



นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรม
ของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดร.อมร ฤงสูรธรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนันท์กุล

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



Developing Innovation of Merit-based Incentives
in Thai Film Business for Promoting Creative Economy

Dr.Amorn Thoongsuwan
Assistant Professor Dr.Shayut Pavapanunkul

This research was funded by the budget. Fiscal Year 2560
Faculty of Business Administration
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ชื่อเรื่อง : นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ
ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คณะผู้วิจัย : อาจารย์ ดร.อมร ฤงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนานันทกุล
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พ.ศ. 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และแนวโน้มการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทยในอาเซียน นักวิชาการ และนักการตลาด รวมจำนวน 17 คน คัดเลือกโดยวิธีการแบบเฉพาะเจาะจง ดำเนินการวิจัยด้วยใช้เทคนิคเดลฟาย เป็นระเบียบวิธีวิจัยอนาคต ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 3 รอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มัชยฐาน และพิจารณาความสอดคล้องยืนยันคำตอบของข้อมูลด้วยการคำนวณค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ประกอบด้วย
 - 1.1 รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - 1.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - 1.3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - 1.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
 - 1.5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ไทยในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ดังนี้ การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์

เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องอยู่ในรูปแบบองค์การมหาชน โดยมียุทธศาสตร์ทั้ง 4 ที่กล่าวมาแล้วเป็นยุทธศาสตร์เพื่อการดำเนินการจะทำให้เกิดคุณค่าสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางด้านเนื้อหาการตลาดและสร้างวัฒนธรรมนิยมโดยนำวิถีไทยหรือวัฒนธรรมผ่านสื่อคืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชื่อมโลก



Thesis Title	Developing Innovation of Merit-based Incentives in Thai Film Business for Promoting Creative Economy
Researchers	Dr. Amorn Thoongsuwan Assistant Professor Dr. Shayut Pavapanunkul Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Year	2017

ABSTRACT

This research is intended, 1) to study situation and trend of merit-based incentives development of Thai film business for promoting creative economy. 2) to present developing innovation model of merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

The key informants consisted of the public department and relevance to Thai film business groups. The entrepreneur in Thai film business and relevance business, including related to Thai film business in ASEAN groups intellectual persons and marketers; 17 persons in total, with the selection through purposive method.

The research was conducted the future research method using the Delphi technique, involving three-round questionnaires as a research instrument. The descriptive statistics including median, interquartile range (IR) for desired agreement and consensus answer of key informants.

The research result found that:

1. In the first objective, consisted of

1.1 To set up the film industry development institution in promoting merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

1.2 To create strategic development on film production to building potential and competitiveness world class in promoting merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

1.3 To create strategic promotion on inbound and outbound market in promoting merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

1.4 To create strategic promotion on private sector in film education development on supported promoting merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

1.5 To create strategic promotion and development to Thai film art preserve on supported merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy.

2. In the second objective, from the above research finding & led to the presentation model approach in innovative developing model on merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy as follows; to set up the film industry development institution on supported merit-based incentives in Thai film business for promoting creative economy must in the patterns of public organization in leading to 4 post strategic concerned to strategic promotion on film and video industry. It as to proceed value creation on creative economy development by using content leading marketing and to establishing Thainess popular culture through media practicing for world connectivity could led to Thai film acceptance.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จด้วยการได้รับความอนุเคราะห์จากท่านอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้ใช้งบประมาณรายได้ของมหาวิทยาลัยในการดำเนินการวิจัย และ คณะบริหารธุรกิจที่ให้การสนับสนุนรวมทั้งอนุเคราะห์ให้ดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการ และ ขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งของท่านในการแสดงวิสัยทัศน์และยินดีเต็มใจที่ให้ข้อมูลแก่งานวิจัยนี้อย่างมาก และบุคคลสำคัญที่ต้องขอขอบพระคุณอย่างสูง ท่านอาจารย์ ดร.ณสรัญ มหิทธิชาติกุล ที่ช่วยประสานการดำเนินงานวิจัย และติดต่อผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศในเครือข่ายของท่านในการให้สัมภาษณ์ไว้ ณ ที่นี้ สุดท้ายขอขอบคุณผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้มีส่วนในผลสำเร็จของงานวิจัยนี้ไว้ ณ ที่นี้

ดร.อมร ฤงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนานันท์กุล
ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจ.....	8
2.2 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์สู่การจัดการคุณค่ามหาชนประยุกต์เชิง คุณธรรมธุรกิจ.....	12
2.3 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ประยุกต์กับนโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ จากประเทศที่ประสบความสำเร็จถึงประเทศไทย.....	20
2.4 แนวคิดการร่วมงานสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) การจัดการคุณค่าเชิง คุณธรรมทางธุรกิจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ (Compassionate Love Relationship).....	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	55
3.1 วิธีที่ใช้ในการวิจัย.....	55
3.2 วิธีการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	59
3.3 เครื่องมือการวิจัย	62
3.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	66
4.1 รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ใน การส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	67
4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความ สามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรม ของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	71
4.3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	73
4.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	76
4.5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	78
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	79
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	83
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	105
5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม.....	107
ภาคผนวก	113
ประวัติผู้วิจัย.....	128

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	แสดงระดับการกระทำและกลยุทธ์สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมแนวคิดการสร้าง ความสัมพันธ์ที่จริงจัง.....	10
2.2	แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ.2555- 2559).....	38
2.3	แสดงรายชื่อภาพยนตร์ตามแนวคิดการร่วมงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์หรือ Co-Production.....	50
2.4	ตารางแสดงการเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการร่วมงานสร้างภาพยนตร์ แบบร่วมทุนกับต่างประเทศ.....	51
3.1	แสดงการลดลงของความคลาดเคลื่อนของจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ.....	57
4.1	รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อ เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	67
4.2	ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถ ระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	72
4.3	ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อ เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	74
4.4	ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อ เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	77
4.5	ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการ ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อ เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	78
5.1	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนอรูปแบบ นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	84

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
2.1	โครงสร้างการบริหารของสภาภาพยนตร์เกาหลี.....	26
2.2	แสดงกิจกรรมที่สภาภาพยนตร์เกาหลีให้การสนับสนุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ภาพยนตร์.....	27
2.3	แสดงโครงสร้างการบริหารงานของ NFDC และกิจกรรมที่ NFDC ให้การสนับสนุน	30
5.1	แผนผังการดำเนินการ หรือแผนที่นำทาง (Road Map) ของยุทธศาสตร์การส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของ ธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	81
5.2	รูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	104



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเกิดกระแสการพัฒนาและเป็นกระแสหลักที่ทุกประเทศต่างพยายามผลักดันให้เป็นนโยบายหลักในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ ปรากฏทั้งในระดับสังคมและประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่ยากจนหรือร่ำรวย ไม่ว่าจะเป็นประเทศใหญ่หรือประเทศเล็ก ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาก็ตาม เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะสาขาที่มาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิด เพื่อการผลิตสินค้าและบริการที่มีความแปลกใหม่ การกำหนดนิยามของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยทั่วไปจึงขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จะเรียกว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ ซึ่งจอห์น ฮอว์กินส์ (John Howkins) ผู้ที่คิดค้นคำว่า “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” เมื่อปี ค.ศ.2001 ในหนังสือ The Creative Economy-How People Make Money from Ideas ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็น การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ซึ่งเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับแนวทางใหม่ๆ ในการดำเนินงาน ส่วนมูลค่าผลผลิตขึ้นอยู่กับลักษณะของผลผลิตความยากง่ายในการลอกเลียนแบบ และปริมาณที่จำหน่ายให้แก่ประชาชน ขณะที่ต้องการความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา หรือ UNCTAD ได้ให้ความหมายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็น 4 ประเภท ดังนี้ คือ 1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) 2) กลุ่มศิลปะ (Arts) 3) กลุ่มสื่อ (Media) และ 4) กลุ่มสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) (UNCTAD, 2008: 15) ทั้งนี้การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ UNCTAD จะใช้ลักษณะความแตกต่างระหว่างการดำเนินงานที่มีต้นน้ำ (Mainstream Activities) และการดำเนินงานปลายน้ำ (Downstream Activities) การดำเนินงานที่มีต้นน้ำ หมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ศิลปะ การแสดง งานศิลปะ การดำเนินงานปลายน้ำ หมายถึง ความใกล้ชิดกับตลาด (ผู้บริโภค) เช่น โฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อต่างๆ ในลักษณะที่สองนี้เน้นคุณค่าในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากมีต้นทุนต่ำในการผลิตซ้ำและการถ่ายทอดไปยังเศรษฐกิจอื่นได้ง่าย แนวคิดนี้ทำให้อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (มณฑิรา ธาตุอำนวยชัย, 2552: 45)

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้เริ่มเห็นความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยภาครัฐได้มีการจัดตั้งสถาบันอิสระและองค์การมหาชนเพื่อเสริมสมรรถนะแก่ภาคเอกชน รวมถึงการปรับโครงสร้างและอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมจำนวนมากที่ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งกำหนดให้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นทิศทางในการพัฒนาและเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-

2559) (โสมกาว เพชรานนท์ และศักดิ์สิทธิ์ บุคยพลากร, 2553: 33) ซึ่งนับเป็นการริเริ่มที่ดีที่อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอันสำคัญยิ่งแก่เศรษฐกิจไทยในอนาคต ดังเช่นที่เกาหลีใต้ซึ่งเป็นตัวอย่างของประเทศที่รู้จักใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ด้วยการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปทั่วโลกในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง นักร้อง นักแสดง แฟชั่น เครื่องสำอาง อาหาร การท่องเที่ยว ฯลฯ สามารถนำรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2554: 11-13) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทประเทศไทยไว้ ดังนี้คือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและการใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ สศช. ได้จัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยยกรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก และ 15 กลุ่มย่อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวัดขนาดเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสามารถใช้เป็นกรอบสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้

ภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มสื่อ (Media) ซึ่งถือเป็นมรดกทางด้านวัฒนธรรมของมนุษยชาติและเป็นงานบันเทิงทางประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์ที่สุดทางอุตสาหกรรมศึกษา กล่าวคือ มีเนื้อหาครอบคลุมเหตุการณ์สำคัญ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงวิถีชีวิตของคนในชาติ สามารถใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงแก่สาธารณชนได้ และยังจัดเป็นศิลปะสร้างสรรค์ชั้นสูง เนื่องจากรวบรวมศาสตร์ด้านศิลปะแขนงต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ภาพยนตร์จัดเป็นสื่อสากลประเภทบันเทิงที่ได้รับความนิยมและมีตลาดที่ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้บริโภค ธุรกิจภาพยนตร์จึงเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส ทั้งนี้การขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์ทั่วโลกเกิดขึ้นจากสาเหตุสำคัญคือ วิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องของกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ และกลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโรงภาพยนตร์ รวมไปถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ตั้งแต่กระบวนการสร้างภาพยนตร์ การตลาด การพัฒนาของโทรทัศน์ เคเบิล ดาวเทียม วิดีโอ คอมพิวเตอร์ เลเซอร์ดิสก์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบจากการพัฒนากระบวนการสร้างภาพยนตร์ การพัฒนาเทคโนโลยี ที่ทำให้การจัดจำหน่ายและการทำตลาดระดับนานาชาติมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทยตามวิสัยทัศน์ใหม่ของรัฐบาล โมเดล THAILAND 4.0 และยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ของกระทรวงอุตสาหกรรมและนโยบายส่งเสริมการลงทุนตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (2558-2564) บังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นประธาน จึงมีวิสัยทัศน์ในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและให้ก้าวพ้นการเป็นประเทศที่มีรายได้ระดับปานกลาง (Middle Income Trap) และเติบโตอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558) เพื่อส่งเสริมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการให้เกิดความตระหนักในการสร้างสิทธิประโยชน์ที่ส่งเสริมการลงทุนที่มีคุณค่าทั้งในประเทศและการลงทุนของไทยในต่างประเทศของธุรกิจต่างๆ ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เรียกว่า Merit-based Incentives ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าหรือการทำความดี รวมถึงคุณธรรม ที่ไม่เฉพาะเจาะจงกับการทำความดีหรือคุณธรรมในเรื่องใดเรื่อง

หนึ่งเท่านั้น แต่เป็นคำรวมๆ หรือมองในองค์รวมทั้งหมดในการพิจารณาคุณค่าที่แฝงอยู่ในกิจการหรือธุรกิจ และคุณค่าหรือคุณธรรมความดีที่ทำให้เกิดสิ่งที่เป็นคุณค่าเพิ่มเติมจากการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีและดิจิทัลคอนเทนต์ รวมถึงนวัตกรรมเพิ่มเติม เรียกว่า มาตรการ STI (Skill, Technology + Digital Content, Innovation) ที่พิจารณาคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์จากธุรกิจกับคุณค่าเพิ่มเติมจากตัวผลิตภัณฑ์ (สุวิดา ธัญวณิช, 2558: 9) หากประยุกต์กับกรณีธุรกิจภาพยนตร์ไทย ความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยอย่างองค์บากและต้มยำกุ้งที่ตัวผลิตภัณฑ์คือตัวเนื้อหากาพย์หนังก็เป็นเพียงภาพยนตร์ศิลปะการต่อสู้หรือภาพยนตร์ประเภทบู๊ (Action Genre) แต่คุณค่าเพิ่มเติมเกิดจากการทำให้ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย (Kick Boxing) ที่นำต้นตำรับของมวยไทยยุคดั้งเดิมมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมศิลปะการต่อสู้ที่ทันสมัยในรูปแบบจริงจังหรือความเป็นธรรมชาติในการต่อสู้มากกว่าการแสดง (Drama) จนถึงการนำมาจัดแสดงเป็นองค์บาก Live ที่ Show DC ถนนพระราม 9 ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) อย่างมากในขณะนี้จนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมมากขึ้นเรื่อยๆ

ยิ่งไปกว่านั้น จากยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560-2564) ของสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมมีจุดมุ่งหมายวิสัยทัศน์ที่จะทำให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของอาเซียนและมีการศึกษาวิจัยเพื่อจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในขณะนี้หลังมีการประชุมรับฟังความคิดเห็นประกอบการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (รวมวีดิทัศน์ด้วย) เมื่อวันศุกร์ที่ 12 มกราคม 2550 ห้องปั้นเกล้า ชั้น 2 โรงแรมรอยัลซิดี ถนนบรมราชชนนี กรุงเทพมหานครไปแล้ว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าวนี้เป็นวิทยานำร่องชิ้นแรกของประเทศไทยที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลระดับประเทศและระดับโลก ตลอดจนสอดคล้องยุคสมัยที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว โดยมุ่งศึกษาเพื่อสนับสนุนการนำข้อมูลของงานวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในรูปแบบองค์การมหาชนเป็นสำคัญ โดยมีเหตุผลสุดท้ายคือ จากการที่ผู้ร่วมวิจัย ชยุต ภวภูานันท์กุล เข้าร่วมงานสัมมนา “การพัฒนาภาพยนตร์อาเซียนในเวทีนานาชาติ วันจันทร์ที่ 1 พฤษภาคม 2560 ณ โรงแรมดุสิตธานี” ก็มีการสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (องค์การมหาชน) เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแน่นอน จากการกล่าวเปิดงานของนายวีระ โรจน์พจนรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม

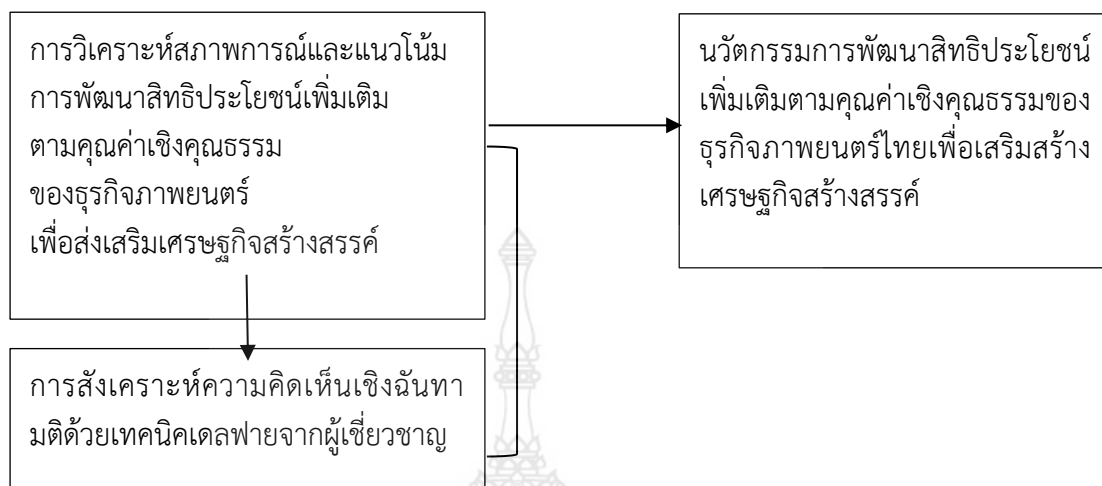
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์และแนวโน้มการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2.2 เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้



1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (องค์การมหาชน) ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการใช้การวิจัยอนาคตโดยเทคโนโลยีเดลฟาย

1.4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน
- 3) กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทยในอาเซียน นักวิชาการ และนักการตลาด

จำนวน 5 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559 ถึง เดือนกันยายน 2560

1.4.4 ขอบเขตวิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้วิธีเดลฟาย (Delphi Technique) จำนวน 3 รอบ เพื่อจัดเก็บความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 ราย ซึ่งจะให้ค่าความคลาดเคลื่อนจากการวิจัยไม่เกิน 0.04 ตามแนวทางของ Thomas T. Macmillan ทั้งนี้ จะใช้ธุรกิจภาพยนตร์ไทยเป็นกรณีศึกษา โดยเริ่มจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามปลายเปิดในครั้งที่ 1

เมื่อได้แบบคำตอบจากแบบสอบถามครั้งที่ 1 ก็ให้นำคำตอบที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามแบบ 5 สเกล (5-Likert's Scale) ในครั้งที่ 2 เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญท่านเดิมแสดงทัศนคติที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำคำตอบที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และพิสัยควอไทล์ (Interquartile Range)

แบบสอบถามในครั้งที่ 3 เป็นแบบสอบถามเดียวกันกับในครั้งที่ 2 และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญท่านเดิม เพียงแต่ในครั้งที่ 3 นี้ จะมีการคืนคำตอบที่ได้จากครั้งที่ 2 พร้อมด้วยค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยควอไทล์ ให้กับผู้เชี่ยวชาญด้วย จากนั้นก็ให้ผู้เชี่ยวชาญตอบคำถาม

ค่าคะแนนในข้อใดๆ ที่แสดงถึงความสอดคล้องของคำตอบ จะต้องมีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐานไม่เกินกว่า 0.50 และค่าพิสัยควอไทล์จะต้องไม่เกินกว่า 1.00

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรม (Merit-based Incentives) หมายถึง สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยด้วยการสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (องค์การมหาชน) เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามโมเดล THAILAND 4.0

สถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (องค์การมหาชน) หมายถึงสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามโมเดล THAILAND 4.0 จากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและธุรกิจภาพยนตร์ไทยและวิดิทัศน์และสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมให้เพิ่มมูลค่าการแข่งขัน

โมเดล THAILAND 4.0 หมายถึง โมเดลเชิงปฏิบัติการของโมเดล THAILAND 4.0 หรือโมเดลแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ของวิสัยทัศน์คิดถึงอาเซียนมาลงทุนในไทย (Think ASIA Invest Thailand) ใส่เกียร์ฟันเฟืองเพื่ออนาคต (Geared for the Future) ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand Board of Investment)

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (พ.ศ.2558-2564) หมายถึงยุทธศาสตร์จากวิสัยทัศน์การส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี ในการส่งเสริมการลงทุนที่มีคุณค่า ทั้งในประเทศและการลงทุนของไทยในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันก้าวทันการเป็นประเทศที่มีรายได้ระดับปานกลาง (Middle Income Trap) และเติบโตอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างเศรษฐกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และรากฐานทางวัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจภาพยนตร์ไทยตามโมเดล THAILAND 4.0 โมเดล INVESTMENT 4.0 และยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (พ.ศ.2558-2564) ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ธุรกิจภาพยนตร์ไทย หมายถึง ธุรกิจที่เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมกลุ่มสื่อและเป็นธุรกิจพัฒนาอุตสาหกรรมศิลปวัฒนธรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจนถึงสื่อใหม่ด้วย จากธุรกิจภาพยนตร์

ไทยในงานวิจัยนี้จึงรวมวิดิทัศน์ด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ฉบับปัจจุบันของกระทรวงวัฒนธรรมด้วย

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ หมายถึง การขับเคลื่อนการส่งเสริมอุตสาหกรรม ตลอดจนธุรกิจภาพยนตร์และวิดิทัศน์ของไทยให้มีทิศทางเป้าหมายชัดเจน มีกลไกการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมด้วยการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (องค์การมหาชน) และนำแนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมพัฒนาและส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ของเอเชีย และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ที่สำคัญในตลาดโลก

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 นำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์กับหน่วยราชการ ตลอดจนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อเป็นแนวทางต่อการกำหนดการส่งเสริมการลงทุนทั้งในประเทศ และการลงทุนของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศได้

1.6.2 ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถปรับตัวเพื่อเตรียมรับแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและพัฒนาเป็นขีดความสามารถการแข่งขัน สร้างแรงดึงดูดในการร่วมลงทุนได้ต่อไป

1.6.3 หน่วยงานราชการและธุรกิจภาพยนตร์ไทย ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปสร้างเป็นหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สร้างขีดความสามารถของตัวเอง (Talent Incentives) ที่มีความสอดคล้องการสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมด้านทรัพยากรมนุษย์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในลักษณะแนวทางสากล คือ บูรณาการการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเนื้อเดียวกันในส่วนเนื้อหาของแต่ละแนวคิดหรือทฤษฎี แล้วจึงไม่มีหัวข้องานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้

- 2.1 แนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจ
- 2.2 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์สู่การจัดการคุณค่ามหาชนประยุกต์เชิงคุณธรรมธุรกิจ
- 2.3 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ประยุกต์กับนโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์จากประเทศที่ประสบความสำเร็จถึงประเทศไทย
 - 2.3.1 ประเทศเกาหลีใต้
 - 2.3.2 ประเทศอินเดีย
 - 2.3.3 ประเทศฮ่องกง
 - 2.3.4 ประเทศไทย
- 2.4 แนวคิดการร่วมงานสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) การจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ (Compassionate Love Relationship)

2.1 แนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจ

แนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจที่งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา สืบเนื่องจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (พ.ศ.2558-2564) ประกาศบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ซึ่งเป็นไปตามวิสัยทัศน์ใหม่ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่มีนายกรัฐมนตรีน พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นประธาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ว่า “ส่งเสริมการลงทุนที่มีคุณค่า” ตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า Merit แต่คณะผู้ร่างนโยบายส่งเสริมการลงทุนตามวิสัยทัศน์ใหม่นี้ให้พิจารณาเชิงคุณธรรมของธุรกิจรวมเข้าไปกับคำว่าคุณค่านี้ด้วย คือในความหมายของคุณความดีที่เกิดจากการทำสิ่งที่มีคุณค่าเพิ่มเติมจากตัวผลิตภัณฑ์ หรือการทำ Merit ให้เกิดพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน จึงเรียกว่า Merit-based Incentives สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าของโครงการในความหมายของกิจการรวมอยู่ด้วย ดังนั้น ใน Merit-based Incentives จึงมี Activity-based Incentives รวมอยู่ด้วย ซึ่งสิ่งที่ถือว่าเป็นการลงทุนที่มีคุณค่าและก่อให้เกิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจหรือธรรมาภิบาลทางธุรกิจ คือ ไม่เพียงแต่สร้างเศรษฐกิจจากธุรกิจหรือภาคอุตสาหกรรมนั้นๆ ให้เจริญเติบโตได้แล้ว แต่ที่สำคัญต้องสร้างสมดุลในการลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการร่วมลงทุนที่สร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศ

ดังนั้น จากแนวคิดข้างต้น งานวิจัยนี้จึงค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นเหตุเป็นผลเชิงประจักษ์มากขึ้น ก็ขออ้างอิงงานศึกษาของ Hyungo Kang แห่งภาควิชาการจัดการวิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์หลุยส์ มิสซูรี ที่ศึกษาเรื่อง Technology Focused Strategic Planning In Service Businesses ที่ประยุกต์ได้อย่างดีกับแนวคิดเทคโนโลยีที่นำมาเป็นแหล่งที่มาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจบริการต่างๆ นั้น ต้องบูรณาการทางเทคโนโลยีในความหมายของเทคนิคการผลิตบริการและด้านทรัพยากรมนุษย์ด้วยการสร้างสรรค์กลยุทธ์เทคโนโลยีให้เป็นรูปธรรมในการนำไปใช้ที่ต้องพัฒนาความสมดุลในการลงทุนที่ก่อประโยชน์ทั้งโครงการในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งการบูรณาการเทคโนโลยีสู่การวางแผนกลยุทธ์ก็คือการเกิดคุณค่าเพิ่มเติมที่เกิดขึ้นจากโครงการในธุรกิจบริการที่สร้างโอกาสใหม่ให้การได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งก็เสมือนสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าธุรกิจบริการนั่นเอง แม้ในแนวคิดของ Kang จะไม่กล่าวชัดๆ ในเรื่องคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจรวมอยู่ด้วย แต่ก็พอประยุกต์ได้กับการให้คำอธิบายถึงเทคโนโลยีบริการในแนวคิดของเขาที่ไม่ได้พิจารณาในแง่ของเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมหรือเทคนิคของสิ่งประดิษฐ์หรือเครื่องจักรกล แต่เป็นเทคโนโลยีความรู้ (Knowledge Technologies) ซึ่ง Kang มีแนวคิดไปในแนวทางเดียวของ Perrow (1967, 196-208) และ Thompson (1967) เช่นกัน ที่ไม่ได้เขียนบทความอย่าง Perrow แต่แต่งเป็นตำราชื่อ Organizations in Action ฉบับพิมพ์ที่ New York โดยสำนักพิมพ์ Basic ขณะที่ Perrow เขียนเป็นบทความชื่อ A Framework for the Comparative Analysis of Organizations ลงใน American Sociological Review Vol.32 นอกจากนี้ ยังขยายความหมายออกไปอีกว่าเป็นเทคโนโลยีความรู้ที่มาจากความคิด ซึ่งนำไปสู่การทำงานทั้งทางการทำงานที่และวิธีการเป็นเหตุเป็นผล ที่ก่อมูลค่าเพิ่มเติมหรือคุณค่าเพิ่มเติมสร้างสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีความรู้กับการได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับภาคธุรกิจบริการ ซึ่งถึงแม้ในการประเมินผลตอบแทนการลงทุนโดยตรงจะให้ความสนใจในความสำเร็จจากการขับเคลื่อนเทคโนโลยีความรู้แต่ก็ต้องไม่ละเลยคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจซึ่งเสมือนภาพเสมือนจริงในการเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่ให้ความสนใจไม่ได้ ในความสำเร็จของธุรกิจโดยการขยายเทคโนโลยี ความรู้ของ Kang นั้น ได้เดินตามแนวคิดของ Dubin (1968) และสามารถประยุกต์ได้กับ Kandampully (2002, 18-26) ได้อีกด้วย

Ulleberg (2009) จาก International Institute for Education Planning ได้รับทุนอุดหนุนจากองค์การยูเนสโก ศึกษาวิจัยเรื่อง Incentive Structures as Capacity Development Strategy in Public Service Delivery โดยศึกษาอยู่ในวิจัยชุดที่ทำการวิจัยอย่างต่อเนื่องชื่อ Rethinking Capacity Development ที่มี Mark Bray เป็นผู้อำนวยการชุดวิจัยให้กับทั้งองค์การยูเนสโกและ International Institute for Educational Planning มีชื่อย่อว่า IIEP โดยผลการวิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่องนี้ได้คือ การพิจารณาเรื่องสิทธิประโยชน์ในทุกธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต้องพิจารณาในภาพรวมหรือที่งานวิจัยนี้เรียกว่า “Whole” ด้วยพิจารณากลยุทธ์ที่เกิดจากประสิทธิภาพของตัวองค์กรภายใต้บริบททางนโยบายของภาครัฐที่สร้างความยั่งยืนให้กับประโยชน์ระดับชาติและความสมดุลในการพัฒนาความสามารถทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการทั้งด้านสิทธิประโยชน์ทางการเงิน ก็คือในเรื่องของทางภาษี และทางด้านที่ไม่เกี่ยวกับทางการเงินก็คือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงจังในการรักษาเป้าประสงค์ของ

ธุรกิจ ดังนั้นมาตรวัดที่ถือเป็นการสร้างสรรค์สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่ไม่ใช่ทางการเงิน หรือประโยชน์ทางด้านภาษีจากการลงทุนแบบเดิมๆ ที่เคยเป็นมา เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจที่เป็นเหมือนภารกิจเชื่อมเครือข่าย (The Task Network) ที่เห็นชัดเจนในมาตรฐานวัดผลลัพธ์ที่ได้ทั้งประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความยั่งยืน ด้วยการวิเคราะห์ในระดับต่อไปนี้(ดังตารางที่ 2.1) ซึ่งจะเห็นสิ่งที่จะทำ (Will Do) คือการพิจารณาตามภาพที่เรียกว่า Whole ซึ่งสามารถทำได้ (Can Do) คือการพิจารณาประสิทธิภาพในตัวเอง (Self-Efficacy) ซึ่งนำไปสู่การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่จะเห็นในจุดแข็งขององค์กรหรือธุรกิจตัวเอง จุดอ่อนที่ต้องพึ่งพาเครือข่ายเพื่อเสริมประสิทธิภาพตัวเองเพื่อที่จะสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดขึ้น คือการหาความร่วมมือที่ใช้ความจริงใจเป็นมีอาชีพการทำธุรกิจ ที่เรียกว่า Professional Ethos และขจัดอุปสรรคให้หมดสิ้นหรือทุเลาด้วยความผูกพันจากความร่วมมือ (Commitment) ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับการยอมรับในความสัมพันธ์

ภาพที่เกิดจากความร่วมมือต่อไปซึ่งจะกลับมาเป็นผลลัพธ์ที่จะเห็นได้จากประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและความยั่งยืนได้ในที่สุด

ตารางที่ 2.1 แสดงระดับการกระทำและกลยุทธ์สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ

ทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจด้วยความร่วมมือเป็นอรรถประโยชน์เพื่อเชื่อมภารกิจเครือข่าย - แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางเทคโนโลยีความรู้ ทักษะและประสบการณ์
----------------	--

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

องค์การธุรกิจ	เป้าประสงค์ โครงสร้างองค์การที่สัมพันธ์กับภารกิจของธุรกิจ ระบบสิทธิประโยชน์ การสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการลงทุน การสร้างความสามารถขององค์การธุรกิจให้เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน
การขับเคลื่อนเทคโนโลยีความรู้	ความสมดุลในการพัฒนาความสามารถทางธุรกิจ การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทั้งทางการเงินแบบแนวคิดเดิมคือทางภาษีและไม่ใช่ทางการเงิน คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ
การสร้างคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจ	ความสัมพันธ์ที่จริงใจด้วยความร่วมมือและให้เครือข่ายกับองค์การธุรกิจร่วมฟันในการสร้างความสำเร็จไปด้วยกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นเครือข่ายความร่วมมือ
ก้าวสู่ความสำเร็จด้วยกัน	จากการเป็นเครือข่ายความร่วมมือร่วมฟันในการสร้างความสำเร็จไปด้วยกัน ต้องหันกลับมามองถึงสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมในชีวิตจริง (Real-Life Incentives Schemes)

	<p>โดยรวมความร่วมมือเป็นกลยุทธ์กลุ่มก้อน (A Coherent Strategy) ที่มีความเด่นชัดเสมือนเครื่องมือสร้างความสำเร็จอันจะก่อประโยชน์ทั้งการสร้างสมดุลในการลงทุนหรือควบคุมต้นทุนให้กับผู้ประกอบการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นโครงสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้กับธุรกิจหรือขยายผลถึงภาคอุตสาหกรรมนั้นๆ สุตท้ายก็จะได้ประโยชน์แก่ประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด</p>
--	--

ที่มา : ประยุกต์จาก Ulleberg (2009), Grindle and Hilderbrand (1995), Verheijen (2000), UNDF (2003), OECD (2005), Hicks (2000), and OECD/DAC (2006) ตลอดจนคำว่า ความสัมพันธ์ที่จริงใจจะนำไปสู่การอ้างอิงในการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแนวคิดของความสัมพันธ์หรือการเกิดความสัมพันธ์แบบเอื้ออาทร (Compassionate Love Relationship) และการร่วมลงทุนแบบรวมจิตใจหรือผูกใจร่วมกัน (Mental or Mutual Co-Production) ที่จะกล่าวต่อไปตามแนวคิดของ Saxena, O' Connelly Underwood (2002), Yang and Kassekert (2009) etc.

จากแนวคิดข้างต้นเป็นการสร้างความสอดคล้องให้กับแนวคิดที่เรียกว่า “การจัดการมหาชนสร้างสรรค์” (Creative Public Management) ซึ่ง ชวนะ ภวภานันท์ (2555, 1-20) นำมาเผยแพร่เป็นคนแรกในประเทศไทยและริเริ่มทำการเปิดหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตควบปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตทางแนวคิดดังกล่าวให้กับวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (2555) ดังปรากฏรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

2.2 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์สู่การจัดการคุณค่ามหาชนประยุกต์เชิงคุณธรรมธุรกิจ

แนวคิดดังกล่าวนี้ตามที่กล่าวปิดท้ายแนวคิดแรกเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจสู่แนวคิดนี้ คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบแนวคิดของชวนะ ภวภานันท์ กับสร้างน้ำหนักเหตุผลของการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้กับงานวิจัยเรื่องนี้กับ Polidano, (2001, 3) ที่มีแนวคิดที่ว่าทางภาครัฐจะต้องคำนึงถึงการทำหน้าที่รัฐในฐานะผู้รับใช้มหาชน เช่นเดียวกับ Olowo (1998, 8) มีแนวคิดเสริมต่อการจัดการของภาครัฐจะต้องมีแนวคิดในการยอมรับ คุณค่าหรือในความหมายประยุกต์กับ Merit ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวไว้ในแนวคิดแรก คือ ให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือที่ Ul Hauge (2006) เชื่อมต่อแนวคิดข้างต้นที่เสนอว่าต้องมองเป็นแบบอย่างที่ดี แนวคิดคุณค่าดังกล่าวในความหมาย “การทำให้เกิดธรรมาภิบาลที่ดี” (Good Governance of Best Practices) ดังเช่นที่ธนาคารโลกมีโครงการนำแนวคิดนี้ไปเสนอแนะภาครัฐ ให้ทำการปฏิรูปการจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพความร่วมมือทั้งด้านเนื้อหา หรือประยุกต์กับการดำเนินการจริงหรือเนื้อหาที่เขียนในโครงการและการจัดโครงสร้างองค์กรหรือองค์กรเพื่อสอดรับการดำเนินกลยุทธ์ซึ่งมีความพ้องกับแนวคิดของ Caiden and Sundaram (2004, 383) ที่เรียกว่า การจูงใจด้วยแหล่งสร้างคุณค่าฐานะเป็นศูนย์กลางการจัดการมหาชนที่ต้องการปฏิรูปเพื่อการบริหารมหาชนหรือประชาชนที่ต้องมารับบริการจากภาครัฐ (Place Incentives for The Civil Service at The Center of Public

Management Service Led Merit Reform) จนแนวโน้มแนวคิดนี้แพร่ขยายไปสู่แนวคิดสอดรับกับการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ สู่การจัดการคุณค่ามหาชนประยุกต์ได้กับเชิงคุณธรรมในความหมายของธรรมาภิบาลและนำไปใช้กับแนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมต่อไปอีกด้วย (ประยุกต์อ้างอิงจาก World Bank (2008a: 10-29, 50-60), Caiden and Dundaram (2004: 383), Kayizzi-Mugerwa (2003), Olowa (1999) โดยองค์การสหประชาชาติ หน่วยงานกิจการทางเศรษฐกิจและสังคม (United Department of Economic and Social Affairs (DESA)) เชื่อมโยงเข้ากับรูปแบบเฉพาะของธรรมาภิบาลที่เรียกว่า ความรับผิดชอบทางธรรมาภิบาล (Responsive Governance) เพื่อเกิดการจัดการภาครัฐ แนวคิดใหม่ที่ต่างจากแนวเดิมโดยเน้นสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทางคุณค่าเชิงจริยธรรมหรือคุณธรรมที่นำมาประยุกต์ได้ทุกภาคส่วนรวมธุรกิจด้วย หรือการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจแทนสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมแนวคิดเดิมที่มุ่งแต่การเน้นทางจูงใจด้านการเงินหรือภาษี (DESA, 2005 and Mc Court, 2006b: 175)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเพื่อขยายความเข้าใจเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้นจึงขอนำข้อเขียนของชวณะภวานันท์ ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น ดังต่อไปนี้

จากสารานุกรมกรรมการบริหารและการจัดการของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือนพฤศจิกายน-สิงหาคม 2555: 1-20)

ปฐมบทการจัดการมหาชน

จากคำว่า “Public” ที่มีการแปลเป็นภาษาไทยที่ใช้กันจนดาคว่า หมายถึง เน้นเฉพาะหมายถึง รัฐ หรือเกี่ยวกับ รัฐ ซึ่งมีคำที่ตรงกว่า คือ คำว่า “State” ที่หมายถึง ตัวรัฐ กิจการของรัฐ แม้แต่ทางการหรือเกี่ยวกับราชการ (วิทย์ เที่ยงบูรณธรรม, 2551, 959) และยังมีข้อสังเกตที่เห็นว่าการใช้คำในภาษาไทยเองก็ยังคงคลาดเคลื่อน เพราะ State = Country + Province + Land คำที่ถูกต้องควรจะเป็นประเทศมากกว่ารัฐ โปรตดูรายละเอียดมน Alexander อ้างถึงใน ราไฟ ดวงเพชร (293) และ Browman and Kearney (2006) ซึ่งนำคำว่า State มาใช้ในการศึกษาการเมืองการปกครองของความเป็น Federation ของสหรัฐอเมริกา

ยิ่งกว่าคำว่า “Public” ในความหมายที่บ่งชี้จะขจัดประกายความคิดใหม่เพื่อการติดต่อทางปัญญา และศึกษาเกี่ยวกับ “Public” ให้ถูกต้อง ลุ่มลึก และมีความเป็นหลังสมัยนิยม (Postmodernity) มากกว่าความเป็น “ทันสมัย” (Modernism) คือ “Public” ในความหมายของ “มหาชน” ที่หากขยายความหมายก็หมายถึง สาธารณะชน หรือ กลุ่มประชาชนทุกกลุ่มในสังคม (โปรดดูการแปลความหมายคำว่า Public คือ มหาชน จาก สอ เสถบุตร (2553, 489), Alexander อ้าง Chapter 10, Ingraham (1997, 326), Original Emphasis และ Oxford Learner’s Pocket Dictionary’1991 และ Fajardo (1997, Chapter 1)

นอกจากนี้แนวคิดของการให้ความสนใจ “Public” ในความหมายของมหาชน และนำมาใช้ทางปฏิบัติจนเกิดมรรคผลกับการบริหารประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มจากรองประธานาธิบดี อัล กอร์ (Al Gore) แนะนำให้กับประธานาธิบดี บิล คลินตัน (Bill Clinton) ด้วยการให้ประชาชนทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารประเทศและความเจริญทางเศรษฐกิจด้วยจนเกิดการยอมรับต่อภาพลักษณ์ของรัฐบาลคลินตันเป็นผลสำเร็จว่าเป็น “ยุคแห่งการปกครองที่ทั่วถึงโดยแท้” (The Era

of Big Government is Over) Clinton Quoted in Gore (1996, 1) และเทียบเคียงการแปลเป็น ถ้อยคำสำนวนไทยจาก สอ เสถบุตร (2553, 415) พร้อมกับการหาแนวคิดสอดคล้องอ้างอิงจาก Perry and Kraemer (1983), p.x; Politt and Bouckaert (2000, Chapter 8), and Metcalfe and Richards (1988, 73-751)

จากแนวคิดของ “Public” ในความหมายของมหาชนนำมา ร่วมกับการจัดการที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกภาคส่วน จากสหรัฐอเมริกาที่แพร่หลายขยายไปทั่วยุโรปจนเป็นที่ยอมรับ เช่น ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศฟินแลนด์ ประเทศสวีเดน ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น ซึ่งความนิยมดังกล่าวข้างต้นนี้มีข้อสังเกตว่าเริ่มมีความสนใจในปี ค.ศ.1980 ซึ่งเป็นปีเดียวกับที่ทางสหรัฐอเมริกา เริ่มนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้บริหารประเทศ และยังมีข้อสังเกตต่อไปอีกว่า การริเริ่มนำแนวคิด “Public” มาใช้ในการจัดการมักมาจากองค์การระดับโลก หรือบุคคลระดับบริหารประเทศทั้งสิ้น ตัวอย่าง ประเทศ สหราชอาณาจักร ในปี ค.ศ.1980 นายกรัฐมนตรีได้นำการปกครองท้องถิ่นเข้ามา ร่วมในการบริหารประเทศร่วมกับรัฐบาลกลางเช่นเดียวกับประเทศฟินแลนด์หรือประเทศสวีเดน นอกจากประเทศตัวอย่างข้างต้นแล้ว คณะกรรมาธิการร่วมของสภาร่วมยุโรป (EU Commission) ก็พยายามเผยแพร่แนวคิดการจัดการประเทศหรือรัฐ ในแนวคิดการจัดการมหาชนแนวใหม่ หรือ การปฏิรูปการจัดการรัฐในแนวคิดใหม่ (New Public Interms as a New Macro and Micro Politico Econsocio Management) เช่นเดียวกับที่สร้างการยอมรับมากที่สุด คือ แนวคิดใหม่ของ องค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนาแห่งองค์การสหประชาชาติ (Organization for Economic, Co-Operation and Development : OECD) และการจัดการมหาชนทางการบริการ ขององค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนา (Public Management Service of The OECD : PUMA) ได้สร้างแบบจำลองแนวคิดที่เห็นความเด่นชัดของการจัดการมหาชนที่ต่างจากการจัดการ ภาครัฐเดิมมากขึ้น โดยเฉพาะการให้ความหมายใหม่และการใช้ประโยชน์จากคำว่า “Public” ที่ไม่ได้ หมายความว่ารัฐและกิจการต่างๆ ของภาครัฐหรืองานราชการ โดยแบบจำลองดังกล่าวทำให้มีความ ทันสมัยแบบเต็มๆ คือ มีความทันสมัยแบบแนวคิดหลังความสมัยนิยม หรือ โปสท์มอดเดิร์น และใกล้ โลกความเป็นจริงมากขึ้น ดังเช่นที่ อัลเฟรด ชูลท์ส (Afred Schutz) ให้แนวคิดว่าโลกปัจจุบันไม่ใช่ โลกสำหรับการดำเนินชีวิตปัจจุบัน (Everyday Living) แต่เป็นโลกแห่งการทำงาน (The World of Working หรือ Wirkwelt ในภาษาเยอรมัน) ซึ่งทำให้การจัดการเรื่องใดๆ ก็แล้วแต่จะมองแค่ภาคส่วน เดียวไม่ได้อีกต่อไป ต้องนำแนวคิดของการรับรู้หรือโลกแห่งการรับรู้ (Life World of Means of Perception) ตามแนวคิดของ เอ็ดมันด์ ฮุสเซลล์ (Edmund Ausse) มาพิจารณาประกอบด้วย (Schutz, 1960, 229, Abbr. CPill. and Husse, 1954, 136)

สำหรับแบบจำลองการจัดการมหาชนขององค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนา และการจัดการมหาชนทางการบริการขององค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและพัฒนา มีความเกี่ยวข้อง กับการจัดการทั้งระดับมหภาคและจุลภาคของการจัดการมหาชน ดังนี้ 1) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ 2) ด้านระบบการเมืองการปกครองทั้งระดับชาติ ระดับท้องถิ่น และระดับองค์การราชการ 3) โดยมีการ จัดการมหาชนหรือสาธารณะชนทุกภาคส่วน ก่อให้เกิดในการสร้างมูลค่าให้กับสังคมเศรษฐกิจ และ อุตสาหกรรมของประเทศ ตลอดจนสร้างความเป็นเลิศด้านธรรมาภิบาลแนวใหม่ด้วยการพัฒนาคนจาก ส่วนราชการ ส่วนธุรกิจ ส่วนทางการเมืองการปกครองส่วนเครือข่ายระหว่างประเทศร่วมกับ

สถาบันการศึกษา เพื่อมุ่งพัฒนาให้เกิดการปรับปรุง (Improvement) ที่ต้องดีกว่าเดิม (to run better) สร้างคุณภาพ (Quality) กับการจัดการมหาชน ที่สร้างให้เกิดคุณค่าความเป็นประชาธิปไตย (Democracy) การตรวจสอบได้เห็นที่มาและที่จะเป็นไป (Accountability) ความเสมอภาคที่แสดงออกการเป็นเจ้าของ (Equity) และความตรงไปตรงมา (Probity) และประสิทธิภาพ รวมถึงประสิทธิผลของนวัตกรรมกรรมการจัดการมหาชน ทั้งระดับมหภาคและระดับจุลภาค ที่สร้างสมรรถนะให้กับเศรษฐกิจของประเทศหรือธุรกิจของรัฐ (The Business of the State)

ลุ่มลึกกับการจัดการมหาชนสร้างสรรค์

ในเรื่องธุรกิจของรัฐนั้น เมื่อพิจารณาอย่างลุ่มลึกแล้ว มีมาตั้งแต่ยุคมหานครกรุงโรมโบราณ หรือยุคแห่งการเรืองอำนาจของมหาอาณาจักรโรมัน (Ancient Roman Empire) โดยมีข้อสังเกตจากคำภาษาละตินรูปแบบวลีด้วยกัน 3 วลี คือ (Williams, 1980, 10-11)

Pro bono public	เพื่อสินค้าสาธารณะ (for the public good)
Salus populi suprema lex esto	การจัดการสวัสดิการให้กับประชาชนด้วยกฎหมายของศาลสูง (let the welfare of the people be the supreme law)
Res publica	ธุรกิจของรัฐ (The Business of the state)

ในวลีทั้ง 3 นี้ ถ้าพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าไม่ต่างจากที่เกิดขึ้นในธุรกิจของรัฐปัจจุบันเลย อาทิ ต้องสะสมความมั่งคั่ง สร้างคุณภาพทางการศึกษา การปกป้องภัยอันตรายต่อสุขภาพชีวอนามัยที่จะเกิดแก่ประชาชน การป้องกันเชื้อหรือเหมือนที่ไม่ปลอดภัย ป้องกันมลพิษทางอากาศและทางน้ำ จนถึงความปลอดภัยของการบริโภคของผู้บริโภค การตั้งล้งลูกการขึ้นราคา (Price Gouging) ของการค้าที่มีผลต่อรรถประโยชน์ของผลประโยชน์รัฐ (Public Utilities) โดยในสมัยกรุงโรมโบราณนั้น การให้ความสำคัญของธุรกิจของรัฐนั้นอยู่ภายใต้โครงสร้างกายภาพทางการเมือง (Political Bodies) ที่มีวุฒิสภาหรือสภาสูง (The Senate) และสภาผู้แทนประชาชน (The House) ที่มีทั้งสิทธิอำนาจความรับผิดชอบ (Authority) และเงินทุน (Funds) ในรูปสมัชชาประชาชนหรือมหาชน ที่มีผู้แทนทั้งประชาชนหรือมหาชนของภาครัฐที่มักเป็นนักการเมืองและภาคเอกชนที่มักเป็นนักการค้า นักการพาณิชย์ กระทั่งนักกฎหมาย

ดังนั้น ในยุคต่อมาจากสมัยกรุงโรมโบราณสู่การเริ่มใช้คำว่า “Public” และ The Public ที่การจัดการภาครัฐมีบทบาทเข้ามาเกี่ยวข้องกับมหาชน แต่ยังคงแบ่งแยกเป็นภาครัฐส่วนหนึ่งและภาคเอกชนอีกส่วนหนึ่ง ก็ด้วยเหตุผลการนำนโยบายทางกิจกรรมทางการเมืองหรือเอารัฐเข้ามามีบทบาท (The affairs of the polis or state) ในการออกแบบและเตรียมการเพื่อทำธุรกิจของรัฐ (Represent are designed to prepare to handle res publica) ที่ต้องรับผิดชอบในความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของชาติ แต่สมัยนั้นอ้างอิงนโยบายของสวัสดิการแห่งชาติ (Significant for national welfare the criteria application to government) ซึ่งการอ้างอิงเหตุผลของผู้เขียนใน

ส่วนนี้ประยุกต์จาก Click (1962 ข้อสังเกตคำว่า Res publica after all is latin for politeia) และ Hurwitz (1950: 60-70) โดยได้แนวคิดจาก Dunsire (1993, Chapter 10)

หากพิจารณาด้วยความกระจ่างมากขึ้นในความรับผิดชอบของรัฐหรือประเทศ กับการ รับผิดชอบของรัฐบาลเพื่อการจัดการภาครัฐแบบเชิงสัดส่วนของกิจกรรมของรัฐและประชาชนในส่วน ที่เกี่ยวข้อง คือ ภาคเอกชน (size or proportion of the population in the adjectival usage of “public” as applied to action “open to all” interpret a continuity between public and private bodied) ซึ่งหากพิจารณาด้วยแนวคิดเชิงลึกไปอีกแบบ พิจารณาเชิงพฤตินัย (ex post facto accountability) อ้างอิง ปีเตอร์ เซลฟ์ (Peter Self, 1971 a, b and 1972) เห็นว่าการ บริหารจัดการรัฐมีความเกี่ยวข้องหลีกเลี่ยงได้ยากกับการบริหารธุรกิจด้วยรัฐบาลต้องการนวัตกรรม เป็นผลลัพธ์ที่ก่อมรรคผล (Outcome) กับการบริหารนโยบาย การจัดการรัฐทางด้านสร้าง ผลประโยชน์แก่อุตสาหกรรมชาติ หรือเช่นที่ ไชมอน สมิธเบิร์ก (Simon Smithburg) และทอมป์สัน (Thompson) เรียกว่า “การบีบบังคับที่รัฐต้องทำธุรกิจ” (Economic Coercion) ซึ่งรัฐเอง (State) ก็ต้องให้ความเป็นเสรีแก่ธุรกิจเอกชน ให้การส่งเสริมด้วยการให้เงินอุดหนุนอุตสาหกรรม (Subsidy) การอนุญาตแบบเงินให้เปล่า (Grants) และการอาศัยกฎระเบียบคำสั่ง เป็นต้น เพื่อทำให้เกิดความ เจริญเติบโตของอุตสาหกรรมประเทศด้านรายได้ประชาชาติของประเทศ (Gross National Product) อีกด้วย เป็นไปตามแนวคิดของโลกทัศน์ที่ทุกประเทศมีโลกทัศน์แห่งคุณค่าบริการ (Administrative Value) ในการบริหารความเป็นทุนนิยม (Capitalistic) กับความเป็นระบบเวเบอร์หรือราชการ (Weberianistic or Bureaucatic) โดยเฉพาะตามโครงสร้างของทุนนิยมคือการสร้างแรงกระตุ้นด้วย ผลกำไร (Profit Motive) ด้วยการควบคุมของเครื่องจักรแห่งสังคม คือ มหาชนหรือประชาชนนั่นเอง เห็นได้ชัดจากแนวคิดของประเทศสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และแม้แต่สังคมนิยมของรัสเซีย คือ การหลีกเลี่ยงไม่พ้นซึ่งเทคโนโลยี และการนิยมแบบบูชาดลั้งโคล์ซึ่งแนวการจัดการเชิงระบบ วิทยาศาสตร์แบบเทเลอร์ (Technological Imperative, as Enshrined in Taylorian “Scientific Management”)

เหตุผลที่การจัดการรัฐในความหมายเพียง “Public” ไม่ใช่ “State” จึงมีหลายนักวิชาการ เช่น พี. เอส. เลวิน (P.H. Levin, 1972) ที่มีความเห็นสอดคล้องกับมาร์ชและไชมอน (March and Simon, 1958) ฌาคส์ Jaques (1966) เอทซีโอนิ (Etzioni) และดอนนิสัน และ แชนแมน (Donnison and chapman, 1965) ซึ่งได้ร่วมกันสร้างแบบจำลองเพื่อการตัดสินใจจัดการรัฐในแง่ ของมหาชนว่าต้องมีการสร้างพิมพ์เขียว (Blueprint) ที่ให้เห็นรายละเอียดตั้งแต่เริ่มต้นสู่ผลสรุปและ การเพิ่มเติมที่ให้มีมรรคผลชัดเจน โดยเลวิน (Levin, 1972, 31) เสนอว่าต้องให้เกิด “สิ่งค้นพบ” (Discovery) ด้วยสามกระบวนการสำคัญ คือ 1) ด้านเทคนิค (Technical) ด้วยการให้เกิดการพัฒนา หรือประยุกต์แนวคิดข้างต้น นวัตกรรมที่สร้างประสิทธิภาพทางธุรกิจ และสร้างนวัตกรรมการตลาด (Business Efficiency and Market innovation) อ้างอิงจาก Self, 1971a, 6) 2) การบริหารที่รวม การจัดการเชิงปฏิบัติการเพื่อใช้ได้กับโลกที่เป็นจริง (Administrative, can be called “Operational actions in the real physical world”) 3) กระบวนการสนับสนุนให้เกิดการจัดการ ในการเมืองการปกครองในความหมายการเมืองที่ตัดสินใจในขอบเขตของมหาชน (Mobilizing

support for political discriminating tool with which to appropriate decision making in the “public” in terms of several group of peoples arena) (Levin, 1972, 40-44)

จากแนวคิดของเลวิน รัฐบาลของสหราชอาณาจักรขานรับและก่อให้เกิดทฤษฎีมหภาคทางการจัดการรัฐ ในความหมายที่กว้างขวางอ้างอิงในความหมายมหาชนสร้างสรรค์ได้อย่างเด่นชัดด้วยการให้ความหมายถึง 1) การจัดการการปกครองระดับรัฐบาลกลาง (Central Government) 2) การจัดการการปกครองระดับท้องถิ่น (Local Government) 3) ความสัมพันธ์การจัดการการปกครอง เชื่อมโยงและเชื่อมต่อกับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่นด้วยมีอาชีพด้านอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ การเงิน สังคม กฎหมาย และหน่วยงานเอกเทศของประชาชน ทั้งควบคุมเงื่อนไขการบริการกำลังคน การพิมพ์ และการเผยแพร่ การคมนาคมขนส่ง การให้บริการด้านต่างประเทศ และ 4) บริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ กระทั่งองค์กรมหาชนด้วย ตามที่ให้เกิดผลมาเบื้องต้น อาศัยแนวคิดของเบลา และ สก็อทท์ (Blan and Scott, 1962, 42-45) และเอเดรียน เวบบ์ Adrian Webb (1971) เรียกการจัดการรัฐที่เข้าสู่การจัดการมหาชนว่า การบริหารจัดการบริการสังคม (Social Service Administration) และการเห็นการจัดการสร้างสรรค์จากการจัดการดังกล่าวคือ ความเห็นที่ทั้ง เบลา และ สก็อทท์ รวมทั้งเอเดรียน เวบบ์ เห็นว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการบริการเชิงประยุกต์ (Adaptive Service) และเกี่ยวกับการมีทัศนคติเชิงวัฒนธรรมทางแนวคิดในการมองการจัดการรัฐที่กว้างขวางขึ้น มากกว่ามองแค่เพียงการให้บริการภาครัฐ หรือจากหน่วยงานของรัฐ เหมือนดังก่อนจึงกล่าวไว้ว่า คือ การนำความผิดพลาดของการศึกษาการจัดการรัฐ ที่เดิมมาจากแนวคิดของนักการเมืองร่วมกับนักวิชาการไร้ประสบการณ์ปฏิบัติจริง เขียนเผยแพร่แนวคิดและสร้างเป็นวาทกรรม พัฒนาโดยให้ความสำคัญเพียงระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์ เงื่อนไข ความเป็นไปได้ของการดำรงอยู่ของอำนาจทางการเมือง การปกครองของตัวแสดงที่มีบทบาทสร้างแบบสังคม ตามแนวทางพัฒนาแบบตะวันตก โดยเฉพาะเห็นเด่นชัดกับประเทศที่ตามวาทกรรมการพัฒนา เรียกว่า “ด้อยพัฒนา” หรือ “กำลังพัฒนา” กับการสร้างตัวตนใหม่แบบตะวันตกที่เรียกว่า “ความทันสมัย” และความทันสมัยสำคัญ คือ ต้องเป็นความทันสมัยเดียวกับสังคมตะวันตก คือ สร้างให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ให้ได้

ด้วยเหตุที่การสร้างความทันสมัยแบบตะวันตกความทันสมัยเดียวกันคือ ความเป็นประเทศอุตสาหกรรม แนวคิดความทันสมัย (Modernize) กับการตลาดเศรษฐกิจ หรือ เศรษฐกิจการตลาด/ เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Market Economy or Economic Market/Business Economic and Industrial Economy) จึงเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างยากหลีกเลี่ยงกับการจัดการรัฐหรือรัฐบาลที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดในความหมาย และกิจกรรมการจัดการรัฐในความหมาย การจัดการมหาชนสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเฉพาะการสร้างสรรคจะเกี่ยวข้องกับการรักษาความทันสมัยให้คงอยู่อย่างยั่งยืนด้วยการสร้างการตลาดในธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อ 1) ให้คุณภาพการบริการแก่สาธารณชน หรือมหาชนที่มีคุณภาพสูง 2) สร้างธรรมาภิบาลที่สอดคล้องกับการรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องรับผิดชอบต่อในการสร้างคุณภาพชีวิตแก่มหาชนและความมั่นคงยั่งยืนให้ประเทศด้วย (ประยุกต์อ้างอิงแนวคิดจาก Politt and Bouckaert, 2000, 172-191, March and Olsen, 1995, 44-47)

อย่างไรก็ตามหากพยายามหาเหตุผลมาเสริมการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ให้มีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น คือ แนวคิดของ จอร์จ เอช. เฟรดเดอริกสัน (George H. Frederickson (1996, 268-270)) ที่มีความเห็นว่าการเกิดการเปลี่ยนแปลงในการจัดการภาครัฐแนวใหม่ หรือที่นิยมเรียกกันว่า

แบบตีขลุมว่า New Public Management (NPM) แต่แท้จริงก็มาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวองค์กรของภาคการปกครอง เช่น องค์กรระดับท้องถิ่น หรือองค์กรแบบระบบราชการ ฯลฯ เป็นต้น ที่เกิดขึ้นขึ้นกับกิจกรรมเพื่องานของภาครัฐ หรือรัฐบาลเพียงแค่นั้นทั้งที่หากจะกล่าวถึงการจัดการภาครัฐแนวใหม่แท้จริง ควรต้องให้ความสนใจไปที่ การสรรสร้างทางความคิดเห็นให้เกิดนวัตกรรมการสร้างสรรค์มากกว่า การจะต้อวไต่ต่อการจัดการกิจกรรมงานรัฐหรือรัฐบาลไปเน้นที่การมีมุมมองสร้างสรรค์ผลประโยชน์การจัดการของรัฐหรือรัฐบาลให้เกิดแก่นหาชน ซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการต่างๆ ในภาครัฐกิจอุตสาหกรรม ตลอดจนภาครัฐวิสาหกิจ และแม้แต่องค์กรที่ไม่หวังผลกำไรด้วย โดยเข้าร่วมพัฒนารัฐหรือประเทศร่วมกับองค์กรภาคการปกครอง ภาคระบบราชการของภาครัฐที่แท้จริง ซึ่งแนวคิดของ เฟรดเดरिकสัน มีความสอดคล้องกับ จอห์น เฮากินส์ (2006, 117-118) ที่มีแนวคิดว่า โลกเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) ความคิดสร้างสรรค์เป็นแหล่งที่มาของการขีดความสามารถได้เปรียบเชิงการแข่งขันของโลกสมัยใหม่ไปแล้ว เช่นเดียวกับ ริชาร์ด ฟลอริดา (Florida, 2002, 3-6) ที่มีแนวคิดทำนองเดียวกัน และแมทท์ แมกนัสสัน (Magnusson, et.al, 2009, 1-5) นิหีน โนห์เรีย และรันเจย์ กูราทิ (Nohria & Gulati, 1996, 1245-1246) ริชาร์ด วัตแมน (Woodman, et.al., 1993, 293-321) มีความเห็นร่วมกันว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นบทบาทสำคัญที่ทั้งองค์กร ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ต้องให้ความสนใจ การได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรเหล่านี้อยู่ที่ความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น การพยายามกล่าวถึงการจัดการแนวใหม่ที่อ้างอิงกันทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชน ปัจจุบันต้องเปลี่ยนการกล่าวถึงใหม่ว่า การปฏิรูป (Reform) จึงจะถูกต้องมากกว่า และการขับเคลื่อนการปฏิรูปสำคัญคือ การจัดการมหาชนสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบขุดรากถอนโคนหรือแบบสุดขีด (Radical Change) ของการบริหารของรัฐ หรือการจัดการกิจกรรมของรัฐ หรือรัฐบาลที่ต้องรวมทุกภาคส่วนของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการบรรลุวัตถุประสงค์ (Objectives) และผลลัพธ์ที่สร้างมรรคผล (Result) ให้กับการจัดกิจกรรมของรัฐหรือรัฐบาลที่จะสร้างผลประโยชน์ให้เกิดกับประเทศ ได้แก่ ภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ฯลฯ ทั้งระดับประเทศและระดับระหว่างประเทศด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ประเทศสวีเดน ประเทศเดนมาร์ค ที่สร้างแบบจำลองที่เรียกว่า MbOR (Management by Objectives and Result) เพื่อบรรลุแนวทางการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ดังกล่าวข้างต้น โดยมี 7 แกนแนวคิด (Hood, 1995, Politt, 2002) ที่ประกอบด้วย

1. องค์กรตัวแทนภาคการปกครองของรัฐบาลหรือรัฐ ต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ และมีความคล่องตัว ที่ต้องสร้างโครงสร้างให้กะทัดรัด (Lean) มากยิ่งขึ้น
2. ภาคการเมืองการปกครอง หรือรัฐบาล ต้องไม่มุ่งความสัมพันธ์แบบสายการบังคับบัญชา หรือสั่งการ แต่ต้องอาศัยการสร้างข้อตกลงหรือนิติกรรมแบบยืดหยุ่น
3. ใช้กลไกการตลาด เข้ามาช่วยพัฒนาองค์กรภาครัฐ ภาคการเมืองการปกครอง ด้วยการจัดการแบบธุรกิจมากขึ้น และร่วมกันกับภาคธุรกิจ ภาคเอกชน และที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันสร้างการบริหารของรัฐ
4. รวมทุกภาคส่วนของภาคธุรกิจ เอกชน เข้ากับภาครัฐ ภาคระบบราชการ เพื่อลดพื้นที่การจัดการภาครัฐ หรือการจัดการภาครัฐแบบเดิมๆ ลง

5. เพื่อร่วมสร้างความแข็งแกร่งของส่วนที่จะสร้างมรดกผลให้กับการจัดการรัฐแนวใหม่ ที่รวมทุกภาคส่วนของประชาชน หรือสาธารณะ จนมาร่วมพัฒนาประเทศตามแนวคิดการสร้างสรรค

6. สร้างสรรคความคิดให้กับมหาชน คือประชาชนทุกภาคส่วน และภาครัฐ ภาคราชการ คือการสร้างความคิดได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และมรดกผลที่เป็นรูปธรรม

7. ความเป็นมรดกผลที่เป็นรูปธรรม คือการสร้างคุณค่าที่จะเกิดประโยชน์ในการปฏิบัติทั้งปัจเจกบุคคล และองค์การ ทั้งในแง่การสร้างการยอมรับระดับสากล ความเสมอภาคและการสร้างความเป็นเจ้าของในการประกอบการความปลอดภัยระดับสังคมและระดับชาติและการฟื้นฟูสภาพหรือความยืดหยุ่นได้ (Resilience)

2.3 แนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ประยุกต์กับนโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์จากประเทศที่ประสบความสำเร็จถึงประเทศไทย

จากการประสบความสำเร็จในการทำแนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์โดยเฉพาะในข้อที่ 1-4 ดังกล่าวแล้วข้างต้นคือการมีองค์กรหรือสถาบันเข้ามาเป็นตัวแทนการจัดการภาครัฐที่สร้างชื่อเสียงและเศรษฐกิจทางการส่งออกของประเทศจนเกิดค่านิยมที่เรียกและรู้จักกันทั่วไปแทนธุรกิจภาพยนตร์ของหลายประเทศที่สำคัญ Koreawood หมายถึง ธุรกิจของภาพยนตร์ประเทศเกาหลีใต้ Bollywood หมายถึง ธุรกิจภาพยนตร์ของประเทศอินเดีย HongKongwood หมายถึง ธุรกิจภาพยนตร์ของประเทศฮ่องกง ซึ่งคำว่า wood นั้น คือใช้เลียนแบบคำว่า Hollywood คือ ธุรกิจภาพยนตร์ของอเมริกันเอง ซึ่งความสำเร็จของประเทศเหล่านี้จึงเป็นต้นแบบที่ทั้งภาครัฐและธุรกิจภาพยนตร์ไทยนำมาใช้เป็นแนวทางเพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่ภาพยนตร์ไทยจากอดีตสู่ปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของการสร้างสิทธิประโยชน์ตามคุณค่าเชิงคุณธรรมให้กับธุรกิจภาพยนตร์ไทยตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เรียกว่า Merit-Based Incentives เฉพาะอย่างยิ่งการริเริ่มแนวคิดจัดตั้งองค์การมหาชนทางธุรกิจภาพยนตร์ไทยของกระทรวงวัฒนธรรมที่กำลังอยู่ระหว่างการศึกษาดำเนินการอยู่

ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรมจากนโยบายส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์จากประเทศที่ประสบความสำเร็จแล้วจึงควรค่าแก่การศึกษาเพื่อเชื่อมโยงความเป็นเหตุเป็นผลหนักแน่นยิ่งขึ้นของงานวิจัยเรื่องนี้ โดยจะกล่าวตามรายหัวข้อย่อยจากนโยบายการส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์จากประเทศที่สำคัญประสบความสำเร็จมาแล้วจนถึงของประเทศไทย ดังนี้

2.3.1 ประเทศเกาหลีใต้

ยุคทองของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ เริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1960 เมื่อรัฐบาลมีนโยบายกำหนดให้บริษัทภาพยนตร์ต้องผลิตภาพยนตร์อย่างน้อย 15 เรื่องต่อปี แต่เนื่องจากการรีบเร่งและถูกกดดันให้ผลิตภาพยนตร์จำนวนมากทำให้หลายบริษัทต้องปิดตัวลง และภาพยนตร์ส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาไม่มีคุณภาพ จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีตกต่ำลงอีกครั้ง ในช่วงปี ค.ศ. 1970 ซึ่งก่อนหน้านี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีก็เป็นไปตามสภาพการเมือง ที่ยังไม่สงบนิ่ง

จวบจนกระทั่งปี ค.ศ.1997 ประเทศเกาหลีประสบวิกฤตเศรษฐกิจเช่นเดียวกับ ประเทศไทย ทำให้ต้องขอรับการสนับสนุนด้านการเงินจากกองทุน ไอ.เอ็ม.เอฟ ประกอบ

สำหรับประเทศเกาหลีนั้น มีรายละเอียดที่น่าสนใจอย่างมาก ในส่วนกฎหมายเกี่ยวกับกิจการภาพยนตร์ เห็นได้ชัดจากมรรคผลของการที่ในปี ค.ศ.1997 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจเช่นเดียวกับประเทศไทย ทางรัฐบาลเกาหลีจึงออกกฎหมายใหม่ที่บังคับให้ทำงานเพียงแค่ 5 วันต่อสัปดาห์เท่านั้น ซึ่งเอื้อประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลี เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่มีเวลาว่างมากขึ้นและได้ใช้เวลาไปกับการดูภาพยนตร์ที่เพิ่มสูงขึ้น จากปัจจัยต่างๆ ทั้งจากรัฐและเอกชนที่ร่วมกันผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ภายในระยะเวลาเพียง 9 ปี นับจากปี ค.ศ. 1993-2002 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีมีอัตราการเติบโต อย่างรวดเร็วจาก 15.9% เป็น 45.2% ในปี ค.ศ.2002 และเกิดเป็นกระแสนิยมภาพยนตร์เกาหลีขึ้น (Korean Film Boom) จนกระทั่งในปัจจุบันภาพยนตร์จากประเทศเกาหลียังคงเป็นที่จับตามอง จากผู้จัดจำหน่ายและผู้แทนจำหน่ายระดับโลกอยู่ อาทิเช่น มิราแมกซ์ ยูนิเวอร์แซล หรือ พาราเมาท์พิกเจอร์ส เป็นต้น ซึ่งนโยบายการให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีได้นั้น สามารถแสดงพัฒนาการให้เห็นได้จนเป็นที่มาของการเกิดสภาพยนตร์เกาหลี ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยก็ให้ความสนใจที่จะใช้เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยมในการจัดการคุณภาพภาพยนตร์ไทยตามนโยบายรัฐบาลปี พ.ศ.2546-2549 ซึ่งจะอธิบายในลักษณะลำดับเหตุการณ์เพิ่ม ความเข้าใจโดยประยุกต์จาก June-Kyoung Park “The Korean Film Industry, Dramatic Movement Over the Next Generation” เอกสารจาก http://mediasalles.it/Journal/Korean_film_industry.pdf (April, 2005) และ นิตยสาร Bioscope ฉบับที่ 44 กรกฎาคม พ.ศ.2548 หน้า 63 และ [www.koreanfilm-or.kr/rofic/aboutks.asp](http://www.koreanfilm.or.kr/rofic/aboutks.asp) ดังนี้

วัน เดือนปี พ.ศ. (ค.ศ.)

รายละเอียด

- | | |
|-------------------------|--|
| 3 เมษายน 2516 (1973) | เกาหลีได้ร่างกฎหมาย Korean Film Promotion Law และจัดตั้ง หน่วยงานเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีภายใต้ชื่อ “Korean Motion Picture Promotion Corporation” หรือ KMPPC |
| 31 มีนาคม 2521 (1978) | รัฐลงทุนก่อสร้างโรงถ่ายทำภาพยนตร์ (Special Photography Studio) |
| 15 กันยายน 2521 (1978) | รัฐลงทุนก่อสร้างสตูดิโอบันทึกเสียง |
| 24 มิถุนายน 2523 (1980) | รัฐลงทุนก่อสร้างห้องแล็บและการล้างฟิล์ม |
| 3 ธันวาคม 2527 (1984) | รัฐจัดตั้งสถาบัน “Korean Academy of Film Arts” เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ |
| 19 ตุลาคม 2538 (1995) | ย้ายสำนักงานใหญ่ไปอยู่ที่ Hong Reung |
| 5 พฤศจิกายน 2540 (1997) | โครงการก่อสร้างโรงถ่ายภาพยนตร์ครบวงจร ชื่อ Seoul Studio Complex ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมโลเคชันทั้งกลางแจ้งและสตูดิโอถ่ายทำภาพยนตร์ ศูนย์รวมอุปกรณ์การถ่ายทำ สตูดิโอบันทึกเสียง |

- ฟิล์มแล็บ โกดิงเก็บอุปกรณ์ประกอบฉากและเครื่องแต่งกาย ศูนย์ฝึกและทดลองด้านภาพ พื้นที่และอุปกรณ์ทั้งหมดที่มีอยู่ภายใน ศูนย์นี้มีไว้สำหรับเช่า
- 7 กันยายน 2541 (1998) พิธีเปิด Seoul Image Venture Center และภายในปีเดียวกัน ในการ จัดงานเทศกาลภาพยนตร์แห่งเมืองปูซาน ครั้งที่ 3 ได้จัดให้มีกองทุน PPP (Pusan Promotion Plan) เพื่อสนับสนุนนักสร้างภาพยนตร์รุ่นใหม่ให้มีโอกาสเสนองานและพบปะกับนักลงทุนจากทั่วทุกมุมโลก
- 12 มีนาคม 2542 (1999) จัดตั้งโรงเรียนสอนการทำแอนิเมชันชื่อ Korean Academy of Animation Arts
- 28 พฤษภาคม 2542 (1999) จัดตั้งสภาภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council-KOFIC*) เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก
- 5 พฤษภาคม 2543 (2000) เปิดศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพพิเศษเพื่อใช้ในงานภาพยนตร์ (Visual Experience Education Center)
- 10 สิงหาคม 2544 (2001) ยุบรวมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทางด้านภาพยนตร์ คือ Korean Academy of Film Arts และ Korean Academy of Animation Arts มาเป็น Korean Academy of Film Arts
- 9 พฤษภาคม 2545 (2002) เปิดศูนย์บริการด้านการจัดหลังเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์ ภายใต้ชื่อ Chunsakwan ขึ้นภายใน Seoul Studio Complex
- 29 มีนาคม 2547 (2004) กลุ่มผู้บริหารในนาม KOFIC ได้เปลี่ยนชื่อจาก “คณะกรรมการภาพยนตร์เกาหลี หรือ Korean Film Commission” มาเป็น “สภาภาพยนตร์เกาหลี หรือ Korean Film Council” และเปลี่ยนชื่อ สตูดิโอแบบครบวงจร Seoul Studio Complex มาเป็น Namyangji Studio Complex

ดังนั้น จากตารางข้างต้น Korean Film Council (KOFIC) หรือสภาภาพยนตร์เกาหลี นั้น ก็คือหน่วยงานกลาง ซึ่งเป็นองค์กรสำคัญกำกับดูแลกิจการภาพยนตร์ เป็นองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนโดยภาครัฐ KOFIC อยู่ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (Korean Ministry of Culture and Tourism) ดำเนินงานบริหารองค์กรเป็นอิสระ มีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีทั้งในและนอกประเทศ โดยมีโครงสร้างคณะกรรมการ (Commissioners) ทางภาพยนตร์ประกอบไปด้วยบุคคลในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ทั้งผู้สร้าง ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ ซึ่งมีประธานกรรมการบริหารขององค์กร (Chairperson) เป็นผู้บริหารสูงสุด โดยแยกออกเป็น 5 ฝ่าย คือ ฝ่ายกองเลขาการ (Secretary General) ฝ่ายบริหารโรงถ่ายภาพยนตร์ (KOFIC Namyangju Studio Executive Director) ฝ่ายบริหารการศึกษา (KAFA) ฝ่ายตรวจสอบบัญชี (Auditor) ฝ่ายวางแผนและนโยบาย (Policy Research) ทั้งนี้ฝ่ายบริหารโรงถ่ายภาพยนตร์ (KOFIC Namyangju Studio Executive Director) เป็นผู้รับผิดชอบดูแล

ส่วนงาน Namyangju Studio Complex ซึ่งเป็นศูนย์กลางการถ่ายทำภาพยนตร์แบบครบวงจร อันประกอบด้วย โรงถ่ายทำภาพยนตร์แบบในร่มและกลางแจ้ง (Outdoor/Indoor Studio Sets) ห้องบันทึกเสียง (Sound Recording Studio) ห้องล้างฟิล์มและตัดต่อ (Film Laboratory) ส่วนให้เช่าอุปกรณ์ประกอบฉากและเช่าเครื่องแต่งกาย (Props and Costumes Warehouse) ศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพพิเศษเพื่อใช้ในงานภาพยนตร์ (Visual Experience Education Center) และส่วนงานพิพิธภัณฑ์ภาพยนตร์ (Film Museum)

สำหรับทางด้านกองทุนเพื่อส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีนั้นจะอยู่ด้วยกัน 3 กองทุน ดังนี้

1. กองทุนสภาภาพยนตร์เกาหลี แบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ กองทุนทั้งหมดปีละ 52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งออกเป็น 12 ล้านดอลลาร์สหรัฐส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ 11.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐส่งเสริมโรงภาพยนตร์และบริษัทภาพยนตร์กุ่มยัมและ 28.4 ล้านดอลลาร์ส่งเสริมการดำเนินงานของสถาบันศิลปะและภาพยนตร์ และ Namyangju Studio Complex

2. กองทุนที่เป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน หรือ Pusan Promotion Plan (PPP) ซึ่งเป็นกองทุนร่วมระหว่างรัฐและเอกชนในการให้การสนับสนุนเงิน อย่างน้อยปีละ 2,000 ดอลลาร์ แก่ภาพยนตร์เอเชียที่อยู่ในขั้นเตรียมงาน ถ่ายทำ หรือขั้นตอนหลัง การถ่ายทำ (ธิดา ผลิตผลการพิมพ์, 2548: 62-63) โดยภาพยนตร์ที่ได้รับคัดเลือกเข้าโครงการจะมีโอกาสในการเจรจารวมทุนจากผู้สร้างจากทั่วโลกกองทุนนี้เน้นการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินและด้านต่างๆ ทั้งภาพยนตร์ของเกาหลีใต้และภาพยนตร์ประเทศทางเอเชีย เป็นสำคัญ

3. กองทุน PIFF Asian Network of Documentary (AND-Asia Project) (กอง บรรณาธิการ FLICKS, 2550: 3-4) เป็นกองทุนที่ให้การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ ประเภทสารคดี (Documentary) ซึ่งมีวัตถุประสงค์สนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีทางวัฒนธรรมประเภทไม่แสวงหากำไร โดยแบ่งเป็นสองประเภทคือ ประเภทที่มีความยาวไม่ต่ำกว่า 50 นาที และประเภทที่มีความยาวไม่เกิน 30 นาที ซึ่งผู้มีสิทธิ์ขอทุนได้แก่ นักสร้างภาพยนตร์สั้น (นักทำหนังสือสั้น) ที่มีโครงเรื่องประเภทสารคดี และอยู่ระหว่างการถ่ายทำหรือหลังการถ่ายทำ ทำโดยให้สิทธิ์สำหรับนักสร้างภาพยนตร์ชาวเอเชียเท่านั้น และผู้กำกับภาพยนตร์จะต้องเคยมี ผลงานเกี่ยวกับภาพยนตร์สารคดีมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง โดยมีทุนสร้างแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

3.1 ทุนสำหรับโครงการภาพยนตร์เอเชีย Dong Seo Asia Fund จำนวน 2 ทุน/
Pusan Bank Fund จำนวน 2 ทุน/ PUFs Fund จำนวน 2 ทุน/ PanStar Fund จำนวน 2 ทุน

3.2 ทุนสำหรับนักสร้างภาพยนตร์ชาวเกาหลีที่พำนักในต่างประเทศ OKF Fund จำนวน 1 ทุน

3.3 ทุนสำหรับโครงการภาพยนตร์เกาหลี Young San Fund/Kyung Sung Fund /Unikorea Fund และ David Young Fund

3.4 ทุน Busan/Kyungnam Project: Dong-Eui Cinema Fund

โดยมีแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนจาก PIFF Organizing Committee 9 อันประกอบไปด้วย Youngsan University/Dongseo University/Kyung Sung University of Foreign Studies/Dong Eui University/A Tion Fashion/Pusan Bank/Panstar Cruise

Ferry/David Home Cinema Design Co., Inc/Overseas Korean Foundation/Joongang Broadcasting Corporation

นอกจากนี้ประเทศเกาหลียังมีหน่วยงานเฉพาะสำหรับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สถานที่ (Location) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Film Tourism สำหรับใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลคือ Busan Film Commission (BFC) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร จัดตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2542 (1999) โดยมีการแบ่งหน่วยงานในความรับผิดชอบเป็น 6 ส่วน (Sunny Kim, 2003: 24-27)

1. หน่วยงานสนับสนุนข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ (Film shooting support) จัดให้มีข้อมูลกลางเกี่ยวกับสถานที่ที่สามารถใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ และการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจที่จะมาถ่ายภาพยนตร์ในสถานที่ต่างๆ

2. หน่วยงานด้านสารสนเทศสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจและการตลาด (Foreign Business and Marketing) หน่วยงานนี้ทำงานประสานกับกลุ่มสมาชิก AFCI (The Association of Film Commissioners International) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนะนำสถานที่ถ่ายทำ ฝึกอบรมบุคลากร รวมทั้งการให้ข้อมูลร้านเช่าอุปกรณ์เพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์ในแต่ละพื้นที่ด้วย

3. หน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ (Promotion Support For Busan Film Industry) ดูแลทั้งในเรื่องของกองทุน (Fund) และการรับบริจาคหรือการให้ความร่วมมือระหว่าง ผู้จัดเทศกาลภาพยนตร์ (Supporting film festival) เพื่อขยายโอกาสการแข่งขันให้มากขึ้น

4. หน่วยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศเกาหลี (Establishing Data-Base to Support) หน่วยงานนี้จะเก็บข้อมูลในทุกด้านเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักธุรกิจ รวมทั้งบุคคลอื่นๆ ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกชนิดและทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้เพื่อขยายโอกาสการลงทุนให้มากขึ้น

5. หน่วยพัฒนาภาพยนตร์ (Busan Cinema Venture Center) มีหน้าที่ให้การสนับสนุนในด้านที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทั้งบุคลากรและเทคโนโลยี เพื่อส่งเข้าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อไป รวมทั้งการให้เช่าอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ และสถานที่เพื่อฝึกอบรมบุคลากร ฯลฯ ในราคากลาง เพื่อจัดการคุณภาพภาพยนตร์ทางการจัดการความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

6. โรงถ่ายภาพยนตร์ (Busan Cinema Studios) บริการให้เช่าโรงถ่ายภาพยนตร์ พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน สำหรับผู้กำกับภาพยนตร์ นักสร้างภาพยนตร์อิสระ นักสร้างภาพยนตร์สั้น นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ในราคามาตรฐาน ซึ่งเป็นการจัดการความรู้และสร้างโอกาสให้บุคลากรรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

สำหรับในเรื่องแนวทางการตรวจพิจารณาภาพยนตร์นั้นประเทศเกาหลีได้จัดเรตติ้งไว้ 5 เรตติ้งด้วยกันโดยมุ่งพิจารณา ดังนี้

A11 คือ เหมาะสมกับผู้ชมทุกวัย

12 คือ เหมาะสมกับผู้ชมอายุ 12 ปีหรือมากกว่า

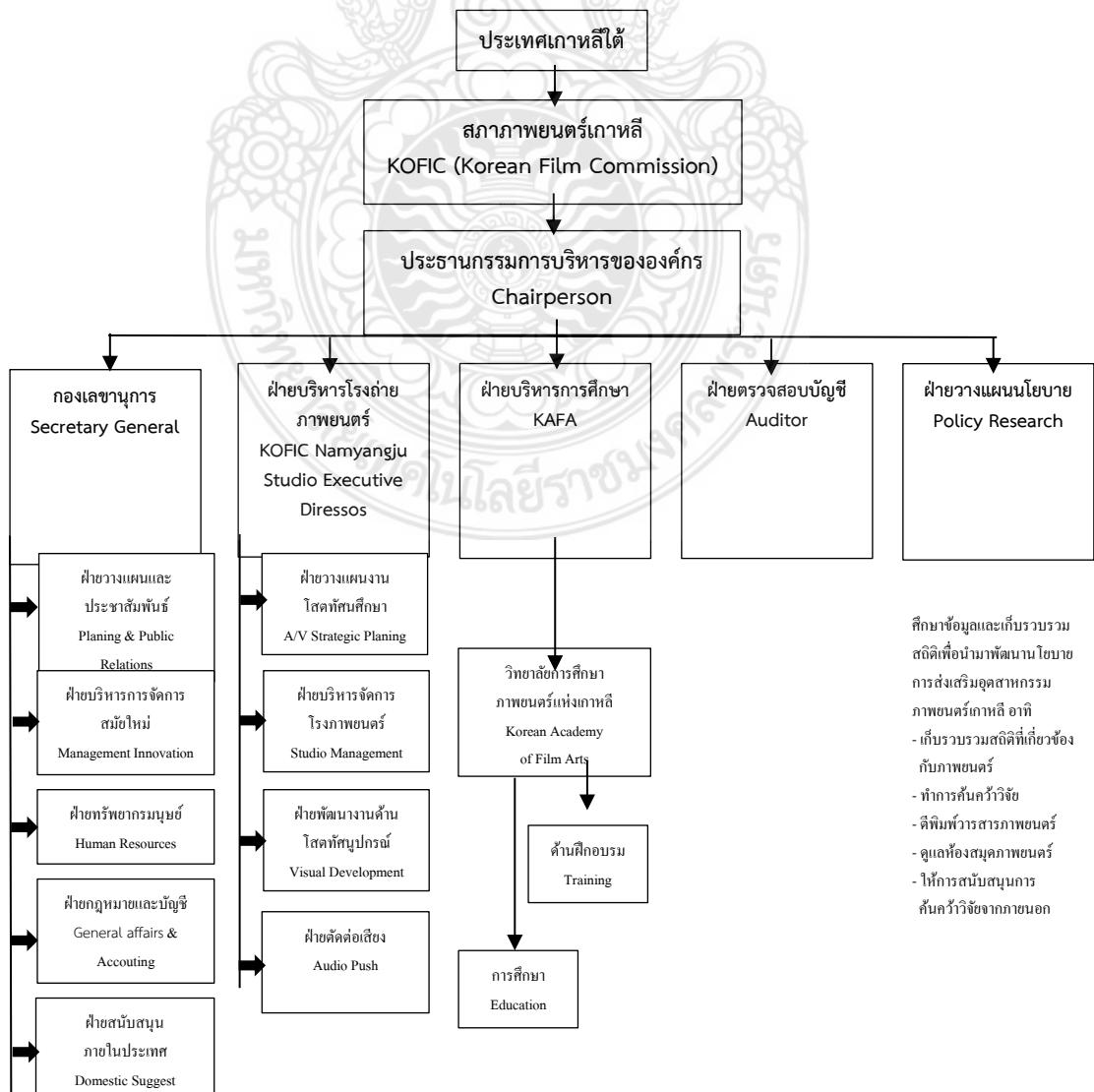
15 คือ เหมาะสมกับผู้ชมอายุ 15 ปีหรือมากกว่า

18 คือ เหมาะสมกับผู้ชมอายุ 18 ปีหรือมากกว่า

Limited คือ เหมาะสมสำหรับผู้ชมอายุต่ำกว่า 19 ปีเข้าชม (รวมถึงนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งต้องมีการจำกัดโรงภาพยนตร์ที่จะฉายจึงใช้คำว่า Limited Theatres และยังห้ามทำการโฆษณาในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิดีโอ วีซีดี หรือ ดีวีดี ซึ่งเรตติ้งระดับนี้ เริ่มใช้ในปี ค.ศ.2002 เป็นต้นมา หลังจากกระแสความนิยมภาพยนตร์เกาหลีแพร่หลายไปทั่วโลกเป็นผลสำเร็จตั้งแต่ปี ค.ศ.2000

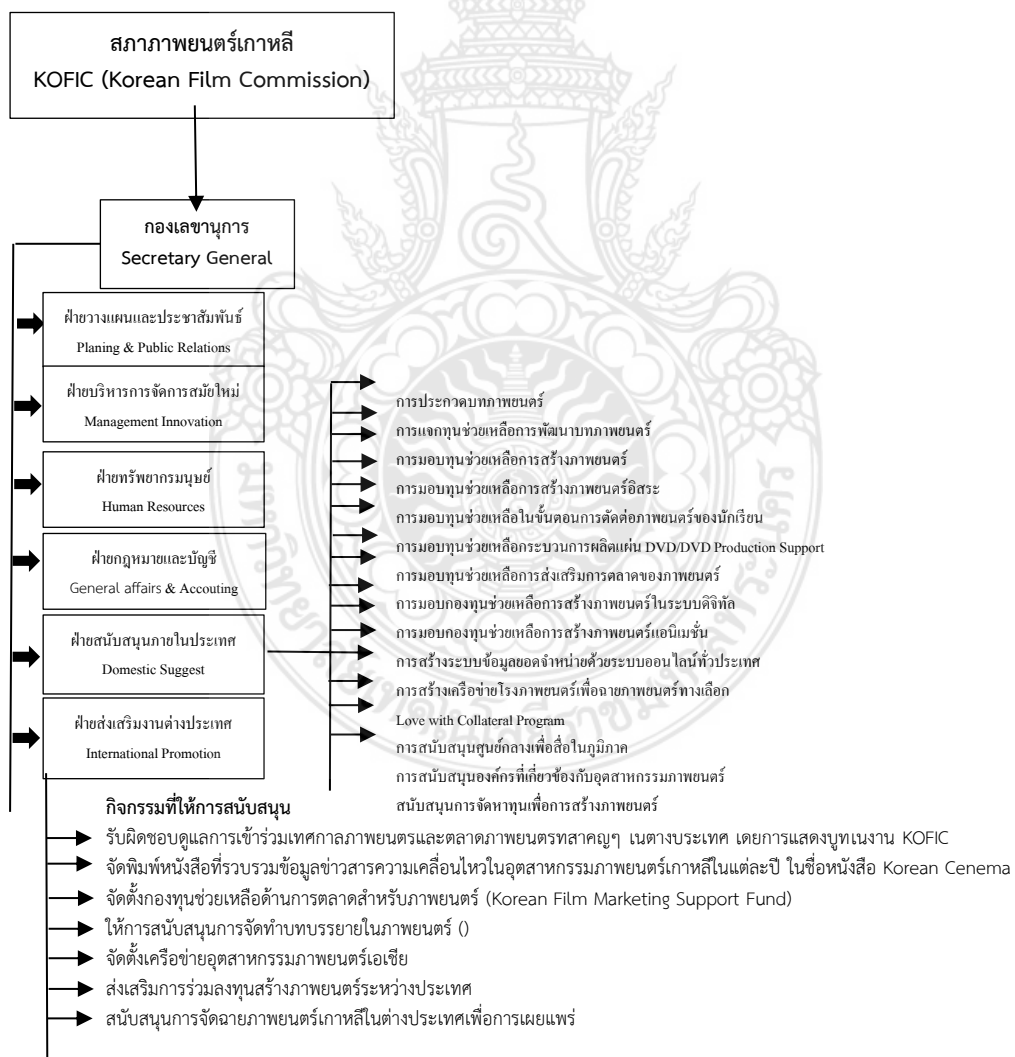
จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ก็จะขอเพิ่มความเข้าใจยิ่งขึ้นด้วยการแสดงภาพปิดท้ายในส่วนนี้ให้เห็นแสดงกิจการที่สภาภาพยนตร์เกาหลีให้การสนับสนุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์จนสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีแพร่ขยายไปได้ทั่วโลก และสร้างเกียรติภูมิของประเทศอย่างมากในปัจจุบัน

ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารของสภาภาพยนตร์เกาหลี



ที่มา: จาก www.koreanfilm-or.kr/rofic/aboutks.asp.

ภาพที่ 2.2 แสดงกิจกรรมที่สภาภาพยนตร์เกาหลีให้การสนับสนุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์



ที่มา: จาก www.koreanfilm-or.kr/rofic/aboutks.asp.

2.3.2 ประเทศอินเดีย

ในประเทศอินเดียมีสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นที่รู้จักทั้งในเอเชียและยุโรป คือ “สถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งอินเดีย” (Film and Television Institute of India หรือ FTII) ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองปูเน่ (Pune) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1960 ซึ่งสถานศึกษาแห่งนี้ได้ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพที่ได้รับรางวัลทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ ในปัจจุบันสถานศึกษานี้อยู่ภายใต้ Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India (http://en.wikipedia.org/wiki/cinema_of_India, April, 2005 และ Shakuntala Banaji, 2006, Chapter1)

โดยสถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งอินเดียดังกล่าวข้างต้นนั้นสามารถผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพสามารถรองรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในประเทศอินเดียมีผู้ผลิตรายใหญ่อยู่ 3 รายคือ Bollywood, Tollywood และ Kollywood กลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ Bollywood มีฐานการผลิตที่เมืองมุมไบ (หรือบอมเบย์) ส่วนของ Tollywood มีฐานการผลิตที่เมืองกัทตา และ Kollywood มีฐานการผลิตอยู่ที่เซไน (Chennai) หรือทามิล นาฑู (Tamil Nadu) อยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย รู้จักกันในชื่อ Tamil Cinema

นอกจากนี้ภาษาที่ใช้ในอินเดียมีหลายภาษา และภาษาที่ใช้มากที่สุดคือ Urdu/Hindi/Bagali/Tamil/Malayalm/Kannada ดังนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ Bollywood จึงผลิตด้วยภาษาที่เป็น Hindi หรือ Urdu เป็นส่วนใหญ่ ภาพยนตร์ของ Bollywood ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและในระดับสากล นอกจากนี้ยังสามารถทำรายได้ดีติดอันดับ (Box Office) ภายในประเทศได้เสมอ และเมื่อภาพยนตร์เรื่องใดประสบความสำเร็จมากๆ ก็จะถูกนำไปผลิตใหม่ให้เป็นภาษาอื่นๆ เช่น Bangali/Tamil เป็นต้น

ยิ่งไปกว่านั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียมีการผลิตมาเป็นอันดับ 1 ของโลก เมื่อรวมการผลิตจากสตูดิโอใน Mumbai (Bombay)/Calcutta/Chennai/Bangalor และ Hyderabad จะมียอดการผลิตภาพยนตร์รวมกันมากกว่า 1,000 เรื่องต่อปี (ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีการผลิตภาพยนตร์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น) ภาพยนตร์อินเดียในช่วงปีค.ศ. 1940-1950 เป็นภาพยนตร์ประเภทสนุกสนาน ร้องเล่นเต้นระบำ มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลาง และเมื่อเข้าสู่ช่วงปี ค.ศ.1970 จึงเกิดภาพยนตร์สีและนำอินเดียเข้าสู่ยุคอินเดียสมัยใหม่ (<http://www.myvillage.com/pages/fashion-bollywood-history.htm>, April, 2005 & E. Barnouwan S. Krishn Wamy, (1980)

ด้วยเหตุนี้ในช่วงปีค.ศ.1950-1990 ภาพยนตร์อินเดียสามารถทำกำไรภายในประเทศได้อย่างมหาศาล เพราะมีการแข่งขันน้อย สำหรับภาพยนตร์คุณภาพในระดับดีของอินเดียจะมีการ

ลงทุนสร้างประมาณ 1.75 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนภาพยนตร์ที่มีทุนสูงจะประมาณ 30 ล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนแหล่งเงินทุนในการผลิตภาพยนตร์มักจะมีจากผู้จัดจำหน่ายอิสระ (Private distributors) และมาจากบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอขนาดใหญ่ในบางเรื่อง และจะไม่มีแหล่งเงินทุนจากธนาคาร เนื่องจากไม่ได้รับอนุญาตให้ธนาคารให้สินเชื่อเพื่อนำมาสร้างภาพยนตร์ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้จัดตั้งองค์กรกลางในรูปรัฐวิสาหกิจที่จะคอยทำหน้าที่ดูแลและให้การส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ โดยใช้ชื่อว่า “National Film Development Corporation Ltd. (NFDC)” ซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงานของภาครัฐ (A Government of India Enterprise) โดยมีการแบ่งส่วนงานออกเป็น 7 ฝ่าย ก็คือโครงสร้างคณะกรรมการภาพยนตร์นั่นเอง ซึ่งมีดังนี้

1. Central Board of Film Certificate (CBFC) คือ ส่วนงานที่มีหน้าที่ตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทั้งในประเทศและภาพยนตร์ที่นำเข้า

2. Film Finance and Production คือ ส่วนงานที่เป็นธุระจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ให้หรือธุระจัดหาผู้ร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) โดยจะเป็นศูนย์ประสานงานส่วนกลางให้กับทุกฝ่าย

3. Import and Distribution of Films in India คือ ส่วนงานที่ดูแลเรื่องการนำฟิล์มเข้า ประเทศเพื่อจัดฉายและจัดจำหน่ายฟิล์มในประเทศอินเดีย

4. Export of Film คือ ส่วนงานที่เป็นผู้ประสานงานในการนำภาพยนตร์ไปจัดจำหน่าย ในต่างประเทศหรือจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมในการลงทุน และการออก บู้เพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ภาพยนตร์ภายในประเทศในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (International Film Festival) หรือในตลาดภาพยนตร์ (Film Market) ในที่ต่างๆ อาทิ American Film Market (AFM) / Hong Kong (FILMART) / Cannes Film Festival เป็นต้น

5. Technical Service คือ ส่วนงานที่ให้คำแนะนำ จัดหา หรือให้การรับรองเหล่าเครื่องมือหรืออุปกรณ์อันเกี่ยวเนื่องกับการถ่ายทำภาพยนตร์ให้กับกองถ่ายจากต่างประเทศ

6. Panorama Film คือ ส่วนงานที่ดูแลเกี่ยวกับการจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งภายในประเทศและการประสานงานกับการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกับประเทศอื่นๆ

7. Cine Artistes Welfare Fund of India NFDC (CAWFI) คือ ส่วนกองทุนสวัสดิการ นักแสดงและผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดีย เพื่อนักแสดงวัยชราหรือนักแสดงที่ประสบอุบัติเหตุระหว่างถ่ายทำ หรือผู้ที่ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง กองทุนนี้จะเป็นเสมือนหลักประกันของคนทำงานในสายวิชาชีพนี้โดยเฉพาะ ซึ่งนับถึงปี ค.ศ.2006 มีดารานักแสดงและ ผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดียได้รับบำนาญอยู่ในขณะนี้จำนวน 969 คน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวทางตรวจพิจารณาภาพยนตร์นั้นอยู่ในหน้าที่ของ Central Board of Film Certification (CBFC) ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งใช้ระบบเรตติ้ง 3 แบบ คือ

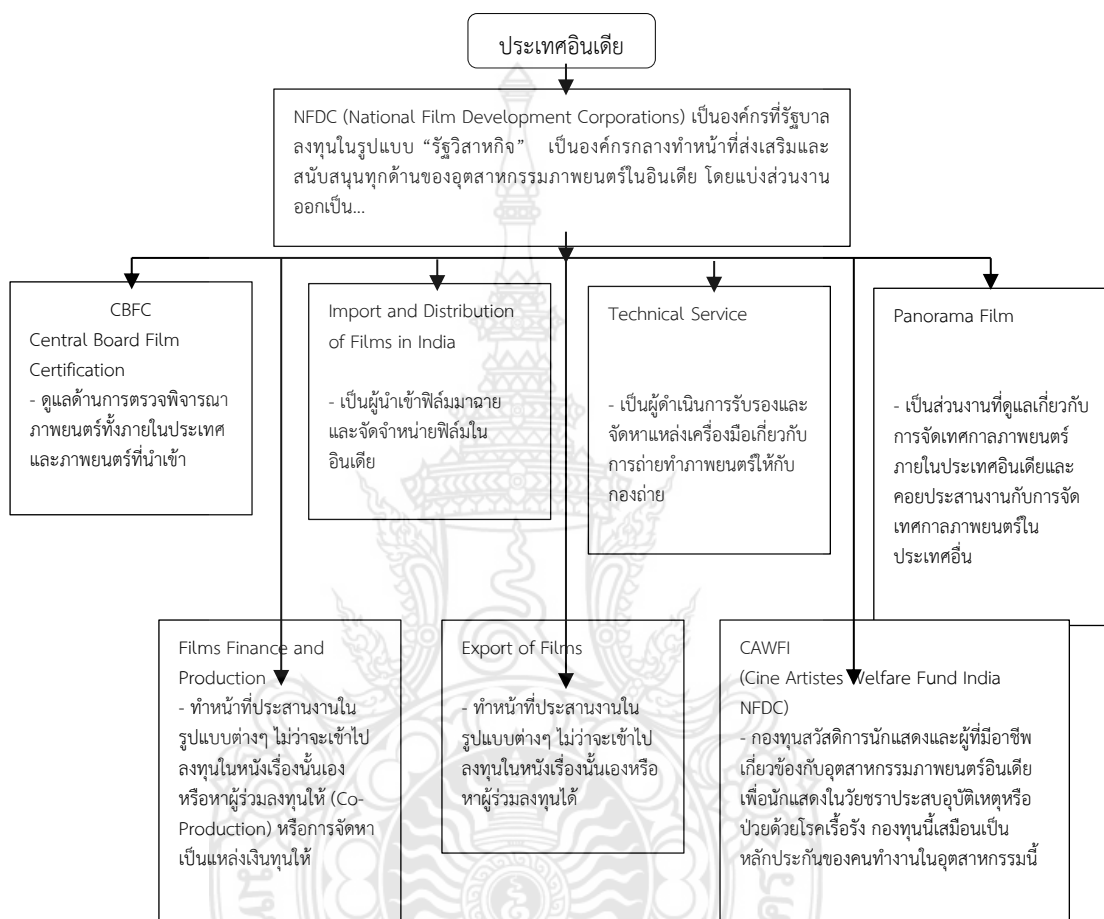
U เหมาะสำหรับผู้ชมทุกวัย

U/A ภาพยนตร์ที่ผู้ใหญ่ต้องใช้คำแนะนำในการชมและไม่เหมาะกับผู้ชมต่ำกว่า 12 ปี

A ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่คือ 18 ปี และมากกว่า 18 ปี

และเพื่อเพิ่มความเข้าใจยิ่งขึ้นในส่วนนี้ก็จะแสดงภาพโครงสร้างการบริหารงานของ National Film Development Corporations จากผลการวิจัยหรือผลการศึกษานี้

ภาพที่ 2.3 แสดงโครงสร้างการบริหารงานของ NFDC และกิจกรรมที่ NFDC ให้การสนับสนุน



ที่มา: http://en.wikipedia.org/wiki/cinema_of_India capril, 2005 และ <http://www.myvillage.com.htm>.

2.3.3 ประเทศฮ่องกง

เป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกงใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีปริมาณการผลิตในธุรกิจภาพยนตร์ปีละกว่า 100 ถึง 200 เรื่อง จากการศึกษาที่ประเทศฮ่องกงมีลักษณะเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่ได้ซึมซับเอาวัฒนธรรมด้านบวกจากอังกฤษ อาทิ แฟชั่น การศึกษา การทำธุรกิจ อาหาร และพฤติกรรมทางสังคม รวมถึงแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการใช้บัณฑิตนำตามแนวทางฮอลลีวูด ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงรักษารากเหง้าของวัฒนธรรมแบบคนจีนแผ่นดินใหญ่เอาไว้อย่างดี จึงทำให้เฉพะอย่างยิ่งธุรกิจภาพยนตร์แสดงผลงานภาพยนตร์ที่ได้ผลิตขึ้น จึงเป็นที่ยอมรับในการสร้างเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ฮ่องกงให้เกิดขึ้นชัดเจนจนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก และ

แม้กระทั่งฮอลลีวูด ดาราฮ่องกง อาทิ บรูซ ลี เฉินหลงหรือ Jackie Chan มิเชล โทหยว โจวเหวินเฟ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งผู้กำกับภาพยนตร์ เช่น จอห์น วู อังลี ผู้ซึ่งยอมรับกันถึงระดับรางวัลออสการ์ มาแล้ว จากภาพยนตร์ที่เคยเข้ามาฉายในประเทศไทย ชื่อ "พยัคฆ์ระห่ำ มังกรผยองโลก" หรืออีกหลายเรื่อง ตลอดจนก่อนจะถึงยุคเรย์มันด์เซา เจ้าของบริษัทธุรกิจภาพยนตร์ Golden Harvest และบริษัท New Line ก็มีเซอร์รันรันซอว์ เจ้าของบริษัทธุรกิจภาพยนตร์ Shaw Brothers ก็สร้างชื่อเสียงให้โลกรู้จักมาแล้วเช่นกัน ดังเช่นที่ Ying-Chi Chu, (2003, 115-118) ให้แนวคิดว่าเป็นเอกลักษณ์ตัวตนภาพยนตร์ฮ่องกงที่เป็นลักษณะเฉพาะมาจากส่วนผสมของ ความเป็นอาณานิคมของ อังกฤษ ความเป็นจีนแผ่นดินใหญ่ และความเป็นฮ่องกงเอง ขณะเดียวกัน Poshek and Dessler ก็ได้ชี้ให้เห็นว่าภาพยนตร์ฮ่องกงมีลักษณะเด่นเฉพาะ เป็นภาพยนตร์มุ่งพาณิชย์ให้ความบันเทิงและสะท้อนสภาพบ้านเมืองของตนด้วยการผสมศิลปะแห่งการปะติดปะต่อความเป็นภาพยนตร์ฮ่องกงกับภาพยนตร์ตะวันตก

โดยที่การเริ่มมีการสนับสนุนจากภาครัฐนั้นต้องอ้างอิงตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2513 เป็นต้นมา จากความสำเร็จในการสร้างภาพยนตร์ของบริษัทชอว์บราเดอร์ส ของเซอร์รันรันซอว์ ที่ทำให้ผู้ชมจนถึงผู้สร้างและผู้กำกับชาวตะวันตกพากันนิยมชมภาพยนตร์ฮ่องกงที่แสดงศิลปะการต่อสู้มวยประเภทต่างๆ เช่น มวยไทเก๊ก หมัดเมฆา มวยเลียนแบบอาการสัตว์ที่มีพลัง เช่น มวยเสือ สิงโต ลิง ตี๊กแตน งู จนถึงประเภทกำลังภายในจากประพันธ์กรรมชื่อเสียงระปือโลก คือ โกวเล้ง ตลอดจนภาพยนตร์บู๊เลือดสาดแต่แฝงคุณธรรม ทำให้นักแสดงรุ่นนั้น อาทิ เดวิด เจียง ดีหลุง เฉินกวนไถ่ และด้วยการคิดค้นศิลปะมวยของบรูซลี ทำให้ทั้งตัวบรูซลีเอง และชื่อเสียงภาพยนตร์ฮ่องกงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก จนส่งผลต่อการก้าวกระโดดของความเจริญเติบโตและความก้าวหน้าของภาพยนตร์ฮ่องกง เริ่มต้นอย่างไม่หยุดยั้ง (Stephen Teo, 2000, 160-175) จนมีข้อมูลประจักษ์ชัดว่านับตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา ฮ่องกงก็กลายเป็นผู้ส่งออกฟิล์มและภาพยนตร์ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ก้าวสู่ระดับผู้นำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ชมทั้งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อเมริกา ยุโรปและออสเตรเลีย เป็นผู้ชมที่เสมือนแฟนคลับของภาพยนตร์ฮ่องกงอีกด้วย

อย่างไรก็ตามช่วงปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกงเริ่มซบเซาลง จากสาเหตุการขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ ทำให้คุณภาพในการสร้างเริ่มลดลง อีกทั้งกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางรุ่นใหม่หันไปนิยมเสพชมภาพยนตร์จากต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพยนตร์จากฮอลลีวูดมากขึ้น รวมถึงการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในรูปแบบวีดีโออย่างหนักในช่วงเวลาดังกล่าว ประกอบกับต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2546 การเกิดโรคระบาดซาร์ส (SARS) ซึ่งเป็นไวรัสที่ติดต่อกันทางระบบทางเดินหายใจ ส่งผลให้โรงภาพยนตร์ต้องปิดกิจการเป็นเวลาประมาณ 4 เดือน จึงทำให้การผลิตภาพยนตร์ในปีนั้นมีเพียง 54 เรื่อง จากเดิมที่มีการผลิตปีละกว่า 200 เรื่องในช่วงปี พ.ศ. 2533 ("Cinema of Hong Kong", 2552)

ภาพยนตร์ฮ่องกงเริ่มฟื้นคืนชีพขึ้นมาจากการสนับสนุนจากภาครัฐ รัฐบาลฮ่องกงได้จัดตั้งกองทุน Film Guarantee Fund ขึ้นในปี พ.ศ. 2546 เพื่อจูงใจให้ธนาคารท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการให้วงเงินสินเชื่อกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ฮ่องกง จากการใช้เงินทุนเพื่อสร้างภาพยนตร์ในฮ่องกงเริ่มประสบภาวะขาดแคลน ทำให้รัฐบาลฮ่องกงต้องออกกฎหมายมาให้การสนับสนุนดูแลด้านการรับรองสินเชื่อเพื่อสร้างภาพยนตร์ ดังนั้นการให้สินเชื่อจากธนาคารจึงให้ได้ไม่เกินร้อยละ 70 ของ

ต้นทุนการผลิตหรือไม่เกิน 7.5 ล้านเหรียญฮ่องกง ("Film Guarantee Fund", 2552) จนส่งผลตามมาก็คือประเทศฮ่องกงกลับเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์อีกรายหนึ่งในธุรกิจภาพยนตร์ทำนองเดียวกับญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ และถือว่าเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จอีกประเทศหนึ่งของแถบภูมิภาคเอเชียที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมทั้งในแถบภูมิภาคเอเชีย อเมริกาและแถบทวีปยุโรปเป็นอย่างมาก โดยแนวภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมในตลาดนานาชาติส่วนใหญ่กลับเปลี่ยนจากเดิมประเภทกำลังภายใน ศิลปะการต่อสู้เป็นแนวตลกร่วมสมัย และภาพยนตร์แอ็กชั่นที่แฝงความตลกทันสมัยแบบแนวฉันทลกที่เล่นจริงเจ็บจริง เสียงชีวิตจริง และริเริ่มมีภาพเบื้องหลังการถ่ายทำหลังจบ End Credit ภาพยนตร์หรือร่วมกันไป จนเป็นประเพณีปฏิบัติถึงภาพยนตร์ที่แม้แต่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดก็นำไปทำตาม นอกจากนี้ภาพยนตร์แอ็กชั่นในแบบแก๊งสเตอร์ หรือการนำเสนอมุมมองการใช้ชีวิต 3 รูปแบบ เช่น ภาพยนตร์ของสแตนลีย์ ความ (Stanley Kwan) จากเรื่อง Rouge หรือภาพยนตร์ที่ได้มีการผสมผสานศิลปะการต่อสู้ในแบบจินตนาการและมีการใช้เทคนิคทางคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยนำเสนอภาพยนตร์ หรือการใช้ศิลปะการต่อสู้แบบมวยจีน ซึ่งมีดารานำอย่างฉันทลกมาแสดง ให้เห็นเป็นตัวอย่างความสำเร็จอย่างดี

2.3.4 ประเทศไทย

จากความสำเร็จของ จา พนม ยีรัมย์ หรือชื่อในระดับโลกว่า โทนี่จา จากภาพยนตร์เรื่อง "องค์บาก" ซึ่งทำรายได้ในประเทศกว่า 100 ล้านบาท และยังได้รับรางวัลภาพยนตร์แอ็กชั่นเอเชียยอดเยี่ยมจากเทศกาลเดอวิลส์ ประเทศฝรั่งเศส จนถูกลูก เบซอง ขอซื้อลิขสิทธิ์ไปจัดจำหน่ายทั่วโลก ต่อมาภาพยนตร์เรื่องล่าสุดของจา ฉายในสหรัฐอเมริกาเมื่อวันที่ 8-10 กันยายน พ.ศ.2549 คือ "ต้มยำกุ้ง" หรือชื่อภาษาอังกฤษว่า "The Protector" นั้น เป็นภาพยนตร์เรื่องที่ 2 ของจาพนม ก็ได้รับความนิยมสำเร็จติดอันดับ 4 ของบ็อกซ์ออฟฟิศของอเมริกา ทำให้ชื่อเสียงของประเทศไทย ศิลปะการต่อสู้ของไทย ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ดาราไทย ผู้กำกับและผู้สร้างภาพยนตร์ไทยเป็นที่รู้จักกันในระดับโลกและทั่วโลก ชัดเจนขึ้นทั้งที่ก่อนหน้านี้

จะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ.2547 ธุรกิจภาพยนตร์ไทยที่มีความเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริงของการส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์ไทยด้วยแนวคิดสร้างกระแสชาตินิยมของศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย เริ่มต้นจากการที่ พลเอก ชวลิต ยงใจยุทธ รองนายกรัฐมนตรี ให้ความเห็นชอบต่อนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์แบบบูรณาการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ไทยและบริการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งดึงดูดให้ต่างชาติเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นแล้ว ที่เห็นได้ชัดเจนอีก คือ ปีพ.ศ.2548 ต่อเนื่องปี พ.ศ.2549 เมื่อสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติขอความกรุณาในทางรัฐสนับสนุนวงการภาพยนตร์ไทย โดยมีนายกสมาคมฯ นายสมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ ในสมัยนั้น และคณะกรรมการ ได้มีมติให้ นายดอกดิน กัญญามาลย์ เป็นประธานเข้าประสานงานกับรัฐบาล โดยมี นายมานพ อัมพพ และนายอัจฉริยะ (จาร์) ทรัพย์เดช ร่วมคณะเข้าพบรองนายกรัฐมนตรี นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ เพื่อขอความกรุณาให้ทางรัฐสนับสนุนวงการภาพยนตร์ไทย เพราะเป็นจังหวะเวลาที่ดีที่ภาพยนตร์ไทยได้ไปประกาศเกียรติคุณและศิลปวัฒนธรรมของชาติไทยสร้างกระแสชาตินิยม จากชายความเป็นไทยสู่ระดับนานาชาติและระดับโลก ให้เป็นที่ชื่นชอบโดยมีผู้ชมในทวีปยุโรป และอเมริกาให้ความนิยมกับภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างมาก จึงให้ ๗๗๗ ท่านรอง

นายกรัฐมนตรี ได้เปิดวิถีกระแสชาตินิยมทางศิลปะและวัฒนธรรมของชาติไทย วงการภาพยนตร์ไทย ให้ไปสู่โลกกว้างโดยมั่นคงและยั่งยืน จนวนรองนายกรัฐมนตรีได้ให้ความกรุณาตอบรับและสนับสนุน มอบหมายให้กระทรวงวัฒนธรรมและองค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นพลังผลักดันภาพยนตร์ ในไทยในทุกวิถีทาง จนทำให้ นายดอกดิน กัญญามาลย์ และคณะ ถึงกับขอขอบพระคุณรอง นายกรัฐมนตรี นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ กระทรวงวัฒนธรรม และท่านผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่ในองค์การฯ ทุกท่านแล้วที่เด่นชัดที่สุดคือ นโยบายรวมพลังเอาหนังไทยไป ตลาดโลก จากการสนับสนุนของรัฐบาลโดยที่สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ องค์กรหลักของ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้รับการตอบสนองจากภาครัฐในการนำบุคคลากรคนทำหนังไทย ทั้ง ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับ ดารา นักแสดง บุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการ ตลอดจนจมนสื่อมวลชน ไปร่วมงาน ในเทศกาลหนังเมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ 12-17 พฤษภาคม โดยนางอุไรวรรณ เทียนทอง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมรับเป็นแม่งานใหญ่ในการ "รวมพลังเอาหนังไทยไปตลาดโลก" โดยมีหน่วยงานรัฐร่วมสนับสนุน อาทิ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักพัฒนาการการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการ ต่างประเทศ ซึ่งการไปร่วมเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ในปีดังกล่าว ได้มีการเปิดบูธประชาสัมพันธ์ ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางภาพยนตร์เอเชีย ที่กำลังได้รับความสนใจจากชาวต่างประเทศ ทั้งใน แ่งมุมการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศจนประสบความสำเร็จอย่างน่าภาคภูมิใจในระดับหนึ่ง และยังได้รับความสนใจในอีกแง่หนึ่งของการเป็นศูนย์กลางถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลก และจาก ความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้ง 2 ด้าน ได้ส่งผลให้มีการเริ่มนำเข้าเงินตรา ต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศตามนโยบายส่งเสริม การส่งออกและการกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ดังนั้น การรวมพลังของภาคเอกชนและภาครัฐในครั้งนี้ จึงนับเป็นนิมิตหมายอัน ดีที่การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมนำร่องภาคบริการที่จะนำเข้า ประเทศในลักษณะที่สามารถแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นจุดเปลี่ยนในการกระตุ้นการ ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เสริมสร้างจุดแข็งของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพของไทย และ นำไปสู่การส่งเสริมการค้าอุตสาหกรรมการผลิตและบริการอื่นๆ ของประเทศไทย เฉกเช่นความสำเร็จ ของสหรัฐอเมริกา และเกาหลี ในการส่งออกวัฒนธรรมในรูปแบบภาพยนตร์ จนทำให้ผู้ชมทั่วโลกซึม ซึ่วัฒนธรรมวิถีชีวิตของ 2 ประเทศ อิทธิพลด้านวัฒนธรรมได้นำผู้ชมภาพยนตร์ทั่วโลกไปสู่การ บริโภคสินค้าและบริการของทั้งสองประเทศที่มีการนำเสนอผ่านสื่อด้านภาพยนตร์นั่นเอง (<http://www.thainationalfilm.com/thai.new160548.html>, 2548) และนี่ถือว่ามีคุณค่าทาง ชื่อเสียงและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่ต่างประเทศอย่างมากคือ การโชว์แอ็คชั่นของโทนี่ จา หรือ จา พนม ยี่รัมย์ เกิดการต่อยอดความสำเร็จจากองค์บากมาสู่ "ต้มยำกุ้ง" ในปี พ.ศ.2549 ในเวลาต่อมา ด้วย

ตามที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด จึงเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ.2546-2549 จึงเป็นช่วงเวลา ควรค่าแก่การศึกษาถึงภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างมาก ด้วยความตื่นตัว จากอุตสาหกรรมไทยเองภายใต้การนำของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และการส่งเสริมที่ ชัดเจนจากภาครัฐ ในการให้ความสนใจกับเทศกาลภาพยนตร์ในต่างประเทศระดับโลก เช่น เทศกาล

เมืองคานส์ ตลอดจนเห็นได้ชัดสุดแม้แต่เทศกาลภาพยนตร์ เช่น บางกอกอินเตอร์เนชันแนลฟิล์ม เฟสตีวัล หรือบางกอกฟิล์ม หรือเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปีแรก ค.ศ.2003 (www.thainationalfilm.com/thai.new101247.html, 2548) หรือบางกอกอินเตอร์เนชันแนลฟิล์ม เฟสตีวัล รวมถึงการจัดงานสุพรรณหงส์ทองคำ ถือเป็นรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15 ทางภาครัฐโดยรองนายกรัฐมนตรี นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ ตกลงจัดงานนี้ขึ้นที่บริเวณอุทยานแห่งชาติ อ่าเภอเขาหลัก จังหวัดพังงา ร่วมกับสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิ และองค์กรฟื้นฟูผู้ประสบภัยจากกรณีคลื่นยักษ์สึนามิถล่ม เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประสบภัยและพลิกฟื้นการท่องเที่ยวในภาคใต้ (FLICK, กันยายน-ตุลาคม 2548, หน้า 1-2.)

นอกจากนี้ระดับรางวัลออสการ์ก็มีการส่ง "อหิงสาจิกโกมีกรรม" ซึ่งใช้หลักการเรื่องกรรมตามทัน ซึ่งเข้าเกณฑ์ภาพยนตร์กระแสชาตินิยมด้านความเชื่อทางศาสนามาเป็นเรื่องส่งเข้าชิงด้วย จากการคัดเลือกของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติด้วย

ต่อมามีความเคลื่อนไหวของภาคเอกชนทางผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยที่มีต่อภาครัฐในเรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ก็เริ่มขึ้นในยุครัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ฤกษ์ลัมล้าง รัฐบาลลงเข้าสู่ยุครัฐบาลของ พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปี... (ซึ่งขณะนั้นคาดว่าจะสามารถออกบังคับใช้ได้ในปี พ.ศ.2550) ได้ทำการร่างไว้แล้วกำลังอยู่ในระหว่างเข้าสู่สภานิติบัญญัติแห่งชาติ พร้อมกับกับร่างพระราชบัญญัติกองทุนส่งเสริมภาพยนตร์ และการพยายามผลักดันให้มีร่างกฎหมายจัดตั้งองค์การมหาชนพร้อมกันไปด้วย ก็เริ่มมีการติดตามประเมินผลทางด้านประสิทธิภาพที่เกิดจากการจะประกาศใช้พระราชบัญญัติดังกล่าว และมีการพยายามแก้ไขมาตราที่ไม่เห็นด้วยกับพระราชบัญญัติฉบับใหม่นี้ ซึ่งไม่เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่เน้นการควบคุม โดยเฉพาะในเรื่องสัดส่วนโครงสร้างทางคณะกรรมการภาพยนตร์แห่งชาติ ที่มีภาพรัฐมากเกินไปจะไม่เกิดความยุติธรรมและการส่งเสริมตามแนวทางสากลในระดับโลกได้ใช้กัน รวมถึงแนวทางอำนาจหน้าที่ที่มากเกินไป และไม่มีความเข้าใจในเรื่องแนวคิดการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่เน้นการควบคุม โดยมีทั้งการเซ็นเซอร์และเรตติ้ง ไม่มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลชุดก่อนปี พ.ศ.2546-2549 ที่มุ่งส่งเสริมและสร้างศักยภาพของงานสร้างภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้เข้าสู่สายประกวด เพื่อสร้างกระแสชาตินิยมศิลปะและวัฒนธรรมของไทยในงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามนโยบายรัฐบาลชุดก่อนที่มีรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เป็นผู้รับผิดชอบ และมอบหมายให้รองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นายอาคม เต็มพิทยาไพสิฐ จะอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) และต่อเนื่องถึงแผนฉบับที่ 11 ด้วย (พ.ศ. 2555-2559) โดยอาศัยแนวทางของจอห์น ฮอว์กินส์ ผู้เป็นต้นรากแนวคิดของเศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากการแต่งหนังสือชื่อ "The Creative Economy-How People Make Money Form Ideas"

ดังนั้น เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2549 สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ โดย นายชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง และ หม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล เป็นประธานในการจัดประชุมหารือแนวทางแก้ไข และแสวงหาความร่วมมือกับภาครัฐขึ้นที่โรงแรมเรดิสัน ถนนพระราม 9 ทำให้นำไปสู่การ

ร่วมเสวนา แสวงหาคำความรู้ในการพัฒนานโยบายด้านภาพยนตร์ในสังคมไทย ตามคำเชิญของสำนักงาน รองนายกรัฐมนตรี นายไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม ซึ่งดูแลรับผิดชอบกำกับดูแลในนามคณะกรรมการสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2550 และในวันที่ 5 กันยายน พ.ศ.2550 ซึ่ง ผู้วิจัยได้เข้าร่วมเสวนาด้วยในฐานะอุปนายกฝ่ายวิชาการ สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และ เสนอแก้ไขบางมาตราด้านนโยบายภาพยนตร์ คือ มาตรา 9 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ให้มีการจัดตั้งองค์การมหาชนเพื่อส่งเสริมการประกอบอุตสาหกรรม และการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และมาตรา 23 หมวด 3 ให้มุ่งใช้กับผู้สร้างภาพยนตร์ ต่างประเทศในเรื่องการตรวจบทภาพยนตร์ก่อนลงมือถ่ายทำในประเทศไทย

จากการร่วมเสวนาแสวงหาคำความรู้ดังกล่าวก็นำไปสู่การออกพระราชบัญญัติภาพยนตร์วีดิทัศน์ ปีพ.ศ.2551 ได้ในที่สุด และนำไปสู่การร่างยุทธศาสตร์ของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติที่ผู้ร่วมวิจัย คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนันท์กุล (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนะ ภาวนันท์) เป็นผู้ร่วมนำเสนอกระบวนการทัศน์ยุทธศาสตร์ริเริ่มขึ้นก่อนจากงานวิจัยส่วนตัว และการเสนอแนวคิดร่วมงานสร้างภาพยนตร์ที่เป็นการจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจ (Co-Production) แบบเอื้ออาทร (Love Relationship) เขียนเป็นบทความเสนอหรือการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ (Compassion) อยู่ในเอกสารของ Tokyo Film Festival ปีเดียวกัน ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ดังจะกล่าวต่อไปในหัวข้อดังกล่าว ร่วมกับผู้อำนวยการสมาคม สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติขณะนั้นคือ นายศรีรัตน์ นุชนิยม และถูกไปพิจารณาในที่ประชุมของ สมาคมสมาพันธ์ฯ เพื่อนำเสนอไปพร้อมกับร่างยุทธศาสตร์ของทางภาครัฐเพื่อเสนอต่อรัฐมนตรีอนุมัติต่อไป แล้วจนในที่สุดก็เกิดพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ปี พ.ศ.2551 ขึ้น พร้อมๆกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 1 จนถึงระยะที่ 2 (พ.ศ.2555-2559) ที่เห็นความเด่นชัดอย่างมากของความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้อย่างมาก ตามแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาแล้วสอดคล้องแนวคิดและเทียบเคียงนโยบายการส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์จากประเทศที่สำคัญซึ่งปรับระดับความสำเร็จมาแล้ว ดังนี้

โดยยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2555-2559) ถูกกำหนดเพื่อต้องการให้ประเทศไทย : ศูนย์กลางภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งเอเชีย (Thailand : The Asian Hub of movie and Digital Content) โดยมีหลักการและเหตุผล ดังนี้

ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในนี้่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ครอบคลุมถึงภาพยนตร์แอนิเมชัน เกม คาราโอเกะ และเพลง นับตั้งแต่กระบวนการผลิตทั้งหมด การจัดการแสดงถึงการจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก เป็นมรดกด้านวัฒนธรรมของมนุษยชาติ และเป็นงานบันเทิงทางประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์ที่สุดทางโสตทัศน์ ยิ่งไปกว่านั้นภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังมีบทบาทในฐานะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลทางความคิดและพฤติกรรมของผู้คนในสังคม เนื่องจากภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นสื่อสากลประเภทบันเทิงที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย สะดวกและรวดเร็ว สามารถสร้างสรรค์กระแสสังคมให้ เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูง จนสามารถ เปลี่ยนทัศนะของผู้คนทั่วโลกได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความเคลื่อนไหวการตลาดของประเทศต่างๆ ในกลุ่มเอเชียพบว่า กลุ่มตะวันออกกลาง สหรัฐอาหรับเอมิเรต เป็นตลาดภาพยนตร์ใหญ่ที่สุดของกลุ่มนี้ โดยมีรายได้

จากการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์จากตลาดผู้ชมในประเทศ ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งจีน ญี่ปุ่น เกาหลี มีตลาดใหญ่แต่ต่างก็มีรายได้ ส่วนใหญ่ จากบัตรเข้าชมภาพยนตร์มาจากตลาดผู้ชมในประเทศ ตลาดเอเชียใต้ ก็เช่นกัน ประเทศอินเดียเป็นตลาดใหญ่ของกลุ่มเอเชียใต้ ซึ่งมีรายได้จากบัตรเข้าชมภาพยนตร์ที่มาจากตลาด ภายในจำนวนมาก ส่วนตลาดในกลุ่มประเทศ อาเซียน พบว่ารายได้มาจากการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ของ ผู้ชมภายในประเทศไม่สูงนัก และยังคงเกาะกลุ่ม การมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านแอนิเมชัน และเกม พบว่าประเทศจีนและเมือง CEBU ของฟิลิปปินส์ ได้กลายเป็นเมือง 1 ใน 50 อันดับ Outsourcing Cities 2008 and 2009 ของโลกและเป็นอันดับหนึ่งของเอเชีย จากผลการสำรวจของ THOLONS : Tholons is a Leading Full-service Strategic Advisory Firm for Global Outsourcing and Investments นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ครองอันดับหนึ่งของเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ในการบริโภคเกม และ กลายเป็นตลาดหลักทางด้านเกมทุกประเภททั้งเกมอาเขต เกมคอนโซล และเกมออนไลน์ รวมถึงเกมบนโซเซียลเน็ตเวิร์ค

อนึ่ง โดยนัยทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์เป็นหนึ่งในสินค้าและการบริการของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของทุกๆ ประเทศในโลกรวมทั้งประเทศไทย สอดคล้องตามนโยบายรัฐบาลไทย ปี พ.ศ.2554 ข้อ 4.4.5 ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคมดังที่กล่าวแล้ว อุตสาหกรรมสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ โดยในปี 2552 ภาพยนตร์ไทย มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 26,184 ล้านบาท (ข้อมูลจาก สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ) แอนิเมชันและเกมมีมูลค่า 30,000 ล้านบาท (ข้อมูลจาก ลักขมณัฏ เตชะวันชัย ภาพรวมอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ด้านแอนิเมชันในประเทศ สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกไทย สุปลสิทธิธรรมพิชัย ภาพรวมอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทย สมาคมไทยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์บันเทิง) ทั้งนี้เนื่องจากมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่หลากหลายกระจายอยู่ในหลายภาคส่วน และเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2555 รัฐบาลได้แถลงนโยบาย ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไว้หลายประการ อาทิ ประการที่ 1 เสริมสร้างกระบวนการสร้างอาชีพสร้างงานที่มีคุณภาพและมีรายได้สูงให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงเป็นระบบในทุกระดับชั้นความส่งเสริมให้เกิดความความชำนาญและความคิดสร้างสรรค์ ประการที่ 2 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม จากวัฒนธรรมของชาติเพื่อนำรายได้เข้าประเทศ เช่น อุตสาหกรรมถ่ายทำภาพยนตร์ ประการที่ 3 สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย ประการที่ 4 พัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับ ภูมิภาค โดยเพิ่มความหลากหลาย มูลค่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่ง สร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น เช่น ธุรกิจภาพยนตร์ ประการที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือ และเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับอารยประเทศและประชาคมอาเซียน ร้อยเรียงเรื่องราวผ่านการสื่อสารรูปแบบใหม่และเทคโนโลยีทันสมัย และประการที่ 6 นำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ มาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยนำวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์

โดยเหตุนี้ นอกเหนือจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ให้เป็นสื่อสำคัญ ในการบ่มเพาะความคิด และพฤติกรรมของเยาวชนและประชาชนให้มีลักษณะสร้างสรรค์รู้เท่า

ทันต่อการเลือก รับประทานใช้ในการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบันอย่างมีความสุขแล้ว (ตามพระราชบัญญัติ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 9(2) ระบุว่า กำหนดมาตรฐานในการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีลักษณะสร้างสรรค์ ส่งเสริมการเรียนรู้ หรือมีคุณค่าทาง ศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบที่คนทุกกลุ่ม รวมทั้งคนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้) ประเทศไทยควรเร่งการผลักดันขยายฐาน การผลิตและการตลาดให้สู่ระดับภูมิภาคของเอเชียตามนโยบายของ รัฐบาล เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสำคัญคือ การใช้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือทาง วัฒนธรรมอย่างบูรณาการในการสร้างจุดยืนที่แข็งแกร่งของไทยในเวทีโลก ดังนั้น คณะกรรมการ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิ ทัศน์ (พ.ศ. 2555 - 2559) เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ของไทยให้มีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน มีกลไกการบริหารจัดการในการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของ เอเชีย และเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่สำคัญใน ตลาดโลก

จากหลักการและเหตุผลข้างต้นสามารถแสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ.2555 - 2559) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ.2555-2559)

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559)	แนวทางการพัฒนา
1. การพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตของ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์	1.1 ส่งเสริมงานวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์
	1.2 ส่งเสริมการรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่าย วิชากิจด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559)	แนวทางการพัฒนา
	1.3 ส่งเสริมการจัดตั้งเมืองภาพยนตร์ /Movie Town) และโครงสร้างพื้นฐานในการผลิต ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ
	1.4 สร้างโอกาสในการเข้าแหล่งเงินทุน
	1.5 ส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีคุณภาพ และ หลากหลาย
2. การปรับโครงสร้างบริหารจัดการอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทุกภาคส่วน	2.1 การปรับปรุงโครงสร้างและกลไกการทำงาน ของหน่วยงานด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์

	2.2 จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมและพัฒนา อุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
	2.3 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลภาพยนตร์และ วีดิทัศน์
3. ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาบุคลากรใน อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้เป็นมือ อาชีพ	3.1 พัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ในสถาบันการศึกษา
	3.2 การจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพด้าน ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
	3.3 เสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการ ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์
	3.4 การสนับสนุนทุนการศึกษาและการประกอบ อาชีพด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์
	3.5 ส่งเสริมยกย่องเชิดชูเกียรติบุคลากรใน วงการ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
4. พัฒนาตลาดภาพยนตร์และวีดิทัศน์เชิงรุกทั้งใน และต่างประเทศ	4.1 พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ไทยเชิงรุกทั้งในและ ต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559)	แนวทางการพัฒนา
	4.2 การจัดเทศกาลภาพยนตร์และตลาด ภาพยนตร์นานาชาติ
5. เสริมสร้างให้ประเทศไทยเป็นเขตปลอดสินค้า ละเมิดลิขสิทธิ์ในงานภาพยนตร์และวีดิทัศน์	5.1 การบังคับใช้และแก้ไขกฎหมายเพื่อป้องกัน การละเมิดสินค้าลิขสิทธิ์
	5.2 สร้างจิตสำนึกแก่ผู้บริโภคในการสนับสนุน ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง
6. การเสริมสร้างค่านิยมในการบริโภคภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ไทย	6.1 ส่งเสริมให้คนไทยรักภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทย
	6.2 ส่งเสริมการใช้ภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อเป็น สื่อ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน
	6.3 ส่งเสริมองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการ เผยแพร่ภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อเป็นสื่อใน การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างสุขแก่ ชุมชน
7. ส่งเสริมธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ	7.1 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ประเทศ

ในประเทศไทย	ไทยให้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ
	7.2 สนับสนุนมาตรการจูงใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจและการให้สิทธิประโยชน์
	7.3 พัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ต่างประเทศ
8. ส่งเสริมความร่วมมือด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับต่างประเทศ	8.1 ส่งเสริมการจัดแผนความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ร่วมกับต่างประเทศ
	8.2 ส่งเสริมการร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์กับต่างประเทศ (Co-Production)

จากยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ข้างต้นแนวทางการพัฒนาทางรัฐบาลปัจจุบันให้ความสำคัญอย่างมากคือ การส่งเสริมความร่วมมือด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับต่างประเทศด้วยการส่งเสริมการร่วมลงทุนในตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับต่างประเทศคือ Co-Production และควรปรับโครงสร้างบริหารจัดการอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทุกภาคส่วนด้วยการจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ขึ้นจนถึงกับมีการร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 - 2564) ขึ้น โดยมอบหมายให้กระทรวงวัฒนธรรม ในฐานะสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ จัดทำร่างดังกล่าวนี้ขึ้นโดยอยู่ในการดูแลของพลเอกธนะศักดิ์ ปฏิมาประกร รองนายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติตามที่ปรากฏในสารนายกรัฐมนตรีในหนังสือยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560 - 2564) หน้า ก และ ข ซึ่งสำหรับการส่งเสริมทางด้านการปรับโครงสร้างบริหารจัดการอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ข้อแรกเลยทีเดียว ส่วนการส่งเสริมการร่วมลงทุนสร้างข้างต้นปรากฏในยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศรวมธุรกิจถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยก็ปรากฏอยู่ในข้อแรกเช่นกัน

นอกจากนี้ในส่วนที่เกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องนี้คือการปรับโครงสร้างบริหารจัดการที่ประยุกต์ได้กับแนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจก็คือ ร่างแนวคิดจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ลักษณะองค์การมหาชนที่ตั้งจะเห็นเหตุผลได้จาก แบบชี้แจงประกอบคำขอจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซึ่งยังไม่เป็นรูปธรรมในยุครัฐบาลปัจจุบัน ถูกนำมาพิจารณาใหม่ รวมวีดิทัศน์ในภาพยนตร์แล้ว ดังต่อไปนี้

**แบบชี้แจงประกอบคำขอจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน)
เหตุผลและความจำเป็นในการขอจัดตั้งองค์การมหาชน**

ในศตวรรษที่ผ่านมาโลกได้เผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้านสื่อสารมวลชน ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงเป็นตัวขับเคลื่อนส่งผ่านให้ประชาชน ทั้งโลกเกิดการเลียนแบบสาระทางวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับสื่อต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การรับประทานอาหาร พฤติกรรมการแสดงออกทางสังคมมีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากวัฒนธรรมเดิม โดยเฉพาะเยาวชนไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง จึงส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ สังคม และเศรษฐกิจ จากตัวเลขการนำเข้าสินค้าจากต่างชาติเพิ่มมากขึ้น จนทำให้เกิดการเสียดุลทางการค้าอย่างมหาศาล ทำให้หลายประเทศตื่นตัวที่จะรักษาเอกลักษณ์ของตัวเอง และนำไปสู่การผลักดันให้เกิดแถลงการณ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Declarations on Culture Diversity) และความร่วมมือในรูปของอนุสัญญายูเนสโก เกี่ยวกับการปกป้องและส่งเสริมการแสดงออกทางวัฒนธรรม (UNESCO Convention on The Protection and Promotion of The Diversity of Cultural Expressions)

ประเทศใดสามารถปรับตัวก้าวทันเทคโนโลยี พร้อมกับการธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ได้ด้วย ก็ย่อมก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าต่อการพัฒนาประเทศได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ประเทศต่างๆ จึงนำมิติทางวัฒนธรรมมาใช้ในเชิงเศรษฐกิจ และใช้เป็นเครื่องมือในการขยายฐานการตลาดด้านอุตสาหกรรมส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดโลก โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้า (BRAND) จากประเทศนั้นๆ และ ปลูกฝังค่านิยมให้ประเทศอื่นๆ นิยมสินค้าจากประเทศตน โดยนำเอาสาระและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อ (Media) ที่เรียกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Art and Culture Industry)

สำหรับในกรณีของประเทศไทยนั้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังคงเป็นเรื่องใหม่ และปัจจัยตามกระบวนการพัฒนาของระบบอุตสาหกรรม หรือธุรกิจในกลุ่มนั้นมีความอ่อนแอ จึงทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก ส่งผลให้สังคมไทยหันไปนิยมบริโภคศิลปวัฒนธรรมจากต่างประเทศ จะเห็นได้จากการนำสินค้าและสื่อจากต่างประเทศเข้ามาเผยแพร่มาจนเกินสมดุล ทำให้คนไทยได้รับอิทธิพลจากกระแสวัฒนธรรม ต่างชาติอย่างต่อเนื่องมากกว่าเดิมอย่างน่าตื่นตระหนก ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมและพฤติกรรมเลียนแบบที่ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยของเด็กและเยาวชน เกิดการมั่วสุมทางเพศ ปัญหายาเสพติด ปัญหาอาชญากรรม ซึ่งการแก้ปัญหาของไทยในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการแก้ปัญหาในเชิงรับ ไม่ใช่การแก้ปัญหาในเชิงรุก หากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยได้รับการพัฒนาให้อยู่ในระดับสากล ย่อมจะส่งผลทั้งในเชิงสร้างสรรค์ ของศิลปินเองและประชาชน ผู้บริโภค

การนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้จำนวนมากให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งประเทศไทย พบว่า ในปี 2546 รายได้ของประเทศจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีมูลค่า 8,900 ล้านบาท

ดังนั้น จากตัวเลขข้อมูลทั้งหมดข้างต้นจะสังเกตเห็นว่า แม้รายได้ที่เป็นมูลค่ารวมในเชิงธุรกิจเหล่านี้ของไทยจะมีมูลค่ามากพอสมควร แต่ในความเป็นจริงแล้ว สิ่งเหล่านี้ยังจำเป็นต้องนำเอาสาระองค์ความรู้ ทางวัฒนธรรมมาบูรณาการกับความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Art and Culture Industry) จึงจะสามารถสร้างสิ่งที่มีคุณค่าและความภาคภูมิใจในความเป็นไทยได้ และ

ในขณะที่เดียวกัน ก็ยังต้อง มุ่งพัฒนาเพื่อให้เกิดความทันสมัย เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ สร้างศักยภาพทางการแข่งขัน และมีส่วนแบ่งในอุตสาหกรรมทางภาพยนตร์ของตลาดโลก เพื่อให้ประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ ที่แพร่กระจายเข้ามาสู่กลุ่มผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องนานนับทศวรรษมาแล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการลงทุนเพื่อการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์นำไปสู่การสร้างรายได้ให้ประเทศได้อย่างมหาศาลในอนาคต

ประเทศเกาหลีใต้เป็นตัวอย่างของประเทศที่ได้พัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์จนกระทั่งประสบความสำเร็จและเกิดกระแสนิยมวัฒนธรรมและสินค้าเกาหลีใต้ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศจีน ก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วโดยมีการนำเนื้อหาที่เป็นมรดกศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมมาผลิต เป็นสินค้าหรือบริการจนประสบความสำเร็จและเผยแพร่ไปทั่วโลก เช่นกัน ซึ่งทั้ง 2 ประเทศนี้ได้มีการจัดตั้ง หน่วยงานภาครัฐขึ้นมารับผิดชอบ ดูแลการส่งเสริมสนับสนุน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์

การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นการนำเอาคุณค่าและเอกลักษณ์วัฒนธรรมมาประยุกต์ และ พัฒนาเพื่อผลิตเป็นงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ งานบริการ สิ่งของและสินค้าได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการ ของสังคมและมาตรฐานสากลในยุคปัจจุบัน การต่อยอดจากมรดกของแผ่นดิน และเปิดพื้นที่ในการแสดง เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย เป็นทูตทางวัฒนธรรมให้คนรู้จักเพื่อให้ชนชาติอื่นได้รับทราบถึง ความเข้าใจอันดีงาม ที่เกิดจากการยอมรับวัฒนธรรมของไทย และยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในประเทศไทย เพื่อเป็นเป็นช่องทางการสร้างคุณค่าทางสังคม มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศในฐานะเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ เมื่อชาวต่างชาติ ทั่วโลกมีความเข้าใจและยอมรับวัฒนธรรมของไทย แล้วก็จะเกิดค่านิยมในการซื้อสินค้าที่มี ตราสินค้า (Brand) ของความเป็นไทยอื่นๆไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง “ต้มยำกุ้ง” ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย ที่ได้รับการเรียบเรียงเนื้อหา บทภาพยนตร์ เทคนิคการถ่ายทำที่มีมาตรฐานระดับสากล รวมทั้งมีเนื้อหาด้านวัฒนธรรมไทยอื่นๆ ด้วย ทำให้เกิด กระแสนิยมมวยไทย ในประเทศต่างๆ (Thai Boxing Fever) ทั่วโลก เช่น ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส มีสมาชิก ชมรมมวยไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง 25,000 คน เป็นต้น นอกจากนี้ในด้านคุณประโยชน์ต่อสังคมไทยเอง ก็จะทำให้มีผู้บริโภคสินค้าที่มีการสอดแทรกศิลปวัฒนธรรมแห่งความเป็นไทย ก็จะทำให้เกิดความภาคภูมิใจ เกิดความรัก ความหวงแหน กระทั่งหันมาอนุรักษ์ พัฒนา สร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมของ ไทยมากขึ้นอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป อุตสาหกรรมภาพยนตร์ซึ่งรวมวิถีทัศน์ด้วยนั้น เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา ประเทศ เป็นการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นไทย นำเอาทุนและองค์ความรู้ทางอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ให้มีความสมดุล จนเกิดเป็นคุณค่าทางสังคมและคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจตลอดจนมูลค่าทางสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทางธุรกิจในรูปของการส่งเสริมการลงทุน และร่วมลงทุน เป็นต้น ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอีกด้วย หรืออีกนัยหนึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์รวมถึงวิถีทัศน์ด้วยนั้น เป็นแนวทางการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ โดยเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้เป็นทุน แล้วนำทุนเหล่านั้นมาพัฒนาเป็นสินค้าที่จะก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ และผลดีทางเศรษฐกิจดังกล่าว ก็จะย้อนกลับมาเป็นทุน เพื่อนำกลับมาประยุกต์ใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนา มรดกทางศิลปวัฒนธรรมในครั้งต่อ ๆ ไป กลายเป็นวงจรการ

พัฒนาเชิงอนุรักษ์ก่อก่อสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทางธุรกิจและคุณค่าเชิงคุณธรรมคือส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมแบบหมุนเวียนและต่อเนื่อง เป็นพลังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมความคิดทางปัญญาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด อันจะส่งผลดีต่อประเทศชาติ ทำให้สังคมเกิดคุณค่าสร้างคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจด้วยสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมให้แก่ศิลปวัฒนธรรม และคุณค่าทางเศรษฐกิจเกิดการพัฒนามีความก้าวหน้าแบบยั่งยืน

ด้วยเหตุผลทั้งหมดที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง ในการดูแลส่งเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยแบบองค์รวม (Wholistic) โดยมีแนวคิดรวบยอดของวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถาบัน คือ “สร้างคน สร้างคุณค่าเชิงคุณธรรม และสังคมให้มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีจินตนาการ (Imagination) ตั้งอยู่บนรากฐานศิลปวัฒนธรรมไทย” และแปลงแนวคิดดังกล่าวไปสู่กระบวนการเปลี่ยนผ่านด้วยการพัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคนิค เทคโนโลยี ตลอดจนจนประสบการณ์ที่สั่งสมจากมืออาชีพ แล้วนำมาถ่ายทอด บ่มเพาะ อบรม เพื่อสร้างคนไทยให้ก้าวขึ้นสู่ระดับสากล และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ไทยให้ก้าวสู่ระดับนานาชาติ ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน และปกป้องขยายอาณาเขตภาพยนตร์และวิดิทัศน์ไทยให้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในเวทีโลก เหมือนดังคำกล่าวที่ว่า “Think Locally but Act Globally” นั่นคือการติดอยู่บนรากฐานความเป็นไทย แต่มีการแสดงออกให้ไกลถึงระดับโลก หรือแนวคิดทันสมัยปัจจุบัน คือเชื่อมโลก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นคุณประโยชน์และเป็นสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมจากการนำความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) แปลงถ่ายสู่การเป็นความรู้อย่างแจ่มชัด หรือจากสิ่งที่เป็นนามธรรมส่งผ่านไปสู่สิ่งที่เป็นรูปธรรม และท้ายสุดจะนำไปสู่การกระตุ้นให้คนไทยเห็นความสำคัญของภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในฐานะผู้สร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจด้วยมรดกศิลปวัฒนธรรมไทย จนเกิดความภาคภูมิใจ เกิดความรัก ความหวงแหนจนกระทั่งหันมาอนุรักษ์พัฒนาสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรมไทยอย่างรู้คุณค่าหาที่สุดมิได้

เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากคณะผู้วิจัยจะนำเหตุผลและความจำเป็นในการขอจัดตั้งองค์การมหาชนในแบบชี้แจงประกอบการขอจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) แล้ว ก็ขอแนะนำการทบทวนเชิงวรรณกรรมมาอธิบายประกอบเพิ่มเติม ซึ่งสัมพันธ์กับแนววิจัยเรื่องนี้ทางสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจที่มีความสอดคล้องแนวคิดของรูปแบบเพื่อสถาปัตยกรรมภาคส่วนหรือชุมชน (A Sector/Community Architect-Based Model) ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ตามที่ Haywood, 1988, Jamal & Get, 1995 and Murhy, 1985 เห็นพ้องต้องกันการสร้างความยั่งยืนให้ภาคส่วนสังคมหรือชุมชนต้องเพิ่มสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าในความหมายของสมรรถนะที่ลดผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้น หรือกันใส่ใจในเชิงคุณธรรมด้วยการสร้างความมีส่วนร่วมในการแปลงความแบ่งปันไปสู่การเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนาด้วยตัวเองดังแนวคิดของ Connell (1997, 250) ที่ให้ไว้ในเรื่องจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นทางทรัพยากรอื่นก็ตามแต่กระบวนการเรียนรู้จากทรัพยากรการเรียนรู้จะยังมีประโยชน์และสร้างคุณค่าได้ทั้งทางเศรษฐกิจและทางคุณธรรมจากการมีส่วนร่วม แนวคิดนี้ Amstein (1969) ได้ขานรับและให้ความเห็นเห็นว่านำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกๆภาคส่วนของทั้งภาครัฐและเอกชนได้อย่างดีอีกด้วยทั้งภาครัฐบาล รัฐบาลท้องถิ่น หรือองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น นักธุรกิจ และนักอุตสาหกรรม ตลอดจนนักวางแผนด้วย

เพราะเหมือนเป็นการสถาปตยกรรมโครงสร้างการบริหารการจัดการและพัฒนาไปพร้อมกันด้วย และ อดช่องว่างที่แต่ละภาคส่วนนั้นขาดอยู่เช่น ขาดการมีความรู้จริงในการมีข้อมูลเพื่อตัดสินใจแบบ ความรู้ที่แจ่มชัดมากกว่าใช้ความรู้ โดยนัยการขาดการสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรม ทางธุรกิจจากการมุ่งตัวเงินหรือผลทางภาษีเป็นสำคัญ เป็นต้น (Joppe, 1996) นอกจากนั้นแนวคิด ดังกล่าวยังมีส่วนสร้างความภาคภูมิใจ สร้างความปรองดองด้วยบรรยากาศทางสังคมและสร้างความ ร่วมมือให้กับทุกภาคส่วนที่นำแนวคิดนี้ไปใช้หรือชุมชนให้รู้คุณค่าของสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิง คุณธรรมที่มีอยู่ในชุมชน เช่น การท่องเที่ยวที่นำวัฒนธรรมประเพณีมาใช้เป็นทุนสังคมด้วย สังคม วัฒนธรรมจากสิ่งที่เป็นนามธรรมผ่านสิ่งที่เป็นรูปธรรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งดังกล่าวจะมาซึ่งผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจตามมา (Sato, 2001, 12, Woolock & Narayan, 2000, 226, Knack and Keefer, 1997 และ Butter, 1980 and Okazaki, 2008, 511-518)

จากที่กล่าวมาให้เห็นแนวคิดที่จะนำมาเป็นน้ำหนักให้เหตุผลของคณะผู้วิจัยข้างต้น ก็จะขอ นำหลักฐานเอกสารของในส่วนประโยชน์ที่ได้รับการจัดตั้งสถาบันเป็นองค์การมหาชนต่อไปมาแสดง ประกอบการเพิ่มเติมเหตุผลของการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นให้เห็นดังต่อไปนี้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดตั้งสถาบันเป็นองค์การมหาชน

การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) นอกจากจะเป็นการ จัดตั้ง หน่วยงานประสานงานกลางที่เข้ามารับภารกิจรับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของประเทศให้เป็นรูปธรรม โดยยึดแนวทางการใช้ประโยชน์จากมรดก ทางวัฒนธรรมมาเป็นฐานการผลิต ฐานความรู้ และนำไปต่อยอด ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดผลงานที่มี คุณภาพ โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับงาน ด้านภาพยนตร์ จะได้รับประโยชน์จากการจัดตั้ง สถาบันฯ ดังกล่าว ทั้งในด้านของการพัฒนามาตรฐาน คุณภาพ และการใช้ประโยชน์อย่างมี ประสิทธิภาพ

ขณะที่ประชาชนโดยทั่วไปก็ยังได้รับประโยชน์จากการจัดตั้งสถาบันฯ แห่งนี้ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ประชาชนคนรุ่นปัจจุบันเห็นประโยชน์ของมรดกทางวัฒนธรรมมากขึ้น และมีโอกาส ทางเลือกใน การบริโภคผลงานที่มีคุณภาพมากกว่าผลงานที่ผลิตออกมาเพื่อตอบสนองในเชิง การตลาดแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากนั้น การพัฒนาต่อยอดทางความคิดโดยการนำเอา ศิลปวัฒนธรรมมาเป็นฐานสำคัญในการพัฒนา ผลงานก็ยิ่งทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ในวัฒนธรรมของชาติ

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากผลงานนั้นๆ ได้รับการเผยแพร่และได้รับความนิยมในกลุ่ม ผู้บริโภค ชาวต่างประเทศ ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจในผลงานด้านอุตสาหกรรม ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ของประเทศตนเองมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ ภายในประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะมีผลลดปริมาณ การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมจาก ต่างประเทศ ก่อให้เกิดการลดการนำเข้า และลดการขาดดุลการค้า ต่างประเทศไปพร้อมๆ กัน

ขณะเดียวกันความนิยมบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมไทยก็เพิ่มมากขึ้นเสมือนสิทธิ ประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้ ซึ่งยิ่งจะส่งผลดีต่อประเทศ อย่างมากมาย กล่าวคือ จะทำให้เกิดความนิยมในตราสินค้า (Brand) อื่นๆ ที่มา จากประเทศไทย

อาทิ อาหารไทย สปา การนวดแผนโบราณ มวยไทย ผ้าไหมไทย สินค้าหัตถกรรม ฯลฯ และในกรณีที่มีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ ในโครงการสร้างงานด้านศิลปวัฒนธรรมขนาดใหญ่ อาทิ การร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ หรือการเข้ามาถ่ายภาพยนตร์ในประเทศไทย ก็จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ สู่ประชาชนธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ได้เป็นจำนวนมากมหาศาล ฯลฯ

ประโยชน์ประการสำคัญที่จะได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจ อย่างเต็มที่ก็คืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นจากการที่ชาวต่างชาตินิยมบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมของไทย ประชาชนที่ทำธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวที่ได้รับผลพลอยได้จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

เพื่อให้เห็นความเด่นชัดของแนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ก็จะนำกรณีศึกษาจากตัวอย่างกรณีของประเทศอังกฤษที่ได้รับผลประโยชน์มหาศาลจากการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดีโอ กล่าวคือในปี ค.ศ.2004 ที่ถือเป็นจุดเริ่มเชื่อมต่อการเกิดแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น จากประเทศอังกฤษและแพร่ขยายไปทั่วโลก จนปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดีโอของอังกฤษสามารถทำรายได้ 807.9 ล้านปอนด์ (56,533 ล้านบาท) และสร้างงานให้ชาวอังกฤษ 57,429 คน โดยนักท่องเที่ยว 1 คน ใน 5 คน ให้สัมภาษณ์ว่าภาพยนตร์อังกฤษทำให้เขาอยากมาท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ

2.4 แนวคิดการร่วมงานสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) การจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ (Compassionate Love Relationship)

ก่อนที่จะกล่าวถึงแนวคิดข้างต้นเพื่อให้เห็นภาพรวมและเหตุผลที่ต้องมีแนวคิดดังกล่าวที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยเรื่องนี้ก็จะกล่าวถึงการที่ผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทย นอกจากจะต้องได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐแล้ว เพื่อเป็นการลดอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ จากโครงสร้างของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเอง การแสวงหาการร่วมงานสร้างภาพยนตร์จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งจากเหตุผลที่เมื่อพิจารณาจากโครงสร้างเพื่อประกอบธุรกิจภาพยนตร์ไทย นั้น จะประกอบไปด้วยโครงสร้างดังนี้

1. ก่อนการถ่ายทำ (Pre-Production) ต้องเข้าใจในโครงสร้างของการตัดสินใจสร้าง แผนควบคุมการสร้าง การเขียนบท การจัดหาผู้แสดงและอุปกรณ์การถ่ายทำ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ บริษัทภาพยนตร์ ซึ่งเป็นผู้ลงทุนการสร้างบริษัทผู้ดำเนินงานสร้าง (Production House) หรือ ปรุสานงานสร้างที่เรียกว่า Production office ผู้แสดง ผู้คัดเลือกนักแสดง ผู้เขียนบท ผู้ประสานงาน โรงเรียนการแสดง และทีมงานสร้างทั้งหมด ซึ่งสัมพันธ์กับการสร้างคุณภาพตาม เกณฑ์รางวัลทางภาพยนตร์ ตลอดจนการจัดการคุณภาพด้านนโยบายและการจัดการความรู้ ทีมงานสร้างก่อนการถ่ายทำ

2. ระหว่างทำการถ่ายทำ (During Production) คือ ขั้นตอนต่อเนื่องจากขั้นก่อนการถ่ายทำ ซึ่งมีการที่ต้องเข้าใจโครงสร้างทางด้านผู้ประกอบการ คือโรงถ่าย บริษัทให้เช่าอุปกรณ์การถ่าย ทำทีมงานสร้างฉากหรือกำกับศิลป์ ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพ ดารานักแสดง ทีมงานสร้าง ทางเครื่องแต่งกาย และแต่งหน้าและผู้ดำเนินงานสร้าง ตลอดจนผู้บันทึกเสียง ตลอดจนบริษัท จัดจำหน่าย

ฟิล์มถ่ายทำ

3. หลังการถ่ายทำ (Post Production) ก็เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากขั้นระหว่างทำการถ่ายทำ ซึ่งมีกิจกรรมตามโครงสร้างอุตสาหกรรม คือ การล้างฟิล์ม พิมพ์ฟิล์ม ผู้ลำดับภาพหรือตัดต่อ ผู้แต่งเพลง และดนตรีประกอบ ผู้ประกอบการบันทึกเสียง ผู้ประกอบการสร้างภาพพิเศษซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับส่วนผู้ประกอบการในขั้นตอนนี้คือ แล็บล้างฟิล์ม พิมพ์ฟิล์ม แล็บบันทึกเสียง และแล็บทำเทคนิคพิเศษ

นอกจากนี้ในขั้นตอนหลังการถ่ายทำนอกจากที่กล่าวข้างต้นก็ยังมีความเกี่ยวข้องกับการตลาด ซึ่งจะมีกิจกรรมในการหาสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุน การสื่อสารการตลาด ซึ่งมุ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อให้เกิดผลการตลาดบอกต่อ (word of mouth marketing) หรือการสร้างกระแสให้ฮือฮา (buzzer talk of the town) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับ ส่วนผู้ประกอบการ คือ บริษัทผู้จัดจำหน่ายในประเทศสายหนังต่างจังหวัด และการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ เพื่อการส่งออกและสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในระดับต่างประเทศ จนถึงระดับโลกตามนโยบายรัฐบาล ปีพ.ศ.2540-2549 แล้ว

การฉายภาพยนตร์ก็ยังถือว่าจัดอยู่ในขั้นตอนหลังการถ่ายทำด้วยซึ่งมีกิจกรรมที่สำคัญคือ การลงทุนสร้างโรงภาพยนตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพมหานคร สายหนังต่างจังหวัดเจ้าของสถานที่ที่ให้เช่าพื้นที่เพื่อสร้างโรงภาพยนตร์ เช่น ศูนย์การค้าหรือเจ้าของที่ดิน เป็นต้น บริษัทขายอุปกรณ์โรงภาพยนตร์ บริษัทโฆษณาในโรงภาพยนตร์ บริษัทขายเครื่องดื่มและข้าวโพด ซึ่งข้าวโพดนำมาทำป๊อปคอร์น และบริษัทขาย สินค้าที่ระลึกหรือ Merchandise

และในขั้นตอนหลังการถ่ายทำซึ่งปิดท้ายสุดก็คือ การขายลิขสิทธิ์หรือการผลิตหรือให้เช่า วีดีโอ และดีวีดี ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจต่อเนื่องจากอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ด้วย คือ โรงงานผู้ผลิตเทปวีดีโอ แผ่นวีซีดี หรือดีวีดี ผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก และร้านให้เช่าต่างๆ ตลอดจนเคเบิลทีวี หรือฟรีทีวีที่นำออกฉายในรายการของตนเองด้วย

จากโครงสร้างอุตสาหกรรมข้างต้นนี้เมื่อพิจารณาขนาดธุรกิจภาพยนตร์ประเทศไทย หรือทั้งอุตสาหกรรมโดยใช้ยอดรายได้ในปีที่ถือว่าอยู่ในช่วงรุ่งเรืองล่าสุดคือ ปี พ.ศ.2549 นั้นจะพบว่ามีถึง 27,386 บาท โดยแสดงรายละเอียดของยอดรายได้ดังนี้

ขนาดธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทย

ยอดรายได้ ปี พ.ศ.2549

1. รายได้รวมในขั้นตอนนี้ก่อนและระหว่างการทำภาพยนตร์ไทย	968 ล้านบาท
2. รายได้ในขั้นตอนนี้หลังการถ่ายทำ	5,632 ล้านบาท
3. รายได้จากการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ทั้งหมด.	4,520 ล้านบาท
4. รายได้จากการขายภาพยนตร์สายหนังต่างจังหวัด	1,368 ล้านบาท
5. รายได้จากการขายสิทธิภาพยนตร์ทำวีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี	992 ล้านบาท
6. รายได้จากการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศ	1,200 ล้านบาท
7. รายได้ของธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่ไม่นับรายได้ค่าบัตร	300 ล้านบาท
8. รายได้จากการจำหน่ายวีซีดี วีดีโอ และการให้เช่า	7,900 ล้านบาท
9. รายได้ค่าโฆษณาเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย	500 ล้านบาท

10. รายได้การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย	4,006 ล้านบาท
รวมรายได้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย	27,386 ล้านบาท

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อพิจารณาทางขนาดธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทยหรือรายได้ทั้งอุตสาหกรรมแล้ว ถ้าหันมาพิจารณาทางด้านระบบภาษีเพื่อให้เห็นเป็นเหตุเป็นผลที่ต้องส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยด้วยการลดอุปสรรคด้านต่างๆ ก็จะได้ดังนี้ว่ายังเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมภาพยนตร์ไทยที่สำคัญ ดังข้อมูลที่จะแสดงต่อไปนี้

ระบบภาษีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ก่อนการถ่ายทำ	- ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
การถ่ายทำ	- อากรนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ 20%
	- ภาษีเงินได้บุคคลสำหรับนักแสดง รายได้น้อยกว่า 300,000 บาท เสีย 60% มากกว่า 300,000 บาท เสีย 40%
	- ภาษีเงินได้นิติบุคคลโรงถ่าย/ผู้ให้เช่าเครื่องมือ 30%
	- ภาษีเงินได้นักแสดงต่างประเทศไทย เสียหัก ณ ที่จ่าย 10%
หลังการถ่ายทำ	- อากรนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือในห้องแล็บ 20%
	- อากรนำเข้าสินค้าต้นแบบ 20%
	- ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
การตลาด	- ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
	- ภาษีหัก ณ ที่จ่ายนำส่งค่าลิขสิทธิ์ไปต่างประเทศ 15%
การขาย	- ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%
วิดีโอ วีซีดี ดีวีดี	- ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%

จากการให้เหตุผลแสดงถึงการต้องหาแนวทางการลดอุปสรรคด้านอื่นข้างต้น จากผลการศึกษาและตรวจสอบกับทางสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติจากการร่วมเสวนากับทางภาครัฐในการเสวนาวิชาการเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ในการพัฒนากฎหมายนโยบายด้าน ภาพยนตร์ในสังคมไทย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2550 ณ ห้อง 501 ตึกกองบัญชาการ 1 ทำเนียบรัฐบาล จนเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ พ.ศ.2551 ตลอดจนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ.2550-2554) รวมถึงการให้ความสำคัญของสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจในเรื่องการจัดตั้งองค์การมหาชนพัฒนาจากสถาบัน พัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (องค์การมหาชน) แบะส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับต่างประเทศ ซึ่งกรณีการส่งเสริมการลงทุนนี้ในวงการวิชาชีพทางภาพยนตร์และวีดิทัศน์มักเรียกกันแบบทับศัพท์ว่า “Co-Production” ดังที่จะกล่าวต่อไป โดยสามารถสรุปให้เห็นเด่นชัดเป็นประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

การแพร่หลายของแนวคิดที่ทางคณะผู้วิจัยขอเรียกโดยง่ายว่า แนวคิดการร่วมงานสร้างสรรค์ ภาพยนตร์หรือ Co-Production ขอเสนอแนวคิดของชุดเริ่มต้นหลังจากงานสัมมนาที่ทางภาครัฐ

ขณะนั้นคือ คณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ (คมช.) ดังกล่าวข้างต้น และ ชวนะ ภากานันท์ ได้เขียน เป็นบทความเป็นภาษาอังกฤษภายใต้ชื่อ “Thai Film Industry and Co-Production System” ลง ในสูจิบัตรงาน Tokyo Film Festival ณ นครโตเกียว 2009 สรุปลงเป็นตารางรายชื่อภาพยนตร์ไทยที่ สำคัญที่ได้รับการร่วมงานสร้างภาพยนตร์ดังกล่าวได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.3 แสดงรายชื่อภาพยนตร์ตามแนวคิดการร่วมงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์หรือ Co-Production

ปี	รายชื่อภาพยนตร์	ผู้กำกับ	นักแสดงนำ	บริษัทร่วมทุน/แหล่งที่มา
2003	เรื่อง รักน้อยนิด มหาศาล (Last life in the Universe)	เป็นเอก รัตนเรือง	อาซาโน่ ทาดาโนบุ สินิทธา บุญยศักดิ์ เมอมาลย์ บุญยศักดิ์	1. ไฟว์สตาร์โปรดักชั่น (ไทย) 2. Paradis Films (ฝรั่งเศส) 3. Pioneer LDC, Inc. (ญี่ปุ่น) 4. Fortissimo Film (Dutch) 5. Cathay Film Asia, PTA (สิงคโปร์)
2005	คำพิพากษา ของมหาสมุทร	เป็นเอก รัตนเรือง	ทูน หิรัญทรัพย์ อาซาโน่ ทาดาโนบุ คังเฮ จอง	1. ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น (ไทย) 2. Fortissimo Film (Dutch) 3. Focus Films Ltd. (ฮ่องกง) 4. CJ Entertainment (เกาหลีใต้)
2005	लग-लग-लग	ธินิตย์ จิตนุกูล ทาคาฮิโกะ อากิ ยาม่า (ญี่ปุ่น) แพททริก เหลียง (ฮ่องกง)	ขจรศักดิ์ รัตนนิสสัย พิชญ์นาฏ สาขากร	1. ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น (ไทย) 2. บริษัท มูฟวี่ อายส์ จำกัด (ญี่ปุ่น) 3. บริษัท ฟิมล์ โค ลิมิเตด (ฮ่องกง)
2006	ปืนใหญ่จอมสลัด	นนทรี นิมิตบุตร	สรพงศ์ ชาตรี อนันดา เอเวอริงแฮม จารุณี สุขสวัสดิ์ เจษฎา ผลดี	1. สหมงคลฟิล์ม 2. รางวัลเทศกาลภาพยนตร์ เมืองปูซาน ประเทศเกาหลี (Pusan Promotion Plan Awards) 3. ผู้อำนวยการสร้างชาว ฝรั่งเศส

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ปี	รายชื่อภาพยนตร์	ผู้กำกับ	นักแสดงนำ	บริษัทร่วมทุน/แหล่งที่มา
2007	โรงงานอารมณ์	เอกชัย	ดาราสิงคโปร์	1. ประเทศไทย

		เอื้อครองธรรม	ดารารจัน อนันดา เอเวอริงแฮม	2. ประเทศสิงคโปร์ 3. Fortissimo Film (Dutch) 4. รางวัล Un Certain Regard at Canne Film Festival
2007	พลอย (Ploy)	เป็นเอก รัตนเรือง	ลลิตา ปัญโญภาส อนันดา เอเวอริงแฮม พรวุฒิ สารสิน อภิญา สกกุลเจริญ	1. ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น(ไทย) 2. Fortissimo Film (Dutch)
2009	นางไม้	เป็นเอก รัตนเรือง	วนิดา เตมธนาภรณ์ นพชัย ชัยนาม	1. ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น(ไทย) 2. Fortissimo Film (Dutch)

จากแนวคิดการร่วมงานภาพยนตร์ หรือ Co-Production นี้ ชวนะ ภวภานันท์กุล (2551) ให้แนวคิดว่าเป็นแนวคิดแบบดั้งเดิมที่พิจารณาในเรื่องการร่วมทุนเป็นสำคัญมากกว่าแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า การร่วมงานสร้างภาพยนตร์รวมถึงวิถีทัศน์ทางการจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจสอดคล้องแนวคิด (Compassionate love Relationship) ที่ได้จากการประชุมลิสลิตีทรีพาร์ทีสนทางปัญญาโลกที่ ชวนะ ภวภานันท์ (ชยุต ภวภานันท์กุล) เป็นตัวแทนประเทศเข้าร่วมประชุมเมื่อปี พ.ศ.2553 โดยชวนะแสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการร่วมงานสร้างภาพยนตร์หรือ Co-Production ดั้งเดิมดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบโอกาสและอุปสรรคของการร่วมงานสร้างภาพยนตร์แบบร่วมทุนกับต่างประเทศ

โอกาสของการร่วมลงทุน	อุปสรรคของการร่วมลงทุน
ทำให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น ในแต่ละตลาดที่มีการร่วมลงทุน	ลักษณะของสัญญาที่มีความซับซ้อน โดยเฉพาะด้านเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และสิทธิต่างๆ และด้านการแบ่งปันผลประโยชน์ต่างๆ

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

โอกาสของการร่วมลงทุน	อุปสรรคของการร่วมลงทุน
เสริมสร้างศักยภาพ หรือ จุดแข็งให้กับภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ยิ่งขึ้น เพราะการร่วมลงทุน มักจะร่วมเป็นการร่วมทุนกับบริษัทที่มีศักยภาพในด้านการเงิน การลงทุน และอื่นๆ ที่แข็งแกร่งอยู่แล้ว เป็นการเพิ่มผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน สอดคล้องแนวคิด Win-Win (ได้	กฎหมายบางประเทศทำให้ไม่สามารถร่วมลงทุนกันได้ เพราะประเทศที่ประสงค์จะร่วมลงทุนด้วยไม่มีกฎหมายหรือนโยบายให้การสนับสนุนที่ทัดเทียมกัน ต่างจากในบางประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ โดยจะยกฐานะภาพยนตร์ที่มีการร่วมทุนกับ

ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย)	ต่างประเทศได้รับสิทธิเสมือนภาพยนตร์ที่ผลิตภายในประเทศนั้นๆ
ทำให้มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมากขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการการทำงาน (สร้างภาพยนตร์) เพราะมีการร่วมกันคิดร่วมกันทำในสิ่งที่แต่ละบริษัทเชี่ยวชาญ แทนที่ต่างคนจะต้องทำหมดทุกอย่าง ปัจจัยส่งเสริมเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความสามารภในการแข่งขันได้ ส่งผลต่อการขยายตลาดและผู้บริโภคจนถึงฟอร์มภาพยนตร์ก้าวไกลสู่ระดับสากลมากขึ้น	กฎหมายของบางประเทศทำให้ไม่สามารถร่วมทุนกันได้ เพราะประเทศที่ประสงค์จะลงทุนด้วยไม่มีกฎหมายหรือนโยบายสนับสนุนที่ทัดเทียมกัน
ส่วนแบ่งรายได้ ขึ้นอยู่กับการเจรจาตกลงกัน ซึ่งมีหลายวิธี เช่น อาจแบ่งในลักษณะ 50 : 50 ในทุกที่ที่หนังทำรายได้ หรืออาจแบ่งรายได้กันเป็นแต่ละเขตการขายหรือจัดจำหน่าย Territory เช่น รายได้ที่เกิด ในเขตเอเชีย ไทย เราจะได้ผลประโยชน์ แต่รายได้ ที่เกิดในยุโรป ทางยุโรปก็ได้ผลประโยชน์ไปแทน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละคนสามารถจะนำ “สิทธิ” ในแต่ละ Territory ไปทำประโยชน์ต่อได้ แต่มีหลายกรณี ที่เห็นว่าไม่ได้เกิดความยั่งยืน เพราะมีการไม่ร่วมงานสร้างหรือร่วมลงทุนกันต่อไป	ความไม่มีประสบการณ์ในการลงทุนร่วมกับต่างชาติ ทำให้อาจเสียประโยชน์ หรือ ทำสัญญาแบบเสียเปรียบได้ง่าย โดยเฉพาะปัญหาทางภาษา หรือปัญหาทางด้านภาษี และข้อกฎหมายของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของประเทศนั้นๆ จนถึงผลทางด้านรายได้ เมื่อภาพยนตร์ที่ร่วมลงทุนนั้นออกฉายแล้ว

ดังนั้นแนวคิดการร่วมงานสร้างภาพยนตร์และวิทัศน์ซึ่งคณะผู้วิจัยเพิ่มคำว่าวิทัศน์เข้าไป เพราะภาพความเป็นจริงในการเริ่มต้นแนวคิดใหม่ของการร่วมงานสร้างงานภาพยนตร์ที่ในแนวคิดดั้งเดิมแต่บริษัทภาพยนตร์ด้วยกัน แต่แนวคิดใหม่มีวิทัศน์เข้าไปร่วมด้วย โดยเริ่มจากการร่วมงานสร้างภาพยนตร์หรือร่วมทุนทางการจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจ สอดคล้องกับแนวคิด Compassionate love Relationship จากภาพยนตร์เรื่อง “Red Cliff” หรือชื่อภาษาไทยว่า “สามก๊ก ตอนโจโฉแตกทัพเรือ” ซึ่งร่วมงานสร้างกันถึง 5 ประเทศ โดยทางภาพยนตร์ร่วมงานสร้างด้วยดารานักแสดงดังๆ เช่น เหลียงเฉาเหว่ย มารับบทเป็น “จิวยี้” ทางประเทศจีน ไต้หวัน และเกาหลีใต้ ก็มาร่วมงานด้วยดารารุ่นกัน ขณะที่ทางเวียดนามมอบอ่าว ฮาลอง ที่ถูกขึ้นเป็นมรดกโลกให้เป็นสถานที่ถ่ายทำ และประเทศญี่ปุ่นร่วมงานสร้างภาพยนตร์ด้วยวิทัศน์ในการทำเทคนิคภาพพิเศษโดยบริษัทที่มีชื่อระดับโลก คือ Avex Group Holding Inc. จากการร่วมงานสร้างภาพยนตร์หรือร่วมทุนจากภาพยนตร์เรื่องนี้ทำให้เกิดแนวคิด ทีมฝันอาเซียน (Asean Dream Team) และทำให้เกิดประสบความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นอย่างมากในระดับนานาชาติและระดับโลก และเกิดการยอมรับแนวคิดร่วมสร้างภาพยนตร์ร่วมทุนทางการจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมทาง

ธุรกิจด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงใจขึ้นเพราะไม่เพียงแต่มุ่งตลาด มุ่งการขายผลประกอบการ หรือหาแหล่งทุน ประโยชน์ที่สำคัญคือ การร่วมกันปกป้องการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การเข้าไปดูแลผลประโยชน์ของรองการฉายจากโรงภาพยนตร์ซึ่งเป็นจุดที่เคยมองข้ามกันไปโดยไม่ได้ คำนึงถึงว่าเป็นต้นน้ำของรายได้ก่อนที่ภาพยนตร์จะออกจากโรงภาพยนตร์ ก่อนที่จะนำออกไป จำหน่ายหรือตามเขตสัญญาที่ตกลงกันไว้ หรือที่เรียกว่า Territory

ดังนั้น แนวคิดข้างต้นเพื่อให้เกิดความเป็นเหตุเป็นผลยิ่งขึ้นในการทบทวนวรรณกรรมก็จะขอ นำแนวคิด การจัดการคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจด้วยความสัมพันธ์ที่จริงใจ (Compassionate love Relationship) ซึ่งความสัมพันธ์ที่จริงใจ หรือ Compassionate love Relationship นั้นไม่ใช่ แนวคิดแต่ยอมรับความเป็นทฤษฎีโดยจุดเริ่มต้นเกิดจากองค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) ได้พยายามหาพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมยุคโลกาภิวัตน์อันมี วัฒนธรรมหลากหลายโดยเฉพาะการเกิดความพอใจในงานที่ร่วมกัน มีผลกระทบต่อคุณธรรมระหว่าง ผู้ทำงานร่วมกันจากการที่มีความจริงใจต่อกันหรือขาดความจริงใจต่อกัน และนำมาประยุกต์ใช้ ใน ความหมายของคำที่ดูสวยหรู คือ ธรรมาภิบาล ตามที่ Choi and Whitford (2013) ได้ทำการวิจัย และสรุปเอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Saxena. O' Connelly Lindenwood (2002) ที่ศึกษาเอาไว้ก่อน หน้าการอภิปรายในความหมายของ “คุณค่าทางหน้าตา” (Face Value) หรือคุณค่าทางหน้าตา เปรียบกับคุณค่าทางหน้าของอัญมณี (Facet) ที่ทำให้เกิดลักษณะดังกล่าวได้ ผู้คนต้องใส่ความรัก ความสนใจในความสัมพันธ์และร่วมสร้างให้เกิดร่วมกันด้วยการจัดการเชิงคุณค่าเชิงคุณธรรมที่ ยังประโยชน์ให้ทั้งทางธุรกิจ และความสัมพันธ์ทางจิตใจ หรือความเป็นธรรมาภิบาลในการมีคุณภาพ ชีวิต และชีวิตทางสังคมที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตและการดำเนินชีวิตเพื่อการทำมาหากิน คือธุรกิจนั่นเอง และสิ่งดังกล่าวก็คือ “ความสัมพันธ์ที่จริงใจ” หรือร่วมงานกันด้วยใส่ความรู้สึกลงไปในงานที่ทำ ร่วมกันให้ก่อประโยชน์ที่เรียกว่า “Feel With” หรือที่มีการเรียกกันในวงการวิชาชีพภาพยนตร์และ วีดิทัศน์ที่ใช้ในแนวคิดนี้ “ร่วมทุนด้วยจิตใจ” (Mental Co-Production) ประยุกต์จาก Verheijen, 2000, Bangkok ASEAN Film Festival, 2017, Avex Group Holding Inc, 2008, World Bank, 2008 และ Pyang and Kassekert, 2009. (ประยุกต์จาก Underwood, 2005 และ Neusner & Chilton, 2009, Vacek, 1994, “WHOQOLSRPB GROUP”, 2006 และ Workshop ASEAN +B, 2009)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ดังนี้

3.1 วิธีที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยอนาคต: เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique)

วิธีการวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) เป็นระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยในเชิงลึกเพื่อค้นคว้าหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอนาคตด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Approach) โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการพยากรณ์ภาพในอนาคตที่คาดว่าจะเป็นการแสวงหาทางเลือกที่จะดำเนินการในอนาคต และการกระตุ้นเตือนให้ตระหนักถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อันจะนำไปสู่การจัดเตรียม การควบคุม การแก้ไข และการบริหารจัดการในอนาคต โดยวิธีการที่ใช้ในการพยากรณ์ภาพในอนาคตที่สำคัญมี 3 วิธี ได้แก่ 1) การคาดการณ์แนวโน้ม (Trend Projection) 2) การเขียนภาพอนาคต (Scenario Writing) และ 3) การปรึกษาผู้อื่น (Consulting Others) ซึ่งวิธีการปรึกษาผู้อื่น ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องนั้น จัดเป็นวิธีการวิจัยอนาคตที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากการสรุปมติจากผู้เชี่ยวชาญหลายๆ ท่านที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอนาคตของศาสตร์ที่ต้องการศึกษา ทำให้ได้ข้อมูลของภาพในอนาคตที่น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้ดี วิธีการวิจัยนี้เรียกว่า เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique)

เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เป็นวิธีการคาดการณ์ผลลัพธ์ในอนาคตโดยการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง เป็นเทคนิคที่มีขั้นตอนและระเบียบแบบแผนที่ชัดเจน เพื่อสรุปมติจากข้อค้นพบที่ได้ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมีความถูกต้อง โดยที่ผู้วิจัยไม่ต้องนัดหมายกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้มาประชุมกัน แต่ให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นโดยการตอบแบบสอบถามจำนวนสองรอบหรือมากกว่านั้น ซึ่งวิธีการนี้ทำให้สามารถระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในสถานที่และเวลาที่แตกต่างกันได้โดยไม่มีข้อจำกัด ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และอิสระ สามารถถกแถลงความคิดเห็นของตนได้อย่างรอบคอบปราศจากการชี้นำจากกลุ่มและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางความคิดผู้อื่น ทำให้ได้รับข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ (Row, G. & Wright, G., 1999, 353-375, มนต์ชัย เทียนทอง, 2548, 165-180)

ลักษณะการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย (Type of Delphi Technique)

1) เป็นภาพในอนาคตที่ต้องการศึกษาความเป็นไปได้หรือศึกษาแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ธุรกิจ สังคม เศรษฐกิจ และการศึกษา ที่ผู้วิจัยต้องการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อใช้ในการเตรียมการวางแผนการบริหารจัดการและการตัดสินใจ

2) เป็นปัญหาที่ไม่มีคำตอบถูกต้องแน่นอน แต่สามารถทำวิจัยเพื่อศึกษาปัญหาได้ โดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาดังกล่าว เพื่อหาข้อสรุปและแนวโน้มของความเป็นไปได้

3) เป็นปัญหาที่ต้องการศึกษาจากความคิดเห็นหลายๆ ด้าน จากความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิประจำสาขานั้นๆ

4) ผู้วิจัยไม่ต้องการให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน มีผลกระทบต่อการศึกษาตัดสินปัญหาโดยรวม

5) ประสบปัญหาในการพบปะแบบเผชิญหน้าโดยตรงในการระดมสมองหรือการประชุม อันเนื่องมาจากปัญหาด้านเวลา การเดินทาง สภาพภูมิอากาศ หรืองบประมาณ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของเทคนิคเดลฟาย (Key Features of Delphi Technique)

1) การไม่เปิดเผยตน (Anonymity) เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยการใช้แบบสอบถาม โดยไม่ต้องการให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมีอิทธิพลต่อกันและเป็นอิสระที่สุด จึงไม่มีการเผชิญหน้ากัน และไม่ทราบว่ามีใครมีความคิดเห็นอย่างไร

2) การทำซ้ำ (Iteration) เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ จึงต้องมีการทำซ้ำ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามหลายรอบ โดยทั่วไปรอบแรกมักเป็นแบบสอบถามปลายเปิด รอบต่อไปจะเป็นแบบสอบถามปลายปิด และรอบสุดท้ายเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า

3) การป้อนกลับโดยมีการควบคุม (Controlled Feedback) เพื่อให้ได้คำตอบอย่างละเอียดรอบคอบและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น จะมีการถกแถลงและป้อนกลับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่สอดคล้องกันในแบบสอบถามแต่ละข้อจากรอบที่ผ่านมาด้วยสถิติ ให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านทราบในการส่งแบบสอบถามรอบต่อไป เพื่อพิจารณาว่าจะยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบอย่างไร พร้อมระบุเหตุผล

4) การนำเสนอด้วยสถิติ (Statistical Aggregation of Group Response) ในการป้อนกลับข้อมูลในแต่ละรอบ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติเบื้องต้น ได้แก่ มัชยฐาน ฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ขั้นตอนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย

ขั้นตอนการวิจัยอนาคตด้วยเทคนิคเดลฟาย มี 3 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1) กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) ซึ่งในทางการวิจัยนิยมเรียกว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) มากกว่างานวิจัยนี้ จึงจะใช้คำนี้แทน ผู้วิจัยจะต้องหาวิธีและทำการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในเรื่องที่จะศึกษา โดยปกติจะมีประมาณตั้งแต่ 10 กว่าคนขึ้นไปอาจถึงเป็นร้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการวิจัย ความซับซ้อนของเรื่องที่จะศึกษา เวลา และงบประมาณ การเลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญควรจะเป็นบุคคลที่มองหรือคาดการณ์อนาคตได้อย่างชัดเจนและถูกต้องมากกว่าคนธรรมดาทั่วไป หรือเป็นผู้ที่รอบรู้และรู้ลึกในประเด็นที่ศึกษาอย่างจริงจัง อาจเป็นผู้ที่ศึกษาเรื่องดังกล่าวมาเป็นเวลานาน เป็นผู้มีตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับเรื่องที่

ศึกษา ยินดีให้ความร่วมมืออย่างเต็มใจและเห็นความสำคัญของการวิจัยเรื่องนั้นด้วย วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยอาจเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อคัดเลือกกลุ่มคนที่เข้าร่วมในการวิจัย หรืออาจจะอาศัยการสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิในวงการนั้นๆ ให้เสนอรายชื่อบุคคลซึ่งควรได้รับการเลือกสรรให้เป็นกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ การคัดเลือกนี้จำเป็นต้องพิจารณากันอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อให้ได้มาซึ่งผู้เหมาะสมสำหรับการศึกษาวิจัยนั้นจริง

สำหรับจำนวนของผู้ทรงคุณวุฒิที่จะเข้าร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยโดยอาศัยเทคนิคเดลฟายนั้น ซินดา รักซ์พลเมือง (2528, 93) ได้อธิบายว่าจำนวนของผู้ทรงคุณวุฒิขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มและประเด็นปัญหาที่ศึกษาเป็นสำคัญ หากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเป็นเอกพันธ์ (Homogeneous Group) อาจจำเป็นต้องใช้เพียง 10-15 คน แต่ถ้ากลุ่มมีความแตกต่างกันมีลักษณะเป็นอเนกพันธ์ (Heterogeneous Group) อาจต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนมาก อย่างไรก็ตามจากการศึกษาวิจัยของ โทมัส ที แมคมิลแลน (Thomas T. Macmillan) พบว่าหากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป อัตราการลดลงของการคลาดเคลื่อน (Error) จะมีน้อยมาก ดังแสดงในตารางที่ 3.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการลดลงของความคลาดเคลื่อนของจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ (Panel Size)	การลดลงของความ คลาดเคลื่อน (Error Reduction)	ความคาดเคลื่อนลดลง (Net Change)
1-5	1.20-0.70	0.50
5-9	0.70-0.58	0.12

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ (Panel Size)	การลดลงของความ คลาดเคลื่อน (Error Reduction)	ความคาดเคลื่อนลดลง (Net Change)
9-13	0.58-0.54	0.04
13-17	0.54-0.50	0.04
17-21	0.50-0.48	0.02
21-25	0.48-0.46	0.02
25-29	0.46-0.44	0.02

ที่มา: Thomas T. Macmillan, "The Delphi Technique", อ้างจากเกษม บุญอ่อน (2522), 26-28

2) การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทั่วไปมักอยู่ในรูปแบบของแบบสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 ก่อน และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด คำถาม และข้อ

คำถามในแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในรอบที่ 2 และ 3 ต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แน่นอน จึงต้องมีการเก็บข้อมูลหลายรอบ ซึ่งวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

2.1) กำหนดกรอบของเรื่องที่จะทำการวิจัย ซึ่งสามารถกำหนดได้ด้วยตัวเอง จากการศึกษาเอกสารต่างๆ หรือจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิบางท่าน เมื่อได้กรอบของเรื่องที่จะวิจัยแล้วจึงนำมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ในรอบแรก เป็นคำถามกว้างๆ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาของการวิจัย ซึ่งมักจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดหรือเป็นโครงสร้างคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมการวิจัยได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางภายในกรอบที่กำหนด

2.2) ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักในรอบแรกโดยตัดทอนประเด็นที่ซ้ำซ้อนหรือส่วนที่เกินจากกรอบการวิจัยที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert ซึ่งเป็นมาตรวัดตั้งแต่ 1-5 โดยให้น้ำหนักตามความสำคัญของเรื่องต่างๆ แล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 ซึ่งการสร้างแบบสอบถามในรอบนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญ และมีความยากที่สุดของการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย

2.3) การสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3 แบบสอบถามในรอบนี้จะประกอบด้วยประโยคหรือข้อความเหมือนกับแบบสอบถามรอบที่ 2 แต่จะมีการแสดงการรายงานผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นของกลุ่ม โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามรอบที่ 2 มาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นจัดข้อมูลเป็นช่วงแล้วนำมาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และแสดงตำแหน่งของค่าสถิติดังกล่าวในข้อความแต่ละข้อพร้อมทั้งแสดงตำแหน่งคำตอบที่ผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นๆ ตอบในรอบที่ 2 ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ทราบความเหมือนหรือความแตกต่างของคำตอบของตนเมื่อเทียบกับคำตอบของกลุ่ม พร้อมกับให้พิจารณาว่ามีความเห็นด้วยหรือไม่กับตำแหน่งของคำตอบที่ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกัน ถ้าไม่เห็นด้วยให้แสดงเหตุผล แต่หากผู้ทรงคุณวุฒิไม่แสดงเหตุผลให้ถือว่าเห็นด้วยกับตำแหน่งคำตอบดังกล่าว

2.4) สำหรับแบบสอบถามรอบที่ 4 จะมีลักษณะเช่นเดียวกับแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยปกติแล้วนิยมใช้แบบสอบถามเพียง 2-3 รอบ สำหรับการจะกำหนดว่าควรมีแบบสอบถามรอบที่ 4 หรือไม่นั้น ควรจะพิจารณาค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ประกอบด้วย หากพบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก กล่าวคือค่าพิสัยระหว่างควอไทล์แคบมาก อาจยุติกระบวนการวิจัยลงได้

3) การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มจากการขอความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลหลักให้เข้าร่วมในการวิจัย โดยขอความร่วมมือให้ตอบแบบสอบถามทุกรอบ เนื่องจากการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายต้องอาศัยการตอบแบบสอบถามทุกรอบ การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายต้องอาศัยการตอบแบบสอบถามซ้ำหลายรอบ ซึ่งมักเกิดปัญหาในการรวบรวมข้อมูลในรอบที่ 2 และรอบต่อไป ในส่วนของค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยต้องเลือกให้เหมาะสม หากเป็นการแสดงความคิดเห็นในเรื่องเวลาปริมาณควรใช้มัธยฐาน หรือสถานการณ์ในอนาคตมักใช้ฐานนิยม นอกจากสถิติการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายยังใช้ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อพิจารณาการกระจายของความคิดเห็น หากข้อความใดมีพิสัยกว้างแสดงว่าผู้ให้ข้อมูลหลัก

มีความเห็นต่างกันมาก ข้อใดที่มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์แคบแสดงว่ามีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ซึ่งอาจนำข้อความนั้นมาเป็นข้อสรุปของการวิจัยได้ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยไม่ควรละเลยข้อความที่มีพิสัยกว้าง ในบางกรณีอาจเป็นข้อความที่มีประโยชน์ ทั้งนี้การวิเคราะห์ต้องพิจารณาถึงเหตุผลของคำตอบ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้ระบุไว้ประกอบกันด้วย

3.2 วิธีการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก

วิธีการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการใช้เกณฑ์กำหนดเลือกผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีบทบาทอยู่ในวงการวิชาชีพภาพยนตร์ไทย และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตลอดจนที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นชาวต่างประเทศที่ติดต่อกับวงการวิชาชีพภาพยนตร์ไทยมานาน จนพอจะรู้คำถามที่ถามเป็นภาษาไทย และอาจตอบเป็นสองภาษาจากคำถามได้ ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียงและยอมรับกันในวงการวิชาชีพภาพยนตร์และวิดิทัศน์ จากการมีประสบการณ์ตรงมานาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี นับจากปีพ.ศ.2549 จนถึงปัจจุบัน หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ซึ่งถือเป็นสมาคมแห่งวิชาชีพภาพยนตร์และวิดิทัศน์ที่ทางรัฐบาลยอมรับมาทุกสมัย จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งสิ้น 17 คน แบ่งการคัดเลือกไว้ 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน
2. กลุ่มผู้ประกอบการกิจการภาพยนตร์ไทย และธุรกิจวิดิทัศน์ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน
3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์และวิดิทัศน์ไทยในอาเซียน นักวิชาการ และนักการตลาด จำนวน 7 คน

จากเกณฑ์และการแบ่งกลุ่มข้างต้นในแต่ละกลุ่มจะได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน คือ
 - 1.1 พลโท ธีรวัฒน์ ทิพย์จันทร์ คณะกรรมการภาพยนตร์และวิดิทัศน์แห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม
 - 1.2 ดร.สามารถ จันทร์สุรย์ อดีตผู้อำนวยการสถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และที่ปรึกษาฐานะผู้เชี่ยวชาญ สถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ผู้มีส่วนร่วมในการเสนอร่าง สถาบันพัฒนาภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) มาตั้งแต่ต้น และร่วมร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ตั้งแต่ระยะที่ 1-2 เป็นต้นมา
 - 1.3 อาจารย์วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ เลขาธิการสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทย และธุรกิจวิดิทัศน์ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
จำนวน 7 คน คือ

- | | |
|------------------------------------|---|
| 2.1 คุณวิสูตร พูลวรลักษณ์ | ประธานสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ |
| 2.2 คุณพรชัย ว่องศรีอุดม | ผู้อำนวยการด้านการจัดสร้างภาพยนตร์ไทยและ
วิดิทัศน์ เครือเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป |
| 2.3 คุณสมศักดิ์ ทองธรรมกุล | ผู้บริหารบริษัท เอ.จี.เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
และร่วมทุนกับต่างประเทศ ผ่านเครือข่ายสโมสร
โรตารี อินเตอร์เนชั่นแนล เขต 3350 ที่เป็น
ประธานหรือนายกสโมสร |
| 2.4 ดร.กิตติศักดิ์ ปรีชญา ปิ่นแก้ว | ผู้บริหารบริษัท บาแรมยู จำกัด และ
ผู้กำกับการแสดง ผู้อำนวยการสร้าง
เครือข่ายสหมงคลฟิล์ม |
| 2.5 คุณบัณฑิต ทองดี | ผู้กำกับการแสดง ผู้ดำเนินงานสร้างภาพยนตร์
และวิดิทัศน์ เครือสหมงคลฟิล์ม |
| 2.6 คุณกุลเทพ นฤหล้า | ผู้กำกับละครทางโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3
และดิจิทัลทีวี ช่อง True ช่อง 24 |
| 2.7 คุณอดิเรก วัฏลีลา | นายกสมาคมผู้ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศใน
ไทย และจัดจำหน่ายภาพยนตร์และวิดิทัศน์สู่
ระดับนานาชาติ และวงการภาพยนตร์และ
วิดิทัศน์ฮอลลีวูด |
| | ผู้กำกับการแสดง ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์
อิสระ นักแสดงรับเชิญ และคณะกรรมการ
สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย |

3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์และวิดิทัศน์ไทยในอาเซียน นักวิชาการ และนักการ
ตลาด จำนวน 7 คน คือ

- | | |
|-----------------------------|---|
| 3.1 คุณพลาดิศัย สิทธิธัญกิจ | ที่ปรึกษาทางธุรกิจการจัดฝึกอบรมสัมมนาทาง
ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ คณะกรรมการตัดสิน
รางวัลพระสุรัสวดีของสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง
แห่งประเทศไทย และคณะกรรมการตัดสิน
รางวัลทางโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ฯลฯ |
| 3.2 คุณสุรียัน บุญยมโนกุล | กรรมการผู้จัดการบริษัท พรีเมียม เรคคอร์ด
จำกัด และพรีเมียม ดิจิทัล เอ็นเตอร์เทนเมนท์
ประกอบธุรกิจทางภาพยนตร์และวิดิทัศน์ทั้งใน
และต่างประเทศ ตลอดจนคณะกรรมการบริหาร
สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ |

- 3.3 คุณนคร วีระประวัติ
 อุปนายกสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ
 หลายสมัย และผู้บริหารหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจ
 บันเทิงแจกฟรีชื่อ FLICK และผู้ริเริ่มและจัดการ
 ประกวดรางวัลภาพยนตร์จากชมรมวิจารณ์
 บันเทิง เป็นประจำทุกปี และที่ปรึกษาการตลาด
 ภาพยนตร์
- 3.4 ดร.ทัศนัย สุวรรณชฎ
 นักวิชาการอิสระ อดีตอาจารย์ระดับบริหารของ
 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยรังสิต และวิทยาลัยกาญจนาภิเษก
 อดีตคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ผู้
 ดำเนินงานสร้างภาพยนตร์และวิดีโอในประเทศ
 และต่างประเทศโดยเฉพาะยุโรป
- 3.5 Alexander Bolker-Hagerty
 รองประธานบริหารฝ่ายพัฒนาธุรกิจของ VMD
 House สำนักงานใหญ่กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร
 ทำธุรกิจระดับผู้อำนวยการสร้าง
 ภาพยนตร์และวิดีโอในภาคพื้นยุโรป-เอเชีย
 แปซิฟิก รวมอาเซียน
- 3.6 Lammy Li
 ผู้บริหารฝ่ายขายและการตลาดบริษัท Golden
 Network Asia Ltd. ของฮ่องกง ให้กับบริษัท
 สหมงคลฟิล์มมากกว่า 30 ปี ฐานะ Sale Agent
- 3.7 Sonya Kim
 ผู้บริหารฝ่ายขายระดับนานาชาติของบริษัท
 ภาพยนตร์ระดับโลกของเกาหลี คือ Showbox
 ติดต่อซื้อขายและร่วมงานสร้างภาพยนตร์มากกว่า
 30 ปี
- 3.8 Peter Chan
 ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์
 อิสระฮ่องกง มีชื่อปั้นดาราดังหลายคนจนถึง
 ระดับโลก อาทิ เจ็ท ลี ก้าวฟูเฉิง มิเชลโหย่ว เจ็น
 อี้หลิง เป็นต้น ร่วมงานกับบริษัทสหมงคลฟิล์ม
 มากกว่า 35 ปี และบริษัทภาพยนตร์ไทย รวมทั้ง
 นักสร้างภาพยนตร์อิสระด้วย

3.3 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมี 3 รอบ ดังนี้

3.3.1 แบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 เป็นโครงสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ซึ่งผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างคำถามให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบล่วงหน้าก่อนสัมภาษณ์เป็นเวลา 1 สัปดาห์

3.3.2 แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิด แต่ก็เปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้ และได้จากการนำผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 21 คน มาสังเคราะห์และแยกแยะประเด็น แล้วสร้างเป็นข้อคำถามให้เลือกตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นปัญหา โดยผู้วิจัยกำหนดค่าของระดับความคิดเห็นในแบบสอบถามไว้ 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมาก
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

3.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 จะนำมาสังเคราะห์แยกประเด็น เพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามในรอบที่ 2 โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ซึ่งมีค่าของคำตอบ 5 ระดับ ข้อมูลจากแบบสอบถามในรอบที่ 2 นี้จะนำมาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เป็นรายข้อ แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 จากนั้นจึงนำคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามในรอบที่ 3 มาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน ฐานนิยม ค่าความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ แล้วนำข้อมูลมาแปรผล โดยมีเกณฑ์ดังนี้

3.4.1 มัธยฐาน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่ามัธยฐานสำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ โดยค่ามัธยฐานสามารถหาค่าได้จากค่าที่อยู่ในตำแหน่งตรงกลางจากการจัดเรียงลำดับค่าคะแนน จากน้อยที่สุดไปหามากที่สุด พร้อมกันนี้ผู้วิจัยกำหนดระดับค่าความคิดเห็นโดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้วิธีการ ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงระดับความคิดเห็น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งระดับความคิดเห็นให้มีช่วงห่างช่วงละ 0.80 จึงสามารถแบ่งช่วงระดับความคิดเห็นได้ ดังนี้

ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.21 - 5.00	หมายถึง	กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.41 - 4.20	หมายถึง	กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก
ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 2.61 - 3.40	หมายถึง	กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 1.81 - 2.60	หมายถึง	กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยมาก
ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 1.00 - 1.80	หมายถึง	กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยมากที่สุด

3.4.2 ฐานนิยม การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่าฐานนิยมสำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ โดยค่าฐานนิยมสามารถหาได้จากค่าคะแนนที่มีความถี่มากที่สุด สำหรับในการวิจัยครั้งนี้การหาค่าฐานนิยมของข้อคำถามแต่ละข้อ ถ้าความถี่สูงสุดของระดับคะแนนที่อยู่ติดกันมีค่าเท่ากันผู้วิจัยจะถือเอาค่ากลางระหว่างคะแนนทั้งสองที่อยู่ติดกันเป็นฐานนิยม และในกรณีที่ความถี่สูงสุดของระดับคะแนนเท่ากัน แต่ระดับคะแนนนั้นมิได้อยู่ติดกัน ผู้วิจัยจะถือว่าระดับคะแนนนั้นเป็นฐานนิยมของข้อความนั้น แต่ในกรณีที่ฐานนิยมมากกว่า 2 ค่า ผู้วิจัยจะไม่รายงานค่าฐานนิยมในข้อนั้น

3.4.3 ความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐานการหาความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐาน เพื่อเป็นการสนับสนุนความสอดคล้องกันของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ หากค่าความแตกต่างของฐานนิยมกับมัธยฐานไม่เกิน 1.00 หมายถึงความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

หมายเหตุ การหาความแตกต่างระหว่างฐานนิยมกับมัธยฐานนั้นเป็นการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างค่ากลางของข้อมูลที่สามารถทำให้ทราบถึงการกระจายของข้อมูลได้อีกวิธีหนึ่ง

3.4.4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เป็นการคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา คือ หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของข้อคำถามข้อใดมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2.00 หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน

โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการหาค่าควอไทล์ที่ 1 และควอไทล์ที่ 3 สำหรับข้อมูลที่ไม่ได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ซึ่งสามารถหาได้จากสูตร

ควอไทล์ที่ 1 เมื่อเรียงลำดับข้อมูลจากน้อยไปหามาก จะตรงกับคะแนนตัวที่ $(n+1)/4$

ควอไทล์ที่ 3 เมื่อเรียงลำดับข้อมูลจากน้อยไปหามาก จะตรงกับคะแนนตัวที่

$(3n+1)/4$

และคำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 มีสูตรในการคำนวณ คือ ควอไทล์ที่ 3 - ควอไทล์ที่ 1

3.4.5 การพิจารณาความสอดคล้อง ข้อความใดที่มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 และค่าความแตกต่างของฐานนิยมกับมัธยฐานไม่เกิน 1.00 ให้ถือว่าข้อความนั้นมีความสอดคล้อง แต่ในกรณีที่ข้อความใดมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 แต่ค่าความแตกต่างของฐานนิยมกับมัธยฐาน

ไม่เกิน 1.00 ให้ถือว่าข้อความนั้นไม่มีความสอดคล้อง หรือในทางกลับกันข้อความใดมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 แต่ค่าความแตกต่างของฐานนิยมกับมัธยฐานไม่เกิน 1.00 ให้ถือว่าข้อความนั้นไม่มีความสอดคล้องเช่นกัน

เนื่องจากการหาค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เป็นการหาการกระจายของข้อมูลซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ และความรู้ในศาสตร์ที่มีสาขาแตกต่างกัน ประกอบกับการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอนาคตอันไกล ซึ่งผู้เชี่ยวชาญอาจมีความคิดเห็นแตกต่างกันมาก และอาจส่งผลให้มีการกระจายของข้อมูลมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดให้การวิจัยครั้งนี้มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00



บทที่ 4 ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยในบทนี้จะเสนอผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อการนำไปเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 5 ด้าน ดังนี้

1. รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อนึ่ง คณะผู้วิจัยขอทำความเข้าใจว่าเพื่อให้สอดคล้องกับการเสนอชื่อเรื่องเพื่อรับทุนอุดหนุนจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้เสนอชื่อในส่วนของธุรกิจ เสนอเป็นภาพยนตร์ไทยไป แต่ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ปี พ.ศ.2551 ได้เพิ่มวีดิทัศน์เข้าไป ทำให้ยุทธศาสตร์ก็ต้องเพิ่มเติมไปด้วย แต่เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อเรื่องที่ได้เสนอขอทุนไปจึงขอใช้ให้ตรงตาม แต่โดยให้ทำความเข้าใจว่าภาพยนตร์ได้รวมวีดิทัศน์ไว้ด้วย

คำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในงานวิจัยนี้ คือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ถือเป็นศิลปวัฒนธรรมหนึ่งของประเทศ ที่สามารถธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยหรือวิถีไทยอันจะก่อให้เกิดความก้าวหน้าต่อการพัฒนาประเทศได้ในการขยายการตลาดด้านอุตสาหกรรมหรือการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดโลกได้ด้วยการปลูกฝังค่านิยมให้ประเทศอื่นๆ นิยมสินค้าจากประเทศไทยผ่านทาง การนำเอาสาระและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อที่เรียกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตามแนวคิดของ Content Industry ของโมเดล Thailand 4.0 และ Investment 4.0 ที่มีแนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์เป็นแนวคิดหลัก

โดยในการนำเสนอผลการวิจัยในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 นั้น คณะผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ส่วนตามผลการวิจัยในรอบที่ 1 ในการแสดงตารางค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (IR) ดังนี้

4.1 รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิจัยในตารางที่ 1 รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) เพื่อการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องและเห็นตรงกันตามค่ามัธยฐาน เท่ากับ 5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ไม่เกิน 1 ว่าการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องเน้นในการต้องให้มีการบริหารจัดการด้วยตนเองของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยรัฐบาลต้องสนับสนุนด้านงบประมาณให้ และผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงวิสัยทัศน์ต่อไปว่า การตั้งหน่วยงานในรูปแบบองค์การมหาชนเป็นสิ่งสำคัญ โดยมีความสอดคล้องและเห็นตรงกันตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 0.5 และเห็นว่าการจัดตั้งหน่วยงานในรูปแบบองค์การมหาชนจะสร้างความคล่องตัวในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทาง Content Industry มากยิ่งขึ้นด้วย

ตารางที่ 4.1 รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความคิดเห็นและความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อรูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อคำถามตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อคำถาม	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
1.	6	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องให้มีการบริหารจัดการด้วยตนเองของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยรัฐบาลต้องสนับสนุนด้านงบประมาณ	5	1

2.	2	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดตั้งตามรูปแบบองค์การมหาชน	4	0.5
3.	7	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามหน่วยงานรูปแบบองค์การมหาชน จะสร้างความคล่องตัวในการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทาง Content Industry มากยิ่งขึ้นด้วย	3	1.5
4.	3	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย	3	1.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
		เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้การกำกับขององค์การมหาชน โดยภาครัฐเข้ามาพัฒนากฎหมาย พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปีพ.ศ.2551 มีความเหมาะสมดีแล้ว		
5.	9	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามรูปแบบองค์การมหาชนจะก่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และกีฬาจนถึงเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงมีผลเชื่อมโยงต่อ	3	1.5

		อาชีพศิลปะและวัฒนธรรมด้านต่างๆ และอาชีพอื่นๆ เช่น อาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะป้องกันต่อสู้และมวยไทย เป็นต้น และอื่นๆ ที่เกี่ยวกับวิถีไทยอีกมากมาย		
6.	4	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามรูปแบบองค์การมหาชน มีแต่ข้อดีก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่า เพราะสร้างผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะต่อยอด	3	1

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อคำถามตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อคำถาม	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
		ขยายฐาน สามารถรวบรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแก้ปัญหาและทำงานเป็นทีมได้		
7.	10	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบองค์การมหาชน จะลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงานที่ส่งเสริมทั้งอุตสาหกรรมและศิลปวัฒนธรรมดีกว่าที่เป็นอยู่ในอดีตและปัจจุบัน	2	1.5
8.	8	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะให้การสนับสนุนภาพลักษณ์ของประเทศในระดับนานาชาติมีความโดดเด่นมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความร่วมมือด้านอื่นๆ	2	1.5

		และเกิดความภาคภูมิใจของประชาชนชาวไทยอีกด้วย		
9.	5	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้าง Value Creation ผ่าน Thainess &	2	2.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
		Hospitality เป็น Care Competency ของวัฒนธรรมประเทศไทยให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้านวิถีชีวิตไทยทั่วไป		
10.	1	การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการเพิ่มงาน เพิ่มเงิน เพิ่มคุณภาพ และเพิ่มคุณธรรมและจริยธรรม การบริหารจัดการที่คล่องตัวมากขึ้นให้กับอุตสาหกรรมธุรกิจสื่อและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งระบบให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้	2	2.5

4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิจัยในตารางที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มี

ความสอดคล้องและเห็นตรงกันตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 5 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1 เห็นว่าจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลการตลาดแบบมืออาชีพบริหารธุรกิจในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ และในค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.5 เห็นว่าควรจัดตั้งกองทุนร่วมสร้างภาพยนตร์กับต่างประเทศ (Co-Production Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการดำเนินการให้มีการเซ็นสัญญา (Co-Production Treaty) กับนานาประเทศ และค่ามัธยฐานเท่ากับ 2 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1 ไม่เห็นว่าการสนับสนุนภาคเอกชนให้เกิดเมืองภาพยนตร์ Movie Towns ทุกภูมิภาค ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดลำดับ ความสำคัญตาม ความสอดคล้อง ของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความ ตามที่ปรากฏใน แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่า มัธยฐาน	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์
1.	14	ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลการตลาดแบบมืออาชีพบริหารธุรกิจในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	5	1
2.	12	ควรจัดตั้งกองทุนร่วมสร้างภาพยนตร์กับต่างประเทศ (Co-Production Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการดำเนินการให้มีการเซ็นสัญญา (Co-Production Treaty) กับนานาประเทศ	4	1.5
3.	11	ควรจัดตั้งกองทุนกุ่มีมดอกเบียต่ำ (Film Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการและการใช้คืนที่เป็นไปได้	4	1
4.	13	ควรมีการอนุมัติสิทธิประโยชน์การลงทุน (BOI)	3	1
5.	15	ควรสนับสนุนการสร้าง Art Film แบบการให้เปล่า	3	1.5

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การจัดลำดับ ความสำคัญตาม ความสอดคล้อง ของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความ ตามที่ปรากฏใน แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่า มัธยฐาน	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์
6.	16	ควรสนับสนุนภาคเอกชนให้เกิดเมือง ภาพยนตร์ Movie Towns ทุก ภูมิภาค	2	1
7.	17	การเกิดเมืองภาพยนตร์ Movie Towns ทุกภูมิภาค ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจของ ธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้าง เศรษฐกิจสร้างสรรค์	2	1

4.3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิจัยในตารางที่ 3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องและเห็นตรงกันตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 0 ว่า ส่วนใหญ่การผลักดันการแก้ไขพระราชบัญญัติภาพยนตร์วิดิทัศน์ พ.ศ.2551 และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งระบบอย่างมีประสิทธิภาพ และตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 0.5 ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นว่าควรมีการสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานสุพรรณหงส์ งานวันหนังไทย งาน Asean Film Festival การไปร่วมงาน Pusan Film Festival งานประกวดภาพยนตร์เทศกาลหนังเมืองคานส์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความคิดเห็นและความสอดคล้องของความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูลหลักต่อยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดลำดับ ความสำคัญตาม ความสอดคล้อง ของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความ ตามที่ปรากฏใน แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่า มัธยฐาน	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์
1.	20	ควรมีการสนับสนุนงบประมาณในการ จัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานสุพรรณ หงส์ งานวันหนังไทย งาน Asean Film Festival การไปร่วมงาน Pusan Film Festival งานประกวด ภาพยนตร์เทศกาลหนังเมืองคานส์ เป็นต้น	4	0.5
2.	19	จัดตั้งกองทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ไทยออกจัดจำหน่าย	3	1
3.	18	จัดตั้งทีมงานการตลาดด้วยมืออาชีพ ให้ครอบคลุมทุกธุรกิจทั่วโลกและทุก Window สร้างให้อาเซียนเติบโตไป พร้อมกันโดยมีไทยเป็นแกนนำ	3	1.5
4.	27	การจัดตั้ง Digital Platform ของ Window การจัดจำหน่าย เช่น Video on Demand Mobile Content	3	1.5
5.	22	ส่งเสริมการจัดทำมาตรการจูงใจทาง ภาษี	3	1.5
6.	21	จัดสร้างโรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema) ปลุกฝังให้	3	2

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การจัดลำดับ ความสำคัญตาม ความสอดคล้อง ของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความ ตามที่ปรากฏใน แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่า มัธยฐาน	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์
		คนไทยดูภาพยนตร์ไทยและรัก ภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ประมาณการ ระยะแรก 1,500 แห่ง ภายใน 1 ปี		
7.	23	ประสานการสร้าง “โรงภาพยนตร์ สาธารณะ” ร่วมกับประเทศในภูมิภาค อาเซียนในรูปแบบ Asia Cinema Network โดยใช้มาตรการจูงใจทาง	3	2

		ภาษี โดยความเป็นไปได้คือ อินโดนีเซีย 3,000 เวียดนาม 1,500 กัมพูชา-ลาว-มาเลเซีย-สิงคโปร์ รวม ทั้งสิ้น 10,000 โรง		
8.	26	การสนับสนุนงบประมาณสื่อ ประชาสัมพันธ์แบบให้เปล่า ไม่ถือเป็น การค้า แต่เป็นการสนับสนุน วัฒนธรรมของชาติ (ทาง สถานีโทรทัศน์ NBT/TPBS/ สถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีทุกช่อง/ สถานีวิทยุของกองทัพทั่วประเทศ)	2	1
9.	25	การสนับสนุนงบประมาณสื่อ ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น Variety/Screening/Hollywood Reporter โดยการซื้อเหมาแบบ สิงคโปร์เพื่อป้อนให้สื่อต่างประเทศ รู้จักภาพยนตร์ไทยอย่างต่อเนื่อง	2	1.5

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การจัดลำดับ ความสำคัญตาม ความสอดคล้อง ของความคิดเห็น จากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อความ ตามที่ปรากฏใน แบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อความ	ค่า มัธยฐาน	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์
10.	24	สนับสนุนการออกบูทประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และ อุตสาหกรรมอื่นในแนวทางการรวมวิถี ไทยทั้งหมดเป็น Booth Thainess เพื่อได้ทั้งภาพลักษณ์และทางการค้า	2	2

4.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริม สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจ สร้างสรรค์

ผลการวิจัยในตารางที่ 4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้าน
ภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อ
เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องตรงกันตาม
ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 0.5 ควรส่งเสริมการจัดตั้งวิทยาลัยภาพยนตร์
เพื่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนด้านภาพยนตร์ให้สู่ความเป็นแนวหน้าของอาเซียนและเอเชีย

และการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยในการสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย

นอกจากนี้ตามคำมัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1 แสดงความสอดคล้องและเห็นตรงกันของผู้ให้ข้อมูลหลักในเรื่องควรมีกองทุนกู้ยืมเพื่อขยายกิจการแก่สถาบันการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการหาบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และกองทุนกู้ยืมแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนและให้ใช้ทุนคืนเมื่อสำเร็จการศึกษาด้วยการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่วงการอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความคิดเห็นและความสอดคล้องของความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูลหลักต่อยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อคำถามตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อคำถาม	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
1.	28	การส่งเสริมการจัดตั้ง “วิทยาลัยภาพยนตร์” เพื่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนด้านภาพยนตร์ให้สู่ความเป็นแนวหน้าของอาเซียนและเอเชีย	4	0.5
2.	29	การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยในการสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย	4	0.5
3.	30	ควรมีกองทุนกู้ยืมเพื่อขยายกิจการแก่สถาบันการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการหาบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย	4	1
4.	31	ควรมีกองทุนกู้ยืมแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนและให้ใช้ทุนคืนเมื่อสำเร็จการศึกษาด้วยการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่วงการอย่างต่อเนื่อง	4	1

4.5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิจัยในตารางที่ 5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีผลโดยตรงกับการพัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์ให้ได้มาตรฐานตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 0.5 และการสร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์ สุดท้ายความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักมีความสอดคล้องและเห็นตรงกันตามค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1 เห็นด้วยว่ายุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์เป็นการสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวิดิทัศน์

ตารางที่ 4.5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความคิดเห็นและความสอดคล้องของความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูลหลักต่อยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดลำดับความสำคัญตามความสอดคล้องของความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก	ข้อคำถามตามที่ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 2 และรอบที่ 3	รายละเอียดของข้อคำถาม	ค่ามัธยฐาน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
1.	34	การพัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์ให้ได้มาตรฐาน	4	0.5
2.	33	การสร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์	4	1
3.	32	การสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวิดิทัศน์	4	1

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีบทบาทอยู่ในวงการวิชาชีพภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตลอดจนที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นชาวต่างประเทศที่ติดต่อกับวงการวิชาชีพภาพยนตร์ไทยมานานจนพอจะรู้คำถามที่ถามเป็นภาษาไทยและอาจตอบเป็นสองภาษาจากคำถามได้ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียงและยอมรับกันในวงการภาพยนตร์และวิดิทัศน์ โดยใช้การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย ซึ่งมีขั้นตอนในการศึกษาและผลการศึกษาสรุปเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังกล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์และแนวโน้มการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5.1.1 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

มี 3 ขั้นตอน คือ

1) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีบทบาทในวงการวิชาชีพภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตลอดจนชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้มีชื่อเสียงและยอมรับในวงการภาพยนตร์และวิดิทัศน์ และเป็นผู้ตอบแบบสอบถามตามขั้นตอนการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย จนสิ้นสุดกระบวนการ จำนวน 17 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นเครื่องมือการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในรอบที่ 1 และแบบสอบถามในรอบที่ 2 และ 3 ที่สร้างขึ้นตามกระบวนการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย จำนวน 3 รอบ ดังนี้

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์ที่สอบถามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 6 ด้าน และให้ตอบตามความคิดเห็นหรือทรรศนะของแต่ละคนอย่างเป็นอิสระ มีจำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามรอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่นำคำตอบที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลหลักในการตอบแบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 ไปวิเคราะห์เนื้อหา แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 34 ข้อ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนตอบตามระดับความคิดเห็นที่แสดงความคิดเห็นที่เป็นไปได้ในการนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยใช้ข้อความเดิมของแบบสอบถามรอบที่ 2 จำนวน 34 ข้อ แต่เพิ่มตำแหน่งมัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์และจัดลำดับความสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนตอบ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนทบทวนคำตอบในรอบที่ 2 และทำการยืนยันเป็นเชิงฉันทามติในรอบที่ 3 นี้ ซึ่งผลการวิจัยของงานวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นดังปรากฏในบทที่ 4 ที่ผ่านมาแล้ว

3) วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย จำนวน 3 รอบ ใช้ระยะเวลาประมาณ 9 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559-มิถุนายน 2560

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) นำคำตอบในแบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 มาวิเคราะห์เนื้อหา
- 2) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาแบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ
- 3) นำคำตอบในแบบสอบถามรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ จากการพิจารณาผลการคำนวณค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในเชิงสถิติสูง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ค่ามัธยฐานและค่าเบี่ยงเบนควอไทล์ของแบบสอบถามรอบที่ 2 และ 3 นี้ แปลผลเพื่อสรุปผลการศึกษารั้งนี้

จากผลการวิจัยในบทที่ 4 ที่เพิ่งกล่าวผ่านมาในการจัดลำดับรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ประกอบด้วย

1. รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องอยู่ในรูปแบบองค์การมหาชนที่มีการบริหารจัดการด้วยตนเองของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจของประเทศไทยโดยรัฐบาลสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพื่อให้เกิดการสร้างความปลอดภัยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทาง Content Industry มากยิ่งขึ้นด้วย ก่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาจนถึงเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงวิถีไทยอีกมากมาย อาทิ อาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะป้องกันอาวุธและมวยไทย ตลอดจนลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงานที่ส่งเสริม ทั้งอุตสาหกรรมและศิลปวัฒนธรรมที่ดีกว่าเป็นอยู่ในปัจจุบันและอดีต

2. รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรูปแบบองค์การมหาชน ต้องดำเนินการบริหารจัดการภายใต้ 4 ยุทธศาสตร์ต่อไปนี้คือ

- 2.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.2 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.3 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.4 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม ใน 4 ยุทธศาสตร์ข้างต้นที่กล่าวมานี้ในผลการวิจัยได้แยกศึกษาออกเป็นหัวข้อต่างๆ จึงขอสรุปผลตามหัวข้อของผลการวิจัยดังมีรายละเอียดที่เป็นสาระสำคัญได้ ดังนี้ โดยขอแสดงเป็นแผนผังการดำเนินการหรือแผนที่นำทาง (Road Map) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการเขียนรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนา คือการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในรูปแบบองค์การมหาชนเพื่อการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

ภาพที่ 5.1 แผนผังการดำเนินการ หรือแผนที่นำทาง (Road Map) ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 การจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลการตลาดแบบมืออาชีพบริหารธุรกิจในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
2.2 จัดตั้งกองทุนร่วมสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศ (Co-Production Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการ ดำเนินการให้มีการเซ็นสัญญา Co-Production Treaty กับนานาประเทศ
2.3 จัดตั้งกองทุนผู้ยืมดอกเบี้ยยต่ำ (Film Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์ไทย และการใช้คืนที่เป็นไปได้
2.4 อนุมัติสิทธิประโยชน์การลงทุน (BOI)
2.5 สนับสนุนการสร้าง Art Film ด้วยการให้เปล่า
2.6 สนับสนุนภาคเอกชนให้เกิด “เมืองภาพยนตร์-Movie Towns” ทุกภูมิภาค
3.1 ผลักดันการแก้ไข พรบ.ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 และ พรบ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์อย่างมีประสิทธิภาพ
3.2 สนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานสุพรรณหงส์/งานวันหนังไทย/World Comedy Film Festival/Bangkok International Film Festival/Pusan Film Festival/Canned/AFM

3.3 จัดตั้งกองทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทยออกจัดจำหน่าย
3.4 จัดตั้งทีมงานการตลาดด้วยมืออาชีพให้ครอบคลุมธุรกิจทั่วโลกและทุก Window สร้างให้อาเซียนเติบโตไปพร้อมๆ กัน โดยมีประเทศไทยเป็นแกนนำ
3.5 การจัดตั้ง Digital Platform ของ Window การจัดจำหน่าย Video On Demand, Mobile Content, IPTV, Online Loading ฯลฯ
3.6 ส่งเสริมการจัดทำมาตรการจูงใจทางภาษี
3.7 ดำเนินการสร้าง “โรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema)” เพื่อให้คนไทยดูภาพยนตร์ในโรงมากขึ้น (ประมาณ 1,500 แห่ง)
3.8 ประสานการสร้าง “โรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema) ร่วมกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนในรูปแบบ Asia Cinema Network (อินโดนีเซีย 3,000/เวียดนาม 1,500/เขมร-ลาว-มาเลเซีย-สิงคโปร์ รวมทั้งสิ้น 10,000 โรง)
3.9 สนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์แบบให้เปล่า ไม่ถือเป็นการค้าแต่เป็นการสนับสนุนวัฒนธรรมของชาติ (สถานีโทรทัศน์ NBT/TPBS/สถานีวิทยุของกองทัพทั่วประเทศ ฯลฯ)
3.10 สนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น Variety/Screening ฯลฯ โดยการซื้อเหมาแบบสิงคโปร์ เพื่อปกป้องภาพยนตร์ไทยในสื่อต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง
3.11 สนับสนุนการออกบูทประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และอุตสาหกรรมในแนวทางกรวมวิถีไทยทั้งหมดเป็น Booth Thainess เพื่อได้ทั้งภาพลักษณ์และทางการค้า

4. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.1 ส่งเสริมการจัดตั้ง “วิทยาลัยภาพยนตร์” และปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนให้เป็นแนวหน้าของเอเชีย
4.2 พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยในการสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย
4.3 ให้กองทุนกู้ยืมเพื่อขยายกิจการแก่สถาบันการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการหาบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย
4.4 ให้กองทุนกู้ยืมแก่นักศึกษาที่ขาดแคลน และให้ใช้ทุนคืนเมื่อสำเร็จการศึกษาด้วยการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่วงการอย่างต่อเนื่อง
5.1 พัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้ได้มาตรฐาน
5.2 สร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์
5.3 สนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวีดิทัศน์

5. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายเพื่อนำเสนอสู่รูปแบบนวัตกรรมพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป ดังนี้

1. รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องอยู่ใน

รูปขององค์การมหาชนที่มีการบริหารจัดการด้วยตนเองของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจของภาพยนตร์ไทยโดยรัฐบาลสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพื่อเกิดการสร้างความคล่องตัวในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทาง Content Industry มากยิ่งขึ้นด้วย ก่อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ฯลฯ จนถึงการลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงานที่ส่งเสริมทั้งอุตสาหกรรมและศิลปวัฒนธรรม รวมถึงวิถีไทยอื่นอีกมากมาย มีความสอดคล้องกับการจัดตั้งสภาภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council: KOFIC) ซึ่งเป็นหน่วยงานกลาง เป็นองค์กรสำคัญกำกับดูแลกิจการภาพยนตร์ เป็นองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนโดยภาครัฐและอยู่ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (Korean Ministry of Culture and Tourism) ดำเนินงานบริหารองค์กรเป็นอิสระ มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีทั้งในและนอกประเทศ โดนมมีโครงสร้างเป็นรูปคณะกรรมการ (Commissioners) ทางภาพยนตร์ ประกอบด้วยบุคคลในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ทั้งผู้สร้าง ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ โดยมีประธานกรรมการบริหารขององค์กร (Chairperson) เป็นผู้บริหารสูงสุด (Park, 2005, [www.koreanfilm-or.kr/kofic/aboutks.asp](http://www.koreanfilm.or.kr/kofic/aboutks.asp)) นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศอินเดีย ที่รัฐบาลจัดตั้งองค์กรกลางในรูปวิสาหกิจ คอยทำหน้าที่ดูแลและให้การส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศโดยใช้ชื่อว่า “National Film Development Corporation Ltd. : NFDC” (<http://en.wikipedia.org/wiki/cinemaofIndiaCapril>, 2005) รวมถึงแนวคิดการจัดการมหาชนสร้างสรรค์ ที่การจัดกิจกรรมของรัฐคือรัฐบาล ต้องสร้างผลประโยชน์ให้เกิดกับประเทศด้วยการมีองค์กรตัวแทนภาคการปกครองของรัฐหรือรัฐบาลที่รวมทุกภาคส่วนของประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม ฯลฯ ทั้งระดับประเทศและระดับระหว่างประเทศ โดยให้องค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะมีความคล่องตัวและร่วมพัฒนาประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบจำลองของประเทศสวีเดนและเดนมาร์ค ที่เรียกว่า M60R (Hood, 1995 และ Politt, 2002)

สำหรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ดังกล่าวไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัยว่า ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ที่แยกกล่าวไว้ในผลการวิจัยต่างหากก็เพื่อให้เห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นนั้น เป็นส่วนของการดำเนินการบริหารจัดการของรูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมในรูปแบบองค์การมหาชน ดังนั้น ในการอภิปรายผลก็จะขอแยกอภิปรายโดยเพื่อความชัดเจนจะอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงในรูปตารางเพื่อความเด่นชัดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงสรุปผลการวิจัยเพื่อนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิต ภาพยนตร์ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถ	

ระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์	
2.1 การจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ดูแล การตลาดแบบมืออาชีพบริหารธุรกิจใ	2.1 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมา อภิปรายและปรากฏในหน่วยงานเฉพาะ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
ประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ	สำหรับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ สถานที่ตามแนวคิด Film Tourism โดยเฉพาะการเมืองค์กรที่รู้จักกันในระดับสากล คือ Busan Film Commission (BFC) จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2542 (1999) และมีหน่วยงานด้านสารสนเทศสนับสนุนการ แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจ และการตลาด (Kim, 2003, 24-27)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	นอกจากที่กล่าวข้างต้นยังมีความสอดคล้อง แนวคิดของ Hood (1995) และ Politt (2002) ที่ให้แนวคิดการบรรลุแนวทางการ จัดการมหาชนสร้างสรรค์ต้องอาศัยการ สร้างข้อตกลงหรือนิติกรรมแบบยืดหยุ่นจาก การใช้กลไกตลาดเข้ามาช่วยพัฒนาการ จัดการแบบธุรกิจมากขึ้นและร่วมกับทุก ภาคส่วน ทั้งในและนอกประเทศ ก็คือระดับ สากล ร่วมพัฒนาและสร้างการบริการของ รัฐ สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ได้ มรรคผลเป็นรูปธรรม
2.3 จัดตั้งกองทุนกึ่งมอดกเบี้ยต่ำ (Film Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์ ไทย และใช้คืนที่เป็นไปได้	2.3 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมา อภิปรายได้กับกองทุนเพื่อส่งเสริมการสร้าง ภาพยนตร์และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ

	<p>เกาหลีกับกองทุนสภาพยนตร์เกาหลีที่แบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ กองทุนทั้งหมดปีละ 52 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ 11.6 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ส่งเสริมโรงภาพยนตร์และบริษัทภาพยนตร์ยูเอ็ม และ 28.4 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ส่งเสริมการดำเนินงานของสถาบันศิลปะและภาพยนตร์ และ Namyangju Studio Complex นอกจากนี้ ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Ulleberg (2009), Grindle and Hilderbrand (1995), Verheijen 2000 กับระดับการกระทำและ</p>
--	--

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย</p>	<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม</p>
	<p>กลยุทธ์สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมแนวความคิดการสร้างความสัมพันธ์ที่จริงจังทั้งในส่วนขององค์การธุรกิจ ในการสร้างความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการลงทุน เพื่อสร้างความสามารถขององค์การธุรกิจให้เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันและการสร้างคุณค่าเชิงคุณธรรมธุรกิจธุรกิจที่สร้างความสำเร็จไปด้วยกันทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นเครือข่ายความร่วมมือแบบองค์การธุรกิจร่วมฝันหรือ Dream Team จากแนวความคิดการร่วมทุนด้วยความสัมพันธ์ที่จริงจังหรือร่วมทุนด้วยจิตใจ (Mental Co-Production) ที่เริ่มต้นจากการร่วมทุนของแต่ละประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และเวียดนาม เป็นต้น (Verheijen, 2000, Avex Group Holdings Inc. 2008, Yang and Kassekert, 2009) ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิด Compassionate Love</p>

	Relationship หรือความสัมพันธ์ที่จริงจัง (Underwood, 2005, Neusner & Chilton, 2009, Vacek, 1994, WHOQOLSRPB Group, 2006 and Workshop Asean+3, 2009)
2.4 อนุมัติสิทธิประโยชน์การลงทุน (BOI)	2.4 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับโมเดล THAILAND 4.0

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	ที่เป็นโมเดลเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางอุตสาหกรรมวัฒนธรรมคือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพิ่มมูลค่าการแข่งขันด้วยสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรม สอดรับกับโมเดล INVESTMENT 4.0 ซึ่งถือเป็นโมเดลเชิงปฏิบัติการของโมเดล THAILAND 4.0 ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Thailand Board of Investment : BOI) ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจหรือ Merit-based Incentives ตามแนวคิดของ Rorow (1967, 196-208) Dubin (1968), Kandam-Pully (2002, 18-26) และการก้าวสู่ความสำเร็จด้วยกันในการเป็นเครือข่ายความร่วมมือร่วมฝัน เป็นกลยุทธ์กลุ่มก้อนเสมือนเครื่องมือวินิจฉัยความสำเร็จให้แก่ภาคอุตสาหกรรมหรือธุรกิจและสู่ประโยชน์แก่ประเทศในในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด (Ulleberg, 2009, Grindle and Hilderbrand, 1995, Verheijen, 2000, UNDP, 2003, OECD, 2005, Hicks, 2000 and OECD/DAC, 2006)

2.5 สนับสนุนการสร้าง Art Film ด้วยมือเปล่า	2.5 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับการที่ความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกง
--	---

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>ประสบความสำเร็จจากการนำวัฒนธรรมของประเทศเข้ามาร่วมเป็นจุดขาย ดังที่ Poshek & Desser ได้จุดประกายแนวคิดไว้ และ Ying-Chi Chu (2003, 118) นำมาอธิบายว่าลักษณะภาพยนตร์ฮ่องกงเป็นภาพยนตร์ที่มีความเป็นตัวของตัวเองที่เป็นศิลปะจากรากเหง้าของวัฒนธรรมแบบคนจีน ซึ่งเป็นส่วนผสมที่ลงตัวของความเป็นอาณานิคมอังกฤษ ความเป็นจีน (แผ่นดินใหญ่) และความเป็นฮ่องกง รวมถึงการเจริญเติบโตของภาพยนตร์ไทยอิสระ หรืออินดี้หรือนิยมเรียกกันง่ายๆ ว่า หนังอาร์ต (Art Film) ที่สามารถไปคว่ำรางวัลและสร้างความสำเร็จเป็นที่นิยมจากเวทีต่างประเทศ และเมื่อวันที่ 26-27 เมษายน 2554 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ มีแนวคิดแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน เป็นแหล่งเงินทุนทางเลือกสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์ โดยเฉพาะผู้สร้างภาพยนตร์หนังอิสระ โดยพยายามนำแนวทางของการได้มีโอกาสไปดูงานที่ประเทศสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย เมืองนครลอสแอนเจลิส และได้รับข้อมูลจาก Bank of California ว่ามีการปล่อยกู้เงินโดยรับบทภาพยนตร์เป็นหลักประกัน หรือแม้แต่แนวโน้มของภาพยนตร์ก็นำมาใช้ได้ ก็ได้มีการริเริ่มมาแล้ว</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>(สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ, 2554, 31-32) ซึ่งยุทธศาสตร์ในข้อที่ 2.5 นี้ ยังมีความสอดคล้องกับการตั้ง คณะกรรมการภาพยนตร์ของรัฐบาลอินเดีย ในส่วนงาน Film Finance and Production คือส่วนงานที่เป็นธุระจัดหาผู้ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) อีกทั้งจัดหาแหล่งเงินทุนจากผู้จัดจำหน่ายอิสระหรือผู้สร้างภาพยนตร์อิสระอีกด้วย (http://www.myvillage.com) เพื่อสร้างกระแสวัฒนธรรมอินเดียแพร่ขยายไปได้ทั่วโลกและสร้างเกียรติภูมิของประเทศอีกด้วย</p>
2.6 สนับสนุนภาคเอกชนให้เกิดเมืองภาพยนตร์ Movie Town ทุกภูมิภาค	2.6 ประยุกต์จากผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับการสร้างเมืองปูเน่ (Pune) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ให้เป็นศูนย์กลางการสอผลิตภาพยนตร์ รวมถึงโทรทัศน์แห่งอินเดีย โดยจัดตั้งสถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งอินเดีย (Film and Television Institute of India : FTII) นอกจากนี้ยังมีศูนย์ผลิตใหญ่ทางภาพยนตร์และจนเป็นที่รู้จักกันทั่วโลกเสมือนศูนย์ผลิตภาพยนตร์เหล่านี้เป็นเมืองภาพยนตร์นั่นเอง คือ กลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์เมืองมุมไบ (หรือบอมเบย์) เรียกกันว่า Bollywood กลุ่มผลิตภาพยนตร์เมืองกัลกัตตา เรียกกันว่า Tollywood และกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ที่เมืองเจนไน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	(Chennai) หรือทามิล นาฑู (Tamil Nadu) อยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย รู้จักกัน

	<p>ในชื่อ Tamil Cinema อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับการเสริมสร้างค่านิยมในการบริโภคภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์ไทยในการส่งเสริมให้คนไทยรักภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์ไทย และใช้ภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์เป็นสื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนและสร้างความสุขแก่ชุมชน ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์ (พ.ศ.2555-2559) จนปัจจุบัน ตลอดจนตามยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์ การส่งเสริมการจัดตั้งเมืองภาพยนตร์ Movie Town ขึ้น</p>
<p>3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>	
<p>3.1 ผลักดันการแก้ไข พรบ.ภาพยนตร์และวิดีโอทัศน์ พ.ศ.2551 และ พรบ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>3.1 ประยุกต์จากผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับการร่างกฎหมาย Korean Film Promotion Law และจัดตั้งหน่วยงานเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ภายใต้ชื่อว่า Korean Motion Picture Promotion Corporation หรือ KMPPC พร้อมทั้งจัดตั้ง Korean Academy of</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>Film Arts โดยยุบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านภาพยนตร์ คือ Korean Academy of Animation Arts จนถึงจัดตั้งสภาภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council-KOFIC) เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับการเสริมสร้างให้</p>

	<p>ประเทศไทยเป็นเขตปลอดสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในงานภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีการระบุไว้ตั้งแต่ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ. 2555-2559) ต่อเนื่องจนปัจจุบันที่มีทั้งการบังคับใช้และแก้ไขกฎหมายเพื่อป้องกันการละเมิดสินค้าลิขสิทธิ์ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้บริโภคในการสนับสนุนภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ถูกต้อง</p>
<p>3.2 สนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานสุพรรณหงส์/งานวันหนังไทย/World Comedy Film Festival/Bangkok International Film Festival/Pusan Film Festival/Canned/AFM</p>	<p>3.2 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับส่วนงานของหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ (Promotion Support for Busan Film Industry) ดูแลทั้งเรื่องของกองทุน (Funds) จัดสรรงบประมาณด้วยการรับบริจาคหรือให้ความร่วมมือระหว่างผู้จัดเทศกาลภาพยนตร์ (Supporting Film Festival) เพื่อขยายโอกาสแข่งขันให้มากขึ้น หรือกรณีของประเทศอินเดีย ก็คือ หน่วยงาน Export of Film ของ National Film</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>Development Corporation Ltd.(NFDC) ภายใต้ A Government of India Enterprise ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ประสานงานการนำภาพยนตร์ไปจัดจำหน่ายในต่างประเทศ หรือจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมในการลงทุนและการออกบูทเพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ภาพยนตร์ภายในประเทศในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (International Film Festival) หรือในตลาดภาพยนตร์ (Film</p>

	Market) ในที่ต่างๆ อาทิ American Film Market (AFM)/Hongkong (FILMART) /Cannes Film Festival เป็นต้น
3.3 จัดตั้งกองทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทย ออกจัดจำหน่าย	3.3 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับส่วนงาน Import and Distribution of Films in India ที่ดูแลการนำฟิล์มเข้ามาจัดฉายและจัดจำหน่ายฟิล์มในประเทศอินเดีย ที่มีความชัดเจนที่สุดกว่าประเทศเกาหลีที่มีทุนสำหรับโครงการภาพยนตร์เกาหลี Young San Fund/ Kyung Sung Fund/ Unikorea Fund และ David Young Fund
3.4 จัดตั้งทีมงานการตลาดด้วยมืออาชีพให้ครอบคลุมธุรกิจทั่วโลกและทุก Window สร้างให้อาเซียนเติบโตไปพร้อมๆ กัน โดยมีประเทศไทยเป็นแกนนำ อนึ่ง สำหรับรายละเอียดทางด้านนี้จะ	3.4, 3.5, 3.9, 3.10 และ 3.11 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับสัดส่วนงาน Export of Film ของอินเดียที่เสมือนทีมงานการตลาด ที่ทำการประสานงานการนำภาพยนตร์ไปจัด

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
<p>สัมพันธ์ต่อไปยัง 3.5 3.9 จนถึง 3.10 และ 3.11 ในเรื่องต่อไปนี้</p> <p>3.5 การจัดตั้ง Digital Platform ของ Window การจัดจำหน่าย Video On Demand, Mobile Content, IPTV, Online Loading ฯลฯ</p> <p>3.9 สนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์แบบให้เปล่า ไม่ถือเป็นการค้าแต่เป็นการสนับสนุนวัฒนธรรมของชาติ (สถานีโทรทัศน์ NBT/TPBS/สถานีวิทยุของกองทัพทั่วประเทศ ฯลฯ)</p> <p>3.10 สนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น Variety/Screening ฯลฯ โดยการซื้อเหมาแบบสิงคโปร์ เพื่อปัก</p>	<p>จำหน่ายในต่างประเทศ หรือจัดจำหน่ายที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมในการลงทุนและการออกบูท เพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ภาพยนตร์ภายในประเทศ ในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (International Film Festival) หรือในตลาดภาพยนตร์ (Film Market) ในที่ต่างๆ อาทิ Hong Kong (Film Mart)/ Cannes Film Festival เป็นต้น ที่มีความสอดคล้องกับหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ทางด้านสารสนเทศสนับสนุนการเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจและการตลาด (Foreign Business and Marketing) ของเกาหลี และยังคงสอดคล้อง</p>

<p>ธงภาพยนตร์ไทยในสื่อต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3.11 สนับสนุนการออกบูทประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และอุตสาหกรรมในแนวทางกรรมวิธีไทยทั้งหมดเป็น Booth Thainess เพื่อได้ทั้งภาพลักษณ์และทางการค้า</p>	<p>กับการจัดตั้งกองทุน Film Guarantee ที่มีขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 และออกกฎหมายมาให้การรับรองการออกสินเชื่อจากกองทุนดังกล่าวเพื่อส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ของประเทศฮ่องกงให้ประสบความสำเร็จในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ และให้ได้รับความนิยมนในตลาดนานาชาติเป็นการส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมของฮ่องกงให้ยิ่งเป็นที่นิยมจนกลายเป็นกระแสหนึ่งของวัฒนธรรมกระแสนิยม เช่นเดียวกับ JPOP หรือ Bollywood จากกลุ่มผู้ชมทั้งในแถบภูมิภาคเอเชีย อเมริกา และแถบทวีปยุโรปด้วย ยิ่งไปกว่านั้นยังมีความ</p>
---	---

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย</p>	<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม</p>
	<p>สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555-2559 จนปัจจุบันกับยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ทุกภาคส่วนหรือทุก Window นั้นเอง ที่มีการริเริ่มจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ก็มีหน้าที่ช่วยส่งเสริมเช่นเดียวกับกระทรวงวัฒนธรรมด้วย ซึ่งการจัดงานสุพรรณหงส์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 เป็นต้นมา สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ก็ให้การสนับสนุนงบประมาณการจัดงานจนปัจจุบันตลอดมาร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรม อีกทั้งในปีพ.ศ.2559 บูทวิลิไทย หรือ Thainess Booth กระทรวงพาณิชย์ก็ได้ขานรับจัดให้มีขึ้นตามแนวทางข้อ 3.11 ในงานเทศกาล</p>

	<p>หนังเมืองคานส์ (Cannes Film Festival) ที่ผ่านมามีในปี พ.ศ.2560 และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากำลังริเริ่มโครงการหนังไทยเชื่อมโลกในเวลานี้ (พ.ศ.2560) ด้วยแนวคิดของข้อ 3.11 นี้ด้วย</p>
3.6 ส่งเสริมการจัดทำมาตรการจูงใจทางภาษี	3.6 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยทั้งหมดที่นำมาอภิปรายได้กับหน่วยงานเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศเกาหลี

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>(Establishing Data-Base to Support) เป็นหน่วยงานเก็บข้อมูลในทุกด้าน รวมถึงมาตรการจูงใจทางภาษีเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักธุรกิจ รวมถึงบุคคลอื่นๆ ที่สนใจจะผลิตภาพยนตร์หรือลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเพื่อขยายโอกาสทางการลงทุนมากขึ้น รวมถึงหน่วยงานสนับสนุนสนับสนุนข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ (Film Shooting Support) ที่ให้มีข้อมูลกลางเกี่ยวกับสถานที่ที่สามารถใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์และการให้ข้อมูลด้านมาตรการจูงใจทางภาษีด้วยแก่ผู้สนใจจะมาถ่ายภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีและตามสถานที่ต่างๆ ที่จัดไว้ให้ นอกจากนี้ยังมี ความสอดคล้องกับประเทศอินเดียที่มีหน่วยงาน Technical Service ส่วนงานให้คำแนะนำจัดหาหรือให้การรับรองเครื่องมือหรืออุปกรณ์เกี่ยวเนื่องกับการถ่ายทำภาพยนตร์ให้กับกองถ่ายจากต่างประเทศ รวมถึงการแนะนำทางการจัดการทางภาษีด้วย นอกจากนี้ทางประเทศไทยก็มีการใช้มาตรการจูงใจทางภาษีเช่นกันด้วยที่เรียกว่า Cash Debate ด้วยเงื่อนไขการเข้า</p>

	มาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย หากใช้เงินไปทั้งหมดในงบการถ่ายทำ 2 ล้านบาท ทรัพย์สินสหรัฐฯ และมีการใช้วัฒนธรรมไทย
--	---

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	เป็นเนื้อหาในภาพยนตร์ ตลอดจนใช้คนไทย เป็นบุคลากรในการถ่ายทำ ก็จะได้ส่วนลดทางภาษีไม่เกินร้อยละ 20 (สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ, 2560, วาระ 5) นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องตามแนวคิด DESA (2005) and Mc Court (2006b, 175) ที่เห็นว่ามาตรการจูงใจทางภาษีควรสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่สร้างความสัมพันธ์ที่จริงจังด้วย
<p>3.7 ดำเนินการสร้าง “โรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema)” เพื่อให้คนไทยดูภาพยนตร์ในโรงมากขึ้น (ประมาณ 1,500 แห่ง)</p> <p>3.8 ประสานการสร้าง “โรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema) ร่วมกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนในรูปแบบ Asia Cinema Network (อินโดนีเซีย 3,000/เวียดนาม 1,500/เขมร-ลาว-มาเลเซีย-สิงคโปร์ รวมทั้งสิ้น 10,000 โรง)</p>	<p>3.7 และ 3.8 ประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยทั้งหมดที่นำมาอภิปรายได้กับกองทุนสภาพยนตร์เกาหลีในส่วนที่ส่งเสริมการดำเนินงานสถาบันศิลปะและภาพยนตร์ซึ่งถือว่าโรงภาพยนตร์สาธารณะก็เป็นส่วนในการส่งเสริมศิลปะและภาพยนตร์เกาหลี รวมถึงในส่วนส่งเสริมโรงภาพยนตร์และบริษัทภาพยนตร์กุ่มที่ได้จัดสรรงบถึง 28.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตลอดจนถึงมีความสอดคล้องกับการร่วมลงนามทางความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Declarations on Culture Diversity) และความร่วมมือในรูปของอนุสัญญายูเนสโกเกี่ยวกับการปกป้องและส่งเสริมการแสดงออกทางวัฒนธรรม (UNESCO on The Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions) ดังที่ปรากฏในแบบชี้แจงประกอบคำขอจัดตั้งสถาบัน</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>พัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ซึ่งแนวทางปฏิบัติข้างต้น มีความสอดคล้องกับ</p> <p>Caiden and Sundaram (2004, 383) ที่ให้แนวคิดว่าการจัดโครงสร้างองค์กรต้องให้สอดคล้องกับการดำเนินกลยุทธ์ที่การจูงใจด้วยแหล่งสร้างคุณค่าแก่ประชาชนผู้มารับบริการจากภาครัฐเป็นสิ่งที่นำสู่การจัดการมหาชนสร้างสรรค์ ประยุกต์ได้กับกรณีนี้</p> <p>โรงภาพยนตร์สาธารณะเสมือนการจัดการมหาชนสร้างสรรค์จากบริการภาครัฐที่ต้องการจูงใจให้คนไทยรักหนังไทยหรือภาพยนตร์ไทยและนิยมวัฒนธรรมไทยมากกว่ารับวัฒนธรรมอื่นมาเป็นวิถีชีวิต</p> <p>อย่างในปัจจุบัน โดยให้ตระหนักในวิถีไทยที่จะมีภาพยนตร์เป็นสื่อ</p>
<p>4. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>ในยุทธศาสตร์นี้จะต้องนำมาอภิปรายผลแบบบูรณาการและเชื่อมโยงกันตั้งแต่ ข้อ 4.1 จนถึง ข้อ 4.4 ดังนี้</p> <p>4.1 ส่งเสริมการจัดตั้ง “วิทยาลัยภาพยนตร์” และปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนให้เป็นแนวหน้าของเอเชีย</p>	<p>4.1 จนถึง 4.4 สามารถประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายได้กับสถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งอินเดีย ซึ่งตั้งอยู่เมืองปูเน่ และเป็นแหล่งผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพได้รับรางวัลทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ ซึ่งอยู่ภายใต้การส่งเสริมของ Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India จนสามารถขยายอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดียที่มีผู้ผลิตใหญ่อยู่ถึง 3 ราย เป็นที่รู้จักกันทั่วโลกคือ Bollywood</p> <p>ที่</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
4.2 พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยในการ	เมืองมุมไบ (บอมเบย์) Tollywood ที่เมือง

<p>สร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย</p> <p>4.3 ให้กองทุนกู้ยืมเพื่อขยายกิจการแก่สถาบันการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการหาบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย</p> <p>4.4 ให้กองทุนกู้ยืมแก่นักศึกษาที่ขาดแคลน และให้ใช้ทุนคืนเมื่อสำเร็จการศึกษาด้วยการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่วงการอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>กัลกัตตา และ Tamil Cinema ที่เมืองเซินไน หรือ ทามิล นาตู อยู่ทางตอนใต้ของอินเดีย อีกทั้งทำให้ภาพยนตร์ของ Bollywood ได้รับการยอมรับในระดับประเทศนานาชาติและทั่วโลก สามารถทำรายได้ติดอันดับ (Box Office) ทั้งในระดับนานาชาติและทั่วโลก พร้อมกันแพร่ขยายภาษา Bangali/Tamil ให้เป็นที่รู้จักด้วย นอกจากนี้ทางประเทศอินเดียแล้วยังอภิปรายได้กับหน่วยพัฒนาภาพยนตร์ (Busan Cinema Venture Center) ของประเทศเกาหลี ที่เป็นสถานที่ให้การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อการจัดการคุณภาพภาพยนตร์ทางการจัดการความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี รวมถึงการให้เช่าอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ และสนับสนุนด้านเทคโนโลยีให้ด้วย</p> <p>นอกจากนี้ยังอภิปรายสรุปผลวิจัยนี้ได้กับกองทุน PIFF Asian Network of Documentary (AND Asia Project) เป็นกองทุนที่ให้การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ประเภทสารคดี มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีงามทางวัฒนธรรมประเภทไม่แสวงกำไร รวมถึงนักสร้างภาพยนตร์อิสระ หรืออินดี้ เช่นหนังสั้น</p>
---	--

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>หรือภาพยนตร์สั้น และไม่แต่ที่เป็นคนเกาหลีเท่านั้น ยังให้สิทธิสำหรับนักสร้างภาพยนตร์ชาวเอเชียด้วย และผู้กำกับภาพยนตร์ที่เคยมีผลงานมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 เรื่อง</p> <p>สำหรับทุนที่มีความตรงอย่างมากอีกกับ</p>

	<p>สถาบันการศึกษา คือ ทูน Busan, Kyungnam Project : Dong-Eui Cinema Fund โดยมีแหล่งเงินทุนได้รับการสนับสนุนจาก 9 แหล่งเงินทุนของ PIFF Organizing Committee ได้แก่ Youngsan University / Dongseo University / Kyungsoo University of Foreign Studies / Dong-Eui University / A Tion Fashion / Pusan Bank / Panstar Cruise Ferry David Home Cinema Design Co. Inc./ Overseas Korean Foundation /Joogang Broadcasting Corporation</p> <p>สำหรับประเทศไทยมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2555-2559 ในยุทธศาสตร์ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้เป็นมืออาชีพ ด้วยการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในสถาบันการศึกษา รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพด้านภาพยนตร์</p>
--	---

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>และวีดิทัศน์ จนมีการตั้งวิทยาลัยภาพยนตร์ขึ้นในหลายมหาวิทยาลัยในขณะนี้ เช่น วิทยาลัยภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่มีความร่วมมือของสถาบันการศึกษาภาพยนตร์กันตนา และสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ หรือที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใช้ชื่อวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม สาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และเมื่อมีการแพร่หลายในปี</p>

	<p>พ.ศ.2560 ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาใช้ชื่อว่า วิทยาลัยการภาพยนตร์ ศิลปะการแสดง และสื่อใหม่ สำหรับ ยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้ยังมีการเสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการแประกอบอาชีพ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พร้อมสนับสนุนทุนการศึกษาและการประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ด้วย</p>
<p>5. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์ที่ 4 ในยุทธศาสตร์นี้จึงต้องนำมาอภิปรายผลแบบ</p>	<p>5.1 ถึง 5.3 สามารถประยุกต์จากสรุปผลการวิจัยนำมาอภิปรายได้กับการเปิด Seoul Image Venture Center เมื่อ 7 กันยายน พ.ศ.2541 (ค.ศ.1998) และในปีเดียวกันก็มีการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์แห่งเมืองปูซาน ครั้งที่ 3 โดยจัดให้มีกองทุน PPP (Pusan Promotion Plan) เพื่อ</p>

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย</p>	<p>การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม</p>
<p>บูรณาการ ตามหัวข้อดังนี้</p> <p>5.1 พัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้ได้มาตรฐาน</p> <p>5.2 สร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p> <p>5.3 สนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p>	<p>สนับสนุนนักสร้างภาพยนตร์รุ่นใหม่ และส่งเสริมนักสร้างภาพยนตร์เอเชีย พร้อมเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเกาหลีผ่านทางภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พร้อมกับสร้างองค์ความรู้ของภาพยนตร์และวีดิทัศน์เกาหลีแก่นักลงทุนจากทั่วทุกมุมโลก และต่อมา 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 (ค.ศ.1999) ได้จัดตั้งสภาภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council-KOFIC) เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวีดิทัศน์เตรียมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก โดยต่อมา 5 พฤษภาคม พ.ศ.2543 (ค.ศ.2000) ก็ได้เปิดศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพพิเศษเพื่อใช้ในงานภาพยนตร์ (Visual Experience Education Center) พร้อมกับสร้างกองทุน</p>

	<p>สภาภาพยนตร์เกาหลีขึ้น มีทั้งกองทุนของสภาภาพยนตร์เกาหลีเอง กองทุนที่เป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน กองทุน PIFF และมีหน่วยงานสนับสนุนด้านข้อมูลและรายละเอียดของธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศเกาหลี หน่วยพัฒนาภาพยนตร์ ฯลฯ สำหรับประเทศไทยเห็นได้ชัดจากการระบุดูผลและความจำเป็นในการขอจัดตั้งองค์การมหาชนเพื่อธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่จะก่อให้เกิดความก้าวหน้าต่อการพัฒนา</p>
--	--

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์สรุปผลการวิจัย	การอภิปรายแบบประยุกต์สังเคราะห์อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม
	<p>ประเทศได้อย่างมั่นคงยั่งยืน โดยนำเอาสาระและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อที่เรียกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สามารถขยายฐานการตลาดด้านอุตสาหกรรมการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดโลกได้ด้วยการปลูกฝังค่านิยมให้ประเทศอื่นๆ นิยมสินค้าจากประเทศไทยผ่านทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์</p>

จากการอภิปรายข้างต้นสามารถนำมาเสนอรูปแบบนวัตกรรม คือ รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนาสู่สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ต้องดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ต่อไปนี้คือ

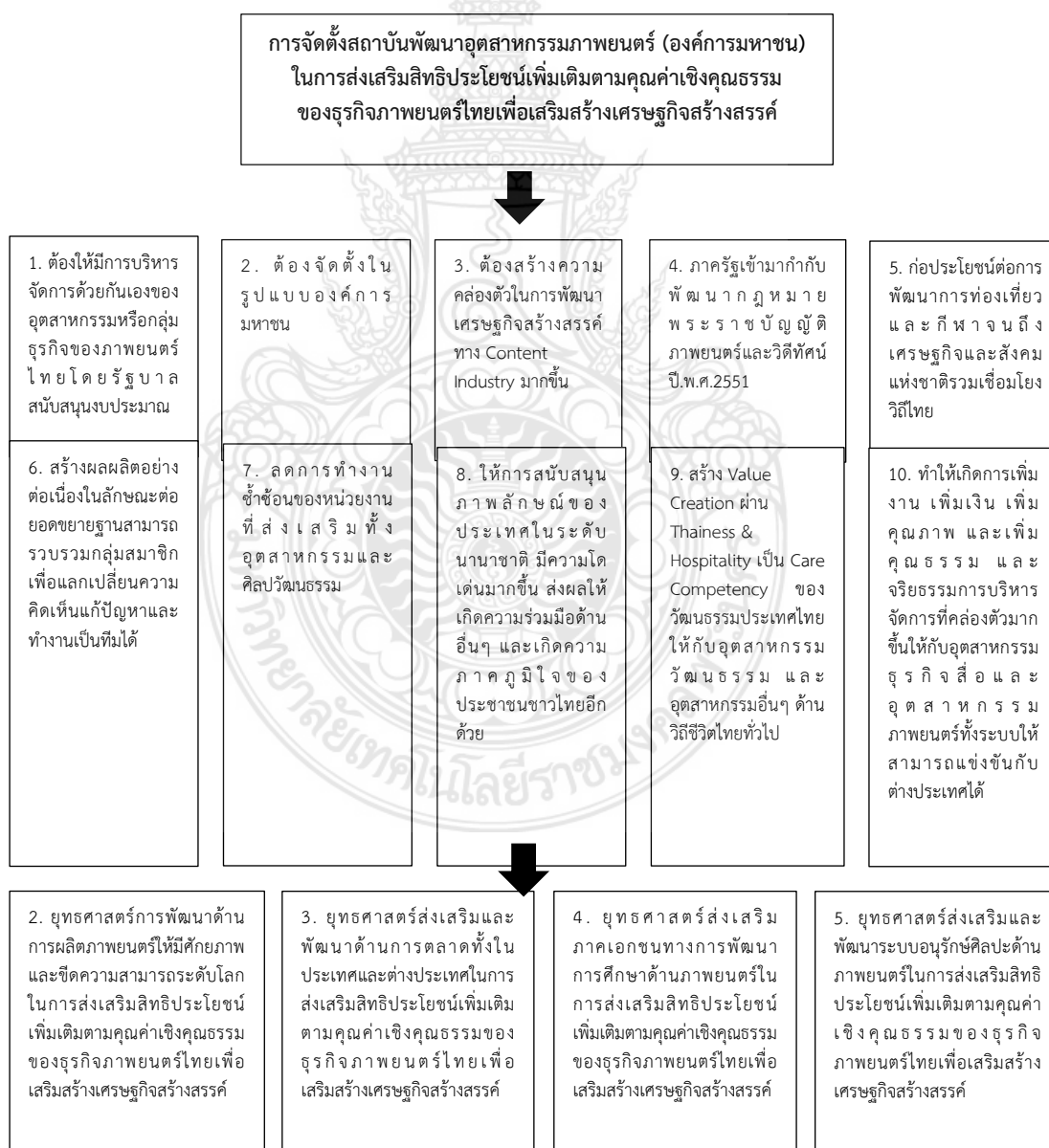
1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษาด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดังนั้น รูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของงานวิจัยนี้ จึงเป็นดังนี้

ภาพที่ 5.2 รูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์



5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การขับเคลื่อนเพื่อผลักดันการแก้ไขพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปีพ.ศ.2551 ควรต้องเร่งให้เสร็จสิ้นภายในรัฐบาลนี้ เพื่อการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พร้อมการนำทางวิถีไทยเชื่อมโลกด้วยภาพยนตร์ ดังที่ประเทศเกาหลี อินเดีย และฮ่องกง ประสบความสำเร็จมาแล้วได้อย่างแท้จริงและสามารถทำหน้าที่ของตัวเองได้สมบูรณ์ ไม่ถูกประเทศ ประชันทเหมือนดังที่ผ่านมาว่า องค์การมหาชนดังกล่าวนี้กลายเป็นสิ่งที่เป็ความหวังที่เรียกว่าสิ่งมหัศจรรย์ สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยรวมถึงวิถีไทยด้วย ซึ่งต่อสู่การจัดตั้งมาเป็นเวลากว่า 3 ทศวรรษ

2. การส่งเสริมการจัดฉายภาพยนตร์ไทยในเทศกาลภาพยนตร์ระดับชาติและโดยเฉพาะนานาชาติ เพื่อส่งออกภาพยนตร์ไทยและเชื่อมด้วยวิถีไทยที่เป็นเนื้อหาสาระของภาพยนตร์ แม้กระทั่งสินค้าไทยให้มากขึ้น และส่งเสริมการจัดบูทในงานดังกล่าวแบบรวมความเป็นไทย (Thainess) ไม่แยกออกเป็นอุตสาหกรรมแต่ยกย่อยออกไปเหมือนดังแต่ก่อนเป็นมา แม้จะเริ่มมีขึ้นในงานเทศกาล ภาพยนตร์เมืองคานส์ในปีพ.ศ.2560 นี้แล้วก็ตาม ก็ยังต้องการให้เกิดความเป็นเอกภาพมากขึ้นตามมา

3. ควรส่งเสริมภาพยนตร์อิสระ หรืออินดี้ หรือภาพยนตร์นอกกระแส ให้เป็นส่วนหนึ่งของการส่งออกภาพยนตร์ไทยที่ให้คุณค่าเชิงความคิดสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมและสอดแทรกวิถีไทยด้านต่างๆ ทั้งทางอาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น จนถึงการสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมไทยให้กับโลกได้รับรู้ให้มากขึ้น และนอกจากนี้ในระดับนานาชาติก็มีทุนหรือการร่วมทุนที่ง่ายมากขึ้น ดังเช่นกรณีประเทศเกาหลีเห็นได้ชัด ดังนั้นการจัดฉายภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์ระดับชาติ และโดยเฉพาะนานาชาติ ควรมีการส่งเสริมการฉายภาพยนตร์อิสระของนักสร้างอิสระให้มากขึ้น รวมถึงภายในประเทศควรเพิ่มโรงฉายเมื่อภาพยนตร์ดังกล่าวเข้าฉายให้มากขึ้น เพื่อร่วมปลูกฝังการรัก ภาพยนตร์ไทยหรือนิยมชมภาพยนตร์ไทยของชาวไทยอีกด้วย

4. ถึงแม้ตลาดต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นของโลกโลกาภิวัตน์ปัจจุบัน แต่การวางรากฐานการทำตลาดภายในประเทศถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก คือ คนไทยยังต้องทำหน้าที่ให้คนไทยดูให้สำเร็จก่อน ย่อมส่งผลในต่างประเทศตามมา จึงต้องมองว่าตลาดต่างประเทศคือ “โบนัส” ไว้ก่อน ดังนั้น การเร่งให้เกิดโรงภาพยนตร์สาธารณะในทุกภูมิภาคจึงต้องทำให้สำเร็จให้ได้ภายในรัฐบาลปัจจุบันอีกเช่นกัน รวมถึงการร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียนในยุคที่การเปิดเสรีทางการค้าเปิดโอกาสให้แล้ว

5. สถาบันการศึกษาควรจะปรับหลักสูตรการเรียนการสอนที่ไม่เป็นตะวันตกมากเกินไป จนเป็นทาสอาณานิคมทางปัญญาและทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาทางภาพยนตร์เห็นว่าอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์และวิทัศน์ไทยมีความอ่อนด้อยมากและไม่สามารถก้าวตามทันได้หรือก็คงต้องใช้ระยะเวลาอีกยาวไกลมาก ในการส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกการรักหนังไทย อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จึงเป็นสิ่งท้าทายและความเร่งด่วนที่สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนทางด้านนี้ควรที่จะต้องให้ความตระหนักใส่ใจและแก้ไขโดยเร่งด่วน เพราะต้องระลึกว่าสถาบันการศึกษาผลิตบุคลากรที่เป็นคนไทยเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นสำคัญก่อน เหมือนหนังไทยต้องสร้างให้คนไทยดูก่อนให้สำเร็จจึงค่อยให้เกิดการยอมรับในระดับอื่นต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากข้อเสนอแนะที่กล่าวข้างต้น การศึกษาวิจัยเพิ่มเติมจึงควรมี ดังนี้

1. การวิจัยตลาด เทศกาลภาพยนตร์ต่างประเทศแบบเจาะจงเป็นรายตลาด รายเทศกาล และสามารถนำมาส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทางคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อวางแผนการตลาด เพื่อจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ในการจัดฉายภาพยนตร์ในเทศกาลนั้นๆ ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น และยังมีผลต่อการส่งออกภาพยนตร์ไทยอีกด้วย เพราะแต่ละตลาดหรือเทศกาลภาพยนตร์มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

2. การเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิทัศน์ด้วยนั้น ปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทางคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย คือ การท่องเที่ยวชมรอยภาพยนตร์หรือสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ฯลฯ ที่เรียกว่า Film Tourism ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศและรายได้ที่ตามมาเป็นกอบเป็นกำ

3. กระแสวัฒนธรรมนิยมของวิถีไทยตามแนวคิดหนังไทยเชื่อมโลกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคภาพยนตร์ในภูมิภาคอาเซียนและภูมิภาคต่างๆ ของโลก เพื่อปกป้องความสำเร็จของวิถีไทยและความเป็นไทย (Thainess) มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญาและสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. **กิจกรรมแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน: แหล่งเงินทุนทางเลือกสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์** (Securitization: Alternative Film Financing). โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ 26-27/4/2555.
- กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. (2555). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 2 (พ.ศ.2555-2559)**. เอกสารประกอบการนำเสนอร่างยุทธศาสตร์ของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ พ.ศ.2555.
- กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. (2555). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560-2564)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. (2550). **การประชุมรับฟังความคิดเห็นการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์**. เอกสารคณะทำงานสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมและสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ประมวลการประชุม. วันศุกร์ที่ 12 มกราคม 2550, ห้องปิ่นเกล้า 2 ชั้น 9 โรงแรมรอยัล ซิตี กรุงเทพฯ.
- กองบรรณาธิการ, “**จาป्लीม ลุค เบซอง ร่วมโชว์คิวบู๊ “องค์บาก” คว่ำรางวัลเดอวิลส์**”, ข่าวสด มีนาคม 2547, หน้า 12.
- กาแล็กซี่ กรุ๊ป ร่วมกับ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **เอกสาร Confidential หนึ่งไทย เชื่อมโลก**. (สำเนาเย็บเล่ม) เพื่อนำเสนอขอการจัดสรรงบประมาณ THAILAND 4.0 ตาม CONTENT THAILAND.
- ชวนะ ภวานันท์. (2555). **การจัดการมหาชนสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: ทักษะการคิดใหม่เพื่อการศึกษายุคประเทศไทยสร้างสรรค์**. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. 2(2), 1-24.
- นิตยสาร Flick. (2548). **เทศกาลภาพยนตร์**. กันยายน-ตุลาคม, 1-2.
- สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. (2560). **ระเบียบวาระการประชุมระดมความคิดเห็นผู้บริหารสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำร่างกิจกรรมและโครงการแผนปฏิบัติการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์หรือสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน)**. 1/2555, พุธที่ 6 กันยายน 2555, 10.00-15.00 น., ชั้น 6 อาคารแกล็คซีเพลส ถนนรัชดาภิเษก-สาธุประดิษฐ์ ยานนาวา กรุงเทพฯ.
- สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. (2560). **รายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2560 สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ**. พุธที่ 19 ตุลาคม 2560, 14.00 น., ห้องทรัพย์สินไพลิน ชั้น 2 โรงแรมทาว์นอินทาว์น กรุงเทพฯ.
- สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. **สุพรรณหงส์ 21: มหัศจรรย์หนึ่งไทย**. กรุงเทพฯ: ก.พล 1966.
- สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2553). **คู่มือรวบรวมบทบัญญัติตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 และกฎหมาย**

- อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พ.ศ.2551. (พิมพ์ครั้งที่ 2): กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- หิรัญญา สุจินัย. (2557). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนในระยะ 7 ปี (พ.ศ.2558-2564): **หลักเกณฑ์และประเภทกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุน**. เอกสารประกอบการอบรม 15/12/2557, แกรนด์ ไดมอนด์ บอลรูม อิมแพ็คเมืองทองธานี.
- สำนักนายกรัฐมนตรี, (2551). **Creative Thailand : สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์**, กรุงเทพมหานคร, บริษัทดับเบิลยู พรินท์ จำกัด, (จัดพิมพ์โดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ), 2551. (หมายเหตุ: นโยบายรัฐบาลเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 แต่เอกสารทางการเพิ่งจะจัดพิมพ์เป็นรูปเล่มให้กับสำนักนายกรัฐมนตรี โดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ในปีพ.ศ.2551 และใช้ประกอบงานสัมมนาของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา International Institute for Trade and Development ITD ภายใต้หัวข้อ “อนาคตของเศรษฐกิจไทยกับการพัฒนาชาติ” 13 ธันวาคม 2551).
- Bangkok Asean Film Festival. (2017). **Bringing ASEAN Films to the International Arena**. Monday, May 1, 9.30 am.-12 pm. Venue, Dusit Thani Hotel.
- Caiden, G.E., & Sundaram, P. (2004). **The specificity of public sector reform**. Public Administration and Development. 24(5), 373-383.
- Court, J., Kristen, P., Weder, B. (1999). **Bureaucratic structure and performance: first African survey results**. Tokyo, United Nations University.
- De Fleur M. H., Kearney, P., Plax, T. G., & De Fleur, M. L. (2014). **Fundamentals of human communication**. (Fourth Edition). New York, McGraw-Hill.
- Entertainment. (2549). **Film Festival**. 10 September, 12.
- Festival de Cannes. (2016). **Cannes International Film Festival**. Retrieved 8/12/2016, from website <http://www.festivalcannes/en/about.html>.
- Grindle, M. S., & Hilderbrand, M. E. (1995). **Building sustainable capacity in the public sector: what can be done?**. Public Administration and Development, 15, 441-463.
- Herber, P. S. (2016). **The role of information in the application for merit-based scholarships: Evidence from a randomized field experiment**. The Bamberg Graduate School of Social Sciences and the Chair of Empirical Microeconomics at the University of Bamberg, German.
- Heritage ENRICH Workshop. (2013). **Report ENRICH hold as part of the 36TH**. Annual ACMSIGIR Conference, SIGIR 2013 in Dubin, Ireland, August 1st.
- Howkins, J. (2001). **The creative economy: How people make money from ideas**. U.S.A.: The Penquin Press.

- Juškylyte, D. (2016). **Film induced tourism: Destination image formation and development.** Regional formation and development studies, No.2 (19) ISSN 2029-9370.
- Kayizzi-Mugerwa, S. (Ed.) (2003). **Incentive structures and performance in the public service.** Reforming Africa's Institutions: Ownership, Incentives, and Capabilities. Tokyo, University Press.
- Korean Film Council (KOFIC). **Korean Film Council.** Retrieved 8/12/2016, from website <http://koreanfilm-or.kr./kofic/aboutks.asp>. UNESCO. Understanding Creative Industries, Retrieved 8/12/2016, from website <http://www.unesco.org>.
- Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). **Broadening the concept of marketing.** Journal of Marketing. January, 10-15.
- Lawless, S. Agosti, M., Conlan, O. & Clough, P. (2013). **The first workshop on the exploration, navigation and retrieval of information in cultural.**
- Lewis, P. (1988). Marketing to the local community. Museums Journal, 88(3), 147-149.
- Lovelock, C., & Paterson, J. W. (2015). **Service marketing.** New Jersey, USA: Pearson.
- Macmillan, T., T. (1971). **The Delphi Technique.** Paper Presented at the Annual Meeting of the California Junior College Association Committee on Research and development. Monterey. California (May, 1971), 3-5.
- Mclean, F. (1994). **Service marketing: The case of museums.** The Service Industries Journal. 14(2), 190-203.
- Millet, J. D. (1954). **Management in the public service: The quest for effective performance.** New York: McGraw-Hill Book.
- Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India, Shakuntala Banaji. (2006). **Bollywood Film Festival.** Retrieved 8/12/2016, <http://en.wikipedia.org/wiki/cinemaofIndia>. and <http://www.myvillage.com/pages/fashion-bollywood.history.htm>, April 2005.
- Misiura. (2006). **Heritage marketing.** Butterworth Heinemann, Oxford.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2003). **Destination branding.** Wiley, London.
- National Film Development Corporation Ltd. NFDC. **The National Film Development Corporation of India (NFDC) based in Mumbai.** Retrieved 8/12/2016, from website <http://enWikipedia.org/wiki/cenemaofIndi> Capril,2005.

- Neuliep, J. W. (1996). **Human communication theories : Applications and case studies**. Indiana University.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**. New York, McGraw-Hill.
- OECD Observer. (2005). **Paying for performance: policies for government employees** (Policy Brief, May). Paris, OECD Observer.
- Ohridska-Olson, R. (2009). **Country branding from a global cultural tourism perspective**. Cultural Realms-Rossitge Obridska-Branding-from-a-Global-Cultural-Tourism-Perspective-Part-One.
- Oluwo, B. (1999). **Redesigning African civil service reforms**. The Journal of Modern African Studies, 37(1), 1-23.
- Pavaganun, C. (2009). **Thai Film Industry and Co-Production System**. Federation of National Film Associations of Thailand. Tokyo, Tokyo Film Festival Printing.
- Politt, C., & Bouckaert, G. (2000). **Public management reform a comparative analysis**. New York, Oxford University Press.
- Rea, C. & Volland, N. (2015). **Cultural entrepreneurs in China & Southeast Asia**. UBC. Press.
- Swarbrooke, J. (2002). **The development and management of visitor attraction**. Butterworth Heinemann, Oxford.
- Thailand Board of Investment. (2560). **Investment outlook towards Thailand 4.0**. New Chapter of investment promotion presentation paper, 15 February.
- Ulleberg, I. (2009). **Incentive structures as a capacity development strategy in public service delivery**. 7-9 rue Eugène Delacroix, 75116 Paris, France: International Institute for Educational Planning. (a grant-in-aid offered by UNESCO United Nations Educational Scientific and Cultural Organization).
- UI Haque, Nadeem. (1999). **Incentives and human resource management in the design of public sector reform**. The Pakistan Development Review, 38(4), 471-488.
- UI Haque, Nadeem. (2007). **Why civil service reforms do not work**. Islamabad, Pakistan Institute of Development Economics. PIDE Working Paper 24.
- Ulrich, D., Allen, J., Smallwood, N., & Brockbank, W. (2008). **Building culture from the outside in**. Strategic HR Review, Volume. 8, Issue 6, Page 20-27.
- UN Department of Economic and Social Affairs. (2005). **Unlocking the human potential for public sector performance** (World Public Sector Report). New

York, United Nation.

- UNESCO. (2003). **Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage**. UNESCO. Paris.
- UNESCO. (2006). **Towards sustainable strategies for creative tourism**. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, USA., 25-27 October.
- Urry, J. (2002). **The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies**. (2nd ed.) London, Sage.
- Vale, J de San Eugenio, Cavia, Fernandez J., and for place brands based on Jimenez-Morales, M. (2013). **Characteristics and functions, a Delphi Method**. Revista Latina de Communication Social. 656-675.
- Verheijen, A.J.G. (2000). **Administrative capacity development: a race against time?** (Working Document W 107). The Hague: Netherlands Scientific Council for Government Policy.
- Wheelen, T. L., Hunger, T., David, H., Alan, N., & Bamford, C. E. (2016). **Strategic management and business policy**. London, Peason Education Limited.
- Wilhmurst, J. (1984). **The fundamentals of practice of marketing**. London, Heinemann.
- Willy, M., (2001). **Public appointments: from patronage to merit**. (Working Paper 9). Manchester, United Kingdom: Institute for Development Policy and Management, University of Manchester.
- Willy, M., (2006d). **The Human Factor in Governance: findings and prospects for development**. (Paper 16). Manchester, United Kingdom: Institute for Development Policy and Management, University of Manchester.
- World Bank. (2008a). **Public sector reform: what works and why?**. An IEG Evaluation of World Ban Support. Public Advance Copy. Washington D.C. World Bank.

ภาคผนวก
แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัยอนาคต (Delphi Technique)

รอบที่ 1 นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจ
ภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำชี้แจง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากท่านด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงลึกและวิจัยอนาคต (Future Research) หรืออนาคตศาสตร์ (Futurism) และเทคนิคการวิจัยเดลฟาย ในการขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถาม 3 รอบ เพื่อนำไปสร้างรูปแบบนวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ในการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 1 จะเป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open End) เชิงโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ ในส่วนแรก คือ ส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มี 10 ข้อ เป็นคำถามเชิงโครงสร้าง ในส่วนที่ 2 คือ ส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มี 6 ข้อ และเป็นการเปิดเสรีอิสระในการตอบ ส่วนสุดท้ายมี 9 ข้อ โดยขอความกรุณาจากท่านตอบข้อคำถามทั้งหมดตามความคิดเห็นโดยเสรีของท่าน เป็นเวลา 30 นาที หรือแล้วแต่ท่านจะอนุเคราะห์ให้มากกว่า 30 นาที

ในแบบสอบถามรอบที่ 2 จะนำความคิดเห็นของท่านมาสร้างข้อคำถามของแบบสอบถามจากการตอบคำถามของท่านในรอบที่ 1 เป็นคำถามปลายปิด โดยให้ท่านกรณาให้คะแนนแบบระดับ โดยขอเวลาในการตอบข้อคำถามทั้งหมดจากท่านประมาณ 20-30 นาที

สำหรับในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3 จะใช้คำถามเดียวกับรอบที่ 2 ให้ท่านตอบคำถามซ้ำอีกเพื่อเป็นการยืนยันคำตอบ

โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกบันทึกเป็นความลับทั้ง 3 รอบ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ประมวลผลตามหลักการทางสถิติและนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามสำหรับเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยดังกล่าว จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อาจารย์ ดร.อมร ฤงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนันท์กุล

ผู้วิจัย

คำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview)

นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ส่วนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์และแนวโน้มการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.1 แนวคิดการบริหารจัดการการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำตอบ

1.2 แนวคิดรูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำตอบ

1.3 แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำตอบ

1.4 ความเกี่ยวข้องของกฎหมายพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปีพ.ศ.2551 กับการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำตอบ

1.5 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจรวมถึงสังคมจากการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำตอบ

1.6 ความคิดเห็นการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านข้อดี และหรือ ข้อเสีย

คำตอบ

1.7 การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับการลดปัญหาความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน

คำตอบ

แบบสอบถามการวิจัยอนาคต (Delphi Technique)

รอบที่ 2 และ รอบที่ 3 นวัตกรรมการพัฒนาสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของ
ธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- คำชี้แจง** ข้อคำถามในแบบสอบถามรอบที่ 2 นี้ พัฒนาจากการตอบแบบสอบถามปลายเปิด
ของท่านในรอบที่ 1 โดยนำมาเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating
Scale) ให้ท่านตอบคำถามลักษณะการจัดลำดับความสำคัญในข้อคำถามแต่ละข้อ
โดยผู้วิจัยกำหนดค่าของระดับความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติไว้ 5 ระดับ
ดังต่อไปนี้
- 5 หมายถึง ความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นรูปแบบนวัตกรรมพัฒนาได้มากที่สุด
 - 4 หมายถึง ความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นรูปแบบนวัตกรรมพัฒนาได้มาก
 - 3 หมายถึง ความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นรูปแบบนวัตกรรมพัฒนาได้ปานกลาง
 - 2 หมายถึง ความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นรูปแบบนวัตกรรมพัฒนาได้น้อย
 - 1 หมายถึง แนวโน้มความเป็นไปได้ของการนำไปใช้ปฏิบัติเป็นรูปแบบนวัตกรรมพัฒนาได้
น้อยที่สุด

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 34 ข้อ แบ่งเป็น 5 ส่วน มีข้อคำถามส่วนที่ 1 มี 10 ข้อ ส่วนที่ 2 มี
7 ข้อ ส่วนที่ 3 มี 10 ข้อ ส่วนที่ 4 มี 4 ข้อ และ ส่วนที่ 5 มี 3 ข้อ ใช้เวลาในการตอบข้อคำถาม
ทั้งหมดประมาณ 20 นาที ซึ่งคณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดย
ข้อมูลทั้งหมดจะถูกบันทึกเป็นความลับ วิเคราะห์ประมวลผลตามหลักการทางสถิติและนำเสนอ
ผลการวิจัยในภาพรวม จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์แบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาดังกล่าว
จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อาจารย์ ดร.อมร ฤงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยุต ภาวนันท์กุล

ผู้วิจัย

แบบสอบถามรอบที่ 2 และ รอบที่ 3

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อคำถาม	เห็น ด้วย อย่าง มาก	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง มาก
<p>1. รูปแบบการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>1. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการเพิ่มงาน เพิ่มเงิน เพิ่มคุณภาพ และเพิ่มคุณธรรม และจริยธรรม การบริหารจัดการที่คล่องตัวมากขึ้นให้กับอุตสาหกรรมธุรกิจสื่อและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งระบบให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้</p> <p>2. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดตั้งตามรูปแบบขององค์การมหาชน</p> <p>3. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้การกำกับขององค์การมหาชน โดยภาครัฐเข้ามาพัฒนากฎหมาย พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปีพ.ศ.2551 มีความเหมาะสมดีแล้ว</p> <p>4. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>					

(ตารางต่อ)

ข้อคำถาม	เห็น ด้วย อย่าง มาก	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง มาก
<p>ตามรูปแบบองค์การมหาชน มีแต่ข้อดีก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่า เพราะสร้างผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะต่อยอดขยายฐาน สามารถรวบรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแก้ปัญหาและทำงานเป็นทีมได้</p> <p>5. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้าง Value Creation ผ่าน Thainess & Hospitality เป็น Care Competency ของวัฒนธรรมประเทศไทย ให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้านวิถีชีวิตไทยทั่วไป</p> <p>6. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องให้มีการบริหารจัดการด้วยกันเองของอุตสาหกรรมหรือกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยรัฐบาลต้องสนับสนุนด้านงบประมาณ</p> <p>7. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามหน่วยงานรูปแบบองค์การมหาชน จะสร้างความคล่องตัวในการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทาง Content Industry มากยิ่งขึ้นด้วย</p> <p>8. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>					

(ตารางต่อ)

ข้อคำถาม	เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก
<p>จะให้การสนับสนุนภาพลักษณ์ของประเทศในระดับนานาชาติมีความโดดเด่นมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความร่วมมือด้านอื่นๆ และเกิดความภาคภูมิใจของประชาชนชาวไทยอีกด้วย</p> <p>9. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามรูปแบบองค์การมหาชนจะก่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาจนถึงเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงมีผลเชื่อมโยงต่ออาชีพศิลปะและวัฒนธรรมด้านต่างๆ และอาชีพอื่นๆ เช่น อาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะป้องกันต่อสู้และมวยไทย เป็นต้น และอื่นๆ ที่เกี่ยวกับวิถีไทยอีกมากมาย</p> <p>10. การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามรูปแบบองค์การมหาชนจะลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงานส่งเสริมทั้งอุตสาหกรรมและศิลปวัฒนธรรมดีกว่าที่เป็นอยู่ในอดีตและปัจจุบัน</p>					
<p>2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์สร้างศักยภาพและขีดความสามารถระดับโลกในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>11. ควรจัดตั้งกองทุนกั๊ยมดอกเบี๊ยะต่ำ (Film Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการและการใช้คืนที่เป็นไปได้</p>					

(ตารางต่อ)

ข้อคำถาม	เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก
<p>12. ควรจัดตั้งกองทุนร่วมสร้างภาพยนตร์กับต่างประเทศ (Co-Production Fund) สนับสนุนผู้ประกอบการดำเนินการให้มีการเซ็นสัญญา (Co-Production Treaty) กับนานาประเทศ</p> <p>13. ควรมีการอนุมัติสิทธิประโยชน์การลงทุน (BOI)</p> <p>14. ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานทำหน้าที่ดูแลการตลาดแบบมืออาชีพบริหารธุรกิจในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>15. ควรสนับสนุนการสร้าง Art Film แบบการให้เปล่า</p> <p>16. ควรสนับสนุนภาคเอกชนให้เกิดเมืองภาพยนตร์ Movie Towns ทุกภูมิภาค</p> <p>17. การเกิดเมืองภาพยนตร์ Movie Towns ทุกภูมิภาค ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมทางธุรกิจของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p>					
<p>3. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>18. จัดตั้งทีมงานการตลาดด้วยมืออาชีพให้ครอบคลุมทุกธุรกิจทั่วโลกและทุก Window สร้างให้อาเซียนเติบโตไปพร้อมกันโดยมีไทยเป็นแกนนำ</p> <p>19. จัดตั้งกองทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทยออกจำหน่าย</p> <p>20. ควรมีการสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานสุพรรณหงส์ งานวันหนังไทย งาน Asean Film Festival การไปร่วมงาน Pusan Film Festival งาน</p>					

(ตารางต่อ)

ข้อคำถาม	เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก
<p>ประกวดภาพยนตร์เทศกาลหนังเมืองคานส์ เป็นต้น</p> <p>21. จัดสร้างโรงภาพยนตร์สาธารณะ (Community Cinema) ปลุกฝังให้คนไทยดูภาพยนตร์ไทยและรักภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ประมาณการระยะแรก 1,500 แห่ง ภายใน 1 ปี</p> <p>22. ส่งเสริมการจัดทำมาตรการจูงใจทางภาษี</p> <p>23. ประสานการสร้าง “โรงภาพยนตร์สาธารณะ” ร่วมกับประเทศในภูมิภาคอาเซียนในรูปแบบ Asia Cinema Network โดยใช้มาตรการจูงใจทางภาษี โดยความเป็นไปได้คือ อินโดนีเซีย 3,000 เวียดนาม 1,500 กัมพูชา-ลาว-มาเลเซีย-สิงคโปร์ รวมทั้งสิ้น 10,000 โรง</p> <p>24. สนับสนุนการออกบูทประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และอุตสาหกรรมอื่นในแนวทางการรวมวิถีไทยทั้งหมดเป็น Booth Thainess เพื่อได้ทั้งภาพลักษณ์และทางการค้า</p> <p>25. การสนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เช่น Variety/Screening/Hollywood Reporter โดยการซื้อเหมาแบบสิงคโปร์เพื่อปักธงให้สื่อต่างประเทศรู้จักภาพยนตร์ไทยอย่างต่อเนื่อง</p> <p>26. การสนับสนุนงบประมาณสื่อประชาสัมพันธ์แบบให้เปล่าไม่ถือเป็นการค้า แต่เป็นการสนับสนุนวัฒนธรรมของชาติ (ทางสถานีโทรทัศน์ NBT/TPBS/สถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีทุกช่อง/สถานีวิทยุของกองทัพทั่วประเทศ)</p> <p>27. การจัดตั้ง Digital Platform ของ Window การจัดจำหน่าย เช่น Video on Demand Mobile Content</p>					

(ตารางต่อ)

ข้อคำถาม	เห็น ด้วย อย่าง มาก	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง มาก
<p>4. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาคเอกชนทางการพัฒนาการศึกษา ด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>28. การส่งเสริมการจัดตั้ง “วิทยาลัยภาพยนตร์” เพื่อการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนด้านภาพยนตร์ให้สู่ความเป็นแนวหน้าของอาเซียนและเอเชีย</p> <p>29. การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยในการสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย</p> <p>30. ควรมีกองทุนกู้ยืมเพื่อขยายกิจการแก่สถาบันการศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการหาบุคลากร ตลอดจนเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย</p> <p>31. ควรมีกองทุนกู้ยืมแก่นักศึกษาที่ขาดแคลนและให้ใช้ทุนคืนเมื่อสำเร็จการศึกษาด้วยการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่วงการอย่างต่อเนื่อง</p>					
<p>5. ยุทธศาสตร์ส่งเสริมและการพัฒนาระบบอนุรักษ์ศิลปะด้านภาพยนตร์ในการส่งเสริมสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าเชิงคุณธรรมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>32. การสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p> <p>33. การสร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p> <p>34. การพัฒนาการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้ได้มาตรฐาน</p>					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	ดร.อมร ฤงสุวรรณ
ตำแหน่งทางวิชาการ	-
การศึกษา	D.B.A. (Management) University of Sarasota, U.S.A., 2541 พ.บ.ม. (การบริหารบุคคล) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2535 ร.บ. (บริหารรัฐกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532
การฝึกอบรม	-
สังกัดหน่วยงาน	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โทรศัพท์ 02-282-9101 ต่อ 2332 E-mail : amorntha@yahoo.co.th
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2555 – ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
พ.ศ.2554 - 2555	ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการดุขฎิบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.2551 - 2552	คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ.2550	วิทยากรพิเศษบริษัทโนโว นอร์ดิสค์ ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด
พ.ศ.2548 – ปัจจุบัน	ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ.2548 - 2553	คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาเอก มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.2547 - ปัจจุบัน	ที่ปรึกษาบริษัท OMNI TRAINING SOLUTIONS (THAILAND) CO., LTD.
พ.ศ.2546 - 2555	ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.2542	วิทยากรหลักสูตรเสนาธิการทหารอากาศ ในหัวข้อ “การจัดการสมัยใหม่”
พ.ศ.2541 - 2545	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.2536 - 2537	หัวหน้าภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.2536 - 2536	อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผลงานวิจัย

1. อมร ฤงสุวรรณ. การสำรวจค่าจ้างและสวัสดิการปี 2553/2554 โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันเสริมสร้างขีดความสามารถมนุษย์.สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยศรีปทุม. 2555
2. อมร ฤงสุวรรณ. The Effects of Organizational Justice and Leader-Member Exchange On Citizenship Performance. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2550.

บทความวิจัย

1. Kumthon Nimitpatr, Amorn Thungsuwan, Shayut Pavapanunkul , Thunyakarn Papat, Khampee Netumporn (2015). Innovative Knowledge Destination Model for Sustainable Competitive Advantage. (p.399), In International Conference on Humanities and Social Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Scial Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.
2. Suwannee Watthanavanichsat, Amorn ThungsuwanAsst, Shayut Pavapanunkul, Nasaran Mahittichatkul (2015). 5S1Q Model of Brand Equity Scorecard Indicators for Lifestyle of Health and Sustainability in Health Supplement Products. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. Thunyakarn Papat, Amorn Thungsuwan, Nasaran Mahittichatkul, Shayut Pavapanunkul (2015). Four Factor Model of Cultural Intelligence: Applying the Conceptualization of Compassionate Love Relationship. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. Laksamee Thungwha, Shayut Pavapanunkul, Amorn Thoongsuwan (2015). A Conceptual Creative and Innovation Model for Developing New Concept of Creative Economy. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5. Kumthon Nimitpatr, Shayut Pavapanunkul, Amorn Thungsuwan (2015). Innovative Knowledge Destination Model for Sustainable Competitive Advantage of Tourism Industry. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
6. Dr.Amorn Thoongsuwan, Asst.Prof.Dr.Shayut Pavapanunkul, Dr.Thanatas Tupmongkol, Dr.Nasaran Mahittichatkul (2017). The Co-production Model of Thai Film Industry and Movie Business: Applying The Conceptualization of Compassionate Love Relationship-led Merit Based Investment. 1st Asian Social Sciences and Business Research Conference. University of Macau, Macau, China, 24-26 August 2017.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล ผศ.ดร. ชยุต ภาวนันท์กุล
ตำแหน่งทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8
การศึกษา

ระดับ	ชื่อปริญญา(สาขาวิชา)	ชื่อสถาบันการศึกษา,ประเทศ	ปี พ.ศ.
ปริญญาเอก	ปร.ด.(รัฐประศาสนศาสตร์)	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย	2552
	D.M.S.(Management Science)	Technological University of The Philippines	2545
ปริญญาโท	M.P.P.M (การจัดการภาครัฐและเอกชน)	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	2542
	บธ.ม.(การตลาด) (ทุนเรียนคืออิการบดี)	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	2542
	รป.ม.(นโยบายสาธารณะและบริหาร) บุคคล (โล่เรียนดีเด่น)	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2540
	ร.ม.(การปกครอง)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2525
ปริญญาตรี	ว.บ.(สื่อสารสังคม) (เกียรตินิยม)	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2521
	ศศ.บ.(รัฐศาสตร์) (เกียรตินิยม)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2519
Certificate	Weapons of Mass Destruction	Bureau of Diplomatic Security U.S. Department of State, United State of America.	2547
ประกาศนียบัตร	การบริหารการส่งกำลังบำรุงเพื่อความมั่นคง	โรงเรียนส่งกำลังบำรุงกองทัพบก รุ่นที่ 3	2543
ประกาศนียบัตร	ประกาศนียบัตรชั้นสูง	วิทยาลัยการทัพบก ชุดที่ 43	2542
ประกาศนียบัตร	ประกาศนียบัตรชั้นสูง	สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง แห่งชาติ รุ่นที่ 85	2542
ประกาศนียบัตร	พัฒนาสัมพันธ์ผู้บริหาร (MINI วปรอ.)	โรงเรียนกิจการพลเรือน กองทัพบก รุ่นที่ 8	2542
Certificate	Certificate in Information Technology and Computer Science	University of Wollongong Australia	2541
Certificate	Certificate in New Management	University of Westminster United Kingdom.	2539
Certificate	Certificate in Internet Business	University of California, California, United State of America.	2538

ระดับ	ชื่อปริญญา(สาขาวิชา)	ชื่อสถาบันการศึกษา,ประเทศ	ปี พ.ศ.
Certificate	Certificate in International Marketing	University of California Berkeley, California, United State of America.	2537
Certificate	Certificate in Computer Technology for Executive	The George Washington University, Washington D.C. United State of America.	2536
Certificate	Certificate in Art	Silpakorn University	2527
Certificate	Certificate in Book-Keeping	University of London, United Kingdom.	2512

ประวัติการทำงาน

- คณะกรรมการตัดสินการประกวดโครงการชุมชนต้นแบบประจํารัฐสี่ชมพู ประจำปี พ.ศ.2560 ธนาคารออมสิน
- Commentator ประจํารายการ ธุรกิจพิชิตมังกร ช่อง ThaiCCTV

ผลงานทางวิชาการ

1. ตำรา หนังสือ หรือเอกสารประกอบการสอน (ย้อนหลัง 10 ปี)

1.1 **ชยุต ภวานันท์กุล.** เอกสารการสอนชุดวิชา ปัญหาการเมืองไทยปัจจุบัน หน่วยที่ 10 ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2. สาขาวิชารัฐศาสตร์ กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2558.

1.2 **ชวนะ ภวานันท์.** การพัฒนาคุณสมบัติส่วนบุคคลสำหรับการจัดการความขัดแย้งโดยสันติวิธี. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า, พิมพ์ครั้งที่ 1 2548 พิมพ์ครั้งที่ 3 2556.

2.1 ใช้เป็นตำราหลักสูตรการจัดการความขัดแย้งอย่างสันติวิธี สถาบันพระปกเกล้า.

2.2 เป็นตำราหลักในวิชาการจัดการการเปลี่ยนแปลงและการบริหารวิกฤติ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2549-2553.

2.3 เป็นตำราหลักในวิชาสัมมนาประเด็นปัญหาธุรกิจสื่อสารมวลชน หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2548-2554.

2.4 เป็นตำราหลักในวิชาการบริหารประเด็นและวิกฤติธุรกิจท่องเที่ยวและบันเทิง หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 2548-2554 และ 2556-ปัจจุบัน.

2.5 เป็นตำราหลักในวิชายุทธศาสตร์ผู้นำธุรกิจและการบริหารวิกฤติ หลักสูตรยุทธศาสตร์ผู้นำสู่ความเป็นเลิศ ระดับดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2551-2554.

2.6 เป็นตำราหลักในวิชาการสื่อสารการตลาดและการสร้างแบรนด์ หลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2549-2553.

2.7 เป็นตำราหลักในวิชาผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต หลักสูตรนวัตกรรมวิทยาการจัดการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2554-2556.

3. **ชวนะ ภวกานันท์.** ประมวลผลสาระชุดวิชา หน่วยที่ 1-3 การสื่อสารการตลาดเมือง จิตวิทยา การสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดเมือง. บัณฑิตศึกษา สาขาวิชารัฐศาสตร์ กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2551.

3.1 ได้รับเกียรติจาก ศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร เสรีรังสรรค์ นำไปเป็นแนวคิดในการสอนหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.

3.2 เป็นตำราหลักในวิชาสัมมนาประเด็นปัญหาธุรกิจสื่อสารมวลชน หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2548-2554.

3.3 เป็นตำราประกอบการสอนในวิชาการตลาดขั้นสูง และการตลาดระหว่างประเทศขั้นสูง หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน 2551-ปัจจุบัน.

3.4 เป็นตำราหลักในหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2551-ปัจจุบัน.

4. **ชยุต ภวกานันท์กุล.** ระเบียบวิธีวิจัยการตลาด กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประพันธ์สาส์น โอเดียนสโตร์, 2558. (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

หนังสือที่พัฒนาจากเอกสารประกอบการสอนและงานวิจัยและเขียนเชิง Beyond Text แบบ How To

1. **ชวนะ ภวกานันท์.** หลักการออกแบบโฆษณาธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัท บพิศ จำกัด, 2528.

2. **ชวนะ ภวกานันท์.** แหวกความคิดโฆษณา. กรุงเทพฯ : บริษัท บพิศ จำกัด, 2528.

3. **ชวนะ ภวกานันท์.** คัมภีร์โฆษณาภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2542.

4. **ชวนะ ภวกานันท์.** ต้นแบบคัมภีร์โฆษณาภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2547. (นำคัมภีร์โฆษณาภาพยนตร์ไทยมาพิมพ์ใหม่ ชื่อใหม่ ซึ่งพัฒนาจากงานวิจัยดีเด่นชื่อ บทบาทสารโฆษณาธุรกิจภาพยนตร์ไทย ได้รับรางวัลดีเด่นจาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2540).

5. **ชวนะ ภวกานันท์.** อิตถีภวัตน์ PART 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2547. (การตลาดด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคผู้หญิง).

6. **ชวนะ ภวกานันท์.** อิตถีภวัตน์ PART 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2547. (การตลาดด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคผู้หญิง).

(หนังสืออิตถีภวัตน์ PART 1 และ 2 พัฒนาจากงานวิจัยเรื่องบทบาทสารโฆษณากับบทบาทของผู้บริโภค คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2541)

7. **ชวนะ ภวกานันท์.** จริตมาร์เกตติ้ง อาวุธลับ SMEs. กรุงเทพฯ : บริษัท เจ เอ็ม ที พับลิชชิง จำกัด, 2549. (เป็นหนังสือด้านการตลาดที่ "ด๊ับเบิ้ล เอ" จัดโครงการเพื่อรักการอ่านคือ โครงการ "ด๊ับเบิ้ล เอ สื่อสร้างปัญญา" ที่ ด๊ับเบิ้ล เอ ต้องการผลักดันให้เกิดหนังสือดีๆ ในสังคมมากขึ้นเพื่อให้หนังสือเหล่านี้ดึงให้เยาวชนและคนในสังคมมาอ่านหนังสือกันมากขึ้น โดยได้ร่วมกับสำนักพิมพ์หลายแห่ง โดยเน้นหนังสือที่ให้ความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ).

8. **ชวนะ ภวกานันท์.** กิเลสมาร์เกตติ้ง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แบรนด์เอง, 2549. (ใช้เป็นหนังสือนวัตกรรมทางความคิดประยุกต์พุทธศาสนาแนะนำให้อ่านและศึกษาของหลักสูตรพุทธศาสนาระดับบัณฑิตศึกษา มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย).

9. **ชวนะ ภวกานันท์.** THINK ต่าง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ฐานบุ๊คส์ ในเครือฐานเศรษฐกิจ, 2549. (หนังสือเชิงตำราแบบ Beyond Text ด้านกลยุทธ์ความคิดการตลาดและการเงินต้นทุนต่ำเพื่อทำตลาดเชิงนวัตกรรม ติดอันดับ Best seller พิมพ์ครั้งแรก ปีพ.ศ.2549 และมหาวิทยาลัยศรีปทุมชื่อลิขสิทธิ์พิมพ์เผยแพร่แจกให้บัณฑิตในงานประสาทปริญญา ปี 2549).

10. **ชวนะ ภวกานันท์.** ศาสตร์แห่งมนต์ดำ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เพ็ญจางค์คอมเมอร์เชียล, 2554. (หนังสือเชิงตำราแบบ Beyond Text ด้านนวัตกรรมวิทยาการจัดการสื่อสารยุค โบราณ ต้นรากภาษาซูเมอร์เรียน ที่พัฒนาจากภาษารูน (Rune) เป็นต้นแบบภาษาอังกฤษ).

11. **ชวนะ ภวกานันท์.** THINK ต่างรอย (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Smart Life, 2557.

12. **ชวนะ ภวกานันท์.** รวย รวย จริตมาร์เกตติ้ง อาวุธลับ SMEs (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Smart Life, 2557.

13. **ชวนะ ภวกานันท์.** กิเลสมาร์เกตติ้ง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Smart Life, 2557.

14. **ชวนะ ภวกานันท์.** นวัตกรรมนำการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Smart Life, 2558.

2. งานวิจัย (ย้อนหลัง 10 ปี ที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจ)

1. **ชวนะ ภวกานันท์.** การพัฒนาต้นแบบธุรกิจ Low Carbon เพื่อรองรับยุทธศาสตร์ Low Carbon Destination ขององค์กรบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะช้าง 2555-2556. ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเกาะช้าง จังหวัดตราด. 2556.

2. **ชวนะ ภวกานันท์.** การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2555-2556. โรงแรมซีวีวีรีสอร์ทแอนด์สปา เกาะช้าง จังหวัดตราด. 2556.

3. **ชวนะ ภวกานันท์.** การจัดการอุทยานการเรียนรู้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร. ทุนอดีตประธานสภากรุงเทพมหานครและสมาชิกกรุงเทพมหานคร นายกิตพล เชิดชูกิตพล. (วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศาลาว่าการกรุงเทพมหานครปัจจุบันหลังย้ายที่ทำการใหม่. 2556-2557).

4. **ชวนะ ภวกานันท์.** กระบวนทัศน์ยุทธศาสตร์การจัดการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างกระแสชาตินิยมในธุรกิจภาพยนตร์ไทยสู่สังคมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2553.

5. **ชวนะ ภวกานันท์.** การจัดการคุณภาพยนตร์ไทย ตามนโยบายรัฐบาล ปี พ.ศ. 2546-2549 : หลักการวิถีพุทธ. สมาคมนักวิชาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภายใต้การดูแลของสมาพันธ์ภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ. 2552. (วัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบในการขับเคลื่อนพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ 2551 เสนอต่อรัฐบาลพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์).

6. **ชวนะ ภวกานันท์.** ระบบตำราหลังยุคมิตรชัยปัญญา. สำนักไทยคดีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2550.

7. **ชวนะ ภวกานันท์.** การสื่อสารการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ไทย. สมาคมนักวิชาการ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภายใต้การดูแลของสมาพันธ์ภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ. 2549.
8. **ชวนะ ภวกานันท์.** โครงการประเมินผลหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล. สภาวิจัยแห่งชาติ. 2546. (โดยรับผิดชอบประเมินความคุ้มค่า OTOP และทางการวางแผนการเงินพร้อมมอบให้แก่ SMEs และวิสาหกิจชุมชนภาคใต้ ภาคกลาง)
9. **ชวนะ ภวกานันท์.** โครงการวิจัยการประเมินผลโครงการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ป้องกัน ยาเสพติด. กองบัญชาการทหารสูงสุด. 2546.
10. **ชวนะ ภวกานันท์.** โครงการวิจัยทำซอฟต์แวร์ E-Learning ระดับประถมศึกษาของประเทศไทย (หัวหน้าโครงการฯ). สภาวิจัยแห่งชาติ. 2546. (วัตถุประสงค์วิจัยเพื่อผลิตซอฟต์แวร์)
11. **ชวนะ ภวกานันท์.** Web Cam. หนังสือพิมพ์มติชน. 2546. 17.
12. **ชวนะ ภวกานันท์.** ไฮเสี้ยว พฤติกรรมคนต่างจังหวัดยกระดับเป็นคนกรุง. หนังสือพิมพ์มติชน. 2546. 17.
13. **ชวนะ ภวกานันท์.** Tip of Management. (ภาษาอังกฤษ). 2544. (ด้านการจัดการและการเงิน)
14. **ชวนะ ภวกานันท์.** รูปแบบสารโฆษณากับบทบาทของผู้บริโภค. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2541.
15. **ชวนะ ภวกานันท์.** Generation X. นิตยสารรายเดือนคู่แข่ง. 2540. (ได้รับเกียรติสัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์เนชั่น).
16. **ชวนะ ภวกานันท์.** Generation MTV. ดาราเดลี Make Money ไทยโพสต์ แนวหน้า. 2540. (ได้รับเกียรติสัมภาษณ์ลงหนังสือพิมพ์เนชั่น และเริ่มเผยแพร่ใหม่ 2549-2554).
17. **ชวนะ ภวกานันท์.** บทบาทสารโฆษณาภาพยนตร์ไทย. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2540. (วิจัยดีเด่นประจำปี 2540 ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
18. **ชวนะ ภวกานันท์.** การประเมินผลการรณรงค์โฆษณาและการประชาสัมพันธ์การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. 2537
19. **ชวนะ ภวกานันท์.** การรณรงค์การประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงานเชิงประจักษ์ (คิดออกมาเป็นผลตอบแทนการลงทุน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมของกรม. กรมพลังงาน กระทรวงพลังงาน. 2536
20. **ชวนะ ภวกานันท์.** การประเมินผลการรณรงค์โฆษณาและการประชาสัมพันธ์การประหยัดพลังงาน. กรมพลังงาน กระทรวงพลังงาน. 2548.

3. บทความวิจัย

ปี พ.ศ.2558-2559 9Cs Sustainable Service Model for Thai Microfinance Institutions. เป็นวิจัยระดับชาตินำเสนอการประชุมระดับชาติ ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และระดับนานาชาติที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งนำ Model 7Cs จาก ADB (Asia Development Bank) และ World Bank มาปรับปรุงเพิ่มเติม และเตรียมนำเสนอที่ประเทศฮ่องกง ในงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ.2559 โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสร้างสรรค์ทางบวก C Cresentive - Creative + Positive Thinking Care การที่ต้องดูแลลูกค้าและให้บริการตั้งคนรัก Passion Service ซึ่งธนาคารออมสิน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน ได้นำไปใช้เป็น Vision นอกจาก 7Cs

เดิมที่มีคือ Client-Demand Driven, Context, Change, Clearly Defined Results, aCcountability, Checkability and Cost Effectness โดยนำมาพัฒนาองค์การการเงินชุมชน รวมถึงการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนสนองนโยบายรัฐบาล

(ระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ นำเสนอในหลาย Conference และลงในวารสาร และฐานข้อมูลนานาชาติ อาทิ ScienceDirect, Dovepress Journal : International Journal of Nanomedicine, Springer journal และการประชุมนานาชาติ รวมถึงการถูกนำไปอ้างอิง Citation เขียนเป็นตำรา)

Joint International Conference on Information Communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang Lao PDR. Corres Authored of Technical Papers

1. Vacharee Prashyanusorn, Paiboom Prashyanusorn , Somkuan Kaviya, Chavana Pavaganun, Preecha Yupapin (2010) . **Sustainable Tourism using Security. Cameras With Privacy Proteeting Ability in Pattaya, Thailand.** In proceeding of the Joint International Conference on Information Communication Technology, Electronic and Elcetrical Engineecrig JICTEE 2010, Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 21010 ; 94.

(เป็นวิจัยที่มีส่วนให้พหยาติดกล้องวงจรปิดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประมาณ 32 ตัว)

2. Apatcha Sirichai, Suriya Pradisathaporn Somknan Kaviya ,Chavana Pavaganun, Yusaku Fujii and Preecha Yupapin (2010). **Marathon Monitoring and Safety using Ad Hoc Netrorks.** In proceeding of the Joint International Conference on Informationx Communication Technology,Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010, Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 2010; 95.

3. Poonsak Sirichai, Somkuan Kaviya, Chavana Pavaganun, Yusaku Fujii and Preecha P.Yupapin, (2010). **Smart Car with Security Camera for Poad Accidence Monitoring.** In proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication Technology Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December ,2010 ; 96.

4. Waraporn Nacharec, Suriya Pradisathaporn, SomKuan Kaviya, Chavana Pavaganun and Preecha P.Yupapin. (2010). **Intelligent Sign Canguage Interperets.** In Proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010, Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 2010 ; 99.

(วิจัยเครื่องแปลภาษาที่ส่งเสริม Literacy ให้กับไม่เฉพาะคนในเมืองแต่รวมท้องถิ่นด้วย)

5. Kirana Nerngchamnon, Somkuan Kaviya, Chavana Pavaganun and Preecha P.Yupapin. (2010). **World Heritage City Surveillance System Using Samart.** In Proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication

Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010, Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 2010 ; 100.

(วิจัยให้วิสาหกิจชุมชนตระหนักในพื้นที่ที่มีโอกาสเป็นมรดกโลกนำมาสร้างรายได้)

6. Ketsupich Thananunsophon, Benja Mangalabruks, **Chavana Pavaganun**, Yusaku Fujii and Preecha P.Yupapin.(2010). **Community monitoring and Security using a Smart Camera in the PEA Smart Grid**. In Proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang Lao PDR. 21-24 December, 2010 ; 103.

7. Krishnpong Meechunuck, **Chavana Pavaganun**, Nitikorn Dulayakorn, Faprathan Ratanatada, Nasaran Mahittchalkul Jiraya Akkarawiboonkij, Benja Mangalabruks.and Preecha P.Yupapin. (2010). **Contemporary Likay Thai : Reproduced Culture by Communication Innovation Network**. In proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 2010 ; 105.

(เป็นวิจัยส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้วิสาหกิจชุมชนไทยตระหนักในรายได้และชื่อเสียงลิเกไทย)

8. Nitikorn Dulyakorn, **Chavana Pavaganun**, Krishnpong Meechu nuck Faprathan Ratanatada, Acharin Pansuk, Nasaran Mahittichatkul, Benja Mangalabruks and Preecha P.Yupapin. (2010). **BOB Loss-preventing for Modern Trade Retail Product IN Safety**. Proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang,Lao PDR.21-24 December, 2010 ; 106 and 108.

(เป็นงานวิจัยแก้ปัญหาสินค้าหายและปัญหาการเงินให้กับผู้บริหาร TESCO-LOTUS)

9. Faprathan Ratanatada, **Chavana Pavaganun**, Ranan ChulaJata, Noomsake Yanavinayo, Nitikorn Dulayakorn, Krishnpong Meechunuck, Nasaran Mahittichatkul Jirayu Akkara wiboonkij Benja Mangalabruks and Preecha P.Yupapin. (2010). **Living Cultural Thai Puppet Performance : Aksra Hoon Lakorn Lek**. In proceeding of the Joint International conference on information & communication Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang, Lao PDR. 21-24 December, 2010 ; 110.

(เป็นงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าศิลปะที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนอาจมองข้าม สามารถสร้างกำไรให้ผู้เห็นโอกาสอย่างไร้ร่องรอยได้เพียงแค่นี้ใส่ใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้)

10. Romteera Khlaikhayzi, **Chavana Pavaganun**, Charlermlap lamsam-any, Amnuay Phetwjitphakdee, Akoson Jhylla wan, Sopit Pisitbannakorn, Nasaran Mahittichatkul, Whttiwit kakaew, Benia Mangalabruks and Preecha P. Yupapin. (2010). **Walking Stick Based on Ad Hoc Networks for Elderly and Blind Safety Protection**. In proceeding of the Joint International Conference on Information & Communication

Technology, Electronic and Electrical Engineering JICTEE 2010 Luang Prabang, Lao PDR 21-24 December, 2010 ; 132.

(เป็นงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นการป้องกันภัยให้กับผู้สูงอายุและผู้พิการทางสายตา ซึ่งหากธุรกิจหรือวิสาหกิจชุมชนอย่ามองเพียงแค่เป็นไม้เท้าช่วยเดินก็จะสร้างเป็นผลกำไรได้ และเดือนมีนาคม 2554 ทางประเทศญี่ปุ่นผู้เข้าฟังการนำเสนอได้นำไปเผยแพร่ลดอุบัติเหตุให้กับชุมชนจนบางวิสาหกิจชุมชนกลายเป็นรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำ)

หมายเหตุ : ทั้งหมดนี้ตีพิมพ์วารสารนานาชาติฐานข้อมูล Sci-direct Procedia Engineering 2010 Published by Elsevier Ltd., 2nd International Science, Social Science, Engineering and Energy Conference 2010:Engineering Science and Management.

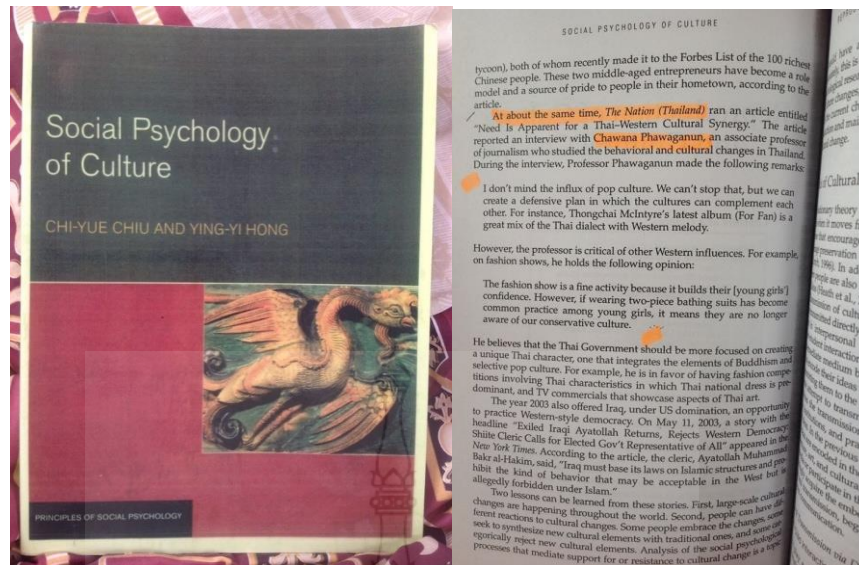
11. Chavana Pavaganun and Pattama Suwanpukdee. **A Students Documentary Film-Media Education and Thai, Culture.** In Proceeding of the Culture and Media Education An international Survey Stuttgart : Ludwigsberg University of Education 15-17 July 2010.

12. Chavana Pavaganun, Krishnapong Meechunuck, Nasaran Mahittichatkul, Pitaya Takolpukdee and Sa-ard Banchirdrit. **Re-Creation Creative Identities of Likay Thai to Matlab Neural-Network.** In proceeding of the International Conference on Information and Business Intelligence(IBM) 18-20 November Chongqing, China, and published by Springer-Verlag ตาม Consent to Publish 25 June 2011. และฐานข้อมูล Springer

13. Chavana Pavaganun. (2009). **Thai Film Industry and Co-Production System.** in Proceeding Tokyo Film Festival ,ปี 2009.

14. Chavana Pavaganun. (2011). **Human Facial Neural Activities and Gesture Recognition for Machine Interfacing Applications.** Dovepress Journal : International Journal of Nanomedicine 2554 : 6, 3461-3472.

15. Chavana Pavaganun “Cultural Reproduction” reference by Chi-yue Chin and Yin-Yi Hong in “Principles of Socia Psychology : Social Psychology of Change. University of Illinois. Illinois : Psychology Press New York and Hope 2006. (แนวคิดเรื่อง Cultural Reproduction” ได้รับเกียรติ จากคณะจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ โดย Chi-yue Chin และYin-Yi Hong อ้างอิงในตำราเรียนทางจิตวิทยา สังคมอยู่ในส่วน” Reproduction of Culture and Cultural Change” Chapter 9.



16. Amornsiri Dissorn, Shayut Pavapanunkul, Nasaran Mahittichatkul, Thanakorn Rachatakulpat, Kalyanon Kamolyabut (2015). **Service Performance Model of Hotel Business to Enhance Learning for Promoting Sustainable Tourism.** (p.389), In International Conference on Humanities and Social Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Social Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.

17. Kumthon Nimitpatr, Amorn Thungsuwan, Shayut Pavapanunkul , Thunyakarn Popat, Khampee Netumporn (2015). **Innovative Knowledge Destination Model for Sustainable Competitive Advantage.** (p.399), In International Conference on Humanities and Social Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Social Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.

18. Sombun Phatnadilok, Shayut Pavapanunkul, Tanatat Tubmongkol, Somsri Woenthong, Nasaran Mahittichatkul, Thanakorn Rachatakulpat, Kalyanon Kamolyabut (2015). **10 CS Learning Model of Sustainable Security Based Management for Thai Microfinance Institutions** (p.407), In International Conference on Humanities and Social Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Social Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.

19. Varapun Moongvicha, Shayut Pavapanunkul, Nasaran Mahittichatkul (2015). **Innovative Cultural Model for Direct Sales Thai Herbal Cosmetics** (p.417), In International Conference on Humanities and Social Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Social Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.

20. Anchaleeporn Thananchaitaveechote, Shayut Pavapanunkul, Suwannee Watthanavanichsat, Kumthon Nimitpatr, Nasaran Mahittichatkul, Chaison Rungkaputi, Phairoj Wongnamsap (2015). **Celebrity Endorsement Model in Brand Extension of Thai Film Entrepreneurs.** In International Conference on Humanities and Social

Sciences: ICHS 2015 Conference, Faculty of Humanities and Social Sciences Rajabhat Maha Sarakham University Maha Srarakham Thailand.

21. Anchaleeporn Thananchaitaveechote, **Shayut Pavapanunkul**, Nasaran Mahittichatkul (2015). INNOVATIVE BLENDING CELEBRITY ENDORSEMENT MODEL IN BRAND EXTENSION OF THAI FILM ENTREPRENEURS. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

22. Suwannee Watthanavanichsat, Amorn ThungsuwanAsst, **Shayut Pavapanunkul**, Nasaran Mahittichatkul (2015). 5S1Q Model of Brand Equity Scorecard Indicators for Lifestyle of Health and Sustainability in Health Supplement Products. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

23. Kununya Benjawan, **Shayut pavapanunkul**, Nasaran Mahittichatkul (2015). A Conceptual Framework on Tourism of Tomorrow. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

24. Thunyakarn Popat, Amorn Thungsuwan, Nasaran Mahittichatkul, **Shayut Pavapanunkul** (2015). Four Factor Model of Cultural Intelligence: Applying the Conceptualization of Compassionate Love Relationship. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

25. Amornsiri Dissorn, Shayut Pavapanunkul, Kunyanon Kamolyabut, Nasaran Mahittichatkul (2015). A primary integrated perspective findings on Neuro-Training. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

26. Laksamee Thungwha, **Shayut Pavapanunkul**, Amorn Thoongsuwan (2015). A conceptual Creative and innovation model for Developing new Concept of creative Economy. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

27. Thanaphon Ratchatakulpat, **Shayut Pavapanunkul**, Thanakon Ratchatakulpat (2015). INNO – IMITATION : A Critical Conceptual Approach for Global Strategies. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

28. Kumthon Nimitpatr, **Shayut Pavapanunkul**, Amorn Thungsuwan (2015). INNOVATIVE KNOWLEDGE DESTINATION MODEL FOR SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE OF TOURISM INDUSTRY. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

29. Varapun Moongvicha, Shayut Pavapanunkul (2015). **Innovative Model for Thai Local Wisdom of Traditional & Alternative Medicine in Elderly Society.**

การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

30. Dr.Amorn Thoongsuwan, Asst.Prof.Dr.Shayut Pavapanunkul, Dr.Thanatas Tupmongkol, Dr.Nasaran Mahittichatkul (2017). **The Co-production Model of Thai Film Industry and Movie Business: Applying The Conceptualization of Compassionate Love Relationship-led Merit Based Investment.** 1st Asian Social Sciences and Business Research Conference. University of Macau, Macau, China, 24-26 August 2017.

