

รูปแบบเมืองภาพยนตร์ในบริบทของความเป็นไทย*

DESIGNATING A FILM CITY IN A THAI CONTEXT

เศรษฐา วีระธรรมานนท์

Settha Veerathunmanon

นพดล อินทร์จันทร์

Noppadol Inchan

กิตติกรณ์ นพุดมพันธ์

Kittikorn Nopudomphan

ปรวณ แพทยานนท์

Porawan Pattayanon

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Srinakharinwirot University, Thailand

E-mail: settha.vee@sg.swu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย และศึกษาอัตลักษณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับการจัดตั้งเมืองภาพยนตร์ การวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) ค้นหาชุดความรู้จากเมืองภาพยนตร์ต้นแบบ 2) ร่างรูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นไทย และ 3) ตรวจสอบความคิดเห็นต่อเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยสนับสนุนรูปแบบเมืองภาพยนตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1.1) ปัจจัยการดำเนินงาน บุคลากร เทคโนโลยี และอุปกรณ์ในประเทศไทยมีความสามารถเทียบเท่ามาตรฐานโลก สถานที่ถ่ายทำอยู่ในระดับ “Top Location” ของโลก และสาธารณูปโภคมีความพร้อมเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้าน 1.2) ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด การถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 1.3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน มีสตูดิโอขนาดใหญ่ที่รองรับการทำงานระดับสากล และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย และ 1.4) กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน ภาครัฐสนับสนุนเงินคืน 15% และเมืองภาพยนตร์ต่างประเทศขออนุญาตถ่ายทำได้ง่ายขึ้น 2) รูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย พบว่า ควรตั้งที่จังหวัดชลบุรี มีขนาดกลาง ให้บริการการผลิตครบวงจรทั้งก่อน ระหว่าง และหลังถ่ายทำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสวนสนุกครบครัน ภายในเมืองภาพยนตร์แบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่ สตูดิโอ ที่จอดรถและส่วนสำนักงาน ฉากถ่ายทำในน้ำ ป่าและย่านเมือง

* Received 6 August 2021; Revised 16 March 2022; Accepted 19 March 2022



ฉากจำลองขนาดเล็ก และพื้นที่ส่งเสริมวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยว และ 3) อัตลักษณ์ของเมืองภาพยนตร์ที่เด่นชัดจะต้องแสดงออกในเรื่องประเพณีไทยที่สนุกสนาน อาหารการกินแบบไทย ฉาก พื้นที่ และโรงละครที่สื่อถึงวัฒนธรรมไทย รวมทั้งทีมงานคนไทยที่มีรอยยิ้ม จิตใจดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ยืดหยุ่น และเต็มใจกับทุกเรื่องทั้งงานและการเล่น

คำสำคัญ: รูปแบบเมืองภาพยนตร์, แบบจำลองเพชรแห่งพลวัต, อัตลักษณ์ความเป็นไทย

Abstract

The objectives of this research article were to investigate the suitable film city models for Thailand and studies the identity and cultural elements that link to the establishment of the filming city. This paper is divided into 3 phases: 1) Searching the knowledge body from prototype film cities; 2) Sketching of Thai movie city models reflecting the Thai identity and cultural elements, and 3) Conducting an opinion survey on the movie city. The results found that: 1) factors support the formulation of the film city model includes 1.1) Operational factors - modern technologies and capacity of the Thai personnel are equivalent to the global standard. The filming location is considered the "TOP Location" of the world. Public utilities are competitive compared to neighboring countries. 1.2) Market demand factors - filming from overseas tends to increase. 1.3) Related and supportive industries - Thailand has a large movie studio supporting international operations with relevant businesses. 1.4) Organizational strategy, structure, and competition - the government encourage investors for filming by 15% of the money back from the government and the easing permission. 2) Thai movie city should be located in Chonburi province, with an inclusive service (pre, during, and post filmings) along with facilities and amusement parks; it should contain 6 areas, studio, car parks & office, the scene in the water, forest & urban areas, miniature scene, and cultural promotion area for tourists. 3) Identity of the film city must be expressed in a playful Thai tradition, Thai food, scenes, spaces and theatre reflecting the Thai culture. This includes a team of Thai people who are smiley, have good hearts, love to help others, flexible, and full of everything, both work and play.

Keywords: Designating a Film City, Diamond Diagram, Thai context identity



บทนำ

ภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำที่ประเทศไทยสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ที่ นายริชาร์ด เบอร์ตัน (Richard Burton) ชาวอเมริกันเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีที่แสดงขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมไทย และในรัชกาลที่ 6 นายเฮนรี เอ แมคเร (Henry A. McRay) แห่งบริษัทยูนิเวอร์แซล ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องนางสุวรรณ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่สร้างโดยชาวต่างชาติ จากสถิติการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ปี 2558 ทั้งหมด 724 เรื่อง สร้างรายได้เข้าประเทศ 3,164.30 ล้านบาท ที่ผ่านมามีประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นแหล่งผลิตภาพยนตร์ โดยได้รับความสนใจในฐานะเป็นประเทศที่ผลิตงานคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม (กองกิจการภาพยนตร์, 2559)

