

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและลิขสิทธิ์

2.1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญาในความหมายอย่างกว้าง หมายถึง การสร้างสรรค์ทางปัญญาของมนุษย์ซึ่งแสดงออกในรูปแบบใดก็ตาม ทรัพย์สินทางปัญญานี้อาจเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความคิด แนวคิด กรรมวิธี หรือทฤษฎี ทรัพย์สินทางปัญญายังอาจปรากฏในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น การประดิษฐ์ สินค้า หรือสื่อรูปแบบอื่นที่จับต้องได้ นอกจากนี้ทรัพย์สินทางปัญญายังอาจรวมถึง ความรู้ การค้นพบ หรือการสร้างสรรค์อีกด้วย จะเห็นได้ว่า ความหมายอย่างกว้างของทรัพย์สินทางปัญญานี้ เน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญของมนุษย์ โดยไม่ได้คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีการสร้างสรรค์หรือวิธีการในการแสดงออกแต่อย่างใด

ทรัพย์สินทางปัญญาในความหมายอย่างแคบนั้นถูกนิยามขึ้นเพื่อสนองตอบนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาจะถูกจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ตามผลผลิตทางปัญญา ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ นโยบายของรัฐ ประโยชน์ในทางสังคมและเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ฯลฯ ทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภทมีบทบัญญัติแห่งกฎหมาย กำหนดรับรองและให้ความคุ้มครองที่แตกต่างกัน นโยบายของรัฐเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท บัญญัติไว้ภายใต้กฎหมายไม่ว่าจะเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือกฎหมายจารีตประเพณี ตามแต่ระบบกฎหมายของประเทศนั้นๆ จะเห็นได้ว่าความหมายอย่างแคบของทรัพย์สินทางปัญญานี้ จำกัดอยู่ที่การสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่กฎหมายรับรองไว้เท่านั้น¹

กล่าวคือ ทรัพย์สินทางปัญญานั้น จะเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้เสมอ ถือเป็นสิทธิในทรัพย์สินนั่นเอง เนื่องจากผลผลิตทางปัญญาหรืองานสร้างสรรค์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม งานอันมีลิขสิทธิ์ และอื่นๆ เป็นผลโดยตรงจากการทุ่มเทกำลังกาย

¹ ธัชชัย ศุภผลศิริ, ระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย, (2544), น.2.

กำลังใจ และความอดุสาหะ ซึ่งสามารถประเมินค่าในทางเศรษฐกิจได้ ไม่ว่าการลงทุนของผู้สร้างสรรค์นั้นจะเป็นเงิน สติปัญญา แรงงาน เวลา หรืออื่นๆ ก็ตาม

เนื่องจากทรัพย์สินทางปัญญา ถือเป็นทรัพย์สินของผู้สร้างสรรค์ ดังนั้น ระบบทรัพย์สินทางปัญญาจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิทั้งหลายให้กับผู้สร้างสรรค์ ประกอบกับบทลงโทษผู้ละเมิดสิทธิของผู้สร้างสรรค์นั้นๆ ด้วย รวมไปถึงการบัญญัติกฎหมายซึ่งคุ้มครองและระบุถึงสิทธิอื่นๆ ของผู้สร้างสรรค์อีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ.2550 รัฐได้ลดอัตราจ่ายภาษีอากรแก่องค์กรที่มีการผลิตคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ซึ่งต้องเป็นงานสร้างสรรค์ที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งหากบริษัท หรือผู้สร้างสรรค์สามารถสร้างงานออกมาได้ ก็จะได้รับลดอัตราจ่ายภาษีอากรนั้นๆ ตลอดจนการสนับสนุนด้านเงินทุน ให้กู้ยืมโดยไร้ดอกเบี้ยจากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งถือเป็นนโยบายส่งเสริมให้เกิดการสร้างผลงานทรัพย์สินทางปัญญาใหม่ๆ ขึ้นในประเทศ ซึ่งใช้กฎหมายและนโยบายเป็นเครื่องมือของรัฐในการสร้างแรงจูงใจ หรือในบางประเทศ อาทิ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศภาคพื้นยุโรปบางประเทศ ระบบกฎหมายยังให้สิทธิอื่นๆ ในทางทรัพย์สินทางปัญญาอีกด้วย อาทิ ธรรมสิทธิ (Moral Right) ซึ่งผู้สร้างสรรค์มีสิทธิในการปกป้องไม่ให้บุคคลอื่นทำการแก้ไข บิดเบือน หรือดัดแปลงงาน โดยปราศจากการได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อชื่อเสียงเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ โดยการคุ้มครองธรรมสิทธินี้เป็นการมุ่งเน้นการคุ้มครอง “ผู้สร้างสรรค์” (the Author) อย่างเห็นคุณค่าทางความรู้สึก มากกว่าการคุ้มครองเจ้าของลิขสิทธิ์ (The owner) ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์เองก็ได้ในสิทธิทางเศรษฐกิจก็ได้ นอกจากนี้ ยังมีการคุ้มครองสิทธิของนักแสดง (Performer's Rights) ซึ่งเป็นสิทธิข้างเคียง (Neighboring Rights) ซึ่งคุ้มครองสิทธิของนักแสดงที่ไม่ได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมจากการบันทึกภาพและเสียงในการแสดง ซึ่งผู้บันทึกสามารถทำรายได้มหาศาลจากการเผยแพร่การแสดงเหล่านี้ ในขณะที่นักแสดงได้รับเพียงค่าจ้างในครั้งแรกเท่านั้น ทั้งนี้การแสดงของนักแสดงไม่ถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ ทั้งนี้เพราะนักแสดงเป็นเพียงสื่อกลางของการแสดงออกของผู้สร้างสรรค์เท่านั้น แต่เนื่องด้วยเหตุผลในเรื่องของความเป็นธรรมจึงได้ให้สิทธิของนักแสดงเป็น “สิทธิกึ่งลิขสิทธิ์” (Quasi-Copyright) อันสมควรได้รับการคุ้มครองเช่นเดียวกับลิขสิทธิ์ และสามารถเรียกร้องผลประโยชน์จากการฉายซ้ำการแสดงเหล่านั้นได้อีกด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วทรัพย์สินทางปัญญายังถือเป็นการปกป้องผลประโยชน์ของแต่ละประเทศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการคุ้มครองผู้สร้างสรรค์ของประเทศตนเองแล้ว ยังเป็นการปกป้องผลประโยชน์ของการค้าระหว่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ประเด็นทางทรัพย์สินทางปัญญาได้นำมาใช้ในกรณีอันเกี่ยวกับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ตลอดจนต้องการเรียกร้องให้ประเทศคู่ค้ามีการ

คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญานั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแต่ละประเทศทั่วโลกก็ได้มีการพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประเทศตนเองเป็นสำคัญ โดยหลักสำคัญของ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา คือหลักดินแดนแห่งรัฐ (Territoriality principle) อันมีจุดมุ่งหมายสำคัญก็คือ เพื่อให้การรับรองอำนาจอธิปไตยของประเทศต่างๆ ในอันที่จะคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาภายในประเทศของตน² โดยสถานะของสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ในแต่ละประเทศจะเป็นอิสระต่อกันและไม่มีอิทธิพลต่อการบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ในต่างประเทศ แต่ทั้งนี้การทำข้อตกลงทางการค้า และข้อตกลงอื่นๆ ระหว่างประเทศก็เป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายให้สอดคล้องกับความเป็นไปของโลก และประเทศสมาชิกที่เป็นภาคีในการทำสัญญานั้นๆ ซึ่งการเข้าร่วมสัญญาต่างๆ เหล่านั้นจะยังประโยชน์ให้กับประเทศสมาชิกที่เข้าร่วม อาทิ จากตัวอย่างอนุสัญญากรุงเบิร์นเพื่อคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม (Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works) ที่ว่าด้วย หลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National treatment) ที่กำหนดว่าประเทศสมาชิกต้องให้สิทธิแก่ผู้สร้างสรรค์ของคนประเทศอื่นๆ ที่อยู่ในภาคี เช่นเดียวกับที่ให้สิทธิแก่คนในประเทศของตนเอง ซึ่งก็ทำให้เกิดการคุ้มครองที่กว้างขวางขึ้นเป็นต้น แต่ในทางกลับกันการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาบางประเภท ยกตัวอย่างเช่น งานอันมีลิขสิทธิ์ ก็มีการถกเถียงกันในเรื่องอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ ซึ่งประเทศมหาอำนาจทางการค้าที่สร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์เป็นสินค้าส่งออกเป็นจำนวนมาก ต้องการขยายเวลาในการคุ้มครองลิขสิทธิ์ให้ยาวนานขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อการยังประโยชน์แก่ประเทศของตน และพยายามบีบบังคับในทางอื่นๆ กับประเทศภาคีให้ปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ ในขณะที่เดียวกันประเทศกำลังพัฒนาก็ไม่ต้องการให้มีการยืดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ เพราะการยืดเวลาแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์นั้นส่งผลให้การตกเป็นสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการศึกษาได้อย่างกว้างขวางนั้น ต้องยืดเวลาการได้มาใช้อีกระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งผลกระทบต่อการพัฒนาการศึกษาของประเทศ ตลอดจนการพัฒนาประเทศอีกด้วย

ด้วยมูลเหตุที่ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทรัพย์สินและมีคุณค่าทางเศรษฐกิจทั้งต่อตัวผู้สร้างสรรค์เอง และประเทศของผู้สร้างสรรค์ ดังนั้น ระบบทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากจะเป็นการคุ้มครองโดยตรงแก่ผู้สร้างสรรค์แล้วยังมีอีกนัยยะหนึ่งในการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศ

² จักรกฤษณ์ ควรวพจน์, กฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า, (กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2541), น.42.

ดังนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวหน้าทางศิลปวิทยาการ และเทคโนโลยียิ่งรุดหน้ามากขึ้นเท่าไร การคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญาย่อมมีการพัฒนาระบบเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ทั้งนี้ก็เพื่อยังประโยชน์แก่ผู้สร้างสรรค์ และเป็นแรงผลักดันให้มวลมนุษยชาติไม่หยุดคิดและสร้างสรรค์ผลงานโดยกลั่นออกมาจากมันสมองของตนเอง

2.1.2 วิวัฒนาการของกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย

กฎหมายลิขสิทธิ์ (Copyright Law) ถือเป็นเครื่องมือในระบบทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่เป็นการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิของผู้สร้างสรรค์และเป็นการสร้างคุณภาพของการนำองค์ความรู้กลับคืนสู่สังคมด้วย

ประเทศไทยเริ่มมีการให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์ด้วยการมีกฎหมายเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เป็นครั้งแรกเมื่อ ร.ศ.110 หรือประมาณ พ.ศ.2435 หรือ ค.ศ.1892 และมีประกาศหอพระสมุดวชิรญาณ ลงวันที่ 20 กันยายน ร.ศ.111 หรือ พ.ศ.2436 หรือ ค.ศ.1893 อันมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการห้ามคัดลอกหนังสือวชิรญาณ เนื่องจากบทความต่างๆ ที่ตีพิมพ์ในหนังสือวชิรญาณวิเศษนั้นเป็นเรื่องที่กรรมการและสมาชิกแต่งขึ้นและตีพิมพ์ แต่ได้มีบุคคลอื่นนำบทความเหล่านั้นไปตีพิมพ์ในหนังสืออื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต ด้วยเหตุผลสำคัญนี้ จึงทำให้เกิดประกาศหอพระสมุดวชิรญาณเพื่อคุ้มครองสิทธิในงานวรรณกรรมของสมาชิกหอพระสมุดวชิรญาณ แต่ก็คุ้มครองเฉพาะงานของสมาชิกเท่านั้น ต่อมาเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม ร.ศ.120 หรือ พ.ศ.2444 หรือ ค.ศ.1901 ได้มีการออกพระราชบัญญัติกรรมสิทธิ์ผู้แต่งหนังสือ ร.ศ.120 ขึ้น แต่ก็มีหลักที่คุ้มครองเฉพาะหนังสือเท่านั้นโดยไม่รวมถึงหนังสือพิมพ์รายวัน ใบปลิว หรืองานประเภทอื่นๆ อาทิ ศิลปกรรม นาฏกรรม หรือดนตรีกรรม เป็นต้น

ต่อมาประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีของอนุสัญญากรุงเบิร์นเพื่อการคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม (Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works) เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ.2474 หรือ ค.ศ.1931 ประเทศไทยจึงต้องดำเนินการใช้กฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ ซึ่งมีสาระสำคัญให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ภายใต้อนุสัญญาดังกล่าว ดังนั้น จึงได้มีการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ.2474 ซึ่งมีบทบัญญัติในการให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์งานประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น งานศิลปกรรมและงานดนตรีกรรม เป็นต้น และมีการกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้กระทำความผิดลิขสิทธิ์ผู้อื่นโดยเจตนาไว้ด้วยเป็นครั้งแรก รวมทั้งการกำหนดยกเลิกระบบจดทะเบียนลิขสิทธิ์และการเขียนข้อความสงวน

สิทธิไว้ที่งานสร้างสรรค์นั้น เว้นแต่จะเป็นงานดนตรีกรรมและเรื่องที่ลงในหนังสือพิมพ์³ ทั้งนี้เป็นเพราะ การสร้างสรรค์งานลิขสิทธิ์นั้นเป็นเหตุให้ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์โดยอัตโนมัติ⁴ โดยการคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามกฎหมายจะเกิดขึ้นทันทีเมื่อมีการสร้างสรรค์งานขึ้นนั้นๆ ให้ปรากฏ โดยไม่ต้องจดทะเบียนหรือมีขั้นตอนเกี่ยวกับหน่วยงานใดๆ ของรัฐเข้ามาเกี่ยวข้องเลย ซึ่งแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ ที่จำเป็นจะต้องมีการจดทะเบียน

พระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ.2474 ได้บังคับใช้มาเป็นเวลาถึง 47 ปี โดยปราศจากการแก้ไขเพิ่มเติมใดๆ จนกระทั่งเมื่อเกิดความก้าวหน้าทางศิลปวิทยาการ ทำให้เกิดงานประเภทใหม่ๆ ซึ่งได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีในการบันทึกเสียงและภาพ ตลอดจนการแพร่เสียง แพร่ภาพ ประกอบกับอัตราโทษที่ระบุไว้ในกฎหมายนั้น ต่ำกว่าความเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ และบทลงโทษยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อยุคสมัย ดังนั้นจึงได้มีประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2521 เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ.2521 หรือ ค.ศ. 1978 เพื่อใช้แทนพระราชบัญญัติฉบับเดิมที่ล้าสมัยไปแล้ว

ความก้าวหน้าทางวิทยาการของมนุษยชาติได้เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เกิดงานสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ อาทิเช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ตลอดจนการที่ประเทศต่างๆ เริ่มมีการยอมรับสิทธิของนักแสดง (Performer's Rights) ว่าสมควรที่จะได้รับการคุ้มครองเพื่อยกระดับมาตรฐานการดำรงชีพของนักแสดง อันเป็นวิธีทางหนึ่งในการจรรโลงมรดกทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนสืบไป นอกจากนี้ด้วยการที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีในความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, including Trade in Counterfeit Goods; TRIPs) ซึ่งเป็นผลมาจากการเจรจาความตกลงทั่วไปทางภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement on Tariffs and Trade; GATT) อันทำให้ประเทศไทยต้องยอมรับในกฎเกณฑ์ใหม่ๆ อันเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละแขนงรวมทั้งลิขสิทธิ์ด้วย ตามมาตรฐานสากล⁵ ด้วยพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521 เริ่มล้าสมัยไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของนานาประเทศ และไม่ครอบคลุมในขอบเขตของงานสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ.2537 หรือ ค.ศ.1994 ได้มีการตรา

³ ไซยศ เหมือนรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2543), น.5.

