

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพยนตร์เป็นศิลปะแขนงหนึ่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นมิติทางสังคมอย่างหลากหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ วิธีคิดและวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละสังคม บางครั้งภาพยนตร์ก็เป็นเสมือนสื่อบันทึกทางประวัติศาสตร์¹ ไม่ว่าจะด้วยเนื้อหาภาพ ดนตรี ประกอบ หรือวิธีการเล่าเรื่อง ล้วนบ่งบอกถึงยุคสมัยและพัฒนาการต่างๆ ทั้งด้านตัวภาพยนตร์เอง และสภาพสังคม ณ ขณะนั้นได้อย่างมีชีวิต ภาพยนตร์จึงทำหน้าที่หลายบทบาทเป็นทั้งงานศิลปะชั้นสูงที่ต้องการความพิถีพิถันในการสร้าง ทำหน้าที่เป็นสื่อสารมวลชนและมีสถานะเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยกลยุทธ์และชั้นเชิงทางธุรกิจในการจัดจำหน่าย

นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงประเภทหนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นสภาพของเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละช่วงเวลา ดังจะเห็นได้ว่า ตลาดรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งหมดของประเทศไทยในปี 2544 มีมูลค่ากว่า 1,200 ล้านบาท² และในปี 2545 ตลาดรวมดังกล่าวมีมูลค่าเพิ่มขึ้นรวม 3,000 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนของภาพยนตร์ไทย 20% ของมูลค่ารวมดังกล่าว และมีแนวโน้มว่าสัดส่วนของภาพยนตร์ไทยจะเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 30-35% ในปี 2546 ซึ่งในปี 2546 ตลาดรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีมูลค่าประมาณ 895 ล้านบาท แต่ในปี 2547 ภาพรวมรายได้ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยภายในประเทศกลับลดลงเหลือมูลค่าเพียง 700 กว่าล้านบาท³ อย่างไรก็ตามเมื่อถึงปี 2548 ภาพยนตร์ไทยก็สามารถกลับมามีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 30% หรือมูลค่า 1,100 ล้านบาท และในปี 2549 ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยก็มี

¹ นัยนา แยมสาขา, “นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น.1.

² พันธุ์ทิพา อ่วมเจิม, “2544 : ปีทองของ”หนังไทย” จากชบเซาสู่รุ่งเรือง,” หนัง : ไทย 3 (ตุลาคม 2544-มีนาคม 2545): 48.

³ วิสูตร พูลวรลักษณ์, “ค่ายหนังไทยสนทนา,” ให้สัมภาษณ์ใน เอนเตอร์เทน Extra 2005 (กรุงเทพมหานคร : กีเลนการพิมพ์, 2547): 123.

แนวโน้มว่าจะสามารถเติบโตได้อีก 10%⁴ ในขณะเดียวกันในตลาดต่างประเทศภาพยนตร์ไทยก็ได้รับการยอมรับและกล่าวขานถึงมากขึ้น

สิ่งที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540 ถึงปี 2549 ที่ผ่านมา ตลาดภาพยนตร์ไทยมีสภาพผันแปรไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตามปริมาณการผลิตภาพยนตร์ไทยก็มีแนวโน้มการสร้างที่มากขึ้นทุกปีตลอดช่วงระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมา และก็มีแนวโน้มว่าจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งจากตลาดภาพยนตร์ในประเทศโดยรวมได้มากขึ้น

หากจะย้อนกลับไปดูสัดส่วนของภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายจะสังเกตได้ว่า ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา จำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายเริ่มมีปริมาณลดลงจาก 43 เรื่องลดลงเหลือ 30 เรื่องในปี 2539 และลดปริมาณลงอย่างมากในปี 2543 คือ เหลือภาพยนตร์ไทยเข้าฉายเพียง 9 เรื่อง ในขณะที่ภาพยนตร์ต่างประเทศ (ฮอลลีวูด) มีจำนวนเข้าฉาย 186 เรื่องและภาพยนตร์จีน 34 เรื่อง⁵ สามารถคิดเป็นสัดส่วนได้ 4:81:15 ตามลำดับ

⁴ บิสิเนสไทย, “ตลาดหนังไทย’49 โตเฉื่อย ต้องพัฒนาเนื้อหาเพื่อสร้าง Buzz,” บิสิเนสไทย (11 พฤษภาคม 2549): 5.

