

บทที่ 6

สรุปการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

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

ในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการส่งเสริม กลยุทธ์สร้างสรรค์ ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ ตลอดจนศึกษาถึงแนวโน้มที่เป็นไปได้ของการพัฒนารูปแบบ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนข้อมูล ในเบื้องต้นพบว่ายังไม่มีความเป็นรูปธรรมในแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยดังกล่าวเพื่อเป็นการมองอนาคตและ ความเป็นไปได้ในการศึกษาครั้งนี้จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 4 กลุ่ม ด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 20 คน ดังนี้

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในนโยบายด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำหน้าที่หรือมีส่วน เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทางด้านนโยบายและมาตรการ โดยเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจาก ภาครัฐหรือหน่วยงานในกำกับที่ทำหน้าที่รับผิดชอบหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการ ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 5 คน

2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการในสถานีโทรทัศน์ที่เคยมีการเผยแพร่ละคร โทรทัศน์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศโดยมีประสบการณ์ในการบริหาร เป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 6 คน

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ไทย ที่มีประสบการณ์ การผลิตหรือกำกับละครโทรทัศน์ไทย ในบริษัทที่มีการส่งออกหรือมีแนวโน้มการส่งออกละคร โทรทัศน์ไทยไปต่างประเทศ โดยมีประสบการณ์การทำงานเป็นระยะเวลาระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 4 คน

4) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและสื่อสารการตลาด โดยเป็นผู้ที่สอนหรือวิจัยเกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน โดยมีประสบการณ์การทำงานด้านการสอนหรือการวิจัยเป็นระยะเวลาระหว่าง 3- 5 ปี จำนวน 5 คน

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

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รอบที่ 1

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งหมด 20 คน ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นถึงแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1.1 นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

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

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อนโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

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

2) ประเด็นด้านการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษา ในการอบรมให้ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การแสวงหาแหล่งเงินทุนทั้งในและระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้มีคุณภาพ การส่งเสริมให้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก ในตลาดทั้งในตลาดเดิมและตลาดใหม่ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดให้มีการสร้างสรรค์และผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง

การดำเนินนโยบายของภาครัฐจากผลการสัมภาษณ์พบว่ามีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐต่อละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

1) การดำเนินการนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการปรับปรุงข้อความในยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 – 2564) ในพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่ส่วนใหญ่ยังเน้นไปในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางให้กับกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการหลัก ให้สามารถกำหนดทิศทางในการส่งเสริมได้อย่างจริงจัง

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

ปัญหาการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ ดังนี้

1) งบประมาณในการสนับสนุนมีจำนวนไม่เพียงพอและมุ่งเน้นสนับสนุนสื่อภาพยนตร์และวิทัศน์เป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถให้การสนับสนุนสื่อโทรทัศน์ได้คล่องตัว

2) งบประมาณของกองทุนสนับสนุนการจัดกระจายอยู่ในหลายหน่วยงานของภาครัฐ บางหน่วยงานมีการกักตุน ทำให้การใช้จ่ายงบประมาณไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีโอกาสในการถูกเกลี้ยบบประมาณหรือโยกย้ายงบประมาณไปอยู่ในส่วนอื่นๆ จึงไม่เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน นอกจากนี้งบประมาณในการสนับสนุนมีไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากการจัดสรรงบประมาณในระบบราชการ หากงบประมาณในปีใดใช้ไม่หมดหรือใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพตามจำนวนเงิน จะมีผลต่อการของบประมาณในปีถัดไป

3) มีการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยให้ผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการเขียนโครงการวิจัย ทำให้ไม่สามารถของบประมาณมาทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาได้

ผลประโยชน์ทางธุรกิจ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดังนี้

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

2) ภาครัฐควรมีวิธีการส่งเสริมการส่งออกโดยใช้กลไกทางการตลาดรวมไปถึงการขายลิขสิทธิ์ การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของละครโทรทัศน์ไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ความคล่องตัวในการบริหารงาน จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องความคล่องตัวในการบริหารงานของภาครัฐ คือ การจัดตั้งหน่วยงานใหม่

เป็นรูปแบบของกิจการมหาชน มีพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในรูปแบบความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน (Public Private Partnership : PPP) ให้มีความคล่องตัวมีประสิทธิภาพและมีการบริหารงานโดยคณะกรรมการ

1.1.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นเรื่องการกำหนดประเภทเรื่อง (Genre) ของละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

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

2) แนวเรื่อง ส่วนใหญ่นิยมเน้นเรื่องราวที่ไม่เครียด แนวรักโรแมนติก ตลก ขบขัน แนวดราม่าหรือละครชีวิต ละครย้อนยุค ละครแนวลึกลับ หรือละครเขย่าขวัญ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกระแสตลาดของทางสถานี

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

การกำหนดเรื่องราว (Story) ของละครโทรทัศน์ไทย คือ

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

การกำหนดเรื่องราว (Story) โดยส่วนมากนิยายที่นำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ที่มีความแปลกใหม่ เรื่องราวที่เข้มข้น ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวความขัดแย้งในเรื่องความรัก เพราะเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับตัวเอง หรือผู้ชมสามารถเพื่อฝัน ทดแทนตัวเองเป็นนางเอกของเรื่อง เพราะโดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์จะเป็นกลุ่มผู้หญิง เนื้อเรื่องถูกจริตของผู้ชม และเป็นเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมในรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยของคนไทย แต่เรื่องราวของละครไทยจะไม่ได้มีความสลับซับซ้อนในเนื้อเรื่องมากนัก ซึ่งจะแตกต่างกับวัฒนธรรมการสร้างละครโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น ละครโทรทัศน์ที่เรียกว่า ซีรีส์ฝรั่ง เป็นต้น

2) การกำหนดเรื่องจากกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ การกำหนดเรื่องราวจะเปลี่ยนไปตามกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ชมในเมืองแนวเรื่องส่วนใหญ่จะเป็นสาวคลั่งมากขึ้น เนื้อหาจะทันสมัย เปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ชมดูแล้วจะได้ความคิด การตีความ ดูแล้วคิดถึงติดตามต่อเนื่อง และจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ในขณะที่รับชมละคร ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนต่างจังหวัด เนื้อหาจะต้องดูแล้วเข้าใจง่าย สะท้อนความเป็นไทย มีความเรียบง่าย

3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการจัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ สะท้อนความเป็นไทย เพื่อตอบสนองในส่วนของนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนและมีเรื่องราวใหม่ๆ มากขึ้น

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์ คือ กลุ่มผู้ชมในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่มหลักใหญ่ๆ คือ การแบ่งตามพื้นที่ และการแบ่งตามลักษณะเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบรายการและการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