⁴ รัชชัย ศุภผลศิริ, ระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย, น.29.

⁵ ไซยศ เหมือนรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.6.

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 เพื่อแทนที่กฎหมายเดิมและวางบัญญัติใหม่หลายประการ ซึ่งมีทั้งการคงบทบัญญัติเดิม การปรับปรุงและการตราขึ้นใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการยกระดับกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศเพื่อประโยชน์ของประเทศในเรื่องการค้าและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยประกาศใช้ตั้งแต่ วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ.2538 หรือ ค.ศ.1995 จวบจนปัจจุบัน โดยยังไม่มี การแก้ไข ซึ่งใน พ.ศ.2550 รัฐบาลไทยได้เสนอให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 หลังจากได้มีการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement; FTA)⁶ แต่ก็ยังไม่ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จากวิวัฒนาการทั้งหมดของกฎหมายลิขสิทธิ์ไทยแล้ว จะเห็นได้ว่าการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม เพื่อที่จะก้าวให้ทันความเปลี่ยนแปลงของนานาชาติอารยประเทศ และอีกประเด็นที่สำคัญ คือการพัฒนางานสร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ก็ส่งผลกระทบต่อ การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงกฎหมายลิขสิทธิ์ เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อการคุ้มครองที่ครอบคลุมการสร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาอันมีค่าอันเกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยนั่นเอง

2.1.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

เหตุผลของการคุ้มครองลิขสิทธิ์

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ เป็นการให้ความคุ้มครองโดยกฎหมาย เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้รับสิทธิในการควบคุม (Right to control) หรือแสวงหาผลประโยชน์จากการเผยแพร่งาน (Benefit from the communication) ของผู้สร้างสรรค์ โดยมีเหตุผลแห่งการคุ้มครองดังนี้⁷

1. เหตุผลแห่งความยุติธรรมของสังคม

ผู้สร้างสรรค์เป็นบุคคลที่สมควรได้รับผลประโยชน์จากงานสร้างสรรค์ ซึ่งเกิดขึ้นมา ด้วยแรงงาน ความอดทนและฝีมือทักษะจากการสร้างสรรค์ของผู้สร้างสรรค์เหล่านั้น

2. เหตุผลทางความเจริญก้าวหน้าทางวัฒนธรรม

เมื่อผู้สร้างสรรค์ได้รับผลตอบแทนอันสมควร ย่อมทำให้สามารถดำรงชีพอยู่ได้ในสังคมและมีกำลังในการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ออกมาสนองความต้องการของสังคม อันนำไปสู่การ

⁶ จักรกฤษณ์ ควรพจน์, “ลิขสิทธิ์ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล”, กฎหมายใหม่, น.5.

⁷ ไชยยศ เหมือนรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.7.

เพิ่มพูนงานสร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม และ นาฏกรรม ซึ่งจะกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่สังคมนั้นๆ ต่อไป

3. เหตุผลด้านเศรษฐกิจ

งานสร้างสรรค์บางชิ้นต้องใช้งบประมาณและทรัพยากรเป็นอย่างมาก เพื่อสร้างสรรค์ให้เป็นรูปร่างปรากฏเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น การสร้างภาพยนตร์ การผลิตสิ่งบันทึกเสียง และการสร้างงานสถาปัตยกรรม เป็นต้น ผู้ผลิตจึงสมควรได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า จากการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานสร้างสรรค์เหล่านั้น อันจะเป็นผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจต่อไป

4. เหตุผลทางด้านศีลธรรม

ผู้สร้างสรรค์เป็นผู้มีคุณูปการต่อสังคม เพราะเป็นผู้ที่ทำให้โลกดำรงอยู่ได้โดยปราศจากความเจียบเหว การให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ย่อมเป็นผลทางจิตวิทยาประการหนึ่ง ให้สังคมได้รับรู้ถึงการให้ความเคารพต่อผู้สร้างสรรค์ อันนำไปสู่พัฒนาการสิทธิอันเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครอง ชื่อเสียงเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ ซึ่งเรียกกันว่า “ธรรมสิทธิ” (Droit Moral, Moral Right)

5. เหตุผลทางชื่อเสียงเกียรติคุณของประเทศชาติ

เมื่อการให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์ เป็นผลให้เกิดการเพิ่มพูนงานสร้างสรรค์อันนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวัฒนธรรมแล้ว ประเทศที่มีพัฒนาการทางวัฒนธรรมสืบทอดเป็นมรดกอันยาวนาน ย่อมได้รับความเคารพยกย่องจากประเทศอื่นๆ ซึ่งเป็นการสร้างชื่อเสียงแก่ประเทศที่มีศิลปวิทยาการอย่างมากมาจนนั้นๆ⁸

ลักษณะทั่วไปของลิขสิทธิ์

“ลิขสิทธิ์” (Copyright) คือ สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) ที่กฎหมายกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของงานที่จะไม่ให้ผู้อื่นมากระทำหรือใช้ ตลอดจนแสวงหาผลประโยชน์จากงานสร้างสรรค์ที่ไม่ใช่ของตนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ ถือเป็นสินทรัพย์ประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

⁸ ไซยยศ เหมือนรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.8.

1. ลิขสิทธิ์เป็นทรัพย์สิน

ในลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ซึ่งไม่มีรูปร่างจับต้องได้อันเกิดจากการสร้างสรรค์งาน แม้งานนั้นๆ จะมีผลออกมาเป็นรูปร่างหรือรูปธรรมให้เห็น เช่น ภาพวาด หนังสือ หรือสิ่งบันทึกเสียงต่างๆ ก็ตาม

2. ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียว

กฎหมายได้กำหนดให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Right) แก่เจ้าของลิขสิทธิ์ เพื่อการกระทำ หรือแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ของตนได้ตามกฎหมาย ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนดไว้

3. ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิเฉพาะบุคคล

ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิที่กฎหมายกำหนดให้แก่เจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจเป็นผู้สร้างสรรค์หรือบุคคลใดๆ ที่ได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ตามกฎหมายก็ได้ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนและตอบแทนการสร้างสรรคงานต่างๆ เพื่อให้สังคมได้ใช้ประโยชน์หรือชื่นชมงานสร้างสรรค์นั้น⁹

2.1.4 งานอันมีลิขสิทธิ์และการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 มาตรา 6 วรรค 1 ได้กำหนดประเภทของงานอันมีลิขสิทธิ์รวมถึงงานสร้างสรรค์ในรูปแบบวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพหรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ไม่ว่าจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบใด โดยงานสร้างสรรค์ชิ้นนั้นๆ จะต้องเข้ากับองค์ประกอบของงานอันมีลิขสิทธิ์ทั้ง 4 ดังต่อไปนี้

1. การแสดงออกซึ่งความคิด
2. เป็นการแสดงออกซึ่งงานในชนิดที่กฎหมายรับรอง
3. ต้องเป็นงานที่สร้างสรรค์ด้วยตนเอง
4. ต้องไม่ใช่งานอันขัดต่อกฎหมาย

โดยสาระสำคัญของงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น อาจแบ่งได้เป็น 3 ประการดังนี้

⁹ ไซยยศ เหมือนรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.9 -10.

1. ต้องเป็นงานที่สร้างสรรค์ด้วยความคิดริเริ่ม (Originality) จากตัวผู้สร้างสรรค์เอง ไม่ว่าจะเป็นงานอันเกิดจากการดัดแปลง รวบรวม หรือประกอบเข้ากันก็ตาม ก็ยังคงต้องใช้ความคิดริเริ่มด้วยมันสมองของผู้สร้างสรรค์นั้นๆ ถึงแม้ว่าจะเป็นดัดแปลง รวบรวม หรือประกอบกันนั้นก็ตาม

2. ต้องเป็นงานที่มีรูปร่างปรากฏ งานสร้างสรรค์อันมีลิขสิทธิ์จะต้องเป็นงานที่แสดงออกมาให้ปรากฏเห็นเป็นรูปร่าง สามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ โดยเป็นที่มาของหลักการแบ่งแยกระหว่างความคิดและการแสดงออก (Idea-Expression Dichotomy) ซึ่งมุ่งคุ้มครองการสร้างสรรค์งานที่เกิดจากความคิดริเริ่มและมีการแสดงออกมาให้ปรากฏเท่านั้น ซึ่งถ้าหากบุคคลใดเพียงแค่คิด แต่ไม่ได้แสดงออกมาย่อมไม่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ทั้งนี้เป็นการกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่งความคิดนั้นๆ อีกทางหนึ่งด้วย

3. ต้องเป็นงานที่กฎหมายกำหนด ซึ่งตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 มาตรา 6 วรรค 1 ได้กำหนดประเภทของงานอันมีลิขสิทธิ์ อันได้แก่ งานสร้างสรรค์ในรูปแบบวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ โดยได้มีการกำหนดลักษณะของงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน ในมาตรา 4 ดังต่อไปนี้

“งานวรรณกรรม” (Literary Work) หมายถึง งานนิพนธ์ที่สร้างขึ้นทุกชนิด เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ ปาฐกถา เทศนา คำปราศรัย สุนทรพจน์ และให้ความหมายรวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย

ซึ่งความหมายของงานนิพนธ์นั้น จะได้แก่งานในลักษณะทางอักษร หรือสื่อความหมายทางภาษาด้วยวิธีต่างๆ ทั้งการเขียน การพิมพ์และการพูด โดยในส่วนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์นั้น นำมารวมอยู่ในส่วนของวรรณกรรมเพื่อจัดข้อถกเถียงในอดีตว่าควรคุ้มครองโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือไม่หรือจะต้องอยู่ในการคุ้มครองในงานประเภทใด ซึ่งภายใต้อนุสัญญากรุงเบิร์น ได้ระบุว่า โปรแกรมคอมพิวเตอร์จะได้รับการคุ้มครองในฐานะวรรณกรรม เนื่องมาจากผู้เขียนโปรแกรมได้แปลงงานต่างๆ อันได้แก่ บันทึก เอกสาร หรือแผนภูมิ เป็นต้นเป็นรูปแบบของภาษากำเนิดหรือรหัสจุดหมาย (Source code) และกลายเป็นภาษาวัตถุ หรือรหัสจุดหมาย (Object code) ซึ่งเป็นภาษาอีกแบบหนึ่งที่ยากในการอ่าน ซึ่งเทียบได้กับรหัสมอส (Morse code) อันได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์เช่นกัน

“งานนาฏกรรม” (Dramatic Work) หมายถึง งานเกี่ยวกับการรำ การเต้น การทำท่า หรือการแสดงที่เป็นเรื่องเป็นราว และให้ความหมาย รวมถึงการแสดงโดยวิธีไปด้วย

ซึ่งความหมายของงานนาฏกรรมนั้นเป็นการกระทำกระบวนท่า การแสดงละคร ฟ้อน รำ หรือเต้นในลักษณะต่างๆ อาทิ โขน ลิเก ละคร เป็นต้น แต่ทั้งนี้ไม่ครอบคลุมท่าทางในการเล่น กีฬาต่างๆ ที่ไม่สามารถกำกับบทหรือกำหนดท่าทางได้

“งานศิลปกรรม” (Artistic Work) หมายถึง งานอันมีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดหรือ หลายอย่าง ดังต่อไปนี้

1. งานจิตรกรรม ได้แก่ งานสร้างสรรค์รูปทรงที่ประกอบไปด้วยเส้น แสง สี หรือสิ่งอื่น อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันลงบนวัสดุอย่างเดี่ยวหรือหลายอย่าง

2. งานประติมากรรม ได้แก่ งานสร้างสรรค์รูปทรงที่เกี่ยวกับปริมาตรที่สัมผัสและจับ ต้องได้

3. งานภาพพิมพ์ ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพด้วยกรรมวิธีทางการพิมพ์และ หมายความว่ารวมถึงแม่พิมพ์หรือแบบพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์ด้วย

4. งานสถาปัตยกรรม ได้แก่ งานออกแบบอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง งานออกแบบ ตกแต่งภายในหรือภายนอก ตลอดจนบริเวณของอาคารสิ่งปลูกสร้างหรือการสร้างสรรค์หุ่นจำลอง ของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง

5. งานภาพถ่าย ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพที่เกิดจากการใช้เครื่องมือบันทึกภาพโดย ให้แสงผ่านเลนส์ไปยังฟิล์มหรือกระจก และล้างด้วยน้ำยาซึ่งมีสูตรเฉพาะ หรือด้วยกรรมวิธีใดๆ อัน ทำให้เกิดภาพขึ้น หรือการบันทึกภาพโดยเครื่องมือหรือวิธีการอย่างอื่น

6. งานภาพประกอบ แผนที่ โครงสร้าง ภาพร่าง หรืองานสร้างสรรค์รูปทรงสามมิติอัน เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ หรือวิทยาศาสตร์

7. งานศิลปประยุกต์ ได้แก่ งานที่เอางานตามข้อ 1 ถึง 6 อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ หลายอย่างรวมกันไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น นอกเหนือจากการชื่นชมในคุณค่าของตัวงานดังกล่าว นั้น เช่น นำไปใช้สอย นำไปตกแต่งวัสดุหรือสิ่งของอันเป็นเครื่องใช้หรือนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทาง การค้า

ทั้งนี้ ไม่ว่างานตามข้อ 1 ถึง 7 จะมีคุณค่าทางศิลปะหรือไม่ และให้ความหมายความ รวมถึงภาพถ่ายและแผนผังของงานดังกล่าวด้วย

เป็นที่เข้าใจกันว่าการตีความงานภาพถ่ายตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้
นิยามดังกล่าว ภาพถ่ายซึ่งทำหรือพัฒนาขึ้นด้วยวิธีแบบเดิม หรือด้วยกล้องดิจิทัล (Digital
Camera) แล้วพิมพ์ออกมาจากเครื่อง ต่างก็ได้รับการคุ้มครองทั้งสิ้น

“ดนตรีกรรม” (Musical Work) หมายถึง งานเกี่ยวกับเพลงที่แต่งขึ้นเพื่อบรรเลง หรือ
ขับร้องไม่ว่าจะมีทำนองและคำร้องหรือมีทำนองอย่างเดียว และให้ความหมายรวมถึงโน้ตเพลง
หรือแผนภูมิที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสานแล้ว

“โสตทัศนวัสดุ” (Audio-Visual Work) หมายถึง งานอันประกอบด้วยลำดับของภาพ
โดยบันทึกลงในวัสดุไม่ว่าจะเป็นลักษณะอย่างใด อันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้
เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนั้น และให้ความหมายรวมถึงเสียงประกอบงานนั้นด้วย ถ้ามี

“งานภาพยนตร์” (Cinematographic Work) หมายถึง โสตทัศนวัสดุ อัน
ประกอบด้วยลำดับของภาพซึ่งสามารถนำออกฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ หรือสามารถบันทึก
ลงบนวัสดุอื่น เพื่อนำออกฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ และให้ความหมายรวมถึงเสียงประกอบ
ภาพยนตร์นั้นด้วย ถ้ามี

“สิ่งบันทึกเสียง” (Sound Recording Works) หมายถึง งานอันประกอบด้วยลำดับ
ของเสียงดนตรี เสียงการแสดง หรือเสียงอื่นใด โดยบันทึกลงในวัสดุไม่ว่าจะมีลักษณะใดๆ อัน
สามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนั้น แต่ทั้งนี้มิให้
ความหมายรวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์หรือเสียงประกอบโสตทัศนวัสดุอย่างอื่น

“งานแพร่เสียงแพร่ภาพ” (Sound and Video Broadcasting Works) หมายถึง งาน
ที่นำออกสู่สาธารณชนโดยการแพร่เสียงทางวิทยุกระจายเสียง การแพร่เสียงหรือภาพทางวิทยุ
โทรทัศน์ หรือวิธีอย่างอื่นอันคล้ายคลึงกัน¹⁰

¹⁰ ไซยศ เหมะรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.32.

“งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ (Any other work in the literary, scientific or artistic domain) หมายถึงงานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ อันมีวัตถุประสงค์เป็นการกำหนดลักษณะของงานอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปจากงานประเภทต่างๆ ที่จะมีการสร้างสรรค์ในอนาคต โดยมีขอบเขตในการให้ความคุ้มครองอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะงานสร้างสรรค์ 8 ประเภทที่กล่าวมา”¹¹

2.1.5 อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์

การพิจารณาอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอยู่ 2 มติคือ มติแรกมองอายุแห่งการคุ้มครองว่าเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องได้รับการคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวโดยกฎหมายและอีกมติหนึ่งคือมติที่เน้นโอกาสในการใช้งานของบุคคลอื่นหรือสาธารณะหลังจากอายุแห่งการคุ้มครองสิ้นสุดลง

อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ได้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อสร้างดุลยภาพแก่สังคม โดยสร้างสมดุลให้กับบุคคล 2 กลุ่มคือ เจ้าของลิขสิทธิ์และสาธารณะ โดยเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอายุแห่งการคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นๆ ในขณะที่สาธารณชนสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทนหลังจากสิ้นสุดอายุแห่งการคุ้มครอง

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 บัญญัติเรื่องอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานแต่ละประเภทไว้ในมาตรา 19 ถึง 26 อายุแห่งการคุ้มครองนี้สอดคล้องกับอนุสัญญาเบิร์น พิธีสารกรุงปารีส ค.ศ.1971 โดยพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ได้บัญญัติให้ใช้อายุแห่งการคุ้มครองขั้นต่ำ (Minimum right) ดังนั้นทั่วไปแล้วการคุ้มครองจะมีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์และมีต่อไปอีก 50 ปี หลังจากที่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย ในบางกรณีพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 อาจนับอายุแห่งการคุ้มครองจากวันที่มีการสร้างสรรค์งานหรือการโฆษณา (Publication) งานครั้งแรก มีข้อยกเว้นหลัก 50 ปี ในกรณีของงานศิลปประยุกต์ตามที่กำหนดไว้ในอนุสัญญาเบิร์น พิธีสารกรุงปารีส ค.ศ.1971 สำหรับงานประเภทนี้พระราชบัญญัติให้การคุ้มครอง 25 ปี จากวันสร้างสรรค์หรือในกรณีที่มีการโฆษณา จะมีอายุ 25 ปี นับตั้งแต่การโฆษณาครั้งแรก

¹¹ไชยยศ เหมะรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.33 -34.

ซึ่งหากวิเคราะห์จากพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 จะสามารถจำแนกอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามชนิดของงานดังนี้

1. งานอันมีลิขสิทธิ์ทั่วไป

ตามมาตรา 19 บัญญัติไว้ว่านอกจากงานที่ได้มีการกำหนดไว้ในมาตรา 21 อันได้แก่ งานภาพถ่าย ใส่ดทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานแพร่เสียงแพร่ภาพ ตลอดจนงานที่กำหนดไว้ในมาตราที่ 22 อันได้แก่ งานศิลปประยุกต์ ให้ลิขสิทธิ์ในงานประเภทอื่นๆ ทั่วไปนี้ มีการคุ้มครองตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ และต่อไปอีกเป็นเวลา 50 ปีนับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตายนั่นเอง

2. งานอันมีผู้สร้างสรรค์ร่วม (Work of Joint Authorship)

ตามมาตรา 19 วรรค 2 ได้กำหนดให้งานดังกล่าวมีการคุ้มครองตลอดอายุผู้สร้างสรรค์ร่วม และต่อไปอีกเป็นเวลา 50 ปี นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ร่วมคนสุดท้ายถึงแก่ความตาย อย่างไรก็ตาม ในมาตรา 19 วรรค 3 ได้กำหนดไว้ว่า ถ้าผู้สร้างสรรค์หรือผู้สร้างสรรค์ร่วมทุกคนถึงแก่ความตาย ก่อนที่จะได้มีการโฆษณางานนั้นๆ ให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ดังกล่าวมีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่มีการโฆษณางานชิ้นนั้นๆ เป็นครั้งแรก

3. ผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล ตามมาตรา 19 วรรค 4 กำหนดให้ลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์งานขึ้น แต่ถ้ามีการโฆษณางานนั้นในระหว่างระยะเวลาดังกล่าว ให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่มีการโฆษณางานชิ้นนั้นๆ เป็นครั้งแรก

4. งานที่ผู้สร้างสรรค์ใช้นามแฝง หรือไม่ปรากฏชื่อผู้สร้างสรรค์ ตามมาตรา 20 บัญญัติให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่มีการโฆษณางานเป็นครั้งแรก แต่หากทราบว่าผู้สร้างสรรค์ที่ใช้นามแฝงนั้นๆเป็นผู้ใด ก็ให้ยึดหลักงานอันมีลิขสิทธิ์ทั่วไป คือ ตลอดชีวิตผู้สร้างสรรค์ และต่อไปอีก 50 ปี ตามมาตรา 19

5. งานภาพถ่าย ใส่ดทัศน์วัสดุ ภาพยนตร์ สื่อบันทึกเสียง และงานแพร่เสียงแพร่ภาพ ตามมาตรา 21 บัญญัติให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่การสร้างสรรค์งาน แต่ถ้าได้มีการโฆษณางานนั้นๆ ให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี หลังจากการโฆษณางานนั้นๆ ครั้งแรก

6. งานศิลปประยุกต์ ตามมาตรา 22 บัญญัติให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่การสร้างสรรค์งานนั้นๆ ขึ้น แต่ถ้าได้มีการโฆษณางานนั้นๆ ให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี หลังจากการโฆษณางานนั้นๆ ครั้งแรก

ตัวอย่างการคำนวณอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ตัวอย่างที่ 1 อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานทั่วไป

นายบุญชิต ได้สร้างสรรค์งานวรรณกรรม เรื่อง ชีวิตใหม่ ในปี พ.ศ.2500 และได้เสียชีวิตลงในปี พ.ศ.2550 ดังนั้นวรรณกรรมเรื่อง ชีวิตใหม่ จะได้รับการคุ้มครองตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2500 จวบจน ปี พ.ศ.2550 ที่นายบุญชิตถึงแก่กรรม และสิ้นสุดหลังจากนั้นอีก 50 ปี ตามมาตราที่ 19 ดังนั้น วรรณกรรมเรื่องชีวิตใหม่ของนายบุญชิตจะสิ้นสุดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในปี พ.ศ.2600

ตัวอย่างที่ 2 อายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานบางประเภท เช่น ภาพยนตร์

บริษัท มิตรพร้อม จำกัด ได้สร้างภาพยนตร์เรื่อง ดาวจรัสแสง เสร็จในปี พ.ศ.2545 การคุ้มครองลิขสิทธิ์ย่อมมีอายุเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ.2545 จนถึง พ.ศ.2595 คือนับตั้งแต่การสร้างสรรค์เสร็จ แต่เนื่องด้วยบริษัท มิตรพร้อม จำกัด ได้เก็บภาพยนตร์เรื่องนี้ไว้จนมีการโฆษณาและออกจำหน่ายในปี พ.ศ.2550 ดังนั้นการนับอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ย่อมเปลี่ยนจากเดิม ไป สิ้นสุดในปี พ.ศ.2600 เพราะเริ่มนับตั้งแต่มีการโฆษณางานนั้นๆ ครั้งแรก และต่อไปอีก 50 ปี นั้นเอง

จากตัวอย่างทั้ง 2 ตัวอย่างสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการคำนวณอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามชนิดของงานอันมีลิขสิทธิ์ประเภทต่างๆ ข้างต้นได้ทั้งหมด ตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

2.1.6 การได้มาซึ่งสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

การสิ้นสุดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์

เมื่ออายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานประเภทต่างๆ ได้สิ้นสุดลง งานดังกล่าวจะตกเป็นสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) ซึ่งประชาชนทั่วไปสามารถนำงานดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้โดยอิสระ¹² เนื่องจากอำนาจการผูกขาดเพื่อการใช้ประโยชน์แต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้สร้างสรรค์ได้สิ้นสุดลง ถึงแม้ว่าจะนำงานนั้นๆ มาโฆษณาอีกครั้งหลังจากอายุ

¹² ไซยศ เหมะรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.72.

แห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์สิ้นสุดลง ก็ไม่ก่อให้เกิดการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานนั้นๆ อีกแต่อย่างใด ตามมาตรา 26 บัญญัติไว้

ซึ่งสามารถคำนวณได้จากหลักการคิดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ข้างต้น แต่ก็เป็นการยากที่จะระบุวันที่แน่นอนในการสิ้นสุดการคุ้มครอง เนื่องจากอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์มีระยะเวลายาวนาน พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 จึงได้บัญญัติวิธีปฏิบัติในการหาวันสิ้นสุดเมื่ออายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์สิ้นสุดลงในปีใดและวันสิ้นสุดมิใช่วันสุดท้ายของปี หรือไม่ทราบวันสิ้นสุดที่แน่นอน ลิขสิทธิ์จะยังคงมีอยู่จนถึงวันสุดท้ายแห่งปีปฏิทิน ตามมาตรา 25

กล่าวคือ การได้มาซึ่งสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) นั้น แปรผันตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ที่ได้บัญญัติไว้ในมาตราที่เกี่ยวข้องกับอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์นั่นเอง ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทย การได้มาซึ่งสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม ย่อมมีเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไปตามกฎหมายที่บัญญัติขึ้นใหม่นั้นเอง

การสละลิขสิทธิ์

ในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์สละลิขสิทธิ์ในงานของตน ทั้งนี้การสละลิขสิทธิ์สามารถทำได้โดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายหรือโดยมีข้อจำกัดหรือไม่ก็ได้ ในกรณีที่เจ้าของลิขสิทธิ์ของงานนั้นๆ สละลิขสิทธิ์โดยสิ้นเชิง งานเหล่านั้นก็จะกลายเป็นสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) เช่นเดียวกับการสิ้นสุดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์

2.1.7 แนวทางการได้มาซึ่งสาธารณสมบัติของประเทศอื่นๆ

เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับการได้มาซึ่งสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) ของประเทศไทย นั่นก็คือ ต้องยึดหลักกฎหมายลิขสิทธิ์ที่ตราขึ้นในประเทศนั้นๆ ซึ่งมีอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ อันมีระยะเวลาในการคุ้มครองแตกต่างกัน อีกทั้งเงื่อนไขในการคำนวณนั้น ก็อาจมีความแตกต่างกันบ้างในส่วนของรายละเอียด ซึ่งหลักสำคัญในการได้มาของสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมนั้นเหมือนกันทั่วโลก คือ หลังจากอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์สิ้นสุดลงนั่นเอง ดังนั้น ในการได้มาของงานสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมของประเทศอื่นๆ นั้น ต้องศึกษากฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศนั้นๆ ก่อนเป็นเบื้องต้น เพื่อนำมาคำนวณตามแต่ละชนิดของงานอันมีลิขสิทธิ์แต่ละประเทศที่ได้บัญญัติไว้นั่นเอง ซึ่งจะไม่ต่ำกว่าหลักการกำหนดสิทธิขั้นต่ำ (Minimum

rights) คืออายุการคุ้มครองต้องมีกำหนดไม่น้อยกว่าอายุของผู้สร้างสรรค์กับอีก 50 ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีหน้าที่นิยม