⁵ อรวรรณ บัณฑิตกุล, “Movie Big Move เปิดโฉม “ดารา” ตัวจริงวงการภาพยนตร์ไทย,” ผู้จัดการ 20 (เมษายน 2546): 79.

ตารางที่ 1.1
จำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในช่วงปี 2540-2549

ปีพ.ศ.	ภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย (เรื่อง)	ปีพ.ศ.	ภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย
2534	52	2542	10
2535	37	2543	9
2536	44	2544	11
2537	46	2545	26
2538	43	2546	49
2539	30	2547	45
2540	29	2548	37
2541	14	2549	44*

* นับรวมการจัดฉายภาพยนตร์เก่าเรื่อง ด้วยเกล้า ของบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด

(ที่มา : ปีพ.ศ. 2534-2545 จากนิตยสารผู้จัดการ ฉบับที่ 235 เมษายน 2546 / ปีพ.ศ. 2546 จากนิตยสาร Entertain Extra 2004 หน้า 99 / ปีพ.ศ. 2547 จากนิตยสาร Entertain Extra 2005 หน้า 136-137 / ปี พ.ศ. 2548 จากนิตยสาร Entertain Extra 2006 หน้า 135-136 /

ปีพ.ศ. 2549 จากฟลิคส์หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ (Flicks) ปีที่ 4 ฉบับที่ 171 วันที่ 5 - 11 มกราคม 2550 หน้า 4)

จากข้อมูลทางสถิติข้างต้น จะเห็นว่าจำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในระยะหลังๆ มีจำนวนลดลง โดยเฉพาะในช่วงปี 2540 เรื่อยมาจนถึงปี 2543 ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและสภาพทางเศรษฐกิจเช่นนี้ ส่งผลให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (2540-2544) ต้องมีการปรับแผนพัฒนาฯ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป เพราะการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ลดลงอย่างรุนแรงเหลือร้อยละ 1.4 ในปี 2542⁶ ส่วนสาเหตุของวิกฤตการณ์เศรษฐกิจดังกล่าวอาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งเป็นสาเหตุระยะยาว อีกส่วนหนึ่งเป็นสาเหตุระยะสั้น สาเหตุระยะยาวที่สำคัญมี 2 ประการได้แก่ โครงสร้างการส่งออกของประเทศไทยพึ่งพิงทั้งปัจจัยการผลิตและตลาดต่างประเทศที่มากเกินไป และการออมภายในประเทศต่ำกว่าการลงทุนรวม ส่วนสาเหตุระยะสั้นที่สำคัญได้แก่ สถาบันการเงินภาคเอกชนมีการกู้ยืมเงินจาก

⁶ กองนโยบายและแผน สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ใน “1 ตำนานแห่งการสร้างเศรษฐกิจไทย,” ใน 60 ปี กระทรวงอุตสาหกรรม, (กรุงเทพมหานคร, กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545), น. 105. (วาระ 60 ปี กระทรวงอุตสาหกรรม).

