

**แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภาพยนตร์
และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย**
**Guidelines for Promoting Tourism By Using Movies and TV Series
in Thailand**

อติเทพ งามศิลปเสถียร¹

Atithep Ngamsilstian

บทคัดย่อ (Abstract)

ประเทศไทยได้รับความนิยมในการถ่ายทำภาพยนตร์จากกองถ่ายฯ ต่างประเทศ ซึ่งสามารถสร้างทั้งชื่อเสียงให้สถานที่ท่องเที่ยวและรายได้มากมาย ช่วยให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจตามนโยบายของรัฐบาลได้ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาองค์ประกอบของการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว และ 2. นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้บริหารและระดับปฏิบัติการของภาครัฐและเอกชนจำนวน 17 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่าถ้าประเทศไทยมีผลงานภาพยนตร์ที่มีคุณภาพดีมากยิ่งขึ้นจะสามารถช่วยพัฒนาให้ประเทศประสบความสำเร็จได้หลายช่องทาง มีภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องสามารถสร้างแบรนด์ให้กับประเทศ เช่น ภาพยนตร์เรื่ององค์บาก ทำให้ทั่วโลกรู้จักศิลปะมวยไทยผ่านทางนักแสดง รวมถึงอาหารไทย และสถานที่ท่องเที่ยวของเมืองไทย ละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาสสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวตามรอยให้กับจังหวัดอยุธยา คนไทยเกิดกระแสนิยมแต่งชุดไทยย้อนยุคเป็นจำนวนมาก และเปลี่ยนจากเมืองที่เป็นเพียงแค่วางผ่านให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับสูง การส่งเสริมภาพยนตร์และละครโทรทัศน์จึงถือเป็นกลไกสำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สามารถสร้างกระแสให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ข้อเสนอแนะ การประชาสัมพันธ์การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะสามารถตอบสนองการเปิดรับข่าวสารให้บริษัทผู้ผลิตสื่อบันเทิงได้มากที่สุด

คำสำคัญ (Keywords): การส่งเสริมการท่องเที่ยว; ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์; การท่องเที่ยว

Received: 2021-08-10 Revised: 2021-08-22 Accepted: 2021-08-23

¹ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยพะเยา Program in Tourism and Hotel Management University of Phayao. Corresponding Author e-mail: atithep08@gmail.com

Abstract

Thailand is popular for filming movies from filmmaking teams, which can build both the reputation of tourist destination and income for circulation in the economy according to the government policy. This research aims to 1. Study the elements of film and TV series promotion in Thailand for tourism promotion. 2. Presenting guidelines for the promotion of film and TV series production in Thailand to promote tourism. This is a qualitative research. The researcher selected the key informants using in-depth interview method to collect data from 17 representatives of executives and operational levels of government and private agencies. The results showed most of the key informants commented that if Thailand has more good quality movies its can help develop the country to be successful in many ways. There are many Thai movies that can create a brand for Thailand such as Ong Bak, which makes the world know the art of Thai boxing through actors including knowing Thai food and tourist attractions of Thailand. The TV series Buppesaniwat can create a tourism trend for Ayutthaya province. There is a trend among Thai people to dress in retro Thai costumes a lot and can transform from a city that is just a transit city into a famous tourist destination and is highly recognized. The promotion of TV series and movies is therefore an important mechanism to promote tourism in order to create a trend that attracts tourists and wants to travel to Thailand. Suggestions, public relations for film production in Thailand via the Internet will be able to respond to the news exposure for entertainment media production companies as much as possible.

Keywords: Tourism promotion; Film and TV series; Tourism

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ทิศทางการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนตลอดเวลา นอกเหนือไปจากปัจจัยภายนอกที่ได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) โดยสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสนใจในการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ตัวอย่างเช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา และกลุ่มบริษัทหรือองค์กร (Corporate) ซึ่ง

ร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวนำเสนอสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความสนใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความสนใจพิเศษ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้รายงานไว้ในปีพ.ศ. 2561 (ค.ศ. 2018) การท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างน่าพึงพอใจ โดยเฉพาะเดือนมกราคม - เมษายน ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 9.98 แสนล้านบาท สูงขึ้นร้อยละ 16.07 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย 13,701,411 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13.97 ดังนั้นสามารถสร้างรายได้จำนวน 730,750 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 17.55 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด (สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2561)

ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างกว้างขวางได้เนื่องจากภาพความสวยงามของธรรมชาติรวมถึงศิลปวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางภาพยนตร์ของสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศทางอ้อมที่ไม่ต้องลงทุนเองและได้ผลเอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอย่างมาก (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, 2557)

