

โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์



โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2552



© 2552

ไพรยา บุญบุตร
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์
“Television Series Production Company Limited Project”

ผู้วิจัย นางสาวไพรยา นุญบุตร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุงา เทียนไทย)

ผู้ทรงคุณวุฒิและประธานสอบโครงการ

(ดร. วรรณไขวัญ พลจันทร์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร. สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล)

(อาจารย์ปีเตอร์ กัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

วันที่ 4 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2552

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ผู้ศึกษาได้ศึกษาทดลอง วางแผนการดำเนินการธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ ขึ้นไว้ในระยะ 10 ปี นับจากปี 2553 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มดำเนินการ โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 10 เดือน โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 19,834,000 บาท จากนั้นจึงเริ่มเปิดโครงการในปี 2554

ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีที่ได้รับผลกำไรมากที่สุด (Best Case) กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และในกรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขของรายได้จากส่วนของการขายโฆษณา รายได้จากการ Tied in รายได้จากการขายโฆษณาทางเว็บไซต์ รายได้จากการขายดีวีดี รายได้จากการนำละครโทรทัศน์ไปฉายทางระบบบอกรับสมาชิก และรายได้จากช่องทางอื่นๆ ซึ่งจากแผนการดำเนินงานทั้ง 3 กรณีนั้น ถูกกำหนดอัตราผลตอบแทน (Discount Rate) ไว้ที่ 7.5% โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ ดังนี้

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	4 เดือน 5 วัน	7 เดือน 6 วัน	1 ปี 3 เดือน 7 วัน
NPV	607475972.61	345676636.22	165377898.08
IRR	254%	148%	72%

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการพบว่า ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยการผลิตละครให้มีรูปแบบการนำเสนอที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชมและเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร

อย่างไรก็ตามการเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนี้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์กับเจ้าของสินค้า สื่อมวลชนและสถานีโทรทัศน์ อันจะทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี รวมถึงต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และต้องมีการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดและเติบโตในธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้ถ้าขาดความกรุณาจากรศ. ดร. จุฑา เทียนไทย ที่ปรึกษาโครงการ และอ.ปีเตอร์ กัน ที่ปรึกษาหลักสูตร ที่คอยให้คำแนะนำดีๆและเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ พร้อมทั้งสละเวลาในการพิจารณา ตรวจสอบงานวิจัยของข้าพเจ้า

กราบขอบคุณคุณคุณยศสินี ณ นครและคุณธงชัย ประสงค์สันติ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นผู้ผลิตละครโทรทัศน์

ขอบคุณ อ.ยศ ที่คอยถามไถ่ความคืบหน้าเสมอมา

ขอบคุณพี่ตูน ผู้ติดต่อประสานงานด้านการสัมภาษณ์

ขอบคุณโซอะ สำหรับคำแนะนำดีๆเวลาคิดไม่ออก

ขอบคุณพี่ไต้ ที่ช่วยเรื่องการเงิน

ขอบคุณมิน สำหรับคำแนะนำด้านการเงินและน้ำใจที่งดงาม

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆทุกคนที่ช่วยแจกแบบสอบถามและตอบแบบสอบถาม ทำให้การเก็บข้อมูลเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ขอบคุณครอบครัวที่คอยส่งเสริม และเป็นกำลังใจให้เสมอมา

ไปรยา บุญบุตร

4 พ.ย. 2552

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	10
1.3 ขอบเขตของโครงการ	10
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องรูปแบบละครโทรทัศน์	14
2.2 แนวคิดมูลเหตุที่ทำให้ละครโทรทัศน์จับใจผู้ชม	15
2.3 แนวคิดเรื่องสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์	16
2.4 แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์	19
2.5 แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์	19
2.6 แนวคิดองค์ประกอบของบทละครโทรทัศน์	20
2.7 แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์	22
2.8 ทฤษฎีโครงสร้างตลาดวิทยุและโทรทัศน์	24
2.9 แนวคิดด้านการวางแผนการตลาด	26
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัยทางการตลาด	32
3.2 กลุ่มประชากรที่ศึกษาและการสุ่มตัวอย่าง	32
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
3.5 การรวบรวมข้อมูล	34
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากบริษัทผลิตละครโทรทัศน์	37
4.2 ผลข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ชมละครโทรทัศน์	43
4.3 วิเคราะห์เอกสาร	50
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	85
5.2 รูปแบบบริษัทและโครงสร้างบริษัท	86
5.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ 5c's	91
5.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	94
5.5 รายละเอียดของละครที่ผลิต	96
5.6 กลยุทธ์ทางการตลาด	107
บทที่ 6 งบการเงิน	
6.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน	115
6.2 เงินลงทุนในโครงการ	115
6.3 การประมาณการรายได้	123

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.4 ความเป็นไปได้ทางการเงิน	127
6.5 สรุปผลงบการเงินของโครงการ	129
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
7.1 สถานการณ์ของแต่ละสถานี	132
7.2 สถานการณ์ของบริษัทผลิตละคร	132
7.3 ความเสี่ยงของโครงการและการบริหารความเสี่ยง	133
7.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	138
บรรณานุกรม	139
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม ความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละคร โทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี	144
แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี	149
ถอดเทปสัมภาษณ์คุณศศิณี ณ นคร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เมคเกอร์ วาย จำกัด	153
ถอดเทปสัมภาษณ์คุณธงชัย ประสงค์สันติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท คำพอดี จำกัด	158
ตารางประมาณการกระแสเงินสดสุทธิปีที่ 1 รายเดือน (Most likely Case)	162
งบดุลของบริษัท อัปดราม่า จำกัด (Most likely Case)	163
งบกำไรขาดทุนของบริษัท อัปดราม่า จำกัด (Most likely Case)	164
ประวัติผู้แต่ง	165

สารบัญตาราง

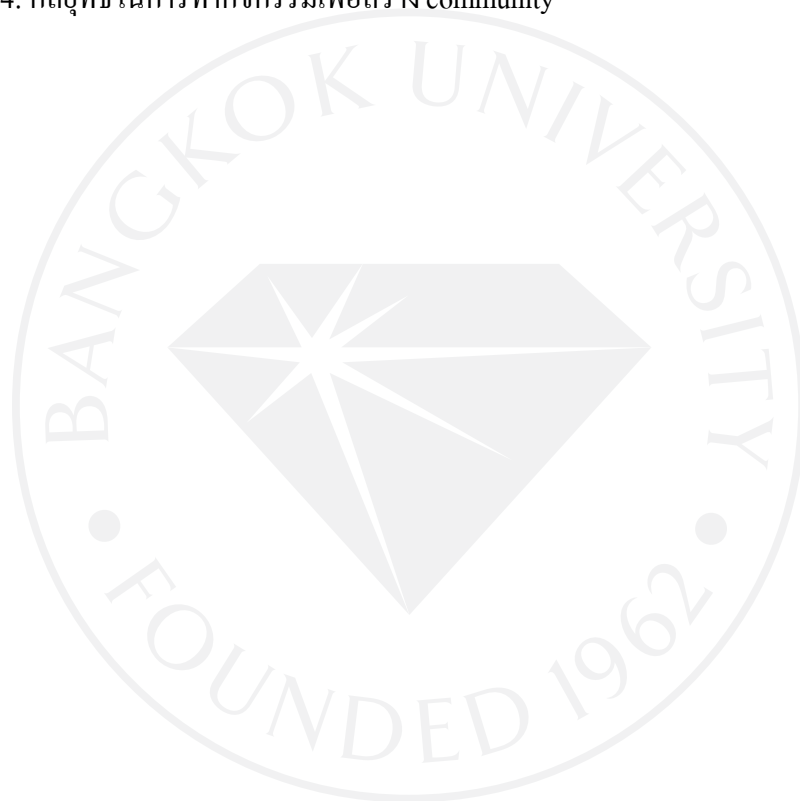
	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางแสดงจำนวนผู้ชมโทรทัศน์แยกตามพื้นที่ ปี2008	2
ตารางที่ 1.2: ตารางแสดงงบประมาณที่ใช้ผ่านสื่อโทรทัศน์ในแต่ละปี	3
ตารางที่ 1.3: ตารางการกำหนดสัดส่วนเวลาออกอากาศรายการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์	4
ตารางที่ 1.4: ตารางแสดงอัตราค่าโฆษณาของแต่ละสถานีปี 2007	4
ตารางที่ 1.5: ตารางแสดงส่วนแบ่งรายได้ของช่อง 3 ปี 2007	6
ตารางที่ 4.1: ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไป	44
ตารางที่ 4.2: ตารางแสดงพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี	45
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ ระบบบอกรับสมาชิก	46
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต	47
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงการสำรวจจำนวนประชากรของประเทศไทยปี 2545-2550	51
ตารางที่ 4.6: ตารางการประมาณการอัตราการเจริญเติบโตระบบการรับสัญญาณ ทีวีของผู้บริโภคในประเทศไทย	68
ตาราง 4.7: ตารางแสดงแนวละคร จุดเด่นและผลงานของบริษัทผลิตละคร โทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	82
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงแนวละคร จุดเด่นและผลงานของบริษัทผลิตละคร โทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี	83
ตารางที่ 5.1: แสดงรายละเอียด ตำแหน่งและอัตราเงินเดือนของพนักงาน บริษัทละคร มาเนีย จำกัด	88
ตารางที่ 5.2 : รายละเอียดของละครเรื่องที่ 1	96
ตารางที่ 5.3: รายละเอียดของละครที่ 2	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.4: รายละเอียดของละครที่ 3	101
ตารางที่ 5.5: รายละเอียดของละครซิทคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม	105
ตารางที่ 5.6: แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะสนับสนุนรายการ	111
ตารางที่ 6.1: ตารางแสดงรายละเอียดของผู้ถือหุ้นบริษัท อัทธราสมา จำกัด	115
ตารางที่ 6.2: ตารางแสดงรายละเอียดการชำระเงินกู้ธนาคาร	116
ตารางที่ 6.3: ตารางแสดงเงินลงทุน	117
ตารางที่ 6.4: ตารางแสดงเงินเดือนพนักงานบริษัท อัทธราสมา จำกัด	117
ตารางที่ 6.5: ค่าผลิตละครเรื่องลุ้นรักสตีปเลิฟ จำนวน 15 ตอน	118
ตารางที่ 6.6: รายละเอียดค่าตัวนักแสดงเรื่องลุ้นรักสตีปเลิฟ	120
ตารางที่ 6.7: ค่าผลิตละครเรื่อง 9 เอฟเอ็ม จำนวน 52 ตอน	121
ตารางที่ 6.8: รายละเอียดค่าตัวนักแสดงเรื่อง 9 เอฟเอ็ม	123
ตารางที่ 6.9: ตัวอย่างรายได้จากสปอนเซอร์ละครเรื่องลุ้นรักสตีปเลิฟ	124
ตารางที่ 6.10: ตัวอย่างรายได้จากสปอนเซอร์ละครซิทคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม	124
ตารางที่ 6.11: อัตราการ Tied in / 1 ตอน	125
ตารางที่ 6.12: ประมาณการรายรับจากโฆษณา Tied in	126
ตารางที่ 6.13: อัตราค่าโฆษณาในเว็บไซต์	126
ตารางที่ 6.14: ประมาณการรายรับจากเว็บไซต์	127
ตารางที่ 6.15: แสดงผลตอบแทนของโครงการ ในสถานการณ์ต่างๆ	129
ตารางที่ 6.16 : ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ(Most Likely Case)	131
ตารางที่ 7.1: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ(Best Case)	134
ตารางที่ 7.2: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ(Most Likely Case)	135
ตารางที่ 7.3: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ(Worst Case)	136

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจกลุ่มต่างๆในอุตสาหกรรมสื่อ	25
ภาพที่ 5.1: แสดงโครงสร้างการบริหารงานของบริษัท อัจฉรา มา จำกัด	87
ภาพที่ 5.2: การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท อัจฉรา มา จำกัด	107
ภาพที่ 5.3: แสดงการสร้างฐานกลุ่มคนดู	112
ภาพที่ 5.4: กลยุทธ์ในการทำกิจกรรมเพื่อสร้าง community	113



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญโครงการ

กิจการวิทยุโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นในพ.ศ. 2498 ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม โดยรัฐบาลสมัยนั้นให้ความสำคัญของสื่อวิทยุโทรทัศน์ จึงมีการจัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ขึ้น โดยมีหลักการในการทำรายการโทรทัศน์คือ การให้ข่าวสาร ให้ความรู้ และให้ความบันเทิง นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์ในการสร้างสถานีให้มีลักษณะแบบ “พึ่งตนเอง” ได้โดยสมบูรณ์อีกด้วย (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2535) ในช่วงแรกของการออกอากาศเป็นการออกอากาศแบบสลับวัน รายการที่ออกอากาศมีรายการข่าว รายการเพลงบรรเลงสด เวลาที่นอกเหนือนั้น จะเป็นการฉายภาพยนตร์ จากสำนักข่าวอเมริกัน(จ้านงรังสิกุล, 2538)

ในสมัยนั้นรายการที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ รายการประเภทให้ความบันเทิง ซึ่งกินเวลาออกอากาศเกินกว่าร้อยละ 50 ของเวลาทั้งหมด ในขณะที่รายการประเภทให้ข่าวสารมีเนื้อที่เพียงร้อยละ 10-18 เท่านั้น ส่วนรายการประเภทส่งเสริมการศึกษาและศิลปวัฒนธรรม มีประมาณร้อยละ 20 จะเห็นว่าละครและการแสดงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะในยุคนี้ยังไม่มีการผลิตภาพยนตร์ไทยสำหรับฉายทางโทรทัศน์ ละครกลายเป็นรูปแบบหลักของรายการบันเทิง ต่อมาจึงได้มีการนำบทละครพระราชนิพนธ์ในรัชการที่ 6 มาดัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์ และเริ่มมีการนำบทละครพุดมาแต่งใหม่สำหรับแสดงทางโทรทัศน์เป็นเรื่องแรกคือ เรื่อง “สุริยานี ไม่ยอมแต่งงาน” ของนายราคาญ (ประหยัด ศ. นาคะนาท) ซึ่งถือว่าเป็นละครโทรทัศน์เรื่องแรกของวงการโทรทัศน์ไทย

ในรอบ 3 ปีแรกมีการผลิตละครโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจาก 3 เรื่องในปี พ.ศ. 2498 มาเป็น 129 เรื่องในปี พ.ศ. 2500 และมีการผลิตละครแนวรักใคร่ (romance) มากที่สุด ละครแนวนี้มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชนชั้นสูงและชนชั้นกลาง และจบลงอย่างมีความสุข และที่สำคัญที่สุดคือ ผู้อุปถัมภ์รายการจะเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางและเนื้อหาของละครเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2535)

จนถึงในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ก็ยังเป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงเพราะเป็นสื่อที่มีทั้งภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว สามารถรื้ออารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตามได้ง่าย นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่บ้านเทิงที่มีราคาถูก สามารถรับชมที่บ้านได้โดยไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายไปชมความบันเทิงนอกบ้านเหมือนการชมภาพยนตร์ ละครเวทีหรือคอนเสิร์ต เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ชมเพราะสามารถเปิดรับชมได้ทุกวัน ทุกเวลาและทุกสถานที่อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 1.1

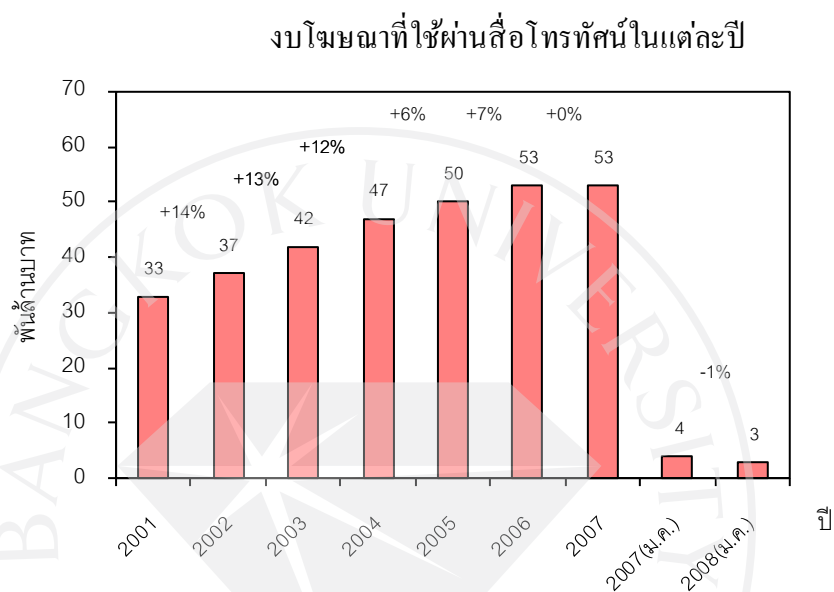
ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงจำนวนผู้ชมโทรทัศน์แยกตามพื้นที่ ปี2008

	กรุงเทพฯ	เขตเมือง	เขตชนบท	รวม		อัตราการครอบครอง (%)
	'000	'000	'000	'000	%	
กรุงเทพฯ	3,516			3,516	17.7	97
ภาคกลาง		1,544	3,192	4,736	23.9	96
เหนือ		816	2,632	3,448	17.4	95
อีสาน		1,136	4,465	5,601	28.3	95
ใต้		722	1,796	2,518	12.7	96
รวม	3,516	4,218	12,085	19,819	100	95
%	17.7	21.3	61.0	100		

ที่มา : Nielson Media Research Media Index (2008) อ้างใน Positioning, 2551(47) หน้าที่ 99.

จะเห็นว่าทุกภาคของประเทศไทยมีอัตราการครอบครองโทรทัศน์อยู่ที่ประมาณ 95-97 % นับว่าเป็นอัตราส่วนที่สูงมาก และผู้สนับสนุนก็ให้ความสำคัญกับการใช้โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี เฉลี่ยปีละ 10% ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 : ตารางแสดงงบโฆษณาที่ใช้ผ่านสื่อโทรทัศน์ในแต่ละปี



ที่มา : Nielson Media Research Media Index (2008) อ้างใน Positioning, 2551(47) หน้าที่ 99.

รายการต่างๆที่นำเสนอทางโทรทัศน์มีหลายประเภท เช่น ข่าว เกมโชว์ ภาพยนตร์ชุด ละคร เพลง คอนเสิร์ต การ์ตูน สารคดี รายการสำหรับเด็ก และรายการเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการกำหนดรายการของแต่ละสถานีจะต้องอยู่ภายใต้ประกาศสำนักงานเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต คือ กรมประชาสัมพันธ์ ในเรื่องกำหนดสัดส่วนเวลาออกอากาศรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ลงวันที่ 18 เมษายน 2539 ซึ่งกำหนดสัดส่วนเวลาออกอากาศในแต่ละวันคือ

ตารางที่ 1.3 : ตารางการกำหนดสัดส่วนเวลาออกอากาศรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ

โทรทัศน์

รายการที่นำเสนอ	สัดส่วน (ร้อยละ)
ข่าวและความรู้	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15
บันเทิง	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65
โฆษณาและบริการธุรกิจ	ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20

ที่มา : กรมประชาสัมพันธ์ (2539)

จากตารางที่ 1.3 จะเห็นว่ารายการบันเทิงมีสัดส่วนมากที่สุดในการออกอากาศ เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมส่วนมาก และเป็นรายการหลักที่ทำรายได้ให้กับสถานี

ตารางที่ 1.4 : ตารางแสดงอัตราค่าโฆษณาของแต่ละสถานีปี 2007

เวลา	ราคา(บาท)ต่อ 60 วินาที				
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	(ไอทีวีเดิม)
วันธรรมดา					
05.00-11.59	89,500	35,000	81,000	35,000	44,000
12.00-15.59	84,000	50,000	93,500	47,500	63,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.4 (ต่อ) : ตารางแสดงอัตราค่าโฆษณาของแต่ละสถานีปี 2007

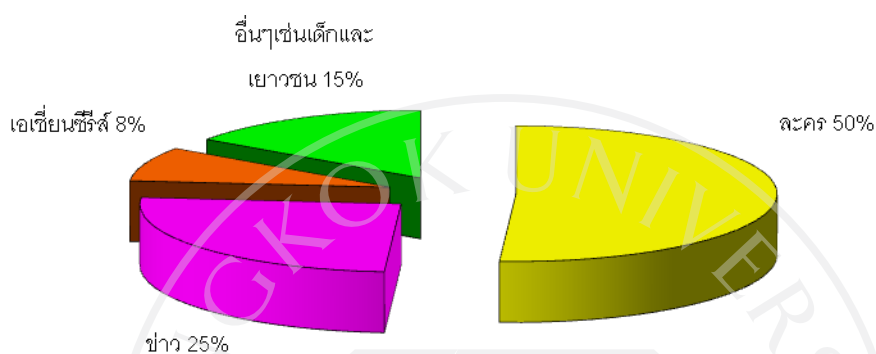
เวลา	ราคา(บาท)ต่อ 60 วินาที				
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	(ไอทีวีเดิม)
วันธรรมดา					
16.00-17.59	93,000	84,000	99,600	98,000	88,000
18.00-20.29	195,000	108,000	225,000	139,000	168,000
20.30-22.29	357,000	210,000	382,500	168,000	175,000
22.30-23.59	185,000	180,000	220,000	160,000	161,000
วันหยุด					
05.00-11.59	137,500	110,000	170,000	80,000	84,000
12.00-15.59	170,000	110,000	193,000	140,000	140,000
16.00-17.59	132,000	120,000	175,000	164,000	168,000
18.00-20.29	233,000	240,000	221,000	173,000	175,000
20.30-22.29	357,000	180,000	382,500	189,000	175,000
22.30-23.59	149,500	210,000	250,000	161,000	130,000

หมายเหตุ : ช่อง 7 อยู่ระหว่างการปรับราคา ส่วนช่อง 11 สปอตละ 15,000 บาท 20,000 บาทและ
สูงสุด 30,000 บาท ในช่วงไพร์มไทม์ ซึ่งเท่ากับอัตราค่าโฆษณาของช่องเคเบิลชั้นนำ

ที่มา : Nielson Media Research Media Index (2008) อ้างใน Positioning, 2551(47) หน้าที่ 101.

เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 1.4 จะพบว่าในช่วงเวลา 20.30-22.29 น. เป็นช่วงเวลาที่ทุกสถานีได้รับค่าโฆษณามากที่สุดและรายการที่อยู่ในช่วงเวลานี้คือ รายการละคร สรุปได้ว่ารายการละครเป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากผู้ชมและสร้างรายได้ให้แก่สถานีเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 1.5: ตารางแสดงส่วนแบ่งรายได้ของช่อง 3 ปี 2007



ที่มา : Positioning, 2551(47) หน้าที่ 97.

จากตารางที่ 1.5 จะเห็นว่ารายได้ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีรายได้จากละคร 50% ส่วนรายได้ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพช่อง 7 มาจากละครมากถึง 70-80% (Positioning, 2551(47) หน้าที่ 88.)

จากการศึกษาของอาทิตย์ โกวิทวรางกูร(2547) พบว่ารายได้จากการโฆษณาเป็นรายได้ที่สำคัญที่สุดของสถานีโทรทัศน์ อัตราค่าโฆษณาคือเป็น “ราคา” ของการแลกเปลี่ยนในตลาดโฆษณา จากการสำรวจจากบริษัทจัดอันดับความนิยมพบว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 เป็นสถานีที่ได้รับความนิยมสูงสุด มีอัตราค่าโฆษณาในช่วงเวลาทอง (Prime Time) และช่วงเวลากลางวันสูงกว่าสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นมาก

สภาพการแข่งขันของละครโทรทัศน์ในปัจจุบันที่วัดผลจากความนิยมของผู้ชมและอัตราค่าโฆษณา จะเห็นว่าการแข่งขันกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่างสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ที่มีละครโทรทัศน์ออกอากาศมากที่สุดทั้งช่วงเวลาทอง (Prime Time) และช่วงเวลาอื่นของวัน ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 นั้นเริ่มเข้ามาแข่งขันในช่วงเวลา Prime Time ตั้งแต่ปีพ.ศ.2548 โดยเพิ่มเวลา

ละครหลังข่าวเป็นเวลา 20.15-21.15 น. และมีละครออกอากาศในวันเสาร์อาทิตย์ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 มีละครออกอากาศในช่วงเวลาเย็นวันเสาร์ อาทิตย์เท่านั้น ส่วนเอ็นบีที และไทยพีบีเอสเป็น สถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีละครออกอากาศ

จากการศึกษาของสุภาพรณ ธนกิจจรรย์ เปรมใจ ทิพย์เจริญ และพรรณวรินทร์ ศรีสวัสดิ์ (2545) พบว่าปัญหาของการผลิตละครโทรทัศน์มีดังนี้

1. ละครโทรทัศน์เป็นแบบหวังผลทางธุรกิจมากขึ้น ทุกขั้นตอนมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อกับทางสถานีโทรทัศน์ หรือการติดต่อกับผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น ในกรณีที่ ผู้ผลิต ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับสถานี ผู้ผลิตจะได้รับค่าตอบแทนต่อน้อยกว่าที่สถานีนำไป ขยายโฆษณา ขายเป็นต่างประเทศ ขายเป็นลักษณะของวีดีโอเทป หรือนำมาฉายซ้ำเพื่อ ขยายโฆษณาได้ อีกหลายครั้ง ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตจะได้รับข้อตกลงเป็นสัญญาธุรกิจบางอย่างตอบแทน เช่น สถานีโทรทัศน์อาจให้โอกาสในการเช่าเวลาออกอากาศในช่วงเวลาอื่น เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ อื่นๆเป็นการแลกเปลี่ยนแทนได้

2. ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของละครโทรทัศน์กับสื่อบันเทิงอื่นๆ ข้อเสียของการนำเสนอ เนื้อหาของละครโทรทัศน์มีความแตกต่างจากสื่อบันเทิงอื่นๆ คือ ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรงเช่นเดียวกับสื่อภาพยนตร์ได้ แต่ข้อดีคือ เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุก ครัวเรือน และกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มผู้หญิงและเยาวชน

3. ตลาดบังคับการผลิตละคร การผลิตละครบังคับผู้ชม การนำเสนอละครโทรทัศน์จะคล้ายกับการบังคับให้ผู้ชมดู ผู้ชมมีโอกาสในการเลือกรับชมได้น้อย เมื่อแนวละครใดประสบความสำเร็จ ก็มักจะมีละครแนวนั้นออกมาซ้ำๆกัน

4. การแบ่งค่ายดารา สัญญาผูกมัดนักแสดง ทำให้เกิดความซ้ำซากจำเจในละครโทรทัศน์ เนื่องจากบางบทบาทการแสดงอาจจะเหมาะสมกับดาราบางคน แต่มาติดระบบสัญญา จึงทำให้ดารา คนนั้นไม่สามารถแสดงบทบาทที่เหมาะสมได้ ทำให้บทบาทดังกล่าวตกไปเป็นของนักแสดงคนอื่น ที่เหมาะสมน้อยกว่า จึงส่งผลต่ออรรถรสของละครเรื่องนั้นๆ

5. ความต้องการผลิตกับจำนวนบุคลากรและทรัพยากรที่ไม่สัมพันธ์กัน การผลิตละครโทรทัศน์มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตละครโทรทัศน์ด้วยกันทั้งเรื่องการเลือกรื่องที่จะเสนอ การกว้านซื้อบทประพันธ์ การแข่งขันด้านดารานำแสดง ด้านคุณภาพของละคร เป็นต้น

นอกจากนี้การเข้าสู่ตลาดของการผลิตละครโทรทัศน์นั้นเป็นตลาดที่มีผู้ขายมาราย (Monopolistic Competition) การเข้าสู่ตลาดเป็นไปได้ง่าย คือมีบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ จำนวน 20-30 รายที่ผลิตละครโทรทัศน์ให้สถานีทั้ง 4 สถานี และผู้ผลิตบางรายก็ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานี ในขณะที่ตลาดของสถานีโทรทัศน์เป็นแบบผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ทำให้อำนาจการกำหนดหรือตัดสินใจวางผังรายการ และเลือกผู้ผลิตละครอยู่ที่สถานีโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ ในการผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศนั้นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตละคร ดังนั้นการที่มีผู้ผลิตละครโทรทัศน์มากกว่าจำนวนช่องทางการออกอากาศทำให้การนำผลงานละครเข้าสู่สถานีโทรทัศน์เป็นเรื่องยากมากขึ้น

ในสภาวะปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี เช่น พฤติกรรมไลฟ์สไตล์ “ไม่หลับไม่นอน” หรือ 24/7 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความแยกย่อยตามความสนใจเพิ่มมากขึ้น (segmentation) และการพัฒนาเทคโนโลยีของสื่ออื่นๆนอกจากฟรีทีวี เช่น เคเบิลทีวี ทีวี่ดาวเทียมและสื่ออินเทอร์เน็ต ได้ขยายตัวขึ้นมากในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากตัวเลขสมาชิกเคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียม มีการสำรวจโดยสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย มีจำนวนสมาชิกรวมกันประมาณ 2.5 ล้านราย ปัจจุบันช่องรายการเคเบิลและทีวี่ดาวเทียมที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ MCOT, True Vision, ช่องของ กรมประชาสัมพันธ์ช่อง 11/1-4, TTV1-3, BNT, T-Channel, ASTV, NBT Cable ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด (Positioning, 2551(47) หน้า 101.) และจากการทำวิจัยแบบ focus group ของสตาร์คอมพบว่าจำนวนคนดูเคเบิลทีวี (ทั้งดูจากเคเบิลทีวีโดยตรงและช่องสัญญาณจากทีวี่ดาวเทียม) เพิ่มขึ้นจากเดิม 17% แต่คนดูก็ยังมีพฤติกรรมแบ่งกันดูระหว่างฟรีทีวีและเคเบิลทีวี(Positioning, 2551(47) หน้า 103.)

รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านกฎหมายพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ที่เปิดโอกาสให้สถานีโทรทัศน์ทางเลือก เช่น ช่องเคเบิลทีวีและทีวี่ดาวเทียมสามารถหารายได้จากโฆษณาได้ซึ่งเป็นการเพิ่มผลประโยชน์ให้กลุ่มผู้เป็นเจ้าของ

สถานีโทรทัศน์ทางเลือกและเป็นการเพิ่มโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยที่ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่อยู่ในตลาดมานานได้ รวมถึงทำให้เกิดการแบ่งประเภทกลุ่มรายการได้ตามกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น เช่น คนรักสุขภาพ คนชอบข่าว คนชอบละคร หรือคนชอบฟังเพลง เป็นต้น
(Positioning, 2551(47) หน้า 113.)

ขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตมีการเติบโตเพิ่มขึ้น 6.19% จากมูลค่ากว่า 46 ล้านบาทในปี 2549 เพิ่มขึ้นกว่า 48 ล้านบาทในปี 2550 นอกจากนี้มาจากปรากฏการณ์ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เมื่อ 15ปีก่อนมีเพียง 30 คน ก้าวกระโดดเป็น 7 ล้านคนในปี 2549 ที่ผ่านมาและคาดว่าจะเพิ่มเป็น 10 ล้านคนในอีก 2-3 ปีข้างหน้า และจากการศึกษาของบริษัทไอบีเอ็มประเทศไทย จำกัด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2549-2553 ประมาณ 23% ซึ่งเติบโตมากกว่าสื่อดั้งเดิมประมาณ 5 เท่าตัว (The National Press Council of Thailand, 2549)

โทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตถือเป็นรูปแบบใหม่ของความบันเทิงที่ทำให้ผู้ชมสามารถรับชมเนื้อหาที่แยกตามกลุ่มความสนใจย่อยๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังสามารถเลือกดูรายการย้อนหลังได้อีกด้วย เช่น www.manager.com, www.nationgroup.com, www.fukduk.tv, www.wakeupwakeupwakeup.com และ www.manytv.com เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้ชมอีกด้วย

จากแนวโน้มดังกล่าวที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นความเป็นไปได้ในการผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศทางฟรีทีวีในระยะเริ่มต้น เนื่องจากเป็นสื่อที่ครอบคลุมกลุ่มคนดูได้มากและมีค่าตอบแทนเป็นจำนวนมาก และจะต้องมีการวางแผนการผลิตละครออกอากาศทางสื่อทางเลือกอื่นๆ เช่น โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของคนดูโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป รวมถึงต้องมีวิธีการวางแผนการตลาดและหาความแตกต่างในการสร้างสรรค์ผลงาน ทำให้ละครที่ผลิตมีเรตติ้งสูงเป็นที่นิยมของผู้ชมให้บริษัทที่เป็นที่ยอมรับของผู้ชมและเป็นที่ไว้วางใจของสถานีให้ผลิตผลงานออกมาอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาแนวโน้มการผลิตละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก และอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อจัดตั้งบริษัทผลิตรายการละครโทรทัศน์ ที่มีการบริหารจัดการและการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
3. เพื่อนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับละครโทรทัศน์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้ชม สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี สื่อทางเลือกอื่นๆ เช่น โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างผลกำไรให้กับผู้ผลิต

1.3 ขอบเขตของโครงการ

การศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ โดยเน้นไปที่การผลิตละครโทรทัศน์ให้เป็นที่นิยมของผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผ่านฟรีทีวี และสื่อทางเลือกอื่นๆ เช่น โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีการจัดการองค์กรอย่างมีระบบ ทั้งในด้านการบริหารองค์กร บุคลากร และกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพเหมาะสมกับสื่อที่ออกอากาศ และมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาช่วยในการขายงานของบริษัท และช่วยทำให้ผลงานละครมีความแตกต่างจากละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บริษัทผลิตละครโทรทัศน์ หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และสื่ออินเทอร์เน็ต
2. ละครโทรทัศน์ หมายถึง ละครที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ในที่นี้หมายถึง

2.1 Drama Special ได้แก่ ละครประเภทพิเศษที่เล่นในวาระโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันแม่ วันที่ระลึกของหน่วยงานต่างๆ ละครการกุศล ลักษณะของละครแบบนี้จะเป็นละครสั้นจบในตอน เดี่ยว มักใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง

2.2 Anthology Series/Anthology Drama เป็นละครที่จบในตอนเลย ผู้แสดงไม่ใช่ชุดเดียวกัน เรื่องราวแต่ละตอนไม่เกี่ยวข้องกันเลย ตัวอย่างเช่น ปากกาทอง เข่าขวัญวันพุธ

2.3 TV. Series/Soap Opera เป็นละครเรื่องยาวที่เล่นหลายตอนจบ ประมาณ 20-30 ตอน เนื้อเรื่องทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกัน ออกอากาศเป็นประจำ ใช้ผู้แสดงเป็นชุดเดียวกัน

3. การผลิตรายการโทรทัศน์ หมายถึง กระบวนการในการผลิตละครโทรทัศน์ ตั้งแต่การเตรียมงานก่อนการถ่ายทำ การดำเนินการถ่ายทำ และกระบวนการหลังการถ่ายทำ ไปจนถึงการนำออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ได้

4. ฟรีทีวี หมายถึง สถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ผ่านคลื่นความถี่ และสามารถรับชมทางโทรทัศน์ได้ โดยไม่ต้องมีเครื่องแปลงสัญญาณหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ในที่นี้หมายถึงสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9

5. สถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก หมายถึง สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศด้วยการส่งสัญญาณผ่านสายเคเบิลหรือสัญญาณดาวเทียม ไปยังผู้ชม โดยผู้ชมต้องมีการติดตั้งเครื่องรับสัญญาณและมีการจ่ายค่าบริการให้กับผู้ส่งสัญญาณ

6. สื่อทางเลือก หมายถึง สื่ออื่นๆที่ไม่ใช่สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ในที่นี้หมายถึง สถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกและสื่ออินเทอร์เน็ต

7. สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ นำข้อมูลที่เป็นสื่อขึ้นมาแปลงสภาพและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจแนวโน้มการผลิตละครโทรทัศน์ผ่านสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และอินเทอร์เน็ต

2. เข้าใจแนวทางการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ ที่มีการบริหารจัดการและการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
3. เข้าใจการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับละครโทรทัศน์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้ชม สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี สถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างผลกำไรให้กับผู้ผลิต



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีกรอบแนวคิดและทฤษฎีเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมด ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องรูปแบบละครโทรทัศน์
2. แนวคิดมูลเหตุที่ทำให้ละครโทรทัศน์จับใจผู้ชม
3. แนวคิดเรื่องสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์
4. แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์
5. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์
6. แนวคิดองค์ประกอบของบทละครโทรทัศน์
7. แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์
8. ทฤษฎีโครงสร้างตลาดวิทยุและโทรทัศน์
9. แนวคิดด้านการวางแผนการตลาด
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการและทฤษฎี

2.1 แนวคิดเรื่องรูปแบบละครโทรทัศน์

รูปแบบของละครโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย(ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542) ได้แบ่งประเภทของละครเอาไว้ดังนี้

1. Drama Special ได้แก่ ละครประเภทพิเศษที่เล่นในวาระโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันแม่ วันที่ระลึกของหน่วยงานต่างๆ ละครการกุศล ลักษณะของละครแบบนี้จะเป็นละครสั้นจบในตอนเดิwmักใช้เวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมง
2. TV. Series เป็นละครสั้นๆ เล่นแต่ละครั้งจะจบในเวลา 30-60นาที แต่จะออกอากาศเป็นประจำ เนื้อหาแต่ละตอนจะเป็นแนวเดียวกัน และใช้ผู้แสดงชุดเดียวกัน แต่เรื่องราวจะเปลี่ยนไป
3. TV. Serials เป็นละครเรื่องยาวที่เล่นหลายตอนจบ ประมาณ 20-30 ตอน เนื้อเรื่องทั้งหมดเป็นเรื่องเดียวกัน ออกอากาศเป็นประจำ ใช้ผู้แสดงเป็นชุดเดียวกัน ละครแบบนี้รู้จักกันในชื่อ Soap Opera
4. Mini Series เป็นละครสั้นๆ เล่นจบใน 2-3 ตอน ผู้แสดงไม่ใช่ชุดเดียวกัน และเนื้อเรื่องแต่ละเรื่องจะไม่เกี่ยวข้องกันเลย ตัวอย่างเช่น ละครชุดรักสลับหลัก เพชรในเรือน รักคืออะไร
5. Anthology Series/Anthology Drama เป็นละครที่จบในตอนเลย มีความยาวตอนละ 30-60 นาที ผู้แสดงไม่ใช่ชุดเดียวกัน เรื่องราวแต่ละตอนไม่เกี่ยวข้องกันเลย ตัวอย่างเช่น ปากกาทอง เขย่าขวัญวันพุธ
6. Sit-com เป็นละครแนวสนุกสนาน มีลักษณะล้อเลียนสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้น เป็นละครจบในแต่ละตอน แต่ใช้นักแสดงชุดเดียวกับที่เล่นบทบาทเดิม คำว่า “sit” นั้นย่อมาจาก ส่วนคำว่า ย่อมาจาก เมื่อรวมกันหมายความว่า “ตลกสถานการณ์” ซึ่งหมายความว่า ความขบขันที่มีต่อสถานการณ์ต่างๆ

2.2 แนวคิดมูลเหตุที่ทำให้ละครโทรทัศน์จับใจผู้ชม

ในบรรดารูปแบบผลงานสื่อทั้งหลาย ละครโทรทัศน์เป็นสุดยอดความบันเทิง เนื่องจากปริมาณผู้ชมที่มีมากมาย ปริมาณละครที่เพิ่มขึ้น และการนำเสนออย่างต่อเนื่องยาวนาน (Singhal & Rogers, 1999 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้วิเคราะห์คุณลักษณะละครโทรทัศน์ที่สามารถกระตุ้นในผู้ชมได้และพบลักษณะดังนี้คือ

1. ละครโทรทัศน์ช่วยให้ผู้ชมได้ปลดปล่อยอารมณ์ (emotional release) โดยผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร ทำให้ผู้ชมได้หัวเราะ ได้ร้องไห้ ได้แปลกใจ ได้ตื่นตื้นกับเหตุการณ์ที่พลิกผันเหนือความคาดหมาย

2. ละครโทรทัศน์ให้โอกาสผู้ชมได้เติมเต็มจินตนาการ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (fantasy fulfillment) ในขณะที่โลกที่เป็นจริงในชีวิตประจำวันนั้นซ้ำซาก การนั่งดูโทรทัศน์จึงเป็นเหมือนการเปิดโลกที่มีสีสันสดใสแห่งจินตนาการให้ผู้ชมได้สัมผัสด้วยประสบการณ์

3. ละครโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ค้นหาข้อมูลและคำแนะนำจากตัวละครที่ตนชื่นชอบ เช่น คนที่ตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกันว่าจะมีการแก้ไขปัญหาอย่างไร เพื่อที่จะได้นำมาปรับใช้กับชีวิตจริงของตนเอง

ส่วนในแง่มุมมองของ (A. Gray, 1997 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) วิเคราะห์แหล่งกำเนิดความบันเทิงของละครโทรทัศน์จากมุมมองของผู้ชมสตรี และพบลักษณะของความรื่นรมย์ใจดังนี้

- Validation ละครโทรทัศน์สามารถตอกย้ำบางอย่างในชีวิตของผู้หญิง ความรื่นรมย์ใจนั้นมาจากการที่จะละครโทรทัศน์นั้นได้พรรณนาบรรยายชีวิตอย่างละเอียดในทุกแง่มุม รายละเอียดดังกล่าวนั้นทำให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคย (sense of familiarity) มีเรื่องราวที่สามารถคาดเดาได้ (predictability) และตัวละครต่างๆก็สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน (transparency of the character)

-Reassurance เนื่องจากเรื่องราวหรือแก่นเรื่องของละครโทรทัศน์ นำเอาบางส่วนของชีวิตจริงมาแสดง และไม่ว่าการดำเนินเรื่องจะสร้างให้ตัวละครเจอวิกฤติในชีวิตขนาดใดก็ตาม แต่เมื่อถึงตอนสุดท้ายแล้วละครโทรทัศน์จะจบลงอย่างแสนสุขเสมอ (happy ending) ตัวละครก็จะได้รับรางวัล ตัว

ละครร้ายจะถูกลงโทษ การดำเนินเรื่องดังกล่าวให้ความมั่นใจ (reassurance) แก่ผู้ชมว่าชีวิตเราก็น่าจะจบลงอย่างแสนสุข และทำให้มั่นใจว่าคำว่า “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว” จะยังคงใช้ได้คืออยู่เสมอ เป็นการสร้างความพอใจให้กับผู้ชมได้

นอกเหนือจากกฎเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังอาจใช้แนวคิดที่ว่า “การต่อต้านนั้นเป็นบ่อเกิดสำคัญของความสุขใจ” มาใช้อธิบายละครโทรทัศน์ที่ถูกมองว่าเป็นสื่อบันเทิงที่ชุ่มฉ่ำไปด้วยอุดมการณ์ครอบงำของสังคมน (Hobson,1982 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ใช้แนวคิดนี้มาอธิบายความรื่นเริงใจที่ผู้ชมสตรีได้จากละครโทรทัศน์ว่า ความสนุกนั้นอยู่ที่การมีโอกาสได้ตีความเนื่องจากละครโทรทัศน์ได้อนุญาตให้ผู้ชมเอาตัวเองเข้าไปสอดในเรื่องเล่า จากการที่ละครโทรทัศน์จะเล่าเรื่องเป็นช่วงๆ มีระยะเว้นวรรค มีการถูกค้นด้วยโฆษณา และจบเป็นตอนๆ ทำให้ผู้ชมผู้หญิงได้มีโอกาส “เล่น” กับกฎระเบียบของสังคม และได้ใช้ละครอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ Hobson ยังวิเคราะห์อีกว่า ในระดับจิตใต้สำนึกของผู้หญิงนั้นมีความปรารถนาที่จะถูกล้อหรือต่อต้านบรรดาอุดมการณ์หลักต่างๆของสังคม ดังนั้นพื้นที่ในละครโทรทัศน์จึงเป็นเวทีด้านจินตนาการให้ผู้หญิงได้กระทำการดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ละครโทรทัศน์จึงไม่ได้มีแต่นางเอกที่เป็นตัวแทนของผู้หญิงที่เดินตามหลังสังคมเท่านั้น แต่จะต้องมีตัวร้าย หรือตัวละครอื่นๆ ที่แตกแหวหรือท้าทายกฎระเบียบของสังคม ลักษณะดังกล่าวเป็นไปเช่นเดียวกับรายการการ์ตูน ซึ่งเด็กๆที่เป็นกลุ่มที่ไม่มีอำนาจในโลกแห่งความจริงจะสำแดงอิทธิฤทธิ์ในหนังการ์ตูน

นักวิชาการเรียกวิธีการแสวงหาความรื่นรมย์จากการที่ได้ต่อต้านแบบนี้ว่า Affective pleasure และเป็นความรื่นเริงใจตามแบบวิธีที่กลุ่มผู้มีอำนาจน้อยหรือไร้อำนาจจะเป็นผู้ใช้เป็นวิธีหลัก และอาจทดแทนช่องทางการต่อต้านในโลกแห่งความเป็นจริงที่ถูกปิดตายหรือเสี่ยงภัยเกินไป หากคิดจะใช้

2.3 แนวคิดเรื่องสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์

(Tania Modleski,1990 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้สรุปสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์ไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อการบำบัด (therapy) หรือทดแทน (substation) บางสิ่งบางอย่างที่ขาดหายไปในโลกความเป็นจริง

เนื่องจากชีวิตจริงของผู้คนในแต่ละกลุ่มสังคมต่างก็มีปัญหาแตกต่างกันไป การที่ละครโทรทัศน์เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตัวละครหลากหลายเพศ วัย ชนชั้นและกลุ่มสังคม ละครเหล่านี้จึงเป็นเหมือนกลไกแห่งการระบายออกทางสังคม (social outlets) ที่ปัจเจกบุคคลแต่ละคนสามารถใช้อธิบายหรืออ้างอิงถึงได้ เพื่อเยียวยาและทดแทนความเจ็บปวดบางอย่างในโลกความเป็นจริง

