

บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ
รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Role of Government in Supporting Industry: A Case Study of Korean Government
Support in Film Industry



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์

บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา
การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐ
เกาหลี

โดย

น.ส.ปาลพิมพ์ลดา สุสุระเสริมภูมิ

สาขาวิชา

รัฐประศาสนศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ ศิริประกอบ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนทิตพย์ จิตสว่าง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6181072224 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD: Korean Film Industry, Korean Government, KOFIC

Parnpimlada Susurasoemphum : The Role of Government in Supporting Industry: A Case Study of Korean Government Support in Film Industry.

Advisor: Assoc. Prof. Thanapan Laiprakobsup, Ph.D.

The objectives of the research on “The Role of Government in Supporting Industry: A Case Study of Korean Government Support in Film Industry” were to explain the policy and strategies of the Korean government in promoting the film industry, and to analyze the impacts of implementing the film industry promotion policy by the Korean government to be the policy recommendations for the Thai government to promote the Thai film industry. Qualitative research, in-depth interviews, and documentary research were applied.

The research results illustrated that the policy of the Korean government to promote the Korean film industry was “to provide, promote but not interfere.” This was obvious from the cancelation of the control on the film content, the support on the production budget, and the aid in distribution. The strategies for promoting the film industry of the Korean government was the establishment of the division, the Korean Film Council (KOFIC), to particularly promote the film industry. Moreover, there was a lot of support and promotion on the film industry, including the promotion of Korean film production, the support of the business in foreign countries, and the research and construction of infrastructure. From the continuous promotion by the government, the Korean film industry grew dramatically.

Field of Study: Public Administration

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี” จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากปราศจากความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่าน ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับแนวทางในการจัดทำสารนิพนธ์ ตลอดจนตรวจทานและแก้ไขเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ออกมาสมบูรณ์มากที่สุด อีกทั้ง ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ปกรณ์ ศิริประกอบ ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา และรองศาสตราจารย์ ดร. สุมนทิพย์ จิตสว่าง กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ให้คำชี้แนะที่มีประโยชน์และชี้ให้เห็นถึงข้อผิดพลาดเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีคุณภาพและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

อีกทั้ง ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำสารนิพนธ์ ทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณภักยาณมิตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ กองกิจกรรมองค์กรที่ให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณน้องมายด์ เบ็ดที่มาเรียนด้วยกันและช่วยเหลือกันจนเรียนจบ ขอขอบคุณพี่ตองที่ช่วยเหลือในหลาย ๆ เรื่อง ทั้งให้คำปรึกษา ติดต่อผู้ให้ข้อมูล และอีกมากมาย ขอขอบคุณกึ่งกึ่งที่คอยให้กำลังใจ รับฟัง และให้ข้อมูล ขอขอบคุณเอมที่ให้คำแนะนำที่ดี และขอบคุณเพื่อน ๆ รปม. 50 ตลอดจนท่านอาจารย์ทุกท่านและเจ้าหน้าที่หลักสูตร

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ ขอขอบคุณเกรทดินทร์ที่เป็นกำลังใจ คอยรับฟัง ปลอบใจ และช่วยให้ผ่านช่วงเวลาที่ยากลำบากไปได้ ขอขอบคุณไข่ต้มไข่ตุ๋นที่ยอมให้กอดเวลาท้อแท้ และขอบคุณตัวเองที่ไม่ยอมแพ้และอดทนจนทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดใน สารนิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ปาลพิมพ์ลดา สุสุระเสริมภูมิ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ที่มา ความสำคัญ และปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 โครงสร้างสารนิพนธ์.....	4
1.7 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	5
ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับบทบาทของภาครัฐบาล	5
2.1.1 ความหมายของบทบาท	5
2.1.2 ลักษณะของบทบาท	6
2.1.3 ความหมายของรัฐบาล.....	7
2.1.4 หน้าที่หลักของรัฐ	8

2.2 แนวคิดรัฐพัฒนาการ	12
2.2.1 นิยามของรัฐพัฒนาการ.....	12
2.2.2 ตัวแบบของรัฐพัฒนาการ.....	12
2.2.3 กรณีศึกษารัฐพัฒนาการในประเทศต่าง ๆ.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม	16
2.3.1 ความหมายของวัฒนธรรม	16
2.3.2 ประเภทของวัฒนธรรม	16
2.3.3 ความหมายของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม.....	18
2.3.4 ลักษณะของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม.....	20
2.4 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี	22
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3	32
ระเบียบวิธีวิจัย	32
3.1 รูปแบบการวิจัย	32
3.2 กรณีศึกษา	33
3.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	34
3.4 เอกสารที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4	37
ผลการศึกษา	37
4.1 ลักษณะนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์..	37
4.1.1 นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณเกาหลี.....	37
4.1.2 ปัจจัยบริบทแวดล้อม	51
4.1.3 ผลที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี.....	53

4.2 อภิปรายผลการศึกษา	59
บทที่ 5	63
บทสรุป และข้อเสนอแนะ	63
5.1 บทสรุป	63
5.2 ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม.....	68
ประวัติผู้เขียน.....	74



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงงบประมาณของ KOFIC ในแต่ละหมวด ประจำปี ค.ศ. 2020	42
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนการเข้าชมภาพยนตร์ของตลาดในประเทศเกาหลี และสัดส่วนในตลาด (Market Share) ระหว่างภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ต่างประเทศ	53
ตารางที่ 3 แสดงมูลค่าการออกภาพยนตร์เกาหลี ระหว่างปี ค.ศ. 1997 – 2004	55
ตารางที่ 4 แสดงยอดจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ระหว่างปี ค.ศ. 2009 – 2018	55
ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนของยอดจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ระหว่างปี ค.ศ. 2009 – 2018	56
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสาธารณรัฐเกาหลี และรายได้จากนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019	58
ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ...	62

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา ความสำคัญ และปัญหา

สาธารณรัฐหรือเกาหลีใต้ถือได้ว่าเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จนได้รับการขนานนามว่า Miracle of the Han river หรือ ปาฏิหาริย์แห่งแม่น้ำฮัน ซึ่งเป็นการอ้างถึงความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดในช่วงเวลาไม่กี่ทศวรรษ เปลี่ยนแปลงจากประเทศที่เคยยากจนที่สุดประเทศหนึ่งในโลกในช่วงทศวรรษที่ 1950 มาเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดเป็นลำดับที่ 11 ในปี 2016 อีกทั้งในปี 2017 ยังถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูงของโลก (ซินินทร์ มีโกคี, 2560) ซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเกาหลีมีปัจจัยมาจากการส่งออกเป็นหลัก โดยรายได้จากการส่งออกของประเทศมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของ GDP ทั้งหมดของประเทศ โดยสินค้าหลักในการส่งออก ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า รถยนต์ เครื่องจักรกล เรือ และน้ำมันเชื้อเพลิง (สำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย, 2562)

นอกจากการส่งออกสินค้าประเภทอุตสาหกรรมหนักแล้ว ในช่วงหลังวิกฤตการเงินเอเชียปี 1997 รัฐบาลเกาหลีใต้ต้องการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล จึงได้หันมาให้ความสำคัญกับการส่งออกวัฒนธรรม (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561) เพื่อให้เกาหลีใต้เป็นที่รู้จักในระดับสากล และดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเกาหลีใต้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการส่งออก เกม ภาพยนตร์ ละคร เพลง ฯลฯ สินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถสร้างรายได้ให้กับเกาหลีใต้เป็นจำนวนมหาศาล และมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นทุกปี โดยในปี 2019 เกาหลีใต้มีมูลค่าการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมอยู่ที่ 12.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งสูงขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับ 5 ปีก่อน (John, 2020) และหากย้อนไปในปี 2004 พบว่าเกาหลีใต้มีมูลค่าการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมเพียง 939,362 ดอลลาร์สหรัฐฯ (CEIC, 2020) นอกจากนี้ ในปี 2013 ประเทศเกาหลีใต้เป็น 1 ใน 14 ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมเกิน 23 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมียอดการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมอยู่ที่อันดับ 7 ของโลก (Invest Korea, 2017)

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ และถูกจัดให้เป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ (Prakai, 2563) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ

เป็นอย่างมาก โดยรายได้จากภาพยนตร์เกาหลีพุ่งสูงมากกว่าช่วงทศวรรษที่ผ่านมามากกว่าเท่าตัว กล่าวคือ ในปี 2004 ประเทศเกาหลีใต้มีรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เท่ากับ 440 พันล้านวอน หรือราว 370 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ในปี 2019 ประเทศเกาหลีใต้มีรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เท่ากับ 1.91 ล้านล้านวอน หรือราว 1.61 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกา มีรายได้เท่ากับ 11.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกเท่ากับ 42.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (Statista, 2020b) ปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีใต้ติดอันดับ 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร (Agata, 2020) หลายปีที่ผ่านมา ภาพยนตร์หลายเรื่องของเกาหลีใต้ได้รับความนิยมอย่างมากจากต่างประเทศรวมทั้งในประเทศไทยเอง ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เรื่อง Train to Busan, Along with the god ฯลฯ ในปี 2019 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ได้สร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ให้กับวงการภาพยนตร์ของเกาหลีใต้ โดยได้รับรางวัลจากงานประกาศรางวัลออสการ์ครั้งที่ 92 ถึง 4 สาขา ซึ่งเป็นภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ได้รับรางวัลจากงานประกาศรางวัลนี้ และสามารถทำรายได้จากการฉายทั่วโลกเท่ากับ 257.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อยู่ในอันดับที่ 30 ของภาพยนตร์ทำเงินจากทั้งหมด 777 อันดับ (Boxofficemojo, 2020)

จากความสำเร็จดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้มีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ซึ่งปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญมาจากการที่รัฐบาลเกาหลีให้การสนับสนุน โดยผ่านการกำหนดนโยบายต่าง ๆ (ปิยะการณ โกรนารา, 2552) จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่ารัฐบาลเกาหลีใต้มีบทบาทในการส่งเสริมหรือสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างไร ซึ่งการศึกษาถึงบทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้นี้จะมีประโยชน์ต่อการเป็นแนวทางต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ซึ่งหากพิจารณาที่บริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยพบว่า รัฐบาลไทยเองก็มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเช่นกัน นั่นคือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ โดยเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบันเป็นระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่งเสริมและพัฒนาตลาดภาพยนตร์ ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานภาพยนตร์ และพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559) และจากการศึกษาพบว่าในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการฉายภาพยนตร์ภายในประเทศจำนวน 3,974.52 ล้านบาท รายได้จากการให้สิทธิ์เผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศจำนวน 200 ล้านบาท อีกทั้ง ยังพบว่าสัดส่วนรายได้จากการฉายภาพยนตร์ไทยในประเทศมีเพียงร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับสัดส่วนรายได้ภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้าฉายในไทยที่มีสัดส่วนร้อยละ 89 (สมาพันธ์สมาคม

ภาพยนตร์แห่งชาติ, 2561) ในขณะที่ภาพยนตร์เกาหลีมีสัดส่วนรายได้จากการเข้าฉายในประเทศมากกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับสัดส่วนภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้าฉายในเกาหลี ทำให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร แม้รัฐบาลจะมีนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังนั้น การศึกษาบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงแนวนโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้ต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. แนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีลักษณะอย่างไร?
2. กลยุทธ์ในการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีลักษณะอย่างไร?
3. การดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีส่งผลกระทบอย่างไรต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี?

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายแนวนโยบายและกลยุทธ์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในการดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี
3. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับนโยบาย และกลยุทธ์ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 โดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ ข่าว และการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังศึกษาตัวเลข สถิติ หรือข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี เช่น ตัวเลขมูลค่าการส่งออก มูลค่าการบริโภคในประเทศ จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิต

ได้ต่อปี สัดส่วนในตลาด เป็นต้น ตั้งแต่ปี 1997 – 2019 หรือเท่าที่สามารถค้นคว้าได้ เนื่องจากอาจมี ปัญหาเรื่องการเข้าถึงข้อมูลซึ่งถูกจัดเก็บและรวบรวมโดยหน่วยงานของสาธารณรัฐเกาหลี

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจความเป็นมา นโยบาย และกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี
2. เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อผู้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ของประเทศไทย

1.6 โครงสร้างสารนิพนธ์

บทที่ 2 การสำรวจวรรณกรรม ในบทนี้จะอธิบายเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับ บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสาธารณรัฐเกาหลี อาทิ แนวคิดเกี่ยวกับ บทบาทภาครัฐ แนวคิดรัฐพัฒนาการ แนวคิดวัฒนธรรมและแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และ แนวคิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย ในบทนี้จะอธิบายถึงวิธีการในการวิจัย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการ วิจัย กรณีศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เอกสารที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า วิธีการเก็บข้อมูลทั้ง ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ และการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 ผลการศึกษา

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1.7 นิยามศัพท์

Korean Wave เป็นคำเรียกกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี โดยคำนี้ถูกใช้เป็นครั้งแรก ในช่วงปี ค.ศ. 1999 จากนักข่าวชาวปักกิ่งที่แปลกใจกับความคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมเกาหลีของชาวจีน อันเนื่องมาจากการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลี ต่อมาได้มีการเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Hallyu ซึ่ง หมายถึง Flow of Korea หรือกระแสเกาหลีฟีเวอร์ (สถิติการณ์ เอี่ยมธงชัย, 2559)

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดบทบาทของภาครัฐประเทศ แนวคิดวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี นอกจากนี้ ยังได้ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry (Gil-Sung Park, 2014), The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea's Experience (Milim KIM, 2011), การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ และบทเรียนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย (กร ตาลทิพย์, 2553) และการพัฒนาเศรษฐกิจของสิงคโปร์ ในงานวิจัยเรื่อง บทบาทรัฐกับยุทธศาสตร์การพัฒนาสิงคโปร์ (ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐบาล

2.1.1 ความหมายของบทบาท

สมคิด เพ็งอุดม (2535) กล่าวถึง บทบาท คือ พฤติกรรมของบุคคลที่ถูกกระบุโดยตำแหน่งหรือสถานภาพ บทบาทและตำแหน่งหรือสถานภาพจึงเป็นสิ่งที่มาควบคู่กัน

สมใจ ลักษณะ (2542) ให้ความหมายของบทบาทว่า พฤติกรรมของผู้ดำรงตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานะใด ๆ ในกลุ่มหรือสังคมซึ่งมีลักษณะของบทบาทแตกต่างกันไปตามตำแหน่งหน้าที่

ยนต์ ชุ่มจิต (2544) กล่าวถึง บทบาท หมายถึง ภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบตามแต่สถานภาพของแต่ละบุคคล กล่าวคือ บุคคลใดมีสถานะหรือตำแหน่งใดก็ต้องมีความรับผิดชอบตามสถานภาพหรือตำแหน่งของตน

สนธนา พลศรี (2545) ได้ให้ความหมายของบทบาทไว้ว่า หน้าที่ของบุคคลตามสถานภาพหรือตำแหน่งที่ดำรงอยู่ บทบาทจึงเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ

จากการศึกษาความหมายของ บทบาท สามารถสรุปได้ว่า บทบาท หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ขึ้นอยู่กับสถานภาพหรือตำแหน่งของบุคคลนั้น ๆ บทบาทของแต่ละคนจึงแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานภาพหรือตำแหน่งที่บุคคลนั้นดำรงอยู่

2.1.2 ลักษณะของบทบาท

จักรรัช ธีระกุล (2542) ได้แบ่งประเภทของบทบาทไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ข้อบัญญัติของสังคม (Prescribed Role) หรือบทบาทอุดมคติ เป็นบทบาทที่กำหนดหน้าที่และสิทธิตามตำแหน่งทางสังคม

2. บทบาทที่บุคคลเข้าใจ (Perceived Role) เป็นบทบาทที่ขึ้นอยู่กับความเข้าใจของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งเป็นการตีความโดยบุคคลเอง ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อบัญญัติของสังคม

3. บทบาทที่เป็นจริง (Actual Role) เป็นบทบาทที่บุคคลนั้นแสดงออกมาจริง ๆ ซึ่งบทบาทที่แสดงออกมานั้นอาจขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพเฉพาะตัว และประสบการณ์ของบุคคลนั้น

จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ และคณะ (2551) ได้มีการจัดประเภทของบทบาทไว้ 3 ด้าน ดังนี้

1. บทบาทในอุดมคติ (Ideal Role) คือ บทบาทที่กำหนดไว้ตามกฎหมายหรือบทบาทที่ถูกกำหนดโดยความคาดหวังของบุคคลในสังคม (Expected Role) เป็นบทบาทที่บุคคลผู้มีสภาพหนึ่ง ๆ พึงกระทำ แต่ในบางครั้งบุคคลอาจไม่กระทำตามนั้นก็ได้ เช่น บุคคลในสังคมคาดหวังให้ผู้บริหารสถานศึกษาจะแสดงบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ มีทักษะในการสื่อสาร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานศึกษา แต่ผู้บริหารบางคนอาจจะมีได้แสดงบทบาทนั้นก็ได้

2. บทบาทที่บุคคลเข้าใจหรือรับรู้ (Perceived Role) คือ บทบาทของบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับ ทศนคติ บุคลิกภาพ และค่านิยม ยกตัวอย่างเช่นผู้บริหารสถานศึกษาเข้าใจบทบาทของตนเองว่าเป็นผู้บริหารด้านวิชาการของสถานศึกษา จึงได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเรียนการสอน

3. บทบาทที่แสดงออกจริง (Actual Role หรือ Enacted Role) คือ บทบาทที่แสดงออกเมื่อพบกับเหตุการณ์เฉพาะหน้า ซึ่งอยู่กับสภาพแวดล้อมทางสังคมหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น แรงกดดันต่าง ๆ เป็นต้น โดยบทบาทที่แสดงออกอาจจะสอดคล้องกับบทบาทในอุดมคติ (Ideal Role) หรือบทบาทที่บุคคลเข้าใจหรือรับรู้ (Perceived Role) หรือไม่ก็ได้ เช่น ผู้บริหารสถานศึกษาต้องบริหารงานให้มีความโปร่งใส แต่ถูกแรงกดดันจากนักการเมืองหรือผู้มีอิทธิพลท้องถิ่น จึงทำให้ไม่สามารถแสดงบทบาทผู้บริหารที่ดีได้

Broom and Selznick (1968) กล่าวว่า บทบาทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. บทบาทในอุดมคติ (Ideal Role) เป็นบทบาทที่มีการกำหนดสิทธิและหน้าที่ทางสังคมไว้อย่างชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นว่าบุคคลในสังคมคาดหวังอะไรจากบทบาทเหล่านั้น และใครเป็นผู้มีสิทธิ์เรียกร้องความเป็นธรรมจากบทบาทเหล่านั้น
2. บทบาทที่เป็นจริง (Actual Role) เป็นบทบาทที่แสดงออกโดยมีปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นตัวกำหนด

สรุปจากการศึกษา ประเภทของบทบาทสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1. บทบาทในอุดมคติหรือบทบาทตามข้อบัญญัติของสังคม เป็นบทบาทที่ถูกกำหนดตามสภาพหรือตำแหน่งหน้าที่ที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ แต่ในบางครั้งบุคคลอาจมิได้ปฏิบัติตามบทบาทนั้นก็ได้อีก
2. บทบาทที่บุคคลเข้าใจหรือรับรู้ เป็นบทบาทที่บุคคลนั้นรับรู้หรือเข้าใจด้วยตัวเอง โดยมีอิทธิพลจากทัศนคติ ประสบการณ์ชีวิต ค่านิยม และบุคลิกภาพ
3. บทบาทที่เป็นจริง เป็นบทบาทที่บุคคลปฏิบัติจริง โดยมีอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสังคม หรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น แรงกดดันต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้บุคคลมิได้แสดงบทบาทตามอุดมคติหรือบทบาทที่รับรู้

2.1.3 ความหมายของรัฐบาล

ไกรยุทธ ธีรตยาสินันท์ (2525) ได้กล่าวถึง รัฐบาล หรือภาครัฐบาล (The Government Sector) ว่า ในระบบเศรษฐกิจมีภาครัฐบาลอยู่หลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น แต่การศึกษาระบบเศรษฐกิจจะระดับมหภาคภาครัฐบาลจะหมายถึงหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่ปกครองชุมชนทุกระดับ ไม่ว่าจะป็นระดับชาติหรือระดับท้องถิ่นในระบบเศรษฐกิจนั้น ๆ

ชวินทร์ สีนะบรรจง (2554) ได้กล่าวว่ภาครัฐ (Public Sector) คือรัฐบาลในระดับต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ดังนั้น รัฐบาล หรือภาครัฐบาล (Government Sector) จึงหมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ปกครองรัฐทุกระดับในระบบเศรษฐกิจนั้น

คณิน บุญสุวรรณ (2548) ได้กล่าวถึงความหมายของรัฐบาลไว้ดังนี้ ในการปกครองประเทศมีการแบ่งแยกอำนาจออกเป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ และฝ่ายตุลาการ โดยฝ่ายบริหารนั้นมีความสำคัญที่สุดในการบริหารประเทศ การดำเนินงานของฝ่ายบริหารจะต้องมีหน่วยงานมาดำเนินการ คือ รัฐบาล ดังนั้น รัฐบาล จึงหมายถึง บุคคลและคณะบุคคลที่ได้รับ

มอบหมายให้ใช้อำนาจบริหารเพื่อการปกครองประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ของรัฐบาลนั้นมิได้มีเพียงแค่การบริหารประเทศเท่านั้น หากยังรวมถึงการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ของประเทศอีกด้วย

สรุป ภาครัฐ หรือภาครัฐบาล หมายถึง บุคคลและคณะบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ใช้อำนาจในการปกครองประเทศ บริหารประเทศ รวมทั้งการกำหนดนโยบายต่าง ๆ อีกทั้ง ภาครัฐมีทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น

2.1.4 หน้าที่หลักของรัฐ

ไกรยพ ธีรตยาสินันท์ (2525) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่หลักของรัฐบาลไว้คือ รัฐบาลมีบทบาทในการในการพัฒนาเศรษฐกิจ หากปราศจากซึ่งการพัฒนาในระบบเศรษฐกิจก็ไม่จำเป็นต้องมีรัฐบาล ภายในกรอบของวิชาเศรษฐศาสตร์นั้น รัฐบาลมีหน้าที่หลัก ๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. หน้าที่การจัดสรรทรัพยากร (Allocation) หน้าที่การจัดสรรทรัพยากรเกี่ยวข้องกับการที่รัฐกำหนดว่าจะจัดหาสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง จำนวนเท่าไร ผลิตอย่างไร โดยมีเป้าหมายที่ความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน
2. หน้าที่การกระจายรายได้ (Distribution) หน้าที่การกระจายรายได้จะเกี่ยวข้องกับการที่รัฐกำหนดว่าสินค้าและบริการที่รัฐผลิตจะไปสู่ประชาชนกลุ่มใดและจำนวนเท่าใด โดยมีการกระจายผลผลิตทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล
3. หน้าที่การรักษาเสถียรภาพ (Stabilization) เกี่ยวข้องกับการรักษาความสมดุลและลดความผันผวนของราคาและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยใช้เครื่องมือรายรับและรายจ่ายของรัฐบาลในการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมดังกล่าว เพื่อรักษาไว้ซึ่งการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพและความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ
4. หน้าที่การสร้างความสำเร็จหรือพัฒนาเศรษฐกิจ (Growth and Development) เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรในภาครัฐ และจัดรูปแบบการกระจายรายได้ รวมทั้งการใช้มาตรการหรือเครื่องมือต่าง ๆ มาใช้ในการดึงดูดภาคเอกชนในการกระจายทรัพยากรหรือผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความเจริญให้แก่ระบบเศรษฐกิจ และส่งผลให้มีการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า

พวยัพ พยอมยนต์ (2546) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของรัฐบาลไว้ว่า นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสนใจในหน้าที่ทางเศรษฐกิจของรัฐบาลเป็นอันมาก มีความพยายามที่จะค้นคว้าหน้าที่ที่สำคัญ

ของรัฐบาลในด้านเศรษฐกิจอยู่เสมอ ซึ่งหน้าที่ของรัฐบาลก็จะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำให้ประชาชนในประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงและสม่ำเสมอ ภายใต้ปัญหาของเศรษฐกิจทุนนิยม นั่นคือ ทรัพยากรและบริการที่มีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการของประชาชนมีแนวโน้มสูงขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจจึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดี ซึ่งการที่จะทำให้รายได้ของประชาชนสูงขึ้น รัฐบาลอาจจะต้องมีการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น การใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในการผลิต การปรับปรุงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแรงงาน และการปรับปรุงสถาบันทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสมแก่การเพิ่มรายได้ของประชากรในระยะยาว

2. เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ หมายถึง การรักษาระดับราคาสินค้าให้มีความสมดุล กล่าวคือ รักษาระดับความต้องการสินค้าและบริการให้มีความสมดุลกับปริมาณการผลิต เพราะหากความต้องการสินค้าและบริการมีมากกว่าปริมาณการผลิตก็จะทำให้สินค้าหรือบริการนั้นมีราคาแพง หรือหากมีความต้องการสินค้าหรือบริการน้อยกว่าปริมาณการผลิตก็จะทำให้เกิดการว่างงาน ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

3. ความยุติธรรมทางเศรษฐกิจ โดยส่วนใหญ่มุ่งไปที่ความเป็นธรรมในการกระจายรายได้ เป็นแนวความคิดที่ต้องการให้ประชาชนมีรายได้ที่ใกล้เคียงกัน โดยมีเป้าหมายให้ประชาชนมีค่าครองชีพที่ไม่ต่างกันมาก

4. เสรีภาพทางเศรษฐกิจ ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เสรีภาพเป็นเรื่องสำคัญที่ควรมี ในสังคมทั่ว ๆ ไป เสรีภาพจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ขนบประเพณี และวัฒนธรรมของสังคม แต่เสรีภาพในทางเศรษฐกิจนอกจากจะอยู่ภายใต้กรอบข้างต้นที่กล่าวไปแล้วนั้น จะต้องอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ซื้อ และความสามารถ ความรู้ และทุน ที่จะนำมาใช้การผลิต สินค้าและบริการของผู้ผลิต

อภิชาติ คุณวัฒน์บัณฑิต (2561) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับภารกิจของรัฐสมัยใหม่ไว้ ดังนี้ ในช่วงเข้าสู่คริสต์ศตวรรษที่ 20 รัฐได้ขยายบทบาทเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านของสวัสดิการสังคม สาธารณสุข การศึกษา การส่งเสริมและการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น ซึ่งการขยายตัวของบทบาทภาครัฐนี้จะเห็นได้ชัดมากในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยทั่วไปแล้วนั้น ภารกิจของภาครัฐสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ประการแรก ภารกิจในการกำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ แบบแผนความประพฤติ เพื่อให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข อีกทั้งยังเป็นการกำหนดความสัมพันธ์ของคนในสังคม เช่น การกำหนดความสัมพันธ์ทางแพ่ง การกำหนดความสัมพันธ์ทางอาญา การกำหนดความสัมพันธ์ด้านแรงงาน เป็นต้น ประการที่สอง คือ ภารกิจใน

การจัดหาหรือผลผลิตสินค้าหรือบริการที่จำเป็นให้แก่คนในสังคม เช่น การที่รัฐจัดให้เครือข่ายการสื่อสาร เครือข่ายโทรคมนาคม การไฟฟ้า การประปา เป็นต้น ให้แก่คนในสังคม อย่างไรก็ตามแต่ละรัฐย่อมมีเป้าหมายไม่เหมือนกัน ถึงอย่างนั้น เมื่อพิจารณาจากหลักประชาธิปไตยและคุณค่าของหลักนิติรัฐแล้ว ภารกิจที่สำคัญของรัฐมีดังนี้

1. การรักษาความสงบเรียบร้อยภายในและความปลอดภัยของรัฐ

ภารกิจนี้ถือได้ว่าเป็นภารกิจพื้นฐานของรัฐ เพื่อให้ภารกิจบรรลุตามเป้าหมายกฎหมายจึงกำหนดให้รัฐเป็นผู้ผูกขาดอำนาจในการใช้กำลังทางกายภาพ เพราะหากให้แต่ละบุคคลใช้อำนาจตามสิ่งที่ตนเองเห็นว่าถูกต้อง จะเกิดความวุ่นวาย นอกจากนี้ รัฐยังเป็นผู้ผูกขาดอำนาจทางการทหารเพื่อป้องกันดินแดน อย่างไรก็ตาม ในการปกป้องประเทศของรัฐไม่จำเป็นต้องการมีกองทัพไว้เท่านั้น ยังรวมไปถึงการผูกสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศ ดังนั้น รัฐจึงเป็นผู้มีอำนาจทางการทูต ตลอดจนความสามารถในการทำข้อตกลงระหว่างประเทศต่าง ๆ

2. การคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐาน

รัฐจะต้องเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของแต่ละบุคคล ไม่ก้าวล่วงเขตแดนของบุคคลเนื่องจากมีบทบัญญัติว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและสิทธิพลเมือง แต่ในขณะเดียวกัน รัฐก็ต้องทำหน้าที่ในการปกป้องคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมืองโดยการจัดโครงสร้างตลอดจนกระบวนการกฎหมายที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพและสิทธิมนุษยชน เช่น การกำหนดให้มีศาลปกครองตรวจสอบการกระทำของฝ่ายปกครองที่ขัดต่อกฎหมายสิทธิมนุษยชน นอกจากนี้ รัฐยังมีหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานจากการล่วงละเมิดของบุคคลที่สามด้วย รัฐจะต้องเข้าขัดขวางการกระทำนั้นเพื่อปกป้องชีวิตและความปลอดภัยของบุคคลที่ถูกล่วงละเมิด

3. การจัดการศึกษาและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

รัฐจะต้องทำให้ประชาชนสามารถแสดงศักยภาพความเป็นมนุษย์ออกมาโดยสมบูรณ์ ดังนั้นรัฐจึงควรจัดการศึกษา ให้ความรู้ทางวิชาการ การฝึกอบรมวิชาชีพ ตลอดจนการทำให้ประชาชนมีความรับผิดชอบต่อสังคม จะทำให้ประชาชนสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม แม้รัฐจะมีภารกิจจัดการศึกษาให้แก่ประชาชน แต่รัฐย่อมต้องเคารพสิทธิส่วนบุคคล เคารพในสิทธิพลเมือง การจัดการศึกษาของรัฐจึงไม่ควรยึดยึดความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรม หรือความเชื่อใด ๆ เพื่อให้พลเมืองแสดงออกอย่างรัฐต้องการ

4. การจัดสวัสดิการสังคมและการสร้างความเป็นธรรมในสังคม

เพื่อให้พลเมืองของรัฐมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดี รัฐจึงมีหน้าที่ในการจัดบริการขั้นพื้นฐานหรือสวัสดิการให้แก่พลเมือง เช่น การจัดให้มีการรักษาพยาบาลอย่างเท่าเทียม การจัดให้มีบำนาญหรือเงินสงเคราะห์ผู้สูงอายุ เป็นต้น

5. การส่งเสริมและการควบคุมเศรษฐกิจ

จากการที่รัฐมีภารกิจในการจัดสวัสดิการให้แก่พลเมืองนั้น รัฐจำเป็นต้องมีรายได้เพื่อใช้ในการจัดสวัสดิการ ซึ่งรายได้ที่สำคัญของรัฐก็คือ ภาษีอากร เนื่องจากการที่รัฐจะหารายได้จากการทำธุรกิจเช่นเดียวกับภาคเอกชนนั้นเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีข้อจำกัดทางกฎหมายและโดยระบบเศรษฐกิจแบบตลาดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รัฐจึงต้องมีการส่งเสริมเศรษฐกิจให้เติบโต เพื่อที่จะสามารถเก็บภาษีจากประชาชนได้มากขึ้น นอกจากนี้ รัฐยังสามารถดำเนินการเพื่อควบคุมเศรษฐกิจโดยการกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีและมีความเป็นธรรม เช่น การออกกฎหมาย ภาวะเบียดเบียน ภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นต้น อีกทั้ง รัฐยังสามารถดำเนินการใดใดในเชิงรุกเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจหรือกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น การให้เงินอุดหนุน เป็นต้น

6. การพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม

ภารกิจการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นภารกิจใหม่ของรัฐ มีขึ้นเพื่อให้รัฐดำเนินการใดใด หรือออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ขึ้นเพื่อป้องกันการทำลายสิ่งแวดล้อม หรือการทำอันตรายต่อสิ่งมีชีวิต

สรุปแนวคิดบทบาทภาครัฐ จากการศึกษาความหมายและลักษณะของบทบาท ความหมายและหน้าที่หลักของภาครัฐนั้น ในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ รัฐหรือรัฐบาล คือบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีอำนาจในการปกครอง บริหาร รวมทั้งกำหนดนโยบายของประเทศ โดยมีหน้าที่หรือภารกิจในการจัดสรรทรัพยากร หน้าที่ในการกระจายรายได้ หน้าที่ในการรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าและบริการ และหน้าที่ในการสร้างความเจริญหรือพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีกินดี มีมาตรฐานชีวิตที่ดี โดยรัฐสามารถออกนโยบายต่าง ๆ หรือกำหนดกฎเกณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ออกนโยบายลดหย่อนภาษีนำเข้า วัสดุอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมที่รัฐต้องการส่งเสริม การให้เงินอุดหนุนแก่ภาคเอกชน เป็นต้น

2.2 แนวคิดรัฐพัฒนาการ

2.2.1 นิยามของรัฐพัฒนาการ

นพรัตน์ วรรณเทพสกุล (2560) ได้อ้างถึงการให้คำนิยามของ ฮาจุน ชาง (2010) ไว้ว่า นิยามของรัฐพัฒนาการจำแนกเป็น 2 นิยาม คือ นิยามแบบแคบและนิยามแบบกว้าง ดังนี้

ตามนิยามแบบแคบนั้น “รัฐพัฒนาการ” หมายถึง รัฐที่มีความชอบธรรมในการเมือง เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจที่ประสบความสำเร็จด้วยนโยบายอุตสาหกรรม ซึ่งนิยามนี้หมายถึง ประสบการณ์การพัฒนาเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออก (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน) ระหว่าง ค.ศ. 1950 – 1980 ที่ผู้นำทางการเมืองบริหารประเทศแบบอำนาจนิยมและยังสามารถดำรงตำแหน่งได้ยาวนาน

นิยามแบบกว้าง “รัฐพัฒนาการ” คือ รัฐที่เข้าแทรกแซงเศรษฐกิจ เพื่อให้เศรษฐกิจพัฒนา โดยสนับสนุนบางอุตสาหกรรมเป็นพิเศษ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ความหมายนี้จะสื่อความหมายที่กว้างออกไป โดยหมายถึงประสบการณ์จากหลายประเทศ มิใช่เฉพาะในเอเชียตะวันออกเท่านั้น ดังนั้น จากนิยามแบบกว้างนี้ ทำให้เราเห็นบทบาทภาครัฐที่ขยายวงกว้างออกไป โดยครอบคลุมไปถึงการชี้นำทางเศรษฐกิจและการใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน เช่น ด้านการศึกษา สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงนโยบายอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยทั่วไปรัฐจะต้องรักษาสมดุลระหว่างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาทางสังคมควบคู่กันไป จึงทำให้รัฐจะต้องแสดงบทบาทนำในการปรับโครงสร้างของประเทศในทุกด้าน โดยรัฐอาจจะคงไว้ซึ่งระบบอำนาจนิยม เพื่อรักษาครัทธาจากประชาชนต่อไปหรือไม่ก็ได้

2.2.2 ตัวแบบของรัฐพัฒนาการ

นพรัตน์ วรรณเทพสกุล (2560) ได้อ้างถึงงานเขียนของ ฮาจุน ชาง ว่ามีการแบ่งตัวแบบของรัฐพัฒนาการออกเป็นหลายรูปแบบ เนื่องจากแต่ละสังคมอาจมีลักษณะของรัฐพัฒนาการที่แตกต่างกัน อาจมีได้จำกัดอยู่ที่การพัฒนาอุตสาหกรรมเพียงอย่างเดียว ในระบบทุนนิยมมีความหลากหลายรัฐอาจทำหน้าที่อะไรก็ได้ โดยมีตัวแบบรัฐพัฒนาการที่หลากหลายดังต่อไปนี้

1. ตัวแบบคลาสสิก

ตัวอย่างที่โดดเด่นที่สุดของตัวแบบคลาสสิก คือ สาธารณรัฐเกาหลี ในช่วง 1950 – 1980 รัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมที่ชัดเจนผ่านหน่วยงานของรัฐ อันได้แก่ Economic Planning Board (EPB) และมีการกำหนดให้ภาคธนาคารเป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมี

รูปแบบเหมือนประเทศญี่ปุ่นที่มีหน่วยงานวางแผนเศรษฐกิจ คือ Ministry of International Trade and Industry (MITI ปัจจุบันคือ METI) และได้เห็นว่ารัฐมีการแทรกแซงระบบเศรษฐกิจน้อยกว่าเกาหลีใต้และญี่ปุ่น แต่ก็มีการจัดตั้งหน่วยงานรัฐเพื่อวางแผนเศรษฐกิจ คือ Industrial Development Board (IDB) ในขณะเดียวกันรัฐวิสาหกิจถือได้ว่ามีบทบาทเป็นอย่างมาก โดยควบคุมตั้งแต่การผลิต และที่โดดเด่นของไต้หวันคือรัฐมีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ แต่ในส่วนของประเทศสิงคโปร์จะมีความแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ เล็กน้อย กล่าวคือ มีการค้าเสรีและเปิดรับเงินลงทุนจากต่างประเทศ อีกทั้ง มีรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นผู้นำ

2. ตัวแบบสแกนดิเนเวีย

ตัวแบบจะเห็นเด่นชัดในประเทศแถบสแกนดิเนเวีย (สวีเดน ฟินแลนด์ นอร์เวย์ และเดนมาร์ก) ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 รัฐจะให้ความสำคัญกับรัฐสวัสดิการ (welfare state) และการจ้างงานอย่างเต็มที่ (full employee) มากกว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ลักษณะของรัฐพัฒนาการในกลุ่มนี้ คือ

1) นโยบายอุตสาหกรรมแบบเจาะจง โดยที่สวีเดนมีการนำรูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนหรือที่เรียกว่า หุ้นส่วนภาครัฐกับเอกชน (Public Private Partnership) มาใช้กับอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ เช่น รถไฟ โทรเลขและโทรศัพท์ เป็นต้น ส่วนที่เดนมาร์กรัฐจะแทรกแซงสินค้าเกษตร เพื่อช่วยเหลือด้วยการจัดการตลาดส่งออกส่งผลให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตมาก เช่นเดียวกับนอร์เวย์และฟินแลนด์ที่มีการเพิ่มนโยบายอุตสาหกรรมแบบเจาะจงมากขึ้น

2) สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง รัฐในแถบสแกนดิเนเวียมิได้มีการวิจัยและพัฒนาที่เจาะจง แต่จะมุ่งเน้นที่การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง โดยในช่วงสามทศวรรษหลังประเทศในแถบสแกนดิเนเวียทุกประเทศถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการลงทุนด้านการวิจัยมากที่สุดในโลก โดยมีกองทุนเพื่อสร้างนวัตกรรม (SITRA) ของฟินแลนด์เป็นผู้นำ

3) นโยบายรัฐสวัสดิการ รัฐในแถบสแกนดิเนเวียมีการจัดสวัสดิการให้แก่คนงานอย่างเข้มแข็งเพื่อช่วยรองรับความเสี่ยงให้ทั้งแรงงานทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีนโยบายฝึกอบรมแรงงานเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับงานใหม่และช่วยหางาน (active labor market policy) ส่วนที่สวีเดนจะมีนโยบายการจ่ายค่าจ้างที่เท่ากันในงานประเภทเดียวกัน (solidarity wage policy) จากนโยบายดังกล่าวทำให้เห็นว่าประเทศในแถบสแกนดิเนเวียได้ใช้นโยบายรัฐสวัสดิการร่วมกับนโยบายแรงงานเปลี่ยนแปลงจากประเทศที่มีผลผลิตต่ำสู่ประเทศที่มีผลิตภาพสูง

3. ตัวแบบอเมริกา

นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1830 – ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นรัฐที่นิยมการปกป้องอุตสาหกรรมแรกเกิด แต่ตั้งแต่กลางทศวรรษที่ 19 จนถึงกลางทศวรรษที่ 20 รัฐบาลอเมริกาได้มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะการสร้างระบบคมนาคม การศึกษา และการวิจัยและพัฒนาในด้านเกษตรกรรม ถึงแม้ว่าในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ระบบเศรษฐกิจของโลกจะเข้าสู่การค้าเสรีและระบบตลาด แต่บทบาทภาครัฐในการนำยังคงมีอยู่ ดังปรากฏในบทความของ Fred L. Block (2008) ที่กล่าวว่าช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง สหรัฐอเมริกามีความเป็นรัฐพัฒนาการอย่างเข้มข้นมาก โดยจะเน้นที่การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี โครงการต่าง ๆ ที่รัฐบาลอเมริกาทำการวิจัยและพัฒนาจะถูกเก็บไว้ที่กระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา และหน่วยงานด้านความมั่นคงต่าง ๆ การวิจัยและพัฒนานั้นจะดำเนินการภายใต้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ เช่น Advanced Research Projects Agency (ARPA) เป็นต้น รัฐพัฒนาการแบบอเมริกันส่งผลในแง่บวกต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมการบิน และอุตสาหกรรมยาและสุขภาพ

2.2.3 กรณีศึกษารัฐพัฒนาการในประเทศต่าง ๆ

นิตี เนื่องจางค์ (2552) ได้รวบรวมกรณีศึกษาจากงานเขียนของนักวิชาการ 3 ท่าน ได้แก่ 1) MITI and the Japanese miracle (Chalmers Johnson) วิเคราะห์บทบาทของกระทรวงการค้าระหว่างประเทศ และอุตสาหกรรม (Ministry of International Trade and Industry: MITI) ของประเทศญี่ปุ่น 2) Asia's next giant: South Korea and late industrialization (Alice Amsden, 1989) วิเคราะห์การพัฒนาเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ และ 3) Governing the market: Economic theory and the role of government in East Asian industrialization (Robert Wade, 1990) วิเคราะห์การพัฒนาเศรษฐกิจของไต้หวัน ซึ่งงานทั้ง 3 ชิ้นนี้ ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ดีของงานในกลุ่มรัฐพัฒนาการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Johnson (1982) ได้มองระบบเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเป็น “ทุนนิยมที่รัฐเข้าขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ” (capitalist development state) โดยเมื่อพิจารณาที่คำจำกัดความของรัฐพัฒนาการในแบบของประเทศญี่ปุ่น พบว่ามีองค์ประกอบทั้งสิ้น 3 ส่วน ได้แก่ 1) รัฐ (state) สำหรับญี่ปุ่นจะมีลักษณะพิเศษคือเป็นระบบที่นักการเมืองครองอำนาจ แต่ข้าราชการปกครอง (politician reign and bureaucrats rule) โดยข้าราชการที่อยู่ในหน่วยงานที่มีหน้าที่นำ (pilot agency) จะมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ 2) การพัฒนา (developmental) จากงานของจอห์นสันได้ชี้ให้เห็นว่ารัฐเป็นผู้กำหนดเป้าหมายและกำหนดทิศทาง

ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยการขึ้นนำอุตสาหกรรมว่าอุตสาหกรรมใดเป็นเป้าหมายของการพัฒนา และ 3) ทุนนิยม (capitalist) แม้ว่ารัฐญี่ปุ่นจะเข้าแทรกแซงระบบเศรษฐกิจ แต่ยังคงเคารพในระบบตลาด กล่าวคือรัฐแทรกแซงอย่างสอดคล้องกับระบบตลาด

Amsden (1989) ได้สนับสนุนงานของจอห์นสัน โดยกล่าวว่า ความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ คือ การที่รัฐเข้าไปแทรกแซงระบบเศรษฐกิจทำให้กลไกราคาบิดเบือน (getting prices wrong) กล่าวคือ การที่รัฐบาลมีการกำหนดให้เอกชนผลิตสินค้าอะไรเมื่อไร และในปริมาณเท่าไร โดยการให้เงินอุดหนุน (subsidy) หรือให้กีดตอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด ในอุตสาหกรรมที่รัฐกำหนดหรืออุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ จะเห็นได้ว่านอกจากการเข้าแทรกแซงในระบบเศรษฐกิจของรัฐแล้ว รัฐบาลเกาหลียังกำหนดเงื่อนไขหรือเกณฑ์ที่เอกชนจะเข้ารับการสนับสนุนจากรัฐ อีกทั้ง อัมสเดนยังชี้ให้เห็นว่าเกาหลีใต้อาศัยการพัฒนาเศรษฐกิจแบบประเทศอุตสาหกรรมตามหลัง (late industrializer) กล่าวคือ การพัฒนาเศรษฐกิจของเกาหลีใต้เกิดขึ้นหลังจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอื่น ๆ หัวใจสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้คือการเรียนรู้จากวิธีการของประเทศที่มีการพัฒนาแล้ว ภายใต้บริบทนี้ การแทรกแซงของรัฐผ่านการอุดหนุนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

Wade (1990) ได้ศึกษานโยบายอุตสาหกรรมของไต้หวัน โดยได้เสนอทฤษฎีการบริหารจัดการตลาด (governed market theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าการสะสมทุนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และนโยบายอุตสาหกรรมของรัฐทำให้มีบางอุตสาหกรรมมีการลงทุนมากกว่าภาคเศรษฐกิจอื่น กล่าวคือ รัฐมีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อถ่ายโอนทรัพยากรในภาคการผลิตที่ผลผลิตน้อยไปสู่ภาคการผลิตที่มีผลผลิตมาก รัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรมากกว่ากลไกการตลาด ทั้งนี้ การเมืองของไต้หวันที่มีระบบการเมืองภาคีรัฐและสังคม อำนาจนิยม และระบบราชการที่มีอิสระในการวางแผน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รัฐบริหารจัดการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากงานทั้ง 3 ชิ้น จะเห็นได้ว่าแม้การพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่ก็มีข้อเสนอกที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ บทบาทของรัฐในการแทรกแซงระบบเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว และงานดังกล่าวยังชี้ให้เห็นว่า ความเป็นอิสระของรัฐจากแรงกดดันของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ จึงทำให้รัฐสามารถพัฒนาเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้ในระยะยาว มากกว่าการเอื้อผลประโยชน์ให้แก่กลุ่มผลประโยชน์ในระยะสั้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดรัฐพัฒนาการ ทำให้เห็นว่า รัฐพัฒนาการ คือ รัฐที่มีการแทรกแซงระบบเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ โดยมีการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายหรืออุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ โดยผ่านนโยบายต่าง ๆ ของรัฐ เช่น การอุดหนุนเงินทุน (subsidy) การปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ บางรัฐอาจมีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยจนสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยการวิจัยและพัฒนา ทั้งนี้ รัฐจะต้องเป็นอิสระจากกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้รัฐมีการแทรกแซงในระบบเศรษฐกิจในสำเร็จและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศได้อย่างแท้จริงในระยะยาว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม

2.3.1 ความหมายของวัฒนธรรม

ซงคума กมลเวช (2551) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นรูปแบบของกิจกรรมหรือโครงสร้างที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นสิ่งคนในสังคมกำหนดขึ้นมา และเรียนรู้ร่วมกัน

Mooji (2011) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า สิ่งที่เคยกระทำมาตั้งแต่อดีตของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อที่มีร่วมกัน ทักษะคติ ค่านิยม โดยทั่วไปองค์ประกอบเหล่านี้จะมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การมีอยู่ของวัฒนธรรมทำให้คนในสังคมใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้ แม้ว่าประสบการณ์ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน แต่ล้วนแล้วแต่มีผลจากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของสังคมที่อาศัยอยู่ ดังนั้น ค่านิยม ความคิด ของบุคคลมักได้รับผลมาจากวัฒนธรรม

อมรา พงศาพิชญ์ (2549) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้ วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามสัญชาตญาณของมนุษย์ หากแต่วัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้นมา อาจจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรืออาจเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ตลอดจนกระบวนการในการทำงาน ดังนั้น วัฒนธรรมก็คือระบบที่มนุษย์สร้างขึ้น

ดังนั้น วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้นตั้งแต่ในอดีตและสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในสังคมนั้น ๆ เช่น ความเป็นอยู่ การแต่งกาย ศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ ภูมิปัญญา ประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