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

เนื้อหาที่มีระดับกว้างกว่า สะท้อนวิถีชีวิตของคนในต่างจังหวัด ง่าย สนุกสนาน ไม่ต้องตีความ เนื้อหาไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป

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

กลุ่มผู้ชมต่างประเทศ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็น ดังนี้

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

2) ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมวัฒนธรรมไทย หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3) ภาครัฐควรมีงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการสะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง

4) การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชมที่มีแนวโน้มการรับชมผ่านเทคโนโลยี เช่น รับชมผ่านอินเทอร์เน็ต มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีละครซีรีส์ที่ผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว

การตลาดของละครโทรทัศน์ไทย จากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็น ดังนี้

1) ภาครัฐควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย โดยให้มีการทำวิจัยในการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิง

พาณิชย์และเชิงสังคม โดยมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุกและเชิงรับในตลาดกลุ่มเป้าหมายเดิมและตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

2) การจัดกิจกรรมพบปะร่วมกับแฟนละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยการให้ดารานักแสดงของละครโทรทัศน์มาพบปะกับผู้ชมละครเพื่อให้นักแสดงและผู้ชมกลุ่มนี้รู้สึกว่ามีสิทธิพิเศษกว่าคนอื่นๆ

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

1.1.3 ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทยจากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อปัจจัยภายในด้าน การบริหารงาน การบริหารบุคลากร งบประมาณ เครื่องมือ การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย และการวิเคราะห์ศักยภาพที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทย

ด้านการบริหารงาน ในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ภาคเอกชนผลิตละครโทรทัศน์ โดยมีฐานผู้ชมในประเทศเป็นหลัก เมื่อละครโทรทัศน์ออกอากาศจบสมบูรณ์ บางบริษัทจึงนำละครไปเสนอขายลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ โดยมีการซื้อขายในงานมหกรรมบันเทิงในต่างประเทศ การบริหารงานด้านการส่งออกเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทย การซื้อขายอิสระแล้วแต่ว่าบริษัทใดมีประสบการณ์ในการขายลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์และมีช่องทางในการผลักดันให้ละครโทรทัศน์โทรทัศน์เป็นสินค้าของบริษัทได้ ภาครัฐสามารถสนับสนุนการส่งออกละครโทรทัศน์ไปต่างประเทศ โดยจัดตั้งองค์กรอิสระทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ส่งเสริมละครโทรทัศน์หรือบริษัทจัดจำหน่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนในการติดต่อเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐ รัฐกับเอกชนของแต่ละประเทศ ในการร่วมเจรจาเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์ได้

ด้านการบริหารบุคลากร อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยมีบุคลากรที่ดีและมีความสามารถในการสร้างสรรค์ ได้แก่ ทีมงานด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก ซึ่งมีผลงานการผลิตกับละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่จำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพในการ

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

ด้านงบประมาณ การปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จะมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องวางแผนการทำงานให้ดี ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุนกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ เพราะมีความเสี่ยงในการขาดทุนได้ ภาครัฐควรสนับสนุนในรูปแบบเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

เครื่องมืออุปกรณ์การผลิตและระบบการถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทย มีการพัฒนาที่ดีมากขึ้นตามลำดับ มีความทันสมัยมากขึ้น มีการนำเข้าและใช้อุปกรณ์การผลิตที่มีมาตรฐานสูงเทียบเท่าต่างประเทศ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ควรที่จะมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ เพื่อเป็นการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ อุปกรณ์การถ่ายทำ วิธีการถ่ายทำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยในอนาคต

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

ของประเทศไทยที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ โดยอาจจะต้องมองตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทยจากผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นต่อการวิเคราะห์ศักยภาพละครโทรทัศน์ไทยในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคดังนี้

จุดแข็งพบว่า ละครโทรทัศน์ไทยมีจุดแข็งในเรื่องเทคนิคการถ่ายทำที่ดูง่าย เข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมากนัก มีการพัฒนามากขึ้นกว่าในอดีต และละครโทรทัศน์แนวของไทย ส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาละครจัดจ้าน ทะเลาะ ตบตี รุนแรง แต่ดูแล้วไม่เครียด มีสีสัน มีความสนุกสนาน ตลกขบขัน ซึ่งยังคงเป็นเสน่ห์ของละครโทรทัศน์ไทยที่ทำให้ผู้ชมในประเทศและต่างประเทศติดตามได้ นอกจากนั้นละครโทรทัศน์ไทยมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรม ทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยใหม่ อยู่ในละครโทรทัศน์ ซึ่งในต่างประเทศไม่มีประเพณี วัฒนธรรมแบบนี้ ทำให้ตัวเนื้อหาเป็นที่สนใจของผู้ชมในต่างประเทศ

จุดอ่อนพบว่าละครโทรทัศน์ไทยขาดความแปลกใหม่ของเนื้อหา ไม่สมจริง มีข้อผิดพลาดในเนื้อหา ขาดการค้นคว้าที่ละเอียดลึกซึ้ง เนื้อหาบางประการไม่ตรงความต้องการ ของตลาดต่างประเทศ การดำเนินเรื่องยังช้า ไม่รวดเร็ว ทำให้ไม่ถูกใจกลุ่มผู้ชมบางกลุ่มและมักมี ข้อผิดพลาดในบางฉาก ขาดความต่อเนื่องของฉากและโปรดักชั่น เมื่อเกิดความผิดพลาดในละครจะ ทำให้ไม่ได้รับการตอบรับจากคนดูทั้งในและต่างประเทศ

โอกาสพบว่าละครโทรทัศน์ไทยมีโอกาสในการพัฒนาเป็นงานสร้างสรรค์ และส่งออกตลาดต่างประเทศได้ ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในประเทศจีน โดยภาครัฐจะต้องกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ให้ชัดเจน ทั้งประเทศ เพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV ประเทศจีน จะทำให้ผู้ผลิตสามารถสอดแทรกวัฒนธรรมไทย หรือ สอดแทรกการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้ โดยภาครัฐสามารถสนับสนุนการนำเสนอโครงเรื่อง แปลกใหม่ โครงเรื่องที่นำเสนอวิถีชีวิตของคนไทย โครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวาระพิเศษของประเทศ ไทยในเนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ โดยใช้มาตรการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เน้นกระบวนการสร้างสรรค์ในต้นทางให้มากยิ่งขึ้นจะเป็น โอกาสที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

อุปสรรคพบว่าผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยในภาคเอกชนขาดการรวมตัวกัน สร้างสรรค์ผลงานในลักษณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และขาดงบประมาณในการทำวิจัยร่วมกัน ระหว่าง ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภค เป็นการ สะท้อนข้อมูลทางการตลาดอย่างแท้จริง นอกจากนี้อุปสรรคด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของ

ผู้บริโภคที่มีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ เมื่อผู้บริโภคมีช่องทางในการรับชมสื่อบันเทิงอื่นๆ ได้มากขึ้นกว่าในอดีต

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างละครโทรทัศน์ไทย จากผลการสัมภาษณ์พบว่าประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกด้านภาพรวม ตลาด เศรษฐกิจ ค่านิยมของสังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และการถูกจำกัดเนื้อหาละคร ที่มีผลต่อการสนับสนุนการสร้างละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

1) ภาพรวมเศรษฐกิจและการตลาด ปัจจุบันเมื่อสถานีโทรทัศน์ในประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้ละครโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ภาครัฐสามารถผลักดัน นโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อผลักดันการพัฒนาตามนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีองค์ความรู้ที่สามารถปฏิบัติได้จริงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิต (Outsource) ทางด้านอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่สำคัญของภูมิภาคได้ร่วมกับผู้นำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ระดับโลก

2) ค่านิยมของสังคม ค่านิยมของการมองละครโทรทัศน์ว่าเป็น สื่อบันเทิงที่มีคุณค่าและเป็นงานศิลปะมากขึ้น โดยไม่มองว่าละครโทรทัศน์ คือ ศิลปะชั้นต่ำ ที่ไร้คุณค่าและไม่ประเทืองปัญญา ต้องเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจของคนในสังคมที่มีต่องานละครโทรทัศน์ไทย

3) การเมือง ปัญหาความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยครั้ง การเปลี่ยนรัฐบาล การเปลี่ยนนายกรัฐมนตรี การเปลี่ยนรัฐมนตรีประจำกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

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

5) วัฒนธรรม ส่วนใหญ่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า ยังมีวัฒนธรรมบางประการของประเทศไทยที่สามารถสื่อสารกับประเทศเพื่อนบ้านได้ การสร้างละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาที่เป็นวัฒนธรรมสากล ที่ผู้ชมสัมผัสได้ ซึ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีมุมมองว่า วัฒนธรรมสากลแบบนี้ที่มีอยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาเพื่อถ่ายทอดลงไปในละคร

โทรทัศน์ของไทย วัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐมักจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง และต้องไม่ได้ ซึ่งการนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปในแต่ละครั้ง ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก

6) การถูกจำกัดเนื้อหาละคร ประเทศจีนมีการจำกัดโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งพื้นที่และประชากรของประเทศจีนมีจำนวนมากและมีจำนวนผู้บริโภคละครโทรทัศน์ของไทยเป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยในประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกทำให้โควตาการนำเข้าไม่แน่นอนในแต่ละปี บางบริษัทอาจจะเคยได้โควตานำเข้าละครโทรทัศน์จำนวนมาก แต่ในปีถัดไปอาจจะถูกบริษัทอื่นๆ ในประเทศไทย เข้ามามีส่วนแบ่งโควตาการนำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศจีนได้เช่นกัน

1.1.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากผลการสัมภาษณ์แนวทางด้านนโยบายและมาตรการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ แสดงความคิดเห็น คือ ภาครัฐ เอกชน และภาควิชาการ มีความคิดเห็นในเชิงนโยบายและมาตรการที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญอันดับแรกคือ การสำรวจสภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบันก่อนที่จะนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน การส่งเสริมเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยเข้าไปสู่ละครโทรทัศน์เพื่อให้คนไทยในประเทศและต่างประเทศ การมีเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้นตลาดต่างประเทศให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถเข้าใจในเนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทย เพราะมีความใกล้เคียงในเชิงวัฒนธรรม และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่สนใจเนื้อหาแปลกใหม่มีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

นโยบายการจัดทำอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์กับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควรเริ่มจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การวางแผนยุทธศาสตร์ มีการจัดตั้งงบประมาณที่ต่อเนื่อง นำไปสู่การปฏิบัติและการประเมินผล เพื่อดำเนินยุทธศาสตร์อย่างเป็นขั้นตอน และกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางของการผลิตละครโทรทัศน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการพัฒนาทักษะความรู้แรงงานในวิชาชีพละครโทรทัศน์จะเป็นสิ่งสำคัญในลำดับถัดมา

ทั้งนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะแตกต่างจากภาพยนตร์ โดยมีการสอดแทรกวัฒนธรรมของไทยในแต่ละละครโทรทัศน์ เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ระบบเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น และเปิดโอกาสให้คนไทยในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์มีการสร้างสรรค์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน

นอกจากนั้น ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ ธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทยการส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทยเพื่อให้คนไทยรักละครและมีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์

การตั้งหน่วยงานอิสระแนวความคิดการจัดตั้งหน่วยงานอิสระในรูปแบบ องค์การมหาชนที่มีการบริหารจัดการคล่องตัวกว่าการบริหารจัดการในระบบราชการ ทำหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย แผนและทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย และงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติเป็นองค์กรเพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ดำเนินต่อไปได้อย่างมีทิศทางที่ชัดเจน มีคณะทำงานที่มีความรู้ความเข้าใจในระบบอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของเอเชีย

การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองสนับสนุน กับมุมมองที่เห็นต่างโดยมุมมองสนับสนุน มีฝ่ายสนับสนุนความคิดในการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานคือ การลงทุนสตูดิโอที่มีความพร้อม เป็นเมืองอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงครบวงจร เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารส่วนมุมมองที่เห็นต่างมีมุมมองว่า การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเป็นการลงทุนขนาดใหญ่เกินไป ภาครัฐควรที่จะต้องคิดถึงความคุ้มค่าในการลงทุนและการนำภาษีของประชาชนมาใช้ในการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เหล่านี้ซึ่งภาครัฐอาจจะลงทุนซ้ำเกินไป ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เพราะปัจจุบันเอกชนหลายๆ แห่งได้ลงทุนด้านโรงถ่าย สิ่งอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำละครโทรทัศน์ด้วยตนเองล่วงหน้าไปก่อนแล้ว

วิธีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยภาครัฐควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ด้วยการให้เงินอุดหนุนและต้องมียุทธศาสตร์และเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อมาตรการในการช่วยเหลือและสนับสนุนได้ถูกทาง หน่วยงานที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงจะต้องพูดคุยและแบ่งหน้าที่ในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรมโดยส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางวางแผนยุทธศาสตร์มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคม หรือชุมชน โดยปรับกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครโทรทัศน์

นอกจากนั้น ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้เอกชนตั้งโจทย์ในการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยตนเอง ให้อิสระ เพราะมีประสบการณ์สูงและรัฐบาลทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง

และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินอุดหนุนเป็นต้นมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องตลอดทุกปี สนับสนุนเวทีเจรจาการค้าระหว่างกัน และมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง มีการส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

แนวทางกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย จากผลการศึกษาแนวทางด้านกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น

1) การปรับรูปแบบการเล่าเรื่องของผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทย ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทั้งในแง่ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนดูโทรทัศน์ออกจากหน้าจอโทรทัศน์ไปสู่หน้าจอโทรศัพท์ ทั้งเรื่องของการคาดเดาอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมต่อการชมละครโทรทัศน์ ทำให้สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยต้องปรับปรุงคือ การเล่าเรื่อง ที่จะต้องสนุก น่าติดตาม มีคุณภาพ ทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นบทประพันธ์เดิมมาสร้างใหม่ หรือการคิดพล็อตเรื่องขึ้นมาใหม่ อีกทั้งยังต้องพัฒนาให้การเล่าเรื่องมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้ชม

2) การส่งเสริมนักแสดงที่มีศักยภาพ ภาครัฐจะต้องช่วยผลักดันนักแสดงที่มีฐานกลุ่มผู้ชมในต่างประเทศ มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม มีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวกด้านงบประมาณการเดินทางไปประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในต่างประเทศด้วยรวมไปถึงสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

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

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน รอบที่ 2 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มที่เป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้วยการวิจัยเชิงอนาคตโดยใช้เทคนิคเดลฟาย รอบที่ 2 จากการ

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

1.2.1 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามโนนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ข้อ จากทั้งหมด 15 ข้อ คือ

ข้อที่ 5 กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579

ข้อที่ 9 กำหนดแนวทางการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ข้อที่ 12 รัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาครัฐ และภาคสังคมหรือชุมชน โดยปรับกฎระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งมีมาตรการจูงใจ อาทิ การสนับสนุนทุนการวิจัยและพัฒนาในการสร้างมูลค่าให้กับรายการละครโทรทัศน์ไทย

และข้อที่ 13 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย สนับสนุนความร่วมมือในการร่วมทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจการสร้างสรรค์และการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

1.2.2 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 10 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 รัฐบาลทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและเป็นผู้สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) ในลักษณะบูรณาการร่วมกัน ไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน

ข้อที่ 3 รัฐบาลมีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

ข้อที่ 5 จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน

ข้อที่ 6 ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินอุดหนุน

ข้อที่ 7 รัฐบาลมีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

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

ข้อที่ 9 การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพพร้อมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน

และข้อที่ 10 ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

1.2.3 ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด

ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น

ข้อที่ 3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ

ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ

ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม

ข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุนและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

ข้อที่ 7 มีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

และข้อที่ 8 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการจำกัดอายุของผู้ชม การเซ็นเซอร์เนื้อหาจากภาครัฐ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นสากล

1.2.4 ประเด็นปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 มีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ พัฒนาต่อเนื่อง และยั่งยืน

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

1.2.5 ประเด็นแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าแนวทางการ พัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทยที่มีระดับความคิดเห็นสอดคล้องกัน มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ จากทั้งหมด 8 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นมืออาชีพ มีความรู้ ทักษะทางวิชาชีพและมีสวัสดิการที่มั่นคง

ข้อที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ไทย ให้คนไทยรักละครโทรทัศน์ไทย มีทัศนคติที่ดี และใช้เป็นสื่อในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น

ข้อที่ 3 ส่งเสริมการจัดจำหน่ายและเผยแพร่ ทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

ข้อที่ 4 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานละครโทรทัศน์

ข้อที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย

ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการ ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อที่ 7 พัฒนาระบบ โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย

และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย เพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.3 สรุปผลการวิเคราะห์แนวโน้มจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน รอบที่ 3 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

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

1.3.1 ประเด็นนโยบายการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปได้ 1 ข้อ มีความไม่สอดคล้องแต่เป็นไปได้ 5 ข้อ และ มีความไม่สอดคล้องและเป็นไปได้ 8 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการพบว่า มีเพียงกลุ่มภาครัฐที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.2 ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐเพื่อขอรับการสนับสนุน ข้อที่ 6 รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขันโดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ข้อที่ 9 รัฐบาลมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน/สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน และข้อที่ 10 รัฐบาลส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 4 ข้อ มีความไม่สอดคล้อง และเป็นไปไม่ได้ 2 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ พบว่า มีเพียงกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.3 ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรคละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งหมด 8 ข้อ โดยมีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ามีนโยบายที่มีความสอดคล้อง และมีโอกาสเป็นไปได้ 6 ข้อ คือข้อที่ 1 เจ้าของสถานี/เจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด ข้อที่ 2 มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น ข้อที่ 3 รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสมำเสมอ ข้อที่ 4 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ ข้อที่ 5 มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม ข้อที่ 6 มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาดเพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปไม่ได้ 2 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

เมื่อจัดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ พบว่า ทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันและมองภาพอนาคตว่ามีโอกาสเป็นไปได้

1.3.4 ผลการศึกษาด้านปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

ส่วนข้ออื่นๆ พบว่ามีความสอดคล้องแต่เป็นไปได้ 1 ข้อ มีความไม่สอดคล้องแต่เป็นไปได้ 4 ข้อ (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวก)

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

1.3.5 ผลการศึกษาด้านแนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

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

ระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ข้อที่ 6 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อที่ 7 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยในการเป็นศูนย์กลางของเอเชีย และข้อที่ 8 ส่งเสริมการวิจัยสนับสนุนการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

2. อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 2.1 นโยบายและมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2.3 ปัจจัยสนับสนุนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

2.1 ประเด็นนโยบายและมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

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

การกำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ จากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ตามเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 ทั้งนี้เนื่องจากที่ผ่านมาละครโทรทัศน์ไทยเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ดำเนินการโดยเอกชนมาเป็นระยะเวลากว่า 60 ปี โดยภาครัฐมีส่วนในการดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังที่ปรากฏในพระราชบัญญัติ

การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ถึงแม้ว่าในพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีการจัดตั้งกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะตามกฎหมายว่าด้วยองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยกองทุนนี้ได้จัดตั้งเป็นกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้ และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มีกล่าวถึงนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งอาจเกิดจากการที่มีหลายหน่วยงานรับผิดชอบประกอบกับหน่วยงานต่างๆยังขาดความเข้าใจที่ตรงกันโดยเฉพาะการนิยามเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รวมถึงการดำเนินงานที่ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยได้ตั้งประเด็นในการอภิปรายว่าประเทศไทยเป็นกรณีศึกษาที่ไม่พบการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้รับผิดชอบหรือผู้สนับสนุนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง แต่พบในลักษณะกระจายตัวและขาดการบูรณาการ ผลจากการนิยามและความรับผิดชอบรวมทั้งขอบเขตที่แตกต่างกัน ทำให้การดำเนินการสื่อสารแนวคิดให้เกิดความเข้าใจชัดเจนจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมยังขาดประสิทธิภาพ

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

นอกจากนั้นจากการประมวลความหมายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามแนวทางของ UNCTAD ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นวงจรการผลิตและการสร้างรายได้จากสินค้าและบริการที่

ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบสำคัญในการสร้างรายได้จากการค้า และสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาเป็นการรวมกันระหว่างสาขาศิลปะ บริการ และอุตสาหกรรมจากความหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามแนวทางของ UNCTAD ซึ่งได้จัดให้งานสื่อ (Media) เป็นกลุ่มงานผลิตสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ ละครโทรทัศน์จึงเป็นหนึ่งในงานโสตทัศน (Audiovisual) ประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สร้างรายได้จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นำทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาเป็นวัตถุดิบเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน

สอดคล้องกับ Tung และ Wan (2009) ที่กล่าวว่าเกาหลีในฐานะต้นแบบของนโยบาย ในการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีภาครัฐช่วยสนับสนุนและส่งเสริม ให้ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งธุรกิจและดำเนินงานต่อไปได้ โดยภาครัฐมีประสิทธิภาพในการทำงานเป็นอย่างดีต่อการสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ ต่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยในด้านนโยบายที่มีโอกาสเป็นไปได้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ภาครัฐ มีความคิดเห็นสอดคล้องและเห็นว่านโยบายที่ออกมาล้วนมีโอกาไปได้ทั้งสิ้น ตรงกันข้ามกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้านนี้มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องและโอกาสเป็นไปได้ สะท้อนความไม่เชื่อมั่น และความไม่ไว้วางใจที่มีต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐที่ผ่านมาและต่อเนื่องไปยังอนาคต มีเพียงกลุ่ม นักวิชาการที่มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันเช่นเดียวกับกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ แต่มีความคิดเห็นด้านนโยบายว่ามีโอกาสเป็นไปได้

ประเด็นมาตรการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากผลการวิจัยเคลฟายพบว่า มีประเด็นที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และกลุ่มนักวิชาการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมละครโทรทัศน์ ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องและเป็นไปได้จำนวน 4 ข้อ จาก 10 ข้อ คือ

1) จัดโครงการประกวดบทละครโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อย เสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่ของละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐ เพื่อขอรับการสนับสนุน ทั้งนี้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในฐานะผู้สร้างสรรค์ ภาครัฐ และนักวิชาการในฐานะผู้ชมต่างเห็นพ้องต้องกันว่า บทละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งสำคัญในการเริ่มต้น ผลิตละครโทรทัศน์ บทละครที่ดีจะนำไปสู่การสร้างละครที่ดีสู่สายตาผู้ชมสอดคล้องกับ สรรค์น จีรบรรวิสุทธิ์ (2554) ที่กล่าวว่าละครโทรทัศน์ไทยมักจะถูกนิยามในแง่ลบถึงความไม่ สมจริงทั้งในแง่ของโครงเรื่องที่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเหตุบังเอิญ ลักษณะตัวละครที่แบนราบ ไม่มีมิติ ถึงแม้ว่าในการสร้างสรรค์บทละครโทรทัศน์อาจจะขึ้นอยู่กับพรสวรรค์และความสามารถของแต่ละ

บุคคล ตามรูปแบบของงานศิลปะที่ไม่มีกฎหมายตายตัว ทั้งนี้ถึงแม้ว่าจะไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน งานบทละครโทรทัศน์ก็ยังเป็นงานศิลปะประเภทพาณิชย์ศิลป์ (Commercial art) อันหมายถึง เงื่อนไขของการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับกระแสนิยมและการบริโภคนิยม มาตรการที่ดีต่ออุตสาหกรรม ละครโทรทัศน์คือ ต้องส่งเสริมให้มีการเสนอโครงเรื่องที่แปลกใหม่เพิ่มมากขึ้นและเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ทั้งภาครัฐในมุมของการจัดทำ มาตรการเพื่อกระตุ้นให้มีแนวเรื่องใหม่ๆ เกิดขึ้น ส่งเสริมระบบความคิดสร้างสรรค์ของคน เพื่อถ่ายทอดไปในเนื้อหาของละครโทรทัศน์

2) ส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถเป็น ผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน โดยมีมาตรการจูงใจในรูปแบบต่างๆ อาทิ กองทุน มาตรการภาษี เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เนื่องจากการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ มีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจึงต้องระมัดระวังและมีวางแผนการทำงานที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุนจากการประกอบกิจการดังนั้นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จึงมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าภาครัฐควรสนับสนุนในรูปแบบเงินทุน มีกองทุนในการพัฒนาผู้ผลิต ละครโทรทัศน์และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

3) การส่งเสริมและพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการต่อยอดพัฒนาทักษะเฉพาะในวิชาชีพ ร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้งหน่วยงาน สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้าน โดย ในหน่วยงานภาครัฐ คือสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ มีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้านโทรทัศน์ แลกเปลี่ยน องค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้ที่อยู่ในวิชาชีพสื่อสารมวลชนด้วยกัน สามารถนำความรู้ที่ได้รับ ไปประยุกต์ใช้ได้จริง และนำความรู้ไปถ่ายทอดต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้ ซึ่งเป็นมาตรการที่ดีแต่ อาจจะยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ในภาพกว้างให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมละคร โทรทัศน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ภาครัฐจึงควรสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือการจัดตั้ง หน่วยงาน สถาบันการวิจัยพัฒนาและอบรมเฉพาะด้านให้เกิดขึ้นได้จริง

4) ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่ง เงินทุน การรวมกลุ่มกัน เพื่อส่งเสริมให้ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายทั้งนี้ ในปัจจุบัน รัฐบาลได้เริ่มต้นด้วยการประกาศระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการนโยบาย ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 เพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล ในการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจการปฏิรูปการวิจัยการพัฒนาและการปฏิรูปการศึกษา ไปพร้อมกัน และมีหน่วยงานเดียวในการบูรณาการการพัฒนานโยบายทั้งระบบเพื่อประสานการ

ดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ต่อไปในอนาคต

สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความคิดเห็นและอนาคตภาพมีโอกาสเป็นไปได้ คือ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ เพียงกลุ่มเดียวที่ สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ต้องการสื่อสารรูปแบบการทำงานที่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและผู้ประกอบการ ด้วยเช่นเดียวกันว่ายังไม่สามารถ สร้างสรรค์ผลงานละครโทรทัศน์ให้มีคุณภาพได้มากขึ้นกว่าในปัจจุบันในประเด็นเรื่องของมาตรการในการส่งเสริม กลุ่มภาครัฐกลับเป็นกลุ่มที่มีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกันและคิดว่าเป็นไปไม่ได้ สะท้อนให้เห็นประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นในการทำงานในเชิงปฏิบัติของบุคลากรในหน่วยงานของภาครัฐเอง และความเชื่อมั่นของภาครัฐที่มีต่อผู้ประกอบการภาคเอกชน ทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งกันในทางความคิด อีกทั้งในบริบทของสังคมไทย มาตรการหลายๆ อย่างที่ออกมา จะมีกลุ่มที่เห็นด้วยว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่เวลาที่มาตรการเหล่านั้นจะนำไปปฏิบัติมักจะไม่ได้ผลเต็มประสิทธิภาพ ดังผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความคิดเห็นในด้านมาตรการที่จะสนับสนุน ในส่วนของผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน แต่กลับขัดแย้งกันในมุมมองของภาพอนาคตที่ค่าเฉลี่ยออกมาอธิบายได้ว่า มีโอกาสเป็นไปได้ และกลุ่มเดียวที่มีความเห็นสอดคล้องกับภาครัฐที่คิดว่ามาตรการต่างๆ อาจจะไม่สามารถสอดคล้องและเป็นไปไม่ได้ในทางปฏิบัติก็คือ กลุ่มนักวิชาการ ที่เป็นผู้เฝ้ามองสังคมและสะท้อนความเห็นในเชิงวิชาการ

2.2 กลยุทธ์สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

- 1) เจ้าของสถานีหรือเจ้าของเงินทุนเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์นำเสนอโครงเรื่อง (Plot) ละครโทรทัศน์ที่มีรูปแบบแตกต่าง แปลกใหม่ จากละครที่มีอยู่ในท้องตลาด
- 2) มีการพัฒนานักเขียนบทละครโทรทัศน์ ที่มีประสิทธิภาพให้มีจำนวนมากขึ้น โดยการจัดโครงการพัฒนานักเขียนบทละครเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มมากขึ้น
- 3) รัฐบาลและผู้ผลิตละครสนับสนุนเงินทุนและเปิดโอกาสให้นักเขียนบทละครโทรทัศน์ได้สร้างสรรค์การเล่าเรื่องในบทละครโทรทัศน์ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเป็นละครโทรทัศน์จริง และสม่ำเสมอ

4) ผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ

5) มีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม

6) มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่างรัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ตลาดต่างประเทศ

สอดคล้องกับ งบฯ ส. ๒๕๕๐ (๒๕๕๐) ที่กล่าวว่าส่วนสำคัญที่ละครโทรทัศน์ไทย ต้องให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือ บทละครโทรทัศน์ ผู้เขียนบทละครโทรทัศน์จึงมีหน้าที่สร้างงานบทละครโทรทัศน์ที่มีความลุ่มลึกดำเนินเรื่องในทุกเหตุการณ์บน พื้นฐานของความน่าเชื่อถือเมื่อได้ใช้บทละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในการผลิตจะช่วยเสริมให้การ ทำงานสร้างสรรค์ต่อจากนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นดังนั้นการจะพัฒนาบทละครให้มีเรื่องราว ที่ แปลกใหม่จึงเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาบุคลากร นั่นก็คือ คนเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มีองค์ความรู้ และสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการผลิตละครโทรทัศน์ ด้วยการร่วมทุนการผลิตกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์จากต่างประเทศการพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะด้านการแสดงให้กับนักแสดง รวมถึงพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร ภาษาและวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ผศ. ศ. ๒๕๕๗ (๒๕๕๗) ที่กล่าวว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ผู้การเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนำเสนอเป็นยุทธศาสตร์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับ อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยได้ คือ การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร สร้างเครือข่าย ความร่วมมือ มีการบูรณาการอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ มีการ ดำเนินการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภค สอดคล้อง กับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันระหว่าง รัฐบาล เจ้าของเงินทุน และผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในการทำการตลาด เพื่อส่งออกละครโทรทัศน์สู่ ตลาดต่างประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยได้เรียนรู้เทคโนโลยี การบริหารจัดการ องค์ความรู้ ด้านการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

การวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรม การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ที่จะนำเสนอผ่านเนื้อหาในละครโทรทัศน์ สำหรับตลาดในประเทศ ตลาดเอเชีย ตลาดต่างประเทศ ที่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องแนวคิดของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ที่ใช้ “ทุนวัฒนธรรม” เป็นแก่นเน้นการนำเสนอคุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้า และบริการ

ประเด็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แก่ กลุ่มภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ผลิตละครโทรทัศน์ และนักวิชาการ ทั้งหมดมีความคิดเห็นสอดคล้องและมีโอกาสเป็นไปได้ทุกกลุ่มสอดคล้องกับ ชาล ศิริสมรรถการ (2556) ที่ศึกษาผู้นำกับกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจละครของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ให้เห็นว่าภาคธุรกิจเอกชนมีการปรับปรุงกลยุทธ์การทำงานอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการแข่งขันระหว่างสถานีโทรทัศน์ต่างๆ เพื่อการบริหารการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ รวมไปถึง พัทธนุช บุสน้ำเพชร (2556) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย ที่วิธีช่อง 3 จะต้องใช้เกณฑ์การคัดเลือกเรื่องเพื่อผลิตเป็นละครโทรทัศน์จะต้องเป็นเรื่องที่มีความสนุกสนานให้ข้อคิดแก่ผู้ชมและมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ มีความร่วมสมัยกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เป็นเรื่องที่มีความสอดคล้องกับนโยบายของผู้จัด มีความเหมาะสมกับช่วงเวลาในการออกอากาศ เหมาะสมกับความนิยมของกลุ่มผู้ชมทั้งในส่วนของการแสดงสังคมและนักแสดง มีเนื้อเรื่องที่แตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสร้างผลกำไรทางธุรกิจให้กับผู้ผลิตได้

ในส่วนของเนื้อหาละครโทรทัศน์วารินทร์ ปฐมอรินทร์ (2552) ได้กล่าวว่าสภาพการแข่งขันของละครไทยกับละครเกาหลีภายในภูมิภาคเอเชียนั้น ละครเกาหลีมีการแพร่หลายในหลายๆประเทศ เนื่องจากการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจบันเทิงของรัฐบาลเกาหลีได้นอกจากนี้ทั้งภาครัฐและเอกชนของไทยเองยังสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงของไทยน้อย ไม่เพียงพอต่อการแข่งขันกับต่างประเทศ ภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการวางแผนร่วมกันเพื่อให้คนนิยมความเป็นไทย โดยเอกลักษณ์ของละครโทรทัศน์เกาหลีมักจะหยิบยกความเป็นเมืองในโซลเป็นหลัก แต่ก็ไม่ได้ทิ้งภาพต่างจังหวัดที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งในข้อนี้มีลักษณะคล้ายกับประเทศไทยที่มีการนำเสนอภาพความเป็นเมืองและความเป็นชนบทเช่นกัน ละครโทรทัศน์เกาหลีมีการนำภาพวัฒนธรรมในอดีตมานำเสนอในเรื่องราวปัจจุบัน การไปท่องเที่ยวในพระราชวังโบราณ นำเสนอให้เห็นภาพจำลองของขุนนางในราชสำนัก เป็นสอดแทรกขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเข้าไปในละครอย่างกลมกลืน นอกจากวัฒนธรรมโบราณแล้วยังมีวัฒนธรรมสมัยใหม่ ความเจริญรุ่งเรืองของเมือง โดยเป็นการใช้เทคโนโลยีและแฟชั่นแบบวัฒนธรรม บริโภคนิยม ซึ่งแนวทางการสร้างละครในลักษณะนี้มีให้เห็นในละครโทรทัศน์ไทยอยู่บ้างเช่นกัน แต่จำนวนไม่มากพอต่อการปลูกฝังค่านิยมต่างๆ เหมือนกับที่ละครโทรทัศน์เกาหลีส่งผลต่อคนเกาหลีในเรื่องความเป็นชาตินิยมที่สูงมาก ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยเองก็สามารถทำได้เช่นเดียวกัน แต่จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนละครในลักษณะเนื้อหาดังกล่าวให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น

การสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้นเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นมวลชนหรือ Mass มีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงหรือ

ที่เรียกว่า niche market มากขึ้น มีตลาดของผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชายรักชาย เป็นต้น ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกในการรับชมละครโทรทัศน์ได้มากขึ้น มีวิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาพ และเสียง มุมกล้องที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการวางหมากของพล็อตเรื่องที่ให้คนดูติดตาม ต่อในสัปดาห์ต่อไป รวมไปถึงการมีผู้ประกอบการใหม่ หรือผู้ประกอบการเดิม พัฒนาเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง โปรดัคชั่นของละครโทรทัศน์ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น นอกจากนี้แล้วการที่มี สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นและช่องทาง OTT (Over-the-top) หรือ การให้บริการ สื่อสารและแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนโครงข่ายสัญญาณเอง ถือเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก เช่น Line TV Netflix เป็นต้น ซึ่งช่องทางเหล่านี้มีการนำละครโทรทัศน์ไปออกอากาศย้อนหลังให้ผู้ชมที่พลาด การรับชมการออกอากาศสด รวมไปถึงมีการสร้างสรรค์เนื้อหาเฉพาะขึ้นมาสำหรับรับชมผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ตแต่เพียงอย่างเดียวเช่นกัน

2.3 ปัจจัยสนับสนุนละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

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

3.3.1 การมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ที่ชัดเจน มีการปรับปรุงพระราชบัญญัติ กฎหมาย ที่สนับสนุนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์พัฒนา ต่อเนื่องและยั่งยืนเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมนี้ของหน่วยงานทุกส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และภาคเอกชนเอง ซึ่งจะทำให้มีทิศทางที่ชัดเจนโดยที่ทุกคน มองไปยังเป้าหมายเดียวกัน

3.3.2 รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในการส่งเสริม วัฒนธรรมไทยและอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งออกไปฉายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3.3.3 การกำหนดพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งออกละครโทรทัศน์ เช่น ประเทศ ในกลุ่ม CLMV ประเทศจีนหรือประเทศอื่นๆ ที่มีความสนใจเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยซึ่งจะทำให้ ภาครัฐเองสามารถกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมกับข้อกำหนด วัฒนธรรม ศาสนา และค่านิยมใน สังคมของแต่ละประเทศได้ ซึ่งจะนำไปสู่โจทย์การสร้างละครโทรทัศน์ในรูปแบบเฉพาะของการ ส่งออกในแต่ละประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31HD ที่มีการผลิตละครโทรทัศน์ร่วมกับ ต่างประเทศและออกอากาศพร้อมกัน หรือบริษัทจีเอ็มเอ็มทีวีจำกัด ที่มีการผลิตละครโทรทัศน์ที่ ออกอากาศพร้อมกันทั้งในประเทศไทยและประเทศจีน รวมไปถึงมีการส่งออกละครโทรทัศน์ไป

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

โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม มีกลุ่มผู้ประกอบที่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยสนับสนุนนั้นเป็นไปได้แตกต่างจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ถึงแม้ว่าความคิดเห็นของทุกกลุ่มจะสอดคล้องกันสะท้อนถึงความไม่เชื่อมั่นและความไม่ไว้วางใจต่อภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

ปัจจัยของความไม่เชื่อมั่นจากผู้ประกอบการประการหนึ่งคือวัฒนธรรมไทยในมุมมองของภาครัฐจะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง แต่ต้องไม่ได้ การนำเสนอวัฒนธรรมเหล่านั้นลงไปละคร จึงต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมสากล ที่ผู้ชมทั่วโลกสัมผัสได้ ยังไม่ค่อยได้ถูกนำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ไทยมากเท่าไร ซึ่งผู้ประกอบการและนักวิชาการมองว่า วัฒนธรรมสากล แบบนี้ที่อยู่ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ขายได้และต้องมาช่วยกันค้นหาและถ่ายทอดลงไปละครโทรทัศน์

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

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

เพราะขึ้นอยู่กับสภาพสังคม การเมือง การควบคุมเนื้อหาของการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ซึ่งทำให้กลายเป็นประสบการณ์ในการพัฒนารายการโทรทัศน์ในแต่ละช่อง แต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกับละครโทรทัศน์ไทย ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ โซเชียลมีเดีย ยูทูบ หรือแม้กระทั่ง Netflix ทำให้เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยได้ถูกเผยแพร่และกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ไทย ทั้งในและต่างประเทศ สามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมวัยรุ่นที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และมีละครโทรทัศน์ไทยที่เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ชมวัยนี้อยู่หลากหลาย

2.4 แนวทางการพัฒนารูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของละครโทรทัศน์ไทย

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

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้สรุปผลแนวทางประกอบไปด้วยปัจจัย 2 ประการ ดังต่อไปนี้

1) การพัฒนา ประกอบไปด้วย การพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรม การพัฒนาตลาดละครโทรทัศน์ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐ และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ประเด็นการพัฒนาทั้งหลายส่วนใหญ่มักจะให้น้ำหนักไปในส่วนของภาครัฐ เนื่องจากที่ผ่านมา ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งอยู่แล้วในการดำเนินธุรกิจนี้ ตั้งแต่ภาคเอกชนรายย่อย ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แต่การจะช่วยให้ภาคเอกชนทั้งหลายระดับเติบโตต่อไปได้ จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องสนับสนุนให้มีการพัฒนาในโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชนมากยิ่งขึ้นกว่าปัจจุบันสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนะ ปัญญาภา

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

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

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 กลุ่ม มีกลุ่มผู้ประกอบที่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยสนับสนุนนั้นเป็นไปไม่ได้แตกต่างจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ ถึงแม้ว่าความคิดเห็นของทุกกลุ่มจะสอดคล้องกันจึงเป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในการทำงานและการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์จากประสบการณ์ในการทำงานมาอย่างยาวนาน ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเลยก็ตาม แต่กลุ่มผู้ประกอบการเองก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะต่างๆ ดังกล่าวในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีรายได้จำนวนมากมหาศาลและในอนาคตที่ดีต่อไป มีตลาดที่สามารถรองรับสินค้าสร้างสรรค์ประเภทละครโทรทัศน์อยู่อีกเป็นจำนวนมาก โดยที่ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์และการดำเนินการในระยะยาว จึงจะบรรลุเป้าหมายรวมถึงสามารถมีรายได้หรือมีการเติบโตเทียบเคียงได้กับอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เป็นต้น

โดยมุมมองของผู้วิจัยมีความคิดเห็นต่อการสร้างรูปแบบแนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยเป็นส่วนหนึ่งของระบบโครงสร้างและการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สิ่งที่ภาครัฐ

จะต้องดำเนินการคือ มีองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างชัดเจน มีนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยที่ชัดเจน ระเบียบของละครโทรทัศน์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จะสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับประเทศ เพื่อเชื่อมโยงไปยังการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ของประเทศเป็นยุทธศาสตร์หรือวาระแห่งชาติ มีงบประมาณที่ชัดเจน และมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถจริงเข้ามาบริหารจัดการและทำงานบูรณาการองค์ความรู้และการบริหารจัดการร่วมกันกับภาคเอกชน

สำหรับผู้ประกอบการและผู้ผลิต จะต้องมีการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรด้านการเขียนบทร่วมกับภาครัฐหรือสถาบันการศึกษา และเปิดโอกาสให้มีการคัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างแท้จริง มีเนื้อหาที่หลากหลาย สำหรับผู้ชมในหลากหลายเพศและหลากหลายวัย มีการวางกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ทั้งในประเทศและต่างประเทศร่วมกันกับภาครัฐ โดยทำงานประสานกันให้ได้ต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าภาครัฐมักจะมีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรอยู่บ่อยครั้ง แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลงคือ ยุทธศาสตร์ที่วางแนวทางไว้ร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

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

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย

3.1.1 กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานตั้งขึ้นใหม่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย สามารถพิจารณาข้อเสนอแนะแนวทางจากงานวิจัยในครั้งนี้ ในเรื่องกำหนดให้อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างระบบในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและ

ขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถพิจารณาและนำนวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง และเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงขึ้นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น สามารถต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ในประเทศได้

3.1.2 ในปัจจุบันยังไม่มีกรกล่าวถึงนโยบายด้านอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยกับการเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภาครัฐจึงควรมีนโยบาย ที่ชัดเจน มีการบูรณาการหน่วยงานและความเข้าใจร่วมกัน โดยมีบุคลากรที่เข้าใจอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยเข้าไปช่วยในการวางยุทธศาสตร์ให้กับหน่วยงานของภาครัฐ

3.1.3 ภาครัฐควรมีการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม โดยปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้คือ คุณภาพของพลเมือง คุณภาพของผู้นำประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาทักษะทางวิชาชีพให้แก่บุคคลในสายงานการผลิตละครโทรทัศน์ให้มีจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยผ่านสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานฝึกอบรมเฉพาะทาง

3.1.4 ภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายและสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานด้านละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติในการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทย

3.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

3.2.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดและการส่งออก จัดจำหน่ายและเผยแพร่ ในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค ส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ ความร่วมมือกับต่างประเทศ

3.2.2 ส่งเสริมการพัฒนาและปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการสร้างสรรค์ ในงานละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ไม่เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรคในอนาคต

3.2.3 ละครโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่มีพละนาภาพในแง่ของการเป็น พลังอ่อน (soft power) ที่จะช่วยบ่มเพาะค่านิยม แนวคิด วัฒนธรรม หลายประการในสิ่งที่รัฐบาลต้องการ ถ้าใช้สื่อละครโทรทัศน์ให้เป็น เหมือนดังที่เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อเมริกา ใช้สื่อละครโทรทัศน์หรืออาจจะเรียกว่า ละครชุดหรือซีรีส์ในการติดตามและเข้ายึดครองทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนไทยสำเร็จมาแล้ว ภาครัฐจึงควรสนับสนุนการสร้างสรรคบทละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศชาติในการสื่อสารกับต่างชาติ

3.2.4 ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยให้มีขนาดใหญ่มากขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ละครโทรทัศน์ไทยเป็นสินค้าที่เหมาะสมกับคนในทุกเพศทุกวัย ซึ่งจะทำให้ขนาดของตลาดในประเทศขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย

3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 ควรมีการศึกษานโยบายและมาตรการที่อาจจะกำหนดออกมาในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ว่ามีส่วนในการช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการละครโทรทัศน์ไทยสามารถเติบโตและแข่งขันในอุตสาหกรรมบันเทิงนี้ได้มากขึ้นอย่างไร

3.3.2 กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างละครโทรทัศน์ เป็นเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจ ที่ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยเปิดเผยให้คู่แข่งได้รับรู้ ทำให้ขาดข้อมูลเชิงลึกบางประการ หากมีผู้ที่อยู่ในธุรกิจละครโทรทัศน์ หรือผู้ประกอบการละครโทรทัศน์สามารถวิเคราะห์และเปิดเผยข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป จะเป็นประโยชน์ต่อองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ เพื่อพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ได้ต่อไปในอนาคต

3.3.3 ควรมีการศึกษาตลาดในต่างประเทศว่ามีช่องทางใดบ้างที่ผู้ประกอบการด้านละครโทรทัศน์ของไทยจะสามารถสร้างละครโทรทัศน์ไทยเพื่อส่งออกเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมทุน (Co-production) หรือการขายลิขสิทธิ์ เป็นต้น

3.3.4 ควรมีการศึกษาด้านเนื้อหาละครโทรทัศน์ ในมิติทางวัฒนธรรมศึกษา เพื่อค้นหาเรื่องเล่าที่เหมาะสมและถูกจริตผู้ชมในประเทศและผู้ชมในต่างประเทศ

3.3.5 ควรศึกษาข้อจำกัดในตลาดต่างประเทศ กฎระเบียบ วัฒนธรรม ค่านิยม พฤติกรรมการรับชมของผู้ชมในแต่ละประเทศ ว่ามีความสนใจและชื่นชอบเนื้อเรื่อง วัฒนธรรม หรือแนวละครแบบใด และละครโทรทัศน์ในรูปแบบใดที่ไม่สามารถจะนำเข้าไปฉายในตลาดต่างประเทศในบางประเทศได้