

บทที่ 6

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยซึ่งได้จากการศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาโดยประเมินจากมิติทุนต่างๆที่สำคัญเพื่อนำมาจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยโดยพิจารณาจากทุนต่างๆ ที่จำเป็นต้องพัฒนา อันได้แก่

1. ทุนมนุษย์ ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
2. ทุนทางโครงสร้าง/สถาบัน ได้แก่ สาธารณูปโภคต่างๆ การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และ กฎหมาย
3. ทุนทางสังคม ได้แก่ หน่วยงานและกลไกขับเคลื่อนพัฒนา และเครือข่ายที่สำคัญ

ในส่วนของข้อเสนอแนะในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย ประกอบด้วยเนื้อหาทั้งหมด 6 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่

1. การพัฒนาโครงสร้างต้นแบบขององค์กรสนับสนุนและส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลี
2. การตั้งองค์กรอิสระเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (ทุนทางสังคม)
3. การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ (ทุนมนุษย์)
4. การพัฒนาด้านทุนทางโครงสร้าง/สถาบัน
5. การพัฒนาตัวชี้วัดของศักยภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
6. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย

ส่วนที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างต้นแบบขององค์กรสนับสนุนและส่งเสริมภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี

ในงานวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ใช้วิธีวิจัยโดยการศึกษาจากประเทศต้นแบบที่พัฒนาเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และทำให้สามารถถอดบทเรียนจากประเทศต้นแบบที่พัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และประสบความสำเร็จในการก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้แก่ เกาหลีใต้ ซึ่งการถอดบทเรียนจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้พบว่า สภาภาพยนตร์แห่งเกาหลี (Korean Film Council : KOFIC) เป็นองค์กรอิสระที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวของเกาหลี โดยดำเนินการบริหารจัดการในรูปแบบการจัดตั้งคณะกรรมการที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญภาพยนตร์ 9 ท่าน ทำหน้าที่กำหนดนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีทั้งในด้านปริมาณและความหลากหลาย กล่าวคือ พัฒนาให้มีการผลิตภาพยนตร์เกาหลีให้เพิ่มมากขึ้นและเน้นให้ภาพยนตร์มีความหลากหลาย โดยการมีส่วนร่วมและสนับสนุนด้านการลงทุน การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การสนับสนุนการวิจัยเพื่อผลิตภาพยนตร์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีไปในต่างประเทศโดยผ่านสื่อภาพยนตร์เกาหลี ซึ่ง KOFIC มีโครงสร้างองค์กรดังนี้ (KOFIC, 2010)



แผนภาพ 6.1 โครงสร้างสภาภาพยนตร์แห่งเกาหลี (Korean Film Council : KOFIC)

ที่มา : Korean Film Council, 2009: online

จากแผนภาพ 6.1 แสดงให้เห็นว่า Korean Film Council หรือ KOFIC ทำหน้าที่เป็นองค์กรหลักที่ทำหน้าที่สำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี และสนับสนุนการพัฒนาแบบครบวงจร นอกจากนี้ยังเปรียบเทียบว่า KOFIC เป็นทุนทางสังคมซึ่งเป็น

หน่วยงานที่มีความสำคัญและทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนในการพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์เกาหลี รวมทั้งยังสร้างเครือข่ายการเชื่อมโยงที่สำคัญอีกด้วย การบริหารงานของ KOFIC เป็นอิสระและดำเนินการด้วยตนเอง โดยแบ่งการทำงานเป็น 7 ขั้นตอนได้แก่

1) Infrastructure Building การสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ โดยการสนับสนุนการลงทุนด้านการวางแผนและพัฒนาการผลิตภาพยนตร์

2) Development การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มีความ หลากหลาย โดยการจัดหาบทภาพยนตร์ที่ดีและสร้างสรรค์จากแหล่งต่างๆ

3) Production การสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ โดยสนับสนุนด้าน เงินทุนกับผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความหลากหลายในการผลิต ภาพยนตร์

4) Post Production การสนับสนุนผู้ประกอบการ ในส่วนหลังการถ่ายทำ ประกอบด้วยการสนับสนุน ด้าน Film Laboratory และ Studios นอกจากนี้ยังมีการจัดแคมป์ Film and Animation สำหรับเยาวชน และ Film Museum ที่ผู้ชมสามารถเรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์ ของภาพยนตร์และแนวโน้มการสร้างภาพยนตร์อนาคต

5) Marketing and Distribution การสนับสนุนการตลาดและการจัด จำหน่ายวีซีดีและดีวีดี

6) Screening การสนับสนุนด้านการจัดฉายภาพยนตร์แบบ Digital Cinema โดยให้บริการในด้านการจัดจำหน่าย การฉาย การควบคุมคุณภาพ และการป้องกัน ลิขสิทธิ์ ด้านเทคนิคต่างๆ รวมทั้งจัดหาโรงภาพยนตร์สำหรับการฉายภาพยนตร์ศิลปะให้ฉาย ภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายมากกว่าภาพยนตร์ตลาด

7) International Promotion การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ เกาหลีในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้มีการติดต่อและประสานงานกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย ภาพยนตร์ในต่างประเทศเพื่อศึกษาและวิจัยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นจากบริษัทผู้จัดจำหน่าย ภาพยนตร์ โดยมีลักษณะเช่นเดียวกับการวิจัยตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศเพื่อนำมาปรับปรุง ภาพยนตร์เกาหลีให้ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศมากขึ้น

ประธานของ KOFIC, Cho Hee-moon ดำรงตำแหน่งประธานเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม ปี 2009 กล่าวว่า “KOFIC เปรียบเสมือนคนนำทางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์” แม้ว่า KOFIC ถูกโจมตีถึงการทำงานที่มีการใช้งบประมาณค่อนข้างมากในการดำเนินการ แต่หาก ปราศจาก KOFIC อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีไม่สามารถเติบโตและได้รับการยอมรับจากตลาด

ภาพยนตร์ทั่วโลกได้ KOFIC ทำหน้าที่เปรียบเสมือนคนนำทาง และเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือที่ดี ในการปฏิบัติงานของ KOFIC มีการประเมินถึงประสิทธิภาพของการทำงานโดยมีข้อตกลงของการสนับสนุนร่วมกัน ประการแรก การสนับสนุนเพื่อให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถพึ่งตนเองได้ KOFIC ทำเช่นนี้มาตลอดระยะเวลา 50 ปี ประการที่สอง บทบาทสนับสนุนเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาภาพยนตร์เกาหลี และ KOFIC จำเป็นต้องปรับนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ประการที่สาม การพัฒนาต้นแบบของการประเมินประสิทธิภาพของขั้นตอนต่างๆ เพื่อประเมินว่า ควรขับเคลื่อนไปในทิศทางใดจึงจะเหมาะสม โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ภาพยนตร์เกาหลีประสบปัญหาการลงทุนที่ได้ผลกำไรไม่มากนัก และใช้เงินจำนวนมากเพื่อการลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ ดังนั้น KOFIC ต้องพยายามรักษาผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ให้สามารถอยู่รอดในตลาดภาพยนตร์ที่มีการแข่งขันสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Korean Cinema Today, 2009)

KOFIC มีงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อบริหารและดำเนินงานต่างๆ ส่วนหนึ่งมาจากงบประมาณจากภาครัฐที่สนับสนุน KOFIC ประมาณปีละ 45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอีกส่วนมาจากการเก็บรายได้จากการฉายภาพยนตร์ในประเทศร้อยละ 3 ซึ่งงบประมาณในการสนับสนุนจากทั้งสองส่วนนี้ นอกจากเพื่อบริหารและดำเนินงานต่างๆ ของ KOFIC แล้ว ยังมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการลงทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์เกาหลีในรูปกองทุนสำหรับการผลิตภาพยนตร์

ส่วนที่ 2 การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (ทุนทางสังคม)

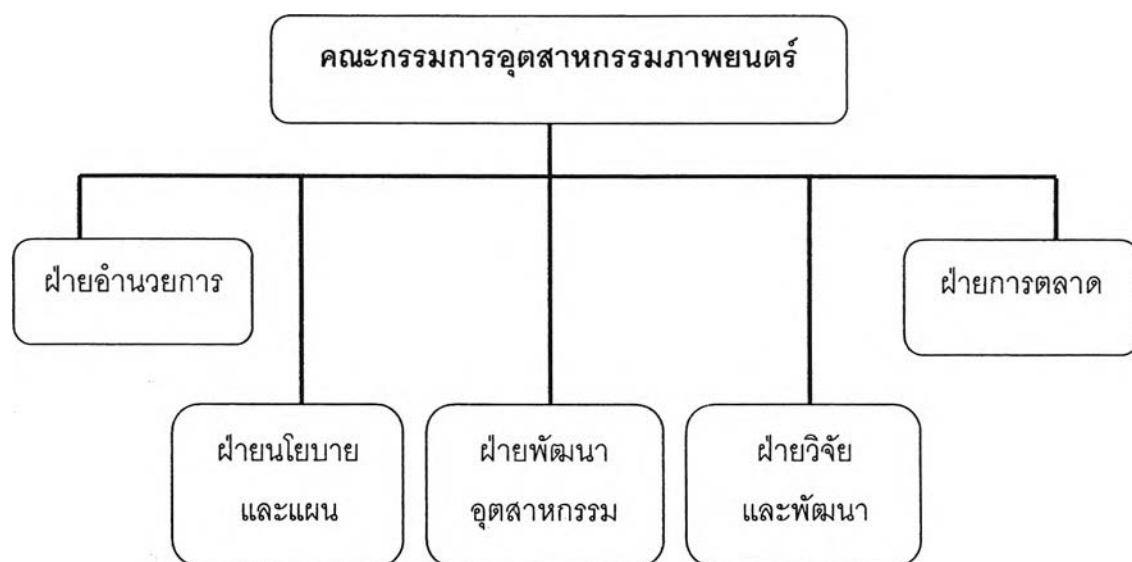
การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย และธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย หน่วยงานนี้ควรทำงานในเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ไทย และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายการพัฒนาโดยรวมและผลักดันนโยบายที่สำคัญเฉพาะด้าน เช่น การส่งเสริมพัฒนามาตรฐานภาพยนตร์ไทย การพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายการส่งออกไปภาพยนตร์ไทยไปยังตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศ เป็นต้น โดยมีหน้าที่และดำเนินมาตรการสำคัญดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551; กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2552; Korean Cinema Today, 2009, 2010)

1. มาตรการด้านการจัดตั้งองค์กร เร่งผลักดันการจัดตั้งองค์กรเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการสร้างความเข้าใจและยอมรับ

ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อลดข้อขัดแย้งและผลักดันนโยบายไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.1 โครงสร้างขององค์กรควรอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ

“คณะกรรมการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย” โดยมีองค์ประกอบคณะกรรมการตัวแทนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ซึ่งจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอย่างดี เพื่อทำหน้าที่กำหนดกรอบทิศทาง ตลอดจนแผนการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมบนพื้นฐานของความสมดุลกับผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน โดยมีโครงสร้างองค์การมหาชนดังแผนภาพ 6.2