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และในวิดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ของเอเชีย (Thailand: The Asia Hub of Movie and Digital Content) โดยการสนับสนุนการพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการกระบวนการผลิตและการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมผู้ประกอบการ อาทิ การจัดพื้นที่บริการผู้ประกอบการในรูปแบบนิคมอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์ เช่น เมืองภาพยนตร์ (Movie Town) พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองภาพยนตร์ ดังตัวอย่าง Hollywood ในประเทศสหรัฐอเมริกา (กลุ่มเลขานุการคณะกรรมการภาพยนตร์และวิดิทัศน์แห่งชาติ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2559) ในประเทศไทยมีศักยภาพ ความพร้อม และยังสร้างสถานที่หลายแห่งที่ใกล้เคียงกับการเป็นเมืองภาพยนตร์ในหลายด้าน ได้แก่ แหล่งเงินทุน บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการสร้างสรรค์ มีผลงานที่เป็นที่ประจักษ์และเป็นที่ต้องการของต่างประเทศ และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งยังนโยบายของรัฐบาลตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ก็ให้การสนับสนุนอย่างดี (รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2552) ตัวอย่างองค์กรที่จัดสร้างและให้บริการคล้ายคลึงกับเมืองภาพยนตร์ ได้แก่ บริษัทกันตนา กรุ๊ป ได้สร้าง “มูฟวี่ทาวน์” ในรูปแบบ “One Town One Stop Service” และบริษัท แมทซิ่ง แม็กซิโมซ์ โซลูชั่น จำกัด (มหาชน) “Matching Movie Town” เพื่อเป็นศูนย์กลางของการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาและรายการทีวี นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มนักลงทุนจากสหรัฐอเมริกามีแผนการสร้างเมืองภาพยนตร์ขนาดใหญ่ในประเทศไทย ในชื่อ “Studios International” เพื่อหวังผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นฮอลลีวูดของเอเชียรายต่อไป และ “University of Southern California” สถาบันด้านภาพยนตร์ระดับโลกจะมาตั้งอยู่ภายในเมืองภาพยนตร์อีกด้วย เมืองภาพยนตร์นี้จะยังเป็นพื้นฐานในการสร้างองค์ความรู้ และดึงดูดนักศึกษาต่างชาติในภูมิภาคให้เข้ามาศึกษาด้านนี้ในประเทศไทยมากขึ้น (กองบรรณาธิการ Positioning, 2547) ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้พิจารณาว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะรวบรวมข้อมูลจากทุกภาคส่วน อาทิ ผู้ประกอบการธุรกิจ การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย เจ้าของกิจการ ลูกจ้าง และ



พนักงาน และรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อได้ข้อมูลครบทุกด้านทุกมิติ และนำมาวิเคราะห์ในการหารูปแบบเมืองภาพยนตร์ในการจัดตั้งและพัฒนาให้เกิดขึ้นได้จริง อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนในภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งออกวัฒนธรรมไทยในอนาคตได้ ข้อค้นพบจากงานวิจัยทำให้ทราบถึงรูปแบบที่เหมาะสมกับประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับการจัดตั้งเมืองภาพยนตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed - Method) โดยแบ่งงานวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เพื่อค้นหาชุดความรู้จากการศึกษาเมืองภาพยนตร์ต้นแบบที่เหมาะสมกับประเทศไทย ขั้นตอนเริ่มจากการศึกษาผ่านเอกสาร (Document Research) แล้วสำรวจพื้นที่ (Field Research) โดยสนามที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและเก็บข้อมูล คือ รูปแบบเมืองภาพยนตร์ราโมจิฟิล์มซิตี สาธารณรัฐอินเดีย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นตามแบบจำลองเพชรแห่งพลวัต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสรุปเป็นชุดข้อมูลกรณีศึกษาจาก การลงภาคสนามโดยวิเคราะห์ตามแนวคิดแบบจำลองเพชรแห่งพลวัต (Dynamic Diamond Model) 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยการดำเนินงาน (Factor Condition) 2) ความต้องการของตลาด (Demand Condition) 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และ 4) กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) (Porter, M. E., 1990)

ระยะที่ 2 ร่างรูปแบบเมืองภาพยนตร์ของไทยที่สอดคล้องอัตลักษณ์ไทยและองค์ประกอบทางวัฒนธรรม ขั้นตอนเริ่มจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้บริหารและผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย จำนวน 20 คน ซึ่งเป็นผู้บริหาร/บุคลากรที่มีประสบการณ์ในธุรกิจภาพยนตร์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี คุณสมบัติในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจะแตกต่างกันตามกลุ่ม 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มธุรกิจการถ่ายทำ 2) กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 3) กลุ่มบุคลากรที่เคยทำงานกับกองถ่ายต่างประเทศ และ 4) กลุ่มหน่วยงานราชการ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสนทนากลุ่ม (Focus Group) 4 กลุ่มดังกล่าว กลุ่มละ 10 คน จำนวนทั้งสิ้น 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นในประเด็น สถานที่/จังหวัด โครงสร้าง และอัตลักษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสรุปข้อมูลให้ได้รูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่จะนำไปปรับใช้กับประเทศไทย และแนวทางการนำเสนอเมืองภาพยนตร์ผ่านอัตลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมไทยภายใต้กรอบแนวคิดดีเอ็นเอทางวัฒนธรรมของไทย (Cultural DNA)



ประกอบด้วย 5 Fs ได้แก่ 1) ความสนุก (Fun) 2) ความยืดหยุ่น (Flexible) 3) ความเป็นมิตร (Friendly) 4) ความมีรสชาติ (Flavoring) และ 5) การเติมที่กับชีวิต (Fulfilling) (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2561)

ระยะที่ 3 สำนวณความคิดเห็นต่อเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กำหนดขนาดตัวอย่างกำหนดโดยโปรแกรม G*power ที่เพียงพอกับสถิติ t-test Independence และ One-Way ANOVA กำหนดค่า effect size = 0.05 และ $1-\beta = 0.80$ ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 200 คน (Faul, F. et al., 2007) เพื่ออัตราตอบกลับและข้อมูลสูญหาย ร้อยละ 20 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 240 คน กำหนดโควตาในแต่ละกลุ่มธุรกิจ 4 กลุ่ม เช่นเดียวกับงานวิจัยระยะที่ 2 แต่ละกลุ่มละ 60 คน โดยแบ่งเป็น เจ้าของธุรกิจ/ผู้บริหารระดับสูง 30 คน และลูกจ้าง/พนักงาน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามในประเด็นความคิดเห็นต่อเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทยตามองค์ประกอบของแบบจำลองเพชรแห่งพลวัต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย

1.1 เมืองภาพยนตร์สาธารณรัฐอินเดีย: เมืองภาพยนตร์ต้นแบบที่เหมาะสมกับประเทศไทย ราโมจิฟิล์มซิตี ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1996 โดย Ramoji Rao เพราะต้องการให้คนทำงานภาพยนตร์ได้มาถ่ายทำในรูปแบบร้านค้าครบวงจร นอกจากนี้ รัฐบาลยังเห็นว่าเป็นการลงทุนที่ดี จึงช่วยสนับสนุนให้กระบวนการก่อตั้งให้เป็นไปได้อย่างราบรื่น (Jassa, T. S., 2020) ผู้ใช้บริการแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (Jassa, T. S., 2020); (Kolli, K., 2020)

1.1.1 นักท่องเที่ยว (Visitor) จัดเป็นโปรแกรมทัวร์หลายรูปแบบ มีห้องประชุมที่ทันสมัย โรงแรมระดับ 3 - 5 ดาว ร้านอาหาร และสโมสรรักษาสุขภาพ ตัวอย่างการให้บริการ เช่น การออกทัวร์รถไปรับที่สนามบิน การเช่ารถ นอกจากจะได้สัมผัสการทำงานภาพยนตร์ระดับโลกแล้วยังได้เห็นวัฒนธรรมอินเดียผ่านฉากภาพยนตร์ สถานที่ และกิจกรรมในราโมจิฟิล์มซิตีอีกด้วย

1.1.2 ผู้ผลิตภาพยนตร์ (Producer) ราโมจิฟิล์มซิตีเปรียบเสมือนร้านค้าครบวงจรสำหรับคนทำหนัง โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกขั้นตอน ทั้งก่อนการถ่ายทำ การผลิต และหลังการถ่ายทำ เช่น ทีมงาน Art พื้นที่ขนาดใหญ่ ห้องเก็บเสียง การสร้างฉากได้ด้วยตนเอง เป็นต้น และยังสามารถรองรับการผลิตภาพยนตร์และโทรทัศน์ได้มากถึง 100 รายการต่อวัน

1.2 รูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย

1.2.1 ปัจจัยการดำเนินงาน มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรไทยได้รับการพัฒนาฝีมือจนเป็นที่ยอมรับและมีความสามารถมากเทียบเท่ามาตรฐานโลก โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม 1) กลุ่มที่ทำงานตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ และ 2) กลุ่มที่



ทำงานตลาดภาพยนตร์ประเทศไทย ทั้ง 2 กลุ่มล้วนมีผลงานเทียบเท่ามาตรฐานโลก 2) ทรัพยากรทางกายภาพ ประเทศไทยอยู่ในระดับ TOP Location ของโลก เพราะพื้นที่มีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้าน 3) แหล่งทุน/ ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย ภาพยนตร์ที่สร้างในประเทศไทยมีต้นทุนอยู่ในระดับกลางในสายตาของกองถ่ายต่างประเทศ แต่แหล่งเงินทุนที่สนับสนุนยังมีไม่เพียงพอ 4) โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค สถานที่ถ่ายทำเข้าถึงได้ง่าย สาธารณูปโภคมีความพร้อม เทคโนโลยีและอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ครบครันและทันสมัย เช่นเดียวกับเมืองภาพยนตร์ของอินเดียที่พร้อมไปด้วยสตูดิโอ ฉาก เทคโนโลยี และทีมงานผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งร้านอาหารและโรงแรมที่พัก (เฉลิมชาติ ฤกษ์, 2562)

1.2.2 ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด ภาพยนตร์ต่างประเทศที่ถ่ายทำในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ความต้องการตลาดไปได้ดี ส่วนใหญ่มาจากอินเดีย ปากีสถาน กลุ่มเอเชียใต้ กลุ่มฝรั่งเศส อิตาลี และญี่ปุ่น มีการรวมกลุ่มกันเพื่อให้บริการในธุรกิจภาพยนตร์หลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ ภาครัฐของไทยสนับสนุนการคืนเงิน 15% และภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะถ่ายทำในไทยขออนุญาตได้ง่ายขึ้น (มนตรี อยู่สมบูรณ์, 2562) และผลจากแบบสอบถาม พบว่า ความคิดเห็นต่อสถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง แต่ความคิดเห็นต่อความต้องการผลิตภาพยนตร์อยู่ในระดับสูง