โบรนิสเลา มาลินอสกี (Bronislaw Malinowski, 1884-1942) เชื่อว่ามนุษย์ในทุกสังคมวัฒนธรรมมีความต้องการพื้นฐานทางร่างกายและจิตใจและหน้าที่หลักของวัฒนธรรม คือ การตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ วัฒนธรรมตามทัศนะของมาลินอสกีจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของชีวิต¹³

หลักการสำคัญประการหนึ่งที่มาลินอสกีและนักมานุษยวิทยาหน้าที่นิยมทั้งหลายเห็นพ้องต้องกันคือ หลักแห่งความเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกันระหว่างสถาบันสังคมต่างๆ เช่น ครอบครัว ศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ มีความเกี่ยวพันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน¹⁴ โดยมาลินอสกีให้ความสำคัญกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ กล่าวคือ เมื่อมนุษย์มีความต้องการพื้นฐานร่วมกัน ทำให้เกิดการแบ่งงานกันทำและสุดท้ายจึงก่อให้เกิดสถาบันและสังคมขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาในประเด็นนี้จะพบว่า สถาบันและสังคมต่างๆจะมีหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น วัฒนธรรมที่ไม่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ย่อมจะเกิดการสูญหายไป

การจัดตั้งศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย นั้นย่อมจำเป็นจะต้องศึกษาในมิติของความต้องการของประชาชนต่อสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมและการบริหารจัดการงานอันมีลิขสิทธิ์ ทั้งนี้ในที่มาของปัญหาเบื้องต้น จะเห็นได้ว่า ความเข้าใจผิดในเจตนารมณ์ของกฎหมายลิขสิทธิ์นั้นทำให้เกิดความไม่รู้และไม่ได้ใช้ประโยชน์ในงานสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งมีค่าที่สาธารณะหรือสังคมควรจะได้รับเพื่อให้เกิดคุณภาพ ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าหากมีการปล่อยปละละเลยในการสร้างความเข้าใจอันถูกต้องต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายลิขสิทธิ์ อาจทำให้สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมหรือแม้กระทั่งกฎหมายลิขสิทธิ์ ไม่ได้ทำ“หน้าที่”ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ตามที่ควรจะเป็น ซึ่ง

¹³ ยศ สันตสมบัติ, มนุษย์กับวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น.31.

¹⁴ เรื่องเดียวกัน, น.32.

การศึกษาในครั้งนี้ย่อมมีการเชื่อมโยงในส่วนของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจน การชะงักงันของการพัฒนาทางด้านการแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรมอันเนื่องมาจากการขาด องค์ความรู้พื้นฐานอันมาจากสาขารณสมบัติทางวัฒนธรรมทั้งหลาย ที่แข็งแรงพอจะสร้างสรรค์ งานใหม่ๆ อันมีคุณค่าได้อีกด้วย เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุและหนทางการแก้ปัญหาทั้งระยะสั้นและ ระยะยาวต่อไปตามลำดับ

2.2.2 ทฤษฎีวิวัฒนิยมวัฒนธรรม

แนวความคิดแบบวิวัฒนิยมวัฒนธรรมของมาร์วิน แฮร์ริส (Marwin Harris 1927-2001) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากกฎเกณฑ์แห่งวิวัฒนาการสากลของเลสลี ไวต์ (Leslie White 1900-1975) ได้กล่าวว่า กระบวนการวิวัฒนาการ (Evolutionary process) คือขั้นตอนของการ เปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเพื่อรักษาสสมดุลระหว่างประชากรกับสภาพแวดล้อม โดยมีเทคโนโลยี ทางการผลิตเป็นตัวกำหนดสำคัญ ความเชื่อ ประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ เป็นเครื่องมือทาง วัฒนธรรมที่ทำหน้าที่รักษาสสมดุลดังกล่าวไว้ แต่จะยังยืนยันมั่นคงเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับว่าสิ่งเหล่านี้ สามารถให้ “ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ” แก่มนุษย์ได้มากน้อยเพียงใดนั่นเอง¹⁵

การละเมิดลิขสิทธิ์ สามารถนำทฤษฎีนี้มาอ้างอิง ต่อยอดและวิเคราะห์เหตุผลในการ ละเมิดลิขสิทธิ์ ตลอดจนการมองทรัพย์สินทางปัญญาในสังคมวิวัฒนิยมที่ขับเคลื่อนไปด้วยแรงของ ทุนนิยม อันส่งผลต่ออุตสาหกรรมงานทางวัฒนธรรมโดยตรง ทั้งนี้การมีกฎหมายลิขสิทธิ์ก็เพื่อ การนำมาซึ่งการแก้ปัญหาโดยการสร้างดุลยภาพให้กับสังคมนั่นเอง ซึ่งตามเจตนารมณ์ของ กฎหมายลิขสิทธิ์นั้นได้ให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ทั้งผู้สร้างสรรค์ เจ้าของลิขสิทธิ์ และ สาธารณชน ซึ่งถือได้ประโยชน์แก่ทุกฝ่าย

ดังนั้น หากเปรียบเทียบกฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นเครื่องมือทางสังคม ที่ต้องการสร้างสมดุลนี้ จะเห็นได้ว่าการอยู่รอดในโลกทุนนิยม การขาดความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าของทรัพย์สินทาง ปัญญาและกฎหมายลิขสิทธิ์เป็นตัวแปรสำคัญในการละเมิดและละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งเหมือนละทิ้ง หน้าที่พลเมืองที่ดี และขัดต่อเจตนารมณ์ของกฎหมาย ตลอดจนทำลายสมดุลของสังคมและการ สร้างสรรค์งานทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าในเวลาต่อไป ซึ่งหากประชาชนมีความเข้าใจถึงประโยชน์ อันจะได้รับและประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลดีต่อตนเองจากเจตนารมณ์ของกฎหมายลิขสิทธิ์

¹⁵ ยศ สันตสมบัติ, มนุษย์กับวัฒนธรรม, น.38 - 40.

แล้ว ย่อมจะปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ เป็นอย่างดีจากการยอมรับของประชาชน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องใช้ทฤษฎีนี้ในการอธิบาย และตอบโจทย์ในการวางโครงสร้างองค์กรและนโยบายการบริหารจัดการในศูนย์สารสนเทศสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยต่อไป

2.2.3 ทฤษฎีปรากฏการณ์

การเข้ามาของวัฒนธรรมอื่นๆ และการเสื่อมความนิยมของงานอุตสาหกรรมทาง วัฒนธรรมของไทย ถือเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งซึ่งสามารถนำมาอ้างอิงเกี่ยวกับทฤษฎี ปรากฏการณ์ ได้ดังนี้

ปรากฏการณ์ (Phenomena) อาจหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นและกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งอาจเกิดจากจินตนาการ หรือความคิดคำนึง หรืออาจเกิดจากการสังเกตเห็นอะไรบางอย่าง แล้วไม่เข้าใจ

ประเภทของปรากฏการณ์

1. ปรากฏการณ์ธรรมชาติ (Natural Phenomena) ได้แก่ แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด น้ำขึ้น-น้ำลง ลมบก-ลมทะเล เป็นต้น

2. ปรากฏการณ์ทางสังคม (Social Phenomena) ได้แก่ สงคราม การอพยพ การแต่งงาน การหย่าร้าง การชุมนุมประท้วง การฆ่าตัวตาย เป็นต้น

ข้อแตกต่างของปรากฏการณ์ทั้งสองก็คือ ปรากฏการณ์ทางสังคมมีมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้องในฐานะผู้กระทำ (Actors) อย่างไรก็ตามอาจมีปรากฏการณ์บางชนิดที่มีลักษณะคาบเกี่ยว เช่น น้ำท่วม อันเกิดจากการตัดไม้ทำลายป่าของมนุษย์บวกกับภาวะทางธรรมชาติ เป็นต้น

วงจรชีวิตของปรากฏการณ์ (Life Cycle of a Phenomena)

ปรากฏการณ์ทุกชนิดมีวงจรชีวิตคล้ายๆกัน นั่นคือ มีอยู่ 4 ช่วงด้วยกัน ได้แก่

1. การก่อเกิด (Emergence)
2. การดำรงอยู่ (Existence)
3. การเปลี่ยนแปลง (Change)
4. การจบสิ้น (Death)

ซึ่งเมื่อเรามองปรากฏการณ์ทางสังคมแล้วจะสามารถมองเห็นธรรมชาติบางประการที่เราควรตระหนักในการศึกษาและวิจัย ซึ่งได้แก่

1. ปรากฏการณ์ทางสังคมทุกอย่างมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ (Historical Development)
2. ปรากฏการณ์ทางสังคมทุกอย่างมีความเป็นพลวัต (Dynamic)
3. ปรากฏการณ์ทางสังคมทุกอย่างมีความซับซ้อน (Complex)
4. ปรากฏการณ์ทางสังคมทุกอย่างมีทั้งด้านภาวะวิสัย (Objective Dimension) และมิติด้านอัตวิสัย (Subjective Dimension) (อุทัย ดุลยเกษม, 2548)

จากการละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีอยู่อย่างดาษดื่นทั้งใน ประเทศไทยและสังคมโลก อันถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากวงจรการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่องานอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมทั่วโลก ทั้งนี้หากวิเคราะห์ในเบื้องต้นนั้นเปรียบเสมือนวงจรชีวิตของปรากฏการณ์ ซึ่งผู้ศึกษาต้องการสร้างศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย เพื่อเร่งให้วงจรการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งอยู่ในช่วงดำรงอยู่ (Existence) สิ้นสุดลงและเข้าสู่ การเปลี่ยนแปลง (Change) และจบสิ้น (Death) โดยเร็วที่สุด ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่วงการแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรม ตลอดจนสังคมโลกอีกด้วย

2.2.4 ทฤษฎีว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์

นักกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาได้ร่วมกันเสนอความคิดเห็นไว้ 2 กรณี โดยสอดคล้องกับกฎหมายลิขสิทธิ์ ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเสรีนิยม

แนวความคิดของทฤษฎีนี้ คือ การที่งานสร้างสรรค์ใดๆ ที่เกิดขึ้นจากปัญญาของมนุษย์ เป็นผลพวงมาจากความนึกคิดของบรรดาบรรพบุรุษ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม ความนึกคิดอันเป็นความริเริ่มที่แท้จริงโดยเอกเทศจึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ ดังนั้น งานสร้างสรรค์ของบุคคลใดๆ จึงเป็นผลิตผลทางสังคมซึ่งถือเป็นทรัพย์สินของมนุษยชาติ อันสมควรตกเป็นสาธารณประโยชน์โดยเสรี เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาทางศิลปวัฒนธรรมในสังคมต่อไป¹⁶

¹⁶ ไซยศ เหมะรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.8 -9.

ทฤษฎีนี้สามารถอธิบายเหตุผลของการตกเป็นสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรม (Public Domain) ของงานอันมีลิขสิทธิ์ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ ความเชื่อ และวิถีชีวิต อันส่งผลต่อการสร้างสรรค์งานทางวัฒนธรรมประเภทต่างๆ อันเป็นที่มาของงานอันมีลิขสิทธิ์ ซึ่งส่วนสำคัญในการนำทฤษฎีนี้มาประกอบการศึกษาก็คือ การสร้างดุลยภาพทางองค์ความรู้ของสังคมโดยการตกเป็นสาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมโดยใช้การกฎหมายลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือในการได้มาซึ่งองค์ความรู้

2. ทฤษฎีคุ้มครองป้องกัน

แนวความคิดของทฤษฎีนี้คือการที่สมควรให้ลิขสิทธิ์ได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกับสิทธิในทางแพ่งอื่นๆ ด้วยเหตุผลประการแรกคือ ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิในสภาพบุคคล (Right of Personality) ซึ่งมีที่มาจากชีวิตในส่วนจิตใจและสติปัญญา อันเป็นส่วนหนึ่งของสภาพบุคคลที่สมควรได้รับความคุ้มครองเสมือนเป็นสภาพบุคคลด้วย ส่วนอีกประการหนึ่งคือ งานสร้างสรรค์ของบุคคลใดก็สมควรเป็นของบุคคลนั้น เช่นเดียวกับกรรมสิทธิ์ของบุคคลนั้น อันเป็นที่มาของแนวความคิดที่ว่า ลิขสิทธิ์เป็นกรรมสิทธิ์และเป็นสิทธิในทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่าง (Right of Incorporeal Property)

ซึ่งทฤษฎีนี้สอดคล้องกับการคุ้มครองโดยกฎหมายลิขสิทธิ์ อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง “ธรรมสิทธิ์” (Droit Moral or Moral Right) อันมีหลักเกณฑ์ตามมาตรา 18 ว่า ผู้สร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้มีสิทธิที่จะแสดงว่าตนเป็นผู้สร้างสรรค์งานดังกล่าว และสิทธิที่จะห้ามมิให้ผู้รับโอนลิขสิทธิ์ หรือบุคคลอื่นใด บิดเบือน ดัดทอน ดัดแปลง หรือกระทำการอื่นใดแก่งานนั้นจนเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง หรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ และเพิ่มเติมจาก Black's Law Dictionary ที่ได้ให้คำจำกัดความอันไม่มีในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ของไทย และกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศอื่นๆ ว่า ธรรมสิทธิ์ หมายความว่า หลักกฎหมายทางภาคพื้นยุโรป ว่าด้วยบุรณภาพทางศิลปะ อันเกี่ยวกับสิทธิแก่ศิลปิน ในการปกป้องไม่ให้บุคคลอื่นทำการดัดแปลงงาน โดยปราศจากการอนุญาตของศิลปินผู้สร้างสรรค์งานนั้น ซึ่งสิทธิอันไม่ใช่สิทธิทางทรัพย์สินนี้ อยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างสังคมและศิลปินของงานนั้น และระหว่างศิลปินกับงานสร้างสรรค์ของศิลปินผู้นั้น¹⁷

¹⁷ ไชยยศ เหมะรัชตะ, ย่อหลักกฎหมายลิขสิทธิ์, น.61.

2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์

2.2.5.1 ความหมายของศูนย์

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ศูนย์ -, ศูนย์ หมายถึง จุดกลาง ใจกลาง แหล่งรวม เช่น ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์หนังสือ ศูนย์รวมข่าว

ดังนั้น ความหมายจากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 และที่ผู้ศึกษารวบรวม และสรุปความหมายของคำว่า ศูนย์ หมายถึง แหล่งรวบรวมข้อมูล รวบรวมเนื้อหาทางวิชาการเฉพาะด้านหรือรวบรวมประวัติขององค์กรหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ศึกษาข้อเท็จจริง และได้รับข้อมูลตามความต้องการอย่างสะดวกรวดเร็วโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสื่อในรูปแบบต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มผู้ต้องการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.5.2 แนวคิดในการบริหารจัดการองค์กร

● หลักการบริหาร

การบริหาร (Management) ถือเป็นองค์ประกอบหลักอันเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการตลาด การขาย การเงิน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และอื่นๆ ซึ่ง ล้วนแล้วแต่จะต้องใช้การบริหารมาจัดการกับแต่ละส่วนขององค์กรทั้งสิ้น

การบริหารถือเป็นศาสตร์และศิลป์ ตลอดจนเป็นวิชาชีพที่ไม่มีการหยุดนิ่ง กล่าวคือ การบริหารนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยการพัฒนาการบริหรานั้นๆ ก็เพื่อ วัตถุประสงค์หลักของหลักการบริหารก็คือ การทำให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ โดย อาศัยความพยายามของตน ตลอดจนความสามารถของคนในองค์กรและนอกองค์กรในการ ขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ โดยกระบวนการบริหาร จะประกอบไปด้วย 5 ส่วนสำคัญดังต่อไปนี้

การวางแผน (Planning)

เปรียบได้ดังพิมพ์เขียวในการดำเนินงาน กล่าวคือ หน้าที่แรกของผู้บริหารในการบริหารองค์กรให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จก็คือ การวางแผนนั่นเอง ซึ่งถือเป็นกระบวนการเริ่มต้นของการบริหารที่ทำได้

ความสำเร็จของการวางแผน เกิดจากการเลือกที่จะวางแผนนั้นๆให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้น เช่น การพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส หรือการหาจุดแข็งขององค์กรในการวางแผนดำเนินกลยุทธ์ได้อย่างชาญฉลาด และที่สำคัญจะต้องบรรลุเป้าหมายขององค์กร และตัวผู้บริหารเองด้วยอีกทั้งการวัดผลจากเป้าหมายนั้นควรที่จะสามารถวัดได้เป็นตัวเลขที่ชัดเจนเพื่อการปรับปรุงแผนนั่นเอง

การวางแผนที่ดีนั้นควรประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ

1. การมองหาโอกาส (Awareness of Opportunity) ด้วยการประเมินโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร คู่แข่งขัน โดยจำเป็นจะต้องมีการคาดคะเนมาประกอบการตัดสินใจอีกด้วย

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Establishment of Objectives) ได้แก่ การกำหนดส่วนที่องค์กรต้องการจะบรรลุ โดยพิจารณาถึงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ

3. การตัดสินใจและเลือกแนวทางในการดำเนินงาน (Determination and Choice of Alternative Courses of Action) หลังจากการกำหนดวัตถุประสงค์เรียบร้อยแล้ว ผู้บริหารที่ดีจำเป็นจะต้องพิจารณาและตัดสินใจถึงทางเลือกที่ดีที่สุดในการบริหารงานองค์กร และควรจะมีการกำหนดมาตรฐานของทางเลือกที่เลือกไปเอาไว้ พร้อมทั้งแนวทางสำรองเผื่อมีข้อผิดพลาดไว้เป็นอีกทางเลือกอีกทางหนึ่งด้วย

4. การสร้างแผนย่อย (Formulation of Derivative Plans) เปรียบเสมือนการสร้างขั้นบันไดขั้นเล็กๆ ก่อนที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ตามเป้าหมายองค์กรที่วางไว้ กล่าวคือ แผนย่อยจะช่วยลดช่องว่างระหว่างเป้าหมายขององค์กรกับการดำเนินการ ทั้งนี้หากมองในแง่ของจิตวิทยา การบรรลุเป้าหมายของแผนย่อยอันเชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จของเป้าหมายหลักนั้น เหมือนเป็นการสร้างกำลังใจให้ผู้บริหารและทีมงานในการก้าวสู่ขั้นต่อไปจนสู่ความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ขององค์กร

5. การกำหนดงบประมาณของแผน (Budgeting the Plan) เป็นกระบวนการขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผน โดยงบประมาณจะช่วยให้กิจกรรมต่างๆ ขององค์กรดำเนินไปได้เป็นอย่างดี

ราบรื่น โดยจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับการจัดตั้งงบประมาณในการวางแผนและจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างชาญฉลาดและมีระบบอีกด้วย

การจัดการองค์กร (Organizing)

เป็นกระบวนการจัดสรรงาน ทรัพยากร กำหนดความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่าง งานกับทรัพยากร ซึ่งในที่นี้จะประกอบไปด้วย การออกแบบโครงสร้างการทำงานขององค์กร การประสานงานและการออกแบบงาน ที่สำคัญคือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในส่วนนี้ถือเป็นส่วนสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบโครงสร้างการทำงานขององค์กร และหน้าที่งานนั้น จำเป็นจะต้องมีการวางแผนที่รัดกุม ตลอดจนหน้าที่ของแต่ละบุคคลที่ไม่ซ้ำซ้อน และสามารถเป็นแรงผลักดันองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเลือกคนที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ที่เหมาะสม จะทำให้การดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้การบริหารจัดการศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย (Thailand Public Domain Center; TPDC) ก็จำเป็นต้องมีการคัดสรร ตลอดจนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้เป็นทรัพยากรที่มีประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุด ประกอบกับพนักงานเองก็จะได้รับการพัฒนาการทำงานและความสามารถไปในแนวทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ความเป็นผู้นำและการจูงใจ (Leading and Motivating)

ผู้นำ เปรียบได้กับการเป็นหัวเรืออันจะกำหนดทิศทางขององค์กรให้ก้าวไปสู่เป้าหมายขององค์กร ภาวะผู้นำจึงเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการนี้ทั้งนี้ก็เพื่อกระตุ้น และเป็นแรงผลักดันให้เกิดงาน อันจะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ นอกจากการนำ อันเป็นพื้นฐานที่ควรมีของผู้นำแล้ว ยังจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ถึงอุปนิสัยและข้อมูลพื้นฐานของผู้ใต้บังคับบัญชา ว่ามีความต้องการอย่างไรบ้าง และในฐานะผู้นำควรมีการวางตัวและตอบสนองความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะเป็นการจูงใจ (Motivating) ให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

การควบคุม (Controlling)

คือกระบวนการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริหารว่ากิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในองค์กรนั้นเป็นไปตามแผนการที่วางไว้ ตลอดจนเป็นการประเมินการทำงานในแต่ละหน้าที่เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนวัดผลว่าการบริหารอันเกิดมาจากการวางแผนและดำเนินการนั้นๆ ประสบความสำเร็จเพียงใด

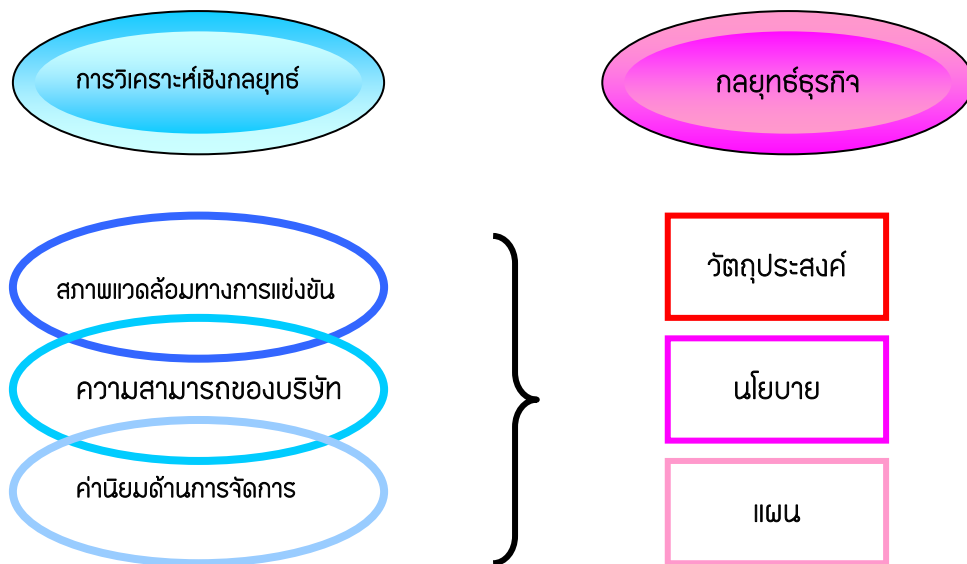
- การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

เป็นการนำศาสตร์ (Sciences) และศิลป์ (Arts) มาประยุกต์เป็นการกำหนดทิศทาง รูปแบบของการปฏิบัติการ การประเมินผล และการตัดสินใจตามหน้าที่ของแต่ละฝ่าย ซึ่งมีผลในการช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ หรือหมายถึง กระบวนการซึ่งเป็นการรวมกิจกรรมอันเกี่ยวข้องกัน 3 ประการ คือ การวิเคราะห์กลยุทธ์ (Strategic analysis) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) และ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy implementation)

โดย "กลยุทธ์" (Strategy) เป็นแผนปฏิบัติการที่สามารถนำมาใช้ทั้งในการวางแผนระยะกลางไปจนถึงระยะยาวขององค์กร โดยจะต้องมีความสอดคล้องกับพันธกิจ (Mission) เป้าหมาย (Goal) และวัตถุประสงค์ (Objective) ขององค์กร ซึ่งเป็นกระบวนการอันต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันในแต่ละส่วน อีกทั้งยังจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมได้ตลอดเวลาซึ่งสามารถช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างทัน่วงที่

ภาพที่ 2.1

ปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์



จากแผนภาพที่ จะเห็นได้ว่าสิ่งที่ควรพิจารณา ก่อนในขั้นตอนของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic analysis) ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive environment) ความสามารถของบริษัท (Company capability) และค่านิยมด้านการจัดการ

(Management value) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทหรือองค์กรนั้นๆ อันประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ (Objective) นโยบาย (Policy) และแผน (Plan)

โดยสามารถสรุปขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์สำหรับองค์กร โดยดัดแปลงมาจากการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Steps of Strategic Business Plan) 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1 ศึกษากระบวนการในการทำแผนการบริหารองค์กร
- ขั้นตอนที่ 2 การตั้งวิสัยทัศน์ (Vision) ค่านิยม (Core Value) และเป้าหมาย

(Goal) ขององค์กร

- ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดพันธกิจขององค์กร (Mission)
- ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมายและนโยบายขององค์กรรวม (Corporate

Goal and Policy) และกำหนดเป้าหมายและนโยบายของแต่ละฝ่าย Department Goal and Policy)

- ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์อันอยู่ในช่วงที่ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ (Situation Analysis) การดูผลการดำเนินการ (Performance) และการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis) การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) การวิเคราะห์ความสามารถทางธุรกิจขององค์กร (Gap Analysis) การวิเคราะห์สภาพภายใน (Value Chain) และภายนอกองค์กร ตลอดจนจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร (SWOT/TOWS)

- ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดกลยุทธ์ระดับฝ่ายและเป้าหมายจากการวิเคราะห์

SWOT

- ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาดกับเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ SWOT

- ขั้นตอนที่ 8 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น แผนการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด
- ขั้นตอนที่ 9 มาตรการดำเนินการ และแผนสำรองฉุกเฉิน
- ขั้นตอนที่ 10 การกำหนดภารกิจเป้าหมายระดับฝ่าย การกำหนดน้ำหนัก

และการวัดผลที่เที่ยงตรงจากการดำเนินกลยุทธ์

ซึ่งการใช้การจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นเป็นการใช้แผนอันเป็นระบบเชิงคุณค่า เพราะเน้นเรื่องการปฏิบัติตามงบประมาณที่วางไว้ อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการทำนายหรือคาดคะเนอนาคต และการสร้างอนาคตขององค์กรอีกด้วย โดยอีกประการหนึ่ง คือ แผนกลยุทธ์จะมีปรัชญาอยู่ในตัวเอง กล่าวคือมีการบรรจุเป้าหมายเป็นขั้นๆ ไป อาทิ เมื่อมีแผนปัจจุบันแล้ว ต้องมีแผนต่อไปเป็นลำดับ อีกทั้งยังมีแผนสำรองในกรณีที่แผนกลยุทธ์หลักนั้นๆ ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

แนวความคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์สามารถนำมาปรับใช้กับโครงการจัดตั้งศูนย์
สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย (A Project for Thailand Public Domain Center;
TPDC) ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ที่สามารถวิเคราะห์
สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกได้อย่างเป็นระบบ ก่อนที่จะนำมาจัดทำแผนการดำเนินการ
ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

- การตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ สภาพแวดล้อม
ภายใน (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ของ
องค์กร ทั้งนี้การจับกรอบทางความคิดมาวิเคราะห์นั้นก็ได้อาศัยวิธีการคิดวิเคราะห์หลายแนวทาง
เพื่อที่จะให้ครอบคลุมมิติการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม อันมีผลกระทบต่อการวางแผนบริหาร
จัดการองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการจัดตั้งศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย (A Project for Thailand Public Domain Center; TPDC) ซึ่งจำเป็นที่จะต้องหาข้อมูลอันเป็น
บริบทแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนการวางจุดยืนขององค์กร และวิเคราะห์ตนเองออกมาให้กระจ่าง
ทั้งนี้เพื่อกำหนดเป้าหมาย และแผนการดำเนินกลยุทธ์ที่ชัดเจนขององค์กรนั่นเอง

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

เป็นการวิเคราะห์จากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยการศึกษานี้จะเป็นการคาดคะเน และ
พยากรณ์จากการศึกษา ค้นคว้าข้อมูล การวิจัย ตลอดจนบริบทแวดล้อมอันส่งผลให้เกิด
แนวความคิดของศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจมีความแตกต่าง
จากการนำไปใช้จริงบ้างในบางส่วน ทั้งนี้เพราะ การศึกษานี้ได้วิเคราะห์จากบริบทในขณะดำเนิน
การศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมต่างๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อการ
นำไปใช้ ซึ่งก็จำเป็นต้องปรับแผนการวางกลยุทธ์ตามความเหมาะสม