แผนภาพ 6.2 โครงการองค์การมหาชน

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551

- ฝ่ายอำนวยการ ดำเนินงานด้านการอำนวยการ งานด้านเลขานุการ การบริหารจัดการบุคลากร และงบประมาณขององค์กร
- ฝ่ายนโยบายและวางแผน ศึกษาวิเคราะห์เพื่อกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนในการจัดทำแผน และแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์
- ฝ่ายพัฒนาอุตสาหกรรม ทำหน้าที่ในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐาน สนับสนุนปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนา

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนการผลิต พัฒนาและยกระดับทักษะที่จำเป็นและองค์ความรู้สำหรับบุคลากรหลัก และบุคลากรสนับสนุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มีคุณภาพ และมีปริมาณที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทย และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในอนาคต

- ฝ่ายวิจัยและพัฒนา สนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ และตอบสนองต่อความต้องการบริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ งานวิจัยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ งานวิจัยด้านการตลาด และงานวิจัยด้านการผลิต เพื่อนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจตลอดห่วงโซ่การผลิต รวมทั้งรวบรวมและพัฒนาระบบข้อมูลการผลิตและการตลาดที่จำเป็นต่อห่วงโซ่การผลิตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นอกจากนี้ต้องศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจภาพยนตร์เพื่อสนับสนุนการกำหนดกรอบนโยบายการตัดสินใจ และการวางแผนพัฒนาขององค์การมหาชน หรือหน่วยงานต่างๆ ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจและอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- ฝ่ายการตลาด ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวางแผนด้านการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สนับสนุน ส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์ไทย ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ และการขยายการส่งออกภาพยนตร์ไปยังตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศ

1.2 ควรเลือกต้นแบบในการพัฒนาองค์กรเพื่อส่งเสริมและพัฒนา

อุตสาหกรรมภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ ที่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น Korean Film Council UNIJAPAN (ญี่ปุ่น) UNIFRANCE (ฝรั่งเศส) เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้มีการจัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างครบวงจรและครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม

1.3 ควรจ้างผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาที่ทำหน้าที่ในองค์กรเพื่อส่งเสริม

และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ เพื่อสร้างการพัฒนาที่รวดเร็วขึ้น เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาเหล่านี้มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในการส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทำให้สามารถเรียนรู้ถึงขั้นตอนและการดำเนินงานต่างๆ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีลักษณะพิเศษที่จำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยง (Connection) กับตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ เพราะในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์สำหรับตลาดต่างประเทศไม่สามารถสร้างการเชื่อมโยงที่มาจากภาครัฐได้

1.4 รูปแบบขององค์กรที่จัดตั้ง ควรเป็นรูปแบบขององค์การมหาชน ใน

ลักษณะหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อ

ดำเนินกิจการสาธารณะ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีเจ้าสังกัดเพื่อได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลส่วนหนึ่ง และสามารถหารายได้ แต่ไม่ได้เป็นการแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก มีอิสระในการบริหารงาน บริหารคน และบริหารเงิน โดยมีคณะกรรมการบริหารควบคุมดูแลการดำเนินงาน และมีผู้อำนวยการบริหารกิจการองค์การมหาชน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานซึ่งไม่ใช่ข้าราชการ แต่เป็นเจ้าหน้าที่องค์การมหาชน มีฐานะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยมีลักษณะของหน่วยงานดังนี้

1.4.1 เป็นหน่วยงานของรัฐและเป็นนิติบุคคล ทำให้องค์การมหาชนสามารถทรงสิทธิและใช้สิทธิเข้าทำนิติกรรม และมีทรัพย์สินเป็นของตนเอง ความเป็นนิติบุคคลทำให้องค์การมหาชนไม่อยู่ในสายบังคับบัญชาตามปกติของระบบราชการซึ่งเป็นหลักประกันความเป็นอิสระที่สำคัญขององค์การมหาชน

1.4.2 มีความเป็นอิสระในการบริหารงาน โดยรูปแบบของคณะกรรมการบริหาร ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ ควบคุมดูแลองค์การมหาชน ให้ดำเนินกิจการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นการบริหารงานจึงมีความเป็นอิสระและมีความคล่องตัวในการทำงานสูง โดยเฉพาะมีความยืดหยุ่นในการทำงานสูง เพราะอำนาจการตัดสินใจมีความเบ็ดเสร็จโดยกรรมการบริหารภายในองค์การมหาชนนั้นๆ รวมทั้งการกำหนดระเบียบข้อบังคับในเรื่องการจัดองค์กร ทั้งด้านการเงิน การบัญชี การบริหารบุคคล การจัดสวัสดิการ ตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้าง หรือการควบคุมตรวจสอบประสิทธิผลการปฏิบัติการภายในองค์การมหาชน

1.4.3 การมีอำนาจหน้าที่และภารกิจเฉพาะด้าน โดยการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การมหาชน ต้องระบุขอบเขต ภารกิจและอำนาจหน้าที่ที่จำกัดอย่างชัดเจน และมีลักษณะเป็นภารกิจเฉพาะด้านการกำหนดอำนาจขององค์การมหาชนจึงมีลักษณะเป็น “อำนาจหน้าที่เฉพาะ”

1.4.4 การควบคุมและตรวจสอบโดยภาครัฐ รัฐทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบในลักษณะการกำกับ ดูแล โดยไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอิสระขององค์การมหาชน เป็นการแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์ถึงการดำเนินการด้านต่างๆ ขององค์การมหาชน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และคอยดูแลไม่ให้เกิดการกระทำอันเป็นการละเมิดต่อกฎหมายการจัดตั้งองค์การมหาชน

1.5 โครงสร้างองค์การมหาชน องค์การมหาชนเพื่อส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ดำเนินงานภายใต้การกำกับ ดูแลของคณะกรรมการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีอำนาจหน้าที่การกำหนดทิศทางการพัฒนา วางแผน กำหนดมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกฎระเบียบในการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพของประเทศ สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร การตลาด การลงทุน การจัดหาแหล่งทุน การค้นคว้าและวิจัย การผลิต และการบริการที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ส่งเสริมและ

ประสานงานการจดสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นศูนย์ประสานรับแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมการเผยแพร่ผลผลิต และสินค้าบริการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

2. มาตรการการเงินและการลงทุน รัฐบาลของแต่ละประเทศ เช่น เกาหลี ฮ็องกง ญี่ปุ่น อินเดีย

2.1 มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ โดยรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณหลัก และภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการสมทบเงินเข้ากองทุนในรูปของเงินบริจาค และค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการ เช่น Korean Film Council ใช้วิธีเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ร้อยละ 3 โดยคิดจากรายได้การฉายภาพยนตร์เป็นเรื่องๆ ไป เป็นต้น สนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่อย่างมีเงื่อนไข การกำหนดประเภทภาพยนตร์ที่จะให้การอุดหนุน

2.2 จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้ผู้ประกอบการ โดยร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ในการจัดหาเงินกู้ปลอดดอกเบี้ย หรือดอกเบี้ยต่ำ หรือเงินทุนแบบไม่มีเงื่อนไขเพื่อสนับสนุนให้มีการผลิตภาพยนตร์ใหม่ๆ จากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนได้ให้มีโอกาสมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ภาพยนตร์มีความหลากหลายมากขึ้น

2.3 สนับสนุนด้านการลงทุน สนับสนุนให้เกิดการลงทุนสร้างภาพยนตร์ ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและเรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตระหว่างกัน ประเทศไทยมีการจำกัดการลงทุนของต่างชาติไม่เกินร้อยละ 49 ในขณะที่เกาหลีและฮ็องกง ไม่มีข้อจำกัดการลงทุนจากต่างประเทศ เป็นต้น

3. การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา ให้แก่นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพภาพยนตร์โดยเฉพาะ

3.1 สนับสนุนให้ภาครัฐ สถาบันการศึกษา หรือภาคเอกชนให้ทุนการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศในระดับวิชาชีพ อุดมศึกษา (ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก) ในสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ และควรสร้างสมดุลในสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่ของธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาวะขาดแคลนบุคลากรในทุกห่วงโซ่การผลิต

3.2 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียน นักศึกษา โดยให้ผลประโยชน์ทางภาษีแก่ธุรกิจภาพยนตร์ เช่น สามารถนำเงินบริจาคทุนการศึกษาไปหักลดหย่อนภาษีได้ เป็นต้น

4. พัฒนาระบบฐานข้อมูลภาพยนตร์ ทำหน้าที่ในการรวบรวมและพัฒนา ระบบฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดตลอดห่วงโซ่การผลิตของธุรกิจภาพยนตร์ ครอบคลุมทั้ง ภายในประเทศ ภูมิภาคและตลาดโลก รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนา ธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อสนับสนุนการกำหนดกรอบนโยบาย กระบวนการตัดสินใจ และการวางแผน พัฒนาองค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ ที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการส่งเสริม พัฒนา ดูแลกำกับธุรกิจ ภาพยนตร์ รวมทั้งสนับสนุนการวางแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ

4.1 กำหนดให้มีศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในหน่วยงานหลักที่ รับผิดชอบ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและพัฒนาข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตลอดห่วงโซ่การผลิต อย่างครบวงจร นอกจากนี้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายของภาครัฐและการดำเนิน ธุรกิจของภาคเอกชน ตลอดจนสนับสนุนสถาบันการศึกษาเพื่อประกอบการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตร การศึกษา และการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในการผลิตภาพยนตร์

4.2 สนับสนุนการศึกษาวิจัยในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดห่วงโซ่การผลิต เช่น การผลิต การตลาด ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ได้

4.3 สร้างระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูลเพื่อให้ภาคเอกชนและประชาชน สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้อย่างทั่วถึง

5. พัฒนาด้านการผลิตภาพยนตร์ การสนับสนุนภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและ มีความหลากหลาย มุ่งเน้นการสร้างบทบาทยนตร์ที่ต้องการนำเสนอวัฒนธรรมที่สะท้อนถึง เอกลักษณ์ความเป็นไทย วิถีชีวิตความเป็นไทย ศิลปะป้องกันตัว เป็นต้น ทั้งภาพยนตร์กระแส หลักและภาพยนตร์นอกกระแส โดยผ่านเทคนิคการนำเสนอที่ทันสมัย และการสื่อสารที่สามารถ เข้าถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5.1 พัฒนาการสร้างภาพยนตร์ประเภทสารคดี เป็นการเพิ่มความ หลากหลายในตลาดภาพยนตร์ และเป็นการสร้างโอกาสเพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับตลาด ภาพยนตร์ต่างประเทศ ทั้งนี้การสนับสนุนภาพยนตร์สารคดีเป็นการสนับสนุนการผลิตที่ต้นน้ำ และเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักเรียน และนักศึกษาในสาขาวิชาภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์ สารคดีเกี่ยวกับศิลปิน ครูเพลง เป็นต้น ภาพยนตร์ประเภทสารคดีเป็นการบันทึกและเก็บรวบรวม เรื่องราวต่างๆ ของช่วงเวลาต่างๆ ได้เป็นอย่างดีและเพื่อสืบทอดให้กับคนรุ่นต่อไปได้ทราบเรื่องราว ในช่วงเวลาต่างๆ ได้