1.2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน แรงสนับสนุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่สำคัญคือ ภาคธุรกิจที่เข้มแข็ง ประเทศไทยมีสตูดิโอถ่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ที่รองรับการทำงานระดับสากล และมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องมาก ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ที่มีมาตรฐานรองรับกองถ่ายทำต่างประเทศได้ (ภควัฒ์ สุพรรณพันธ์, 2562) และผลจากแบบสอบถาม พบว่า ความคิดเห็นต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพยนตร์อยู่ในระดับสูงมาก

1.2.4 กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน ปัจจุบันภาครัฐมีทิศทางการพัฒนาและการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมมากขึ้น (อุบลวรรณ สุจริตกุล, 2562) ภาครัฐยังได้ปรับปรุงนโยบายภาษี เพื่อส่งเสริมการลงทุนและปรับมาตรฐานภาพยนตร์ให้ทัดเทียมต่างประเทศ แต่ยังคงขาดการสนับสนุนที่เป็นระบบและต่อเนื่อง (สิทธิไชย ไซยันต์, 2562) เช่นเดียวกับ รัฐบาลอินเดียที่เห็นว่าการสร้างเมืองภาพยนตร์เป็น การลงทุนที่ดีจึงสนับสนุน (Jassa, T. S., 2020) และผลจากแบบสอบถามยังพบว่า โครงสร้างพื้นฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง มีความพร้อมในการสร้างเมืองภาพยนตร์ แหล่งทุนสนับสนุนอยู่ในระดับต่ำ ขนาดเมืองภาพยนตร์ขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สถานที่ตั้งควรเป็นต่างจังหวัดที่ การเดินทางสะดวก มีท่าเรือ มีสนามบิน หรือเป็นจังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯ เช่น ปทุมธานี สมุทรปราการ ชลบุรี เป็นต้น เมืองภาพยนตร์ควรแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย ทันสมัย และมีรูปแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)



2. อัตลักษณ์ความเป็นไทยของเมืองภาพยนตร์

2.1 ความสนุก สิ่งดึงดูดผู้ชมต่างชาติ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง พี่มาก พระโขนง คือ วัฒนธรรมพื้นบ้าน ฉากที่เล่นเหมือนสวนสนุกงานวัด นอกจากเห็นประเพณีแล้ว ยังถือว่าคนไทยเป็นชนชาติที่สนุกสนานและชอบงานสร้างสรรค์ (วีระศักดิ์ ไควสุรัตน์, 2562)

2.2 ความยืดหยุ่น อัตลักษณ์ที่โดดเด่นคือความเป็นคนไทย ที่ยืดหยุ่น จิตใจดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความคิดบวกกับชาวต่างชาติ (ชาติชาย ไชยยนต์, 2562)

2.3 ความเป็นมิตร อุปนิสัยที่เป็นมิตรและรอยยิ้มเป็นที่พูดถึงและประทับใจคนต่างชาติ ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมที่แท้จริง (ภาควิณี พลานุวัฒน์, 2562)

2.4 ความมีรสชาติ อัตลักษณ์ไทยที่ชาวต่างชาติประทับใจ ได้แก่ ประเพณีไทย อาหารและวิถีการกินแบบไทย เช่น ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) (สมชัย สีนานุรักษ์, 2562) 2.5 การเติมที่ให้กับชีวิต คนไทยทำอะไรทำจริง และเติมที่ให้กับทุกเรื่อง บุคลากรในวงการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศมีความสามารถและทำงานได้มาตรฐานสากล (นนทกร ทวีสุข, 2562)

นอกจากนี้ วัฒนธรรมไทยยังมีความหลากหลายทั้งทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม ซึ่งดึงดูดภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย (วีระศักดิ์ ไควสุรัตน์, 2562) และผลจากแบบสอบถามยังพบว่า ความเห็นต่อการสร้างเมืองภาพยนตร์ควรให้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยอยู่ในระดับสูง

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามข้อค้นพบ 3 หัวข้อ ดังนี้

1. รูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

1.1 ปัจจัยด้านการดำเนินงานมีประเด็นที่น่าสนใจนำไปสู่การอภิปรายผลดังนี้

1.1.1 ทรัพยากรมนุษย์ ประเทศไทยมีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคนิคพิเศษ เนื่องจากภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีเงินทุนสูงเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เช่น เรื่อง Rambo III และ Extraction ไทยมีบริษัทให้เช่าอุปกรณ์ที่ทันสมัย มาตรฐานสากล มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทำงานในระดับสากลมากมาย คุณทิฆัมพร ทีปะปาล ได้ทำคอมพิวเตอร์กราฟิกให้หนังฮอลลีวูด เช่น *King Arthur: Legend of the Sword*, *Guardian of the Galaxy Vol.2*, *Thor: Ragnarok*, *Avengers: Infinity War* (กษิติศ ปาณทุเดชะ, 2561) บริษัทเกียร์เฮด จำกัด บริษัท วี.เอส. เซอร์วิส จำกัด มีเทคโนโลยี Virtual Production ที่ใช้จำลองฉากที่มีลักษณะพิเศษบางฉากได้ อีกทั้งยังมีการศึกษาของรักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่อง ยุทธศาสตร์การจัดตั้งอาณาจักรภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในประเทศไทย พบว่า ไทยมีความพร้อม บุคลากรมีความรู้ความสามารถเพียงพอ โดยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินการ (รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2552)



1.1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ เมืองภาพยนตร์ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีทะเล ป่า ภูเขา เพราะสะดวกในการถ่ายภาพยนตร์ ประเทศไทยมีระบบอินเทอร์เน็ตเข้าถึง มีการคมนาคมที่ดี ปลอดภัย มีที่พักระดับมาตรฐาน 3 - 5 ดาวตามแหล่งท่องเที่ยว มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ การศึกษาของ พิรัชย์ เกิดสินธุ์ และคณะ เรื่อง ภาพอนาคตอาณาจักรภาพยนตร์ในประเทศไทย: แนวทางการสร้างและบริหารจัดการ พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในด้านสถานที่ถ่ายทำและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจังหวัดที่มีสถานที่ตั้งที่เหมาะสม ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี กรุงเทพมหานคร และจังหวัดภูเก็ต (พิรัชย์ เกิดสินธุ์ และคณะ, 2553)

1.2 ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด เอเชียกลายเป็นที่ต้องการของตลาดภาพยนตร์ ภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จต้องจับคู่ระหว่างนักแสดงตะวันตกและตะวันออก (Kumar, 2006) ส่วนความนิยมทีมงาน นักแสดง และสถานที่ถ่ายทำของไทยมีดังนี้

1.2.1 ความนิยมทีมงานคนไทยในภาพยนตร์ต่างประเทศเพิ่มขึ้น เช่น “ผู้กำกับวิชัย เกาไศยน์นัท” ในภาพยนตร์ต่างประเทศเรื่อง Ballistic (สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ, 2558) และนักคอมพิวเตอร์กราฟิกที่พิมพ์ ที่ปะปาล ในภาพยนตร์เรื่อง King Arthur: Legend of the Sword (กษิติศ ปาณทุเดชะ, 2561)

1.2.2 ความนิยมนักแสดงไทยในภาพยนตร์ต่างประเทศเพิ่มขึ้น เช่น รฐา โพธิ์งาม ในภาพยนตร์เรื่อง Only God Forgives นิรุตต์ ศิริจรรยา ในภาพยนตร์เรื่อง The Hangover Part II สายเชียว วงศ์วิโรจน์ ในภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand ดอน อธิธาตา ในภาพยนตร์เรื่อง Logan และทัชชกร (จา พนม) จิรัมย์ ในภาพยนตร์เรื่อง Monster Hunter

1.2.3 ความนิยมใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศมีจำนวนมาก เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1927 จำนวน 1 เรื่อง ช่วงปี ค.ศ. 1950s - 1970s จำนวน 12 เรื่อง ช่วงปี ค.ศ. 1980s จำนวน 5 เรื่อง ช่วงปี ค.ศ. 1990s จำนวน 8 เรื่อง ช่วงปี ค.ศ. 2000s จำนวน 19 เรื่อง ช่วงปี ค.ศ. 2010s จำนวน 4 เรื่อง และล่าสุดปี ค.ศ. 2020 จำนวน 1 เรื่อง

1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน การเป็นแหล่งรวมและศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง เช่น ผู้ให้บริการมัลติมีเดียและซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง สถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น เช่นเดียวกับเมืองภาพยนตร์ของอินเดียที่มีหลายบริการจากภายนอก เช่น หน่วยมินิฟิล์มที่พร้อมด้วยช่างแต่งหน้า ผู้กำกับ และช่างภาพ เป็นต้น (Kumar, S., 2006) และเมืองภาพยนตร์ของจีน ตั้งอยู่บนพื้นที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง และการคมนาคมสะดวกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (McGee, H. & Shih, W., 2016) อีกทั้งยังมีการศึกษาของ พิรัชย์ เกิดสินธุ์ และคณะ เรื่อง ภาพอนาคตอาณาจักรภาพยนตร์ในประเทศไทย: แนวทางการสร้างและบริหารจัดการ พบว่า รูปแบบความเป็นไปได้ของอาณาจักรภาพยนตร์ไทยมี 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ 1) ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์กลางการเผยแพร่



วัฒนธรรมด้านภาพยนตร์ 2) ในฐานะของศูนย์กลางการผลิตภาพยนตร์ และ 3) ในฐานะศูนย์กลางติดต่อธุรกิจ (พีรชัย เกิดสินธุ์ และคณะ, 2553) และตามการศึกษาของ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่องยุทธศาสตร์การจัดตั้งอาณาจักรภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในประเทศไทย พบว่าควรเป็นศูนย์กลางของบริษัทภาพยนตร์และหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด โรงถ่ายภาพยนตร์หลักควรเป็นโรงถ่ายมีครบวงจรทุกอย่าง เช่น สวนสนุก แหล่งท่องเที่ยว สถานศึกษา แหล่ง ช้อปปิ้ง โรงละครและอื่น ๆ (รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2552)

1.4 กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน เมืองภาพยนตร์เป็นการลงทุนขนาดใหญ่และเป็นสถานที่สำคัญของประเทศไทย ภาครัฐจึงควรสนับสนุนและร่วมลงทุน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งเมืองภาพยนตร์ของประเทศอินเดีย ภาครัฐก็ให้ความสำคัญและสนับสนุนเช่นกัน โดยมีพื้นที่มากกว่า 4,000 ไร่ นับว่าเป็นเมืองภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (Ramoji Film City, 2018); (Jassa, T. S., 2020) นอกจากนี้ การศึกษาของ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่องยุทธศาสตร์การจัดตั้งอาณาจักรภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในประเทศไทย พบว่า ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสมทั้งสองฝ่าย และควรให้ภาคเอกชนเป็นผู้บริหารภายใต้การกำกับของภาครัฐ (รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2552)

2. อัตลักษณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับการจัดตั้งเมืองภาพยนตร์

2.1 ความมีรสชาติ ได้แก่

2.1.1 ความวิจิตรงดงามของศิลปะไทย เช่น Around the World in Eighty Days มีเรือพระที่นั่งเข้าฉาก Crocodile river ถ่ายที่วัดพระแก้ว พระที่นั่งอนันตสมาคม ฯลฯ Mortal Kombat: Annihilation ถ่ายทำที่อยุธยา

2.1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเสน่ห์แปลกตา Tarzan's Three Challenges ถ่ายทำที่ถ้ำเขาหลวงในจังหวัดเพชรบุรี วัดพระพุทธบาทจังหวัดสระบุรี และออบหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และ The Man with the Golden Gun ถ่ายทำที่จังหวัดพังงา และจังหวัดภูเก็ต ทำให้เขาตาปู้จักไปทั่วโลก ในชื่อ “เกาะเจมส์บอนด์”

2.1.3 วิถีชุมชนคนไทย เช่น Tarzan's Three Challenges ถ่ายทำที่ตลาดน้ำวัดไทรในกรุงเทพ Banco A Bangkok Pour OSS117 ถ่ายสถานที่โดยรอบกรุงเทพ (สนามบินดอนเมือง สถานเสาวภา ฯลฯ) และต่างจังหวัด Crocodile River ถ่ายสถานที่โดยรอบกรุงเทพ เช่น สะพานพระพุทธยอดฟ้า เป็นต้น

2.2 ความเป็นมิตร และการเติมที่กับชีวิตเป็นวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์ต่างประเทศ จากนักแสดงและทีมงานคนไทยร่วมแสดงในภาพยนตร์ต่างประเทศ การศึกษาของ ปริญนันทนา พงษ์ไพบูลย์ และคณะ เรื่อง “ยิ้มสยาม” ในมุมมองของชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า คนไทยมีรอยยิ้มสยามที่แสดงทั้งในแง่การต้อนรับและแสดงความเป็นมิตร ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของไทย (ปริญนันทนา พงษ์ไพบูลย์ และคณะ, 2558)



3. แนวทางการสร้างเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย จากผลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นต่อเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย พบว่า สถานที่ที่สมควรเป็นต่างจังหวัดที่การเดินทางสะดวก มีท่าเรือ มีสนามบิน หรือเป็นจังหวัดที่ใกล้กรุงเทพ และผลจากงานวิจัยของพีรชัย เกิดสินธุ์ และคณะ พบว่า อาณาจักรภาพยนตร์ในประเทศไทยควรตั้งที่จังหวัดเชียงใหม่ ชลบุรี กรุงเทพมหานครหรือภูเก็ต ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้นำเสนอเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทยใน 3 รูปแบบที่แตกต่างกัน โดยเรียงลำดับความพร้อมดังนี้ 1) เมืองภาพยนตร์ชลบุรี ใกล้กรุงเทพ มีท่าเรือแหลมฉบัง สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทั้งภูเขาและทะเล โรงแรม/ที่พัก 3 - 5 ดาว และภัตตาคาร/ร้านอาหาร 2) เมืองภาพยนตร์ภูเก็ต มีท่าเรือน้ำลึก สนามบินนานาชาติ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม โรงแรม/ที่พัก 3 - 5 ดาว และภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ 3) เมืองภาพยนตร์เชียงใหม่ มีสนามบินนานาชาติ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวทางภูเขา โรงแรม/ที่พัก 3 - 5 ดาว และภัตตาคาร/ร้านอาหาร (พีรชัย เกิดสินธุ์ และคณะ, 2553) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการสร้างเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย ณ เขตปกครองพิเศษพัทยา จังหวัดชลบุรี ห่างจากกรุงเทพฯ 81 กิโลเมตร มีท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา และในปี พ.ศ. 2566 จะมีรถไฟความเร็วสูงเชื่อมสนามบินดอนเมือง - สุวรรณภูมิ - อู่ตะเภา (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2562) พัทยายังมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ สวนสัตว์ - สวนสนุก และวัดและสถานที่เชิงวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินงาน คือ การร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชนโดยให้เอกชนเป็นผู้บริหารภายใต้กำกับของรัฐ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ จึงควรจัดตั้งเมืองภาพยนตร์เพื่อรองรับการถ่ายทำทั้งภาพยนตร์ของไทยและต่างประเทศ โดยมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการผลิตภาพยนตร์ แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเผยแพร่ทางวัฒนธรรม ดังรายละเอียดดังตารางที่ 1

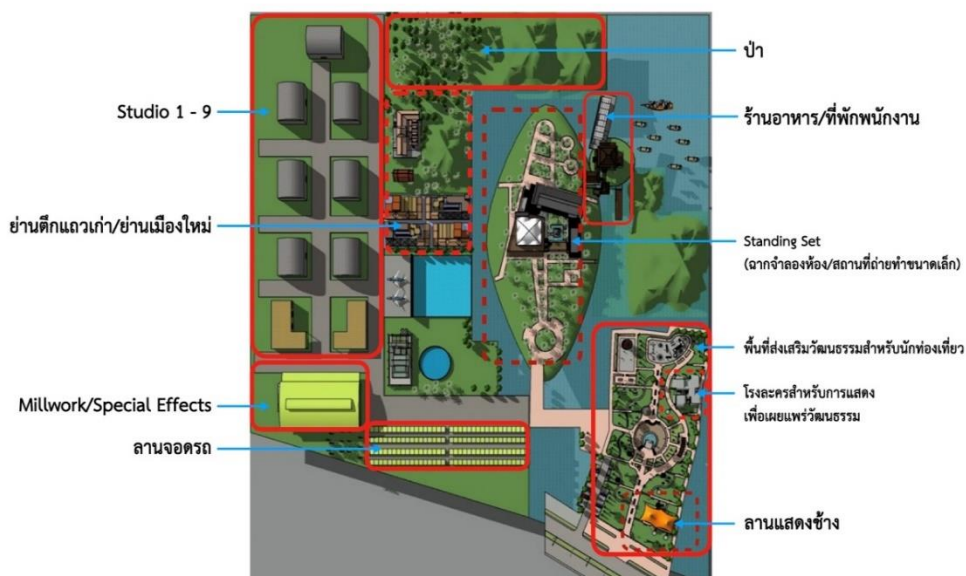
ตารางที่ 1 สรุปประเด็นสำคัญแนวทางการสร้างเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย

ประเด็นสำคัญ	ประเด็นที่เลือก	เหตุผลสนับสนุน
ที่ตั้ง	หนองชะแก้ว ต.ห้วยใหญ่ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี	- ใกล้กับหาดพัทยา สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา และสถาปัตยกรรม วิถีชุมชนตลาด - ติดกับ ถ.หมายเลข 7 ที่เดินทางไปกรุงเทพ - ขับรถจากสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา 18 นาที
ขนาด	ขนาดกลาง 100 ไร่	- ใกล้กับที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยว - สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้จากแบบสอบถาม
การบริการสำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์	- ทีมงานมืออาชีพให้บริการทั้ง 3 ระยะเตรียมงาน ถ่ายทำ และหลังถ่ายทำ - ให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ - สตูดิโอที่มีอุปกรณ์ครบครัน - อุปกรณ์และเทคโนโลยีทันสมัย - ฉากสมจริง	- มีความพร้อมทั้งบุคลากร และสามารถจัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย - ดึงดูดความสนใจให้ทั้งผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศและผู้ผลิตมือใหม่และมืออาชีพ - วัฒนธรรมไทยแสดงออกผ่านสถานที่ (ฉากการถ่ายทำ) เมืองภาพยนตร์ต้องมีอัตลักษณ์ชัดเจน



ประเด็นสำคัญ	ประเด็นที่เลือก	เหตุผลสนับสนุน
การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	- ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่แสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย การแกะสลักผัก/ผลไม้ น้ำสมุนไพร เป็นต้น - ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่นิยมในทุกเพศทุกวัย เช่น ไก่ทอด เบเกอรี่ พิชซ่า กาแฟ น้ำผลไม้ปั่น เป็นต้น	- วัฒนธรรมไทยสามารถผ่านอาหารที่มีรสชาติเด่นชัด - ควรมีร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนหนึ่งที่อำนวยความสะดวกทั้งทีมงานผู้ผลิตภาพยนตร์ และนักท่องเที่ยวได้ทานได้ง่ายและสะดวก
แหล่งท่องเที่ยวและสวนสนุก	- จุดที่ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป - สวนสนุกธีมภาพยนตร์ไทย - การละเล่นและการแสดงทั้งของไทยและสากล	- สอดแทรกให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและยอมรับวัฒนธรรมไทยผ่านการถ่ายรูป เครื่องเล่นสวนสนุก เกมสและการละเล่น และการชมการแสดงของไทย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลแนวทางดังกล่าวเข้าที่ประชุมกับผู้ทำงานภาพยนตร์มากกว่า 10 ปี จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพ และอุปนายกสมาคมเครือข่ายผู้สร้างสรรค์วิชาชีพสื่อบันเทิงไทย ได้ข้อสรุปผังและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองภาพยนตร์ แบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) สตูดิโอ 2) ที่จอดรถและส่วนสำนักงาน 3) ฉากถ่ายทำบนผิว/ใต้น้ำ (Tank) 4) ป่าและย่านเมือง 5) ฉากจำลองห้อง/สถานที่ขนาดเล็ก และ 6) พื้นที่ส่งเสริมวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยว (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ผังเมืองภาพยนตร์ของประเทศไทย



สรุป/ข้อเสนอแนะ

รูปแบบเมืองภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับประเทศไทยมี 3 แบบ ได้แก่ 1) เมืองชลบุรี 2) เมืองภูเก็ต และ 3) เมืองเชียงใหม่ โดยเมืองชลบุรีมีความพร้อมมากที่สุด ซึ่งควรตั้งที่เขตพัทยา มีขนาดกลาง ให้บริการการผลิตภาพยนตร์ครบวงจร โดยภายในเมืองภาพยนตร์แบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) สตูดิโอ 2) ที่จอดรถและส่วนสำนักงาน 3) ฉากถ่ายทำในน้ำ 4) ป่าและย่านเมือง 5) ฉากจำลองขนาดเล็ก และ 6) พื้นที่ส่งเสริมวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยว อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยแสดงออกผ่านประเพณีไทยที่สนุกสนาน อาหารการกินแบบไทย ฉาก พื้นที่โรงละครทางวัฒนธรรมไทย รวมทั้งทีมงานคนไทยที่มีรอยยิ้ม จิตใจดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ยืดหยุ่น และเต็มใจกับทุกเรื่อง ดังนั้น เมืองภาพยนตร์ของไทยควรเป็นจุดศูนย์รวมที่ทีมงานคุณภาพ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ มีฉากที่เป็น Landmark ของประเทศไทยที่แสดงอัตลักษณ์อันโดดเด่น วิจิตรงดงาม เสน่ห์มนตราของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมิตรไมตรีจากวิศิษฐ์ชนไทย และควรมีพื้นที่ท่องเที่ยวและสวนสนุกเพื่อดึงดูดและนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย นอกจากนี้ รัฐบาลควรสนับสนุนเงินลงทุนในการจัดสร้างเมืองภาพยนตร์ เพิ่มสิทธิพิเศษแก่นักลงทุนต่างชาติในพื้นที่เขตพัทยา และมีมาตรการส่งเสริมผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย เช่น ลดภาษี ลดค่าเช่าสถานที่/อุปกรณ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2561). 5 ดีเอ็นเอทางวัฒนธรรม ที่นำมาต่อยอดเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ได้. เรียกใช้เมื่อ 19 เมษายน 2564 จาก <https://www.creativethailand.net/en/video/detail/126-5-ดีเอ็นเอทางวัฒนธรรม-ที่นำมาต่อยอดเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ได้>
- กลุ่มเลขานุการคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564). เรียกใช้เมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2564 จาก https://www.mculture.go.th/mculture_th60/download/article/article_20161130090947.pdf
- กษิตศ ปาณทุเดชะ. (2561). ทิฆัมพร ที่ปะปาล จากฝันวัยเด็ก สู่ออนิเมเตอร์วงการฮอลลีวูด. เรียกใช้เมื่อ 3 กรกฎาคม 2561 จาก https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1026512
- กองกิจการภาพยนตร์. (2559). การขออนุญาตสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักรไทย. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2561 จาก <https://www.thailandfilmoffice.go.th/ebook/B0050/index.html#p=14>
- กองบรรณาธิการ Positioning. (2547). เมืองกับหนัง (TOWN and MOVIE : Movie Town Business Model). เรียกใช้เมื่อ 31 ตุลาคม 2559 จาก <http://positioningmag.com/682>



- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2562). COMPLETE GUIDE TO SRT 4.0 วารสารรถไฟสัมพันธ์. เรียกใช้เมื่อ 25 สิงหาคม 2564 จาก <https://www.railway.co.th/RailwayMiddleFile/NewsAndActImg/1307/>
- เฉลิมชาติรี ยุคล. (1 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- ชาติชาย ไชยยนต์. (25 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- นนทกร ทวีสุข. (18 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- ปริญันทนา พงษ์ไพบูลย์ และคณะ. (2558). “อัมสยาม” ในมุมมองของชาวต่างชาติในประเทศไทย. ใน เอกสารประชุมวิชาการ การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดนนทบุรี.
- พีรชัย เกิดสินธุ์ และคณะ. (2553). ภาพอนาคตอาณาจักรภาพยนตร์ในประเทศไทย : แนวทางการสร้างและบริหารจัดการ. เรียกใช้เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://ocac.go.th///wp-content/uploads/2018/05/53-7.pdf>
- ภควัต สุพรรณพันธ์. (8 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- ภาคภูมิ พลานวัฒน์. (13 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- มนตรี อยู่สมบูรณ์. (5 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2552). ยุทธศาสตร์การจัดตั้งอาณาจักรภาพยนตร์และวितิต์ศน์ในประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://ocac.go.th///wp-content/uploads/2018/05/52-1.pdf>
- วีระศักดิ์ โคสุรัตน์. (15 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- สมชัย สีนานรักษ์. (25 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ. (2558). หนังสือไทยโกอินเตอร์. เรียกใช้เมื่อ 2 มีนาคม 2561 จาก <https://positioningmag.com/7749>
- สิทธิไชย ไชยยนต์. (10 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)



- อุบลวรรณ สุจริตกุล. (3 กรกฎาคม 2562). รูปแบบเมืองภาพยนตร์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย. (เศรษฐา วีระธรรมานนท์, ผู้สัมภาษณ์)
- Faul, F. et al.. (2007). G* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. Behavior research methods, 39(2), 175-191.
- Jassa, T. S. (2020, August 4). History and Service of the Film City. (Settha Veerathunmanon, Interviewer)
- Kolli, K. (2020, August 10). History and Service of the Film City. (Settha Veerathunmanon, Interviewer)
- Kumar, S. (2006). Mapping Tollywood: The Cultural Geography of “Ramoji Film City” in Hyderabad. Quarterly Review of Film and Video, 23(2), 129-138.
- McGee, H. & Shih, W. (2016). Wanda Studios Qingdao. Harvard Business School. An International Journal, 15(9), 1-4.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. 1st Edition. New York : Palgrave.
- Ramoji Film City. (2018). Realise your celluloid dreams: RAMOJI FILM CITY. Retrieved March 2, 2021, from <http://www.ramojifilmcity.com>