเราเป็นที่ไหนยัง” (นวลน้อย ตรีรัตน์, สัมภาษณ์ 1 มีนาคม 2561)

“มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม สนับสนุนดาราทไทยที่ไปต่างประเทศ เขาต้องกินต้องอยู่ ไปเรียนภาษาเอง ไปเช่าบ้านอยู่เอง ควรมีสมาพันธ์หรืออะไรที่จะสนับสนุนเขา ดาราไทยที่ไปแบบนี้ต้องดูแล ต้องฝึกฝนภาษา ต้องมีการประชาสัมพันธ์ ฝึกการวางตัว ทำยังไงให้เขาอยู่อย่างยั่งยืนได้ ที่นั่น แต่ตอนนี้ทุกคนไปด้วยตัวเอง” (ดวงทอง ศรีประเสริฐ, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2561)

4.2.3 แนวทางปัจจัยสนับสนุนรูปแบบการสร้างสรรคการผลิตละครโทรทัศน์ไทย

ปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยคือ ต้องทำให้อุตสาหกรรมเติบโต มีบุคลากร แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมให้มากขึ้น โดยการทำเป็นระยะเวลาเพราะอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ในลักษณะนี้ ไม่สามารถเห็นผลได้ในระยะเวลาอันสั้น แต่ต้องเป็นการวางแผนอย่างเป็นระบบ ภาครัฐและเอกชนต้องมีการทำความเข้าใจร่วมกันใหม่ โดยมองว่าตลาดต้องการอะไร มากกว่าการนำเสนออะไร ผู้ผลิตจึงควรสร้างเนื้อหาในสิ่งที่ เป็นเอกลักษณ์เป็นวัฒนธรรมของเราเอง

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

ดังตัวอย่างความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าว ดังต่อไปนี้

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

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