5.2 การสนับสนุนและการพัฒนาการเขียนบท โดยส่งเสริมให้มีการจัด ประกวดบทภาพยนตร์ เป็นการสนับสนุนให้ภาพยนตร์มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้การจัด ประกวดภาพยนตร์เปิดโอกาสให้กับคนที่มีความสนใจที่จะผลิตภาพยนตร์ และยังสามารถค้นหา ผู้ที่มีศักยภาพเพื่อพัฒนาเป็นผู้เขียนบทได้ ซึ่งในปัจจุบันผู้เขียนบทเป็นบุคลากรที่กำลังขาดแคลน

ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมาก เนื่องจากมีผู้เขียนบทที่มีความสามารถและเป็นที่ยอมรับของอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งยังทำงานให้กับบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ที่เป็นรายใหญ่เท่านั้น ดังนั้นบริษัทผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถหาผู้เขียนบทที่มีคุณภาพมาช่วยสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ที่ดี ทำให้ภาพยนตร์ของบริษัทผู้ประกอบการรายย่อยไม่ค่อยได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดผู้บริโภคมากนัก

5.3 การสนับสนุนให้มีการผลิตภาพยนตร์แบบใช้เงินทุนต่ำ เป็นการเพิ่มทางเลือกในกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้น แม้ว่าเป็นการผลิตภาพยนตร์แบบใช้เงินทุนต่ำแต่ต้องมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน ซึ่งการผลิตภาพยนตร์แบบใช้เงินทุนต่ำเป็นการเปิดโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ที่เป็นนักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนต่อเนื่องจากการจัดประกวดบทภาพยนตร์ที่สามารถนำบทภาพยนตร์พัฒนาให้เป็นภาพยนตร์ต่อได้

5.4 สนับสนุนให้มีการฉายภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยจัดให้มีโรงภาพยนตร์สำหรับฉายภาพยนตร์ที่มีคุณภาพแก่สาธารณชน และเก็บค่าเข้าชมในราคาต่ำ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงภาพยนตร์คุณภาพ สร้างโลกทัศน์และกระแสนิยมใหม่ๆ ให้กับคนไทยที่ควรจะมีควมพิถีพิถันในการเลือกชมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพมากขึ้น

6. เสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีลักษณะดังนี้

6.1 สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และบุคลากรระหว่างสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย สถาบันฝึกอบรมในประเทศ และสถาบันฝึกอบรมในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์มาถ่ายทอดและพัฒนาบุคลากรของไทยให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น

6.2 สนับสนุนการทำข้อตกลงความร่วมมือกับต่างประเทศทั้งในรูปแบบการส่งบุคลากรไปฝึกงานและทำงานในต่างประเทศ หรือการรับบุคลากรจากต่างประเทศเข้ามาทำงานในประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีความก้าวหน้าเพิ่มมากขึ้น

6.3 ส่งเสริมความร่วมมือให้ผู้ประกอบการใช้สถานที่ หรือสำนักงาน เป็นสถานที่ฝึกอบรมเพิ่มทักษะที่จำเป็นในการผลิตภาพยนตร์ ความรู้ต่างๆ ให้กับนักศึกษาฝึกงานหรือบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาจากสภาพแวดล้อมจริง

ส่วนที่สาม การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ (ทุนมนุษย์)

การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์เพื่อยกระดับทักษะและองค์ความรู้
บุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุนในธุรกิจภาพยนตร์ไทย รวมทั้งเพื่อรองรับการขยายตัวของ
ธุรกิจภาพยนตร์ในอนาคต มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. การพัฒนาหลักสูตรด้านภาพยนตร์ในสถาบันศึกษา จากการรวบรวม
ข้อมูลด้านหลักสูตรด้านภาพยนตร์ในสถาบันศึกษา ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัย
เอกชน มีการเปิดหลักสูตรสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยที่เปิดสอน
หลักสูตรด้านภาพยนตร์มีจำนวนทั้งสิ้น 27 แห่ง ควรพัฒนาหลักสูตรด้านนี้ให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์ การพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นการ
พัฒนาในลักษณะต้องปฏิบัติงานจริง (On-job Training) ดังนั้นจำเป็นต้องสนับสนุนให้มี
ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริง ซึ่งควรสนับสนุนดังนี้

1.1 สนับสนุนให้ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการผลิตภาพยนตร์ในทุกห่วง
โซ่ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร รวมทั้งมีส่วน
ร่วมในฐานะอาจารย์ หรือวิทยากรพิเศษ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ครบถ้วนทุกด้านของ
กระบวนการผลิตภาพยนตร์ ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ถ่ายทอด หรือเขียนหลักสูตรนั้นๆ

1.2 พัฒนาหลักสูตรเฉพาะด้าน เช่น หลักสูตรผู้กำกับการแสดง ผู้ตัดต่อ
ภาพยนตร์ หรือทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก นอกจากจะได้ความรู้เฉพาะด้านที่สามารถนำไป
ประกอบอาชีพ ยังช่วยสร้างความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) สำหรับบุคลากรที่อยู่ในธุรกิจ
ภาพยนตร์ในอีกแนวทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาผู้เขียนบท ซึ่งกำลังขาดแคลนมากกว่า
บุคลากรด้านอื่นๆ และการเพิ่มความรู้เบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และความรู้พื้นฐานอื่นๆ
ในหลักสูตรภาพยนตร์ เช่น การบริหารงาน การตลาด ทักษะทางภาษา ตลอดจนการพัฒนาทักษะ
องค์ความรู้ของบุคลากรในสถาบันศึกษาให้สามารถก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลงใน
ยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างทัน่วงที

2. การจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพด้านภาพยนตร์ เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้
และพัฒนาทักษะต่างๆ ที่จำเป็น และองค์ความรู้ของบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ ซึ่งครอบคลุมการ
ฝึกอบรมบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาและกำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานธุรกิจภาพยนตร์ และบุคลากร
ซึ่งอยู่ในตลาดแรงงาน ต้องการเพิ่มทักษะและองค์ความรู้เพื่อนำกลับไปพัฒนางานและสร้าง
ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน เช่น การเสริมสร้างประสบการณ์จากสถานการณ์จำลองในการ
ทำงานจริง มีโอกาสได้ทดลองใช้อุปกรณ์ในการถ่ายทำจริงๆ

ส่วนที่ 4 การพัฒนาทางด้านทุนทางโครงสร้าง/สาธารณูปโภคต่างๆ (Structural Capital)

การพัฒนาทางด้านทุนโครงสร้าง/สาธารณูปโภคต่างๆ (Structural Capital) ประกอบด้วยการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการพัฒนาด้านกฎหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การส่งเสริมโดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตและการตลาดธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะในขั้นตอนของหลังการผลิต (Post Production) ซึ่งแม้ว่าห่วงโซ่ในด้านส่วนหลังการผลิตของประเทศไทยจะมีความชำนาญและได้รับการยอมรับจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่ต้องมีการพัฒนาเทคนิคอย่างต่อเนื่อง

2. การบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด ประเทศไทยประสบปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงควรมีมาตรการสำคัญดังนี้

2.1 ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการดำเนินทั้งการป้องกันและปราบปรามอย่างจริงจัง

2.2 เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบและจับกุม ทั้งแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย ซึ่งในต่างประเทศมีการดำเนินการตรวจสอบและจับกุมผู้ซื้อสินค้าที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่สามารถดำเนินการตรวจสอบและจับกุมผู้ซื้อสินค้าที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ รวมทั้งตรวจสอบและจับกุมรายการเคเบิลทีวีที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์

2.3 สร้างความตระหนักรู้และความสำคัญให้กับประชาชนในประเทศในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาและสินค้าลิขสิทธิ์

2.4 กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานกลางในการกำหนดราคาสำหรับสินค้าลิขสิทธิ์ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและป้องกันไม่ใช้สินค้าลิขสิทธิ์มีราคาที่สูงเกินไป ทำให้ประชาชนในประเทศไม่สามารถบริโภคสินค้าลิขสิทธิ์ได้

3. การส่งเสริมงานด้านวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยสร้างความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา เพื่อทำวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยให้สามารถก้าวทันกระแสโลกาภิวัตน์ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง เช่น งานวิจัยด้านการตลาด เพื่อให้ทราบถึงประเภทของภาพยนตร์ไทยที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ รวมถึงประเภทภาพยนตร์ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกสินค้าภาพยนตร์ และสามารถนำมาวางแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของ

ตลาด การสร้างภาพยนตร์แนวใหม่ การทดลองบทภาพยนตร์ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิต ภาพยนตร์ทั้งเรื่อง

4. การสร้างโอกาสในการสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน การสร้างโอกาสให้ผู้สร้างภาพยนตร์รายใหม่ที่ต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจภาพยนตร์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ใหม่ๆ และทำให้ภาพยนตร์มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายกลุ่มตลาดใหม่ๆ ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ส่วนที่ห้า การพัฒนาตัวชี้วัดของศักยภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นมีปัญหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่สำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศได้ นอกจากนี้ เป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้ภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนใช้เพื่อวางรากฐานที่สำคัญและสร้างรากฐานที่เข้มแข็งให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ดังแผนภาพ 6.3 ตัวชี้วัดของศักยภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่สำคัญได้แก่

**ดัชนีด้านแรงงาน
ที่สร้างสรรค์**

(Human Talent Index)

- แรงงานที่ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ในกองผลิตภาพยนตร์
- แรงงานที่ เป็นผู้สนับสนุนอื่นๆ ที่ในกองผลิตภาพยนตร์
- จำนวนหลักสูตรที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์
- จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์
- จำนวนร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์กับสาขาอื่นๆ

**ดัชนีด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน
ด้านการสร้างสรรค์**

(Infrastructure Index)

- โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม
- พระราชบัญญัติและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการระบวนการหลังการถ่ายทำ เช่น คอมพิวเตอร์กราฟฟิก แอนิเมชันต่างๆ
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ในการฉายภาพยนตร์ในระบบต่างๆ เช่น ระบบเสียง เครื่องฉายในระบบดิจิทัล เป็นต้น

**ดัชนีด้านผลสัมฤทธิ์ของ
ความคิดสร้างสรรค์**

(Outcome of Creativity)

- สัดส่วนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)
- มูลค่าเพิ่ม มูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกสินค้าภาพยนตร์ไทยและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
- รางวัลจากการประกวดงานภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ทุกระดับ)

**ดัชนีด้านสังคม
และวัฒนธรรม**

(Social and Cultural Index)

- หน่วยงานและกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้แก่ การจัดการพิธีกรอิสมหาชนส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาภาพยนตร์ไทย
- นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
- การสร้างเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอุตสาหกรรมภาพยนตร์

แผนภาพ 6.3 ตัวชี้วัดของศักยภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (Thai Film Creativity Index)

ที่มา : พัฒนาโดยผู้วิจัย

1. ดัชนีด้านแรงงานที่สร้างสรรค์ (Human Talent Index)

การศึกษาแรงงานที่สร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น “กองทุนเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและศิลปะแห่งชาติ” (The National Endowment for Science Technology and Arts: NESTA) เป็นหน่วยงานที่สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่างๆ ทั้งด้านการค้าและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงมุ่งพัฒนาความสามารถ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ภายในประเทศอังกฤษ

กองทุนเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและศิลปะแห่งชาติ (NESTA) ทำการศึกษาเรื่อง Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom โดยพัฒนาแบบจำลองที่เรียกว่า “Creative Trident” เพื่อจัดประเภทแรงงานสร้างสรรค์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) แรงงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่สร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เรียกว่า “ผู้เชี่ยวชาญ” (Specialist Mode) หรือเรียกว่า “แรงงานที่สร้างสรรค์ขั้นปฐมภูมิ” (Primary Creative Workers)

2) แรงงานที่เป็นผู้สนับสนุน ไม่ได้ทำงานที่สร้างสรรค์โดยตรง แต่เป็นการดำเนินงานในตำแหน่งหน้าที่อื่นๆ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เรียกว่า “ผู้สนับสนุน” (Support Mode) หรือเรียกว่า “แรงงานที่ไม่ใช่แรงงานที่สร้างสรรค์” (Non-creative workers)

3) แรงงานประกอบอาชีพที่สร้างสรรค์ แต่ทำงานในธุรกิจอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เรียกว่า “แรงงานอื่นๆ” (Embedded Mode) หรือเรียกว่า “แรงงานที่สร้างสรรค์ขั้นทุติยภูมิ” (Secondary Creative Workers)

การพัฒนาดัชนีด้านแรงงานที่สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องมีการรวบรวมข้อมูลสถิติที่สำคัญดังต่อไปนี้

1) แรงงานที่สร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

1.1) จำนวนแรงงานที่สร้างสรรค์ขั้นปฐมภูมิที่ทำงานใน

อุตสาหกรรม ประกอบด้วย (จีรบุญย์ ทัศนบรรจง, 2545: 95-96)

1.1.1) ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์

1.1.2) ผู้ควบคุมการผลิตภาพยนตร์

1.1.3) ผู้เขียนบทภาพยนตร์

1.1.4) ผู้คัดเลือกนักแสดง

1.1.5) ผู้สอนการแสดง

- 1.1.6) ผู้กำกับภาพยนตร์
- 1.1.7) ผู้ช่วยผู้กำกับภาพยนตร์
- 1.1.8) ผู้กำกับภาพ / ผู้ถ่ายภาพยนตร์
- 1.1.9) ผู้ช่วยถ่ายภาพยนตร์
- 1.1.10) ผู้กำกับศิลป์
- 1.1.11) ผู้จัดหาอุปกรณ์ประกอบฉาก
- 1.1.12) ผู้บันทึกเสียง
- 1.1.13) ผู้ช่วยบันทึกเสียง
- 1.1.14) ผู้ควบคุมความต่อเนื่อง
- 1.1.15) ผู้ออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย
- 1.1.16) ผู้ออกแบบทรงผม
- 1.1.17) ผู้แต่งหน้า
- 1.1.18) นักแสดง
- 1.1.19) ผู้ถ่ายภาพนิ่ง
- 1.1.20) ผู้ถ่ายเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์
- 1.1.21) พนักงานอุปกรณ์กองถ่าย
- 1.1.22) พนักงานจัดแสง
- 1.1.23) ผู้ลำดับภาพ
- 1.1.24) ผู้ช่วยลำดับภาพ
- 1.1.25) ผู้ตัดต่อเสียงและผสมเสียง
- 1.1.26) ผู้ช่วยตัดต่อเสียงและผสมเสียง
- 1.1.27) ผู้แต่งเพลงและดนตรีประกอบภาพยนตร์
- 1.1.28) ผู้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อันได้แก่ ตัวอย่าง

ภาพยนตร์ (Trailer) โปสเตอร์ แบนเนอร์ ป้ายโฆษณาอาคาร (Outdoor Advertising) แอนดบิล สปอตโฆษณาวิทยุและโทรทัศน์ โฆษณาในสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารภาพยนตร์ เป็นต้น

1.2) จำนวนแรงงานที่ไม่ใช่แรงงานที่สร้างสรรค์ที่ทำงานในอุตสาหกรรม เป็นแรงงานด้านการสนับสนุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบุคคล เป็นต้น

- 1.2.1) เจ้าหน้าที่บันทึกรายงานการถ่ายทำ

- 1.2.2) ผู้จัดการกองถ่ายทำภาพยนตร์
- 1.2.3) ผู้ประสานงานกองถ่ายภาพยนตร์
- 1.2.4) เจ้าหน้าที่สวัสดิการ (ดูแลด้านอาหารและเครื่องดื่มประจำกองถ่าย)
- 1.2.5) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีกองถ่าย
- 1.2.6) เจ้าหน้าที่ในการขนย้ายอุปกรณ์ไฟและอุปกรณ์เสียง

2) จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะสาขาวิชาภาพยนตร์ สาขาวิชาถ่ายภาพ สาขาวิชาศิลปะการถ่ายภาพ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียประยุกต์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย สาขาวิชาออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย สาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและการสร้างภาพเคลื่อนไหว

3) จำนวนร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้อง และทำงานในวิชาชีพเกี่ยวกับธุรกิจและอุตสาหกรรมภาพยนตร์

4) จำนวนหลักสูตรที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะสาขาวิชาภาพยนตร์ สาขาวิชาถ่ายภาพ สาขาวิชาศิลปะการถ่ายภาพ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียประยุกต์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย สาขาวิชาออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย สาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและการสร้างภาพเคลื่อนไหว

2. ดัชนีด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการสร้างสรรค์ (Infrastructure Index)

โครงสร้างด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม (Communication Infrastructure) และโครงสร้างด้านการสร้างสรรค์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคม (Communication Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมของประเทศไทยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ เช่น จำนวนคู่สายพื้นฐาน 11 คู่สายต่อประชากร 100 คน จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 21 คนต่อประชากร 100 คน การใช้อินเทอร์เน็ตระบบ Broadband 0.94 คนต่อประชากร 100 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมของไทยเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นอกจากนี้ข้อมูลดัชนีโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่

สามารถรวบรวมในเบื้องต้นแล้ว จำเป็นต้องมีข้อมูลดัชนีอื่นๆ ที่สำคัญดังนี้ (UNCTAD, 2008: 161)

- โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึง

- 1) จำนวนสมาชิกเครือข่ายมือถือต่อประชากร 100 คน
- 2) จำนวนความกว้างของความถี่ของอินเทอร์เน็ต

ระหว่างประเทศต่อประชากร

- 3) จำนวนร้อยละของประชากรที่ครอบคลุมโดย

เครือข่ายมือถือ

- 4) อัตราภาษีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (จำนวน 20 ชั่วโมง

ต่อเดือน)

- 5) อัตราภาษีการใช้มือถือ (จำนวน 100 นาทีต่อเดือน)

และจำนวนร้อยละต่อรายได้ประชากร

- 6) จำนวนร้อยละของร้านบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ

ต่อจำนวนประชากร

- การเข้าถึงและการใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร

และโทรคมนาคมของครัวเรือนและปัจเจกบุคคล

- 1) สัดส่วนร้อยละของครัวเรือนที่มีวิทยุ
- 2) สัดส่วนร้อยละของครัวเรือนที่มีโทรทัศน์
- 3) สัดส่วนร้อยละของครัวเรือนที่ใช้โทรศัพท์มือถือ
- 4) ปัจเจกบุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเวลา 12 เดือน

ที่ผ่านมา

- 5) สถานที่ตั้งของปัจเจกบุคคลที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตใน

ระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

- 6) กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตของปัจเจกบุคคลใน

ระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา

- 7) สัดส่วนของปัจเจกบุคคลที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือ

- 8) สัดส่วนของครัวเรือนที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดย

พิจารณาประเภทการเข้าถึง

- 9) ความถี่ของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของปัจเจกบุคคล

ในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา (จากทุกสถานที่)

- การใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและ

โทรคมนาคมของบริษัทธุรกิจ

- 1) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการใช้คอมพิวเตอร์
- 2) สัดส่วนของลูกค้าที่มีการใช้คอมพิวเตอร์
- 3) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต
- 4) สัดส่วนของลูกค้าที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต
- 5) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการใช้อินทราเน็ต
- 6) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการรับยอดสั่งซื้อสินค้าผ่าน

อินเทอร์เน็ต

- 7) สัดส่วนของธุรกิจที่สั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต
- 8) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต โดยพิจารณา

จากประเภทการเข้าถึง

- 9) สัดส่วนของธุรกิจที่มีการใช้เอ็กซ์ตราเน็ต
- 10) สัดส่วนธุรกิจที่มีการใช้อินเทอร์เน็ต โดยแยกตาม

ประเภทกิจกรรมของการใช้

- การใช้สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและ

โทรคมนาคม

- 1) สัดส่วนของธุรกิจทั้งหมดที่มีแรงงานเกี่ยวข้องกับ

การสื่อสารและโทรคมนาคม

- 2) มูลค่าเพิ่มของภาคส่วนการสื่อสารและ

โทรคมนาคม (จำนวนร้อยละของสินค้าการสื่อสารและโทรคมนาคมจากธุรกิจทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง)

- 3) จำนวนร้อยละการนำเข้าสินค้าการสื่อสารและ

โทรคมนาคมต่อการนำเข้าทั้งหมด

- 4) จำนวนร้อยละการส่งออกสินค้าการสื่อสารและ

โทรคมนาคมต่อการส่งออกทั้งหมด

- 5) จำนวนสินค้าด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่

ผลิตได้ภายในประเทศในแต่ละปี

2.2 โครงสร้างพื้นฐานด้านกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1) พระราชบัญญัติภาพยนตร์ 2473 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้ภาพยนตร์ถูกนำไปใช้เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อระบบคอมมิวนิสต์ รัฐบาลมอบหมาย

ให้กรมตำรวจเป็นผู้ตรวจสอบภาพยนตร์ก่อนที่จะฉายเพื่อป้องกันปัญหาด้านความมั่นคง แต่หลายฝ่ายมีความเห็นว่า กฎหมายฉบับนี้เป็นการปิดกั้นและลดรอนสิทธิเสรีภาพของผู้สร้างภาพยนตร์และประชาชน

2.2.2) พระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวัสดุโทรทัศน์ 2530 เป็นกฎหมายที่ควบคุมดูแลการขอใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการจำหน่าย ให้เช่า และแลกเปลี่ยนเทปและวัสดุโทรทัศน์ การฉายหรือให้บริการเทปวัสดุโทรทัศน์เหล่านั้น รวมถึงการตรวจพิจารณาเทปและวัสดุโทรทัศน์ที่นำไปประกอบธุรกิจให้เช่า มีการปรับเปลี่ยนหน่วยงานในการกำกับดูแล จากเดิมอยู่ภายใต้การกำกับดูแลสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม

2.2.3) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร 2522 เป็นกฎหมายว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้อาคารเพื่อประกอบกิจการเกี่ยวกับโรงมหรสพ ซึ่งครอบคลุมถึงโรงภาพยนตร์ด้วย

