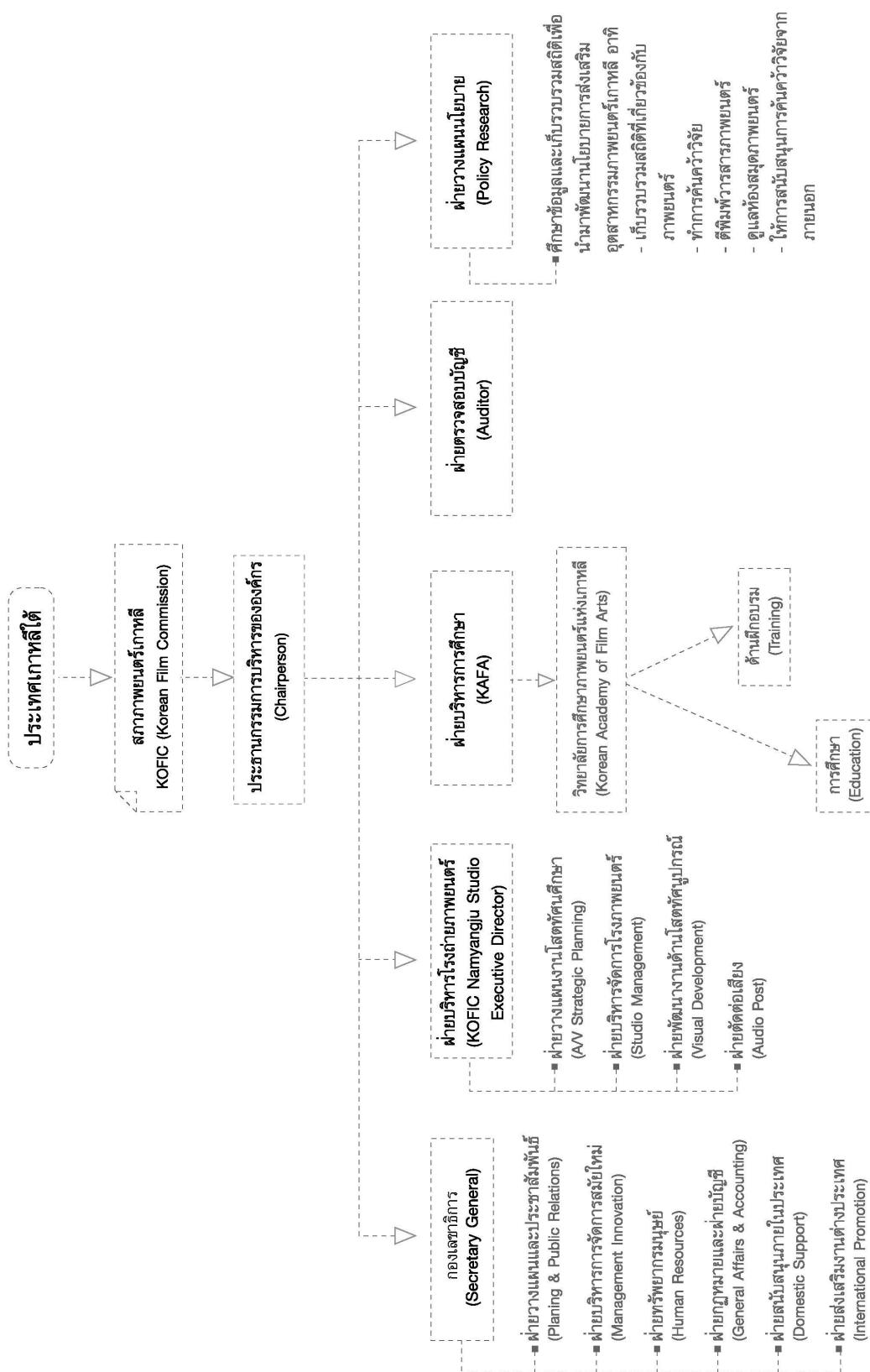
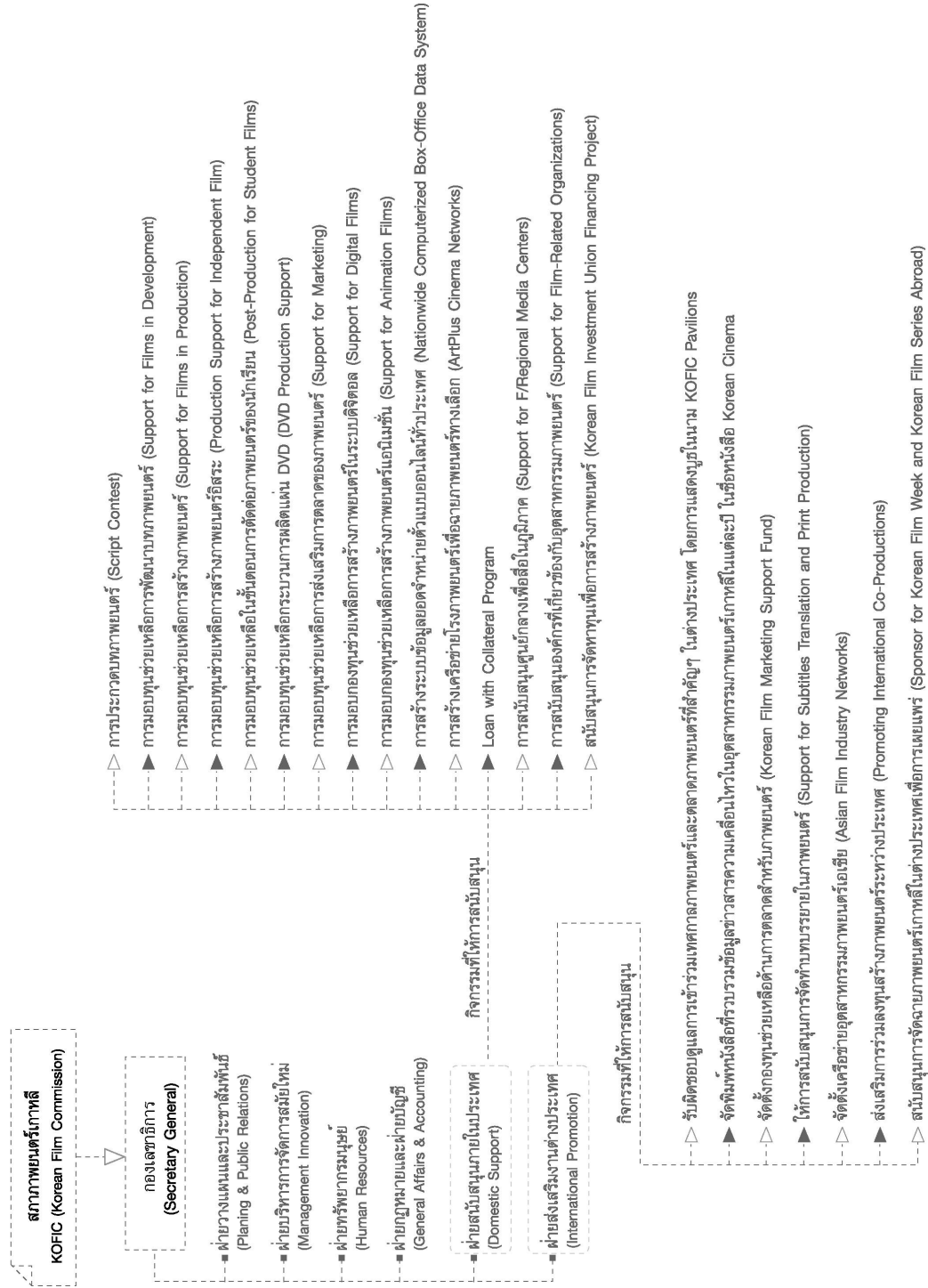


ภาพที่ 2.5
โครงสร้างการบริหารของสภาภาพยนตร์เกาหลี



ภาพที่ 2.6

กิจกรรมที่ส่งเสริมภาพยนตร์เกาหลีให้การสนับสนุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์



นอกจากนี้ประเทศเกาหลียังมีหน่วยงานเฉพาะสำหรับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สถานที่ (Location) สำหรับใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล คือ Busan Film Commission (BFC) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2542 (1999) โดยมีการแบ่งส่วนงานในความรับผิดชอบเป็น 6 ส่วน⁸⁵

1. หน่วยงานสนับสนุนข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ (Film shooting support) จัดให้มีข้อมูลกลางเกี่ยวกับสถานที่ที่สามารถใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่มีผู้สนใจจะมาถ่ายภาพยนตร์

2. หน่วยงานด้านสารสนเทศสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจและการตลาด (Foreign Business and Marketing) หน่วยงานนี้ทำงานประสานกับกลุ่มสมาชิก AFCI (The Association of Film Commissioners International) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนะนำสถานที่ถ่ายทำ ฝึกอบรมบุคลากร รวมทั้งการให้ข้อมูลร้านเช่าอุปกรณ์เพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์ในแต่ละพื้นที่

3. หน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ (Promotion Support for Busan Film Industry) ดูแลทั้งในเรื่องของกองทุน (Funds) และการรับบริจาคหรือการให้ความร่วมมือระหว่างผู้จัดเทศกาลภาพยนตร์

4. หน่วยงานเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศเกาหลี หน่วยงานนี้จะเก็บข้อมูลในทุกด้านเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักธุรกิจ รวมทั้งบุคคลอื่นๆ ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกชนิดและทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้

5. หน่วยงานพัฒนาภาพยนตร์ (Busan Cinema Venture Center) มีหน้าที่ให้การสนับสนุนในด้านที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทั้งบุคลากรและเทคโนโลยี เพื่อส่งเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อไป รวมทั้งการให้เช่าอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ และสถานที่เพื่อการฝึกอบรมบุคลากร ฯลฯ ในราคากลาง

6. โรงถ่ายภาพยนตร์ (Busan Cinema Studios) บริการให้เช่าโรงถ่ายภาพยนตร์พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน สำหรับผู้กำกับภาพยนตร์ นักสร้างภาพยนตร์อิสระ นักสร้างภาพยนตร์สั้น นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ในราคามาตรฐาน

นอกจากหน่วยงานต่างๆ ดังที่ได้กล่าวแล้ว เกาหลียังมีหน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาโดยเฉพาะและได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากกระทรวงวัฒนธรรมและ

⁸⁵ Kim, Sunny, BIFCOM 2003 Busan International Film Commission & Industry Showcase, (Korea: SamHwa Printing, 2003), p. 24-27.