2.3.2 ประเภทของวัฒนธรรม

การจำแนกประเภทของวัฒนธรรมนั้นมีการใช้หลักเกณฑ์ในการจำแนกที่หลากหลาย จึงให้การจำแนกประเภทของวัฒนธรรมแตกต่างกันไปตามหลักเกณฑ์ของแต่ละสาขาวิชาหรือตาม

หลักเกณฑ์ของนักวิชาการที่จำแนกประเภทของวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาประเภทของวัฒนธรรมที่จำแนกตามระดับของวัฒนธรรม โดยจำแนกได้เป็น 3 ประเภท (สุรพงษ์ ลือทองจักร, 2552) ดังนี้

1. วัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง วัฒนธรรมของชาวบ้านหรือประชาชน ที่สร้างขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น หรือสังคมย่อย เช่น การใช้ภาษาถิ่น เป็นต้น
2. วัฒนธรรมประจำชาติ หมายถึง วัฒนธรรมที่รัฐกำหนดให้คนในชาติปฏิบัติร่วมกัน เช่น การใช้ภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติและเป็นภาษาราชการ เป็นต้น
3. วัฒนธรรมสากลหรือวัฒนธรรมนานาชาติ หมายถึง วัฒนธรรมของสังคมอื่น แต่มีการเผยแพร่และได้รับความนิยมจากนานาประเทศ เช่น ดนตรีสากล กีฬา การแต่งกายสากล เป็นต้น โดยมากจะเห็นได้ชัดจากวัฒนธรรมตะวันตก ที่แพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศ เนื่องจากสังคมไทยถือได้ว่าเป็นสังคมย่อยหนึ่งของโลก การติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ จะต้องมีการปฏิบัติต่อกันอย่างกลมกลืน

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของวัฒนธรรม ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของวัฒนธรรมนั้นเป็นแนวคิดที่มีความซับซ้อนและแตกแขนงออกไปในหลายสาขาวิชา ซึ่งจะมีมุมมองเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป เพื่อเป็นการทำให้เห็นภาพของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้น่าจะยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเภทวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) ดังต่อไปนี้

ในยุคที่มีการติดต่อสื่อสารข้ามวัฒนธรรมหรือยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้การตอบรับวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ง่าย เนื่องจากลักษณะของอุตสาหกรรมระบบทุนนิยม ที่ทำให้เกิดการถ่ายทอด ผลิตซ์้า และส่งต่อผ่านกระบวนการสื่อ จึงทำให้เกิดค่านิยมในคนจำนวนมาก (S. John, 2001)

คำว่า Popular culture ยังไม่มีการให้ความหมายในภาษาไทยไว้อย่างแน่ชัด แต่กระนั้น ก็มีนักวิชาการหลายท่านมีการใช้ทับศัพท์หรือมีการบัญญัติคำภาษาไทยขึ้นมาหลายคำ ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมประชานิยม วัฒนธรรมมวลชน วัฒนธรรมป๊อป กระแสป๊อป เป็นต้น (อัมพร จิรัฐติกร, 2559)

ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะให้คำนิยามคำว่าวัฒนธรรมสมัยนิยม เนื่องจากคำว่าวัฒนธรรมมีขอบเขตที่กว้างและครอบคลุมในหลากหลายสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหาร ภาพยนตร์ เพลง ละคร หรือสื่อสังคมออนไลน์ อีกทั้ง คำว่าสมัยนิยมก็เป็นคำที่กำหนดขอบเขตได้ยาก

คำถามก็คือ คำว่าสมัยนิยมที่ใช้วัดความนิยมในยุคสมัยใดสมัยหนึ่ง จะวัดจากกลุ่มใด หรือวัดจากสิ่งใด เช่น ยอดจำหน่าย เรตติ้งทางทีวี หรือยอดการเข้าชมบนเว็บไซต์ YouTube หากแต่นักวิชาการหลายท่านก็ได้พยายามให้คำนิยามหรือจัดกลุ่มคำนิยามที่นักวิชาการต่าง ๆ เคยให้ความหมายเอาไว้ โดย S. John (1993) ได้รวบรวมและจำแนกคำนิยามของวัฒนธรรมสมัยนิยมออกเป็น 6 กลุ่ม คือ

1. วัฒนธรรมธรรมดาของคนจำนวนมาก เป็นวัฒนธรรมที่คนจำนวนมากให้การยอมรับและเป็นที่ยอมรับ โดยนิยามจะครอบคลุมความหมายโดยทั่วไปไม่ได้เฉพาะเจาะจงหรือกำหนดขอบเขตของวัฒนธรรมได้
2. วัฒนธรรมระดับต่ำ เป็นวัฒนธรรมที่หลงเหลือจากการให้คำนิยามวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) วัฒนธรรมเหล่านี้จะถูกจัดให้เป็นวัฒนธรรมที่มีระดับต่ำ
3. วัฒนธรรมมวลชน กลุ่มนี้จะมองวัฒนธรรมสมัยนิยมจากมุมมองของการผลิตสินค้าตามระบบทุนนิยมว่าเป็นวัฒนธรรมมวลชน มองวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ เน้นที่การถูกผลิตซ้ำ เผยแพร่ และมีการโฆษณา เช่น เสื้อผ้า ดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ เครื่องสำอาง เกมออนไลน์ เป็นต้น โดยมีลักษณะของการผลิตจำนวนมาก เพื่อการบริโภคของคนกลุ่มใหญ่ มีลักษณะของการครอบงำทางวัฒนธรรม
4. วัฒนธรรมที่กำเนิดมาจากประชาชน มีความเป็นวัฒนธรรมชาวบ้านหรือวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Culture)
5. วัฒนธรรมของการต่อสู้ระหว่างผู้ที่เอาเปรียบและกลุ่มคนที่มีอำนาจ เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ เพื่อช่วงชิงผลประโยชน์
6. วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหลังจากยุคสมัยใหม่ (Postmodernism) เป็นวัฒนธรรมที่ได้รับจากการสื่อสารของโลกสมัยใหม่ จึงทำให้เกิดรูปแบบของวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของคนในสังคมจากวัฒนธรรมดั้งเดิมสู่วัฒนธรรมสมัยใหม่

2.3.3 ความหมายของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม

ซงคุมา กมลเวช (2551) กล่าวถึงความหมายของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมว่า คำจำกัดความของคำนี้แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของโลก โดยประเทศสหรัฐอเมริกาใช้คำว่า อุตสาหกรรมบันเทิง (Entertainment Industry) ประเทศอังกฤษจะใช้คำว่า อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ส่วนประเทศญี่ปุ่น ใช้คำว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Content Industry) สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี อุตสาหกรรมวัฒนธรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา การผลิต การแพร่กระจาย การบริโภค ผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรม ซึ่งใช้องค์ประกอบของวัฒนธรรม เช่น มรดกประเพณี วิจิตรศิลป์ และวัฒนธรรมพื้นบ้าน

เป็นต้น มาเชื่อมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจ

เกษม เพ็ญภินันท์ (2553) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ว่า กระบวนการผลิตอย่างเป็นอุตสาหกรรมของสิ่งต่างๆ ตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความเคยชินในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการล่อลวงมวลชนที่ทำให้เป็นลักษณะทางวัฒนธรรม โดยกล่าวเสริมว่า สำหรับบอดอร์โนและฮอร์ไคเมอร์ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมไม่ได้หมายถึงการทำวัฒนธรรมให้เป็นอุตสาหกรรม แต่หมายถึงวิธีคิดหรือวิธีการจัดการกระบวนการผลิตทั้งหมดมีลักษณะที่เป็นอุตสาหกรรม กระบวนการผลิตที่ไม่ได้ผลิตแค่ของแต่ละชิ้น ทีละชิ้นๆ แต่เป็นกระบวนการผลิตแบบจำนวนมาก (mass) ทำให้สินค้าแพร่กระจายไปในตลาดในสังคม แล้วทุกคนก็ต่างบริโภค ซึ่งการบริโภคหรือการใช้สินค้าที่มีลักษณะมวลชนเหล่านี้มันล่อหลอมให้ทุกคนคิดว่ามีลักษณะของการใช้สินค้าที่คล้ายหรือเหมือนกัน มีลักษณะการใช้ชีวิตที่เหมือนกัน และทุกคนสามารถจะเหมือนกันหรือคล้ายกันได้ กล่าวคือ “เป็นการล่อหลอมความเป็นวัฒนธรรมให้เกิดขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมในแง่นี้หมายถึงสิ่งที่ผูกโยงเข้ากับลักษณะของการใช้ชีวิต”

ปาณทิพย์ เปลี่ยนโมหี (2555) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมไว้ว่า กระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบของอุตสาหกรรมต่าง ๆ วิธีคิดหรือวิธีการจัดการกระบวนการผลิตทั้งหมด รวมทั้งวิธีการแพร่กระจายสินค้าไปในตลาด ซึ่งส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าเหมือนกัน หรือใช้สินค้าที่คล้ายกัน

ประภาภรณ์ รัตโน และ หยกขาว สมหวัง (2560) ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ว่า กระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) เป็นสินค้าที่สร้างความสุขให้กับปัจเจกผ่านอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมเพลง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นต้น มีคุณค่าในแง่ของการบ่งบอกอัตลักษณ์ของบุคคล เช่น ประเภทของแนวเพลงที่ชอบ ละครที่ชม เป็นต้น อุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีลักษณะของการรวมศูนย์ (Centralization of culture) กล่าวคือ มีการเกิดวัฒนธรรมใหม่ที่เรียกว่าวัฒนธรรมมวลชนที่ผู้คนที่มียุทธศาสตร์ด้านวัฒนธรรมเหมือนกันจำนวนมาก ทำให้เกิดการผลิตสินค้าแบบมวลชน (Mass production) ที่ผ่านกระบวนการคิดและผลิตอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา การผลิตจำนวนมาก การแพร่กระจายในสังคมขนาดใหญ่ เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรมที่คล้าย ๆ กัน ทำให้เกิดการล่อหลอมวัฒนธรรมขึ้น กล่าวคือ สินค้าทางวัฒนธรรมสามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ของบุคคลนั้น ๆ ได้ เช่น แนวเพลงที่ชอบฟัง ดาราที่ชื่นชอบ เป็นต้น ทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ของผู้ที่ชื่นชอบเหมือนกัน โดยสินค้าวัฒนธรรมนั้นจะมีองค์ประกอบของวัฒนธรรม

เช่น มรดกประเพณี วิจิตรศิลป์ วัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น หรือเป็นกระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าที่สร้างความสุขให้แก่ผู้บริโภค เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง เป็นต้น

2.3.4 ลักษณะของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม

สินค้าในอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมมีทั้งสินค้าที่จับต้องได้และสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างเนื้อหา มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และมีเป้าหมายทางการตลาด กลุ่มอุตสาหกรรมที่อยู่ภายใต้คำจำกัดความดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มองค์ความรู้ดั้งเดิม เช่น ศิลปหัตถกรรม 2. กลุ่มการแสดงศิลปะ เช่น ละคร 3. กลุ่มวรรณกรรมและสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ 4. กลุ่มดนตรี เช่น คอนเสิร์ต และเพลง 5. กลุ่ม Visual arts เช่น ภาพเขียน 6. กลุ่ม Audio-visual เช่น ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ 7. กลุ่มงานออกแบบ เช่น สถาปัตยกรรม และ 8. กลุ่มดิจิทัลและมัลติมีเดีย เช่น ซอร์ฟแวร์ และเกม เป็นต้น (ขงคума กมลเวช, 2551)

กิตติ ประเสริฐสุข (2561) ได้แบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของสาธารณรัฐเกาหลีไว้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ วัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยรัฐบาลเกาหลีเริ่มจากการส่งเสริมวัฒนธรรมสมัยนิยมก่อนให้เป็นที่ติดตลาด แล้วจึงส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมตามมา

1. วัฒนธรรมสมัยนิยม

อุตสาหกรรมในกลุ่มวัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีมีทั้งหมด 10 อุตสาหกรรมได้แก่ สิ่งพิมพ์ การ์ตูน เพลง เกม ภาพยนตร์ อนิเมชัน ละคร คาแรคเตอร์ Knowledge Information และ Content Solutions (Korea Creative Content Agency) โดยอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีจนกลายเป็นกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือ Korean Wave มีดังนี้

- ละคร (K-Drama) ละครเกาหลีถือได้ว่าเป็นสินค้าที่สำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดยจะเห็นได้จากละครเรื่อง “เพลงรักในสายลมหนาว”(Winter love song) ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในจีนและญี่ปุ่น ละครย้อนยุคเรื่อง “แดจังกึม” ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารเกาหลี โดยรายได้จากการส่งออกละครโทรทัศน์ เพิ่มขึ้นถึง 27.5 เท่าจากปี 1995 ที่มีมูลค่าเพียง 5.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 151 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2007 (Jin, 2012)

- ภาพยนตร์ (K-Movies) หลังจากปี 1996 ภาพยนตร์เกาหลีได้มีการพัฒนาคุณภาพอย่างรวดเร็วและสามารถขึ้นเป็นอันดับภาพยนตร์ทำรายได้แข่งกับภาพยนตร์จากประเทศอื่น ๆ โดยเกาหลีสามารถพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ได้ทัดเทียมกับฮอลลีวูด ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561) อีกทั้ง ยังได้รับรางวัลจากเทศกาล

ภาพยนตร์เมืองคานส์ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเบอร์ลิน เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเวนิส และ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติมอสโก จำนวน 11 เรื่อง ในช่วงก่อนปี 2002 (มุน ฮวีซัง, 2560)

- เพลงและดนตรี (K-Pop) วงการเพลงเกาหลีหรือที่เรียกว่า K-pop ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นเดียวกับภาพยนตร์และละคร ทั้งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศญี่ปุ่น โดยมีบริษัท SM Entertainment และบริษัท JYP Entertainment สร้างวงไอดอล (Idol Group) และส่งไปต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยวงไอดอลวงแรกของเกาหลีคือ วง Sobangcha เปิดตัวในปี ค.ศ. 1982 ด้วยสมาชิก 3 คน และได้รับความนิยมจากแฟนเพลงวัยรุ่นจำนวนมาก เนื่องจากท่าเต้นและเพลงที่สนุกสนาน (มุน ฮวีซัง, 2560) 10 ปีหลังจากนั้น ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1990 วงการไอดอล K-Pop ได้มีจุดเปลี่ยนสำคัญ เมื่อบริษัทดนตรีเกาหลีหันมาสนใจแนวเพลงที่หลากหลายจากสหรัฐอเมริกา เช่น แร็ป ร็อก ฮิปฮอป และเทคโน (Jung, 2009) ในปี 1995 บริษัท SM Entertainment บริษัทบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดของเกาหลี ได้ถูกก่อตั้งขึ้นโดย ลีซูมัน (Lee Soo-man) และต่อมาจึงมีบริษัทก่อตั้งขึ้นมาอีกหลายบริษัท เช่น บริษัท DSP Entertainment บริษัท JYP Entertainment และบริษัท YG Entertainment ที่มีนโยบายสร้างศิลปินที่มีคุณภาพสูง ความสำเร็จ K-Pop ในต่างประเทศเห็นได้จาก รายได้การส่งออกอุตสาหกรรมเพลงและดนตรีที่เพิ่มขึ้นเกือบ 100 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จาก 81 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ ในปี 2010 มาเป็น 177 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2011 (Jin, 2012) และในปี 2019 รายได้จากการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเพลงและดนตรีเท่ากับ 640 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 13.4 (Koreatimes, 2020)

2. วัฒนธรรมดั้งเดิม มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

- อาหารเกาหลี หรือฮักซิก (Hansik) ในปี 2009 รัฐบาลเกาหลีเริ่มมีนโยบายผลักดันอาหารเกาหลีให้ได้รับการยอมรับมากขึ้นในระดับสากล โดยได้ดำเนินโครงการ “อาหารเกาหลีสู่ระดับโลก” (Global Hansik) อย่างจริงจัง โดยเน้นส่งเสริมลักษณะเด่นของอาหารเกาหลี คือ ส่งเสริมให้เป็นอาหารสุขภาพ มีส่วนผสมที่สมดุลและมีสารอาหารครบถ้วน แต่ยังคงเน้นรักษาไว้ซึ่งรสชาติดั้งเดิมของอาหารเกาหลี (Voluntary Agency Network of Korea, 2010) อาหารเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติมีหลายชนิด เช่น กิมจิ และพุลโกกิ (Bulgogi) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี บีบิมบับ (Bibimbap) หรือข้าวยำเกาหลีที่อุดมไปด้วยผักที่มีวิตามินต่างๆ (กิตติประเสริฐสุข, 2561)

- ชุดแต่งกาย หรือ ฮันบก (Hanbok) ฮันบกเป็นชุดแต่งกายประจำชาติของเกาหลี ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชื่นชอบละครเกาหลี มักจะสวมใส่เมื่อมาท่องเที่ยวยังประเทศเกาหลี จึงได้มีการออกแบบชุดฮันบกรุ่นใหม่ที่ต้องการนำเสนอแนวที่แฟชั่นระดับโลกอย่างปารีส

และนியอร์ก ประกอบกับการให้ความสนใจอันบกของนักแสดงชื่อดัง เช่น บริทนี สเปียร์ (Britney Spears) และดาราลูกครึ่งเกาหลี-แคนาดา ซานดรา โอ (Sandra Oh) ได้สวมชุดฮันบกเพื่อสร้างความนิยมในกลุ่มแฟนคลับชาวเกาหลี ขณะเดียวกันก็เป็นการช่วยเผยแพร่ชุดฮันบกในต่างประเทศอีกทางหนึ่ง (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมแล้ว ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เพราะถือได้ว่าสิ่งที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้นมา โดยมีการส่งต่อกันจากรุ่นสู่รุ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้วัฒนธรรมเหล่านั้นไม่ว่าจะเป็น ภาษา ค่านิยม ทัศนคติ มีอิทธิพลต่อบุคคลในฐานะที่อาศัยอยู่ในสังคมเดียวกัน วัฒนธรรมจำแนกออกได้หลายประเภทตามมุมมองของสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมประจำชาติ และวัฒนธรรมสากลที่สามารถแพร่กระจายจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่งได้ ตัวอย่างที่เด่นชัด เช่น เครื่องแต่งกาย ดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ เป็นต้น และปัจจัยที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของวัฒนธรรมได้อย่างรวดเร็วก็คือ การสื่อสารข้ามโลกหรือยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการถ่ายทอด ผลิตซ้ำ เผยแพร่ และส่งต่อวัฒนธรรมผ่านกระบวนการสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง เกมออนไลน์ เป็นต้น จึงทำให้เกิดวัฒนธรรมสมัยนิยมขึ้น และจึงเกิดเป็นอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมที่หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา การผลิตจำนวนมาก การแพร่กระจายในสังคมขนาดใหญ่ เกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรมที่คล้าย ๆ กัน ทำให้เกิดการหลอหลอมวัฒนธรรมขึ้น กล่าวคือ สินค้าทางวัฒนธรรมสามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ของบุคคลนั้น ๆ ได้ เช่น แนวเพลงที่ชอบฟัง ดาราที่ชื่นชอบ เป็นต้น ทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ของผู้ที่ชื่นชอบเหมือนกัน โดยสินค้าวัฒนธรรมนั้นจะมีองค์ประกอบของวัฒนธรรม เช่น มรดกประเพณี วิจิตรศิลป์ วัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น หรือเป็นกระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าที่สร้างความสุขให้แก่ผู้บริโภค เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง เป็นต้น

2.4 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาพยนตร์เกาหลีได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีติดอันดับ 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร (Agata, 2020) และสามารถสร้างรายได้ให้แก่สาธารณรัฐเกาหลีเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญใน 10 อันดับแรกของสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญ และสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2549) หลายปีที่ผ่านมา ภาพยนตร์หลายเรื่องของเกาหลีใต้ได้รับความนิยมอย่างมากจากต่างประเทศรวมทั้งในประเทศไทยเอง ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์

เรื่อง Train to Busan, Along with the god ฯลฯ ในปี 2019 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ได้สร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ให้กับวงการภาพยนตร์ของเกาหลีใต้ โดยได้รับรางวัลจากงานประกาศรางวัลออสการ์ครั้งที่ 92 ถึง 4 สาขา ซึ่งเป็นภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ได้รับรางวัลจากงานประกาศรางวัลนี้ และสามารถทำรายได้จากการฉายทั่วโลกเท่ากับ 257.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อยู่ในอันดับที่ 30 ของภาพยนตร์ทำเงินจากทั้งหมด 777 อันดับ (Boxofficemojo, 2020) แต่กว่าจะมาเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีที่ประสบความสำเร็จอย่างในปัจจุบัน อุตสาหกรรมเกาหลีก็ต้องเผชิญกับช่วงที่ตกต่ำและยากลำบาก ทำให้รัฐบาลต้องเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง ในส่วนต่อไปผู้วิจัยจะขออธิบายเกี่ยวกับภูมิหลังของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ดังต่อไปนี้

สาธารณรัฐเกาหลีอยู่ภายใต้การปกครองของประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1910-1945 เป็นระยะเวลา 35 ปี จากการปกครองอันยาวนานของญี่ปุ่นทำให้เกิดความแตกแยกในสังคมของเกาหลี กล่าวคือ แบ่งเป็นฝ่ายชาวที่มีทรัพย์สินและมีการศึกษา มักให้ความร่วมมือกับญี่ปุ่นในด้านใดด้านหนึ่ง และมักต่อต้านการเปลี่ยนแปลงในสังคม เพื่อรักษาผลประโยชน์และอภิสิทธิ์ต่าง ๆ แต่ยังมีฝ่ายชาวที่มีการศึกษาและทรัพย์สินเล็กน้อย แต่รับใช้ญี่ปุ่นอย่างซื่อสัตย์ด้วยการทำหน้าที่ตำรวจ ส่วนพวกฝ่ายซ้าย คือ กรรมกร นักศึกษา ปัญญาชน มีความคิดทางการเมืองต่อต้านญี่ปุ่น และต้องการปฏิรูปการเมือง เพื่อให้เกิดการกระจายทรัพย์สินและความเท่าเทียมกันในสังคม ต่อมา สหรัฐอเมริกาได้เข้ามาสนับสนุนตอนใต้ของเกาหลี ขณะที่โซเวียตและจีนสนับสนุนทางตอนเหนือ ทำให้เกิดสงครามเกาหลีขึ้น เป็นระยะเวลากว่า 3 ปี จึงเป็นเหตุให้เกาหลีถูกแบ่งออกเป็นประเทศคือ เกาหลีเหนือ (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี) และเกาหลีใต้ (สาธารณรัฐเกาหลี) (พิพาดา ยังเจริญ, 2560)

ย้อนไปในปี ค.ศ. 1903 เริ่มมีการนำภาพยนตร์เข้ามายังเกาหลี แต่ภาพยนตร์ที่เกาหลีเรื่องแรกคือภาพยนตร์ดราม่าเรื่อง Fight for Justice ที่ผลิตในปี 1919 ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ผสมผสานระหว่างภาพเคลื่อนไหวกับการแสดงละครเวที หรือที่เรียกว่า คิโน (Kino) หลังจากยุคภาพยนตร์แนวคิโน จะเป็นยุคของภาพยนตร์เงียบ (Silence movie) โดยจะมีเพลงบรรเลงและเสียงพากษ์สด (byeonsa) ซึ่งแตกต่างจากภาพยนตร์เงียบของอเมริกาที่เงียบทั้งเรื่องและจะเพลงประกอบบ้างเป็นครั้งคราว ตัวอย่างภาพยนตร์เงียบของเกาหลีที่เป็นที่รู้จักคือเรื่อง Arirang (1926) โดยมีเนื้อหาสร้างความรักชาติให้คนเกาหลี ซึ่งชื่อภาพยนตร์เองก็มาจากเพลงพื้นบ้านของเกาหลี ทำให้บทพากษ์สดของภาพยนตร์เรื่องนี้ต้องคอยเปลี่ยนหรือบิดบทพากษ์เพื่อหลบเลี่ยงการตรวจจับของเจ้าหน้าที่ทางเกาหลี ญี่ปุ่น เนื่องจากในช่วงนั้นเกาหลียังอยู่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่น เช่นเดียวกับภาพยนตร์เงียบเรื่องอื่น ๆ ในสมัยนั้น ทำให้การศึกษาภาพยนตร์เงียบในยุคนั้นเป็นไปได้ยาก อีกทั้ง ม้วนฟิล์มสูญหายและ

โตนกวาดล้าง ต่อมาในปี 1945 เกาหลีเป็นอิสระจากญี่ปุ่น ในช่วงนั้นภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะเป็น ภาพยนตร์ที่ปลุกความรักชาติและเชิดชูขบวนการปลดปล่อยชาวเกาหลี แต่ในระหว่างปี 1950-1953 เกิดสงครามเกาหลีขึ้น ประชาชนเกาหลีใต้ และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ได้ย้ายไปอยู่ทางตอนใต้ของ เกาหลี นั่นคือเมืองปูซานและเมืองชางเคียง ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ต้องย้ายฐานไปที่เมืองปูซาน แทน และเมื่อสงครามสงบจึงย้ายฐานกลับมาที่ย่านชุงมูโร โซล

ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1950 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจและสังคมของเกาหลีใต้ย่ำแย่ เพราะความ ยากจนซึ่งได้รับผลกระทบมาจากสงครามโลกครั้งที่ 2 และสงครามเกาหลีที่เพิ่งยุติไปไม่นาน แต่ ภาวนั้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีกลับเริ่มคึกคักขึ้น โดยหลังจากมีการทำสนธิสัญญาหยุดยิง ภาพยนตร์เรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จในฐานะภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ แทนภาพยนตร์ที่ปลุกความ รักชาติ คือภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์หรือภาพยนตร์พีเรียด เรื่อง Chun-Hyang Story (1995) ที่ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักของชายสูงศักดิ์กับหญิงชาวบ้าน ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับความนิยมจาก ผู้ชมในโรงภาพยนตร์ยาวนานติดต่อกันถึงสองเดือน เป็นจุดที่ทำให้คนสร้างภาพยนตร์เกาหลีเริ่มสร้าง ภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงมากขึ้น ในปี ค.ศ. 1956 มีการสร้างภาพยนตร์พีเรียดจำนวน 16 เรื่องจาก ภาพยนตร์ทั้งหมด 30 เรื่อง โดยเน้นไปที่ชีวิตของตัวละครมากกว่าข้อมูลจากประวัติศาสตร์กระแส หลัก นอกจากนี้ ยังมีภาพยนตร์เรื่อง Piagol ที่เป็นภาพยนตร์ต่อต้านคอมมิวนิสต์ก็ได้รับความนิยม เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์ดังกล่าวแล้ว ยังมีภาพยนตร์แนวเมโลดราม่า อย่างภาพยนตร์เรื่อง Madame Freedom (1956) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงสมัยใหม่ เสพวัฒนธรรมและสินค้าตะวันตก มี เนื้อหาเกี่ยวกับหญิงสาวที่แต่งงานแล้วกับผู้ชายแปลกหน้าที่เรียกเสียงฮือฮาและต่อต้านจากสังคม เกาหลี ทั้งนี้ ในยุคนี้อย่างเป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์ที่สร้างโดยผู้กำกับหญิงคนแรก ชื่อพักนัมอึค ที่ สร้างภาพยนตร์เรื่อง The Widow (1955) ภาพยนตร์ตลกก็เป็นอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความนิยมเป็น อย่างมาก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง The Wedding Day ที่มีเนื้อหาตลกกว่าด้วยหญิงสาวที่ถูกจับแต่งงาน แทนเจ้าสาวตัวจริง ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับรางวัล จาก Tokyo Asia Film Festival ในปี 1957 ซึ่ง เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของเกาหลีที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ ก่อนจะได้รับเชิญให้ไปฉายที่ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเบอร์ลิน

ในช่วงที่เกาหลีพักรบกันนั้นฐานการผลิตภาพยนตร์ได้ย้ายจากเมืองแทกูกลับมาที่ย่านชุงมูโร โซล ทำให้มีสตูดิโอผลิตภาพยนตร์จำนวนมากจนกระทั่งปัจจุบัน ถึงแม้ในปัจจุบันฐานการผลิต ภาพยนตร์ส่วนใหญ่ได้ย้ายจากย่านชุงมูโรไปอยู่ย่านคังนัม ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 แต่หากกล่าวถึง “ชุงมูโร” ก็จะเป็นที่รู้จักกันว่าหมายถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี เช่นเดียวกับฮอลลีวูด

ในปี ค.ศ. 1954 มีการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาในเกาหลี 30 เรื่อง และในปี ค.ศ. 1959 เพิ่มขึ้นมาเป็น 212 เรื่อง ซึ่งเป็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดถึงร้อยละ 90 ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีระส่ำระสาย และลดต้นทุนในการสร้างภาพยนตร์เพื่อให้สามารถสร้างภาพยนตร์ได้จำนวนมากมาแข่งกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด แต่ภาพยนตร์ที่ออกมากลับมีคุณภาพที่ไม่ดีพอ ในยุคของรัฐบาลอีซึงมัน มีการงดเว้นภาษีให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และยังมีกฎหมายเพื่อส่งเสริมผู้ผลิตภาพยนตร์ แต่ก็มาพร้อมกับการควบคุมเนื้อหาที่เข้มงวด และเข้มงวดขึ้นไปอีกในสมัยรัฐบาลพัค จุงฮี (The Momentum, 2020) ที่ได้ก่อรัฐประหารขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1961-1979 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีเริ่มตกต่ำลง เนื่องจากกฎระเบียบข้อบังคับในการผลิตภาพยนตร์ที่เข้มงวด และยังคงต่ำอย่างต่อเนื่องในรัฐบาลชุน ดู วาน อันเนื่องมาจากกฎระเบียบมีการควบคุมเนื้อหา โดยห้ามมีเนื้อหาทางการเมืองโดยเด็ดขาด ส่งผลให้ภาพยนตร์เกาหลีมีเนื้อหาที่ซ้ำซาก ประกอบกับประชาชนหันมาชมโทรทัศน์ที่บ้านแทนการออกไปชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ จนกระทั่งในปีค.ศ. 1980-1992 อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงได้เริ่มกลับมาดีขึ้น (ปิยะการณ์ ไกรนารา, 2552)

ในปี ค.ศ. 1988 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ถึง 2 ครั้ง นั่นคือ ครั้งที่ 1 นายพลโรห์ แดวู ประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ส่งผลให้มีการลดกฎระเบียบข้อบังคับในการตรวจอนุมัติภาพยนตร์ และครั้งที่ 2 คือ ยกเลิกข้อกำหนดการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยการยกเลิกข้อกำหนดดังกล่าวทำให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ผลดีก็คือ ผู้ผลิตภาพยนตร์เกาหลีมีการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์เกาหลีเพื่อแข่งขันกับภาพยนตร์ต่างประเทศ ส่วนผลเสียคือ ภาพยนตร์ต่างประเทศได้ส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าภาพยนตร์เกาหลี เนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ให้ความสนใจภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์เกาหลี จึงเป็นเหตุให้รัฐบาลต้องเข้ามาแทรกแซงอุตสาหกรรมภาพยนตร์อีกครั้ง ซึ่งส่งผลถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบัน (Positioningmag, 2549)

สิ่งที่รัฐบาลเกาหลีในสมัยนั้นเข้ามาแทรกแซง คือ การกำหนดวันเข้าฉายของภาพยนตร์เกาหลี (Screen Quota) คือการกำหนดวันฉายว่าจะต้องมีภาพยนตร์เกาหลีฉายในโรงภาพยนตร์อย่างน้อย 146 วันใน 1 ปี และยังกำหนดว่าจะต้องมีภาพยนตร์เกาหลีเข้าฉาย 1 ใน 4 ของจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ทั้งหมด ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีมีโอกาสได้ส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น (ปิยะการณ์ ไกรนารา, 2552) แต่ในปลายเดือนมกราคม ค.ศ. 2006 กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเกาหลี (ปัจจุบันคือ กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว) ได้ประกาศปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อลดโควตาภาพยนตร์จาก 146 วันหรือ 73 วัน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2006 เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากสหรัฐอเมริกา จากการประกาศลดโควตาภาพยนตร์ดังกล่าว รัฐบาลได้

ประกาศชดเชยเงินให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์เป็นจำนวน 1,600 ล้านบาทสหรัฐ เป็นเวลา 5 ปี โดยงบประมาณที่นำมาชดเชยนั้นคืองบประมาณแผ่นดินจำนวน 8,000 ล้านบาทสหรัฐ และภาษีตัวชมภาพยนตร์ที่คิดอัตราร้อยละ 5 จากราคาตั๋ว เป็นจำนวน 8,000 ล้านบาทสหรัฐ (ปิยะการณ์ ไกรนารา, 2552)

จากข้างต้น ทำให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมีความเป็นมาที่ยาวนาน และต้องเผชิญกับวิกฤติต่าง ๆ อยู่หลายครั้ง กว่าที่จะมาเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีอย่างในปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยหลักมาจากนโยบายของรัฐบาล ดังเช่น นโยบายกำหนดวันเข้าฉาย หรือที่เรียกว่านโยบาย Screen Quota ที่ทำให้ภาพยนตร์มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์หันกลับมาสนใจภาพยนตร์เกาหลี และถือเป็นจุดเริ่มต้นในความสำเร็จของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีในปัจจุบัน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่ศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี รวมทั้งปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry (Gil-Sung Park, 2014) และ The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea's Experience (Milim KIM, 2011) 2) กลุ่มที่ศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้และบทเรียนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย (กร ตาลทิพย์, 2553) และบทบาทรัฐกับยุทธศาสตร์การพัฒนาสิงคโปร์ (ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร, 2559) โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาของงานวิจัยข้างต้น ดังต่อไปนี้

Gil-Sung Park (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวความสำเร็จของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสาธารณรัฐเกาหลี กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเกม โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมเกมของสาธารณรัฐเกาหลีได้นั้น มาจากการกำหนดนโยบายและการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาล ตั้งแต่ทศวรรษที่ 2000 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมเกมของสาธารณรัฐเกาหลีประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ปัจจัยหลักมาจากโครงสร้างพื้นฐานทางไอทีที่โดดเด่น ผู้ผลิตเกมเชิงรุก หรือการมุ่งเน้นที่ตลาดเกมออนไลน์ ทั้งหมดนี้ล้วนมาจากนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรม

เกมของรัฐบาล ซึ่งมีนโยบายที่ประสบความสำเร็จภายในระยะเวลา 1-2 ปี แต่บางนโยบาย ได้แก่ นโยบายการพัฒนาบุคลากร นโยบายอุปถัมภ์วัฒนธรรมเกม และนโยบายส่งเสริมการส่งออกเกม ใช้เวลา 3-4 ปี หรือมากกว่านั้นในการดำเนินนโยบายให้ประสบความสำเร็จ รัฐบาลและระบบการเมืองของเกาหลีจึงจะต้องมีความเข้มแข็งเป็นอย่างมาก ในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ นั้นจะต้องมีการใช้งบประมาณจำนวนมาก ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะขาดแคลน แต่อุตสาหกรรมเกมของสาธารณรัฐเกาหลีได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลตั้งแต่เริ่มต้น ถึงแม้ว่าจะไม่มาก แต่ก็เพียงพอต่อการความต้องการ โดยเฉพาะการสนับสนุนงบประมาณในการก่อตั้งและดำเนินงานของหน่วยงานที่ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมเกม จึงถือได้ว่ารัฐบาลมีบทบาทสำคัญในเรื่องงบประมาณและการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเกม นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมเกมประสบความสำเร็จก็คือ การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกม เพราะถึงแม้รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย แต่ด้วยโครงสร้างที่ยากต่อการดำเนินการทั้งหมด จึงต้องอาศัยหน่วยงานของภาครัฐในการดำเนินนโยบายให้ประสบความสำเร็จ โดยบุคลากรของหน่วยงานเหล่านี้จะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ และมีความสามารถในด้านนั้น ๆ นอกจากนี้หน้าที่ในการดำเนินนโยบายแล้วหน่วยงานภาครัฐยังมีหน้าที่ในการสำรวจความต้องการของตลาดอยู่เสมอ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในอุตสาหกรรมเกมปัจจัยสุดท้าย คือ การค้นพบประเด็นหลักของนโยบายในการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เนื่องมาจากการที่สังคมและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมเกมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รัฐบาลเกาหลีจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ โดยอาศัยหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาวิจัยนี้ ทำให้สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมเกมของสาธารณรัฐเกาหลีประสบความสำเร็จ คือ 1) นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมของรัฐบาล เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านไอที การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมเกม การส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น 2) การสนับสนุนงบประมาณของรัฐบาล 3) การก่อตั้งหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมของรัฐบาล และ 4) การติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด หรือเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมเกม เพื่อปรับปรุงนโยบายของรัฐบาลให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

สอดคล้องกับการศึกษาของ Milim Kim (2011) ที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทภาครัฐในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ โดยมุ่งเน้นศึกษาที่อุตสาหกรรมบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นรายการทีวี (TV Programs) ภาพยนตร์ และเพลง ผลการศึกษาพบว่า ในอดีตรายการทีวีของเกาหลีถูกจำกัดขอบเขตจากรัฐบาลทหาร ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหาในการออกอากาศ หรือจำนวนในการออกอากาศก็ตาม นอกจากนี้ รัฐบาลยังกำหนดข้อบังคับชั่วคราวที่ไม่ได้ถูกระบุไว้ในกฎหมายเกี่ยวกับข้อห้ามใน

เนื้อหาของรายการทีวีและห้ามนำเข้าสินค้าวัฒนธรรมจากญี่ปุ่นโดยเด็ดขาด ไม่ว่าจะ เป็น รายการทีวี ภาพยนตร์ อนิเมชัน เป็นต้น แต่ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 1990 ได้มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทำให้เกาหลีมีระบอบการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยในปี ค.ศ. 1993 ส่งผลต่อนโยบายวิทยุโทรทัศน์ ที่จากเดิมนโยบายเป็นการป้องกันและจำกัดขอบเขตเปลี่ยนเป็นนโยบายพัฒนาและส่งเสริม โดยผลักดันนโยบายธุรกิจวิทยุโทรทัศน์ มีระบบในการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมการส่งออก และอื่น ๆ นโยบายจะถูกกำหนดโดยกระทรวงวัฒนธรรมซึ่งอยู่ภายใต้รัฐบาล นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดแผนที่เรียกว่า Broadcasting video industry promotion plan ในปี ค.ศ. 1998 ตั้งแต่นั้นมาจึงได้เกิดการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น สนับสนุนการผลิต ส่งเสริมการกระจายสินค้า พัฒนาบุคลากร รวมทั้ง สร้างและบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ อีกทั้ง รัฐบาลยังสนับสนุนเงินในการลงทุนในอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์

จากงานวิจัยชิ้นนี้ จะเห็นได้ชัดว่ารัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็น การควบคุมของรัฐบาลทหาร และการพัฒนา ส่งเสริม ทั้งในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากร การส่งออก การกระจายสินค้า และเงินทุน อีกทั้ง รัฐบาลยังมีการก่อตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อดำเนินนโยบายต่าง ๆ อีกด้วย จึงถือได้ว่ารัฐบาลนั้นมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของงานวิจัยในกลุ่มที่ศึกษาวิเคราะห์ การพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศที่รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยผู้วิจัยได้สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

กร ตาลทิพย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ และบทเรียนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้ในช่วงทศวรรษที่ 1990 และ 2000 โดยใช้ทฤษฎี Endogenous Growth Theory ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับการสั่งสมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมในการพัฒนาการเติบโตของเศรษฐกิจมาเป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้มีการทดสอบข้อมูลสถิติในช่วงปี ค.ศ. 1994-2007 ของสาธารณรัฐเกาหลีและประเทศไทย จากฐานข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือ เช่น World Bank, UNESCO, IMF เป็นต้น เพื่อหาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (real GDP per capita annual growth) อีกทั้ง ยังมีการศึกษาเชิง Policy Implication ประกอบการทดสอบข้อมูลทางสถิติด้วยแบบจำลอง Romer's Endogenous Technological Change Model ซึ่งผลการทดสอบของงานวิจัยนี้พบว่า ในช่วงปี ค.ศ. 1994-2007 ปัจจัยทุน (Gross Fixed Capital Formation annual growth) เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ (real GDP per capita annual growth) ของสาธารณรัฐเกาหลีมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านการขยายการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D expenditure growth

rate) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Romer's Endogenous Growth Theory ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์และการวิจัยและพัฒนาในการพัฒนาการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะที่ผลการทดสอบของข้อมูลของประเทศไทยในช่วงเวลาเดียวกัน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทุนเป็นหลัก และรองลงมาคือปัจจัยการเติบโตของแรงงาน ไม่ปรากฏความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านทุนมนุษย์ และการวิจัยและพัฒนากับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากที่ประเทศไทยขาดความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย ทำให้การดำเนินนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมและทุนมนุษย์ของไทยไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการทำให้เศรษฐกิจของเติบโตเฉกเช่นประเทศเกาหลีใต้

สรุปจากงานวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกาหลีใต้พัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจนก้าวข้ามประเทศเกษตรกรรมที่ยากจนที่สุดประเทศหนึ่งในโลก ให้กลายเป็นประเทศพัฒนาแล้วภายในเวลาไม่กี่ทศวรรษ คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ และการวิจัยและพัฒนา

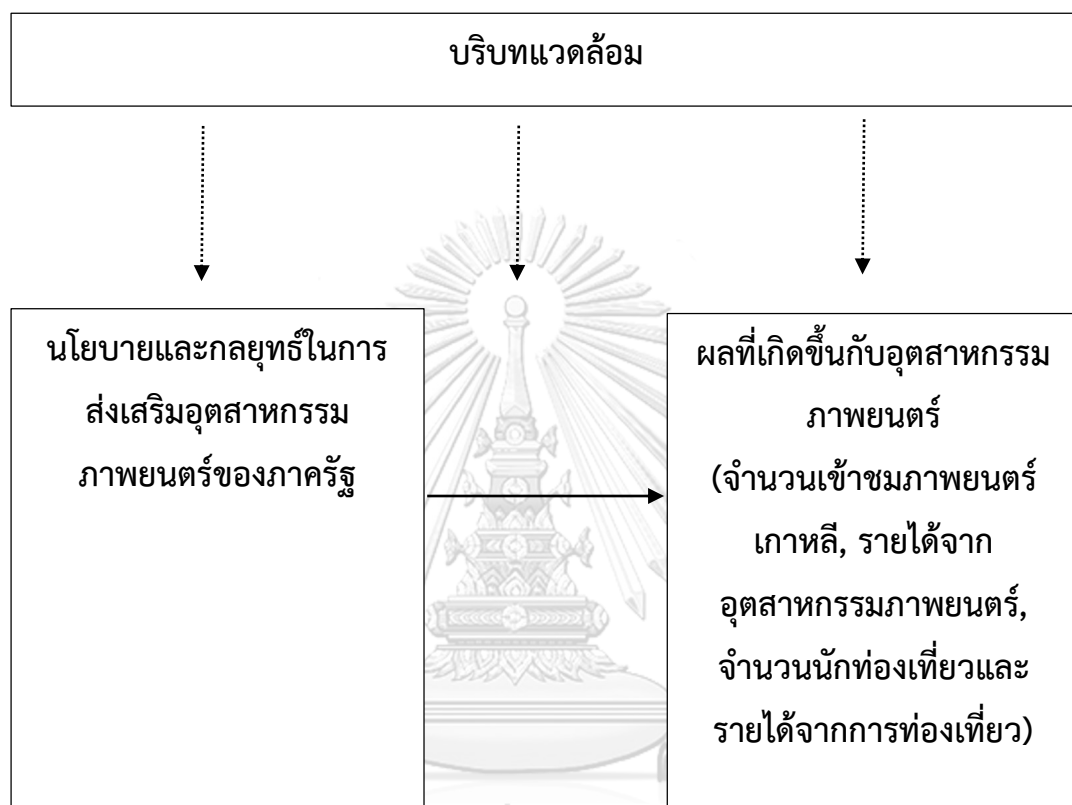
ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร (2559) ที่ศึกษาเรื่อง บทบาทรัฐกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของสิงคโปร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาบทบาทของภาครัฐสิงคโปร์ในการพัฒนาประเทศ แม้ว่าโครงสร้างทางการเมืองจะเป็นระบอบประชาธิปไตยในแบบตัวแทน ในการศึกษาครั้งนี้มีการกล่าวถึง การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์ที่มีการนำโดยรัฐบาลของประเทศ พบว่า สิงคโปร์ใช้เวลาราว 3 ทศวรรษก็สามารถพัฒนาเศรษฐกิจให้อยู่แนวหน้าของโลกได้ ทั้งที่สิงคโปร์มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้ง ยังมีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม ในสมัยรัฐบาลของนายลีควนยู (1965-1990) ผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสิงคโปร์ให้เจริญเช่นทุกวันนี้ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในช่วงปี 1960 ไว้ 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ ด้านแรก เร่งพัฒนาประเทศให้กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรม โดยเปิดให้นักลงทุนชาวต่างชาติที่มีศักยภาพด้านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีและการตลาด ผลักดันสินค้าอุตสาหกรรมภายในประเทศ ด้านที่สอง เน้นการส่งออก โดยปรับนโยบายให้สิงคโปร์เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก รัฐจึงต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ด้านที่สาม พัฒนาระบบเงินทุนสำรองและสินทรัพย์ของรัฐ จะเห็นได้ว่า นายลีควนยูมุ่งเน้นนโยบายส่งเสริมการผลิตทดแทนการนำเข้า ในขณะเดียวกันนายลีควนยูก็มุ่งมั่นในการพัฒนาระบบการศึกษาของสิงคโปร์ให้มีมาตรฐานจนสามารถสร้างบุคลากรหรือแรงงานที่มีคุณภาพสู่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ในปี 1985 สิงคโปร์ต้องเผชิญกับภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ รัฐบาลนายลีควนยูจึงได้มุ่งเน้นยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนและเทคนิควิทยาการระดับสูง ต่อมาในสมัยรัฐบาลนายโก๊ะจ๊กตง (1990-2004) ได้ประกาศแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ คือ 1) ขยายสายสัมพันธ์ภายนอกประเทศ 2) รักษาไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันและยืดหยุ่น 3) ส่งเสริมการ

ประกอบการและบริษัทต่าง ๆ โดยกระตุ้นให้ประชาชนสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ 4) ขยายภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ ยกกระตือรือร้น พัฒนาแรงงาน รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถใหม่ ๆ 5) พัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยลงทุนด้านการศึกษา ช่วยอบรมและยกระดับผู้ใช้แรงงานและเปิดรับผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลก เพื่อมาเพิ่มพูนไว้ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญชาวสิงคโปร์เอง จึงกล่าวได้ว่า นายโก๊ะจ๊กตง จะเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจไปกับการวิจัยและพัฒนา ไปพร้อม ๆ กันกับทักษะ ความรู้ กับการประยุกต์ใช้ เช่นเดียวกับสมัยนายลีเซียนลุง (2004-ปัจจุบัน) สิงคโปร์จะมุ่งเน้นเรื่องการปรับตัวทางเศรษฐกิจเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมทั้งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมนวัตกรรม การประกอบการ การวิจัยและการพัฒนา (Innovation, Enterprise and R&D) การขยายโอกาสทางการศึกษาให้กับประชาชน การดูแลคนชราและผู้ที่มีรายได้น้อย รวมทั้งการส่งเสริมวัฒนธรรมด้านบริการเพื่อให้สิงคโปร์มีลักษณะของเมืองที่มีความเป็นสากล

จะเห็นได้ว่าประเทศสิงคโปร์ที่เป็นประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดด รัฐจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน การวิจัยและพัฒนา รวมทั้ง การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับสูงในการพัฒนาอุตสาหกรรมของสิงคโปร์ งานศึกษาชิ้นนี้ ยังได้กล่าวถึงการก่อตั้งหน่วยงานของราชการขึ้นเพื่อควบคุมและนำนโยบายของการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลสิงคโปร์ให้บรรลุผล นั่นคือ สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจ (Economic Development Board) เพื่อรับผิดชอบงานด้านการวางแผนและส่งเสริมการพัฒนา ด้านการอุตสาหกรรม รวมทั้งการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศและกำหนด ทิศทางการพัฒนา ตลอดจนนโยบายการฝึกอบรมเพื่อพัฒนากำลังคนรองรับอุตสาหกรรมใหม่ ๆ อีกด้วย บทบาทของสภาพพัฒนาเศรษฐกิจ ที่เป็นแกนกลาง ในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ และ ระดมทรัพยากรจากต่างประเทศเพื่อการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และทรัพยากรมนุษย์ จึงทำให้สิงคโปร์สามารถผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มี คุณภาพแข่งขันในตลาดโลกได้

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ทำให้เห็นว่า การส่งเสริมอุตสาหกรรมของภาครัฐ โดยเฉพาะในประเทศที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว อย่างสาธารณรัฐเกาหลีและสิงคโปร์ ภาครัฐหรือรัฐบาลล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม ดังเช่น ความสำเร็จของอุตสาหกรรมเกมและอุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ของสาธารณรัฐ ก็มีปัจจัยหลักมาจากการส่งเสริมของรัฐบาลทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่าง ๆ การสนับสนุนงบประมาณในการผลิต การก่อตั้งหน่วยงานภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น ทั้งนี้ จากผลการศึกษาของงานวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เติบโตเร็วในภาพรวม ก็พบว่า รัฐบาลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบาย การสนับสนุนงบประมาณ การพัฒนาบุคลากรและการวิจัยและพัฒนา

รวมทั้ง ก่อตั้งหน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อนนโยบาย ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า บทบาทภาครัฐที่สำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ ให้ประสบความสำเร็จคือ การสนับสนุนงบประมาณ การก่อตั้งหน่วยงานขับเคลื่อนนโยบาย รวมทั้ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ และการกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



หมายเหตุ: ลูกศรประแสดงบริบทแวดล้อมที่มีผลกระทบทางอ้อมกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่วนลูกศรเส้นทึบแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relation)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเน้นการวิเคราะห์เอกสาร ได้แก่ เอกสารต่าง ๆ งานวิจัย บทความวิชาการ หนังสือที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้ที่มีความรู้ในเรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี และนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ในรูปแบบพรรณนา โดยมีรายละเอียดของการระเบียบวิธีในการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการดังนี้

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary) โดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารต่าง ๆ ทั้งที่เก็บไว้ในรูปแบบเอกสารหรือระบบสารสนเทศต่าง ๆ (วัชรินทร์ อินทรหม, 2562) โดยใช้วิธีการนี้ในการศึกษาความเป็นมาของนโยบายและแนวนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี รวมทั้ง สถิติต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น มูลค่าการส่งออก มูลค่าการบริโภคภายในประเทศ สัดส่วนรายได้ เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาล นอกจากนี้ ยังศึกษานโยบาย และบริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล (วัชรินทร์ อินทรหม, 2562) โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเกาหลีศึกษาที่เกี่ยวกับสื่อเกาหลี เพื่อศึกษานโยบาย กลยุทธ์ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลเกาหลี สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีและเคยมีประสบการณ์ในการผลิตภาพยนตร์ในสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี รวมทั้งบริบท ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

3.2 กรณีศึกษา

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คาบสมุทรเกาหลี (Korea Peninsula) ได้รับการปลดปล่อยจากการครอบครองของญี่ปุ่น ที่ครอบครองเกาหลีมาเป็นระยะเวลา 35 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2453 – 2488 (1910 - 1945) แต่ก็ต้องประสบปัญหาสงครามการแบ่งแยกดินแดน โดยช่วงหนึ่งเป็นช่วงเสรีนิยมที่มีประเทศสหรัฐอเมริกาให้การสนับสนุน ซึ่งในภายหลังได้กลายมาเป็นประเทศเกาหลีใต้ในปัจจุบัน และช่วงคอมมิวนิสต์ที่มีสหภาพโซเวียตเป็นผู้นำ ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นประเทศเกาหลีเหนือ ทั้งสองช่วงได้ยุติสงครามและแบ่งแยกประเทศออกเป็นเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ที่เส้นรุ้งที่ 38 องศา ในปี พ.ศ. 2491 (1948)

สภาพภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้ ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่อยู่มาก เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศเป็นพื้นที่ของภูเขาไปถึงร้อยละ 70 และมีพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น (จิระประภา อัครบวร, 2559) โดยประเทศเกาหลีใต้ มี 9 จังหวัด 6 เมืองใหญ่ 77 เมือง และ 88 มณฑลหรืออำเภอ เมืองหลวงของประเทศเกาหลีใต้คือ กรุงโซล (Globothailand, 2556) ส่วนด้านประชากร ในปี 2561 ประเทศเกาหลีใต้มีประชากรราว 51.61 ล้านคน และจากข้อมูลการสำรวจสำมะโนประชากรในปี 2561 พบว่าคนเกาหลีระบุว่าไม่นับถือศาสนามากถึงร้อยละ 56.9 ส่วนประชากรที่นับถือส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ นิกายโปเตสแตนต์ คิดเป็นร้อยละ 19.7 และศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 15.5 (สำนักข่าวกรองแห่งชาติ, 2563)

ระบบเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ หลังจากการแบ่งแยกดินแดนของเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ ประเทศเกาหลีใต้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศเกษตรกรรมที่ยากจนประเทศหนึ่งในโลก เป็นประเทศด้อยพัฒนา และในปี พ.ศ. 2505 มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ซึ่งขณะนั้นประเทศเกาหลีใต้มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ต่อหัวประชากรเพียงแค่ 100 เหรียญสหรัฐ หรือเพียง 2,300 บาท ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 1960 รัฐบาลในสมัยนั้น นายพลปาร์ค จุง ฮี (Park Chung Hee) ผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง เน้นการอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมพื้นฐาน และอุตสาหกรรมหนัก ทำให้เศรษฐกิจของเกาหลีใต้เจริญเติบโตขึ้นอย่างมาก ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 1980 เกาหลีใต้ได้พัฒนาสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูง และอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ที่ทำให้เศรษฐกิจของเกาหลีใต้เติบโตอย่างก้าวกระโดด และในปี พ.ศ. 2539 (1996) สามารถก้าวเข้าสู่สมาชิกองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) ซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบไปด้วยประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจ 35 ประเทศ แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 (1997) เกาหลีใต้ต้องเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจครั้งใหญ่นั้นคือ วิกฤตการณ์การเงินในเอเชีย

(Asian financial crisis) ทำให้เกาหลีใต้ต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการเพิ่มมูลค่าและความแตกต่างให้กับสินค้าเกาหลี รัฐบาลเกาหลีได้ปรับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจใหม่ จากเดิมที่เน้นการส่งออกอุตสาหกรรมหนัก มาส่งเสริมการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561)

ในปัจจุบัน ประเทศเกาหลีใต้เน้นการส่งเสริมด้านเทคโนโลยี (IT) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือ Korean Wave ไม่ว่าจะเป็น ละคร ภาพยนตร์ เพลง เกม เป็นต้น และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก จากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีในแต่ละยุคสมัย อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลจากการที่รัฐบาลได้มีการเข้ามาแทรกแซง โดยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 (1961-1965) ซึ่งตลอดระยะเวลาการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจเป็นไปในรูปแบบ “ระบบเศรษฐกิจแบบมีกรชี้นำ” (Guided Capitalism) โดยเคารพเสรีภาพของภาคเอกชน แต่รัฐบาลอาจเข้ามามีบทบาททั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การส่งเสริมธุรกิจการส่งออก การควบคุมการเงินการธนาคารที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากำลังคน (ปิยะการณ์ ไกรนารา, 2552)

จากข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ ไม่ว่าจะเป็น การส่งออกอุตสาหกรรมหนัก หรือการส่งออกวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐ ดังนั้น ประเทศเกาหลีใต้จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี

3.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วน มีคุณภาพ และได้ข้อมูลเชิงลึกแล้วนั้น นอกจากการค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อเกาหลี และผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ดังต่อไปนี้

1. อาจารย์ประจำภาควิชาเกาหลีศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรม ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านสื่อเกาหลี สัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนงบประมาณของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี การก่อตั้งหน่วยงานภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย รวมทั้ง กลยุทธ์ในการดำเนินการ

2. ผู้กำกับภาพยนตร์ไทยที่มีประสบการณ์ในการสร้างภาพยนตร์ไทยมาอย่างยาวนาน เข้าใจในบริบทและปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย รวมทั้ง ยังศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเพื่อถอดบทเรียนและเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งสัมภาษณ์ใน

ประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี (การอุดหนุนงบประมาณและมาตรการต่าง ๆ หน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี และปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย รวมทั้งการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย

3. ผู้กำกับภาพยนตร์ไทยที่มีประสบการณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ที่สาธารณรัฐเกาหลี สัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวกับการสนับสนุนของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในสาธารณรัฐเกาหลี

4. ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสาธารณรัฐเกาหลี (มาตรการจูงใจ, การลดหย่อนภาษี)

3.4 เอกสารที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีผู้รวบรวมเอาไว้ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เอกสาร ซึ่งเอกสารที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาค้นคว้าและนำมาวิเคราะห์นั้น มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. เอกสารประเภทหนังสือที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ของหน่วยงาน KOFIC เช่น KOFIC 2006-2007 (2007), Korean Film Industry 2018 (2018), Korean Cinema 2014 (2014), Korean Film Industry for last 10 years (2005), 2013 Status Insight

2. งานวิจัย

- The Growth of Cultural Industry and the Role of Government: the Case of Korea (Kang Ah Park, 2008)

- Evaluating the Effects of Protectionism on the Film Industry: A Case Study Analysis of Korea (Jimmyn Parc, 2018)

- นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง : กรณีศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (ปิยะการณ ไกรนรา, 2552)

3. เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ของหน่วยงาน KOFIC / KOBIZ , KTO, Statista

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการตรวจสอบเอกสาร และบทสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำให้เป็นระบบ หาความเชื่อมโยงหรือความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

- วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำมาจัดระเบียบ ในเรื่องแนวนโยบายของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตั้งแต่ปี 1997 – 2019

- วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ในเรื่องกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น การจัดตั้งองค์กร การสนับสนุนทุน การกำหนดมาตรการต่าง ๆ เป็นต้น

- วิเคราะห์ตัวเลข สถิติ ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสาธารณรัฐเกาหลี และประเทศไทย เช่น มูลค่าการส่งออก มูลค่าการบริโภคภายในประเทศ สัดส่วนรายได้ในประเทศ เป็นต้น เพื่อนำหาความเชื่อมโยงของการดำเนินนโยบายและผลกระทบในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก จัดให้เป็นระบบโดยแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ไว้ เช่น นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การอุดหนุนงบประมาณของรัฐบาล เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นเพียงพอที่จะตอบคำถามการวิจัยหรือไม่ และข้อมูลที่ได้จากหลากหลายข้อมูลนั้นตรงกันหรือไม่ เช่น ปี ค.ศ. ในการประกาศใช้นโยบาย จำนวนเงินงบประมาณ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 จัดเตรียมข้อมูลที่ได้เพื่อนำไปวิเคราะห์ โดยตรวจสอบข้อมูลจากเอกสารว่าครบถ้วนหรือไม่ จัดเรียงประเด็นตามกรอบแนวคิด และการถอดเทปจากบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ จัดเรียงตามข้อมูลตามคำถามในการสัมภาษณ์ และจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้สอดคล้องกัน

ขั้นตอนที่ 4 รายงานข้อค้นพบที่ได้ตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดเอาไว้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ เป็นต้น และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ได้แก่ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเกาหลีศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ผลิตภาพยนตร์ในประเทศไทย และผู้ชื่นชอบภาพยนตร์เกาหลี จำนวน 3 ท่าน โดยในบทนี้จะนำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 ลักษณะนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

4.1.1 นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี

4.1.2 ปัจจัยบริบทแวดล้อม

4.1.3 ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

4.2 อภิปรายผล

4.1 ลักษณะนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

4.1.1 นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี

หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลังจากที่สาธารณรัฐเกาหลีต้องประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจทำให้ประเทศต้องการเงินทุนจากต่างประเทศ รวมทั้ง ต้องการทำให้ประเทศเป็นที่รู้จักและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากล ในสมัยรัฐบาลของประธานาธิบดีคิม แดจุง (Kim Daejung) ได้มีความพยายามอย่างมากในการส่งเสริมนโยบายอุตสาหกรรมวัฒนธรรม จนประธานาธิบดีคิม แดจุง ได้รับการขนานนามว่าเป็น “ประธานาธิบดีแห่งวัฒนธรรม” นโยบายของรัฐบาลเกาหลีสำหรับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ นโยบายในการควบคุมและนโยบายส่งเสริม โดยนโยบายควบคุมจะมุ่งเน้นไปที่การกำจัดปัจจัยต่าง ๆ ที่ขัดขวางการผลิต การบริโภค และการกระจายสินค้าทางวัฒนธรรม กล่าวคือเกี่ยวข้องกับข้อบังคับในระบบโควต้าและการเซ็นเซอร์

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สำคัญและได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมาอย่างยาวนานจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมีประวัติศาสตร์มาอย่างยาว ต้องพบกับช่วงเวลาที่ยากลำบากหลายช่วงกว่าจะมาเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างที่เห็นกันในปัจจุบัน โดยรัฐบาลมีการวางแผนในการส่งเสริมมาอย่างยาวนาน และมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

“รัฐบาลเกาหลีเองเขาแม่นมากในเรื่องการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และเตรียมการมานานแล้ว ด้วยวิสัยทัศน์ของเขาทำให้เขามองเห็นภาพรวมทั้งระบบ เขามีการแพลนล่วงหน้าี่มา 30-40 ปีแล้ว ซึ่งเขามีการวางแผนว่าภายในระยะเวลาที่ปี เช่นกำหนดว่าภายใน 5 ปี K-pop ต้องเป็นหนึ่งในห้าผู้นำของวงการดนตรีโลกอะไรแบบนี้ ซึ่งพอถึงวันนี้มันก็ถูกต้องหมดแล้ว”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 2)

ซึ่งแนวทางในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลเกาหลีนั้น เพิ่งจะเริ่มเกิดขึ้นอย่างจริงจังในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 จนถึงปัจจุบัน โดยก่อนหน้าที่จะมีแนวนโยบายในการส่งเสริมนั้น รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้ใช้แนวนโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยผู้วิจัยจะขออธิบายนโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีพอสังเขป ก่อนที่จะอธิบายถึงแนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี

นโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีนั้นมีมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ในช่วงที่เกาหลีตกอยู่ภายใต้การยึดครองของประเทศญี่ปุ่น ภาพยนตร์เกาหลีถูกควบคุมจากรัฐบาลญี่ปุ่นด้วยระบบเซ็นเซอร์เนื้อหา (censorship) เพื่อมิให้เป็นภัยต่อความมั่นคงของญี่ปุ่น และถึงแม้ว่าเกาหลีจะเป็นอิสระจากญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1945 แต่ระบบ censorship ก็ยังมีผลบังคับเรื่อยมา จนกระทั่งถูกยกเลิกในเดือนมกราคม ค.ศ. 2001 นอกจากระบบ censorship แล้วนั้น นโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลียังมีนโยบายอื่น ๆ ดังนี้

1. ระบบจำกัดโควตาการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ (The Import Quota Regime) มีการบังคับในช่วงปี ค.ศ. 1959 – 1986 เป็นระบบที่มีการจำกัดโควตาการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมในหลายประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศนั้น ๆ อย่างไรก็ตามมาตรการคุ้มครองนี้ไม่ได้ทำให้เกิดผลลัพธ์อย่างที่รัฐบาลตั้งใจไว้ ระบบจำกัดโควตาการนำเข้ามาตรการคุ้มครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์อันดับแรกที่รัฐบาลเริ่มใช้ในปี ค.ศ. 1958 ในเริ่มแรกจะเป็นระบบการให้ “รางวัล” ในการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ เฉพาะบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ที่สามารถสร้างหรือส่งออกภาพยนตร์เกาหลีได้สำเร็จ เนื่องจาก

ภาพยนตร์เกาหลีที่ส่งออกต่างประเทศจะต้องเป็นภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูง บริษัทที่สร้างกำไรจากการส่งออกได้จะสามารถนำเงินกลับมาลงทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์ต่อไปได้ อย่างไรก็ตาม ระบบการให้รางวัลนี้มีเริ่มมีการบังคับใช้จนถึงปลายทศวรรษที่ 1950 แล้วจึงมาใช้ระบบ “ปริมาณ” โดยหากมีการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ 1 เรื่อง จะต้องมีการฉายภาพยนตร์เกาหลีจำนวน 3 เรื่อง สิ่งที่น่าได้จึงเป็นเพียงแค่การนับจำนวนเท่านั้น ต่อมา ระบบการจำกัดโควตาการนำเข้าได้มีการแก้ไขมากกว่า 4 ครั้งในปี ค.ศ. 1986 (Jimmyn Parc, 2018)

2. ระบบการกำหนดโควตาฉายภาพยนตร์ (The Screen Quota Regime) บังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1966 – ปัจจุบัน ระบบการกำหนดโควตาฉายภาพยนตร์ เป็นระบบที่กำหนดจำนวนวันในการฉายภาพยนตร์ เพื่อที่จะรับประกันสัดส่วนในตลาดให้กับภาพยนตร์ในประเทศ เนื่องจากโรงภาพยนตร์มักต้องการฉายภาพยนตร์ต่างประเทศ ด้วยเหตุที่ภาพยนตร์ต่างประเทศได้รับความสนใจจากผู้ชมมากกว่าภาพยนตร์เกาหลี ระบบการกำหนดโควตาวันฉายภาพยนตร์ หรือ Screen Quota ได้ถูกประกาศใช้ในปี ค.ศ. 1966 จากการแก้ไขกฎหมายภาพยนตร์ของเกาหลี ระบบ Screen Quota กลายเป็นระบบคุ้มครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีระบบเดียว เนื่องจากระบบจำกัดโควตาการนำเข้าได้ถูกยกเลิกไปเมื่อปี ค.ศ. 1986 ตามข้อตกลงภาพยนตร์ครั้งแรกระหว่างสาธารณรัฐเกาหลีและสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้มีการกำหนดให้มีการบังคับฉายภาพยนตร์เกาหลีในโรงภาพยนตร์เป็นเวลา 146 วันต่อปี โดยบังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 – 2006 หลังจากนั้นจำนวนวันได้ถูกลดลงเป็น 73 วัน ตามข้อตกลงการค้าระหว่างสาธารณรัฐเกาหลีและสหรัฐอเมริกา โดยการตัดสินใจลดจำนวนโควตาวันฉายภาพยนตร์เกาหลีของรัฐบาลนี้ เป็นที่ถกเถียงกันอย่างมากกว่าเป็นอันตรายต่ออนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีหรือไม่

3. ระบบควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ (Censorship) ในช่วงทศวรรษที่ 1960 1970 และ 1980 อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีอยู่ภายใต้ระบบเซ็นเซอร์ เพื่อมิให้มีภาพยนตร์มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสังคม การเมือง และวัฒนธรรม โดยจะมีการตรวจสอบตั้งแต่ในขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์โดยรัฐบาล ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่มีเสรีภาพในการสร้างสรรค์ผลงานตลอดระยะเวลาที่อยู่ภายใต้รัฐบาลทหารตลอดระยะเวลาหลายปี ก่อนกลางทศวรรษที่ 1980 การผลิตภาพยนตร์เกาหลีอยู่ในการควบคุมของรัฐบาลทหาร ในช่วงปี ค.ศ. 1960 ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์จะต้องผลิตภาพยนตร์ตามนโยบายของชาติ หรือวัฒนธรรม การเซ็นเซอร์ที่รุนแรงนี้เป็นอุปสรรคและส่งผลเสียต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี (Kim Hyae-joon) ระบบควบคุมเนื้อหาได้ถูกยกเลิกอย่างถาวรในเดือนมกราคม ค.ศ. 2001 ในสมัยประชาธิปไตยคิมแดจุง

การยกเลิกระบบการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์เกาหลี (Censorship) ทำให้เกิดอิสรภาพในการแสดงออก (Freedom of expression) และได้สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ส่งผลให้การยกเลิกระบบการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์เกาหลี (Censorship) ในรัฐบาลคิมแดจุงเป็นนโยบายที่ทำให้เกิดผลทางบวกแก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมากที่สุด ภาพยนตร์เกาหลีสร้างความสนใจให้แก่ผู้ชม เนื่องจากสามารถทำให้ผู้ชมชาวเกาหลีเกิดประสบการณ์ที่หลากหลายและเกิดประเด็นถกเถียงทางการเมือง ในปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ใช้ระบบตรวจสอบเนื้อหาโดยการจำแนกเรทของภาพยนตร์ออกเป็น 4 เรท คือ All, Rated 15, Rated 12 และ Rated R

“จะไม่มีกรแทรกแซงเรื่องของ idea หรือว่าสไตล์การทำหนังใด ๆ เลย ดังนั้นทำไมภาพยนตร์เกาหลีประสบความสำเร็จ สังเกตได้เลยว่าหนังเกาหลีมีวาไรตี้ของแนวความคิด พล็อตเรื่องมากมาย ให้อิสระกับผู้สร้างแล้วผู้กำกับ”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

“บทของภาพยนตร์เกาหลีมีความหลากหลาย แม้กระทั่งประธานาธิบดียังกลายเป็นผู้ร้ายได้ ตำรวจก็เป็นผู้ร้ายได้ ความหลากหลาย ความชัดเจนในการที่จะทำให้คนดูตื่นตัว ไม่รู้ลึกลับว่าเนื้อหามันซ้ำซาก มีการยกเลิกระบบเซ็นเซอร์กลายเป็นการจัดเรทภาพยนตร์”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 2)

นอกจากนี้ ในสมัยของประธานาธิบดีคิมแดจุงได้มีการประกาศแนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ว่า “จัดหา ส่งเสริม แต่ไม่ก้าวกาย” (provide, support, but do not interfere) ดังจะเห็นได้ชัดจากการยกเลิกระบบควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ (Censorship) และได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยการลงทุน การผลิต และการกระจายสินค้าให้มากขึ้น โดยมีหน่วยงานภาครัฐที่สำคัญ นั่นคือ Korean Film Council หรือ KOFIC เป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ

“KOFIC เป็นสมาคมภาพยนตร์ของเกาหลีโดยกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ซึ่งองค์กรนี้เป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับทุนจากรัฐบาลเพื่อที่จะนำมาอัดฉีด พัฒนาองค์กรภาพยนตร์ของเกาหลี”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

“อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีจะมีหน่วยงานอย่างเช่น Korean Film Council หรือ KOFIC ที่จะดูแลเรื่องภาพยนตร์เลย ซึ่งมีทั้งเรื่องของการจัดหา จัดสร้างโรงถ่าย ให้คนทำหนังรุ่นใหม่ เข้าในราคาถูกลงมีการให้เงินทุนในการสนับสนุนการทำภาพยนตร์”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 2)

KOFIC เริ่มก่อตั้งในปี ค.ศ. 1973 ในชื่อ Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC) โดยรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีตามกฎหมายการส่งเสริมภาพยนตร์เกาหลีมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์เกาหลีและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี แต่เมื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับการส่งเสริมในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 KMPPC ถูกเปลี่ยนให้เป็น Korean Film Commission ในปี ค.ศ. 1999 และเปลี่ยนชื่อเป็น Korean Film Council (KOFIC) ในปี ค.ศ. 2004

KOFIC เป็นองค์กรอิสระที่สนับสนุนโดยรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี มีจุดมุ่งหมายในการกระตุ้น การเติบโตและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีด้วยการสนับสนุนเงินทุนในการผลิต การวิจัย การพัฒนานโยบาย การให้การศึกษา และการฝึกอบรม รวมทั้ง การพัฒนาตลาดต่างประเทศสำหรับ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี และส่งเสริมความเข้าใจในการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ (KOFIC, 2006) โดยผู้บริหาร KOFIC ประกอบด้วยคณะกรรมการ 9 คน (ประธาน 1 คน และ กรรมการ 8 คน) ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว (MCST) เพื่อ ทหารือและตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

“ภารกิจหลักของ KOFIC นอกจากวางแผนแก้ไขพัฒนาตัวบทกฎหมายหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ของภาพยนตร์เกาหลีมันก็จะมีส่วนในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก ที่หมายถึงอุปกรณ์ในการถ่ายทำ หรือว่าเทคนิคต่าง ๆ ก็จะมีอยู่ในส่วนที่ KOFIC ดูแลจัดการเพื่อที่จะสร้างมาตรฐานด้วย ตัวกองทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ได้งบประมาณจากภาครัฐ KOFIC ก็ดูแล และทาง KOFIC เองก็มี ทีมวิจัยที่มีหน้าที่ศึกษาวิจัยค้นคว้า ฝึกอบรม พัฒนาด้านสื่อการอบรมของภาพยนตร์เกาหลี (พัฒนา คน) KOFIC มีการช่วยเหลือด้านการจัดจำหน่าย ก็จะมีการจัดเทศกาล B2B หรือแม้กระทั่ง Busan International Film”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2007 KOFIC ได้ระดมทุนและจัดตั้งกองทุนพัฒนาภาพยนตร์ซึ่งเป็นจำนวนเงินประมาณ 430 ล้านเหรียญสหรัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี กองทุนดังกล่าวได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลจำนวน 172 ล้านเหรียญสหรัฐ และ

งบประมาณจากภาษีตัวเข้าชมภาพยนตร์ Box office โดยคิดเป็นร้อยละ 3 จากราคาตัวเข้าชม โดย KOFIC จะมีการจัดสรรงบประมาณตามหมวดต่าง ๆ ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงงบประมาณของ KOFIC ในแต่ละหมวด ประจำปี ค.ศ. 2020

หมวด	งบประมาณ (ล้านบาท)	สัดส่วนจาก งบประมาณทั้งหมด (ร้อยละ)
1. สนับสนุนการวางแผนและการพัฒนา (Film Planning and Development Support)	5,843	6.55
2. สนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ (Film Making Support)	35,482	39.79
3. สนับสนุนการกระจายช่องทางการจัด จำหน่าย (Film Distribution Support)	22,366	25.08
4. สนับสนุนนโยบายภาพยนตร์ (Film Policy Support)	20,128	22.57
5. สนับสนุนเทคโนโลยีภาพยนตร์ขั้นสูง (Advanced Film Technology Fostering)	4,570	5.12
6. Incentive Support	800	0.89
งบประมาณทั้งหมด	89,180	100

“ในปี 2020 นี้ ตัวเลขงบประมาณอยู่ที่ 89,189 ล้านบาท ซึ่งงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในแต่ละปีจะถูกจัดสรรอีกในแต่ละหมวด เช่นในหมวดของการพัฒนาแผน จะเป็นยอดงบประมาณอยู่ที่ 5,843 ล้านบาท ซึ่งในหมวดนี้ก็จะมาแยกย่อยอีกว่าจะจัดสรรในเรื่องของการพัฒนาแผนการจัดทำฉากหรือการออกแบบ ต่อไปหมวดที่ 2 จะเป็นหมวดของการสร้างภาพยนตร์ ซึ่งมีเงินตรงนี้จะเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในบรรดาทุกหมวด ซึ่งอยู่ที่ 35,482 ล้านบาท ซึ่ง KOFIC ก็จะแบ่งหมวดอีกกว่าจะเป็นหนังสั้นหรือเป็นหนังอนิเมชัน ก็เรื่องต่อไปก็จะเป็นเรื่องของการกระจายช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งก็จะสามารถมาขอรับทุนในส่วนตรงนี้ได้ อีกหมวดหนึ่งที่น่าสนใจก็จะเป็นเรื่องของการวิจัยทางด้าน

นโยบายซึ่งเป็นตัวสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวิจัยตลาดต่าง ๆ หมดเงินทุนสำหรับการวิจัย พัฒนาเทคนิค อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สร้างความทันสมัยให้กับการสร้างหนัง ซึ่งตัวเลขในหมวดนี้ก็จะสูง เป็นลำดับที่สาม สุดท้ายก็จะเป็นอินเซนทิฟโครงการต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว เป็นต้น”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

KOFIC มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีในหลายด้าน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ กล่าวคือ KOFIC มีการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตั้งแต่ก่อนการผลิตไปจนถึงการฉายในโรงภาพยนตร์และการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนการสร้าง ภาพยนตร์เกาหลี การสนับสนุนธุรกิจในประเทศ และการวิจัยและการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่ง ถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี โดยผู้วิจัยจะขออธิบายใน 3 ส่วนหลัก (KOFIC, 2014a) ดังต่อไปนี้

การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์เกาหลี (Supporting Korean Film Production)

KOFIC มีกลยุทธ์ในการสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์เกาหลีในหลายด้าน โดยสามารถจำแนก การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์เกาหลีออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

1. สนับสนุนการสร้างภาพยนตร์เกาหลี (Supporting Korean Film Production)

เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างสรรค์การสร้างภาพยนตร์ใหม่ ๆ KOFIC ได้มีโครงการ ในการสนับสนุนภาพยนตร์เกาหลี ได้แก่ 1) โครงการสนับสนุนภาพยนตร์อิสระ (ภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์สั้น และภาพยนตร์เฉพาะทาง) โดยสนับสนุนงบประมาณในการสร้างที่แน่นอน 2) โครงการ สนับสนุนค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน เพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือต้นทุนในด้านแรงงานในระหว่างการสร้าง ภาพยนตร์ และ 3) โครงการสนับสนุนภาพยนตร์ที่ออกฉาย โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอ้างอิง จากผลตอบแทนในการเข้าฉาย ซึ่งการสนับสนุนภาพยนตร์ดังกล่าวนี้ถือเป็นกลไกสำคัญในการค้นหา ภาพยนตร์ดี ๆ และไปสู่ตลาดโลกได้

“KOFIC ต้องการที่จะพัฒนาภาพยนตร์สาย Art ภาพยนตร์อิสระ independent film หรือภาพยนตร์แนว Animation ภาพยนตร์ทุนน้อยและหนังสั้น ซึ่งพวกนี้มันจะเป็นคีย์หรือว่า กลไกสำคัญที่จะเฟ้นหาหนังดี ๆ แล้วสามารถนำเอาไปเข้าสู่ตลาดโลกได้ อันนี้เป็นกลไกสำคัญ”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

2. การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในภาพยนตร์เกาหลี (Supporting R&D for Korean Films)

KOFIC ดำเนินงานด้านตลาดบทภาพยนตร์ออนไลน์ เพื่อค้นหาแนวคิดใหม่ ๆ สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยจัดการแข่งขันการเขียนบทภาพยนตร์อนิเมชัน หรือบทภาพยนตร์ที่ดัดแปลงจากวรรณกรรม และบทภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี นักเขียนสามารถลงทะเบียนผลงานในตลาดบทภาพยนตร์ออนไลน์ (www.scenariomarket.or.kr) และขายให้กับนักลงทุนหรือผู้ผลิตได้ KOFIC จะคัดผลงานที่โดดเด่นจากผลงานที่ส่งเข้ามา และจัดให้มีโปรแกรมให้คำแนะนำ เช่นเดียวกับการสนับสนุนค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์งานเขียน นอกจากนี้ KOFIC ยังสนับสนุนงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสำหรับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ขนาดกลางที่มีแนวโน้มมีปัญหาในการระดมทุนด้านการวิจัยและพัฒนา

3. การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์อิสระและโรงภาพยนตร์ศิลปะ (Supporting Independent Productions and Art House Theaters)

เพื่อสนับสนุนภาพยนตร์ศิลปะและภาพยนตร์อิสระ รวมทั้ง เป็นการทำให้ผู้ชมภาพยนตร์ได้ชมภาพยนตร์ที่หลากหลาย KOFIC สนับสนุนโรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ศิลปะและภาพยนตร์อิสระ โดย KOFIC อุดหนุนโรงภาพยนตร์ศิลปะจำนวน 25 แห่งทั่วประเทศ ในขณะเดียวกันก็ดำเนินการหรือสนับสนุนโรงภาพยนตร์ 3 แห่งที่ฉายภาพยนตร์อิสระในกรุงโซล นอกจากนี้ KOFIC ยังสนับสนุนการฉายภาพยนตร์พิเศษที่จัดโดยองค์กรท้องถิ่นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมในท้องถิ่นได้รับชมภาพยนตร์หลากหลายประเภท

4. สนับสนุนการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย และภาพยนตร์แอนิเมชัน (Supporting the Release of Diverse Films and Korean Animation)

KOFIC สนับสนุนการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย เช่น ภาพยนตร์ศิลปะ อิสระ ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์แอนิเมชัน นอกจากนี้ KOFIC ยังสนับสนุนการเผยแพร่ภาพยนตร์แอนิเมชันในต่างประเทศด้วย

5. ส่งเสริมการดาวน์โหลดอย่างถูกกฎหมาย (Promotion Campaign for Legal Download Services)

ตลาดภาพยนตร์ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น KOFIC จึงสนับสนุนให้มีแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อจัดจำหน่ายภาพยนตร์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระบบนี้สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดาวน์โหลดและทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจาก การ

สนับสนุนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ แล้ว KOFIC ยังมีแคมเปญเพื่อรณรงค์ด้วยสแกน “Be a good downloader” เพื่อให้ผู้ที่ดาวน์โหลดตระหนักถึงการดาวน์โหลดภาพยนตร์อย่างถูกต้องลิขสิทธิ์

6. การลงทุนในอุตสาหกรรม (Investing in the Industry)

กองทุนภาพยนตร์อุดหนุนเงินแก่กองทุนการลงทุนเพื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีต่าง ๆ และมีบทบาทสำคัญในการผลิตภาพยนตร์เกาหลี ทั้งนี้ KOFIC มีการลงทุนประมาณ 8.9 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี เพื่อสร้างเสถียรภาพให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

การสนับสนุนธุรกิจระหว่างประเทศ (Supporting Global Business)

1. สนับสนุนการส่งออกภาพยนตร์เกาหลี (Supporting the Export of Korean Films)

KOFIC สนับสนุนภาพยนตร์เกาหลีและผู้ผลิตภาพยนตร์ในการเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ และออกบูธในตลาดภาพยนตร์กระตุ้นยอดขายและสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์เกาหลี อีกทั้ง KOFIC ยังดำเนินการโปรโมทภาพยนตร์เกาหลีในเทศกาลภาพยนตร์ใหญ่ ๆ นอกจากนี้ KOFIC ยังสนับสนุนการฉายภาพยนตร์เกาหลีในต่างประเทศ โดยที่การโปรโมทภาพยนตร์เกาหลีหรือการส่งภาพยนตร์เกาหลีเข้าประกวดในงานประกวดรางวัลต่าง ๆ ถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีเป็นที่รู้จักในระดับสากล

“ภาพยนตร์เกาหลีที่จริงแล้วเขาไม่ได้ประสบความสำเร็จจากการนำของออกไปขาย ตัวการสำคัญที่ทำให้หนังเกาหลีประสบความสำเร็จ คือการส่งประกวด หนังต่าง ๆ ที่เกาหลีทำไปประกวดจากเวทีต่าง ๆ ทำให้หนังเกาหลีเป็นที่รู้จัก เป็นที่จับตามองมันเป็นที่ยอมรับจากตลาดมันเดินออกไปของมันเองอัตโนมัติ”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

2. ประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เกาหลีในต่างประเทศ (International PR for Korean Films)

KOFIC ได้จัดตั้งสำนักงานในสหรัฐอเมริกาและจีน เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี และยังจัดให้มีเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ (www.koreanfilm.or.kr) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีในรูปแบบของหนังสือและนิตยสารภาษาอังกฤษ (Korean Cinema, Who's Who, Korean Cinema Today) นอกจากนี้ KOFIC ยังดำเนินการให้ศูนย์ธุรกิจออนไลน์ คือ KoBiz เพื่อบริการด้านธุรกิจระหว่างประเทศและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เกาหลีอย่างครบวงจร

3. สนับสนุนความร่วมมือในการสร้างภาพยนตร์ระหว่างประเทศ (Supporting International Co-Productions)

KOFIC สนับสนุนความร่วมมือในการสร้างภาพยนตร์ระหว่างประเทศ ผ่านโครงการ “CoProduction Development Support” โครงการที่ถูกเลือกจากแต่ละภูมิภาคจะได้รับข้อเสนอในการให้คำปรึกษาด้านบท และให้คำปรึกษาในการพัฒนา รูปแบบการสนับสนุนจะเป็นกระบวนการที่ครบวงจรตั้งแต่การพัฒนาบทไปจนถึงการค้นหาพันธมิตรในการผลิตและการจับคู่ทางธุรกิจ รวมไปถึงการลงทุน ในปี ค.ศ. 2012 เป็นต้นมา KOFIC ได้มีโครงการ Co-Production Incentive เพื่อสนับสนุนภาพยนตร์ที่มีการร่วมผลิตระหว่างเกาหลีและประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ ในปี ค.ศ. 2012 ได้มีการจัดตั้งศูนย์ธุรกิจภาพยนตร์ในปักกิ่ง ประเทศจีน เพื่อให้ผู้ผลิตภาพยนตร์เกาหลีได้พัฒนาการผลิตร่วมกับจีน

4. Location Incentive

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การจ้างงาน และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในเกาหลี นอกจากนี้ ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระหว่างเกาหลีและประเทศอื่น ๆ ทำให้พัฒนาขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีได้ โดยได้รับงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนากิจการ โดยมีหลักเกณฑ์และเงื่อนไข เช่น สนับสนุนทุนจำนวนร้อยละ 30 ของงบประมาณในการถ่ายทำ หากมีการถ่ายทำในเกาหลีมากกว่า 10 วัน และใช้จ่ายมากกว่า 2 พันล้านวอน (ราว 2 ล้านเหรียญสหรัฐ) หรือสนับสนุนทุนจำนวนร้อยละ 25 ของงบประมาณในการถ่ายทำทั้งหมด หากมีการถ่ายทำในเกาหลีมากกว่า 3 วัน และใช้จ่ายระหว่าง 50 ล้านวอน (ราว 44,000 เหรียญสหรัฐ) หรือ 2 พันล้านวอน เป็นต้น อีกทั้ง เงินทุนในการสร้างภาพยนตร์จะต้องเป็นเงินทุนจากต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 80 จึงจะมีสิทธิ์ได้รับการสนับสนุนในส่วนนี้

“ในเรื่องนี้หลาย ๆ ประเทศจะคล้าย ๆ กันหมด แต่เกาหลีผลักดันเรื่องนี้มาก ด้วยความที่เป็นประเทศที่ผลักดันการท่องเที่ยวของตัวเองมาก โดยแต่ละเมืองจะมีสิ่งที่เรียกว่า commission และมีเงื่อนไขว่าถ้าถ่ายทำในเมืองเขา ใช้เงินไปเท่าไร เกินกี่บาท ถ่ายทำที่เปอร์เซ็นต์ จะมีการคืนเงินกลับมาที่เปอร์เซ็นต์ และมีการเอื้อเพื่อการถ่ายทำ สถานที่บางอันก็ฟรี และขอใช้สถานที่ในการถ่ายทำได้อย่างง่ายดาย แม้กระทั่งในคาสิโนก็ยังสามารถขออนุญาตถ่ายทำได้ เพราะเขาอยากจะโปรโมตประเทศมาก ๆ นอกจากนี้ ยังมีงบประมาณในส่วนของการตรวจสอบสถานที่ถ่ายทำ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 3)

“รัฐบาลให้ทุกจังหวัดมี film commission ในการส่งเสริมให้มีการถ่ายทำในจังหวัดตัวเองซึ่งมีทุกจังหวัด โดยมีเงินทุนบางส่วนช่วย โดยต้องมีเงื่อนไขบางอย่าง เช่น ต้องถ่ายทำในจังหวัดนั้นๆ เกินร้อยละ 50 หรือ ถ่ายก็วันในจังหวัดนั้นๆ แล้วแต่ หรือ การยกเว้นค่าเช่าสถานที่ถ่ายทำ เป็นต้น เงื่อนไขที่แต่ละจังหวัดต้องการ และเช่นกัน ในส่วนของหนังต่างชาติมาถ่ายในเกาหลี รัฐบาลก็ support คล้าย ๆ กันตามเงื่อนไขของจังหวัดที่ไปถ่าย”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 4)

5. Global Forum for Financing International Co-Productions

KOFIC จัดการประชุมระดับสากลในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ ปูซาน (Busan International Film Festival) เพื่อโอกาสด้านการเงินระหว่างประเทศสำหรับความร่วมมือในการสร้างภาพยนตร์เกาหลี โดยเชิญกลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับมืออาชีพจากนานาชาติเพื่อเข้าร่วมนำเสนอ เสวนา และผู้ผลิตได้พบปะกันแบบ 1:1

“Busan International film Festival มาพร้อมกับยุคที่รัฐบาลเริ่มหันมาอัดฉีดเม็ดเงิน ในธุรกิจภาพยนตร์ ในช่วงปี 1996 เริ่มต้นมีเทศกาลหนังที่ปูซาน วัตถุประสงค์แรกเริ่มเลยก็คือต้องการนำหนังเกาหลีซึ่งตอนนั้นมันมีเยอะมากมาฉายมีความหลากหลาย ซึ่งพร้อมที่จะเข้าไปสู่ความเป็นอินเตอร์ ก็นำออกไปสู่สายตานานาชาติ เน้นโซนเอเชียก่อน โดยผ่าน busan film festival ซึ่งเน้นฉายภาพยนตร์ของผู้กำกับหน้าใหม่และกลุ่มของผู้ชมรุ่นใหม่ ๆ ก็จะทำให้ความสนใจแล้วก็จะเปิดตลาดภาพยนตร์ในโซนเอเชียไม่ว่าจะเป็นในส่วนของประเทศไทยเอง ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไต้หวัน และประเทศจีน เข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ประเทศไทยเราเองก็เคยได้รับรางวัลจากงานนี้เรื่อง มะนิลา ของคุณอนุชา บุญยวรรธนะ ไปรับรางวัล ปี 2017 ก็จะเป็นนโยบายในการผลักดันภาพยนตร์ของประเทศตัวเอง เข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ เทศกาลหนังอันนี้ในเอเซียนอกจากจะมีที่โตเกียว ฮองกงแล้วก็เซี่ยงไฮ้แล้ว Busan International Film festival ก็ถือว่าเป็นงานที่ค่อนข้างใหญ่ เริ่มต้นในปี 1996 มีผู้เข้าร่วม 31 ประเทศแต่ในปีที่แล้ว มีประเทศผู้เข้าร่วมที่นำมาฉาย ทั้งหมด 85 ประเทศ ซึ่งถือว่าลบลูกศรใหญ่ขึ้น ตัวแบบสำคัญในการผลักดันหนังเกาหลีให้เป็นที่รู้จัก เมืองปูซานก็มีการโปรโมทการท่องเที่ยว สร้างหอภาพยนตร์ ให้มันเป็น Landmark ในปูซาน ถ้าจะนึกถึงฉากถ่ายทำ ภาพยนตร์นี่ก็ถึงหนังก็ต้องนึกถึงปูซาน ซึ่งมีทั้งทะเล มีทั้งฉากเมือง”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

การวิจัยและสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (Research and Building Infrastructure)

1. ดำเนินงานด้านระบบจัดการ Box Office (Operating the Box Office Management System)

KOFIC ดำเนินการเกี่ยวกับระบบการจัดการ Box Office เพื่อความรวดเร็วและแม่นยำในการจัดลำดับภาพยนตร์ทำเงิน (Box Office) เพื่อสร้างระบบในการจัดจำหน่ายที่เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย KOFIC จะมีการเก็บข้อมูลยอดการจำหน่ายตั๋วเข้าชมภาพยนตร์จากโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ และอัปเดตแบบ Real Time

2. การวิจัยและนโยบายภาพยนตร์ (Research and Cinema Policy)

KOFIC สนับสนุนการวิจัยและการศึกษาต่าง ๆ เพื่อช่วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ด้วยการกำหนดนโยบายและแนวทางที่เหมาะสมกับภาพยนตร์เกาหลี KOFIC ยังได้พัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริมสำหรับภาพยนตร์เกาหลีและประเมินผลลัพธ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นอกจากนี้ ยังจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญในรูปแบบของสถิติและสิ่งพิมพ์ เพื่อการวิจัยและพัฒนา นโยบายใหม่ ๆ รวมทั้งเผยแพร่สิ่งพิมพ์ภาษาเกาหลีต่าง ๆ เช่น Film Yearbook, Korean Film Scenario Collection, Journals and Industry Reports เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสนับสนุนผู้เขียน ผู้แปล หรือนักวิจัยในการตีพิมพ์หนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่าง ๆ เพื่อการมีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งให้กับนโยบายและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี โดย KOFIC จะคัดเลือกผลงานที่โดดเด่น เพื่อสนับสนุนเงินรางวัลและเผยแพร่

3. Korean Academy of Film Arts (KAFA)

Korean Academy of Film Arts (KAFA) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1984 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์ โดย KAFA มีการเปิดสอนทั้งหมด 5 หลักสูตร ได้แก่ การกำกับภาพยนตร์ การผลิตภาพยนตร์ การถ่ายภาพยนตร์ การเขียนบท และแอนิเมชัน ในปี ค.ศ. 2009 KAFA ได้เปิดหลักสูตรการวิจัยการผลิต และได้ผลิตภาพยนตร์สารคดี 4 เรื่องต่อปี ซึ่งได้ฉายและได้รับรางวัลในเทศกาลภาพยนตร์ระดับนานาชาติที่สำคัญ KAFA ได้ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมากกว่า 500 คน เช่น IM Sang-soo, BONG Joon-ho, KIM Tae-yong, CHOI Dong-hoon เป็นต้น

“มี academic ที่เป็นวิทยาลัย ที่เกี่ยวกับด้านภาพยนตร์เป็นวิทยาลัยที่สอนเกี่ยวกับด้านภาพยนตร์อย่างเดียว ชื่อว่า Korean academic of Film Art สรรหาเลือดใหม่ออกมาได้ไม่ได้นวนอยู่ที่เดิม บงจุนโฮ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง พาราไซต์ (Parasite) จริง ๆ เขาจบสังคมศาสตร์ แต่เขามาต่อที่ตรงนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

4. สนับสนุนเทคโนโลยีภาพยนตร์ (Supporting Cinema Technology)

KOFIC พัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีเกี่ยวกับภาพยนตร์ทั่วไปและภาพยนตร์ 3D ด้วยการดำเนินโครงการที่เรียกว่า “Moving School for Digital Technology” กล่าวคือ เป็นการดำเนินงานที่โรงเรียนและสถาบันต่าง ๆ เพื่ออัปเดตสถานะของเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังสนับสนุนเทคโนโลยีในอนาคตสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีด้วยการกำหนดมาตรฐานเทคโนโลยีของภาพยนตร์

5. KOFIC Studios

KOFIC Studios ใน Namyangju มีบริการผลิตภาพยนตร์ที่ทันสมัย รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประกอบด้วยสตูดิโอในร่ม สตูดิโอบันทึกเสียง ห้อง CG และห้องเทคนิค นอกจากนี้ ยังมีกองถ่ายกลางแจ้งและสวนสนุกเพื่อเปิดให้เข้าใช้อย่างสาธารณะ และผู้ผลิตภาพยนตร์ยังสามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานในสตูดิโอ KOFIC อีกทั้ง ยังมีโปรแกรมต่าง ๆ เช่น การศึกษาด้านสื่อ, การศึกษาประสบการณ์ด้านสื่อและโปรแกรมภาคปฏิบัติ เป็นต้น

6. การสนับสนุนทรัพยากรบุคคลและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Supporting Human Resources and Improving Working Environments)

KOFIC มีระบบจูงใจด้านการศึกษาและการฝึกอบรมสำหรับพนักงานที่ไม่ได้อยู่ระหว่างการผลิตภาพยนตร์ ระบบนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอโปรแกรมการศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ระดับมืออาชีพให้กับเจ้าหน้าที่และสนับสนุนด้วยเงินชดเชยจากการว่างงาน ทั้งนี้ KOFIC จะจัดโปรแกรมการศึกษาพิเศษเกี่ยวกับ การแสดง การกำกับภาพยนตร์ การจัดแสง การตัดต่อ CG และความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ให้กับเจ้าหน้าที่และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีระบบให้ข้อมูลสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อรองรับอาชีพ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจ้างงานตามมาตรฐาน เพื่อรักษาความมั่นคงทางอาชีพให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

7. สนับสนุนองค์กรที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ (Supporting Film-Related Organizations)

KOFIC สนับสนุนชุมชนหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพยนตร์ โดย KOFIC ไม่เพียงสนับสนุนในงานวิจัยและโครงการเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนในเรื่องการให้ความรู้ รวมถึงเทศกาลภาพยนตร์ และการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับตลาดต่างประเทศ โดยในปี ค.ศ. 2006 KOFIC ได้มีการสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพยนตร์หลายหน่วยงาน เช่น Seoul Independent Film Festival (SIFF) ซึ่งเป็นเทศกาลภาพยนตร์อิสระที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ชมภาพยนตร์สั้น Indie-Anifest เป็นเทศกาลภาพยนตร์แอนิเมชันแรกและแห่งเดียวในเกาหลี โดยในปี ค.ศ. 2005 KOFIC ได้ร่วมจัดงานนี้ด้วย

8. พัฒนาเงื่อนไขสำหรับคนพิการ (Improving Conditions for the Disabled)

เพื่อเป็นการลดข้อจำกัดในการเข้าชมภาพยนตร์ของคนพิการ KOFIC ได้มีการพัฒนาระบบต่าง ๆ ในโรงภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็น การสนับสนุนอุปกรณ์ในการสร้างคำบรรยาย (subtitle) และการพากย์ (dubbing) ให้แก่โรงภาพยนตร์ นอกจากนี้ KOFIC ยังได้ดำเนินการโครงการ Cinema on Wheels ซึ่งเป็นโครงการพิเศษที่จะไปฉายภาพยนตร์สำหรับคนพิการ เช่น ภาพยนตร์ที่มีคำบรรยายสำหรับผู้ที่มีปัญหาทางการได้ยิน (หูหนวก) เป็นต้น ที่เมืองที่ห่างไกลหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับข้อบกพร่องทางการได้ยินของคนพิการ เพื่อเพิ่มโอกาสในการรับชมภาพยนตร์ให้แก่คนพิการ

9. สนับสนุนการศึกษาด้านการสื่อสารด้วยภาพ (Supporting Visual Media Education)

KOFIC ได้เปิดศูนย์การศึกษาเกี่ยวกับสื่อชื่อว่า Seoul Visual Media Center เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของประชาชนและนักเรียน โดยศูนย์ดังกล่าวจัดให้มีชั้นเรียนต่าง ๆ ในภาคทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตสื่อและการสร้างภาพยนตร์อิสระ อีกทั้ง Seoul Visual Media Center ยังมีโปรแกรมการศึกษาพิเศษสำหรับผู้ด้อยโอกาส ผู้ที่อยู่ในกองทัพ ตลอดจนคนพิการ ผู้สูงอายุ และผู้อพยพถิ่นฐาน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนศูนย์สื่อท้องถิ่นโดยการให้ยืมอุปกรณ์เกี่ยวกับภาพยนตร์

จะเห็นได้ว่า KOFIC ถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี โดย KOFIC ได้สนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีครอบคลุมทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นก่อนการผลิต การผลิต และการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ นอกจากกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ KOFIC ได้ดำเนินการแล้วนั้น ยังมีกลยุทธ์อื่น ๆ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีด้วย เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ขนาดเล็กและขนาดกลาง การให้กู้ เป็นต้น ถือเป็น การเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์

“รัฐบาลเกาหลีมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยภาครัฐด้วยนโยบายหลายอย่าง เช่น ลดภาษีการนำเข้าอุปกรณ์ถ่ายทำก็มี การลงทุนให้ทำหน้าที่เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศก็มี การให้กู้เงินลงทุนก็มี”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 4)

4.1.2 ปัจจัยบริบทแวดล้อม

จากการศึกษาการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีของ KOFIC ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลและรัฐบาลมีส่วนร่วมในการหารือและตัดสินใจด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงกล่าวได้ว่าภาครัฐนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี แต่หากพิจารณาให้รอบด้านพบว่า การส่งเสริมจากภาครัฐบาลมิใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีเติบโตเช่นปัจจุบันนี้ หากแต่ยังมีปัจจัยบริบทแวดล้อมอื่น ๆ ที่ช่วยหนุนให้นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีได้ประสบความสำเร็จ โดยผู้วิจัยขอจำแนกปัจจัยบริบทแวดล้อมเป็น 2 ส่วนคือ 1. ภาคเอกชน และ 2. ภาคประชาชน ดังนี้

1. ภาคเอกชน

เมื่อตลาดเกาหลีเปิดเสรี ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องพยายามหาทุนหรืองบประมาณในการผลิตภาพยนตร์ เพื่อแข่งขันกับละครและภาพยนตร์ต่างประเทศ หลังจากที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีประสบความสำเร็จ นักลงทุนจึงเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพควรค่าแก่การลงทุน กลุ่มธุรกิจแซโบลส์ จึงได้ลงทุนอย่างจริงจังในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยลงทุนในด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย

“การทำหนังเกาหลีนอกจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกส่วนหนึ่งก็จะได้รับการสนับสนุนภาคเอกชนอย่างที่เราได้ยินกันบ่อย ๆ ว่าเป็นพวกแซโบล เช่นพวก CJ หรือว่า Lotte พอเราแยกในส่วนของเอกชน ก็จะมีเงินทุนส่วนหนึ่งโยนไปให้บริษัทหรือว่าผู้กำกับ เพื่อที่จะทำหนังป้อนกลับเข้ามาให้กับโรงหนังของตัวเองมันมีช่วงตอน IMF ได้ทำให้แซโบลมาจับธุรกิจภาพยนตร์ พอมาจับธุรกิจโรงหนัง โรงหนังก็มีการขยายสาขาไปทั่วประเทศ แต่ปัญหาก็คือ หนังไม่มีถูกป้อนเข้ามา เพราะว่า IMF คนทำหนังเองก็ไม่มีงบประมาณที่เพียงพอในการที่จะผลิตหนัง แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว ในช่วงปลาย 90 จนถึง ต้น 20j20 ที่ทำให้ภาพยนตร์เกาหลี บูมขึ้นมาในประเทศไทย ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างประจวบเหมาะพร้อมกันทีเดียว โดยการสนับสนุนแบ่งเป็น 2 ภาคคือ ภาคเอกชนกับภาครัฐบาลที่ระดมเงินทุนลงมาหมดตรงภาคส่วนนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

2. ภาคประชาชน

ประชาชนชาวเกาหลีถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลี ด้วยรากฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ทศนคติ ทำให้ชาวเกาหลีมีลักษณะที่โดดเด่นและส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศ ผู้วิจัยจะขอจำแนกข้อค้นพบดังต่อไปนี้

- รากฐานของลัทธิขงจื้อ ลัทธิขงจื้อได้เริ่มแพร่กระจายในเกาหลีตั้งแต่ในสมัยเริ่มแรก และมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก โดยลัทธิขงจื้อนี้จะให้คุณค่ากับความสำเร็จด้านการศึกษาและความมั่นคงในครอบครัว ทำให้การศึกษาเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ ชาวเกาหลีนั้นให้ความสำคัญกับการศึกษาและการสอบเข้ามหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ที่เรียกกันว่า SKY นั่นคือ มหาวิทยาลัยแห่งชาติ (S) มหาวิทยาลัยเกาหลี (K) และมหาวิทยาลัยยอนเซ (Y) เพื่อเป็นใบเบิกทางให้สามารถเข้าทำงานในบริษัทชั้นนำของประเทศได้ หรือได้เข้าทำงานในกลุ่มบริษัทแซโบล กล่าวได้ว่า รากฐานนี้เป็นส่วนกระตุ้นให้คนเกาหลีมีความพยายามอย่างมากเพื่อให้ประสบความสำเร็จในชีวิตและได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นคนที่เก่งที่สุดในทุก ๆ ด้าน โดยนักเรียนเกาหลีเรียนอย่างหนักจนสามารถทำคะแนนสอบวิชาคณิตศาสตร์และวิชาการอ่านในการสอบ PISA ได้ดีที่สุดในบรรดาประเทศในกลุ่มสมาชิก และคนเกาหลีทำงานหนักที่สุดในกลุ่มประเทศ OECD (ชนันภรณ์ อารีกุล, 2561)

- ชาตินิยม จากการที่เกาหลีเคยเป็นประเทศสงครามจากการแบ่งแยกดินแดน ทำให้คนเกาหลีตระหนักเสมอว่ากรุงโซลอยู่ห่างจากเกาหลีเหนือเพียงแค่ 31 ไมล์เท่านั้น และยังคงมีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อย้ำเตือนว่าทั้ง 2 ประเทศยังอยู่ในภาวะสงคราม ทำให้ชาวเกาหลีหวาดกลัวการถูกคุกคาม และเกิดความชาตินิยมอย่างรุนแรง แต่ในปัจจุบันชาวเกาหลีเริ่มเปิดรับวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยมีแนวคิดที่เรียกว่า รวมพวกเรา ไม่แบ่งแยกเขา กล่าวคือ เริ่มเปิดรับให้ชาวต่างชาติมาเป็นพวกเดียวกัน มากกว่าที่ผลักไสให้เป็น เขา แนวคิดนี้ทำให้เกาหลีกลายเป็นประเทศที่บทบาทสำคัญในเวทีโลก (ชนันภรณ์ อารีกุล, 2561)

“การที่เกาหลีสามารถพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้นั้น อาจจะต้องมองลึกไปถึงตัวตนของเขา ประการที่หนึ่งคือเขาคิดนอกกรอบ สองคือเขามีการสร้างคนในแบบของเขา ปัจจัยในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จึงไม่ได้มีเพียงแค่สิ่งที่เราเห็น แต่ต้องมองลึกลงไปจนถึงรากเหง้าของเขาด้วย”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ 1)

จากข้อค้นพบข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี มิได้มีเพียงการสนับสนุนและการส่งเสริมจากภาครัฐเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยบริบทแวดล้อมอื่น ๆ

ที่ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีประสบความสำเร็จดังเช่นปัจจุบันนี้ นั่นคือ การสนับสนุนเงินทุนจากภาคเอกชนในการสร้างภาพยนตร์ รวมทั้ง พื้นฐานของคนเกาหลีที่มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ และความชาตินิยมของคนเกาหลี ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีเติบโตอย่างก้าวกระโดดและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

4.1.3 ผลที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

จากแนวนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลที่เริ่มมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีอย่างจริงจังในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 โดยเฉพาะในสมัยของประธานาธิบดีคิมแดจุงที่ได้รับการขนานนามว่า ประธานาธิบดีแห่งวัฒนธรรม ได้มีการประกาศแนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ว่า “จัดหา ส่งเสริม แต่ไม่ก้าวกาย” โดยมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ อย่างจริงจัง และยกเลิกระบบ Censorship ในปี ค.ศ. 2001 อีกทั้ง ในปี ค.ศ. 1999 ได้เปลี่ยนหน่วยงาน Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC) เป็น Korean Film Commission ในปี ค.ศ. 1999 (เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น Korean Film Council (KOFIC) ในปี ค.ศ. 2004) เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับการส่งเสริมมากยิ่งขึ้น โดยที่ KOFIC มีกลยุทธ์และเครื่องมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากมายดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์หลังจากที่ได้มีการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ โดยรวบรวมข้อมูลทางสถิติ ไม่ว่าจะเป็น สถิติจำนวนการเข้าชมภาพยนตร์ของตลาดในประเทศเกาหลี สถิติมูลค่าการส่งออก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนการเข้าชมภาพยนตร์ของตลาดในประเทศเกาหลี และสัดส่วนในตลาด (Market Share) ระหว่างภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ต่างประเทศ

Year	Total Admissions	Korean Films Market share (Percent)	Foreign Films Market share (Percent)
1997	47,520,000	25.5	74.5
1998	50,180,000	25.1	74.9
1999	54,720,000	39.7	60.3
2000	64,620,000	35.1	64.9
2001	89,360,000	50.1	49.9
2002	105,130,000	48.3	51.7
2003	119,470,000	53.5	46.5

Year	Total Admissions	Korean Films Market share (Percent)	Foreign Films Market share (Percent)
2004	135,170,000	59.3	40.7
2005	145,520,000	58.7	41.3
2006	153,410,000	63.8	36.2
2007	158,780,000	50.0	50.0
2008	150,830,000	42.1	57.9
2009	156,960,000	48.7	51.3
2010	149,180,000	46.5	53.5
2011	159,720,000	51.9	48.1
2012	194,890,000	58.8	41.2
2013	213,320,000	59.7	40.3
2014	215,068,958	50.1	49.9
2015	217,299,523	52.0	48.0
2016	217,026,182	53.7	46.3
2017	219,876,227	51.8	48.2
2018	216,385,269	50.9	49.1
2019	226,678,777	51.0	49.0

ที่มา : ข้อมูลในปี ค.ศ. 1997 – 2003 (KOFIC, 2004) ข้อมูลในปี ค.ศ. 2004 – 2013 (KOFIC, 2014b) และข้อมูลในปี ค.ศ. 2014 – 2019 (KOBIS, 2020) สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2563

จากตารางดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าในช่วงปี ค.ศ. 1997 – 2000 สัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีนั้นมีสัดส่วนที่น้อยกว่าสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์ต่างประเทศมาก แต่ในปี ค.ศ. 2001 สัดส่วนภาพยนตร์เกาหลีกลับเพิ่มขึ้นและได้รับสัดส่วนในตลาดมากกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศอย่างเห็นได้ชัด หลังจากปี ค.ศ. 2001 เป็นต้นมา สัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีมีความใกล้เคียงกับสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์ต่างประเทศ และตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 - 2019 พบว่า สัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีไม่เคยต่ำกว่า ร้อยละ 50 ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเป็นอย่างมาก ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ดังกล่าวเกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลเริ่มใช้นโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่นาน และเป็นที่น่าสังเกตว่าสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีที่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในปี ค.ศ. 2001 เป็นปีที่มีการยกเลิกระบบควบคุม

เนื้อหา (Censorship) ทำให้เนื้อหาของภาพยนตร์เกาหลีมีความหลากหลาย และอาจจะส่งผลให้ผู้ชมภาพยนตร์เกาหลีหันมาชมภาพยนตร์เกาหลีมากขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงมูลค่าการออกภาพยนตร์เกาหลี ระหว่างปี ค.ศ. 1997 – 2004

Year	Export Price Per Film (in US dollar)	Amount of Export (in US dollar)
1997	13,667	492,000
1998	93,144	3,073,750
1999	79,590	5,969,219
2000	185,625	7,053,745
2001	110,289	11,249,573
2002	112,422	14,952,089
2003	191,288	30,979,000
2004	300,436	58,284,600

ที่มา: KOFIC (2004)

จากตารางข้างต้นชี้ให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี แม้ว่าในบางปีนั้นราคาการส่งออกภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง ๆ จะน้อยกว่าในปีก่อน แต่มูลค่าการส่งออกภาพยนตร์โดยรวมยังเพิ่มขึ้น ดังเช่นในปี ค.ศ. 2001 ราคาส่งออกภาพยนตร์หนึ่งเรื่องเท่ากับ 110,289 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเป็นราคาที่ลดลงจากปี ค.ศ. 2000 มากกว่า 70,000 เหรียญสหรัฐฯ แต่กลับมีมูลค่าการส่งโดยรวมมากกว่าในปี ค.ศ. 2000

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4 แสดงยอดจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ระหว่างปี ค.ศ. 2009 – 2018

(Unit: in KRW 100 million)

Year	Ticket sales	Additional markets	Exports	Total
2009	10,941	888	155	11,984
2010	11,684	1,109	462	13,255
2011	12,358	1,709	382	14,449
2012	14,551	2,158	414	17,123
2013	15,513	2,676	651	18,840

Year	Ticket sales	Additional markets	Exports	Total
2014	16,641	2,971	664	20,276
2015	17,154	3,349	628	21,131
2016	17,432	4,125	1,173	22,730
2017	17,566	4,362	1,343	23,271
2018	18,140	4,739	855	23,764

ที่มา: KOFIC (2018)

หมายเหตุ: ตัวเลข Exports ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 เป็นการรวมมูลค่าการส่งออกภาพยนตร์และบริการเข้าด้วยกัน

จากตารางที่ 4 ที่แสดงยอดจำหน่ายจากช่องทางต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นยอดจำหน่ายตัวเข้าชมภาพยนตร์ในแต่ละปี ช่องทางการตลาดอื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ เป็นต้น และมูลค่าการส่งออก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 – 2018 พบว่า ยอดจำหน่ายรวมทั้ง 3 ช่องทาง มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี แม้ว่าตัวเลขมูลค่าการส่งออกจะลดลงบางปี แต่ยอดจำหน่ายในช่องทางอื่น ๆ เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนของยอดจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ระหว่างปี ค.ศ. 2009 – 2018

(Unit: Percent)

Year	Ticket sales	Additional markets	Exports	Total
2009	91.3	7.4	1.3	100
2010	88.1	8.4	3.5	100
2011	85.5	11.8	2.6	100
2012	85.0	12.6	2.4	100
2013	82.3	14.2	3.5	100
2014	82.1	14.7	3.3	100
2015	81.1	15.8	3.0	100
2016	76.7	18.1	5.2	100
2017	75.7	18.7	5.8	100
2018	76.3	19.9	3.7	100

ที่มา: KOFIC (2018)

จากตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนของยอดจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี จาก 3 ช่องทาง ได้แก่ การจำหน่ายตัวเข้าชม ช่องทางการตลาดอื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ เป็นต้น และการส่งออก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 – 2018 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของรายได้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะมาจากยอดจำหน่ายตัวเข้าชมจากโรงภาพยนตร์ในประเทศ โดยมีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 91.3 ในปี ค.ศ. 2009 และน้อยที่สุดร้อยละ 75.7 ในปี ค.ศ. 2017 ซึ่งก็ยังคงเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับสัดส่วนรายได้จากช่องทางอื่น ๆ และการส่งออก เป็นที่น่าสังเกตว่ารายได้จากการส่งออกมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด ทั้งที่ภาครัฐเองพยายามผลักดันเรื่องการส่งออกเป็นอย่างมาก

จากงานของ Kang Ah Park (2008) ได้วิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์เองก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างมาก โดยงานดังกล่าวพบว่า ความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีได้ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของเกาหลีทั้งในระดับเอเชียและทั่วโลก เนื่องจากกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี (Korean wave / Hallyu) ได้แพร่กระจายไปทั่วเอเชีย ผู้คนจากประเทศต่าง ๆ ต้องการเรียนภาษาเกาหลี รับประทานอาหารเกาหลี แต่งกายตามแฟชั่นเกาหลี รวมทั้ง ท่องเที่ยวเกาหลี ในช่วงหลายปีที่ผ่านมานักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวยังสาธารณรัฐเกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ตามที่องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติเกาหลี ในปี ค.ศ. 2003 “ด้วยความสำเร็จของละคร เช่น Autumn in My Heart และ Winter Sonata ทำให้มีนักท่องเที่ยว 130,000 คนจากจีน ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทยมาเยี่ยมชมสถานที่ถ่ายทำละคร” อีกทั้ง ก่อนหน้านี้อาจจะเกิดความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีหรือกระแสเกาหลี ชาวไต้หวันมีทัศนคติต่อคนเกาหลีว่าเป็นคนที่มีความหยาบคาย รุนแรง และไม่มีอารยธรรม อย่างไรก็ตามเมื่อละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลงป๊อปเกาหลี แพร่กระจายออกไปและได้รับความนิยม ชาวไต้หวันได้เห็นภาพความทันสมัยที่ฉายในละครโทรทัศน์ของเกาหลี ความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่งในเพลงป๊อปเกาหลี และความรักประเทศที่แสดงให้เห็นในภาพยนตร์เกาหลี ส่งผลให้ชาวไต้หวันตระหนักว่าเกาหลีได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยกว่าที่พวกเขาคาดไว้ในตอนแรก ในปี ค.ศ. 2005 WIPO (องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก) ระบุให้เกาหลีเป็นประเทศที่แสดง "แนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด" ในการสร้างแบรนด์ระดับชาติ พร้อมกับประเทศอื่น ๆ เช่น นิวซีแลนด์ ไอร์แลนด์ สเปน และออสเตรเลีย เป็นต้น

ฮันยูหรือที่เรียกว่า "กระแสเกาหลี" อธิบายถึงวัฒนธรรมยอดนิยมของเกาหลีได้รวมถึงเพลง รายการทีวี และภาพยนตร์ เป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้ความนิยมเกาหลีเพิ่มขึ้นทั่วโลกในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Statista, 2020a) ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวยังเกาหลี และรายได้จากนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสาธารณรัฐเกาหลี และรายได้จากนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019

Year	No. of Visitor Arrivals	Tourism Receipts (US\$ 1,000)
1997	3,908,140	4,710,200
1998	4,250,216	6,865,400
1999	4,659,785	6,801,900
2000	5,321,792	6,811,300
2001	5,147,204	6,370,700
2002	5,347,468	5,915,000
2003	4,752,762	5,339,900
2004	5,818,138	6,049,300
2005	6,022,752	5,785,100
2006	6,155,046	5,689,000
2007	6,448,240	6,057,600
2008	6,890,841	9,680,500
2009	7,817,533	9,737,000
2010	8,797,658	10,225,400
2011	9,794,796	12,233,900
2012	11,140,028	13,201,100
2013	12,175,550	14,288,400
2014	14,201,516	17,335,900
2015	13,231,651	14,675,800
2016	17,241,823	16,753,900
2017	13,335,758	13,263,900
2018	15,346,879	18,461,800
2019	17,502,756	21,506,300

ที่มา: Korea Tourism Organization (2020) สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2563

จากตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสาธารณรัฐเกาหลี และรายได้จากนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 ซึ่งให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี ค.ศ. 2019 เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี ค.ศ. 1997 มาก ซึ่งในช่วงปี ค.ศ. 1997 เป็นช่วงที่สาธารณรัฐเกาหลีเผชิญกับวิกฤติการเงินเอเชียและรัฐบาลเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดยในปี ค.ศ. 1998 รัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม รวมทั้งนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างจริงจัง ทำให้เกิดกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลีหรือ Korean Wave ในปี ค.ศ. 1999 จากตารางดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวยังสาธารณรัฐเกาหลีค่อย ๆ เพิ่มขึ้น ถึงแม้ในบางปีจะลดลงแต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่โดยรวมยังคงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ที่ทำให้เกาหลีเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล รวมทั้ง สร้างการรับรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ต่างชาติมีต่อเกาหลีในแง่ลบให้มีทัศนคติที่ดีต่อเกาหลีมากขึ้น ผ่านทางอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เกาหลี ละครเกาหลี และเพลงป๊อปเกาหลี (K-pop)

4.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง บทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี พบว่า รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นละคร เพลง หรืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากรัฐบาลเกาหลีมองว่าละคร เพลง หรือภาพยนตร์เป็นสื่อที่สามารถส่งผ่านวัฒนธรรมเกาหลี และทำให้ต่างชาติรู้จักเกาหลีมากยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสากลให้สาธารณรัฐเกาหลีได้

ในส่วนของการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีนั้น จากผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีบทบาทอย่างมากในเรื่องการกำหนดนโยบาย โดยในสมัยอดีตรัฐบาลเกาหลีมีแนวนโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมเนื้อหาของภาพยนตร์ให้เป็นไปในแนวทางที่รัฐบาลกำหนด การจำกัดการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ชมหันมาชมภาพยนตร์เกาหลี และนโยบายการกำหนดจำนวนวันเข้าฉายของภาพยนตร์เกาหลี แต่ต่อมาเมื่อรัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่จะสามารถส่งเสริมการพัฒนาประเทศได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีจึงได้ประกาศนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม รวมทั้ง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยการยกเลิกระบบควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ เพื่อให้เนื้อหาภาพยนตร์มีความหลากหลาย มีการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ (KOFIC) ให้ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยรัฐเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งคล้ายคลึงกับแนวคิดรัฐพัฒนาการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปไว้ในบทที่ 2 จึงเห็นได้ชัดว่าสาธารณรัฐเกาหลีมีลักษณะของรัฐพัฒนาการอย่างชัดเจน โดยรัฐจะเข้าไปแทรกแซงและกำหนดว่าเอกชนควรจะผลิตอะไร โดยผ่านกระบวนการอุดหนุนต่าง ๆ ดังเช่น การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ที่รัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ และอุดหนุนงบประมาณแก่หน่วยงานดังกล่าวในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เช่น การให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์อิสระหรือภาพยนตร์ศิลปะ เนื่องจากมองว่าเป็นกลไกสำคัญในการค้นหาภาพยนตร์ดี ๆ หรือการจูงใจให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศมาผลิตภาพยนตร์โดยใช้สาธารณรัฐเกาหลีเป็นสถานที่ในการถ่ายทำ โดยจัดให้มี Location Incentive เป็นจำนวนเงินตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว รวมทั้ง การสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้เครื่องมือทางการคลังในการแทรกแซงระบบด้วยการลดหย่อนภาษีนำเข้าอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ให้แก่บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ขนาดเล็กและขนาดกลาง

นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่สำคัญในการวิจัยครั้งนี้ คือ การจัดตั้งหน่วยงานขับเคลื่อนนโยบายหรือส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อย่าง Korean Film Council หรือ KOFIC ที่ทำหน้าที่หลักและเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งคล้ายคลึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมไว้ในบทที่ 2 โดยงานวิจัยต่าง ๆ นั้นมีการอ้างถึงการอาศัยหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล เพราะถึงแม้รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย แต่ด้วยโครงสร้างที่ยากต่อการดำเนินการทั้งหมด จึงต้องมีหน่วยงานเฉพาะขึ้นเพื่อขับเคลื่อนนโยบายของรัฐ ที่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีความสามารถในด้านนั้น ๆ โดย KOFIC ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี จะมีการมาธิการที่มาจากกรรมการแต่งตั้งของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการหารือและตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย และมีผู้บริหารที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อให้คำปรึกษา และเสนอแนะแนวทางในการกำหนดนโยบาย จึงกล่าวได้ว่า ผลการศึกษานี้มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดและงานวิจัยต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษา

เมื่อพิจารณาถึงบริบทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พบว่า รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 พ.ศ. 2560 – 2564 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของอาเซียน และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ที่สำคัญในตลาดโลก ใช้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฯ เป็นเครื่องมือสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สังคม ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก คือ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงการต่างประเทศ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559) จากข้อมูลดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่ารัฐบาลไทยเองก็ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากตระหนักถึงศักยภาพของสื่อภาพยนตร์ที่สามารถเป็นเครื่องมือที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้ รวมทั้งเป็นสื่อสร้างสรรค์สังคม และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ประเทศไทยได้ แต่จากการศึกษาข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย พบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังมีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดหลายข้อที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังไม่เติบโตหรือปรบปรนไปตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 พ.ศ. 2560 – 2564 ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อจำกัดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหลัก ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านเนื้อหา ภาพยนตร์ไทยยังคงมีการควบคุมด้านเนื้อหาในภาพยนตร์ ทำให้เนื้อหาภาพยนตร์ยังไม่หลากหลาย และทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เคยชินกับภาพยนตร์แนวเดิม ๆ เมื่อมีภาพยนตร์แนวใหม่ ๆ มา มักไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชม ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่กล้าที่จะผลิตภาพยนตร์แนวใหม่

2. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ผู้ผลิตภาพยนตร์ส่วนใหญ่ต้องผลิตภาพยนตร์ด้วยงบประมาณของตนเอง ซึ่งภาพยนตร์ที่ผลิตออกมานั้นก็อาจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ได้ เนื่องจากผู้ชมภาพยนตร์ไทยนั้นมีสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทย โดยในปี พ.ศ. 2560 ภาพยนตร์ได้รับสัดส่วนของตลาดในประเทศเพียงร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์ต่างประเทศที่ได้รับสัดส่วนในตลาดร้อยละ 89 ผู้ผลิตจึงต้องผลิตภาพยนตร์ที่มีทุนในการสร้างต่ำ หรือมีเนื้อหาที่ผู้ชมมีแนวโน้มจะเข้าชม อีกทั้ง ระบบของโรงภาพยนตร์ไทยยังมีระบบที่เรียกกันในวงการภาพยนตร์ไทยว่า 4 วันอันตราย กล่าวคือ หากภาพยนตร์เรื่องหนึ่งไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าจะถูกออกถอดออกจากโรงภาพยนตร์ ซึ่งภาพยนตร์บางเรื่องไม่มีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์ไม่มีโอกาสได้ชมภาพยนตร์เท่าที่ควร

3. ข้อจำกัดด้านหน่วยงานที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ประเทศไทยไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ ทำให้การดำเนินงานในการขับเคลื่อนไม่ชัดเจน อีกทั้ง หน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงอาจทำให้ไม่เข้าใจธรรมชาติ หรือปัญหาของ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่แท้จริง จึงทำให้มีการแก้ปัญหาหรือออกนโยบายสนับสนุนที่ไม่ตรงจุด หรือไม่มีการบูรณาการนโยบายที่ครอบคลุมในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติก่อนการผลิต (ด้านบุคลากร ด้านโครงสร้างพื้นฐาน การวิจัยและพัฒนา) การผลิต (การให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ การลดหย่อนภาษี แรงจูงใจต่าง ๆ) และหลังการผลิต (ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งออก)

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี	อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
ไม่มีการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์	มีการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ (พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 2551)
มีการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อขับเคลื่อนนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์	หน่วยงานที่รับผิดชอบยุทธศาสตร์ส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีหลายหน่วยงาน ไม่ใช่หน่วยงานเฉพาะ
มีการอุดหนุนงบประมาณให้แก่ผู้ผลิต และมีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยงบประมาณมาจากภาษีตัวเข้าชมภาพยนตร์	ไม่มีการอุดหนุนงบประมาณให้แก่ผู้ผลิต ภาพยนตร์ที่แน่ชัด และไม่มีการจัดตั้งกองทุน

บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐเป็นอย่างมาก เนื่องจากรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เป็นสื่อที่สามารถทำให้สาธารณรัฐเกาหลีเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากลได้ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลให้แก่สาธารณรัฐเกาหลี รัฐบาลจึงได้เริ่มมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 จนในปัจจุบันนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก ในขณะที่ประเทศไทยเอง ภาครัฐไทยก็มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเช่นกัน นั่นคือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบันเป็นระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของอาเซียน และเป็นแหล่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฯ ที่สำคัญในตลาดโลก ใช้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฯ เป็นเครื่องมือสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์สังคม ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย แต่จากสถานการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นยังไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้ตั้งไว้ แม้รัฐบาลจะมีนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังนั้น การศึกษาบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงแนวนโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีจะเป็นประโยชน์ในการเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่อไป

จากข้างต้น จึงนำมาสู่คำถามในการศึกษาบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลี ดังนี้ 1) แนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีลักษณะอย่างไร? 2) กลยุทธ์ในการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีลักษณะอย่างไร? 3) การดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีส่งผลกระทบอย่างไรต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี? และมีวัตถุประสงค์หลักในการวิจัยอยู่สามประการ คือ

ประการแรก เพื่ออธิบายแนวนโยบายและกลยุทธ์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในการดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ประการที่สอง เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี และประการสุดท้าย เพื่อเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย

โดยการศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษา 2 วิธีคือ การศึกษาจากการตรวจเอกสาร งานวิจัย บทความทางวิชาการต่าง ๆ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขอบเขตในการวิจัย คือ ศึกษาแนวนโยบาย กลยุทธ์ ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 และศึกษาสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้แก่ จำนวนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีของตลาดในประเทศ (Domestic market) ยอดการจำหน่ายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายตัวเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ช่องทางออนไลน์ และการส่งออก นอกจากนี้ ยังศึกษาสถิติของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐเกาหลีในช่วงปี ค.ศ. 1997 – 2019 เพื่อวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีในห้วงเวลาที่รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีเริ่มมีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ยังศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยบริบทแวดล้อมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี โดยผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

1. แนวนโยบาย รัฐบาลมีการใช้แนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 โดยก่อนหน้านี้ รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีใช้นโยบายในการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี ไม่ว่าจะเป็นระบบการจำกัดโควตาการนำเข้า (Import Quota) เป็นระบบที่มีการจำกัดโควตาในการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ ระบบการกำหนดจำนวนวันในการฉายภาพยนตร์เกาหลี (Screen Quota) โดยกำหนดให้โรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์เกาหลีจำนวน 146 วันต่อปี แต่ในปี ค.ศ. 2006 ได้มีการลดจำนวนวันเหลือเพียง 73 วันต่อปี และระบบการควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ (Censorship) ที่เริ่มมีตั้งแต่ญี่ปุ่นยึดครองเกาหลี และถูกยกเลิกในปี ค.ศ. 2001 ในสมัยประธานาธิบดีคิมแดจุง ผู้ซึ่งประกาศนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมว่า “จัดทำส่งเสริม แต่ไม่ก้าวก้าว” โดยเห็นได้ชัดจากการยกเลิกระบบควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ การอุดหนุนงบประมาณ และการสนับสนุนในเรื่องการจัดจำหน่าย

2. กลยุทธ์ รัฐบาลเกาหลีได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ นั่นคือ Korean Film Council หรือ KOFIC (เดิมชื่อจาก Korean Motion Picture Promotion Corporation: KMPPC) โดย KOFIC ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจาก

รัฐบาล และได้รับงบประมาณส่วนหนึ่งจากภาษีตัวเข้าชมภาพยนตร์ อีกทั้ง KOFIC ยังประกอบไปด้วย มาตรการที่มาจาก การแต่งตั้งของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว เพื่อให้มีส่วนร่วมในการหารือและตัดสินใจด้านนโยบาย KOFIC มีการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ในหลายด้าน ได้แก่ การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์เกาหลี การสนับสนุนธุรกิจ ในต่างประเทศ และการวิจัยและการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี

3. ปัจจัยบริบทแวดล้อม ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาพยนตร์เกาหลี แต่รัฐบาลก็มีใช้ปัจจัยเดียวที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเติบโตได้อย่างเช่น ในปัจจุบัน โดยปัจจัยบริบทแวดล้อมที่พบคือ ภาคเอกชนที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยภาคเอกชนที่เข้ามาลงทุนคือกลุ่มแซโบลซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจใหญ่ของสาธารณรัฐเกาหลี และมีเครือข่ายทางธุรกิจจำนวนมาก และอีกปัจจัย คือ คนเกาหลี ที่มีพื้นเพทางด้านวัฒนธรรม ทักษะคิดที่มุ่งมั่น ต้องการประสบความสำเร็จอย่างสูง รวมถึงความรักชาติ ทำให้ช่วยเสริมให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เกาหลีเติบโต

4. ผลที่เกิดกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในห้วงเวลาที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ด้านสัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีของตลาดภายในประเทศ พบว่าในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2001 ภาพยนตร์เกาหลีมีสัดส่วนการเข้าชมน้อยกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศมาก แต่หลังจากปี ค.ศ. 2001 ที่มีการยกเลิกระบบควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ สัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นอย่าง ก้าวกระโดด โดยตั้งแต่ปี ค.ศ. 2011 เป็นต้นมา สัดส่วนการเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีไม่เคยต่ำกว่าร้อยละ 50 อีกเลย ด้านรายได้จากช่องทางต่าง ๆ พบว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 – 2018 รายได้รวมจากทั้ง 3 ช่องทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่รายได้จากการจำหน่ายตัวเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์จะ มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รายได้จากช่องทางอื่น ๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ เป็นต้น มากที่สุดเป็นอันดับ สอง และรายได้จากการส่งออกน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นกับ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ทางอ้อม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังสาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรม อย่างเช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลงเกาหลี เป็นสื่อที่ทำให้เกิดกระแส ความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี และส่งผลให้มียุโรปนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศเกาหลีมากขึ้น โดยผลการศึกษษตัวเลขดังกล่าว พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในปี ค.ศ. 2019 เพิ่มขึ้นจากในช่วงปี ค.ศ. 1997 มาก ซึ่งในช่วงปี ค.ศ. 1997 เป็นช่วงที่สาธารณรัฐเกาหลีเผชิญ กับวิกฤตการเงินเอเชียและรัฐบาลเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดยในปี ค.ศ. 1998 รัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม รวมทั้งนโยบายส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างจริงจัง ทำให้เกิดกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีหรือ Korean Wave

ในปี ค.ศ. 1999 จากตารางดังกล่าวจะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 – 2019 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในราชอาณาจักรไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถึงแม้ในบางปีจะลดลงแต่ก็เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่โดยรวมยังคงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของรัฐบาลราชอาณาจักรไทย ที่ทำให้เกาหลีเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล รวมทั้ง สร้างการรับรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ต่างชาติมีต่อเกาหลีในแง่ลบให้มีทัศนคติที่ดีต่อเกาหลีมากขึ้น ผ่านทางอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เกาหลี ละครเกาหลี และเพลงป๊อปเกาหลี (K-pop)

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเฉพาะ โดยที่มีบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ร่วมหารือและตัดสินใจในนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อให้นโยบายที่กำหนดและกลยุทธ์ในการดำเนินการสามารถส่งเสริมและแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้จริง
2. จัดตั้งกองทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยอาจจะหักจากภาษีตัวเข้าชมภาพยนตร์ หรือรายได้บางส่วนจากการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในไทย เพื่อกลับมาพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่อไป ซึ่งกองทุนดังกล่าวอาจอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งนำมาส่งเสริมในการให้ทุนในการสร้างภาพยนตร์ที่มีหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่หน่วยงานกำหนด เช่น ภาพยนตร์ศิลปะ ภาพยนตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ อาจมีการนำเงินทุนในส่วนนี้มาสนับสนุนโรงภาพยนตร์ให้ฉายภาพยนตร์ไทยให้นานขึ้น เพื่อให้ผู้ชมภาพยนตร์มีโอกาสเข้าถึงภาพยนตร์ไทย
3. การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ควรครอบคลุมในทุกมิติ โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การผลิต ไปจนถึงการจัดจำหน่าย รวมทั้ง การยกเลิกหรือผ่อนคลายนโยบายข้อบังคับบางประการเพื่อเอื้อให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโต เช่น การยกเลิกหรือผ่อนคลายนโยบายควบคุมเนื้อหาภาพยนตร์ไทย เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถผลิตเนื้อหาได้หลากหลายมากขึ้น เป็นต้น
4. ควรมีการสร้างมาตรการจูงใจต่าง ๆ เช่น การลดหย่อนภาษีการนำเข้าอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ การจูงใจให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์ในสถานที่ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. งานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งเน้นศึกษาบทบาทภาครัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี จึงมีขอบเขตที่ศึกษาแนวนโยบาย กลยุทธ์ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีเป็นหลัก แต่หากพิจารณาแล้ว ปัจจัยในความสำเร็จของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมิได้มีเพียงการส่งเสริมและการสนับสนุนจากภาครัฐเท่านั้น หากแต่ยังมีปัจจัยบริบทแวดล้อมอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงพอสังเขป คือ ภาคเอกชน รวมทั้ง วัฒนธรรมและทัศนคติของชาวเกาหลี ที่ช่วยส่งเสริมให้การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงในการศึกษาครั้งนี้ เช่น การพัฒนาของเทคโนโลยี ที่ทำให้การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารหรือแม้กระทั่งวัฒนธรรมเป็นเรื่องง่ายมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีที่ควรศึกษา

2. ควรสัมภาษณ์หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีโดยตรง ด้วยข้อจำกัดด้านเวลา และภาษา ทำให้ผู้วิจัยมิได้สัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง จึงทำให้ยังไม่ได้ผลการศึกษาในเชิงลึกเท่าที่ควร

3. ผลที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีเป็นเพียงตัวเลขทางสถิติที่เกิดขึ้นในห้วงเวลาที่มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีอย่างจริงจัง ซึ่งการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของตัวเลขในแต่ละปีอาจมีปัจจัยแทรกแซงอย่างอื่นที่ควรศึกษา เช่น สถานการณ์การเมืองของประเทศ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โรคระบาด เป็นต้น

บรรณานุกรม

- Agata, L. (2020). An Oscar for Parasite? The global rise of South Korean film. Retrieved from <https://theconversation.com/an-oscar-for-parasite-the-global-rise-of-south-korean-film-128595>
- Amsden, A. (1989). *Asia's next giant: South Korea and late industrialization*. Oxford: Oxford University Press.
- Boxofficemojo. (2020). 2019 Worldwide Box Office. Retrieved from <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2019/>
- Broom, L., & Selznick, P. (1968). *Sociology*. New York: Harper & Row.
- CEIC. (2020). Korea Exports: Content Industry (CI). Retrieved from <https://www.ceicdata.com/en/korea/trade-statistics-contents-industry/exports-content-industry-ci>
- Gil-Sung Park. (2014). *The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry*.
- Globthailand. (2556). เกาหลีใต้. Retrieved from <https://globthailand.com/market/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%83%E0%B8%95%E0%B9%89/>
- Invest Korea. (2017). *KOREA'S LEADING INDUSTRIES - CULTURAL CONTENT*.
- Jimmyn Parc. (2018). Evaluating the Effects of Protectionism on the Film Industry: A Case Study Analysis of Korea. In *Handbook of State Aid for Film Finance, Industries and Regulation*.
- Jin, D.-y. (2012). Hallyu 2.0: the new Korean Wave in the creative industry. *International Institute Journal*, 2(1).
- John. (2020). The Korea Creative Content Agency - KOCCA. Retrieved from <https://seoulz.com/the-korea-creative-content-agency-kocca/>
- John, S. (1993). *An Introduction Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. Athens, Georgia: The University of Georgia Press.

- John, S. (2001). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*: University of Georgia Press.
- Johnson, C. (1982). *MITI and the Japanese miracle: The Growth of Industrial Policy, 1925-1975*.
- Jung, D.-y. (2009). Transnational Korea: A critical assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. *Southeast Review of Asian Studies*.
- Kang Ah Park. (2008). *The Growth of Cultural Industry and the Role of Government: the Case of Korea*. (Master in City Planning). Massachusetts Institute of Technology,
- Kim Hyae-joon. *A History of Korean Film Policies*.
- KOBIS. (2020). Total audience and sales. Retrieved from <http://www.kobis.or.kr/kobis/business/stat/them/findYearlyTotalList.do>
- KOFIC. (2004). *Korean Film Industry for Last 10 Years*.
- KOFIC. (2014a). *KOREAN CINEMA 2014*.
- KOFIC. (2014b). *Status & Insight: Korean Film Industry 2013*.
- KOFIC. (2018). *Status & Insight: Korean Film Industry 2017*.
- Korea Tourism Organization. (2020). Visitors Arrivals, Korean Departures, Int'l Tourism Receipts & Expenditures. Retrieved from <https://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/visitorArrivals.kto>
- Koreatimes. (2020). South Korea's exports of cultural goods reach \$10 billion. Retrieved from https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/07/688_292447.html
- Milim Kim. (2011). The Role of The Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea's Experience. *Keio Communication Review*, 33.
- Mooji, M. D. (2011). Cross-cultural consumer behavior: A review of research finding. *Journal of International Consumer Marketing*.
- Positioningmag. (2549). “Hallyu” คลื่นความมั่งคั่งของเกาหลี. Retrieved from <https://positioningmag.com/8345>
- Prakai. (2563). เปิดกรณีศึกษา...กลยุทธ์ Soft Power ที่(ไม่)ธรรมดาผ่าน ‘อุตสาหกรรมภาพยนตร์’ เกาหลีใต้. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/soft-power-strategy-south-korea-in-film-industry/>

Statista. (2020a). Number of inbound visitors to South Korea from 2000 to 2019.

Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/709116/south-korea-inbound-visitors/>

Statista. (2020b). Sales revenue of the film industry in South Korea from 2008 to 2019.

Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/831717/south-korea-film-industry-sales-revenue/>

Wade, R. (1990). *Governing the market: Economic theory and the role of government in East Asian industrialization*. Princeton: Princeton University Press.

กร ตาลทิพย์. (2553). การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีใต้และบทเรียนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). ครม. เห็นชอบยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะ ๓. Retrieved from https://www.m-culture.go.th/th/article_view.php?nid=5003

กิตติ ประเสริฐสุข. (2561). Soft Power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด. *International Journal of East Asia Studies*, 22(1), 122-139.

เกษม เพ็ญภินันท์. (2553). รายงานสัมมนา: ‘อุตสาหกรรมวัฒนธรรม’ สสำรวจแนวคิดจนถึงนโยบายแล้วไทยจะไปทางไหน. Paper presented at the ปอกเปลือก “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม”, ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. <https://prachatai.com/journal/2010/08/30855>

ไกรยุทธ ธีรตยาคินันท์. (2525). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

คณิน บุญสุวรรณ. (2548). ปทานุกรมศัพท์รัฐสภาและการเมืองไทยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

จักรรัช ธีระกุล. (2542). สังคมวิทยาเบื้องต้น. นครศรีธรรมราช: สถาบันราชภัฏพระนครศรีธรรมราช.

จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ และคณะ. (2551). สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิรประภา อัครบวร. (2559). 5 ทศวรรษ การพัฒนาคนเกาหลีใต้. กรุงเทพฯ: หจก.กรกนกการพิมพ์.

ชงคมา กมลเวช. (2551). รูปแบบธุรกิจเชิงวัฒนธรรม.

ชนันภรณ์ อารีกุล. (2561). บทความหนึ่งสื่อ

มหัศจรรย์เกาหลี: จากเก้าถ่านสู่มหาอำนาจทางเศรษฐกิจ

และวัฒนธรรม. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 3(3).

ชนินทร์ มีโกคี. (2560). การพัฒนาและการเปลี่ยนผ่านของเศรษฐกิจเกาหลีใต้. In เกาหลีปัจจุบัน (1 ed.). ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชวินทร์ สีนะบรรจง. (2554). เศรษฐศาสตร์ติดดิน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร. (2559). บทบาทรัฐกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของสิงคโปร์. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา, 2(2).
- นพนนท์ วรรณเทพสกุล. (2560). รัฐพัฒนาการ : อุดมการณ์และจินตภาพการพัฒนาเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เนื่องจำนงค์. (2552). รัฐที่ (ยังคง) ขับเคลื่อนการพัฒนา: พัฒนาการของคำอธิบายและประเด็นในการศึกษาวิจัย. วารสารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 13(12).
- ประภาภรณ์ รัตโน และ หยกขาว สมหวัง. (2560). อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการสื่อสารในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน. วารสารศิลปศาสตร์, 5(1).
- ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี. (2555). วัฒนธรรมเชิงอุตสาหกรรม. อุตสาหกรรมสาร, 54.
- ปิยะการณ ไกรนารา. (2552). นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง: กรณีศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์. (รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
- พายัพ พยอมยนต์. (2546). การพัฒนาประเทศไทย. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิพาดา ยังเจริญ. (2560). ประวัติศาสตร์เกาหลีสมัยใหม่. In เกาหลีปัจจุบัน: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มน ฮวีซัง. (2560). แรงขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลี (กมล บุชบรรณ, Trans. พุทธกาล รัชช Ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยนต์ ชุ่มจิต. (2544). การศึกษาและความเป็นครูไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. (2549). เส้นทางสู่ความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์เกาหลีใต้. Retrieved from <https://mgronline.com/daily/detail/9490000016022>
- วัชรินทร์ อินทพรหม. (2562). การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สถิตาภรณ์ เอี่ยมธงชัย. (2559). วิวัฒนาการกระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) ที่เรียกว่า Hallyu.
- สนธนา พลศรี. (2545). หลักสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สมคิด เพ็งอุดม. (2535). การศึกษาบทบาทพระสงฆ์ที่มีต่อการพัฒนาชุมชนตามทัศนะของพระสงฆ์และเจ้าหน้าที่กระทรวงหลักระดับตำบลในจังหวัดสมุทรสงคราม. (ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
- สมใจ ลักษณะ. (2542). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ. (2561). สถิติและมูลค่าอุตสาหกรรมคอนเทนต์บันเทิง

ประจำปี พ.ศ. 2560.

สำนักข่าวกรองแห่งชาติ. (2563). สารานุกรมรัฐเกาหลี. Retrieved from

<http://almanac.nia.go.th/page/78>

สำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย. (2562). สารานุกรมรัฐเกาหลี(*Fact Sheet*).

สุรพงษ์ ลือทองจักร. (2552). หลักมานุษยวิทยาและหลักสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์. อุตรธานี: มหาวิทยาลัยอุตรธานี.

อภิชาติ คุณวัฒน์บัณฑิต. (2561). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย. (ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

ไทย. (ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

อมรา พงศาพิชญ์. (2549). ความหลากหลายทางวัฒนธรรม: กระบวนทัศน์และบทบาทในประชาสังคม.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัมพร จิรัฐติกร. (2559). วัฒนธรรมสมัยนิยม: ความหมายและกระบวนทัศน์. วารสารสังคมศาสตร์,

28(2).





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวปาลพิมพ์ลดา สุสุรเสริมภูมิ
วัน เดือน ปี เกิด	6 กุมภาพันธ์ 2533
สถานที่เกิด	ลพบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2551 - 2556 วารสารศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอกวารสารศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY