

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีน
ที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

Strategic Marketing Communications by The Companies in the People's
Republic of China Importing Thailand Television Series



กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

Strategic Marketing Communications by The Companies in the People's Republic
Of China Importing Thailand Television Series



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2557



© 2558

หลาน เฟิน
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

ผู้วิจัย หลาน เพิน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูธร ปัญญาโสภณ)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

9 มีนาคม 2558

หลาน เฟิน. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, มีนาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย (79 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูธร ปัญญาโสภณ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน และ (2) เพื่อศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) จากบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย และผู้ชมชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยได้เลือกใช้สื่อที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อป้ายโฆษณา สื่อวิทยุ และการน่านักแสดงละครโทรทัศน์ไทยออกสื่อและปรากฏตัว นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมชาวจีนมีความชื่นชอบในโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย และมีความคิดเห็นว่าละครโทรทัศน์ไทยมีความเหมาะสมในด้านของเนื้อหา/ ภาพเหตุการณ์ เพราะละครโทรทัศน์ไทยทำให้ผู้ชมชาวจีนได้รับชมประเพณี วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างจากละครโทรทัศน์จีนที่ส่วนใหญ่เน้นมักนำเสนอด้านการแสดงออกทางอารมณ์เพศสัมพันธ์

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด, ละครโทรทัศน์ไทย, ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

FEN, L. M.Com.Arts, March 2015, Graduate School, Bangkok University.

Strategic Marketing Communications by The Companies in the People's Republic of China Importing Thailand Television Series (79 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Tanyatorn Panyasopon, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study strategic marketing communications of the companies in the people, and 2) to examine Chinese's perspectives (in PRC) towards Thai television drama series. The method was qualitative, interviewing in-depth the managers of the companies who imported Thai drama series, and interviewing Chinese audiences in PRC. The results showed that 1) the companies utilized many media. One was television. Next, online media, billboards, print media (newspapers and magazines), radio and inviting Thai actors to appear in television programs in PRC. Regarding Chinese' perspectives about Thai television dramas, they liked the plots, and the viewers considered the contents of Thai television dramas were appropriate because the dramas made them understand Thai customs, culture and ways of life, which were different from Chinese television drama emphasizing sexual expression.

Keywords: The Strategic Marketing Communications, Thailand Television Series, the People's Republic of China

กิตติกรรมประกาศ

การทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูธร ปัญญาโสภณ เริ่มตั้งแต่รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ขอขอบพระคุณ อาจารย์สำหรับการสละเวลาคอยแนะนำให้คำปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนมาถึงวันนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

รวมถึงขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 22 ท่าน ที่ให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงเจ้าของตำรา หนังสือ วิทยานิพนธ์ของทุก ๆ ท่าน ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ประกอบการทำวิจัยให้สำเร็จลุล่วง รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้สามารถนำมาใช้ในการทำวิจัยชิ้นนี้

สุดท้ายนี้ ประโยชน์ที่พึงได้รับจากการทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่มีส่วนต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้

หลาน เพ็ญ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด	17
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร	22
2.6 กรอบแนวคิด	24
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
3.1 ข้อมูลที่เป็นเอกสาร	25
3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	25
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.4 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการวิจัย	
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	27
3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทำวิจัย	27
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.8 การนำเสนอข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการศึกษาข้อ 1 การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้า ละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนจีนติดตามละครโทรทัศน์ไทย	29
4.2 ผลการศึกษาข้อ 2 การศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย	51
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 บทสรุปผลการวิจัย	63
5.2 การอภิปรายผล	65
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	66
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	66
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก ก แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์บริษัทของจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย	70
ภาคผนวก ข แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ชมชาวจีนที่ชมละครโทรทัศน์ไทย	74
ประวัติผู้เขียน	79
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1: แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

หน้า

34



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แสดงกรอบแนวคิด	24
ภาพที่ 4.1: โฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แผนรัก แผนร้าย” นำแสดงโดย ยุทธนา เปื้องกลาง และ ลัลณ์ลลิน เตจะสา เวศซ์ ออกอากาศทางช่องสถานีโทรทัศน์ซีซีทีวี 8 (CCTV8) ทุกวัน เวลา 17.00 น. วันละ 2 ตอน	31
ภาพที่ 4.2: โฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “บ่วงหงส์” นำแสดงโดย วีรภาพ สุภาพไพบูลย์ และ เขมนิจ จามิกรณ์ ออกอากาศทางช่องสถานีโทรทัศน์อันฮุย (An Hui) ทุกวัน เวลา 22.00 น. วันละ 1 ตอน	32
ภาพที่ 4.3: แสดงป้ายโฆษณาละครโทรทัศน์ไทย ณ อาคารจิวเจียง มณฑลอันฮุย ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เรื่อง “มาลัยสามชาย” “สูตรเสน่ห์หา” “สองปรารธนา” “แก้วตาพี่”	40
ภาพที่ 4.4: ภาพแสดงการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย เช่น เรื่อง “เลือดขัตติยา” นำแสดงโดย เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊อก) เป็นต้น ผ่านทางหนังสือพิมพ์ STAR WEEKLY ฉบับวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555	42
ภาพที่ 4.5: ภาพแสดงการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย เรื่อง “ดอกกรักริมทาง” ผ่านทางหนังสือพิมพ์ เชียงหววนเหวินฮว่า ฉบับวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556	43
ภาพที่ 4.6: แสดงสื่อวิทยุสาร วารสารสำหรับการดำเนินกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนโดยสื่อเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทย ที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พระเอก นางเอก จะต้องพบเจอปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มากมาย ก่อนที่จะมาลงเอยกันด้วยความรัก เพื่อให้ประชาชนชาวจีน ได้เข้าใจลักษณะของละคร โทรทัศน์ไทย ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยที่เกี่ยวกับความรักและถูกนำมาออกอากาศที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ได้แก่ เรื่อง “เลือดขัตติยา” (พ.ศ. 2555) “แจ้วใจร้ายกับคุณชายเทวดา” (พ.ศ. 2554) “สวรรค์เบี่ยง” (พ.ศ. 2555) “แก้วตาพี่” (พ.ศ. 2556) “พระจันทร์ลายพยัคฆ์” (พ.ศ. 2554) “เคหาสน์สีแดง” (พ.ศ. 2554)	44

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 4.7: ภาพการปรากฏตัวของ ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๊อง) เมื่อ วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ.

หน้า

47

2554 ซึ่งได้กล่าวแนะนำละครโทรทัศน์ไทยที่จะมาออกอากาศเรื่อง “สงครามนางฟ้า” ทางสถานีโทรทัศน์อันฮุย และได้แสดงความภาคภูมิใจที่แฟนละครชาวจีนมีความชื่นชอบ และคลั่งไคล้ในบทบาทการแสดงของตนเอง โดยคาดหวังว่าจะมีผลงานการแสดงที่ถูกนำมาออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้น



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ละครโทรทัศน์เป็นสิ่งบันเทิงใจอย่างหนึ่ง คนทั่วไปในโลกนิยมดูละครโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงหรือการพักผ่อน ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนก็มีผู้ชมละครโทรทัศน์มากมาย (โอภาส เหลืองดาวเรือง, 2555) ละครโทรทัศน์ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2448 ที่กรุงปักกิ่งทางช่องซีซีทีวี (CCTV) จำนวน 21 ช่อง รายการ ซึ่งในปี พ.ศ. 2463 และ พ.ศ. 2473 ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเข้าสู่ยุคความวุ่นวายทางการเมือง แต่วงการละครโทรทัศน์จีนก็ยังคงอยู่ได้ ซึ่งในช่วงเวลานั้นผู้ผลิตละครโทรทัศน์ต่างมีมุมมองในการผลิตไปในทางที่ผู้ชมมีความรู้อันเกิดจากประสบการณ์และเริ่มสร้างละครโทรทัศน์ในแนวทางวิพากษ์สังคม โดยมีเมืองเซี่ยงไฮ้เป็นศูนย์กลางการสร้างสรรคงานละครโทรทัศน์หลายเรื่อง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)

อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2483 รัฐบาลของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้เข้ามาทำการควบคุมตลาดละครโทรทัศน์อย่างเคร่งครัด จนกระทั่งใน ปี พ.ศ. 2503 รัฐบาลยุติบทบาทด้านการควบคุมตลาดละครโทรทัศน์ลง เพราะต้องการให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ อันส่งผลให้เกิดการปฏิรูปวงการละครโทรทัศน์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2554 ละครโทรทัศน์จีนถูกผลิตมากกว่า 560 เรื่อง ทำรายได้มากกว่า 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ว่ามาตรฐานของละครโทรทัศน์ดังกล่าวยังไม่ค่อยเป็นที่น่าพอใจมากนัก เพราะไม่ได้สื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมของประชาชนจีน ส่วนใหญ่มักจะเน้นละครโทรทัศน์จีนแบบกำลังภายในมากกว่า (“สืบทอดภาพยนตร์จีน”, 2555)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 แม้ว่าการละครโทรทัศน์จีนจะประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ แต่ในด้านคุณภาพทางศิลปะ และจิตวิญญาณในเรื่องต่าง ๆ เช่น การสร้างอารมณ์และความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้ชม กลับลดลง ทำให้ในปี พ.ศ. 2556 สมาคมผู้กำกับละครโทรทัศน์ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนไม่มีการมอบรางวัลละครโทรทัศน์ยอดเยี่ยม และรางวัลผู้กำกับยอดเยี่ยมแก่วงการละครโทรทัศน์ในปีนั้นเลย ทั้งนี้เนื่องจากวงการละครโทรทัศน์จีนต้องการที่จะยกระดับมาตรฐานการผลิตละครให้ดีขึ้น โดยมุ่งเน้นการผลิตละครโทรทัศน์ที่แสดงทัศนคติต่อการไม่ใช้ความรุนแรง และความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม (“ไร้หนังยอดเยี่ยม “สมาคม ผกก.จีน” ลั่น! จะได้รางวัลคุณภาพต้องถึง”, 2557)

จากผลการสำรวจปี พ.ศ. 2555 ของมหาวิทยาลัยแห่งชาติโซล (Seoul National University) เกี่ยวกับความคิดเห็นของแฟนละครโทรทัศน์ชาวจีนอายุระหว่าง 20 - 60 ปี พบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ที่มีการศึกษาและรายได้สูง จะนิยมละครจากญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ส่วนแฟนละครที่

มีรายได้และระดับการศึกษาปานกลางจะชอบดูละครจีนและฮ่องกง ขณะที่ละครจากไต้หวันและเกาหลีใต้จะเป็นที่นิยมเฉพาะกลุ่มคนที่ระดับการศึกษาและรายได้ต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากการใช้ภาษาที่แตกต่างกันในละครโทรทัศน์ของแต่ละประเทศ นอกจากนี้กระแสความคลั่งไคล้ละครเกาหลีได้ลดลงเนื่องจากแฟนละครชาวจีนไม่ชอบการดำเนินเรื่องของละครเกาหลี ที่ไม่ได้เป็นไปตามที่คิดไว้ และมักจะนำเสนอตอนจบโดยการให้จินตนาการต่อไปด้วยตนเอง (ไทยพีบีเอสออนไลน์, 2557)

นอกจากนี้ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาละครซีรีส์เกาหลีได้รับการยอมรับจากประชาชนจีนลดลง เนื่องจากละครเกาหลีมีเนื้อหาที่ซ้ำซาก มักจะวนอยู่กับโครงเรื่องไม่กี่ประเภท ขาดความสดใหม่ ไม่สามารถทำการตลาดในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้ ในขณะที่ละครโทรทัศน์ไทยมีเนื้อเรื่องที่ชวนให้ติดตาม ถึงแม้ว่าจะไม่เข้มข้นเท่าละครโทรทัศน์ของอเมริกัน บางครั้งละครซีรีส์เกาหลีก็ซ้ำซากยิ่งกว่าละครหลังข่าวของไต้หวัน อย่างไรก็ตาม ละครโทรทัศน์ไทยสามารถดึงดูดผู้ชมด้วยทิวทัศน์ที่งดงาม ความสวยความหล่อของพระเอกและนางเอก จึงเกิดกระแส “ละครรักเมืองร้อน” เข้ามาแข่งขันกับ “ละครกิมจิ” ทั้งยังเกิดการรวมกลุ่มกันของประชาชนจีนที่เรียกว่า “ไท่หมี่” ซึ่งแปลตรงตัวว่า “ข้าวไทย” หมายถึง แฟนคลับละครไทย (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เมืองกวางโจว, 2554)

ในปี พ.ศ. 2553 ละครโทรทัศน์ไทยได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ด้วยละครเรื่อง “สงครามนางฟ้า” ปี พ.ศ. 2553 ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 โดยออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย จนสามารถสร้างกระแสความนิยมของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนให้โด่งดังถึงขีดสุด ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาของละครมีความแปลกใหม่ต่อประชาชนจีน ต่อจากนั้นเดือน กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2554 ได้ออกอากาศเรื่อง “มาลัยสามชาย” ผ่านทางสถานีโทรทัศน์มณฑลเจ้อเจียง ซึ่งสามารถสร้างอันดับความนิยมอันดับ 1 หลังจากนำเสนอเพียงวันเดียว โดยดาราแสดงนำ คือ เจษฎาภรณ์ ผลดี (ตีก) พิชดา อัครเศรณี (อ้อม) ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๋อง) ซึ่งเป็นดารานำแสดงในอันดับต้นๆ ที่แฟนละครชาวจีนโปรดปรานมากที่สุด ในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2555 สถานีโทรทัศน์ CCTV 8 ได้นำเข้าละครโทรทัศน์เรื่อง “ร้อยเล่ห์เสน่ห์ร้าย” มาออกอากาศ ต่อมาในวันที่ 11 มกราคม ปี พ.ศ. 2556 ทางสถานีโทรทัศน์ดังกล่าวก็ได้นำละครโทรทัศน์เรื่อง “ร้อยเล่ห์เสน่ห์ร้าย” มาออกอากาศเป็นครั้งที่ 2 และมีการนำมาออกอากาศเป็นครั้งที่ 3 อีกครั้งในปี พ.ศ. 2557 โดยออกอากาศทุกวัน วันละ 2 ตอน เริ่มจากเวลา 16.00 น. ถึงเวลา 18.00 น. นอกจากนี้ เดือน เมษายน ปี พ.ศ. 2557 สถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย (An Hui) ก็ได้นำเข้าละครโทรทัศน์เรื่อง “เพลิงทระนง” มาออกอากาศ โดยออกอากาศในวันเสาร์และวันอาทิตย์ วันละ 4 ตอน เวลา 13.30 น. ถึงเวลา 17.30 น. ทำให้เห็นละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศในประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (“12 ละครไทยในช่องอันฮุย”, 2556)

ทั้งนี้การนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทย ซึ่งมี นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นผู้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ในขณะนั้น นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เดินทางไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เพื่อลงนามบันทึกความตกลงในการนำโทรทัศน์ไทยเผยแพร่ภาพออกอากาศที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ทั้งทางสถานีโทรทัศน์ CCTV และสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ทำให้ต่อมาทางผู้จัดละครโทรทัศน์ของไทย และสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย มีการบันทึกภาพละครเป็นระบบความละเอียดภาพสูง (เอชดี) เพื่อการส่งออกในต่างประเทศ นอกจากนี้กระแสละครโทรทัศน์ไทยในอินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง จนทำให้ละครโทรทัศน์ไทยหลายเรื่องมีสถิติผู้รับชมหลายสิบล้านคนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน (วันวิสา สันทวิจิตรกุล, 2557)

เหตุผลที่ทำให้บริษัทจีนนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย และนักแสดงไทย เพราะละครโทรทัศน์ไทยมีผู้ชมชาวจีน ที่มีความชื่นชอบ และรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นด้วยปัญหาอุปสรรคบางประการในการนำเสนอละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน รวมถึงการเลือกนำเสนอละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน จึงเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึงอย่างมาก ทำให้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศและส่งเสริมให้ละครเป็นที่นิยม รวมถึงต้องการทราบถึงมุมมองของผู้ชมชาวจีนว่าต้องการชมละครโทรทัศน์แบบใด เพื่อที่บริษัทนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยจะได้คัดสรรประเภทละครได้

1.2 ปัญหานำวิจัย

1.2.1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเป็นอย่างไร

1.2.2 มุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

1.3.2 เพื่อศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนใช้ในการตัดสินใจเลือกละครโทรทัศน์ไทย และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนให้ติดตามละครโทรทัศน์ไทย รวมทั้งมุมมองของคนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือ ประชาชนจีน ในช่วงวัยรุ่นจนถึงวัยสูงอายุ ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปี ขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน จำนวน 20 คน และผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน จำนวน 2 ท่าน

1.5 นิยามศัพท์

ละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง ละครที่ผลิตและออกแบบโดยคนไทย อันมีเอกลักษณ์โดดเด่น มีนักแสดงนำที่เรียกว่า พระเอก นางเอก ซึ่งเป็นคู่รักกัน เป็นละครโทรทัศน์ประมาณ 30 ตอนจบ ความยาวที่ออกอากาศประมาณ 30 -60 นาที และเป็นละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งออกไปยังผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึงปัจจุบัน

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง กลยุทธ์ที่บริษัทจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เช่น การเชิญนักแสดงไทยเพื่อเป็นแขกรับเชิญ การเชิญนักแสดงไทยเพื่อออกอากาศในรายการต่าง ๆ ทางช่องโทรทัศน์ การเชิญนักแสดงไปปรากฏตัวในงาน การเชิญนักแสดงไทยเพื่อเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

บริษัทจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd ตั้งอยู่ที่มณฑลเจ้อเจียง และบริษัท Artop International Co., Ltd ตั้งอยู่ที่ เมืองปักกิ่ง ที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทของจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

1.6.2 ทำให้ทราบถึงมุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

1.6.3 ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยสามารถนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการผลิตและการออกแบบละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ผู้รับชมชาวเงินเกิดการยอมรับในละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้น

1.6.4 ผลการศึกษาวิจัยที่ได้ ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ และผู้ที่สนใจ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนาแผนกลยุทธ์การผลิตและการออกแบบละครโทรทัศน์ไทยให้แก่ธุรกิจการละครได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าสู่ละครโทรทัศน์ไทย” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
- 2.6 กรอบแนวคิด

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ ผู้วิจัยพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษาดังนี้

โอล่า จันทวิไล (2554) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของประชาชนลาว โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนลาว จำนวน 400 คน เพื่อศึกษาการใช้ละครโทรทัศน์ไทยของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ โดยทำการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า 1) แรงจูงใจในการรับชมละครโทรทัศน์ของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำ 2) การเปิดรับชมโทรทัศน์ไทยของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่ต่างกัน 3) ลักษณะการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ธิดา ต้นพงศธร (2552) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น: ศึกษากรณีภาพยนตร์เรื่อง “ซ็อคโกแลต” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น เรื่อง ซ็อคโกแลต ของบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น เรื่อง ซ็อคโกแลต บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และแนวทางในการแก้ปัญหาของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น เรื่องซ็อคโกแลต ของ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล

แนล จำกัด ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ควบคุมการสร้างภาพยนตร์ ผู้กำกับ ผู้กำกับคิวบู๊ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และผู้เขียนบทภาพยนตร์ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของภาพยนตร์เรื่อง “ซ็อคโกแลต” มีการใช้เครื่องมือและสื่อในการสื่อสารการตลาด ได้แก่ 1) การโฆษณา สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสาร และหนังสือการ์ตูน) สื่อในโรงภาพยนตร์ (ตัวอย่างภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ โปสเตอร์ และทีวีแสดนต์) สื่อกลางแจ้ง สื่ออินเทอร์เน็ต 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การจัดกิจกรรม 4) การส่งเสริมการขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น เรื่อง “ซ็อคโกแลต” แบ่งออกเป็น ปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้บริหารบริษัท เนื้อหาและจุดเด่นของภาพยนตร์ งบประมาณจากทางบริษัท ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ และคู่แข่ง ปัญหาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่พบ ได้แก่ นักแสดงนำเป็นนักแสดงหน้าใหม่ สื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และชื่อของภาพยนตร์ไม่สามารถสื่อสารได้ว่าเป็นภาพยนตร์ประเภทแอ็คชั่น

บุชรินทร์ ตั้งศิลป์โอฬาร (2549) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์แอนิเมชันฮอลลีวูด โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริหารระดับสูง นักการตลาด และนักวางแผนสื่อโฆษณาที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายด้านการสื่อสารการตลาดภาพยนตร์แอนิเมชันในประเทศไทย และใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของภาพยนตร์แอนิเมชันฮอลลีวูดมีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับ และมีทัศนคติใหม่ว่าเป็นความบันเทิงสำหรับกลุ่มวัยรุ่น วันทำงานตอนต้น โดยเริ่มจากให้ความสำคัญด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การคัดเลือกภาพยนตร์ และ การใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดเชิงกิจกรรมอย่างผสมผสานไปในทิศทางเดียวกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายชมภาพยนตร์แอนิเมชันในโรงภาพยนตร์มากขึ้น ในส่วนของผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการศึกษาด้านการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันฮอลลีวูด พบว่า สื่อที่ทำให้รู้จักภาพยนตร์แอนิเมชันมากที่สุดคือ ตัวอย่างภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ อีกทั้งยังมีทัศนคติว่าภาพยนตร์แอนิเมชันสร้างความบันเทิงได้ดีเหมาะกับทุกคน ไม่เฉพาะวัยเด็ก ทั้งนี้พบว่า การโฆษณาทางโทรทัศน์และตัวอย่างภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลต่อการเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความตั้งใจซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติต่อภาพยนตร์แอนิเมชันในเชิงบวก จะมีความตั้งใจซื้อบัตรชมภาพยนตร์ในอนาคตเช่นกัน

สุวิมล วงศ์รัก (2547) ศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย – เอเชีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ และโครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้าง

ไทย – เอเชีย ที่ออกฉายในประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2546 จำนวน 6 เรื่อง ได้แก่ จันดารา (2544) Three: อารมณ์ อารมณ์ อาฆาต (2545) The Eye: คนเห็นผี (2545) Nothing To Lose: หนึ่งบวกหนึ่งเป็นสูญ (2545) Last Life in The Universe: เรื่องรัก น้อยนิมิตมหาศาล (2546) และ The Park: สวนสนุกผี (2546) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของ ภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย มี 8 ประการ คือ 1) อัตลักษณ์ของโครงสร้างการเล่าเรื่อง เป็นการเล่า เรื่องที่วิพากษ์สภาวะความเป็นมนุษย์ และไม่เน้นการเล่าเรื่องแบบยึดตามตระกูลของภาพยนตร์ (Genre) 2) ลักษณะการยึดถือวัฒนธรรมตนเองแบบโลกตะวันออกเป็นศูนย์กลาง และเน้นการ วิพากษ์เปรียบเทียบกับวัฒนธรรมของโลกตะวันตก 3) การใช้วิธีการสื่อสารแบบบริบทสูง (High Context) ในการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ 4) การสร้างให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลุ่มประเทศเอเชีย ด้วยกัน 5) การถ่ายทอดประเด็นเกี่ยวกับครอบครัว 6) การถ่ายทอดประเด็นกตัญญูทางเพศ และสิทธิ ความเท่าเทียมกันของชาย-หญิง 7) การถ่ายทอดลักษณะโครงสร้างทางสังคมแบบอุปถัมภ์ 8) การ ปรากฏลักษณะร่วมของอิทธิพลพุทธศาสนาเรื่องกฎไตรลักษณ์ที่กล่าวถึงความไม่เที่ยงของทุกสรรพสิ่ง ในโลกนี้ โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย มีลักษณะดังนี้คือ โครงเรื่องเน้นการ คลี่คลายเรื่องด้วยการแก้ปัญหาในจิตใจ แก่นความคิดและข้อขัดแย้งเน้นวิพากษ์เกี่ยวกับสภาวะความ เป็นมนุษย์ และสภาพสังคม โดยสร้างคู่เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดแบบตะวันออกกับตะวันตก มีการ สร้างตัวละครแบบสมจริง มีการใช้ฉากและสัญลักษณ์พิเศษเพื่อสะท้อนบริบททางสังคมและ วัฒนธรรมของชาวเอเชีย ใช้มุมมองการเล่าเรื่องที่หลากหลาย

ปิยะจิต ทองมี (2545) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ชุนแผน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การดำเนินงานด้านการสื่อสาร การตลาด ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบ เจาะลึกกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยเรื่อง “ชุนแผน” ประกอบกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ และผลงานการสื่อสาร การตลาดของภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า มีการโฆษณาตาม สื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์ตัวอย่าง และสื่อวิดีโอ วอลล์ สำหรับการประชาสัมพันธ์จะดำเนินการเป็นระยะ ๆ โดยมีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งยังใช้วิธีการจัดงานแถลงข่าว การร่วมจัด งานเสวนา การจัดฉายภาพยนตร์รอบสื่อมวลชน และการจัดงานเลี้ยงฉลองรายได้ของภาพยนตร์ ในส่วนของการส่งเสริมการขาย ใช้วิธีการแจกโปสเตอร์ชิงรางวัลสร้อยคอทองคำ แจกของที่ระลึก ปริ๊มเมียมเซต รวมทั้งจัดทำเทปเพลงชุด อัจฉริยะรักจากวรรณคดีชุนแผน พร้อมกับจัดประกวดการร้อง รำและเต้นจากเพลงอีกด้วย สำหรับปัญหาและอุปสรรคจากการสื่อสารการตลาด พบว่า เกิดจากการ รับรู้และความคาดหวังของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย เพราะกลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้เกี่ยวกับความเป็นนักรัก

ของขุนแผนมาก่อนแล้ว เมื่อสื่อมวลชนเสนอข่าวเกี่ยวกับฉากรักในภาพยนตร์ จึงเป็นการตอกย้ำและส่งเสริมการรับรู้ของกลุ่มผู้ชมในภาพลักษณ์ของขุนแผน และปัญหาความคาดหวังที่ต้องการชมฉากการต่อสู้ เทคนิคพิเศษมากกว่าที่ปรากฏในภาพยนตร์ ทำให้ผู้ชมบางกลุ่มรู้สึกผิดหวัง นอกจากนี้ยังเกิดอุปสรรคในเรื่องของการสื่อสารการตลาดที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากไม่สามารถควบคุมการทำงานของบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้อย่างทั่วถึง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

2.2.1 ประวัติละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ เป็นรายการโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม เมื่อ ปี พ.ศ. 2498 (เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในประเทศไทย) โดยมีเรื่อง “สุยานี ไม่ยอมแต่งงาน” ออกอากาศเป็นเรื่องแรกเมื่อ วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2499 ในยุคแรกละครโทรทัศน์ไทยจะเป็นการนำการแสดงในรูปแบบละครเวทีมาแสดงสดผ่านทางช่องสถานีโทรทัศน์ และมีการบอกบทในขณะแสดง เนื่องจากนักแสดงในสมัยนั้นยังจำบทละครไม่ได้ หลังจากนั้นสถานีโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.) ช่อง 7 ได้เริ่มมีการผลิตละครโทรทัศน์มากขึ้น โดยมีการนำเรื่องราวจากละครเวที ภาพยนตร์ และเรื่องราวที่แต่งขึ้นใหม่มาใช้เป็นละครโทรทัศน์ จึงทำให้ละครโทรทัศน์เริ่มมีการแข่งขันกันเพื่อนำมาออกอากาศ (สินียา ไกรวิมล, 2545)

อย่างไรก็ตามละครโทรทัศน์กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง เมื่อปี พ.ศ. 2519 เนื่องจากมีการใช้เทปบันทึกภาพ และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 หรือช่อง 4 เดิม มีการจัดละครโทรทัศน์มากกว่าช่องอื่น ๆ ในขณะที่ พ.ศ. 2523 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ได้มีคำสั่งให้งดออกอากาศในช่วงเวลา 18.30 – 20.00 น. เพื่อให้ประหยัดพลังงาน จึงทำให้ละครได้รับความนิยมลดลง พร้อมกันนั้นภาพยนตร์จีนก็เข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น จึงทำให้ในปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2524 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ได้ขอความร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์ให้เสนอรายการของไทยแทนรายการต่างประเทศ ในช่วงเวลาหลังข่าว 20.00 น. จึงทำให้ละครไทยกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง (ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสรวง, 2552)

ละครโทรทัศน์ไทยจึงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เนื้อหาของละครโทรทัศน์โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องชนชั้นสูงในสังคมไทย ตัวละครจะมุ่งเน้นไปที่ฝ่ายดี ฝ่ายเลว สามารถคาดเดาตอนจบของเรื่องได้ง่าย และมักจะจบลงแบบมีความสุข มีการนำมาออกอากาศซ้ำกันบ่อยครั้ง และมีการสืบทอดเนื้อหาอุดมการณ์ซ้ำไปซ้ำมา เนื่องจากละครโทรทัศน์ไทยมักจะมีบทละครเนื้อหาที่แสดงเกินจริง ผู้แสดงหรือเนื้อหาในเรื่องจึงมีมิติเดียว ซึ่งเหตุผลน่าจะมาจากผู้ผลิตละครโทรทัศน์ต้องการที่จะให้มีผู้ชมเป็นจำนวนมาก หรือต้องการให้มีผู้สนับสนุนด้านการโฆษณาเป็นหลัก (นราพร สังข์ชัย, 2552)

ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยได้มีการออกอากาศตลอดเกือบทุกช่วงเวลาผ่านทาง สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ภายในประเทศ โดยผู้บริหารสถานีโทรทัศน์และผู้อำนวยการผลิตจะทำการ พิจารณาคัดเลือกโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ที่มีความน่าสนใจ เหมาะสมกับการผลิตรายการ รวมถึง คัดเลือกนักแสดงที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นพิเศษ และในปี พ.ศ. 2553 ละครโทรทัศน์ไทยได้รับการยอมรับจากผู้ชมในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่ง ประเทศดังกล่าวได้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในหลายเรื่อง เช่น สงครามนางฟ้า (พ.ศ. 2553) เลือดขัตติยา (พ.ศ. 2553) เลือดหงส์ (พ.ศ. 2553) เป็นต้น และในบางเรื่อง เช่น สงคราม นางฟ้า ก็ได้มีการผลิตเป็นทีวีดีจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย อีกทั้งนักแสดงไทยก็ยังได้รับความนิยมหลายคน อาทิ เจษฎาภรณ์ ผลดี, อีริเดซ วงศ์พัฑฒ์, ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ เป็นต้น (ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสรวง, 2552)

2.2.2 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครโทรทัศน์

จุดเริ่มต้นของละครโทรทัศน์ คือ ผู้จัดเสนอให้แก่คณะละคร โดยหัวหน้าจะเป็นผู้วางแผน ดำเนินการว่าจะผลิตละครประเภทไหน จะทำเรื่องอะไร บทประพันธ์ของใคร จะให้ใครเขียนบท และ จะให้ใครกำกับ ให้ใครแสดง โดยการประสานงานของหลาย ๆ ฝ่ายร่วมกัน ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับ บุคคล ดังต่อไปนี้ (สดใส พันธุมโกมล, 2521)

1) ผู้ประพันธ์และนักเขียนบท

ผู้ประพันธ์ คือ ผู้ที่แต่งเรื่องราวขึ้นมา อาจจะทำออกมาในรูปแบบของนิยายหรือเรื่องสั้น ผู้จัดนำมา ทำเป็นละครโทรทัศน์ โดยเปลี่ยนแปลงให้พร้อมที่จะแสดงได้ในรูปของบทละครโทรทัศน์ โดยผู้เขียน บทละครหรือคิดเรื่องขึ้นมาเอง และเขียนออกมาในลักษณะบทละครโทรทัศน์เลย

2) นักแสดง

เมื่อมีบทละครแล้ว เรื่องราวและตัวละครในบทจะปรากฏแก่สายตาผู้ชมได้ต้องอาศัย นักแสดง นักแสดงจะต้องมีความสามารถที่จะถ่ายทอดเรื่องราวและชีวิตจิตใจของตัวละครในเรื่องได้ อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามเนื้อเรื่อง และต้องรู้บทบาทของตัวเองที่จะต้องแสดง

3) ผู้กำกับการแสดง

นักแสดงจะแสดงได้สมบทบาทของตัวละครในเรื่องหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถส่วนตัว และการกำกับชี้แนะจากผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับการแสดงมีหน้าที่กำกับการแสดงของนักแสดงทุกคนให้เป็นไปตามบทบาทของตัวละครหรือให้แสดงสมบทบาท โดยควบคุมการซ้อมก่อนจะแสดงจริง นอกจากนี้ยังมีหน้าที่บอกทิศทางกล้องเคลื่อนไหวของนักแสดงด้วย

4) ผู้บอกบท

ผู้บอกบทเป็นคนที่ควบคุมบทบาทการพูดของนักแสดงให้เป็นไปตามบทละคร บอกบทบาง ตอนโดยการใช้ท่าทางประกอบด้วย เพื่อป้องกันความผิดพลาดของผู้แสดง

5) เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค ได้แก่ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการควบคุม สั่งการ ประสานงาน และกำกับงานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการผลิตละครโทรทัศน์ทั้งด้านภาพ เสียง แสง ฉาก อุปกรณ์กล้อง ตั้งแต่ก่อนการแสดงจริงจนกระทั่งการแสดงจริงให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ ซึ่งจะประกอบด้วยผู้กำกับรายการ (Director) ผู้กำกับเวที (Floor Manager) ช่างกล้อง (Camera Man) ผู้กำกับการแสง (Light Man) ผู้กำกับเสียง (Sound Man) ผู้จัดฉาก

2.2.3 ประเภทของละครโทรทัศน์ไทย

ประเภทของละครโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ (ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531)

- 1) เป็นละครสั้นที่สรุปเรื่องราวจบภายในตอนเดียว ใช้เวลาแสดงประมาณ 60 – 120 นาที และมักออกอากาศเป็นรายการสุดท้ายของทางสถานีซึ่งเทียบได้กับ ละครตอนพิเศษ (Dramatic Specials) ของอเมริกา
 - 2) เป็นละครที่สั้นที่สรุปเรื่องราวจบภายใน 30 หรือ 60 นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ เนื้อหาหลักของละครจะเป็นแนวเดียวกันตลอด และผู้แสดงชุดเดียวโดยตลอด ซึ่งเทียบได้รับ T.V Series.
 - 3) เป็นละครเรื่องยาวหลายตอน ซึ่งมีเรื่องราวดำเนินติดต่อกันไป โดยใช้ผู้แสดงชุดเดียวกันตลอด อาจใช้เวลาแสดงตอนละ 30 หรือ 60 นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ 2 – 3 วันต่อสัปดาห์ หรือ 5 วันต่อ สัปดาห์ หรือเป็นประจำทุกวันในเวลาเดียวกัน เทียบกับ T.V Serials หรือ T.V. Soap Operas (soap)
 - 4) เป็นละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์ ที่ผลิตเป็นเรื่องราวซึ่งมีความยาวตั้งแต่ต้นจนจบมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป โดยแบ่งออกฉายออกอากาศติดต่อกันไปเรื่อย ๆ ในวันเวลาเดียวกัน หรือสัปดาห์ต่อไปเรื่อย ๆ จนจบเรื่อง ซึ่งเทียบได้กับละครตอนสั้นออกอากาศอย่างต่อเนื่อง (Miniseries)
 - 5) เป็นลักษณะละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์อีกแบบหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากทั่ว ๆ ไป คือจะเป็นเรื่องจบในตอน ผู้แสดงจะไม่เป็นชุดเดียวกันโดยตลอด เรื่องที่นำมาแต่ละตอนไม่เกี่ยวเนื่องกันเลย แต่แนวเรื่องทุกเรื่องจะเป็นไปทำนองเดียวกัน
 - 6) เป็นละครโทรทัศน์ประเภทละครตลก ขวบนหัวหรือเสียดสีสังคม ลักษณะการออกอากาศจะออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ หรือทุกวันในเวลาเดียวกัน ละครประเภทนี้อาจจะจัดแสดงในห้องส่งพร้อมทั้งอัดเทปไปด้วย และมักจะแสดงต่อหน้าผู้ชมชมในห้องส่งด้วย ละครประเภทนี้จึงไม่ใช่ฉากมากนัก อาจจะมีเพียง 2 – 3 คน และไม่ใช้ฉาก โดยแสดง 2 – 3 คน และเป็นคนชุดเดิมตลอด
- นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทละครโทรทัศน์จำแนกตามเนื้อหา โดยละครโทรทัศน์แรกเริ่มได้รับอิทธิพลมาจากละครเวที และต่อมาเมื่อเกิดมีสื่อภาพยนตร์ขึ้น และมีการสร้างภาพยนตร์

แพร่หลายละครโทรทัศน์ก็ได้รับเอารูปแบบภาพยนตร์มาใช้ จึงทำให้เกิดละครขึ้นมาหลากหลายประเภท ซึ่งละครสามารถแบ่งออกเป็น 11 ประเภท ประกอบด้วย (ชยพล สุทธิโยธิน และสันติ เกษมสิริทัศน์, 2548)

1) ละครโศกนาฏกรรม (Tragedy) เป็นละครที่มีเน้นความเจ็บปวด ทรมาน จนทำให้เกิดความสงสาร เห็นอกเห็นใจ โดยเฉพาะตัวเอกในละคร ซึ่งเกิดจากลักษณะนิสัยส่วนตัวของตัวละคร และจะทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจในความเป็นไปของชีวิต เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “คู่กรรม” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พ.ศ. 2556 นำแสดงโดย สุกฤษฎ์ วิเศษแก้ว และหนึ่งธิดา โสภณ

2) ละครตลกแบบขบขัน (Comedy) ละครตลกแบ่งออกเป็น 2 แบบใหญ่ ๆ คือ ละครตลกแบบฟาร์ส (Farce) เป็นละครตลกที่เก่าแก่ที่สุด ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของละครตลกอื่น ๆ และ ละครตลกแบบคอมดี้ (Comedy) เป็นละครตลกที่เรียบ ๆ เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “รักออกฤทธิ์” นำแสดงโดย ธนวรรธน์ วรรธนะภูติ และนิษฐา จิรยั่งยืน ออกอากาศทางไทยทีวีสีช่อง 3 พ.ศ. 2557

3) ละครชีวิตรักอิงนิยายหรือโรมานซ์ (Romance) หรือ โรแมนติก (Romantic) เป็นละครที่มุ่งเน้นให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อความรัก อยากมีความรักหรือคนรักเหมือนในละครที่ได้รับชม ซึ่งวัตถุประสงค์ของละครประเภทนี้เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวันของผู้รับชม เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “ดอกกรักริมทาง” นำแสดงโดย สุกฤษฎ์ วิเศษแก้ว และ วรรณรท สนธิไชย เริ่มออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์อันสุยของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน พ.ศ. 2554

4) ละครเซ้นติเมนเทิลดราม่า (Sentimental Drama) เป็นละครที่แอบแฝงการให้คิดเตือนใจให้แก่ผู้รับชม โดยมุ่งเน้นการสร้างตอนจบแบบการพบกับความสุขในชีวิต เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “หัวใจศิลา” เริ่มออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์อันสุยของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน พ.ศ. 2556

5) ละครชีวิตเรจรมย์ หรือเมโลดราม่า (Melodrama) เป็นละครที่เน้นโครงเรื่องที่สนุกสนานให้แก่ผู้รับชม โดยใช้ตัวเอกที่ทำให้ผู้ชมจดจำได้ง่าย มีความกล้าหาญ มีน้ำใจ มีความอดทน สำหรับตัวร้าย ก็จะมีบุคลิกที่แข็งแรง อดทน หน้าตาไม่ตีมากนัก มีความร้ายกายแทบทุกด้าน เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แผลเก่า” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นำแสดงโดย ชีรเดช วงศ์พัทพันธุ์ และเข็มอัปสร สิริสุขะ

6) ละครแนวบู๊ (Action) เป็นละครที่นำเสนอเรื่องราวความเก่งกล้าหาญของตัวเองที่เป็นวีรบุรุษ (Hero) ที่มุ่งปกป้องคุ้มครองสังคมและโลกให้ปลอดภัยจากการกระทำของตัวร้าย เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “นักสู้มหากาฬ” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พ.ศ. 2556 นำแสดงโดย ศุภวัฒน์ คณารส และภัทรธิดา พัชรวีระพงษ์

7) ละครแนวผจญภัย (Adventure) เป็นตัวละครที่นำเสนอเรื่องราวการผจญภัยไปยังดินแดนต่าง ๆ ที่ลึกลับมหัศจรรย์ เต็มไปด้วยเรื่องตื่นเต้นระหวางการเดินทาง การเผชิญกับสิ่งที่เร้นลับ สิ่งแปลกใหม่ สิ่งที่ทำทหายความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “โก๊ะ 8 ตะลุยแดนมหัศจรรย์” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พ.ศ. 2557 นำแสดงโดย อานัส พาพานิช และปณยาพร พูลพิพัฒน์

8) ละครลึกลับสยองขวัญ (Horror) เป็นละครที่มีเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นปมปริศนาปมแฝงเร้น ขว่นตื้นตัน สยองขวัญ เกี่ยวข้องกับภูตผีปิศาจต่าง ๆ เวทมนตร์ เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “สุสานคนเป็น” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พ.ศ. 2557 นำแสดงโดย อนุวัฒน์ ถนนมรด และจිරนนท์ มะโนแจ่ม

9) ละครฆาตกรรม (Crime) เป็นละครที่นำเสนอเรื่องราวของเหตุการณ์ การฆาตกรรม การตายของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการวางแผน การฆ่าคนตายเพื่อการแก้แค้น เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “เวียงร้อยดาว” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พ.ศ. 2557 นำแสดงโดย ณัฐพร เตมีรักษ์ณ กัปกฤษฎา พรเวโรจน์

10) ละครสืบสวนสอบสวน (Suspense) เป็นละครที่เน้นการสืบสวน เพื่อค้นหาบุคคลผู้อยู่เบื้องหลังการกระทำต่าง ๆ เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง สาวฮอตยอดนักสืบ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พ.ศ. 2555

11) ละครพื้นฐาน (Folktale) เป็นละครที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวข้องกับนิทานพื้นบ้าน เทพนิยาย เรื่องปรัมปรา เรื่องเล่าในสังคม เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แก้วหน้าม้า” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พ.ศ. 2544 นำแสดงโดย ไชยา มิตรไชย และสิริมา อภิรัตน์พันธ์

จะเห็นได้ว่าละครโทรทัศน์ของไทยที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายของรูปแบบละคร ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนโดยส่วนใหญ่จะเป็นละครโทรทัศน์ที่มีเรื่องราวความรักในชีวิตของคน และความรักของครอบครัว นอกจากนี้ประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนยังมีโอกาสที่จะสร้างละครโทรทัศน์ร่วมกันมากกว่าประเทศอื่น เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน จึงสามารถที่จะสร้างละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่นและละครย้อนยุค หรือละครความรักและแนวสยองขวัญได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถสร้างการยอมรับในละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวจีนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้เพิ่มมากขึ้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง

การเล่าเรื่องนั้นเป็นกลวิธีสำคัญที่ทำให้เราสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เป็นการจัดระเบียบที่ทำให้เราเข้าใจต่อโลก และการก่อร่างสร้างความคิดและค่านิยมในเรื่องราว

ต่าง ๆ สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narratology) นั้น Tilly (1991 อ้างใน ฉลองรัตน์ ทิพย์พินาน, 2539) ได้อธิบายไว้ว่า การเล่าเรื่อง เป็นการก้าวข้ามจากการศึกษาเนื้อหาไปสู่ความสนใจ ในโครงสร้างของการเล่าเรื่อง (Structure) และวิธีการเล่าเรื่อง (Process) ของสื่อแต่ละชนิด

การเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์นั้น คือ ความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา หนึ่ง โดยอาจจะเริ่มต้นด้วยเหตุการณ์หนึ่ง ที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อเหตุและผลนั้น จนก่อให้เกิดสถานการณ์ใหม่ และนำไปสู่ตอนจบของการเล่าเรื่อง

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่องนั้น ถือเป็นส่วนสำคัญในละครโทรทัศน์นั้นสามารถ ทำการศึกษาได้โดยการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของเรื่องเล่าดังต่อไปนี้

1) โครงเรื่อง (Plot) คือ ลักษณะชุดของเหตุการณ์ทั้งหมดในเรื่องที่ร้อยเรียงกัน และดำเนิน ไปตั้งแต่ต้นจนจบ โดยโครงเรื่องจะเป็นเนื้อเรื่องในลักษณะที่เป็นสาระสำคัญของเนื้อเรื่อง ซึ่งจะมีการ ลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องไว้ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การเริ่มเรื่อง (Exposition) (2) การ พัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) (3) ภาวะวิกฤติ (Climax) หรือจุดสุดยอด ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อ เรื่องราวกำลังถึงจุดแตกหัก และตัวละครอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจ (4) ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) และ (5) การยุติของเรื่องราว (Ending) ซึ่งเป็นการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมด

2) แก่นความคิด (Theme) คือ ความคิดหลักในการดำเนินเรื่อง นับเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบ ที่มีความสำคัญต่อการเล่าเรื่อง โดยเฉพาะเมื่อต้องการวิเคราะห์ถึงใจความสำคัญของเรื่อง เราจำเป็น อย่างยิ่งที่จะต้องจับใจความสำคัญของเรื่องไว้ให้ได้ มิเช่นนั้นจะไม่อาจรู้ถึงแนวคิดหลักที่ผู้เล่าต้องการ ถ่ายทอดให้ทราบ แก่นความคิดเข้าใจได้จากการสังเกตองค์ประกอบต่าง ๆ ในการเล่าเรื่อง เช่น การ สังเกตชื่อเรื่อง ชื่อตัวละคร ค่านิยม คำพูด หรือสัญลักษณ์พิเศษที่ปรากฏในเรื่อง

สำหรับแก่นความคิดที่ได้รับความนิยม และพบได้บ่อย ๆ มีอยู่ไม่มากนัก โดยมากมักเป็นเรื่อง เกี่ยวกับความดี ความชั่ว ความรัก และความเกลียด แก่นความคิดยังสามารถแบ่งย่อยลงไปเป็น รายละเอียดในการสนับสนุนความคิดหลัก โดยความคิดย่อยทั้งหมดจะมีลักษณะร่วมกันบางประการ หรือเดินไปในทิศทางเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นในการพิจารณาแก่นความคิดใด ๆ การแยกย่อยความคิด ปกติจะย่อยจะทำให้เราสามารถเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3) ตัวละคร (Character) คือ บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเรื่องราวในเรื่องเล่า องค์ประกอบซึ่งสำคัญอีกส่วนที่ขาดไม่ได้ สำหรับการศึกษาเรื่องทุกชนิด โดยส่วนประกอบของตัวละคร จะต้องมียุคประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นความคิด และส่วนที่เป็นการกระทำสำหรับความคิด ของตัวละครนั้น โดยปกติจะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงจนกว่าจะมีเหตุผลที่สำคัญเพียงพอสำหรับการ เปลี่ยนแปลง ตัวละครที่ดีจะมีความคิดเป็นของตัวเอง สิ่งที่จะมากำหนดความคิดและจิตใจของตัว ละครนั้นก็อยู่ที่ภูมิหลังของตัวละคร เช่น ชีวิตวัยเด็ก การศึกษา และสถานภาพทางสังคม เป็นต้น เช่น ตัวละคร วันเฉลิม ในละครโทรทัศน์เรื่อง “ทองเนื้อเก้า” (พ.ศ. 2556) วันเฉลิมเป็นตัวละครที่

เปรียบเสมือนทองเนื้อแท้ที่ไม่ว่าจะอยู่ในที่แห่งหนใดก็ยังสามารถรักษาคุณงามความดีของตัวเองไว้ได้เสมอ

4) ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นปัญหาหรืออุปสรรค ขัดขวางไม่ให้ตัวละครเอกเข้าไปถึงเป้าหมายได้ง่าย ซึ่งเป็นสิ่งที่ตัวละครต้องพบ และต้องขจัดให้หมดไปโดยอาศัยพลังทုံเมทั้งกายและใจ ไม่ใช่สิ่งที่พุดคุยแล้วหายไป ความสนุกมักจะอยู่ในช่วงของโครงเรื่องที่มีความขัดแย้งนี้ ซึ่งความขัดแย้งที่พบเห็นบ่อย ๆ ในเรื่อง ได้แก่ (1) ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน คือ การที่ตัวละครสองฝ่ายไม่ลงรอยกัน แต่ฝ่ายต่อต้านกัน หรือพยายามทำลายล้างกัน เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง “เมียหลวง” บทประพันธ์โดย คุณกฤษณา อโศกสิน ซึ่งเป็นละครที่แสดงให้เห็นว่านางเอกของละครถูกแย่งแฟนหรือสามีโดยนางร้าย เป็นต้น (2) ความขัดแย้งระหว่างคนกับตัวเขาเอง เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในตัวละครเองที่มีความสับสนหรือยุ่งยากลำบากใจในการตัดสินใจเพื่อจะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความขัดแย้งภายในจิตใจที่ต้องเลือกกระทำในสิ่งที่ถูกต้องศีลธรรมกับสิ่งที่ปรารถนา เป็นต้น เช่น ตัวละคร คำแก้ว ในละครโทรทัศน์เรื่อง มงกุฎดอกส้ม (พ.ศ. 2553) ซึ่งแสดงเป็นภรรยาคนที่ 4 ของท่านเจ้าสัว เป็นผู้หญิงที่ฝืนถึงความรักที่มาจาก การแต่งงานอย่างสวยงาม จนลืมนึกไปว่าในบางครั้งความจริงกับความฝันช่างห่างไกลกัน คำแก้วเป็นคนอดทน รักความยุติธรรม ไม่ยอมให้ใครมากดขี่ข่มเหงตนเองถ้าตนเองไม่ได้เป็นฝ่ายผิด จนทำให้ในบางครั้งก็กลายเป็นคนเลือดเย็นไปโดยที่ไม่รู้ตัว ยอมทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ แม้ว่าสิ่งนั้นจะเป็นการกระทำที่ผิดและต้องโกหกก็ตาม (3) ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นความขัดแย้งที่แสดงให้เห็นว่าตนมีกำลังหรือความสามารถเหนือธรรมชาติ เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง The Sixth Sense สื่อรักสัมผัสหัวใจ (พ.ศ. 2555) ซึ่งเป็นนิยายที่กล่าวถึงผู้หญิง 5 คนที่มีความสามารถพิเศษเหนือธรรมชาติ โดยมีสัมผัสที่หก และผู้หญิงทั้ง 5 คนจะมีความสามารถแตกต่างกันไป แต่มีจุดประสงค์เดียวกัน คือ ปลดปล่อยเหล่าวิญญาณที่มีหวังให้ไปสู่สุคติ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)

5) ฉาก (Setting) นับเป็นองค์ประกอบหนึ่งในเรื่องเล่าทุกประเภท ทั้งนี้เนื่องจากเรื่องเล่าคือการถ่ายทอดเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน และเพราะเหตุการณ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ฉากยังมีความสำคัญในแง่ที่สามารถบ่งบอกความหมายบางอย่างของเรื่อง และมีความสัมพันธ์กับบุคลิกของตัวละครด้วย ดังนั้นฉากจึงเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในละครโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ทำการศึกษาที่จะได้รับรู้สาระสำคัญของเรื่อง เช่น ฉากสวยงาม หรือฉากที่บ่งบอกที่เกิดเหตุ เช่น ป่าในพระราชวัง เป็นต้น

6) สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) ลักษณะการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์นั้นมักจะมีการใช้สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) เพื่อสื่อความหมายอยู่เสมอ โดยเป็นสัญลักษณ์ที่มีความสำคัญในละครโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะเป็นวัตถุ สถานที่ สิ่งมีชีวิตก็ได้ เช่น วัด หรือพระพุทธรูป ที่มีความหมายเพื่อสื่อถึง

สถานที่อันเป็นที่สงบ เป็นแหล่งรวมของผู้ปฏิบัติธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยมีพระพุทธรูปซึ่งเป็นที่เคารพบูชาของผู้ที่มาปฏิบัติธรรมที่วัด เป็นต้น (“ความหมายของวัด”, 2554)

7) มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of View) มุมมองในการเล่าเรื่อง คือ การมองเหตุการณ์ การเข้าใจพฤติกรรมของตัวละครในเรื่องผ่านสายตาของตัวละครตัวใดตัวหนึ่ง หรือหมายถึงการที่ผู้เล่ามองเหตุการณ์จากวงใกล้ชิด หรือจากวงนอกในระยะห่าง ๆ ซึ่งแต่ละมุมมองก็จะมีความน่าเชื่อถือต่างกัน มุมมองในการเล่าเรื่องมีความสำคัญต่อการเล่าเรื่องอย่างยิ่ง เพราะจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ชม และมีผลต่อการชักจูงอารมณ์ของผู้เสพเรื่องเล่า ซึ่งจุดยืนพื้นฐานในการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์มี 4 ประเภท คือ

7.1) การเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่หนึ่ง (The First-Person Narrator) คือ การเล่าเรื่องที่ตัวละครที่เป็นตัวเอกของเรื่องเป็นผู้เล่าเรื่องเอง ข้อสังเกตคือ ละครโทรทัศน์ที่เล่าเรื่องด้วยมุมมองประเภทนี้คือจะปรากฏคำว่า “ฉัน” หรือ “ผม” อยู่เสมอ ทำให้ผู้ชมรู้สึกใกล้ชิดกับเหตุการณ์ การเล่าเรื่องแบบนี้ใช้ในละครโทรทัศน์ประเภทนักสืบ และละครโทรทัศน์ประเภทอัตชีวประวัติ

7.2) การเล่าเรื่องจากมุมมองของบุคคลที่สาม (The Third-Person Narrator) คือ การที่ผู้เล่ากล่าวถึงตัวละครตัวอื่น เหตุการณ์อื่น ที่ตัวผู้เล่าพบเห็นหรือเกี่ยวข้องกับ

7.3) การเล่าเรื่องจากมุมมองที่เป็นกลาง (The Objective) เป็นมุมมองที่ผู้สร้างพยายามให้เกิดความเป็นกลาง ปราศจากอคติในการนำเสนอ ดังนั้นการเล่าเรื่องชนิดนี้ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงตัวละครได้อย่างลึกซึ้ง เพราะเป็นการเล่าจากวงนอก เป็นการสังเกต หรือรายงานเหตุการณ์ โดยให้ผู้ชมตัดสินใจเรื่องราวเอง

7.4) การเล่าเรื่องแบบรู้รอบด้าน (The Omniscient) หรือการเล่าเรื่องแบบพหุสุด คือ การเล่าเรื่องที่ไม่มีข้อจำกัดสามารถหยั่งรู้จิตใจของตัวละครทุกตัว สามารถย้ายเหตุการณ์ สถานที่ และข้ามพ้นข้อจำกัดด้านเวลา สามารถย้อนอดีต ก้าวไปในอนาคต และสามารถสำรวจความคิดฝันของตัวละครได้อย่างไร้ขอบเขต

8) ภาษา (Diction) หมายถึง ภาษาในละคร ได้แก่ คำพูดที่ใช้ในละคร ชื่อเรื่อง ชื่อตัวละคร และบทสนทนา ตลอดจนการกำหนดทิศทางบนเวที (Stage Direction) ภาษาในละครจะสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ไปยังผู้ชม บทสนทนาจะเป็นทางที่ตัวละครแสดงออกถึงความคิด และความรู้สึกออกมา ศิลปะการใช้ภาษาเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การเขียนบทละครที่ดี แม้ว่าจะมีโครงเรื่อง ตัวละคร และความคิดที่ดี หากไม่มีศิลปะในการใช้ภาษาก็ไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและความคิดสู่ผู้ชมได้อย่างชัดเจนและน่าฟัง บทสนทนาที่ดีต้องให้เหมาะสมกับประเภทของเนื้อหาของละครและบ่งบอกถึงลักษณะนิสัยของตัวละครที่จะพูด ความคิดอ่าน และอารมณ์ของผู้พูด ซึ่งทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงตัวละครได้เป็นอย่างดี

9) เสียง (Sound) หมายถึง เสียงในละครทั้งหมด ได้แก่ เสียงพูดสนทนา (Dialogue) เสียงเพลง หรือดนตรี (Song) และเสียงประกอบ (Sound Effect) หรือเสียงจากสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็น อวัจนสาร (Verbal) ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยพัฒนาโครงเรื่อง และสาระของเรื่อง เสียงที่น่าเสนอในละครจะต้องถูกเลือกสรรเพื่อก่อให้เกิดการกระตุ้นอารมณ์ และสร้างจินตนาการของผู้รับชม

10) จุดจบ (Ending) จุดจบของเรื่อง แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ แบบสมหวัง (Happy Ending) ซึ่งจะทำให้ผู้ชมรู้สึกอิ่มเอมใจ และแบบผิดหวัง (Sad Ending) ซึ่งจะทำให้ผู้ชมรู้สึกสะเทือนใจ โดยโครงสร้างเรื่องในช่วงตอนจุดจบนี้จะประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ คือ (1) แนะนำ (Introduction) (2) สร้างเงื่อนไข (Suspense) (3) สร้างวิกฤตการณ์ (Crisis) (4) จุดวิกฤตสูงสุด (Climax) และ (5) ผลสรุป (Conclusion)

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 10 ประการนี้ล้วนมีความสำคัญต่อการสร้างละครโทรทัศน์ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้น มีมุมมองอย่างไรต่อแนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ในองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเป็นอย่างยิ่ง

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

2.4.1 คำจำกัดความ “การสื่อสารการตลาด”

ซินจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2548) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) คือ รูปแบบของการสื่อสารที่มีผู้ส่งข่าวสาร คือ ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ ผู้จัดจำหน่ายสินค้า ฝ่ายโฆษณาของบริษัท บริษัทตัวแทนโฆษณา พนักงานขาย เป็นต้น ส่งข่าวสารในรูปของสัญลักษณ์ ภาพ เสียง แสง การเคลื่อนไหว ตัวอักษร คำพูด เสียงเพลง ฯลฯ ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ หรือส่งตรงไปยังผู้รับข่าวสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้รับส่งข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับข่าวสารตอบสนองไปในทิศทางที่ต้องการ

เสรี วงษ์มณฑา (2547) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หมายถึง กระบวนการของพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

จากความหมายและคำจำกัดความต่าง ๆ ดังที่มีผู้กล่าวไว้แล้วนั้น อาจสรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อที่จะสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ และสร้างการยอมรับในผลิตภัณฑ์หรือบริการจากผู้บริโภค โดยมุ่งหวังที่จะให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการตามความต้องการของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ซึ่งสำหรับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสำหรับละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้น หมายถึง

การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ผู้ชมที่อยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เกิดการยอมรับในละครโทรทัศน์ไทย จนเกิดพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศผ่านทางช่องต่าง ๆ ภายในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

2.4.2 กิจกรรมในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Richard, 2003 อ้างใน เสรี วงษ์มณฑา, 2547)

การจัดกิจกรรมในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมี 3 กิจกรรม ดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising)

การโฆษณา หมายถึง การใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ที่สามารถนำส่งข่าวสารไปสู่ผู้รับข่าวสารได้อย่างทั่วถึงภายในระยะเวลาอันรวดเร็วผ่านสื่อต่าง ๆ อันได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารต่าง ๆ และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง โบชัวร์ แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยในการทำโฆษณา ได้แก่

1.1) การจำแนกประเภทของการโฆษณา (Type of Advertising) การแบ่งประเภทของการโฆษณาทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1.1.1) การโฆษณาที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product Advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งไปตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง เป็นการให้ข้อมูลหรือข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์และคุณสมบัติพิเศษ เพื่อชักจูงให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินค้า

1.1.2) การโฆษณาเน้นที่ตัวสถาบัน (Institution Advertising) เป็นการโฆษณาที่ต้องการให้ผู้รับข่าวสารทราบถึงการขยายกิจการหรือสาขา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ เช่น การจัดกิจกรรมฉลองครบรอบ 50 ปีของบริษัท การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

1.1.3) การโฆษณาเน้นที่กลุ่มผู้บริโภค อุตสาหกรรม และคนกลาง (Consumer Industrial and Trade Advertising) เป็นการโฆษณาที่เน้นไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อโดยตรง อาจเป็นกลุ่มผู้บริโภคสุดท้ายหรือผู้บริโภคทางอุตสาหกรรมที่ซื้อสินค้านั้นไปใช้ในการผลิต เป็นการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้น ใจผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ให้สนใจที่จะซื้อสินค้าของบริษัทไปเพื่อขายต่อ

1.1.4) การโฆษณาที่มุ่งเน้นกระตุ้นความต้องการพื้นฐาน และความต้องการชั้นเลือกเฟ้น (Primary and Selective Demand Advertising) ถ้าเป็นการโฆษณาที่มุ่งเน้นกระตุ้นความต้องการพื้นฐานจะเป็นการโฆษณาที่ให้รายละเอียดเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าว่าใช้ประโยชน์อะไร อย่างไรบ้าง ถ้าหากเป็นการโฆษณาที่มุ่งกระตุ้นความต้องการชั้นเลือกเฟ้นจะเป็นการโฆษณาที่เน้นความแตกต่างของตราสัญลักษณ์ เพื่อให้ลูกค้ายอมรับและเลือกผลิตภัณฑ์ของบริษัทแทนของคู่แข่ง

1.2) สื่อโฆษณา (Advertising Media) ในการวางแผนกลยุทธ์โฆษณา นอกจากจะขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์ข่าวสารที่มีลักษณะดึงดูดใจในสายตาและการรับรู้ของผู้รับ ข่าวสารเป้าหมายแล้วยังจะต้องอาศัยการเลือกสื่อโฆษณา (Media) ที่สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับ ข่าวสารเป้าหมาย ตลอดจนเลือกระยะเวลา และวิธีการในการเผยแพร่ข่าวสารโฆษณา โดยคำนึงถึง ระยะเวลา และต้นทุน ซึ่งสื่อสำหรับโฆษณาหลัก ๆ มีดังนี้

1.2.1) โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเข้าถึงกลุ่ม ผู้บริโภคได้ดีที่สุด เพราะจะต้องใช้ทั้งประสาทตา และประสาทหูไปพร้อม ๆ กัน สื่อโฆษณาสามารถ เข้าถึงผู้ชมจำนวนมากทั่วประเทศ เกิดการรับรู้ได้ง่าย รวมทั้งลักษณะของการแบ่งเวลาของ สถานีโทรทัศน์ ก็จัดแบ่งเวลาตามกลุ่มของผู้บริโภค เช่นรายการเด็ก รายการแม่บ้าน รายการข่าว และอื่นๆ ทำให้ผู้ผลิตหรือองค์กรธุรกิจสามารถเลือกช่วงเวลาที่จะส่งเสริมการขายได้อย่างเหมาะสม และมีข้อสำคัญคือ สามารถกระตุ้นความสนใจจากเนื้อหาเรื่องราวของโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอ และชักจูงให้ซื้อสินค้า ทั้งให้อารมณ์ ความรู้สึก รับรู้ต่อชื่อเสียงของสินค้ามากกว่าที่พบได้จากสื่ออื่น และโทรทัศน์ยังเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง ผู้ชมจะสามารถพบเห็นโฆษณาเพื่อการค้าได้ทุกครั้งที่เปิด รับชมรายการที่สนใจ

1.2.2) หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อโฆษณาหนึ่งที่มีผู้นิยม ใช้กันมาก เพราะสามารถครอบคลุมพื้นที่และจำนวนผู้รับได้กว้างขวาง โดยเฉพาะถ้าหนังสือพิมพ์นั้นมี ปริมาณการพิมพ์จำหน่ายสูง และถ้าต้องการส่งสื่อข้อความในเขตท้องถิ่น ก็อาจเลือกหนังสือพิมพ์ ระดับท้องถิ่นเป็นสื่อในการสนับสนุนการโฆษณาได้ นอกจากนี้ สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ยังแบ่ง ออกเป็นกลุ่มตามระดับอายุ การศึกษา เพศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคได้ และการตีพิมพ์โฆษณาสินค้า คำขวัญ การพาดหัวที่สะดุดตา น่าสนใจ ก็จะสามารถชักจูงให้ผู้บริโภค สนใจและอ่านในรายละเอียดของสินค้าได้

1.2.3) นิตยสาร (Magazine) เป็นสื่อโฆษณาที่มีช่วงชีวิตยาวนาน กว่าสื่อทางหนังสือพิมพ์ และเป็นสื่อที่สามารถใช้ภาพเพื่อชักจูงความสนใจจากผู้อ่านได้ และนิตยสาร นี้จะเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่ม เช่น นิตยสารรถยนต์ นิตยสารกีฬา นิตยสารผู้หญิง นิตยสาร ท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้ผลิตสามารถใช้สื่อโฆษณานี้เข้าสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ นอกจากนี้ รูปแบบของ นิตยสารมีรูปเล่มและสีสันสวยงาม ผู้อ่านสนใจที่จะเก็บรักษาเอาไว้ เมื่อนำมาอ่านใหม่ก็จะได้เห็นภาพ โฆษณานั้นไปด้วย ในด้านการให้ข้อมูลและจูงใจผู้บริโภคที่กำลังแสวงหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อ ก็จะสามารถหาค้นคว้าอ่านรายละเอียดจากนิตยสารที่มีเนื้อหาดังกล่าวเพิ่มเติม เช่น ผู้ที่กำลังซื้อ รถยนต์ก็จะอ่านข้อมูลรถยนต์ที่ตนสนใจจากนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ซึ่งมีหน้าโฆษณารถยนต์ ตีพิมพ์อยู่ ผู้อ่านสามารถพบเห็นรายละเอียดได้และโดยมากแล้วกลุ่มผู้ชอบอ่านนิตยสารรถยนต์ส่วน ใหญ่จะเป็นเพศชาย

1.2.4) วิทยุ (Radio) เป็นสื่อโฆษณาที่ครอบคลุมผู้บริโภคในวงกว้าง ต้นทุนของการโฆษณาโดยใช้สื่อประเภทนี้มีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยสามารถซื้อวิทยุได้ในราคาไม่แพง ทั้งผู้ไม่รู้หนังสือก็สามารถได้รับประโยชน์จากสื่อโฆษณานี้ได้ และมีจุดดี คือ สามารถเลือกกลุ่มผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ การโฆษณาสินค้าทางวิทยุสามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เรื่องราวของสินค้า

1.2.5) สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) เป็นป้ายโฆษณาที่ทำด้วยไม้หรือป้ายโฆษณาที่ใช้ไฟฟ้า การใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้ไม่ได้เจาะจงไปที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่มุ่งเพื่อเตือนความทรงจำของผู้บริโภคที่ผ่านสัญจรไปมา ดังนั้น การใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้จะต้องเลือกทำเลในการติดตั้งและการใช้ข้อความต้องสั้น กระชับ ชัดเจน และได้ใจความ สีสันจะต้องสะดุดตา สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลทั่วไปให้เกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ได้

1.2.6) สื่อโฆษณา ณ แหล่งที่ลูกค้าซื้อ (Point of Purchase Advertising) เป็นการนำเอาวัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง ณ จุดขายมาตกแต่งโชว์รวม หน้าร้าน เช่น แผ่นป้ายผ้า โปสเตอร์ ธงราว สติกเกอร์ และอื่น ๆ เพื่อชักจูงให้ลูกค้าสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้า ทั้งยังเป็นการแจ้งข่าวสารของผลิตภัณฑ์กระตุ้นการรับรู้และการสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค

2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และกิจกรรมขององค์กรไปสู่ผู้รับสารได้รับทราบความเคลื่อนไหว และเกิดความเข้าใจที่ดีต่อบริษัท ได้แก่ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข่าวสารเกี่ยวกับการขาย และบริการรวมทั้งกิจกรรมเพื่อส่งเสริมประโยชน์แก่สังคม โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ โทรทัศน์

กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

(1) ผู้ผลิต สิ่งทีองค์กรธุรกิจต้องการได้รับจากผู้ผลิตนอกเหนือจากวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่มีราคา และคุณภาพตามความต้องการแล้ว ธุรกิจยังต้องการความร่วมมือหรือความช่วยเหลือเป็นพิเศษในบางกรณี เช่น กรณีการจัดซื้อวัตถุดิบแบบเร่งด่วน การขอยืดเวลาการชำระค่าวัตถุดิบ การขอยืนยันราคาวัตถุดิบในราคาเดิม เป็นต้น กิจกรรมการประชาสัมพันธ์โดยรวม ตลอดจนการให้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ก็จะมีส่วนช่วยกระจายข่าวและสร้างทัศนคติตลอดจนความเชื่อมั่นให้แก่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบได้

(2) สื่อ เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อ นิตยสาร สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นต้น ในปัจจุบันได้มีการใช้พื้นที่ของสื่อต่าง ๆ เหล่านี้เป็นจำนวนมากในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยการจัดซื้อพื้นที่ของสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ ส่วนใหญ่จะทำการซื้อขายผ่านตัวแทนที่ติดต่อกับสื่อต่าง ๆ

(3) ชุมชนหรือสาธารณชน ชุมชนจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งของการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้รับความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินธุรกิจจากชุมชน ตลอดจนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ลดปัญหาความขัดแย้งกับชุมชน ตัวอย่าง กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรม มีทแอนด์กรี๊ด ระหว่างแฟนคลับและแฟนละครชาวจีนกับนักแสดงไทย สุกฤษฎ์ วิเศษแก้ว (ปี เดอะสตาร์) เป็นต้น

(4) หน่วยงานของรัฐ การบริจาคสิ่งของหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ นอกจากจะเป็นโฆษณาตราสินค้าของธุรกิจแล้วยังช่วยสร้างทัศนคติและภาพลักษณ์ในทางบวกต่อธุรกิจ ซึ่งวิธีนี้เป็นที่นิยมใช้ในองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เพราะการขยายงานหรือการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ซึ่งรัฐบาลไทยในสมัยนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้ให้การสนับสนุนในการนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

(5) ลูกค้าย จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ นอกจากจะต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจแล้วยังจะต้องมุ่งขายผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในท้ายที่สุดด้วย และนับวันการประชาสัมพันธ์ก็จะยิ่งเพิ่มบทบาทมากขึ้นในการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication: IMC) เนื่องจากเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ผู้รับข่าวสารเป้าหมายรู้สึกถึงความเป็นกลางของข่าวสาร และไม่รู้สึกรว่าถูกบังคับให้รับข่าวสาร เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่น ๆ อย่างเช่น การโฆษณาและการขายโดยบุคคล เครื่องมือประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่ถูกออกแบบมาเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าหรือการบริการมากขึ้น เช่น การเขียนข่าวละครโทรทัศน์ไทยลงในบทความนิตยสาร @ManGu จากผลงานละครโทรทัศน์เรื่อง “เลือดขัตติยา”

3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

การส่งเสริมการขาย หมายถึง การจัดรายการส่งเสริมการขาย เพื่อมอบข้อเสนอพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ กัน เพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และในโอกาสต่าง ๆ กัน เพื่อทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เช่น การลดค่าลิขสิทธิ์ของละครโทรทัศน์ไทย เป็นต้น

การส่งเสริมการขายแบ่งประเภทได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

3.1) การส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น สำหรับผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ เกิดความสนใจในตราสินค้าของบริษัท และพิจารณาที่จะทดลองใช้และทำให้ผู้บริโภคที่ใช้และมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่แล้วมีความภักดีต่อตราสินค้ายิ่งขึ้นและได้รับรางวัล บริการพิเศษจากการส่งเสริมการขายนี้ด้วย การส่งเสริมการขายของละครโทรทัศน์ไทยโดยมุ่งผู้ชมชาวจีนมักใช้การเดินทาง

ไปโชว์ตัว การพบปะแฟนคลับ และแสดงคอนเสิร์ตของนักแสดงไทยที่ประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนจีน เป็นต้น

เสรี วงษ์มณฑา (2547) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขายไว้ 5 ประการ
ดังนี้

- 3.1.1) เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมใหม่ ๆ มาชมละครโทรทัศน์ไทย
 - 3.1.2) รักษาผู้ชมเก่าไว้ ซึ่งผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ในประเทศจีน
จะเป็นกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้าน และมีจุดประสงค์ของการชมละครเพื่อผ่อนคลายความเครียดใน
ชีวิตประจำวัน
 - 3.1.3) การเพิ่มยอดผู้ชม
 - 3.1.4) เพื่อเสริมแรงโฆษณาให้นักแสดง/ ตัวละคร เป็นการเพิ่มการรู้จัก
และสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้
 - 3.1.5) เพื่อจูงใจให้ชาวจีนรู้จักละครโทรทัศน์ไทย
- 3.2) การส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย ในที่นี้ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์
ไทย คือ คนกลางที่ทำหน้าที่ซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อนำไปออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ของ
ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ดังนั้นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้นำเข้าละคร
โทรทัศน์ไทย จึงเป็นการชักชวนให้ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยคงยึดมั่นรักดีต่อละครโทรทัศน์ไทย และ
สร้างความกระตือรือร้นในการนำโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศเพิ่มขึ้น ได้แก่ การลดค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้รับสารในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับสาร หรือผู้ชม เกี่ยวข้องกับละครหรือสารในละคร ปัจจุบัน
ในส่วนของผู้รับสารที่จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพผลของรับชม ได้แก่

2.5.1 ทักษะในการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสารนั้น คนสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการรับสาร ผู้รับสาร
จะต้องมีความสามารถในการอ่าน ฟังและคิด มิฉะนั้นก็จะไม่สามารถรับและถอดรหัสสารของผู้ส่งสาร
ได้ ในฐานะผู้รับสาร ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร 2 ประการ คือ

2.5.1.1 มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสาร และความสามารถในการรับสาร ทักษะที่
มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสาร คือ ทักษะด้านภาษา เนื่องจากผู้ชมชาวจีนรับชมละครโทรทัศน์ไทย
เป็นภาษาจีน

2.5.1.2 มีอิทธิพลต่อความสามารถของผู้รับสารในการถอดรหัส ซึ่งแสดงเจตนาารมณ์
หรือความคิดของผู้ส่งสาร ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสามารถในการตีความหมายสาร

2.5.2 ทักษะคิด

ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้รับสาร แบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ

2.5.2.1 ทักษะคิดต่อตนเอง (Attitude Toward Self) ในการเป็นผู้รับสารนั้น หากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง โอกาสที่ผู้รับสารจะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็มีมาก เช่น ถ้าผู้ชมชาวจีนชอบละครโทรทัศน์ไทย ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ชม

2.5.2.2 ทักษะคิดต่อสาร (Attitude Toward The Message) ทักษะคิดที่ผู้รับสารมีต่อสาร ก็เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่น ผู้ชมเข้าใจอะไรเกี่ยวกับเนื้อหาที่สื่อความหมายในละครโทรทัศน์ไทย

2.5.2.3 ทักษะคิดต่อผู้ส่งสาร (Attitude Toward Source) การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร หากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความเชื่อถือ เลื่อมใสในความรู้ความสามารถ ความจริงใจของผู้ส่งสาร (Source's Credibility) มีความชอบ ความประทับใจในบุคลิก (Attractiveness) ของผู้ส่งสาร โอกาสที่การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จก็มีมาก ในทางตรงกันข้าม หากผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร การสื่อสารก็มีโอกาสที่จะล้มเหลว

2.5.3 ความรู้

ผู้รับสารที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถอ่านและฟังได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิผล ความรู้ของผู้รับสารแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.5.3.1 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร (Knowledge of The Content of The Message) ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารที่ตนรับ หากผู้รับสารไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้น ผู้รับสารก็จะไม่สามารถเข้าใจเรื่องราวของสารนั้นได้ เช่น ผู้ชมเข้าใจอะไรบ้างในละครโทรทัศน์ไทย

2.5.3.2 ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of The Communication Process) ผู้รับสารจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารด้วย การสื่อสารจึงจะมีประสิทธิผลเพิ่มขึ้น หากผู้รับสารไม่มีความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารก็อาจเข้าใจสารผิด ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร รับสารได้ไม่ชัดเจน ตลอดจนตีความหมายของสารผิดพลาด

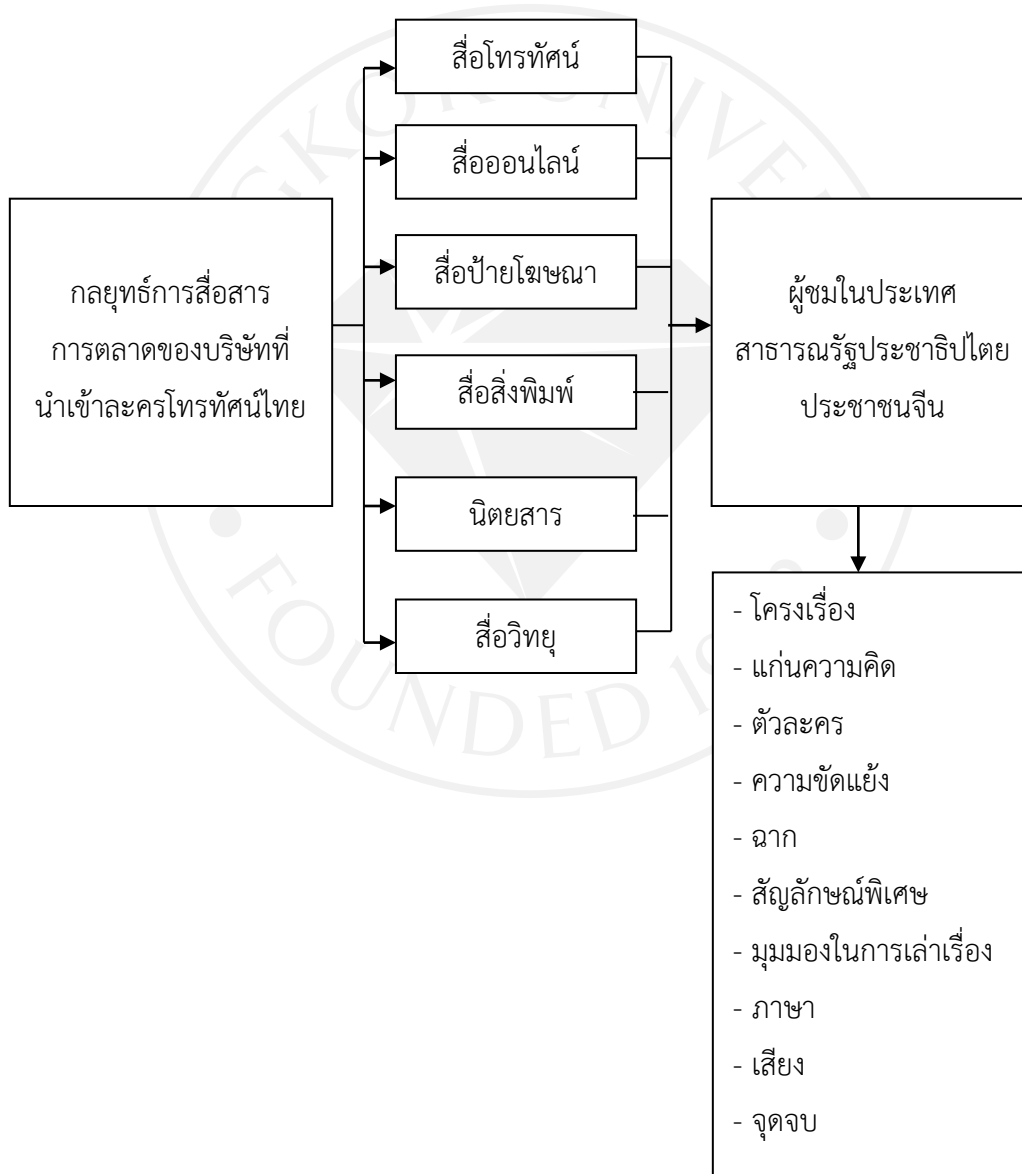
2.5.4 สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสารก็เป็นสมาชิกของสังคมและมีวัฒนธรรมของตน ผู้รับสารจึงมีตำแหน่ง บทบาท ศักดิ์ศรี ความเชื่อ พฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ ค่านิยม เป็นต้น ของตน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการรับสาร และการตีความหมายของผู้รับสาร ซึ่งมีผลกระทบต่อประสิทธิผลของการสื่อสารด้วย ทั้งนี้ความนิยมของละครโทรทัศน์ไทยสามารถเกิดขึ้นได้ในประเทศสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนจีน เนื่องจากประชาชนจีนให้ความสนใจในวัฒนธรรมไทยอยู่เป็นทุนเดิมแล้ว เนื่องจากประเทศไทยมีอารยธรรมที่เก่าแกยาวนาน

2.6 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2.1: แสดงกรอบแนวคิด



บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวคิดและวิธีการในปัจจุบันที่ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนใช้ในการตัดสินใจเลือกละครโทรทัศน์ไทย และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนให้ติดตามละครโทรทัศน์ไทย รวมทั้งมุมมองของคนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

- 3.1 ข้อมูลที่เป็นเอกสาร
- 3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทำวิจัย
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 การนำเสนอข้อมูล

3.1 ข้อมูลที่เป็นเอกสาร

แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารและข้อมูลอื่น ๆ ผู้วิจัยได้ทำการการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ รวมทั้งข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

แบ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และกลุ่มผู้ชม

3.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน จำนวน 2 คน ซึ่งได้แก่

1) ชื่อ เย้ หลง ถึง ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ของบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd ซึ่งเป็นบริษัทผลิตละครโทรทัศน์จีน และนำเข้าละครโทรทัศน์ต่างประเทศ เช่น ละครโทรทัศน์เกาหลี

ละครโทรทัศน์ญี่ปุ่น ละครโทรทัศน์อเมริกา ละครโทรทัศน์ไต้หวัน ละครโทรทัศน์ฮ่องกง ละครโทรทัศน์อินเดีย และละครโทรทัศน์ไทย

2) ชื่อ เชียะ เจียง ผิง ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป ของบริษัท Artop International Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว

3.2.2 กลุ่มผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลตามวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชาชนจีนที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ซึ่งอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปีขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน โดยแบ่งเป็น 5 มณฑล จำนวนมณฑลละ 4 คน และมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 เพศชาย และเพศหญิง	จำนวน 4 คน ได้แก่	นามสมมุติ A – B – C – D	มณฑล กวางสี
กลุ่มที่ 2 เพศชาย และเพศหญิง	จำนวน 4 คน ได้แก่	นามสมมุติ E – F – G – H	มณฑล อันฮุย
กลุ่มที่ 3 เพศชาย และเพศหญิง	จำนวน 4 คน ได้แก่	I – J – K – L	มณฑลยูนหนาน
กลุ่มที่ 4 เพศชาย และเพศหญิง	จำนวน 4 คน ได้แก่	M – N – O – P	มณฑลกวางตุ้ง
กลุ่มที่ 5 เพศชาย และเพศหญิง	จำนวน 4 คน ได้แก่	Q – R – S – T	มณฑลหูหนาน

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองทั้งหมด โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interviews) รวมถึงการใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

3.4 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน” มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ต้องการศึกษา เรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนให้ติดตามละครโทรทัศน์ไทย รวมทั้งมุมมองของคนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย โดยศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ เช่น ตำราทางวิชาการ บทความ ข่าว และข้อมูลจากบุคคลที่มีประสบการณ์ตรง เป็นต้น

2) ศึกษาแนวคิดต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับงานวิจัยนี้ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาจริง

3) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลตามที่กล่าวไว้ในข้อ 3.2

4) เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการสัมภาษณ์ เช่น เครื่องอัดเสียง สมุดจดบันทึก ปากกา

5) เตรียมคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

6) ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ และสอดแทรกประเด็นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น

7) นำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปและวิเคราะห์ผล โดยเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1) แบบสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interviews)

2) เครื่องอัดเสียง

3) สมุดบันทึก

4) ปากกา

คำถามทั้งหมดในแบบสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก จะครอบคลุมประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ตามงานวิจัยทั้งหมด ซึ่งรายละเอียดคำถาม สามารถจำแนกได้เป็น คำถามเกี่ยวกับมุมมองของคนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย คำถามเกี่ยวกับบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน และคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนให้ติดตามละครโทรทัศน์ไทย

3.6 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทำวิจัย

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยการนำแบบสัมภาษณ์หรือประเด็นคำถามเข้าไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและแก้ไขให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ ก่อนนำไปสัมภาษณ์จริง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้รับข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มผู้ชม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-depth Interviews) ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาศึกษาเกี่ยวกับความนิยมของละคร

โทรทัศน์ไทยในตลาดละครโทรทัศน์ประเทศไทยประชาชนปีไทยประชาชนจีน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อหาข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทำการสรุปผลต่อไป

3.8 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก และนำไปเชื่อมโยงกับแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงถึงผลการศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่บริษัทในประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทำอะไรที่ส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนให้ติดตามละครโทรทัศน์ไทย รวมทั้งมุมมองของคนในประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์เป็นไทยอย่างไร

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนติดตามละครโทรทัศน์ไทย และเพื่อศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews)

4.1 ผลการศึกษาข้อ 1 การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนติดตามละครโทรทัศน์ไทย

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนติดตามละครโทรทัศน์ไทย นั้น ประกอบด้วย วิธีการจัดกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด สื่อที่นำมาใช้ในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ช่องทางในการนำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศ การติดต่อนักแสดงเพื่อออกสื่อและปรากฏตัว เหตุผลในการส่งเสริมการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาในการส่งเสริมกลยุทธ์การตลาด ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ ของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

การดำเนินกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้นมีการจัดกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบเดิม เช่น การทำโฆษณา การทำนิทรรศการต่าง ๆ การทำข่าวผ่านสื่อมวลชน เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ผ่านเทศกาลภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ การติดต่อกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยโดยตรง นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ได้นำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเลือกใช้สื่อที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้ข้อมูลของละครโทรทัศน์ที่จะนำมาออกอากาศ ตามลำดับดังนี้

1.1 สื่อโทรทัศน์

การใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผู้นำเข้าได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม และเป็นช่องที่สามารถถ่ายทอด

ออกอากาศไปยังมณฑลต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้กันดารได้ด้วย เพื่อให้ผู้ชมที่อยู่ใกล้กันดารได้
รับทราบข้อมูลข่าวสารด้วย โดยช่องทางที่นำมาใช้ในการออกอากาศของละครโทรทัศน์ไทยมีดังนี้

1.1.1) สถานีโทรทัศน์ของทั่วประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน
จีน หรือ ซีซีทีวี ซึ่ง ซีซีทีวี 8 (CCTV8) (Drama Channel) เป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอละคร
โทรทัศน์จีนและละครโทรทัศน์ไทย โดยนำเสนอละครโทรทัศน์ไทย เรื่อง “รอยอดีตแห่งรัก” มา
ออกอากาศเวลา 17.00 น. ทุกวันตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2555 ถึง 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2555
และละครโทรทัศน์ไทยเรื่องอื่น ๆ เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แผนรัก แผนร้าย” ออกอากาศทุกวัน
เวลา 17.00 น. ตั้งแต่วันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ถึง 23 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ก็ออกอากาศในช่อง
ซีซีทีวี 8 (CCTV8) เช่นกัน

ส่วนช่องอื่นๆ ก็มี ซีซีทีวี 1 (CCTV1) สถานีโทรทัศน์กลางของจีน
(Integrated Channel) ซีซีทีวี 2 (CCTV2) ช่องเศรษฐกิจ (Economy) ซีซีทีวี 3 (CCTV3) ช่อง
ศิลปวัฒนธรรม (Art Focused Channel) ซีซีทีวี 4 (CCTV4) ช่องนานาชาติ (International
Channel) ซีซีทีวี 5 (CCTV5) ช่องกีฬา (Sports Channel) ซีซีทีวี 6 (CCTV6) ช่องภาพยนตร์
(China Movie Channel) ซีซีทีวี 7 (CCTV7) ช่องทหารและเกษตร (Agricultural and Military
Programmers) ซีซีทีวี 9 (CCTV9) ช่องสารความรู้ (Documentary Channel) ซีซีทีวี 10
(CCTV10) ช่องการศึกษา (Science and Education Focused Channel) ซีซีทีวี 11 (CCTV11)
ช่องงิ้ว (Chinese Opera Channel) ซีซีทีวี 12 (CCTV12) ช่องสังคมและกฎหมาย (Law and
Society Focused Channel) ซีซีทีวี 13 (CCTV13) ช่องข่าว (News Channel) ซีซีทีวี 14
(CCTV14) เพื่อเด็ก (Children’s Programmers) ซีซีทีวี 15 (CCTV15) ดนตรี (Broadcasting
Channel) ซีซีทีวี นิวส์ (CCTV News) ข่าวภาษาอังกฤษ (English News) ซีซีทีวี เอฟ (CCTV
International French) ภาษาฝรั่งเศส ซีซีทีวี อี (CCTV International Spanish) ภาษาสเปน ซีซีทีวี
อาหรับ (CCTV Arabic Channel) ภาษาอาหรับ ซีซีทีวี รัสเซีย (CCTV Russian) ภาษารัสเซีย ซีซีทีวี
5 พลัส (CCTV 5 Plus) กีฬา (Sports Channel)

ทั้งนี้ได้มีการออกอากาศของละครโทรทัศน์ไทยผ่านช่อง ซีซีทีวี 8 เพราะ
เป็นช่องทั่วไปที่สามารถรับชมละครโทรทัศน์ได้ทั้งละครโทรทัศน์จีนและละครโทรทัศน์ไทย

“ทางบริษัทได้นำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ ซีซี
ทีวี 8 (CCTV 8)” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วน
บุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.1: โฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แผนรัก แผนร้าย” นำแสดงโดย ยุทธนา เปื้องกลาง และ ลีฉฉิน ลิน เตจจะสา เวศซ์ ออกอากาศทางช่องสถานีโทรทัศน์ซีซีทีวี 8 (CCTV8) ทุกวัน เวลา 17.00 น. วันละ 2 ตอน



ที่มา: ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน. (2556). สืบค้นจาก <https://bieinterfansth.wordpress.com/category>.

จากภาพที่ 4.1 เป็นการโฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แผนรัก แผนร้าย” โดยมีการแสดงตัวอย่างให้ชมบางช่วงบางตอนของเนื้อเรื่องทั้งหมด มีการแจ้งชื่อดารานักแสดง และบอกวัน เดือน ปี ที่เริ่มออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ซีซีทีวี 8 (CCTV8)

1.1.2) สถานีโทรทัศน์ของมณฑลต่าง ๆ ดังนี้ สถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย (An Hui) สถานีโทรทัศน์ปักกิ่ง (Bei Jing) สถานีโทรทัศน์ฉงชิ่ง (Chong Qing) สถานีโทรทัศน์ตงหนาน (Dong Nan) สถานีโทรทัศน์เซี่ยเหมิน (Xia Men) สถานีโทรทัศน์มณฑลกานซู (Gan Su) สถานีโทรทัศน์มณฑลกวางตุ้ง (Guang Dong) สถานีโทรทัศน์เซินเจิ้น (Shen Zhen) สถานีโทรทัศน์มณฑลกวางสี (Guang Xi) สถานีโทรทัศน์มณฑลกุ้ยโจว (Gui Zhou) สถานีโทรทัศน์หลวี่ไห่ (Lv You) สถานีโทรทัศน์มณฑลเหอเป่ย์ (He Bei) สถานีโทรทัศน์มณฑลเฮยหลงเจียง (Hei Longjiang) สถานีโทรทัศน์มณฑลเหอหนาน (He Nan) สถานีโทรทัศน์มณฑลหูเป่ย์ (Hu Bei) สถานีโทรทัศน์มณฑลหูหนาน (Hu Nan) สถานีโทรทัศน์มณฑลเจียงซู (Jiang Su) สถานีโทรทัศน์มณฑลเจียงซี (Jiang Xi) สถานีโทรทัศน์มณฑลจีหลิน (Ji Lin) สถานีโทรทัศน์มณฑลเหลียวหนิง (Liao Ning) สถานีโทรทัศน์เนย์เหมิงกู่ (Nei Menggu) สถานีโทรทัศน์หนิงเซี่ย (Ning Xia) สถานีโทรทัศน์มณฑลซานซี (Shan Xi) สถานีโทรทัศน์มณฑลซานตง (Shan Dong) สถานีโทรทัศน์ตงฟัง (Dong Fang) สถานีโทรทัศน์มณฑลส่านซี (Shan Xi) สถานีโทรทัศน์มณฑลซื่อชวน (Si Chuan) สถานีโทรทัศน์เทียนจิน (Tian Jin) สถานีโทรทัศน์ซินเจียง (Xin Jiang) สถานีโทรทัศน์มณฑลยูนหนาน (Yun Nan) สถานีโทรทัศน์มณฑลเจ้อเจียง (Zhe Jiang) สถานีโทรทัศน์มณฑลชิงไห่ (Qing Hai) สถานีโทรทัศน์ซี

จ้าง (Xi Zang) สถานีโทรทัศน์เถียนเปียน (Yan Bian) ซึ่งสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย โดยนำละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “หัวใจศิลา” มาออกอากาศทุกวัน เวลา 13.40 น. เมื่อเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ละครโทรทัศน์เรื่อง “บ่วงหงส์” ออกอากาศทุกวัน เวลา 22.00 น. วันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ถึง วันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2557 และ สถานีโทรทัศน์มณฑลชานซี โดยนำละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “ใจร้าย” มาออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 11.30 น. ตั้งแต่ วันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2557

ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยจากบริษัท Huace Film กล่าวถึงมณฑลที่มีผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมาก ดังนี้

“ทางบริษัทได้นำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ของมณฑลต่าง ๆ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย สถานีโทรทัศน์มณฑลชานซี ซึ่งเป็นมณฑลที่คนรับชมกันมาก” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.2: โฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “บ่วงหงส์” นำแสดงโดย วีรภาพ สุภาพไพบูลย์ และ เขมนิจ จามิกรณ์ ออกอากาศทางช่องสถานีโทรทัศน์อันฮุย (An Hui) ทุกวัน เวลา 22.00 น. วันละ 1 ตอน



ที่มา: 12 ละครไทยในช่องอันฮุย. (2556). สืบค้นจาก <http://tieba.baidu.com/p/1936885053>.

จากภาพที่ 4.2 เป็นการโฆษณาละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “บ่วงหงส์” โดยมีการแสดงตัวอย่างให้ชมบางช่วงบางตอนของเนื้อเรื่องทั้งหมด มีการแจ้งชื่อดารานักแสดง และบอกวันเดือน ปีที่เริ่มออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์อันฮุย (An Hui) ทุกวัน เวลา 22.00 น. วันละ 1 ตอน

1.1.3) ผ่านโทรทัศน์ระบบดาวเทียม มาตรฐาน ดีทีเอ็มบี (DTMB) ซึ่งออกอากาศโดยใช้คลื่นความถี่ขนาด 8 MHz ส่งสัญญาณจากเมืองปักกิ่ง ยกตัวอย่างเช่น

สถานีโทรทัศน์มณฑล เจ้อเจียง ที่ได้นำละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “มาลัยสามชาย” นำแสดงโดย พิชยา จุฑารัตนกุล และ ภูธเนศ หงษ์มานพ มาออกอากาศเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 (โสภาส เหลืองดาวเรือง, 2555) หรือสถานีโทรทัศน์อันฮุย (An Hui) มณฑลอันฮุย ที่ได้นำละครโทรทัศน์ไทย เรื่อง “สูตรเสน่หา” นำแสดงโดย ชีรเดช วงศ์พัฑฒัน และ แอน ทองประสม มาออกอากาศเมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2555 เวลา 22.00 น. (“12 ละครไทยในช่องอันฮุย”, 2556)

ละครโทรทัศน์ไทยออกอากาศผ่านช่องดาวเทียม เพื่อให้คนในชนบทได้ชม ด้วย

“สื่อโทรทัศน์ ซีซีทีวี โดยเฉพาะการส่งผ่านดาวเทียม เพราะทำให้คนจีนที่อยู่ในชนบทได้รับชมข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยได้ ถึงแม้ว่าจะอยู่ห่างไกล และทุรกันดารแค่นั้น และช่องซีซีทีวีเป็นช่องโทรทัศน์ที่มีคนจีนดูมากที่สุด เพราะช่องดังกล่าวมีทั้งสารคดี ข่าว รายการ ที่เกี่ยวกับคนในชนบทของจีน และอื่น ๆ อีกมากมาย” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

2) สื่อออนไลน์

การใช้สื่อออนไลน์ของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผู้นำเข้าได้มีการลงข้อความโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งนี้เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยได้ตลอดเวลาผ่านเว็บไซต์ อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนใช้ในการดูละครโทรทัศน์ไทย ผ่านทางช่องทางออนไลน์ (1) www.youku.com (2) www.kan.sogou.com (3) www.pps.tv (4) www.dsju.net (5) www.taijuba.com (6) www.tv.tudou.com (7) www.tv.letv.com (8) www.360kan.com (9) www.repian.com (10) www.iqiyi.com ซึ่งสื่อออนไลน์สามารถชมละครโทรทัศน์ไทยย้อนหลังได้

ละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ตารางที่ 4.1: แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ลำดับที่	ชื่อละครโทรทัศน์	ปีที่ฉาย	ช่องทาง	นำแสดงโดย
1	ดอกโศก	พ.ศ. 2557	www.youku.com	ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ และ ลัลณ์ลลิน เตจะสา เวศซ์
2	บ่วงหงส์	พ.ศ. 2557	www.youku.com	วีรภาพ สุภาพไพบูลย์ และ เขมนิจ จามิกรณ์
3	ตั้งดวงอาทิตย์	พ.ศ. 2557	www.youku.com	ศุกลวัฒน์ คณารศ และ อูษามณี ไททยานนท์
4	Hormones 2 วัยว้าวุ่น	พ.ศ. 2557	www.dsju.net	อังศุมาลิน รักรัตน์ศักดิ์เมธา และ พชร จิราธิวัฒน์
5	กุหลาบร้ายของนายตะวัน	พ.ศ. 2557	www.dsju.net	กันต์ กันตถาวร และ ดาวิกา โฮร์เน่
6	เจ้าสาวสลาดัน	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	ออรศพันธ์ นະมาตร์ และ อูษามณี ไททยานนท์
7	Full House	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	พีรชิต นิธิไพศาลกุล และ สุชาร์ มานะยิ่ง
8	รอยรักหักเหลี่ยมตะวัน	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	มาริโอ้ เมาเร่อ และ ณิชพร เตมีรักษ์
9	ทรายสีเพลิง	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	ณัฐวุฒิ สะกิดใจ และ อารยา เอ ฮาร์เก็ต
10	หนีกีฬาก็รัก	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	วีรภาพ สุภาพไพบูลย์ และ วริทธิฐา ลิ้มธรรมมทิศ
11	เสน่หาสัญญาแค้น	พ.ศ. 2557	www.taijuba.com	ปกรณ ลัม และ เจริญเทียนโพธิ์สุวรรณ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ลำดับที่	ชื่อละครโทรทัศน์	ปีที่ฉาย	ช่องทาง	นำแสดงโดย
12	สองปรารถนา	พ.ศ. 2557	www.tv.letv.com	ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ และ พอลล่า เทเลอร์
13	สุดสายป่าน	พ.ศ. 2557	www.tv.letv.com	ยุทธนา เป็องกลาง และ วรณรท สนธิไชย
14	อุบัติรักข้ามขอบฟ้า	พ.ศ. 2557	www.tv.letv.com	พีชญา นิธิไพศาลกุล และ พีรชต์ นิธิไพศาลกุล
15	คิ้วบิก	พ.ศ. 2557	www.360kan.com	ธนิ มนูญศิลป์ และ ชาลิตา วิจิตรวงศ์ทอง
16	ไฟในวายุ	พ.ศ. 2557	www.360kan.com	อริชาติ ชูมนานนท์ และ ภิรณีย์ คงไทย
17	คุ่มนางครวญ	พ.ศ. 2557	www.360kan.com	โอลิเวอร์ บี เบอร์ และ ศิขรินธาร พลายพฤติ
18	อย่าลืมฉัน	พ.ศ. 2557	www.360kan.com	เจษฎาพร ผลดี และ แอน ทองประสม
19	ไฟรักเพลิงแค้น	พ.ศ. 2557	www.360kan.com	กฤษฎา พรเวโรจน์ และ มทิตรา ตันติประสูต
20	พรราว	พ.ศ. 2557	www.repian.com	ศุภวัฒน์ คมารศ และ พัชรภา ไชยเชื้อ
21	คិតโลกา	พ.ศ. 2557	www.repian.com	วงศกร ปรมัตถากร และอัษฎพร สิริวัฒน์ธนกุล
22	หัวใจเถื่อน	พ.ศ. 2557	www.repian.com	มิตร ชัยบัญชา และ เพชรา เขวราชฎ์
23	ล่ารักสุดขอบฟ้า	พ.ศ. 2557	www.repian.com	ศุภวัฒน์ คมารศ และ พีชญา วัฒนามนตรี
24	สาวใช้ไฮเทค	พ.ศ. 2556	www.kan.sogou.com	อรรคพันธ์ นะมาตร์ และ วรัทยา นิลคูหา

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ลำดับที่	ชื่อละครโทรทัศน์	ปีที่ฉาย	ช่องทาง	นำเสนอโดย
25	วนิดา	พ.ศ. 2556	www.kan.sogou.com	เจษฎาภรณ์ ผลดี และ ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ
26	ทะเลริษยา	พ.ศ. 2556	www.kan.sogou.com	ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ และน้ำทิพย์ จงรัชต วิบูลย์
27	มัจจุราชน้ำผึ้ง	พ.ศ. 2556	www.pps.tv	ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ และพิชญณา วงศา รัตนศิลป์
28	แรงปรารถนา	พ.ศ. 2556	www.dsju.net	ณเดชน์ คูกิมิยะ และ คิมเบอร์ลี แอน โวล เทมัส
29	กุหลาบไฟ	พ.ศ. 2556	www.dsju.net	พศุตม์ บานแย้ม และ ซาร่า เล็กจ์
30	กลรักสตรีเบอร์รี่	พ.ศ. 2556	www.dsju.net	ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ และ อารยา เอ ฮาร์ เก็ต
31	มาหยารัศมี	พ.ศ. 2556	www.dsju.net	วงศกร ปรมัตถากร และ ดาวิกา โฮร์เน่
32	บ่วงบาป	พ.ศ. 2556	www.tv.tudou.com	ทฤษฎี สหวงษ์ และ เมธามาลย์ บุญยศักดิ์
33	ซินเดอเรลล่ารองเท้าแตะ	พ.ศ. 2556	www.tv.tudou.com	อารักษ์ อมรศุภศิริ และ พิชญญา วัฒนา มนตรี
34	ตลาดอารมณ์	พ.ศ. 2556	www.tv.letv.com	ชาคริต แย้มมนาน และ ปิยธิดา วรมุสิก
35	พ่อหนูเป็นซูเปอร์สตาร์	พ.ศ. 2556	www.tv.letv.com	ศุกลวัฒน์ คณารศ และ อคัมย์สิริ สุวรรณศุข
36	นักสู้มหากาฬ	พ.ศ. 2556	www.360kan.com	ศุกลวัฒน์ คณารศ และ ภัทรธิดา พัชรวีระพงษ์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ลำดับที่	ชื่อละครโทรทัศน์	ปีที่ฉาย	ช่องทาง	นำแสดงโดย
37	ลิขิตฟ้าชะตาดิน	พ.ศ. 2556	www.iqiyi.com	ยุกต์ ส่งไพศาล และ พิรัชต์ นิธิไพศาลกุล
38	อีสา	พ.ศ. 2556	www.iqiyi.com	วรรณุช ภิรมย์ภักดี และ นิธิติล ป้อมสุวรรณ
39	สูตรเสน่หา	พ.ศ. 2555	www.iqiyi.com	ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ และ แอน ทองประสม
40	รักคุณเท่าฟ้า	พ.ศ. 2555	www.tv.tudou.com	ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ และ เฉลิมมาลัย บุญยศักดิ์
41	ปิ่นอนงค์	พ.ศ. 2555	www.youku.com	พิชญา วัฒนามนตรี และ ศุกลวัฒน์ คณารศ
42	วงเวียนหัวใจ	พ.ศ. 2555	www.pps.tv	ศุกลวัฒน์ คณารศ และ สาวิกา ไชยเดช
43	เงาหัวใจ	พ.ศ. 2555	www.kan.sogou.com	กันต์दनย์ อะคาซาน และ มนัสนันท์ พันเลิศวงศ์สกุล
44	ตะวันทอแสง	พ.ศ. 2555	www.pps.tv	ปกรณ์ ลัม และ ตาวิกา โฮอร์เน่
45	พริกกับเกลือ	พ.ศ. 2555	www.tv.tudou.com	รังสิต ศิริรานนท์ และ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์
46	ปัญญาชนก้นครัว	พ.ศ. 2555	www.tv.letv.com	ปริญ สุภารัตน์ และ คิมเบอร์ลี แอน โวลเทมัส
47	ดอกรักริมทาง	พ.ศ. 2554	www.kan.sogou.com	สุกฤษฎี วิเศษแก้ว และ วรณรรส สนธิไชย
48	หยกกลายเมฆ	พ.ศ. 2554	www.iqiyi.com	เจนนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ และ พัชฎะ นามปาน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงละครโทรทัศน์ไทยที่ฉายทางเว็บไซต์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตามลำดับปี

ลำดับที่	ชื่อละครโทรทัศน์	ปีที่ฉาย	ช่องทาง	นำแสดงโดย
49	รักไม่มีวันตาย	พ.ศ. 2554	www.pps.tv	ปกรณัม ลัม และ เมอ มาลย์ บุญยศักดิ์
50	เพลิงทระนง	พ.ศ. 2554	www.tv.tudou.com	มารีไอ้ เมาเร่อ และ ญฐพร เตมีรักษ์
51	บวงสรวงเกมร้าย	พ.ศ. 2554	www.repian.com	ณเดชน์ คูกิมิยะ และ ญาญา อูร์สยา
52	คู่แค้นแสนรัก	พ.ศ. 2554	www.tv.tudou.com	ชาคริต แย้มนาม และ พัทธราภา ไชยเชื้อ
53	บ่วงรักกามเทพ	พ.ศ. 2553	www.youku.com	น้ำทิพย์ จงรัชตวิบูลย์ และ ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์
54	ตะวันฉายในม่านเมฆ	พ.ศ. 2553	www.pps.tv	ปกรณัม ฉัตรบริรักษ์ และ ญฐพร เตมีรักษ์
55	365 วันแห่งรัก	พ.ศ. 2553	www.repian.com	ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ และ แอน ทองประสม
56	พุ่มนี้รักเธอ	พ.ศ. 2553	www.kan.sogou.com	ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ และ พิยดา อัครเศรณี

สื่อออนไลน์กำลังได้รับความนิยม และผู้ชมชาวจีนสามารถเข้าถึงละครโทรทัศน์ไทยได้ง่าย

“การใช้สื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายช่องทางชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยได้ตลอดเวลาผ่านเว็บไซต์ และมีแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสื่อดังกล่าวไม่จำกัดโควต้าหรือมีการเซ็นเซอร์ ทางบริษัทได้นำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศ ทางเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม เช่น <http://baike.baidu.com>” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ ผ่านสื่อใหม่ เช่น ช่องทางออนไลน์ www.youku.com เป็นต้น” (เชียะ เจียง ผิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Artop International Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

3) สื่อป้ายโฆษณา

การใช้สื่อโฆษณาของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้นได้มีการจัดทำป้ายโฆษณา โดยแสดงรูปภาพของดารานักแสดงในละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยที่จะนำมาออกอากาศ ทั้งนี้ป้ายโฆษณาดังกล่าวจะถูกติดตั้ง ณ จุดที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน

จากภาพที่ 4.3 เป็นตัวอย่างป้ายโฆษณาติดอยู่ภายในตัวอาคารจิวเจียง มณฑลอันฮุย โดยแสดงรายชื่อละครโทรทัศน์ไทยที่จะออกอากาศเรื่อง “มาลัยสามชาย” ออกอากาศเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์มณฑลเจ้อเจียง ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “สูตรเสน่หา” ออกอากาศเมื่อวันที่ 23 มกราคม พ.ศ. 2555 ซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “สองปรารถนา” ออกอากาศเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์อันฮุย และละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แก้วตาพี่” ออกอากาศวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์อันฮุย

มีการติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ริมถนน บนฟุตบาท เพื่อโฆษณาละครโทรทัศน์ไทยให้ผู้สัญจรไปมาได้เห็น

“การใช้ป้ายโฆษณาติดตั้งตามสถานที่สาธารณะ เช่น ริมถนน บนฟุตบาท มณฑลอันฮุย ทำให้ผู้ที่เดินทางสัญจรไปมาได้เห็นอย่างชัดเจน เพราะเป็นป้ายขนาดใหญ่ และมักจะมีภาพของดารานักแสดงที่แสดงในละครเรื่องนั้น ๆ ปรากฏตัวอยู่ในป้ายโฆษณาดังกล่าว” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.3: แสดงป้ายโฆษณาละครโทรทัศน์ไทย ณ อาคารจ้อเจียง มณฑลอันฮุย ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เรื่อง “มาลัยสามชาย” “สูตรเสนหา” “สองปรารถนา” “แก้วตาพี่”



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเมืองกวางโจว. (2554). *ละครไทยพีแอร์ในจีน*. สืบค้นจาก <http://www.depthai.go.th>.

4) สื่อสิ่งพิมพ์

4.1) สื่อหนังสือพิมพ์

การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผู้นำเข้าได้ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยที่จะนำมาออกอากาศผ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งนี้เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างกว้างขวางมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น

- (1) หนังสือพิมพ์ Today Weekly
- (2) หนังสือพิมพ์ซินไคว่ (Xin Kuai Newspaper)
- (3) หนังสือพิมพ์เซินเจิ้นซาง (Shen Zhen Business Newspaper)
- (4) หนังสือพิมพ์ China Newsweek
- (5) หนังสือพิมพ์ MODERN LIFE DAILY
- (6) หนังสือพิมพ์ NFDAILY
- (7) หนังสือพิมพ์ไห่โข่วหว่าน (Hai Kou Evening Paper)
- (8) หนังสือพิมพ์ยูนหนานซินซี (Yun Nan Information News)
- (9) หนังสือพิมพ์ The Beijing News
- (10) หนังสือพิมพ์ Changjiang Weekly
- (11) หนังสือพิมพ์เซี่ยวหยวนเหวินฮว่า (Campus Culture News)
- (12) หนังสือพิมพ์ STAR WEEKLY

ซึ่งหนังสือพิมพ์ที่กล่าวมามีวางขายในมณฑลต่าง ๆ ทั่วประเทศที่สามารถเข้าถึงผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย จากคำกล่าวของ คุณเย่ หลง ถึง สื่อหนังสือพิมพ์หลายฉบับมีการลงข่าวสารละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบข้อมูล

“สื่อหนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการสื่อสารละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ Today Weekly หนังสือพิมพ์ซินไคว่ (Xin Kuai Newspaper) หนังสือพิมพ์เซินเจิ้นซาง (Shen Zhen Business Newspaper) หนังสือพิมพ์ China Newsweek หนังสือพิมพ์ MODERN LIFE DAILY หนังสือพิมพ์ NFDAILY หนังสือพิมพ์ไห่โข่วหว่าน (Hai Kou Evening Paper) หนังสือพิมพ์ยูนหนานซินซี (Yun Nan Information News) หนังสือพิมพ์ The Beijing News หนังสือพิมพ์ Changjiang Weekly หนังสือพิมพ์เซี่ยวหยวนเหวินฮว่า (Campus Culture News) หนังสือพิมพ์ STAR WEEKLY ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ดังกล่าวสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารไปได้ในหลาย ๆ มณฑลภายในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.4: ภาพแสดงการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย เช่น เรื่อง “เลือดขัตติยา” นำแสดงโดย เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊อ) เป็นต้น ผ่านทางหนังสือพิมพ์ STAR WEEKLY ฉบับวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555



ที่มา: ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน. (2556). สืบค้นจาก <https://bieinterfansth.wordpress.com/category>.

จากภาพที่ 4.4 เป็นภาพการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย เช่น เรื่อง “เลือดขัตติยา” นำแสดงโดย เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊อ) ผ่านทางหนังสือพิมพ์ STAR WEEKLY ฉบับวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 เป็นต้น โดยมีข้อความกล่าวว่า การนำเข้าละครโทรทัศน์เกาหลีลดลง เนื่องจากแฟนละครชาวจีนไม่ชอบการดำเนินเรื่องของละครเกาหลี ที่ไม่ได้เป็นไปตามที่คิดไว้ และมักจะนำเสนอตอนจบโดยการให้จินตนาการต่อไปด้วยตนเอง แต่มีการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากละครโทรทัศน์ไทยเป็นเรื่องที่แสดงเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร ความรัก อารมณ์และความขัดแย้ง มีการใช้ดารานักแสดงที่มีเสน่ห์ และมีการใช้ฉากรวมทั้งบรรยากาศที่สวยงาม โดยจะมีการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “เลือดขัตติยา” ผ่านทางสถานีโทรทัศน์อันฮุย

ภาพที่ 4.5: ภาพแสดงการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย เรื่อง “ดอกกรักริมทาง” ผ่านทางหนังสือพิมพ์ เซี่ยวหยวนเหวินฮว่า ฉบับวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556



ที่มา: ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน. (2556). สืบค้นจาก <https://bieinterfansth.wordpress.com/category>.