ต่างประเทศมากเกินไป⁷ ภาวะดังกล่าวมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ซบเซาลง และหลายปีที่ผ่านมาผู้ลงทุนหรือผู้อำนวยการสร้างนิยมสร้างภาพยนตร์ประเภท “ตีหัวเข้าบ้าน” และ “ทำตามอย่างกัน” จนทำให้ตลาดภาพยนตร์ไทยขาดความหลากหลายเป็นเวลากว่าหลายปีติดต่อกัน เมื่อผนวกกับภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทิศทางของตลาดภาพยนตร์ไทยจึงเริ่มถึงจุดเปลี่ยน ดังนั้นเมื่อถึงปี 2544 ภาพยนตร์ไทยจึงมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น และในความหลากหลายดังกล่าว ภาพยนตร์ที่สร้างและฉายในช่วงปี 2540-2544 นั้นก็เป็นภาพยนตร์ที่มีคุณภาพมากกว่าไม่มีคุณภาพ⁸ ถึงแม้ว่าจะยังมีจำนวนการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ไม่ถึง 20 เรื่องต่อปีในช่วงระยะเวลาดังกล่าวก็ตาม แต่ก็แสดงให้เห็นว่าวงการภาพยนตร์ไทยนั้นเริ่มไม่ได้ติดอยู่กับวัฒนธรรมที่ผลิตเพื่อเอาปริมาณแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป ที่สำคัญคือภาพยนตร์ไทยเริ่มได้รับการยอมรับมากขึ้นทั้งจากตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ภาพยนตร์ไทยเริ่มมีความหลากหลายแนวเมื่อปี 2540 และเริ่มเป็นงานที่มีคุณภาพน่าพอใจทั้งในแนวทางและเนื้อหาของภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง นางนาก จัน ดารา ฟ้าทะลายใจ บางกอกแดนเจอร์ส และเรื่อยมาจนถึง สุริโยไท บางระจัน มือปืน/โลก/พระ/จัน โกลด์คลับ สตรีเหล็ก ผีสามบาท 15 คำเตือน 11 พรางชมพู กะเทยประจัญบาน องค์บาก และแฟนฉัน เป็นต้น⁹ ล้วนแต่เป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จทางด้านรายได้และได้รับรางวัลทั้งจากในและต่างประเทศ นอกจากนั้นภาพยนตร์ดังกล่าวบางเรื่องยังได้รับการจัดอันดับเป็นภาพยนตร์ไทยที่ทำเงินสูงสุดตลอดกาลอีกด้วย เช่น เรื่องสุริโยไท¹⁰ ความสำเร็จในการสร้างภาพยนตร์ไทยแต่ละเรื่องในปัจจุบัน จึงมิได้อยู่ที่รายได้จากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์แต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไปแต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเสริม เช่น ปัจจัยด้านความต้องการภาพยนตร์ที่มีคุณภาพมีความหลากหลายในเนื้อหา มีรางวัลระดับนานาชาติเป็นเครื่องยืนยัน ฯลฯ

⁷ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, “ประมวลสาเหตุการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจไทย พ.ศ. 2540,” ใน เศรษฐศาสตร์ไม่ยากอย่างที่คิด, รวบรวมและจัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 3, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 100.

⁸ พันธุ์ทิพา อ่วมเจิม, “2544 : ปีทองของ”หนังไทย” จากซบเซาสู่รุ่งเรือง,” หนัง : ไทย 3 (ตุลาคม 2544-มีนาคม 2545): 47.

⁹ จักรกิตติ์ สิงห์รักษ์, “สรุปผลการถวิลหาหนังบ้านเราในรอบปี 2546,” ใน เอนเตอร์เทน Extra 2004 (กรุงเทพมหานคร: กีเลนการพิมพ์, 2546), น. 98-99. (รายงานพิเศษเกี่ยวกับตลาดภาพยนตร์ในรอบปี 2546).

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 99.

ภาพยนตร์ไทยที่ได้เข้าประกวดระดับนานาชาติเป็นครั้งแรกและได้รับรางวัลเป็นเรื่องแรกคือ ภาพยนตร์เรื่อง สันติ-วิถา ซึ่งได้รับรางวัลในงานประกวดภาพยนตร์เอเชียอาคเนย์ (Asian Film Festival) ในปี 2497 ที่ประเทศญี่ปุ่นโดยได้รับ 3 รางวัลคือ รางวัลถ่ายภาพยอดเยี่ยม (รัตน์ เปสตันยี) รางวัลกำกับศิลป์ยอดเยี่ยม (อุไร ศิริสมบัติ) และรางวัลเผยแพร่วัฒนธรรมดีเด่น และในปี 2529 ภาพยนตร์ไทยเรื่อง ฝืนเลือดและดอกไม้ ผลงานการกำกับของยุทธนา มุกดาสนิท ได้รับรางวัลจากมหกรรมภาพยนตร์นานาชาติแห่งฮาวาย¹¹

ต่อมาในปี 2533 ภาพยนตร์เรื่อง คนเลี้ยงช้าง ผลงานการกำกับของมจ.ชาติรีเฉลิม ยุคล ได้รับการส่งเข้าประกวดชิงรางวัลออสการ์ สาขาภาพยนตร์ต่างประเทศ¹² จากนั้นในปี 2540 ภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง จากผลงานกำกับของนนทรีย์ นิมิบุตร¹³ ได้รับรางวัล Grand Jury Prize ในงานเทศกาลภาพยนตร์ที่บรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม

ภาพยนตร์ไทยค่อยๆ เริ่มเป็นที่รู้จักในสายตาของชาวต่างชาติมากขึ้น จากการไปร่วมฉายโชว์ ร่วมประกวด และจัดจำหน่ายในเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องได้รับการซื้อสิทธิเพื่อนำไปจัดจำหน่ายหรือฉายในโรงภาพยนตร์ที่ต่างประเทศจำนวนมากบ้างน้อยบ้างตามการสร้างในแต่ละปี จวบจนถึงปัจจุบันภาพยนตร์ไทยจึงถูกส่งไปร่วมเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติอยู่เสมอๆ และเริ่มได้รับการจัดจำหน่ายนอกประเทศไม่เฉพาะแต่ในเอเชีย เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย (เช่น ภาพยนตร์เรื่องแก้วชนเหล็ก)¹⁴ แต่รวมถึงยุโรป อเมริกา ละตินอเมริกา ออสเตรเลีย รัสเซีย อิสราเอล และตะวันออกกลาง¹⁵ สำหรับในสหราชอาณาจักรงานที่เปิดตัวภาพยนตร์ไทยให้เป็นที่รู้จักคือภาพยนตร์เรื่อง สตรีเหล็ก ตามด้วยฟ้าทะลายโจร โดย

¹¹ กองบรรณาธิการ, ภาพรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2538.): น. 18-21. (เอกสารพิเศษประกอบนิทรรศการปีไอไอแพร์ 1995).

¹² อรรถธรณ์ บัณฑิตกุล, "Movie Big Move เปิดโฉม 'ดารา' ตัวจริงวงการภาพยนตร์ไทย," ผู้จัดการ 20 (เมษายน 2546): 74-80.

¹³ นนทรีย์ นิมิบุตร, นางนาก, (กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2542): ปีกปกหลัง.

¹⁴ ศร สุรินทร์, "ฮัลโล ดารา," ข่าวสด (12 เมษายน 2546.): 17.

¹⁵ โรเบิร์ต วิลเลียมสัน, คนนอกมองหนังไทย, (กรุงเทพมหานคร : O.S Printing House, 2546), น. 76. (เอกสารประกอบการจัดงานการประกาศผลรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติสุพรรณหงส์ ครั้งที่ 13, 9 มกราคม 2547.)

ภาพยนตร์ทั้งสอง เรื่องนี้ถูกซื้อเพื่อจัดจำหน่ายในญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และอเมริกา¹⁶ โดยเฉพาะภาพยนตร์เรื่องฟ้าทะลายโจร ผลงานกำกับของวิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง นับเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่ได้รับคัดเลือกให้ไปฉายในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส พร้อมกับได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลในสาขา Uncertain Regard ครั้งที่ 54¹⁷ และได้รับรางวัล Dragons & Tiger Award จากเทศกาลภาพยนตร์แวนคูเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล ฟิล์ม เฟสติวัล (Vancouver International Film Festival) ครั้งที่ 19 ณ ประเทศแคนาดา ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้จะไม่ทำรายได้ในประเทศไทย แต่ได้รับความสนใจจากตลาดในต่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยบริษัท Miramax ได้ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวเพื่อไปจัดจำหน่าย¹⁸ จากนั้นภาพยนตร์ไทยเรื่องอื่นๆ จึงเริ่มได้รับความสนใจและมีกระแสตอบรับจากตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น 2499 อันธพาลครองเมือง สตรีเหล็ก นางนาก ผีน้ำคาวราโอเกะ มนต์รักทรานซิสเตอร์ ฯลฯ ซึ่งภาพยนตร์เหล่านี้ล้วนถูกซื้อเพื่อนำไปจัดฉายในโรงภาพยนตร์และจัดจำหน่ายหลากหลายรูปแบบในตลาดต่างประเทศ¹⁹ รวมทั้งได้รับเชิญเพื่อฉายในเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดขึ้นในประเทศต่างๆ อาทิ ภาพยนตร์เรื่อง คืนไร้เงา หรือ One Night Husband ผลงานกำกับโดย พิมพกา โตวิระ มีการฉายเปิดตัวรอบปฐมทัศน์ในเทศกาลหนังนานาชาติที่กรุงเบอร์ลิน ครั้งที่ 53²⁰

ปี 2546 ถือได้ว่าเป็นจุดเปลี่ยนของภาพยนตร์ไทยในเวทีสากลอีกครั้ง เนื่องจากภาพยนตร์ไทยจำนวนมากเป็นที่จับตามองของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์เรื่อง “องค์บาก” ผลงานกำกับของปรัชญา ปิ่นแก้ว ซึ่งนำแสดงโดย “จา” พนม ยี่รัมย์ นับเป็นภาพยนตร์ไทยอีกเรื่องหนึ่งที่ประสบความสำเร็จทั้งตลาดในและต่างประเทศ โดยได้รับรางวัลภาพยนตร์แอ็คชั่น

¹⁶ โรเบิร์ต วิลเลียมสัน, คนนอกมองหนังไทย, (กรุงเทพมหานคร : O.S Printing House, 2546), น. 76. (เอกสารประกอบการจัดงานการประกาศผลรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติสุพรรณหงส์ ครั้งที่ 13, 9 มกราคม 2547.)

¹⁷ เจริญไชย จารุกะกุล, “Re-Target บทเรียนหนังไทยไปนอก,” Marketeer ฉบับที่ 16 (มิถุนายน 2544): 70-76.

¹⁸ อรรธรณ บัณฑิตกุล, “อดีตเรก วัฏฏลีลา ..หนังไทยไปขายนอก,” ผู้จัดการ 19 (สิงหาคม 2544): 138.

¹⁹ สุพิตา วรณปิติกุล, “ยุคทองภาพยนตร์ไทย,” National Geographic ฉบับภาษาไทย (มิถุนายน 2547): 38-45.

²⁰ อรรธรณ บัณฑิตกุล, “Movie Big Move เปิดโฉม ‘ดารา’ ตัวจริงวงการภาพยนตร์ไทย,” ผู้จัดการ 20 (เมษายน 2546): 74-80.

เอเชียยอดเยี่ยม จากเทศกาลเดอวิลส์ ประเทศฝรั่งเศส (ภาพยนตร์เรื่องนี้จัดจำหน่ายในต่างประเทศโดย ลูค เบซอง)²¹

หลายปีที่ผ่านมา การสื่อสารและเทคโนโลยีมีการพัฒนาเป็นอย่างมาก ซึ่งก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมจากหลากหลายแหล่งทั่วโลกเข้าหากันตามกระแสโลกาภิวัตน์ และธุรกิจภาพยนตร์ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามการเคลื่อนไหวของแหล่งเงินทุนดังกล่าว โดยจะเห็นจากแนวโน้มการลงทุนข้ามประเทศ เช่นการเข้าร่วมทุนสร้างภาพยนตร์ก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระหว่างนายทุนไทยด้วยกัน หรือนายทุนไทยกับผู้สร้างต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น บริษัท อาร์ เอสฯ และบริษัท ไฮ ฟิล์ม ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์เรื่อง “The Park” (โดยบริษัท ไฮ ฟิล์ม เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจบันเทิงในฮ่องกง) หรือ บริษัทไฟว์สตาร์ที่ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์ “เรื่องรักน้อยนิด มหาศาล” กับค่ายภาพยนตร์จากต่างประเทศอีก 4 ชาติ อันได้แก่ ฝรั่งเศส สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์²² หรือภาพยนตร์เรื่อง “คำพิพากษาของมหาสมุทร” (Invisible Waves) ก็เป็นการร่วมลงทุนสร้างจาก 4 ประเทศคือ ไทย เนเธอร์แลนด์ ฮ่องกง และเกาหลีใต้²³ ภาพยนตร์เรื่องนี้นอกจากร่วมทุนแล้วยังมีการนำนักแสดงชั้นนำจากประเทศในแถบเอเชียมาร่วมแสดงในเรื่องด้วย เช่น ทาดาโนบุ อาซาโน (Tadanobu Asano) นักแสดงจากญี่ปุ่น และ คังเฮจอง (Hye-Jeong Kang) นักแสดงจากเกาหลี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มของผู้กำกับในเอเชียโดยมี ปีเตอร์ ชาน ผู้กำกับภาพยนตร์ชาวฮ่องกงเป็นแกนนำ ภายใต้ชื่อกลุ่ม Applause Pictures ทั้งนี้ภารกิจของ Applause Pictures คือ การให้ทุนสร้างภาพยนตร์เพื่อคนทำภาพยนตร์ในแถบเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นฮ่องกง เกาหลี ไทย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ หรือสิงคโปร์ ซึ่งมีการร่วมทีมโปรดักชั่นตลอดจนความร่วมมือด้านการขยายตลาดในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในประเทศเอเชีย²⁴ ภาพยนตร์ไทยที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่ม Applause Pictures นี้เช่น ภาพยนตร์เรื่อง จัน ดารา กำกับโดยนนทรีย์ นิมิบุตร

²¹ กองบรรณาธิการ, “จา ปลื้ม ลูค เบซอง ร่วมโซว์บู ‘องค์บาก’ คว่ำรางวัล ‘เดอวิลส์,’” ข่าวสด (31 มีนาคม 2547): 12.

²² อรวรรณ บัณฑิตกุล, “Movie Big Move เปิดโฉม ‘ดารา’ ตัวจริงวงการภาพยนตร์ไทย,” ผู้จัดการ 20 (เมษายน 2546): 74-80.

²³ Internet Movie Database, “Invisible Wave,” <<http://imdb.com/title/tt0461970>>.

²⁴ กษมา สัตยาหุรักษ์, จัน ดารา สังกวสนาฏกรรมบนจอเงิน, (กรุงเทพมหานคร: ระหว่างบรรทัด, 2544), น. 130-140.

ข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาดในยุคโลกไร้พรมแดนเช่นในปัจจุบันที่ทำให้โอกาสในการแข่งขันและการทำการตลาดสามารถขยายฐานและกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น คำถามเบื้องต้นที่สำคัญคือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยพร้อมหรือไม่ในการเปิดตลาดการค้าระหว่างประเทศ การทำการตลาดในต่างประเทศนั้นเป็นอย่างไร มีโอกาสเพียงใด และพร้อมหรือไม่กับการผลิตภาพยนตร์ไทยเพื่อเป็นสินค้าส่งออก ในขณะที่ภาครัฐกลับให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานรองรับการถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศ มากกว่าการที่จะนำเสนอและผลักดันให้ภาพยนตร์ไทยได้มีเวทีในระดับสากลอย่างแท้จริง เมื่อสถานการณ์เป็นเช่นนี้แล้ว ในอนาคตภาพยนตร์ไทยควรจะพัฒนาไปในทิศทางใด และการเป็นฐานรองรับการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศจะช่วยยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้จริงหรือไม่ เพียงใด

เหตุผลและคำถามดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยถึงโอกาสเพื่อการส่งออกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อที่จะศึกษาหาคำตอบให้กับการวางแผนการบริหารตลาดภาพยนตร์ การบริหารความเสี่ยง การศึกษาถึงตัวแปรหรือปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตลาดและความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงบริบทและปัจจัยแวดล้อม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ไม่ว่าจะเป็นนโยบายจากภาครัฐ การส่งเสริม สนับสนุนทั้งจากองค์กรรัฐและเอกชน หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายภาษีอากรการนำเข้า-ออก การเสียภาษี และกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา อีกทั้งศึกษาถึงนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนด้านภาพยนตร์ในบางประเทศที่น่าสนใจในภูมิภาคเอเชีย การศึกษาเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ความรู้ในด้านภาพยนตร์ไทยที่ยังไม่มีผู้ทำการศึกษามากนัก อีกทั้งการส่งภาพยนตร์ไปขายในตลาดต่างประเทศ ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างมาก ผลการศึกษานี้จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นฐานความรู้ในการปรับและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ให้สามารถส่งภาพยนตร์ไทยเพื่อเป็นสินค้าส่งออกเชิงพาณิชย์ได้อย่างเต็มรูปแบบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพตลาดตั้งแต่พ.ศ. 2540 – 2549 รวมทั้งตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการผลิตภาพยนตร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อวิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการธุรกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยรวม

2. เพื่อศึกษาความสามารถเชิงแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

3. เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาสและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน และภาพยนตร์เรื่ององค์บาก

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาโอกาสเพื่อการส่งออกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนี้ จะศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงพ.ศ. 2540-2549 เพื่ออธิบายลักษณะการบริหารจัดการและการดำเนินงานด้านการผลิตภาพยนตร์ไทย นโยบายของบริษัทที่มีต่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ กลยุทธ์ทางการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ ตลอดจนศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับความพร้อม โอกาส ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นสินค้าส่งออก โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์ไทยจำนวน 2 เรื่อง คือ ภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน และภาพยนตร์เรื่ององค์บาก ประกอบการอธิบายลักษณะการบริหารจัดการและการจัดจำหน่าย โดยใช้ข้อมูลที่เปิดเผยภายนอก เช่น รายงานทางราชการ เอกสารสัมมนา เอกสารทางวิชาการ ตำรา หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารทั่วไป รวมทั้งฐานข้อมูลที่ออนไลน์ประกอบการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงระบบการบริหารจัดการธุรกิจและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อดูอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยโดยรวม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่ายภาพยนตร์ของประเทศไทยสำหรับตลาดในและต่างประเทศต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างในประเทศไทย โดยมีผู้กำกับและทีมงานเป็นคนไทย หรือทีมงานคนไทยร่วมกับทีมงานต่างชาติ (ในแง่การร่วมลงทุนระหว่างบริษัท) โดยรวมไปถึงภาพยนตร์ไทยที่ถ่ายทำในต่างประเทศ โดยทีมงานคนไทยหรือทีมงานร่วมกับต่างชาติ และกระบวนการผลิต การโฆษณา การจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิง และตลาดบันเทิงประเภท Optical Disc แต่จะไม่รวมถึง

ภาพยนตร์ที่เข้ามาใช้สถานที่ถ่ายทำในประเทศไทย โดยทีมอำนวยการสร้างและผู้กำกับไม่ใช่คนไทย

ภาพยนตร์ไทย หมายถึง ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำด้วยฟิล์ม 35 มม. เสียงในฟิล์มและมีผู้กำกับ ภาพยนตร์เป็นคนไทย มีบริบทและเนื้อหา/เนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคมไทยเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นจะมีการร่วมทุนกับต่างประเทศก็ตาม แต่ภาพลักษณ์ที่ออกมาต้องดูเป็นภาพยนตร์ไทย หมายถึง ภาพยนตร์ที่มีความยาวไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และเป็นภาพยนตร์ประเภทบันเทิงที่มีการฉายในโรงภาพยนตร์ แต่ไม่รวมถึง ภาพยนตร์ประเภท Optical Disc ที่ไม่ได้มีการฉายในโรงภาพยนตร์

โอกาส หมายถึง ช่อง ทาง เวลาที่เหมาะสมต่อการแนะนำภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงออกไป จัดจำหน่ายในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะฉายในโรงภาพยนตร์ เคเบิลทีวี วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี และรูปแบบอื่นๆ ในต่างประเทศหรือการขายลิขสิทธิ์บทบาทภาพยนตร์ให้กับต่างประเทศ

ความพร้อม หมายถึง ศักยภาพหรือความสามารถ อันเป็นภาวะแฝงหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในกิจการต่างๆ ซึ่งอาจทำให้พัฒนาหรือปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ โดยแบ่งออกเป็น 6 ประการ คือ

1. **ด้านเงินทุน** ต้นทุนดำเนินงาน และการจัดสรรผลประโยชน์
2. **ด้านความรู้** ความสามารถ และประสบการณ์การทำงานของบุคลากร
3. **ด้านนโยบายของรัฐและเอกชน** ในการผลักดันภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดต่างประเทศ
4. **ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และสังคม** ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย โดยแบ่งเป็น กลุ่มผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์(ผู้บริหารระดับสูง) กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และทีมงานสร้างภาพยนตร์
5. **ด้านเทคโนโลยี** ที่เกี่ยวข้องในการผลิตภาพยนตร์ตามกระบวนการขั้นตอนต่างๆ เช่น Special Effect Post Production Computer Graphic (CG) Animation (3D)
6. **ทรัพยากรพื้นฐาน** เช่น สถานที่ถ่ายทำ (Location) ทุนทางวัฒนธรรม ฯลฯ

การส่งออก หมายถึง การจัดจำหน่าย (Distribution) และการทำตลาด (Marketing) ภาพยนตร์ในต่างประเทศ โดยมีลักษณะรูปแบบขายเพื่อนำไปฉายในโรงภาพยนตร์ โฮม วีดีโอ วีซีดี ดิจิตอล วีดีโอ ดิสก์ (ดีวีดี) เคเบิล ลิขสิทธิ์ทางทีวี หรือการขายสิทธิ์และส่วนประกอบอื่นๆ เพื่อผลทางการตลาด

ออปติคอลล ดิสก์ (Optical Disc) หมายถึง ระบบการเก็บข้อมูลข่าวสาร(ข้อความ เสียง ภาพ) ในรูปแบบดิจิทัล อาทิ วีซีดี ซูเปอร์วีซีดี ดีวีดี

ตัวแทนการจัดจำหน่าย (Sales Agent) หมายถึง ตัวแทนขายหรือตัวแทนจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นตัวแทนการขายภาพยนตร์ระหว่างประเทศหรือทำหน้าที่เป็นคนกลางในการดำเนินการซื้อหรือดำเนินการขายภาพยนตร์ระหว่างบริษัทต่อบริษัท โดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม (Agent Fee)

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เฉพาะในส่วนที่เป็นภาพยนตร์ประเภทบันเทิงและมีการจัดฉายหรือกำหนดฉายในโรงภาพยนตร์เท่านั้น ไม่รวมถึงภาพยนตร์บันเทิงที่บันทึกลงบนแผ่น Optical Disc โดยไม่มีการฉายในโรงภาพยนตร์มาก่อนหน้าที่จะนำมาลงแผ่น Optical Disc

2. หลักเกณฑ์ในการศึกษาเรื่องความพร้อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ประยุกต์เกณฑ์การศึกษาจากรายงานความพร้อมในการส่งเสริมธุรกิจบันเทิงไทย กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และ รายงานการวิจัยเรื่อง“ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก กรณีศึกษา : ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์” โดย รักศานต์ วิวัฒนสินอุดม, (ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงระบบการบริหารจัดการธุรกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน และ ช่วยให้เข้าใจปัจจัยแวดล้อมรวมทั้งตัวแปรต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการผลิตภาพยนตร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2. ทราบถึงโอกาส ความสามารถ ความพร้อม และความเป็นไปได้ในการผลิตภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออก เป็นสินค้าอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

3. ทราบถึงกระบวนการบริหารจัดการด้านการตลาด กลยุทธ์และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ จากกรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันและองค์บาก

4. สามารถพัฒนารูปแบบและแนวทางสำหรับการบริหารจัดการด้านการจัดจำหน่าย
ภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศ