

การศึกษาปัจจัยและแนวโน้มของการขับเคลื่อนและพัฒนา
งานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจในบริบทของอาเซียน
A study of Factors and Trends in Actuation and
Development Thai lms to be Creative Economy Products
in ASEAN context

สามมิติ สุขบรรจง*

*วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

*Corresponding author. E-mail: sammiti@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน และ 2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่เป็นผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ไทย โดยการวิจัยเก็บข้อมูลในระหว่างปี 2559-2560 ภายใต้นวัตกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มแนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ 2) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริบทของอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนตามทัศนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีปัจจัยสำคัญอยู่ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านนโยบาย - ต้องมีความเข้าใจถึงคุณค่าและหน้าที่ของภาพยนตร์ รวมถึงสนับสนุนและให้อิสระทางความคิด 2) ปัจจัยด้านเงินทุน - แหล่งทุนต้องมีความหลากหลาย และผู้บริหารหรือผู้ชมเป็นตัวแปรทำให้เกิดการลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร - ต้องพัฒนาด้านมุมมองและศักยภาพของคนในสายอาชีพการทำภาพยนตร์พัฒนาด้าน 'ความคิดสร้างสรรค์'

เพื่อให้แข่งขันกับต่างชาติแลกเปลี่ยนความรู้และแบ่งปันประสบการณ์การทำงาน 4) ปัจจัยด้านการสร้างสรรค์-ต้องพัฒนาเนื้อหาที่แสดงให้เห็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมแต่มีการสื่อสารที่มีความเป็นสากล 5) ปัจจัยด้านอื่นๆ - ปัจจัยด้านการตลาดต้องเข้าใจระบบคิดและวัฒนธรรมของผู้คนในอาเซียนซึ่งมีภาษาและวัฒนธรรมย่อยและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือต้องพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์พัฒนาสุนทรียะและรสนิยมของผู้ชม และสร้างเครือข่ายทางสังคมความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียน

คำสำคัญ: ภาพยนตร์ไทย ปัจจัย การขับเคลื่อนและพัฒนา สินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาเซียน

Abstract:

This research has two purposes. Firstly, to study factors and trends in actuation and development Thai films to be creative economy products in ASEAN context. Secondly, to provide guidance on development Thai films to be creative economy products in ASEAN context. This research used qualitative method with documentary analysis study and In-depth Interview Key Informants who represent and take responsibility in producing and creating Thai films such as Executive Producer in Thai Film Company, Film directors and those involved in Thai film production. This research studies between the years of 2016-2017. The analysis consists theoretical framework in 3 groups of Concepts and theories; 1) Film Theory 2) Creative Economy. 3) The context of ASEAN. The research results found that the driving and development of Thai films to be creative economy products in the context of ASEAN, according to the opinion of the key informants, has five main factors: 1) Policy factors - Understand the value and function of the film. Include support and freedom of thought. 2) Funding factors - Funding sources must be diversified. The consumer or audience is a variable contributor to film production. 3) Personnel Factors - Develop the perspective and potential of the people in the profession. 'Creative' to compete with foreigners, share knowledge and share experiences. 4) Creativity Factors - Develop content that shows cultural differences, but has universal communication. 5) Other Factors - Marketing factors must understand the thinking and culture of people in ASEAN

who have a sub-culture and language, and build a brand to be known and trusted. To develop a film distribution channel to develop aesthetics and taste of the audience. And create a social network. Cooperation between ASEAN member countries.

Keywords: Thai films, Factors, Actuation and Development, Creative Economy Products, ASEAN

บทนำ

‘ภาพยนตร์’ เป็นศิลปะแขนงที่ 7 ที่มีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลทางความคิดและสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมของมนุษย์ในทุกแง่มุม ในทางสังคม ภาพยนตร์เป็นสื่อสากลประเภทบันเทิงที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย และสร้างสรรค์กระแสสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงจนสามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้คนทั่วโลกได้ นอกจากนี้ในทางเศรษฐกิจภาพยนตร์ยังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าให้กับประเทศ รายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ภาพยนตร์มีเพียงก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านมูลค่าที่เป็นตัวเงิน แต่ยังคงก่อให้เกิดมูลค่าทางภาพลักษณ์ของประเทศ ประเทศไทยได้มีการจัดทำ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ. 2555 – 2559) ประเทศไทย: ศูนย์กลางภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งเอเชียขึ้น โดยคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติได้ระบุว่า โดยนัยทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในสินค้าและการบริการของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของทุกๆ ประเทศในโลกรวมทั้งประเทศไทย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคมดังที่กล่าวแล้ว อุตสาหกรรมนี้ยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ โดยในปี 2552 ภาพยนตร์ไทยมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 26,184 ล้านบาท แอนิเมชันและเกมมีมูลค่า 30,000 ล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องจากมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่หลากหลายกระจายอยู่ในหลายภาคส่วน และเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2554 รัฐบาลได้แถลงนโยบายที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไว้หลายประการ อาทิ ประการที่ 1 เสริมสร้างกระบวนการสร้างอาชีพ สร้างงานที่มีคุณภาพและมีรายได้สูงให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เป็นระบบในทุกระดับชั้นความรู้ ส่งเสริมให้เกิดความรู้ ความชำนาญและความคิดสร้างสรรค์ ประการที่ 2 ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมจากวัฒนธรรมของชาติเพื่อนำรายได้เข้าประเทศ เช่น อุตสาหกรรมถ่ายทำภาพยนตร์ ประการที่ 3 สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย ประการที่ 4 พัฒนารัฐกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการผลิตและ

การตลาดสู่ระดับภูมิภาค โดยเพิ่มความหลากหลายมูลค่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น เช่น ธุรกิจภาพยนตร์ ประการที่ 5 ส่งเสริมความร่วมมือและเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับอารยประเทศและประชาคมอาเซียน ร้อยเรียงเรื่องราวผ่านการสื่อสารรูปแบบใหม่และเทคโนโลยีทันสมัยและประการที่ 6 นำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยนำวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นเป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์

นอกจากนี้ทางคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติยังได้แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยควรเร่งการผลักดันขยายฐานการผลิตและการตลาดให้สู่ระดับภูมิภาคของเอเชียตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อไปสู่เป้าหมายสำคัญคือ การใช้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมอย่างบูรณาการในการสร้างจุดยืนที่แข็งแกร่งของไทยในเวทีโลก (คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ, 2555: 1-2) ข้อมูลของคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ที่ได้รายงานสรุปภาพรวมเกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไว้ความว่า

อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญและมีบทบาทในการผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งของไทยและของโลกและเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นเป้าหมายของการส่งเสริมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (ในไทย ปี 2010 จ้างงาน 3.3 หมื่นคนและสร้างมูลค่าเพิ่มกว่า 4.2 หมื่นล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของ GDP)...ภาพยนตร์ไทยมีชื่อเสียงในตลาดสากลมากขึ้น เช่น ต้มยำกุ้ง (ติดอันดับภาพยนตร์ทำเงินสูงสุดของสหรัฐอเมริกา ในสัปดาห์แรกที่เข้าฉาย) พี่มาก..พระโขนง (ทำรายได้ในไทยกว่า 568 ล้านบาทและติดอันดับหนึ่งทำเงินของอินโดนีเซีย ฮองกง สิงคโปร์) หรือแอนิเมชัน ก้านกล้วย ได้ถูกนำไปฉายในหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียรายงาน Super-Cycle ปี 2010 คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตลาดจะเชื่อมโยงในระดับโลกมากยิ่งขึ้น ตลาดเกิดใหม่จะเติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทมากขึ้น รวมทั้งสื่อรูปแบบใหม่จะมีส่วนช่วยให้ตลาดเกิดใหม่ได้เข้าถึงและเป็นที่รู้จักของตลาดระดับโลกมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2557: 1)

นอกจากนี้ เรวดี แก้วมณี นักวิชาการจากสำนักนโยบายอุตสาหกรรม มหภาค (สม.) ได้แสดงความคิดเห็นในบทความเรื่อง “อุตสาหกรรมสื่อบันเทิง..The Star ในกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงของไทยไปสู่

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังนี้

ปัจจุบันกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาผนวกกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการ ได้ขยายตัวเข้าสู่ระดับอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ซึ่งอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ก็มีความหลากหลาย และ “อุตสาหกรรมสื่อบันเทิง” เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่มีศักยภาพและมีโอกาสในการพัฒนาหลายประการจากการที่ประเทศไทยมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการสร้างสรรค์ มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ และเป็นที่ต้องการของต่างประเทศ รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงไทยให้ขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับนานาชาติ อีกทั้งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ มีศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายงดงาม ทรงคุณค่า ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการสร้างสรรค์งาน นอกจากนี้ยังมีโอกาสจากการรวมตัวทางเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ที่จะมีการเปิดตลาดเสรีทางการค้าบริการด้านบันเทิงมากขึ้นอีกด้วย (เรวดี แก้วมณี, 2557: 1)

นอกจากการตื่นตัวของภาครัฐของไทยที่เล็งเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจในอาเซียนแล้ว ด้านของผู้บริโภคภาพยนตร์จากประเทศต่างๆ ในอาเซียนก็ได้แสดงออกให้เห็นถึงความต้องการบริโภคภาพยนตร์และสื่อของไทยเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูล & ข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง (Thai Civil Rights and Investigative Journalism-TCIJ) ได้ระบุถึงความนิยมบริโภคสื่อบันเทิงไทยของประเทศเพื่อนบ้านและเป็นการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมของภาพยนตร์และสื่อบันเทิงไทยสู่อาเซียนที่มีความเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

เมื่อเดือน ธ.ค. 2558 สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือ ASEAN ได้เข้าสู่ความเป็น “ประชาคม” อย่างเต็มตัว แม้คนส่วนใหญ่อาจนึกถึง ‘อาเซียน’ ในแง่ของความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจเป็นอันดับแรก แต่ ‘การเชื่อมโยงด้านวัฒนธรรม’ ก็เป็นอีกมุมหนึ่งของอาเซียนที่สำคัญไม่แพ้กัน เช่นเดียวกับการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมของ ‘สื่อบันเทิงไทย’ สู่ประเทศเพื่อนบ้านเริ่มที่มีให้เห็นมากขึ้นเรื่อย ๆ กระแสความนิยมสื่อบันเทิงไทยในอาเซียน ได้รับความนิยมมาเป็นเวลานาน เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลง การสื่อสาร ความบันเทิงสามารถเชื่อมต่อกันและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ด้วยสาเหตุนี้ทำให้สื่อบันเทิงไทยค่อนข้างเติบโตมากขึ้นกว่าเดิม อิทธิพลของสื่อบันเทิงไทยต่อประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็นประเทศ ลาว พม่า กัมพูชา และเวียดนาม เริ่มจากที่มีแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านมาทำงานอยู่ในไทยต่อเนื่องหลาย ทศวรรษ และรับสื่อบันเทิงไทยมาโดยตลอด ทำให้มีจำนวนของแรงงานที่รู้ภาษาไทยผ่านการรับสื่อบันเทิงไทย และคุ้นเคยกับวิถีชีวิตแบบคนไทยไปกลมกลืน เมื่อกลับประเทศต้นทางก็ได้นำอิทธิพล

เหล่านี้กลับไป และยังเผยแพร่ให้กับสังคมที่นั่นด้วย โดยประเทศที่ได้รับอิทธิพล
สื่อบันเทิงไทยหลักคือ ประเทศลาว พม่า กัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งเมื่อได้รับสื่อบันเทิงไทย
ดังกล่าว ทำให้เห็นถึงความแนวคิดของคนในสังคมนั้น ทั้งที่มีต่อคนไทย สังคมไทย
และพวกเขาจะมองสะท้อนย้อนกลับถึงสังคมของตนเองผ่านการรับสื่อ บันเทิงไทย
สื่อบันเทิงไทยที่เป็นที่นิยมต่อประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ เพลง ละคร และภาพยนตร์ เป็นต้น
เห็นได้จากที่หลาย ๆ ประเทศได้นำสื่อบันเทิงไทยไป เผยแพร่ ทำซ้ำ ทั้งที่อย่างเป็นทางการ
คือการที่ประเทศต้นทางได้มาซื้อลิขสิทธิ์จากไทยหรือมีการร่วมทุนกันระหว่าง
ทั้งสองประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ในนามบริษัท BEC-TERO ร่วมทุนกับบริษัท
Forever Group ของพม่า มีการรับชมผ่านโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและช่องทาง
อินเทอร์เน็ตของผู้ผลิตสื่อใน ไทยโดยตรง และอย่างไม่เป็นทางการคือ การที่มีการลักลอบ
อัดสำเนาละครไทยแล้วนำไปขายในรูปแบบ วีซีดี ดีวีดี เผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต
แปลภาษาเป็นภาษาของประเทศนั้น ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ผลิตสื่อในไทย
นอกจากนี้ยังพบว่ามีการนำ ซีรีส์ Sotus S The Series ของไทย ไปแปลเป็นภาษา
เวียดนาม แล้วได้ทำออกมาเป็นรูปแบบ DVD โดยได้จัดจำหน่ายผ่านทางเพจ
เฟสบุ๊คของบริษัทในประเทศเวียดนามเอง ซึ่งให้เห็นว่ามีชาวเวียดนามบางส่วนที่ชื่นชอบ
สื่อบันเทิงไทยจากการสัมภาษณ์นางสาว May Sabai Maung นักศึกษาระดับปริญญาตรี
สาขาวิชาภาษาไทย ของ University of Foreign Languages, Yangon ว่าในประเทศ
พม่ามีความนิยมสื่อบันเทิงไทยอย่างไร เธอระบุว่า ในฐานะปัจเจก เธอชื่นชอบสื่อบันเทิง
ไทยมาก โดยเฉพาะละคร โดยที่ผ่านมาเธอเคยชมละครไทยหลายเรื่อง เช่น ละคร เรื่อง
วนิดา เป็นต้น ส่วนภาพยนตร์ที่ชื่นชอบก็เช่นเรื่องพี่มาก..พระโขนง โดยการรับสื่อบันเทิง
ไทยของเธอเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เธอเลือกศึกษาวิชา ภาษาไทยในระดับอุดมศึกษาที่
University of Foreign Languages, Yangon นอกจากนี้ May Sabai Maung ยังเผยด้วย
ว่าได้รับสื่อบันเทิงไทยจากช่องทาง Youtube เป็นหลักเพราะไม่มีค่าใช้จ่าย ส่วนการรับชม
สื่อบันเทิงไทยของแรงงานพม่าในประเทศไทยนั้นพบว่าปัจจัย หนึ่งที่ทำให้แรงงาน
พม่าสามารถเรียนรู้และปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมของไทย ผศ.วิรัช นิยมธรรม อาจารย์
ประจำหลักสูตรพม่าศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ระบุว่าแรงงานพม่ามาทำงานอยู่ใน
ไทยต่อเนื่องมารวมสองสามทศวรรษก็รับสื่อ บันเทิงไทยมาตลอด ในด้านหนึ่งแรงงาน
พม่าเริ่มเรียนรู้ภาษาไทยผ่านการบริโภคสื่อบันเทิงไทยนี้ ทำให้คุ้นเคยและปรับตัวเข้า
กับกับวิถีชีวิตแบบคนไทย ส่งอิทธิพลให้มองเห็นประเทศไทยเป็นบ้านชั่วคราวและ
บ้านหลังที่สอง (ศูนย์ข้อมูล & ข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2561: ออนไลน์) มากขึ้น
อีกด้วย (เรวัต แก้วมณี, 2557: 1)

จากข้อมูลของนักวิชาการด้านภาพยนตร์ เศรษฐกิจและสื่อมวลชนข้างต้น ทำให้
ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย นอกจากนี้ยังเห็นถึงบริบทของ
ความต้องการบริโภคภาพยนตร์ไทยของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ผู้วิจัยจึงตั้งคำถาม

เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยว่า ในปัจจุบัน สภาพของวงการภาพยนตร์ไทยจะมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาไปสู่สินค้าทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนในลักษณะที่ยั่งยืนได้หรือไม่ เมื่อภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนจะมีปัจจัยอื่นใดที่จะช่วยขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ของไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้หรือไม่อย่างไร จากคำถามดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาตั้งเป็นประเด็นในการศึกษาโดยมีหัวข้อการวิจัยคือ “การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน” ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยคาดว่าการศึกษาเรื่องดังกล่าวจะก่อให้เกิดประโยชน์ในวงวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการภาพยนตร์ที่จะได้มองเห็นถึงสภาพ และปัจจัยที่จะขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันและอนาคตให้ออกสู่ตลาดสากลและนำรายได้กลับเข้ามาพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ‘การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน’ มีขอบเขตในการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขอบเขตเนื้อหา คือ การศึกษาปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ ผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ไทย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้คือประเทศไทยและกลุ่มประเทศในอาเซียน

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยกำหนดเวลาในการศึกษาคั้งนี้เป็นเวลา 1 ปี ในช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2560 โดยทั้งโครงการจะกำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษาแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

1) ระยะในการสำรวจและเก็บข้อมูล

2) ระยะในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีภาพยนตร์ไทยร่วมกับแนวคิดที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริบทของอาเซียน

3) ระยะในการตีความข้อมูลและเขียนรายงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตและจดบันทึก (Observation and Report) และการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ประกอบภาพถ่ายและผังโครงสร้างวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยงานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ผู้วิจัยจึงเน้นการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตและจดบันทึก (Observation and Report) และการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และสื่อโสตทัศนวัสดุ (Auditory & Visual Medias) ทั้งนี้ การศึกษาของผู้วิจัยมี 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อออกแบบการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อออกแบบการวิจัย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2559 ถึงเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2559 การเก็บข้อมูลสำคัญในการออกแบบการวิจัย ในครั้งแรกผู้วิจัยศึกษาข้อมูลที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ที่รายงานข้อมูลของภาพยนตร์ไทยที่

เผยแพร่ในประเทศประชาคมอาเซียนที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจและตั้งคำถามว่า สภาพของวงการภาพยนตร์ไทยจะมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาไปสู่สินค้าทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนในลักษณะที่ยั่งยืนได้หรือไม่ เมื่อภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนจะมีปัจจัยอื่นใดที่จะช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ของไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้หรือไม่อย่างไร และจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาตั้งเป็นประเด็นหลักในการศึกษาดังนี้

จากประเด็นคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาตั้งเป็นประเด็นในการศึกษา โดยมีหัวข้อการวิจัยคือ “การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน” โดยผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัย

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัย

ระยะนี้เป็นช่วงเวลาดำเนินการวิจัย ภายหลังจากการเก็บข้อมูลในระยะที่ 1 ด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือเป็น ‘แบบสัมภาษณ์’ ที่ให้ผู้วิจัยได้ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้กับผู้ใช้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นวิธีการหลัก นอกจากนี้ยังได้เดินทางไปเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และได้จัดบันทึกอย่างละเอียด ตลอดจนบันทึกข้อมูลภาพถ่ายเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ให้ขั้นตอนต่อไป โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายนพ.ศ. 2559-มกราคม พ.ศ.2560

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยจากเอกสารและสื่อออนไลน์ที่มีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการส่งออกและเผยแพร่ในกลุ่มประชาคมอาเซียน ซึ่งการศึกษาข้อมูลส่วนนี้เป็นการศึกษาที่ไม่จำกัดพื้นที่สนาม ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่อยู่ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ และบริบทของการวิจัย อย่างไรก็ตาม พื้นที่หลักในการเก็บข้อมูล คือ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ที่มีข้อมูล ภาพยนตร์ไทยที่เผยแพร่ในกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ซึ่งสาระหลักของกลุ่มข้อมูลกลุ่มนี้ คือ ข้อมูลสื่อโซเชียล ทัศนภาพประกอบด้วยข้อมูลเสียง ข้อมูลภาพเคลื่อนไหว รวมถึงภาพและข้อความที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ระยะที่ 3 การตีความข้อมูลและเขียนรายงานวิจัย

ระยะนี้เป็นช่วงเวลาภายหลังเสร็จสิ้นการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ ‘แบบสัมภาษณ์’ ผู้วิจัยจะนำผลการสัมภาษณ์มาตีความข้อมูล โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ไทย เพื่อนำมาตีความและทำความเข้าใจกับสภาพของภาพยนตร์ไทย และมีติต่าง ๆ ของภาพยนตร์ไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาทำความเข้าใจงานภาพยนตร์ในฐานะสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนในปัจจุบัน และแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริบทของอาเซียนเพื่อทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมและค่านิยมที่ทิศทางของการขับเคลื่อนและพัฒนาภาพยนตร์ไทยให้ไปสู่สินค้าในบริบทอาเซียน เมื่อตีความผลการศึกษาระวังแล้ว ผู้วิจัยจะเขียนรายงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ในลำดับสุดท้าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการทำงานสนาม และเครื่องมือบันทึกข้อมูลสตัททัศน์ด้วย ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาคำตอบให้กับคำถามการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ โดยในแบบสัมภาษณ์จะกำหนดประเด็นคำถาม หรือรายการคำถามเรียงลำดับไว้แล้วก่อนที่จะสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์ในงานวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 คำถามในประเด็นที่เกี่ยวกับสถานการณ์ของวงการภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

ตอนที่ 3 คำถามในประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นควบคู่กับการบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ภายหลังจากได้ข้อมูลมาเป็นที่เรียบร้อยแล้วในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎี เพื่อนำไปตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ต่อไป

2. แบบบันทึกการทำงานสนาม

แบบบันทึกการทำงานสนาม เป็นแบบบันทึกเพื่อการทำงานสนามส่วนตัว มีโครงสร้างหลัก คือ วัตถุประสงค์การวิจัยและแผนการวิจัย (กิจกรรม/ช่วงเวลา) ในสมุดบันทึกประกอบด้วย รายงานบุคคลที่เกี่ยวข้อง สถานที่อยู่ ที่ทำงาน/หมายเลขโทรศัพท์ /Email address การติดต่อนัดหมาย แนวทางการสังเกต แนวทางการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลภาพถ่าย วางแผนการทำงาน กำหนดการ กำหนดจุดประสงค์การทำงานในแต่ละวัน การทบทวนการทำงานในแต่ละวัน/สัปดาห์/เดือนและช่วงระยะของงาน หมายเหตุ การทำงาน การบันทึกการติดต่อนัดหมายและค่าใช้จ่าย

ผู้วิจัยใช้สมุดบันทึกการทำงานทุกวัน เพื่อทบทวน ประเมินผล พิจารณากิจกรรมที่

จะเกิดขึ้นในวันสัปดาห์/เดือนถัดไปซึ่งได้วางแผนอย่างต่อเนื่อง สมุดบันทึกการทำงานถูกใช้ควบคู่ไปกับการจดบันทึกละเอียดในกระดาษบันทึกข้อมูลแต่ละด้านพร้อมการระบุแหล่งอ้างอิงและจัดเก็บไว้ในแฟ้มเอกสารข้อมูลวิจัยอย่างเป็นทางการหมวดหมู่

3. เครื่องมือบันทึกข้อมูลโสตทัศนวัสดุ

เครื่องมือสื่อโสตทัศนวัสดุ คือ กล้องถ่ายภาพนิ่ง กล้องถ่ายภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียงและเครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลโสตทัศนวัสดุทั่วไป ความเข้มข้นในการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกโสตทัศนวัสดุจะอยู่ในช่วงการเก็บข้อมูลปฏิบัติการ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ได้อย่าง ถี่ถ้วนในช่วงของการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์เชิงลึก และด้วยวิธีการสังเกตและจดบันทึกลงในแบบบันทึก รวมถึงมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้รู้และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านภาพยนตร์ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาและนำเสนอไว้ในบทที่ 2 ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและเพียงพอต่อการตอบคำถามในแต่ละประเด็นของวัตถุประสงค์การวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง 'การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน' โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ กลุ่มผู้บริหารบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ไทยผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปดังนี้

การขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนตามทัศนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่ามีปัจจัยสำคัญอยู่ 5 ด้านได้แก่

1. ปัจจัยด้านนโยบาย
2. ปัจจัยด้านเงินทุน
3. ปัจจัยด้านบุคลากร
4. ปัจจัยด้านการสร้างสรรค์
5. ปัจจัยด้านอื่น ๆ

ปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงทัศนะไว้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์จนได้ข้อสรุปจากทัศนะที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในแต่ละด้านดังนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบาย

ผลการวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้นั้น จำเป็นต้องมีนโยบายที่เกิดจากความเข้าใจถึงคุณค่าและหน้าที่ของภาพยนตร์ ก่อนที่จะทำให้ภาพยนตร์เป็นสินค้า ภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมควรทำความเข้าใจหน้าที่ของภาพยนตร์เสียก่อน ว่ามีภาพยนตร์มีหน้าที่หลายด้านมากกว่าเพียงให้ความบันเทิง ดังนั้นจึงควรมีนโยบายในการพัฒนาเนื้อหาและกระบวนการสร้างภาพยนตร์ให้เป็นสินค้าโดยมีความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของภาพยนตร์ในหลายมิติเป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐควรต้องวางแผนการส่งเสริมในระยะยาว หรือออกพระราชบัญญัติที่ภาครัฐให้การสนับสนุนผู้สร้างสรรคงานภาพยนตร์ โดยภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณให้กับองค์กรพัฒนาภาพยนตร์ไทยเป็นการถาวร และควรมองเห็นภาพยนตร์ในฐานะสินค้าส่งออกเหมือนสินค้าอื่นๆ ภาพยนตร์เป็น พาณิชยศิลป์ รัฐควรเข้าใจว่า งานศิลปะนั้นไม่ได้มีรูปแบบเดียว แต่งานความคิดสร้างสรรค์ จะอวกแยะและยั่งยืนได้ อยู่ที่รัฐสนับสนุนและให้อิสระทางความคิด ปัจจัยที่สำคัญในเชิงนโยบายอีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ ภาครัฐจำเป็นต้องส่งเสริมการหารายได้ อื่นในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รวมทั้งแก้ปัญหาในการให้ความสะดวกกับการสร้างสรรคงานภาพยนตร์ในประเทศ รัฐต้องมองให้เห็นว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์และนำเงินรายได้เข้ามาสู่ประเทศแล้ว รวมทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายคนทำภาพยนตร์ และถ่ายทอดความรู้ใหม่ซึ่งเป็นช่องทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืน

2. ปัจจัยด้านเงินทุน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเงินทุนเป็นปัจจัยที่สำคัญและส่งผลอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน ทุนเป็นปัจจัยเริ่มต้นที่จะทำให้เกิดการสร้างสรรค และมีช่องทางการหาทุนที่หลากหลาย ผู้บริโภคหรือผู้ชมเป็นตัวแปรสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการลงทุนเพื่อการผลิตภาพยนตร์ หากผู้บริโภคซื้อไม่ดูภาพยนตร์ไทยหรือไม่สนับสนุนการดูภาพยนตร์แบบถูกลิขสิทธิ์ ก็ไม่มีทางที่ภาพยนตร์จะประสบความสำเร็จได้ โดยแน่นอนว่าผู้ลงทุนก็จะไม่เสี้งลงทุนกับภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มจะไม่ประสบความสำเร็จ ในด้านการแหล่งทุน อาจมาจากทุนของตัวผู้กำกับในการอยากจัดทำภาพยนตร์เอง หรือทุนอาจมาจากเอกชน

หรือภาครัฐ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงต่างประเทศที่ให้การสนับสนุนในด้านการขาย หรือการนำภาพยนตร์ไปต่างประเทศ ปัจจัยด้านทุนดังกล่าว รัฐควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและทำให้เป็นวาระสำคัญระดับชาติ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการขับเคลื่อนภาพยนตร์ให้สามารถเป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน โดยควรเริ่มต้นที่ทัศนคติของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำให้เกิดภาพยนตร์ ทุกฝ่ายหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้าใจหน้าที่และพลังของภาพยนตร์ รวมทั้งต้องเกิดการพัฒนาด้านมุมมองและศักยภาพของคนในสายอาชีพการทำภาพยนตร์ อาทิ นายทุนและผู้ผลิตหรือโปรดิวเซอร์ รวมไปถึงการพัฒนาจรรยาบรรณทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ผู้ผลิตภาพยนตร์ควรได้รับโอกาสและทุนในการพัฒนาความสามารถอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในด้านการผลิตมีมาตรฐานทัดเทียมกับต่างประเทศ รวมทั้งควรพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถและศักยภาพในการทำงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นควรได้รับการพัฒนาด้าน 'ความคิดสร้างสรรค์' เพื่อให้แข่งขันกับต่างชาติได้ พัฒนาคนเขียนบทซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตภาพยนตร์ โดยผู้ทำหน้าที่นี้ต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในศาสตร์การเขียน และเขียนโดยคำนึงถึงการตอบรับของผู้บริโภคเป็นสำคัญ และบุคลากรอีกแขนงที่ถือว่าสำคัญต่อการวงการภาพยนตร์ คือ นักแสดง ซึ่งมีผลต่อความนิยมของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ดังนั้น การพัฒนาฝีมือการแสดงของนักแสดงให้มีเป็นที่ยอมรับและนิยมในตลาดจะมีส่วนช่วยให้ภาพยนตร์ไทยประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ ช่องทางในการพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์อีกประการหนึ่งคือ การส่งเสริมให้มีการจัดตั้งชมรมขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ได้มีพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้และแบ่งปันประสบการณ์การทำงาน วิธีการถ่ายทำ วิธีการจัดจำหน่าย เป็นต้น รวมถึงการปรึกษาหารือ ระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางของวงการภาพยนตร์ไทย ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะทำให้เกิดการต่อยอดและพัฒนาผลงานภาพยนตร์ไทยในอนาคต

4. ปัจจัยด้านการสร้างสรรค์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาภาพยนตร์ไทยเนื่องจากจุดแข็งของภาพยนตร์ไทย คือ กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและเนื้อหาที่มีความเป็นสากล แต่ยังสามารถคงเอกลักษณ์ของไทยไว้ได้ ถ้าหากสามารถพัฒนาและเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อเรื่องได้ก็จะส่งผลดีต่อการภาพยนตร์ไทยในการขยาย

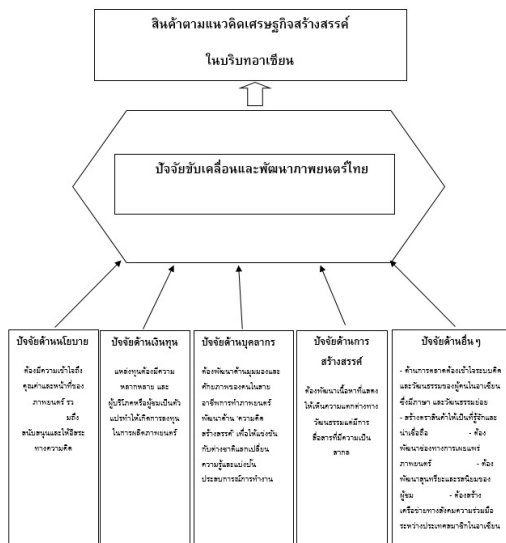
เข้าสู่ตลาดอาเซียน การจะสร้างการยอมรับภาพยนตร์ไทยในหมู่ผู้ชมอาเซียน ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์ควรมีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม แต่ต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่มีความเป็นสากล รวมถึงการสื่อสารที่ต้องเป็นวัฒนธรรมสากลที่รับรู้ร่วมกันทั่วโลกจึงจะขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไปได้ไกล ผู้ผลิตควรสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่สามารถดูได้ทุกเพศทุกวัย และลดข้อจำกัดต่างๆ ลงให้น้อยที่สุด หากภาพยนตร์มีเนื้อหาที่ดี มีกระแสตอบรับที่ดี ผู้ชมรู้สึกสนุกไปกับการรับชม ก็จะทำให้เกิดความเชื่อมั่น และต่อยอดไปถึงการขายตลาดภาพยนตร์ไทยในอาเซียนได้ การจะทำภาพยนตร์ให้ประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงเนื้อหาซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างงาน สื่อภาพยนตร์ไม่ใช่สิ่งที่จะต้องตามกระแสนิยม เพราะการเลือกเกาะกระแสจะทำให้ผู้ผลิตไม่ให้ความสำคัญกับส่วนเนื้อหาเท่าที่ควร โดยเนื้อหาและโครงเรื่อง (plot) ที่จะประสบความสำเร็จต้องประกอบสร้างจากความความคิดหรือไอเดียที่น่าสนใจ แปลกใหม่และแตกต่างจากงานภาพยนตร์ในตลาดมากที่สุด ดังนั้นสิ่งที่จะทำให้ภาพยนตร์ไทยโดดเด่นขึ้นมา คือการสร้างความแตกต่างอย่างเหลือเชื่อ ผ่านเนื้อหา (content) ผ่านวิถีทางที่แปลกใหม่ รวมถึงการใช้ความรู้ด้านการตลาดในการขายภาพยนตร์ให้กับอาเซียนยังควรคำนึงถึงความนิยมของคนในประเทศที่มีต่อภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะส่งผลต่อกระแสการยอมรับในต่างชาติ

5. ปัจจัยด้านอื่น ๆ

ผลการวิจัยพบว่า การขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทยให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้นั้น ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด และการมองเห็นความสำคัญของตลาดอาเซียน รวมถึงต้องเข้าใจระบบคิดและวัฒนธรรมของผู้คนในอาเซียนซึ่งมีภาษา และวัฒนธรรมย่อยมากมายที่แตกต่างกันหลากหลาย โซเชียลมีเดีย เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการทำให้ภาพยนตร์เป็นที่รู้จักในตลาดต่างชาติ รวมทั้งการใช้แผนการตลาดในการสร้างแบรนด์ หรือตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ การสร้างโรงภาพยนตร์ในแหล่งชุมชน โดยประเทศไทยควรมีพื้นที่สำหรับเผยแพร่สื่อภาพยนตร์ในระดับที่เจาะจงขึ้น เช่น ในมหาวิทยาลัยหรือชุมชนต่างๆ ซึ่งอาจจะมีการเรียกเก็บค่าเช่าในราคาที่ถูกกว่าปกติ จะเป็นทางหนึ่งที่จะไปเชื่อมโยงกับอาเซียนได้ รวมทั้งการสร้างการยอมรับภาพยนตร์ไทยในอาเซียน โดยการจัดจำหน่ายและการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงวิธีการสร้างจุดยืนของภาพยนตร์ไทยในอาเซียนอย่างยั่งยืนด้วยการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบที่ถูกลิขสิทธิ์

ปัจจัยด้านผู้ชม หรือการพัฒนาผู้ชมภาพยนตร์ด้วยการสร้างเสริมรากฐาน

ความเข้าใจในเรื่องศิลปะมากขึ้น และการทำความเข้าใจเรื่องสุนทรียะและรสนิยมของผู้ชมในกลุ่มประชาคมอาเซียนแต่ละประเทศจะส่งผลต่อโอกาสในการขายหรือเผยแพร่ภาพยนตร์ในต่างประเทศ ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่ายทางสังคม การสร้างภาพยนตร์ที่มีการร่วมมือกันระหว่างหลายๆ ประเทศในอาเซียนเป็นวิธีการหนึ่งที่น่าสนใจ โดยสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้หลากหลายขึ้นผ่านกระบวนการทางความเชื่อ วัฒนธรรมของประเทศ วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น หรือบทบาทหน้าที่ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ



ภาพที่ 1 ภาพแสดงโมเดลปัจจัยการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง 'การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนาางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน' ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นดังนี้

การศึกษาทัศนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จนได้ผลการวิจัยดังที่รายงานสรุปผลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าการจะทำให้ภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันสามารถเป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้นั้นจำเป็นต้องขับเคลื่อนและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่สำคัญได้แก่ 1) ปัจจัยด้านนโยบาย 2) ปัจจัยด้านเงินทุน 3) ปัจจัยด้านบุคลากร

4) ปัจจัยด้านการสร้างสรรค์ และ5) ปัจจัยด้านอื่นๆ คือ ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ ด้านสุนทรียะ ด้านการสร้างเครือข่าย ฯลฯ ข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของโรเบิร์ต ลูคัส (Robert Lucas) นักเศรษฐศาสตร์ชั้นนำของโลก ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์เมื่อค.ศ. 1995 ที่ชี้ให้เห็นว่าความจำริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นผลพวงมาจาก ‘ทุนมนุษย์’ กล่าวคือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยจะพัฒนาเพื่อเป็นสินค้าที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องพัฒนาคน หรือบุคลากร เพื่อให้เป็นทุนมนุษย์ที่จะสามารถสร้างสรรค์หรือผลิตงานออกมามีมูลค่าสูง วงการภาพยนตร์ไทยจำเป็นต้องเร่งสร้างศักยภาพให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ทุกฝ่ายให้มีฝีมือและคุณภาพเพื่อทำให้อุตสาหกรรมเหล่านั้น กลายเป็น ‘ทุน’ ที่มีคุณภาพต่อสังคมไทย โดยทั้งนี้ภาครัฐและผู้ที่มีส่วนในนโยบายต้องเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์ในแขนงภาพยนตร์นี้ด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัย ยังระบุว่า การจะขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนให้ก้าวไกลจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาปัจจัยภายในอีก 3 ด้านควบคู่ด้านเทคโนโลยี ด้านศักยภาพและความสามารถของบุคลากร รวมทั้งต้องส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและสื่อสารบนความแตกต่างหลากหลายในบริบททางวัฒนธรรมของอาเซียน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวคิดของริชาร์ด ฟลอริดา ศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์คนสำคัญของโลก ผู้พัฒนา “ตัวแบบสามที (3Ts) ” ของการพัฒนาเศรษฐกิจอันได้แก่ Technology, Talent และ Tolerance โดยเห็นว่า การวัดความสามารถนี้จะต้องวัดจาก “อาชีพที่สร้างสรรค์” (Creative occupation) มากกว่าการวัดทุนมนุษย์จาก “การศึกษา” แบบเดิมๆ ความสำเร็จทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นกับที่ได้ได้นั้น พื้นที่นั้นๆ มีลักษณะที่ “เปิดกว้าง หลากหลาย และมีนวัตกรรม” พื้นที่ใดยังมีการเปิดกว้างต่อความแตกต่างหลากหลาย ยังมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง สถานการณ์เช่นนี้มักจะได้ประโยชน์จากความได้เปรียบทางเศรษฐกิจทั้งในแง่ของการได้ยึดกุมขีดความสามารถอันสร้างสรรค์ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายกว้างขวาง และยังสามารถได้กุมส่วนแบ่งของ “กระแส” นี้ด้วย

นอกจากนี้ ผลจากการศึกษา ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย รวมทั้งทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ภาพยนตร์ไทยไม่สามารถแข่งขันหรือเข้าสู่ตลาดภาพยนตร์ในระดับนานาชาติได้ เนื่องมาจากวงการภาพยนตร์ไทยยังคงมีปัญหาในเรื่องวิสัยทัศน์และมุมมองของผู้ผลิตและนายทุนที่มีต่อการสร้างสร้างงานภาพยนตร์เพื่อไปสู่ตลาดโลก ปัญหาเรื่องคุณภาพของการผลิต การสร้างสรรค์เนื้อหา

หรือการเขียนบท และความสามารถด้านการแสดงในระดับที่เป็นสากล รวมไปถึงปัญหาไม่ยอมรับในความแตกต่างหลากหลาย จึงทำให้ภาพยนตร์มีรูปแบบที่อยู่ในวงจำกัด และปัญหาเจ้าของธุรกิจโรงภาพยนตร์ไม่เอื้อพื้นที่ให้ฉายงาน หรือมีการผูกขาดทางการค้าจนทำให้ไม่เกิดผู้สร้างภาพยนตร์รุ่นใหม่ในวงการภาพยนตร์ นอกจากนี้ปัญหาที่เกิดจากระบบภายในประเทศแล้ว จากงานวิจัยยังพบว่าอุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์มีความมองข้ามคือ อุปสรรคของการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศโดยขาดความรู้และความเข้าใจในบริบทของวัฒนธรรมและความเชื่อทางศาสนา อันอาจมีผลทำให้ภาพยนตร์ไทยไม่สามารถเป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียนได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะและการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผลการวิจัยเรื่อง ‘การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน’ นี้ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจและสามารถเชื่อมโยงปัจจัยในด้านต่างๆที่สามารถขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน รวมถึงมองเห็นความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพของภาพยนตร์ไทยให้มีความยั่งยืนและสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดผู้บริโภคภาพยนตร์ในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ ข้อค้นพบจากงานวิจัยอาจช่วยให้ภาครัฐ ภาคการศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์งานภาพยนตร์ได้ตระหนักถึงความสำคัญภาพยนตร์ที่มีบทบาทยิ่งต่อการสร้างเศรษฐกิจให้กับสังคมไทย นอกจากนี้ผลการวิจัยเรื่อง ‘การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน’ นี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำความเข้าใจกับความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเฉพาะภาครัฐและผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์งานภาพยนตร์จะสามารถนำข้อค้นพบจากการวิจัยเรื่องนี้ไปพิจารณาและอาจใช้เป็นข้อมูลพิจารณาเมื่อวางแผนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้เกิดความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนและถาวร รวมไปถึงส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการจัดตั้งสมาพันธ์หรือองค์กรที่สามารถเป็นตัวกลางทำให้คนทำภาพยนตร์ในประเทศไทยทุกรูปแบบได้แลกเปลี่ยนพูดคุยและสัมมนา ให้คำปรึกษา และความรู้กันเพื่ออนาคตของคนรุ่นต่อไป

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย

วิจัยเรื่อง ‘การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อเป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน’ มีอุปสรรคในเรื่องของการบริหารทุนวิจัยที่ได้รับกับการจัดสรรเวลาในการเดินทางไปเก็บข้อมูล ซึ่งมีอาจเดินทางไปเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในจำนวนที่มากขึ้นได้ จึงส่งผลทำให้ผู้วิจัยต้องวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเอกสารและสื่อในชั้นทุติยภูมิ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ใช้ความพยายามในการสืบค้นผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อวีดิทัศน์ที่มีการบันทึกคำสัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ออนไลน์ เป็นต้นเพื่อให้สามารถหาข้อสรุปได้ภายในกำหนดเวลาการทำวิจัย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยเรื่อง ‘การศึกษาปัจจัยของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อเป็นสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน’ จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดในการค้นคว้าและวิจัยในเชิงลึกทั้งในส่วนของวงวิชาการด้านภาพยนตร์ ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ตลอดจนด้านการสื่อสารร่วมสมัย รวมไปถึงด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สามารถขยายผลไปสู่ภาคปฏิบัติในการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา และจะนำไปสู่การสร้างประเทศชาติและสังคมไทยให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน. (2552). **หลอน รัก สับสน ในหนังไทย : ภาพยนตร์ไทยในรอบสามทศวรรษ (พ.ศ.2520-2547) กรณีศึกษาตระกูลหนังผี หนังรัก และหนังยุคหลังสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: ศยาม.
- จันจิรา สมบุญเกิด. (2552). **แนวโน้มภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออกสู่ต่างประเทศ กรณีศึกษาเทศกาล ภาพยนตร์นานาชาติปูซาน**. วิทยานิพนธ์ (วิทยาลักษณ์นวัตกรรม) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จันทิมา เสียวศิริกุล. (2560). **จุดแข็งอาเซียน ‘ผีไทย’ ชูโรง! ‘เวียดนาม’ เรียนจาก ‘เกาหลี’ ไล่กวาด ‘หนังไทย’ สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2560**.
- ชีนีมาไทย. (2552). **ประเภทของภาพยนตร์ไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559, จาก <http://cinemathai.wikidot.com/type-of-cinema-thai>.
- โดม สุขวงศ์. (2533) **ความเป็นมาของภาพยนตร์ไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559, จาก <http://www.thaifilm.com>.

- ชิปันนท์ เพ็ชรศรี. (2560, กรกฎาคม). **ปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน.** สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยผู้วิจัย.
- ธัญญ์วาริณ สุขะพิสิษฐ์. (2560, มิถุนายน) **ปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของ อาเซียน.** สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย ที่ห้างสรรพสินค้าเอสพลานาด.
- นนทรี นิมบุตร. (2560). **สัมมนาทางวิชาการด้านภาพยนตร์.** กรุงเทพฯ.
- บรรจง ปิัญญะกุล. (2560). **สัมมนาทางวิชาการด้านภาพยนตร์.** กรุงเทพฯ.
- บุญส่ง นาคภู. (2560, กรกฎาคม). **ปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อ ให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน.** สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปัทมาดี จารุวรรณ และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชนวัฒนธรรม และสังคม.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรัชญา ปิ่นแก้ว. (2560). **สัมมนาทางวิชาการด้านภาพยนตร์.** กรุงเทพฯ.
- เมษ ธาราร. (2560, กรกฎาคม). **ปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อ ให้ เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน.** สัมภาษณ์โดย ผู้วิจัย ที่บริษัท GDH 559 Co., Ltd.
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2549). **ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรวดี แก้วมณี. (2557). **อุตสาหกรรมสื่อบันเทิง..The Star ในกระแสการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์.** สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.oie.go.th>.
- ศูนย์ข้อมูล & ข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2561). **ความนิยมสื่อบันเทิงไทยใน อาเซียน ยังพุ่งแม้เคยสร้างความขัดแย้ง-กลืนกลายทางวัฒนธรรม.** สืบค้นวันที่ 10 ส.ค. 2561, จาก <https://www.tcijthai.com/news>.
- สมบัติ กุสุมาวลี. (2558). **เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy).** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สารานุกรมเสรี. (2560). **ประวัติภาพยนตร์ไทย.** สืบค้นวันที่ 1 กรกฎาคม 2559, จาก <https://th.wikipedia.org>.
- ลิทธา เลิศไพบุลย์ศิริ. (2554). **ถึงอย่างไร...เราก็อีก่อนกัน : รวมบทความภาพยนตร์ อาเซียน.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุวิทย์ มูลคำ. (2547). **ครบเครื่องเรื่องเรื่องการคิด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nation Conference on Trade and Development-UNTAD). (2004) **Creative Industry**. สืบค้นเมื่อ วันที่ 4 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.untad.org>.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน สำนักราชบัณฑิตย. (2540). **ทฤษฎีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการคิด**. กรุงเทพฯ: อรรถพลพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2557). **ตลาดทุน แหล่งเงินทุนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์**. (SET SMART ,13 สิงหาคม 2557). สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.sec.or.th>.
- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม. (2551). **แนวทางการส่งเสริมภาพยนตร์ไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ค. 2560, จาก https://www.mculture.go.th/mculture_th/ewt_news.
- _____. (2559). **รายงานการจัดประชุมเตรียมการบูรณาการแผนงานส่งเสริมและเผยแพร่ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ค. 2560, จาก https://www.m-culture.go.th/mculture_th/ewt_news.
- สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (Thailand Creative and Design Center-TCDC). (2551). **อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.tcdc.or.th>.
- อรตล แก้วประเสริฐ. (2556). **เศรษฐกิจจิตตจ้อ**. กรุงเทพฯ: เติลินิวส์ทีวี.
- อรจิรา สุภาวกุล. (2560,กรกฎาคม). **ปัจจัยที่ขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นสินค้าตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของอาเซียน**. สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย ที่บริษัท GDH 559 Co., Ltd.
- องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-UNESCO). (2551) **Creative Industry**. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.unesco.org>.
- อินทรา เจริญประ. (2558). **หนังไทยในแดนอาเซียน "รักภาษาอะไร" และ The return ผีทางคืน"**, กรุงเทพฯ: Voice tv.
- Edward.De.Bono. (1982). **De Bono's Course in Thinking**. England: BBC Book.