ภาพที่ 4.5 ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์เซี่ยวหยวนเหวินฮว่า ฉบับวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2556 โดยมีข้อความกล่าวถึง ความหล่อของ บี้ เดอะสตาร์ หรือสุกฤษฎี วิเศษแก้ว ซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าชายของประเทศไทย เพราะมีความหล่อมาก และมีลักษณะคล้าย ๆ กับชาวจีนและจะมีการนำละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “รอยอดีตแห่งรัก” และละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “ดอกกรักริมทาง” ที่นำแสดงโดย บี้ เดอะสตาร์ หรือสุกฤษฎี วิเศษแก้วมาออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์มณฑลอันฮุย และสถานีโทรทัศน์ซีซีทีวี 8

4.3) นิตยสาร

การลงข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ นิตยสารของจีน เช่น นิตยสารรายเดือน @ManGu ฉบับที่ 113 วันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2556 เป็นต้น ซึ่งลงข้อมูลประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทยที่จะออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาชนไต้หวันประชาชนจีน (“ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน” (2556)

นิตยสารรายเดือน @ManGu ลงข้อมูลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย เช่น เรื่อง “เลือดขัตติยา” (พ.ศ. 2555) เป็นต้น

“ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้หญิง ดังนั้นการสื่อสารการตลาดจึงเป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เป็นหลักโดยเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้ข้อมูลของละครโทรทัศน์ที่จะนำมาออกอากาศ เช่น สื่อนิตยสารต่าง ๆ” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.6: แสดงสื่อนิตยสาร วารสารสำหรับการดำเนินกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของ ละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน โดยสื่อเนื้อหาของ ละครโทรทัศน์ไทย ที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่พระเอก นางเอก จะต้องพบเจอปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มากมาย ก่อนที่จะมาลงเอยกันด้วยความรัก เพื่อให้ประชาชนชาวจีน ได้เข้าใจลักษณะของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งละครโทรทัศน์ ไทยที่เกี่ยวกับความรักและถูกนำมาออกอากาศที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนจีน ได้แก่ เรื่อง “เลือดขัตติยา” (พ.ศ. 2555) “แจ้วใจร้าย กับคุณชายเทวดา” (พ.ศ. 2554) “สวรรค์เบี่ยง” (พ.ศ. 2555) “แก้วตาพี่” (พ.ศ. 2556) “พระจันทร์ลาย พยัคฆ์” (พ.ศ. 2554) “เคหาสน์สีแดง” (พ.ศ. 2554)



ที่มา: ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน. (2556). สืบค้นจาก

<https://bieinterfansth.wordpress.com/category>.

5) สื่อวิทยุ

การใช้สื่อวิทยุของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผู้นำเข้าได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุที่สามารถสื่อสารภาษาจีนกลาง และภาษาทงต้งได้ ซึ่งได้แก่ สถานีวิทยุปักกิ่ง ออกอากาศเมื่อ วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2556 สถานีวิทยุโทรทัศน์กลางแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน สถานีวิทยุซีอาร์ไอ (CHINA RADIO INTERNATIONAL) ออกอากาศเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2556 โดยมีตัวอย่างการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ดังนี้

“สื่อวิทยุปักกิ่ง เพราะวิทยุสามารถกระจายข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งสถานีวิทยุดังกล่าวสามารถสื่อสารข้อมูลได้ทั้งภาษาจีนกลาง และภาษาทงต้ง” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

2) การติดต่อนักแสดงเพื่อออกสื่อและปรากฏตัว

การติดต่อนักแสดงเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยได้มีการติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งได้แก่ บริษัท แอ็กแซ็ทท์ จำกัด โดยติดต่อผ่านผู้จัดการของบริษัท และเชิญนักแสดงของละครโทรทัศน์ดังกล่าวมาทำการแสดงให้ผู้ชมได้สร้างความประทับใจเป็นครั้งคราว

นอกจากนี้ ยังมีการทำสัญญาความร่วมมือระหว่างกันในการเชิญดารานักแสดงมาปรากฏตัวในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน เช่น ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๋อง) เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เรื่อง “สงครามนางฟ้า” วันที่ 6 – 10 มิถุนายน พ.ศ. 2554 ในงานเทศกาลโทรทัศน์ ณ นครเซี่ยงไฮ้ (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้) สุกฤษฏี วิเศษแก้ว (บี้ เดอะสตาร์) เพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เรื่อง “รอยอดีตแห่งรัก” วันที่ 6 – 10 มิถุนายน พ.ศ. 2554 ในงานเทศกาลโทรทัศน์ ณ นครเซี่ยงไฮ้ (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้) นอกจากนี้ยังมีดารารื่น ๆ อีก เช่น มาริโอ้ เมาเร่อ ที่ถูกเชิญมาแสดงละครโทรทัศน์จีน เรื่อง “นักมวยหนุ่มที่มาพบรัก” (Love on That Day) เมื่อเดือน มีนาคม พ.ศ. 2555 โดยได้รับค่าตัวประมาณ 250,000 – 350,000 บาทต่อครั้ง เป็นต้น การทำสัญญาความร่วมมือระหว่างกันเป็นการทำสัญญาครั้งต่อครั้งเมื่อมีความต้องการที่จะเชิญดารานักแสดงไทยมาแสดงตอนออกสื่อและปรากฏตัว หรือเมื่อมีงานเทศกาลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ภายในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน นครเซี่ยงไฮ้ ในแต่ละปีจะมีดารานักแสดงมาปรากฏตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันได้แก่ เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊อง) ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๋อง) และ สุกฤษฏี วิเศษแก้ว (บี้) (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ดารานักแสดงได้รับค่าตอบแทนจากบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ภายใต้ข้อตกลงที่เกิดขึ้นจากการทำสัญญาร่วมกัน การปรากฏตัวของดารา นักแสดงไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีการจัดตั้งกลุ่มแฟนคลับสำหรับดารานักแสดงไทย และมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งจากการปรากฏตัวของดารานักแสดงไทย ชาวจีนจะมีความรู้สึกอบอุ่นและมีความสุขทุกครั้ง จนกระทั่งมีการติดตามชมผลงานด้านการแสดงของดารานักแสดงที่ชื่นชอบอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้ละครโทรทัศน์ไทยที่มีดารานักแสดงดังกล่าวได้เป็นตัวละครได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

“บริษัทได้ทำสัญญาความร่วมมือมาตลอด ซึ่งเมื่อมีความต้องการที่จะเชิญนักแสดงมาออกสื่อและปรากฏตัว ก็จะติดต่อบริษัทที่ทำความร่วมมือกับบริษัทคนไทยกันโดยตรงผ่านผู้จัดการของบริษัท ซึ่งทางบริษัทจะตัดสินใจเลือกดาราที่ต้องการให้แก่บริษัทไทย” (เซียะ เจียง ผิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Artop International Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“การนำนักแสดงมาทำการเปิดตัวละครโทรทัศน์ที่จะนำมาออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้น ทางบริษัทได้ทำการติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่นำมาออกอากาศโดยตรง เพื่อทำการติดต่อให้นักแสดงในละครโทรทัศน์ที่ทางบริษัทจะทำการตัดสินใจซื้อเพื่อนำมาออกอากาศได้มาแสดงตัว ณ ศูนย์จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ นครเซี่ยงไฮ้ ให้ประชาชนจีนได้ชื่นชม และสร้างความประทับใจ อันจะชวนให้เกิดการติดตามผลงานของดารานักแสดงคนนั้นผ่านละครโทรทัศน์ไทย” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

ภาพที่ 4.7: ภาพการปรากฏตัวของ ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๋อง) เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2554 ซึ่งได้กล่าวแนะนำละครโทรทัศน์ไทยที่จะมาออกอากาศเรื่อง “สงครามนางฟ้า” ทางสถานีโทรทัศน์อันฮุย และได้แสดงความภาคภูมิใจที่แฟนละครชาวจีนมีความชื่นชอบและคลั่งไคล้ในบทบาทการแสดงของตนเอง โดยคาดหวังว่าจะมีผลงานการแสดงที่ถูกนำมาออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเพิ่มมากขึ้น



ที่มา: ศูนย์จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาตินครเซี่ยงไฮ้. (2553). *เซี่ยงไฮ้ เวิลด์ เอ็กซ์โป 2010 (World Expo 2010 Shanghai China)*. สืบค้นจาก <http://atcloud.com/stories/81419>.

3) เหตุผลในการส่งเสริมการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

บริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนมีเหตุผลในการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

3.1) ปัจจุบันผู้ชมชาวจีนนิยมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากชาวจีนเริ่มเบื่อละครโทรทัศน์เกาหลี และละครโทรทัศน์ญี่ปุ่น เนื่องจากละครโทรทัศน์เกาหลี และละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นเริ่มเข้ามาในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนตั้งแต่ 10 ปี (พ.ศ. 2543) ถึง 20 ปี (พ.ศ. 2533) ที่ผ่านมา จึงทำให้คนจีนเริ่มเบื่อ และหันมาให้ความสนใจละครโทรทัศน์ไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนนั้นกำลังมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น (“สื่อบอมตะภาพยนตร์จีน”, 2555)

“เพราะละครโทรทัศน์ไทยเมื่อเปรียบเทียบกับละครโทรทัศน์เกาหลี ละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นแล้ว ต้องยอมรับว่าขณะนี้ในประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเป็นยุคของละครโทรทัศน์ไทย เพราะละครโทรทัศน์เกาหลี ละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นที่เข้ามาในประเทศไทยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเมื่อ 10 – 20 ปีก่อน คนจีนก็เริ่มจะเบื่อๆ จึงหันมาชอบละครโทรทัศน์ไทย” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

3.2) ละครโทรทัศน์ไทยเป็นละครโทรทัศน์ที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สวยงามในละครไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทำ มุมกล้อง ความสวยงามของภาพ เช่น ภาพทะเล การแพนกล้องภาพทะเล

“ขอบคุณละครโทรทัศน์ไทยเพราะ ชอบบรรยากาศที่ต่างออกไป ดูแล้วอบอุ่น บรรยากาศโรแมนติก สนุก กู๊ก๊ก น่ารัก การถ่ายทำมุมกล้อง ฉาก ทะเลสวย สะท้อนประเพณีไทย อย่างเช่น งานแต่งงาน งานศพ แสดงถึงรูปแบบและวิถีชีวิต ที่สำคัญนักแสดง มักเป็นหนุ่มหล่อสาวสวยที่เป็นลูกครึ่งซึ่งละครโทรทัศน์ของประเทศอื่นไม่มี” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

3.3) ละครโทรทัศน์ไทยเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมและภาษาไทยให้แก่ผู้ชมชาวจีน ซึ่งผู้ชมชาวจีนสามารถเรียนรู้การพูดภาษาไทย การใช้ภาษาไทย ได้จากการรับชมละครโทรทัศน์ไทย การถ่ายทอดด้านประเพณีและวัฒนธรรมของไทย งานแต่งงาน งานศพ แสดงถึงรูปแบบและวิถีชีวิต

“ตลาดมีความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ต้องการที่จะเผยแพร่ วัฒนธรรม และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย ” (เซี่ยเย เจียง ผิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Artop International Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

3.4) เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยที่แตกต่างจากละครโทรทัศน์จีนที่มักเป็นเรื่อง ย้อนยุค ละครโทรทัศน์ฮ่องกงที่มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจ ละครโทรทัศน์เกาหลีที่มักเป็นเรื่องเศร้า ซึ่งทำให้มีความน่าเบื่อ นอกจากนี้ผู้ชมชาวจีนยังกล่าวว่า ละครโทรทัศน์ฮ่องกง ละครโทรทัศน์เกาหลี หรือแม้แต่ละครโทรทัศน์จีน เมื่อดูแล้วเป็นเรื่องไกลตัว ต่างจากละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องร่วมสมัย และการดำเนินเรื่องหวือหวา ไม่ได้แบนราบเป็นมิติเดียว ดูแล้วจึงเกิดความเร้าใจ และสัมพันธ์กับชีวิตมากกว่า

“สาเหตุที่ทำให้คนจีนนิยมดูละครโทรทัศน์ไทย ก็เพราะว่า ละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างจากละครโทรทัศน์ที่เคยรับชม แต่ถ้าดูบ่อย ๆ แล้วแนวเรื่องซ้ำ ๆ กัน โดยเฉพาะสไตล์ริชชาแย่งผู้ชาย ของละครโทรทัศน์ไทย ถ้าคนจีนได้รับชมมาก ๆ ก็จะสามารถคาดเดาได้เลยว่าตอนจบจะเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้ผู้ชมรู้สึกเลี่ยน เบื่อ รวมทั้งการวางเรื่องแบบไม่แนบเนียนก็จะทำให้ละครโทรทัศน์ไทยเรื่องนั้น ๆ ไม่น่าดู ไม่น่าสนใจ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ทางบริษัทฯ ต้องการที่จะนำละครโทรทัศน์ไทยเข้ามาออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนอย่างต่อเนื่อง และมีความหลากหลายของรูปแบบละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องไม่ซ้ำกัน เช่น ละครแนวต่อสู้ (Action) ละครแนวย้อนยุค ละครแนวรักสามเส้า ละครแนวโรแมนติก” (เย่ หลง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

4) ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาในการส่งเสริมกลยุทธ์การตลาด

4.1) ปัญหาและอุปสรรค

4.1.1) ปัญหาด้านข้อจำกัด และนโยบายในการอนุมัติเพื่อการออกอากาศของสำนักบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ และโทรทัศน์แห่งชาติ (State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television) ทั้งนี้เนื่องจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนมีการเข้มงวดเกี่ยวกับระบบการออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ภายในประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ ตั้งแต่เวลา 19.00 – 22.00 น. และต้องไม่เน้นการออกอากาศรายการต่าง ๆ จากเพียงประเทศเดียว รวมทั้งรายการที่ไม่ได้รับการอนุมัติที่มีการผลิตโดยบริษัทนอกประเทศจีน และซีรี่ส์ของต่างประเทศซึ่งมีความรุนแรงหรือไม่สุภาพ การแต่งกายที่ไม่สุภาพเรียบบริ้อย การแสดงไสยศาสตร์ และการแสดงลักษณะหรือพฤติกรรมรักร่วมเพศ และช่วงเวลาออกอากาศต้องไม่เกิน 25% ของเวลาออกอากาศทั้งหมดของทางสถานี

“ปัญหาของละครโทรทัศน์ไทย คือ ข้อจำกัด และนโยบายในการอนุมัติเพื่อการออกอากาศของ สำนักบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ และโทรทัศน์แห่งชาติ (State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television)” (เชีเยเจียง ถิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Artop International Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

4.1.2) ปัญหาด้านเวลาในการออกอากาศที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนไม่แน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากประเทศจีนมีความต้องการที่จะถ่ายทอด

ออกอากาศละครโทรทัศน์จีนมากกว่าละครโทรทัศน์ในประเทศอื่น เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของจีน และต้องการออกอากาศละครโทรทัศน์เรื่องครอบครัว จึงได้มีการกำหนดระยะเวลาในการออกอากาศละครโทรทัศน์ของประเทศอื่น โดยมีการสั่งห้ามการออกอากาศภาพยนตร์ซีรีส์ของต่างชาติ ตั้งแต่เวลา 19.00 – 22.00 น. ดังนั้น ละครโทรทัศน์ไทยจะมีผู้ชมเพียงบางส่วนเพราะออกอากาศหลัง 22.00 น. ของมณฑลอันฮุย มณฑลซานซี ที่ใช้ในการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่ (เซี่ยเย เจียง ผิง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Artop International Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

4.1.3) ปัญหาด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ผู้ชมชาวจีนไม่สามารถรับได้ในวัฒนธรรมที่แตกต่างดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนมีวัฒนธรรมที่เก่าแก่มากมาย และมีการปฏิบัติกันต่อมาอย่างสืบเนื่อง ทำให้การยอมรับในความแตกต่างทางการปฏิบัติเป็นไปได้ยาก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความคลั่งไคล้ดาราทไทยของชาวจีน ที่มีความชื่นชอบในความสวยของนางเอก ความหล่อของพระเอก เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยที่มีที่มาจากที่ไปว่าเกิดขึ้นมาเนื่องจากอะไรและจบลงด้วยเหตุผลใด จึงทำให้มีการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องมีการสำรวจเนื้อหาที่ถูกต้องตามหลักวัฒนธรรมของชาวจีน อีกทั้งยังมีการแนะนำให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยแต่งเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยให้มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

“ปัญหา คือ ความแตกต่างของวัฒนธรรม ทำให้กลุ่มผู้ชมไม่สามารถยอมรับในเนื้อหาของเรื่องได้ และจำเป็นจะต้องปรับแก้หลายครั้ง และความหลากหลายของรูปแบบละครโทรทัศน์ไทย การแก้ปัญหา คือ ร่วมกันสร้างสรรค์เนื้อหากับผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้ลงตัว โดยนำจุดเด่นด้านความแตกต่างในวัฒนธรรมมาทำการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมรวมทั้งการสรรหาละครโทรทัศน์ไทยที่มีความหลากหลายรูปแบบ และคัดเลือกดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ซึ่งเป็นผู้แสดงในละครโทรทัศน์ไทยเรื่องนั้นๆ เน้นความสวย ความหล่อ จะได้เรียกคะแนนความนิยมจากผู้ชมได้มาก” (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

4.2) การแก้ปัญหา

4.2.1) การคัดเลือกละครโทรทัศน์ไทยที่มีลักษณะถูกต้องตามข้อกำหนดในการพิจารณาอนุมัติ เช่น การมีเนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม และวัฒนธรรมของจีน ไม่เป็นละครที่เกี่ยวกับความมั่งงาย เช่น เรื่องราวของวิญญาณ ห้ามไม่ให้ตัวละครย้อนเวลากลับไปยุค

ประวัติศาสตร์ รวมทั้งห้ามเสนอฉากที่สร้างผลเสียต่อศีลธรรมอันดี ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน ซึ่งละครโทรทัศน์ที่เคยถูกทางการจีนระงับการเผยแพร่ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา เรื่อง Naval Criminal Investigative Service (NCIS) พ.ศ. 2557, The Practice และ The Good Wife พ.ศ. 2557 (“ชาวจีนประท้วง ดูละครเกาหลีไม่ได้ไอคิวต่ำ”, 2557)

4.2.2) การเลือกช่องทางในการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น เว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต เพื่อหลีกเลี่ยงการควบคุมที่เข้มงวดจากรัฐบาลจีน

4.2.3) การสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ในการนำจุดแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมมาทำการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมกับผู้ชม การเน้นการคัดเลือกดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง มีความหล่อ ความสวย เนื่องจากดาราดังกล่าวจะต้องตรงกับรสนิยมของผู้ชมชาวจีนที่เป็นวัยรุ่นถึงวัยกลางคน ซึ่งการปรากฏตัวของดารานักแสดงที่มีความหล่อและความสวยนั้นได้ทำให้เกิดแฟนคลับที่เกาะติดอย่างเหนียวแน่น ความสามารถในการแสดง และการแสดงความเป็นมิตรของดาราไทยที่ทำให้ชาวจีนเกิดความชื่นชอบ รวมทั้งการเลือกโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยที่มีความหลากหลาย (เย่ หลง ถึง, ผู้จัดการทั่วไป, บริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd., การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

4.2 ผลการศึกษาข้อ 2 การศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

1) ละครโทรทัศน์ไทยที่นำมาออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน จากปี พ.ศ. 2553 – ปี พ.ศ. 2557 และเป็นที่ยอดนิยมดังต่อไปนี้

1.1) เลือดหงส์ (พ.ศ. 2553) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd.

1.2) สงครามนางฟ้า (พ.ศ. 2553) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

1.3) พรุ้งนี้ก็รักเธอ (พ.ศ. 2553) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

1.4) รักไม่มีวันตาย (พ.ศ. 2554) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd.

1.5) แก้วล้อมเพชร (พ.ศ. 2554) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd.

1.6) เลือดซัดตติยา (พ.ศ. 2555) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd.

1.7) ค่าของคน (พ.ศ. 2555) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

1.8) แก้วตาผี (พ.ศ. 2556) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

1.9) ลูกทาส (พ.ศ. 2556) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd.

1.10) สุภาพบุรุษจุฑาเทพ (พ.ศ. 2556) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

- 1.11) ใจร้าย (พ.ศ. 2556) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.
 1.12) สูตรเสนาหา (พ.ศ. 2556) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.
 1.13) วุ่นนัก รักเต็มบ้าน Full House (พ.ศ. 2557) นำเข้าโดยบริษัท Huace Film & Tv Co., Ltd
 1.14) Hormones วัยว้าวุ่น (พ.ศ. 2557) นำเข้าโดย บริษัท Artop International Co., Ltd.

ทั้งนี้ผลโหวตจากเว็บไซต์ Tian Tian Pai Hang Bang เว็บไซต์การจัดอันดับรายวันยอดนิยมของจีน จากคะแนนโหวตทั้งสิ้น 768,000 คะแนน และจำนวนคอมเมนต์ (Comment) ทั้งสิ้น 110,000 คอมเมนต์ โดยละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ เรื่อง “ดอกรักริมทาง” พ.ศ. 2554 ผลิตโดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด นำแสดงโดย สุกฤษฎี วิเศษแก้ว และ วรรณรท สนธิไชย รองลงมาได้แก่ เรื่อง “ข้ามเวลาหารัก” พ.ศ. 2554 ผลิตโดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด นำแสดงโดย สุกฤษฎี วิเศษแก้ว และสินจัย เปล่งพานิช (“ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน”, 2556)

2) ช่องทางที่ใช้ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

โดยส่วนใหญ่ผู้ชมชาวจีนจะเปิดรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อโทรทัศน์และทางช่องทางออนไลน์

“ดูทางช่องทางออนไลน์ www.youku.com, <http://baike.baidu.com>,” (นางสาว D, อายุ 22 ปี, รับจ้างอิสระ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ดูทางสถานีโทรทัศน์อันฮุย” (นาง O, อายุ 47 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

“ดูทางสถานีโทรทัศน์ และช่องทางออนไลน์ www.youku.com, <http://baike.baidu.com> ” (นางสาว N, อายุ 41 ปี, รับจ้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ช่องทางออนไลน์ www.youku.com แต่บางครั้งก็รับชมผ่านช่องทางโทรทัศน์ซีซีทีวี 8 (CCTV8)” (นางสาว B, อายุ 22 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

3) ความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อย เพราะ ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้หญิง ทำให้มีเวลารว่างในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ภายหลังจากการเสร็จสิ้นภารกิจส่วนตัว แต่จะมีผู้ชมชาวจีนบางส่วนที่ไม่ค่อยจะมีเวลาจึงจะใช้เวลารว่างที่มีอยู่เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทย

“รับชมบ่อยมาก เพราะเวลาส่วนใหญ่อยู่ที่บ้าน จึงมีเวลาในการรับชมโทรทัศน์ไทยบ่อยมาก” (นาง O, อายุ 47 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

“รับชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อย เพราะ มีความพึงพอใจในผลงานของการผลิตละครโทรทัศน์ไทยอยู่อย่างต่อเนื่อง” (นางสาว B, อายุ 22 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“รับชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อย เพราะชอบละครโทรทัศน์ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ เนื่องจากละครโทรทัศน์ไทยมีนักแสดงหญิงและชายเยอะมาก ซึ่งสามารถที่จะทำให้ละครโทรทัศน์ไทยเข้ามาเพื่อออกอากาศในประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้เพิ่มมากขึ้น” (นาย J, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“รับชมเมื่อมีเวลารว่าง เพราะเวลาปกติทำงาน ไม่สามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านช่องโทรทัศน์ได้” (นาง M, อายุ 46 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กันยายน 2557)

4) เหตุผลที่ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์ไทย

4.1) ประทับใจในตัวดารานักแสดง โดยเฉพาะความหล่อ ความสวย และความสามารถของนักแสดง

“ชอบนักแสดงนำในละคร ซึ่งได้แก่ เคน ชีรเดช และ แอน ทองประสม ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง สุทรเสน่หา” (นางสาว D, อายุ 22 ปี, รับจ้างอิสระ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“พระเอกหล่อมาก และนางเอกก็น่ารักมาก” (นางสาว A, อายุ 18 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

4.2) ชอบการแสดงที่มีทักษะในการต่อสู้ของนักแสดงของละครโทรทัศน์

“ชื่นชอบดารานักแสดงไทย และเนื้อหาของละครโทรทัศน์แสดงถึงความสามารถที่พิเศษของนักแสดง ชื่อ ประสาท ทองอร่าม เรื่อง "ข้ามเวลาหารัก" พ.ศ. 2554 โดยรับบทเป็น เจ้าพ่อพญาดำ เป็นเทพารักษ์ประจำต้นไทรซึ่งมีอิทธิฤทธิ์ที่ทำได้เก่งไม่เหมือนคนธรรมดาทั่วไป” (นางสาว I, อายุ 31 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

4.3) เนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยมีความน่าสนใจ ความรักของพระเอกที่มีต่อนางเอก ชวนให้ติดตามตอนต่อไป โดยไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ได้ มีโครงเรื่องที่เข้าใจง่าย

“ละครโทรทัศน์มีความน่าสนใจ สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีชีวิตชีวา ดูแล้วรู้สึกประทับใจ” (นางสาว N, อายุ 41 ปี, รับจ้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ชอบเนื้อเรื่อง “ดอกกรักริมทาง” “หัวใจศิลา” เป็นเนื้อเรื่องที่พูดถึงความรักครอบครัว โดยเฉพาะความประทับใจความรักของพระเอกที่มีต่อนางเอก” (นางสาว C, อายุ 22 ปี, รับจ้างอิสระ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 กันยายน 2557)

“มีโครงเรื่องที่เข้าใจง่าย และนักแสดง แสดงได้เก่ง” (นาง P, อายุ 42 ปี, ครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

4.4) ฉากประกอบในละครโทรทัศน์ไทยที่มีความสวยงาม

“ในละครโทรทัศน์ไทยมีฉากที่เป็นทะเลเยอะมาก และมีฉากที่เป็นวัด ซึ่งในละครโทรทัศน์จีนไม่มี ทำให้สร้างความประทับใจในละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก” (นาย F, อายุ 27 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

“ชื่นชอบนางเอกและพระเอก รวมทั้งฉากของละคร ที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นอย่างมากเช่น ฉากทะเลที่มองเห็นน้ำทะเลสีฟ้าใส” (นางสาว E, อายุ 26 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

4.5) เป็นละครโทรทัศน์ไทยที่มีชื่อเสียง เพราะเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยมีจินตนาการ และมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งได้รับความนิยมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

“ละครโทรทัศน์ไทยมีชื่อเสียง ทั้งทางด้านกระบวนการผลิต การเขียนโครงเรื่อง การใช้ตาราหรือนักแสดงซึ่งได้รับการยอมรับจากชาวจีนเป็นอย่างมากในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน” (นาย F, อายุ 27 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

4.6) ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวให้ติดตามรับชมละครโทรทัศน์

“เพื่อนๆ นักศึกษาแนะนำให้ดู และดูจากโครงเรื่องแล้วพบว่ามีความใหม่แตกต่างโครงเรื่องของละครโทรทัศน์จีน ที่มีแต่การต่อสู้ระหว่างกัน” (นางสาว B, อายุ 22 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“ลูกสาวดู จึงดูพร้อมลูกสาว เพราะลูกสาวบอกว่า นักแสดง แสดงได้ดี และพระเอก มีความหล่อ นางเอกมีความสวย” (นาง T, อายุ 52 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ปกติลูกสาวชอบดู จึงดูไปด้วยกัน เพราะลูกสาวบอกว่าเนื้อเรื่องของละครดี มีวีรกรรมชาติที่สวยงาม” (นาง S, อายุ 60 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“เพื่อนๆ ในบริษัทดู จึงชวนให้ดูด้วยกัน เพราะจะได้ชื่นชมในความหล่อ ความสวย ของพระเอก และนางเอก รวมถึงบทบาทที่แสดงของพระเอก และนางเอก จะได้พูดคุยกันรู้เรื่อง” (นางสาว R, อายุ 55 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 กันยายน 2557)

4.7) การรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นการเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย

“สุภาพบุรุษจุฑาเทพ หัวใจแห่งขุนเขา เกมร้ายเกมรัก พรพรหมอลเวง ธรณีนี่นี้ใครครอง และเมื่อเร็ว ๆ นี้ ได้รับชมละครโทรทัศน์ไทย เรื่อง “Hormones วัยว้าวุ่น” ที่รับชมละคร

โทรทัศน์ไทย เพราะ เคยเรียนภาษาไทยที่ประเทศไทย จึงอยากจะเข้าใจชีวิตและวัฒนธรรมไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะวัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมการใช้ภาษาจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทย และมีความชื่นชอบ ฝนเดือน และญาญา ที่เป็นแฟนกันทั้งในละคร” (นางสาว B, อายุ 22 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“รับชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อย เพราะเนื้อเรื่องของละครดี ตลกเฮฮา ความยาวสั้นกว่าละครโทรทัศน์เกาหลี โดยเฉพาะลูกสาวเรียนภาษาไทย ตอนนี้อยู่ประเทศไทย จึงอยากจะรู้จักประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ผ่านละครโทรทัศน์ไทย” (นาย Q, อายุ 55 ปี, ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

5) ความชื่นชอบต่อองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย

5.1) โครงเรื่อง

ผู้ชมชาวจีนมีความชื่นชอบในโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย เพราะโดยส่วนใหญ่มีโครงเรื่องที่โรแมนติก มีความเกี่ยวข้องกับความรัก ความเป็นมิตร ตลกเฮฮา ซึ่งเป็นโครงเรื่องที่มีความหลากหลายไม่ซ้ำรูปแบบกัน อีกทั้งยังเป็นโครงเรื่องที่ชวนให้ติดตาม เพื่อค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ และทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม

“ละครโทรทัศน์ไทย นอกจากจะแสดงถึงความรักของพระเอกที่มีต่อนางเอกแล้ว ยังมีโครงเรื่องที่ช่วยให้ติดตามอย่างใจจดใจจ่อ เพื่อค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ในโครงเรื่อง เช่น เรื่อง “ทะเลริษยา” ที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะติดตามชมว่า ความจริงจะเปิดเผยได้อย่างไร ” (นางสาว E, อายุ 26 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

“ละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่จะมีโครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรัก และจะมีโครงเรื่องที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง “หัวใจศิลา” ที่ทำให้เกิดความเศร้าคล้อยตามกับนักแสดง และติดตามชมตอนจบของพระเอกและนางเอก” (นางสาว G, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 กันยายน 2557)

“โครงเรื่องโรแมนติก และช่วยกระตุ้นอารมณ์ในการติดตามชม รวมทั้งความประทับใจ เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง “ดอกกรัณิมทาง” ที่ทำให้เกิดความประทับใจในตัวเจ้าใจหรือฮั้วคู่สุนัขที่มีความฉลาดแสนรู้ที่แสนจะน่ารัก” (นาง M, อายุ 46 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 กันยายน 2557)

5.2) แก่นความคิด

ละครโทรทัศน์ไทยเป็นละครที่สอดคล้องกับชีวิตจริง บางเรื่องมีแก่นความคิดค่อนข้างดี ซึ่งช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้การต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ เช่น ละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “แก้วล้อมเพชร” ที่นำเสนอชีวิตของคนที่เกิดความพลิกผัน จนกลายมาเป็นศัตรูเพื่อต่อสู้ทั้งเรื่องชาติกำเนิด และเรื่องความรักที่มีต่อผู้ชายคนเดียวกัน แต่สุดท้ายการเป็นคนดี มีความกตัญญูต่อบิดามารดาเท่านั้นที่จะชนะทุกสิ่งทุกอย่าง

“สอดคล้องกับชีวิตจริง เกี่ยวกับความรักกับชายหนุ่มคนเดียว เรื่อง “แก้วล้อมเพชร”” (นาย Q, อายุ 55 ปี, ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

“ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ และแนวทางในการแก้ปัญหา ด้านความรักที่เกิดจากความเข้าใจผิดระหว่างกัน” (นาย J, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“แก่นความคิดบางเรื่องค่อนข้างดี เช่น เรื่อง Hormones วัยวัยรุ่น ที่แสดงถึงความรู้สึกพิเศษของวัยรุ่น เช่น ความรู้สึกรักและผูกพันของเพื่อนร่วมรุ่นเดียวกัน ซึ่งละครโทรทัศน์จีนไม่ค่อยนำแก่นความคิดแบบนี้มาผลิตเป็นละครโทรทัศน์ ทั้งนี้แก่นความคิดดังกล่าวทำให้เกิดความสบายใจในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย” (นางสาว K, อายุ 36 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กันยายน 2557)

5.3) ตัวละคร

ตัวละครของละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่จะเน้นด้านหน้าตาของผู้แสดง และสร้างบทบาทที่ชัดเจนให้แก่ตัวละครระหว่างนางเอก กับนางรองหรือนางร้าย ซึ่งนางร้ายเหล่านั้นจะแสดงได้สมบทบาทมา ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสนุกสนาน เกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับโครงเรื่องด้วย

“ละครโทรทัศน์สร้างบทบาทที่ชัดเจนให้แก่ตัวละคร เช่น ตัวละครที่แสดงเป็นคนดี ก็จะแสดงพฤติกรรมที่ดีออกมา ส่วนตัวละครที่ไม่ดีก็จะแสดงพฤติกรรมที่ไม่ดีออกมาอย่างชัดเจน” (นางสาว C, อายุ 22 ปี, รับจ้างอิสระ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 กันยายน 2557)

“ลักษณะของละครโทรทัศน์ไทยสำคัญที่สุด คือ ตัวร้าย เหล่านั้นแสดงได้สมบทบาทมาก ทำให้รู้สึกสนุกสนาน เกิดอารมณ์คล้อยตามกับเนื้อเรื่องไปด้วย รวมทั้งความเหมาะสมของเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับบทบาท” (นาง T, อายุ 52 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

5.4) ความขัดแย้ง

ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่จะชอบความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างพระเอกกับนางเอกในเรื่อง ซึ่งนักแสดงแต่ละตัวสามารถแสดงได้สมบทบาทเป็นอย่างยิ่ง จึงทำให้เนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยมีความน่าสนใจ และมีความต้องการที่จะติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้น

“ชอบความขัดแย้งของพระเอกกับนางเอก เพราะในความรักไม่ได้เป็นเรื่องง่าย ๆ ต้องผ่านความยากลำบาก ถึงจะได้อยู่ด้วยกัน และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน อันจะทำให้ความรักมีความยืนยาว เช่น เรื่อง “ละอองดาว” (พ.ศ. 2553) เมื่อพระเอกรู้ว่านางเอกเป็นหลานของผู้มีฐานะดี ซึ่งฐานะของตนนั้นห่างไกลกัน จึงได้พยายามทำตัวห่างเหิน นางเอกเพื่อตัดความสัมพันธ์ทางใจ ในขณะที่นางเอกเมื่อรู้ว่าพระเอกได้หลงรักตน แต่พยายามปิดซ่อนความรู้สึก เธอจึงได้ทำตามหัวใจ รับตามไปปรับความเข้าใจกับพระเอก จนได้ครองรักกันในที่สุด” (นาย F, อายุ 27 ปี, นักเรียนนักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

“ความขัดแย้งเป็นสิ่งสำคัญมากในละครโทรทัศน์ไทย เพราะความขัดแย้งดังกล่าวช่วยสร้างความดึงดูดใจในการติดตามชมละคร ถ้าไม่มีความขัดแย้งก็จะทำให้ละครโทรทัศน์ไทยไม่มีความน่าสนใจ” (นาย J, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

5.5) ฉาก

การถ่ายทำละครโทรทัศน์ไทยในประเทศไทย ทำให้ผู้ชมชาวจีนได้มีโอกาสในการรับชมภาพบรรยากาศ ธรรมชาติ สภาพความเป็นอยู่ และสภาพบ้านเมืองของสังคมไทย เช่น วัดธรรมาราม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ใช้ประกอบละครโทรทัศน์เรื่อง “แค้นเสน่หา” ซึ่งสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ชมชาวจีนเป็นอย่างมาก

“ในละครโทรทัศน์ไทยมีฉากที่เป็นทะเลเยอะมาก และมีฉากที่เป็นวัด ซึ่งในละครโทรทัศน์จีนไม่มี ทำให้รู้สึกประทับใจละครโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างมาก” (นางสาว A, อายุ 18 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

5.6) การนำเสนอเอกลักษณ์ในฉากละคร

การผลิตละครโทรทัศน์ไทยจะมีการใช้เอกลักษณ์ เช่น การแต่งกายในละครโทรทัศน์ เรื่อง “เลือดชัตติยา” (พ.ศ. 2555) ที่มีการใช้ชุดไทยประยุกต์มาเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของนักแสดง และการแสดงทั้งนี้เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ที่ดึงดูดใจให้ผู้ชมชาวจีนเกิดความชื่นชอบในละครโทรทัศน์ไทย

“สัญลักษณ์ของประเทศไทยนับได้ว่าเป็นที่ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งการผลิตละครโทรทัศน์ไทยยอมที่จะลงทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเรื่องผี ที่มีการลงทุนด้านการแต่งกายให้ดูเสมือนจริง” (นาย J, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

5.7) ภาษา

ละครโทรทัศน์ไทยที่นำมาออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนโดยส่วนใหญ่จะมีการใช้คำพูดที่ลึกลับ มีข้อคิด อีกทั้งผู้ชมชาวจีนสามารถที่จะเรียนรู้ภาษาไทยได้จากการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

“ละครโทรทัศน์ไทยมีการใช้คำพูดที่ทันสมัย และมีการใช้คำพูดที่ตลก เฮฮา ทำให้ดูน่ารัก ใกล้กับชีวิตจริง เช่น บทละครเรื่อง “สูตรเสน่หา” พระเอก กล่าวว่า คุณรักเขา เพราะเขาสมบูรณ์แบบ หรือคุณรักเขาเขาถึงสมบูรณ์แบบ นางเอกตอบว่า มันก็เหมือนกัน พระเอกจึงพูดต่อว่า มันต่างกันมาก ถ้าเป็นแบบแรกเมื่อคุณอยู่ๆ กันไป ก็คงยังเห็นชื่อเสียงของเขา แต่ถ้าเป็นอย่างหลังถึงเขาจะเป็นยังไงเขาก็ยังสมบูรณ์แบบอยู่เสมอ” (นางสาว H, อายุ 25 ปี, พนักงานบริษัท การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“ดูละครโทรทัศน์ไทยแล้วสามารถเรียนภาษาไทย และสามารถฝึกการฟังภาษาไทยได้เป็นอย่างดี” (นาง L, อายุ 37 ปี, นักธุรกิจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 กันยายน 2557)

5.8) เพลงประกอบละคร

การใช้เสียงในละครโทรทัศน์ไทย โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นด้านการใช้เสียงเพลงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งอาจจะเป็นบทเพลงใหม่ที่แต่งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาของละครโทรทัศน์ และมุ่งเน้นความเป็นไทย เมื่อผู้ชมได้รับฟังแล้วเกิดความชื่นชอบ มีอารมณ์คล้อยตามเสียงเพลง อีกทั้งยังสามารถที่จะเรียนรู้ภาษาไทยได้จากเพลงประกอบละครโทรทัศน์ไทย

“เพลงประกอบในละครโทรทัศน์ไทยมีความแตกต่างจากเพลงประกอบในละครโทรทัศน์จีน ซึ่งเพลงประกอบละครโทรทัศน์ไทยน่าฟัง แสดงออกถึงความเป็นไทยเช่น เพลงประกอบละครเรื่อง “สูตรเสน่หา” (พ.ศ. 2555) ซึ่งแสดงถึงคุณลักษณะที่ดีของคนรัก การเป็นคนดี มีความสมบูรณ์แบบ” (นางสาว D, อายุ 22 ปี, รั้งจ้ำงอิสรระ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

“เสียงเพลงในละครโทรทัศน์ช่วยส่งเสริมให้มีความรู้ด้านภาษาไทยที่ดียิ่งขึ้น เพราะเคยได้เรียนภาษาไทยมาก่อน ซึ่งเสียงเพลงในละครโทรทัศน์ไทยยังคงใช้ภาษาไทยในการบรรเลงอยู่ แต่ในบทละครโทรทัศน์ใช้การพากษ์” (นางสาว E, อายุ 26 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

5.9) ตอนจบของเรื่อง

ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่จะชอบจุดจบของละครโทรทัศน์ไทย เนื่องจากจุดจบของละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่จะลงเอยด้วยความรัก และมีความสุข ทำให้ผู้ชมรู้สึกสบายใจ

“ชอบในตอนจบของละครโทรทัศน์ไทย ที่สร้างความประทับใจในความรักที่ทำให้พระเอกและนางเอกได้อยู่ด้วยกันในตอนจบ โดยผ่านปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ และความลำบากมาด้วยกัน” (นาย F, อายุ 27 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

“ละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่จบลงด้วยความสุข (Happy Ending) พระเอกและนางเอกมีความสมหวังในความรัก ซึ่งเป็นสิ่งที่ชื่นชอบเป็นพิเศษจากละครโทรทัศน์ไทย” (นางสาว N, อายุ 41 ปี, รั้งจ้ำง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กันยายน 2557)

6) ความเหมาะสมของเนื้อหา/ ภาพเหตุการณ์ของละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ชมชาวจีนโดยส่วนใหญ่เห็นว่าละครโทรทัศน์ไทยมีความเหมาะสมในด้านของเนื้อหา/ภาพเหตุการณ์ เพราะละครโทรทัศน์ไทยทำให้ผู้ชมชาวจีนได้รับชมประเพณี วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ละครโทรทัศน์ไทยมีความแตกต่างกับละครโทรทัศน์จีนที่ส่วนใหญ่เน้นการนำเสนอด้านการแสดงออกทางการมีเพศสัมพันธ์

“เนื้อหา/ภาพเหตุการณ์ของละครโทรทัศน์ไทยมีความเหมาะสม เพราะ ละครโทรทัศน์ไทยมีความแตกต่างกันมากกับละครโทรทัศน์จีน ละครโทรทัศน์จีนโดยส่วนใหญ่จะนำเสนอเกี่ยวกับการมี

ความสัมพันธ์แบบลึกซึ้งกันในหลาย ๆ ตอนของเนื้อหาในละคร แต่ในละครโทรทัศน์ไทยโดยส่วนใหญ่ จะมีเพียงแค่การจูบ แต่ไม่แสดงถึงภาพเหตุการณ์ของการมีความสัมพันธ์แบบลึกซึ้ง ละครโทรทัศน์ไทยจึงน่าสนใจและเหมาะสมในเนื้อหา/ภาพเหตุการณ์” (นาย F, อายุ 27 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

“เนื้อหา/ภาพเหตุการณ์ของละครโทรทัศน์ไทยมีความเหมาะสม เพราะ จะทำให้คนจีนที่ไม่ได้เดินทางมายังประเทศไทย ได้รับชมเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยผ่านละครโทรทัศน์ไทย” (นางสาว E, อายุ 26 ปี, นักเรียน นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กันยายน 2557)

7) ประโยชน์ที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ไทย

จากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยทำให้ผู้ชมชาวจีนได้รับประโยชน์จากละครโทรทัศน์ไทย ดังนี้

7.1) ได้มีโอกาสที่จะเรียนรู้ภาษา และวัฒนธรรมไทย เห็นถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เห็นถึงวิถีของคนไทยในการแก้ไขปัญหา ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

7.2) เพิ่มคุณค่าทางศีลธรรม เช่น การให้ความรักความอบอุ่นแก่คนในครอบครัว ด้วยการให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว การมีเวลาว่างในการทำกิจกรรมร่วมกัน การทำความเคารพให้เกียรติผู้ที่อาวุโสกว่า เป็นต้น

7.3) แรงบันดาลใจ ความเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง ฮอว์ก 2.0 โดยนำเอาชีวิตวัยรุ่นของเด็กที่อาศัยอยู่ในเมืองและมีฐานะดีมาสร้างเป็นโครงเรื่อง โดยไม่คำนึงถึงชีวิตของเด็กต่างจังหวัดที่มีฐานะยากลำบากซึ่งทำให้ผู้ชมมีความคิดว่า ประเทศไทยมีเมืองใหญ่เมืองเดียว คือ กรุงเทพมหานคร ความร่ำรวยความยากจนในกรุงเทพมหานครแตกต่างอย่างมาก คนที่มาจากต่างถิ่นก็มีจำนวนมาก จึงทำให้มีชุมชนแออัด (สลัม) จำนวนมาก นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ไทยยังได้สร้างแรงบันดาลใจในการประกอบอาชีพ เช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง “มาลัยสามชาย” ที่แสดงบทบาทของสตรีที่ขยันขันแข็ง อ่อนโยน เข้มแข็ง เป็นตัวของตัวเอง ไม่เคยยอมแพ้อะไรง่าย ๆ แม้ว่า จะประสบเรื่องร้าย ๆ มากมายก็ยังเข้มแข็ง อดทน และรักษาศักดิ์ศรีลูกผู้หญิงของตนได้อย่างสง่างาม พร้อมทั้งจะสู้และก้าวไปข้างหน้า ละครโทรทัศน์ไทยยังสร้างความรู้สึกล้นหลามทั้งใจและกายภายหลังการรับชม

7.4) สถานที่ท่องเที่ยว การออกอากาศของละครโทรทัศน์ไทยเป็นการเปิดโอกาสให้ชาวจีนได้เห็นถึงสภาพแวดล้อม และความเป็นอยู่ของประเทศไทย ซึ่งบางคนไม่มีโอกาสที่จะได้

เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่สามารถที่จะรับชมประเพณี วัฒนธรรม รวมทั้งแหล่ง
ธรรมชาติต่าง ๆ ของประเทศไทยผ่านละครโทรทัศน์ไทย

“การรับชมละครโทรทัศน์ไทยทำให้ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการ
เปิดโอกาสให้ชาวจีนได้เห็นถึงสภาพแวดล้อม และความเป็นอยู่ของประเทศไทย ซึ่งบางคนไม่มีโอกาส
ที่จะได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่สามารถที่จะรับชมประเพณี วัฒนธรรม รวมทั้งแหล่ง
ธรรมชาติต่าง ๆ ของประเทศไทยผ่านละครโทรทัศน์ไทย” (นาง O, อายุ 47 ปี, แม่บ้าน, การสื่อสาร
ส่วนบุคคล, 12 กันยายน 2557)

“การรับชมละครโทรทัศน์ไทยช่วยสร้างความผ่อนคลายทั้งจิตใจและร่างกาย” (นาย
J, อายุ 35 ปี, พนักงานบริษัท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

“การรับชมละครโทรทัศน์ไทยทำให้เห็นถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมและการใช้
ชีวิตของคนจีนกับคนไทย เช่น วัฒนธรรมในการพูด วัฒนธรรมในการรับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่ง
สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ไทยมาใช้ในการดำเนินชีวิตได้เมื่อได้มีโอกาสมาประเทศ
ไทย” (นางสาว B, อายุ 22 ปี, นักศึกษา, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 กันยายน 2557)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลสรุปการวิจัย การอภิปรายผล ข้อจำกัดในการวิจัย ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย และข้อเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

2) เพื่อศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสรุปผลการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย และผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน โดยมีประเด็นคำถามตามที่วัตถุประสงค์กำหนด

5.1 บทสรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ ของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย สามารถสรุปได้ว่า การดำเนินกิจกรรมกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยนั้น มีการนำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเลือกใช้สื่อที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้ข้อมูลของละครโทรทัศน์ไทยที่จะนำมาออกอากาศ โดยสื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และเข้าถึงผู้ชมทั่วประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้มากที่สุด โดยจะเห็นได้ว่า บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยได้ใช้สื่อต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์ดึงดูดใจผู้ชมชาวจีนได้ทั่วประเทศ ทำให้ละครโทรทัศน์ไทยแพร่หลายอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557)

นอกจากนี้ การติดต่อนักแสดงคนไทยไปปรากฏตัวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน บริษัทจีนผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยได้ติดต่อกับ บริษัทเอ็กแซ็กท์ จำกัด ของไทยโดยตรง รวมถึงมีการทำสัญญาเป็นครั้ง ๆ ที่จะเชิญนักแสดงไปปรากฏตัว เพื่อส่งเสริมให้ผู้ชมชาวจีนสนใจละครโทรทัศน์

ไทย เช่น เทศกาลภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ที่ นครเชียงใหม่ นักแสดงไปปรากฏตัว เช่น สุกฤษฎ์ วิเศษแก้ว (บี้) และ ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๊อง)

เหตุผลในการส่งเสริมในการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย คือ ผู้ชมชาวจีนเริ่มเบื่อละครโทรทัศน์เกาหลี และละครโทรทัศน์ญี่ปุ่น และผู้ชมชาวจีนสนใจองค์ประกอบต่าง ๆ ของละครโทรทัศน์ไทย เช่น โครงเรื่องของละครที่ไม่ซ้ำกัน ละครโทรทัศน์ไทยนำเสนอ วิถีชีวิต ภาษาและวัฒนธรรมไทย รวมถึงสถานที่ที่สวยงามที่ปรากฏอยู่ในละครโทรทัศน์ไทยได้อย่างดี

อย่างไรก็ตาม บริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีปัญหาในการส่งเสริมการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทย เช่น นโยบายในการอนุมัติเพื่อการออกอากาศของสำนักบริหารสื่อสิ่งพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ และโทรทัศน์แห่งชาติ (State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television) เช่น รายการที่มีความรุนแรงและไม่สุภาพ รกร่วมเพศ ไสยศาสตร์ เป็นต้น ดังนั้น ละครโทรทัศน์ไทยที่ไปออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนจึงไม่มีโครงเรื่องประเภทดังกล่าว เป็นเพราะต้องการให้เสนอวัฒนธรรมอันดีงามที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชาวจีน และนโยบายที่ห้ามละครซีรีส์ของชาติอื่น ๆ ออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ก่อนเวลา 22.00 น. เพื่อให้ชาวจีนได้ดูรายการที่เป็นวัฒนธรรมจีนก่อนตามนโยบายของรัฐบาลจีน สำหรับการแก้ปัญหานี้ ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์จีนจึงเลือกนำละครโทรทัศน์ไทยที่ไม่ขัดกับวัฒนธรรมจีน และหาช่องทางออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับมุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

ผู้ชมชาวจีนชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทย เพราะประทับใจความสามารถ ความสวยหล่อของดารานักแสดงไทย เนื้อหาที่ชวนติดตามน่าสนใจ ซึ่งมีเนื้อหาที่ดูสร้างสรรค์ มีจินตนาการ โครงเรื่อง ฉากเครื่องแต่งกายชุดไทยประยุกต์ (เช่น เลือดขัตติยา พ.ศ. 2555) เพลงประกอบละคร และละครจบแบบมีความสุข

ในประเด็นนี้ เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทย ควรทำการสำรวจความต้องการของผู้ชมชาวจีนในอนาคตว่าอยากชมละครแบบใด แนวไหน เพื่อเป็นการผลิตละครโทรทัศน์ส่งต่อไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนอีกในอนาคต ที่เพิ่งเริ่มนิยมละครโทรทัศน์ไทยได้ประมาณ 5 ปี รวมถึงอาจส่งละครโทรทัศน์ออกไปยังประเทศอื่น ๆ ในเอเชียหรือสู่นานาชาติได้

นอกจากนี้ผู้ชมชาวจีนเห็นว่าละครโทรทัศน์ไทยมีภาษา วัฒนธรรม เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรมต่าง ๆ และสถานที่ในละครโทรทัศน์ไทยยังดึงดูดใจให้ชาวจีนมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการสร้างรายได้และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อีก ผู้วิจัยเห็นว่า ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยและ

องค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถร่วมมือกันส่งเสริมสถานที่ถ่ายทำละครที่สวยงามที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ไทย เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อีก

5.2 การอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย ที่ส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนติดตามละครโทรทัศน์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยได้เลือกใช้สื่อที่หลากหลาย ซึ่งได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม และเป็นช่องทางที่สามารถถ่ายทอดออกอากาศไปยังมณฑลต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้กันดารได้ สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยม สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยได้ตลอดเวลา สื่อป้ายโฆษณา ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน จุดที่ทำการติดตั้งป้ายโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์, นิตยสาร) ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างกว้างขวางมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้ข้อมูลของละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา ต้นพงศธร (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่น: ศึกษากรณีภาพยนตร์เรื่อง “ซ็อคโกแลต” พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของภาพยนตร์เรื่องซ็อคโกแลต มีการใช้เครื่องมือและสื่อในการสื่อสารการตลาด ได้แก่ 1) การโฆษณา สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสาร และหนังสือการ์ตูน) 2) สื่อกลางแจ้ง 3) สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีความสำคัญเสมอ และสื่อออนไลน์ที่มาเร็วและเป็นที่ยอมรับในหลายประเทศทั่วโลก ทำให้ทราบว่า การจะทำการตลาดสินค้าหรือบริการอะไรก็ตามสื่อต่าง ๆ จำเป็นต้องนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การศึกษาเกี่ยวกับมุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมชาวจีนมีความชื่นชอบในโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย เพราะโดยส่วนใหญ่มีโครงเรื่องที่โรแมนติก มีความเกี่ยวข้องกับความรัก ความเป็นมิตร ตลกเฮฮา ซึ่งเป็นโครงเรื่องที่มีความหลากหลายไม่ซ้ำรูปแบบกัน อีกทั้งยังเป็นโครงเรื่องที่ชวนให้ติดตาม เพื่อค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์ และทำให้เกิดอารมณ์คล้อยตาม นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ไทยยังมีความเหมาะสมในด้านของเนื้อหา/ ภาพเหตุการณ์ เพราะผู้ชมชาวจีนได้รับชมประเพณี วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล วงศ์รัก (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย – เอเชีย พบว่า โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย มีลักษณะดังนี้คือ โครงเรื่องเน้นการคลี่คลายเรื่อง จบลงอย่างมีความสุข มีการสร้างตัวละครแบบสมจริง มีการใช้ฉากและสัญลักษณ์พิเศษเพื่อสะท้อนบริบททาง

สังคมและวัฒนธรรมของชาวเอเชีย ใช้มุมมองการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ละครโทรทัศน์ไทยที่นำเข้ามายังประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้นำเสนอวัฒนธรรมไทยให้กับคนจีนให้ได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของไทย ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศเล็กกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน แต่สามารถทำให้ประเทศมหาอำนาจชื่นชมและสนใจละครโทรทัศน์ไทยได้

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า นักแสดงไทย กลายเป็นจุดสนใจที่โดดเด่นของเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะนอกจากจะเด่นในประเทศไทยแล้ว ดารานักแสดง อย่างเช่น มารีโอ้ เมาเรอ ยังเด่นมากในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศฟิลิปปินส์ ทำให้ทราบว่านักแสดงไทยเริ่มมีบทบาทเด่น และเป็นที่ยอมรับต่อตลาดละครและภาพยนตร์ของระดับเอเชียและนานาชาติมากขึ้น ดังที่ สดใส พันธุมโกมล (2521) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อมีบทละครแล้ว เรื่องราวและตัวละครในบทจะปรากฏแก่สายตาผู้ชมได้ต้องอาศัยนักแสดง นักแสดงจะต้องมีความสามารถที่จะถ่ายทอดเรื่องราวและชีวิตจิตใจของตัวละครในเรื่องได้อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามเนื้อเรื่อง และต้องรับบทบาทของตัวเอง และแสดงได้อย่างเหมาะสมและโดดเด่น

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยคุณภาพ ในการสัมภาษณ์บริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย มีข้อจำกัด คือ ความสามารถในการให้ข้อมูลของผู้ปฏิบัติงานในการบริษัท เนื่องจากเป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน ทำให้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกได้ข้อมูลไม่เต็มที่เท่าที่ควร เพราะทางบริษัทของจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยกังวลเรื่องบริษัทคู่แข่งทางการตลาด

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

- 1) งานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนประเทศเดียว ดังนั้นผู้ที่สนใจควรศึกษาประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของประเทศอื่นที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย เช่น ประเทศลาว และประเทศพม่า เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลว่ามีการทำการตลาดการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยอย่างไร
- 2) ควรทำการศึกษาต่ออีกว่า ภายใน 5 ปีต่อไปนี้ ละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่นิยมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนต่อไปหรือไม่ ถ้านิยมจะเป็นเรื่องประเภทใด และผู้ผลิตละครโทรทัศน์จะเปลี่ยนสาระและเนื้อหาในละครหรือไม่ ถ้าผู้ชมชาวจีนเริ่มเบื่อหน่ายโครงเรื่องละครโทรทัศน์แบบเดิม ๆ

3) ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ทำให้บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยหรือบริษัทที่ได้ทำสัญญาความร่วมมือกับบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย สามารถนำไปออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ผลการวิจัยเกี่ยวกับมุมมองของผู้ชม ทำให้บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยหรือบริษัทที่ได้ทำสัญญาความร่วมมือกับบริษัทผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยที่จะนำไปออกอากาศ ณ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้ชมได้มากขึ้น



บรรณานุกรม

- ความหมายของวัด. (2554). สืบค้นจาก <http://www.phuttha.com>.
- จุฑาภา ยศสุนทรากุล. (2543). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน. (2539). วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชยพล สุทธิโยธิน และสันติ เกษมสิริทัศน์. (2548). เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชาวจีนประท้วง ตูละครเกาหลีไม่ได้ไอคิวต่ำ. (2557). สืบค้นจาก <http://news.thaipbs.or.th/content>.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2548). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: แอ็ดวานซ์ รีเสิร์ช.
- ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสรวง. (2552). วิทยุโทรทัศน์เบื้องต้น บทเรียนออนไลน์. สืบค้นจาก <http://olearning.siam.edu/-4-4/490-100-101->.
- दनัยธัญ พงษ์พัชราธรเทพ. (2555). ทำไมคนจีนถึงคลั่งไคล้ละครไทย. สืบค้นจาก <http://www.vijaichina.com/articles/79>.
- ธิดา ต้นพงศธร. (2552). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของภาพยนตร์ไทยแนวแอ็คชั่นศึกษากรณีภาพยนตร์เรื่อง “ซ็อคโกแลต”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นราพร สังข์ชัย. (2552). บทละครโทรทัศน์ไทย: กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิค. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 29(3), 139 – 158.
- บุษรินทร์ ตั้งศิลป์โอฬาร. (2549). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ฮอลลีวูด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปนัดดา ธนสถิต. (2531). ละครโทรทัศน์ไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะจิต ทองมี. (2545). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยเรื่อง ขุนแผน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผลโหวตละครฮิตและดาราต่างประเทศยอดนิยมในจีน. (2556). สืบค้นจาก <https://bieinterfansth.wordpress.com/category>.
- ลิปมตะภาพยนตร์จีน. (2555). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/China/viewnews.aspx?NewsID=9550000157972>.

- ไร้หน้งยอดเยี้ม “สมาคม ผกก.จีน” ลัน! จะได้รางวัลคุณภาพต้องถึง. (2557). ผู้จัดการออนไลน์.
 สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=9570000042220>.
- วันวิสา สันทวิจิตรกุล. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อละครโทรทัศน์ไทยในเมืองกวางโจวสาธารณรัฐประชาชนจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2557). ละครโทรทัศน์เรื่อง *The Sixth Sense* ลีรักลัมผัสหัวใจ. สืบค้นจาก http://th.wikipedia.org/wiki/The_Sixth_Sense.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2557). สถานีวิทยุโทรทัศน์กลางแห่งประเทศไทยจีน. สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki>.
- ศูนย์จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาตินครเซี่ยงไฮ้. (2553). เซี่ยงไฮ้ เวิลด์ เอ็กซ์โป 2010 (World Expo 2010 Shanghai China). สืบค้นจาก <http://atcloud.com/stories/81419>.
- สดใส พันธุมโกมล. (2521). ศิลปะของการแสดง (ละครสมัยใหม่). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเมืองกวางโจว. (2554). ละครไทยที่เวอร์ในจีน. สืบค้นจาก <http://www.depthai.go.th>.
- สินียา ไกรวิมล. (2545). ลักษณะของบทละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่วงหลังข่าวจากปี พ.ศ. 2535 – 2544. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล วงศ์รัก. (2547). อัตลักษณ์ และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการค้าสารการตลาด. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- โอกาส เหลืองดาวเรือง. (2555). ศึกษาตลาดบันเทิง ดูเชิงกระแสแนวละคร/ หนึ่งโดนใจชาวจีนยุคใหม่ สะท้อนโอกาสให้ธุรกิจบันเทิงไทยกล้าพิชิต “กำแพงเมืองจีน”. สืบค้นจาก <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php>.
- โอล่า จันทวิไล. (2554). การใช้และความพึงพอใจต่อการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- 12 ละครไทยในช่องอันฮุย. (2556). สืบค้นจาก <http://tieba.baidu.com/p/1936885053>.



ภาคผนวก ก

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์บริษัทของเงินที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย

2. สื่อประเภทใดต่อไปนี้นี้ที่ท่านนำมาใช้ในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมให้ผู้ชมในประเทศ
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนมีความสนใจและติดตามชมละครโทรทัศน์ไทย และเพราะอะไร

2.1 ป้ายโฆษณา

.....
.....

2.2 สื่อออนไลน์

.....
.....

2.3 สื่อหนังสือพิมพ์

.....
.....

2.4 สื่อโทรทัศน์

.....
.....

2.5 สื่อวิทยุ

.....
.....

2.6 สื่อบุคคล

.....
.....

3. คุณนำละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

4. คุณติดต่อนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยอย่างไร เพื่อออกสื่อและปรากฏตัวในประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนจีน

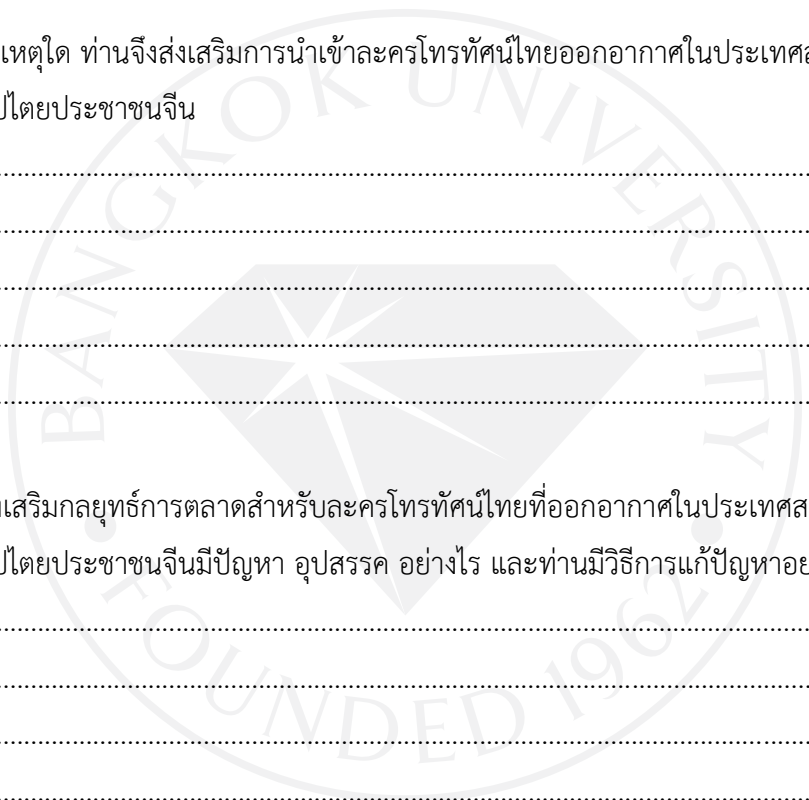
.....
.....
.....
.....
.....

5. เพราะเหตุใด ท่านจึงส่งเสริมการนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนจีน

.....
.....
.....
.....
.....

6. การส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดสำหรับละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนจีนมีปัญหา อุปสรรค อย่างไร และท่านมีวิธีการแก้ปัญหอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....



ภาคผนวก ข

แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ชมชาวจีนที่ชมละครโทรทัศน์ไทย



เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่
นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย”

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามุมมองของผู้ชมในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) ซึ่งมีประเด็นคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

- ชื่อ - นามสกุล

.....

- เพศ

- อายุ ปี

- ที่อยู่อาศัย (มณฑล).....

- ท่านประกอบอาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทย

1. ท่านเคยชมละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเรื่องใด เพราะอะไรถึงรับชมละครโทรทัศน์ไทยเรื่องดังกล่าว

.....
.....
.....
.....

2. ท่านชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านช่องทางใด

.....
.....
.....
.....

3. ท่านชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

4. ท่านชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเรื่องใด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

5. คุณชอบอะไรในละครโทรทัศน์ไทย เพราะอะไร

5.1 โครงเรื่อง

.....

.....

5.2 แก่นความคิด

.....

.....

5.3 ตัวละคร

.....

.....

5.4 ความขัดแย้ง

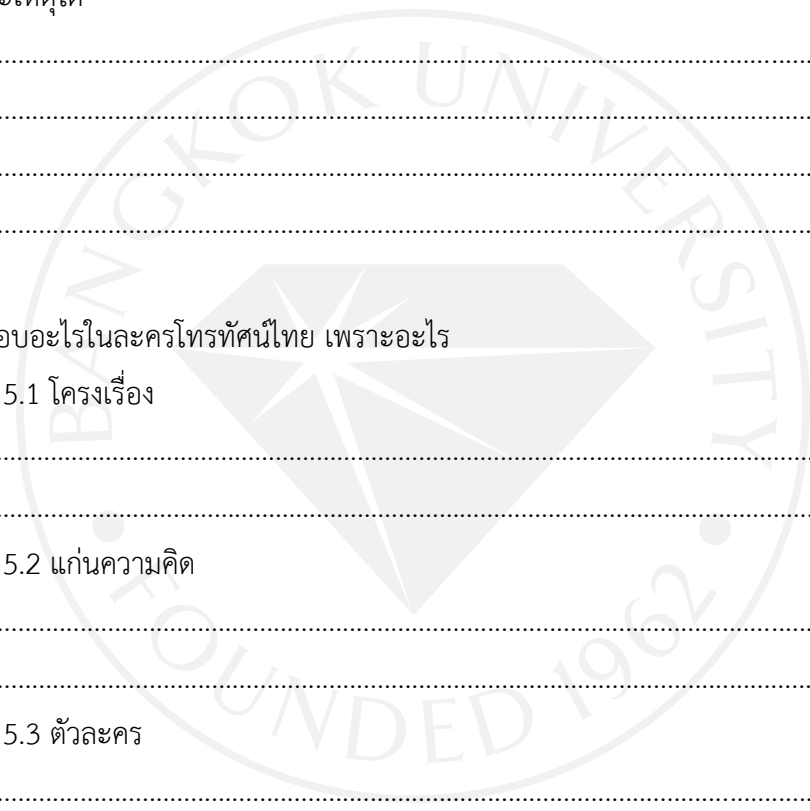
.....

.....

5.5 ฉาก

.....

.....



5.6 สัญลักษณ์พิเศษ

.....
.....

5.7 มุมมองในการเล่าเรื่อง

.....
.....

5.8 ภาษา

.....
.....

5.9 เสียง

.....
.....

5.10 จุดจบ

.....
.....

6. คุณคิดว่าเนื้อหา/ภาพเหตุการณ์นำเสนอของละครโทรทัศน์ไทยน่าสนใจหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....
.....
.....
.....

7. คุณคิดว่าเนื้อหา/ภาพเหตุการณ์ของละครโทรทัศน์ไทยมีความเหมาะสมหรือไม่เพราะเหตุใด

.....
.....
.....
.....

8. คุณได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากละครโทรทัศน์ไทย

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล หลาน เฟิน
อีเมล lanfen1122@hotmail.com
ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขา ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารสำหรับชาวต่างประเทศ
วิชาโท การจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน 04 พ.ศ. 2015

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) LAN FEN นลน เฝิน อยู่บ้านเลขที่ 4004
ซอย..... ถนน พระราม 4 ตำบล/แขวง พระโขนง
อำเภอ/เขต คลองเตย จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7540300410
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา..... คณะ..... นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
ของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร