



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวนันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวนันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวนันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- | | |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันดีโกมล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภาสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 6. ดร.ยงยุทธ สวงนวม | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงค์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช | มหาวิทยาลัยหอการค้า |



การประชุมวิชาการแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นียดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาร์ ธารักษ์ | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลัปลีง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลัปลีง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วรัชพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุวีลินนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสติด | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควิษระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกียรติทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติคส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อำพลฟู๊ดส์ โพรเซสซิง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฟารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลีอมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอขอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชัย ศรีรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ความสัมพันธ์ของสื่อภาพยนตร์ไทยที่มีต่อการสร้างทุนทางวัฒนธรรมของ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดระยอง

Thailand's media film relations to create the cultural capital of the creative economy of the people in Rayong.

เทวิช ปินฉำ* สิริชัย ดีเลิศ**

Taewit Pincham Sirichai Deeler

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเข้าชมภาพยนตร์ในเขตพื้นที่ระยอง 2) เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีของสื่อภาพยนตร์ไทย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้รับชมภาพยนตร์และรับรู้ได้ถึงทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทย ในจังหวัดระยอง จำนวน 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยความถี่ และร้อยละ และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่าผู้เข้าชมภาพยนตร์ในจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อายุระหว่าง 20ถึง40ปี มีอาชีพหลักเป็นนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 – 35,000 บาท ปัจจัยด้านเพศ ช่วงอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือนผู้เข้าชมภาพยนตร์ รวมไปถึงประเภทของภาพยนตร์ ส่งผลต่อการรับรู้รูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยทุกด้าน

คำสำคัญ: เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์, ทุนทางวัฒนธรรม, ภาพยนตร์ไทย

Abstract

This research aimed 1) to study and analyze the behavior of movie audiences 2) To study the cultural capital of the Thai films. According to the concept of the creative economy. The sample consisted of 400 movie audience and recognize the cultural capital of the Thai films in Rayong Province. The obtained data from questionnaires. The statistics used to analyzing data were descriptive statistics including Frequency and Percentage. Inferential Statistic including One-Way ANOVA.

The result shows that the majority of the sample is male, single, age between 20 to 40 years old, bachelor degree as the level of education, main occupation as a student, income between 25,001 to 35,000 baht. The difference of gender factors. The age factor, level of education factor, career factor and monthly income factor of movie audience including kind of film all affected to recognition form of cultural capital in the media films of Thailand.

Keyword: Creative economy, Cultural capital, Thai film

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ ดร. สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

•••••

บทนำ **สร้างภาพยนตร์ ตามในแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

รายงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีรายงานที่ "ความคิดสร้างสรรค์" ในหมายถึงการกำหนดหรือสร้างของความคิดใหม่และการประยุกต์ใช้ความคิดเหล่านี้ในการผลิตงานต้นฉบับของศิลปะและสินค้าทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์การกระบวนกรสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่นั่นจึงเป็นด้านเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์ที่จะก่อให้เกิดการส่งเสริมผู้ประกอบการในด้านนวัตกรรมการเพิ่มผลผลิต การสร้างความแตกต่าง และส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจUNCTAD (2008)

สำหรับสื่อภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันนั้นเป็นสิ่งบันเทิงที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะเป็นสิ่งสร้างสรรค์สรรให้แก่ผู้รับชม และเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการพักผ่อน ทั้งนี้ยังเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์อีกด้วย คนไทยในปัจจุบันสามารถเข้าถึงภาพยนตร์ได้มากขึ้นและสามารถเลือกรับชมภาพยนตร์ด้วยช่องทางที่หลากหลาย ทั้งในโรงภาพยนตร์ชั้นนำ ทั้งประเภทแผ่นซีดีและดีวีดี รวมไปถึงโลกออนไลน์ ทีวีออนไลน์ อย่าง อินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยรังสิต (2557) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนั้นทำให้ขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นมีความสลับซับซ้อน เกิดขึ้นจากผลกระทบของปัจจัยตัวแปรต่าง ๆ หลายประการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา(2558) ผู้ผลิตภาพยนตร์จึงต้องหาวิธีการสร้างความแตกต่างและแนวทางการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบต่างๆให้กับภาพยนตร์ หนึ่งในนั้นคือการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีอยู่มาสร้างเกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆในการ

ระยองเป็นจังหวัดขนาดเล็กแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศ เป็นที่รู้จักในปัจจุบันว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีผลไม้ชั้นยอด เป็นแหล่งอุตสาหกรรมหลักของประเทศ มีสภาพเศรษฐกิจดี มีรายได้ต่อหัวประชากรสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศ คือ 1,143,740 บาท/คน ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เท่ากับ 672,104 ล้านบาท ซึ่งมาจากสาขาการผลิตด้านอุตสาหกรรมและเหมืองแร่ กว่าร้อยละ 92 ประชากรมีทุนทรัพย์ในการจับจ่ายใช้สอยและมีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากทั้งคนที่เข้ามาทำงานกีดหรือคนที่อาศัยอยู่ตั้งแต่แรก กีด ทำให้มีความหลากหลายสูง จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของสื่อภาพยนตร์ไทยที่มีต่อการสร้างทุนทางวัฒนธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดระยอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเข้าชมภาพยนตร์ในจังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์และประเภทของภาพยนตร์ในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีของสื่อภาพยนตร์ไทยภาพยนตร์ ตามในแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2539) ทุนทางวัฒนธรรม คือ "...ทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม สิ่ง

•••••



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เหล่านี้เรียกว่าทุนวัฒนธรรม...”ที่มีความสำคัญในระบบทุนนิยมโลกปัจจุบันที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่สื่อถึงนัยทางวัฒนธรรม ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม ที่ผลิตสินค้าวัฒนธรรม(Cultural Product) และบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการนั้น

Pierre Bourdieu (1977) “ทุนทางวัฒนธรรม” ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอ หมายถึงสิ่งที่ได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม อันการเป็นคุณสมบัติที่เอื้อให้บุคคลนำไปเพิ่มพูนมูลค่าได้ เช่น ความรู้ ธรรมเนียม กิริยามารยาทนอกจากนี้ยังหมายรวมถึงทรัพย์สินต่างๆ ที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่คุณค่าทางเศรษฐกิจ แต่ก็มีบางส่วนที่สามารถมีมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจได้ เช่น งานศิลปะ หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และสินค้าทางวัฒนธรรมอื่นๆ

แนวคิดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

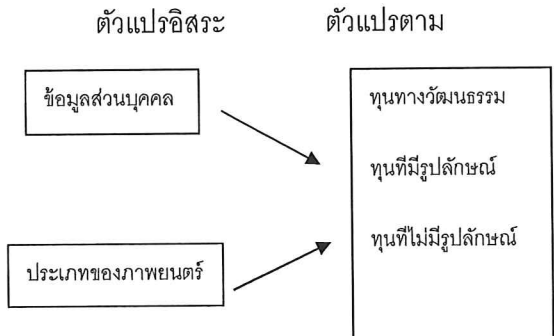
ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) (2553) ได้ให้นิยาม Creative Economy ไว้ว่าการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries: CI) เป็นกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552: 19- 20) ได้สรุปไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity)

และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสังคมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)

สาวิตรี สุวรรณสถิต (2012) ได้ให้ความหมายของทุนที่มีรูปลักษณ์และไม่มีรูปลักษณ์ดังนี้ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้คือทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบวัตถุสภาพที่ หรืออื่นๆ ที่สามารถสัมผัสได้โดยไม่ต้องผ่านตัวแปลอื่นๆ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ แสดงออกผ่านพาหะต่างๆ จัดแบ่งเป็น ๕ ประเภท ภาษาวรรณกรรม การแสดงและดนตรี ประเพณี ความรู้เรื่องธรรมชาติ และ ช่างฝีมือ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสื่อภาพยนตร์ไทยที่มีต่อการสร้างการรับรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประชาชนในจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาและการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการตามลำดับ การกำหนดประชากรและกลุ่ม



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรในจังหวัดระยอง ที่รับรู้ถึงทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยจากการเข้าชมภาพยนตร์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างของผู้ที่อาศัยอยู่ในระยอง ที่รับรู้ถึงทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยจากการเข้าชมภาพยนตร์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ p หมายถึง สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบกำหนด p=0.5)

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96 การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือ ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

หรือประมาณ 385 ตัวอย่าง โดยมีการเก็บแบบสอบถามเพิ่ม 15 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากแบบสอบถาม ดังนั้นขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

เท่ากับ 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ กลุ่มคนในจังหวัดระยองที่มีการรับรู้ต่อทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 การคำนวณหากกลุ่มขนาดตัวอย่างจะคำนวณตามวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างจากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลในการรับชมภาพยนตร์และทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยของประชาชนในจังหวัดระยอง และเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามภายใต้กรอบแนวคิด เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งข้อมูลสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมี 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก แต่ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุดเพียง ข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในการรับชมภาพยนตร์ จำนวน 6 ข้อ โดยมีลักษณะคำถามที่เป็นคำถามปลาย



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ปีใด มีหลายคำตอบให้เลือก แต่ให้เลือกตอบ
เพียงข้อเดียวเช่นเดียวกับส่วนที่ 1

อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อ
เดือน โดยคำนวณ หาค่าสถิติ ได้แก่
ค่าความถี่(Frequency) และหาค่าร้อยละ
(Percentage)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ
ประเภทของทุนทางวัฒนธรรมในสื่อ
ภาพยนตร์ของคนในระยอง ประกอบด้วย
คำถามที่เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม 6 แบบ
ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย,ด้าน
วัฒนธรรมอาหารและยา,ด้านศิลปะ,ด้าน
ประเพณี พิธีกรรม และธรรมเนียม,ด้าน
ความเชื่อและศาสนา และด้านการสื่อสาร
ภาษาถิ่น และสำนวน ตามทฤษฎีของ ชิฟ
แมน (Schiffman, 2000: 146)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น
เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ยาเสพติดแบบน้ำ
โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

เป็นการวัดแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนด
เป็น 5 ระดับ ให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบ
เดียว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ
ทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทย โดย
คำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean)
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation) และ การวิเคราะห์ ความ
แปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับความ
คิดเห็นด้านทุนทางวัฒนธรรมในสื่อ
ภาพยนตร์ จำนวน 28 ข้อ แบ่งเป็น 6 ด้าน
คือ

แบบทดสอบทุกชุดผู้วิจัยพัฒนาจาก
การทบทวนวรรณกรรมเครื่องมือทุกชุดได้
ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดย
ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านและได้ใช้การ
วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรครอน
บาคแอลฟา Cronbach's alpha coefficient
ผ่านโปรแกรม SPSS ผลการวิเคราะห์พบว่า
ค่า ความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.719 ซึ่ง
แสดงว่าความเชื่อถือได้อยู่ในระดับน่าพอใจ
โดยสรุปแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่มี
ค่าคุณภาพเครื่องมือที่ดีสามารถนำมาใช้
ศึกษาข้อมูลของความสัมพันธ์ของสื่อ
ภาพยนตร์ไทยที่มีต่อการสร้างทุนทาง
วัฒนธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- 1.ด้านวัฒนธรรมการแต่งกายของภาพยนตร์
ที่ได้รับชม จำนวน 4 ข้อ
 - 2.ด้านวัฒนธรรมอาหารและยาของ
ภาพยนตร์ที่ได้รับชม จำนวน 4 ข้อ
 - 3.ด้านศิลปะ ของภาพยนตร์ที่ได้รับชม
จำนวน 4 ข้อ
 - 4.ด้านประเพณี พิธีกรรม และธรรมเนียมของ
ภาพยนตร์ที่ได้รับชม จำนวน 4 ข้อ
 - 5.ด้านความ เชื่อและศาสนาของภาพยนตร์ที่
ได้รับชม นวน 4 ข้อ
 - 6.ด้านการสื่อสาร ภาษาถิ่น และสำนวนของ
ภาพยนตร์ที่ได้รับชม จำนวน 4 ข้อ
- สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีลักษณะ
ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และ
ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วน
บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

.....
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทั่วไปของผู้

(Early adulthood) เป็นวัยที่เริ่มมีการใช้เหตุ

เข้าชมภาพยนตร์ในจังหวัดระยอง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20 ถึง 40 ปี มีสถานะมีอาชีพหลักเป็นนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 ถึง 35,000 บาท

และผลในการคิดวิเคราะห์มากขึ้น มีความคิดเปิดกว้างยืดหยุ่นและจดจำประสบการณ์ในการเรียนรู้ได้ดี (Edward L. Thorndike 1982) รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ของผู้เข้าชมภาพยนตร์อยู่ในช่วง 25,001 – 35,000 บาท เป็นระดับรายได้ที่ค่อนข้างสูง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าชมของผู้เข้าชมภาพยนตร์ในจังหวัดระยองพบว่าส่วนใหญ่ประชาชนในจังหวัดระยองมีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งในการเข้าชมภาพยนตร์อยู่ในช่วง 5 ถึง 10 เรื่อง/ปี มีการเลือกสัปดาห์ในการเข้าชมเป็นสัปดาห์แรกที่ภาพยนตร์เข้าฉาย โดยความถี่ส่วนใหญ่ช่วงวันที่เข้าเข้าชมภาพยนตร์คือวันเสาร์ – อาทิตย์ และรอบที่เลือกเข้าชมภาพยนตร์ของผู้เข้าชมจะเป็นรอบ รอบเย็น 15.01-18.00 และประเภทของภาพยนตร์ที่ผู้เข้าชมเข้าชมบ่อยที่สุดพบว่าเป็นภาพยนตร์ประเภทตลกขบขัน

และมีกำลังทรัพย์ในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลเชื่อมโยงกับค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งในการเข้าชมภาพยนตร์อยู่ในช่วง 5 ถึง 10 เรื่อง/ปี โดยรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยที่ตอบสนองต่อการรับรู้และสนใจของผู้เข้าชมวัฒนธรรมมากที่สุดได้แก่ด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย,ด้านวัฒนธรรมอาหารและยา,ด้านศิลปะ,ด้านประเพณีพิธีกรรม และธรรมเนียม,ด้านความเชื่อและศาสนา และด้านการสื่อสาร ภาษาถิ่น และสำนวน ตามลำดับ สอดคล้องกับ รังสรรค์ ธีระพรพันธ์ (2539) ที่ศึกษาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจอธิบายว่าสินค้าวัฒนธรรมคือสินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการใดมาบริโภคก็ตามสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับมาไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้าแต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้นมาด้วย เช่น ชุดไทยมีการฝังตัวของวัฒนธรรมแตกต่างจากชุดสากลของตะวันตกและ กีโมโนของญี่ปุ่น วัฒนธรรมที่มีการฝังตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่าง ในสินค้าหรือบริการทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้า(Product Differentiation)ซึ่งจะ

ส่วนที่ 3 ผลข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการรับรู้รูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยพบว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยช่วงอายุ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านอาชีพ และปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนผู้เข้าชมภาพยนตร์ ส่งผลต่อรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทยด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย ด้านวัฒนธรรมอาหารและยา ด้านศิลปะ ด้านประเพณีพิธีกรรม และธรรมเนียม ด้านความเชื่อและศาสนา และด้านการสื่อสาร ภาษาถิ่น และสำนวน

ช่วยกระตุ้น ให้เกิดความสนใจและต้องการของสินค้า สถานะอาชีพส่วนใหญ่ของผู้เข้าชมเป็นนักเรียนและนักศึกษาเป็นสถานะอาชีพที่มีเวลาว่างจากวันหยุด ทำให้วันที่

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ด้านประชากรศาสตร์ เพศของผู้เข้าชมภาพยนตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี คือช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

.....



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เลือกไปรับชมภาพยนตร์กันส่วนใหญ่เป็น วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ และรอบเย็น 15.01-18.00 น. โดยสถานที่ที่ผู้ชมส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเข้าชมคือโรงภาพยนตร์ในห้างสรรพสินค้าทั่วไป เนื่องจากโรงภาพยนตร์ในไทยนั้นได้มีการพัฒนานำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้มากมายเพื่อเพิ่มอรรถรสแก่ผู้รับชมซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมประสาสุข (2553)ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมโรงภาพยนตร์ในจังหวัด เชียงใหม่ ของ นักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่พบว่าเหตุผลหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกชมโรงภาพยนตร์เพราะคุณภาพและความทันสมัยของ

โรงภาพยนตร์ ดังนั้นผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จึงปรับปรุงโรงภาพยนตร์ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรูปแบบภาพยนตร์ที่เข้าชมนั้นเป็นประเภทภาพยนตร์ตลกขบขันเพื่อเป็นการคลายเครียดและพักผ่อนหย่อนใจ สอดคล้องกับ มัชฌิมา ศรีธธาพร(2558)ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการรับชมภาพยนตร์ต่างประเทศ ของคนในกรุงเทพมหานคร การเข้าชมภาพยนตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามชมนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชมนั้นเพื่อความสนุกสนาน ความบันเทิง ต้องการพักผ่อนหย่อนใจและคลายเครียดอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.การสร้างทุนทางวัฒนธรรมในหนึ่งควนคำนึงถึงปัจจัยในด้านวัฒนธรรมอาหารและยา ด้านวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมและธรรมเนียมถิ่น และด้านวัฒนธรรมความเชื่อและศาสนา โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรมและธรรมเนียมถิ่น

2.การสร้างทุนทางวัฒนธรรมใน

ภาพยนตร์ควรคำนึงปัจจัยในด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ สถานะ การศึกษา อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประเภทภาพยนตร์เพราะจะส่งผลถึงความแตกต่างในการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมในด้านต่างๆ

5.3.2 เสนอในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อทุนทางวัฒนธรรมด้านต่างที่ใช้ในการในการเผยแผ่วัฒนธรรมในสื่อภาพยนตร์ไทย
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรแบ่งตัวเลือกในด้านข้อมูลอายุให้หลากหลายกว่านี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา
3. ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ ทุนทางวัฒนธรรมด้านต่างๆในภาพยนตร์ไทย
4. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาด้านการตลาดในสื่อภาพยนตร์ทั้งในประเทศไทยและสื่อภาพยนตร์ในต่างประเทศเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญพัฒนา. สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2559
- นายธนวัฒน์ ประสาสุข(2553).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมโรงภาพยนตร์ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักศึกษา



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จาก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สืบค้นเมื่อ

แหล่งที่มา ฐานข้อมูลวารสาร

10 พฤษภาคม 2559

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สืบค้นเมื่อ 7

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand

พฤษภาคม 2559

Creative & Design Center:

ประสพชัย พสุนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ.

TCDC) (2553) . ความคิด

พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนัก

สร้างสรรค์กับการพัฒนา

พิมพ์ที่อป.สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม

เศรษฐกิจ จากแหล่งที่มา

2559

<http://www.tcdc.or.th/articles/others/5453> สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม

มหาวิทยาลัยรังสิต(2557) .บทความ

2559

สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2559

บทความ เส้นทางตลาด

ของภาพยนตร์ไทยทั้งในและ

นอกกระแส สืบค้นเมื่อ 14

เมษายน2559 จาก [http://www.jr-](http://www.jr-rsu.net/article/992)

[rsu.net/article/992](http://www.jr-rsu.net/article/992)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา(2558). สื่อ

การสอน เรื่องแนวความคิด

เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

สืบค้นเมื่อ 14 เมษายน2559 จาก

[www.teacher.ssru.ac.th/chinoros](http://www.teacher.ssru.ac.th/chinoros_th/file.php/1/_1.docx)

[_th/file.php/1/_1.docx](http://www.teacher.ssru.ac.th/chinoros_th/file.php/1/_1.docx)

มัชฌิมา ศรีธาดาพร(2558).พฤติกรรม

เกี่ยวกับการรับชมภาพยนตร์

ต่างประเทศ ของคนใน

กรุงเทพมหานคร จากแหล่งที่มา

ฐานข้อมูลวารสารมหาวิทยาลัย

ธุรกิจบัณฑิตย์

รังสรรค์ ณะพรพันธ์ (2539) เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ ทุณวัฒนธรรมและ

โอกาสทางธุรกิจ จากแหล่งที่มา

ฐานข้อมูลวารสาร มหาวิทยาลัย

กรุงเทพ สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม

2559

วัฒน์ ประกรณ์กุล (2555).พฤติกรรมและ

ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลการ

ตัดสินใจมาเดินถนนคนเดินวั

ลายของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากแหล่งที่มา ฐานข้อมูลวารสาร

Edward L. Thorndike(1982).ทฤษฎีการ

เรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่ จาก

แหล่งที่มา

http://mediathailand.blogspot.com/2012/05/blog-post_1880.html

m/2012/05/blog-post_1880.html

สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2559

Schiffman and Kanuk. (2000). Customer

Behavior – Psychology Aspects.

New Jersey : Prentice-Hall.

UNCTAD (2008). Creative Economy

Report. จากแหล่งที่มา

:[http://unctad.org/en/docs/ditc20](http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

[082cer_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf) สืบค้นเมื่อ 26

มีนาคม 2559

สาวิตรี สุวรรณสถิต(2012) มรดก

วัฒนธรรมกับการสร้างสรรค์ทาง

เศรษฐกิจ จากแหล่งที่มาฐานข้อมูล

วารสาร ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจ

ระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจ

ระหว่างประเทศ กระทรวงระหว่าง

ประเทศ สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม

2559