ยิ่งไปกว่านั้นประเทศไทยถือเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่ยกกองถ่ายฯ เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลดีจากกองถ่ายทำต่างชาติไม่เพียงแต่สร้างรายได้ สร้างงานเท่านั้น ยังเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน ทำให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจตามนโยบายรัฐบาลด้วย ทั้งนี้ กรมการท่องเที่ยวยังผลักดันให้กลุ่มกองถ่ายต่างชาติเลือกถ่ายทำในจังหวัดเมืองรอง เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์สถานที่ในจังหวัดต่างๆ ออกสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก และส่งผลให้ผู้ชมเหล่านั้นเดินทางตามรอยภาพยนตร์หรือละครเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2561)

นอกจากนั้น จากเหตุการณ์ภารกิจปฏิบัติการกู้ภัยระดับโลกโดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ รวมทั้งนักประดาน้ำจากต่างประเทศ ได้ระดมกำลังเพื่อเข้าช่วยเหลือเยาวชนทีมฟุตบอล หมูป่า อะคาเดมี่ จำนวน 13 คน ที่ติดอยู่ในถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอน จังหวัดเชียงราย เป็นระยะเวลาหลายวัน ท่ามกลางการเฝ้าติดตามข่าวด้วยความลุ้นระทึกจากผู้คนทั้งโลก กระแสดังกล่าวทำให้เกิดการสร้างภาพยนตร์เรื่อง The Cave นางนอน ขึ้นมา โดยผู้อำนวยการสร้างและกำกับการแสดง คือ ทอมวอลเลอร์ (Tom Waller) ซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ชาวไทยเชื้อสายไอริชที่เคยสร้างผลงานภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศมาหลายเรื่อง เช่น ศพไม่เจียบ (2554), เพชฌฆาต (2557) รวมถึงภาพยนตร์แอคชั่นที่ได้รับความนิยมเรื่อง Mechanic: Resurrection (2559) ฯลฯ

ด้วยสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย ถือเป็น การดำเนินการที่สำคัญยิ่ง เพราะเมื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครชุดโทรทัศน์ของประเทศไทยในเบื้องต้นเจริญก้าวหน้าจะสร้าง

ศักยภาพของประเทศในการแข่งขันด้านการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่ทัดเทียมกับนานาชาติ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ปรากฏในละครชุดโทรทัศน์และภาพยนตร์ ทำให้ผู้ชมทั้งชาวไทยและจากทั่วโลกเกิดความหลงใหล และต้องการเดินทางมาสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น สร้างชื่อเสียงเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวและพร้อมเป็นศูนย์กลางด้านสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครชุดโทรทัศน์ นำเอาศิลปะของประเทศตนเองมาสร้างมูลค่าเพิ่ม

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ลักษณะการศึกษาข้อมูลหตุยภูมิจากเอกสาร วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ และตำราต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภาพยนตร์ละครโทรทัศน์ในประเทศไทย วิเคราะห์ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม เพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม โดยใช้เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อสามารถได้ข้อมูลและความเห็นที่แท้จริงจากตัวแทนของแต่ละภาคส่วน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. ภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มีความเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย การวางแผน การบริการจัดการ การกำกับดูแลรับผิดชอบ และให้การสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน และ 2. ภาคเอกชน ผู้แทนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทในภาค อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การบริการ และมีบทบาทในการผลิตภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว จำนวน 7 คน เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เป็นผู้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงและมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งเป็นการทำแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย การวางแผนยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจและการเมือง จากหนังสือประกอบการเรียน สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เว็บไซต์ เพื่อนำไปวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของข้อมูลให้มีการเชื่อมโยงกับงานวิจัย สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนดทิศทางในการสร้างแนวทางการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว ตามลำดับขั้นตอนต่อไป

2. รายการของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องตรวจสอบ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรกิจกรรม และทรัพยากรบริการ เพื่อสามารถนำมารองรับการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีจำนวนจำกัด เพื่อให้ได้รายละเอียดแบบเชิงลึกที่ลึกซึ้ง โดยในหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นแนวทางอย่างคร่าว ๆ ไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะมีลักษณะเป็นคำถามแบบเปิดกว้าง มีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยจะเป็นผู้สัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลลงในเอกสารแบบฟอร์มที่เตรียมไว้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม จำนวน 17 คน ด้วยการสัมภาษณ์โดยตรงและการสัมภาษณ์ออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผล เพื่อประกอบการสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้นำมาจากการเก็บรวบรวมของเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study)

2.1 การสำรวจ (Survey) ข้อมูลของทรัพยากรสำคัญที่รองรับการสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมการภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 17 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์สถานการณ์ แนวทาง และปัจจัยที่ส่งผลต่อส่งเสริมการภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวในปัจจุบัน

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์จนครบถ้วนตามที่วางไว้ โดยในการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเต็มที่ ผู้วิจัยได้เตรียมแผนการสัมภาษณ์โดยทุกคำถามจะถูกจัดเรียงลำดับก่อนหลังเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และนำมาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ต่อไป

ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลทั่วไปของศักยภาพการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครชุดโทรทัศน์ในประเทศไทยจากผู้ให้ข้อมูลหลักในการทำแบบสัมภาษณ์การวิจัยครั้งนี้ จำนวน 17 คน ได้แก่ 1. ภาครัฐ ผู้แทนจำนวน 10 คน 2.ภาคเอกชน ผู้แทนจำนวน 7 คน ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 2 กลุ่ม มีดังนี้

1. ภาครัฐ

สถานที่ถ่ายทำฯ ในประเทศไทยที่ปรากฏทั้งในภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์มีอิทธิพลสูงมากในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชม โดยไม่ต้องใช้เงินเพื่อโฆษณาการประชาสัมพันธ์ หลายแห่งเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงโด่งดังระดับโลก สามารถนารายได้เข้าประเทศได้ปีละมากกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวไทยผ่านทางภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เป็นกลไกที่สำคัญมากทำให้เกิดความต้องการมาท่องเที่ยวในที่แห่งนั้นของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยภาพยนตร์และละครโทรทัศน์สามารถช่วยทั้งส่งเสริมให้ความรู้กับประชาชนและยังเป็นการต่อยอดให้เกิดรายได้จากที่สิ่งที่เป็นสมบัติของชาติได้ ที่สำคัญเมืองไทยมีสถานที่ที่สวยงามมากมาย หลากหลาย การมาถ่ายทำฯ ที่ประเทศไทยมีราคาที่ไม่สูงมาก รวมไปถึงมีที่พักอาศัย อาหาร บุคลากร และโรงถ่ายทำมากมายสำหรับถ่ายทำ ฯ และท่องเที่ยว อีกทั้งงานด้านบริการเป็นงานที่คนไทยถนัด เพราะคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจ ทำให้กองถ่ายทำฯ ต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกการผลิตทั้งหมดรวมถึงบุคลากรของประเทศไทย

หน่วยงานรัฐมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เต็มที่หลายช่องทางเพื่อให้เข้ากับความร่วมสมัย เช่น ด้านระบบเทคโนโลยี IT นำข้อมูลใหญ่ (Big Data) มาสร้างเป็นแอปพลิเคชันในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงาน มีการบริการการผลิต อุปกรณ์ถ่ายทำฯ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีผู้ประสานงานภาพยนตร์ของไทยที่สามารถพูดได้หลายภาษาคอยช่วยดำเนินการทั้งหมดเพื่อเพิ่มสะดวกตอบสนองความต้องการทุกอย่างให้กับกองถ่ายฯ นอกจากนี้หน่วยงานไทยหลายพื้นที่ยินดีให้กองถ่ายทำ ฯ เข้าไปถ่ายในจุดที่อนุญาตและเก็บค่าธรรมเนียมไม่แพง แต่ต้องไม่ให้เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ยิ่งไปกว่านั้นมีการเพิ่มความสะดวกด้วยมาตรการ Incentive คืนเงินให้กองถ่ายทำจากต่างประเทศร้อยละ 20

ด้านความคิดเห็นจากภาครัฐ ต้องการให้ภาคเอกชนควรเข้ามาร่วมบูรณาการตามแผนบันทึกการตกลงร่วมกัน (MOU) ทั้งด้านวิชาการเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและด้านของงบประมาณ และจะมีการส่งเสริมให้ไปถ่ายทำในสถานที่ใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครเข้าไปให้นักท่องเที่ยวเห็นแล้วต้องการไปท่องเที่ยวในที่ใหม่ โดยยินดีมอบทุนเพื่อสนับสนุนในการสร้างภาพยนตร์ที่มีส่วนประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

2. ภาคเอกชน

การส่งเสริมภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เป็นกลไกเพื่อส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้นในยุค 4.0 มีเทคโนโลยีของการถ่ายทำใหม่หลายรูปแบบ เช่น YouTuber หรือ Blogger ซึ่ง

เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทยแล้วเกิดความประทับใจจะนำไปลงใน YouTube ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยเปิดกว้างยิ่งขึ้นมาก ปัจจุบันรัฐบาลไทยสนับสนุนให้บริษัททั้งของไทยและต่างชาติได้เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยด้วยการอำนวยความสะดวกหลายอย่าง เช่น การลดหย่อนและคืนภาษี รวมถึงสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost airline) ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ในประเทศไทย สามารถช่วยให้คณะถ่ายทำฯ ต่างประเทศประหยัดค่าเดินทางมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้มีบุคลากรและทีมงานอำนวยความสะดวกให้กองถ่ายทำฯ ต่างชาติเป็นอย่างดี ทำให้ไม่ต้องใช้ทีมงานจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก

ทางด้านการตลาดของค่ายผู้ผลิตละครโทรทัศน์และภาพยนตร์จะดำเนินการเจรจาซื้อขายเองซึ่งแต่ละค่ายผู้ผลิตจะได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากเครือข่าย โดยขณะนี้ทางค่ายฯ กำลังพยายามสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมอยากไปเที่ยว รวมถึงทำให้คนในพื้นที่มีความภาคภูมิใจในถิ่นของตัวเอง ความต้องการของทางค่ายผู้ผลิตฯ คือ ต้องการให้หน่วยงานรัฐสนับสนุนอย่างจริงจังให้สถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้ได้เหมือนของประเทศเกาหลีใต้เพราะเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ใคร ๆ จะสร้างเลียนแบบไม่ได้ อีกทั้งคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีและมีน้ำใจทำให้นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวช้านอกจากนั้นขอให้รัฐบาลลดหย่อนภาษีให้กับดารารจากต่างประเทศซึ่งจะส่งผลให้มีดารามีชื่อเสียงอยากมาเมืองไทยมากยิ่งขึ้น และต้องการให้รัฐสนับสนุนทุนวิจัยในเรื่องของการนำศิลปวัฒนธรรมมาเป็นแนวคิด (Concept) ในการเขียนบทภาพยนตร์หรือบทละครโทรทัศน์ต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว

ด้านการจัดองค์การ

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หน่วยงานรัฐมีการกำหนดโครงสร้างการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละองค์การในเรื่องการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ทั้งของไทยและต่างประเทศไว้อย่างชัดเจน เช่น บางหน่วยงานรับผิดชอบเรื่องกองถ่ายทำฯ ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย หรือการพิจารณาบทภาพยนตร์และสถานที่ในการถ่ายทำว่าเหมาะสมกับภาพลักษณ์ สถาบัน หรือศาสนาของไทยอย่างถูกต้องหรือไม่ บางหน่วยงานรับผิดชอบเรื่องการประชาสัมพันธ์ และทางด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ไทยให้สามารถแข่งขันได้กับต่างประเทศ รวมถึงสามารถขายเนื้อหา (Content) ออกไปสู่ตลาดโลกได้ บางหน่วยงานอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมในทุกด้านให้กับกองถ่ายทำฯ ซึ่งในหน่วยงานเหล่านี้พยายามให้ความร่วมมือกับทุกกองถ่ายทำฯ ที่จะขอเข้ามาใช้พื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การ

ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ (2560) ได้อธิบายว่า ต้องมีการจัดโครงสร้างระบบบริหารให้มีคุณภาพ เพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการวางแผน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงทรรศนะว่าปัจจุบันหลายหน่วยงานรัฐและเอกชนของไทยมีการจัดวางโครงการและแผนงานเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมเรื่องแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้ออกสู่วงการสาธารณะกว้างขวางมากยิ่งขึ้นไว้ล่วงหน้าเพื่อการส่งเสริมให้เข้ามาถ่ายทำ หรือมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อีกทั้งมีการวางยุทธศาสตร์ใหม่ ๆ เช่น การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การลดข้อจำกัดเพื่อให้กองถ่ายฯ สามารถเข้าไปถ่ายทำในสถานที่ที่ยังไม่มีใครเคยเข้าไปได้และเพื่อสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ

นอกจากนี้หลายหน่วยงานได้กำหนดนโยบายการต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าจากทรัพย์สินของแผ่นดินที่มีอยู่และเพิ่มช่องทางการบริการให้นักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจที่จะจ่ายเงิน ให้สามารถบรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำที่เหนือกว่าประเทศคู่แข่งและเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (2559) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของชาวลาว ได้อธิบายว่า ชาวลาวนั้นมีความต้องการท่องเที่ยวและเข้าร่วมทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทย โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวไทยผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด

ด้านการจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคลในองค์กร

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่า แต่ละหน่วยงานจะมีการจัดการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการส่งเสริมการถ่ายทำ ในประเทศไทย เช่น การจัดผู้ประสานงานที่มีความสามารถพูดได้หลายภาษาคอยดูแลเรื่องความสะดวกให้กับกองถ่ายทำฯ ต่างประเทศ รวมไปถึงการจัดเตรียมผู้ประสานงานที่มีประสบการณ์สูงมากมารับผิดชอบดำเนินการบริการที่ดีที่สุดให้กับกองถ่ายทำฯ ต่างชาติ เช่น การจัดหาที่พักที่ดีมาก การเดินทางที่สะดวกมาก คอยอำนวยความสะดวกตัวให้กับการทำงาน เพื่อสร้างความประทับใจให้อยากกลับมาเที่ยวเมืองไทยอีก สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (2560) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นยกระดับคุณภาพขีดความสามารถบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ทัดเทียมในระดับโลก

ด้านการอำนวยความสะดวก

ความคิดเห็นส่วนใหญ่จากผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงทรรศนะว่าผู้บริหารและเจ้าหน้าที่รัฐที่ดูแลหน่วยงานด้านการส่งเสริมการถ่ายทำ ในประเทศไทยจะมีภาวะผู้นำในการวินิจฉัยก่อนการตัดสินใจสั่งการอย่างรอบคอบ เช่น เรื่องการทำผังเมืองใหม่ที่สามารถอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวแบบ

ยั่งยืนได้ผู้บริหารจะมีการวิเคราะห์ถึงเหตุการณ์ที่ไม่อยากให้เกิดขึ้นก่อนจะลงมือดำเนินการ หรือหน่วยงานมีหน้าที่ในการกลั่นกรองภาพยนตร์ที่จะออกฉายจะพิจารณาอย่างรอบคอบว่ามีความขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย มีการโจมตีหรือมีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับสถาบันของไทยหรือไม่ รวมไปถึงมุ่งพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดหลายด้าน เช่น อารยสถาปัตย์ ทางเดิน หรือห้องน้ำให้มีการจัดทางลาดเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้พิการ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (2560) ได้อธิบายถึง การพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทุกรูปแบบอย่างจริงจังให้มีมาตรฐาน ครอบคลุมทุกรูปแบบ สอดรับกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ทั้งภาคผลิต ภาคบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง

ด้านการประสานงาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงทรรศนะว่า การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะมีการวางแผนประสานให้ส่วนต่าง ๆ ของกระบวนการทำงานได้อย่างมีความสอดคล้องและต่อเนื่องกัน เพื่อให้งานความราบรื่นเรียบร้อย เช่น หน่วยงานมีการพัฒนาในเรื่องของความร่วมสมัยด้วยการพัฒนาระบบ IT การปรับปรุงหน้าเว็บ (Webpage) เว็บไซต์ (Website) หรือ รหัสคิวอาร์ (QR Code) เทคโนโลยี 3D ระบบ Big Data รวมไปถึงแอปพลิเคชัน เพื่อให้การเผยแพร่ก้าวหน้าไปอีกทางหนึ่ง หรือหน่วยงานภาครัฐมีคณะกรรมการเรื่องสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ระดับชาติที่เข้ามาส่งเสริมและดูแลเรื่องการถ่ายทอดบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย การอนุรักษ์ผ่านทางสร้างภาพยนตร์ ขณะที่บางหน่วยงานเน้นการสร้างความประทับใจเรื่องของสถานที่ที่มีความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีสภาพภูมิศาสตร์ที่ดี และมีสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลฤดี นุ่มทอง และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2558) ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยุคสื่อใหม่ในอาเซียน : ก้าวอย่างใหม่สู่โลกออนไลน์และภูมิภาคอาเซียน ได้อธิบายว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ ช่วยทำให้การเข้าถึงและการแพร่กระจายเป็นไปอย่างง่ายดายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มองจากมุมมองสร้างสรรค์แรงผลักดันที่จะนำอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยออกไปสร้างรายได้และทำชื่อเสียงให้ประเทศ ย่อมเป็นไปได้ในยุคสังคมสารสนเทศ

ด้านการรายงาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ต่างมีความเห็นว่า ผู้บริหารของแต่ละหน่วยงานมีการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในองค์กรเพื่อรับฟังรายงานผลของการปฏิบัติงาน เช่น ในหน่วยงานมีโครงการหนึ่งขนส่ง หนึ่งครอบครัว (One Transport One Family) และศูนย์ปฏิบัติงานทั้ง 77 จังหวัดเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมให้กับกองถ่ายทำ ๆ จึงไม่พบปัญหาเรื่องการขนส่ง (Logistic) หรือโบราณสถานของไทยที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศชาติจำนวนมากในแต่ละปี รวมไปถึงหน่วยงานของแต่ละจังหวัดได้จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีพร้อมในทุกด้านเพื่อรองรับการเป็นสถานที่ในการถ่ายทำฯ โดยตรงหรือเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการทำประชาสัมพันธ์ถึงเรื่องภาพลักษณ์จากอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ว่า สะดวก สะอาด ปลอดภัย

ด้านการจัดทำงบประมาณ

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า หน่วยงานรัฐและเอกชนมีการวางแผนควบคุมด้านการเงิน และบัญชีการใช้จ่าย รวมถึงแผนการบริหารงานภายในองค์กรและการประสานงานกับภายนอกองค์กรเพื่อการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยว

ด้านจุดแข็ง

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า สถานที่สำหรับถ่ายทำที่ปรากฏในภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์รวมไปถึงวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์มีอิทธิพลสูงมากในการเข้าถึงกลุ่มผู้ชม โดยที่ทางภาครัฐไม่ต้องใช้เงินจำนวนมากเพื่อทำการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ ประเทศไทยนั้นมีสถานที่สวยงามมากมายและหลากหลายที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับเป็นสถานที่ในการถ่ายทำ เช่น เกาะตะปู จังหวัดพังงา ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง James Bond 007 หรืออ่าวมาหยา เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ ที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง The Beach ซึ่งภาพยนตร์ทั้งสองเรื่องช่วยประชาสัมพันธ์ให้สถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแห่งนี้เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นมากมาย สอดคล้องกับ จิงหง ชู และพรทิพย์ เย็นจะบก (2558) ศึกษาเรื่อง การเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านละครโทรทัศน์ไทยของนักศึกษาจีน : กรณีศึกษานักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง พบว่า การรับรู้วัฒนธรรมไทยที่ปรากฏอยู่ในละครชุดนี้มีอิทธิพลสูงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดทัศนคติหลายด้าน เช่น มีความเข้าใจและชื่นชอบวัฒนธรรมไทยเพิ่มขึ้น เกิดการเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมจีน และเกิดความสนใจอยากไปสัมผัสวัฒนธรรมไทยด้วยตนเอง

ยิ่งไปกว่านั้นค่าใช้จ่ายในการมาถ่ายทำ หรือมาท่องเที่ยวที่เมืองไทยราคาไม่แพง ภาครัฐได้บูรณาการส่วนผสมทางการตลาดให้พร้อมสำหรับการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทุกอย่างของกองถ่ายทำ และมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ทางด้านระบบเทคโนโลยี IT ให้เต็มที่ในหลายช่องทางเพื่อความทันสมัย มีบริการอุปกรณ์ถ่ายทำ Production และมีโรงถ่ายทำให้เลือกมากมายที่สำคัญงานด้านบริการเป็นงานที่คนไทยถนัด ทำให้แต่ละปีมีรายได้เข้าประเทศจากคณะถ่ายทำ และจากการเก็บภาษีมากกว่าหมื่นล้านบาทภาครัฐจึงยินดีอำนวยความสะดวกให้ทุกกองถ่ายทำ

ด้านจุดอ่อน

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า เรื่องการส่งเสริมการถ่ายทำละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ในประเทศไทยยังมีปัญหาหลายอย่าง เช่น เจ้าหน้าที่ของหลายหน่วยงานไทยยังไม่เข้าใจถึงความหมายของบทภาพยนตร์หรือละครฯ จึงตีความไปว่าอาจสื่อไปในการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและภาพลักษณ์ของประเทศ จึงไม่อนุญาตให้เข้าไปถ่ายทำ เรื่องของการคืน

ภาษี ค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ (Incentive) ที่ยังให้น้อยกว่าของประเทศคู่แข่ง ข้อบังคับและเงื่อนไขที่หน่วยงานบางพื้นที่กำหนดมากเกินไปสร้างความไม่พอใจให้กับกองถ่ายทำฯ ความไม่ซื่อสัตย์ของคนไทยที่เรียกเก็บเงินนอกเหนือจากข้อตกลงกับกองถ่ายทำฯ ต่างชาติ เกิดการต่อต้านจากคนไทยที่รู้สึกไม่พอใจเมื่อกองถ่ายทำฯ เข้ามาใช้พื้นที่ รวมไปถึงวัฒนธรรมการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมของนักแสดง การบุกรุกและการสร้างความเสียหายในพื้นที่หลายแห่ง ขณะที่กฎหมายไทยด้านการช่วยคุ้มครองสถานที่ยังไม่เด็ดขาด นอกจากนี้ยังมีคนไทยที่ขาดจิตสำนึกในการช่วยอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่สำคัญสถานที่ที่เหมาะสมหลายแห่งยังไม่มีกำหนดให้พัฒนาเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ (Film Shooting Destination)