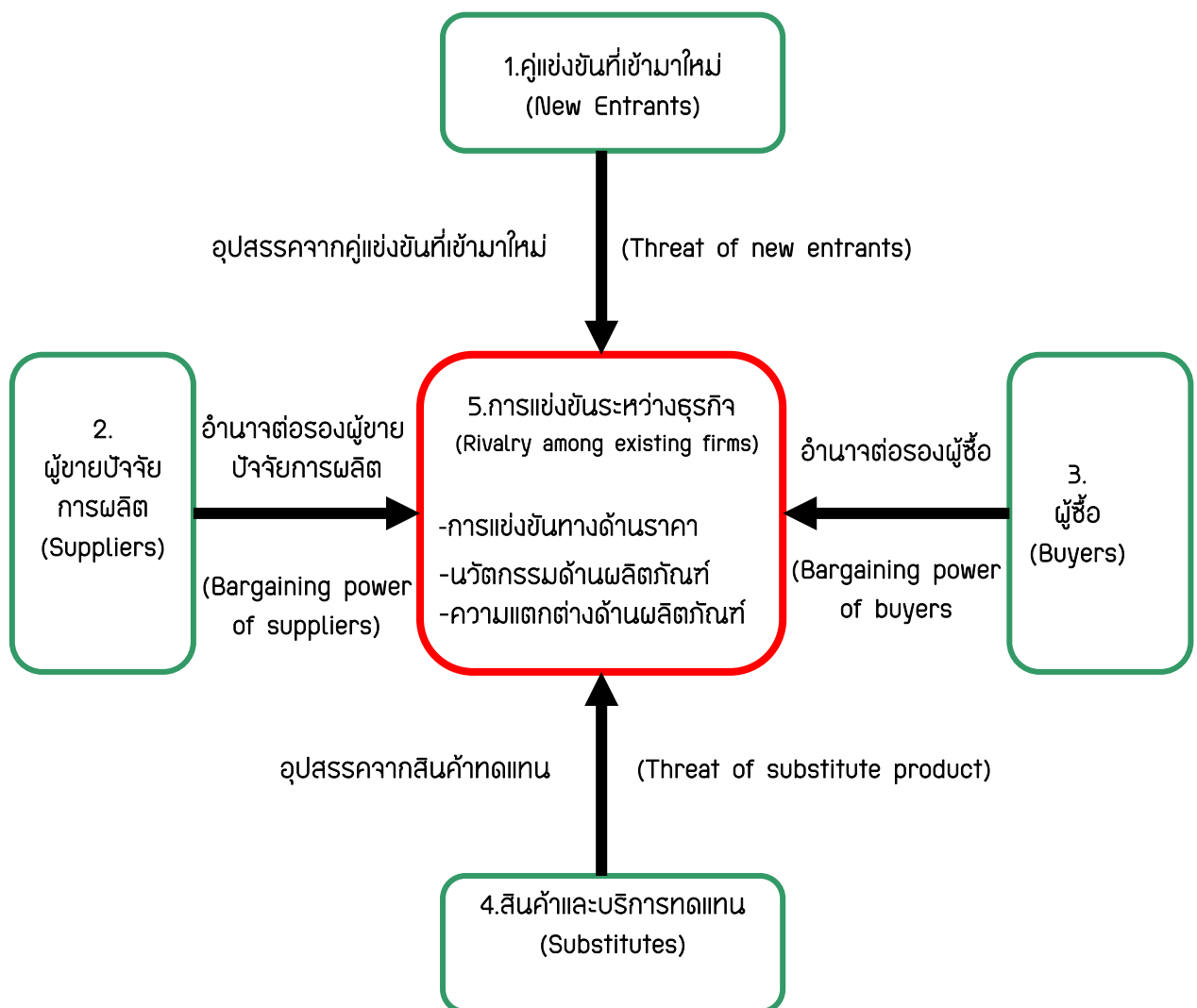
สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

นอกจากสภาวะการณ์อันเกี่ยวข้องกับกฎหมายลิขสิทธิ์ของโลกแล้ว จะเห็นได้ว่าการ
แข่งขันในตลาดก็มีอยู่ค่อนข้างสูงเช่นกัน แม้ว่าจะไม่เคยมีศูนย์ที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกับศูนย์
สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยในประเทศไทย แต่ก็มีคู่แข่งทางอ้อมที่มีสินค้า
ทดแทน อันสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายของศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยไปได้
เช่นกัน โดยผู้ศึกษาได้นำกรอบทางความคิดที่หลากหลายมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
เพื่อให้ได้แง่มุมในการศึกษาที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ในการวางแผนองค์กร และการ
นำไปใช้ศึกษาต่อเนื่อง อาทิ การวิเคราะห์แรงกดดันการแข่งขัน 5 ประการ (Five Forces

Analysis) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Micheal E. Porter) การวิเคราะห์ P.E.S.T. (P.E.S.T. Analysis) หรือการวิเคราะห์ SWOT และบทกลับ (SWOT/TOWS Matrix Analysis) ที่สามารถวิเคราะห์ภาพรวมได้ทั้งภายในภายนอก ดังที่จะแสดงดังต่อไปนี้

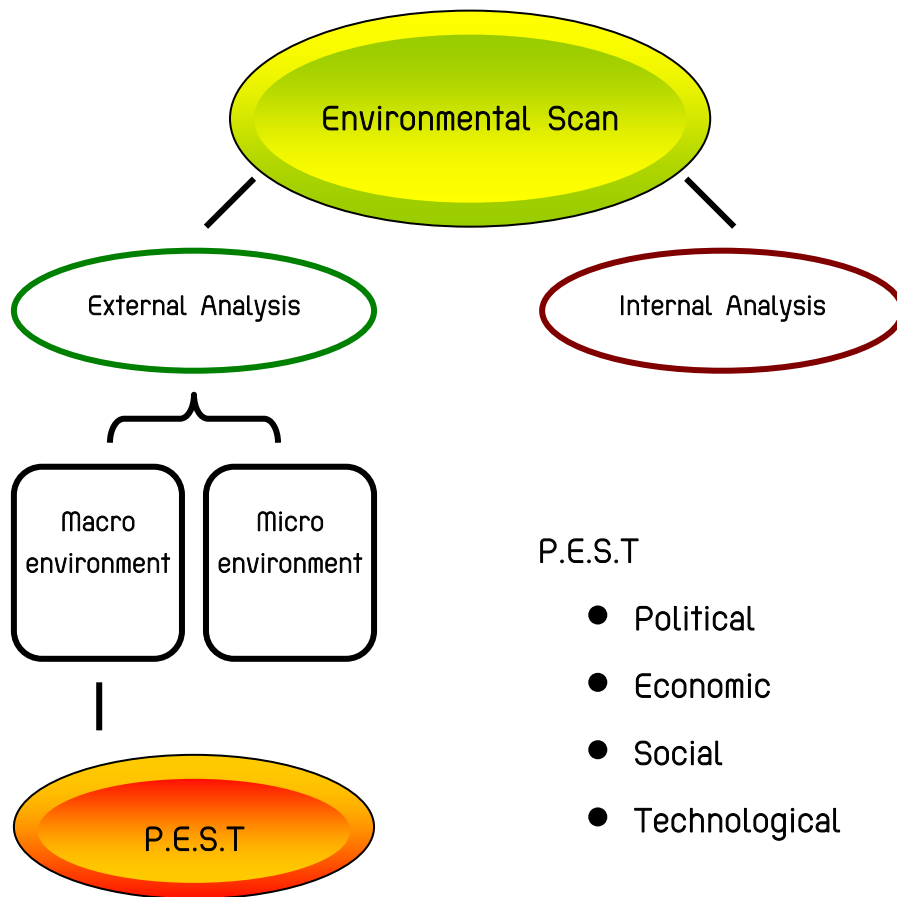
ภาพที่ 2.2

แรงกดดันการแข่งขัน 5 ประการ



ภาพที่ 2.3

P.E.S.T Analysis Framework



P.E.S.T Analysis Framework ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค (Macro environment) เพื่อใช้ในการประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ซึ่งมีมิติในการวิเคราะห์ไม่ว่าจะเป็น ด้านการเมือง (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technology)

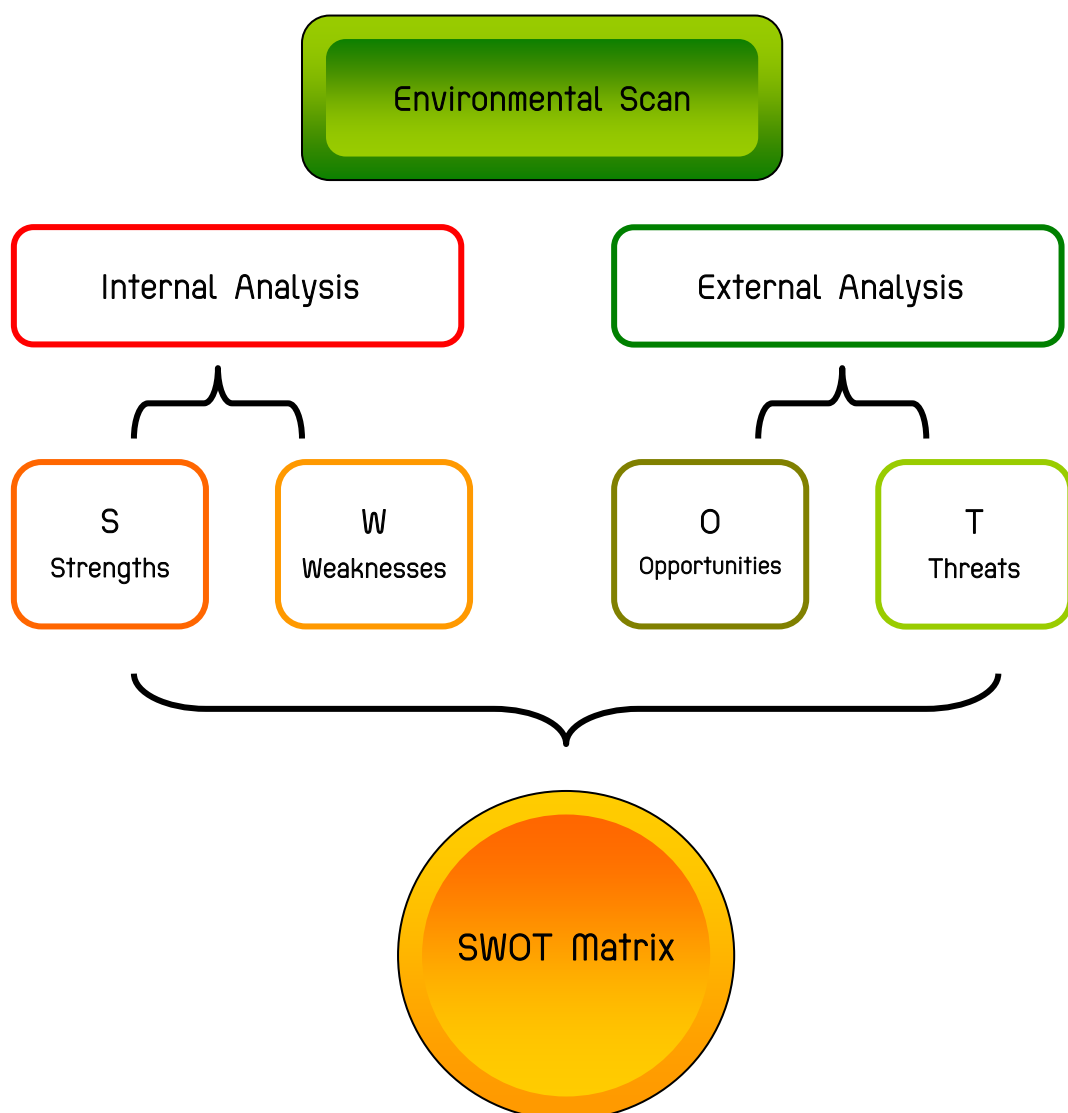
- การวิเคราะห์ SWOT

เป็นการตรวจสอบและมองภาพรวมขององค์กรทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร สามารถบอกให้รู้ถึงสถานภาพขององค์กรและสิ่งแวดล้อมขณะนั้น เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล อีกทั้งยังสามารถเข้าใจใน

จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) และสามารถปรับปรุงการวางแผนองค์กรเชิงกลยุทธ์จากการวิเคราะห์ส่วนต่างๆ ของการวิเคราะห์ SWOT ได้อีกด้วย

ภาพที่ 2.4

SWOT Analysis Framework



หลังจากที่วิเคราะห์ SWOT เรียบร้อยแล้ว ก็จะสามารถนำมาลงตาราง The SWOT Matrix หรือ TOWS เพื่อเป็นการมองในมุมกลับ และหาทางแก้ปัญหาดุลจดจนวางกลยุทธ์ส่งเสริมจุดแข็งขององค์กรให้มีความแข็งแกร่งขึ้น ในขณะที่หาแนวทางวางแผนกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อนขององค์กร อันประกอบกับการพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรซึ่งจะสามารถหาทางออกให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้อง

ภาพที่ 2.5
SWOT/TOWS Matrix

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	S-O Strategies	W-O Strategies
Threats	S-T Strategies	W-T Strategies

- การบริการผู้ให้บริการ

นอกจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ได้กล่าวถึงไปข้างต้น ในหลักการบริหารแนวความคิดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง อันสามารถจะนำมาปรับใช้กับการบริหารจัดการศูนย์สาธารณสุขสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย นั่นคือ การบริการ (Service) โดยปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการ หรือ Service Mind ไว้ในใจพนักงานทุกคนและกระตุ้นให้เกิดการระลึกถึงอยู่เสมอ ทั้งนี้จากการศึกษา และการวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ให้บริการมากที่สุดก็คือ พนักงาน หรือ

บุคลากรภายในศูนย์นั่นเอง ซึ่งในการประเมินภาพลักษณ์องค์กรนั้น ในส่วนของการบริการ ผู้ใช้บริการ หรือลูกค้าในองค์กรธุรกิจนั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งเช่นกัน การศึกษาค้นคว้านี้จึงไม่มองข้ามในการศึกษาหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมุ่งเน้นการบริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ด้วยรูปแบบของศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยจำเป็นจะต้องใช้การสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้ให้บริการโดยตรง ดังนั้นเพื่อเป็นการวางแผนที่ดี และส่งผลต่อการดำเนินงานที่ได้รับการยอมรับของผู้ใช้บริการ ย่อมต้องให้ความสำคัญในส่วนของการบริการเป็นอย่างมากอีกด้วย

หลัก 6 Ps เพื่อบริหารงานบริการ

ปัจจัยหลักอันเป็นจุดเริ่มต้นของการประสบความสำเร็จของงานบริการ คือ การบริหารจัดการ (Management) ซึ่งจำเป็นจะต้องสร้างให้เกิดจิตสำนึกของการให้บริการก่อนเป็นเบื้องต้น โดยทั้งนี้สามารถยึดหลัก 6 Ps เพื่อการบริหารงานในส่วนของการบริการดังต่อไปนี้

1. Planning การวางแผนงานเปรียบเสมือนการวางแผนทิศทาง หรือพิมพ์เขียวที่ชี้นำหนทาง หรือแนวทางไปสู่ความสำเร็จขององค์กร โดยเป็นดังกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพอใจมากที่สุด ทั้งนี้การวางแผนงาน ประกอบไปด้วย 3 ส่วนที่สำคัญคือ ก่อนการดำเนินการ ระหว่างการดำเนินการ และหลังการดำเนินการ ซึ่งจำเป็นจะต้องระบุรายละเอียดของงาน (Job Description)

2. People ทีมงานเปรียบเสมือนฟันเฟืองในการขับเคลื่อนงานบริการไปสู่ความสำเร็จซึ่งแฝงคิดในส่วนนี้นั้น องค์กรจำเป็นต้องอาศัยการสร้างทีมงาน (Team Building) ที่แข็งแกร่งในการสร้างความสามัคคี และพลังในการดำเนินการบริการให้ประสบผลสำเร็จ

3. Price ราคาในการบริหารงานบริการนั้นถือเป็นต้นทุนในการบริหารงานขององค์กร ในส่วนของการบริหารงานต้นทุนนั้นให้อาศัยหลักที่ว่า ให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการบริหารต้นทุนนั้นๆ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับเงินที่ได้ลงทุนไป กล่าวคือพยายามทำให้เกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด แต่ได้ผลลัพธ์จากการให้บริการอยู่ในระดับที่น่าพอใจสูงสุด

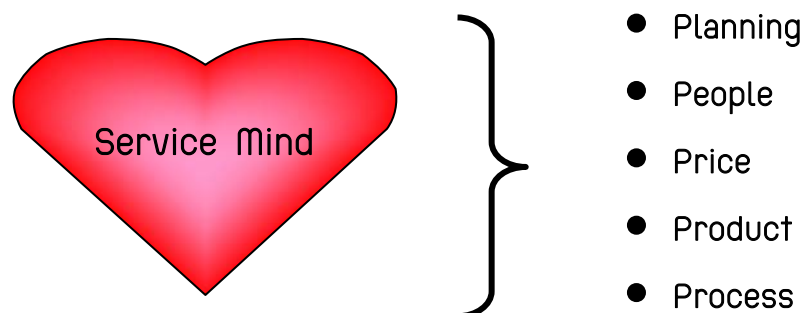
4. Product สินค้าคือการบริการที่ส่งผ่านไปยังลูกค้า ในส่วนนี้จะเห็นได้ว่า ชีตความสามารถ (Competency) ของพนักงานจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดความพอใจของลูกค้าผ่านงานบริการ ทั้งนี้การมุ่งให้เกิดความประทับใจโดยการพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าถือเป็นอีกทางหนึ่งในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเพื่อที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในด้านการบริการ

5. Process กระบวนการเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างการบริการกับผลลัพธ์ ทั้งนี้การปรับปรุงกระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) จึงเป็นหน้าที่หลักของผู้ให้บริการในการวางแผนเพื่อพัฒนาและปรับปรุงงานอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลต่อเป้าหมายขององค์กรนั่นเอง

6. Promotion ส่งเสริมงานบริการ ให้เห็นความคาดหวังของลูกค้า กล่าวคือ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนตัวสินค้า หรือส่งเสริมการใช้บริการขององค์กรนั้น อันจะมีวิธีแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็น การบริการอย่างครบวงจรในจุดเดียว (One Stop Service) หรือการส่งเสริมการขายอื่นๆ ย่อมส่งผลให้เกิดความสนใจจากลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ทั้งนี้การจัดโปรโมชั่น และวางรายละเอียดอันเป็นเอกลักษณ์ เช่น บทสนทนากับลูกค้าของพนักงานในช่วงโปรโมชั่น หรือ การไหว้ ตลอดจนการแสดงออกต่างๆ ย่อมเป็นผลต่อความพอใจในการให้บริการ โดยทั้งหมดนี้ หากยึดหลัก Service Mind และแสดงออกมาจากใจ จะทำให้การบริการนั้นๆ ประสบความสำเร็จ และสามารถพาองค์กรบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ด้วยการใส่ใจลูกค้าด้วยสุดยอดแห่งการบริการขององค์กร

ภาพที่ 2.6

6 Ps เพื่อการบริหารงานบริการ



- การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management; TQM)

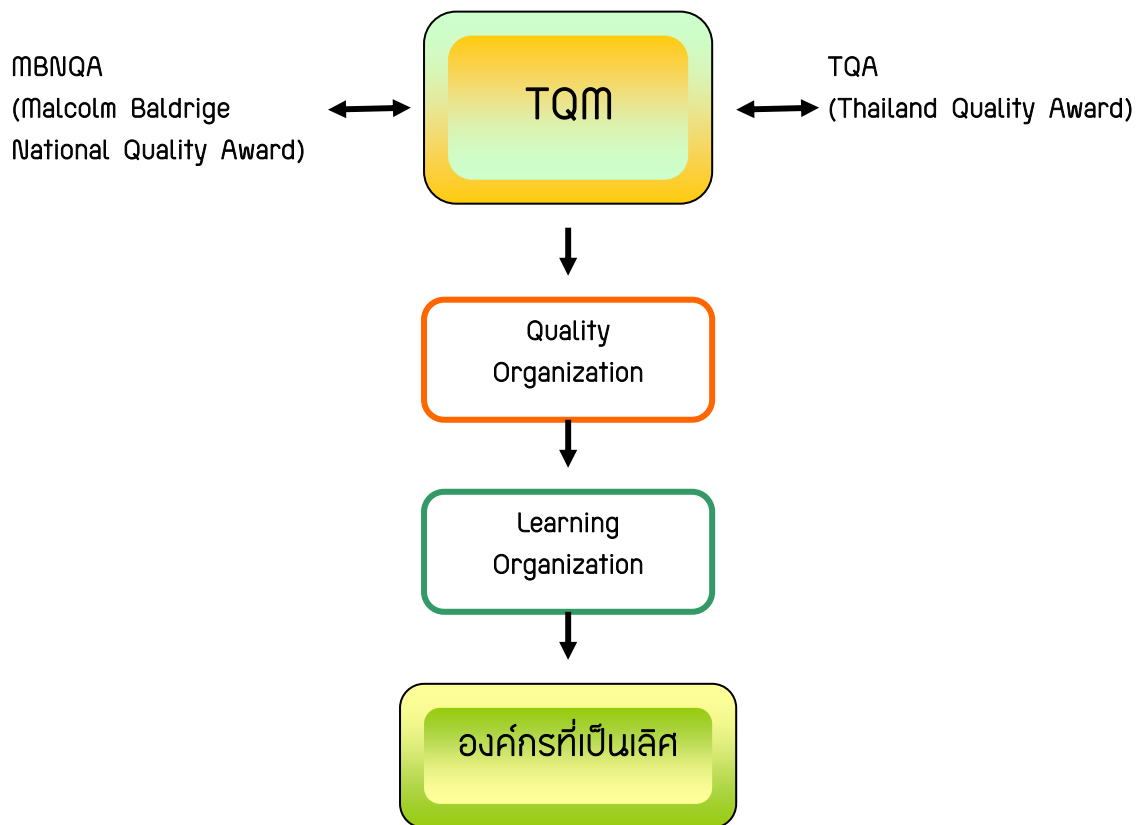
การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management; TQM) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หรือการบริหารคุณภาพโดยองค์รวมคือ ปรัชญาแนวความคิดและเทคนิควิธีการในการบริหารจัดการองค์ความรู้สู่ความเป็นเลิศ ซึ่งยึดเอาความต้องการของลูกค้าและคุณภาพเป็นศูนย์กลางในทุกกิจกรรมที่ดำเนินการ โดยให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการและสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและมีผลการประกอบกิจการที่ดีเลิศ โดยรับผิดชอบต่อสังคมด้วยอันเป็นการสร้างคุณค่าแก่ทั้งองค์กรและสังคมโดยรวม¹⁸

องค์ประกอบของคุณภาพ ได้แก่ มาตรฐานและข้อกำหนดคุณลักษณะ (Standards/Specifications) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเป็นที่ยอมรับ (Continuous Improvement) ซึ่งคุณภาพของสินค้าและบริการนั้น จำเป็นจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้ง 3 นี้อย่างครบถ้วน

ซึ่งการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จนั้นจะถูกนำมาใช้ตั้งแต่การเริ่มวางแผนการดำเนินงานของศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวความคิดอื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดมาตรฐาน และการยึดถือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้การปรับปรุงการบริการ และคุณภาพองค์กรให้เป็นที่ยอมรับนั้น ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ศูนย์สาธารณสมบัติแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญและตั้งใจที่จะก้าวไปสู่ความเป็นองค์กรที่เป็นเลิศ โดยมีการพัฒนาจากองค์กรแห่งคุณภาพ (Quality Organization) สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และก้าวสู่องค์กรที่เป็นเลิศในที่สุด ด้วยการควบคุมคุณภาพ และมีการปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อการบริการอันส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

¹⁸ วิฑูรย์ สิมะโชคดี, TQM คู่มือพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ, พิมพ์ครั้งที่ 5, (สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์, 2550), น.217.

ภาพที่ 2.7
การมุ่งสู่องค์กรที่เป็นเลิศ



2.2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารทางการตลาด

2.2.6.1 กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy)

จากการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดนี้ ชี้ให้เห็นแนวทางในการทำการตลาดแนวใหม่ที่ว่า วิธีที่จะชนะการแข่งขันนั้นก็คือ การยุติความพยายามที่จะเอาชนะคู่แข่ง โดยเปรียบจักรวาลการตลาดหรือพื้นที่ทางการตลาด เป็นน่านน้ำสีแดงและสีคราม ซึ่งน่านน้ำสีแดงสะท้อนถึงอุตสาหกรรมทุกประเภทที่มีอยู่แล้วในตลาดปัจจุบันและเป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นพื้นที่ของตลาด ในขณะที่น่านน้ำสีครามนั้นคือ อุตสาหกรรมที่ยังไม่เกิดขึ้น หรือช่องพื้นที่ในตลาดซึ่งไม่เป็นที่รู้จักนั่นเอง

ซึ่งการทำตลาดในน่านน้ำสีแดงนั้น แต่ละองค์กรย่อมพยายามทำตัวให้มีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง และพยายามทุกวิถีทางในการทำตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาให้ได้มากที่สุด ซึ่งเมื่อมีคู่แข่งมากมาย โอกาสการทำกำไรย่อมน้อยลง และมีการฟาดฟัน หรือหักกันกันอย่างเอาเป็นเอาตายจนเปรียบได้ว่าน่านน้ำสีแดงนั้นแดงจนไปด้วยเลือด

ต่างจากน่านน้ำสีคราม อันเป็นพื้นที่ทางการตลาดที่ยังไม่มีใครจับจอง และสามารถสร้างโอกาสในการเติบโต ตลอดจนสามารถสร้างกำไรได้มหาศาล และแทบยังไม่มีการแข่งขันในน่านน้ำนี้

จากการเปรียบเทียบของกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy) นี้ให้ข้อคิดและแนวทางแก่ผู้ศึกษาในการเลือกที่จะดำเนินการศึกษาโครงการต่างๆ ซึ่งผู้ศึกษาพยายามเลือกองค์กรอันยังประโยชน์แก่สังคมและที่แทบจะยังไม่มีเกิดขึ้นในสังคมมากนัก ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงคู่แข่งทางการตลาดและถือเป็นการเปิดตลาดใหม่ๆ อันไม่จำเป็นต้องมีการลดกำไร เพื่อการแข่งขัน ทั้งนี้แม้ว่าศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย จะเป็นองค์กรแบบไม่แสวงหาผลกำไร แต่อย่างไรก็ตามองค์กรจำเป็นต้องเลี้ยงตัวเองได้ ทั้งนี้ผลกำไรที่เกิดขึ้นก็จะตกสู่สังคมด้วยการนำกำไรหรือรายได้นั้นๆ มาพัฒนาศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยให้มีพัฒนาการและทันสมัยมากที่สุด ซึ่งจะนำมาซึ่งประโยชน์แก่สาธารณะ (Public Profit) เป็นหลักนั่นเอง

2.2.7 แนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์

2.2.7.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ อุปทาน

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีการศึกษาในมิติทางเศรษฐศาสตร์ ในแง่มุมของการซื้อและจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ต่างๆ อันเห็นได้อย่างดาษดื่น โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาในมิติของอุปสงค์ อุปทาน ได้ดังต่อไปนี้

อุปสงค์ (Demand) อันมีความหมายเฉพาะในวิชาเศรษฐศาสตร์มีคำจำกัดความว่า อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้น ในระยะเวลาที่กำหนด

คำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นมิได้หมายถึงความต้องการธรรมดา (Want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือผู้บริโภค

จะต้องมีความเต็มใจ (Ability and Willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ด้วย¹⁹

หากวิเคราะห์ในแง่ของอุปสงค์การบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นั้น จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความเต็มใจ และมีอำนาจซื้อเพียงพอ เหตุเพราะสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ มีการผลิตที่ใกล้เคียงกับสินค้าอันเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ของแท้ สามารถใช้งานได้ใกล้เคียงกัน และที่สำคัญราคาถูกกว่า ประกอบกับสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศที่อยู่ในภาวะชะลอตัว จึงทำให้ผู้บริโภคพยายามประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น จึงเกิดอุปสงค์ของงานละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้น ตามลำดับ ทั้งนี้นอกจากจะมีความต้องการจากผู้บริโภคแล้ว ผู้จำหน่ายก็ต้องการขาย เพราะลงทุนต่ำ และได้กำไรสูงนั่นเอง อันจะกล่าวต่อไปในเรื่องของอุปทาน

อุปทาน (Supply) หมายถึง จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น ที่ผู้ผลิตมีความเต็มใจที่จะผลิตและนำออกจำหน่าย ณ ระดับราคาต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด²⁰ ซึ่งผู้ผลิตงานละเมิดลิขสิทธิ์นั้นมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำ อีกทั้งยังไม่จำเป็นต้องลงทุนในการสร้างสรรค์งานตลอดจนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาอีกด้วย ทั้งนี้ผู้ผลิตเพียงตามกระแสของตลาดและทำสำเนาออกวางจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าของแท้ ก็ได้กำไรมากพออยู่แล้ว ทั้งนี้การผลิตจำนวนมากก็ทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงไปอีก จึงทำให้จำนวนผู้ผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีจำนวนมากขึ้น เช่นเดียวกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนั่นเอง ซึ่งแปรตรงตามความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ของผู้บริโภคนั่นเอง

ปัญหานี้เกิดจากการขาดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของการสร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์ และความยากลำบากของผู้สร้างสรรค์งาน โดยหวังเพียงประโยชน์ส่วนตนมากกว่าสิ่งใด ซึ่งหากมองสภาพแวดล้อมแล้วก็ถือว่าเป็นเรื่องที่ทำกันเป็นนิจ อีกทั้งการขาดความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายลิขสิทธิ์จึงทำให้เกิดแนวความคิดที่ว่า กฎหมายลิขตินั้นปกป้องผลประโยชน์ให้กับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงทำให้ประชาชนที่เป็นผู้บริโภค ผู้จำหน่ายหรือผู้ผลิตสินค้าละเมิดลิขตินั้น ไม่สนใจและไม่เห็นคุณค่าของงานอันมีลิขสิทธิ์ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรมและกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมอย่างรุนแรง

¹⁹ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน , เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 6.กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.น.23.

²⁰ เรื่องเดียวกัน, น.32.

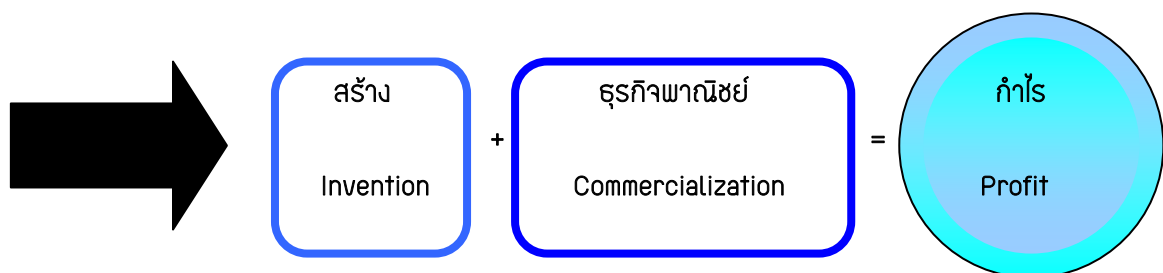
2.2.8 แนวคิดการจัดการนวัตกรรม

หลักการจัดการนวัตกรรม ตามแนวความคิดของ ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker) นั้น ระบุว่า ต้องเป็นที่เข้าใจ ชัดเจน และมุ่งเน้นถึงการพัฒนาและสร้างรูปแบบนวัตกรรม อุตสาหกรรมในธุรกิจนั้นๆ

การสร้างนวัตกรรมใหม่นั้นคือ การเริ่มมีความคิดใหม่ๆ แต่วิธีการที่จะสร้างสรรค์ความคิดใหม่นั้น จำเป็นต้องมีวิธีการคิดโดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และทักษะความชำนาญเข้ามามีส่วนผสมด้วย แต่อย่างไรก็ตามถ้าขาดเวทีและโอกาสที่จะได้ทำ สิ่งที่เกิดขึ้นมาก็เป็นแค่แนวความคิดใหม่ๆ เท่านั้น เพราะฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่การสร้างนวัตกรรมใหม่ต้องได้รับการสนับสนุนจากคนในองค์กรทุกระดับ และการมีส่วนร่วมกันในการคิดเพื่อสร้างการยอมรับ เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้การสร้างนวัตกรรมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ การจัดการนวัตกรรมที่มีเป้าหมายทางธุรกิจจึงต้องอาศัยปัจจัยเกื้อกูลให้ผลเชิงธุรกิจที่สำคัญ นอกจากมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้วต้องมีกำไร เพราะฉะนั้นสูตรของการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation Management)²¹ คือ

ภาพที่ 2.8

สูตรการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ



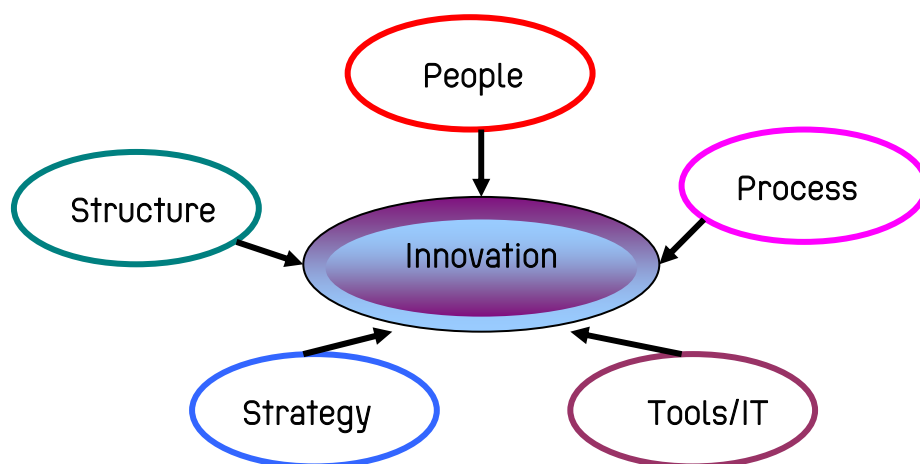
²¹ ภาณุ ลิ้มมานนท์, กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ Strategy Business Innovation Management, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2549, น.17-18.

โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญต่อการจัดการนวัตกรรม 5 ส่วนหลักๆ ดังต่อไปนี้

1. Structure อันได้แก่โครงสร้างขององค์การที่มีการสื่อสารกันตั้งแต่ระดับสูงจนถึงพนักงานทั่วไป ซึ่งโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมก็ย่อมทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ง่ายนั่นเอง
2. People ทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความสามารถจะเป็นเหมือนแรงขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้เมื่อแต่ละคนนำเอาความสามารถและความรู้มาผนวกกัน
3. Process กระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก หรือซับซ้อนจนเกินไป ซึ่งควรจะมีการวางกระบวนการที่มีระบบและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ถือเป็นกระบวนการที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาองค์กร และศักยภาพของการดำเนินการ
4. Strategy การจัดการนวัตกรรมจำเป็นต้องมีกลยุทธ์และยุทธวิธีในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และการได้เปรียบคู่แข่งขันนั่นเอง
5. Tools and Information Technology เครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีส่วนช่วยในการบูรณาการองค์กร ทั้งในด้านโครงสร้าง ทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการ และเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอันส่งผลต่อความสำเร็จเชิงธุรกิจ

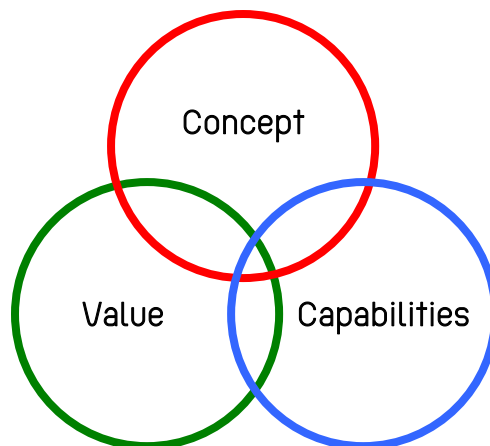
ภาพที่ 2.9

องค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรม
(Component of Innovation Management)



ซึ่งแนวความคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ อันเกี่ยวข้องกับการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดการนวัตกรรมในการบริหารองค์กรอย่างศูนย์สาธารณสุขสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำองค์ประกอบของการจัดการนวัตกรรมต่างๆ มาวิเคราะห์กับทรัพยากรอันจะมีขึ้นในศูนย์ และคาดว่าจะสามารถนำการจัดการนวัตกรรมมาใช้ในส่วนต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของศูนย์ โดยสามารถนำการจัดการนวัตกรรมมาปรับใช้กับ ส่วนประกอบของธุรกิจ (Business Model Component) อันประกอบไปด้วย แนวความคิด (Concept) ขีดความสามารถขององค์กร (Capabilities) และค่านิยม (Value) ซึ่งได้ทำการรวบรวมข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นช่องว่างทางการตลาด โอกาส คู่แข่ง รวมไปถึงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถขององค์กรให้สามารถแข่งขันได้ด้วยค่านิยมและวิสัยทัศน์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันขององค์กร ที่จะทำให้การขับเคลื่อนขององค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็ว และประสบความสำเร็จในที่สุด

ภาพที่ 2.10
ส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจ



2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ชัยนันต์ สันติวาสะ ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์โทรทัศน์ไทย (The Concept and Implementation of Thai Television Museum) โครงการทางวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษาศาสาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2546 การศึกษานี้ได้มีการศึกษาในรูปแบบและแนวทางที่เหมาะสมในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย โดยผู้ศึกษานี้ได้ทำการสำรวจความเป็นไปได้ของโครงการตลอดจนการวางแผนกิจกรรมและการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ โดยแสดงให้เห็นแนวทางในการบริหารจัดการอันนำมาซึ่งรายได้ที่เพียงพอต่อการดำเนินการ ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถนำมาปรับใช้ในการศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย อันจำเป็นจะต้องพึ่งพารายได้ที่พอเพียงต่อการดำเนินการของศูนย์ อีกส่วนหนึ่งที่น่าสนใจของโครงการทางวัฒนธรรมนี้คือ การระบุนายละเอียดการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการบริการทางการศึกษา การจัดหาผู้สนับสนุนในการตั้งกองทุนพิพิธภัณฑ์ และการแบ่งโครงสร้างขององค์กร ซึ่งสามารถนำมาบูรณาการทางความคิดกับข้อมูลที่ค้นคว้ามาข้างต้นได้อีกด้วย

จุดสำคัญที่สามารถนำมาเทียบเคียงเป็นโครงการทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการจัดตั้งศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทยได้ก็คือ รายละเอียดของการดำเนินการอันมุ่งเน้นและคำนึงถึงข้อมูลที่จะนำเสนอแก่ผู้ให้บริการ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการองค์กร และทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้ยังแสดงให้เห็นถึงภาพรวมและกิจกรรมต่างๆ ภายในศูนย์ ทั้งกิจกรรมประจำ และกิจกรรมหมุนเวียน ตลอดจนการระดมทุนเพื่อสร้างรายได้เพื่อนำมาดำเนินงาน ซึ่งมีความใกล้เคียงกับการวางรูปแบบของศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

2. ชวันธร มงคลเลิศพล ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ดนตรีไทย (A Project for Thai Classical Music Learning Center) โครงการทางวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษาศาสาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2549 โดยการศึกษาถือเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยละเอียดไม่ว่าจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ อันได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ไว้หลายท่าน ทั้งนี้เพื่อการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และนำมาปรับใช้กับการดำเนินการ ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิอันเป็นการรวบรวมข้อมูลโดยละเอียดในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ดนตรีไทย ตลอดจนการศึกษาในส่วนขององค์กรที่เป็นกรณีศึกษา ที่มีความใกล้เคียงกับศูนย์การ

เรียนรู้ดนตรีไทย อาทิ อุทยานการเรียนรู้ TK park และพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ เป็นต้น ที่มี การศึกษา และวิเคราะห์การดำเนินการ ตลอดจนองค์ประกอบของศูนย์อันเป็นกรณีศึกษา เพื่อตั้ง ข้อสังเกตในจุดเด่น และจุดด้อย เพื่อนำมาบูรณาการและปรับใช้กับโครงการได้เป็นอย่างดี

ประกอบกับรูปแบบการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็น การยกตัวอย่างสถานที่และการจัด พื้นที่ที่มีแผนภูมิรูปภาพประกอบอย่างชัดเจน สามารถทำให้การศึกษาต่อเนื่องของผู้ศึกษานั้น เป็นไปได้อย่างราบรื่น และเป็นต้นแบบที่ดีในการศึกษาองค์ประกอบของศูนย์ที่น่าสนใจจาก โครงการทางวัฒนธรรมนี้ อีกทั้งการลงรายละเอียดของศูนย์ในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัด กิจกรรม การคัดเลือกบุคลากร การจัดโครงสร้างองค์กร การตลาด ตลอดจนการทำสมมุติฐานทาง การเงินเรื่องงบประมาณลงทุน ที่ทำให้ผู้ศึกษาได้เห็นภาพรวม และรายละเอียดที่ชัดเจนของการทำ โครงการทางวัฒนธรรมได้อย่างถ่องแท้และสามารถเห็นแนวทางการดำเนินการของศูนย์การเรียนรู้ ดนตรีไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งด้วยสถานะขององค์กรที่เป็นองค์การมหาชน เช่นเดียวกันกับการ วางสถานะภาพองค์กรของผู้ศึกษาและมีแนวทางเป็นศูนย์การเรียนรู้ ผู้ศึกษาจึงสามารถเก็บเกี่ยว ความรู้และแนวทางการศึกษาได้จากโครงการทางวัฒนธรรมนี้ได้เป็นอย่างมากและสามารถนำมา ประยุกต์ใช้กับโครงการจัดตั้งศูนย์สาธารณสมบัติทางวัฒนธรรมแห่งประเทศไทย (A Project for Thailand Public Domain Center; TPDC) ได้เป็นอย่างดี