ท่องเที่ยวแห่งเกาหลี (Minister of Culture and Tourism) โดยใช้ชื่อว่า “The Copyright Commission for Deliberation and Conciliation” หน่วยงานดังกล่าวมีภารกิจ 6 ด้านที่สำคัญ⁸⁶ คือ

1. การรับรองการขึ้นทะเบียนงานลิขสิทธิ์ (Copyright Registration)
2. การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขการใช้งานลิขสิทธิ์และให้คำปรึกษาทางกฎหมาย (Research on Copyright Systems and Legal Consultations)
3. ให้การศึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา (Education and Training on Copyright)
4. การระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสัญญาลิขสิทธิ์ต่างๆ ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ (Settlement of Copyright Disputes through Conciliation)
5. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์งานลิขสิทธิ์และเผยแพร่ผลงานลิขสิทธิ์ (Promotions and Publications)
6. แลกเปลี่ยนความรู้และความร่วมมือกับต่างประเทศ (International exchange and cooperation)

ปัจจุบันหน่วยงานดังกล่าวได้มีสาขาในต่างประเทศ 2 แห่งคือ สาขากองทุนมหานคร ประเทศไทย และสาขากองทุนปักกิ่ง ประเทศจีน⁸⁷

3.3.2 นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศญี่ปุ่น

ในช่วงปี 2493-2523 (ค.ศ.1950-1980) ภาพยนตร์ญี่ปุ่นเป็นที่ชื่นชอบของนักวิจารณ์และนักเรียนฟิล์มทางตะวันตกเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความแปลกใหม่ของเครื่องแต่งกาย พิธีกรรมทางความเชื่อ หรือแม้กระทั่งลักษณะการแสดงท่าทาง (Performance Styles) ต่างๆ ล้วนเป็นที่แปลกตาและเป็นที่ชื่นชมในต่างประเทศ⁸⁸ ผู้กำกับภาพยนตร์ที่เป็นที่รู้จักและโด่งดังในช่วงเวลานั้น อาทิ Akira Kurosawa / Kenji Mizoguchi และ Yasujiro Ozu ซึ่งในปี 2493 (ค.ศ. 1950) ภาพยนตร์ของ Akira Kurosawa ก็ได้รับรางวัล Grand Prize ที่เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ

⁸⁶ Copyright Commission, “The roles and responsibilities of the commission,” (Bangkok: Copyright Commission, 2007), (Mimeographed.)

⁸⁷ Copyright Commission, <master@copyright.or.kr>, “Organization”, <<http://www.copyright.or.kr.coppye/main.asp?ht=committee/comorg.htm>>.

⁸⁸ Freda Freiberg, “Japanese cinema,” in World Cinema Critical Approaches, (New York: OXFORD University Press, 2000), p. 178-184.

ชาติเมืองเวนิซ (สาขารางวัลที่เทียบเท่ากับภาพยนตร์สาขาต่างประเทศยอดเยี่ยมของรางวัลออสการ์)⁸⁹ ภาพยนตร์ที่เป็นผลงานของ Akira Kurosawa อาทิ Rashomon / The Seven Samurai Tokyo Story เป็นต้น จะสังเกตได้ว่ากลุ่มผู้กำกับทั้งสามคนดังกล่าวมาจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์รายสำคัญ อาทิ Akira Kurosawa มาจากบริษัท Toho / Kenji Mizoguchi มาจากบริษัท Nikkatsu และ Yasujiro Ozu มาจากบริษัท Shochiku ซึ่งทั้งสามบริษัทสร้างภาพยนตร์มีแนวทางการสร้างภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน คือ ภาพยนตร์แนวประโลมโลก (Melodrama) ภาพยนตร์แนววิถีชีวิตพื้นบ้าน (Home Drama) และภาพยนตร์แนวย้อนยุค (Period film)⁹⁰

ในเวลาต่อมาภาพยนตร์ญี่ปุ่นก็เป็นที่รู้จักและคุ้นเคยสำหรับเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศต่างๆ อาทิ ปี 2507 (ค.ศ. 1964) Hiroshi Teshigahara ได้รับรางวัล Special Jury Prize ในเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ และได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัล Best Director และ Best Foreign Language Film ของงานออสการ์ในปีนั้น ส่วน Masaki Kobayashi ได้รับรางวัล Special Jury Prize ในเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ในปีถัดมา จากภาพยนตร์เรื่อง Kwaidan (1965)⁹¹ และในปี 2536 (ค.ศ. 1993) Takeshi Kitano ผู้กำกับภาพยนตร์ที่ก้าวขึ้นมาจากการเป็นนักแสดงรายการตลกและพิธีกรรายการโทรทัศน์ ได้รับรางวัลสิงโตทองคำจากเทศกาลภาพยนตร์เวนิซ (Golden Lion at the Venice Film Festival) จากภาพยนตร์เรื่อง Hana-Bi ทั้งนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นมีการพัฒนาคู่ขนานกันไประหว่างภาพยนตร์บันเทิงและภาพยนตร์แอนิเมชัน (หรือเรียกกันว่า Anime) โดยในปี 2544 (ค.ศ. 2001) ภาพยนตร์เรื่อง Spirited Away กำกับโดย Hayao Miyazaki ได้รับรางวัล U.S. Academy Award for Best Animated Feature และทำรายได้ถล่มทลายสร้างตัวเลขใหม่ให้กับการจัดอันดับภาพยนตร์ทำเงิน (Box Office) ของญี่ปุ่นอีกด้วย⁹²

ความสนิทมกมลเกลียวระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นก่อให้เกิดการรวมตัวและจัดตั้งหน่วยงาน Administration Commission of Motion Picture Code

⁸⁹ Robert Sklar, "Art Cinema of Europe and Asia," in A world history of film, (New York: Harry N. Abrams Incorporated, 2002), p. 295-296.

⁹⁰ Freda Freiberg, "Japanese cinema," in World Cinema Critical Approaches, (New York: OXFORD University Press, 2000), p.179.

⁹¹ Wikipedia Foundation, <press@wikimedia.org>, "Cinema of Japan," <http://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_Japan>.

⁹² Wikipedia Foundation, <press@wikimedia.org>, "Cinema of Japan," <http://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_Japan>.

of Ethics หรือ Eirin (เป็นตัวย่อของหน่วยงานโดย Ei คือ ภาพยนตร์ Rin คือ จรรยาบรรณ) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2499 (ค.ศ. 1956) โดย Eirin เป็นองค์กรอิสระที่ไม่ได้ก่อตั้งขึ้นโดยรัฐบาลแต่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ในญี่ปุ่น⁹³

Eirin ประกอบไปด้วยองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวกันของภาคเอกชนคือ Union of Motion Picture Producers Association of Japan (MPPAJ) ซึ่งเป็นเสมือนสหภาพของกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ในประเทศญี่ปุ่น โดยสหภาพนี้ในระยะแรก(ปี 2488)ได้ใช้ชื่อว่า The Union of Motion Picture Producers ซึ่งมีผู้ร่วมก่อตั้งในระยะแรกคือ Shochiko / Toho และ Dai Nippon Film Production ต่อมาในปี 2490 (ค.ศ.1947) สหภาพได้เปลี่ยนชื่อมาเป็น Japan Motion Picture Union โดยการรวมตัวกันเป็นสหภาพนี้เสมือนสมาชิกของกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน มีกฎ กติกา และการควบคุมสมาชิกด้วยข้อบังคับและจรรยาบรรณต่างๆ รวมไปถึงการให้ความรู้แก่สมาชิกและให้ความร่วมมือในทุกๆ ด้าน จวบจนกระทั่งปี 2498 (ค.ศ.1955) สหภาพนี้ก็ได้รับการรับรองเป็นสหภาพที่ถูกต้องตามกฎหมายโดยกระทรวงการส่งเสริมธุรกิจนานาชาติและอุตสาหกรรม (Ministry of International Trade and Industry) และในปี 2500 (ค.ศ.1957) ได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานของสหภาพกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ในประเทศญี่ปุ่น และได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น Motion Picture Producers Association of Japan (MPPAJ) จนถึงปัจจุบัน⁹⁴

Eirin มีหน่วยงานย่อยอีกส่วนคือ สภาพิจารณาภาพยนตร์ที่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชน (Council on Motion Picture For Juvenile) ทำหน้าที่จัดหมวดและแบ่งประเภทของภาพยนตร์ (Movie Rating System) และมีกองทุน Eirin's Funds⁹⁵ เป็นกองทุนที่ให้การสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ในกรณีที่ไม่ได้มีทุนสร้างหรือต้องการสร้างภาพยนตร์ในรูปแบบอิสระ (Independent Films)

ส่วนหน่วยงานที่ก่อตั้งโดยรัฐบาลญี่ปุ่นคือ UNIJAPAN ก่อตั้งขึ้นในปี 2500 (ค.ศ.1957) มีสถานะเป็นองค์กรกลางหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร จัดตั้งโดยกระทรวงการต่างประเทศและกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry of foreign Affairs and Ministry of Economy,

⁹³ Administration Commission of Motion Picture Code of Ethics, "Introduction," <<http://www.eirin.jp/english/index.html>>, 2006.

⁹⁴ Motion Picture Producers Association of Japan, "History," <http://www.eiren.org/history_e/index.html>.