ด้านโอกาส

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า หลายคนในโลกอาจยังไม่รู้จักประเทศไทย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวผ่านภาพยนตร์และละครโทรทัศน์จึงเป็นปัจจัยสำคัญมาก เพราะทำให้ผู้ชมจากทั่วโลกต้องการไปท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์และละคร เรื่องนั้น เพราะกระแสจากภาพยนตร์หรือละครฯ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวไทยมากขึ้น เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Lost In Thailand ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น จำนวนมหาศาล หรือละครโทรทัศน์เรื่องบุพเพสันนิวาสซึ่งถ่ายทำที่จังหวัดอยุธยา ทำให้เกิดกระแสการแต่งกายชุดไทยไปท่องเที่ยวในโบราณสถาน สร้างชื่อเสียงให้โด่งดังระดับโลกและนารายได้ให้กับประเทศอย่างมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของ สิทธิพันธ์ นันทน์ไชย (2554) ได้อธิบายว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านภาพยนตร์เสมือนนั้นมีค่าอิทธิพลต่อพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลที่มีอิทธิพลด้านการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ผ่านคนดังข้ามคืน

ภาครัฐควรสนับสนุนทุกช่องทางเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ที่ใช้เป็นฉากในการถ่ายทำภาพยนตร์หรือละครแล้วมีชื่อเสียง และควรส่งเสริมให้มีโปรแกรมการท่องเที่ยวตามรอยฯ หรือสร้างเป็นพิพิธภัณฑ์ตามรอยภาพยนตร์ที่เคยมาถ่ายทำ (Memorial Park) เหมือนประเทศเกาหลีใต้ และควรมอบทุนสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ที่มีส่วนประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้ไปถ่ายทำในสถานที่แห่งใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครเคยเข้าไปถ่าย และพัฒนาให้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ Film Shooting Destination) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะมีแฟนคลับจำนวนมากที่คอยติดตามเที่ยวตามรอยฯ ทั้งจากละครหรือภาพยนตร์

มีภาพยนตร์ต่างประเทศหลายเรื่องมาลงทุนหลายร้อยล้านบาทถ่ายทำฯ ในเมืองไทย โดยส่วนใหญ่ทางกองถ่ายทำฯ จะพาเพียงดาราดาราและทีมงานมาเพียงไม่กี่คน ส่วนที่เหลือจะเลือกจ้างทั้งนักแสดงและทีมงานผู้ผลิตทั้งหมดเป็นคนไทย ดังนั้น ทุกหน่วยงานต้องเตรียมความพร้อมด้านบริการไว้อย่างสมบูรณ์แบบ และไม่มีการคดโกง เอารัดเอาเปรียบ มีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสุขอนามัย มีการขนส่ง (Logistics) ที่ดี ให้ข้อมูลถูกต้องชัดเจนกับทีมถ่ายทำฯ ที่สำคัญภาครัฐควรพิจารณาอย่างจริงจังเรื่องของการแข่งขันด้านแรงจูงใจ (Incentive) ให้เท่าเทียมกับ

ประเทศคู่แข่ง มีการพัฒนาแผนการตลาดและโปรโมชั่นอย่างดียิ่งตลอดเวลา นอกจากนี้ คนไทยควรเป็นเจ้าของที่ดี อำนวยความสะดวกและดูแลนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจอยากมาเที่ยวซ้ำ

ด้านอุปสรรค

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า บางครั้งสภาพยนตร์ต่างชาติที่จะขอเข้ามาถ่ายทำฯ ในประเทศไทยอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติของไทยโดยตรงในการเปิดพื้นที่ใหม่ เช่น กรณีพื้นที่ในถ้ำหลวงมีบริษัทต่างชาติหลายแห่งขอเข้ามาถ่ายทำฯ แต่ติดเงื่อนไขบางอย่างของรัฐบาลที่ไม่สามารถอนุญาตได้ หรือภาพยนตร์ต่างชาติบางเรื่องเลือกใช้ฉากในบางสถานที่ถ่ายทำฯ ในเมืองไทยซึ่งไม่เหมาะสม เช่น ในพัทธามักมาถ่ายทำฯ ภาพยนตร์ประเภทของโสเภณีหรือยาเสพติด

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า ประเทศไทยมีพื้นที่สวยงามมากมายทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและมนุษย์สร้างซึ่งเหมาะสมสำหรับการเป็นสถานที่ถ่ายทำฯ ทั้งของไทยและต่างประเทศ หลายสถานที่ที่เป็นสถานที่ถ่ายทำฯ ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก ส่งผลให้แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะละครไทยเรื่องบุพเพสันนิวาสสร้างกระแสการแต่งกายชุดไทยมาเที่ยวที่โบราณสถานที่จังหวัดอยุธยา ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยาวิดี วัชรโรบล (2553) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของละครโทรทัศน์ไทยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้อธิบายว่า ผู้ชมส่วนใหญ่อยากจะไปเที่ยวตามรอยละครโทรทัศน์หลังจากที่รับชมแล้ว เช่น ละครโทรทัศน์ไทยในอดีตเรื่อง “ดวงใจอัคนี” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยใช้สถานที่ถ่ายทำที่ Villa Maroc Hotel อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ Palio เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ทำให้เกิดแรงจูงใจในการไปท่องเที่ยวตามรอยละครมากที่สุด ซึ่งสามารถมาท่องเที่ยวได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกโอกาส และทุกฤดูกาล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวถูกต้องตามหลักวิชาการ

นอกจากนี้ ทุกหน่วยงานรัฐยินดีอำนวยความสะดวกให้กองถ่ายทำฯ และพยายามส่งเสริมให้ไปถ่ายทำในสถานที่แห่งใหม่ รวมถึงสถานที่แห่งใดไม่ได้สร้างขึ้นมาก็สำหรับการถ่ายทำ ภาพยนตร์เป็นหลักโดยตรงหน่วยงานได้ดัดแปลงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศ

รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างเต็มที่ในโครงการ Creative Economy Thailand 4.0 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจในแผนพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นให้การผลิตภาพยนตร์มีเนื้อหา (Content) ที่มีคุณภาพ ซึ่งจะต้องอาศัยทักษะความสามารถพิเศษจากหลายฝ่าย ทั้งภาคบุคลากร วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี มาร่วมกันสร้างให้เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้จำนวนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรมีการสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ในการวางแผนทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เพื่อสามารถประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพระหว่างทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประชาชน ชุมชนเจ้าของพื้นที่ เพื่อร่วมกันเพิ่มคุณภาพการให้บริการแก่กองถ่ายทำฯ ทั้งของไทยและต่างประเทศ

1.2 การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์และละครชุดโทรทัศน์ในประเทศไทยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อโทรศัพท์พกพา (Smart Phone) จะสามารถตอบสนองการเปิดรับข่าวสารแก่บริษัทผู้ผลิตสื่อบันเทิงได้มากที่สุด ดังนั้น ควรนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาเป็นช่องทางหลักเพื่อการสื่อสารข้อมูลประชาสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวต่าง ๆ ในระดับมหภาค เช่น การท่องเที่ยวตามรอยควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยอย่างยั่งยืนในอนาคต

2.2 ควรศึกษาถึงปัจจัยการบริหารจัดการถึงเรื่องขีดความสามารถการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหรืองานประเพณีในโบราณสถานต่าง ๆ เนื่องจากเป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงและส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรของพื้นที่

เอกสารอ้างอิง (References)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560*.

สืบค้น 18 มีนาคม 2564 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564, จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=497.

กระทรวงวัฒนธรรม. (2562). *ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ*. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2564, จาก http://www.ilovethaiculture.com/mculture_th60/download/article/article20160615144033.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *ประเภทการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564, จาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (2559). การเปิดรับข่าวสารและความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของชาวลาว. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2564, จาก <https://www.tcithaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/62405>.

- กุลฤดี นุ่มทอง และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2558). อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยุคสื่อใหม่ในอาเซียน: ก้าวอย่างใหม่สู่โลกออนไลน์และภูมิภาคอาเซียน. *Journal of communication and innovation NIDA*. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2564, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/47737>.
- จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. *ประเทศไทยกับการเป็นพื้นที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศของอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564. จาก <http://www.polsci.tu.ac.th/fileupload/39/59.pdf>.
- นิตยารตี วัชโรบล. (2553). *อิทธิพลของละครโทรทัศน์ไทยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2564. จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/32050>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2556). *Lost in Thailand-เจมส์ บอนด์-เดอะ บีช นำทัพหนังไทยส่งเมืองไทยดังไกลทั่วโลก*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2564. จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9560000106198>].
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561). *ผู้ว่าฯ หมูป่า เปิดใจหน้าจอ ไม่ปลื้มหนัง “The Cave : นางนอน” ซ้ำทีมกู้ภัยนับหมื่นหลุดเฟรม-เพิ่มบอลล้อ ชรก.ไทย*. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://mgronline.com/local/detail/9620000113201>.