2. ผู้ชมดูละครเพื่อลดทอนความขัดแย้ง (tensions) ในโลกความเป็นจริง

เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาพฉากจบของละครโทรทัศน์หลายๆเรื่องมักแสดงให้เห็นถึงการประสารปรองคองของตัวละครจากกลุ่มสังคมต่างๆอันแสดงให้เห็นว่า แม้ในโลกความจริงจะมีรอยร้าวทางสังคมมากเพียงไร แต่ผู้ชมก็สามารถใช้ละครโทรทัศน์ประสารปรองคอง และเชื่อมรยต่อต่างๆที่อาจเป็นเงื่อนไขคู่ความขัดแย้งดังเคยได้โดยนัยๆในโลกจินตนาการ ด้วยเหตุนี้ผู้ชมจำนวนมากจึงยังคงใช้ความบันเทิงในละครโทรทัศน์ บรรเทาความตึงเครียดขัดแย้งที่เผชิญหน้าอยู่ในชีวิตประจำวัน

3. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อหลบหนี (escapism) ไปจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหน่าย

มีการตั้งคำถามกันอยู่ว่า ถ้าเปรียบเทียบกันระหว่างละครน้ำเน่าที่มีเนื้อเรื่องซ้ำซากกับชีวิตประจำวันที่วนเวียนไม่ไปไหน อะไรที่ดูซ้ำซากมากกว่ากัน คำตอบที่ผู้ชมละครโทรทัศน์หลายๆคนตอบออกมาว่าชีวิตจริงคนเราน่าเบื่อมากกว่า นี่เองจึงเป็นเหตุผลว่าผู้ชมหลายคนยังคงเป็นแฟนประจำของละครโทรทัศน์ ก็เพื่อปลดปล่อยตัวเองออกจากกิจกรรมชีวิตที่ซ้ำซาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องครอบครัว เรื่องการงาน หรือเรื่องการต่อสู้แย่งชิงสิ่งต่างๆในชีวิตจริง ข้อเสนอของ Dorothy Hobson, 1982 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์มิได้มีลักษณะอยู่นิ่งเฉย ในขณะที่หลบหนีไปอยู่ในจินตนาการ แต่เกือบทุกคนยังคงมีความคิดสร้างสรรค์ (creativity) เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ความคิดสร้างสรรค์นี้เองทำให้เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ทะลวงกรอบที่สังคมสร้างความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน

4. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อต้องการหาเพื่อน

(Louise Spence, 1995 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า ละครโทรทัศน์สามารถช่วยเราใจผู้หญิง หรือแม้แต่ทำให้ผู้ชมทั่วไปรู้สึกได้ว่า ตนเองได้บริหาร 'อำนาจ' จาก

การที่จะได้ว่าชีวิตคนอื่นเป็นอย่างไร แต่ท้ายที่สุด ผู้ชมเหล่านี้ก็มักจะบอกว่า ชีวิตของคนอื่นก็มักจะคล้ายกับชีวิตของตนเอง ในแง่นี้ Dorothy Hobson (1982) ตั้งประเด็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ชมสตรีกับการดูละคร โทรทัศน์ว่า ผู้หญิงมักปรารถนาจะหาเพื่อนร่วมชะตากรรมเดียวกับตน ฉะนั้นผู้หญิงหลายคนจึงเลือกใช้เรื่องของเมียหลวงเมียน้อย แม่ฟัวลูกสะเก้ หรือคุณผู้หญิงกับสาวใช้ มาสร้างความเป็นเพื่อนหรือญาติมิตรในจินตนาการของเธอ นอกจากนี้ Hobson ยังย้ำอีกด้วยว่าละครโทรทัศน์ถือเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัย เมื่อผู้ชมนั่งดูละคร พวกเขาและเขาก็จะหาข้อสรุปให้กับตนเองตามแต่ประสบการณ์ทางสังคมและประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมา ทั้งนี้ไม่มีใครเลยที่จะนั่งดูละครโทรทัศน์ โดยปราศจากความคิด หรือ ไม่ได้ใช้ความรู้หรือประสบการณ์ของตนมาต่อรอง กับสิ่งที่ได้สัมผัสหน้าจอ

5. ผู้ชมดูละครโทรทัศน์เพื่อการชบชิบนินทาและสร้างชุมชนทางสังคมขึ้นมา

ในขณะที่นักวิชาการหลายคน (เช่น นักทฤษฎีสำนึกแฟรงค์เฟิร์ต) วิเคราะห์ว่า การดูโทรทัศน์นำไปสู่การสลายสายสัมพันธ์ทางสังคม (social bonds) เช่น การดูโทรทัศน์นำไปสู่การสลายสายสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมแบบตัวใครตัวมัน หรือทำให้ผู้ชมแต่ละคนอยู่ในโลกจินตนาการของตัวเอง เป็นต้น แต่นักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) เช่น John (Storey, 1999 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545)) ได้กล่าวแย้งว่า เนื้อหาที่อยู่ในจอโทรทัศน์สามารถเป็นวัตถุดิบชั้นดีที่ผู้คนจะนำมาใช้เชื่อมร้อยสายสัมพันธ์ของตนกับคนอื่น ๆ ไปได้

(David Morley, 1988 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2545) อธิบายว่า สำหรับผู้คนในโลกปัจจุบันไม่ค่อยมีใครมีประสบการณ์ร่วมที่เหมือนกันหรือสามารถสนทนาพูดคุยเรื่องเดียวกันได้ เฉกเช่นเดียวกับผู้คนในสังคมชุมชนขนาดเล็กเมื่อครั้งอดีต ฉะนั้นพวกเขาและเธอก็จะคุยกันเกี่ยวกับสิ่งที่เห็นจากจอโทรทัศน์แทน การดูโทรทัศน์จึงเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ร่วมในการสนทนา และใช้เนื้อหาจากสื่อแลกเปลี่ยนกันได้ในชีวิตประจำวัน ยิ่งไปกว่านั้น แทนที่ผู้ชมจะใช้การดูโทรทัศน์แยกตัวออกไปจากผู้อื่น ผู้ชมกลับใช้ละครโทรทัศน์เป็นพันธะเชื่อมตัวเข้ากับคนอื่น ๆ ในสังคม แต่บางคนก็ใช้ละครโทรทัศน์จัดสรรพื้นที่ที่จะได้สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) อยู่ตลอดเวลา

2.4 แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์

แม้ว่าบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์จะมีมากมาย แต่ปมขุ ศุภสาร (2530) ได้สรุปว่าละครโทรทัศน์เรื่องหนึ่ง มีลักษณะการผลิตหรือที่มาอย่างใดอย่างหนึ่ง 4 ลักษณะดังนี้

1. การผลิตรายการของสถานี โดยสถานีเป็นผู้ผลิตและดำเนินการผลิตเองทั้งหมด
2. ฝ่ายผลิตรายการของสถานีเป็นผู้ผลิต โดยการว่าจ้างนักจัดรายการละครภายนอกเป็นผู้ดำเนินผลิตในนามของสถานี
3. นักจัดรายการละครภายนอกเป็นผู้ผลิต ดำเนินการผลิตเองทั้งหมด สถานีเป็นผู้ซื้อแล้วนำมาออกอากาศในนามของสถานีที่ร่วมกับผู้ผลิตและลิขสิทธิ์ทั้งหมดเป็นของสถานี
4. สถานีให้เช่าเวลาสำหรับการจัดรายการละคร นักจัดรายการละครจะเป็นผู้ผลิตและดำเนินการผลิตเองทั้งหมด หรืออาจจะเช่าเครื่องมืออุปกรณ์ของสถานี ตลอดจนการใช้ทีมงานฝ่ายผลิตรายการของสถานี

2.5 แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์

การผลิตรายการโทรทัศน์นั้น มีลักษณะเป็นการบวนการซึ่งมีขั้นตอนแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้ (ปนัดดา ธนสถิตย์, 2531)

1. **ขั้นวางแผนการผลิต (Planning)** เป็นขั้นตอนก่อนการบันทึกเทปผู้ผลิตจะต้องเลือกเรื่องและนำเสนอให้สถานีโทรทัศน์พิจารณา การกำหนดตัวผู้ร่วมงานทั้งผู้เขียนบท ผู้กำกับการแสดง ผู้กำกับรายการ เป็นต้น รวมถึงการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิต
2. **ขั้นก่อนการผลิตรายการ (Pre-Production)** เริ่มตั้งแต่การเขียนบทละคร การคัดเลือกนักแสดง การวางแผนการถ่ายทำจริง การแบ่งงานให้แก่ฝ่ายรับผิดชอบ เช่น สร้างฉาก หาสถานที่ เครื่องแต่งกาย ฝ่ายแสงเสียง และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
3. **ขั้นการถ่ายทำ (Production)** คือ การถ่ายทำให้ตรงตามแผนงานที่กำหนดไว้ ทีมงานและนักแสดงจะต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของแต่ละคน เมื่อถ่ายทำเสร็จแล้วจะต้องมีการตัดต่อ ลง

เสียง การทำเพลงประกอบ หรืออาจเพิ่มเทคนิคพิเศษทางโทรทัศน์เพื่อให้ภาพที่ออกมาสมจริงตามเนื้อเรื่อง

4. **ขั้นประเมินผลรายการ (Post Production)** คือการติดตามผลการชมของผู้ชมละครโทรทัศน์ ว่าละครเรื่องนั้นได้รับความนิยมหรือไม่ ควรปรับปรุงแก้ไขเรื่องใดบ้าง ซึ่งผู้ผลิตต้องทราบและนำไปปรับปรุงการผลิตและการนำเสนอละครในเรื่องต่อไป

2.6 แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของบทละครโทรทัศน์

ผู้เขียนบทโทรทัศน์จำเป็นต้องรู้องค์ประกอบของบทละครที่นำไปสู่รูปแบบการเขียนบทละครโทรทัศน์ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้

1. **เค้าโครงเรื่อง (Plot)** หมายถึง การลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในละครอย่างมีเหตุผลและมีจุดหมายปลายทาง เค้าโครงเรื่องที่ดีจะต้องมีความสมบูรณ์ในตัวของมันเอง มีความยาวพอเหมาะประกอบด้วยตอนต้น ตอนกลาง และจบ เหตุการณ์ทุกตอนมีความสัมพันธ์กันอย่างสมเหตุสมผลคือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นในฉากหนึ่งจะต้องเป็นผลสืบเนื่องจากการกระทำในฉากที่นำมาก่อนและในทำนองเดียวกัน

2. **ตัวละครและการวางนิสัยตัวละคร (Character and Characterization)** ซึ่งหมายรวมถึงพัฒนาการของนิสัยของตัวละครด้วย

ตัวละคร คือ ผู้กระทำและผู้ที่ได้รับผลจากการกระทำในบทละคร แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 **ตัวละครที่มีลักษณะนิสัยตายตัว (Typed Character)** หมายถึงตัวละครที่สามารถมองเห็นได้เพียงด้านเดียว และมักมีนิสัยตามแบบฉบับที่นิยมใช้กันในบทละครทั่วไป เช่น “พระเอก” “นางเอก” “ผู้ร้าย” “ตัวอิจฉา”

2.2 **ตัวละครที่เห็นได้รอบด้าน (Well-rounded Character)** หมายถึงตัวละครที่มีความลึกซึ้งและเข้าใจยากกว่าตัวละครประเภทแรก มักมีลักษณะคล้ายชีวิตของคนจริงๆ ซึ่งอาจมองเห็นได้โดยรอบด้าน มีทั้งส่วนดีส่วนเสียและต้องศึกษาอย่างละเอียดจึงจะสามารถเข้าใจได้

ส่วนการวางนิสัยตัวละคร คือ การที่ผู้เขียนกำหนดให้ตัวละครมีลักษณะนิสัยตามความเหมาะสมของเรื่องราวที่เสนอ ส่วนพัฒนาการของนิสัยตัวละคร หมายถึง การที่นิสัยในคอหรือทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งต่างๆในชีวิตของตัวละครเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากประสบการณ์หรือเหตุการณ์ที่มากระทบต่อวิถีชีวิตนั้น

3. ความคิด (Thought) ความคิดที่อยู่ในบทละคร คือ ข้อเสนอที่ผู้เขียนพิสูจน์ได้ว่าเป็นจริงจากเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในละคร กล่าวคือ หลังจากที่ได้ชมละครเรื่องนั้นๆไปแล้ว ผู้ชมจะได้รับแง่คิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่างๆในชีวิตที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารกับผู้ชม

ความคิดที่อยู่เบื้องหลังเรื่องราวในละคร คือ จุดมุ่งหมายหรือความหมายของบทละครเรื่องนั้น ในปัจจุบันมักมีผู้ใช้คำว่า “แก่น” (Themes) ของเรื่อง ซึ่งหมายความว่าละครเรื่องนี้พูดถึงอะไร และพูดเรื่องนั้นว่าอย่างไร

4. การให้ภาษา (Diction) หรือบางตำราใช้ว่า Dialogue หมายถึงศิลปะของการถ่ายทอดเรื่องราวและความคิดของผู้ประพันธ์ออกมาทางคำพูดของตัวละครหรือบทสนทนา การเขียนบทเจรจาที่ดี ผู้เขียนจะต้องสามารถเขียนให้เหมาะสมกับประเภทของบทละคร ลักษณะนิสัยของผู้พูด และเหตุการณ์แต่ละตอนในละคร และยังคงมีความกระชับเพียงพอที่ผู้ชมฟังแล้วจะสามารถเข้าใจและติดตามเรื่องราวได้โดยตลอดด้วย นอกจากนี้บทเจรจาที่ดีนั้นควรจะแสดงลักษณะนิสัย ความคิดอ่าน ความเห็น ความรู้สึก ตลอดจนอารมณ์ของผู้พูด มีความหมายภายใต้คำพูดที่นำไปสู่การแสดงออกของตัวละครในแง่ของการกระทำ ตลอดจนมีผลเกี่ยวเนื่องในการดำเนินเรื่องอีกด้วย

5. เพลง (Song) หมายถึงศิลปะการถ่ายทอดเรื่องราวและความคิดของผู้ประพันธ์ออกมาทางบทเพลงที่ตัวละครขับร้อง แม้ว่าปัจจุบันบทละครจะไม่ได้มีเพลงทุกเรื่อง เราก็สามารถใช้บทเพลงให้เป็นส่วนหนึ่งของละครได้ และบทเพลงในละครเรื่องนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ โดยไม่กระทบกระเทือนต่อบทละครนั้นๆ

6. ภาพ (Spectacle) เนื่องจากบทละครไม่ได้เขียนขึ้นมาสำหรับอ่าน แต่เป็นการเขียนเพื่อนำมาแสดง ความดีเด่นของบทละครจึงมิได้อยู่ที่คำพูดของตัวละครที่พิมพ์ไว้บนหน้ากระดาษเพียงอย่างเดียว สิ่งอื่นๆ เช่น บทบาทของตัวละครที่จะสามารถนำมาแสดงให้เห็นได้ด้วยใบหน้าท่าทาง

และจังหวะการเคลื่อนไหวที่เนบเนียน จะช่วยเพิ่มพูนรสชาติให้แก่ละครเรื่องนั้นๆ ได้เป็นอย่างมาก บทละครที่ดีเด่นมักจะเต็มไปด้วยจุดต่างๆ ที่นักแสดง ผู้กำกับการแสดง ผู้ออกแบบและสร้างสรรค์ทางด้านต่างๆ จะสามารถนำมาตีแผ่ความหมายและการแสดงออกในแง่ของ “ภาพ” ที่ปรากฏสู่สายตาผู้ชมได้อย่างมีศิลปะชวนให้ติดตาม

2.7 แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับสถานีโทรทัศน์นั้น อาศัยแนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์เป็นกรอบในการอธิบายทำความเข้าใจ

คาร์ล แลนด์ (Carl Lande, 1996) ได้เสนอแนวความคิดแบบผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ (Patron-Client model) ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลระหว่างคนสองฝ่ายเรียกว่า dyad ที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งหมายความว่าผู้อุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่สูงกว่าในเชิงสัมพันธภาพและผู้รับอุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่ต่ำกว่า ความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายอาจเป็นไปได้ตั้งแต่เชิงเศรษฐกิจ การช่วยเหลือต่างๆ ตลอดจนถึงให้ความคุ้มครองและที่สำคัญคือความสัมพันธ์แบบนี้อยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งแต่ละฝ่ายในสังคมจะมีอิสระที่จะเลือกผู้อุปถัมภ์ หรือผู้รับอุปถัมภ์ และยังมีอิสระในการกำหนดจำนวนบุคคลที่เขาคงมีความสัมพันธ์ด้วย และความสัมพันธ์ในรูปแบบนี้อาจสิ้นสุดลงเมื่อไหร่ก็ได้ หากมีการตอบแทนที่แต่ละฝ่ายได้รับไม่คุ้มค่าที่เขาจะเป็นผู้อุปถัมภ์หรือผู้รับอุปถัมภ์ ผู้ได้อุปถัมภ์อาจผลไปหาผู้อุปถัมภ์คนใหม่ และผู้อุปถัมภ์ก็เลิกให้ผลประโยชน์

เจมส์ ซี สกอตต์ (James C.Scott, 1997 อ้างใน กิตติพงษ์ ธิลาสุกเดช, 2544) มองว่ารูปแบบความสัมพันธ์ของผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ ทั้งสองฝ่ายมีอำนาจไม่เท่าเทียมกัน โดยส่วนใหญ่ผู้อุปถัมภ์เหนือกว่าผู้รับอุปถัมภ์ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม หรือเศรษฐกิจ จึงทำให้มีอำนาจต่อรองที่สูงกว่า ผู้รับอุปถัมภ์อาจตอบแทนด้วยความเคารพนับถือเชื่อฟัง หรือแรงงานการให้บริการ เขามองว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์มีเงื่อนไขกำหนดความแตกต่าง 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความไม่เท่าเทียมกันของผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ ในแนวคิดนี้ ผู้รับอุปถัมภ์มีทางเลือกอยู่ 4 ทาง คือ

1.1 ถ้าเขามีบริการที่เป็นที่ต้องการของผู้อุปถัมภ์มากพอ เขาก็จะสามารถดึงสถานการณ์ให้เป็นการแลกเปลี่ยนที่เท่าเทียมได้

1.2 หากผู้อุปถัมภ์มีหลายราย ผู้รับอุปถัมภ์ไม่อาจตอบแทนแลกเปลี่ยนในสิ่งที่ผู้อุปถัมภ์ต้องการได้ ผู้รับอุปถัมภ์อาจมองหาผู้อุปถัมภ์รายอื่นๆ ซึ่งทำให้ข้อเรียกร้องของผู้อุปถัมภ์ลดลง

1.3 กรณีมีการผูกขาดอำนาจท้องถิ่น ผู้รับอุปถัมภ์อาจมีอำนาจต่อรองบังคับกับผู้อุปถัมภ์ให้บริการตามที่ต้องการได้ กรณีนี้เกิดขึ้นได้ยาก

1.4 กรณีที่ผู้รับอุปถัมภ์ไม่ต้องการความช่วยเหลือจากผู้อุปถัมภ์เลย ซึ่งกรณีนี้เป็นไปในแง่ทฤษฎีไม่น่าเกิดขึ้นในชีวิตจริง เพราะผู้อุปถัมภ์คือผู้ที่ครอบครองบริการต่างๆ ที่ผู้รับอุปถัมภ์ต้องการ

2. มีความสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัว พบหน้าค่าตากันอยู่เสมอ ทำให้เกิดความไว้วางใจรักใคร่ระหว่างผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ มักได้รับการสนับสนุนความสัมพันธ์โดยค่านิยมและประเพณีของชุมชน เช่น กรณีพ่อแม่ทูนหัว (Godparent) ของชาวคาทอลิก

3. มีความสัมพันธ์แบบยืดหยุ่นไม่เฉพาะเจาะจง ส่วนใหญ่มักเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Multiplex Relationship) กล่าวคือ มีความสัมพันธ์หลายรูปแบบและหลายทาง ทำให้การเกื้อกูลตอบแทนกันนั้นแตกต่างกันมากทั้งในการแลกเปลี่ยนและเวลา ความสัมพันธ์เช่นนี้ไม่มีการกำหนดเวลาหรือผูกพันตามสัญญา (Explicit Contractual Relation) เพราะทั้งคู่ยังคงความสัมพันธ์ตราบเท่าที่ยังมีความสามารถที่จะตอบแทนกันได้

ในความแปรผันของความสัมพันธ์นั้น (Variation in Patron-Client Patronage) สามารถพิจารณาปัจจัยต่างๆได้ คือ

1.ฐานทรัพยากรของผู้อุปถัมภ์

1.1 ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวที่จะบริการ ส่งเสริมความอยู่ดีกินดีของอีกฝ่ายได้

1.2 ทรัพย์สินสมบัติที่ผู้อุปถัมภ์เป็นเจ้าของโดยตรง เป็นทรัพย์สินที่ใช้แล้วหมดไป เช่น เงินสำหรับลงทุน ตำแหน่งงานที่ว่างอยู่ การใช้ทรัพย์สินส่วนนี้จึงต้องเป็นไปอย่างคุ้มค่ามากที่สุด

1.3 ทรัพย์สินสมบัติที่ผู้อุปถัมภ์ไม่ได้เป็นเจ้าของโดยตรง แต่มีอยู่หรือได้มาโดยอาศัยผู้อื่นหรือตำแหน่งหน้าที่การงาน เป็นทรัพย์สินทางอ้อมตามตำแหน่ง เช่น อำนาจในการจ้างงานเลื่อนขั้น เป็นต้น

2. ฐานทรัพย์สินของผู้อุปถัมภ์ อาจเป็นไปในลักษณะต่างๆเพื่อตอบแทน เช่น

2.1 การให้บริการด้านแรงงาน และการสนับสนุนทางเศรษฐกิจ

2.2 การทำหน้าที่ทางทหารหรือการต่อสู้

2.3 การบริการทางการเมือง ในการสนับสนุนคะแนนเสียงเลือกตั้ง

2.8 ทฤษฎีโครงสร้างตลาดวิทยุและโทรทัศน์

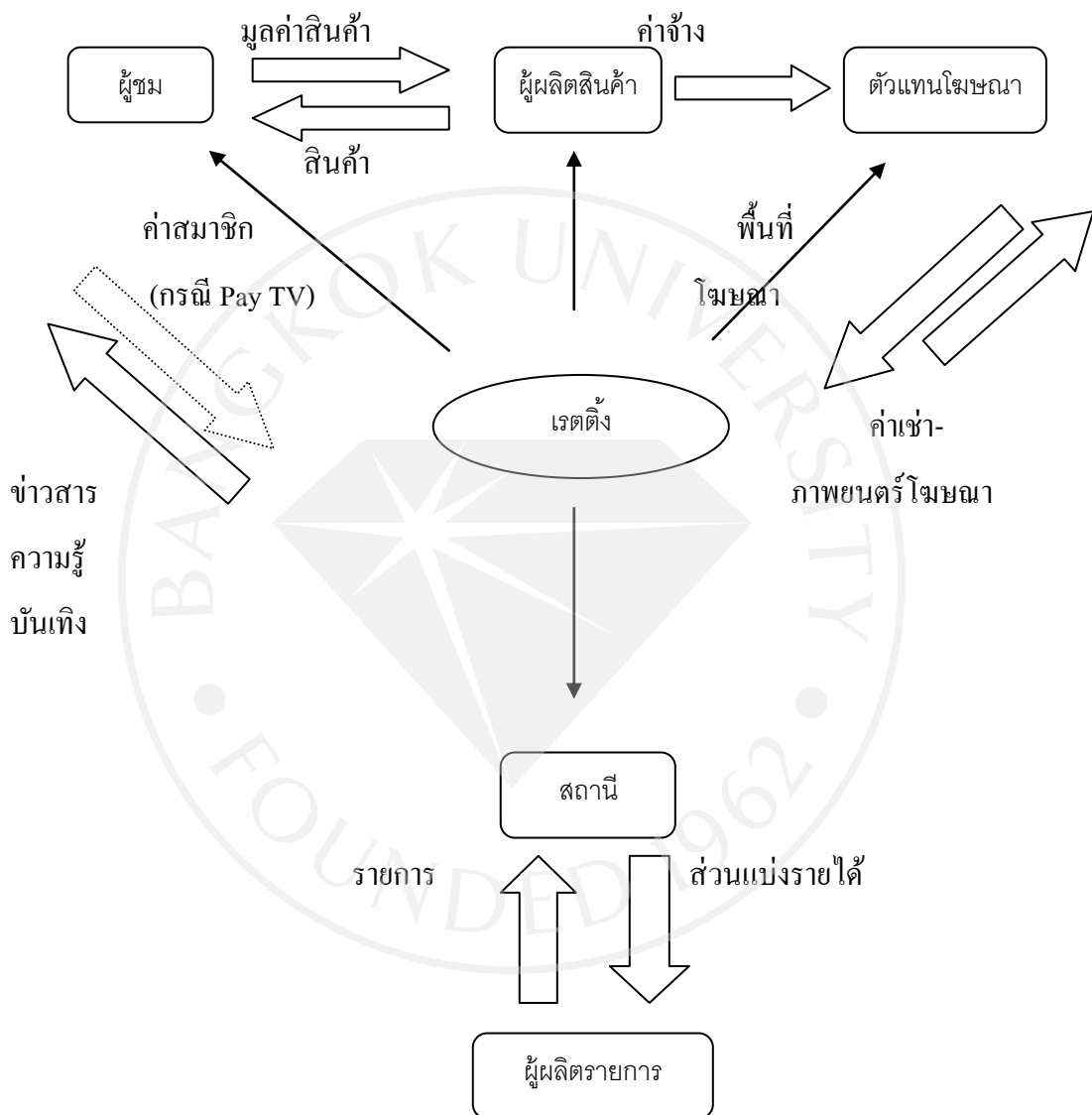
โครงสร้างตลาดวิทยุและโทรทัศน์ประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม ได้แก่ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการ บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) บริษัทจัดอันดับความนิยมรายการ (Rating Agency) ผู้ผลิตสินค้าและกลุ่มผู้บริโภค (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2546)

จากภาพที่ 2.1 ผู้ผลิตรายการจะผลิตรายการให้สถานี (รายการบางประเภทสถานีดำเนินการผลิตเอง) และได้รับผลตอบแทนเป็นค่าจ้างผลิตหรือส่วนแบ่งรายได้จากการโฆษณาโดยมีบริษัทตัวแทนโฆษณาเป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างสถานีและผู้ผลิตรายการเข้ากับเจ้าของสินค้า และมีบริษัทจัดอันดับความนิยมรายการทำหน้าที่ประเมินความนิยมของผู้บริโภคต่อรายการให้แก่เจ้าของสินค้า ผู้ผลิตรายการและบริษัทตัวแทนโฆษณา

จากความเชื่อมโยงดังกล่าวจะเห็นว่า ผู้บริโภคไม่ได้เป็นผู้จ่ายซื้อเนื้อหารายการโดยตรงจากสถานี(ยกเว้นโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก) แต่สนับสนุนรายการทางอ้อมผ่านการซื้อสินค้า การผลิตรายการส่วนใหญ่จึงเป็นไปเพื่อตอบสนองรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ ซึ่งเป็นเป้าหมายของสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนรายการ ผลที่ตามมาคือ รายการบางประเภท โดยเฉพาะรายการสำหรับกลุ่มผู้ชมที่ไม่มีความนิยมของคนกลุ่มใหญ่จะถูกละเลยไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การ

สำรวจความนิยมของรายการมุ่งสำรวจเฉพาะกลุ่มประชาชนที่มีอายุระหว่าง 12-60 ปีเท่านั้น
เนื่องจากประชาชนนอกกลุ่มอายุดังกล่าวส่วนใหญ่ไม่มีกำลังซื้อ

ภาพที่ 2.1 ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยธุรกิจกลุ่มต่างๆในอุตสาหกรรมสื่อ



ที่มา : สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2546). โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

2.9 แนวคิดด้านการวางแผนการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยตัวแปร 4 ประการ ดังนี้ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2544)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
- ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
- ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ (Product Component)
- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
- ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุนของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่า หรือเหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์นั้น
- ต้นทุนผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

- การแข่งขันในตลาด
- ปัจจัยอื่นๆ เช่น กลยุทธ์การตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ นโยบายธุรกิจ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด เราสามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการจัดจำหน่ายเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด โดยเริ่มต้นจากแหล่งผลิต ผ่านผู้ขายไปสู่ผู้ซื้อ ดังนั้น ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย

- ผู้ผลิต
- คนกลาง
- ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าประกอบด้วย

- การขนส่ง (Transportation)
- การเก็บรักษาและการคลังสินค้า (Storage and Warehousing)
- การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานทำการขายโดยตรง (Personal Selling) หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Nonpersonal Selling) การส่งเสริมการตลาดสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

4.1 การโฆษณา(Advertising) เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บุคคล หรือองค์การ โดยสร้างสรรค์งานโฆษณา และทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อเคลื่อนที่ต่างๆ และป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อในรูปแบบของผู้อุปถัมภ์ (Sponsor)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล ซึ่งมีงานที่เกี่ยวข้อง คือ

- กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย
- การบริหารทีมขาย (Salesforce Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการกระตุ้นให้เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

- การส่งเสริมการขายมุ่งที่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)
- การส่งเสริมการขายมุ่งที่คนกลาง (Trade Promotion)
- การส่งเสริมการขายมุ่งที่พนักงานขาย (Salesforce Promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ/หรือบริษัทผ่านสื่อ ซึ่งการให้ข่าวมีลักษณะที่แตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

- การให้ข่าว เป็นการให้ข้อมูลความจริงหรือแก้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การ โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อแต่อย่างใด
- การประชาสัมพันธ์ เป็นการวางแผนการให้ข้อมูล เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือองค์การ การประชาสัมพันธ์อาจต้องมีค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อ

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจได้ทันที ซึ่งเราสามารถทำการตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

- การขายทางโทรศัพท์ (Telemarketing)
- การขายโดยใช้แคตาล็อก (Catalog)
- การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์
- การขายโดยใช้จดหมายตรง (Direct Mail)
- การขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet)

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อรุณี ประดิษฐ์ธีระ (2536) ศึกษา “การดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี พ.ศ. 2535” ผลการวิจัยพบว่า บริษัทธุรกิจละครสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งพัฒนาตนเองจากกลุ่มผู้จัดละครสู่องค์กรธุรกิจ ซึ่งมิได้ดำเนินการโดยอิสระ แต่มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ไปถึงบริษัทธุรกิจละครโทรทัศน์ในแนวการกำหนดนโยบาย กิจกรรมทางการตลาดและผลงานละคร

2. อาทิตย์ โกวิทวางกูร (2547) ศึกษา “โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมละครหลังข่าวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ โดยโครงสร้างอุตสาหกรรมนั้นประกอบด้วย 4 หน่วยธุรกิจสำคัญ คือ ผู้ชม สถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตละคร และผู้ลงโฆษณา นอกจากนี้ตลาดละครหลังข่าวในแง่ของสถานีโทรทัศน์เป็นแบบผู้ขายน้อยราย โดยละครหลังข่าวเป็นรายการหลักในการแสวงหารายได้ของสองช่องผู้นำตลาดสื่อโทรทัศน์ คือ ช่อง 3 และช่อง 7 ในการผลิตละครหลังข่าวนั้นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการ แต่ว่าอำนาจการต่อรองและสิทธิขาดในการกำหนดผังรายการนั้นอยู่ที่สถานีโทรทัศน์

3. กิตติพงษ์ ธีลาสุภเดช (2544) ศึกษา “ระบบอุปถัมภ์กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย” ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของผู้ผลิตและนักแสดงละครโทรทัศน์มีความหลากหลายเกินกว่าจะสรุปเป็นโครงสร้างที่ชัดเจนได้ โดยผู้ผลิตคัดเลือกนักแสดงโดยคำนึงถึงเกณฑ์ดังนี้ 1.บุคลิกตัวละคร 2.คุณสมบัติทางการตลาด 3.สัญญาตามกฎหมาย 4. ความสามารถ 5.ค่าตอบแทน 6.ภาพลักษณ์และภาพพจน์ 7.ความคุ้นเคย 8.เงื่อนไขในการร่วมงาน 9. ประวัติการร่วมงาน 10.การให้ความร่วมมืออื่นๆ และรูปแบบการอุปถัมภ์แบ่งโดยศักยภาพของผู้อุปถัมภ์มี 3 ลักษณะ 1.ผู้ผลิตอุปถัมภ์นักแสดงผ่านผู้จัด 2.ผู้จัดอุปถัมภ์นักแสดง 3.ผู้ผลิตเป็นผู้จัดเอง ด้วยอุปถัมภ์นักแสดง

4. จิตรลดา ดิษยพันธ์ (2536) ศึกษา “กลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของ บริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด” ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทกันตนามีข้อได้เปรียบ คือ 1.ภาพพจน์และความมีชื่อเสียงของบริษัท 2.การมีทรัพยากรที่มีคุณภาพ 3.บทประพันธ์คือวัตถุดิบที่มีค่า 4.การเป็นผู้นำด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย 5.ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก ส่วนสถานะคุกคาม คือ สภาพการแข่งขัน และระบบการบริหารงานแบบครอบครัว

5. ทิปวิท พงศ์ไพบูลย์ (2533) ศึกษา “พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์มีรากฐานเดิมมาจากธุรกิจกลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อิสระ ต่อมาธุรกิจประเภทนี้ได้ถูกพัฒนารูปแบบการดำเนินงานไปสู่การจัดตั้งเป็นองค์กรทางการค้าเพื่อดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะมีลักษณะการดำเนินงานแบบองค์กรที่ประกอบด้วยผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งถูกจัดแบ่งออกโดยระบบการแบ่งงานกันทำ และพบว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะเป็นองค์กรทางสังคมองค์กรหนึ่งที่อยู่ภายใต้ระบบสังคมโดยรวม ดังนั้นจึงไม่สามารถดำเนินงานโดยอิสระด้วยตัวขององค์กรเอง แต่จะมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

6. สุภาพรรณ ธนกิจจรรย์, เปรมใจ ทิพย์เจริญและพรณวรินทร์ ศรีสวัสดิ์ (2545) ศึกษา “โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า การจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ควรมีการนำแผนการตลาดมาช่วยในการวิเคราะห์ ช่องว่างทางการตลาดที่จะเสนอละครให้ตรงตามความต้องการของผู้ชม

7. เมลินี แก้วราตรีและปฎิภาณ รุ่งรัตน์วิชชัย (2546) ศึกษา “โครงการจัดตั้งบริษัทจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า บริษัทผลิตละครโทรทัศน์ที่สามารถดำเนินธุรกิจสร้างผลกำไรและอยู่ในวงการได้ยาวนาน จะต้องมีรูปแบบและภาพลักษณ์ที่โดดเด่น มีความเข้าใจในธุรกิจและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์โดยรวม และเข้าใจถึงศักยภาพ ความพร้อม ทักษะในการพัฒนาทั้งคุณภาพของผลงานและความหลากหลายของรูปแบบงานที่ผลิตออกมาเพื่อแข่งขันกับผู้ร่วมลงทุนในธุรกิจโทรทัศน์ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบละครโทรทัศน์ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศไทยมากำหนดขอบเขตของการวิจัย ใช้แนวคิดมูลเหตุที่ทำให้ละครโทรทัศน์จับใจผู้ชม แนวคิดเรื่องสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์ มาเป็นพื้นฐานในการผลิตละครโทรทัศน์ให้เป็นที่นิยมของผู้ชม ใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์มาใช้เป็นกรอบในการเข้าไปดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ ใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของบทละครโทรทัศน์มาใช้ในการออกแบบแบบสอบถามและคัดเลือกบทละครโทรทัศน์ที่เหมาะสม นอกจากนี้ใช้แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ ทฤษฎีโครงสร้างตลาดวิทยุและโทรทัศน์ แนวคิดด้านการวางแผนการตลาดมาใช้เป็นแนวทางในการตั้งคำถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและเป็นกรอบแนวทางการสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในโครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท หลักการบริหารจัดการ บริษัทผลิตละครโทรทัศน์ในด้านต่างๆ กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวโน้มของละครโทรทัศน์ในอนาคต ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการสำรวจความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ รวมถึงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรักสมาชิกและอินเทอร์เน็ตในอนาคต เพื่อนำมาประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการผลิตและการตลาดของบริษัท

3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัยทางการตลาด

1. เพื่อสำรวจความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ ตลอดจนแนวโน้มการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรักสมาชิก และอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาวิจัยลักษณะของการบริหารและการผลิตของบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบัน เพื่อนำมาประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทในอนาคต

3.2 กลุ่มประชากรที่ศึกษาและการสุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพมีแหล่งข้อมูลดังนี้
 - 1.1 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ในการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์จะศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คือ ผู้บริหารบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ เพื่อให้ได้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท หลักการบริหารจัดการบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ในด้านต่างๆ กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวโน้มของละครโทรทัศน์ในอนาคต เพื่อให้ได้รายละเอียดของข้อมูลและสอดคล้องกับระยะเวลาในการศึกษาวิจัย จะสัมภาษณ์ผู้บริหารจากแต่ละบริษัทดังนี้

1. บริษัท เมกเกอร์ วาย จำกัด

2. บริษัท คำพอดี จำกัด

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.2.1 เอกสารปฐมภูมิ (Primary Sources) ได้แก่ เอกสารภายในองค์กร เช่น ประวัติความเป็นมา นโยบาย วัตถุประสงค์ โครงสร้างการบริหารงาน กลยุทธ์ในการบริหารงาน เป็นต้น

1.2.2 เอกสารทุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้แก่ หนังสือ บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย และสิ่งพิมพ์อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยค้นคว้าจากห้องสมุดเป็นหลัก

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

เพื่อสำรวจความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ฟรีทีวี รวมถึงแนวโน้มการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต จะใช้การตอบแบบสอบถาม (Survey Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามจุดประสงค์ (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรในการวิจัยครั้งนี้ โดยสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 400 คน ที่มีอายุระหว่าง 15-26 ปี มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ คือ เป็นผู้ดูละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี ดูโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก และมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มี

มุมมองใหม่สำหรับละครโทรทัศน์ เพื่อหาความต้องการที่แท้จริงของผู้ชมและความแตกต่างในการผลิตละครโทรทัศน์ในอนาคต

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์
2. แบบบันทึกการสัมภาษณ์
3. แบบสอบถามแบบเลือกตอบและคำถามปลายเปิด (Multiple Choice and Open-ended Questionnaire)

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำประเด็นคำถามสำหรับสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ และแบบสอบถามสำหรับผู้ชมละครโทรทัศน์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูล

3.5 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก และสถานีโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) อย่างเป็นทางการ โดยการใช้เทปบันทึกเสียงและการจดบันทึกในการเก็บข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 2 คน จากบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ฟรีทีวี เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท หลักการบริหารจัดการบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ในด้านต่างๆ กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวโน้มของละครโทรทัศน์ในอนาคต

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชมละครโทรทัศน์ โดยศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อให้ได้ความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ รวมถึงแนวโน้มการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยศึกษาจากเอกสารภายในองค์กร หนังสือ บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบข้อมูลด้านการผลิตและการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ สภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน ตลอดจนข้อมูลแนวโน้มของธุรกิจด้านสื่ออื่นๆที่เชื่อมโยงกับละครโทรทัศน์ เช่น โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากแบบสอบถามมาสรุปด้วยการตีความ โดยนำทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ และนำเสนอด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆที่เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญเพื่อศึกษากลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท หลักการบริหารจัดการบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ในด้านต่างๆ กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวโน้มของละครโทรทัศน์ในอนาคต โดยจะใช้ข้อมูลต่างๆที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะอธิบายลักษณะสำคัญของเรื่องราวได้ถูกต้องชัดเจนตามข้อเท็จจริงมากที่สุด

2. จากการสำรวจแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ เพื่อวิเคราะห์ความนิยม พฤติกรรม ความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ และแนวโน้มการรับชมละคร

โทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต โดยจะใช้ข้อมูลต่างๆที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์และสรุปเป็นแผนภูมิเพื่อให้เข้าใจง่าย

3. จากเอกสาร

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารภายในองค์กร หนังสือ บทความ นิตยสาร วิทยานิพนธ์ อินเทอร์เน็ต รายงานการวิจัย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบข้อมูลด้านการผลิตและการดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ สภาพตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน ตลอดจนข้อมูลแนวโน้มของธุรกิจด้านสื่ออื่นๆที่เชื่อมโยงกับละครโทรทัศน์ เช่น โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต โดยจะใช้ข้อมูลที่ได้จากเอกสารมาวิเคราะห์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของงานวิจัยในครั้งนี้



บทที่ 4

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้บริหารจากบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ และการวิเคราะห์เอกสาร ใช้การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการสำรวจความนิยมพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ รวมถึงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรักสมาชิกและอินเทอร์เน็ตในอนาคต โดยจะแบ่งผลการนำเสนอการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากบริษัทผลิตละครโทรทัศน์
2. ผลข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ชมละครโทรทัศน์
3. วิเคราะห์เอกสาร

4.1 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารจากบริษัทผลิตละครโทรทัศน์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คุณยศสินี ณ นคร กรรมการผู้จัดการบริษัท เมคเกอร์วาย จำกัด

1. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท

การเข้าสู่ธุรกิจ

มีพื้นฐานธุรกิจมาจากครอบครัว เป็นอีกฐานหนึ่งที่เขามาสานต่อบริษัทของคุณแม่ คือ คุณมยุรฉัตร เหมือนประสิทธิเวช ที่ผลิตละครโทรทัศน์ให้สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อยู่แล้ว

ผลงานที่ผ่านมา

แม่ค้าขนมหวาน จำเลยรัก จำเลยกามเทพ

2. ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัทในด้านการวางแผน(Planing) การจัด โครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน(Organizing) การชักนำ(Leading) และการ ควบคุม(Controlling)

ด้านการจัดโครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน

ในสมัยก่อนใช้พนักงานประจำทั้งหมด เป็นระบบครอบครัว แต่ในปัจจุบันการแข่งขันสูง
มาก คนแต่ละคน ไม่ได้เหมาะกับงานทุกชิ้น ดังนั้นจึงมีการปรับเปลี่ยนให้มีพนักงานประจำส่วน
หนึ่ง นอกนั้นจะจ้างพนักงานชั่วคราวในการถ่ายทำละคร พนักงานประจำจะคอยทำงานต่อจากผู้จัด
ละคร เช่น โปรดิวเซอร์ ธุรกรีกกองถ่าย ประสานงาน พนักงานบัญชี ส่วนนี้จะเป็นผู้ที่รักษา
ผลประโยชน์ของบริษัท ติดต่อกับผู้จัดตลอดเวลาเพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพตรงตาม
แผนงานมากที่สุด ส่วนพนักงานชั่วคราวนั้นจะจ้างที่มีความสามารถตรงกับละครที่ถ่ายทำ เพราะว่
การทำละครจะมีเนื้อหาเปลี่ยนไปตลอด ทั้งด้านโปรดักชั่น สถานที่ ตัวละคร อุปกรณ์ประกอบฉาก
ดังนั้นจะต้องใช้คนที่มีความถนัดในด้านนั้นๆ เพราะว่าทุกคนจะต้องทำงานแข่งกับเวลา เวลาออก
กองถ่ายทำ ทุกอย่างต้องรวดเร็วและแก้ปัญหาได้ นั่นคือการเลือกใช้คนให้ถูกต้อง

ด้านการทำละคร

เริ่มจากการเลือกเรื่องที่จะเล่าก่อน เพราะว่าผู้จัดมีหน้าที่ในการเล่าเรื่องให้สนุก แล้วก็ส่ง
เรื่องไปที่ช่อง ถ้าช่องอนุมัติก็จะเริ่มเขียนบท ส่งรายชื่อนักแสดง ไปเพื่อให้ช่องพิจารณา เมื่อผ่าน
แล้วก็จะมีการวางตัวทีมงาน นักแสดง จัดคิวการถ่ายทำ โดยเราจะต้องมีการประชุม พูดคุย กันให้
เห็นเรื่องไปในแนวทางเดียวกัน เมื่อเริ่มถ่ายทำหน้าที่ของผู้จัดก็คือการแก้ปัญหาในการทำงานให้
งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจนจบเรื่อง การแก้ปัญหาได้หมายถึงการประหยัดทั้งเวลาและเงิน เมื่อ
ถ่ายทำเสร็จก็เข้ากระบวนการตัดต่อทั้งภาพและเสียง โดยจะต้องเข้าไปควบคุมการตัดต่อให้เป็นไป
ตามที่เราร้องการ ซึ่งเป็นหน้าที่ของเราและผู้กำกับการแสดง เมื่อละครออกอากาศเราก็ต้องเข้าไป
คุมด้านการประชาสัมพันธ์ต้องทำงานคู่กับน้องๆประชาสัมพันธ์ไปจนจบเรื่อง เช่น การลงข่าวใน
หนังสือ นำนักแสดงไปออกงานของช่อง ทำควบคู่กับช่องด้วย แต่ส่วนใหญ่จะดูแลในบริษัทของเรา

นอกจากนี้ยังมีการทำหนังสือทำมือเกี่ยวกับสูตรขนมในละครแจกสื่อมวลชนและคนทั่วไป เราทำประชาสัมพันธ์ทั้งส่วนคนดูและสื่อมวลชนด้วย

ด้านเพลงก็จะร่วมมือกับค่ายเพลง เช่นให้ค่ายเพลงแต่งเพลงให้ แต่ขอให้นักแสดงไปร้อง ค่ายเพลงก็จะทำให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่ลิขสิทธิ์จะเป็นของค่ายเพลง หรือใช้เพลงของค่ายเพลงที่กำลังจะออกใหม่นำมาประกอบละคร เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพราะค่ายเพลงมีช่องทางในการออกอากาศมากกว่าเรา เราก็จะได้ประโยชน์จากตรงนี้ ค่ายเพลงก็จะได้ประโยชน์จากการขายริงโทน หรือรวมอัลบั้ม

