

การยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ภายใต้การค้าเสรี*

Promotion of Thai Film Industry's Competitive Advantage under Free Trade

ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น¹

Supachet Chansarn

กาญจนา ส่องวัฒนา²

Karnjana Songwathana

ปณิญา ปักษา³

Paninya Paksa

อรรยา ลิงห์สงบ⁴

Aunya Singsangob

ปาน จินดาพล⁵

Paan Jindapon

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สร้างสรรค์ที่มีศักยภาพของประเทศไทย ซึ่งจะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ประเทศไทยได้ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีในปัจจุบัน ดังนั้นงานวิจัยเรื่องนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย ตลอดจนเพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ดำเนินการโดยทบทวนวรรณกรรมร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง

* งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

¹ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, E-mail: supachet.c@bu.ac.th

School of Economics, Bangkok University, E-mail: supachet.c@bu.ac.th

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, E-mail: karnjana.s@bu.ac.th

School of Economics, Bangkok University, E-mail: karnjana.s@bu.ac.th

³ คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, E-mail: paninya.p@bu.ac.th

School of Digital Media and Cinematic Arts, Bangkok University, E-mail: paninya.p@bu.ac.th

⁴ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, E-mail: aunya.s@bu.ac.th

School of Law, Bangkok University, E-mail: aunya.s@bu.ac.th

⁵ Culverhouse College of Commerce, University of Alabama, USA, E-mail: pjindapo@cba.ua.edu

กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังมีความได้เปรียบในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอุปสงค์ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ สมาคมวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และภาครัฐ จำเป็นต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการ รวมทั้งปรับปรุงการดำเนินงานไปในทิศทางที่เหมาะสมตามแผนที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่กำหนด เพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

คำสำคัญ: อุตสาหกรรมภาพยนตร์ แผนที่คลัสเตอร์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน แบบจำลอง Diamond

Abstract

Film industry is considered a high potential creative industry which can bring Thailand competitiveness under the current globalization and free trade. Consequently, this study aims to examine Thai film industry' competitive advantage and also propose policies to promote its competitive advantage. Moreover, this qualitative research primarily relies on literature review and in-depth interview with related persons. The findings reveal that Thai film industry's competitive advantage is relatively low, especially under demand dimension. In order to promote the competitive advantage of Thai film industry, entrepreneurs, professional association, education institution and government have to work cooperatively and improve their operations in accordance with the suggested strategy map.

Keywords: Film Industry, Cluster Map, Competitive Advantage, Diamond Model

บทนำ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry)⁶ ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(Creative Economy)⁷ ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาตัวเองจาก “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy)” ไปสู่การเป็น “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-Driven Economy)” (National Economic and Social Development Board (NESDB), 2009) กล่าวคือ

⁶ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) หมายถึง วงจรในการสร้างสรรค์ การผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งสร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญา (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2008) ทั้งนี้ ในกรณีของประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Cultural Heritage and Nature) (2) ศิลปะ (Arts) (3) สื่อ (Media) และ (4) งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) (NESDB, 2009)

⁷ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง การพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อมโยงเข้ากับมรดกทางวัฒนธรรม การสะสมความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจ (NESDB, 2009) โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยในการในการสร้างรายได้ สร้างการจ้างงาน และการส่งออกของประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ได้ (UNCTAD, 2008)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกให้แก่ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน แม้ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากประเทศที่มีต้นทุนและค่าครองชีพต่ำกว่า หรือปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ก็ตาม อันจะนำมาซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้นของคนไทยต่อเนื่องต่อไป

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Film Industry) ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยพบว่ามูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 23,512.06 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2545 เป็น 41,822.79 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2553 และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากจาก 94.84 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 1,270.41 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2553 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2556) อย่างไรก็ตาม การที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย จะสามารถก้าวไปสู่การเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จึงจำเป็น เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ สถานภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย ตลอดจนเพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ในกรณีของประเทศไทย พบว่ามีงานศึกษาและวิจัย จำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตัวอย่างเช่น รักสานต์

วิวัฒน์สินอุดม (2542) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศ โดยเน้นศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคจากมุมมองของผู้กำกับภาพยนตร์และผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ที่เป็นสมาชิกสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย รวมทั้งศึกษาแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทางด้านบริหารจัดการจำหน่าย โดยเน้นการวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์เป็นหลักอีกด้วย (รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2549) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ มนติรา ธาดาอำนวยชัย (2552) ซึ่งศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยพบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีจุดแข็งที่แรงงานที่มีความสร้างสรรค์ มีทักษะ และมีจิตใจด้านการบริการเป็นอย่างดี แต่มีจุดอ่อนที่โครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งในด้านเทคโนโลยีและสังคมซึ่งเป็นข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์

นอกเหนือไปจากงานวิจัยแล้ว ยังพบว่ามีการศึกษาเชิงนโยบายโดยหน่วยงานภาครัฐอีกจำนวนไม่น้อยเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตัวอย่างเช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549) ได้ศึกษาแนวทางการเปิดตลาดกับประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย นั่นคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อส่งเสริมการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา งานวิจัยสำคัญอีกชิ้นหนึ่ง ได้แก่ งานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช., 2551) ที่ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยผ่านการประเมินสถานภาพอุตสาหกรรม การศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์ตามห่วงโซ่การผลิต และการจัดทำข้อเสนอในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยเชื่อมโยงมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับสถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับมหภาคและแนวปฏิบัติที่ดีจากประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ ยังพบงานวิจัยของกระทรวงวัฒนธรรม (2556) ที่ศึกษายุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปี พ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งเอเชีย และงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2556) ที่สะท้อนสถานะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และนำเสนอกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถ

ในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ายังมีช่องว่างความรู้ (Knowledge Gap) ของงานวิจัยที่ผ่านมาหลายประการ ตัวอย่างเช่น ขาดการกำหนดแผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน และขาดยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ครอบคลุมทุกภาคส่วน เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สมบูรณ์เกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันและแนวทางการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาแนวทางในการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพิ่มเติมจากงานวิจัยที่ผ่านมา ได้แก่ (1) กำหนดแผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (2) สร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ครอบคลุมทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้การศึกษาเอกสาร งานวิจัย และคำสถิติที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักที่สัมภาษณ์เชิงลึกมีจำนวน 9 คน แบ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ 3 คน (1 ในนั้นเป็นผู้บริหารของสมาคมผู้กำกับภาพยนตร์แห่งประเทศไทย) ผู้กำกับภาพ 1 คน ผู้ผลิตและผู้อำนวยความสะดวกสร้างภาพยนตร์ 1 คน นักวิชาการภาพยนตร์ 1 คน และตัวแทนภาครัฐ 3 คน⁸

⁸ ผู้กำกับภาพยนตร์ทั้ง 3 คนที่สัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวข้างต้นมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน นั่นคือ มีผู้กำกับภาพยนตร์อาวุโสที่เป็นทั้งผู้กำกับภาพยนตร์และผู้อำนวยความสะดวกสร้างจำนวน 1 คน มีผู้กำกับภาพยนตร์รุ่นใหม่จำนวน 1 คน และมีผู้กำกับภาพยนตร์อิสระจำนวน 1 คน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเรื่องนี้ไม่ได้สัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนโรงภาพยนตร์ซึ่งถือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ จึงถือเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยเรื่องนี้

กระบวนการวิจัยแบ่งการดำเนินงานเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. **กำหนดห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** กำหนดกิจกรรมตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์สถานภาพและความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. **วิเคราะห์สถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** วิเคราะห์และนำเสนอสถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งอุตสาหกรรมในภาพรวมและแยกรายกิจกรรมตามห่วงโซ่คุณค่า

3. **วิเคราะห์และกำหนดแผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** วิเคราะห์และกำหนดแผนที่คลัสเตอร์ (Cluster Map) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์กับอุตสาหกรรมสนับสนุน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน

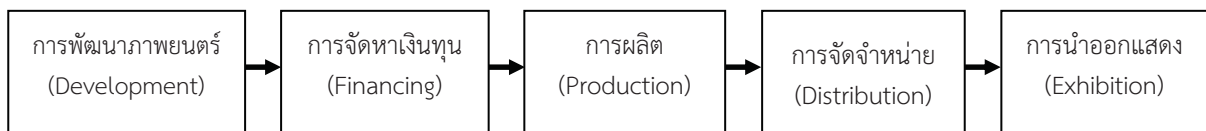
4. **วิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** ใช้แบบจำลอง Diamond Model เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

5. **สร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาและสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เหมาะสมต่อการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดโลก

ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) คือ ห่วงโซ่ของกิจกรรมดำเนินงานขององค์กรธุรกิจในการสร้างสินค้าและบริการสู่ตลาด (Porter, 1985) ทั้งนี้ จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และค่าสถิติที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

(In-depth Interview) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถกำหนดห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้ดังภาพที่ 1 โดยห่วงโซ่คุณค่าดังกล่าวจะเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

จากภาพที่ 1 งานวิจัยนี้กำหนดให้ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่

1. **การพัฒนาภาพยนตร์ (Development)** เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบทภาพยนตร์เพื่อนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ต่อไป โดยผู้เกี่ยวข้องคือผู้เขียนบทภาพยนตร์และผู้เขียนสคริปต์ภาพยนตร์

2. **การจัดหาเงินทุน (Financing)** เกี่ยวข้องกับการจัดหาและให้เงินทุนเพื่อพัฒนาและสร้างภาพยนตร์ โดยผู้เกี่ยวข้องคือบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์และผู้อำนวยการผลิต

3. **การผลิต (Production)** เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตภาพยนตร์ตั้งแต่การถ่ายทำจนถึงการตัดต่อ โดยผู้เกี่ยวข้องคือโรงถ่ายทำภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพ ทีมงานถ่ายทำภาพยนตร์ และทีมงานตัดต่อภาพยนตร์

4. **การจัดจำหน่าย (Distribution)** เกี่ยวข้องกับกระบวนการการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านช่องทางต่างๆ โดยผู้เกี่ยวข้อง คือ โรงภาพยนตร์ สายภาพยนตร์ และการขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์

5. **การนำออกแสดง (Exhibition)** เกี่ยวข้องกับการจัดเทศกาลภาพยนตร์ (Film Festival) เพื่อนำภาพยนตร์ออกแสดง โดยผู้เกี่ยวข้องคือผู้จัดเทศกาลภาพยนตร์

สถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ในส่วนนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์สถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยจะนำเสนอเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ เนื่องจากประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในประเทศเกาหลีใต้เองและในตลาดโลก จากการวิเคราะห์พบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีสถานภาพต่ำกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้น้อยมาก สะท้อนให้เห็นความได้เปรียบในการแข่งขันที่ต่ำกว่า โดยมีรายละเอียดดังนี้

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพรวม

ตารางที่ 1 สรุปสถานะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ปี พ.ศ. 2554 โดยจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สามารถมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจได้มากกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหลายเท่า ทั้งส่วนร่วมทางตรงและส่วนร่วมในภาพรวม (ประกอบด้วยส่วนร่วมทางตรง ทางอ้อม และเชิงชักนำ) ทั้งนี้ ตารางที่ 1 ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าผลผลิต มูลค่าเพิ่ม และรายได้ภาษีของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สูงกว่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมาก อีกทั้งยังสามารถสร้างการจ้างงานได้มากกว่าด้วย

ตารางที่ 1 สถานะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ปี พ.ศ. 2554

กิจกรรม	มูลค่าผลผลิต		มูลค่าเพิ่ม		การจ้างงาน (พันคน)		ภาษี	
	ทางตรง	ทั้งหมด	ทางตรง	ทั้งหมด	ทางตรง	ทั้งหมด	ทางตรง	ทั้งหมด
ไทย (พันล้านบาท)	18.4	41.2	7.0	20.8	16.5	44.3	1.2	2.3
เกาหลีใต้ (พันล้านวอน)	4,196.0	7,841.0	1,423.0	2,978.0	28.4	93.6	723.0	998.0
เกาหลีใต้ (พันล้านบาท)	130.1	243.1	44.1	92.3			22.4	30.9

หมายเหตุ อัตราแลกเปลี่ยนต่อ 1 วอน เท่ากับ 0.031 บาท

ที่มา: ข้อมูลของประเทศไทยมาจาก Oxford Economics (2012a) และของเกาหลีใต้มาจาก Oxford Economics (2012b)

แยกรายกิจกรรมตามห่วงโซ่คุณค่า

การพัฒนาภาพยนตร์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังด้อยกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มากในแง่ของความหลากหลาย โดยจะเห็นว่าภาพยนตร์เกาหลีใต้มีแนวที่หลากหลายมากกว่าประเทศไทยมาก และสามารถทำรายได้ได้สูงติดอันดับ Box Office อีกด้วย ทั้งนี้ จะเห็นว่าประเทศไทยยังขาดภาพยนตร์แนวอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากแนวตลก เช่น แนวกีฬา แนวสงคราม แนวสืบสวนสอบสวน และแนวไซไฟ (Science Fiction) เป็นต้น

การจัดหาเงิน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้

ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ มีการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่จำนวนมากไม่กีราย โดยบริษัทรายใหญ่ในประเทศไทย ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม จีทีเอช พระนครฟิล์ม เอ็ม เทอร์ทีไนน์ และไพร์สตาร์ ในขณะที่บริษัทรายใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ C J Entertainment, Lotte, Showbox และ Next Entertainment World

ตารางที่ 2 แนวภาพยนตร์และบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่ในประเทศไทยและเกาหลีใต้

ปัจจัย	ประเทศไทย	ประเทศเกาหลีใต้
สัดส่วนภาพยนตร์ จำแนกตามแนว (%)	แอคชั่น (3.33%) ตลก (60.00%) ดราม่า (23.33%) สยองขวัญ (6.66%) และแอนิเมชัน (3.33%)	แอคชั่น (17.54%) ตลก (19.30%) ดราม่า (28.07%) กีฬา (3.51%) สงคราม (3.51%) อาชญากรรม (3.50%) สยองขวัญ (1.75%) ภัยพิบัติ (3.51%) ระทึกขวัญ (15.79%) Sci-Fi (1.75%) และแอนิเมชัน (1.75%)
บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ รายใหญ่	สหมงคลฟิล์ม GHT พระนครฟิล์ม เอ็ม เทอร์ทีไนน์ และไพร์สตาร์	C J Entertainment, Lotte, Showbox และ Next Entertainment World

หมายเหตุ นับเฉพาะภาพยนตร์ที่ทำรายได้อยู่ใน 50 อันดับแรกในประเทศไทยและเกาหลีใต้ ระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2555 เท่านั้น

ที่มา: ข้อมูลประเทศไทยได้จาก Box Office Mojo (2014a); ของประเทศเกาหลีใต้ได้จาก Box Office Mojo (2014b)

การผลิต จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ผลิตได้แต่ละปีน้อยกว่าจำนวนภาพยนตร์เกาหลีใต้ คือ มีจำนวนเพียงครึ่งหนึ่งของภาพยนตร์เกาหลีใต้ โดยในปี พ.ศ. 2555 พบว่าภาพยนตร์เกาหลีใต้มีจำนวน 140 เรื่อง ในขณะที่ภาพยนตร์ไทยมีจำนวน 64 เรื่อง

ตารางที่ 3 จำนวนภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ระหว่างปี พ.ศ. 2552 - 2555

ประเทศ	2552	2553	2554	2555
ประเทศไทย	50	62	52	64
ประเทศเกาหลีใต้	118	140	150	140

ที่มา: ข้อมูลประเทศไทยได้มาจากสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย (2556); ข้อมูลประเทศเกาหลีใต้ได้มาจาก Korean Film Council (2014)

การจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ไทยที่สามารถสร้างรายได้ใน 50 อันดับแรกของ Box Office มีจำนวนน้อยกว่าภาพยนตร์จากต่างประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศอีกด้วย โดยรายได้ของภาพยนตร์ไทยใน 50 อันดับแรกของ Box Office มีมูลค่าร้อยละ 23.98 และ 25.76 ของรายได้รวมของภาพยนตร์ทั้ง 50 เรื่อง ในขณะที่ภาพยนตร์เกาหลีใต้อยู่ใน 50 อันดับแรกของ Box Office เป็นส่วนใหญ่และมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยรายได้ของภาพยนตร์เกาหลีใต้ใน 50 อันดับแรกของ Box Office มีมูลค่าร้อยละ 64.33 และ 63.92 ของรายได้รวมของภาพยนตร์ทั้ง 50 เรื่อง

สาเหตุสำคัญของปัญหานี้อาจเป็นเพราะคนไทยที่ชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มีจำนวนน้อย โดยพบว่าน้อยกว่าคนเกาหลีใต้กว่า 7 เท่า ทั้งนี้ คนไทยมีค่าเฉลี่ยของความถี่

ในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ 0.4810 ครั้งต่อปี ในขณะที่คนเกาหลีใต้มีค่าเฉลี่ย 3.4256 ครั้งต่อปี ซึ่งอาจเกิดจากราคาตั๋วชมภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน โดยราคาตั๋วชมภาพยนตร์ในประเทศไทยเท่ากับ 3.80 ดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ในประเทศเกาหลีใต้เท่ากับ 5.46 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ต่อบุคคล จะพบว่าราคาตั๋วชมภาพยนตร์ในประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 0.096 ของ GDP ต่อบุคคล สูงกว่าประเทศเกาหลีใต้มากกว่า 3 เท่า ซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 0.032 ของ GDP ต่อบุคคล นอกจากนี้ยังพบว่า ภาพยนตร์เกาหลีใต้ที่สามารถสร้างรายได้ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้อย่างต่อเนื่องมีจำนวน 42 เรื่อง ในขณะที่ภาพยนตร์ไทยที่สามารถสร้างรายได้ในประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวน 17 เรื่อง

ตารางที่ 4 สถิติรายได้ภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ที่ทำรายได้ 50 อันดับแรกระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2556 (ดอลลาร์)

หัวข้อ	ประเทศไทย		ประเทศเกาหลีใต้	
	2555	2556	2555	2556
จำนวนภาพยนตร์ไทยใน 50 อันดับแรก	15	11	31	27
ผลรวมรายได้ของภาพยนตร์ใน 50 อันดับแรก	US\$104,760,069	US\$121,941,650	US\$1,037,859,291	US\$1,139,246,522
สัดส่วนรายได้ของภาพยนตร์ไทยใน 50 อันดับแรก	23.98	25.76	64.33	63.92

ที่มา: ข้อมูลประเทศไทยได้มาจาก Box Office Mojo (2014a); ข้อมูลประเทศเกาหลีใต้ได้มาจาก Box Office Mojo (2014b)

ตารางที่ 5 ราคาตัวชมภาพยนตร์และความถี่ในการชมภาพยนตร์ในประเทศไทยและเกาหลีใต้

ประเทศ	ความถี่ (ครั้งต่อปี)					ราคาตัว (US\$)	GDP ต่อบุคคล	ร้อยละของราคา ต่อ GDP
	2550	2551	2552	2553	เฉลี่ย			
ไทย	0.53538	0.44385	0.4836	0.46099	0.4810	3.80	3,978.9	0.096
เกาหลีใต้	3.5594	3.36346	3.48356	3.29596	3.4256	5.46	16,958.7	0.032

หมายเหตุ ความถี่ในตารางแสดงความถี่ในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ต่อบุคคล (ครั้งต่อปี) ในขณะที่ราคาตัวชมภาพยนตร์ และ GDP ต่อบุคคลมีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นค่าเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2552

ที่มา: ความถี่ในการชมภาพยนตร์และราคาตัวชมภาพยนตร์ได้มาจาก UNESCO (2014); GDP ต่อบุคคล ได้มาจาก World Bank (2014)

การนำเสนอแสดง ประเทศไทยปัจจุบันมีเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติรายการเดียว คือเทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเซี่ยงไฮ้ ซึ่งจัดโดยภาคเอกชน โดยยังถือได้ว่ามีขนาดเล็กเมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่ปราศจากการสนับสนุนจากภาครัฐ ในทางตรงกันข้ามอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่สำคัญหลายรายการ ทั้งที่เป็นรายการใหญ่และเก่าแก่และรายการมีความคิดสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ ตัวอย่างเช่น Busan (Pusan) International Film Festival ซึ่งเป็นเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย รวมทั้งยังมีเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่เน้นภาพยนตร์แนวสยองขวัญและแฟนตาซี เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติสำหรับเด็ก และเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติสำหรับผู้หญิง เป็นต้น

จากการเปรียบเทียบสถานภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ จะเห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เหนือกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความแตกต่างอาจเป็นกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยเรื่องนี้จึงวิเคราะห์กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ เพื่อพัฒนาไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่อไป อย่างไรก็ตาม ก่อนนำเสนอแผนกลยุทธ์และข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม สิ่งที่จะต้องดำเนินการก่อน ได้แก่ การกำหนดแผนที่คลัสเตอร์และการวิเคราะห์สถานะของความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งจะได้นำเสนอในหัวข้อต่อไป

แผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

แผนที่คลัสเตอร์ (Cluster Map) เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญและจำเป็นต่อการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยเป็นกรอบการวิเคราะห์ความครบถ้วนขององค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและที่ควรมีอยู่ในคลัสเตอร์หนึ่งๆ ซึ่งจะประกอบด้วยบริษัทเอกชนต่างๆ ทั้งที่เป็นธุรกิจ/บริการหลัก (Core Business) ของคลัสเตอร์ และ ธุรกิจ/บริการสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรทางธุรกิจ สถาบันทางวิชาการ สถาบันการเงิน และยังสามารถรวมถึงคลัสเตอร์อื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในทางหนึ่งทางใดกับคลัสเตอร์นั้นๆ ด้วย (สศช., 2557) จากการศึกษางานวิจัยนี้สามารถกำหนดแผนที่ คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้ดังภาพที่ 2

แผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ดังภาพที่ 2 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจหลัก (Core Business) ประกอบด้วยกิจกรรมดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ การพัฒนาภาพยนตร์ การจัดหาเงินทุน การผลิต (ถ่ายทำและตัดต่อ) การจัดจำหน่าย และการนำเสนอแสดง ซึ่งจัดได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กิจกรรมก่อนการผลิตภาพยนตร์ (การพัฒนาภาพยนตร์และการจัดหาเงินทุน) กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์ (การผลิต: ถ่ายทำและตัดต่อ) และกิจกรรมหลังการผลิตภาพยนตร์ (การจัดจำหน่ายและการนำเสนอแสดง)

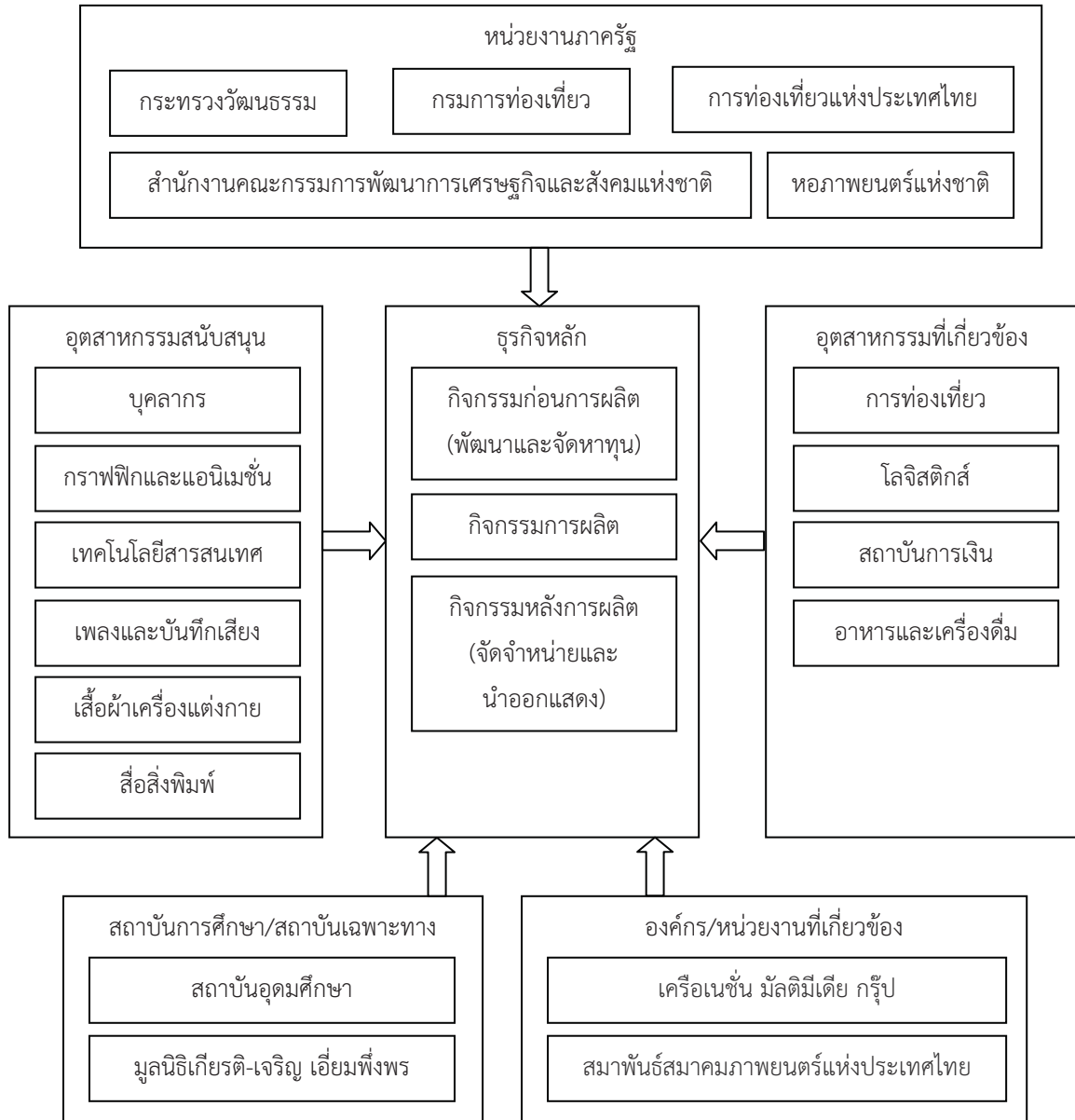
2. อุตสาหกรรมสนับสนุน ประกอบด้วยบุคลากรกราฟิกและแอนิเมชัน เทคโนโลยีสารสนเทศ เพลงและบันทึกเสียง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และสื่อสิ่งพิมพ์

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ สถาบันการเงิน และอาหารและเครื่องดื่ม

4. **หน่วยงานภาครัฐ** ประกอบด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ หอภาพยนตร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

5. **สถาบันการศึกษา/สถาบันเฉพาะทาง** ประกอบด้วย สถาบันอุดมศึกษาและมูลนิธิเกียรติ-เจริญ เอี่ยมพึ่งพร

6. **องค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** ประกอบด้วย บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย



ภาพที่ 2 แผนที่คลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ที่มา: ปรับจาก Gupta, Jacobi, Jamet and Malik (2006) และ สศช. (2557)

ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยอาศัยแบบจำลอง Diamond Model สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 3 และ 4 โดยมีสาระสำคัญดังนี้

การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

1. อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายและมีการแข่งขันต่ำ ซึ่งส่งผลเชิงลบต่อการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การที่มีผู้ประกอบการน้อยรายก็ส่งผลเชิงบวกต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นกัน เนื่องจากมีความเป็นไปได้สูงในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ

2. ตลาดภาพยนตร์ในระดับโลกมีการแข่งขันในระดับสูงมาก ถือเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อการพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในขณะที่การปราศจากการคุ้มครองภาพยนตร์ไทยจากภาพยนตร์นำเข้าถือเป็นปัจจัยเชิงลบ เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันยังไม่เข้มแข็งมากพอ

3. ภาพยนตร์จากผู้ผลิตรายใหญ่มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง ในขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กมีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในภาพรวมยังไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์นำเข้า

4. ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในตลาดโลกยังอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป แต่มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูงในตลาดอาเซียนและเอเชีย

5. ผู้ผลิตเน้นสร้างภาพยนตร์ที่เป็นที่นิยมของผู้ชมในประเทศ ได้แก่ ภาพยนตร์แนวตลกและแนวผีสยองขวัญ ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการทำตลาดภายในประเทศ

6. สำหรับกลยุทธ์ในการแข่งขันในตลาดโลก ผู้ผลิตส่วนใหญ่เน้นกลยุทธ์ด้านคุณภาพและความเป็นไทย

7. การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่สู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถทำได้ไม่ยาก เห็นได้จากการที่มีผู้ผลิตรายเล็กรายใหม่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายใหม่เหล่านี้มีแนวโน้มต้องออกจากธุรกิจไปอย่างรวดเร็ว

8. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ขาดการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นทางการและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนา การสร้างอำนาจ และการสร้างกระแสภาพยนตร์ไทยในตลาดโลก

9. ยังคงมีปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่รุนแรง ส่งผลเสียต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของภาพยนตร์ไทย

10. มีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงในแง่ของการเป็นผู้ผลิตให้แก่ต่างประเทศ เห็นได้จากการที่มีภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายทำในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

11. การค้าระหว่างประเทศของตลาดภาพยนตร์ในระดับโลกเป็นการแข่งขันเสรี ส่งผลเชิงบวกต่อการสร้างโอกาสในการพัฒนาตลาดในต่างประเทศของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต

1. ยังขาดแคลนบุคลากรด้านการพัฒนาภาพยนตร์ที่มีฝีมือและมีความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง

2. มีความได้เปรียบจากบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความพร้อมและคุณภาพสูง รวมทั้งมีต้นทุนต่ำ

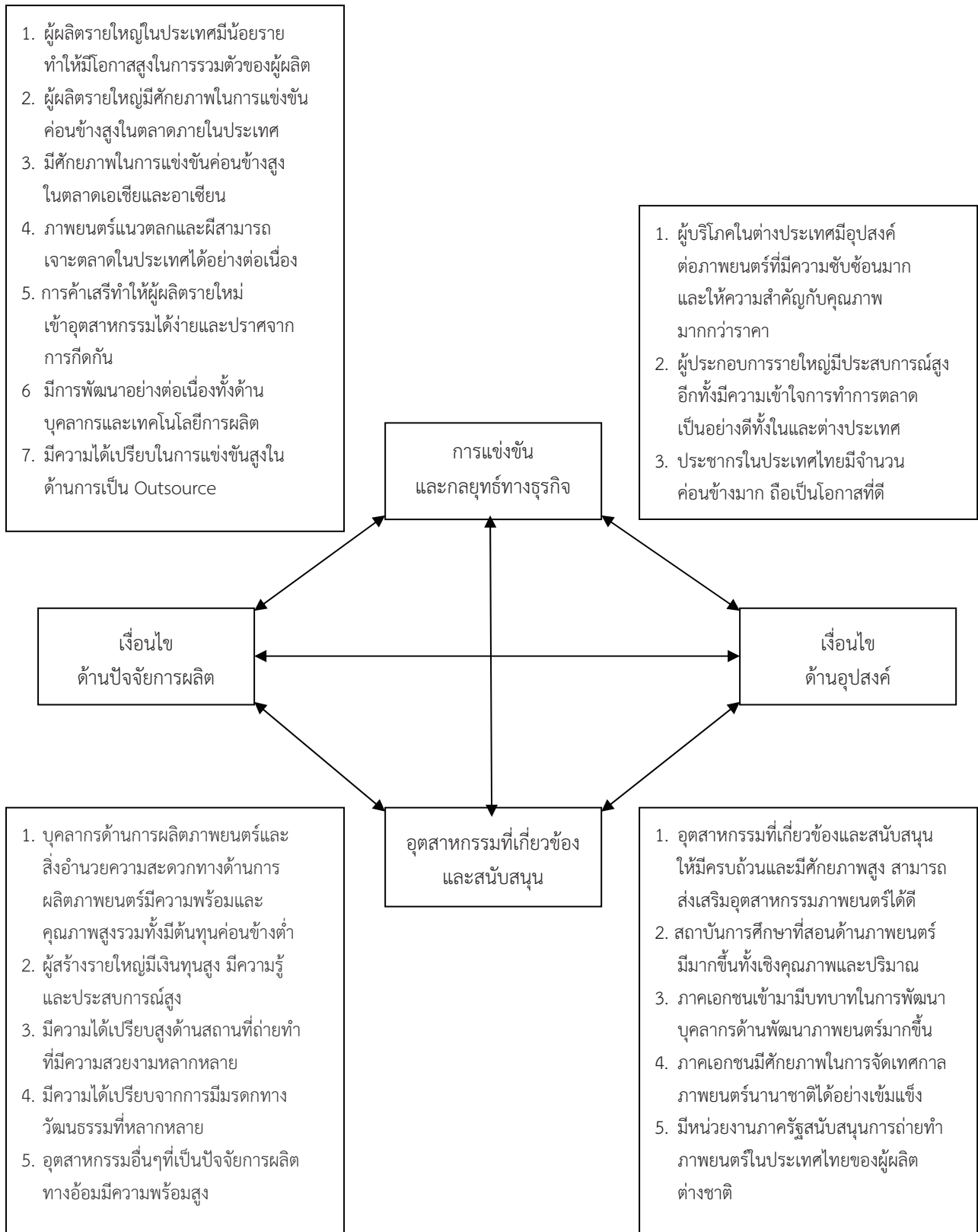
3. บุคลากรในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดด้านการใช้ภาษาอังกฤษ ทำให้ไม่สามารถรับงานผลิตในบางสาขาที่ต้องมีการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษระดับสูงได้

4. บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีเงินทุนสูง มีทักษะและประสบการณ์สูง ในขณะที่บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายเล็กยังประสบปัญหาการขาดแหล่งเงินทุน

5. ยังขาดฐานข้อมูลและการจัดการองค์ความรู้ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ รวมทั้งยังขาดการวิจัยและพัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ

6. มีความพร้อมสูงทางด้านอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยการผลิตทางอ้อมของการผลิตภาพยนตร์ เช่น อุตสาหกรรมกราฟิกและแอนิเมชัน เทคโนโลยีสารสนเทศ เพลงและบันทึกเสียง และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

7. มีข้อได้เปรียบสูงทางด้านความโดดเด่นของวัฒนธรรมและสถานที่สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์ที่สวยงามและหลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากประเทศอื่น



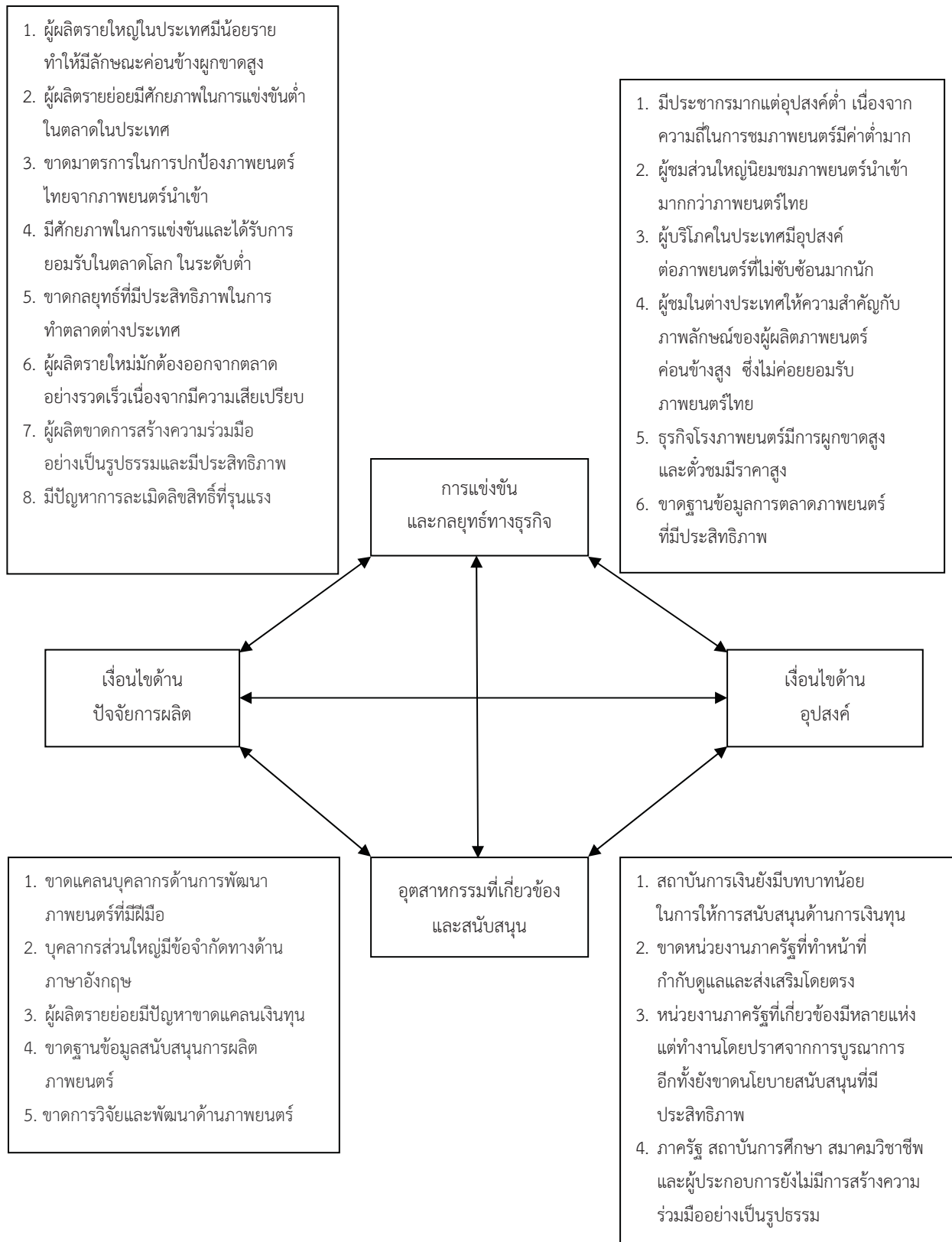
1. ผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศมีน้อยราย ทำให้มีโอกาสสูงในการรวมตัวของผู้ผลิต
2. ผู้ผลิตรายใหญ่มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูงในตลาดภายในประเทศ
3. มีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูงในตลาดเอเชียและอาเซียน
4. ภาพยนตร์แนวตลกและผีสามารถเจาะตลาดในประเทศได้อย่างต่อเนื่อง
5. การค้าเสรีทำให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่ายและปราศจากการกีดกัน
6. มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านบุคลากรและเทคโนโลยีการผลิต
7. มีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงในด้านการเป็น Outsource

1. ผู้บริโภคในต่างประเทศมีอุปสงค์ต่อภาพยนต์ที่มีความซับซ้อนมาก และให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา
2. ผู้ประกอบการรายใหญ่มีประสบการณ์สูง อีกทั้งมีความเข้าใจการทำตลาดเป็นอย่างดีทั้งในและต่างประเทศ
3. ประชากรในประเทศไทยมีจำนวนค่อนข้างมาก ถือเป็นโอกาสที่ดี

1. บุคลากรด้านการผลิตภาพยนตร์และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการผลิตภาพยนตร์มีความพร้อมและคุณภาพสูงรวมทั้งมีต้นทุนค่อนข้างต่ำ
2. ผู้สร้างรายใหญ่มีเงินทุนสูง มีความรู้และประสบการณ์สูง
3. มีความได้เปรียบสูงด้านสถานที่ถ่ายทำที่มีความสวยงามหลากหลาย
4. มีความได้เปรียบจากการมีมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย
5. อุตสาหกรรมอื่นๆที่เป็นปัจจัยการผลิตทางอ้อมมีความพร้อมสูง

1. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนให้มีครบถ้วนและมีศักยภาพสูง สามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้ดี
2. สถาบันการศึกษาที่สอนด้านภาพยนตร์มีมากขึ้นทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ
3. ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาบุคลากรด้านพัฒนาภาพยนตร์มากขึ้น
4. ภาคเอกชนมีศักยภาพในการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติได้อย่างเข้มแข็ง
5. มีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยของผู้ผลิตต่างชาติ

ภาพที่ 3 ปัจจัยเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย



ภาพที่ 4 ปัจจัยเชิงลบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์

1. ขนาดของอุปสงค์ต่อภาพยนตร์ไทยในประเทศไทย ถือได้ว่าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากความถี่ในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของคนไทยต่ำมาก อีกทั้งยังนิยมชมภาพยนตร์นำเข้ามาจากกว่า

2. ผู้บริโภคในประเทศไทยมีอุปสงค์ต่อภาพยนตร์ไทยที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ส่งผลเสียต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์มีแรงจูงใจต่ำในการพัฒนาภาพยนตร์ให้มีความสร้างสรรค์และแตกต่าง

3. ผู้บริโภคในต่างประเทศมีอุปสงค์ต่อภาพยนตร์ที่มีความซับซ้อนมากกว่าในประเทศเป็นอย่างมาก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพและความสร้างสรรค์ของภาพยนตร์มากกว่าปัจจัยด้านราคา ส่งผลดีต่อการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เนื่องจากทำให้เกิดแรงผลักดันให้มีการพัฒนาภาพยนตร์

4. ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศมีการผูกขาดสูง ทำให้ตัวชมภาพยนตร์มีราคาค่อนข้างสูง

5. ผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ในประเทศไทย มีประสบการณ์สูง อีกทั้งมีความเข้าใจในการทำการตลาดเป็นอย่างดี

6. ยังขาดฐานข้อมูลการตลาดภาพยนตร์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดข้อจำกัดในการส่งเสริมการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีศักยภาพในการช่วยส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี

2. สถาบันการเงินในประเทศไทยยังมีบทบาทไม่มากนักต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะบทบาทในการเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์

3. สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้น

4. อุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ เพลงและบันทึกเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ และออกแบบแฟชั่นและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีความพร้อมสูงในการสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

5. ผู้ประกอบการมีบทบาทในการพัฒนาบุคลากรด้านการพัฒนาภาพยนตร์มากขึ้น นั่นคือ บริษัทไฟว์สตาร์ ได้ก่อตั้ง มูลนิธิเกียรติ-เจริญ เอี่ยมพึงพร เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนบทภาพยนตร์และการเขียนสคริปต์โดยเฉพาะ

6. ผู้ประกอบการมีบทบาทในการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศไทยซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

7. สมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ยังไม่มีบทบาทในการสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังไม่ได้มีการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและสถาบันการศึกษาอย่างเป็นรูปธรรมเช่นกัน

8. ขาดหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างแท้จริง โดยปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ส่วนใหญ่ไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และไม่ได้บริหารงานโดยผู้มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างแท้จริง

9. กรมการท่องเที่ยวทำหน้าที่ดูแล ส่งเสริม และอำนวยความสะดวกในการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยของบริษัทต่างประเทศ ส่งผลดีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

10. หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคมวิชาชีพ และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังไม่มี การสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมในการพัฒนาอุตสาหกรรม

แนวทางยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้ ดังภาพที่ 5 ทั้งนี้ กำหนดให้เป้าหมายสูงสุดของแผนยุทธศาสตร์ คือ “อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในตลาดในประเทศและตลาดโลก” ซึ่งการที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดดังกล่าวได้นั้นจำเป็นต้องบรรลุ

เป้าหมายชั้นกลาง 2 ประการ ได้แก่ (1) ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ มีความสร้างสรรค์ และมีความเป็นสากล⁹ และ (2) การประชาสัมพันธ์และการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายทั้ง 2 ประการได้นั้น ทั้งผู้ประกอบการ ภาครัฐ สมาคมวิชาชีพ และสถาบันการศึกษา ล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญ กล่าวคือ การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับบริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยของหน่วยงานทั้ง 4 แห่ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จในการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

แนวทางการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (1) พัฒนาภาพยนตร์ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ โดยมีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งแสดงถึงความเป็นไทย สังคมไทย และการใช้ชีวิตของคนไทยในปัจจุบัน (2) มีการสร้างความร่วมมือระหว่างกันให้มากขึ้นในมิติทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การผลิต และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ (3) ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดให้มากขึ้น โดยต้องใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างกระแสภาพยนตร์ให้เป็นที่รู้จักให้มากที่สุด (4) มีการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาฐานข้อมูลสนับสนุนการพัฒนา การประชาสัมพันธ์ และการตลาดภาพยนตร์ เพื่อให้ได้ฐานข้อมูลที่ตรงกับบริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างแท้จริง (5) พัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษให้แก่บุคลากรในทุกๆ ด้าน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาภาพยนตร์ไปสู่ระดับนานาชาติ และ (6) ใช้บริการจากหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดภาพยนตร์ไทยในระดับนานาชาติต่อไป

แนวทางการดำเนินงานของสมาคมวิชาชีพ (1) เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันให้เกิดสมาคมวิชาชีพของผู้เขียนบทภาพยนตร์ เพื่อการพัฒนาการเขียนบทภาพยนตร์ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น (2) เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการระหว่างผู้ประกอบการ

สถาบันการศึกษา และภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และ (3) เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพและค่าตอบแทนที่เหมาะสมสำหรับบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรม รวมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาของบุคลากรในอุตสาหกรรม

แนวทางการดำเนินงานของสถาบันการศึกษา

(1) การพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาควบคู่ไปกับความรู้และทักษะเกี่ยวกับการพัฒนาและผลิตภาพยนตร์ (2) ปลุกฝังวัฒนธรรมในการชมภาพยนตร์ให้แก่คนทั่วไปซึ่งไม่ได้เรียนในสาขาภาพยนตร์โดยตรง โดยอาจใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อในการเรียนรู้ด้านต่างๆ (3) สร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการและสมาคมวิชาชีพในการจัดการเรียนการสอนให้มากขึ้น เพื่อให้การพัฒนาศูนย์ข้อมูลของวิชาการและวิชาชีพอย่างสมดุล และ (4) ระบบการศึกษาไทยต้องได้รับการปฏิรูปให้เน้นการพัฒนาการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนให้มากกว่าการคิดและทำตามแบบอย่างเหมือนดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ (1) บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์ ตลอดจนทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ อย่างเข้มงวด จริงจัง และต่อเนื่อง (2) มีนโยบายในการคุ้มครองภาพยนตร์ไทย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับภาพยนตร์นำเข้าจากต่างประเทศได้มากขึ้น โดยถือเป็นนโยบายการคุ้มครอง “อุตสาหกรรมทารก (Infant Industry)” (3) ปรับโครงสร้างการทำงานเพื่อให้มีหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่โดยตรงในการกำกับดูแลและส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานและการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างแท้จริง มีบทบาทในการบริหารจัดการ (4) ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (5) มีนโยบายเพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ตรงกับบริบทของอุตสาหกรรม มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมทุกขั้นตอนการดำเนินงานตามห่วงโซ่คุณค่า และ (6) สนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชนซึ่งได้มีการดำเนินงานเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอยู่แล้ว

⁹ ภาพยนตร์ที่มีความเป็นสากลในงานวิจัยเรื่องนี้หมายถึงภาพยนตร์ที่มีการนำเสนอภาพยนตร์ในรูปแบบและภาษาที่ผู้ชมต่างเชื้อชาติต่างภาษา และต่างวัฒนธรรม สามารถทำความเข้าใจได้อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มโอกาสทางการตลาดในระดับนานาชาติให้แก่ภาพยนตร์ไทย

จากการสังเคราะห์นโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในงานวิจัยเรื่องนี้ สามารถพัฒนาไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ดังนี้



ภาพที่ 5 แผนที่ยุทธศาสตร์ในการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

นโยบายด้านการผลิต (1) จัดตั้งสถาบันเพื่อพัฒนาทักษะในการผลิตภาพยนตร์ที่ครบวงจร (2) จัดตั้งกองทุนหรือจัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินเฉพาะกิจหรือธนาคารพาณิชย์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการผลิตของผู้ประกอบการ และ (3) จัดหาสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์เกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์ เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งมักมีเงินทุนไม่มากนักได้เข้าเพื่อผลิตภาพยนตร์ในราคาย่อมเยา

นโยบายด้านการตลาด (1) จัดตั้งกองทุนหรือจัดหาสินเชื่อเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดภาพยนตร์ (2) ตั้งโรงภาพยนตร์ที่เก็บค่าบริการในราคาย่อมเยา (อย่างน้อยควรมีราคาเพียง 1 ใน 3 ของราคาเฉลี่ยในปัจจุบัน โดยอ้างอิงจากการที่ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ต่อมูลค่า GDP ต่อบุคคลของประเทศไทยมีมูลค่าคิดเป็น 3 เท่าของประเทศเกาหลีใต้) และเป็นโรงภาพยนตร์ที่สนับสนุนการฉายภาพยนตร์ไทยเป็นหลัก (3) กำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครอง

ภาพยนตร์ไทย โดยอาจกำหนดจำนวนวันในการฉาย ภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ทั่วไป (4) ตั้งระบบที่ สนับสนุนการชมภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ที่ถูกกฎหมาย (5) ส่งเสริมด้านการตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศโดย อาศัยอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพของประเทศไทย นั่นคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกขับเคลื่อน และ (6) สนับสนุนการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศไทย

นโยบายด้านการเป็นสถานที่ถ่ายทำ (1) พัฒนาบทบาท ของกรมการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกการถ่ายทำ ภาพยนตร์ในประเทศไทยให้เป็นแบบ One Stop Service มากขึ้น และ (2) ให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินแก่ ผู้ประกอบการต่างประเทศที่ถ่ายทำภาพยนตร์และสื่อต่างๆ ในประเทศไทยให้มากขึ้น

นโยบายสนับสนุนอื่นๆ (1) จัดตั้งเว็บไซต์ในลักษณะ เดียวกับ Korean Film Biz Zone หรือ KOBIZ ของประเทศ เกาหลีใต้ เพื่อให้ข้อมูลทุกด้านเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย (2) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐกับสถาบันการศึกษาและสมาคมวิชาชีพในการวิจัย และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (3) ตั้งรางวัลสำหรับ ภาพยนตร์ไทยที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติและ ภาพยนตร์ไทยที่สามารถทำรายได้ในต่างประเทศได้ และ (4) สร้างความร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ทั้งในภูมิภาคอาเซียน และภูมิภาคอื่นๆ ที่มีความสำคัญและมีโอกาสเป็นตลาด สำหรับภาพยนตร์ไทย

สำหรับหน่วยงานที่ควรเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนิน นโยบายดังกล่าวข้างต้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษา เชิงลึกเพิ่มเติม เพื่อศึกษาและวิเคราะห์บทบาทและผลการ ดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถสร้างข้อเสนอในการ กำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนบทบาทและ ภาระหน้าที่ของหน่วยงานดังกล่าวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ต่อไป

บทสรุป

ภาพยนตร์ไม่ได้เป็นเพียงสินค้าหรือบริการ แต่เป็นสิ่งที่ แสดงอัตลักษณ์ของประเทศซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วย ส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลกให้แก่ ประเทศไทยได้ หากสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ดังกล่าว ควบคู่ไปกับการคิดสร้างสรรค์และความเป็นสากล อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะกลายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วย ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อย่างมีนัยสำคัญและจะเป็น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถนำพาประเทศไทยไปสู่การ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืนได้ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการค้าเสรีในปัจจุบัน ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้หากทุกภาคส่วนที่ เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ สมาคมวิชาชีพ สถาบันการศึกษา และภาครัฐ มีการปรับตัวและพัฒนาใน ทิศทางที่เหมาะสมตามแผนที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ กำหนด ตลอดจนพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันเพื่อให้เกิด การดำเนินงานร่วมกันในเชิงบูรณาการอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2549). อุตสาหกรรม ภาพยนตร์: การเจรจาเปิดตลาดกับประเทศคู่ค้าสำคัญ. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.thaifta.com/thaifta/Home/บทความต่าง/tabid/62/ctl/Details/mid/433/ItemID/1129/Default.aspx>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2556). ธุรกิจบริการ อุตสาหกรรมภาพยนตร์. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.ditp.go.th/>
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2556). *ยุทธศาสตร์การส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2555 – 2559)*. ประเทศไทย: ศูนย์กลางภาพยนตร์ และวีดิทัศน์แห่งเอเชีย. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. มณฑิรา ธาตาอำนวยการ. (2552). *สถานภาพความรู้เศรษฐกิจ*

สร้างสรรค์และศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
ในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2542). *ปัญหา อุปสรรค และ
แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
ประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก: กรณีศึกษา
ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์*. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2549). *ทิศทางการพัฒนา
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งประเทศไทย. (2556).
รายงานประจำปี 2554-2555. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2551). *โครงการศึกษาเพื่อจัดทำ
ยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจภาพยนตร์ไทย*. กรุงเทพฯ:
ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2556). *ระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์: ข้อมูลเปรียบเทียบแนวโน้มกลุ่ม
อุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2556, จาก
www.ce.nesdb.go.th

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2557). *โครงการจัดทำแผนที่เครือข่าย
วิสาหกิจ (Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความ
สามารถในการแข่งขัน*. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2557,
จาก <http://cm.nesdb.go.th/>

Box Office Mojo. (2014a). Thailand yearly box office.
Retrieved January 10, 2014, from [http://www.
boxofficemojo.com/intl/thailand/yearly/](http://www.boxofficemojo.com/intl/thailand/yearly/)

Box Office Mojo. (2014b). Korea yearly box office.
Retrieved January 10, 2014, from [http://www.
boxofficemojo.com/intl/Korea/yearly/](http://www.boxofficemojo.com/intl/Korea/yearly/)

Gupta, M., Jacobi, R., Jamet, J. F., & Malik, L.
(2006). *The LA motion picture industry cluster*.
Massachusetts: Harvard Business School.

Korean Film Council. (2014). *Korean cinema 2014*.
Seoul: Author.

National Economic and Social Development Board.
(2009). *Creative economy*. Bangkok: Author.

Oxford Economics. (2012a). The economic
contribution of the film and television industries
in Thailand. Retrieved January 10, 2014, from
[http://www.mpalibrary.org/assets/The_Economic_
Contribution_of_the_Film_and_Television_
Industries_in_Thailand.pdf](http://www.mpalibrary.org/assets/The_Economic_Contribution_of_the_Film_and_Television_Industries_in_Thailand.pdf)

Oxford Economics. (2012b). The economic
contribution of the film and television industries
in south korea. Retrieved January 10, 2014,
[http://www.mpalibrary.org/assets/Economic_
Contribution_of_the_Film_and_Television_
Industries_in_South_Korea1.pdf](http://www.mpalibrary.org/assets/Economic_Contribution_of_the_Film_and_Television_Industries_in_South_Korea1.pdf)

Porter, M. (1985). *Competitive advantage creating
and sustaining superior performance*. New York:
The Free Press.

UNESCO. (2014). Cinema statistics. Retrieved January
12, 2014, from [http://www.uis.unesco.org/
Culture/Pages/movie-statistics.aspx](http://www.uis.unesco.org/Culture/Pages/movie-statistics.aspx)

United Nations Conference on Trade and Development.
(2008). *Creative economy report 2008*. Geneva:
Author.

World Bank. (2014). World development indicators.
Retrieved January 10, 2014, from [http://databank.
worldbank.org/data/views/variableSelection/
selectvariables.aspx?source=world-development-
indicators](http://databank.worldbank.org/data/views/variableSelection/selectvariables.aspx?source=world-development-indicators)

Translated Thai References

Department of International Trade Promotion.
(2013). Film industry. Retrieved December 12,
2013, from <http://www.ditp.go.th/> (in Thai)

Department of Trade Negotiations. (2006). Film
industry: The negotiation with major trade
partner nations. Retrieved December 12, 2013,
from [http://www.thaifta.com/thaifta/Home/
บทความต่าง/tabid/62/ctl/Details/mid/433/
ItemID/1129/Default.aspx](http://www.thaifta.com/thaifta/Home/บทความต่าง/tabid/62/ctl/Details/mid/433/ItemID/1129/Default.aspx) (in Thai)

- Ministry of Culture. (2013). *Strategies to promote film and video industries phase 2 (2012–2016)*. Thailand: The Asian Hub of movie and Digital Content. Bangkok: Author. (in Thai)
- National Economic and Social Development Board. (2008). *The study on strategic development of Thai film business*. Bangkok: Author. (in Thai)
- National Economic and Social Development Board. (2013). *Creative economy database: industry's trend comparison*. Retrieved August 20, 2013, from www.ce.nesdb.go.th (in Thai)
- National Economic and Social Development Board. (2014). *Cluster map development project to promote competitiveness*. Retrieved October 19, 2014, from <http://cm.nesdb.go.th/> (in Thai)
- Tadaamnuaychai, M. (2009). *Status of knowledge on creative economy and the potential of Thai film industry toward creative economy* (Master's Thesis of Communication Arts, Chulalongkorn University). (in Thai)
- The National Federation of Thai Film Associations. (2013). *Annual report 2011–2012*. Bangkok: Author. (in Thai)
- Viwatsinudon, R. (1999). *Problems, obstacles and ways to promote Thai film industry in terms of exports*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Viwatsinudon, R. (2006). *Directions of domestic film industry development*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)



ศุภเจตน์ จันทรสาส์น สำเร็จการศึกษาปริญญาเอกศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาประชากรศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาโท Master of Economics จาก North Carolina State University ประเทศสหรัฐอเมริกา และปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผลงานทางวิชาการประเภทงานวิจัยในด้านเศรษฐศาสตร์ การพัฒนาและเศรษฐศาสตร์ประชากร



อรรยา สิงห์สงบ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาเอก Doctor of the Science of Law (S.J.D.) และปริญญาโท Master of Laws (LL.M.) จาก Southern Methodist University ประเทศสหรัฐอเมริกา และปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผลงานทางวิชาการประเภทงานวิจัยในด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา อาทิเช่น โครงการวิจัย เรื่องปัญหาอุปสรรคของการส่งออกและการทำการค้าทรัพย์สินทางปัญญาไทยในต่างประเทศ และข้อเสนอการแก้ไขปัญหามานการจัดทำความตกลง FTA และโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รองรับการเปิดเสรีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น



กาญจนา สงวัฒนา จบการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม และระดับมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์จาก North Carolina State University สหรัฐอเมริกา รวมทั้งระดับมหาบัณฑิตสาขาเศรษฐศาสตร์ และระดับบัณฑิตสาขาเศรษฐศาสตร์จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งอาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผลงานทางวิชาการประเภทงานวิจัย ได้แก่ Occupational and Environmental Health Impacts from Mining in Orissa, India บทความวิชาการ ได้แก่ ตลาดคาร์บอนเครดิต Resource Curses: Fact or Myth



ปาน จินตาพล จบการศึกษาปริญญาเอกสาขาเศรษฐศาสตร์ จาก Texas A&M University ปริญญาโทสาขาเศรษฐศาสตร์ จาก Southern Methodist University ปริญญาโทสาขา บริหารธุรกิจ และปริญญาตรีสาขาเศรษฐศาสตร์จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะ เศรษฐศาสตร์ University of Alabama มีผลงานทางวิชาการ ประเภทงานวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีการตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง การแข่งขันในโครงสร้างอุตสาหกรรม และพฤติกรรม ผู้บริโภค



ปณิญา ภัคษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท MFTV (Film and Television) จาก Bond University ประเทศออสเตรเลีย และปริญญาตรีนิเทศศาสตร์ สาขา ศิลปะการแสดง จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำคณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยดำรงตำแหน่งรองคณบดีฝ่าย วิชาการและวิจัย คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผลงานสร้างสรรค์ในสาขาภาพยนตร์ โดยเป็นคณะกรรมการอำนวยการ Bangkok International Student Film Festival 2010-2014 Producer TV Series บ้านชนะใจ TPBS 2556 กำกับโดย เชิดพงษ์ เหล่ายนต์ร์ และ Co-Producer ภาพยนตร์ 'อาบัติ' 2558 กำกับโดย ชนิษฐา ขวัญอยู่