2.2.4) พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้มีความทันสมัยมากขึ้นเพื่อสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเหมาะสม เช่น การตั้งคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติเพื่อมาทำหน้าที่กำกับดูแลด้านนโยบาย มีการเปลี่ยนระบบการตรวจพิจารณาจากระบบการตรวจพิจารณา (Censor) มาเป็นการกำหนดประเภทภาพยนตร์ (Rating) โดยมีคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีการตรวจพิจารณาในลักษณะกำหนดประเภทของภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับอายุของผู้ดูภาพยนตร์ แบ่งออกเป็น 7 ประเภทตาม มาตรา 26 ดังนี้

- 1) ภาพยนตร์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้และควรส่งเสริมให้มีการดู
- 2) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ดูทั่วไป
- 3) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป
- 4) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป
- 5) ภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- 6) ภาพยนตร์ที่ห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ดู เว้นแต่ผู้บรรลุนิติ

ภาวะโดยการสมรส

- 7) ภาพยนตร์ที่ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักร

ทั้งนี้ การกำหนดประเภทภาพยนตร์ (Rating) ทำให้เกิดเสรีภาพในการผลิตภาพยนตร์ไทยมากขึ้น หากใช้ระบบการตรวจพิจารณาภาพยนตร์เป็นการควบคุมสิทธิและเสรีภาพของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย เช่น ใช้วิธีการตัดฉากที่มีภาพที่ไม่เหมาะสม กรณีภาพยนตร์ไทยเรื่อง “นาคปรก” โดย

กำหนดประเภทในประเภทข้อที่ 7 ภาพยนตร์ที่ห้ามผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ดู หากไม่มีการกำหนดประเภทภาพยนตร์ ภาพยนตร์เรื่องนี้คงถูกตัดจากต่างๆ ที่ไม่เหมาะสมในภาพยนตร์เกือบทั้งเรื่อง เนื่องจากมีฉากที่ไม่เหมาะสม เช่น พระสงฆ์อยู่บนกุฏิกับสีกา มีฉากโสเภณีผู้หญิงที่นอกจากจะมีคำพูดที่ไม่เหมาะสมแล้วยังมีการปฏิบัติตนที่ไม่เหมาะสมด้วย เป็นต้น

2.3 โครงสร้างด้านการสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

- จำนวนโรงภาพยนตร์
- จำนวนผู้โรงภาพยนตร์ดิจิทัล
- ราคาตัวชมภาพยนตร์โดยเฉลี่ย
- เทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ในขั้นตอนระหว่างการผลิตและหลังการผลิต
- เทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำเทคนิคต่างๆ ในการผลิตภาพยนตร์ เช่น คอมพิวเตอร์กราฟฟิก แอนิเมชันสำหรับภาพยนตร์
- อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์
- การสนับสนุนในรูปแบบกองทุนต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย เช่น สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม ได้สนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนสำหรับภาพยนตร์ไทยบางเรื่อง เช่น สุริโยทัย นเรศวรมหาราช ภาค 1 และภาค 2 คำพิพากษามหาสมุทร เป็นต้น
- การสนับสนุน “งบไทยเข้มแข็ง” ของรัฐบาลปัจจุบัน (พ.ศ. 2553) โดยให้กระทรวงวัฒนธรรมเป็นผู้ดูแลเพื่อส่งเสริมคุณภาพภาพยนตร์ไทย ประมาณ 150 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนภาพยนตร์เรื่องยาว จำนวน 17 เรื่อง โดยกำหนดให้ภาพยนตร์เรื่อง ตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาค 3 และภาค 4 จำนวน 100 ล้านบาท และภาพยนตร์เรื่องยาวอีก 16 เรื่อง จำนวน 50 ล้านบาท (ดูชื่อเรื่องได้จากภาคผนวก)
- การส่งเสริมมาตรการด้านภาษี คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้สิทธิประโยชน์ด้านอากรขาเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการหลังการผลิต ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี ให้แก่ผู้ประกอบการบริการหลังการผลิต

3. ดัชนีด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Index)

ดัชนีด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ หน่วยงานและกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พระราชบัญญัติและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไทย นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และการสร้างเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งมีรายละเอียดสำคัญดังต่อไปนี้

1) หน่วยงานและกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

สามารถแบ่งออกเป็นหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน ดังต่อไปนี้

1.1) หน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานที่สำคัญด้านภาพยนตร์ของไทย แบ่งออกเป็นหน่วยงานต่างๆ ดังต่อไปนี้

- สำนักงานพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ กระทรวง

วัฒนธรรม ทำหน้าที่ตรวจสอบสถานประกอบการภาพยนตร์ ได้แก่ ตรวจสอบการสร้างภาพยนตร์ ตรวจสอบกิจการโรงภาพยนตร์ ตรวจสอบร้านให้เช่า แลกเปลี่ยน หรือจำหน่ายภาพยนตร์ รวมถึงการตรวจสอบสถานประกอบการวีดิทัศน์ ได้แก่ ตรวจสอบร้านให้เช่า แลกเปลี่ยน หรือจำหน่ายวีดิทัศน์ นอกจากนี้ ทำหน้าที่ตรวจพิจารณาภาพยนตร์ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2551 : 60) ซึ่งภาพยนตร์ที่ไม่ต้องได้รับการตรวจพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ได้แก่ ภาพยนตร์ข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อดูเป็นการส่วนตัว ภาพยนตร์ที่ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ หรือส่งเสริมการดำเนินงานของหน่วยงาน ภาพยนตร์ที่ฉายในเทศกาลภาพยนตร์ระหว่างประเทศตามที่คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กำหนด ภาพยนตร์ที่ฉายทางโทรทัศน์และผ่านการตรวจพิจารณาตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แล้ว เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการตรวจพิจารณา

- สถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม

ส่งเสริม สนับสนุนและเผยแพร่กิจกรรมสร้างสรรค์งานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งภาพยนตร์ไทยเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมร่วมสมัยที่หน่วยงานสนับสนุน เช่น การสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนในการนำผู้กำกับ ผู้อำนวยการสร้าง และทีมงานที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์เพื่อเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเพื่อเผยแพร่และจำหน่ายภาพยนตร์ไทย การสนับสนุนโครงการส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์สั้น โดยจัดค่ายภาพยนตร์สั้นและจัดประกวดภาพยนตร์สั้น เป็นต้น

- สำนักลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ทำ

หน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และบริการต่างๆ เกี่ยวกับการขอรับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ การประสานและดำเนินการปราบปรามละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ทำหน้าที่ส่งเสริมการส่งออกสินค้าภาพยนตร์ไทย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย

- กองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ แก่คณะถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งก่อนถ่ายทำ ระหว่างถ่ายทำ และหลังการถ่ายทำ เป็นศูนย์กลางในการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยราชการ และองค์กรส่วนท้องถิ่นเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวก ทำหน้าที่ในการอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย

- หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่เป็นห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์สำหรับภาพยนตร์ไทยและวีดิทัศน์ไทย เพื่ออนุรักษ์ไว้เป็นทรัพย์สินทางปัญญา และมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ และนำออกบริการให้ประชาชนได้ศึกษาค้นคว้าและชื่นชม หรือใช้ประโยชน์อย่าง สะดวกและกว้างขวาง ภาพยนตร์เป็นสื่อแห่งการเรียนรู้ที่ดีที่สุด

1.2) หน่วยงานภาคเอกชน

- สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของอาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 11 สาขาอาชีพ ประกอบด้วยผู้ประกอบการในสาขาผู้อำนวยการสร้าง สาขาโรงภาพยนตร์ สาขาผู้จัดจำหน่าย สาขาผู้กำกับ สาขาดาราและนักแสดง สาขาทิมงานสร้าง สาขานักพากย์ สาขาแลป สาขาผู้สื่อข่าวบันเทิง สาขานักวิชาการภาพยนตร์ สาขาผู้ผลิตและจำหน่ายวีดิทัศน์ โดยมีคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติทำหน้าที่บริหารจัดการองค์การ

- มูลนิธิหนังไทย มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาประวัติภาพยนตร์ไทย และเผยแพร่ผลงานภาพยนตร์ไทย และประสานงานกับหอภาพยนตร์ซึ่งทำหน้าที่ดูแลมรดกของชาติ รวมทั้งจัดกิจกรรมเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยที่ได้รับการอนุรักษ์ให้ประชาชนผู้สนใจทั่วไปได้เข้าชม เผยแพร่ภาพยนตร์ในฐานะมรดกทางภูมิปัญญาของมนุษยชาติ และส่งเสริมภาพยนตร์นอกระบบ (ภาพยนตร์นอกกระแส ภาพยนตร์สั้น ภาพยนตร์สารคดี) เพื่อให้เกิดความหลากหลายซึ่งทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น

2) เครือข่ายๆ ที่มีลักษณะเป็นชมรมภาพยนตร์ต่างๆ เช่น ชมรมเยาวชนคนสร้างหนังแห่งประเทศไทย (Young Thai Film Maker) แม้ว่าชมรมภาพยนตร์เหล่านี้จะมีรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ แต่สร้างเครือข่ายของกลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่มีความชื่นชอบในภาพยนตร์ไทย ทั้งการชมและการผลิตภาพยนตร์ไทย ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวมีการพัฒนาและเติบโตขยายวงกว้างในอนาคต เช่นเดียวกับที่ประเทศอังกฤษมีโครงการส่งเสริมให้

เยาวชนผลิตภาพยนตร์สั้นในรูปแบบดิจิทัล (First Light Movies) สำหรับเยาวชนที่เรียนในระดับชั้นประถมศึกษา และโครงการชมรมภาพยนตร์ (Film Club) เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ชมภาพยนตร์ที่มีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ และจุดประกายให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งเป็นโครงการสำหรับเยาวชนที่เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา เป็นต้น

4. ดัชนีด้านผลสัมฤทธิ์ของความคิดสร้างสรรค์ (Outcome of Creativity)

ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ไทย ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรต่างๆ (ผู้เชี่ยวชาญ) ในสาขาภาพยนตร์ นักเรียน นักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการผลิตภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะการผลักดันให้บุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถผลักดันความคิดสร้างสรรค์ให้สามารถผลิตเป็นสินค้าที่สร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคลากรในกลุ่มสาขาต่างๆ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวนอกจากสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศแล้ว ยังสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ นักเรียน นักศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและผลงานที่ดีให้มากขึ้น ซึ่งสามารถรวบรวมข้อมูลที่สำคัญต่างๆ ดังนี้

- 1) จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ผลิตต่อประชากร
- 2) จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ฉายต่อประชากร
- 3) จำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์ไทย
- 4) จำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์โดยเฉลี่ยต่อประชากร
- 5) จำนวนของผู้เข้าชมภาพยนตร์ไทยเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ชม

ภาพยนตร์ต่างประเทศ

- 6) ส่วนแบ่งการตลาดภาพยนตร์ในประเทศ (ร้อยละ)
- 7) ส่วนแบ่งการตลาดภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ)
- 8) ส่วนแบ่งการตลาดภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ (ร้อยละ)
- 9) จำนวนรางวัลที่ภาพยนตร์ไทยได้รับจากงานรางวัลภาพยนตร์ทั้งใน

ประเทศและต่างประเทศในแต่ละปี

- 10) จำนวนรางวัลที่บทภาพยนตร์ไทยได้รับจากงานรางวัล

ภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในแต่ละปี

- 11) จำนวนรางวัลที่บุคลากรของแวดวงภาพยนตร์ไทยได้รับจากงาน

รางวัลภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- 12) จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ได้รับเชิญไปฉายในเทศกาลภาพยนตร์

ระดับนานาชาติในแต่ละปี

13) จำนวนทุนที่เยาวชนไทยที่มีความสนใจด้านภาพยนตร์ได้รับ เพื่อศึกษาต่อสาขาภาพยนตร์ในต่างประเทศ

14) จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ได้รับทุนสร้างจากงานประกวดบท ภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์ระดับนานาชาติในแต่ละปี เช่น Pusan Promotion Plan (PPP) ประเทศเกาหลี

การพัฒนาตัวชี้วัดของศักยภาพด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสร้างสรรค์สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่กล่าวในข้างต้น เพื่อสามารถรวบรวมข้อมูลและสถิติที่จำเป็นเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ตามดัชนีด้านแรงงานที่สร้างสรรค์ ดัชนีด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการสร้างสรรค์ ดัชนีด้านสังคมและวัฒนธรรม และดัชนีด้านผลสัมฤทธิ์ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสามารถเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถต่างๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย รวมถึงปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่าการผลิตและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ แต่มักถูกมองข้ามหรือไม่ได้รับความสำคัญเท่าที่ควร ในขณะที่ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะเกาหลีกลับให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างเต็มที่ มีการพัฒนาองค์กระอิสรระเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี อันได้แก่ สภาภาพยนตร์แห่งเกาหลี หรือ KOFIC ที่มีการจัดตั้งและดำเนินงานสนับสนุนภาพยนตร์เกาหลีเป็นเวลาถึง 50 ปี ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่ได้เริ่มดำเนินการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างจริงจัง ทั้งที่เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมไปยังตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศ และได้รับการยอมรับจากตลาดภาพยนตร์อื่นๆ ในระดับหนึ่ง หากแต่ต้องการการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถพัฒนาเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างประเทศอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการผลักดันอุตสาหกรรมดังกล่าว

ส่วนที่หก ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยพยายามปรับตัวให้เข้ากับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเฉพาะมิติทางด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนผ่านจากเศรษฐกิจสังคมเกษตรกรรมสู่เศรษฐกิจ สังคมอุตสาหกรรมพัฒนาประเทศถูกขับเคลื่อนผ่านกระบวนการพัฒนาให้เป็นสังคมอุตสาหกรรม (Industrialization) และกระบวนการพัฒนาให้เป็นสังคมที่ทันสมัย (Modernization) กระบวนการที่พัฒนาและส่งเสริมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามาสู่ยุคการส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก รวมถึงกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นทำให้เศรษฐกิจ

โลกมีการเปิดกว้างและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประเทศไทยที่มีระบบเศรษฐกิจพึ่งพิงการค้าระหว่างประเทศ เป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรง และปรับเปลี่ยนรูปแบบที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง สาเหตุเกิดจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร การขยายตัวของพลเมืองโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และค่านิยมทางวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ และการค้าที่มุ่งเน้นการส่งออก และปราศจากการเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวอย่างเป็นกระบวนการ ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศเป็นจักรกลในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ (Engine Growth) ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตที่มีความเข้มแข็งเพียงพอ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2545)

ทั้งนี้เมื่อกระแสเศรษฐกิจโลกเริ่มเปลี่ยนแปลง ประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่เริ่มหันไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะเห็นได้จากในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตเร็วที่สุดของประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ สหภาพยุโรป อังกฤษ เกาหลีใต้ ทั้งนี้ประเทศไทยจำเป็นต้องมุ่งหน้าสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะทางศิลปะในการสร้างสรรค์งานที่มีคุณค่า รวมทั้งมีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยจึงมีความจำเป็นเพื่อพัฒนาให้เศรษฐกิจของประเทศมีความยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของภาครัฐ

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนโครงการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยด้วยการบูรณาการ และเกิดผลทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นภาครัฐเพื่อพัฒนาประเทศให้เตรียมพร้อมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 แนวทางที่สำคัญได้แก่

1.1 ภาครัฐทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ภาครัฐทำหน้าที่

หน้าที่เปรียบเสมือนหัวรถจักรของขบวนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รัฐบาลมีส่วนสำคัญอย่างมากในการ

สร้างความสิ้นไหวให้กับระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Edna dos Santos-Duisenberg, 2552) โดยเฉพาะทำหน้าที่พัฒนาทักษะและประสานระหว่างศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์ และธุรกิจในส่วน ของสังคม รวมทั้งสร้างการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการทำงานกันกับทุกภาคส่วน

1.2 ภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน มีบทบาทในการกระตุ้นและ ต้องมีความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำเป็นต้องเข้าใจในระบบ การผลิต ความคิดสร้างสรรค์ และเรื่องการตลาด (สักกะธัญ ติวะบวร, สัมภาษณ์) รวมถึงศักยภาพ ที่โดดเด่นของประเทศ ภาครัฐควรดำเนินงานเกี่ยวกับการปรับปรุงกลไกและการสร้าง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเพื่อเอื้ออำนวยต่อธุรกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมกลไกการตลาด เพื่อขยายโอกาสให้กับผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ (ปรเมธี วิมลศิริ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2552)

1.3 ภาครัฐควรจะเรียนรู้ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ใน ลักษณะการรังสรรค์ความร่วมมือ (Co-creation) หากพิจารณาจากการผลักดันเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในอังกฤษและเกาหลีใต้พบว่า ส่วนหนึ่งมาจากการผลักดันของคนในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ หากรัฐบาลต้องการเร่งดำเนินงานเพื่อให้ได้ผล รัฐบาลไม่สามารถดำเนินงานได้โดย ลำพัง เนื่องจากภาครัฐไม่มีความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ดีเท่ากับผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรม (ธานินทร์ ณะเอม, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2553) ทั้งนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศไทยได้เกิดขึ้นและก้าวไปในระดับหนึ่ง แสดงว่าศักยภาพและขีดความสามารถในการ แข่งขันเชิงสร้างสรรค์มีอยู่โดยธรรมชาติ ดังนั้นภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ สามารถปรับตัวสู่โอกาสใหม่ได้

1.4 หน่วยงานภาครัฐควรทำงานในลักษณะบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้ เกิดความสอดคล้องและความร่วมมือในการทำงานด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่เกิดความซ้ำซ้อน ในการดำเนินงานและเป็นการใช้งบประมาณมากเกินไป (การดี เลียวไพโรจน์, ธานินทร์ ณะเอม, และสามารถ จันทร์สุรย์, สัมภาษณ์) แม้ว่าจะมีหน่วยงานและองค์กรที่สนับสนุนต่อการ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันได้แก่ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งาน ออกแบบ แต่ขาดกลไกการเชื่อมโยงการทำงาน และช่องทางการแลกเปลี่ยนความรู้ และความ คิดเห็น ทำให้การปฏิบัติงานตามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีทิศทางที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ลักษณะปฏิบัติงานขาดความสอดคล้องและไม่สนับสนุนซึ่งกันและกัน

1.5 ภาครัฐควรเลือกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สนับสนุนและ ส่งเสริมในเบื้องต้น เนื่องจากขอบเขตของกลุ่มสาขาต่างๆในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีขอบเขต กว้างขวาง ดังนั้นภาครัฐควรเลือกส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่ม

ต่างๆ ซึ่งพิจารณาจากการส่งเสริมและสนับสนุนที่ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละกลุ่มสาขา ต้องการพึ่งพาจากภาครัฐ และพิจารณาถึงความเหมาะสมที่ภาครัฐสามารถช่วยเหลือและ ดำเนินการได้ในขั้นเบื้องต้นก่อน (กิตติรัตน์ ปิติพานิช; สักกะจันฐ ศิวะบวร; การดี เลียวไพโรจน์, สัมภาษณ์)

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ระบบการศึกษา และการสร้างให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยมีความสำคัญดังนี้

2.1 ระบบการศึกษา

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างกระบวนการคิดสร้างสรรค์คือการปูพื้นฐาน กระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์ในระบบการเรียนการสอน ปัจจุบันเด็กไทยไม่กล้าแสดงความคิดเห็นที่ แตกต่าง หรือคิดนอกกรอบ เพราะสังคมไทยอยู่บนพื้นฐานของการเคารพผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นการจำกัด ถึงการแสดงออกความคิดสร้างสรรค์ และปิดกั้นความคิดใหม่ๆ ดังนั้นต้องส่งเสริมให้เกิด วัฒนธรรมในการให้อิสระและยอมรับความคิดสร้างสรรค์ หรือความคิดที่แตกต่างมากขึ้น (อภิรักษ์ โภชะโยธิน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2553)

2.2 การพัฒนาให้เกิดเมืองสร้างสรรค์

การสร้างเมืองสร้างสรรค์เป็นส่วนประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วอย่างเช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญที่ถูกใช้ในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศและเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตเร็วที่สุด ความสำเร็จของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศต่างๆ นั้นมาจากปัจจัยเกื้อหนุนหลายส่วน โดยส่วนที่สำคัญที่สุด คือ สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบของ “เมือง” ที่เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ การมี ปฏิสัมพันธ์และการจัดหาพื้นที่เพื่อการแสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ (ปรเมธี วิมลศิริ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2552)

Charles Landry (อ้างถึงในศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนประยุกต์ใช้วัฒนธรรมเพื่อการฟื้นฟูเมืองและผู้เขียนหนังสือ *The Creative City* คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญในการทำให้เมืองเป็นพื้นที่ของความ สร้างสรรค์และทำให้เกิดพลวัตขึ้นในสังคมเมืองบ ดังนั้นความเป็นท้องถิ่นที่สื่อสารออกมาทาง ศิลปะในรูปแบบต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทรัพยากรสร้างสรรค์ จึงเป็น

ส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

Richard Florida นักวิชาการที่นิยามกลุ่มคนสร้างสรรค์ (Creative Class) เมืองสร้างสรรค์เป็นสถานที่ซึ่งกลุ่มคนสร้างสรรค์ที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยเหตุผลดังกล่าว “เมือง” ต่างๆ จึงต้องแข่งขันเพื่อดึงดูด รักษาและสร้างกลุ่มคนสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อม ความสำคัญกับส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เมืองมีความพร้อมในเชิงเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองด้านกายภาพ

โดยเฉพาะในประเทศไทย แนวคิดการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อความคิดสร้างสรรค์ยังมีการคิดและดำเนินกันอยู่น้อย เมืองหลักอย่างกรุงเทพฯ เป็นเมืองขนาดใหญ่จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องรองรับผู้คนทั้งกลุ่มคนทำงานทั่วไป (Working Class) และกลุ่มคนสร้างสรรค์ (Creative Class) ดังนั้นหากกรุงเทพฯ สามารถพัฒนาแนวทางนี้ได้ เป็นการเพิ่มศักยภาพมากพอที่จะเป็นศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์ประจำภูมิภาค (Regional Creative Center) เช่นเดียวกับที่ประเทศสิงคโปร์พยายามจะพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ภายในภูมิภาค