จุดเด่นหรือภาพลักษณ์ของบริษัท

ถนัดทำละครชีวิต (drama)

4. ประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในการผลิตละครโทรทัศน์

ปัญหาและอุปสรรคในการทำละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี ทีวีแบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต

การเอาละครไปออกอากาศซ้ำในโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก จะทำได้ก็ต่อเมื่อลิขสิทธิ์เป็นของบริษัทเอง แต่กรณีที่ผลิตให้ช่อง 3 ลิขสิทธิ์จะเป็นของช่อง เราไม่มีสิทธิ์ในการตัดสินใจในส่วนอินเทอร์เน็ตนั้นมีความเป็นไปได้ จะรีรันหรือดูทางอินเทอร์เน็ตสำหรับคนที่อยู่ต่างประเทศก็ได้เกิดขึ้นแล้ว

แนวโน้มในการผลิตละครโทรทัศน์ในอนาคต

ภาพด้านหน้าของละครที่คนดูเห็นจะเปลี่ยนไปตามสภาพสังคม วิถีชีวิต เทคโนโลยี เช่น เสื้อผ้า หน้า ผม โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ แต่หัวใจของละครไม่เปลี่ยน ละครเป็นการเล่าเรื่องของรัก โลภ โกรธ หลง เพราะเป็นเรื่องที่ทุกคนเข้าใจได้ไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจหรือชาวบ้าน การทำละครเราเลือกคนดูไม่ได้ ทุกคนต้องเปิดดูละครแล้วรู้สึกสนุก ดูรสชาติของคนไทย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คุณธงชัย ประสงค์สันติ กรรมการผู้จัดการบริษัท คำพอดี จำกัด

1. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท

การเข้าสู่ธุรกิจ

เป็นนักแสดงและพิธีกรมาก่อน และได้มีโอกาสเข้ามาผลิตละครเทิดพระเกียรติให้กับช่อง 7 คุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ เห็นในความสามารถจึงได้มีโอกาสเสนอละครที่ต้องการทำให้กับช่อง 7 และได้มีโอกาสผลิตละครโทรทัศน์

ผลงานที่ผ่านมา

ละครเฉลิมพระเกียรติวันพ่อแห่งชาติ เรื่อง ลูกกระนวด เพลงรักริมฝั่งโขง ศิลาภรณ์ นางกรีด

2. ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของบริษัทในด้านการวางแผน(Planing) การจัดโครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน(Organizing) การชักนำ(Leading) และการควบคุม(Controlling)

ด้านการจัดโครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน

มีทั้งการจ้างพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว พนักงานประจำ เช่น โปรดิวเซอร์และคนประสานงาน จะอยู่ในส่วนของการรับคำสั่งและนำไปประสานงานต่อ เพื่อให้ไปในทิศทางที่ต้องการ การทำงานต้องมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ส่วนในด้านการถ่ายทำละครจะใช้พนักงานชั่วคราว เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวกับพนักงานประจำ ทำให้ไม่เบื่อ มีความคิด วิธีการทำงานแบบใหม่มาผสม

ระบบการทำงานจะเน้นที่การคิด การคิดต้องคิดไปให้ไกลที่สุด ห้ามบอก ว่าพอแล้ว ดีแล้ว จะเน้นให้ทีมงานคิดไปอีกว่าดีที่สุดจะเป็นอย่างไร แล้วค่อยมาปรับให้อยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้

การทำงานจะเน้นให้คนทำงานมีความสุข ทำงานด้วยความรักและความภาคภูมิใจ ให้ความสำคัญกับคนทุกคนเพราะ ทุกคนเป็นฟันเฟืองที่เกี่ยวข้องไปด้วยกัน

ด้านการทำละคร

ในส่วนของการเลือกเรื่องช่องจะเป็นคนกำหนดให้เราทำ หรือบางที่เราเสนอถ้าช่องสนใจก็
ได้ทำ ขั้นตอนแรกเมื่อได้เรื่องแล้วจะต้องมีการตั้งทีมเขียนบทขึ้นมา โดยความคิดเริ่มต้นมาจากคุณ
ธงชัยทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นแนวทางของเรื่อง เสื้อผ้า ผม สถานที่ถ่ายทำ แล้วประชุมกับทีมงานเพื่อ
กำหนดทิศทางทุกอย่างของละคร รายละเอียดนั้นก็เปลี่ยนแปลงไปตามละครแต่ละเรื่อง การ
ทำงานก็จะมีแบ่งหน้าที่กันชัดเจน

เนื้อหาที่ผลิตออกมาจะมีอะไรบ้าง สไตลในการนำเสนอเป็นอย่างไร

ในการทำละครเราจะต้องผลิตในสิ่งที่เราชอบและถนัด ซึ่งเราถนัดในเรื่องของวัฒนธรรม
ความเป็นไทย มีการผสมผสานเพลงและวัฒนธรรม

ธุรกิจนอกเหนือจากการทำละครโทรทัศน์

ไม่มี ส่วนตัวเป็นนักแสดงและพิธีกร

ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของบริษัท

มีปัญหาทุกวัน เช่น ฝนตก ตำรวจมาไล่ เจ้าของบ้านเปลี่ยนใจไม่ให้ถ่ายแล้ว เสื้อผ้าไม่
ต่อเนื่อง อุปกรณ์เข้าฉากไม่ครบ การถ่ายหน้าฝนถ้าฝนตกเราก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนบทให้เข้ามา
ถ่ายในบ้านได้ เราต้องแก้ปัญหอย่างมีสติ ต้องเอาใจมุ่งไปทำงานปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ

3. ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

การวางแผนด้านการตลาด

มีการจัดอีเวนต์ก่อนละครออกอากาศ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยสถานีจะเป็น
ผู้ทำให้ ส่วนการเอาเพลงละครไปเปิดทางวิทยุก็ต้องร่วมกัน รู้จักใครก็ฝากให้เอาไปเปิด มีให้โหลด
ในเวปไซค์ของช่อง 7 ด้วย โดยช่องเป็นคนทำให้ซึ่งก็ดี เป็นหมวดหมู่ดี ทุกอย่างอยู่ที่เวปไซค์ช่อง 7
เรื่องลิขสิทธิ์ก็แล้วแต่ตกลงกัน

จุดเด่นหรือภาพลักษณ์ของบริษัท

ผลิตละครที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย มีกลิ่นอายความเป็นไทย

4. ประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในการผลิตละครโทรทัศน์

ปัญหาและอุปสรรคในการทำละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี ทีวีแบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต

การนำละครไปรีรันในเคเบิลทีวีมันถ่วงไปวนมา เหมือนดูลิเก คณะเดียวดูได้หลายๆครั้ง มันฉายได้ เป็นการให้ความบันเทิงแต่ว่ามันไม่โต การนำละครมารีรันเพราะว่าต้องการประหยัดต้นทุนมากกว่า เป็นการนำความประทับใจมาให้คนดูอีกครั้ง เป็นอีกทางเลือกหนึ่งมากกว่าฟรีทีวี แนวโน้มในการผลิตละครโทรทัศน์ในอนาคต

ละครไทยควรไปขายต่างประเทศได้ เช่น จีน เกาหลี อเมริกา ใสความเป็นตัวตนของเราเข้าไป เรามัวแต่เอาตัวออกห่างวัฒนธรรมของเรา แต่จริงๆแล้วสิ่งที่มีคุณค่ามากที่สุด คือ ความเป็นไทย ละครไทยวัยรุ่นน่าจะบอกได้ว่าน่า แต่ที่จริงแล้วสิ่งนี้เป็นคาร์เร็กเตอร์ของละครไทย ต้องคิดว่าจะทำอย่างไรให้น่ามีคุณค่า มากกว่าที่จะหนี นักแสดงจะต้องปรับตัวเองให้มีคุณภาพมากขึ้น ผู้จัดละครควรจะต้องลงทุนมากกว่านี้ และทีมงานควรได้รับค่าจ้างที่สมน้ำสมเนื้อ

4.2 ผลข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ชมละครโทรทัศน์

ผลการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยเน้นการแจกแบบสอบถาม บริเวณเขตกรุงเทพมหานคร แถบโรงเรียน มหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชน ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทั่วไป

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	118	29.5
- หญิง	282	70.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
- 15 - 18 ปี	98	24.5
- 19 - 22 ปี	125	31.3
- 23 - 26 ปี	177	44.3
รวม	400	100.0
3. อาชีพ		
- นักเรียน นิสิต นักศึกษา	86	21.5
- ข้าราชการ	32	8.0
- ลูกจ้างบริษัทเอกชน	256	64.0
- เจ้าของกิจการ	26	6.5
รวม	400	100.0
4. วุฒิทางการศึกษา		
- ต่ำกว่ามัธยม และมัธยมศึกษา	189	47.3
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	189	47.3
- สูงกว่าปริญญาตรี	22	5.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงพฤติกรรมกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
1.ความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์	อันดับที่ 1 สัปดาห์ละ 1 – 3 วัน อันดับที่ 2 สัปดาห์ละ 3 – 5 วัน อันดับที่ 3 ทุกวันติดตามทุกตอน
2. ช่วงเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์	อันดับที่ 1 18.01 – 21.00 น. อันดับที่ 2 21.01 – 00.00 น. อันดับที่ 3 15.01 – 18.00 น.
3.สถานที่รับชมละครโทรทัศน์	อันดับที่ 1 ช่อง 3 อันดับที่ 2 ช่อง 7 อันดับที่ 3 ช่อง 5
4.เกณฑ์การตัดสินใจในการชมละครโทรทัศน์	อันดับที่ 1 ชอบเนื้อเรื่อง/แนวละคร อันดับที่ 2 ชอบดารานักแสดง อันดับที่ 3 ว่างเลขคู่
5. ละครโทรทัศน์ที่ท่านอยากดูเป็นอย่างไร ด้านบทโทรทัศน์	อันดับที่ 1 บทสนุกสนาน/สมเหตุสมผล อันดับที่ 2 บทเรื่องราวกระชับ ไม่ยืดเยื้อ การเล่าเรื่องไม่ซับซ้อน อันดับที่ 3 บทเป็นเรื่องราวใกล้ตัวเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
ด้านนักแสดง	อันดับที่ 1 แสดงเก่ง / มีความสามารถ อันดับที่ 2 นักแสดงเหมาะสมกับบทบาท อันดับที่ 3 นักแสดงหน้าตาดี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ตารางแสดงพฤติกรรมกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
ด้านการผลิต	อันดับที่ 1 ภาพสวย/มุมกล้องดี อันดับที่ 2 ฉากและอุปกรณ์สมจริง อันดับที่ 3 สถานที่ถ่ายทำเหมาะกับเรื่องราว
แนวละครที่ชอบ	อันดับที่ 1 รักโรแมนติก อันดับที่ 2 ขบขัน เบาสมอง อันดับที่ 3 แฟนตาซี
ละครแบบที่ดูผ่านฟรีทีวี	อันดับที่ 1 ละครยาว อันดับที่ 2 ละครสั้นจบในตอน อันดับที่ 3 ละครสั้นในวันนักขัตฤกษ์
ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศ ละครโทรทัศน์	อันดับที่ 1 18.01 – 21.00 น. อันดับที่ 2 21.01 – 00.00 น. อันดับที่ 3 15.01 – 18.00 น.

ตารางที่ 4.3 : ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
นิยมคิดตั้ง	อันดับที่ 1 True Vision อันดับที่ 2 TTV อันดับที่ 3 Samart DTH
รายการที่ชอบผ่านเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม	อันดับที่ 1 ภาพยนตร์ต่างประเทศ อันดับที่ 2 เพลงมิวสิก วิดีโอ อันดับที่ 3 ซีรีส์ต่างประเทศ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) : ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

ช่วงเวลาในการรับชมโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก	อันดับที่ 1 18.01 – 21.00 น. อันดับที่ 2 21.01 – 00.00 น. อันดับที่ 3 15.01 – 18.00 น.
วันใดเหมาะสมในการออกอากาศละครโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก	อันดับที่ 1 วันเสาร์-อาทิตย์ อันดับที่ 2 วันจันทร์-ศุกร์ อันดับที่ 3 ทุกวัน
ช่วงเวลาในการฉายละครโทรทัศน์ทางเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม	อันดับที่ 1 18.01 – 21.00 น. อันดับที่ 2 21.01 – 00.00 น. อันดับที่ 3 15.01 – 18.00 น.
ละครโทรทัศน์ที่ฉายทางเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม	อันดับที่ 1 ละครสั้นจบในตอน อันดับที่ 2 ละครยาว อันดับที่ 3 ละครสั้นวันนักขัตฤกษ์
แนวละครโทรทัศน์ที่ฉายทางเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียม	อันดับที่ 1 รักโรแมนติก อันดับที่ 2 ขบขัน เบาสมอง อันดับที่ 3 ผี สยองขวัญ

ตารางที่ 4.4 : ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยจากกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์	ผลการวิเคราะห์
ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน	อันดับที่ 1 ทุกวัน อันดับที่ 2 2-3 วัน/ครั้ง อันดับที่ 3 อาทิตย์ละครั้ง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนใหญ่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใด	อันดับที่ 1 18.01 – 21.00 น. อันดับที่ 2 21.01 – 00.00 น. อันดับที่ 3 00.01–03.00 น.
ใช้อินเทอร์เน็ตทำอะไรบ้าง	อันดับที่ 1 เช็คอีเมลล์ อันดับที่ 2 หาข้อมูล อันดับที่ 3 อ่านข่าวสาร
เข้าเว็บไซต์อะไรบ่อยที่สุด	อันดับที่ 1 www.hotmail.com อันดับที่ 2 www.yahoo.com อันดับที่ 3 www.google.com
เลขดูทีวีหรือวิดีโอทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 เลข ร้อยละ 61.3 อันดับที่ 2 ไม่เคย ร้อยละ 38.8
นิยมดูผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 Youtube อันดับที่ 2 Sanook อันดับที่ 3 Mthai
ดูละครโทรทัศน์ที่ฉายทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 ดู ร้อยละ 43.3 อันดับที่ 2 ไม่ดู ร้อยละ 56.8
ละครโทรทัศน์ที่ดูผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 ละครสั้นจบในตอน อันดับที่ 2 ละครยาว อันดับที่ 3 ละครสั้นวันนักขัตฤกษ์
แนวละครโทรทัศน์ที่ดูผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 รักโรแมนติก อันดับที่ 2 ขบขัน เบาสมอง อันดับที่ 3 ชีวิต สะท้อนสังคม

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) : ตารางแสดงแนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ละครโทรทัศน์ออนไลน์ ควรมียุทธศาสตร์ในการนำเสนอ	อันดับที่ 1 30 นาที อันดับที่ 2 15 นาที อันดับที่ 3 1 ชั่วโมง
ปัจจัยที่ทำให้ละครโทรทัศน์ที่ดูผ่านเว็บไซต์	อันดับที่ 1 สามารถเรียกดูละครได้ตลอดเวลา อันดับที่ 2 ไม่มีเวลาดูละครโทรทัศน์ทางทีวี อันดับที่ 3 ใช้เวลาอยู่กับคอมพิวเตอร์มากกว่าโทรทัศน์

ตัวอย่างละครโทรทัศน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นตัวอย่างละครโทรทัศน์ที่ชื่นชอบ

- ใจร้าย (ช่อง 3)
- อู๋มรัก (ช่อง 3)
- โบตั๋นกลีบสุดท้าย (ช่อง 3)
- ศิลาภรณ์ (ช่อง 7)

ละครโทรทัศน์ที่อยากดูทางเคเบิลทีวีเป็นอย่างไร

- ละครที่มีแนวทางแปลกใหม่ แตกต่างจากฟรีทีวี
- ละครที่ไม่มีโฆษณาสั้น

สิ่งที่ละครโทรทัศน์ยังขาดอยู่และอยากให้มี คือ

- อยากให้ละครมีสาระผสมผสานกับความบันเทิง
- อยากให้มีความสมจริงมากกว่านี้
- อยากให้มีความปราณีตในด้านการผลิตมากขึ้น
- อยากให้มีการลงทุนด้านการผลิตมากกว่านี้

ผู้ชมละครโทรทัศน์ไม่ชอบชมละครโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต เพราะ

- อินเทอร์เน็ตช้า เสียเวลาโหลด

- เสียค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตแพง
- ภาพไม่ชัด ดูจากทีวีจะได้อารมณ์และสนุกมากกว่า

แต่ถ้าพลาดชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี จะชมย้อนหลังทางอินเทอร์เน็ต

4.3 วิเคราะห์เอกสาร

4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมมีผลต่อการผลิตละครโทรทัศน์ ในทุกๆสื่อไม่ว่าจะเป็นฟรีทีวี โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก และอินเทอร์เน็ต ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระดับ ดังนี้

4.3.1.1 สิ่งแวดล้อมมหภาค (Macroenvironment)

ด้านประชากรศาสตร์

ในปี 2550 ประเทศไทยมีประชากรทั่วประเทศมีจำนวน 63,038,247 คน แบ่งเป็นเพศชาย 31,095,942 คน เพศหญิง 31,942,305 คน มีประชากรที่มีอายุระหว่าง 15-26 ปี จำนวน 11,494,240 คน

ซึ่งคิดเป็น 18.23 % ของประชากรทั้งประเทศซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา เพื่อที่จะหาความต้องการที่แตกต่างของการชมละครโทรทัศน์ และแนวโน้มการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านสื่อทางเลือกอื่นๆ

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงการสำรวจจำนวนประชากรของประเทศไทยปี 2545-2550

ปี	ชาย	หญิง	รวม
2545	31,139,647	31,660,225	62,799,872
2546	31,255,350	31,824,415	63,079,765
2547	30,616,790	31,356,831	61,973,621
2548	30,818,629	31,599,425	62,418,054
2549	31,007,857	31,820,849	62,828,706
2550	31,095,942	31,942,305	63,038,247

ที่มา : กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย (Copyright 2552). การสำรวจจำนวนประชากรของประเทศไทยปี 2545-2550 สืบค้นวันที่ 10 มีนาคม 2552 จาก www.dopa.go.th

จากข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นว่าประชากรทั้งประเทศมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นนัยสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ดังนั้นการผลิตละครโทรทัศน์จะต้องมีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการหาผู้สนับสนุนส่วนใหญ่จะต้องมุ่งไปที่สินค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับผู้หญิง เพื่อดึงดูดเจ้าของสินค้า และตัวแทนโฆษณาให้มาซื้อเวลาโฆษณาหรือสนับสนุนการผลิตละครโทรทัศน์

วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะวิถีชีวิต

1. Baby Boom (Yuppies) คือ คนอายุประมาณ 60 ปีขึ้นไป ผ่านประสบการณ์มาก บากบั่น สร้างเนื้อสร้างตัว เนื่องจากยุคนั้นเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปัจจุบันถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมาก
2. Generation X (extraordinary) เกิดปี พ.ศ. 2508-2523 เติบโตมาโดยไม่ต้องดิ้นรนต่อสู้เท่ารุ่นพ่อแม่ มีสภาพแวดล้อมที่พร้อมกว่า จึงเลือกได้มากกว่า ชอบความรวดเร็วทันสมัย ชอบที่จะกำหนดทุกสิ่งด้วยตนเอง
3. Generation Y (Why I was born?) เกิดปี พ.ศ. 2523-2537 เกิดมาทุกอย่างพร้อม แต่ก็อยู่ท่ามกลางความแตกต่างของคนสองรุ่นก่อน จึงเต็มไปด้วยความสับสนในการดำรงชีวิต คนรุ่นนี้อยู่ในวัยทำงาน เป็นภาพสะท้อนของควมมีและความขาดได้อย่างชัดเจน มีแผนที่ชีวิตที่ถูกยึดเย็ดโดยคนรุ่นก่อนชัดเจน เป็นแบบพวกมากลากไป เคยชินกับชีวิตแบบสูตรสำเร็จ (ไท, 2552(23) หน้า 21.)
4. Generation M เกิดในยุคของการรุ่งเรืองของโทรศัพท์มือถือ คลังเทคโนโลยีอย่างจริงจัง และค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูงเมื่อเทียบกับคนรุ่นที่ผ่านมา
5. Generation C (Content) เกิดในยุคบูมของอินเทอร์เน็ต มีโลกส่วนตัวสูงใฝ่รู้รับสิ่งใหม่ กระตือรือร้น สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่รู้จักการรอคอย ผู้บริโภคในยุคเจนเอเรชั่นซีก็คือผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้แนวคิด ทักษะ และพฤติกรรมบริโภคเปลี่ยนแปลงไป เริ่มตั้งแต่การที่มีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจทางด้านข้อมูลมากขึ้น สามารถรับรู้และค้นหาข่าวสารข้อมูลได้ทันทั่วทั้งที่ และไร้ขอบเขตจำกัดซึ่งทำให้คนกลุ่มนี้มีความรู้และฉลาดขึ้น
6. Generation Z คือ ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป จะมีจำนวนน้อยลง แต่มีค่าใช้จ่ายต่อคนมากขึ้น อำนาจการซื้อเพิ่มขึ้น มีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง มีความเป็นตัวของตัวเอง ชื่นชอบการใช้จ่ายเพื่อสร้างความพอใจให้กับตนเอง จุกจิกละเอียดลออ รวมถึงช่องทางเสมือนจริงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทกับไลฟ์สไตล์คนกลุ่มนี้มากขึ้นด้วย เนื่องจากคนกลุ่มนี้เติบโตมากับไวเลส บอร์ดแบนด์ มือถือ เอ็มเอสเอ็น และความสะดวกสบายต่างๆ พวกเขาในโลก 2 ใบ คือ โลกเสมือนจริงในคอมพิวเตอร์ที่พวกเขาจะ

สมมติตัวเองเป็นใครก็ได้ หรืออาจเป็นตัวคนที่แท้จริงซึ่งไม่ใช่สิ่งที่เป็นไปได้ในโลกที่แท้จริง โลกใบที่ 2 คือ โลกที่เกิดขึ้นหลังจากเกษียณจากคอมพิวเตอร์ มีการใช้ชีวิตที่เชื่อมกับเทคโนโลยีตลอดเวลาเป็นสิ่งที่ปกติในชีวิตประจำวัน (เลิร์นเนอร์, internet, 2551)

การวิเคราะห์วิถีชีวิตและนิสัยของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุก็จะทำให้ผู้ผลิตสามารถทำนายแนวโน้มความชื่นชอบของผู้สมัครโทรทัศน์ พฤติกรรม รวมถึงช่องทางในการนำเสนอตามยุคสมัยและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ด้านเศรษฐกิจ

ในปี 2552 คาดว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจการเงินโลกชะลอตัวอย่างชัดเจนมากขึ้น และทำให้การส่งออกชะลอตัวมาก ในขณะที่การใช้จ่ายและการลงทุนในประเทศยังขยายตัวต่ำ จึงคาดว่าโดยรวมเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 อัตราเงินเฟ้อเท่ากับร้อยละ 2.5-3.5 และดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลร้อยละ 1.2 ของ GDP ทั้งนี้คาดว่าเศรษฐกิจไทยมีโอกาสขยายตัวถึงร้อยละ 4.0 ได้ในกรณีที่การดำเนินมาตรการรัฐบาลภายใต้กรอบทิศทางการบริหารเศรษฐกิจในปี 2552 มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และราคาน้ำมันไม่สูงเกินกว่าบาร์เรลละ 75 ดอลลาร์ สรอ. และเศรษฐกิจโลกขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2.0

แนวทางการบริหารเศรษฐกิจในปี 2552

ในปี 2552 เศรษฐกิจไทยจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตการเงินและเศรษฐกิจโลกต่อการส่งออก การท่องเที่ยว และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุนที่จะมีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายและขยายการลงทุน ดังนั้นการบริหารเศรษฐกิจในปี 2552 นั้นจะต้องมุ่งเน้นในการกระตุ้นและสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมทั้งมีความจำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินมาตรการเพื่อดูแลผลกระทบและกระตุ้นการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ซึ่งต้องเผชิญกับภาวะดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเฉพาะการลดผลกระทบที่จะเกิดกับประชาชนผู้มีรายได้น้อยและผู้ด้อยโอกาส ได้แก่

1. เร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณปี 2552 และการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 จำนวน 1 แสนล้านบาท ส่วนหนึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก และเสริมสร้างสภาพคล่องของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมผ่านธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ รวมทั้งเร่งรัดดำเนินการโครงการลงทุนขนาดใหญ่ โดยที่จะต้องเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณรัฐบาลให้

สามารถเบิกจ่ายได้ตามเป้าหมายร้อยละ 94 ของวงเงินงบประมาณ และการเบิกจ่ายงบรัฐวิสาหกิจ ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ของวงเงินงบประมาณ โดยเฉพาะในกลุ่มงบประมาณที่ลงสู่ประชาชนและการเสริมสร้างศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชนต้องดำเนินการให้ได้ตามเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายครัวเรือนได้ในระยะสั้นและการพึ่งพาตนเองได้มากขึ้นในระยะยาว

2. ดูแลแรงงานผู้ถูกเลิกจ้างงาน ให้มีสวัสดิการรองรับที่เหมาะสมและได้รับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและจัดหางานใหม่

3. การดูแลสาขาการผลิตและบริการที่อาจได้รับผลกระทบรุนแรง เช่น การท่องเที่ยว การส่งออก อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น โดยการเร่งส่งเสริมการส่งออกและการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ทั้งกลยุทธ์ตลาดใหม่ การยกระดับมาตรฐานสินค้าและระบบเครือข่ายตลาด โดยอาศัยความร่วมมือภาครัฐและเอกชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อน

4. วางกลไกช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งเผชิญราคาผลผลิตลดลง ให้วางแผนการผลิตและได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

5. ดูแลราคาพลังงานให้ปรับตัวลงอย่างเหมาะสมและเก็บเงินสะสมเข้ากองทุนพลังงานเพื่อใช้ยามฉุกเฉินในอนาคต

6. ดำเนินนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายภายใต้เงื่อนไขที่เอื้ออำนวยจากการที่แรงกดดันราคาน้ำมันและอัตราเงินเฟ้อลดลงและการดูแลสภาพคล่องให้มีความเพียงพอ โดยเฉพาะการเข้าถึงเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, internet, 2552)

จากข้อมูลเศรษฐกิจข้างต้น เป็นภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศที่จะมีการชะลอตัวมากกว่าปี 2552 ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจบันเทิง โดยเฉพาะการใช้บroadband ผ่านสื่อโทรทัศน์มูลค่า 4 หมื่นล้านบาท ในปี 2552 มีแนวโน้มจะลดลงอีก 3-5% เนื่องจากปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจ ทำให้ผู้โฆษณามีแนวโน้มใช้เงินลดลงและเลือกมากขึ้น เพื่อบริหารงบประมาณที่มีจำกัดให้มีประสิทธิภาพ (โพสตัดูเคย์, internet, 2551) ส่วนงบประมาณการโฆษณาผ่านทางเคเบิลทีวีคาดว่าจะมีการใช้งบประมาณ 100 ล้านบาท เนื่องจากผู้ชมเคเบิลทีวี และทีวีดาวเทียมในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเป็น 25% จากปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 15% ส่งผลให้ธุรกิจเคเบิลและทีวีดาวเทียมน่าจะเติบโตในอัตรา 50-100% (คม ชัด ลึก, internet, 2551) ส่วนตลาดรวมโฆษณาออนไลน์ไทยมีมูลค่า 800 ล้านบาท หรือประมาณ 0.8-1 เปอร์เซ็นต์จากมูลค่าโฆษณาในตลาดทุกประเภททั้งหมด 8.8 หมื่นล้านบาท ซึ่ง

กลุ่มธุรกิจที่นิยมโฆษณาออนไลน์มากที่สุด คือ กลุ่มโทรคมนาคม สถาบันการเงินและธนาคาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มรถยนต์ ตามลำดับ (Ecommerce magazine, 2552)

ด้านกฎหมาย

กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์โดยตรง คือ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

ตามมาตราที่ 47 ส่วนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลและสื่อมวลชนของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้กำหนดให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีเนื้อหาโดยสรุปที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครโทรทัศน์ดังนี้

การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 การประกอบกิจการบริการสาธารณะ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบริการสาธารณะ

1.2 การประกอบกิจการบริการชุมชน มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ

1.3 การประกอบกิจการทางธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรในทางธุรกิจ

มาตรา 23 ในการประกอบกิจการทางธุรกิจ ให้ดำเนินการหารายได้โดยการโฆษณา การบริการธุรกิจ การจัดเก็บค่าสมาชิก หรือโดยวิธีอื่นใดก็ได้

ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งที่มีการโฆษณาและการบริการธุรกิจ ให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะและระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจ แต่ทั้งนี้จะกำหนดการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาที ครั้ง โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละสิบนาที

2. กิจกรรมกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่

มาตรา 27 เพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่ที่มีการบอกรับสมาชิกหรือเรียกเก็บค่าบริการอื่น ให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์การเรียกเก็บค่าบริการ ระยะเวลาสูงสุดในการ โฆษณาและการบริการธุรกิจและเงื่อนไขในการให้บริการได้

ในการหารายได้จากการโฆษณาและการบริการธุรกิจตามวรรคหนึ่ง คณะกรรมการจะกำหนดระยะเวลาสูงสุดเกี่ยวกับการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละหกนาทิต โดยเมื่อรวมเวลาโฆษณาและการบริการธุรกิจ ตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละห้านาทิต

มาตรา 33 ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่แต่ละประเภทต้องจัดผังรายการให้มีสัดส่วนรายการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ
2. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ
3. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้า

จากกฎหมายดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อการออกอากาศละครโทรทัศน์ เพราะว่าเวลาในการออกอากาศจะลดลง ก็จะทำให้ความต้องการละครโทรทัศน์ลดลงตามไปด้วย สถานีโทรทัศน์จะต้องมีมาตรการในการคัดเลือกละครโทรทัศน์ที่จะมีคนดูมากที่สุด สร้างเรตติ้งได้มาก และมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของสถานี สิ่งเหล่านี้จะทำให้บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์หน้าใหม่จะต้องให้ความสำคัญกับการผลิต การเลือกเรื่อง นักแสดง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของสถานีโทรทัศน์และผู้ชม และสร้างจุดขายให้กับบริษัทเพื่อให้โดดเด่นเป็นที่ยอมรับจากสถานีโทรทัศน์

ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ในสังคมไทยนั้นมีการอุปประเพณี วัฒนธรรมที่ฝังงาม ดังนั้นในการคัดเลือกเรื่องที่จะนำเสนอ นั้นจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำเสนอ จะต้องไม่เป็นเรื่องราวที่ขัดต่อค่านิยม ศีลธรรมอันดีงาม แต่ในกรณีที่ต้องนำเสนอเรื่องราวที่มีความรุนแรง เช่น ยาเสพติด และเรื่องเพศ ภาพในการนำเสนอ นั้นจะต้องไม่มีความรุนแรงเกินไป เพราะว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงทุกคน ไม่ว่าจะเป็เด็กหรือผู้ใหญ่ ถึงแม้ว่าจะมีการแบ่ง เรตติงว่ารายการนี้เหมาะสำหรับคนกลุ่มใด แต่ในฐานะของผู้ผลิตก็จำเป็นที่จะต้องระมัดระวังในการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม

ด้านเทคโนโลยี

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาก้าวหน้าไปมาก ทั้งเทคโนโลยีในการผลิตละครโทรทัศน์ เช่น การทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก แอนิเมชัน รวมถึงอินเทอร์เน็ตก็เข้ามาอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนมากขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ละคร เช่น ให้ผู้ชมละครโทรทัศน์สามารถชมละครโทรทัศน์ย้อนหลังได้ มีการตั้งกระทู้เพื่อรู้ความต้องการ หรือความชื่นชอบที่ผู้ชมมีต่อละคร มีการโปรโมทละครโทรทัศน์ทางเวปไซต์ สร้างบล็อกของละครแต่ละเรื่องขึ้นมา ก็จะสามารถทำให้ละครเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

4.3.1.2 สิ่งแวดล้อมจุลภาค (Microenvironment)

สถานการณ์ตลาดละครโทรทัศน์ในปัจจุบัน

โครงสร้างตลาดละครหลังข่าวในส่วนของ “ผู้ผลิตละครโทรทัศน์” มีลักษณะเป็นผู้ขายมาก ราย (Monopolistic Competition) มีผู้ประกอบการจำนวนหลายราย (ประมาณ 20-30 ราย) ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตละครแต่ละแนวแตกต่างกันไป มีความสัมพันธ์กับสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องแตกต่างกัน ในแต่ละบริษัทผู้ผลิตละครก็จะมีบุคลากรเฉพาะตัวของตน เช่น ผู้กำกับการแสดง คารานำแสดง บุคลากรในกองถ่าย ฯลฯ นอกจากนั้น ความรับรู้ของผู้ชมต่อผู้ผลิตละครแต่ละแห่งก็แตกต่างกัน ไปอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้การผลิตละครหลังข่าวต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตละคร แต่อำนาจการต่อรองนั้นอยู่ที่สถานีโทรทัศน์ เพราะด้วยโครงสร้างตลาดโทรทัศน์เป็นแบบผู้ขายน้อยราย ที่มีสองรายโดดเด่นมาก ทำให้อำนาจการกำหนดหรือวางผังรายการ เลือกผู้ผลิตละครหรือกำหนดรายละเอียดอยู่ที่ฝ่ายสถานีโทรทัศน์มากกว่า (อาทิตย์ โกวิทวรางกูร โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว 2547) ด้วยข้อจำกัดดังกล่าว ทำให้การผลิตละครโทรทัศน์ต้องคำนึงถึงความต้องการของสถานีโทรทัศน์รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคควบคู่กันไปเพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อผู้สนับสนุนด้วย

สถานการณ์ตลาดละครโทรทัศน์ในระดับสถานีโทรทัศน์

เมื่อพิจารณาจากระดับสถานี จะเห็นว่าคู่แข่งที่แข่งขันกันทางด้านละครอย่างจริงจัง คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 โดยมีสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พยายามเข้ามาแย่งชิงพื้นที่ทางการตลาดแต่ก็ยังไม่โดดเด่นเท่าสองสถานีดังกล่าวข้างต้น ส่วนโมเดิร์นไนน์ทีวีช่อง 9 ก็เพิ่งเริ่มเข้ามาทำละครหลังข่าวในปี 2551

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

กลุ่มบีอีซี เวิร์ด ดำเนินธุรกิจบริหารสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินการโดย บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งมีสัญญาาร่วมดำเนินกิจการกับ บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) โดยบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นเจ้าของเวลาออกอากาศทั้งหมด โดยกลุ่มบีอีซี เวิร์ด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการออกอากาศ จัดหาและผลิตรายการโทรทัศน์ และสื่อโฆษณา อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยบริษัทจำนวน 15 บริษัท โดยมีบริษัท บีอีซีเวิลด์ จำกัด (มหาชน), บริษัท รัสสิโรตม์วันิช จำกัด , บริษัท นิเวิลด์โปรดักชั่น จำกัด, บริษัท บีอีซี บรอดคาสติ้ง เซ็นเตอร์ จำกัด (เดิมคือ บ.อริยะวัฒน์ จำกัด) , บริษัท บีอีซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลดิสทริบิวชั่น จำกัด และ บริษัท ทีวีบี3เน็ตเวอร์ค จำกัดซึ่งทั้งหมดดำเนินการจัดหาและผลิตรายการบันเทิงและสารคดีเพื่อใช้ในการออกอากาศทางโทรทัศน์

ในอดีตสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นสถานีบันเทิง และเป็นช่องรายการสำหรับคนเมือง แต่หลายปีที่ผ่านมาสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายตอบสนองกลุ่ม

ผู้ชมทุกกลุ่ม ทำให้กลายเป็นทีวีสำหรับคนทั้งประเทศและมีผู้ชมมากที่สุด ภาพรวมของการนำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แบ่งกว้างๆเป็น 2 ลักษณะ คือ รายการประเภทสาระ และประเภทบันเทิง โดยรายการทั้งสองประเภทมีสัดส่วนอย่างละครึ่ง เป็นผลมาจากการวาง Positioning ขององค์กรที่เปลี่ยนไป โดยหันมาเน้นไปที่รายการข่าว มีการสร้างแบรนด์ครอบครัวข่าว เพื่อสร้างความผูกพันระหว่าง ผู้ประกาศข่าว พิธีกรคุยข่าว ผู้สื่อข่าว เจ้าหน้าที่ทุกคน รวมถึงคนดูด้วย เพราะสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เชื่อว่าการสร้างความผูกพันกับผู้ชมจะทำให้ผู้ชมไม่เปลี่ยนช่องไปไหนและเกิดความผูกพันกับครอบครัวข่าว 3 ในที่สุด

แต่ละครก็ยังเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับสถานีมากถึง 50% ของรายได้ โดยนโยบายการผลิตละครของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 คือ การถ่ายละครสตูดิโอ นั่นคือ ต้องถ่ายทำให้เสร็จก่อนที่จะออกอากาศ ไม่มีการถ่ายทำ ไปออกอากาศไป เพื่อป้องกันการผลิตไม่ทันออกอากาศ และละครแต่ละเรื่องที่จะได้รับอนุมัติการผลิตจะต้องได้รับการอนุมัติจากสถานีทั้งในด้านบทประพันธ์และนักแสดง

ช่อง 3 เป็นช่องที่มีผู้จัดละครมากกว่าช่องอื่นๆ จึงทำให้มีละครผลิตออกมามาก แต่ช่อง 3 ก็เพิ่มช่องทางการออกอากาศ คือ ละครก่อนข่าวภาคค่ำ เวลา 19.30 -20.00 น. รวมถึงมีการให้โอกาสผู้จัดหน้าใหม่ที่เคยร่วมงานกับช่อง 3 มาก่อน โดยเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง ทำงานกับช่อง 3 มานาน หรือมีความสัมพันธ์ด้านเครือญาติกับผู้จัดเดิมของช่อง 3 เช่น ฉัตรชัย เปล่งพานิช ยศสินี ฌ นคร ณัฐพงษ์ เหมือนประสิทธิ์เวช จันจิรา จูแจ้ง วรเวช ดานุวงศ์ เข้ามาเป็นผู้จัดละครหน้าใหม่ที่ต้องรอการพิสูจน์ฝีมือต่อไป รวมถึงมีการดึงผู้จัดละครจากช่องอื่นมาร่วมงานด้วย เช่น สมจริง ศรีสุภาพ นพพล โกมารชุน เป็นต้น ทำให้ละครของช่อง 3 มีความน่าสนใจ และน่าจับตามองจากผู้ชมที่ต้องการติดตามผลงานเบื้องหลังของนักแสดงที่มีชื่อเสียง และละครที่มีคุณภาพช่อง 3 รวมถึงการข้ามมาเล่นละครให้ช่อง 3 ของ อารยา เอฮาร์เก็ต ก็เป็นที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก

ภาพลักษณ์ของละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นละครสำหรับสังคมเมือง คนกรุงเทพฯ ผู้ชมก็จะเป็นคนระดับกลางและระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ จึงมีการใช้กลยุทธ์ในการใช้ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาจับคู่กันเพื่อให้ละครอยู่ในกระแสนิยม เช่น แอฟ ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ เคน ชีระเดช วงศ์พัทธ์ แอนทองประสม อธิชาติ ชุมนานนท์ รวมถึงมีการปั้นนักแสดง

หน้าใหม่เข้ามาประดับวงการมากมายในชื่อกลุ่ม “พาวเวอร์3” ซึ่งส่งผลให้ภาพรวมของละครโทรทัศน์ช่อง 3 มีความสด แปลกใหม่ ทันสมัย และสามารถครองใจวัยรุ่นในกลุ่มเป้าหมายได้

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

ในอดีต ลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ให้กับสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นั้น เป็นลักษณะของการ “เช่าเวลา” การผลิตละครจะไม่ต้องผ่านการตัดสินใจจากสถานีในเรื่องของการกำหนดแนวหรือประเภทของเรื่อง

ในส่วนของละครโทรทัศน์ก็มีบริษัทที่ผลิตละครให้สถานีอย่างต่อเนื่อง คือ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด ที่มีละครออกอากาศหลังข่าววันจันทร์-ศุกร์ เวลา 20.30-21.30 น. และบริษัท กันตนา วิดีโอโปรดักชั่น จำกัด เรื่องวีรชนคนกล้า ออกอากาศช่วงเวลาเย็นวันจันทร์-พฤหัสบดี เวลา 18.00-18.25 น. และละครสั้นจบในตอนเรื่อง กรรมลิขิต ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 21.30-22.00 น. ส่วนในปี 2551 มีบริษัท โต๊ะกลมโทรทัศน์ จำกัด และบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) เข้ามาผลิตละครซีทคอม เรื่อง รักต้องซ่อม รักที่ลืมและตกลงหมาก

แต่ในปี พ.ศ. 2552 ช่อง 5 ได้มีการปรับผังรายการใหม่ โดยละครของบริษัทเวิร์คพอยท์ได้ถูกถอดออกจากผังรายการทั้งหมด พลโท กิตติทัศน์ บำเหน็จพันธ์ุ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินงานของผังรายการของช่อง 5 ในปี 2552 จะพลิกโฉมจากการเป็น “ผู้ให้เช่าเวลา” เป็น “การผลิตรายการเอง” มากขึ้น จากเดิมที่ช่อง 5 ผลิตรายการข่าวและสารคดีบางประเภทในสัดส่วน 30% จะต้องเพิ่มขึ้นอีกกว่าเท่าตัวเป็น 60-70% ตามกรอบของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยมีแนวโน้มศักยภาพของ ททบ.5 ซึ่งมีหิ้งบุคลากร และเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมจะเพิ่มกำลังการผลิตรายการโทรทัศน์คุณภาพทุกรูปแบบด้วยตนเอง ซึ่งจะเป็นผลให้อากาศของผู้ร่วมรายการ ที่จะร่วมผลิตรายการกับทางสถานีลดลงกว่า 50%

การที่ช่อง 5 หันมาผลิตเองกับร่วมผลิตรายการมากขึ้น เป็นเพราะปัญหาเรื่องของโบรกเกอร์ที่ทำให้ผู้จัดรายการตัวจริงต้องเสี่ยงงบประมาณมากโดยใช่เหตุ เพราะต้องไปจ่ายให้กับนายหน้าที่เอาเวลามาขายให้ ทำให้ต้องลดต้นทุนในการผลิตลงบางส่วน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายการด้วย

ดังนั้น การที่ใช้รูปแบบผลิตเอง ก็พร้อมผลิตมากขึ้นก็จะช่วยขจัดปัญหาโพรกเกอร์ได้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2551)

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีการผลิตละครออกอากาศอย่างต่อเนื่อง แต่จะมีบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ 2 รายที่ได้รับความนิยมไว้วางใจในการผลิตละครอย่างต่อเนื่อง นั่นคือ บริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด และบริษัท ดารา วิดีโอ จำกัด นี่เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้รับความนิยมไว้วางใจจากผู้บริหารสถานี บริษัทผู้ผลิตจึงมีอำนาจต่อรองสูง อีกทั้งยังมีนักแสดงที่เซ็นสัญญาอยู่กับบริษัทด้วย นอกจากนี้บริษัทกันตนา ยังมีโรงเรียนการแสดง กันตนาดราม่าสกูล ที่สามารถผลิตนักแสดงหน้าใหม่ที่เข้ามาเพิ่มสีสันให้กับละคร ทำให้ละครมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ

นโยบายการผลิตเป็นแบบการจ้างผลิต โดยผู้บริหารของช่อง 7 เป็นผู้ดูแลการผลิตรายการละครโทรทัศน์อย่างใกล้ชิด ตั้งแต่การคัดเลือกบทประพันธ์ การคัดเลือกนักแสดงนำ ผู้ผลิตละครก็จะนำเอาเรื่องและนโยบายของสถานีเป็นข้อกำหนด โดยช่อง 7 จะมีอำนาจในการกำหนดทิศทางมากกว่าช่อง 3 นโยบายการออกอากาศของช่อง 7 เป็นการถ่ายไปและออกอากาศไป เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนเรื่องราวและบทโทรทัศน์ให้ทันสมัย เพื่อให้ถูกใจคนดูมากที่สุด และทั้งสองบริษัทก็เป็นบริษัทใหญ่ที่มีอุปกรณ์ในการถ่ายทำ เช่น กล้อง ไฟ บุคลากรเป็นของตัวเองไม่ต้องไปเช่าจากบริษัทอื่น ทำให้สามารถทำงานแบบถ่ายไปออกอากาศไปได้โดยไม่มีปัญหา

นอกจากนี้ยังมีบริษัทอื่นๆที่เข้ามาผลิตละครโทรทัศน์ให้ช่อง 7 คือ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด ผลิตละครเรื่องดำขำ ออกอากาศหลังข่าวภาคค่ำ บริษัท ทีวีรันเดอร์ จำกัด ผลิตละครเรื่อง รักอยู่หมัด ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 11.15 น. บริษัท โพลีพลัส เอนเทอร์เทนเมนต์ จำกัด ผลิตละครเรื่องหมวยอินเตอร์ และบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ผลิตละครเรื่องรักนี้เคียงตะวัน จะเห็นว่าบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ที่ผลิตให้สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงมานาน ทำให้การเข้าสู่ธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตหน้าใหม่ต้องมีกลยุทธ์ที่น่าสนใจที่จะทำให้ผู้บริหารสถานีให้ความไว้วางใจในการผลิตละครโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี มีละครซิทคอมออกอากาศ คือ ในวันเสาร์ช่วงเวลา 18.00-19.00 น. เรื่องบางรักซอย 9 และวันอาทิตย์ เวลา 17.00-19.00 น. เรื่องนัดกับนัดและบ้านนี้มีรัก ของ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด และบริษัท ซีเนรีโอ จำกัด ส่วนช่วงเวลาละครหลังข่าวนั้น ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2551 เป็นช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีถ่ายทอดสดภาพคอนเสิร์ตการแข่งขันทrophy Fantasia จากช่องทรูวิชั่นส์ มาออกอากาศทางฟรีทีวีในเวลา 21.00-23.00 น. แต่เมื่อช่วงปลายปี 2551 มีละครออกอากาศวันเสาร์และอาทิตย์ในช่วงเวลา 21.05-22.00 น. คือเรื่องอุบัติรักข้ามขอบฟ้า ผลิตโดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม ทวี จำกัด และต่อมาคือเรื่อง กลิ่นฝันวันรัก ผลิตโดยบริษัท มีเดียออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งนำดีเจจากคลื่นซี้ด 97.5 และผู้ชนะการแข่งขันทrophy Fantasia มาเป็นนักแสดงนำ

ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตมาเป็นการผลิตรายการเองมากขึ้นตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

สำหรับรูปแบบการผลิตรายการเองของ โมเดิร์นไนน์มี 3 รูปแบบ คือ

1. การร่วมกับผู้ผลิตทุกระดับในการผลิตรายการตามแนวทางของโมเดิร์นไนน์
2. การซื้อคอนเทนต์มาจากต่างประเทศแล้วมาทำการรีโปรดักชันใหม่
3. การจ้างผู้จัดผลิตแต่ภายใต้คอนเซ็ปต์และต้นทุนที่โมเดิร์นไนน์เป็นคนกำหนดทั้งหมด อย่างไรก็ตาม การผลิตรายการเองของโมเดิร์นไนน์ ไม่ได้หมายความว่า จะยกเลิกผู้จัดรายการทั้งหมด หรือโมเดิร์นไนน์จะต้องลงทุนมหาศาลเพื่อเพิ่มคนและอุปกรณ์ในการรองรับการผลิตรายการเอง แต่ยังคงทำงานร่วมกับผู้จัดเหมือนเดิม เพียงแต่แนวทางได้เปลี่ยนไปดังนี้
 1. เข้าเวลา (ช่วงเวลาตั้งแต่ 00.00-06.00 น.)
 2. ร่วมผลิตรายการ
 3. ผลิตรายการเองคือ รายการข่าวและสารคดี (ช่วงเวลาตั้งแต่ 17.00-00.00 น. จะเน้นการผลิตเองเป็นหลัก)

4.การรีโปรดัคชัน โดยสัดส่วนรายได้ขึ้นมาจาก การผลิตเองประมาณ 30% และการร่วมผลิตประมาณ 70% (ผู้จัดการออนไลน์, 2551)

สถานีโทรทัศน์เอ็นบีที

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ถือเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์หลักที่ทำหน้าที่เป็นสื่อหลักของรัฐบาลอย่างแท้จริง ภายใต้การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ.2528 เพื่อให้เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ทำหน้าที่ให้ความรู้ การศึกษา เผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนนโยบายของรัฐเพื่อแก้ไขระบบเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ให้ครอบคลุมและได้มาตรฐานทั่วประเทศ

รายการต่างๆที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยมีส่วนผลิตนั้นจะต้องมีหน้าที่และรับผิดชอบในการสร้างสรรค์ และผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสื่อข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และให้ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการสารคดี รายการสนทนา รายการกีฬา รายการศิลปวัฒนธรรม ปัจจุบันได้ผลิตรายการประเภทต่างๆออกสู่สายตาประชาชนทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 มากมายหลายประเภท ประกอบด้วย

- รายการที่ผลิตเอง
- รายการที่ผลิตและได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น
- รายการเฉพาะกิจ

ในปี พ.ศ. 2551 เมื่อรัฐบาลภายใต้การนำของนายสมัคร สุนทรเวช นายกรัฐมนตรี เข้ามาบริหารงาน นายจักรภพ เพ็ญแข รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะที่กำกับดูแลกรมประชาสัมพันธ์ ได้มีแนวความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงสทท.11 เดิม เพื่อเป็นการปรับปรุงระบบการบริหารงานและตอบสนองเจตนารมณ์ของการก่อตั้งสถานี ดังนั้น ในวันอังคารที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ตั้งแต่เวลา 6.00 น. สทท.11 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เอ็นบีที (National Broadcasting Services of Thailand-NBT) ซึ่งเป็นการใช้ชื่อที่จดทะเบียนสมาชิกกับสหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Broadcasting Union) และได้ออกอากาศ

รายการในรูปแบบใหม่ เพื่อให้สมประโยชน์ตามเจตนารมณ์ของการก่อตั้งสถานี และเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ช่องNBT มักถูกมองข้ามจากผู้ชมส่วนใหญ่ เนื่องด้วยความเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐบาล ซึ่งไม่มีรายการที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้ โดยเฉพาะรายการประเภทบันเทิง เช่น ละครโทรทัศน์หรือรายการเกมโชว์ และประกอบกับเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ไม่สามารถมีโฆษณาได้ จึงทำให้ประเภทของรายการที่ออกอากาศทางสทท.11 นั้น มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้ผู้ชมมีจำนวนไม่มากนัก

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ภายหลังจากการปิดสถานีโทรทัศน์ที่ไอทีวีโดยกรมประชาสัมพันธ์ออกคำสั่งให้หยุดเผยแพร่ภาพตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม พ.ศ.2551 ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 ได้เกิดสถานีโทรทัศน์แห่งใหม่ขึ้นชื่อว่า “ไทยพีบีเอส” (Thai Public Broadcasting Service) ซึ่งบริหารโดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย(ส.ส.ท.) มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ แต่ดำเนินการภายใต้ทุน ทรัพย์สิน และรายได้ขององค์กร ซึ่งได้มาจากภาษีสรรพสามิตที่เก็บเพิ่มจากเหล้า บุหรี่ 1.5% คาดหมายจะมีรายได้ประมาณ 1.7 พันล้านบาทต่อปี

วัตถุประสงค์ขององค์กร คือ ดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรม ผ่านข่าวสารที่เที่ยงตรง ผลิตรายการข่าวสารที่มีสารประโยชน์ทางการศึกษาและสาระบันเทิง ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยปราศจากอคติทางการเมือง และผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ และยึดถือประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก

ผังรายการที่ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2551 มีสัดส่วนแบ่งตามประเภทของรายการดังนี้

- รายการข่าว 39.98%
- สารคดีเชิงข่าวและวิเคราะห์ข่าว 5.42%
- รายการสารคดี 29.57%

- รายการสารประโยชน์ 11.58%
- รายการเด็กและเยาวชน 7.01%
- รายการสาระบันเทิง 6.44%

สำหรับสัดส่วนแบ่งตามประเภทของผู้ผลิตรายการแบ่งได้ดังนี้

- ช่องไทยพีบีเอสนั้นมีการผลิตละครโทรทัศน์รายการที่ผลิตโดยสถานี 50.18%
- รายการที่จัดซื้อลิขสิทธิ์ (เช่น สารคดี) 26.87%
- รายการที่ได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกโดยไม่มีค่าใช้จ่าย 21.78%
- รายการจ้างผลิต 1.17%

นายเทพชัย หย่อง ผู้อำนวยการสถานีไทยพีบีเอส กล่าวว่า มีผู้จัดทั้งรายการเล็กและรายการกลางมานำเสนอประมาณ 300-400 รายการ ซึ่งอยู่ในระหว่างการรับฟังข้อเสนอ พร้อมกับเสริมต่อ ว่าการเลือกรายการ หรือละครนั้น ได้มีอนุกรรมการทั้งคนในและนอกวงการมาดูแลทั้งหมด 6 คน และยืนยันว่ามีความโปร่งใสอย่างแน่นอน (ไทยพีบีเอส, 2552)

สำหรับการผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสนั้น เป็นละครตอนช่วงเวลาเย็น คือ เรื่องนะโมผู้น่ารัก ของบริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด ออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.30-19.00 น. และละครเรื่อง ราชอาณาจักร เป็นละครแนวพีเรียดชั่นยุคอิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับเรื่องราวของชนบธรรมเนียมประเพณี และประวัติศาสตร์ระหว่างไทยกับปัตตานี ซึ่งเป็นการร่วมมือกันระหว่างกระทรวงการพัฒนาศักยภาพและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) และบริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด เพื่อที่จะสร้างละคร ให้คนไทยเข้าใจประวัติศาสตร์ของภาคใต้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีละครเรื่องจิตร-ประกัสสร ออกอากาศทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.30 น. เป็นการร่วมมือกันระหว่างภัทราวดีเธียเตอร์ ศิลปะสถานเพื่อการละคร และมูลนิธิละครกรรมะ ในพระสังฆราชูปถัมภ์ ร่วมกับทีวีไทย ทีวีสาธารณะ ผลิตละครโทรทัศน์สร้างสรรค์สังคม ประเภทซีรีส์ที่มีเนื้อหาจบในตอน ความยาวตอนละ 30 นาที จำนวน 40 ตอน ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของครอบครัวคนไทยที่มีฐานะปานกลาง นำเสนอประเด็นการอยู่ร่วมกันระหว่างคนในครอบครัว และ บุคคลรอบข้างในสังคมอย่างมีความสุข ตลอดจน

วิธีการเตรียมตัว เป็นพ่อแม่ ตั้งแต่แม่เริ่มตั้งครรภ์ จนถึงคลอด และเลี้ยงดูลูกในวัยต่างๆ ด้วยความเข้าใจในจิตวิทยาของเด็ก และสะท้อนมุมมองต่างๆของคนในสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการการสร้างครอบครัวที่มีคุณภาพ จะเห็นว่าละครที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสนั้นจะต้องเป็นละครที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคม ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีเรตติ้งสูงมากนัก แต่ก็ตรงกับจุดประสงค์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

การรับชมโทรทัศน์ในประเทศไทยมี 5 ช่องทาง ทุกวิธีจะได้รับชมรายการทีวีปกติ คือ 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS ได้ นอกจากนั้นจะมีรายการเพิ่มเติมแตกต่างกันตามคุณสมบัติการรับชมรายการของแต่ละวิธีดังนี้

1. ปีกเสาอากาศทีวี เป็นวิธีการรับสัญญาณทีวีดั้งเดิมของประเทศไทยที่ใช้ปีกเสาอากาศทีวีหรือเสาข้างปลา การติดตั้งวิธีนี้สามารถรับชมรายการได้เพียง 6 ช่อง คือ 3, 5, 7, 9, NBT, TPBS เสาอากาศประเภทนี้จะมีอายุการใช้งานประมาณ 5-7 ปี คุณภาพของรายการที่ได้รับจะค่อยๆลดลงตามอายุการใช้งาน
2. จานดาวเทียม C-Band (จานดำขนาด 6 ฟุตขึ้นไป) เป็นระบบสัญญาณทีวีที่ได้รับความนิยมสูงในช่วงปีพ.ศ. 2535-2545 เนื่องจากในขณะนั้นการรับชมรายการจากฟรีทีวีไม่ชัดในทุกพื้นที่ บริเวณที่มีปัญหาจะแก้ปัญหาด้วยการติดตั้งจานดาวเทียม C-Band สามารถปรับให้รับชมได้จากหลายจานดาวเทียมซึ่งสามารถรับชมรายการจากต่างประเทศได้หลากหลาย แต่มีความยุ่งยากในการติดตั้งและซ่อมบำรุง
3. จานดาวเทียม KU-Band (จานดาวเทียมขนาด 60 ซม.) รู้จักกันในชื่อจานเหลือง จานน้ำเงิน ติดตั้งง่าย ราคาถูก มีช่องรายการมากกว่าฟรีทีวีปกติ แต่รับชมได้จากจานดาวเทียมเพียงดวงเดียว มีผู้ติดตั้งมากตั้งแต่ในช่วงปี 2551 เป็นต้นมาและน่าจะมีโอกาสเติบโตสูงในช่วง 2-3 ปีที่จะถึงนี้ อุปกรณ์รับสัญญาณมีอายุไม่เกิน 3 ปีดังนั้นจะเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าฟรีทีวี

4. True Vision เป็นผู้ประกอบกิจการเคเบิลทีวีเพียงรายเดียวในประเทศไทยที่ผูกขาดการให้บริการเคเบิลทีวีทั่วประเทศ ทั้งระบบจานดาวเทียม KU-Band และระบบ Fiber Optic
5. เคเบิลทีวีไทย มีการให้บริการตั้งแต่ปีพ.ศ. 2526 เพื่อช่วยแก้ปัญหาสัญญาณทีวีไทยช่อง 3, 5, 7, 9 ในสมัยก่อนที่มีปัญหาในการรับสัญญาณ ในอดีตคนติดตั้งเคเบิลทีวีไทยเพื่อรับชมช่องฟรีทีวีให้ชัดขึ้นเท่านั้น แต่ในปัจจุบันผู้ติดตั้งเคเบิลทีวีไทยเพราะต้องการรับชมรายการเคเบิลทีวีที่ผู้ประกอบการเคเบิลจัดหามาให้ผู้บริโภคเลือกชมเป็นการเฉพาะ

การรับชมโทรทัศน์โดยใช้ปีกเสาอากาศทีวี จานดาวเทียม C-Band จานดาวเทียม KU-Band เป็นระบบที่ไม่เสียค่าสมาชิก ส่วน True Vision, เคเบิลทีวีไทย เป็นระบบที่ต้องเสียค่าสมาชิกหรือระบบบอกรับสมาชิก

ตาราง 4.6 : ตารางการประมาณการอัตราการเจริญเติบโตระบบการรับสัญญาณทีวีของผู้บริโภคใน
ประเทศไทย

	วิธีการรับ สัญญาณทีวี	อดีต		ปัจจุบัน		อนาคต	
		2549	2550	2551	2552	2553	2554
1	ปีกเสาอากาศ ทีวี	15,000,000	14,600,000	13,550,000	11,750,000	10,150,000	8,550,000
2	จานดาวเทียม C-Band	1,000,000	750,000	500,000	500,000	500,000	500,000
3	จานดาวเทียม KU-Band	-	-	500,000	1,000,000	1,000,000	2,000,000
4	True Vision	450,000	600,000	900,000	1,200,000	1,300,000	1,400,000
5	เคเบิลทีวีไทย	2,000,000	2,500,000	3,000,000	4,000,000	5,000,000	6,000,000
	รวม	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000	18,450,000

ที่มา : สุนิสา สังขพุทธิ. (2551). ข่าวท้องถิ่นมูลค่าเพิ่มของเคเบิลทีวีไทย. วารสารสมาคมเคเบิลทีวี
แห่งประเทศไทย, ฉบับเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551

จากตารางที่ตาราง 4.6 จะเห็นว่าแนวโน้มการติดตั้งปีกเสาอากาศทีวีและจานดาวเทียม C-Band มีแนวโน้มลดลง ส่วนจานดาวเทียม KU-Band, True Vision และเคเบิลทีวีไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และเคเบิลทีวีไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จานดาวเทียม KU-Band เป็นอันดับสอง และ True Vision เป็นอันดับสาม

ในปัจจุบันสัดส่วนการชมระหว่างฟรีทีวีและเคเบิลทีวี คือ 50:50 ในอนาคตเชื่อว่าสัดส่วนนี้จะเปลี่ยนเป็นการรับชมรายการที่ผู้ประกอบการเคเบิลทีวีเลือกสรรมาให้ 75% และชมรายการฟรีทีวีปกติ 25%

การเติบโตของเคเบิลทีวีที่เพิ่มขึ้น เคเบิลทีวีเป็นสื่อที่ใกล้ชิดชุมชน เห็นได้จากการนำเสนอข่าวสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนที่สามารถเข้าถึงผู้ชมโดยเฉพาะผู้ชมในต่างจังหวัดได้มาก

ข้อดีของเคเบิลทีวีไทย

1. ค่าติดตั้งมีราคาถูก 100-350 บาท ไม่มีค่าบำรุงรักษา
2. มีจำนวนช่องให้รับชมมาก
3. ติดตั้งเพื่อต้องการรับชมฟรีทีวีให้ชัดกว่าการใช้เสาข้างปลา
4. การให้บริการทำได้ง่ายและสะดวก เพราะเป็นการต่อมาจากสายเคเบิลที่มาจากเสาไฟฟ้าเข้ามายังเครื่องรับโทรทัศน์
5. สามารถหารายได้จากค่าโฆษณาได้

ข้อเสีย

1. รายการเป็นรายการต่างประเทศที่คนไทยไม่นิยมดู เช่น รายการจากประเทศอินเดีย จีนฮ่องกง และไม่พากย์ภาษาไทย

เคเบิลทีวีนั้นมีค่าเช่าสัญญาณถูก ค่าผลิตถูก จึงมีผู้เข้ามาผลิตรายการให้กับเคเบิลทีวีมากขึ้น หรือมีการขายคอนเทนต์ที่เคยขายทางฟรีทีวีให้กับเคเบิลทีวีเพื่อนำมาออกอากาศใหม่ ส่วนคนในเมืองนั้นจะติดตั้ง True Vision มากกว่าเคเบิลทีวีไทย เนื่องจากมีรายการจากต่างประเทศที่ได้รับความนิยมสูง เช่น ช่องกีฬา ช่องภาพยนตร์ เมื่อเทียบกับจานดาวเทียมประเภทอื่นๆ ให้รับชม และตอบสนองความชอบของคนในเมืองใหญ่ๆ

ช่องทางสำหรับผู้ผลิตในการเข้าไปผลิตรายการละครให้กับช่องเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก นั้นสามารถทำ 2 ทาง คือ การขายคอนเทนต์ทั้งหมดให้กับช่องเคเบิลทีวีในราคาประมาณ 15-20% ของต้นทุนการผลิต หรือการซื้อเวลาจากเคเบิลทีวีและหาโฆษณาเอง แต่ที่นิยมทำส่วนมากคือ การขายคอนเทนต์ทั้งหมดให้กับช่องเคเบิลทีวีในราคาประมาณ 15-20%

ของต้นทุนการผลิต เพราะเป็นวิธีที่สะดวกสำหรับผู้ผลิตและไม่ต้องเสียเวลาในการบริหารจัดการ
ด้านการหาโฆษณามากนัก

ส่วนทิวทัศน์นั้นก็เป็นช่องที่เริ่มเข้ามาเปิดตลาดด้าน Local content มากขึ้น
เพราะว่าต้องการเปิดฐานผู้ชมไปสู่ต่างจังหวัดหรือตลาดกลุ่มใหญ่มากขึ้น โดยจะเน้นคอนเทนต์ด้าน
ภาพยนตร์ไทย อาหาร ตก ลงในช่อง Local Content อย่างน้อย 5 ช่อง นอกจากนี้ทิวทัศน์ยังมี
บุคลากร Academy Fantasia ที่สามารถนำมาผลิตผลงานให้กับช่องมากมาย เช่น ละครหรือเพลง
การเข้าไปผลิตละครหรือขายคอนเทนต์ละครเพื่อนำไปรีรันให้กับทิวทัศน์ในช่อง Local Content
นั้นอาจมีความเป็นไปได้ แต่ว่ารายการส่วนนี้ของทิวทัศน์มักจะผลิตเองมากกว่าจ้างผู้ผลิตจาก
ภายนอก เนื่องจากยังมีงบประมาณค่อนข้างต่ำในการผลิตละครโทรทัศน์

อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตที่วิธือเป็นสิ่งอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นความคิดของการสร้างช่องทางสื่อสาร
ใหม่ในการตอบสนองคนที่มีความต้องการบริโภคสื่อแบบใหม่หรือคนรุ่นเก่าที่เปิดรับเทคโนโลยี
โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลกเป็นสื่อกลาง แรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ใน
อุตสาหกรรมสื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก

1. ด้วยวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตจาก narrow band หรืออินเทอร์เน็ตโมเด็มจากความเร็ว
อยู่ที่ 56 กิโลบิต ก้าวเข้าสู่ยุคบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ต หรือ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
ด้วยเทคโนโลยี ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line หรือ บริการส่งผ่าน
ข้อมูลความเร็วสูงบนโครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐาน สามารถรับข้อมูลด้วย 2 เมกะบิต)
เทคโนโลยีดังกล่าวทำให้บรรดาเว็บไซต์ต่างๆสามารถลี้ดข้อมูลได้นับล้าน ๆ ลี้ด
หรือการถ่ายภาพจากกล้องดิจิทัล โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ วิดีโอ นำมาเผยแพร่ใน
ลักษณะ วิดีโอคลิป ,รวมไปถึงการสร้างเว็บบล็อก และ การทำไดอารี่ออนไลน์ เป็นต้น
2. พฤติกรรมของผู้ซื้อสื่อโฆษณา ที่มุ่งไปยังสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างช่องทางการ
เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ กระแสนิยมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมการสื่อสารผ่านทาง
อินเทอร์เน็ต เพราะ สะดวก รวดเร็ว สามารถสื่อสารข้อมูลจำนวนมากๆได้ภายในเวลา
อันรวดเร็ว

3. ผู้ผลิตคอนเทนต์ ที่ปัจจุบันมีการผลิตคอนเทนต์ใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive) หรือ ได้ตอบ 2 ทางกับผู้บริโภคได้ (Two-Way Communication) ขณะเดียวกันยังเกิดผู้ผลิตสื่อสมัครเล่นขึ้นมาแข่งขันกับผู้ผลิตสื่อมืออาชีพ ทำให้ผู้ใช้สามารถแสดงความต้องการของตนได้ทันที ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้มากขึ้น
4. อุปกรณ์สำหรับการเชื่อมต่อเข้าสู่สื่อและบริการเนื้อหา โดยปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อผ่าน พีซีบรอดแบนด์ สมาร์ทโฟน หรือ ไอโฟน

ขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตมีการเติบโตเพิ่มขึ้น 6.19% จากมูลค่ากว่า 46 ล้านบาทในปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นกว่า 48 ล้านบาทในปีนี้ นอกจากนี้มาจากปรากฏการณ์ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น ยุคที่ผู้บริโภคดิจิทัลเวิลด์ ยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน คลิ๊กเว็บไซต์ แสพข้อมูลข่าวสาร บันทึกลง และสื่อสองทางมากขึ้น แสดงให้เห็นทิศทางและโอกาสเติบโตของสื่อออนไลน์ เช่น

1. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ด้วยความแรงของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่รับ-ส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็วนี้เอง ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์แทบทุกค่าย หันมาปรับตัว ตามกระแสออนไลน์ นำคอนเทนต์ลงจอเต็มรูปแบบหนังสือพิมพ์ดิจิทัล (E-newspaper) หรือ เพื่อมุ่งตอบ โจทย์ให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีวิถีชีวิตคนเมืองทำงานและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยในปัจจุบัน จะเห็นว่า การบริโภคสื่อออนไลน์ในรูปแบบของการอ่านข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ บวกกับการเข้าชมเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ก็มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นทุกๆปี เช่น www.nationgroup.com, www.manager.co.th, www.posttoday.com นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ที่มียอดขายติดอันดับ 1 เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ก็ยังหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการขายหนังสือพิมพ์เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น และวัฒนธรรมหนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ตนี้ก็ได้แพร่กระจายไปยังหนังสือพิมพ์แทบทุกฉบับไม่เว้นแม้แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ถ้าไม่มีเทคโนโลยีการรับส่งข้อมูลด้วยความเร็วแบบนี้จะไม่มีทางเกิดอินเทอร์เน็ตที่วิวัฒนาการอย่างแน่นอน

2. วิทยู

นอกจากจะมีสื่อหนังสือที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตแล้ววิทยูออนไลน์ ก็ถือเป็นอีกปรากฏการณ์หนึ่ง ที่มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตการบริโภคคอนเทนต์บันเทิงของคนรุ่นใหม่ ที่นิยมใช้

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลักในปัจจุบัน สถาบันวิทยุก็หันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น มีการสร้างเว็บไซต์เพื่อออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต เพราะว่าวิถีชีวิตของหนุ่มสาวออฟฟิศที่ทำงานกับคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ฟังเพลงจากหูฟังที่สามารถฟังได้ส่วนตัว ไม่ต้องเปิดเพลงเสียงดังรบกวนผู้อื่น และสามารถโต้ตอบ ขอเพลงกับนักจัดรายการวิทยุได้ทันทีทางอินเทอร์เน็ต

3. ภาพยนตร์และวีดิโอคลิป

ภาพยนตร์ในที่นี้หมายถึงภาพเคลื่อนไหวที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตทุกชนิด เช่น โหลดบิต วีดิโอคลิป ยูทูป บล็อก ที่มีการโหลดภาพเคลื่อนไหวขนาดสั้นขึ้นไปเพื่อให้ผู้ชมสามารถคลิกชมได้ เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเริ่มเติบโต กล้องวีดิโอและกล้องถ่ายรูปแบบดิจิทัลเริ่มแพร่หลาย ผู้รับสารหรือผู้ชมกลายเป็นผู้ที่สามารถผลิตคอนเท้นต์ในแบบฉบับของตัวเองได้ และสามารถอัพโหลดขึ้นเว็บไซต์ได้โดยง่าย ทำให้วีดิโอคลิปแพร่หลายมาก เพราะมีเพียงแค่อุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ก็สามารถสร้างสรรค์ผลงานของตัวเองให้ผู้อื่นดูได้เป็นจำนวนมากทั่วประเทศและทั่วโลก และก็เป็นการสร้างรายได้จากการลงโฆษณาจากเจ้าของสินค้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตมีการเติบโตเพิ่มขึ้น จนสื่อต่าง ๆ นำคอนเท้นต์มาอยู่บนอินเทอร์เน็ต และกลายเป็นความนิยมของผู้บริโภคว่า การเล่นเกมอินเทอร์เน็ตสามารถรับสื่อแทนได้ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นสื่อที่ครอบคลุมสื่อทั้งหมดและกลายมาเป็นคู่แข่งสำคัญทางธุรกิจของสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากในอดีตโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการรับ ส่งข้อมูลขนาดใหญ่ และมีข้อมูลทันต่อเหตุการณ์ และเข้าถึงครัวเรือนได้มากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ

ทีวีกับอินเทอร์เน็ต เปรียบเสมือน “สื่อคู่รักคู่แค้น” ในที่นี้หมายถึง สื่อที่เป็นคู่แข่งกันแต่ในขณะเดียวกันก็ต้องพึ่งพาอาศัยกัน จากหนังสือ "การจัดการช่องว่างระหว่างสื่อ การสร้างสรรค์นวัตกรรมและการปรับใช้รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ" ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) กล่าวว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2549-2553 ประมาณ 23% ซึ่งเติบโตมากกว่าสื่อดั้งเดิมประมาณ 5 เท่าตัว ขณะเดียวกันรายงานฉบับดังกล่าวยังระบุอีกว่าธุรกิจเพลงทั่วโลกสูญเสิรายได้ไป 90,000-180,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3.06-5.44 ล้านล้านบาท (คิดที่อัตรา 34 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล ส่วนอนาคตวงการโทรทัศน์ และภาพยนตร์น่าจะสูญเสิรายได้มากกว่าอย่างแน่นอนหากไม่มีแผนจัดการปัญหาช่องว่างระหว่างสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่

“คู่แข่ง” ด้วยความแข็งแกร่งของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ไม่มีเวลา ดูซ้ำ ได้ตลอดเวลา และเป็นสื่อที่ครอบคลุมสื่อทั้งหมดไว้ จึงทำให้เป็นคู่แข่ง แต่หากสื่อทีวีจะปฏิเสธสื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่ปรับตัวนั้น อาจจะทำให้สื่อทีวีไม่สามารถรองรับกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ได้ โทรทัศน์จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับอินเทอร์เน็ต โดยการเป็นอินเทอร์เน็ตทีวี

“คู่แข่ง” การหลอมรวมสื่อดั้งเดิมกับสื่อดิจิทัลอย่างอินเทอร์เน็ตกับทีวี สื่อทีวีจะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในโลกยุคใหม่ที่เป็นรอยต่อระหว่างระบบอะนาล็อกและระบบดิจิทัล คนยังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนถ่าย ดังนั้นทั้งสองสื่อจะต้องพึ่งพากันและกัน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตก็ยังมีเงินโฆษณาไม่มากพอที่จะทำให้ผู้ผลิตสามารถดำเนินธุรกิจผลิตคอนเทนต์ได้ ส่วนโทรทัศน์แม้จะได้เงินมาจากโฆษณาทางฟรีทีวี แต่ถ้าไม่หันมาเรียนรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตก็จะไม่สามารถจับกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ที่มีจำนวนมากและมีกำลังซื้อสูงได้ และในอนาคตจะเสียผู้บริโภคกลุ่มนี้ไปอย่างแน่นอน

อินเทอร์เน็ตทีวี

แนวคิดนี้ได้มาจากการที่คนเรามีเวลาก่อนข้างจำกัดในการรับชมทีวี ซึ่งในขณะรับชมสามารถเลือกชมได้แค่ช่องเดียวในเวลาเดียวกัน โดยยังมีอีกหลายรายการที่น่าสนใจที่ผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้ชม "อินเทอร์เน็ต ทีวี" กำลังเข้ามามีบทบาทในฐานะของสื่อทางเลือกใหม่ที่กำลังเกิดในเมืองไทย ด้วยความสามารถของเทคโนโลยี ทำให้โอกาสการเป็นเจ้าของสถานีทีวีบนอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องง่ายมากขึ้น นั่นคือใช้เงินทุนไม่มากต่างกับการลงทุนทำ "ฟรีทีวี" อินเทอร์เน็ตทีวีถือเป็นเวทีอิสระของผู้ที่สนใจอยากนำเสนอเรื่องราวในสไตล์ของตัวเองได้แบบไม่มีขีดจำกัด ไม่ต้องขอสัมปทาน ไม่มีการกำกับดูแล จุดเริ่มต้นของอินเทอร์เน็ตทีวีส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่ชอบเล่าเรื่อง มีความต้องการอยากนำเสนอเรื่องราวที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม หรือเป็นมุมนักๆ ที่น่าสนใจ แตกต่างไปจากฟรีทีวี โดยขณะนี้กลุ่มผู้สนใจโคดเข้ามาในธุรกิจนี้มากมาย มีรายการที่เผยแพร่หลาย 100 ช่อง สถานีทีวีบนเน็ตที่มีการพูดถึงและมีผู้เข้าชมสม่ำเสมอ อาทิ duocore.tv, Fukduk.tv, wakeupwakeupwakeup.com, sukiflix.tv, ihere.tv, itcoolgand.tv เป็นต้น

1. Fukduk.tv ก่อตั้งโดย ม.ร.ว.เฉลิมชาติ ฤกษ์ ทายาทของท่านม้วย หม่อมเจ้า ชาติเฉลิม ฤกษ์ คนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจงานด้านภาพยนตร์ ทีวี เปิดสถานี Fukduk.tv เมื่อ 14 ตุลาคม 2550
2. Duocore.tv ก่อตั้งโดย "กล้า ตั้งสุวรรณ" และ "ณัฐวัฒน์ ปาลกะวงษ์ ณ อยุธยา" ผลิตรายการไอทีบันเทิง มีรูปแบบธุรกิจไม่ชัดเจน ทำเพราะความชอบส่วนตัว

3. Wakeupwakeupwakeup.com ที่ก่อตั้งโดย "ศิริโรตม์ ตูลสุข" และ "วุฒิพงษ์ ทับทิมดี" กลุ่มที่ทำเว็บไซต์ไทยชื่อดังฟิล์มคอตคอมมาก่อน ถือได้ว่าเป็นอินเทอร์เน็ตทีวีรายแรกที่มีสปอนเซอร์หลักสนับสนุนอย่างเป็นทางการ คือ โทรศัพท์มือถือเฮาส์แบรนด์ "wellcom"
4. Manytv.com ที่ดำเนินการภายใต้บริษัท ไมคาส ครีเอทีฟ จำกัด ในเครือเจเอสแอล ก่อตั้งขึ้นปลายปีพ.ศ. 2550 จึงมีรูปแบบที่เป็นธุรกิจชัดเจน วางตัวเป็นทีวีออนดีมานด์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นำเสนอคอนเทนต์ทั้งหมด 10 ช่อง ซึ่งเป็นการผลิตเอง 2 ช่อง และอีก 8 ช่องมาจากพันธมิตร ได้แก่ สถานีบ้านอุ้ม ของ อุ้ม-สิริยากร พุกกะเวส, สถานี FUPM ของวงไทเทเนียม เป็นต้น รวมถึงการนำรายการของเจเอสแอลที่ออกอากาศทางฟรีทีวีมาผ่านอินเทอร์เน็ตทีวี โดยบริษัทจะเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการหาโฆษณาและจะแบ่งรายได้กับพันธมิตรที่ นำรายการมาออกอากาศแบบ 50/50
5. Iptv.com ชิน บอร์ดแบรนด์" บริษัทในเครือชินคอร์ปเปิดบริการทีวีบนอินเทอร์เน็ตภายใต้ชื่อ "ไอพีทีวี" พร้อมลงทุนสร้างสตูดิโอผลิตรายการให้สมาชิกเลือกชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง

แต่สื่อทีวีอินเทอร์เน็ตยังมีข้อด้อยอยู่ คือ

1. การจะสร้างให้อินเทอร์เน็ตทีวีของตัวเองเป็นที่รู้จักไม่ใช่เรื่อง ง่าย ต้องใช้เวลา โดยใช้คุณภาพของรายการเป็นตัวพิสูจน์ที่จะทำให้มีคนแวะเข้ามาดูมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งต่างจากฟรีทีวีที่ทางเลือกน้อย เปิดเข้าไปก็มีให้เลือกอยู่ไม่กี่ช่องอินเทอร์เน็ตจึงต้องอาศัยสื่ออื่นๆ มาเป็นตัวช่วย เช่น ฟรีทีวี เคเบิลทีวี และมือถือ เป็นต้น ก็จะมีพลังทำให้ดึงดูดโฆษณาเข้ามา
2. ผลตอบแทนจากค่าโฆษณามีราคาต่ำ ทำให้ไม่สามารถสร้างคอนเทนต์ที่มีราคาสูงได้
3. คนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึง
4. ราคาแพงเมื่อเทียบกับฟรีทีวี

ส่วนละครในอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเป็นการเปิดให้รับชมละครผ่านเว็บไซต์และรับชมย้อนหลัง ซึ่งคอนเทนต์จะอ้างอิงกับที่ฉายในโทรทัศน์ ยังไม่มีการสร้างละครโทรทัศน์สำหรับฉายทางอินเทอร์เน็ต เพราะมีค่าใช้จ่ายในการทำละครสูงมาก ต่อตอนใช้ค่าใช้จ่ายประมาณ 800,000 บาท และใช้เงินต่อเรื่องประมาณ 15-20 ล้านบาท ซึ่งการหาค่าโฆษณาจากอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียวไม่สามารถนำมาผลิตละครได้ ดังนั้นในการผลิตละครโทรทัศน์นั้นจะต้องออกอากาศทางฟรี

ทีวีก่อนเพื่อนำเงินค่าโฆษณามาเป็นต้นทุนในการผลิต และนำมาขยายต่อยอดให้รายได้เพิ่มมากขึ้น แล้วจึงนำไปออกอากาศซ้ำทางอินเทอร์เน็ต

สถานการณ์ตลาดละครโทรทัศน์ระดับบริษัทผู้ผลิตละคร โทรทัศน์ในแต่ละช่อง

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

1. บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

ผู้บริหาร	อรุ โฉษา ภาณุพันธ์
แนวละคร	romantic comedy แนววัยรุ่น หรือย้อนยุค
จุดเด่นของบริษัท	เป็นบริษัทที่ทำงานกับช่อง 3 มานาน ทำให้ได้รับความไว้วางใจ ผลิตละครที่มีคุณภาพ ทั้งด้านเนื้อเรื่อง นักแสดง และโปรดักชั่น มีภาพลักษณ์ในด้านการสร้างสรรค์ละครเพื่อสังคม มีทั้งความสนุกและ สาระ
ผลงาน	บริษัทบำบัดแค้น น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์ เทวดาสาธุ แสบเสบนักสืบผิวดำ สี่รักชกโยลวน ยุทธการหักคานทอง

2. บริษัท ทีวีซีน แอนด์ พิกเจอร์ จำกัด

ผู้บริหาร	ณัฐนันท์ ฉวีวงษ์
แนวละคร	หลากหลาย เช่น แนวชีวิตสะท้อนสังคม เบาสมอง รักโรแมนติก
จุดเด่นของบริษัท	เนื้อหาของบทประพันธ์เน้นที่อารมณ์ สะท้อนสังคม เนื้อหาใกล้เคียงกับ ชีวิตประจำวัน
ผลงาน	สุดรักสุดดวงใจ ทางช้างเผือก โบทันกลีบสุดท้าย รังนกบนปลายไม้

3. บริษัท โนพรีออบแบรม จำกัด / บริษัท สุแอนด์ ซู จำกัด / บริษัท รีไมด์ จำกัด

ผู้บริหาร	วรายูท มิลินทจินดา
-----------	--------------------

แนวละคร	Romantic Drama
จุดเด่นของบริษัท	การผลิตที่เน้นความหรูหรา อลังการ ของเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และฉาก
ผลงาน	ผู้ฝันนิรันดร ราชนิหมอลำ แซ่มซ้อย เขี้ยวมาร

4. บริษัท โพลีพลัส จำกัด / บริษัท ทู อิน วัน จำกัด

ผู้บริหาร	อรพรรณ วัชรพล
แนวละคร	รักโรแมนติก
จุดเด่นของบริษัท	แนวละคร โคนใจวัยรุ่นเนื่องจากเป็นละครที่พล็อตขึ้นเอง มีความน่ารัก สดใส และมีนักแสดงรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ นอกจากนี้ยังมีสื่อในมือ เช่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทำให้สามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ละครได้ รวมทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับสถานีและนักแสดงได้

5. บริษัท ยูม่า 99 จำกัด

ผู้บริหาร	ยุวดี ไทยหิรัญ
แนวละคร	Drama Action
จุดเด่นของบริษัท	มีแนวละครที่เด่นชัด คือ บู๊ แอคชั่น และมีนักแสดงในสังกัด ภาพยนตร์ในละคร และนักแสดงมีเอกลักษณ์สะท้อนภาพของบริษัทยูม่าได้เป็นอย่างดี
ผลงาน	ชุมทางเสือเผ่น จับตาวายร้ายสายสมร โปลิสจับขโมย ไอ้ม้าเหล็ก เสือ 11 ตัว

6. บริษัท แอค อาร์ต เจเนเรชั่น จำกัด

ผู้บริหาร	พงศ์พัฒน์ วชิรบรรจง
แนวละคร	Romantic Drama
จุดเด่นของบริษัท	ภาพ มุมกล้อง วิธีการเล่าเรื่องมีความแปลกใหม่ ใช้เทคนิคการถ่ายทำ เหมือนการถ่ายทำภาพยนตร์

ผลงาน เมื่อดอกรักบาน กุหลาบสีคำ บาดาลใจ

7. บริษัท บางกอกการละคร จำกัด

ผู้บริหาร สุพล วิเชียรฉาย

แนวละคร แนวชีวิต แนวจินตนาการย้อนยุค

จุดเด่นของบริษัท มีช่อง 3 เป็นผู้สนับสนุนอยู่เบื้องหลัง การผลิตประณีต เสื้อผ้าสวยงาม มีการทำเอฟเฟกต์ที่สมจริง

ผลงาน ปลายเทียน สร้อยแสงจันทร์ แกะรอยรัก

8. บริษัท อัครพล โปรดักชั่น จำกัด

ผู้บริหาร พิศาล อัครเศรษฐี

แนวละคร Drama , Romantic Drama

จุดเด่นของบริษัท มีจุดเด่นอยู่ที่ความสามารถของผู้จัดและผู้กำกับการแสดง คือ พิศาล อัครเศรษฐี ที่การันตีได้ว่าผลงานที่ออกมาจะทำด้วยความทุ่มเท และดีที่สุด

ผลงาน สุดแดนหัวใจ

9. บริษัท เมเจอร์ กรุ๊ป จำกัด

ผู้บริหาร มยุรฉัตร เหมือนประสิทธิเวช

แนวละคร Drama , Romantic Drama

จุดเด่นของบริษัท มีจุดขายที่ชื่อเสียงและความสามารถของมยุรฉัตร เหมือนประสิทธิเวช

ผลงาน แต่ปางก่อน, สะใภ้พาร์ทไทม์, ริษยา, ผู้ชายมือสอง, กงจักรลายดอกบัว, บัวปริ่มน้ำ

10. บริษัท มายโซว์ โปรดักชั่น จำกัด

ผู้บริหาร จริยา แอน โฟเน่

แนวละคร	แนวครอบครัว
จุดเด่นของบริษัท	เป็นบริษัทลูกของบริษัท เมคเกอร์ กรุ๊ป จำกัด ทำให้ได้รับความเชื่อถือ และสามารถใช้นักแสดงและทีมงานของบริษัทแม่ได้
ผลงาน	มณีนพิน

11. บริษัท สเต็ป ออนเวิร์ด จำกัด

ผู้บริหาร	กอบสุข จารุจินดา
แนวละคร	ตลก
จุดเด่นของบริษัท	ละครมีความเป็น mass สูง เกี่ยวข้องกับคนระดับล่างในสังคม เล่าเรื่องเข้าใจง่าย เน้นที่ความตลกของเรื่องราว และบุคลิกของตัวละคร
ผลงาน	นางสาวเย็นฤดี แม่ครัวคนใหม่ เทพบุตรชุกฉวิน

12. บริษัท พรินโปรดักชั่น จำกัด / บริษัท ละครไท จำกัด

ผู้บริหาร	หทัยรัตน์ อมตวานิช
แนวละคร	Romantic Drama
จุดเด่นของบริษัท	ละครน่ารัก ดูสนุก มีนักแสดงนำที่เป็นที่ชื่นชอบของคนดู เช่น ชีรเดช วงศ์พัฑฒันซ์ แอน ทองประสม สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ตรงกับอารมณ์ของตัวละครผู้หญิง
ผลงาน	อุ้มรัก สวรรค์เบี่ยง สะใภ้ลูกทุ่ง รักนี้หัวใจเราจอง

บริษัทผลิตละครโทรทัศน์ ที่เปิดตัวใหม่ของช่อง 3 มีดังนี้

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. บริษัท เมคเกอร์ วาย จำกัด | ยศสินี ณ นคร |
| 2. บริษัท เมคเก จำกัด | ณัฐพงศ์ เหมือนประสิทธิ์เวช |
| 3. บริษัท ดวงมาลีมีจันทร์ จำกัด | จันจิรา จูแจ้ง |
| 4. บริษัท บ้านละคร จำกัด | สมจริง ศรีสุภาพ |
| 5. บริษัท เมตตามหานิยม จำกัด | ฉัตรชัย เปล่งพานิช |
| 6. บริษัท เป้าเงินจง จำกัด | นพพล โกมารชุน |
| 7. บริษัท เทโนโก จำกัด | วรเวช ดานุวงศ์ |
| 8. บริษัท อาลาดีน ณ บางกอก จำกัด ปิยวดี มาลินนท์ | |

บริษัทผลิตละครโทรทัศน์ ที่เปิดตัวใหม่ของช่อง 3 มีลักษณะ

1. เป็นผู้จัดที่เคยเป็นนักแสดงมาก่อน เคยร่วมงานกับช่อง 3 มานาน มีความไว้วางใจ
2. เป็นรุ่นลูกของผู้จัดละคร และมาเปิดบริษัทผลิตละครเพื่อสืบทอดธุรกิจของรุ่นพ่อแม่
3. มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนดู
4. ย้ายมาจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น มีชื่อเสียงและผลงานมาก่อน

บริษัทที่เพิ่งเริ่มผลิตละครให้ช่อง 3 ยังไม่มีความโดดเด่นที่ชัดเจน มักผลิตละครแนวโรแมนติก ดราม่า และใช้นักแสดงของช่อง 3 (กลุ่ม power 3) ทำการตลาดด้วยการใช้ชื่อเสียงของผู้ผลิตเอง และถือว่าเป็นการเริ่มต้นของการทำงานผลิตละคร โดยเป็นการเปิดโอกาสของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่ต้องการให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานและพิสูจน์ฝีมือ ซึ่งความมั่นคงของบริษัทเหล่านี้อยู่ที่การทำละครออกมาแล้วเป็นที่นิยมของผู้ชม

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีผู้ผลิตละคร 4 บริษัท คือ

1. บริษัท แอ็กแซ็ทท์ จำกัด
2. บริษัท ซีเนรีโอ จำกัด
3. บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
4. บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

โดยบริษัทแอ็กแซ็ทท์และซีเนรีโอ จำกัด เป็นผู้ผลิตละครหลังข่าวในช่วงเวลา 20.30-21.30 น. ในช่วงเวลาจันทร์-ศุกร์ ได้แก่ ชิงช้า สกุลกา เช่น สี่รักสี่วิญญาณ์ บ่วงรักกามเทพ ส่วนบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิตละครโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนในช่วงเวลาเย็นวันจันทร์-ศุกร์ ได้แก่ เรื่องนักสู้นอกสังเวียน วีรชนคนกล้า พลพรรคคนรักแผ่นดิน และรายการสารคดี กิ่งละคร ได้แก่ รายการกรรมลิขิต รายการชีวิตจริง 84,000 บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ผลิตรายการวาไรตี้ผสมตลกซิทคอม คือ รายการตลกหกฉาก

รายการละครของบริษัทแอ็กแซ็ทท์และซีเนรีโอ จำกัด จะวางตำแหน่งอยู่ระหว่างช่อง 3 กับช่อง 7 โดยจะนำบทประพันธ์เก่ามาผลิต ซึ่งเนื้อเรื่องจะมีความเก่า แต่เข้มข้นไปด้วยอารมณ์ เรื่องราวที่ผู้ชมเข้าใจง่าย ส่วนบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเน้นการผลิตละครเพื่อเยาวชนที่เน้นการใช้นักแสดงใหม่ที่มาจากรัสเรียนการแสดงของกันตนา ดราม่า สกุล และมีการใช้เทคนิค เอฟเฟ็กต์ในการทำให้ละครแปลกใหม่น่าสนใจ

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

มีผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลักอยู่ 3 บริษัทที่ได้รับความนิยมไว้วางใจให้ผลิตละครอย่างต่อเนื่อง คือ

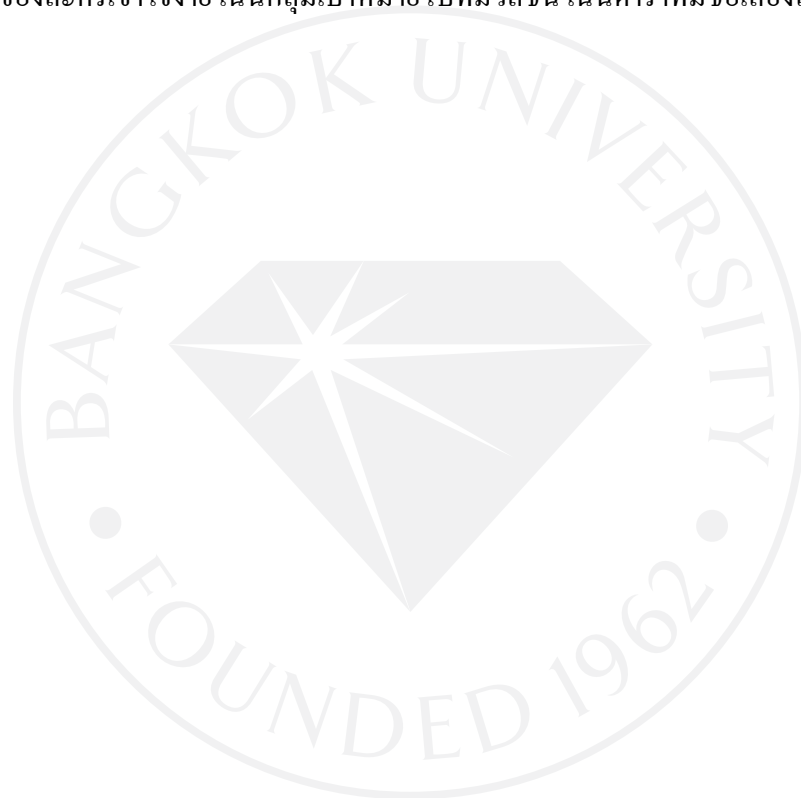
1. บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด
3. บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน)

ส่วนบริษัทอื่นๆ เช่น

- บริษัท โพลีพลัส เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด
- บริษัท ทีวีซันเดอร์ จำกัด
- บริษัท คำพอดิ จำกัด

บริษัทเหล่านี้จะได้เข้ามาผลิตละครเป็นครั้งคราว ไม่ว่าจะบริษัท บริษัทคำพอดีจำกัด ผลิตละครเรื่อง ศิลาภรณ์ เรไรลูกสาวป่า แม่หญิง ก็เพิ่งจะเริ่มเข้ามาผลิต โดยบริษัทนี้เป็นบริษัทลูกของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีวีซันเดอร์ จำกัด ผลิตละครเรื่อง หัวใจไร้มลพิษ บริษัท โพลีพลัส เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ผลิตละครเรื่องคู่รักกับเกลือ แจ้วใจ ร้ายกับคุณชายเทวดา

แนวละครของผู้ผลิตแต่ละรายจะไม่ค่อยต่างกัน คือมักจะเน้นผลิตแนวโรแมนติกคอมเมดี้ เรื่องราวของละครเข้าใจง่าย เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่มวลชน เน้นดาราที่มีชื่อเสียงสังกัด ช่อง 7



ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงแนวละคร จุดเด่นและผลงานของบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ของ
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

บริษัท	แนวละคร/จุดเด่น	ผลงาน
1. บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	โรแมนติคคอมเมดี้ แอคชั่น มีดารานำในสังกัดที่เป็นดารานำใหม่ เชี่ยวชาญด้านเอฟเฟกต์	ปอบผีฟ้า วงเวียนหัวใจ
2. บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้ แอคชั่น	คมแฝก รุกฆาต ภูตแม่น้ำโขง นางทาส แสงดาวแห่งหัวใจ
3. บริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน)	โรแมนติคคอมเมดี้ เป็นบริษัทใหญ่ มีช่องทางการ ออกอากาศคือ ช่อง Media Chanel ทางทีวีดาวเทียม	โซ่เสน่หา รักนี้เคียงตะวัน เฮฮา หน้าซอຍ หมอชิดสะกิดรัก
4. บริษัท โพลีพลัส เอนเทอร์ เทนเมนต์ จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้ มีนักแสดงในสังกัด มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อและรายการต่างๆ มากมาย	คู่รักปริศนากับเกลือ แจ่วใจร้ายกับ คุณชายเทวดา
5. บริษัท ทีวีรันเดอร์ จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้	หัวใจไร่ลมพิษ
6. บริษัท คำพอดี จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้ ผลงานพิถีพิถัน ปรานีตด้าน โปรดักชั่น ผู้ผลิตคือ ชงชัย ประสงค์สันติ เป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาก่อน	ศิลาภณี เรไรลูกสาวป่า แม่หญิง

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 (Modernine TV)

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงแนวละคร จุดเด่นและผลงานของบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ของ

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

บริษัท	แนวละคร/จุดเด่น	ผลงาน
บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทวี จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้ สามารถใช้นักแสดงของ แกรมมี่ได้ เช่น กอล์ฟ-ไมค์ ฟิล์ม รัฐภูมิ โฟร์ ศกลรัตน์ นักแสดงเป็นนักแสดงวัยรุ่น เนื้อหาละครทันสมัย จับกลุ่ม วัยรุ่น	อุบัติร์กข้ามขอบฟ้า1 อุบัติร์ก ข้ามขอบฟ้า2
บริษัท จีเอ็มเอ็ม ทวี จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้ สามารถใช้นักแสดงของ แกรมมี่ได้ เช่น กอล์ฟ-ไมค์ ฟิล์ม รัฐภูมิ โฟร์ ศกลรัตน์ นักแสดงเป็นนักแสดงวัยรุ่น เนื้อหาละครทันสมัย จับกลุ่ม วัยรุ่น	อุบัติร์กข้ามขอบฟ้า1 อุบัติร์ก ข้ามขอบฟ้า2
บริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน)	โรแมนติคคอมเมดี้ สามารถใช้นักแสดงของอาร์ เอสได้ เช่น กอล์ฟ-ไมค์ ฟิล์ม รัฐภูมิ โฟร์ ศกลรัตน์	คุณพ่อจอมเพี้ยว(daddy duo)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): ตารางแสดงแนวละคร จุดเด่นและผลงานของบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ของ
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

บริษัท	แนวละคร/จุดเด่น	ผลงาน
บริษัท แอ็กแซ็ทท์ จำกัด บริษัท ซีเนรีโอ จำกัด	โรแมนติคคอมเมดี้	บางรักซอย9 นักร้องนัก บ้านนี้ มีรัก
บริษัท จีทีเอช จำกัด	ละครซิทคอม แนวโรแมนติค คอมเมดี้ มีการนำนักแสดงนำและ นักแสดงสมทบจากภาพยนตร์ ที่โด่งดังของจีทีเอชมาร่วม แสดง	เนื้อคู่ประตูดัดไป

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เพิ่งเริ่มเข้ามาผลิตละครโทรทัศน์ในช่วงหลังข่าวในช่วงประมาณปี 2551 แต่ได้มีการผลิตละครซิทคอมในช่วงเวลา 17.00-19.00 น. ในวันเสาร์อาทิตย์มาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว และในช่วงปี 2552 ก็เริ่มมีการให้ผู้จัดจากภายนอกเข้ามาผลิตละครโทรทัศน์ คือ บริษัท จีทีเอช จำกัด และบริษัท ทีวีรันเนอร์ จำกัด นับเป็นช่องทางที่น่าสนใจสำหรับผู้ผลิตละครโทรทัศน์หน้าใหม่ในการเข้าไปซื้อเวลาของสถานีในการทำละครโทรทัศน์

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

ชื่อบริษัท

บริษัท อัปดราม่า จำกัด (Up drama Co.,Ltd)

ภาพลักษณ์ของบริษัท

เป็นผู้นำในการผลิตละครสร้างสรรค์สังคมสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว ที่มีความสุข สนุกสนาน โรแมนติก คอมเมดี้ โดนใจวัยรุ่น เข้ากับยุคสมัย ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่

วิสัยทัศน์

บริษัท ละคร มาเนีย จำกัด เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์สังคมสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทำงานด้วยคุณภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้นำในด้านการสร้าง community คนรักละคร และเป็นผู้นำในการขยายช่องทางการนำเสนอละครผ่านสื่อทางเลือกอื่นๆ

พันธกิจ

- 1.ผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ มอบสาระและความบันเทิงให้แก่ผู้ชม ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ และพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
2. บริษัทจะต้องได้รับความไว้วางใจจากสถานีโทรทัศน์ในการผลิตละครโทรทัศน์ ได้รับความนิยม จากผู้ชมและผู้สนับสนุน
3. ขยายช่องทางการนำเสนอไปสู่โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ต

เป้าหมาย

1. ผลิตละคร ได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด และจัดสรรงบประมาณ ได้อย่างเหมาะสม
2. บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรตอบแทนผู้ถือหุ้นอย่างคุ้มค่า โดยมีระยะเวลาการคืนทุน 2 ปี

กลยุทธ์หลักของบริษัท

1. บริษัทจะต้องจับกระแสของตลาดและผลิตผลงานที่ตรงความต้องการของผู้ชม
2. บริษัทจะศึกษาความเป็นไปของวงการโทรทัศน์และคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ
3. บริษัทจะสร้างกระแสความนิยมโดยใช้กิจกรรมทางการตลาดของการมีส่วนร่วมของผู้สนับสนุนรายการและผู้ชม
4. บริษัทจะขยายช่องทางการนำเสนอละครผ่านสื่อทางเลือกอื่นๆ

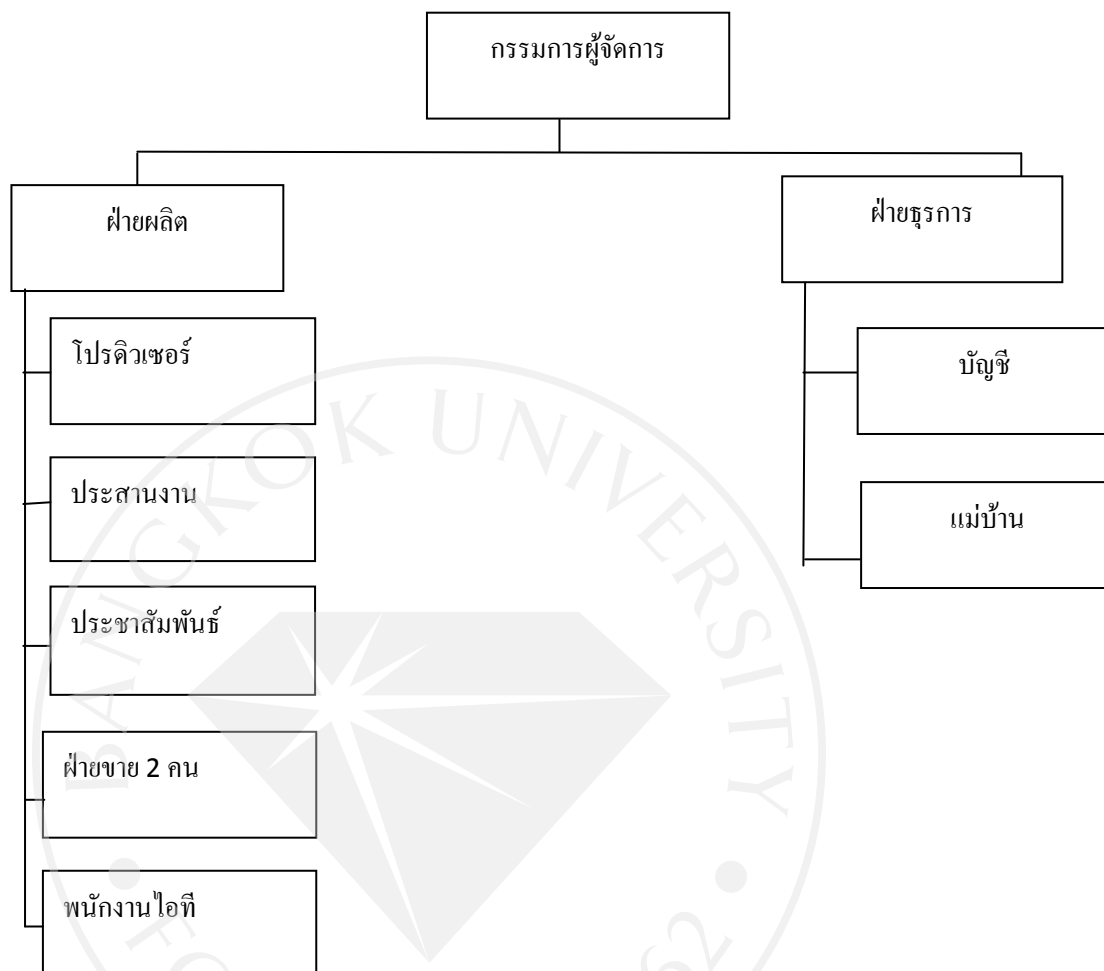
5.2 รูปแบบบริษัทและโครงสร้างบริษัท

เป็นบริษัทขนาดเล็ก โครงสร้างไม่ซับซ้อน แบ่งออกเป็น ฝ่ายผลิตและฝ่ายธุรการ ประกอบด้วยพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว โดยมีผู้อำนวยการผลิตเป็นผู้บริหารสูงสุด

ฝ่ายผลิต ได้แก่ โปรดิวเซอร์ ครีเอทีฟ ผู้กำกับการแสดง ผู้ช่วยกำกับการแสดง ประสานงาน เป็นผู้ดูแลการผลิตทุกขั้นตอน จะจ้างเป็นพนักงานชั่วคราวทั้งหมด

ฝ่ายธุรการ ได้แก่ พนักงานบัญชี ประชาสัมพันธ์ และการตลาด จะจ้างเป็นพนักงานประจำ

ภาพที่ 5.1: แสดงโครงสร้างการบริหารงานของบริษัท อพครามา จำกัด



เหตุผลในการเลือกรูปแบบบริษัท

เนื่องจากการผลิตละครโทรทัศน์นั้นเป็นการทำงานที่ต้องใช้ความรวดเร็วในการทำงาน และการทำงานนั้นจะต้องไม่มีขั้นตอนมาก การแบ่งหน้าที่การทำงานจึงแบ่งเป็นทีมเพื่อรับผิดชอบงานเฉพาะจะเหมาะสมที่สุด และทีมที่ผลิตละครโทรทัศน์นั้นจะจ้างเป็นพนักงานชั่วคราวทั้งหมด เนื่องจากในการผลิตละครในช่วงแรกนั้นไม่ได้มีการถ่ายทำตลอดทั้ง 12 เดือน ใน 1 ปีจะผลิตละครได้ประมาณ 1-2 เรื่อง แต่ละเรื่องจะใช้ระยะเวลาในการทำงานประมาณ 4 เดือนเท่านั้น ดังนั้นการจ้างพนักงานชั่วคราวจะสามารถประหยัดงบประมาณได้มากกว่า แต่ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีธุรกิจเพิ่มเติมจากการผลิตละครอีกก็จะจ้างในลักษณะพนักงานชั่วคราว

การกำหนดตำแหน่งและเงินเดือน

บริษัทได้กำหนดตำแหน่งและเงินเดือนของพนักงานไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แสดงรายละเอียด ตำแหน่งและอัตราเงินเดือนของพนักงานบริษัทละคร มาเนีย จำกัด

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน(บาท)
ผู้อำนวยการ	1 ตำแหน่ง	30,000
พนักงานบัญชี	1 ตำแหน่ง	12,000
ประชาสัมพันธ์	1 ตำแหน่ง	12,000
โปรดิวเซอร์	1 ตำแหน่ง	12,000
ประสานงาน	1 ตำแหน่ง	12,000
ฝ่ายขาย	2 ตำแหน่ง	15,000
แม่บ้าน	1 ตำแหน่ง	8,000
พนักงานไอที	1 ตำแหน่ง	25,000

รายละเอียดการทำงานของแต่ละฝ่าย(Job Description)

บริษัทระบุน้ำที่ความรับผิดชอบแต่ละตำแหน่งดังนี้

ฝ่ายลูกจ้างประจำ

1.ผู้อำนวยการ

- ควบคุมดูแลงบประมาณในการผลิต

-ควบคุมทิศทางของละครให้เป็นไปตามแนวทางที่วางไว้

2.พนักงานบัญชี

-ดูแลระบบการเงินของบริษัททั้งหมด

3.ประชาสัมพันธ์

-ดูแลด้านการแจกข่าวประชาสัมพันธ์ละครไปยังสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามที่ต่างๆ การนำนักแสดงไปออกรายการ โทรทัศน์

4. โปรดิวเซอร์

-เป็นผู้ควบคุมการทำงานของทีมงานทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นด้าน pre-production, production, post-production

5. ประสานงาน

-เป็นผู้ช่วยในการประสานงานการถ่ายทำต่างๆ ดูแลเอกสาร จัดคิวการถ่ายทำ

-เร่งเวลาการถ่ายทำให้เป็นไปตามที่กำหนด

-ดูแลความเรียบร้อยและอำนวยความสะดวกให้แก่ทีมงานและนักแสดง

6. ฝ่ายขาย

-เป็นตัวแทนของบริษัทในการหาโฆษณา ติดต่อกับตัวแทนโฆษณา

7. แม่บ้าน

- ดูแลทำความสะอาดของออฟฟิศ และคอยดูแลเรื่องอาหารการกินในกองถ่าย

ฝ่ายลูกจ้างชั่วคราว

1. ผู้กำกับการแสดง

-ศึกษาโครงสร้างของบท เนื้อเรื่อง กำหนดตัวละคร ให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้ผลิตกำหนด

-กำกับการแสดงทั้งหมดให้นักแสดงแสดงได้ตามบทบาท สามารถอธิบายอารมณ์ต่างๆให้นักแสดงเข้าใจและแสดงออกมาได้

2. ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง

-สามารถอ่านใจผู้กำกับการแสดงเพื่อที่จะสามารถอธิบายและถ่ายทอดอารมณ์ให้นักแสดงได้ตามที่ผู้กำกับต้องการ

-ซักซ้อมการแสดง วางตำแหน่งนักแสดงในฉาก และดำเนินการให้เป็นไปตามที่ผู้กำกับการแสดงกำหนด

3. ผู้เขียนบท

-สร้างโครงเรื่อง วางบุคลิกของตัวละคร เล่าเรื่องให้สนุกในรูปแบบละครโทรทัศน์ เพื่อให้ผู้ชมอยากติดตามทุกเบรค

4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค

-เจ้าหน้าที่ควบคุมกล้อง เป็นผู้จัดมุมภาพตามคำสั่งของผู้กำกับ ต้องมีความรวดเร็วและความแม่นยำในการจับภาพ ต้องสามารถจัดองค์ประกอบภาพให้สวยงามและเข้าใจความหมายของฉากเพื่อที่จะสื่อภาพออกมาให้ถูกต้อง

-เจ้าหน้าที่ควบคุมเสียง รับผิดชอบเกี่ยวกับเสียงและอุปกรณ์เกี่ยวกับเสียง เช่น ไมค์ เสืออากาศ เครื่องควบคุมเสียง ดูแลและติดไมค์ให้นักแสดงแต่ละคนและลดระดับเสียงตามความเหมาะสมของแต่ละฉาก

-เจ้าหน้าที่ควบคุมแสง ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการใช้แสงในแต่ละฉาก ทำให้ภาพมีมิติ มีความลึก และสื่อบรรยากาศของฉากออกมาได้ตรงตามที่ผู้กำกับการแสดงกำหนด

-เจ้าหน้าที่บันทึกภาพ มีหน้าที่ในการควบคุมการบันทึกภาพ จดเวลาในการบันทึกภาพ เช็คสัญญาณภาพและเสียงว่ามีปัญหาหรือไม่ คอย play ภาพให้ผู้กำกับการแสดงและนักแสดงดูทางมอนิเตอร์

5. ฝ่ายอุปกรณ์ประกอบฉาก

-เป็นผู้จัดหาสิ่งของประกอบฉากทั้งหมด นำมาในวันถ่ายทำ และดูแลความต่อเนื่องของสิ่งของทุกชิ้น ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับอุปกรณ์นั้นๆก็ต้องจัดบันทึก และนำมาวางที่เดิมเพื่อให้การถ่ายทำมีความต่อเนื่องไม่ติด

6. ฝ่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

-มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้าของตัวละคร ให้เหมาะสมกับบุคลิกตัวละคร อาชีพ และสถานการณ์ ต้องมีการเตรียมเสื้อผ้าให้พร้อมก่อนการแสดง ต้องมีการนำเสื้อผ้ามารีดก่อนที่จะให้นักแสดงใส่ ดูแลความต่อเนื่องของเสื้อผ้าในแต่ละฉาก รวมทั้งดูแลการเปลี่ยนเสื้อผ้าของนักแสดงเพื่อให้ไม่เสียเวลาในการถ่ายทำ และต้องดูแลเสื้อผ้าเมื่อเสร็จสิ้นการถ่ายทำด้วย

7. ฝ่ายแต่งหน้า ทำผม

-ดูแลเรื่องการแต่งหน้าและทำผมให้เหมาะกับตัวละครแต่ละตัว ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามบุคลิกของตัวละคร และจะต้องเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยของนักแสดงในระหว่างการถ่ายทำ หากผมหลุด ยุ่ง สีหน้า ปากไม่ต่อเนื่องก็ต้องเข้าไปดูแลความเรียบร้อย

8. ฝ่ายสวัสดิการ

-ทำหน้าที่จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มให้กับนักแสดงและทีมงานทุกคนก่อนการถ่ายทำ ระหว่างการถ่ายทำ และอำนวยความสะดวกระหว่างการถ่ายทำ

5.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ 5c's

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้ผลสรุปของแนวทางเพื่อนำมาเป็นตัวกำหนดรูปแบบการผลิตละครโทรทัศน์จะต้องวิเคราะห์จากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจอย่างรอบคอบ โดยองค์ประกอบที่ใช้ในการวิเคราะห์ 5c's มีดังนี้

1. สภาพแวดล้อม (Context)

Political

การเมืองยังไม่มี ความมั่นคง บ้านเมืองยังคงแตกแยกเป็นหลายกลุ่ม รัฐบาลยังไม่สามารถ แก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเครียดสูงขึ้น ต้องการที่ จะหาความบันเทิงราคาถูกลงที่สามารถเข้าถึงได้ทุกครัวเรือน

Economic

สภาพเศรษฐกิจอยู่ในช่วงชะลอตัว ไม่มั่นคง แต่มีแนวโน้มดีขึ้นเนื่องจากรัฐบาลใช้นโยบาย กระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้เจ้าของสินค้าโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากขึ้น โดยใช้ช่องทางที่ ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

Social

สภาพสังคมในปัจจุบัน คนค่อนข้างมีความเครียด ดังนั้นละครที่ตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคจะเป็นละครที่สนุกสนาน ตลก และ โรแมนติก เนื่องจากเป็นการหลีกเลี่ยงความเครียดที่ พบเจออยู่ในปัจจุบัน

Technology

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาก้าวหน้าไปมาก ทั้งเทคโนโลยีในการผลิตละครโทรทัศน์ เช่น การทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก แอนิเมชัน รวมถึงอินเทอร์เน็ตก็เข้ามาอยู่ในวิถีชีวิตของคนมาก ขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ละคร เช่น ให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ สามารถชมละครโทรทัศน์ย้อนหลังได้ มีการตั้งกระทู้เพื่อรู้ความต้องการ หรือความชื่นชอบที่ผู้ชมมี ต่อละคร มีการโปรโมทละครโทรทัศน์ทางเว็บไซต์ สร้างบล็อกของละครแต่ละเรื่องขึ้นมา ก็จะ สามารถทำให้ละครเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

2. Consumer

ละครที่จะสามารถตอบสนองผู้ชมที่อยู่ในสภาพสังคมที่บีบรัดทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและครอบครัว คือ ละครที่มีความสนุกสนาน ไม่เครียด แต่สอดแทรกสาระความรู้ได้อย่างลงตัว รวมถึงสามารถติดตามชมได้ทางสื่ออื่นๆ เพราะผู้ชมในยุคปัจจุบัน เป็นผู้ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต ไม่รู้จักการรอคอย ใฝ่รับรู้สิ่งใหม่ๆ มีอำนาจทางด้านข้อมูลมากขึ้น สามารถรับรู้และค้นหาข่าวสารข้อมูลได้ทันทั่วทั้งที่ ผู้ชมมีอำนาจไร้ขอบเขต ถ้าอยากรู้เกี่ยวกับสิ่งใดจะค้นหาจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ผลิตละครโทรทัศน์จะต้องนำสิ่งนี้มาเป็นจุดเด่น ที่ผู้ชมสามารถค้นหาข้อมูล หรือดูละครได้จากสื่ออื่นๆ ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ด้วยนอกเหนือจากการดูทางฟรีทีวี เพราะผู้ชมเปรียบเสมือนลูกค้าหลักของการผลิตละครโทรทัศน์ ถ้าละครเป็นที่นิยมแล้วจะทำให้บริษัทผู้ผลิตมีความน่าเชื่อถือในการผลิตละครโทรทัศน์ ส่งผลให้เป็นที่รู้จักในวงการโทรทัศน์ สิ่งก็ตามมา คือ บริษัทโฆษณาจะสนใจลงโฆษณา ซึ่งจะนำรายได้มาสู่บริษัทและเป็นประโยชน์สูงสุดในการประกอบธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์

3. Company

ในการทำงานบริษัทจะเลือกให้บุคลากรให้ตรงกับความสามารถ เพราะการทำงานละครแต่ละเรื่องมีรายละเอียดแตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพมากที่สุดในระยะเวลาจำกัดจึงต้องเลือกใช้คนให้ถูกต้อง (put the right man in the right job) โดยการจ้างทั้งพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว

4. Collaborator

ถือเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากพันธมิตรทางธุรกิจจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการนำเสนอต่อสถานี รวมทั้งการเสนอขายโฆษณาต่อบริษัทตัวแทนสินค้า ฉะนั้นต้องมีการสร้างช่องทางในการในการทำธุรกิจ เช่น ความสัมพันธ์กับสถานี นักข่าว ตัวแทนโฆษณา สปอนเซอร์ โปรดักชั่นเฮาส์ต่างๆ ซึ่งนอกจากนี้การเป็นพันธมิตรกับเจ้าของสินค้า อาจเป็นประโยชน์ในการลดต้นทุนการผลิตได้ เช่นการเป็นพันธมิตรกับสายการบินทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5. Competitor

ละครโทรทัศน์มีตลาดการแข่งขันที่สูง เนื่องจากเป็นตลาดที่มีผู้ขายสินค้ามากมายและมีลักษณะละครที่คล้ายๆกันและมีการเข้าสู่ตลาดง่าย แต่มีผู้ซื้อรายใหญ่น้อยราย ทำให้มีการแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตละครค่อนข้างสูง นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งอื่นๆ เช่น รายการหรือละครที่ออกอากาศในเวลาเดียวกัน รายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในเวลาเดียวกัน เช่น ทีวีดาวเทียม เคเบิลท้องถิ่น True Vision แผ่นวีซีดี ดีวีดี เช่น ละครเกาหลีและความบันเทิงนอกที่พักออาศัย

ดังนั้นละครที่จะผลิตออกมาและได้รับความนิยมจะต้องมีการสร้างความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ มีจุดดึงดูดทำให้ผู้ชมสนใจ ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าได้รับชมละครที่มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความบันเทิงในรูปแบบของตัวเอง โดยตลาดผู้ผลิตในปัจจุบันที่ครองใจวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นยังมีไม่มากนัก นี่นับเป็นช่องทางในการเข้าไปในตลาดละครโทรทัศน์ได้ โดยบริษัทจะนำเสนอความแตกต่างโดยการพิถีพิถันในด้านบทโทรทัศน์และการเล่าเรื่อง และมีการนำเสนอทางเว็บไซต์ให้ผู้ชมได้รับชมด้วย เพื่อเป็นการตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ด้านเทคโนโลยีของผู้ชม และจะมีการจัดกิจกรรม

นอกจากนี้บริษัทยังจะนำละครที่ผลิตไปออกอากาศทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกอีกด้วยเพื่อเป็นการเต็มเต็มความประทับใจให้กับผู้ชมที่ประทับใจละครโทรทัศน์ที่บริษัทผลิต

5.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

นอกจากการวิเคราะห์ 5 C's แล้วบริษัทจะต้องวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะสามารถทำให้บริษัทดำเนินธุรกิจโทรทัศน์ต่อไปได้ในระยะยาว

จุดแข็ง (Strength)

1. เป็นผู้ผลิตที่มีแนวทางของความเป็นคนรุ่นใหม่ชัดเจน
2. มีช่องทางการรับชมได้หลายช่องทางนอกเหนือจากทางสถานี

3. ทำให้คนคูมีส่วนร่วมในการรับชม
4. คัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ เพื่อเพิ่มความแตกต่าง แปลกใหม่ให้กับผู้ชม
5. เป็นบริษัทขนาดเล็ก สามารถควบคุมบุคลากรได้ง่าย ทำให้ได้งานที่มีคุณภาพ

จุดอ่อน (Weakness)

1. บริษัทยังไม่เป็นที่รู้จัก เพิ่งเข้ามาทำธุรกิจ ต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อมั่น
2. เป็นละครใหม่ บริษัทโฆษณายังไม่ให้ความสนใจ

โอกาส (Opportunity)

1. การเปลี่ยนแปลงของแต่ละช่องเปิดรับบริษัทรุ่นใหม่มากขึ้น
2. ช่วงเวลาที่ฉายเป็นช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่พักผ่อน
3. เข้าถึงผู้ชมได้หลายช่องทางมากขึ้น เพราะมีการทำเว็บไซต์ละคร โดยมีการรันละครผ่านทางเว็บไซต์และทำสตู๊ปพิเศษที่ไม่ได้ฉายทางฟรีทีวี และยังสามารถโฆษณาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกด้วย

อุปสรรค (Threat)

1. ดารา นักแสดงยังไม่มั่นใจฝีมือของผู้ผลิตละครโทรทัศน์
2. มีคู่แข่งมาก การแข่งขันสูง
3. มีคู่แข่งจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆที่มีผู้ชมรายการประจำอยู่แล้ว
4. คู่แข่งจากช่อง True Vision ทีวีดาวเทียม และสื่อบันเทิงอื่นๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นซีรี่ย์ ละครจากต่างประเทศ

5.5 รายละเอียดของละครที่ผลิต

ตารางที่ 5.2 : รายละเอียดของละครเรื่องที่ 1

เรื่อง คู่รัก...เสตปเลิฟ

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อละคร	คู่รัก...เสตปเลิฟ
รูปแบบ	ละครยาว
แนวคิดหลัก	<ul style="list-style-type: none"> • การนำคริส หอวัง สาวดาวรุ่ง พุ่งแรงที่มีดีกรีเป็นครูสอนเต้น มาเป็นตัวนำเรื่อง และมาเข้าคู่กับบี้ เดอะสตาร์ แล้วเกิดเป็นเรื่องราวความรัก ระหว่าง ศิลปินกับครูสอนเต้น • โชว์การสอนเต้น และการแสดงที่สวยงาม
ภาพจำ	<ul style="list-style-type: none"> • คลาสสอนเต้น • คอนเสิร์ต โชว์ที่มีการเต้นที่สวยงามและมันส์
ตัวละคร	<ul style="list-style-type: none"> • บี้ เดอะสตาร์ (โจอี้) ศิลปินฝึกหัด (พระเอก) • คริส หอวัง (แอน) ครูสอนเต้น (นางเอก) • ู๊ดดี้ (เสี่ยอู๊ด) เป็นเจ้าของค่ายเพลง • อาร์ เดอะสตาร์ (ไมค์) ชูปเปอร์สตาร์ที่มาชอบ แอน • ปอ ภัคพร (ริน) สาวเด่นเก่ง ที่อยากไต่เต้าเป็นชูปเปอร์สตาร์ด้วยการมีความสัมพันธ์กับดาราคณอื่น
ความยาว	60 นาที
ช่วงเวลาออกอากาศ	เวลา 20.30-21.30น.
กลุ่มเป้าหมาย	คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการความบันเทิง และผ่อนคลายจากความเครียด ผู้ที่ชอบ คริส หอวัง และ บี้ เดอะสตาร์
สถานที่ถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> • ชูปเปอร์สตาร์ อะคาเดมี่ • เอ็มซีซี ฮอลล์ • บ้าน / ออฟฟิศ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) : รายละเอียดของละครเรื่องที่ 1

หัวข้อ	รายละเอียด
กลยุทธ์หลัก	<ul style="list-style-type: none"> ● เลือกตัวแสดง - ดารา คริส หอวัง ที่กำลังเป็นกระแสที่มีความสามารถและเป็นครูสอนเต้น บีเคอะ สตาร์ และ อาร์ เคอะสตาร์ ที่เป็นกระแสและมีความสามารถในการแสดง ร้อง และ เต้น ● เชิญผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมมาเป็นนักแสดง - ภูงค์ ● ได้รับการสนับสนุนจาก โรงเรียนสอนเต้น และการแสดง Superstar Academyจัดกิจกรรมเปิดตัวละคร สอนเต้น และ แจกรางวัลคอสตารเรียนเต้น ร้องเพลง ● สำนวเคราะห์เสนานิยมของผู้ชมในขณะนั้น เช่นสไตล์เพลงและท่าเต้นเพื่อนำมาประกอบในเนื้อเพลงเพื่อเกิดภาพที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ ทันสถานการณ์ และให้แง่คิดสอนใจ ● มีการกระตุ้นความสนใจผู้ชมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทางเว็บไซต์
เรื่องย่อ	<p>เรื่องราวความรักที่เกิดขึ้นในวงการเพลง ที่ศิลปินฝึกหัด นามว่า "โจอี้" หน้าตาหล่อเหลาเท่ๆ ร้องเพลงเก่ง แต่เต้นไม่ได้เรื่อง ต้องถูกถ่ายเพลงจับมาเรียนเต้น เพื่อจะปั้นให้เป็น ซูเปอร์สตาร์</p> <p>แต่ด้วยความที่โจอี้ไม่ชอบการเต้น และยังต้องมาเจอครูสอนเต้น "แอน" ที่อายุน้อย และมีบุคลิกดึงดูดต้อง</p> <p>คนนี้แหละที่เป็นครูสอนเต้นของผม...</p> <p>แต่เมื่อโจอี้ได้เห็นฝีมือการเต้น การสอนของเธอ</p> <p>-แอนสอนลูกศิษย์ตัวเล็กๆแล้วเต้นได้ เก่งมาก</p> <p>-ไปเที่ยวในผับแล้วเต้นสวย ประชัน กับผู้หญิงที่เปรี้ยวๆ แล้วด้วยความมีเบสิคของแอน และพรสวรรค์ทำให้เธอคูโคเค่นที่สุดในผับ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) : รายละเอียดของละครเรื่องที่ 1

หัวข้อ	รายละเอียด
	<p>ทำให้โจอี้ที่ไม่ชอบนักหนา กลับกลายมาหลงรัก แอนเข้าเต็มเปา และแล้วก็พบว่า สาวแอน เป็นสาวเจ้าเสน่ห์</p> <p>ที่มีศิลปินคนอื่น เมื่อแอนไปเป็นแดนเซอร์ ให้กับ ศิลปินซูเปอร์สตาร์ และที่สำคัญ เจ้าของค่ายเพลง ของ โจอี้ ก็หมายตาไว้ทำให้การพิชิตใจของแอน ไม่ใช่เรื่องง่าย</p> <p>จนกระทั่งวันหนึ่งสาวแอน เอ็นจิก ไม่สามารถเดินได้เหมือนเดิม และโจอี้จะออกอัลบั้ม สาวแอนที่ดูแลการเดิน ก็เข้าเฟือกมาสอนอธิบาย และหนุ่ม โจอี้ก็คอยดูแลไปปรับส่ง ความสนิทสนมใกล้ชิดทำให้กลายเป็นความรัก</p> <p>จนเมื่อหนุ่ม โจอี้ได้แสดงคอนเสิร์ตครั้งแรก ก็มีคนชื่นชมมากมาย มีสาวๆเข้ามารายล้อมมากมายทำให้ไม่มีเวลาได้ใกล้ชิดกัน ทำให้มีเรื่องบาดหมางผิดใจกัน แต่ในใจลึกๆยังรักกันอยู่</p> <p>ทั้งสองห่างกัน แอนก็พักรักษาตัว ไปผ่าตัดที่ต่างประเทศ</p> <p>ในการเดินทางไปแสดงต่างจังหวัดของโจอี้ เกิดอุบัติเหตุรถพลิกคว่ำ เป็นข่าวหน้าหนึ่ง</p> <p>ทำให้แอนรีบกลับมาเพื่อมาดูใจ</p> <p>"โจ อี้ นับแปด แล้วเธอ ต้องคืนขึ้นมา 1 2 3 4 5 6 7 8" โจอี้ ตื่นขึ้นมา</p> <p>แอนก็กลับมาเป็นคนดูแลโจอี้</p> <p>เมื่อ โจอี้หายดี เปิดคอนเสิร์ต แอนเป็นแดนเซอร์ และ โจอี้ก็เซอร์ไพรส์ เล่าเรื่องราวความรัก และเปิดตัวแอน พร้อม ทั้งโชว์เต้นคู่ ที่ไม่ได้เตรียมกันมาก่อน ทุกคนก็ปรบมือ</p>
	เขียนบท – ผู้แต่ง โซอะ

ตารางที่ 5.3: รายละเอียดของละครที่ 2

Reality Show รายการรักฉันกับเธอ

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อละคร	รายการรักฉันกับเธอ (Reality Show)
รูปแบบ	ละครยาว
แนวคิดหลัก	มีการเล่าเรื่องเป็นละคร ผ่านทาง Reality โดยกำหนดภารกิจ ร่วมกับ ททท. ในการถ่ายแต่ละตอนในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
ภาพจำ	<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ป่าเขาลำเนาไพร ● การทำภารกิจผจญภัย
ตัวละคร	<ul style="list-style-type: none"> ● พอลล่า เทเลอร์ (อลิซ) คาราลูกครึ่งหน้าใหม่ที่กำลังมาแรง สวยเจิดอย่าได้คิดร้ายกับเธอเพราะเธอจะร้ายตอบ ถ้าใครจะจีบอย่ามาคิดเล่นสำนวน เพราะเธอคนนี้จะทำหน้าที่เอาใส่ ● อ้น สราวุธ มาตรทอง (บุรินทร์) คาราหนุ่มคิงที่ใครๆก็รู้ว่าเขาเป็นเพลย์บอย เป็นหนุ่มที่สาวๆตอมกันหึง ซึ่อันเวลาแก๊งนางเอก ● ไอซ์ อภิษฎา (แพทตี้) คาราสาวเปรี้ยวที่เล่น Reality เรื่องนี้เพราะอยากไถลชีวิตพระเอก ● จี๊บบ นิชิต สมุทรโคจร (นบ) แฟนอลิซตั้งแต่ก่อนเล่น เรียลลิตี้ ● โบวี อัฐมา (ไน้ต) สาวน้อยน่ารัก เป็นเพื่อนตอนร่วมรายการ Reality เป็นคนตรงๆไม่เสแสร้ง ไม่แคร์ใคร และไม่สนใจสื่อ เป็นที่ปรึกษาทุกครั้งเวลานางเอกทุกข์ แม้จะช่วยไม่ได้ก็ตาม ● มอริส เค (วินนี่) ผู้จัดการส่วนตัวของอลิซ เป็นคนเดียวที่อลิซยอมให้จิตใจดีและร่าเริง ไม่เคยทุกร้อนกับใครเลย ทำให้อลิซโมโหจนแทบจับหัวมาหลายรอบแล้ว ● อี๊ดโปงกลางสะออน (อี๊ด) พิธีกรรายการ ผู้กำหนดภารกิจ
ความยาว	60 นาที

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): รายละเอียดของละครที่ 2

หัวข้อ	รายละเอียด
ช่วงเวลาออกอากาศ	เวลา 20.30-21.30น.
กลุ่มเป้าหมาย	คือ ประชาชนทั่วไปที่ต้องการความบันเทิง และผ่อนคลายจากความเครียด
สถานที่ถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ป่าเขาลำเนาไพร ● เวทีการประกวด
กลยุทธ์หลัก	<ul style="list-style-type: none"> ● โปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทาง ละคร โดยการกำหนดเป็นภารกิจ ในรายการเรียลลิตี้ ที่ ตัวละครจะต้องเข้าร่วม ● ไปลงละแวก เป็นฟรีเซ็นเตอร์การท่องเที่ยว มาเป็นตัวนำเที่ยว และ กำหนดภารกิจ ● มีการกระตุ้นความสนใจผู้ชมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทาง เว็บไซต์
เรื่องย่อ	<p>มือ อลิซ นางเอกสาวหน้าใหม่ไฟแรง ลูกครึ่งไทย-อเมริกัน ที่ทั้งสวย ทั้งเซ็กซี่</p> <p>ต้องถูกผู้จัดการส่วนตัวบังคับ (จีนใจ) ให้ไปถ่ายรายการ Reality Show โดยมีเงื่อนไขว่า ต้อง ไปติดเกาะ กับดาราดังต่างค่ายเพื่อเรียกรेटติ้งซึ่งก็คือ นูรินทร์ ที่เจ้าชู้สุดๆ</p> <p>เมื่อทั้งสองเจอกัน นูรินทร์ก็ตกหลุมรัก อลิซเข้าเต็มเปา จึงพยายามจับ และความสัมพันธ์ก็เกิดขึ้นเมื่อทั้งคู่ถูกจับให้เป็น บัดดี้กัน</p> <p>ภารกิจเดินป่า หาของ ทำอาหาร (อลิซก็ทำอะไรก็ทำ หงป้า)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ภารกิจหาสมบัติใต้ทะเล (ดำน้ำ) ● ภารกิจสร้างแพโนอาและปลูกป่าทดแทน ● ภารกิจกิจกรรมแอดเวนเจอร์ เข้าฐานต่างๆ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): รายละเอียดของละครที่ 2

หัวข้อ	รายละเอียด
	<p>ซึ่งในตอนแรกๆก็ไม่ค่อยจะเข้ากัน แต่เมื่อร่วมทุกข์ร่วมสุขก็กลายเป็นความรัก และ บุรินทร์ ก็กลายเป็นผู้ชนะเรียลลิตี้</p> <p>เมื่อเรียลลิตี้จบ อลิช ต้องกลับต้องเจอกับปัญหาเมื่อ แฟนหนุ่มไม่พอใจ กลายเป็น ปัญหารักสามเส้า แต่บุรินทร์ ไม่หวั่นไหว เพราะเขามั่นใจในตัวอลิช ที่ร่วมทุกข์สุขกันมาในรายการ เขาจึงประกาศต่อหน้าสื่อมวลชนว่าเขากับอลิช เป็นแฟนกัน จริงๆ และจะเลิกเข้าสู</p>
	<p>เจียนบท – ผู้แต่ง น้ำหวาน</p> <p>Hi5:: http://namwran-amma.hi5.com, MSN::nam_netnapit@hotmail.com</p>

ตารางที่ 5.4: รายละเอียดของละครที่ 3

Prince And Princess เรื่องรักๆ แบบฉบับคนเจ้าชู้

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อละคร	Prince And Princess เรื่องรักๆ แบบฉบับคนเจ้าชู้
รูปแบบ	ละครยาว
แนวคิดหลัก	<ul style="list-style-type: none"> • สะท้อนสังคมวัยรุ่นปัจจุบันที่มีเทคโนโลยี ทำให้วัฒนธรรมการมีกิ๊ก มีแฟน เล่นเกม อินเทอร์เน็ต , กิจกรรมภายใน โรงเรียน งานกีฬา สี ครี สมาส ลอยกระทง • แต่ละตอนจะสอนศีลธรรม เรื่องสิ่งที่วัยรุ่นควรประพฤติปฏิบัติในสังคม
ภาพจำ	<ul style="list-style-type: none"> • โรงเรียน สวนสนุก งานปาร์ตี้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ): รายละเอียดของละครที่ 3

หัวข้อ	รายละเอียด
ตัวละคร	<p>แก๊ง Prince</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ดาร์ค บ้านทำธุรกิจเครื่องสำอางนำเข้า เป็นลูกชายคนเดียว มีนิสัยก้าวร้าว โมโหง่าย โหดและโหดเจ้าชู้ขึ้นเทพ งานอดิเรกแข่งรถ ไปเป็นดีเจตามผับชื่อดัง ผู้หญิงหरोอ ผมก็แค่เห็นพวกเธอเป็นของเล่นน่ารัก ก็เท่านั้นเอง ผมเป็นคนแอบโหด ตำแหน่งที่ได้รับ คือ PB1 หัวหน้าแก๊ง ● ก๊อต บ้านทำธุรกิจโรงแรม บังกะโล รีสอร์ท เป็นลูกชายคนโต มีนิสัยกะล่อน ฉลาดหลักแหลม หาตัวจับยาก มีก๊ิกเยอะที่สุดในแก๊งค์เพราะไม่เคยบอกเลิกผู้หญิงคนไหนเลย งานอดิเรกเล่นบาส จับสาว เดินตาม ผับยอมรับความเจ้าชู้ ก็เพราะชื่นชอบสาวน่ารักๆ จะให้อดใจไหวได้อย่างไร ตำแหน่งที่ได้รับ คือ PB2 รองหัวหน้าแก๊งค์ ● นิว บ้านทำธุรกิจรถนำเข้า เป็นลูกชายคนกลาง มีนิสัยอารมณ์ร้อน ใจหุนหันผอง ไม่ค่อยสนใจเรื่องภายนอกสนใจแต่เรื่องรถ เกลียดผู้หญิงเข้าเส้นเลือด ใจร้ายกาจ งานอดิเรกแข่งรถ แต่งรถ ซ่อมรถ ทุกอย่างเกี่ยวกับรถ ไม่ใช่คนเจ้าชู้ แต่เพราะว่าผมเป็นคนใจดี ผมคิดเพราะว่าผมเป็นคนใจดี ตำแหน่งที่ได้รับ คือ เทพบุตร ● เคน บ้านทำธุรกิจรถนำเข้า เป็นลูกชายคนกลาง มีนิสัยอารมณ์ร้อน ใจหุนหันผอง ไม่ค่อยสนใจเรื่องภายนอกสนใจแต่เรื่องรถ เกลียดผู้หญิงเข้าเส้นเลือด ใจร้ายกาจ งานอดิเรกแข่งรถ แต่งรถ ซ่อมรถ ทุกอย่างเกี่ยวกับรถ ผู้หญิงผมไม่สนหรอก ผมเป็นคนโหดๆ ตำแหน่งที่ได้รับ คือ ซาดานของแก๊งค์ ●

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ): รายละเอียดของละครที่ 3

หัวข้อ	รายละเอียด
	<p>แก๊ง Princess</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กิบซี่ ผู้ชายก็แก่ของเล่น ฉันเป็นคนเด็ดขาด และไม่ยอมใคร ตำแหน่งที่ได้รับ คือ PG1 หัวหน้าแก๊งค์ ● โฟกัส ไม่ได้เข้าสู่อสูรอก แต่เรารักทุกคน ฉันเป็นคนอ่อนไหว มีความอ่อนไหวแล้วก็ใจอ่อน ตำแหน่งที่ได้รับ คือ PG 2 รองหัวหน้าแก๊งค์ ● ชิฟอง ไม่ได้เข้าสู่อสูรอก แต่ปฏิเสธใครไม่เป็นเท่านั้นเอง <p>เกี้ยวซ่า ผู้ชายเหรอกไม่สนเหรอก ฉันเป็นคนคูโหดร้าย เกี้ยวผู้ชาย ตำแหน่งที่ได้รับ คือ ซาตานของแก๊งค์</p>
ความยาว	60 นาที
ช่วงเวลาออกอากาศ	เวลา 20.30-21.30น.
กลุ่มเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ● ประชาชนทั่วไปที่ต้องการความบันเทิง และผ่อนคลายจากความเครียด ● เด็กนักเรียนนักศึกษา
สถานที่ถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> ● โรงเรียน/ลานกีฬา ● สวนสนุก/ร้านเกม
กลยุทธ์หลัก	<ul style="list-style-type: none"> ● การหาสปอนเซอร์ให้เข้ากับกิจกรรมของตัวละคร ● การร่วมสนุกทำรายการในการโหวตว่าตัวละครจะตัดสินใจอย่างไร ติดตามชมตอนหน้า ● มีการกระตุ้นความสนใจผู้ชมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทางเว็บไซต์
เรื่องย่อ	จะเกิดอะไรขึ้นเมื่อแก๊งค์ที่ติดอันดับหนึ่งในเรื่องของการเข้าสู่อสูรอกทั้งสองแก๊งค์ต้องต่อสู้กัน พวกเขาต้องต่อสู้เพื่อแก้แค้น และพวกเขาต้องต่อสู้เพื่อศักดิ์ศรีของ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ): รายละเอียดของละครที่ 3

หัวข้อ	รายละเอียด
เรื่องย่อ	ถูกผู้ชายสิ่งที่ตัดสินชัยชนะ คือ ‘ความรัก’ ใครที่จะเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ก่อนกัน ‘พวกเธอ’ หรือ ‘พวกเขา’
	<p>กฎของแก๊งค์ปรีน</p> <ul style="list-style-type: none"> ‘ไม่ได้เข้าสู้อะไรเลยทุกคน ’ ‘ไม่ได้เข้าสู้อะไรเลยใครไม่เป็น ’ ‘ไม่ได้เข้าสู้อะไรเลยใครไม่ได้ ’ ‘ไม่ได้เข้าสู้อะไรเลยแต่เรารักทุกคนเท่ากัน ’
	<p>กฎของแก๊งค์ปรีนเซส</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องมีบริวาร (ผู้ชาย) ไม่ต่ำกว่าสามคน 2. ใครมาขอเบอร์โทรต้องให้ 3. ห้ามหลงรักผู้ชายเด็ดขาด (แต่ชอบได้) 4. ห้ามโดนผู้ชายทิ้ง เราต้องเป็นฝ่ายทิ้งผู้ชาย 5. ถ้าทำผิดข้อหนึ่ง – ข้อสามจะโดนทัณฑ์บน แต่ถ้าทำผิดข้อสี่โทษสถานหนักคือ ไล่ออกจากแก๊งค์ <p>คำแก้ตัวต่างๆ นานาของคนเข้าสู้อะไรเลยแล้วคุณละเคยเข้าสู้อะไรเลย ถ้าคุณเข้าสู้อะไรเลยก็ลองมาสมัครเข้าแก๊งค์</p> <p>มาคุยกันว่าแก๊งค์ไหนจะแพ้ก่อนกัน แต่ทุกคนก็สรรหากลยุทธ์ มาจับกัน</p> <p>แต่ด้วยกิจกรรมในโรงเรียน เช่น กีฬาสี ลอยกระทง ประกวดร้องเพลง ทำให้สองแก๊งค์นี้ผูกพันกันแต่เมื่อเจอคนที่มาจับแก๊งค์ Princess เป็นคู่แข่งทำให้ Prince แต่ละคนเกิดอาการ หึงหวง และรู้ว่ารักเขาเข้าแล้วก็คิดแผนการไปแย่งกลับมา และสุดท้าย ก็ล้มล้างกฎเดิม เขียนเป็นว่า Prince กับ Princess ต้องเลิกเข้าสู้อะไรเลยและเป็นผู้รักกัน</p>
	เขียนบท – ผู้แต่ง ชื่อ : เมจิ อีเมล : mai_ji_ooo@hotmail.com

ตารางที่ 5.5: รายละเอียดของละครซีทคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อละคร	9 เอฟเอ็ม
รูปแบบ	ซีทคอม
แนวคิดหลัก	<ul style="list-style-type: none"> ● คนกลางคืน มักจะมีวิฤตส์เสี่ยงอยู่เป็นเพื่อน และท่ามกลางความเงียบ สงัดนั้นก็จะมึเหตุการ์ณต่างๆ มาทำให้เราุ่นวายปวดหัวได้ตลอด ● ดีเจ เป็นตัวแทนของคนกลางคืน ที่มีหน้าที่เป็นเพื่อนกับผู้ฟัง คอย แก้ไขปัญหา สร้างความบันเทิง และ มีเรื่องราวส่วนตัวที่น่าสนใจ
ภาพจำ	<ul style="list-style-type: none"> ● ห้องดีเจ ● Pub
ตัวละคร	<ul style="list-style-type: none"> ● ว่าน ชนกฤต (เจ้านาย) ดีเจ (พระเอก) เป็นคนขี้เหงา ขี้สงสารคน ● โจ เอ เอฟ (เอ๋อ) ดีเจ คู่ขา นิสยตลกๆ ร่าๆ ● ดีเจ อิ๊กคิว (สูก) ดีเจที่เก่ง ชอบเบ่งแต่ไม่ร้าย ● ต้นหอม (นานะ) เป็นดีเจที่หนุ่มๆกรี๊ด แต่ที่จริงแล้ว เธอทำอะไรไม่รักษาภาพพจน์เลย ● โอปอ ปาณิสรา (พีโปรดิวิเซอร์ อ้ม) ชอบ เจ้านายมาก ● (Casting ใหม่) (เอก)ช่างคุมเสียง ชอบฟังเพลงลูกทุ่งมาก จะเปิดเพลง ลูกทุ่งกลบเพลงPop ตลอด ● ได้ ไคอาน่า (เก้) เพื่อน ทำงานออแกไนซ์ ● คารานักร้องรับเชิญ ● แฟนคลับที่โทรศัพท์เข้ามา
ความยาว	60 นาที
ช่วงเวลาออกอากาศ	วัน สุกร์ เวลา 23.00-24.00น.

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) : รายละเอียดของละครซิตคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม

หัวข้อ	รายละเอียด
กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายหลัก - กลุ่มคนทำงานกลางคืน เป้าหมายรอง - ประชาชนทั่วไปที่ต้องการความบันเทิง และผ่อนคลายจากความเครียด
สถานที่ถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> ● สตูดิโอ ทำฉาก เป็นห้องดีเจ ออฟฟิศ บ้าน และ ผับ
กลยุทธ์หลัก	<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นช่องทางโปรโมทเพลงใหม่ของทั้งค่ายเพลงใหญ่และเพลงอินดี้ ● ใช้ร่วมกับ โจ ซึ่งปกติเป็นคู่ขาในรายการวิทยุ ที่สามารถสร้างความบันเทิงได้ ● นำนักแสดงตลกหน้าใหม่ มาแจ้งเกิด
เรื่องย่อ	<p>เจ้านายเป็นดีเจประจำคลื่นนายเอฟเอ็ม กับคู่ขาที่ ชื่อว่า เอ้อ และกีโดนข่มเป็นประจำ โดยดีเจฮุก แต่วันก็จะมีเรื่องราววุ่นวายจากศิลปินรับเชิญ ผู้ฟังทางบ้านจะคลอคลึงทะเลาะกับแฟน บางครั้งถูกใช้เป็นเครื่องมือ จนถึงขั้นจะขึ้นโรงขึ้นศาลก็มี แต่ชีวิตจริงๆของเจ้านายก็ยังคงเหงาเพราะ เวลาที่ต้องออนแอร์กลางคืนทำให้ไม่ค่อยได้พบเจอกับใคร จะมีผู้หญิงผ่านเข้ามาในชีวิต เช่น นานะ ดีเจ สาว สุด เวอร์ กับพี่โปรคิวเซอร์ พี่อ้ม ที่ชอบเจ้านายมากๆ ก็ไม่ตรงสเปค</p> <p>บางทีไม่มีคิวดีเจก็มีเวลาว่างและก็ไปเที่ยวกลางคืน เจอกับ เก้ และเพื่อนๆคนอื่น เก้ก็แอบชอบเจ้านาย แต่ เจ้านายก็มักจะมองสาวๆที่เซ็กซี่กว่าเสมอๆ แต่ความสัมพันธ์ก็เป็นเพียงชั่วคราว เพราะต้องเป็นดีเจ</p> <p>(เรื่องราวจะเปลี่ยนไปตามตัวละครรับเชิญ และ เทศกาล)</p>
ชื่อทีมงาน	เขียนบท – โซอะะ ผู้กำกับ – สุขพัฒน์ โล้วชรินทร์

5.6 กลยุทธ์ทางการตลาด

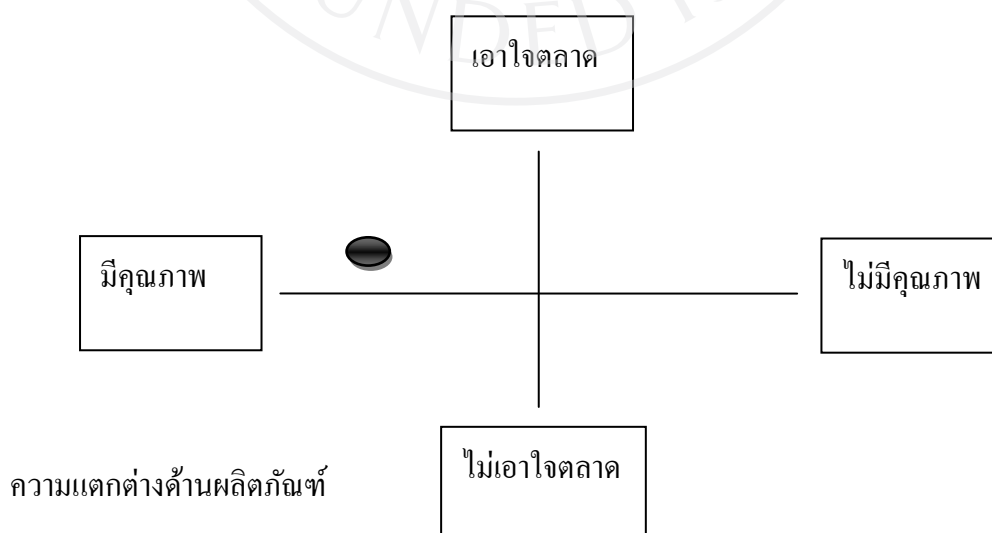
เป้าหมายทางการตลาด

ละครจะประสบความสำเร็จได้ ผู้ชมคือปัจจัยที่สำคัญที่สุด บริษัทจึงแบ่งส่วนการตลาดของธุรกิจ 2 ส่วน ดังนี้

1. ตลาดผู้ชมละคร มุ่งเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ ที่มีความเป็นปัจเจกบุคคล ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคมตามทฤษฎีของมาสโลว์ ซึ่งจะนำมาใช้ประยุกต์เป็นเนื้อหาของละครและแผนการตลาดของละคร
2. ตลาดผู้สนับสนุน ในการทำละครโทรทัศน์จะได้เงินจากค่าโฆษณาจากผู้สนับสนุนรายการ โดยการโฆษณาทางโทรทัศน์, Printed ad ที่ติดในฉาก และ Tied in สินค้าในสถานการณ์ ฉากของละคร ดังนั้นฝ่ายการตลาดจะต้องประชุมปรึกษาเพื่อให้เขียนบทออกมาให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับผู้สนับสนุน เช่น เสื้อผ้า เครื่องดื่ม เครื่องสำอางค์และเครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 5.2: การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท อพครามา จำกัด



เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มใหม่ จึงต้องมีความแตกต่างทางด้านภาพและวิธีการนำเสนอ ซึ่งจะสะท้อนออกมาในด้านการเล่าเรื่อง เช่น จะเล่าให้เป็นไปตามความสนุกสนานของเนื้อเรื่อง แต่ละเบรกโฆษณาจะใช้เวลาไม่เท่ากัน ส่วนองค์ประกอบศิลป์ รูปแบบกราฟฟิก การถ่ายทอดภาพให้มีมุมมองแปลกตา เพลงประกอบที่เข้ากับยุคสมัย รวมนักแสดงหน้าใหม่เพื่อสร้างสีสัน เชิญเหล่าคนในแวดวงสังคมที่ไม่เคยเล่นละครมาเป็นแขกรับเชิญ และนักแสดงเก่ามากฝีมือมาร่วมแสดงด้วย

ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์

ในการผลิตละครสร้างสรรค์สังคมสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว ที่มีความสนุกสนาน โรแมนติก คอมเมดี้ โดนใจวัยรุ่น เข้ากับยุคสมัย ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ โดยวิธีการคือ

1. รูปแบบไตเติ้ล ฉาก องค์ประกอบศิลป์ กราฟฟิก แปลกใหม่ มีสีสัน โทน เหมาะกับเนื้อเรื่อง ใช้การออกแบบ3D เข้ามาช่วยทำให้ละครมีชีวิตชีวามากขึ้น
2. ผลิตละครที่มีเนื้อหาโดนใจกลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นนิยายที่เขียนขึ้นโดยคนรุ่นใหม่ ซึ่งภาษาทางนิยายอาจไม่สวยงามมากนัก แต่โครงเรื่องละพอดสนุกน่าติดตาม โดยคนเขียนบทจะทำหน้าที่ในการวางโครงเรื่องให้แน่นมากขึ้น และเล่าเรื่องอย่างสนุกสนาน
3. การถ่ายทำ เล่าเรื่องมีคุณภาพ พิถีพิถันด้านมุมกล้อง แสง
4. สอดแทรกความเป็นสังคมปัจจุบัน สะท้อน ความคิด มุมมอง วัฒนธรรมที่ติงาม หรือ ความแตกต่างระหว่างคนสองรุ่น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

บริษัท อัทธรา มา จำกัด กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยเน้นที่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ คือ ละครจะต้องได้รับว่ามีคุณภาพด้านการผลิต ให้ความบันเทิงและมีการสอดแทรกความเหมาะสมทางด้านวัฒนธรรม และการดำรงชีวิตเข้าไปในละครเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสังคม

สายผลิตภัณฑ์

บริษัท อัครามา จำกัด ตั้งเป้าหมายที่จะขยายสายผลิตภัณฑ์มากขึ้นทุกปี โดยปีแรกจะเริ่มผลิตละครโทรทัศน์ออกอากาศทางช่อง 9 ในช่วงเวลา 20.30-21.30 น. และละครซิตคอมในช่วงเวลา 23.00-00.00 น. และจะมีการนำไปโพสต์ขึ้นเว็บไซต์ของละครเพื่อให้เป็นช่องทางเลือกของผู้ชมในกรณีที่พลาดการรับชมทางฟรีทีวี โดยจะใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ชมภายในเว็บไซต์ประกอบด้วย

- คลิปละครที่ออกอากาศในแต่ละตอน ระบุวัน เรื่องย่อแต่ละตอนชัดเจน ไม่ต้องไปเซิร์จหาในยูทูป ที่มีการโพสต์ตอนสับสน หายาก
- ภาพที่ไม่ได้ออกอากาศ อาจเป็นมิวสิกวิดีโอ หรือ ภาพหลุด หรือ โปรโมทสถานที่ถ่ายทำ ที่เป็นพาร์ทเนอร์ (อาจจะจ่ายค่าสถานที่น้อย) มีสื่อบุคคลเกี่ยวกับสถานที่นั้น แนะนำโดยนักแสดงในเรื่อง ทำให้ไม่เหมือนเป็นการโฆษณามากนัก
- ศูนย์รวมทุกอย่างเกี่ยวกับละครที่ผลิต
- คาวนั้โหลดเพลงละคร, เสียงเข้าโทรศัพท์มือถือเป็นเสียงตัวละคร
- Gallery ภาพละคร
- ถาม-ตอบกระทู้
- ชมรมแฟนคลับ
- ขายเสื้อผ้าที่ตัวละครใส่ในละคร
- มีเกมง่ายๆ เล่นชิงรางวัล เกี่ยวกับละคร
- พื้นที่สำหรับสปอนเซอร์และพันธมิตรให้โฆษณา นอกเหนือจากฟรีทีวี

นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับละครแต่ละเรื่อง เช่น

- ทานข้าวกับนักแสดงในเรื่อง
- ไปเที่ยวที่สถานที่ถ่ายทำละคร

- ทำกิจกรรมเพื่อการกุศล
- Fan club Party
- Family Party
- Website Activity

และมีการรวบรวมกลุ่มคนรักละครทุกๆปีโดยการจัดกิจกรรม Thank you Party

มีการแจกของที่ระลึก เชิญสื่อมวลชนและมีกิจกรรมให้ร่วมสนุกมากมาย

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังครอบครัว

จะให้นำครอบครัวมาร่วมงานด้วยโดยได้สิทธิพิเศษต่างๆ โดยกิจกรรมจะจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี

เพื่อให้เกิดความผูกพันและการยอมรับ

ส่วนผสมทางการตลาด

เมื่อผลิตละครออกอากาศทางฟรีทีวีแล้ว จะนำไปโพสต์ขึ้นเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ชมที่ยังไม่ได้รับชมสามารถเข้ามาชมย้อนหลังได้ หรือผู้ชมที่ประทับใจก็สามารถเข้ามาชมย้อนหลังได้อีกเช่นกัน ในเว็บไซต์จะมีการขายโฆษณาเพื่อหารายได้อีกทางหนึ่ง และหลังจากที่ละครออกอากาศจบไปแล้ว ประมาณ 1 ปี จะนำละครไปรีไรท์ทางเคเบิลทีวี

เพื่อสร้างความประทับใจให้คนดูอีกครั้งและจะขายในราคา 15-20% ของต้นทุนการผลิต ละครบางเรื่องที่เกี่ยวข้องเพลงจะมีการแต่งเพลงเอง และนำขึ้นเว็บไซต์เพื่อให้ดาวน์โหลด เป็นช่องทางการหาเงินให้บริษัทได้อีกด้วย เมื่อบริษัทผลิตละครมาได้ประมาณ 5-10 ปี จะมีการรวมละครเรื่องที่ได้รับ ความนิยมเป็นดีวีดีหรือบลูเรย์ โดยออกแบบปกเกจให้สวยงาม เป็นของที่ระลึกและของสะสม

ตารางที่ 5.6: แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะสนับสนุนรายการ

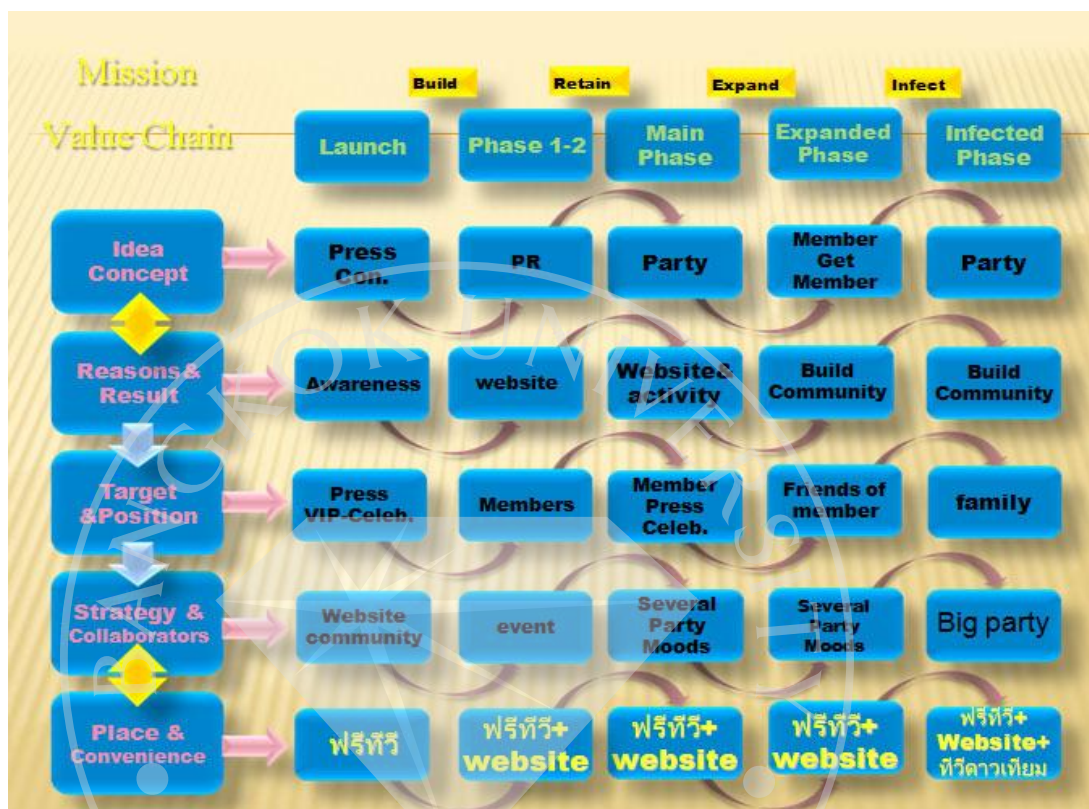
ประเภทผลิตภัณฑ์	ยี่ห้อ	บริษัท
ขนมขบเคี้ยว	Dentyne	Adams
	Lays	Frito lays
เครื่องดื่ม	Coca Cola	ไทยน้ำทิพย์
	Fanta	ไทยน้ำทิพย์
	Berdy	Ajinomoto Sales
อาหาร	มามา	สหพัฒน์ฟิโนลย์
	สเวนเซนส์	Minor Groups
	พิชซ่าฮัท	Minor Groups
ผลิตภัณฑ์ต่อร่างกาย	Pond	Uni Lever
	Sunsilk	Uni Lever
	โกสัซิด	Uni Lever
อุปกรณ์สื่อสาร	AIS	บริษัท แอ็ดว็อนซ์อิน โฟร์เซอร์วิส จำกัด
	Black Berry	Research In Motion Limited
ยานพาหนะ	Toyota	บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ จำกัด
โรงเรียน	Superstar Academy	Superstar Academy Co.,Ltd

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายละครเรื่องลุ้นรักสตีปเลิฟ จะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ในช่วงเวลา 20.30-21.30 น. และละครซิตคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม ในช่วงเวลา 23.00-00.00 น.

การบริหารวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 5.3: แสดงการสร้างฐานกลุ่มคนดู



ขั้นแนะนำ เป็นช่วงที่เพิ่งเริ่มเปิดบริษัท จะมีการจัดทำเอกสารเสนอโครงการละครและเทปตัวอย่าง เสนอไปยังสถานีและตัวแทนโฆษณา มีการเปิดตัวแถลงข่าวเปิดบริษัท เปิดกล้องละครและส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนให้มาทำข่าว ร่วมงาน การทำการตลาดช่วงนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ต้นทุนการผลิตหมดไปกับรายจ่ายด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

ขั้นเจริญเติบโต หลังจากละครเผยแพร่ไประยะหนึ่งจะมีการทำกิจกรรมกับผู้ชมโดยมีการพาไปรับประทานอาหารกับนักแสดงในเรื่อง ไปเที่ยวสถานที่ถ่ายทำละครทำกิจกรรมเพื่อการกุศลร่วมกับนักแสดง ในช่วงนี้สามารถเพิ่มเติมผู้สนับสนุนได้ เช่นการ Tied in สินค้า มีการจัดมินิคอนเสิร์ตเล็กๆ หรือการจัดอีเว้นท์เอาละคร 2 เรื่องมารวมกัน มีละครเวทีสั้นๆ เพื่อให้ตัวละครจากแต่ละเรื่องมาพบกันและเกิดเป็นเรื่องราวต่างๆ สร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมเพื่อ

รวบรวมกลุ่มผู้ชม แฟนคลับ เป็นการยืนยันทางการตลาดกับผู้สนับสนุนว่าละครของเราประสบความสำเร็จ

ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ หลังจากพ้นช่วงปีแรก ละครเริ่มติดตลาด จะต้องมีการทำวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อจับกระแสมาสร้างเป็นละครเพื่อให้ติดตลาดกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงนี้ต้นทุนการผลิตจะลดลง แต่ยังคงต้องสร้างและขยายฐานกลุ่มคนดูให้เพิ่มขึ้น มีการจัดกิจกรรมรวมกลุ่มแฟนคลับคนดูอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษากลุ่มผู้ชมไว้ให้มากที่สุด

ขั้นตกต่ำ เป็นขั้นที่ละครรูปแบบนี้เริ่มอืดตัว กระแสนิยมและพฤติกรรมของผู้ชมเริ่มเปลี่ยนไป และเริ่มมีบริษัทคู่แข่งหน้าใหม่เพิ่มมากขึ้น บริษัทจะปรับปรุงรูปแบบละครใหม่ และถ้ายังไม่ได้ผลดีก็จะเขียนปิดจบเรื่องเพื่อให้อยู่ในความประทับใจของคนดูตลอดไป และผลิตละครเรื่องใหม่มาทดแทน

ภาพที่ 5.4: กลยุทธ์ในการทำกิจกรรมเพื่อสร้าง community



ในการที่จะทำให้บริษัทและละครเป็นที่นิยมจะต้องมีการสร้างเครือข่ายผู้ชมเพื่อให้มีผู้ชมเป็นจำนวนมากขึ้น โดยใช้กิจกรรมทางการตลาด ดังนี้

- เปิดตัวบริษัท เปิดกล้องละคร กับสื่อมวลชน เพื่อให้สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มคนดู
- จัดกิจกรรมเปิดตัวละครมินิคอนเสิร์ต ละครเวทีขนาดเล็ก ไปโชว์
- จัดอบรมการสอนเต้นจาก Superstar Academy (กรณีละครเรื่องลึนรักสตีปเลิฟ) หรือร่วมรับประทานอาหารกับนักแสดงเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนดูละคร
- จัด Big Party เมื่อบริษัทเปิดมาครบ 3 ปี หรือ 5 ปี เพื่อรวบรวมกลุ่มคนดู
- Website ที่ให้คนเข้ามาสมัครสมาชิกเป็นชมรมคนรักละคร มีการสร้างเกมที่เกี่ยวข้องกับละคร นำตัวละครมาสร้างเป็นตัวการ์ตูนเล่นเกม เพื่อรับของรางวัล
- ขยายฐานกลุ่มคนดูโดยการนำละครไปขายในช่องทางอื่นเช่น ทีวีระบบบอกรับสมาชิกหรือเคเบิลทีวี

บทที่ 6

งบการเงิน

6.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน

1. เพื่อบริหารด้านการเงินของบริษัทให้มีความมั่นคง และทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
2. เพื่อสามารถประมาณการในเรื่องงบลงทุนในการดำเนินการได้
3. เพื่อสามารถประมาณการผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อให้ได้ความคุ้มค่ามากที่สุด

6.2 เงินลงทุนในโครงการ

แหล่งที่มาของเงินทุน

1. หุ้นทุน

บริษัทจดทะเบียนด้วยทุน 10,834,000 บาท โดยแบ่งเป็น 10,834 หุ้น จำนวนหุ้นละ 1,000 บาทผู้ถือหุ้นประกอบด้วย

ตารางที่ 6.1 : ตารางแสดงรายละเอียดของผู้ถือหุ้นบริษัท อัครรามา จำกัด

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุลผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น	มูลค่า(บาท)
1.	ไปรยา บุญบุตร	3,834	3,834,000
2.	หฤทัย อังคสิงห์	3,500	3,500,000
3.	วสันต์ บุญหนุน	3,500	3,500,000

2. เงินกู้

บริษัทกู้เงินจากธนาคารกสิกรไทยเป็นจำนวนเงิน 9,000,000 บาท โดยผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นรายปี ในอัตราดอกเบี้ยคงที่ร้อยละ 5.85 โดยพิจารณาหักชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นรายปี โดยจะแสดงรายละเอียดการชำระเงินดังนี้

ตารางที่ 6.2 : ตารางแสดงรายละเอียดการชำระเงินกู้ธนาคาร

	เงินต้น	MLR	ดอกเบี้ย(ต่อปี)	ชำระคืนเงินต้น	เงินต้นค้างชำระ
0	9,000,000.00	5.85%	526,500.00	-	9,000,000.00
1	9,000,000.00	5.85%	526,500.00	3,000,000.00	6,000,000.00
2	6,000,000.00	5.85%	351,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
3	3,000,000.00	5.85%	175,500.00	3,000,000.00	-

นโยบายจ่ายเงินปันผล

ในปีแรกหากบริษัทได้กำไรไม่คุ้มทุน จะไม่มีการแบ่งเงินปันผล แต่จะจ่ายเงินคืนปันผลให้หากบริษัทมีผลกำไรในปีถัดมา โดยจะแบ่งเงินปันผลคิดเป็น 10 % ของเงินลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 6.3 : ตารางแสดงเงินลงทุน

ค่าจัดตั้งบริษัท	50,000.00
ค่าเช่าสำนักงาน	250,000.00
ค่าประกันและค่ามัดจำสำนักงาน	100,000.00
ค่าตกแต่งสำนักงาน	500,000.00
เครื่องใช้สำนักงาน	350,000.00
เงินเดือนพนักงาน ปีที่ 0 (10 เดือนแรก)	1,160,000.00
ค่าผลิตละครล่วงหน้า (เรื่องที่ 1)	14,144,000.00
ค่าผลิตละครซิทคอมล่วงหน้า 4 ตอน	960,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	120,000.00
เงินทุนหมุนเวียน	2,200,000.00
เงินลงทุนรวม	19,834,000.00

ตาราง 6.4 : ตารางแสดงเงินเดือนพนักงานบริษัท อพตรามา จำกัด

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน(บาท)
ผู้อำนวยการ	1 ตำแหน่ง	30,000
พนักงานบัญชี	1 ตำแหน่ง	12,000
ประชาสัมพันธ์	1 ตำแหน่ง	12,000
โปรดิวเซอร์	1 ตำแหน่ง	12,000
ประสานงาน	1 ตำแหน่ง	12,000
ฝ่ายขาย	2 ตำแหน่ง	15,000
พนักงาน ไอที	1 ตำแหน่ง	25,000
แม่บ้าน	1 ตำแหน่ง	8,000
รวม/เดือน	8 ตำแหน่ง	141,000

ตารางที่ 6.5: ค่าผลิตละครเรื่องสั้นรักสตีปเลิฟ จำนวน 15 ตอน

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ราคา/ตอน	จำนวน
Pre-production		
ค่าfitting ถ่ายรูป		10,000 บาท
ค่าทำวิจัยเก็บข้อมูล		10,000 บาท
Production		
ค่าลิขสิทธิ์		50,000 บาท
ค่าเพลงประกอบละคร		30,000 บาท
ค่านักแสดง+นักแสดงประกอบ		10,000,000 บาท
ค่าเช่ารถ โอบี	15,000	225,000 บาท
ค่าเทป		24,000 บาท
ค่าเช่าสถานที่ถ่ายทำ		600,000 บาท
ค่าอุปกรณ์ประกอบฉาก+ค่าแรง	15,000	225,000 บาท
ค่าเสื้อผ้านักแสดง+ค่าแรง	15,000	225,000 บาท
ค่าเช่าอุปกรณ์ไฟ	15,000	225,000 บาท
ค่าจ้างทีมงาน		
คนเขียนบท	15,000	225,000 บาท
ผู้กำกับการแสดง	25,000	375,000 บาท
ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง1	10,000	150,000 บาท
ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง2	8,000	120,000 บาท
ประสานงานสถานที่ถ่ายทำ	15,000	225,000 บาท
ช่างแต่งหน้า 2 คน วันละ	3,000	90,000 บาท
ช่างทำผม 2 คน วันละ	3,000	90,000 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.5 (ต่อ): ค่าผลิตละครเรื่องลึนรักสตีปเลิฟ จำนวน 15 ตอน

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ราคา/ตอน	จำนวน
คนออกแบบแสง	2,000	30,000 บาท
Switcher	2,000	30,000 บาท
ค่ารถตู้ 3 คันต่อวัน	4,500	135,000 บาท
ค่าสวัสดิการ วันละ	5,000	150,000 บาท
Post-production		
ค่าห้องตัดต่อ,ค่าตัดต่อ		400,000 บาท
ค่าลงเสียง		200,000 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการ ประชาสัมพันธ์		400,000 บาท
ค่าเช่าเวลา		100,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต		14,344,000 บาท

ตารางที่ 6.6: รายละเอียดค่าตัวนักแสดงเรื่องสั้นรักสตีปเลิฟ

รายชื่อนักแสดง	อัตราค่าจ้างต่อตอน	15 ตอน(บาท)
สุกฤษฎ์ วิเศษแก้ว	100,000	1,500,000
คริส หอวัง	70,000	1,050,000
วุฒิชัย	50,000	750,000
อาร์ เดอะสตาร์	30,000	450,000
ปอ ภัคพร	30,000	450,000
นักแสดงสมทบ	คนละ20,000(10 คน)	3,000,000
นักแสดงรับเชิญ, นักแสดงประกอบ กลุ่มนักเรียนเต้น ครูสอนเต้น คนดูคอนเสิร์ต		2,800,000
รวม		10,000,000 บาท

ตารางที่ 6.7: ค่าผลิตละครเรื่อง 9 เอฟเอ็ม จำนวน 52 ตอน

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ราคา/คิว	จำนวน 52 ตอน/26 คิว
Pre-production		
ค่าfitting ถ่ายรูป		10,000 บาท
ค่าทำวิจัยเก็บข้อมูล		10,000 บาท
ค่าเพลงประกอบละคร		50,000 บาท
ค่าออกแบบฉาก		30,000 บาท
ค่าฉากถาวร		100,000 บาท
Production		
ค่านักแสดง+นักแสดงประกอบ		6,292,000 บาท
ค่าเช่ารถ โอบี	15,000	390,000 บาท
ค่าเทป		24,000 บาท
ค่าอุปกรณ์ประกอบฉาก+ค่าแรง	30,000	780,000 บาท
ค่าเสื้อผ้านักแสดง+ค่าแรง	15,000	390,000 บาท
ค่าเช่าอุปกรณ์ไฟ	15,000	390,000 บาท
ค่าเช่าสถานที่ถ่ายทำ	15,000	390,000 บาท
ค่าจ้างทีมงาน		
คนเขียนบท	15,000	390,000 บาท
ผู้กำกับการแสดง	25,000	650,000 บาท
ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง1	10,000	260,000 บาท
ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง2	8,000	206,000 บาท
ประสานงานสถานที่ถ่ายทำ	15,000	390,000 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): ค่าผลิตละครเรื่อง 9 เอฟเอ็ม จำนวน 52 ตอน

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	ราคา/คิว	จำนวน 52 ตอน/26 คิว
ช่างแต่งหน้า 2 คน วันละ	3,000	78,000 บาท
ช่างทำผม 2 คน วันละ	3,000	78,000 บาท
คนออกแบบแสง	2,000	52,000 บาท
Switcher	2,000	52,000 บาท
ค่าสวัสดิการ วันละ	5,000	130,000 บาท
Post-production		
ค่าห้องตัดต่อ,ค่าตัดต่อ	16,000	(เหมา) 400,000 บาท
ค่าลงเสียง	16,000	(เหมา) 200,000 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์		500,000 บาท
ค่าเช่าเวลา	80,000	260,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายในการผลิต	240,000	12,502,000 บาท

ตารางที่ 6.8 : รายละเอียดค่าตัวนักแสดงเรื่อง 9 เอฟเอ็ม

รายชื่อนักแสดง	อัตราค่าจ้างต่อตอน	52 ตอน/26 ทิว
ว่าน ธนภฤต	70,000	1,820,000
โจ เอ เอฟ	30,000	780,000
ดีเจ อีคิว	20,000	520,000
ต้นหอม	20,000	520,000
โอปอ ปาณิสรา	30,000	780,000
(Casting ใหม่) (เอก) ช่างคุม เสียง	12,000	312,000
ไต้ ไดอาน่า	30,000	780,000
คารานักห้องรับเชิญ	30,000	780,000
รวม	242,000	6,292,000

6.3 การประมาณการรายได้

สมมติให้รายได้ที่คาดการณ์เป็น

1. รายได้จากสปอนเซอร์

-รายได้จากสปอนเซอร์ บริษัทสามารถหาสปอนเซอร์ได้เอง ในแต่ละรายการแต่ละ
ช่วงเวลาจะมีอัตราค่าโฆษณาที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6.9 : ตัวอย่างรายได้จากสปอนเซอร์ละครเรื่องคู่รักสตีปเลิฟ

ค่าโฆษณา	นาที	วัน	เวลา	จำนวน สปอต	ราคา/นาที	รวม/บาท
Best case	10	จันทร์-อังคาร	20.30-21.30 น.	40	189,000	1,890,000
Most likely case	7	จันทร์-อังคาร	20.30-21.30 น.	40	189,000	1,323,000
Worse case	5	จันทร์-อังคาร	20.30-21.30 น.	40	189,000	945,000

โดยสามารถคาดการณ์การขายโฆษณาได้ แยกออกเป็น 3 กรณี ดังต่อไปนี้

กรณี Best case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 100 คิดเป็น 10 นาที/ตอน=1,890,000 บาท

กรณี Mostlikely case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 70 คิดเป็น 7 นาที/ตอน=1,323,000 บาท

กรณี Worse case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 50 คิดเป็น 5 นาที/ตอน=945,000 บาท

ตารางที่ 6.10 : ตัวอย่างรายได้จากสปอนเซอร์ละครซิตคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม

ค่าโฆษณา	นาที	วัน	เวลา	จำนวน สปอต	ราคา/นาที	รวม/บาท
Best case	10	ศุกร์	23.00-00.00 น.	40	160,000	1,600,000
Most likely case	7	ศุกร์	23.00-00.00 น.	40	160,000	1,120,000
Worse case	5	ศุกร์	23.00-00.00 น.	40	160,000	800,000

โดยสามารถคาดการณ์การขายโฆษณาได้ แยกออกเป็น 3 กรณี ดังต่อไปนี้

กรณี Best case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 100 คิดเป็น 10 นาที/ตอน=1,600,000 บาท

กรณี Mostlikely case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 70 คิดเป็น 7 นาที/ตอน=1,120,000 บาท

กรณี Worse case คาดว่าจะขายโฆษณาได้ร้อยละ 50 คิดเป็น 5 นาที/ตอน=800,000 บาท

2. รายได้จาก Logo/Product Tied in เป็นการแทรกโลโก้และสินค้าเข้าไปในละคร โดยมีเนื้อหาเหมาะสมและสามารถเชื่อมโยงเพื่อให้เข้ากับละครได้อย่างแนบเนียน

ตารางที่ 6.11 : อัตราการ Tied in / 1 ตอน

ละคร	Package	อัตรา	จำนวน	รายละเอียด
		สปอนเซอร์		
ละครเรื่อง ล้นรักสตีปเลิฟ	A	เบรคละ 30,000	4 เบรค	-Logo Spot ตื่น-ท้ายเบรค 1 ครั้ง
	B	10,000	4 ครั้ง	-Product tied in นักแสดง ใช้ละคร
ละครซีทคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม	A	20,000	4 เบรค	-Logo spot ตื่น-ท้ายเบรค -ขึ้นโลโก้ระหว่างรายการ ละคร 15 วินาที
	B	8,000	5 สินค้า	สินค้าในฉากละครและ โปรสเตอร์ติดในฉากละคร

ตารางที่ 6.12: ประมาณการรายรับจากโฆษณา Tied in

Program	Best case 100%	Most likely case 70%	Worse case 50%
ละครเรื่องสั้นรักสตีปเลิฟ	A: 30,000x4=120,000 B: 10,000x4=40,000	A: 30,000x3=90,000 B: 10,000x3=30,000	A: 30,000x2=60,000 B: 10,000x2=20,000
รวม	160,000	120,000	80,000
ละครซีทคอมเรื่อง 9 เอฟเอ็ม	A: 20,000x4=80,000 B: 8,000x5=40,000	A: 20,000x3=60,000 B: 8,000x4=32,000	A: 20,000x2=40,000 B: 8,000x3=24,000
รวม	120,000	92,000	64,000

3. รายได้จากการขายโฆษณาในเวปไซต์

ตารางที่ 6.13: อัตราค่าโฆษณาในเวปไซต์

รายการ	จำนวน	อัตราค่าโฆษณา
Leaderboard ขนาด 728x90	1	20,000/เดือน
Full banner ขนาด 468x60	1	15,000/เดือน
Banner ขนาด 150 x 315 pixel	2	10,000/เดือน
Banner ขนาด 150 x 50 pixel	5	3,000/เดือน
Logo ตั้่นคลิปละครที่นำมาวีรัน	41 (15+26)	5,000/เดือน

ตารางที่ 6.14: ประมาณการรายรับจากเว็บไซต์

Program	Best case 100%	Most likely case 70%	Worse case 50%
Leaderboard ขนาด 728x90	20,000x1=20,000	20,000x1=20,000	-
Full banner ขนาด 468x60	15,000x1=15,000	15,000x1=15,000	-
Banner ขนาด 150 x 315 pixel	10,000x2=20,000	10,000x2=20,000	-
Banner ขนาด 150 x 50 pixel	3,000x5=15,000	3,000x5=15,000	-
Logo ตัณคลิปละครที่นำมา รีรัน	5,000x41=205,000	5,000x35=175,000	5,000x25=125,000
รวม	275,000	245,000	125,000

4. รายได้จากการนำละครไปรีรัน

อัตราการนำละครไปรีรันในช่องโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกนั้นจะขายกันในราคาประมาณ 15-20% ของต้นทุนการผลิต

5. รายได้จากการขายดีวีดี โดยจะขายดีวีดีละครเรื่อง 9 เอฟเอฟเอ็ม ผลิตจำนวน 5,000 ชุด ราคาชุดละ 200 บาท

6. ขายสินค้าเกี่ยวกับละครทางอินเทอร์เน็ต เป็นการขายสินค้า หรือปต่างๆที่ใช้ในละคร เช่น เสื้อผ้าของนักแสดง ในกรณีที่ผู้ผลิตซื้อหรือตัดเอง แต่ถ้าเป็นการใช้ชุดจากสปอนเซอร์หรือพันธมิตร เช่น ห้างเสื้อต่างๆ ก็จะทำให้เจ้าของสินค้านั้นสามารถโฆษณาในเว็บไซต์ได้ในราคาถูก

6.4 ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ความเป็นไปได้ทางการเงินเป็นการสะท้อนความเป็นไปได้ด้านต่างๆมาแปลงมาเป็นหน่วยเงินตรา ที่สามารถเปรียบเทียบมูลค่าได้ เพื่อจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการดำเนินงาน มีผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่

หลักที่ใช้ในการประเมินผลตอบแทนในรูปแบบของการทำกำไรได้แก่

-ระยะเวลาคืนทุน(Pay Back Period)

เพื่อหาว่าเงินทุนทั้งหมดที่ใช้จ่ายไปจะได้คืนมาในระยะเวลาเท่าไร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนสุทธิ}}{\text{ผลตอบแทนต่อปี}}$$

ถ้าผลตอบแทนในแต่ละปีไม่เท่ากันต้องใช้ค่าสะสมผลกำไรในแต่ละปี

-มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value)

เป็นการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของการดำเนินงาน ซึ่งคำนวณได้จากการทำ ส่วนลดกระแสตอบแทนสุทธิตลอดอายุของการดำเนินงานให้เป็นมูลค่าปัจจุบันหรืออาจ คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ ดังนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+k)^1} + \frac{CF_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+k)^n}$$

CF_0 คือ เงินลงทุนครั้งแรก

CF_1 คือ กระแสเงินสดสุทธิ

k คือ ต้นทุนของเงินลงทุน โครงการ ซึ่งจะใช้เป็นอัตราส่วนลด

ในที่นี้ NPV คือมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดของรายได้ที่เกิดจากการลงทุน ดังนั้นจึงควรดำเนิน การเมื่อค่าเท่ากับหรือมากกว่าศูนย์ แต่ถ้าติดลบก็ไม่ควรดำเนินการ เพราะรายได้จะไม่คุ้ม การลงทุน โดยจะกำหนดมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเท่ากับ 3.75% ต่อปี

-อัตราผลตอบแทนการดำเนินงาน (Internal Rate Return)

อัตราผลตอบแทนของการดำเนินงาน เป็นวิธีประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนซึ่งสอดคล้องกับ การประเมินหาผลกำไรในการดำเนินงาน ซึ่งก็คือส่วนลดภายในของการดำเนินงาน การคำนวณนี้

จึงไม่ขึ้นกับปัจจัยในการกำหนดอัตราส่วนลดไว้ก่อนแต่เป็นส่วนลดที่ทำให้การดำเนินกิจการมีความคุ้มค่า ซึ่งการประเมินโครงการบริษัท อัปดราม่า จำกัด คือ

- กรณีที่คาดหวังผลกำไรมากที่สุด (Best Case)
- กรณีที่อาจมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)
- กรณีที่อาจได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

ซึ่งควรดำเนินกิจการเมื่อค่ามีค่าเท่ากับหรือสูงกว่าค่าเสียโอกาสของการลงทุน ถ้ามีค่าต่ำกว่าค่าเสียโอกาสของการลงทุนก็ไม่ควรดำเนินกิจการ

6.5 สรุปผลงบการเงินของโครงการ

ตารางที่ 6.15: แสดงผลตอบแทนของโครงการ ในสถานการณ์ต่างๆ

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	4 เดือน 5 วัน	7 เดือน 6 วัน	1 ปี 3 เดือน 7 วัน
NPV	607475972.61	345676636.22	165377898.08
IRR	254%	148%	72%

Best case เป็นกรณีที่มีผู้สนับสนุนรายการคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนอัตราสponseอร์ทั้งหมดที่ตั้งไว้ จากผลสรุป การประมาณการผลการดำเนินกิจการครั้งนี้ พบว่า โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์นี้ สามารถดำเนินกิจการได้และได้ผลตอบแทนที่ดี

Most Likely Case เป็นกรณีที่มีผู้สนับสนุนรายการคิดเป็นร้อยละ 70 ของจำนวนอัตราสponseอร์ทั้งหมดที่ตั้งไว้ ซึ่งใกล้เคียงความเป็นไปได้ในการประกอบการจริง จากผลสรุป การประมาณการผลการดำเนินกิจการครั้งนี้ พบว่า โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์นี้ สามารถดำเนินกิจการได้และได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน

Worst Case การคาดการณ์นี้เป็นกรณีที่มีผู้สนับสนุนรายการคิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนอัตราสponseอร์ทั้งหมดที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นผลตอบแทนที่น้อยที่สุด จะเห็นได้จากผลสรุปการประมาณการผลการดำเนินกิจการครั้งนี้ พบว่า แม้ว่าทางบริษัทจะสามารถทำกำไรได้ในแต่ละปี แต่ผลการดำเนินการนี้ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน และไม่เหมาะที่จะลงทุนดังนั้นถ้าบริษัทประสบภาวะนี้ในปีที่ 2

ทางบริษัทจะต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน รูปแบบรายการ และ เพิ่มการใช้แผนทางการตลาดมากขึ้น โดยพิจารณาจากสถานะทางการตลาดในขณะนั้นมาช่วยในการดำเนินกิจการ



ตารางที่ 6.16 : ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)

ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)												
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)												
ส่วนแบ่งจําหนักรวม	10,834,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,834,000.00
เงินอุดหนุนจากรัฐมนตรี	9,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,000,000.00
กระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน												
รายได้จากรถ	-	21,515,000.00	47,355,000.00	52,090,500.00	47,355,000.00	52,090,500.00	52,090,500.00	57,299,550.00	57,299,550.00	63,029,505.00	63,029,505.00	482,999,110.00
รายได้จากนักท่องเที่ยว (9 F.M.)	-	51,856,000.00	71,708,000.00	77,968,800.00	77,968,800.00	84,855,680.00	84,855,680.00	92,431,748.00	92,431,748.00	100,764,372.80	100,764,372.80	835,604,201.60
รายได้จากพื้นที่	-	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	29,400,000.00
รายได้จากการขนส่งเครื่องบินพาณิชย์	-	-	2,888,800.00	2,888,800.00	6,311,360.00	6,942,495.98	7,636,745.38	8,400,720.13	9,240,482.15	10,164,502.36	11,180,939.20	65,614,551.39
รวมกระแสเงินสดรับ	-	76,321,000.00	99,041,800.00	131,125,600.00	134,575,160.00	146,878,675.98	147,322,925.58	161,071,218.13	161,911,260.15	176,898,386.16	177,914,837.00	1,413,217,862.99
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)												
กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน												
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	-	(2,524,650.00)	(2,620,882.50)	(2,721,926.63)	(2,828,022.96)	(2,939,424.10)	(3,056,395.31)	(3,179,215.07)	(3,308,175.83)	(3,443,384.62)	(3,585,763.85)	(30,208,040.87)
ค่าเช่า	-	(27,546,000.00)	(46,609,000.00)	(51,139,859.89)	(56,123,889.88)	(61,606,278.87)	(67,246,908.75)	(73,070,397.43)	(81,897,637.17)	(88,594,422.89)	-	(556,094,632.83)
กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน												
ค่าซื้อทรัพย์สิน	(50,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(50,000.00)
ค่าเช่าที่ดินและค่าเช่าสิ่งอำนวยความสะดวก	(250,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(250,000.00)
ค่าเช่าสำนักงาน (10 เดือนแรก)	(100,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
ค่าตอบแทนสำนักงาน	(300,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(300,000.00)
เครื่องใช้สำนักงาน	(350,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(350,000.00)
เงินเดือนพนักงาน ปีที่ 0 (10 เดือนแรก)	(1,160,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1,160,000.00)
ค่าติดตั้งเครื่องพิมพ์ (เครื่องที่ 1)	(4,144,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(4,144,000.00)
ค่าติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ 4 เครื่อง	(960,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(960,000.00)
ค่าเช่ารถยนต์ 1 คัน	(120,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(120,000.00)
เงินลงทุนเพิ่มเติม	(2,200,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(2,200,000.00)
กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน												
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ย	(536,500.00)	(536,500.00)	(536,500.00)	(175,500.00)	-	-	-	-	-	-	-	(1,579,500.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้น	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(13,881,453.00)	(14,802,575.25)	(13,692,882.05)	(22,651,274.15)	(24,646,181.80)	(23,034,187.05)	(23,034,187.05)	(25,071,721.69)	(23,095,928.14)	(25,145,413.60)	(25,284,021.94)	(247,538,650.77)
รวมกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ	(20,360,500.00)	(47,279,605.00)	(67,363,457.75)	(80,130,208.56)	(81,603,106.96)	(89,194,894.87)	(93,727,489.32)	(100,521,524.19)	(107,971,761.14)	(118,181,421.10)	(122,045,051.20)	(864,222,844.52)
กำไรสุทธิ	(20,360,500.00)	(29,042,395.00)	(31,693,340.25)	(31,002,397.44)	(32,971,973.02)	(37,653,721.10)	(33,795,456.46)	(38,549,803.94)	(43,939,499.00)	(49,000.00)	(53,716,963.06)	(948,995,018.47)
บวก ค่าเสื่อมราคา (สัมฤทธิ์ผล)	-	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	940,000.00
บวก เงินลงทุนเพิ่มเติม	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	24,200,000.00
ลบ เงินปันผล (ผู้ถือหุ้น)	-	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(10,834,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	(18,160,500.00)	(30,277,995.00)	(32,893,940.25)	(52,237,991.44)	(54,207,573.02)	(58,969,381.10)	(54,961,036.46)	(59,715,283.94)	(55,105,099.00)	(59,882,565.06)	(123,210,051.20)	(563,201,018.47)
เงินสละปวงจก	(18,160,500.00)	12,117,495.00	45,011,437.25	97,249,428.69	151,457,001.70	210,326,382.81	265,287,419.27	325,002,702.21	390,107,802.21	439,990,367.27	563,201,018.47	-

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 สถานการณ์ของแต่ละสถานี

ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และการแข่งขันนี้ได้แพร่ขยายมายัง ช่องทรูวิชั่นส์ และ ช่อง เคเบิลช่องถิ่น และแต่ละช่องก็ไม่หยุดนิ่งที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสถานีโทรทัศน์คู่แข่งทั้งในเรื่องการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร การปรับเปลี่ยนผังรายการ และรูปแบบในการนำเสนอไปยังผู้ชม ทั้งนี้รวมถึงละครโทรทัศน์ซึ่งในแต่ละสถานีต้องใช้กลยุทธ์ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งช่วง ลดช่วง เพิ่มช่วงเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับการรับชม และ โอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ

นอกจากนี้ได้มีการปรับโฉมในด้านข้อมูลข่าวสารให้เข้ากับยุคดิจิทัล โดยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารย้อนหลังทางอินเทอร์เน็ต และการทำ ทีวี ออนไลน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการรับชมและมีลักษณะ Interactive สามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการได้

7.2 สถานการณ์ของบริษัทผลิตละคร

บริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์มีอยู่มากมาย แต่จะอยู่รอดได้และสร้างผลกำไรให้ตนเอง ก็เมื่อมีรูปแบบและภาพลักษณ์ที่โดดเด่นจนสามารถสร้างเรตติ้งให้สปอนเซอร์แห่กันมาสนับสนุนได้ หรือมีรายได้เสริมจากการขายละคร Re-Run ในช่อง เคเบิล และการขายสินค้าอันเนื่องมาจากละครทางอินเทอร์เน็ต

แต่เนื่องจากเป็นตลาดที่ใช้ต้นทุนสูง และมีการแข่งขันสูง ดังนั้นผู้ผลิตต้องสร้างกลยุทธ์ เช่น การมีแนวคิดสร้างสรรค์ในการขายใหม่ๆ อยู่เสมอ การพัฒนาคุณภาพทั้งภาพและเสียง เนื้อหา การนำเสนอของละคร อย่างไม่หยุดนิ่ง และที่สำคัญต้องศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการตลาด และการเมืองที่จะส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอของแต่ละช่อง พร้อมๆ ไปด้วยกับพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ และปัจจัยเหล่านี้เองจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

7.3 ความเสี่ยงของโครงการและการบริหารความเสี่ยง

กรณีโครงการบริหารงานเป็นไปตามสมมติฐานได้ดีเลิศ(Best Case) บริษัทจะสามารถสร้างกำไรได้มากและรวดเร็ว สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) หากบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผน แต่ถ้ากรณีโครงการบริหารงานเป็นไปตามสมมติฐานได้เลวร้ายกว่าที่คาดการณ์ (Worst Case) ธุรกิจก็พอจะทำกำไรได้ แต่ใช้ระยะเวลานาน ดังตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 7.1 : ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ(Best Case)

บริษัท อีททามา จำกัด											
ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Best Case)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)											
ส่วนของผู้ถือหุ้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,034,000.00
เงินต้นรับจากการกู้ยืม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,000,000.00
กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน											
รายได้จากการขาย	30,750,000.00	30,750,000.00	67,650,000.00	67,650,000.00	74,415,000.00	81,856,500.00	81,856,500.00	81,856,500.00	90,042,150.00	90,042,150.00	689,427,300.00
รายได้จากดอกเบี้ย (9 F.M.)	74,080,000.00	102,440,000.00	111,384,000.00	111,384,000.00	121,222,400.00	132,044,640.00	132,044,640.00	132,044,640.00	143,948,104.00	143,948,104.00	1,183,720,288.00
รายได้จากภาษี	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	3,300,012.00	33,000,120.00
รายได้จากการชำระหนี้ภาษีที่รอหักแบบย้อนกลับ	-	2,989,800.00	2,868,800.00	6,311,360.00	6,942,485.98	7,636,745.58	8,400,420.13	9,240,462.15	10,164,508.36	11,180,999.20	85,614,551.39
รวมกระแสเงินสดรับ	108,130,012.00	139,358,812.00	185,202,812.00	188,645,372.00	205,879,907.98	206,574,157.58	225,601,572.13	226,441,614.15	247,455,774.36	248,472,225.20	1,984,762,259.39
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)											
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน											
ค่าใช้จ่ายในการขายและเรีกร	(2,514,650.00)	(2,620,882.50)	(2,724,926.63)	(2,828,022.96)	(2,934,404.10)	(3,056,395.31)	(3,179,215.07)	(3,308,175.83)	(3,443,594.62)	(3,585,763.85)	(30,208,040.87)
ต้นทุนขาย	(27,946,000.00)	(46,609,000.00)	(51,139,899.89)	(56,123,889.88)	(61,606,278.87)	(67,636,906.75)	(74,270,397.45)	(81,367,657.17)	(89,594,422.89)	-	(556,094,652.89)
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน											
ค่าซื้อเครื่องจักร	(50,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(50,000.00)
ค่าระงับและค่าติดตั้งงาน	(250,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(250,000.00)
ค่าเช่าสำนักงาน (10 เดือนแรก)	(100,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
ค่าตกแต่งสำนักงาน	(500,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(500,000.00)
เครื่องใช้สำนักงาน	(350,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(350,000.00)
เงินเดือนพนักงาน ปีที่ 0 (10 เดือนแรก)	(1,160,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1,160,000.00)
ค่าติดตั้งเครื่องจักร (เรื่องที่ 1)	(4,144,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(4,144,000.00)
ค่าติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ 4 คอม	(800,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(800,000.00)
ค่าเช่ารถยนต์ ๓ คอมการดำเนินงาน	(120,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(120,000.00)
เงินลงทุนอื่น	(2,200,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(2,200,000.00)
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการดำเนินงาน											
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	(56,500.00)	(75,100.00)	(175,500.00)	-	-	-	-	-	-	-	(1,779,500.00)
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยเงินต้น	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(23,224,158.60)	(26,897,678.85)	(29,313,945.65)	(38,872,337.75)	(42,364,561.30)	(40,749,556.65)	(44,430,827.89)	(42,455,034.34)	(46,310,630.06)	(73,451,238.40)	(418,669,969.69)
รวมกระแสเงินสดจ่าย	(56,824,308.60)	(79,478,564.35)	(96,351,272.16)	(97,824,250.58)	(106,910,264.47)	(111,442,858.72)	(121,880,640.39)	(127,330,867.34)	(139,348,637.56)	(77,037,002.25)	(1,034,786,163.44)
กำไรสุทธิ	51,305,703.40	59,880,250.65	88,851,539.84	90,821,121.42	98,969,643.50	95,131,288.86	103,730,631.74	96,110,746.80	108,107,136.83	174,438,222.94	946,976,085.95
บวก ค่าเสื่อมราคา (สิทธิพนักงาน)	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	840,000.00
บวก เงินลงทุนอื่น	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	24,200,000.00
ลบ เงินปันผล (เรื่องที่ ๑)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(10,834,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)	(18,160,500.00)
เงินสดปลายงวด	34,383,803.40	55,499,654.05	185,586,793.89	277,643,515.30	377,848,758.81	474,145,657.67	579,032,189.41	679,308,536.21	789,581,273.01	961,182,095.95	-

ตารางที่ 7.2 : ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)

ปี	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)												
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	10,834,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,834,000.00
เงินอุดหนุนจากรัฐมนตรี	9,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,000,000.00
กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน												
รายได้จากดอกเบี้ย	-	21,535,000.00	21,535,000.00	47,355,000.00	47,355,000.00	52,090,500.00	52,090,500.00	57,269,550.00	57,269,550.00	63,029,505.00	63,029,505.00	482,399,110.00
รายได้จากดอกเบี้ย (9 F.M.)	-	51,856,000.00	71,708,000.00	77,968,800.00	77,968,800.00	84,855,680.00	84,855,680.00	92,431,248.00	92,431,248.00	100,764,372.80	100,764,372.80	835,604,201.60
รายได้จากเงินปันผล	-	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	2,940,000.00	29,400,000.00
รายได้จากการนำส่งผลประโยชน์ให้พนักงาน	-	-	2,868,800.00	2,868,800.00	6,311,360.00	6,947,495.98	7,636,745.58	8,400,420.13	9,240,482.15	10,164,508.36	11,180,999.20	65,614,551.39
นอกเหนือจากนี้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดรับ	76,321,000.00	99,041,800.00	131,132,600.00	131,132,600.00	134,575,160.00	146,828,675.98	147,522,925.58	161,071,218.13	161,911,260.15	176,898,386.16	177,914,837.00	1,413,217,862.99
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)												
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	-	(2,524,650.00)	(2,620,882.50)	(2,721,926.63)	(2,828,022.96)	(2,939,474.10)	(3,056,895.31)	(3,179,215.07)	(3,308,175.83)	(3,443,584.62)	(3,585,763.85)	(30,208,040.87)
ต้นทุนขาย	-	(27,546,000.00)	(46,809,000.00)	(51,139,899.89)	(56,123,889.89)	(61,606,278.87)	(67,636,506.75)	(74,270,897.43)	(81,567,637.17)	(89,594,422.89)	-	(556,094,632.88)
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน												
ค่าซื้อสินทรัพย์	(50,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(50,000.00)
ค่าระงับและค่าตัดจำหน่าย	(250,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(250,000.00)
ค่าเช่าสำนักงาน (10 เดือนแรก)	(100,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
ค่าตกแต่งสำนักงาน	(950,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(950,000.00)
เครื่องใช้สำนักงาน	(350,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(350,000.00)
เงินเดือนพนักงาน ปีที่ 0 (10 เดือนแรก)	(1,160,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1,160,000.00)
ค่าเสื่อมของรถบรรทุก (ปีแรก 1)	(14,144,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(14,144,000.00)
ค่าเสื่อมของรถบรรทุกยกน้ำหนัก 4 ล้อ	(960,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(960,000.00)
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ของงบดำเนินงาน	(120,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(120,000.00)
เงินทุนหมุนเวียน	(2,200,000.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(2,200,000.00)
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการดำเนินงาน												
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ย	(536,500.00)	(536,500.00)	(361,000.00)	(176,500.00)	-	-	-	-	-	-	-	(1,579,500.00)
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยเงินฝาก	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(3,000,000.00)	(30,000,000.00)
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(47,278,606.00)	(13,881,455.00)	(14,802,575.25)	(23,092,882.05)	(22,691,274.15)	(24,649,191.50)	(23,034,187.05)	(25,071,771.69)	(23,095,522.14)	(25,143,413.60)	(32,284,021.94)	(247,506,650.77)
รวมกระแสเงินสดจ่าย	(20,360,500.00)	(47,278,606.00)	(67,383,457.75)	(80,130,208.56)	(81,603,106.96)	(88,194,894.87)	(93,777,688.12)	(102,531,534.19)	(107,971,761.14)	(118,181,421.10)	(122,945,031.20)	(864,222,844.52)
กำไรสุทธิ	(20,360,500.00)	29,042,895.00	31,633,342.25	51,002,391.44	52,971,873.02	57,632,781.10	53,755,136.46	58,349,883.94	53,938,499.00	58,216,883.06	52,045,031.20	548,995,018.47
มูลค่าตามราคา (สิทธิบัตร)	-	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	119,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	840,000.00
มูลค่าเงินลงทุนอื่น	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	2,200,000.00	24,200,000.00
ส่วนเกินมูลค่า (กำไร)	-	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(1,083,400.00)	(10,834,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	(18,160,500.00)	30,277,995.00	32,893,942.25	52,237,591.44	54,207,573.02	58,969,381.10	54,961,036.46	59,715,283.94	55,105,999.00	59,882,565.06	123,210,651.20	563,201,018.47
เงินสดปลายงวด	(18,160,500.00)	12,117,495.00	45,011,437.25	97,249,028.69	151,457,001.70	210,326,382.81	265,287,419.27	325,002,703.21	380,107,802.21	439,990,367.27	563,201,018.47	-

ในการบริหารงานของบริษัทย่อมมีปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินงานตามแผนการที่วางไว้ได้ ดังนั้นในการบริหารงานจึงต้องมีการประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆไว้ด้วย

1. กรณีการถ่ายทำไม่เป็นไปตามกำหนด ด้วยปัจจัยต่างๆ

เนื่องจากการถ่ายทำมักจะมีตัวแปรผกผันทำให้การถ่ายทำไม่เป็นไปตามที่กำหนด และขั้นตอนการถ่ายทำที่ไม่สามารถประมาณเวลาได้อย่างแน่ชัด เพราะ ขึ้นสภาพแวดล้อมอื่นๆ การบริหารความเสี่ยง

- จัดทำตารางการทำงานอย่างมีระบบ โดยก่อนถ่ายทำจะมีการประชุมงานก่อนเสมอ
- นัดเวลาทำงานให้เหมาะสมตามลักษณะงาน เพื่อให้การทำงานไม่สะดุด
- คัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพ เชี่ยวชาญ และมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพในเวลาจำกัด

2. งบประมาณ

ในการผลิตย่อมมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างแน่นอนในการบริหาร แต่รายได้ และรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นนั้นมีจำนวนมากทั้งยัง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกเวลา ทำให้ถ้าหากบริษัทมีงบประมาณในการดำเนินงานน้อย หรือไม่พอ จะทำให้เกิดปัญหากระทบกับการดำเนินงานและชื่อเสียงของบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

- หาพันธมิตรที่มีสายงานเกี่ยวข้องเช่น รายการวิทยุวัยรุ่น โรงเรียนต่างๆ ค่ายเพลง นิติสารเพื่อให้มีการช่วยเหลือในการสร้างกิจกรรมทางธุรกิจร่วมกันเพื่อเป็นการสร้างรายได้
- ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการหาสปอนเซอร์เพื่อนสนับสนุนกิจกรรมควบคู่ไปกับรายการ โดยตั้งในอัตราระยะยาว เพื่อได้ผลประโยชน์ที่เหมาะสม
- ศึกษาและวิจัยแนวโน้มความต้องการของกลุ่มผู้ชมเสมอ เพื่อปรับรูปแบบและเนื้อหาให้เข้าถึงและทันกระแสความนิยมในขณะนั้น
- ตั้งงบประมาณสำรองเพื่อใช้จ่ายแต่ละเดือน โดยผลิตรายอื่นที่นอกเหนือจากละคร
- วางแผนประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บริษัท และผลงานละครเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับ

3. กรณีที่กำหนดการออกอากาศไม่เป็นไปตามกำหนด ซึ่งอาจจะเกิดจากหลายๆปัจจัย เช่น จำนวนละครจากบริษัทต่างๆซึ่งอาจมากกว่าเวลาที่สถานีเปิดให้ออกอากาศ เนื้อหาของละครไม่อยู่ในกระแสตลาด นโยบายสถานีที่อาจเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละปี สภาพ

เศรษฐกิจที่ตกต่ำอาจทำให้การอนุมัติการผลิตละครของสถานีต้องละเอียดรอบคอบมากขึ้น เป็นต้น

การบริหารความเสี่ยง

- บริษัทเป้าหมายจะผลิตละครปีละ 2 เรื่อง เพื่อส่งให้แก่สถานี โดยปฏิบัติตามนโยบายสถานีในฐานะบริษัทผลิตละครโทรทัศน์ บริษัทจะเลือกเสนอบทละครต่อสถานี ปีละ 6 เรื่องเพื่อทางเลือกในการอนุมัติ
- พัฒนาการทำงานของบุคลากรให้ทำการมีประสิทธิภาพในระยะเวลาอันรวดเร็ว
- ศึกษาและวิจัยแนวโน้มความต้องการของกลุ่มผู้ชมเสมอ เพื่อปรับรูปแบบและเนื้อหาให้เข้าถึงและทันกระแสความนิยมในขณะนั้น

7.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เมื่อไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตละครโทรทัศน์ มักจะไม่ได้ข้อมูลทางธุรกิจในเชิงลึก หรือผู้ให้สัมภาษณ์จะตอบเลียงๆ ในวงการถือข้อมูลเหล่านี้ต้องมีลักษณะเป็นความลับทางธุรกิจ หากเป็นเพียงผู้ศึกษามีใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนี้จริงๆ จะได้ข้อมูลยากมาก
2. ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจในนิยามของคำว่า โทรทัศน์ระบบตอบรับสมาชิก เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม ดังนั้นในแบบสอบถามจึงควรนิยามคำดังกล่าวไว้ด้วยเพื่อความถูกต้องของข้อมูล
3. ควรปรับปรุงระบบการตอบแบบสอบถามโดยหันมาใช้ระบบดิจิทัลมากขึ้นเนื่องจากสะดวกและง่ายในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย(วัยรุ่นหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต) อีกทั้งยังไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการทำเอกสาร

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ, (2542). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. (2,000)(พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท เอคิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.

กาญจนา แก้วเทพ, (2545). สื่อบันเทิง:อำนาจแห่งความไร้สาระ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ออลอะเบอร์ทปรินท์.

จางง รังสิกุล, (2538). ตำนานโทรทัศน์ไทยกับจางง รังสิกุล. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ : ธนาคาร
กรุงเทพ.

ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, (2544). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนัก
พิมพ์เอ็กเปอร์เน็ท

ปนัดดา ชนสถิตย์, (2531). ละครโทรทัศน์ไทย. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2546). โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร :
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สินิทธ์ สิทธิรักษ์, (2535). กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2493-2500). (1,000) (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปทุมธานี:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทความภาษาไทย

ที่ริมระเบียง. (2552). วัฒนธรรมการมอช็อน เสน่ห์ที่ยังไม่สูญหาย. นิตยสารสารไท (23), 21.

สุนิสา สังขพุทธิ. (2551). ข่าวท้องถิ่นมูลค่าเพิ่มของเคเบิลทีวีไทย. วารสารสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย, ฉบับเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551

จิตตนาถ ลิ้มทองกุล(บรรณาธิการ). (2551). จุดเปลี่ยนทีวีไทย. นิตยสารPositioning, ฉบับเดือน
เมษายน พ.ศ. 2551, 88, 99, 101-103, 113

วิทยานิพนธ์

กิตติพงษ์ ลีลาศุภเดช, (2544). ระบบอุปถัมภ์กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตรลดา ดิษยนันท์, (2536). กลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของ บริษัทกันตนา วิดีโอโปรดักชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์, (2533). พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิศาล พัฒนพีระเดช, (2544). นโยบายการผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา

เมสินี แก้วราตรี ปฏิภาณ รุ่งรัตน์รัชชัย, (2546). โครงการจัดตั้งบริษัทจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์. การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุภาพรรณ ชนกิจจำรูญ, เปรมใจ ทิพย์เจริญ, พรรณวรินทร์ ศรีสวัสดิ์. (2545). โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์. การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณี ประดิษฐ์ธีระ, (2536). การดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี พ.ศ. 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาทิตย์ โกวิทวางกูร, (2547). โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สัมภาษณ์

ธงชัย ประสงค์สันติ กรรมการผู้จัดการบริษัท คำพอดี จำกัด สัมภาษณ์ 12 ตุลาคม 2552

ยศลินี ณ นคร กรรมการผู้จัดการบริษัท แมคเกอร์ วาย จำกัด สัมภาษณ์ 27 กรกฎาคม 2552

เอกสารจากอินเทอร์เน็ต

กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย. สืบค้นวันที่ 5 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.dopa.go.th>

กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นวันพุธที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2548 จาก <http://www.bangkokbiznews.com>

คม ชัด ลึก. สืบค้นวันอาทิตย์ ที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 จาก <http://www.komchadluek.net>

ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นวัน ที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 จาก <http://www.komchadluek.net>

โพสต์ทูเดย์. สืบค้นวันเสาร์ที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 จาก <http://www.posttoday.com>

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ. สืบค้นวันที่ 5 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.nesdb.go.th>

ไทยพีบีเอส. สืบค้นวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2551 จาก <http://www.tpbs.co.th>

Ecommerce magazine. สืบค้นวันที่ 26 เมษายน 2552 จาก <http://www.ecommercemagazine.com>

KnowledgeVolution. สืบค้นวันที่ 5 พฤษภาคม 2552 จาก

<http://learners.in.th/blog/skyartspaces/50863>

The National Press Council of Thailand. สืบค้นวันที่ 6 มิถุนายน 2551 จาก

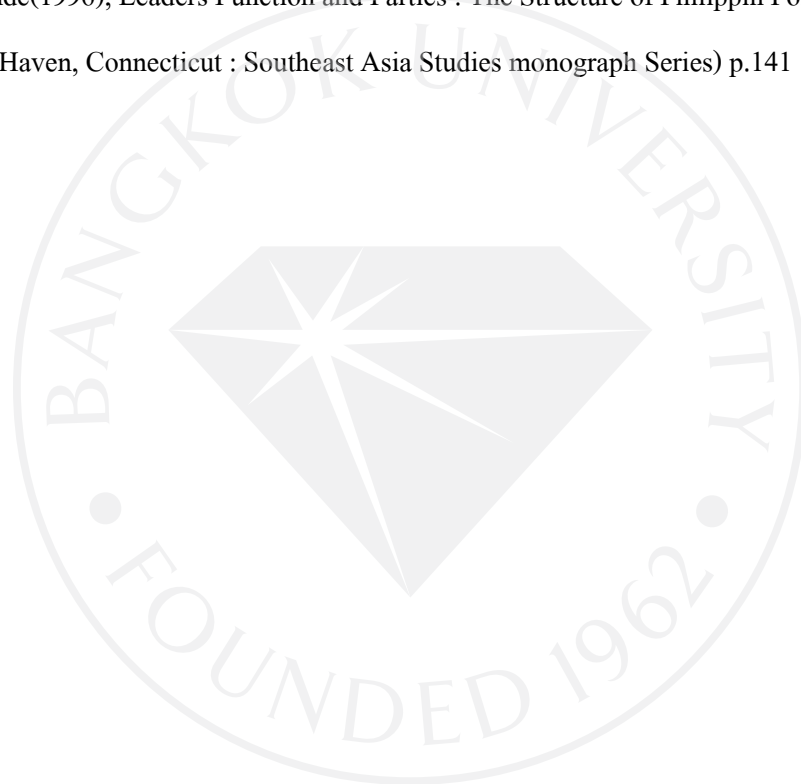
www.presscouncil.or.th

เอกสารอื่นๆ

ปมข สุภสาร, (2530). เทคนิคการจัดรายการละครและภาพยนตร์. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดรายการโทรทัศน์ เล่มที่ 1 หน่วยที่ 5, หน้า 46-75. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช

หนังสือภาษาอังกฤษ

Carl Lande(1996), *Leaders Function and Parties : The Structure of Philippin Polities* (New Haven, Connecticut : Southeast Asia Studies monograph Series) p.141





แบบสอบถาม ความนิยม พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี

โดย นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์

สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- เพศ _____ ชาย _____ หญิง
- อายุ
_____ 15-18 ปี _____ 19-22 ปี _____ 23-26 ปี
- อาชีพ
_____ นักเรียน นิสิต นักศึกษา _____ ข้าราชการ
_____ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน _____ เจ้าของกิจการ
_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
- การศึกษา
_____ มัธยม _____ ปริญญาตรี _____ สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี

- ความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ทางฟรีทีวี
_____ ทุกวันติดตามทุกตอน _____ สัปดาห์ละ 1-3 วัน
_____ สัปดาห์ละ 3-5 วัน _____ ไม่ชมเลย
- ช่วงเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ ทางฟรีทีวี (บ้อยที่สุดเรียงตามลำดับ 1-3)
_____ 06.01-9.00 น. _____ 9.01-12.00 น. _____ 12.01-15.00 น.
_____ 15.01-18.00 น. _____ 18.01-21.00 น. _____ 21.01-00.00 น.
_____ 00.01-03.00 น. _____ 03.01-06.00 น.
- สถานีที่รับชมละครโทรทัศน์เป็นประจำ (บ้อยที่สุดเรียงตามลำดับ 1-3)
_____ ช่อง 3 _____ ช่อง 5 _____ ช่อง 7
_____ ช่อง 9 _____ ช่องไทยพีบีเอส
- เกณฑ์การตัดสินใจในการชมละครโทรทัศน์ (บ้อยที่สุดเรียงตามลำดับ 1-3)
_____ ชอบดารานักแสดง _____ ว่าง เลยดู _____ ดูตามสมาชิกในบ้าน
_____ ชอบเนื้อเรื่อง/แนวละคร _____ ชอบสถานีที่ออกอากาศ
_____ ชอบการมีส่วนร่วมชิงรางวัล _____ ชอบบทประพันธ์/บทโทรทัศน์
_____ ชอบผู้กำกับการแสดง/ผลงานของบริษัทนั้นๆ
_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. ละครโทรทัศน์ที่ท่านอยากดูเป็นอย่างไร

ด้านบทโทรทัศน์ (เรียงตามลำดับ 1-3)

- _____ สร้างจากบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียง/นักเขียนมีชื่อเสียง
 _____ บทประพันธ์ที่แต่งขึ้นมาใหม่ แปลกใหม่ไม่ซ้ำซาก
 _____ บทสนุกสนาน/สมเหตุสมผล
 _____ บท เรื่องราวกระชับ ไม่ยืดเยื้อ การเล่าเรื่องไม่ซับซ้อน
 _____ บทมีสาระร่วมไปกับความบันเทิง
 _____ บทเป็นเรื่องราวใกล้ตัวเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
 _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ด้านนักแสดง (เรียงตามลำดับ 1-3)

- _____ นักแสดงเหมาะสมกับบทบาท _____ แสดงเก่ง / มีความสามารถ
 _____ นักแสดงหน้าตาดี _____ นักแสดงเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียง
 _____ นักแสดงหน้าใหม่ _____ มีผลงานอื่นๆด้วย เช่น เป็นนักร้อง

พิธีกร

- _____ เป็นลูกครึ่ง _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ด้านการผลิต (เรียงตามลำดับ 1-3)

- _____ ภาพสวย/มุมกล้องดี _____ ฉากและอุปกรณ์สมจริง
 _____ ตัดต่อดี _____ สถานที่ถ่ายทำเหมาะกับเรื่องราว
 _____ ใช้เทคนิคพิเศษในการถ่ายทำ _____ เสื้อผ้าสวยงามเหมาะกับตัวละคร
 _____ ไม่พลาดเรื่องความต่อเนื่อง (ไม่โศด) _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. ชอบละครแนวไหน (เรียงตามลำดับ 1-3)

- _____ รักโรแมนติก _____ ชีวิต สะท้อนสังคม _____ ขบขัน เบาสมอง
 _____ ฝึ ของขวัญ _____ แฟนตาซี _____ สืบสวน ฆาตกรรม
 _____ ย้อนยุค _____ บู๊ แอคชั่น _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

7. ละครแบบใดที่ท่านดูผ่านฟรีทีวี (เรียงลำดับ 1-3)

- _____ ละครสั้นในวันนักขัตฤกษ์ หรือ ละครเทิดพระเกียรติ
 _____ ละครสั้นจบในตอน เช่น มติพิศวง กรรมลิขิต
 _____ ละครยาว

8. ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศ ละครโทรทัศน์สำหรับคุณ คือช่วงเวลาใด (เรียงลำดับ 1-3)

_____ 06.01-9.00 น. _____ 9.01-12.00 น. _____ 12.01-15.00 น.
 _____ 15.01-18.00 น. _____ 18.01-21.00 น. _____ 21.01-00.00 น.
 _____ 00.01-03.00 น. _____ 03.01-06.00 น.

9. ละครโทรทัศน์ที่ท่านชื่นชอบคือเรื่องอะไรบ้าง เพราะอะไร

ส่วนที่ 3 แนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

1. ที่บ้านของท่านมีการติดตั้งเคเบิลทีวีหรือทีวีดาวเทียมหรือไม่

_____ มี (โปรดระบุ) _____ ไม่มี
 _____ True Vision _____ SMART DTH _____ DTV
 _____ TTV _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2. รายการที่นิยมรับชมทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (เรียงลำดับ 1-3)

_____ ภาพยนตร์ต่างประเทศ _____ กีฬา _____ แฟชั่น
 _____ ซีรีส์ต่างประเทศ _____ เรียวริตี้โชว์ _____ เพลง/มิวสิกวิดีโอ
 _____ เกมโชว์ต่างประเทศ _____ ข่าว _____ สารคดี
 _____ การ์ตูน _____ วาไรตี้
 _____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3. ช่วงเวลาในการรับชมโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

_____ 06.01-9.00 น. _____ 9.01-12.00 น. _____ 12.01-15.00 น.
 _____ 15.01-18.00 น. _____ 18.01-21.00 น. _____ 21.01-00.00 น.
 _____ 00.01-03.00 น. _____ 03.01-06.00 น.

4. ท่านคิดว่าวันใดเหมาะสมในการออกอากาศละครโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

_____ วันจันทร์-ศุกร์ _____ เสาร์-อาทิตย์
 _____ ทุกวัน _____ วันหยุดนักขัตฤกษ์

5. ถ้ามีละครโทรทัศน์ฉายทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก ท่านคิดว่าควรอยู่ช่วงเวลาใด

_____ 06.01-9.00 น. _____ 9.01-12.00 น. _____ 12.01-15.00 น.
 _____ 15.01-18.00 น. _____ 18.01-21.00 น. _____ 21.01-00.00 น.
 _____ 00.01-03.00 น. _____ 03.01-06.00 น.

6. ละครแบบใดที่ท่านจะดูผ่านโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

_____ ละครสั้นในวันนักขัตฤกษ์ _____ ละครสั้นจบในตอน _____ ละครยาว

7. ละครโทรทัศน์ทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกควรมีเนื้อหาแบบใด

_____ รักโรแมนติก _____ ชีวิต สะท้อนสังคม _____ ขบขัน เบาสมอง

_____ ผี สยองขวัญ _____ แฟนตาซี _____ สืบสวน ฆาตกรรม

_____ ย้อนยุค _____ บู๊แอคชั่น

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8. เหตุผลที่ท่านจะดูละครโทรทัศน์ทางโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก

ส่วนที่ 4 แนวโน้มในการรับชมละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

1. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งเพียงใด

_____ ทุกวัน _____ 2-3 วัน/ครั้ง _____ อาทิตย์ละครั้ง

_____ 2-3 อาทิตย์/ครั้ง _____ เดือนละครั้ง

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2. ส่วนใหญ่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาใด (เรียงลำดับ 1-3)

_____ 06.01-9.00 น. _____ 9.01-12.00 น. _____ 12.01-15.00 น.

_____ 15.01-18.00 น. _____ 18.01-21.00 น. _____ 21.01-00.00 น.

_____ 00.01-03.00 น. _____ 03.01-06.00 น.

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการทำอะไรบ้าง (เรียงลำดับ 1-3)

_____ เช็คอีเมลล์ _____ อ่านข่าวสาร _____ เล่นเกมออนไลน์

_____ ดูคลิปวิดีโอ _____ ซื้อ-ขายของ _____ หาข้อมูล

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

4. ท่านเข้าเว็บไซต์อะไรบ่อยที่สุด (เรียงตามลำดับ 1-3)

1) _____

2) _____

3) _____

5. ท่านเคยดูคลิปวิดีโอทางอินเทอร์เน็ตหรือดูทีวีบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ดูผ่านเว็บไซต์อะไรบ้าง

_____ เคย(ระบุ) _____ ไม่เคย

ผ่านเว็บไซต์ _____

6. ถ้ามีละครโทรทัศน์ออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต ท่านจะเข้าไปดูหรือไม่ เพราะอะไร

_____ ดู _____ ไม่ดู

เพราะอะไร _____

7. ละครแบบใดที่ท่านจะดูผ่านอินเทอร์เน็ต

_____ ละครสั้นในวันนักขัตฤกษ์ _____ ละครสั้นจบในตอน _____ ละครยาว

8. ละครโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตหรือละครโทรทัศน์ออนไลน์ ควรมีเนื้อหาแบบใด

_____ รักโรแมนติก _____ ชีวิต สะท้อนสังคม _____ ขบขัน เบาสมอง

_____ ผี ของขวัญ _____ แฟนตาซี _____ สืบสวน ฆาตกรรม

_____ ย้อนยุค _____ บู๊แอคชั่น

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

9. ละครโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตหรือละครโทรทัศน์ออนไลน์ ควรมีระยะเวลาในการนำเสนอเท่าไร

_____ 15 นาที _____ 30 นาที _____ 1 ชั่วโมง

_____ 1 ชั่วโมงครึ่ง _____ มากกว่า 1 ชั่วโมงครึ่ง

10. ปัจจัยใดที่จะทำให้ท่านดูละครโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

_____ ไม่มีเวลาดูละครโทรทัศน์ทางทีวี

_____ ใช้เวลาอยู่กับคอมพิวเตอร์มากกว่าโทรทัศน์

_____ สามารถเรียกดูละครได้ตลอดเวลา

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

11. สิ่งที่ละครโทรทัศน์ยังขาดอยู่และอยากให้มี คือ

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี

การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตละครโทรทัศน์

โดย นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์

สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เอกสารที่ต้องการ

- ✓ ปรัชญา วิสัยทัศน์ ประวัติขององค์กรและผลงาน

ประเด็นคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท

- ประวัติการก่อตั้งบริษัทเป็นอย่างไร (การเข้าสู่ธุรกิจ, ผู้ถือหุ้น, ทุนจดทะเบียน, วิสัยทัศน์, ภารกิจ, เป้าหมาย, ผลงานที่ผ่านมา)

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการ

- บริษัทมีการบริหารจัดการในรูปแบบการวางแผน(Planning) การจัด โครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน(Organizing) การชักนำ(Leading) และการควบคุมอย่างไร(Controlling)
- เนื้อหาที่ผลิตออกมามีอะไรบ้าง สไตล์ในการนำเสนอเป็นอย่างไร
- ท่านมีธุรกิจอื่นที่ทำร่วมกับละครโทรทัศน์หรือไม่ และถ้ามีเป็นธุรกิจอะไร
- ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของบริษัท

ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

- มีการวางแผนด้านการตลาดอย่างไร
- จุดเด่นหรือภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นอย่างไร

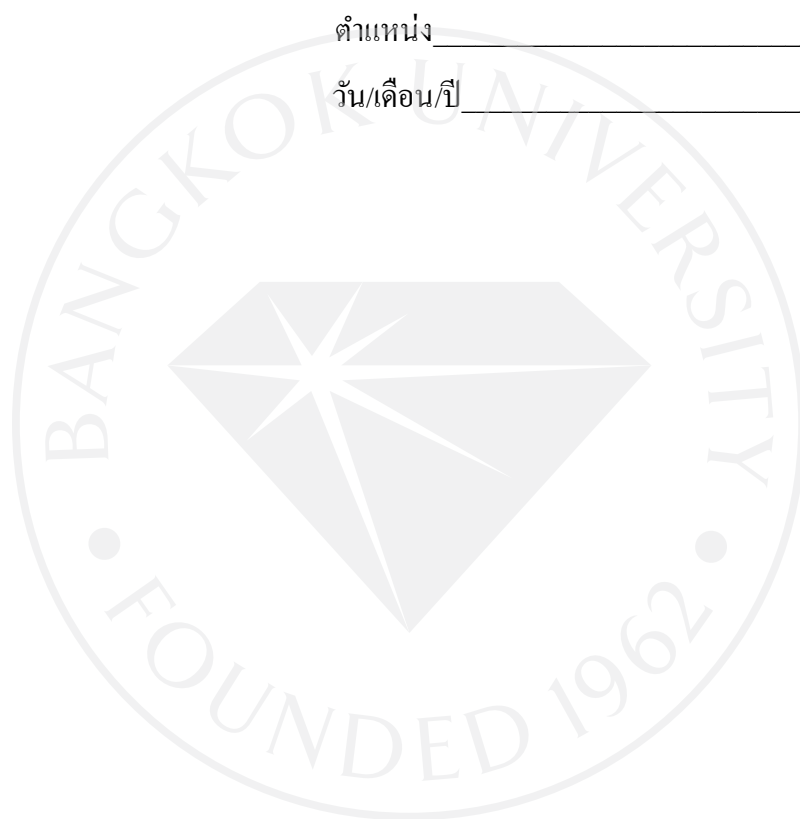
ประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาและแนวโน้มที่เกิดขึ้นในการผลิตละครโทรทัศน์

- ปัญหาและอุปสรรคในการทำละครโทรทัศน์ผ่านฟรีทีวี ทีวีแบบบอกรับสมาชิกและอินเทอร์เน็ตคืออะไร
- แนวโน้มในการผลิตละครโทรทัศน์ในอนาคต ควรจะเป็นรูปแบบใด

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____

ตำแหน่ง _____

วัน/เดือน/ปี _____



ถอดเทปสัมภาษณ์คุณยศสินี ณ นคร กรรมการผู้จัดการบริษัท เมคเกอร์ วาย จำกัด

- เข้ามาทำธุรกิจนี้ได้อย่างไร

จริงๆเข้ามาแต่เกิด ก็คือต้องบอกว่าเป็นธุรกิจที่เกิดมาก็เจอเลยเพราะว่าเป็นงานของคุณแม่ คุณแม่ที่เป็นนักแสดงมาก่อน พอทำงานแล้วก็อยากจะทำงานที่มั่นคงก็เลยผันตัวมาเป็นผู้จัดละคร ทีนี้พอมามีเป็นผู้จัดละครเนี่ยก็เรียกได้ว่าเป็นงานที่ดีและค่อนข้างจะมั่นคงพอสมควรก็เลยตั้งใจว่าถ้าลูก 2 คนมีความชอบก็จะให้มาตรงนี้ ทีนี้มันก็ประจวบเหมาะกันที่พี่กับน้องชายก็โตมากับกองถ่าย เราก็เรียนรู้มาและซึมซับมา ก็ค่อนข้างที่จะถูกจริตกับงานประเภทนี้ก็เลยคิดว่าทำงานนี้ก็แล้วกัน พอเรียนจบก็เริ่มงาน อย่างส่วนของพี่เนี่ยพอเริ่มทำงานมาได้ 3 เรื่องพี่ก็แยกบริษัทออกมาจากบริษัทแม่ บริษัทแม่ก็คือเป็นแม่กับน้องชาย แต่ของพี่นี่แยกออกมาอีกทีหนึ่งเป็นเมคเกอร์วาย นั่นคือส่วนของทีวี แล้วก็พอเรียนจบพี่ก็คุยกับพี่ตุ๊ก ที่สนิทๆกัน แล้วก็คุยกับพี่ต้น ลูกชายแม่หนู สรวงสุดา ชลลัมพี ก็แยกออกมาจัดรายการอีกหนึ่งบริษัทนั่นก็คือรายการเงาะถอครูบ ซึ่งไม่เกี่ยวกับที่บ้าน เป็นบริษัทของเพื่อนๆด้วยกัน บริษัทเงาะถอครูบนี่ก็จะทำรายการทีวีป้อนให้ช่อง 3 เริ่มจากรายการเงาะถอครูบ แล้วก็เปลี่ยนมาเป็นรายการตีท้ายครัวตอนนี้

- บริษัทมีการบริหารจัดการอย่างไร

วิธีการทำละคร 1 เรื่องก็เริ่มจากอ่านเรื่องก่อน เลือกเรื่องที่เราจะเล่า การเป็นผู้จัดละครเนี่ยพี่ก็ย้ำเสมอว่ามันเป็นหน้าที่ของการเล่าเรื่อง ก่อนอื่นใครก็ต้องหาเรื่องที่ต้องการจะเล่า อ่านแล้วเรามีความรู้สึกว่าเรามีอะไรที่เราอยากบอก อยากเล่า อ่านแล้วเราเห็นภาพ ทีนี้พอเราอ่านเรื่องแล้วเราก็เริ่มคิดภาพคร่าวๆว่า เห็นภาพใครเล่น เห็นภาพใครกำกับ แล้วก็ทำประมาณไหน แล้วก็ทำเป็นเปเปอร์ส่งไปที่ช่อง ที่สถานีก็จะอ่านแล้วก็จะดูว่าความต้องการของเรากับความต้องการของสถานีตรงกันไหม ถ้าเขาอยากได้เรื่องประมาณนี้เขาก็จะอนุมัติเรื่องนี้ออกมา พออนุมัติเรื่องออกมาเราก็จะทำงานต่อโดยการแคสตัวละคร ก็วางตัวละคร วางทีมงาน ผู้กำกับฯ ผู้ช่วย คนจะจัดไฟเราเห็นว่าละครเรื่องนี้ไฟควรจะเป็นอย่างนี้ ดังนั้นควรจะเป็นกราฟเฟอร์คนนี้ มุมกล้องควรจะเป็นอย่างนี้ ควรจะเป็นสวิทช์คนนี้ มันไม่ใช่แค่นักแสดงนะ เพียงแต่ว่านักแสดงเนี่ยมันจะเป็นส่วนของหน้าละคร ซึ่งในรายชื่อของเอ๊ย...เขียนบทก่อนเราต้องเริ่มจากเขียนบทก่อน คนเขียนบทเราก็ต้องดูว่าคนนี้ถนัดเรื่องนี้ เราก็แยกออกมาก็คือ ผู้กำกับ ผู้จัด คนเขียนบทต้องประชุมกันหนึ่งทีให้เห็นไปใน

ทิศทางเดียวกัน ว่าเราต้องการเล่าเรื่องอะไร เรื่องนี้เป็นนิยายเก่าเราต้องปรับขึ้นให้มันสมัยใหม่ใหม่ หรือว่าเป็นนิยายสมัยใหม่ต้องเพิ่มอะไรเข้าไปใหม่ นี่ก็จะเป็นหน้าที่ของ 3 คน ในขณะที่เราแคสต์ตัวนักแสดง เราก็ส่งรายชื่อนักแสดงกลับไปให้ช่องว่า นักแสดงคนไหนช่องโอเคไหม ถ้าช่องโอเคดี กลับมาเราก็ติดต่อให้นักแสดงมาทำงานว่าเขาพร้อมที่จะทำงานกับเราไหม แล้วเราก็วางทีมงาน โดยรวมด้วย ทีนี้พอบทพร้อม นักแสดงพร้อม ผู้กำกับพร้อม เราก็หาสถานที่อะไรทุกอย่างพร้อม เราก็เริ่มถ่าย หน้าที่ของผู้จัดตอนนี้ก็จะอยู่ในช่วงการแก้ปัญหาวันต่อวัน แล้วก็ดูแลความเรียบร้อยของกองถ่ายในระยะเวลาของการถ่ายทำทั้งหมดไปจนจบเรื่อง พอจบเรื่องเราก็ต้องเข้าห้องตัดต่อ หน้าที่ของเราที่ต้องเข้าไปดูว่าละครออกมาเป็นอย่างไรที่เราต้องการไหม หรือว่าถ้ามันมีปัญหาการถ่ายทำที่เราสามารถแก้ไขในห้องตัดต่อได้เราก็ต้องเข้าไปดูแลตรงนั้น ทีนี้พอมันเข้าที่เราก็ปล่อยให้เขาตัดต่อ แล้วเราก็เข้าไปดูผลงาน ตัดต่อเสร็จเราก็ลงเสียง เราก็ไปคุมเสียงอีก เสียงของทั้งหมดให้มันออกมาเป็นอย่างไรที่เราต้องการ ก็เป็นหน้าที่ของเรากับผู้กำกับที่จะต้องดูแลกันไป พอละครออกอากาศเราก็ต้องกลับมาคุมพียอร์ว่าเราจะพียอร์ละครเรื่องนี้ยังไง เราจะต้องลงหนังสือพิมพ์ เราจะมีการทำกิจกรรมอะไรใหม่ หรือสื่อบุคคลของแต่ละอาทิตย์จะเป็นอะไร นี่ก็คือผู้จัดจะต้องมาโคกกับพียอร์ต่อไป จนกว่าละครจะออกอากาศจบเรื่อง ต่อไปก็จะเริ่ม โปรเจกใหม่ที่เป็นขั้นตอนเดิม สิ่งที่คุณจัดทำพียอร์ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการลงหนังสือ แต่อย่างของช่องอย่างนี้ ช่องมีงานอะไรแล้วอยากได้นักแสดงที่เล่นละครไปออกงาน เราก็ต้องโคกกับช่องไปด้วย แต่ส่วนใหญ่เราก็จะดูแลแต่ส่วนของบริษัทเราจะ

- สักส่วนการบริหารงานภายในบริษัทเป็นอย่างไร

เมื่อก่อนสมัยคุณแม่เนี่ยใช้พนักงานประจำหมดเลยไม่ใช่ฟรีแลนซ์ สมัยที่คุณแม่ทำงานเนี่ยมันจะเป็นระบบครอบครัวมาก ระบบพี่น้อง พ่อแม่ ที่จะดูแลกันไป แต่ว่าสมัยนี้เราต้องยอมรับว่าการแข่งขันมันค่อนข้างสูง คนคนเดียวไม่ได้เหมาะกับงานทุกชิ้น เพราะฉะนั้นพี่จะมีพนักงานประจำอยู่แค่จำนวนหนึ่ง นอกนั้นก็จะเป็นฟรีแลนซ์เข้ามา เพราะว่าผู้ช่วยผู้กำกับจะต้องเข้าไปในห้องตัดต่อ ละครตลกผู้ช่วยผู้กำกับคนนี้ไม่ถนัดละครตลก พี่ก็ต้องเปลี่ยน เพราะฉะนั้นพี่ก็ต้องใช้ฟรีแลนซ์ส่วนพรีอบ ถ้าสุดที่พี่ทำแม่ค้าขนมหวาน พรีอบไม่เก่งพี่ก็ตาย เพราะว่ามันจะต้องมีการริเสิร์ชของการทำงานม ในขณะ พี่ทำจำเลยรัก พรีอบต้องเข้าป่า อย่างนี้พี่ก็ต้องเลือกคนให้เหมาะกับงาน นี่สำคัญที่สุด เพราะฉะนั้นทุกอย่างที่มันต้องเกี่ยวข้องกับหน้าละคร ทุกอย่างเราต้องใช้ฟรีแลนซ์ที่

ถนัดกับงานนั้นๆเข้ามา พนักงานประจำจะเป็นโปรดิวเซอร์ คนดูแลที่จะต้องต่อจากพี่อีกที คนที่จะต้องดูแลความเป็นไปในแต่ละวันและรักษาผลประโยชน์ของบริษัท คนทำคิวอันนี้พี่ใช้พนักงานประจำ ชูริกิจกองถ่าย คนที่จะต้องลงคิว วันนี้จะถ่ายเท่าไร เค้าจะต้องอยู่กับพี่โคกกับพี่โดยตรงว่า วันนี้ฉากบู๊ เราจะต้องลงน้อย เพราะวันไหนออกกองไปน้อยกว่า 15 ฉากก็ไม่คุ้มถูกไหมคะ เพราะฉะนั้นคนตรงนี้เนี่ยจะต้องเป็นพนักงานประจำ คนที่จ่ายดั่งค์ คุ่มดั่งค์ในการออกกองก็จะเป็นคนของบริษัทที่จะต้องดูแล อันนี้คือส่วนของการออกกอง นอกจากนั้นก็จะมีส่วนของพนักงานออฟฟิศก็จะมีพนักงานบัญชี ดูแลออฟฟิศ ส่งแฟกซ์อะไรอย่างนี้ แล้วก็จะมีส่วนอยู่ออฟฟิศคอยทำจดหมายก็จะมีอีก 1 จำนวน แล้วก็จะอีกอย่างคือตะลุมกองถ่ายที่พี่ทำป้อนช่องด้วย

- สถานีมีส่วนในการกำหนดแนวละครของเราหรือไม่

มีค่ะมีต้องมีแน่นอน เพราะเค้าเป็นเจ้าของดั่งค์ แต่ว่าช่องก็ไม่ได้บังคับ จะเป็นส่วนของการขอความร่วมมือว่าบางทีเค้าเห็นว่าเราถนัดกับละครแนวนี้ แต่ว่าบางทีจะทำอย่างอื่นก็ได้ แต่ขอให้ยึดแนวด้านนี้ไว้ ทางพี่จะเป็นแนวละครชีวิตหนักๆ ถนัดอย่างนั้น ช่องก็จะขอแนวชีวิตหนักๆมาหน่อย หรือว่าถ้าจะทำแนว comedy แต่ว่ายังมีดราม่ามาหน่อยก็จะมาทางนี้ คือตั้งแต่ดราม่าที่ค่อนข้างหนักหรือก่อนไปทาง comedy บ้างก็จะมาทางนี้ หรือว่าบางทีช่องเค้าจะซื้อเรื่องมาเยอะๆ เค้าก็จะดูว่าเรื่องนี้เหมาะเค้าก็จะแจงบว่าสนใจจะทำไหม ช่องเพิ่งซื้อมา เค้าก็จะเอามาอ่าน ถ้าเราชอบเราก็ทำ ถ้าไม่ชอบก็บอกว่าไม่ไหวค่ะ เค้าก็คืนได้ บทประพันธ์เนี่ยบางทีช่องก็ซื้อด้วย เค้าก็หาเองด้วยช่วยกัน เพราะมันหายาก ถ้าเราหาเรื่องเองเราก็เสนอไปทางช่อง ถ้าช่องชอบช่องจะซื้อเอง เพราะว่าลิขสิทธิ์ทุกอย่างอยู่ที่ช่อง

- การทำการตลาด

สำหรับเรื่องแม่ค้าขนมหวาน การตลาดก็เริ่มตั้งแต่ก่อนถ่ายว่านางเอกจะต้องทำขนม พี่ก็ส่งเซอร์รี่ไปเรียนทำขนม เค้าก็เริ่มจากตรงนั้น แล้วเราก็เริ่มทำการตลาด เราเปิดข่าวว่าละครเรื่องนี้เนี่ยเป็นการทำขนมจริงจัง เซอร์รี่จะต้องไปเรียนทำขนมมายังไงๆ นี่คือการตลาดตอนต้น ในช่วงการถ่ายทำจะเป็นการเก็บข้อมูลของแต่ละวันที่ถ่ายว่า คือ การตลาดเนี่ยมันเริ่มจากการอ่านบทว่าแต่ละฉากเนี่ยมันน่าจะขายได้ ฉากนี้ขายได้ เค้าก็จะตักไว้ พี่ก็จะต้องทำสตู๊ปของฉากเหล่านี้ในทุกอาทิตย์ เพื่อที่เมื่อละครออกอากาศทุกอาทิตย์เราจะมีข่าวส่งหนังสือพิมพ์ การบวงสรวงละครเราก็ต้องเชิญนักข่าว

เพื่อเป็นการบอกเล่าว่าเราจะถ่ายทำละครเรื่องนี้ มีนักแสดงคนนี้ แล้วพอเก็บข่าว จนพอละครออกเราก็เริ่มส่งข่าวสื่อบันนี้ แต่พอละครออกอากาศมันก็จะมีการเสริมเช่น ออกรายการของช่อง เช่น ราตรีสโมสร สีสันบันเทิง หรือว่าอย่างแม่ค้าขนมหวาน ล่าสุดเราก็มีการไปแจกขนมไทยที่ จตุจักร เราก็ไปเป็นการ ไปถึงตัวคนดูว่าทานขนมด้วยนะคะ ช่วยดูละครด้วยนะคะ หรือว่าพี่กับเซอร์รี่ก็ทำหนังสือทำมือเป็นสูตรขนมในละครและก็มาแจกให้สื่อมวลชนบ้างหรือว่าแจกให้กับคนทั่วไปบ้าง มันก็แล้วแต่เรื่องต่างๆ ไป เราทำทั้งในส่วนของคนดูและก็สื่อด้วย

เพลงละครส่วนใหญ่เราจะโคกกับค่ายเพลง อย่างที่พี่โคอยู่เนี่ยก็จะเป็นแกรมมี่กับเบเกอรี่ มีอยู่ 2 ค่าย ซึ่งเราก็ต้องเข้าไปคุยกับเขา จะมีการเซ็นสัญญา ซึ่งส่วนใหญ่เนี่ยเราให้เขาแต่งเพลง แต่ว่าเราอาจจะขอว่าให้นักแสดงร้องได้ใหม่ บางอันถ้านักแสดงร้องได้ แต่ว่าลิขสิทธิ์ทั้งหมดเนี่ยจะตกเป็นของค่ายเพลง เขาทำให้เราเขาไม่ได้คิดตังค์ แต่เขามีสิทธิ์ที่จะเอาเพลงไปทำอะไรก็ได้ ไปทำริงค์ โทน ไปเปิด ไปรวมอัลบั้ม จะไว้โปรโมทเพลงของนักร้องคนนี้ก็มีการคุยกันว่าเป็นไปได้ใหม่ว่าละครจะออกอากาศช่วงนี้ เพราะว่ามันจะออก มันจะเป็นการโคกกันอีกทางนึงนะคะ แต่ว่าลิขสิทธิ์เพลงจะอยู่กับเขาทั้งหมด นั่นก็คือส่วนที่เขาจะนำไปทำให้เกิดประโยชน์ในส่วนของเขาขึ้นมา

วีจีดี ดีวีดี ละครก็เป็นลิขสิทธิ์ของช่อง เพราะว่าในการทำละครเนี่ยผู้จัดไม่ได้เป็นผู้ขายโฆษณา นึกออกไหมคะ ช่องเป็นคนขายโฆษณา เวลาเป็นของช่อง เวลาโปรโมทใหม่เป็นของช่อง เพราะฉะนั้นเรารับค่าผลิตแล้วเราก็ทำส่งช่อง แต่อย่างรายการดีท่ายครัวเนี่ย พี่เขาเวลาช่องแล้วพี่ขายโฆษณา อันนั้นจะมีส่วนของการออกไปคุยกับเอเจนซี่โฆษณาเอง และอันนั้นก็ ลิขสิทธิ์ก็ครึ่งๆกับช่อง เขาเวลาที่แบ่งกับช่อง เป็น 60/40 70/30 หรืออะไรเนี่ยก็แล้วแต่ผู้จัด ข้อตกลงกับช่องว่าเป็นยังไง แล้วเราก็ขายเวลาในส่วนของเรา ช่องเขาก็จะมีเวลาอีกส่วนนึงที่เขาจะขาย

- แนวโน้มของละครทีวีในอนาคต

ออกทางอินเตอร์เน็ตมันก็มีความเป็นไปได้อยู่ มันเป็นไปได้แล้วนะตอนนี้ จะริรันหรือดูทางอินเตอร์เน็ต หรืออินเตอร์เน็ตที่เขาไปรวมและออกต่างประเทศมันก็เกิดขึ้นแล้ว และในต่างประเทศมันก็เป็นไปได้ที่เราจะรวมดีวีดีแล้วเอาไปขายที่อื่น พี่ว่ามันก็เป็นไปได้ในอนาคตอันใกล้นี้ละ มันไม่นานหรอกค่ะ มันก็เหมือนกับว่าทางเกาหลีเราก็เอาของเขามาดู เพราะฉะนั้นมันก็เป็นไปได้

เหมือนกันที่เราจะเอาไปให้เขาดูเหมือนกัน มันเคยเป็นสิ่งที่ดูเหมือน ไกลตัว แต่วันนี้มันเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ค่อนข้างสูง ที่ญี่ปุ่นเราก็มีการเช่าสัญญาณเคเบิล เราก็มีละครไทย มีอเมริกาก็มีดาวเทียมของช่องของอะไรอย่างนี้ คนไทยที่นั่นก็ได้ดูเหมือนกัน เพราะฉะนั้นมันก็เกิดขึ้นแล้วส่วนนี้ล่ะ เพียงแต่ว่ามันยังไม่สุดเท่านั้นเอง

โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกในประเทศไทยก็มีการเอาละครไปรีรัน แต่มันจะทำได้เมื่อบริษัทเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ อย่างเอ็กแซ็กท์อย่างนี้ พี่ไม่แน่ใจว่าเขาขายกันอย่างไรแต่ลิขสิทธิ์เป็นของเขา เพราะฉะนั้นเขาจะเอาละครไปรีรันก็ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของบริษัท แต่อย่างของช่อง 3 หรือช่อง 7 เนี่ยลิขสิทธิ์อยู่กับช่องซึ่งเป็นองค์กรที่ค่อนข้างใหญ่ พี่ไม่แน่ใจว่าเขาจะสนใจเรื่องการรีรันหรือเปล่า ส่วนใหญ่เขาจะรีรันในช่องเอง อย่างช่อง 3 เขาก็จะเอาละครเก่ามารีรันซะใหม่คะ ทีนี้ถ้าช่องจะเอาไปรีรันตามเคเบิลเนี่ยพี่ไม่แน่ใจว่ามันจะเกิดขึ้นหรือเปล่า

ส่วนการการผลิตใหม่เพื่อเคเบิลก็ต้องเป็นส่วนของเขา แต่อย่างส่วนของพี่เนี่ยพี่ทำป้อนช่อง 3 เพียงอย่างเดียว ถ้าช่อง 3 มีเคเบิลอย่างนั้นนะ พี่อาจจะผลิต

- ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

มันมีทุกวัน ถ้าในส่วนของพี่มันคือคน มันคือส่วนของการบริหารคน ฉะนั้นปัญหาในทุกวันนี้มันจะไม่ซ้ำ เราจะเริ่มจากการ manage คนให้ทำงานตรงกับงานก่อนในการทำงานตอนต้น อันนี้คือพีรโปรดักชั่นคือการวางงานให้ตรงกับคน เมื่อมาถึงโปรดักชั่นอยู่ในส่วนของการดูแลให้ทุกคนผ่านวันทำงานไปได้อย่างมีความสุข มันอยู่กับความต้องการของคนในแต่ละวันละ ปัญหาก็คือคนนี้ต้องการอะไร คนนี้อยากได้อะไร คนนี้อยากทานอะไร คนนี้เหนื่อยไหม คนนี้ไม่สบาย คนนี้ท้องเสีย หรืออะไรอย่างนี้มันก็จะเป็ปัญหา หรือถ้าในส่วนของการทำงานมันคือการแก้ปัญหาในการเป็นผู้จัดมันคือการแก้ปัญหา รถไฟฟ้าว่า นักแสดงรถชน บทไม่ผ่าน ผู้กำกับไม่ชอบนักแสดง คนนี้ นักแสดงคนนี้ไม่ชอบกับนักแสดงคนนั้น มันจะเป็นปัญหาที่เราต้องแก้ไข คนนี้ดีกัน บทมาไม่สนุกต้องแก้บทเดี๋ยวนี ไฟไม่พอ พร้อบไม่ได้ มันก็จะเป็ปัญหาในแต่ละวันของมัน ไป พอไปในส่วนของโพสต์โปรดักชั่น ก็จะเป็นเรื่องของผ่านเทคนิคแล้ว เสียงอันนี้ได้ไหม ถ้าทำอย่างนี้เราจะแก้ไขยังไง มันคือการแก้ปัญหาให้งานผ่านพ้นไปได้ คืองานเนี่ยเราต้องการจะเล่าเรื่องอันนี้ ในการ

ที่เราจะเล่าเรื่องจากต้นไปจนจบเนี่ยเราต้องแก้ปัญหาที่มันมีมาตลอดทางเพื่อให้งานเราไปถึงจุดที่เราต้องการให้ได้ทำนั่นเอง

- คนชอบละครแบบไหน

อันนี้ที่ตอบไม่ได้ละ ที่พูดจริงๆนะตอนนี้เป็นคำถามโลกแตกมาก พี่ว่าคนชอบละครที่คนดูสนุก ไม่ว่าจะเป็ละครผี ละครตลก ละครชีวิต ละครบู๊ หรือละครอะไรก็แล้วแต่ ต้องสนุก ต้องดูสนุก ไม่พยายามเป็นอย่างนู้นอย่างนี้ พยายามเป็นตัวของตัวเองอย่างชัดเจน แล้วเล่าเรื่องออกมาได้เข้มข้นถูกใจ แซ่บ ถูกปาก ถูกรสชาติคนไทย ไม่ว่าจะเป็หนัง ไม่ว่าจะเป็อะไรต้องดูสนุก เราดูแล้วเราจะสาวยตาไม่ได้อะ คนชอบดูอะไรที่บันเทิง ที่สนุกแล้วก็น่าติดตาม ก็ต่อให้ทุกอย่างดี แต่บทอ่อนแล้วเรื่องออกมาไม่สนุกมันก็ไม่เป็ประโยชน์

- การเข้าสู่ธุรกิจของผู้จัดหน้าใหม่

เข้ยากอยู่ก็ยาก พี่จะบอกว่าถ้าพี่ไม่ใช่คนนักแสดงเนี่ย พี่จะบอกว่าวงการทีวีมันค่อนข้างจะเป็ปิดอยู่พอสมควร แล้วการเป็ผู้จัดละครเนี่ยเรารับผิดชอบเงินไม่ใช่แค่ด้านสองด้าน ละครต่อเรื่องเนี่ยมันหลายสิบล้าน เพราะฉะนั้นความไว้วางใจที่เขาจะส่งเงินจำนวนนี้มาให้เราทำงานมันต้องได้รับความไว้วางใจ เข้มาก็ยาก เข้มาแล้วทำงานให้เขาเรื่องหนึ่งแล้วทำงานให้เขาไม่ได้เนี่ยอยู่ต่อไปก็ยาก แล้วก็มันเป็งานที่จุกจิก งานที่เมื่อเป็ผู้จัด พี่บอกไว้อย่างนี้ว่าเมื่อใดที่คุณลุกขึ้นมาเป็เจ้าของกิจการ คุณจะไม่มึวันหยุด พนักงานมีเสาร์อาทิตย์ เขาซาร์ตออฟแล้วเขาไปทำอย่างนู้นอย่างนี้ แต่ถ้าเป็เจ้าของกิจการคุณไม่มีวันหยุด เราก็ยังต้องคิดงานของเราต่อ เราเห็นนู้นเราก็คิดถึง มันจะเป็ นส่วนหนึ่งของชีวิต ถ้าคุณไม่รักงานที่คุณทำเนี่ยชีวิตคุณจะหาไม่มาก จบสิ้นมาก จริงๆนะ ไม่ว่าจะคุณจะได้เงินมามากแค่ไหนคุณจะไม่มีความสุข เพราะฉะนั้นมันอยู่ที่เมื่อคุณได้โอกาสนี้แล้วคุณจะอยู่ต่อไปได้ไหม แล้วคุณจะพิสูจน์ตัวเองได้ไหม แล้วคุณจะรับกับชีวิตแบบนี้ได้ไหมด้วย มันเป็งานที่เราจะไม่มึชีวิตส่วนตัวของเราอีกต่อไป ในผู้จัดนะ เราต้องอยู่กับคน เราจะต้องดูแลเขาไป เราจะต้องคิดงาน เราจะต้องอะไรอย่างนี้ต่อไปเรื่อยๆ เพราะฉะนั้นใครที่เข้มาทำอย่าคิดว่ามันสวยหรู คุณีเหมือนที่เราเห็นในทีวี ไม่ใช่เราสนุกสนานคุยกับนักแสดงมันไม่ใช่แค่นั้น มันมีความรับผิดชอบ มันมีความเครียด มันมีความวิตกกังวลอยู่เบื้องหลังนั้นอีกเยอะมาก ถ้ายัง ังคิดให้ดีซะก่อนที่จะเข้มา

- แนวโน้มของละครในอนาคต

มันก็คงจะเปลี่ยนเพราะ โลกมันเปลี่ยน หน้าละครมันเปลี่ยน โดยเฉพาะเสื้อผ้าหน้าผม โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ของละครมันก็ต้องเปลี่ยนอยู่แล้ว แต่หัวใจของละครมันคือการเล่าเรื่องเกี่ยวกับรัก โลก โกรธ หลง ของมนุษย์มันก็คงไม่เปลี่ยนไปเท่าไรหรอก เมื่อ 20 ปีที่แล้ว คนอกหัก คนเสียใจ คนรักกันแล้วความรักไม่สมหวัง คนเข้าใจ วันนี้คนก็เข้าใจความรู้สึกนั้น แต่ถามว่าหน้าละครอาชีพ จากที่เคยเป็นหมอ ตำรวจ มันก็มีอาชีพนักธุรกิจ เล่นหุ้น เป็นนักบินอวกาศ คือความคล่องตัวของ ละครมันเปลี่ยนไป แต่หัวใจของการเล่าเรื่องที่จะต้องคิดกับความรู้สึกที่คนเราทุกคนรู้จัก ความรัก ความโกรธ ความสูญเสีย หัวใจของละครมันอยู่ตรงนี้ หัวใจของละครมันคงจะไม่เปลี่ยน แต่ว่าการ เล่าเรื่องเราจะต้องเปลี่ยน ไปให้เข้ากับยุคเข้ากับสมัยเท่านั้นเอง หน้าละครเท่านั้นที่จะเปลี่ยนไป แต่ สิ่งที่จะดึงให้คนดูละครก็คือหัวใจของละคร พี่ว่ามันไม่เปลี่ยนไปเท่าไร นึกออกไหม เช่นพี่พูดว่า พระเอกเล่นหุ้นเสียล้มละลาย 100 ล้าน คนที่เขาเดินเข้ามาไปทำสวนกลับมาบ้านเขาไม่เข้าใจ แต่ผู้ชายคนนึง ไปรักผู้หญิงคนนึง แล้วผู้หญิงคนนี้ไปรักคนอื่นแล้วผู้ชายคนนั้นเสียใจ นักธุรกิจเข้าใจ เล่นหุ้นเข้าใจ ชาวนาเข้าใจ ชาวสวนเข้าใจ นึกออกไหมเนี่ยคือสิ่งที่เราต้องเล่าให้เขาฟัง เพราะว่าพี่ เลือคนดูไม่ได้ ละครที่ทุกคนดูเปิดมาต้องดูสนุก ไม่ว่าคุณจะทำงานอะไร ไม่ว่าคุณจะไปออกแล้ว คุณกลับมาบ้านเจออะไรมาคุณต้องเข้าใจเมสเสจของละคร หน้าละครเท่านั้นเองที่เปลี่ยนไป

ถอดเทปสัมภาษณ์คุณธงชัย ประสงค์สันติ กรรมการผู้จัดการบริษัท คำพอดี จำกัด

- เข้ามาทำได้อย่างไร

ก็ที่เข้ามาทำในช่อง 7 ก็อาจจะเป็นเพราะว่าผู้บริหารอาจจะสนใจในตัวเราซะส่วนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านพิธีกร แนวความคิด และอีกส่วนหนึ่งก็คิดว่าคุณสุรางค์ เปรมปรี ก็คงจะได้ดูละครเทิดพระเกียรติอยู่หลายเรื่อง เป็นละครสั้นๆ สองชั่วโมง เช่นเรื่องผู้หญิงอยากกอดตลอดชีวิต ชัยชนะของแม่ สายใยแห่งรัก แล้วพอเข้าไปทำช่อง 7 ก็ได้ทำละครวันพ่อแห่งชาติ เรื่องลูกกระนาค คู่ิงสุทธิราช กับพ่ออืดสุประวัตินั่น เป็นตามขั้นตอนก็ไปเสนอละคร ไปเสนอตัว เรื่องแรกที่ได้ทำก็คือเรื่องเพลงรักริมฝั่งโขง เอาสาวลาวจากประเทศลาว เล็กชานดร้า บุญช่วย แล้วก็เวียร์ ศกลวัฒน์ พระเอกช่อง 7 ที่ฮิตเหลือเกินตอนนี้

- กระบวนการpreproduction, production, post production เป็นอย่างไร

งานที่คำพอดีที่เป็นบริษัทลูกของ work point เนี่ย ส่วนมากจะเกิดจากทีมงานและตัวพี่เองเป็นหลัก อย่างเพลงรักริมฝั่งโขงเนี่ย เราก็ได้อเล็กซานดร้ามา เข้ามารายการคุณพระช่วย มาร้องเพลงสาวลาวบ่าวไทย คุณประภาส ชลศรานนท์ ก็เห็นว่าไอเดียดี ก็ลองเสนอละครเรื่องนี้ไปที่ช่อง 7 คู่ก็ได้รับการอนุมัติ เกิดจากความชอบของเราก่อน การจะทำอะไรก็แล้วแต่ เราชอบ เรานัด เรื่องที่เราสนใจอยู่เราก็ทำเรื่องนั้น เพลงรักริมฝั่งโขงนี้ เราชอบเรื่อง วัฒนธรรมอยู่แล้ว ชอบเรื่องเพลงอยู่แล้ว แล้วเราก็ชอบละครอยู่แล้ว มันก็ไม่มีอะไรที่จะไม่ให้เราทำเรื่องนี้

ในเรื่องของทีมงาน ก็สร้างทีมขึ้นมา มีคนเขียนบท ก็ใช้ฟรีแลนซ์ แต่ว่าเราบริหารตัวเองทั้งหมด แล้วก็มาทำความเข้าใจว่าทิศทางของบท การพัฒนาจะไปทางไหน ทุกอย่างเกิดจากเราหมด เสื้อผ้าก็เกิดจากเรา เสื้อผ้าต้องเป็นอย่างนี้นะ อยู่บ้านนอกห่างจากอำเภอนครพนมไป 40-50 กิโลเมตร ดังนั้นเสื้อผ้ามันก็จะต่างไปจากคนเมืองหน่อยนึงแต่ก็เป็นยุคปัจจุบัน มีไหมได้บ้างถ้าเค้าไปงานบุญอะไรแบบนี้ ก็ลงรายละเอียดไปตามเรื่องราว แต่ที่สำคัญก็คือคนประสานงาน โปรดิวเซอร์เอง อันนี้เป็นคนของพี่ คนนี้พอรับคำสั่งจากพี่ไป ก็ต้องไปแจกงานว่าใครต้องรับผิดชอบอะไรส่วนไหนบ้าง ต้องประสานงานกับจังหวัด ละครทุกๆเรื่องเกิดจากตัวพี่ ทีมงานที่แบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ศิลามณีก็เหมือนเดิม มีฟรีแลนซ์มาผสมบ้าง มากกระตุ้นคนทำงานภายในที่มันทำมา

ทุกวันละ ซินละ เอาเข้ามาเพื่อให้เค้าเห็นงานใหม่ๆบ้าง แล้วที่ต้องมีมุมมองใหม่ๆให้ทีมงาน ให้เค้าเห็นว่า เออพี่ชังคิดไปไกลมาก พี่ไม่อยากให้ใครในทีมงานรับอะไรง่าย ๆ ไม่ใช่พี่ชังคิดอย่างงี้ดีแล้ว ให้คิดไปให้มันสุดก่อน ดีกว่านี้ไม่มี ไอ้เอาง่ายนี้มัน ใ้ได้อยู่แล้ว ลองทิ้งคำว่าพอเหอะ ดีแล้ว ไปอีก มุมหนึ่งสิ ไปให้ไกลอีกไม่ได้เดี๋ยวล้อกว่ากัน ไปให้มันสุดๆก่อน งานทุกอย่างเกิดจากพี่ แล้วมีคนคอยสานงานต่อ งานทุกอย่างละเอียดมาก สิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำงานคือ ต้องมีใจรักงาน พร้อมทั้งจะทุ่มเท ไม่อยากให้ทำงานเพราะตงงาน ไม่อยากให้ทำงานเพราะเงินอย่างเดียว อยากให้ทำงานด้วยความภาคภูมิใจ อยากให้คนทำงานรู้ว่าเรามีส่วนในงานตรงนี้ อยากให้ทุกคนทำงานด้วยความรักกัน ถ้าใครไม่มีความรักเลยเพื่อนๆไม่รักเลย ใน 4-5 เดือนที่ถ้าละครเนี่ยทำให้เพื่อนรักได้ใหม่ ทำให้เพื่อนเห็นว่าตัวเองมีคุณค่าได้ใหม่ เพราะพี่เชื่อว่างานทุกส่วนสำคัญหมด งานทุกส่วนมีพื้นที่ของตัวเองด้วยกัน พี่เก่งคนเดียวไม่ได้ นื่องๆทุกคนต้องเก่ง พี่จะเป็นคนที่ให้เกียรติคน ให้การยอมรับกับคนที่ทำงานกับพี่ เพราะพี่เริ่มต้นจากตัวประกอบ พี่ได้เห็นมาจากคนเล็กๆแล้วก็คนใหญ่ เมื่อเราใหญ่ขึ้นโตขึ้น เราก็ต้องเห็นคนเล็กๆ เป็นอย่างงั้น

- ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

มีทุกวันตำรวจมาได้ เจ้าของบ้านบอกพอแล้วนะเลยเวลาแล้ว เปลี่ยนใจแล้วนะไม่ให้ถ่ายแล้ว ดาราจะไปถ่ายสอง ฝนตก เสื้อผ้าโศด เสื้อผ้าอันนั้นไม่อยู่ อุปกรณ์เข้าฉากไม่ครบแต่เราต้องแก้ไขด้วยความใจเย็นมีสติ แต่เราเอาใจทุกอย่างพุ่งไปทำงาน ถ้าคนใดคนหนึ่งใน 60-70 คนมีใจไม่รักงาน มันจะทำให้งานเสีย แต่ฝนตกเนี่ยก็เยอะแล้วถ่ายในฤดูฝน เราก็ต้องปรับเปลี่ยนบทปรับเปลี่ยนฉากเอาเข้ามาถ่ายข้างในบ้านบ้าง

- มีการวางแผนการตลาดอย่างไร

อันดับแรกช่องเป็นคนกำหนดเรื่องที่เราทำ เรากำหนดเรื่องไปช่องชอบช่องก็โอเค บางทีช่องก็เอาเรื่องที่มีอยู่มาให้เราทำ ส่วนตัวผมผมดูละครเกือบทุกเรื่องของช่อง 7 เพื่อให้เห็นภาพรวมผมดูทุกช่อง หนึ่งเราก็ต้องดู เพื่อให้เราเห็นภาพรวม กระแส ทิศทางของหนัง มันบอกไม่ได้หรอกว่ามันจะแม่นยำว่าทำแล้วจะดัง แต่มันควรจะมีมุมมองทิศทางบ้าง มันประกอบการ มีการจัดอีเวนท์ก่อนละครออกอากาศ มีการฟิวเจอร์ ช่องทำให้ การเอาเพลงไปเปิดมันก็ต้องร่วมกัน พี่จะเป็นคนอินกับละคร เอาเพลงไปเปิดสถานีนี้สิ เราเคยรู้จักใครบ้างก็ไปฝากๆเค้าไว้ คือพี่จะไม่จบที่งาน พวก

เรื่องลิขสิทธิ์นี่ก็แล้วแต่ตกลงกัน ตอบไม่ได้ มันเป็นในเชิงธุรกิจ มีขายริงโทนที่ช่อง 7 ครับ ทุกเรื่อง มีหมด ให้ช่อง 7 เป็นคนทำให้ พี่ชอบที่มันเป็นหมวดหมู่ ช่อง 7 นี้เค้าเป็นยานแม่อยู่แล้ว ใจเราก็ออยู่ที่นั่นที่เดียวเลย

- แนวโน้มละครในเคเบิลทีวีเป็นอย่างไร

ไปริรันในเคเบิลทีวีมันแน่นอนอยู่แล้ว ทุกวันนี้ก็ทำอย่างนั้นอยู่ พี่มองว่ามันวนนะ ถ้าให้พี่มองไกลๆนะ ละครไทยควรจะขายประเทศจีนได้ ละครไทยควรจะขายเกาหลีได้ ไปอเมริกา ควรจะไปทั่วโลกได้แล้ว ถึงจะถือว่าประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเอาทีวีรันในเคเบิลทีวีมันก็วนไปมา เหมือนคูลิเกอะ คณะเดียวดูได้หลายๆครั้ง มันก็ขายได้แต่ว่ามันจะไม่โต พี่ว่ามันควรจะไปฉายเมืองนอกได้แล้ว

ละครแต่ละเรื่องก็มีวีซีดีขายอยู่แล้ว ที่ร้ายก็คือก็โทรไปสั่งซื้อที่อินเตอร์เน็ตก็ได้ 300-800 บาททั้งเรื่อง พี่มองว่าเคเบิลต้องการเซฟคอสมากกว่าในการเอาละครมาริรันนะ ก็แค่ความประทับใจคนดูว่างก็ดู ตอนไหนไม่ดูก็ดูได้ ตอนนี้ซื้อที่ไหนก็ได้ กม.ยังเข้าไม่ถึงด้วยซ้ำไป อยากรูสึกิลานนี่ก็สั่งซื้อเลยมีทุกตอนแล้วเก็บไว้ในบ้านเองได้ด้วย เคเบิลอาจจะเป็นทางเลือกหนึ่ง พี่ว่าเคเบิลเหมาะกับคนต่างจังหวัดมากกว่า สำหรับคนกรุงเทพฯมีทรูดูอยู่แล้ว เคเบิลสำหรับคนเงินน้อย มีงานดาวเทียมก็ดูทั้งวัน เป็นทางเลือกมากกว่าฟรีทีวี

- คนชอบดูละครแบบไหน

ตอบไม่ได้ ตอบได้แต่ว่าคนชอบดูละครแต่ว่าละครแบบไหนก็แล้วแต่ หนูชอบน้ำพริกกะปิปอย่างเดียวไหมล่ะหนูก็ต้องดูหนังบู๊บ้าง ดูหนังผีบ้าง ดูราม่าบ้างแล้วแต่อารมณ์ บางคนชอบดูเค้าจะชอบจริงๆ เช่นผู้ชายชอบดูแอ็คชั่น คือมันเป็นอาหารเอ็นเตอร์เทนที่ทุกคนต้องดู

- นักธุรกิจหน้าใหม่เข้าไปสู่ธุรกิจได้อย่างไร

ต้องสร้างคุณค่าให้ตัวเองก่อน ถ้าเป็นนักศึกษาต้องไปฝึกงานต้องเรียนรู้กับค่ายละคร ประกาดหนังสือต้องสร้างชื่อตัวเองก่อน มันไม่เหมือนกับธุรกิจขายเต้าหู้ เอาบ้านเข้าแบงก์ เอาเงินมาทำ การลงทุนมันสูงมาก ผู้จัดละครเค้าก็ต้องดูว่าทำแล้วต้องตอบโจทย์เค้าได้ มุมมองวัยรุ่นอาจ

มองว่าละครไทยน้ำเน่า อยากจะเข้าไปปรับปรุง ความคิดดี แต่ทำให้เห็นหน่อยได้ไหม อย่างรอว่าจะเป็นผู้จัด ถ้าเก่งนะ ทำเลย ทำอะไรก็ได้ ทำหนังสั้นก็ได้ เอามาดูก่อน ต้องสร้างคุณค่าความคิดให้ตัวเองก่อน แต่พีกลับมองว่าน้ำเน่าเป็นคาร์เร็กเตอร์ของละครไทย เกาหลี ญี่ปุ่นเค้าก็เมื่อเค้าจะตาย แต่ทำไมเราจะมีคาร์เร็กเตอร์ไทยมีความเป็นไทยมาก เราไม่มองออกจากตัวเองไปมาก ไม่เห็นแต่ของฝรั่งดี เกาหลีดี เราต้องกลับมาคิดว่าทำไงจะให้น้ำเน่าเรามีคุณค่า ทำไงจะเอาความเป็นไทยใส่เข้าไปได้ เพราะถึงที่สุดแล้วทำยังไงให้เป็นฝรั่งนะ มันก็ต้องถามหาหลายเซ้นต์ของตัวเองอยู่ดีว่ามันอยู่ที่ไหน อะไรบ้างที่เป็นคาร์เร็กเตอร์ของละครหนู มันก็คือความเป็นไทยอยู่ดีแหละ พี่ว่าเราพัฒนากี่ส่วนนึงให้มันมีคุณภาพมากขึ้น ลงทุนมากกว่านี้หน่อย นักแสดงจะปรับตัวเองให้มีคุณค่ามากขึ้น นักแสดง ผู้จัดควรรได้ค่าจ้างที่สมน้ำสมเนื้อมันดีแน่ ตอนนี้เนี่ยเล่นละครเพื่อให้เป็นข่าวบางทีเป็นข่าวมากกว่าละครที่ตัวเองเล่นอีก จริงๆถามว่าผลงานเล่นเรื่องอะไรไม่รู้ แต่เป็นข่าวจิงเลย เมื่อไหร่มันจะหมดไปสักที พี่อยากให้งานนำหน้าเป็นเรื่องดีที่สุด

ศิลาฉนิที่สอดแทรกความเป็นไทยเข้าไปเยอะ เสื้อผ้าหน้าผม สำเนียง มันก็เป็นอย่างนั้น แดจังกึมก็มีวัฒนธรรมอย่างนั้นนะ สมุนไพรเราก็มี ปรงยาอย่างงั้นนะ เราเร่งรัดที่จะวิ่งไปข้างหน้าแต่ไม่ทำตรงนี้ให้ดี

บทประพันธ์เรื่องย่อที่ออกเป็นหนังสือเล่มละ 25 บาท เค้าก็ซื้อจากช่อง 7 ถ้าเป็นเรื่องของเราเค้าก็จะมาซื้อกับเรา

งบดุลของบริษัท อัทธรามา จำกัด (Most likely Case)

บริษัท อัทธรามา จำกัด		งบดุล	
วันที่ 31 ธันวาคม 25X0			
สินทรัพย์		หนี้สินและทุน	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สิน	
เงินสด	19,834,000	เงินกู้ธนาคาร	9,000,000
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	
		หุ้นทุน	10,834,000
รวมสินทรัพย์	19,834,000	รวมหนี้สินและทุน	19,834,000
บริษัท อัทธรามา จำกัด		งบดุล	
วันที่ 31 ธันวาคม 25X1			
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สิน	
เงินสด	30,277,995	เงินกู้ธนาคาร	9,000,000
ค่าประกันและค้ำจำสำนักงาน	50,000		
เงินเดือนพนักงานและผู้บริหาร (10เดือน)	250,000		
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	100,000		
ค่าใช้จ่ายอื่นของบริษัท	300,000		
ค่าผลลดครต่อเรื่อง(เพิ่ม10%ทุกปี)	14,344,000		
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์	1,425,400		
ค่าใช้จ่ายในการทำเว็บไซต์	1,160,000		
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ค่าง่ายภายใน	500,000	หุ้นทุน	10,834,000
ค่าเสื่อมราคาค่าง่ายภายใน	49,000	กำไรสะสม	29,042,395
อุปกรณ์สำนักงาน	350,000		
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	70,000		
รวมสินทรัพย์	48,876,395	รวมหนี้สินและทุน	48,876,395

งบกำไรขาดทุนของบริษัท อัทครามา จำกัด (Most likely Case)

บริษัท อัทครามา จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน ปีที่ 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			บริษัท อัทครามา จำกัด งบประมาณกำไรสะสม ปีที่ 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
รายได้			กำไรสะสมต้นงวด	-
ขาย	-		กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(526,500)
ต้นทุนขาย	-		เงินปันผล	
กำไรขั้นต้น (Gross profit)	-		กำไรสะสมปลายงวด	(526,500)
ค่าใช้จ่าย				
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	-			
ค่าเสื่อมคกแต่งภายใน	-			
ค่าเสื่อมอุปกรณ์สำนักงาน	-			
รวมค่าใช้จ่าย	-			
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	-			
ดอกเบี้ยจ่าย	(526,500)			
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(526,500)			
ภาษีเงินได้ (30%)				
กำไรสุทธิ	(526,500)			

บริษัท อัทครามา จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน ปีที่ 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			บริษัท อัทครามา จำกัด งบประมาณกำไรสะสม ปีที่ 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
รายได้			กำไรสะสมต้นงวด	(526,500)
ขาย	76,321,000		กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	31,923,395
ต้นทุนขาย	(27,546,000)		เงินปันผล	(1,083,400)
กำไรขั้นต้น (Gross profit)	48,775,000		กำไรสะสมปลายงวด	30,313,495
ค่าใช้จ่าย				
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	(2,524,650)			
ค่าเสื่อมคกแต่งภายใน	(49,000)			
ค่าเสื่อมอุปกรณ์สำนักงาน	(70,000)			
รวมค่าใช้จ่าย	(2,643,650)			
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	46,131,350			
ดอกเบี้ยจ่าย	(526,500)			
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	45,604,850			
ภาษีเงินได้ (30%)	(13,681,455)			
กำไรสุทธิ	31,923,395			

ประวัติผู้แต่ง

นางสาว ไปรยา บุญบุตร จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาวิทยาและสื่อสารการแสดง
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี พ.ศ.2549 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท
ศาสตร มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ ในปีพ.ศ. 2550

