

# ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้าน ทางโทรทัศน์

## Factors Related the Subsistence of Thai Television Folk Drama

ศุภโชคชัย นันทศรี\*

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตีพัฒน์ เอี่ยมรินทร์\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ด้าน 1) การบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ 2) การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิต 3) วิธีการนำเสนอของผู้ผลิต 4) ความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์ 5) ความต้องการชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของผู้ชมปัจจุบันกับผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคต แบบของการวิจัยและพัฒนา โดยการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ เป็นผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน คือ ผู้บริหารฝ่ายรายการโทรทัศน์ จำนวน 4 คน อุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้าน จำนวน 3 คน และผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และเชิงปริมาณ ประชากรคือกลุ่มผู้ชมปัจจุบัน กับ กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคตในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 800 คน คือ กลุ่มผู้ชมปัจจุบัน จำนวน 400 คน กับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคตจำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) การบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ พบว่า การดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีโทรทัศน์สำคัญมากที่สุดแต่สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายในการสนับสนุนการผลิตรายการละครพื้นบ้าน 2) การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิต พบว่า การบริหารจัดการองค์กรสำคัญมากที่สุดโดยผู้ผลิตมุ่งเน้นการควบคุมทีมฝ่ายผลิต และการตลาดเพราะมีผลต่อการได้รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์ รองลงมา คือ การบริหารจัดการผลิต และการบริหารจัดการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน 3) วิธีการนำเสนอของผู้ผลิต พบว่า การนำเสนอด้วยเนื้อหาที่มีความสำคัญมากที่สุดโดยการยึดโครงเรื่องเดิมจากนิทานพื้นบ้านในอดีต รองลงมา คือ การนำ

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

\*\*รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เสนอด้วยเทคนิค และการนำเสนอด้วยเทคโนโลยี

4) ความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์ พบว่า การสนับสนุนโฆษณารายการละครพื้นบ้านทาง โทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์ มี 3 แบบ คือ 4.1 สปอต โฆษณา 4.2 โลโก้ และ 4.3 การโฆษณาแฝง โดย ผู้อุปถัมภ์ให้ความสำคัญกับความต้องการให้เงิน สนับสนุนมากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อหา และระยะเวลาโฆษณา 5) ความต้องการชมรายการละครพื้น บ้านทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มผู้ชมแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 5.1 กลุ่มผู้ชมปัจจุบัน คือ กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 14 – 34 ปี มีความต้องการ เวลาออกอากาศเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดแทรกความตลก ขำขัน เทคนิคนำเสนอด้วยเสียงเอฟเฟคที่แปลกหู เทคโนโลยีนำเสนอด้วยภาพจริง 3 มิติ นักแสดงที่มีชื่อเสียง และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิทัลอล ซุปเปอร์ HD 5.2 กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคต คือ กลุ่มผู้ชมรายการละครพื้นบ้านทาง โทรทัศน์ในอนาคตส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 35 – 49 ปี มีความต้องการเวลาออกอากาศเป็น วันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดแทรกความตลกขำขัน เทคนิคนำเสนอ ด้วยฉากเกินจริงแปลกตา เทคโนโลยีนำเสนอด้วย ภาพเสมือนจริง 3 มิติ นักแสดงหน้าตา และบุคลิกดี และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิทัลอล ซุปเปอร์ HD

**คำสำคัญ:** การดำรงอยู่ ละครพื้นบ้าน โทรทัศน์

## Abstract

The purposes of this research were to study: 1) the television stations business management, 2) the producers' management, 3) the method of presentation by producers, 4) the need supports of sponsor and 5) the

needs for Thai television folk drama of the present audiences and the expected future target audiences. The research and development method used mixed methodologies of quantitative and qualitative research. Used by the main qualitative research methodology, Key informants was persons who participate in folk drama business at least 5 years in total of 9 people that consists of 4 executives in department of television program, 3 folk drama sponsors and 2 television folk drama's producers. The research instruments was question for depth-interview which data was analyzed by content analysis. On the other hand, the quantitative research use the survey to collected data from 800 population in Bangkok divided into 400 current audience and 400 expected future audience by using multiple sampling method. The data in quantitative part was analyzed by using computer software package and the statistics used in data analysis were descriptive statistic which are frequency, percentage, mean and standard division and inferential statistic which was multiple regression.

The results were as follows:

- 1) The television stations business management found that the subsistence of Thai television folk drama is depend on policy of television station but most television stations don't have the policy that support the folk drama producing.
- 2) The producers' management found

that the most important management must aim to control the production team and the marketing because it affects to the sponsors support and follow by the management of production and the management of mixed communication marketing.

3) The method of presentation by producers found that the most important factor is the content which taking the storyline from the original folk tale of the past follow by technique of presentation and technology of presentation.

4) The need supports of sponsor found that the advertising support for the folk drama has 3 types consist of (1) spot advertising, (2) logo, and (3) tie-in advertising which the sponsor mainly emphasizes the money support follow by content and period of advertising.

5) the needs for Thai television folk drama found that the audience was divided into 2 groups; (1) current audience who are around 14-34 years old attend to the drama that broadcast time on Saturday and Sunday around 8-9 o'clock in the morning and the content should contain comedy part, uncommon sound effect, real 3D motion, well-known actors or actresses, and technology of production in super digital system high definition (2) expected future target audience who are around 35-49 years old attend to the drama that broadcast time on Saturday and Sunday around 8-9 o'clock in the morning and the content should

contain comedy part, over real uncommon scene technique, real 3D motion, actors and actresses with good looking and good personality ,and technology of production in super digital system high definition.

**Keywords:** subsistence, television folk drama

## บทนำ

จุดเริ่มต้นของการผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไทยเป็นการพัฒนารูปแบบมาจากละครรำในช่วงปี พ.ศ. 2498 ละครพื้นบ้านได้ถูกถ่ายทอดในรูปแบบของละครรำ (สุนทรมาลย์ นิมิเนติพันธ์ 2543) ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 4 บางขุนพรหมโดยมีคณะแสดงละครทั้งของรัฐบาลและเอกชนเป็นผู้จัดแสดงเรื่องที่น่าสนใจ นำมาแสดง เช่น อิเหนา สังข์ทอง และพระลอ ต่อจากนั้นละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ได้เพิ่มการเล่าเรื่องจากการหยิบยืมเรื่องจากนิทานพื้นบ้านที่เล่าเรื่องแบบสืบทอดกันมาเป็นแบบมุขปาฐะของคนในสังคมไทยมาอย่างช้านาน ซึ่งในทางคติชนละครพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรมโดยใช้วาจาเป็นสื่อมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ เป็นเรื่องเล่าด้วยถ้อยคำธรรมดา เป็นภาษาร้อยแก้ว และเล่ากันด้วยปากต่อปากสืบทอดกันเป็นเวลานานแต่ไม่ปรากฏผู้เล่า (กุหลาบ มลลิกะมาส, 2516)

การเปลี่ยนรูปแบบจากนิทานพื้นบ้านมาสู่ละครโทรทัศน์เป็นคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ทำให้เกิดความสมจริงทั้งภาพและเสียง ที่ทำให้เกิดดนตรีและอารมณ์ โดยใช้กลอนเสภา รวมทั้งยังมีการนำเพลงลูกทุ่งและสตริงมาใช้ในการนำเสนอเพื่อสร้างการดึงดูดใจให้แก่ผู้ชม แต่ในขณะที่เดียวกันละครพื้นบ้านยังคงลักษณะเดิมเอาไว้ เช่น โครงเรื่องของนิทานพื้นบ้านแบบเดิม แก่นของเรื่องซึ่งเป็นวิธีคิด

ของโลกตะวันออก การคงโครงสร้างตัวละคร ฯลฯ นับได้ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างนิทานพื้นบ้านกับสื่อโทรทัศน์อย่างลงตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนศูนย์กลางการผลิตจากที่ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตไปสู่ศูนย์กลางที่เป็นผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

อย่างไรก็ตามปรากฏการณ์ของรายการละครพื้นบ้านได้อยู่เคียงคู่กับวงการโทรทัศน์ไทยมายาวนานนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2498 จนถึงปัจจุบันแต่มีเพียงบริษัทสามเศียร จำกัดแห่งเดียวเท่านั้นที่ดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันเกิน 40 ปี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาว่าปัจจัยอะไรที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีเกี่ยวข้องกับ 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้คือ 1) ปัจจัยด้านสถานีโทรทัศน์ เพราะวาสถานีโทรทัศน์ต้องมีการสนับสนุนละครพื้นบ้านถ้าไม่มีละครพื้นบ้านก็ไม่สามารถออกอากาศได้ขณะเดียวกันสถานีโทรทัศน์ต้องมีกำไรทางธุรกิจ 2) ปัจจัยด้านผู้ผลิต เพราะวาผู้ผลิตต้องมีกำไรเพื่อให้องค์กรอยู่ได้ และเป็นผู้ผลิตวิธีนำเสนอรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เพื่อดึงดูดผู้ชม 3) ปัจจัยด้านผู้อุปถัมภ์ เพราะวาละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ต้องมีแหล่งเงินทุนในการผลิต และ 4) ปัจจัยด้านผู้ชม เพราะวาได้แก่ความต้องการของผู้ชมเป็นตัวกำหนดความนิยมของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ถ้ารายการไม่ได้รับความนิยมละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้

**ปัจจัยด้านสถานีโทรทัศน์** การสืบค้นวรรณกรรมเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

(สกาใจ พูนสวัสดิ์, 2547) พบว่า นโยบายหลักของช่อง 3 เป็นสถานีแห่งความบันเทิงเน้นกลุ่มเป้าหมายในการรับชมทุกระดับ สถานีเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกผลิตละครโทรทัศน์ป้อนให้แก่สถานีโทรทัศน์โดยให้ความสำคัญกับ ผู้จัดละครที่มีประสบการณ์มากกว่าผู้จัดละครหน้าใหม่ เพื่อจุดมุ่งหมายในการทำกำไรทางธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งขั้นตอนและกระบวนการผลิตของสถานีโทรทัศน์ ผู้จัดละครจะเป็นผู้นำเสนอมายังสถานีโทรทัศน์ โดยหากมีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจทางสถานีโทรทัศน์จะอนุมัติให้ดำเนินการผลิตได้ ซึ่งนโยบายสนับสนุนผู้ผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เกิดขึ้นปี พ.ศ. 2529-2547 ทำให้การดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ได้ประมาณ 18 ปีหลังจากปีโดยวาจ้างบริษัทต่างๆ ดังนี้ ได้แก่ บริษัท พี.ดี โปรโมชั่น จำกัด, บริษัท ประดิษฐ์ศิลป์ จำกัด, บริษัท มูวี่โปรดักชั่น จำกัด, บริษัท สมานคัมภีร์ สตูดิโอ จำกัด และบริษัท เมืองละคร จำกัด ตามลำดับ โดยละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นเรื่องใหม่ที่แต่งใหม่แต่ยังคงเรื่องเกี่ยวกับเจ้าหญิงเจ้าชายในแบบของละครจักรๆ วงศ์ๆ เรื่องที่ทำการผลิตขึ้น เช่น ชะนีน้อย สิบลองราศี อัครวิณสายรุ้ง เจ้าสมุทร เป็นต้น (มณฑลลี ศิลาวิเศษฤทธิ์, 2537)

ช่วงเวลาที่ออกอากาศรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529-2547 ขณะที่ช่วงเวลาที่ออกอากาศรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีการปรับเปลี่ยนเพียงเล็กน้อย ผู้วิจัยสรุปได้ดังตารางที่ 1.1 ดังนี้

### ตารางที่ 1.1 ช่วงเวลาออกอากาศรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7

ช่อง 3	ช่อง 7
พ.ศ. 2529-2534 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 16.45-17.45 น. วันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 09.00-10.00 น.	พ.ศ. 2511-2534 วันเสาร์ – วันอาทิตย์ เวลา 08.00 – 09.00 น.
พ.ศ. 2535 วันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 07.00 – 08.00 น.	พ.ศ. 2535-ปัจจุบัน วันเสาร์ – วันอาทิตย์ เวลา 08.05 – 09.05 น.
พ.ศ. 2537 วันเสาร์- วันอาทิตย์ เวลา 05.30 – 06.30 น.	
พ.ศ. 2540 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.00 – 17.30 น.	
ปลายปี พ.ศ. 2545 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.00-17.30 น.	
พ.ศ. 2547- ปลายปีพ.ศ. 2547 วันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 18.15-18.45 น.	

จากตารางที่ 1.1 ช่วงเวลาออกอากาศรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2529-2534 ออกอากาศในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 16.45-17.45 น. หนึ่งเรื่อง และออกอากาศในช่วงวันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 09.00-10.00 น. เป็นอีกหนึ่งเรื่อง ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2535 ได้ปรับเปลี่ยนอีกครั้งโดยลดช่วงเวลาออกอากาศออกจากช่วงเวลาเหลือช่วงเวลาเดียว คือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 07.00-08.00 น. และปรับเวลาอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2537 เป็นวันเสาร์-วันอาทิตย์ เวลา 05.30-06.30 น. (ศิริพร ณ ถลาง 2537) ต่อมาได้ปรับเวลาอีกครั้งในช่วงปีพ.ศ. 2540 เป็นวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.00-17.30 น. จากนั้นก็หยุดออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ในปี พ.ศ. 2545 เป็นเวลา 5 เดือน ต่อมาทางช่อง 3 ได้มีนโยบายให้ละครพื้นบ้านออกอากาศอีกครั้งในปลายปี พ.ศ. 2545 ในช่วงเวลาวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 17.00-17.30 น. จนกระทั่งในช่วงปี พ.ศ. 2547 ได้มีการปรับช่วงเวลา

เป็นครั้งสุดท้ายในช่วงเวลาวันจันทร์-วันศุกร์ เวลา 18.15-18.45 น. โดยเรื่องสุดท้ายที่ออกอากาศ คือ เรื่องพระอภัยมณีบริษัทที่ผลิต คือ บริษัทเมืองละคร จำกัด ของคุณเศรษฐา ศิระฉายา ประกอบกับช่วงปีพ.ศ. 2548 นโยบายของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ต้องการเพิ่มรายการสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีความหลากหลายและความแปลกใหม่แทนรายการละครพื้นบ้าน อาทิ การ์ตูนแอนิเมชัน เรื่องปิงปอนด์ การ์ตูนละครพื้นบ้านแอนิเมชัน อาทิ การ์ตูนปลาบู่ทอง แก้วหน้าม้า โสนน้อยเรืองาม และสังข์ทอง รวมทั้งรายการเกมส์โชว์สำหรับเด็ก อาทิ เด็ก เด็ด เด็ด เด็ด สมรภูมิไอเดีย เป็นต้น (สุทธีวรรณ อินทะกนก, 2550) ทำให้รายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ไม่สามารถดำรงอยู่ได้บนหน้าจอตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันแตกต่างกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ที่รายการละครพื้นบ้านสามารถดำรงอยู่บนหน้าจอโทรทัศน์ได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน

ช่วงเวลาที่ออกอากาศรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ในช่วงปีพ.ศ. 2511-2534 ออกอากาศในช่วงวันเสาร์ - วันอาทิตย์ เวลา 08.00 - 09.00 น. และมีการปรับเวลาอีกหลายครั้ง จนกระทั่งมาลงตัวช่วงปีพ.ศ. 2535 เป็นวันเสาร์ - วันอาทิตย์ เวลา 08.05 - 09.05 น. จวบจนปัจจุบันสาเหตุการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 คือการมีนโยบายสนับสนุนการผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2511 จนถึงปัจจุบันมากกว่า 40 ปี มีผู้ผลิต คือ คุณไพรัช สังวริบุตร เจ้าของบริษัท สยามฟิล์ม จำกัด ได้ใช้เวลาออกอากาศจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์แม้ว่าปัจจุบันการผลิตรายการละครพื้นบ้านเปลี่ยนมือไปที่คุณสยามสังวริบุตร บุตรชาย แต่คุณไพรัช สังวริบุตร ก็ยังมีส่วนตัดสินใจสูงสุดในการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ (สุทธิวรรณ อินทะกนก, 2550)

อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2542 ได้มีการนำละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์มาฉายซ้ำในตอนเย็นวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 17.30-18.00 น.ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เพื่อดึงดูดผู้ชมที่เป็นเด็กนักเรียนที่กลับมาจากโรงเรียนและเลื่อนออกอากาศเป็นวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 16.30-17.00 น. ตามลำดับซึ่งในปัจจุบันไม่มีการฉายซ้ำแล้ว ทำให้ปัจจุบันมีเพียงสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เพียงแห่งเดียวที่ออกอากาศละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ผู้วิจัยคาดว่านโยบายการบริหารจัดการธุรกิจสถานีโทรทัศน์น่าจะมีผลกับการดำรงอยู่ และล้มเลิกของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้การบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

**ปัจจัยด้านผู้ผลิต** จากการศึกษางานวิจัยเรื่องการถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็ก

ในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์พบว่าการเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทผู้ผลิต และขยายธุรกิจเพื่อของผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ดังเช่น ในปี พ.ศ. 2524 บริษัท สยามฟิล์ม จำกัดเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท ดาราฟิล์ม จำกัด และ บริษัทดาราวิดีโอ โปรดักส์ชั่น จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2529 ได้ก่อตั้งบริษัท สามเศียร จำกัด (อัปสร มีศิลป์, 2545) ซึ่งทำการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และขยายธุรกิจโดยก่อตั้งบริษัท จ๊ะกิงจา จำกัด เพื่อรองรับในการขายวีซีดีการ์ตูนละครพื้นบ้าน วีซีดีรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ และรองรับงานอีเว้นต์คอนเสิร์ตของละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสอดคล้องกับหลักการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานที่มุ่งให้องค์กรผู้ผลิตใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบเพื่อการจูงใจหลากหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพโดยส่งผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายขององค์กรเพื่อกำไรจากการประกอบธุรกิจโดยการปรับเปลี่ยนชื่อบริษัทจะสอดคล้องกับด้านองค์กรผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ผู้วิจัยคาดว่าเป็นการปรับเพื่อ 4 แนวทางหลัก คือ 1) แนวทางการบริหารจัดการองค์กร เห็นได้ชัดจากการเปลี่ยนชื่อบริษัทและก่อตั้งบริษัทเพื่อรองรับการผลิต จากอดีตสยามฟิล์ม ดาราฟิล์ม ดาราวิดีโอ สามเศียร และจ๊ะกิงจา จำกัด ตามลำดับซึ่งการเปลี่ยนชื่อและการก่อตั้งในแต่ละครั้งผู้วิจัยเชื่อว่าการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการธุรกิจขององค์กรให้เข้ากับการผลิต และด้านการตลาด 2) แนวทางการบริหารจัดการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ เห็นได้ชัดจากการจัดตั้งบริษัทสามเศียร จำกัดเพื่อเป็นบริษัทที่ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์โดยเฉพาะเพียงบริษัทเดียวโดยแยกออกมาจากบริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด 3) แนวทางด้านกรสื่อสารทางการตลาดแบบ

ผสมผสาน (IMC) เห็นได้ชัดจากการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจในรูปแบบคอนเสิร์ต การใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายวีซีดี เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ชมกลายเป็นลูกค้ารายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

นอกจากนั้น ผู้ผลิตมีวิธีการนำเสนอรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้ คือ 1. ด้านเทคโนโลยี 2. ด้านเทคนิคพิเศษ 3. ด้านเนื้อหา มีรายละเอียดดังนี้ ด้านเทคโนโลยี มีการพัฒนาปรับรูปแบบละครพื้นบ้านให้ทันสมัยตามเทคโนโลยีการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป ดังเช่น การผลิตระบบการถ่ายทำของภาพยนตร์ 16 มิลลิเมตร ซึ่งเป็นการถ่ายทำด้วยฟิล์มภาพยนตร์มาเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ (อัปสร มีศิลป์, 2545) ด้านเทคนิคพิเศษ นำเสนอโดยการเพิ่มเทคนิคเข้าไปในเรื่อง อาทิเช่น การทำแอนิเมชันเกี่ยวกับภาพ และเพิ่มเอฟเฟคเพื่อสร้างความตื่นเต้นกินใจจริง และดึงดูดใจผู้ชมติดตามรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์และด้านเนื้อหา นำเสนอเนื้อเรื่องแนวญาติปีศาจ และการนำเสนอแนวนวนิยายประโลมโลกเข้ามาในการผลิต จากเดิมที่เป็นเรื่องเล่าที่เป็นมุขปาฐะที่มีแง่คิดสอนใจ (ประคอง นิมมานเหมินทร์, 2528) เข้ากับหลักการบริหารจัดการผลิตกระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พบว่า วิธีนำเสนอทางเทคนิคต้องเข้ากับเนื้อหา (วีระ สุภา, 2537) แสดงให้เห็นว่าความน่าสนใจของวิธีการนำเสนอรายการละครพื้นบ้านไทยจึงอยู่ที่วิธีการนำเสนอด้านเนื้อหา ด้านเทคนิค และด้านเทคโนโลยีการผลิต ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านวิธีการนำเสนอของผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้าน

ทางโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาด้วยเช่นกัน

**ปัจจัยด้านผู้อุปถัมภ์** การสืบค้นงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่และการปรับตัวของละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไทย พบว่ารายได้จากการอุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์มาจาก 2 ช่องทาง คือ 1) รายได้จากการเช่าเวลาออกอากาศของผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ 2) รายได้จากการขายโฆษณาให้แก่ผู้อุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในอัตรา 100,000 บาท/นาที (สุทธิวรรณ อินทะกนก, 2550) ผู้อุปถัมภ์จะต้องตัดสินใจจากนโยบายของสถานีโทรทัศน์กับพฤติกรรมการชมโดยเป็นการตัดสินใจลงทุนของผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ของสถานีโทรทัศน์ นอกจากนั้นผู้วิจัยคาดว่าผู้อุปถัมภ์น่าจะส่งผลต่อรายได้จากผู้ผลิตด้วยเพราะผู้ผลิตได้เช่าเวลาออกอากาศละครพื้นบ้านจากทางสถานีโทรทัศน์ ขณะเดียวกันงานวรรณกรรมต่างประเทศ มองว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารคือลูกค้า ผู้ชม หรือผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายหลักแล้ว จึงย้อนกลับมาวางแผนงานในการสื่อสารทั้งการออกแบบตัวสารและการใช้เครื่องมือสื่อสารอย่างผสมผสานเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าหรือรับชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ (Spence, M. and Essoussi, L .H., 2010; Tay, J. and Turner, G., 2010; Leung, K., 2008; Lam, D., Lee, A. and Mizerski, R., 2009) ทำให้การอุปถัมภ์รายการส่งผลต่อการผลิตของผู้ผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เนื่องจากว่าเมื่อผู้ชมดูโฆษณาสินค้าในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์จะเกิดการจดจำโฆษณาสินค้า และจะกระตุ้นการซื้อสินค้าของผู้อุปถัมภ์ต่อไป แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้อุปถัมภ์ตัดสินใจซื้อโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของผู้ผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ แต่ถ้าผู้อุปถัมภ์ไม่ซื้อโฆษณาในช่วงเวลา

รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ก็จะไม่สนับสนุนผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ด้วยเหตุนี้ความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

**ปัจจัยด้านผู้ชม** จากการศึกษางานวิจัยการศึกษางานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของเด็กที่มีผลต่อละครพื้นบ้านทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ (อารมณฺ์ ชื่นคล้าย, 2551) พบว่า นักเรียนโรงเรียนชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 4-6 ของ 3 โรงเรียนได้แก่โรงเรียนบางชั้น โรงเรียนวัดคูบ่อน และโรงเรียนวัดพระยาสุเรนทร์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ซึ่งชอบเนื้อหาประเภทตลกขบขันกับประเภทผีมากที่สุด ต้องการเวลาออกอากาศช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ช่วงเวลา 08.30 - 09.30 น. การเปิดรับจะรับชมเป็นครอบครัว และสาเหตุของการรับชมคือ พักผ่อนและคลายเครียด ขณะเดียวกันงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่และการปรับตัวของละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไทย (สุทธีวรรณ อินทะกนก, 2550) พบว่า ผู้ชมละครพื้นบ้านหลักเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนเนื่องจากว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กทำให้ผู้ผลิตต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็ก และส่วนกลุ่มเป้าหมายรองคือประชาชนทั่วไป ซึ่งผู้ผลิตมีความตั้งใจและต้องการผลิตรายการละครพื้นบ้านให้เป็นที่ชื่นชอบกับคนทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะประชาชนต่างจังหวัด หรือเรียกอีกชื่อว่าประชาชนระดับท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ทำให้การผลิตต้องมีการปรับให้เข้ากับรสนิยมผู้ชมเพราะว่าผู้ชมมีผลต่อการอยู่รอดของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านผู้ชมจึงเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาในครั้งนี้เพราะว่าเป็นแนวทางการ

ต้องการรับชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมปัจจุบัน และขยายตลาดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในอนาคต

ผู้วิจัยได้กำหนดปัญหาการวิจัยในครั้งนี้ คือ ปัจจัยอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ ทั้งนี้จากปัญหาดังกล่าวจึงนำเข้าสู่คำถามวิจัยดังต่อไปนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวิธีการนำเสนอของผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความต้องการรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของผู้ชมปัจจุบันกับผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคต

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ
2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือเป็นพนักงานเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายรายการโทรทัศน์ จำนวน 4 คน อุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้าน จำนวน 3 คน และผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ จำนวน 2 คน



3. ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ชมปัจจุบัน กับ กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคตในเขต กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 800 คน ได้แก่ กลุ่มผู้ชมปัจจุบัน จำนวน 400 คน กับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคตจำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ จำแนกตามระเบียบวิจัยดังนี้

4.1 เครื่องมือเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบ สัมภาษณ์เชิงลึก

4.2 เครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถาม

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ จำแนกตามระเบียบวิจัยดังนี้

#### 5.1 เชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยดำเนินการลงภาคสนามด้วยตัวเอง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บบันทึกข้อเท็จจริง โดยการจดบันทึกและบันทึกเสียงในทุกประเด็นตาม วัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยศึกษา โดยหลังจากการ สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลและตรวจทาน ในทุกประเด็นของวัตถุประสงค์การวิจัย

#### 5.2 เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยกำหนดการประสานกับเขตพื้นที่ และจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากนั้นให้ผู้ช่วยวิจัยลงภาคสนาม จากการสำรวจ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ จำแนกตาม ระเบียบวิจัยดังนี้

#### 6.1 เชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา มีการจำแนกชนิดข้อมูลตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้เป็นกรอบเบื้องต้น เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนจึงนำมาจัดทำเป็นหมวดหมู่ว่า ข้อมูลนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับประเด็นใดแล้วนำมา

วิเคราะห์ว่าการบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ เป็นอย่างไรการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิต รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เป็นอย่างไรวิธีการนำเสนอของผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เป็นอย่างไร และความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์รายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์อย่างไรและนำมาประมวลความเกี่ยวข้องหาความสัมพันธ์เชื่อมโยงในแต่ละประเด็น เพื่อนำมาเรียบเรียง เขียนสรุป เพื่อตอบคำถามการวิจัยให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

#### 6.2 เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่ทำกรวิจัย ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์ และความต้องการของผู้ชม

#### 6.3 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

- 1) การแจกแจงความถี่
- 2) การหาค่าร้อยละ
- 3) การหาค่าเฉลี่ย
- 4) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การบริหารจัดการธุรกิจของสถานีโทรทัศน์ พบว่า การดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีโทรทัศน์สำคัญมากที่สุดแต่สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ไม่มีนโยบายในการสนับสนุนการผลิตรายการละครพื้นบ้าน

2. การบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิต พบว่า การบริหารจัดการองค์กรสำคัญมากที่สุดโดย

ผู้ผลิตมุ่งเน้นการควบคุมที่มฝ้ายผลิต และการตลาด เพราะมีผลต่อการได้รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์ รองลงมา คือ การบริหารจัดการผลิต และการบริหารจัดการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน

3. วิธีการนำเสนอของผู้ผลิต พบว่า การนำเสนอด้วยเนื้อหาที่มีความสำคัญมากที่สุดโดยการยึดโครงเรื่องเดิมจากนิทานพื้นบ้านในอดีต รองลงมา คือ การนำเสนอด้วยเทคนิค และการนำเสนอด้วยเทคโนโลยี

4. ความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์ พบว่า การสนับสนุนโฆษณารายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของผู้อุปถัมภ์ มี 3 แบบ คือ 1. สปอตโฆษณา 2. โลโก้ และ 3. การโฆษณาแฝง โดยผู้อุปถัมภ์ให้ความสำคัญกับความต้องการให้เงินสนับสนุนมากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อหา และระยะเวลาโฆษณา

5. ความต้องการชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มผู้ชมแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 5.1 กลุ่มผู้ชมปัจจุบัน คือกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 14 – 34 ปี มีความต้องการเวลาออกอากาศเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดแทรกความตลกขำขัน เทคนิคนำเสนอด้วยเสียงเอฟเฟคที่แปลกหู เทคโนโลยีนำเสนอด้วยภาพจริง 3 มิติ นักแสดงที่มีชื่อเสียง และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิทัลฮอลลีวูด HD 5.2 กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคต คือ กลุ่มผู้ชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในอนาคตส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 35– 49 ปี มีความต้องการเวลาออกอากาศเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดแทรกความตลกขำขัน เทคนิคนำเสนอด้วยฉากเกินจริงแปลกตา เทคโนโลยีนำเสนอด้วยภาพเสมือนจริง 3 มิติ นักแสดงหน้าตา และบุคลิกดี และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิทัลฮอลลีวูด HD

## อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสถานีโทรทัศน์ พบว่านโยบายของสถานีโทรทัศน์มีความสำคัญเป็นลำดับแรก และการผลิตรายการต้องไม่ขัดกับนโยบายของสถานีโทรทัศน์ เพราะฉะนั้นนโยบายของแต่ละสถานีโทรทัศน์มีความแตกต่างกันในแต่ละสถานี นอกจากนั้นนโยบายของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีการสนับสนุนรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ส่งผลให้ละครพื้นบ้านไม่ได้ผลิต เช่น ช่อง 3 ที่เลิกสนับสนุนละครพื้นบ้านตั้งแต่ปี 2547 ไม่สอดคล้องทั้งหมดกับแนวคิดของชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการ (2548) ที่ว่าให้ความสำคัญกับวิสัยทัศน์และนโยบาย การบริหารการจัดผังรายการ การบริหารการผลิตและจัดหารายการ และการประเมินผล เพราะว่าตัวนโยบายเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์มากที่สุดเพียงตัวเดียวถ้าทางสถานีโทรทัศน์ไม่มีนโยบายผลิตละครพื้นบ้านก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิวรรณ อินทะกนก (2550) ที่ว่าดำเนินนโยบายของสถานีโทรทัศน์ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีโทรทัศน์กับผู้ผลิต ผลประโยชน์ด้านธุรกิจมีปัจจัยเกี่ยวพันต่อการดำรงอยู่ของละครพื้นบ้าน

2. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิต เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ พบว่า ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรมากที่สุดเป็นลำดับแรก โดยด้านการบริหารจัดการองค์กรเกิดจากการวางแผน การจัดระเบียบ การสั่งการ การร่วมมือ และการควบคุม ซึ่งประเด็นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการให้สนับสนุนเงินทุน สปอนเซอร์ คนดูและเครือข่ายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วีระ สุภา (2537) ที่ว่า การบริหารจัดการควรมีขั้นตอนการวางแผนเป็นอันดับแรก เพื่อสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยด้านวิธีการนำเสนอของผู้ผลิตเกี่ยวข้องกับกำรดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ พบว่าให้ความสำคัญกับการนำเสนอด้วยเนื้อหา เป็นลำดับแรก จากการศึกษาชี้ให้ว่าทุกประเด็นเกี่ยวข้องกับการเอกลักษณ์ในการผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เพื่อสร้างจุดขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มังนทลี ศิลาวีเศษฤทธิ (2537) ที่ว่าเนื้อหา และส่วนของการผลิต มีการใช้มุกตลก การใช้เทคนิคพิเศษ ซึ่งเป็นแนวทางในการศึกษาการถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Leung, K. (2008) ที่ศึกษาเรื่อง Chinese culture, modernization, and international business พบว่า วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยถูกทำให้ทันสมัยขึ้น

4. ปัจจัยด้านความต้องการสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ พบว่าความต้องการให้เงินสนับสนุนรายการเป็นลำดับแรก จากการศึกษาพบว่าความต้องการให้เงินสนับสนุนสาเหตุจากตรงกลุ่มลูกค้าโดยดูจากยอดซื้อสินค้าของผู้อุปถัมภ์มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารคือลูกค้า ผู้ชม หรือผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายหลัก แล้วจึงย้อนกลับมาวางแผนงานในการสื่อสารทั้งการออกแบบตัวสารและการใช้เครื่องมือสื่อสารอย่างผสมผสานเพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าหรือรับชมรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ (Spence, M. and Essoussi, L .H., 2010, Tay, J. and Turner, G., 2010, Leung, K., 2008, Lam, D., Lee, A. and Mizerski, R., 2009) ทำให้การอุปถัมภ์รายการส่งผลต่อการผลิตของผู้ผลิตละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ เนื่องจากว่าเมื่อผู้ชมดูโฆษณาสินค้าในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์จะเกิดการจดจำโฆษณาสินค้า

5. ปัจจัยด้านความต้องการรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ของผู้ชมปัจจุบันกับผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคต พบว่ากลุ่มผู้ชมปัจจุบันส่วนใหญ่มีความต้องการเวลาออกอากาศเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดคล้องกับความตลกขำขัน เทคนิคนำเสนอด้วยเสียงเอฟเฟคที่แปลกหู เทคโนโลยีนำเสนอด้วยภาพจริง 3 มิติ นักแสดงที่มีชื่อเสียง และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิตอลซูปเปอร์ HD ขณะที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่คาดหวังในอนาคตมีความต้องการเวลาออกอากาศเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ 08.00 – 09.00 น. เนื้อหาสอดคล้องกับความตลกขำขัน เทคนิคนำเสนอด้วยฉากเกินจริงแปลกตา เทคโนโลยีนำเสนอด้วยภาพเสมือนจริง 3 มิติ นักแสดงหน้าตา และบุคลิกดี และเทคโนโลยีการผลิตด้วยระบบดิจิตอลซูปเปอร์ HD ซึ่งสอดคล้องด้านความต้องการของ ลิตเติ้ลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K., 2008) ที่ว่า คนเราจะเลือกรับสื่อที่ตรงกับความต้องการของตนเอง

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในทางวิชาการ (ถ้ามี)

1. รัฐบาลควรมีนโยบายอย่างเป็นทางการในการสนับสนุนงบประมาณรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ให้แก่ผู้ผลิตเพื่อสร้างความรู้สึกรักความมีคุณค่าทางวัฒนธรรมของละครพื้นบ้านไทย
2. สถานีโทรทัศน์ควรมีนโยบายให้ความสำคัญกับการผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์อย่างเป็นทางการมากกว่ามองผลกำไรทางธุรกิจจากการผลิตรายการที่ลงทุนน้อยกว่าแต่ได้กำไรมากดังเช่นรายการเกะแก้วพิสดาร รายการคุณพระช่วย เป็นต้น
3. ผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์จะดำรงอยู่ได้ต้องมีแหล่งเงินทุนที่มาจากผู้ชม

รายการที่ต้องตรงกลุ่มสินค้าของผู้อุปถัมภ์และผู้อุปถัมภ์ต้องมีนโยบายการสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาทดสอบรูปแบบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์โดยไปปฏิบัติจริง

2. ควรนำผลการวิจัยและความรู้ที่ค้นพบศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของกลุ่มผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังในพื้นที่ภูมิภาค

3. ควรเข้าถึงแหล่งข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูงของผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ เช่นคุณไพรัช สังวริบุตร และคุณสยาม สังวริบุตร

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). “ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา”. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์.
- กุหลาบ มลลิกะมาส. (2516). “คดีชาวบ้าน”. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์สวนทองถิ่น.
- ชิตณรงค์ คณะกฤตการ. (2548). “การบริหารกิจการวิทยุโทรทัศน์และเคเบิลทีวี.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารกิจการสื่อสาร. หน่วยที่ 10. หน้า 1-3. นนทบุรี. สาขาวิชานิติศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2528). “นิทานพื้นบ้าน.” ในเอกสารการสอนชุดวิชาภาษาไทย 8 (คดีชนวิทยาสำหรับครู). หน่วยที่ 2. หน้า 1-36. นนทบุรี. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มณฑลลี ศิลาวีเสษฤทธิ์. (2537). “การถ่ายทอดอุตสาหกรรมทางการเมืองของระบอบราชาธิปไตยในละครโทรทัศน์จ๊ก ๆ วงศ์ ๆ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิติศาสตร์. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระ สุภะ. (2537). “การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2536.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวพร จิตะจวน ณ ถลาง. (2537). ในห้องถิ่นมีนิทานและการละเล่น: การศึกษาคดีชนในบริบททางสังคมไทย. กรุงเทพฯ. มติชน.
- สกาใจ พูนสวัสดิ์. (2547). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารรายการละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทิวรรณ อินทะกนก. (2550). “ปัจจัยที่มีผลต่อการดำรงอยู่และการปรับตัวของละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุนนมาลย์ นิ่มเนติพันธ์. (2543). **การละครไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- อารมณี ชื่นคล้าย. (2551). “**ความพึงพอใจของเด็กที่มีต่อละครพื้นบ้านทางสถานีวิทยุโทรทัศน์**.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย.  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัปสร มีศิลป์. (2545). “**การถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็กในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์**.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. ภาควิชาการสื่อสาร  
มวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Lam, Desmond, Lee, Alvin and Mizerski, Richard. (2009). “**The Effects of Cultural Values in Word-of-Mouth Communication**.” *Journal of International Marketing*. 17, 3 (September): 55-70.
- Leung, Kwok. (2008). “**Chinese culture, modernization, and international business**.”  
*International business Review*. 17: 184-187.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A. (2008). **Theories of Human Communication**.  
9th edition. Belmont, CA.: Thomson/Wadsworth.
- Spence, M., and Essoussi, L.H. (2010). “**SME brand building and management: an exploratory study**.” *European Journal of Marketing*. 44, 7/8.
- Tay, J. and Turner, G. (2010) “**Not the Apocalypse: Television Futures in the Digital Age**.” *International Journal of Digital Television*. 1, 1 : 31-50.