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยเพื่อเป็นกลยุทธ์สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) ความหลากหลายในเชิงชีวภาพ (Bio-diversity) และชนบทกรรมนิยมประเพณีที่มีลักษณะโดดเด่นของไทยถือว่าเป็นข้อได้เปรียบที่สามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตามภูมิภาค ภูมิปัญญาชาวบ้านและวิถีทางการดำเนินชีวิต Edna dos Santos-Duisenberg (2552) กล่าวว่า ประเทศไทยมีความมั่งคั่งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม งานหัตถกรรม งานออกแบบตลอดจนการบริการในรูปแบบต่างๆ ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น และไม่เหมือนประเทศอื่นๆ และถือเป็นจุดเด่นที่เป็นทุนเดิมของคนไทย ทั้งนี้ภาครัฐควรผลักดันให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ขณะที่อภิรักษ์ โกษะโยธิน (สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2553) ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์กล่าวว่า “ประเทศไทยร่ำรวยทุนทางความคิดสร้างสรรค์

ค่อนข้างสูง แต่ขาดการบริหารจัดการให้เกิดเป็นรายได้ที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่นำมาต่อยอดจากทุนทางความคิดสร้างสรรค์ของประเทศ ควรนำมรดกทางวัฒนธรรมที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของประเทศมาใช้เป็นต้นทุนหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ประเทศไทยขาดระบบการบริหารทุนต่างๆ เหล่านี้ จำเป็นต้องมองในเชิงทั้งอุตสาหกรรมและเชิงอนุรักษ์ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น

นอกจากนั้นทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่สร้างประสบการณ์ทั้งในด้านอารมณ์และความรู้สึกที่มีความเด่นชัดในวัฒนธรรมไทยนั้นเป็นสิ่งที่ประเทศอื่นๆ ไม่สามารถลอกเลียนแบบที่สามารถลอกเลียนแบบได้เฉพาะทางกายภาพภายนอกเท่านั้น กล่าวคือ การลอกเลียนแบบลายไทยสามารถเลียนแบบในเชิงวัตถุ การวาดให้เหมือนกัน แต่ทุนทางสังคม อันได้แก่ ความโอบอ้อมอารี อารมณ์ขันของคนไทย โดยเฉพาะคนไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) การบริการ ความมีน้ำใจ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ สิ่งที่ลอกเลียนเป็นเพียงวัตถุภายนอกเท่านั้น (กิตติรัตน์ ปิติพานิช, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

ทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในสังคมไทยที่เห็นชัดเจนคือ สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Assets) ของไทยที่มีจุดยืนและมีเอกลักษณ์ประจำชาติ ความเป็นไทยในเนื้อแท้ที่ไม่ใช่เพียงสิ่งปรากฏทางวัตถุ เช่น ลายกนก ลายไทยต่างๆ เป็นต้น การสื่อความหมายและแนวคิดที่สำคัญของวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ที่คนไทยทั้งประเทศควรเข้าใจอย่างลึกซึ้งก่อนที่จะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ภารวี วงศ์จิรัชย์, สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2553)

ทั้งนี้ควรมุ่งพัฒนาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของไทยให้สามารถเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ของไทย (Thai Creative Cultural Assets) ประเทศไทยประกอบด้วยภาคต่างๆ อันได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ซึ่งมีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นประจำแต่ภาค ควรนำจุดเด่นของแต่ละภาคมาพัฒนาเป็นเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จะสื่อสารไปยังตลาดผู้บริโภคต่างประเทศให้ถึงเอกลักษณ์ประจำแต่ละภาคได้ ยกตัวอย่างเช่น คนไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน มีรูปแบบวิถีชีวิตที่เน้นความสนุกสนาน ยึดมั่นในประเพณีอันดีงามของไทย มีความรักในพวกพ้อง ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของความเป็นคนอีสานได้อย่างชัดเจน โดยสามารถหยิบประเด็นเหล่านี้มาต่อยอด สร้างเป็นความคิดสร้างสรรค์

ที่ปรากฏในสินค้าภาพยนตร์ไทย โดยใช้เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปแบบวิถีดำเนินชีวิต ศิลปะการแสดงต่างๆ ของภาคอีสาน เช่น เซิ้ง ลำซิ่ง เป็นต้น รวมถึงเพลงในจังหวะเร็วๆ แบบอีสาน ในขณะที่ภาคเหนือ เน้นวัฒนธรรมที่มีความอ่อนช้อย รูปแบบวิถีชีวิตที่ดำเนินที่ไม่เร่งรีบ คำพูดที่ลงท้ายด้วยคำว่า “เจ้า” สันทรัพย์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถนำเสนอเป็นเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจสำหรับประเทศไทยได้ แต่ในการนำเนื้อหาทางวัฒนธรรมประจำภาคต่างๆ ของประเทศมาใช้เป็นสินทรัพย์วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ของไทยนั้น ควรจะมีความเข้าใจถึงภูมิหลังที่สำคัญของวัฒนธรรมดังกล่าวอย่างถ่องแท้ก่อนที่จะนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมนั้นๆ

การศึกษาประเทศต้นแบบที่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จนประสบความสำเร็จ อย่างประเทศเกาหลี พบว่า ความสำเร็จสำคัญของแบบต้นแบบขององค์กรเนื้อหาและวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Culture and Content Agency: KOCCA) โดยเน้นที่เนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์และ วัฒนธรรม การใช้วัฒนธรรมเป็นตัวสร้างความแตกต่าง ทั้งนี้อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Content Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอนาคต และความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการ สร้างความมั่งคั่งโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศมาพัฒนาเป็นเนื้อหาที่สำคัญเพื่อ ส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม นอกจากกลยุทธ์การพัฒนาเนื้อหาที่มีลักษณะเนื้อหาหนึ่งเดียว (One Content) และส่งผ่านสื่อที่หลากหลาย (Multiple Uses) เช่น เนื้อหา “แดจังกึม” ผ่านทั้งละคร โทรทัศน์ นิยาย หนังสือการ์ตูน การ์ตูนแอนิเมชัน โรงถ่ายละคร “แดจังกึม” (Dae Jung Geum Theme Park) รวมถึงสร้างกระแสการท่องเที่ยวให้กับประเทศเกาหลี อาหารเกาหลี ฯลฯ ซึ่งทำให้เกิดกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Fever) และเป็นการต่อยอดสินค้าต่างๆ อีกมากมาย สามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเกาหลี จนหลายๆ ประเทศเริ่มหันมาส่งเสริมและ สนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศเพิ่มมากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการจัดตั้งสร้างสถาบันเพื่อเป็นกลไกในการทำงาน

หน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำกับ ดูแล และรับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ควรเป็นหน่วยงานอื่นๆ ที่มีความรู้และความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะต้องมีความเข้าใจในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย ควรจะเลือกหน่วยงานที่รับผิดชอบให้เกิดความเหมาะสม (อภิชาติ ทองอยู่, สัมภาษณ์, 3 มีนาคม

2553) ทั้งนี้ การมอบหมายให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วยงานหลักในการดูแลและรับผิดชอบ ซึ่งโดยพื้นฐานเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวข้องกับกฎหมายมาดำเนินงานมีลักษณะที่ไม่ตรงกับภารกิจและหน้าที่เดิมที่ได้รับมอบหมาย

การจัดตั้งสถาบันเพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทยควรมีลักษณะเป็นองค์การมหาชนอิสระ ทั้งนี้ควรมีลักษณะเช่นเดียวกับองค์การอิสระมหาชนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย กล่าวคือ มีลักษณะเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่ส่วนราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มีฐานะเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการสาธารณะ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีเจ้าสังกัดเพื่อได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลส่วนหนึ่ง สามารถหารายได้แต่ไม่ได้เป็นการแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก มีอิสระในการบริหารงาน บริหารคนและบริการเงิน โดยมีคณะกรรมการบริหารควบคุมดูแลการดำเนินงานที่เรียกว่า “คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งองค์การมหาชนควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นหน่วยงานรัฐและเป็นนิติบุคคล ทำให้หน่วยงานนี้ทรงสิทธิและใช้สิทธิเข้าทำนิติกรรมและมีทรัพย์สินเป็นของตัวเอง ซึ่งความเป็นนิติบุคคลทำให้องค์กรนี้ไม่อยู่ในสายบังคับบัญชาตามปกติของระบบราชการ ทำให้องค์กรนี้มีอิสระและสามารถดำเนินงานได้โดยไม่ขึ้นอยู่กับกรกำกับดูแลของภาครัฐ

2. มีอิสระในการบริหารงาน ซึ่งมีรูปแบบการบริหารงานโดยใช้ “คณะกรรมการพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีอำนาจหน้าที่ ควบคุมและดูแลองค์การนี้ให้ดำเนินกิจการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การบริหารงาน มีความคล่องตัว และมีความยืดหยุ่นสูง เพราะมีอำนาจในการตัดสินใจ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การเงิน บัญชี การบริหารงานด้านต่างๆ การควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติงานภายในองค์การ เป็นต้น

3. มีอำนาจหน้าที่และภารกิจเฉพาะด้าน จำเป็นต้องได้รับการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การอิสระมหาชน โดยระบุขอบเขต ภารกิจและอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน รวมถึงระบุอำนาจหน้าที่เฉพาะ

4. ได้รับงบประมาณเป็นเงินอุดหนุนทั่วไปจากรัฐ โดยได้รับเงินอุดหนุนที่รัฐบาลให้ตามความเหมาะสมเป็นรายปี ซึ่งเป็นหลักประกันในความเป็นอิสระในการบริหารงบประมาณขององค์การอิสระมหาชน

5. องค์การอิสระมหาชนอยู่ภายใต้ระบบการควบคุมตรวจสอบของรัฐ การกำกับดูแลของรัฐโดยตรวจสอบถึงการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์การอิสระมหาชนว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์การอิสระมหาชน และตรวจสอบถึงการบริหารงบประมาณ

ว่ามีการคอร์รัปชัน หรือปราศจากความโปร่งใสในการบริหารงบประมาณส่วนหนึ่งที่ได้รับจากเงินงบประมาณของภาครัฐ

แต่ทั้งนี้องค์การอิสระมหาชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล องค์การอิสระมหาชนนี้ยังสามารถดำเนินงานในลักษณะที่มีความยืดหยุ่น กล่าวคือ แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลก็ตาม “คณะกรรมการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งดำเนินงานในลักษณะขององค์การอิสระมหาชน สามารถดำเนินงานต่อไปได้ โดยไม่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงใดๆ ทางการเมือง ทั้งนี้การดำเนินงานตามนโยบายส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยก็ยังปรากฏอยู่ชัดเจน ไม่อิงกับระบบพรรคการเมืองใดๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถสร้างความต่อเนื่องในเชิงนโยบาย ไม่ว่าพรรคการเมืองใดจะขึ้นมาเป็นรัฐบาลในการบริหารประเทศ ดังนั้นควรพิจารณาจากประเทศต้นแบบอย่างเกาหลี ที่มีความต่อเนื่องของนโยบายทางวัฒนธรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงผู้นำของประเทศแล้วก็ตาม

หากพิจารณาจากประเทศต้นแบบที่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันได้แก่ อังกฤษ และเกาหลี พบว่า หน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและกีฬา และดำเนินงานโดยกลุ่มพัฒนายุทธศาสตร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยคณะกรรมการจากกระทรวงและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ (Ministerial Creative Industries Strategy Group: MCISG) หน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกาหลี ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการท่องเที่ยว และมีหน่วยงานหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ สำนักงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Bureau of Cultural Industry) สภาการภาพยนตร์แห่งเกาหลี (Korean Film Council: KOFIC) และองค์กรเนื้อหาและวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Culture and Content Agency: KOCCA) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาคน เทคโนโลยีและการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการให้สิทธิและเสรีภาพในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทยอย่างแท้จริง

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ความบันเทิงในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งในบริบทของสังคมไทยมักมองว่า สิ่งที่เป็นความบันเทิงมักจะมาพร้อมกับความบันเทิงที่มอมเมา มีลักษณะที่ไม่ค่อยปรากฏเนื้อหาสาระที่ดีมากนัก ดังนั้นภาครัฐพยายามที่จะควบคุมลักษณะของความบันเทิงทุกรูปแบบ การควบคุมไม่ว่าจะทั้งทางตรงและทางอ้อม แสดงถึงการปิดกั้นสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้ผลิตสื่อประเภทอื่นๆ เช่นกัน หน่วยงานภาครัฐมักจะมองอย่างไม่เป็นธรรม และพยายามสร้างกรอบต่างๆ เพื่อจำกัดขอบเขตในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ เช่น ฉากที่มีความรุนแรงต่างๆ การใช้ปืนยิงกราด การห้ามไม่มีฉากเปิดเปลือย การห้ามไม่ให้มีฉากที่มีการจูบปาก เป็นต้น แม้ว่าจะมีการกำหนดประเภท (Rating) ของภาพยนตร์แล้วก็ตาม ทั้งนี้ภาครัฐควรให้ผู้ดู/ผู้ชมภาพยนตร์เป็นผู้ตัดสินและประเมินผลงานของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยเอง หากผู้ผลิตภาพยนตร์มีเจตนาที่ไม่ดี หรือมีเจตนาที่ไม่เหมาะสมในการสื่อเนื้อหาต่างๆ ในภาพยนตร์ ควรให้ผู้ดู/ผู้ชมภาพยนตร์เป็นผู้ตัดสินผลงานเหล่านั้นเอง หากผู้ผลิตไม่สามารถสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่ดี และมีการผลิตผลงานเรื่องต่อๆ ไปที่ยังปรากฏถึงเจตนาที่ไม่ดีนั้น ผู้ชมภาพยนตร์เลือกไม่เปิดรับเอง ทั้งนี้ผู้ชมในปัจจุบันมีวิจารณญาณที่สามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ ทั้งนี้ภาครัฐควรสร้างความรู้ในลักษณะการรู้เท่าทันสื่อภาพยนตร์ที่ควรปลูกฝังในกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ที่เป็นเด็กและเยาวชน ยิ่งมีการปิดกั้นสิทธิและเสรีภาพ ยิ่งกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากชมมากขึ้น แต่ทั้งนี้ควรสอนให้ดูอย่างเข้าใจเนื้อหาของภาพยนตร์ ไม่ใช่เพื่อเลียนแบบและทำตามอย่างที่ปรากฏในภาพยนตร์น่าจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมมากกว่า

ทั้งนี้ในมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่า ภาครัฐควรให้สิทธิและเสรีภาพแก่ทั้งผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และผู้ดู/ผู้ชมภาพยนตร์ไทย กล่าวคือ ผู้ดู/ผู้ชมภาพยนตร์ไทยเป็นผู้ที่ตัดสินถึงผลงานของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ซึ่งหมายความว่า หากผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยไม่มีจรรยาบรรณในการผลิตภาพยนตร์ หรือผลิตเนื้อหาภาพยนตร์ที่ไม่ดี หรือมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ผู้ดู/ผู้ชมภาพยนตร์ทำหน้าที่ในการตัดสินใจได้ ทั้งนี้โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวผ่านกระทู้แสดงความคิดเห็นของเว็บไซต์ต่างๆ เป็นการสื่อสารที่ส่งผลต่อทั้งในการชื่นชมภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่ดี และช่วยกันส่งเสริมให้ไปชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ในขณะที่หากเป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือผลิตภาพยนตร์ไม่ได้มาตรฐาน ก็มีการสื่อสารที่ส่งผลในทางลบ โดยบอกกล่าวและตักเตือนไม่ให้ไปชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ทั้งนี้บทบาทของสื่อสมัยใหม่โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างมีผลต่อการชมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันค่อนข้างมาก

หากมองในอีกนัยหนึ่ง พบว่า หากภาครัฐช่วยให้สิทธิและเสรีภาพในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ทั้งนี้การไม่ปิดกั้นดังกล่าว ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยมีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน ทั้งนี้ได้จาก อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในต่างประเทศ ซึ่งรัฐบาลของแต่ละประเทศไม่ได้มีการจำกัดสิทธิและเสรีภาพในการผลิต และสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ทำให้ภาพยนตร์ของต่างประเทศมีรูปแบบที่มีความหลากหลายมากกว่าภาพยนตร์ไทย

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาตราสินค้าของประเทศไทย

การพัฒนาตราสินค้าประเทศไทยควรส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาตราสินค้าของประเทศไทยให้เข้มแข็งมากขึ้น โดยเฉพาะตราสินค้าที่ภาพยนตร์ของประเทศไทย ดังนั้นควรพัฒนาตราสินค้าให้อยู่ภายใต้บริษัทแม่เดียวกัน หรือภายใต้รูปแบบสหกรณ์ภาพยนตร์ของประเทศไทย (Umbrella Brand) หรือภายใต้องค์การมหาชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อทำให้ตราสินค้าภาพยนตร์ของประเทศไทยเกิดความแข็งแกร่งในสินค้าที่สร้างสรรค์ และบริการที่เกี่ยวข้องในกลุ่มสาขาต่างๆ ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ตัวอย่างจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยอื่นๆ เช่น เกาหลี ซึ่ง KOFIC ทำหน้าที่ในการประสานงานกับบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในประเทศต่างๆ เพื่อส่งข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์เกาหลีเพื่อเป็นการช่วยบริษัทผลิตภาพยนตร์เกาหลีที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย หรือเป็นบริษัทผู้ประกอบการอิสระรายใหม่ๆ ที่อาจไม่สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้โดยตรง เนื่องจากไม่มีงบประมาณในการลงทุนมากนัก KOFIC ทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างบริษัทผู้ประกอบการอิสระรายใหม่ๆ ในเกาหลี กับตลาดบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในประเทศต่างๆ โดยช่วยสนับสนุนข้อมูล ความเคลื่อนไหวของการสร้างภาพยนตร์เกาหลีของบริษัทเหล่านั้นให้กับตลาดบริษัทจัดจำหน่ายต่างประเทศได้รับทราบถึงโปรเจกต์ภาพยนตร์เกาหลีใหม่ๆ ที่น่าสนใจ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวเป็นการรวบรวมผู้ประกอบการรายย่อยและรายใหม่เข้าด้วยกัน คล้ายๆ กับ KOFIC เป็นสหกรณ์ คอยทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานให้ ส่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์เกาหลี และติดต่อประสานงานนัดหมายให้มีการเจรจาโดยผ่านการเชื่อมโยงของ KOFIC นอกจากนี้ KOFIC ยังมีการประสานงานมายังบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ในตลาดต่างประเทศเพื่อสอบถามความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าในการเจรจาระหว่างทั้งสองฝ่ายอีกด้วย

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา

แม้ว่าประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายจะมีวัตถุดิบสำคัญในการผลักดัน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศกำลังพัฒนา คือ ความอ่อนแอของทรัพย์สินทางปัญญา ยิ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากเท่าใด จำเป็นต้องผลักดันเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจังและเข้มงวดมากยิ่งขึ้น สิ่งที่เป็นสินค้าที่สร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องอาจลอกเลียนกันได้ค่อนข้างยาก แต่จำเป็นต้องมีกระบวนการเพื่อปกป้องสิ่งต่างๆ ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในประเทศ เนื่องจากทรัพย์สินทางปัญญาเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างและปกป้องรายได้อันเกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยตรง ดังคำกล่าวของ Charles Landry ที่กล่าวว่า **“ปัญญาคือรูปแบบใหม่ของทรัพย์สิน”** (Intelligence is the new form of property)

การสนับสนุนและส่งเสริมด้านทรัพย์สินปัญญาเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศอังกฤษ ที่มีการคุ้มครองทรัพย์สินที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างสรรค์ในประเทศ ประเทศไทยมีปัญหาเรื่องระบบทรัพย์สินทางปัญญาของอย่างมาก(การตี เลี้ยวไฟโรจน์,สัมภาษณ์ 23 ธันวาคม 2552) เนื่องจากการดำเนินงานทางกฎหมายมีความซับซ้อนและไม่สนับสนุนให้เกิดสินค้าที่สร้างสรรค์และบริการที่เกี่ยวข้องมากนัก ทำให้ผู้สร้างสรรค์ขาดแรงบันดาลใจเพื่อสร้างสรรค์สินค้าที่มีแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ นอกจากนั้นยังต้องเผชิญกับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ การลอกเลียนแบบ รวมถึงขั้นตอนดำเนินการขอสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ต่างๆ ที่ไม่เอื้อประโยชน์ต่อผู้สร้างสรรค์ ในขณะที่ผู้ละเมิดสิทธิต่างๆ นั้นมีความรวดเร็วในการลอกเลียน ซึ่งการดำเนินการขอสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ต่างๆ ใช้เวลาในการดำเนินการค่อนข้างมาก ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานกับผู้ละเมิดสิทธิได้ทันทั่วทั้งที่ ด้วยเหตุนี้จำเป็นต้องปรับปรุง กฎ ระเบียบข้อบังคับให้เอื้อประโยชน์ต่อทั้งผู้สร้างสรรค์และธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้น

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติ จำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผน

โครงการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยด้วยการบูรณาการ และเกิดผลทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความอ่อนแอ ทำให้ไม่สามารถต้านทานแรงกระทบที่มาจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ ดังนั้นประเทศไทยต้องหันกลับมาทบทวนเพื่อหาแนวทางการปรับโครงสร้างการผลิตและการบริการของประเทศให้สามารถมีภูมิคุ้มกัน ซึ่งจำเป็นต้องเร่งพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ ทั้งนี้ต้องพยายามค้นหาและพัฒนาศักยภาพที่ถูกละเลย หรือมองข้าม นอกจากนั้นต้องให้ความสำคัญต่อการนำองค์ความรู้และนวัตกรรมมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโดยสร้างสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศลงทุนในประเทศ เพื่อการเสริมสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความแข็งแกร่ง และสามารถปรับตัวทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อจะได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และมุ่งขับเคลื่อนไปสู่สังคมผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายรายได้และความยั่งยืนในระยะยาว เพื่อสร้างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สมดุลและมีความยั่งยืนอย่างแท้จริง