

ธุรกิจละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในยุคโลกาภิวัตน์

Business folk drama on television in the age of globalization.

ศุภโชคชัย นันทศรี¹, พิมพ์นารา บรรจง¹

บทสรุป

ธุรกิจละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นการสร้างกระแสวัฒนธรรมให้กลายเป็นการเลือกสรรการนำเสนอละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์อย่างน่าสนใจทำให้ผู้รับสื่อสามารถคล้อยตามได้แม้จะไม่มีอิทธิพลโดยตรงกับผู้รับสาร แต่ก็มีอิทธิพลทางอ้อมกับผู้รับสาร สื่อมวลชนเป็นผู้สร้างความจริงเทียมโดยการนำเสนอข่าวสารในบางประเด็นให้มีความสำคัญเกินความเป็นจริงโดยใช้เทคนิคการพาดหัวข่าวใหญ่ที่สุด ซึ่งในกระแสวัฒนธรรมพื้นบ้านของไทย เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสื่อเหล่านี้เกิดความชื่นชอบและติดตามละครพื้นบ้านจากดารา ศิลปินที่แสดงได้

การปลูกฝังค่านิยม ทศนคติการนำเสนอละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์อย่างชาญฉลาดซึ่งสื่อสามารถสร้างวัฒนธรรมไทยได้จากการปลูกฝังทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ จากผู้รับสารที่เสพสื่อ โดยเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมที่ผู้เสพสื่อไม่รู้ตัว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ประสบความสำเร็จ

การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ เป็นวิธีการหนึ่งที่จะสร้างกระแสละครพื้นบ้านได้ในสังคมไทย เพราะว่าแนวคิดนี้เป็นการเจาะจงผู้บริโภคสื่อ จากการใช้ประโยชน์กระแสคลังโคลัวัฒนธรรม โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่คลั่งในตัวศิลปิน ดารา จึงทำให้พอใจโดยการใช้ศิลปิน ดารา เป็นแบรนดสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคโดยการใช้การเฟิงพาสื่อ ซึ่งจะแฝงไปด้วยทัศนคติ และค่านิยมในวัฒนธรรมไทย ส่งผลให้เกิดธุรกิจอื่นๆตามมา เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย แพชั่น และอาหารไทยตามมาในอนาคต

การใช้สื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) เป็นการสร้างกระแสวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารผ่านบุคคล การส่งเสริมการขายส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ของธุรกิจ หากธุรกิจสามารถผสมผสานการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด หลาก ๆ ชนิดเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ก็สามารถผลักดันให้เกิดเป็นกระแสวัฒนธรรมทางละครพื้นบ้านที่เข้มแข็ง และทรงพลังมากพอที่จะช่วยสนับสนุนการตลาดของธุรกิจได้อย่างดี

¹อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

กลยุทธ์ 3A ได้แก่ กลยุทธ์ปรับตัว (Adaptation), กลยุทธ์เกาะกลุ่ม (Aggregation) และ กลยุทธ์เล็งผล (Arbitrage) กับธุรกิจโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้การเลือกกลยุทธ์ที่กล่าวมาต้องคำนึงถึงศักยภาพและความพร้อมของตนเอง ซึ่งก็ยังมีประเด็นที่ธุรกิจต้องคำนึงถึงควบคู่กันไป ที่เกิดจากการเลือกกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย นั่นคือค่าใช้จ่ายหรือการลงทุน เนื่องจากกลยุทธ์ปรับตัว จะเป็นกลยุทธ์ที่จะเน้นการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง จึงต้องมีการจัดสรรเงินทุนไปกับการทำตลาดด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าโดยตรง และอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละตลาดย่อยของแต่ละประเทศ ธุรกิจจึงควรต้องพิจารณาในเรื่องของอัตราส่วน Advertising-to-Sales ขณะที่กลยุทธ์เกาะกลุ่มจะเน้นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในระดับภูมิภาค ความแตกต่างของตัวสินค้า ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) เพราะการวิจัยจะช่วยอุดช่องว่างให้ธุรกิจเข้าใจถึงความต้องการ พร้อมกับสร้างความพึงพอใจสูงสุดของตลาด กลยุทธ์เล็งผล (Arbitrage) ถูกเลือกมาเป็นตัวขับเคลื่อนความสำคัญเรื่องกำลังคนจะเป็นสำคัญ และต้องลงทุนกับกลุ่มแรงงานสูงเพื่อผลักดันให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในครั้งนี้อยู่มี 3 ส่วนดังนี้ 1) สถานีโทรทัศน์ 2) ผู้ผลิตรายการละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ 3) ผู้ชม

กระบวนการสร้างธุรกิจละครพื้นบ้านในยุคโลกาภิวัตน์ผ่านแบบจำลองการสื่อสาร SMCRF ผู้ส่งสารต้องศึกษาผู้บริโภค (ผู้รับสาร) เป็นอันดับแรกโดยใช้การศึกษาการเชื่อมโยงของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นฐานความคิดเป็นวางแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบที่สอดคล้องกับข้อความและช่องทางการตลาด

อย่างไรก็ตามสิ่งที่กล่าวมาในข้อสรุปทั้งหมดเป็นสิ่งที่ต้องศึกษาวิจัยเพิ่มเติมทางธุรกิจละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ในยุคโลกาภิวัตน์ เนื่องจากการวิจัยเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ของไทยยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้เพื่อหากกลุ่มผู้ชมละครพื้นบ้านเป็นใคร สถานีโทรทัศน์ส่งผลต่อการคงอยู่ของผู้ผลิตละครพื้นบ้านหรือไม่ และการนำเสนอละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์เป็นอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อให้ละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์คงอยู่ในสังคมไทย และการทำกำไรจากธุรกิจทางของละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์