⁹⁵ Administration Commission of Motion Picture Code of Ethics, "Funding of EIRINS," <<http://www.eirin.jp/english/006.html>>, 2006.

Trade and Industry) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ซึ่งชื่อ UNIJAPAN เป็นชื่ออย่างเป็นทางการเมื่อปี 2548(ค.ศ.2005) ภายหลังการรวมตัวระหว่าง UniJapan Film กับ Tokyo International Film Festival⁹⁶ และจากการรวมตัวดังกล่าว UNIJAPAN มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อบริหารจัดการตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักในงานเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญๆ เช่น เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองคานส์ / โตรอนโต / ปูซาน และเบอร์ลิน เป็นต้น

2. ให้เงินช่วยเหลือในเรื่องค่าใช้จ่ายสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในที่ต่างๆ ของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีภาพยนตร์ได้รับคัดเลือกให้ไปร่วมงาน อาทิ ค่าวัสดุอุปกรณ์ (Material) ค่าเดินทาง (Travel Costs) ค่าทำบทบรรยาย (Subtitle) เป็นต้น

3. จัดพิมพ์หนังสือเพื่อสรุปความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่น และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ญี่ปุ่นในต่างประเทศในโอกาสต่างๆ ทั้งจัดทำข้อมูลและเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์

4. จัดพิมพ์ตัวอย่างภาพยนตร์ใหม่ (Catalogues of New Cinema from Japan) โดยออกสองฉบับต่อปีคือในเดือนกุมภาพันธ์และในเดือนกันยายน เพื่อแนะนำภาพยนตร์ใหม่ให้เป็นที่รู้จัก

5. จัดทำจดหมายข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวคราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในแต่ละที่แก่สมาชิก

6. เป็นผู้จัดการเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติแห่งโตเกียว (Tokyo International Film Festival and Market)⁹⁷

ก่อนหน้านี้ในปี 2545 (ค.ศ.2002) ญี่ปุ่นและสิงคโปร์มีการลงนามในข้อตกลงพิเศษ FTA (Free-Trade Agreement)⁹⁸ ในเรื่องนโยบายการส่งเสริมกิจการเกี่ยวกับภาพยนตร์ โทรทัศน์ วีดีโอ

⁹⁶ Japan Association for the International Promotion of Moving Images, <office@unijapan.org>,"Introduction,"<<http://ujf-e.navicross.jp/sid=q5IJXT15YrsAAHPx3@kAAAAA9/a/top.fcgi>>, 2006.

⁹⁷ Ibid., p. 2.

และการร่วมลงทุน (Common Statement of Policy on Film, Television and Video Co-Production) เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2545 โดยเนื้อหาในข้อตกลงดังกล่าว กำหนดถึงเรื่องการส่งเสริมและจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสถิติของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของทั้งสองประเทศ โดยมีการตกลงหลักร่วมกันในเรื่องการให้ความช่วยเหลือการประชาสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมและสนับสนุนธุรกิจต่างๆ อันเกี่ยวเนื่องกับสื่อกระจายเสียง ภาพยนตร์และโทรทัศน์ เพื่อความเข้าใจอันดีของทั้งสองประเทศ นอกจากนี้ยังอนุญาตให้ผู้อำนวยความสะดวกหรือผู้ประสานงานสร้าง(Producer) สามารถขอทุนจากแหล่งเงินทุนทั้งที่อยู่ในภายในประเทศญี่ปุ่นและในประเทศสิงคโปร์ได้ และรัฐบาลของทั้งสองประเทศ จะต้องจัดหาสาธารณูปโภครวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไว้รองรับ โดยทางกองทุนญี่ปุ่น(The Japan Foundation) ได้เตรียมเงินสำหรับช่วยเหลือผู้สร้างภาพยนตร์ประมาณ 5 ล้านบาท และองค์การสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสิงคโปร์ (Singapore Broadcasting Authority) ร่วมกับสภาภาพยนตร์สิงคโปร์ (Singapore Film Commission) ได้จัดเตรียมเงินทุนสำหรับการสนับสนุนภาพยนตร์ที่มีการร่วมลงทุน โดยจัดตั้งกองทุนไว้สูงถึง 1 ล้านเหรียญสิงคโปร์⁹⁹

3.3.3 นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศฮ่องกง

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกงใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีปริมาณการผลิตภาพยนตร์ปีละกว่า 100 เรื่อง ประเทศฮ่องกงมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวอันเนื่องจากการซึมซับวัฒนธรรมบางอย่างจากตะวันตก อาทิ ศิลปะ แฟชั่น ธุรกิจบันเทิง อาหาร และพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมในบางอย่าง ในขณะที่ยังคงรักษารากเหง้าความเป็นคนจีนแผ่นดินใหญ่เอาไว้ด้วย ผลของการผสมผสานวัฒนธรรมเหล่านี้จนกลมกลืนเกือบสมบูรณ์ ทำให้สะท้อนตัวตนกลับมาในงานภาพยนตร์ดังที่ Poshek & Desser กล่าวไว้ว่า ลักษณะภาพยนตร์ของฮ่องกงคือ “มีการผสมผสานระหว่างเชื้อชาติ มีศิลปะแห่งการปะติดปะต่อ เป็นภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ มีประเภทภาพยนตร์เป็นของตนเอง มีการสะท้อนภาพบ้านเมืองของตนเองอย่างมีสติ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้หลอมรวมกันกลายเป็นลักษณะเฉพาะตัวของภาพยนตร์ฮ่องกง” ส่วน Yingchi Chu¹⁰⁰ ได้กล่าวถึง

⁹⁸ Asian Economic News, “Singapore, Japan ink pack for TV-, Film-industry cooperation,” <http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0WDF/is_2002_Aprill_29/ai_850096426/print>, 26 April 2002.

⁹⁹ Ibid., p.1.

¹⁰⁰ Yingchi Chu, *Hong Kong Cinema*, (London: Antony Rowe Ltd., 2003), p. 118.

ลักษณะเฉพาะของภาพยนตร์ฮ่องกงว่า เกิดจากส่วนผสม 3 ส่วนอันได้แก่ ความเป็นอาณานิคมของอังกฤษ ความเป็นจีน(แผ่นดินใหญ่) และความเป็นฮ่องกงเอง

ภาพยนตร์ฮ่องกงเริ่มต้นในปี 2449 (ค.ศ. 1906) และผลิตภาพยนตร์ฉายเรื่องแรกในปี 2452 (ค.ศ. 1909) และในปี 2493 (ค.ศ.1950) เป็นยุคทองของภาพยนตร์แบบชาวจีนกวางตุ้ง (Cantonese cinema) ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นภาพยนตร์ที่มีลักษณะสำเร็จรูป(Fast-Food) / ลงทุนน้อยและผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass-Produced) ส่วนยุคที่ได้รับความนิยมจากตะวันตกมากคือช่วงปี 2513 (ค.ศ. 1970) เรื่อยมา ซึ่งเป็นยุคที่มีคลื่นลูกใหม่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้น สิ่งหนึ่งที่ตะวันตกหลงใหลในมนต์เสน่ห์ของภาพยนตร์ฮ่องกงในช่วงเวลานี้คือ ศิลปะการต่อสู้ประเภทยกน้ำหนักภายในหรือภาพยนตร์บู๊เลือดสาด สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ฮ่องกงมีความเชี่ยวชาญในการสร้างภาพยนตร์แนวนี้ และผู้ที่ทำให้ภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นเป็นที่รู้จักและโด่งดังไปทั่วโลกมากที่สุดคือ บรูซ ลี¹⁰¹ ซึ่งในเวลาต่อมาในช่วงปี 2533 (ค.ศ. 1990)ฮ่องกงก็กลายเป็นผู้ส่งออกฟิล์มและผลิตภาพยนตร์ที่ดีที่สุดในโลก โดยมีกลุ่มผู้ชมทั้งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อเมริกา ยุโรปและออสเตรเลีย แต่ในช่วงปี 2539-2540 (ค.ศ. 1996-1997) สัดส่วนการครองตลาดของภาพยนตร์ฮ่องกงก็ลดลงกว่าครึ่งหนึ่งจากเคยครองตลาดถึง 80% ลดลงเหลือเพียง 54% (เฉพาะตลาดภายในประเทศ) ฮ่องกงสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับภาพยนตร์จากฝั่งตะวันตกคือ ฮอลลีวูด ในช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ

ส่วนการร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์กับบริษัทภายในประเทศหรือต่างประเทศ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ฮ่องกงนำมาปรับใช้ตั้งแต่ช่วงก่อนปี 2540 (ค.ศ.1997) ซึ่งการร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ของฮ่องกงนี้มีทั้งลักษณะการร่วมสร้าง (Co-Production) / ร่วมลงทุน (Joint Venture) ทั้งกับประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกันและกับฮอลลีวูด โดยบริษัทที่เป็นผู้นำการผลิตภาพยนตร์ร่วมทุนเหล่านั้น อาทิ Golden Harvest / China Star ฯลฯ ส่วนบริษัทรายอื่นๆ ที่มีขนาดเล็กลงมา มักจะร่วมลงทุนหรือร่วมสร้างกับบริษัทที่มาจากประเทศญี่ปุ่นหรือสิงคโปร์เป็นส่วนใหญ่ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Woai Chufang / Kitchen / Tokyo Riders ฯลฯ ในขณะที่แนวโน้มการร่วมลงทุนสร้างระหว่างประเทศมีมากขึ้น กลุ่มผู้กำกับรุ่นใหม่ของฮ่องกงได้เกิดแนวคิดการรวมกลุ่มของผู้กำกับจากภูมิภาคเอเชียเพื่อสร้างภาพยนตร์เพื่อคนเอเชีย จึงร่วมกันจัดตั้งเป็นบริษัท Applause Pictures¹⁰²

¹⁰¹ Stephen Teo, "Hong Kong cinema," in World Cinema Critical Approaches, (New York: OXFORD University Press,2000), p. 166-172.

¹⁰² กษมา สัตยาหุริรักษ์, จัน ดารา สังวาสนาฏกรรมบนจอเงิน, (กรุงเทพมหานคร: ระหว่างบรรทัด, 2544), น. 133-134.

ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้กำกับจากฮ่องกงได้แก่ Peter Chan / Teddy Chen / Allan Fung กลุ่มผู้กำกับเกาหลี ได้แก่ Hur Jin-Ho / Kim Jae Woon และผู้กำกับไทย คือ นนทรีย์ นิมิบุตร โดยงานหลักของ Applause Pictures คือ การให้ทุนสร้างภาพยนตร์เพื่อคนทำภาพยนตร์เอเชีย อาทิ ฮ่องกง เกาหลี ไทย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และร่วมในกระบวนการผลิต(Production) เพื่อขยายตลาดในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์เอเชียในประเทศแถบภูมิภาคเอเชียให้มากขึ้น โดยภาพยนตร์ไทยที่ได้รับการร่วมลงทุนสร้างจาก Applause Pictures คือ เรื่อง จัน ดารา กำกับโดยนนทรีย์ นิมิบุตร

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาปัจจุบัน ฮ่องกงมีระบบการปกครองในรูปแบบ “1 ประเทศ 2 ระบบ” อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการคืนเกาะฮ่องกงให้แก่จีนในปี 2540 (ค.ศ.1997) ซึ่งในช่วงเวลาก่อนหน้านั้นคือในช่วงปี 2533 (ค.ศ.1990) ภาพยนตร์ฮ่องกงต่างเริ่มสูญเสียจุดยืนและทิศทางในการนำเสนอภาพยนตร์ (Losing Direction) โดยจะเห็นว่าภาพยนตร์ในช่วงเวลาดังกล่าวมักมีลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงความอ่อนล้า ไม่แนใจและดูเหน็ดเหนื่อย¹⁰³ จนถึงช่วงปี 2540 คนฮ่องกง รวมทั้งดารานักแสดง และผู้กำกับที่มีชื่อเสียงของฮ่องกงเริ่มมีการย้ายถิ่นไปทำงานในต่างประเทศ โดยเฉพาะการร่วมงานกับฮอลลีวูดมากขึ้น โดยมีดารานักแสดงและผู้กำกับที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักหลายคนในทวีปยุโรปและอเมริกาตั้งแต่ช่วงปี 2533-2540 (ค.ศ.1990-1997) อาทิ Andy Lau / Chow Yun-Fat / John Woo / Jackie Chan / Michelle Yeoh / Tony Leung Chiu Wai / Wong Kar-wai ฯลฯ

และเมื่อเข้าสู่ช่วงกลางทศวรรษประมาณปี 2540 (ค.ศ.1997) เป็นต้นมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกงเริ่มซบเซา โดยมีสาเหตุเบื้องต้นมาจากการขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ ทำให้คุณภาพในการสร้างเริ่มลดลง อีกทั้งโรงภาพยนตร์มีการปรับเปลี่ยนจากระบบเดิมมาเป็นระบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplexes) มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ราคาตั๋วภาพยนตร์เริ่มขึ้นสูงประกอบกับกลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นชนชั้นกลางเริ่มรู้สึกรังเกียจภาพยนตร์ที่สร้างภายในประเทศและหันไปชื่นชมภาพยนตร์จากต่างประเทศโดยเฉพาะฮอลลีวูดมากขึ้น และมีการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ในรูปแบบวีดีโออย่างหนักในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ในช่วงปี 2546 (ค.ศ. 2003) ได้เกิดโรคระบาด SARS ซึ่งเป็นไวรัสที่ติดต่อกันทางระบบทางเดินหายใจ ส่งผลให้โรงภาพยนตร์ต้องปิดกิจการใน

¹⁰³ Stephen Teo, “Hong Kong cinema,” in *World Cinema Critical Approaches*, (New York: OXFORD University Press,2000), p. 172.

ช่วงเวลาดังกล่าวประมาณ 4 เดือน ทำให้เหลือการผลิตภาพยนตร์เพียง 54 เรื่องในปีนั้นจากเดิมที่ผลิตปีละกว่า 200 เรื่องในช่วงปี 2533 (ค.ศ. 1990)¹⁰⁴

ในปี 2546 (ค.ศ. 2003) ทางรัฐบาลฮ่องกงจึงได้จัดตั้งกองทุน Film Guarantee Fund เพื่อจูงใจให้ธนาคารท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการให้วงเงินสินเชื่อกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ฮ่องกง เพราะเงินทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ในฮ่องกงเริ่มประสบภาวะขาดแคลน ทางรัฐบาลฮ่องกงจึงออกกฎหมายเกี่ยวกับการรับรองสินเชื่อเพื่อการสร้างภาพยนตร์ (Film Guarantee legal document) ขึ้นโดยอิงหลักการและข้อบังคับมาจากหลักกฎหมายของประเทศแคนาดา ซึ่งสินเชื่อเพื่อการสร้างภาพยนตร์นี้จะมีข้อกำหนดต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการออกสินเชื่อ โดยมีการกำหนดสัดส่วนในการลงทุนร่วมกันระหว่างบริษัทผู้สร้างในฮ่องกงกับบริษัทผู้สร้างอื่นๆ ทั้งภายในประเทศและในต่างประเทศ และการให้สินเชื่อจากธนาคารจะไม่เกิน 70% ของต้นทุนการผลิตหรือไม่เกิน 7.5 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง โดยใน 70% นี้ กองทุน Film Guarantee Fund จะรับประกันให้ไม่เกิน 35% หรือไม่เกิน 2.625 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง¹⁰⁵ ทั้งนี้การรับรองสินเชื่อเพื่อการสร้างภาพยนตร์จะเป็นเสมือนการสร้างหลักประกันให้กับบริษัทที่ร่วมลงทุนได้เกิดความไว้วางใจกันมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ฮ่องกงนับเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์อีกรายหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในตลาดภาพยนตร์ระดับสากลและถือว่าเป็นดาวเด่นอีกดวงหนึ่งของเอเชีย ดังจะเห็นว่าจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียไม่ว่าจะเป็นประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้หรือไต้หวัน ในโปรแกรมการฉายภาพยนตร์และวิดีโอจะมีภาพยนตร์จากฮ่องกงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตลาดภายในแต่ละประเทศเสมอ ส่วนแนวภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมในตลาดนานาชาติมักจะเป็นแนวตลกร่วมสมัย (Contemporary comedy) และภาพยนตร์แอ็คชั่น (Action) โดยเฉพาะภาพยนตร์แอ็คชั่นในแบบแก๊งสเตอร์ (Gangster) หรือการนำเสนอมุมมองการใช้ชีวิต 3 รูปแบบ (Triad) เช่น ภาพยนตร์ของ John Woo ที่มีนักแสดงนำอย่าง Chow Yun-Fat หรือภาพยนตร์ในแนวรักโรแมนติก (Romantic Melodrama) เช่น ภาพยนตร์ของ Stanley Kwan จากเรื่อง Rouge หรือ ภาพยนตร์ที่มีการผสมผสานศิลปะการต่อสู้ในแบบจินตนาการและมีการใช้เทคนิคทางคอมพิวเตอร์ (Special Effect) เข้ามาช่วยในการนำเสนอหรือภาพยนตร์แนวศิลปะการต่อสู้แบบมวยจีน ซึ่งดาราที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับสากลเหล่านี้ เช่น Jackie Chan เป็นต้น

¹⁰⁴ Wikipedia Foundation, <press@wikimedia.org>, "Cinema of Hong Kong," <http://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_Hong_Kong>.

¹⁰⁵ Film Services Office, <info@fso-tela.gov.hk>, "Film Guarantee Fund," <<http://www.fso-tala.gov.hk/fgf/index.cfm>>, 11 June 2007.

3.3.4 นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศสิงคโปร์

ในช่วงปี 2503 - 2513 (ค.ศ. 1960-1970) เป็นช่วงที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสิงคโปร์รุ่งเรือง แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสิงคโปร์ก็เติบโตมาด้วยโครงสร้างที่ไร้แบบแผน ทำให้ในเวลาต่อมาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสิงคโปร์ก็ซบเซาลงจนไม่เหลือผู้กำกับที่มีผลงานโดดเด่น ชาวสิงคโปร์รับรู้และตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว แต่ก็ไม่สามารถพัฒนางานภาพยนตร์ให้สามารถก้าวหน้าไปอีก เพราะผู้กำกับในสิงคโปร์ขาดประสบการณ์ในการทำงาน

ต่อมารัฐบาลสิงคโปร์กำหนดให้กระทรวงข้อมูล สื่อสารและศิลปะแห่งประเทศสิงคโปร์ (Ministry of Communications, Information and Arts - MITA) และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อสิงคโปร์ (Media Development Authority of Singapore - MDA) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการดูแลและให้การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศ โดยอาศัยกฎหมาย 4 ลักษณะ คือ Film Act / Media Development Act / Broadcasting Act และ Public Entertainment & Meeting Act¹⁰⁶ อย่างไรก็ตาม มาตรการต่างๆ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศสิงคโปร์ยังมีความไม่ชัดเจนในหลายๆ ด้านเช่นเดียวกับประเทศไทย ในขณะที่กฎหมายภาพยนตร์ (Film Act) ของประเทศสิงคโปร์กลับได้รับการปรับปรุงแก้ไข และมีความเปลี่ยนแปลงมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ช่วงปี 2534 (ค.ศ.1991) โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนโดยใช้ลักษณะเปิดเสรี (Liberalisation) รับฟังความคิดเห็นจากประชาชน ซึ่งแสดงให้เห็นเจตจำนงของรัฐว่า ได้ตระหนักถึงการปรับบทบาทและหน้าที่ของภาครัฐให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้มีการยุบรวมหน่วยงานรัฐบางแห่งและจัดตั้งขึ้นภายใต้ชื่อใหม่ (ภาพที่ 2.7) ดังนี้

1. สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อสิงคโปร์ หรือ Media Development Authority of Singapore (MDA) เกิดจากการรวมตัวของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ Singapore Broadcasting Authority / Films and Publications Department และ Singapore Film Commission (SFC) ภายหลังการรวมตัวมีภารกิจหลักคือการประชาสัมพันธ์การเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อของประเทศสิงคโปร์ และทำหน้าที่เป็นองค์กรตรวจสอบสื่อรวมทั้งดูแลเนื้อหาต่างๆ ก่อนสื่อสารถึงผู้บริโภค

2. สภาภาพยนตร์สิงคโปร์ (Singapore Film Commission -SFC) ทำงานภายใต้สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อสิงคโปร์ และได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยสภาพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development Board) / การท่องเที่ยวแห่งสิงคโปร์ (Singapore Tourism

¹⁰⁶ จินตพันธุ์ ทังสุบุตร, “กฎหมายภาพยนตร์ของประเทศสิงคโปร์,” (กรุงเทพมหานคร: โครงการศึกษาวิจัยเพื่อเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2546), (อัดสำเนา)

Board) และกระทรวงข้อมูล สื่อสารและศิลปะแห่งประเทศสิงคโปร์ (Ministry of Communications, Information and Arts) โดยมีหน้าที่ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ 3 ด้านที่สำคัญคือ 1. ด้านการให้ทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ (Funding for film related activities) ซึ่งทำหน้าที่แสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อให้ผู้สร้างภายในประเทศได้รู้จักกับแหล่งเงินทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ในต่างประเทศ หรือจัดหาเงินทุนสำหรับการกู้ยืมโดยเป็นเงินจากกองทุนของ SFC¹⁰⁷ นอกจากนี้ SFC ยังมีโครงการเพื่อจูงใจให้มีการร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ในสิงคโปร์ให้มากขึ้น โดยเริ่มโครงการสิทธิพิเศษของการลงทุนร่วม (Co-Production Investment Program) คือ โครงการที่ให้เงินทุนสนับสนุนไม่เกิน 500,000 เหรียญสิงคโปร์ สำหรับผู้อำนวยการสร้างหรือ Producer ทั้งที่เป็นคนสิงคโปร์และเป็นผู้ลงทุนจากต่างประเทศ ถ้าหากเป็นผู้ลงทุนจากต่างประเทศมีเงื่อนไขว่าจะต้องมีที่อยู่ถาวรในสิงคโปร์และมีคนสิงคโปร์ถือหุ้นในบริษัทนั้นไม่น้อยกว่า 30% จึงจะได้รับการพิจารณา 2. การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เพื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และสนับสนุนการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศสิงคโปร์ให้เป็นที่รู้จักของนานาชาติ (Facilitation and promotion of local film making talent) และ 3. ส่งเสริมและให้ความรู้รวมทั้งฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Education and Training)¹⁰⁸

3. สมาคมภาพยนตร์สิงคโปร์ (Singapore Film Society - SFS)¹⁰⁹ เป็นสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรและทำงานในลักษณะอาสาสมัครเพื่อที่จะส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์สิงคโปร์ให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้สมาคมภาพยนตร์สิงคโปร์ยังร่วมจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ภายในประเทศสิงคโปร์และจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อนำเสนอและเผยแพร่ภาพยนตร์ที่น่าสนใจของประเทศสิงคโปร์สู่สาธารณชนไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์กระแสหลัก (Features Films) หรือภาพยนตร์สั้น (Short Films)

4. ศูนย์ส่งเสริมงานศิลปะอิสระร่วมสมัย (The Substation) เป็นศูนย์รวมงานศิลปะร่วมสมัยจากศิลปินอิสระของประเทศสิงคโปร์ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มศิลปินรุ่นใหม่มีพื้นที่ในการแสดงผลงานทั้งภาพยนตร์ทดลอง (Experimental Films) หรืองานศิลปะอื่นๆ ที่สร้างภายในประเทศ

¹⁰⁷ Yvonne Ng, <kinema@watarts.uwaterloo.ca> "Singapore Cinema : In Search of Identity," <<http://www.kinema.uwaterloo.ca/yvo011.htm>>, 19 November 2002.

¹⁰⁸ Anne Malépart, <spore_td@international.gc.ca>, "The Feature Film Market in Singapore," <http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/ac-ca/progs/rc-tr/market/publications/singapour_film_market/film_singapour_e.pdf>, February, 2005.

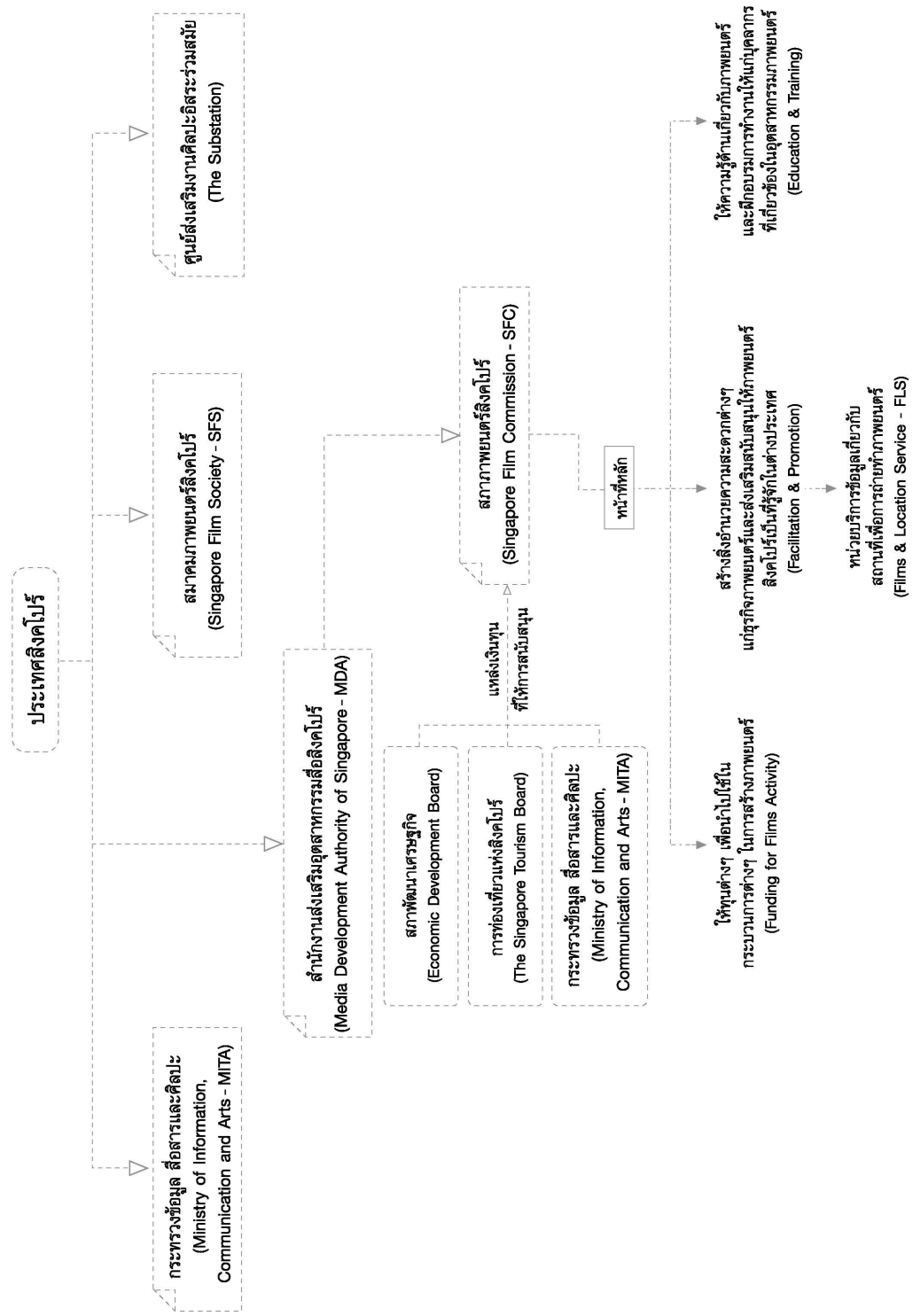
¹⁰⁹ Ibid., p. 9.

และในต่างประเทศ ซึ่งหน้าที่หลักๆ ของศูนย์ส่งเสริมงานศิลปะอิสระร่วมสมัยนี้จะนำเสนอผลงานเกี่ยวกับภาพยนตร์และโปรแกรมการฉายวิดีโอทัศน์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้แต่ละชุมชนได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากนี้ศูนย์ส่งเสริมยังให้การสนับสนุนนักสร้างภาพยนตร์ให้เป็นที่รู้จักกับบุคคลสำคัญต่างๆ ในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (Networking with international film festivals) เพื่อเป็นเครือข่ายที่สามารถช่วยเหลือกันได้ในอนาคตต่อไป

นอกจากนี้แล้วในประเทศสิงคโปร์ยังมีการรวมตัวของกลุ่มสมาคมนักเขียนบทแห่งประเทศไทย (Screenwriters Association) ซึ่งจะคอยดูแลและให้การสนับสนุนและให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเขียนบทภาพยนตร์และโทรทัศน์ซึ่งกันและกันในหมู่ผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องทางด้านนี้¹¹⁰

¹¹⁰ Screenwriters Association (Singapore), “History and Purpose,” <http://www.Screenwriter.org.sg/about_us.html>.

ภาพที่ 2.7
หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสิงคโปร์



3.3.5 นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศอินเดีย

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศอินเดียมีผู้ผลิตใหญ่อยู่ 3 รายคือ Bollywood , Tollywood และ Kollywood กลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ Bollywood มีฐานการผลิตที่เมืองมุมไบ (หรือ บอมเบย์) ส่วนของ Tollywood มีฐานการผลิตที่เมืองกัลกัตตา และ Kollywood ฐานการผลิตอยู่ที่ เซนไน (Chennai) หรือทามิล นาฑู (Tamil Nadu) อยู่ทางตอนใต้ของประเทศอินเดีย รู้จักกันในชื่อ Tamil Cinema

ภาษาที่ใช้ในประเทศอินเดียมีหลายภาษาและภาษาที่ใช้มากที่สุดคือ Urdu / Hindi / Bangali / Tamil / Telugu / Malayalm / Kannada ดังนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ Bollywood จึงผลิตด้วยภาษาที่เป็น Hindi หรือ Urdu เป็นส่วนใหญ่ ภาพยนตร์ของ Bollywood ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและในระดับสากล นอกจากนี้ยังสามารถทำรายได้ติดอันดับบ็อกซ์ออฟฟิศภายในประเทศได้เสมอ และเมื่อภาพยนตร์เรื่องใดประสบความสำเร็จมากๆ ก็จะถูกนำไปผลิตใหม่ให้เป็นภาษาอื่นๆ เช่น Bangali / Tamil เป็นต้น¹¹¹

เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของอินเดียมีการผลิตมากเป็นอันดับ 1 ของโลก เมื่อรวมการผลิตจากสตูดิโอใน Mumbai(Bombay) / Calcutta / Chennai / Bangalore และ Hyderabad จะมียอดการผลิตภาพยนตร์รวมกันมากกว่า 1,000 เรื่องต่อปี (ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีการผลิตภาพยนตร์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น) ภาพยนตร์อินเดียในช่วงปี 2483 – 2493 (ค.ศ. 1940-1950) เป็นภาพยนตร์ประเภทสนุกสนาน ร้องเล่นเต้นระบำ มีเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นกลาง และเมื่อเข้าสู่ช่วงปี 2513 (ค.ศ.1970) จึงเกิดภาพยนตร์สีและนำอินเดียเข้าสู่ยุคอินเดียสมัยใหม่¹¹²

ในช่วงปี 2493- 2533 (ค.ศ.1950-1990) ภาพยนตร์อินเดียสามารถทำกำไรภายในประเทศได้อย่างมหาศาล เพราะมีการแข่งขันน้อย สำหรับภาพยนตร์ที่มีคุณภาพในระดับดีของอินเดียจะมีการลงทุนสร้างประมาณ 1.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนภาพยนตร์ที่มีทุนสูงจะประมาณ 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนแหล่งเงินทุนในการผลิตภาพยนตร์ของอินเดียมักจะมาจากผู้จัดจำหน่ายอิสระ (Private distributors) และมาจากบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอขนาดใหญ่ในบางเรื่อง และจะไม่มีแหล่งเงินทุนที่มาจากธนาคาร เนื่องจากไม่ได้รับอนุญาตให้ธนาคารให้สินเชื่อเพื่อ

¹¹¹ Wikipedia Foundation, <press@wikimedia.org>, “Cinema of India,” <http://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_India>.

¹¹² Kavita Trivedi, “The History of Bollywood Cinema,” <<http://www.myvillage.com/pages/fashion-bollywood-history.htm>>.

นำมาสร้างภาพยนตร์ นอกจากนี้รัฐบาลอินเดียยังได้จัดตั้งองค์กรกลางในรูปรัฐวิสาหกิจที่จะคอยทำหน้าที่ดูแลและให้การส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ โดยใช้ชื่อว่า “National Film Development Corporation Ltd. หรือ NFDC” ซึ่งอยู่ภายใต้การดำเนินงานของภาครัฐ (A Government of India Enterprise) โดยมีการแบ่งส่วนงานออกเป็น 7 ฝ่าย¹¹³ ดังแสดงในภาพที่ 2.8 คือ

1. Central Board of Film Certification (CBFC) คือ ส่วนงานที่มีหน้าที่ตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทั้งในประเทศและภาพยนตร์ที่นำเข้า

2. Film Finance and Production คือ ส่วนงานที่เป็นธุระจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการสร้างภาพยนตร์ให้หรือธุระจัดหาผู้ร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ (Co-Production) โดยจะเป็นศูนย์ประสานงานส่วนกลางให้กับทุกฝ่าย

3. Import and Distribution of Films in India คือ ส่วนงานที่ดูแลเรื่องการนำฟิล์มเข้าประเทศเพื่อจัดฉายและจัดจำหน่ายฟิล์มในประเทศอินเดีย

4. Export of Film คือ ส่วนงานที่เป็นผู้ประสานงานในการนำภาพยนตร์ไปจัดจำหน่ายในต่างประเทศหรือจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมในการลงทุน และการออกบูธเพื่อสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ภาพยนตร์ภายในประเทศในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ (International Film Festival) หรือในตลาดภาพยนตร์ (Film Market) ในที่ต่างๆ อาทิ American Film Market (AFM) / Hong Kong (FILMART) / Cannes Film Festival เป็นต้น¹¹⁴

5. Technical Service คือ ส่วนงานที่ให้คำแนะนำ จัดหา หรือให้การรับรองแหล่งเครื่องมือหรืออุปกรณ์อันเนื่องเกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ให้กับกองถ่ายจากต่างประเทศ

6. Panorama Film คือ ส่วนงานที่ดูแลเกี่ยวกับการจัดเทศกาลภาพยนตร์ทั้งภายในประเทศและการประสานงานกับการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกับประเทศอื่นๆ

7. Cine Artistes Welfare Fund of India NFDC (CAWFI) คือ ส่วนกองทุนสวัสดิการนักแสดงและผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดีย เพื่อนักแสดงวัยชราหรือนักแสดงที่ประสบอุบัติเหตุระหว่างถ่ายทำ หรือผู้ที่ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง กองทุนนี้จะเป็นเสมือนหลักประกันของพนักงานในสายวิชาชีพนี้โดยเฉพาะ ซึ่งนับถึงปี 2549 (ค.ศ.2006) มีดารานักแสดง

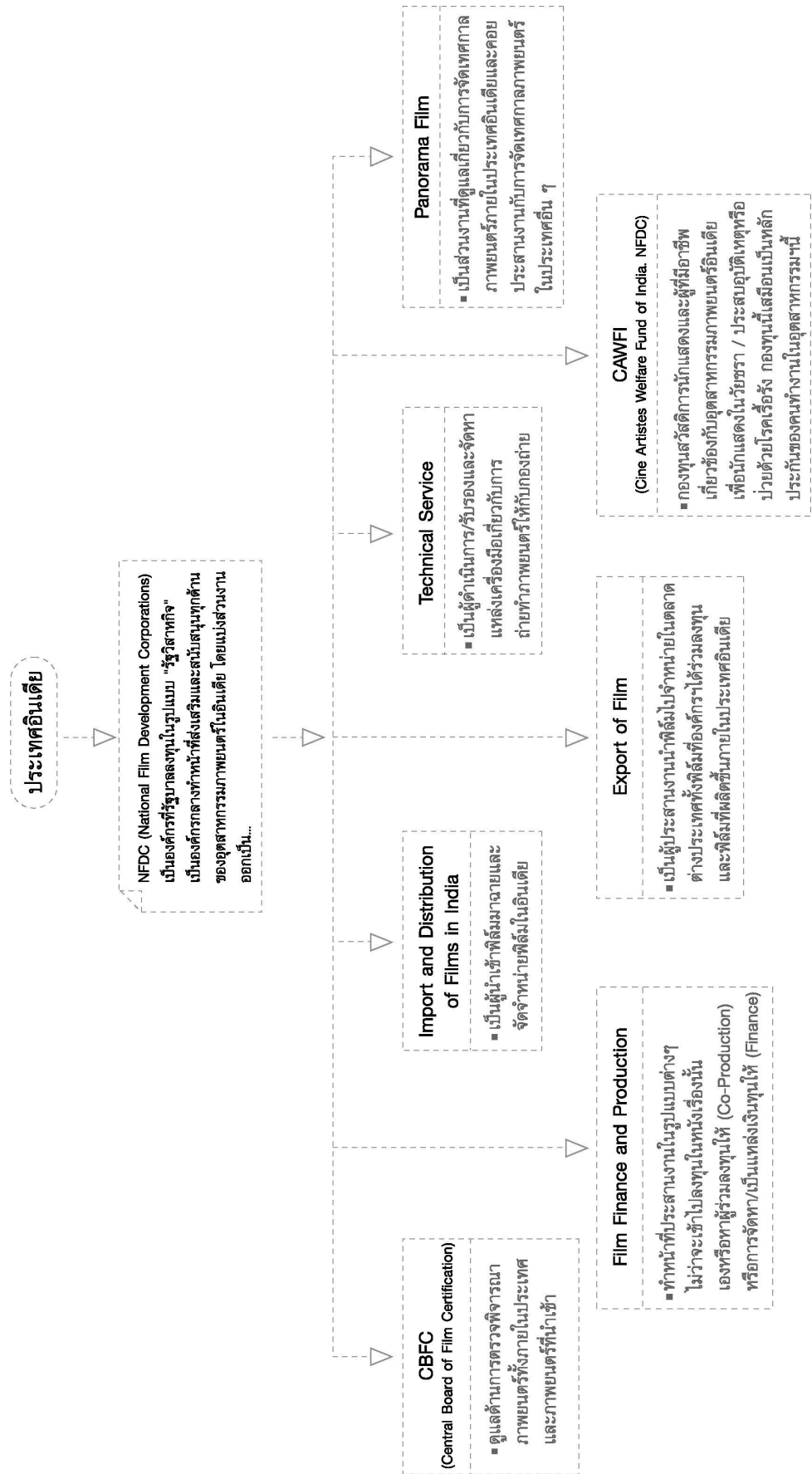
¹¹³ National Film Development Corporation Ltd., <nfdc@nfdcindia.com>, “Filming in India,” <http://www.nfdcindia.com/filming_in_india.php>.

¹¹⁴ Shetty, Manmohan, “Annual Report 2005-2006,” <<http://www.nfdcindia.com/corporateinformation>>.

และผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดียได้รับบำนาญอยู่ในขณะนี้จำนวน 969 คน¹¹⁵

¹¹⁵ Ibid., p.11.

ภาพที่ 2.8
โครงสร้างการบริหารงานของ NFDC และกิจกรรมที่ NFDC ให้การสนับสนุน



นอกจากนี้ในประเทศอินเดียมีสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นที่รู้จักทั้งในเอเชียและยุโรป คือ “สถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งอินเดีย” (Film and Television Institute of India หรือ FTII) ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองปุน (Pune) ก่อตั้งขึ้นในปี 2503 (ค.ศ.1960) ซึ่งสถานศึกษาแห่งนี้ได้ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพที่ได้รับรางวัลทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยปัจจุบันสถาบันนี้อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงสื่อกระจายเสียงและการประชาสัมพันธ์แห่งอินเดีย (Ministry of Information and Broadcasting of the Government of India)¹¹⁶

3.3.6 นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของประเทศไทย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบด้านการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยตรง จะมีเพียงหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้านเท่านั้น หน่วยงานรัฐเหล่านี้จึงมีนโยบายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่แตกต่างกัน เช่น

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีหน่วยงานย่อยที่ดูแลและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาลภาพยนตร์ในประเทศโดยใช้ชื่อว่า เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพ (Bangkok International Film Festival) ซึ่งจะมีส่วนตลาดการซื้อขายภาพยนตร์ (Bangkok Film Market) รวม อยู่ภายในงานด้วย ส่วนกองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว จะให้การดูแลเกี่ยวกับการอนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย เป็นต้น

2. กรมส่งเสริมการส่งออก ให้การสนับสนุนในเรื่องงบประมาณเพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้เข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ในต่างประเทศโดยมักให้การสนับสนุนร่วมกับกองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3. กระทรวงการต่างประเทศ ให้การสนับสนุนร่วมกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อจัดงานในต่างประเทศ เช่น การจัดงาน Reception และการออกบูธในงาน AFCI Location Trade Show ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับสมาคม

¹¹⁶ Wikipedia Foundation, <press@wikimedia.org>, “Cinema of India,” <http://en.wikipedia.org/wiki/Cinema_of_India>.

คณะกรรมการภาพยนตร์นานาชาติ (Association of Film Commissioners International – AFCI)¹¹⁷

4. กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งมีหน่วยงานย่อยที่ดูแลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เช่น หอภาพยนตร์แห่งชาติ กรมศิลปากร ดูแลเรื่องการแสวงหา เก็บรักษา เพื่ออนุรักษ์และการให้บริการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ภาพยนตร์ในฐานะเป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของชาติ¹¹⁸ / สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ฯลฯ

5. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I) ได้มีมาตรการให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจภาพยนตร์ไทย และเพื่อส่งเสริมให้ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย สำหรับมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีมาตรการส่งเสริมใน 3 เรื่อง ประกอบด้วย

มาตรการส่งเสริมที่ 1 ด้านการเงิน ซึ่งจะมีการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ไทย โดยได้มีการร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมเพื่อดำเนินการจัดทำพระราชบัญญัติจัดตั้งกองทุน ในขณะนี้อยู่ระหว่างการทบทวนหลักการ

มาตรการส่งเสริมที่ 2 ด้านการพัฒนาบุคลากรเฉพาะทาง ซึ่งจะมีการร่วมมือกันกับภาคเอกชนให้เข้าร่วมกับสถาบันการศึกษาและสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ เพื่อร่วมหาแนวทางการฝึกอบรมหรือแลกเปลี่ยนความรู้ในสถานศึกษาต่อไป

มาตรการส่งเสริมที่ 3 ด้านภาษี โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มีมติเห็นชอบให้ทางบีโอไอเสนอให้กระทรวงการคลังลดอัตราอากรขาเข้าเครื่องมืออุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้

¹¹⁷ สมาคมคณะกรรมการภาพยนตร์นานาชาติ (AFCI) เป็นสมาคมที่ประกอบไปด้วยสมาชิกที่เป็นหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบงานด้านภาพยนตร์ของเมืองหรือประเทศต่างๆ ซึ่งมีสมาชิกทั่วโลกกว่า 300 แห่ง โดยประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกในนาม Thailand Film office โดยกองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ตามความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีเมื่อปี 2545 เพื่อช่วยด้านการประสานงานระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการให้ข้อมูลต่างๆ แก่กองถ่ายภาพยนตร์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่ถ่ายทำ เพื่อเชิญชวนคณะถ่ายทำจากต่างประเทศให้เข้ามาถ่ายทำและใช้บริการงานด้าน Post-Production ในประเทศไทยให้มากขึ้น ฯลฯ

¹¹⁸ หอภาพยนตร์แห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม, <info@nfat.org>, “ภารกิจหน้าที่: บทบาทหน้าที่ของหอภาพยนตร์แห่งชาติ,” <<http://www.nfat.org>>.

ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์ อุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์ Post - Production ซึ่งปัจจุบันจัดเก็บร้อยละ 20 ให้เหลือร้อยละ 5 หรือไม่เก็บภาษี รวมทั้งเห็นชอบที่เสนอให้กรมศุลกากรลดกระบวนการในการนำเข้าวัตถุดิบ เช่น ฟิล์มที่ถ่ายทำแล้วจากต่างประเทศที่จะนำเข้ามาเพื่อใช้ในขั้นตอน Post – Production ในประเทศไทย โดยกำหนดให้จ่ายค่าธรรมเนียมแบบ Counter Charge

ส่วนมาตรการส่งเสริมให้ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ได้เน้นนโยบายด้านการอำนวยความสะดวกแก่กองถ่ายจากต่างประเทศ โดยทางบอร์ดบีโอไอได้มีมติเสนอให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่อยกระดับการอำนวยความสะดวกแก่การเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศแบบครบวงจร ตั้งแต่การขออนุญาตถ่ายทำ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จดังกล่าวได้ผ่านมติเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 16 มกราคม 2550 รับผิดชอบโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งศูนย์บริการอนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศแบบเบ็ดเสร็จนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อลดขั้นตอน เวลา และค่าใช้จ่ายให้กับคณะถ่ายทำ โดยกำหนดจะออกหนังสืออนุญาตให้ภายใน 24 ชั่วโมง สำหรับการขออนุญาตถ่ายทำเกี่ยวกับงานโฆษณา / รายการโทรทัศน์ / มิวสิควีดีโอ ฯลฯ นอกจากนี้บีโอไอยังมีโครงการร่วมมือกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงแรงงาน และกองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องใบอนุญาตทำงานและวีซ่าให้กับคณะผู้ที่จะเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์และทีมงานสำรวจสถานที่ถ่ายทำ

ส่วนองค์กรอิสระหรือองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน เช่น สมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ / สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย / มูลนิธิหนังไทย / เว็บไซต์ Thai Indie / เว็บไซต์ Thai Short Film / เว็บไซต์ Flip Cafe และเว็บไซต์ Thaicinema.org เป็นต้น

และจากทฤษฎีต่างๆ ที่นำมาประกอบการศึกษาวิจัยดังกล่าวมาในข้างต้น สามารถแสดงการนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ประกอบการวิเคราะห์เพื่ออธิบายผลการศึกษิตตามประเด็นศึกษาต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.13
แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างองค์กร (Five Force Model)	แนวคิดและทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ (Film Business)	แนวคิดและทฤษฎีความสามารถ แข่งขัน โอกาส และความพร้อม (4C & TOWS)	แนวคิดและทฤษฎี โลกาภิวัตน์ และพันธมิตรทางธุรกิจ (Globalization & Alliance Advantage)	แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ จัดจำหน่าย และการตลาด (Distribution & Marketing)	แนวคิดและทฤษฎี เกม (Game Theory)	แนวคิดและทฤษฎีการสร้างแบรนด์ (Brand Building)	แนวคิดและทฤษฎี วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture)	แนวคิดและทฤษฎี ความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Dimensions of Cultural Variability or Multicultural)	แนวคิดและทฤษฎี การคุ้มครองสภาพในประวัติศาสตร์กำลังพัฒนา	แนวคิดเกี่ยวกับ การส่งเสริมและสนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศไทย ในภูมิภาคเอเชีย
ประเด็นที่ศึกษา	โครงสร้างองค์กร (Five Force Model)	การบริหารงาน ภาพยนตร์ (Film Business)	ความสามารถ แข่งขัน โอกาส และความพร้อม (4C & TOWS)	แนวคิดและทฤษฎี โลกาภิวัตน์ และพันธมิตรทางธุรกิจ (Globalization & Alliance Advantage)	แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ จัดจำหน่าย และการตลาด (Distribution & Marketing)	แนวคิดและทฤษฎี เกม (Game Theory)	แนวคิดและทฤษฎีการสร้างแบรนด์ (Brand Building)	แนวคิดและทฤษฎี วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular Culture)	แนวคิดและทฤษฎี ความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Dimensions of Cultural Variability or Multicultural)	แนวคิดและทฤษฎี การคุ้มครองสภาพในประวัติศาสตร์กำลังพัฒนา	แนวคิดเกี่ยวกับ การส่งเสริมและสนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศไทย ในภูมิภาคเอเชีย
1. ด้านความสามารถ แข่งขัน และความพร้อมของผู้ประกอบการ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2. ด้านโครงสร้างการบริหาร และแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย	●	●	●	●	●		●		●		
3. ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
4. ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และสังคม	●				●	●	●	●	●		
5. ด้านกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์ และการจัดจำหน่าย				●	●	●	●	●	●		

ตารางที่ 2.13
แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ (ต่อ)

แนวคิดและทฤษฎี ที่นำมาใช้	แนวคิดและ ทฤษฎี การวิเคราะห์ โครงสร้าง อุตสาหกรรม (Five Force Model)	แนวคิดและ ทฤษฎี การบริหาร งาน ภาพยนตร์ (Film Business)	แนวคิดและ ทฤษฎี ความสามารถ แข่งขัน โอกาส และ ความพร้อม (4C & TOWS)	แนวคิดและ ทฤษฎี โลกาภิวัตน์ และ พันธมิตร ทางธุรกิจ (Globalization & Alliance Advantage)	แนวคิด และ ทฤษฎีเกม (Game Theory)	แนวคิดและ ทฤษฎี การสร้าง แบรนด์ (Brand Building)	แนวคิดและ ทฤษฎี วัฒนธรรม สมัยนิยม (Popular Culture)	แนวคิดและ ทฤษฎี เกี่ยวกับ ความแตกต่าง ทางวัฒนธรรม (Dimensions of Cultural Variability or Multicultural)	แนวคิดและ ทฤษฎี การคุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา	แนวคิด เกี่ยวกับ การส่งเสริม และสนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศ ในภูมิภาค เอเชีย
ประเด็นที่ศึกษา										
6. ด้านการบริหารงานในลักษณะ การร่วมลงทุนสร้าง			●	●	●	●		●	●	
7. ด้านนโยบายส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งจากภาครัฐและเอกชน					●			●	●	●
8. ด้านการวางแผนทางการตลาด การใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่าย กรณีศึกษา : ภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน และ ภาพยนตร์เรื่ององคตปักษ์			●	●	●	●	●			
9. ด้านเกี่ยวกับกฎหมาย ทรัพย์สินทางปัญญา	●		●	●		●		●	●	●

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ในประเทศไทยนับถึงปัจจุบันนี้มีการศึกษาในแง่มุมต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น แต่การศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับโอกาสของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออก ยังไม่มีการศึกษาถึงภาพรวมในมิติต่างๆ ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเฉพาะกรณีหรือเฉพาะมิติใดมิติหนึ่ง อาทิ

สมจิตต์ อติศักดิ์พานิชกิจ (2524) ศึกษาถึงมูลเหตุและลักษณะของปัญหาในการจัดเก็บอากรมหรสพในงานวิจัยเรื่อง “ปัญหาในการจัดเก็บอากรมหรสพสำหรับภาพยนตร์” และได้พบว่ามีปัญหาจากด้านต่าง ๆ เช่น ปัญหาทางด้านผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากร ซึ่งเป็นบุคคลต้นเหตุของการหลีกเลี่ยงภาษีอากรรวมทั้งปัญหาในเรื่องความร่วมมือจากประชาชนผู้ดู ปัญหาด้านพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้บริหารจัดเก็บไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ปัญหาทางด้านตัวบทกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่ยังไม่ครอบคลุม มีช่องโหว่ที่ทำให้หลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นการแก้ไขปัญหาประการที่สำคัญที่สุด คือ จะต้องพยายามสร้างความสำนึกในหน้าที่ให้เกิดขึ้นทั้งทางฝ่ายผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากร รวมทั้งผู้ดู ประชาชนทั่วไป และฝ่ายเจ้าหน้าที่ผู้บริหารจัดเก็บ โดยวิธีการประชาสัมพันธ์และให้การศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องอย่างทั่วถึง

เนื่องจากนับถึงปัจจุบันยังไม่ม้งานวิจัยในลักษณะดังกล่าวออกมา อีกทั้งกฎหมายอากรมหรสพได้มีการยกเลิกการจัดเก็บแล้วตั้งแต่ปี 2528 เป็นต้นมา และเปลี่ยนเป็นการจัดเก็บภาษีการค้าและอื่น ๆ แทน การศึกษากฎหมายเกี่ยวกับด้านรายได้ดังกล่าวจากภาพยนตร์จึงยังไม่มีข้อมูลสำหรับการทำวิจัย และงานวิจัยชิ้นนี้จะไม่สามารถนำมาใช้หลังจากปี 2528 ได้ข้อมูลในส่วนนี้จึงขาดช่วงไป

จำเรญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2541) ศึกษาสภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยในด้านรายรับ-รายจ่าย ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน รวมถึงคณะผู้ทำงานและปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อรวบรวมปัญหาการทำงานและความต้องการของผู้ประกอบการ รวมทั้งชี้ให้เห็นสภาพการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทย อย่างไรก็ตามรายงานการวิจัยฉบับนี้เป็นการปรับปรุงเพิ่มเติมจากรายงานการวิจัยฉบับปี 2529 ซึ่งจำเรญลักษณ์ ธนะวังน้อยได้เคยทำไว้ ข้อมูลในบางประเด็นในการศึกษาดังกล่าวจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม (2542) ในงานวิจัยเรื่อง “ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก กรณีศึกษา : ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์” ได้ศึกษาลักษณะทั่วไปของปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการส่งออก ตลอดจนแนวทางการส่งเสริมภาพยนตร์ไทยจาก

รัฐบาลเพื่อให้เป็นอุตสาหกรรมส่งออก พบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังมีปัญหาด้านงบประมาณการผลิต, รัฐไม่ให้ความร่วมมือในการถ่ายทำ บทภาพยนตร์ยังไม่มีคุณภาพ ส่วนในด้านอุปสรรคในการส่งเสริม ได้แก่ นโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต ระบบการเก็บภาษีที่ยังสูงเกินไป และมาตรการการกีดกันทางการค้า การศึกษาวิจัยนี้เป็นเสมือนข้อมูลในเบื้องต้นด้านจุดอ่อน (Weakness) และอุปสรรค (Threat) ตามทฤษฎีการสำรวจสภาพองค์กรธุรกิจที่เรียกว่า SWOT Analysis จึงเป็นฐานข้อมูลที่สามารถนำมาผสมผสานกับการศึกษาของผู้วิจัยได้ เนื่องจากยังขาดความสมบูรณ์ในบางประเด็น อาทิเช่น ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของต่างประเทศหรือประเด็นมุมมองจากภาครัฐและอื่นๆ เป็นต้น

ฉลองรัช จงรักษ์ (2543) ในงานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (2539-2541)” ศึกษาถึงกลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ(2539-2541) ซึ่งบริษัท ไฟว์สตาร์ฯ ได้นำแนวคิดของ Stanton และ Futrell ที่ว่าด้วยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps คือ 1.Product 2.Price 3.Place 4.Promotion มาเป็นปัจจัยในการวางแผนและผลิตภาพยนตร์ โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผู้อื่นในแง่ของเนื้อเรื่อง, ประเภทของภาพยนตร์, มีการปรับลดต้นทุนในการผลิต และ กระจายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากที่สุด โดยใช้การส่งเสริมการขายเป็นแรงกระตุ้น งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเพียงบริษัทหนึ่งที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับภาพยนตร์ในประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และศึกษาในช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ(2539-2540)เท่านั้น จึงยังขาดบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวและมุมมองภาพรวมทั้งหมดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงทำให้ยังไม่เห็นสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยรวมในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ครั้งนั้นในมุมมองที่กว้าง และการปรับตัวรับสภาพในแต่ละบริษัท

พรเพ็ญ ไตรพงษ์ (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “ปัญหาการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานภาพยนตร์ที่มีผลต่องานอันมีลิขสิทธิ์อื่น” ได้พิจารณาเน้นในส่วนตัวบทกฎหมายลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายที่มีลักษณะของการบังคับใช้เฉพาะภายในแต่ละประเทศ ซึ่งมีการลงนามตกลงระหว่างประเทศในเรื่องดังกล่าวผ่านสนธิสัญญาหรืออนุสัญญานี้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น Berne Convention (อนุสัญญากรุงเบิร์น), Trade Related Intellectual Property Right (TRIPS Agreement) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงการค้าโลก (WTO) เป็นต้น ตามสนธิสัญญาหรืออนุสัญญาดังกล่าวยังไม่มีผลสมบูรณ์เต็มที่ เนื่องจากเป็นเพียงมาตรฐานขั้นต่ำของกฎหมายลิขสิทธิ์ในบางเรื่องและบังคับเฉพาะประเทศที่เป็นสมาชิกเท่านั้น อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ยังไม่มีประเด็นเกี่ยวกับการร่วมทุน และการถือลิขสิทธิ์ร่วมกันตามรูปแบบการลงทุนธุรกิจสมัยใหม่ อาทิเช่น การร่วมลงทุนในรูปแบบ

พันธมิตร ฯลฯ ซึ่งในประเด็นการถือลิขสิทธิ์ร่วมระหว่างประเทศนี้ถือว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งงานที่ผู้วิจัยกำลังจะศึกษาจะได้ศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ ที่ยังไม่ครบถ้วนเหล่านั้นไว้ด้วย

สิทธิเดช สุขมงคล (2546) ในงานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจภาพยนตร์ไทยศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ไทย เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด” ผลการศึกษาพบว่าบริษัท ไทย เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัดใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนและผลิตภาพยนตร์ โดยเน้นการกำหนดตำแหน่งการวางผลิตภัณฑ์ และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างทั้งในแง่ของเนื้อเรื่องและประเภทของภาพยนตร์ อีกทั้งมีการปรับลดต้นทุนในการผลิตและมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติมบริษัทยังมีช่องทางการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสนใจและติดตามผลงานภาพยนตร์ของทางบริษัทอยู่อย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นเหตุทำให้บริษัท ไทย เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัดประสบความสำเร็จในธุรกิจภาพยนตร์ไทย

รัตนา จักกะพาก (2546) รายงานการวิจัยเรื่อง “สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต : ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้าง ผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์” ได้ศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่าสภาพการณ์การผลิตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยรวมมีพัฒนาการที่ดีขึ้นกว่าเดิม ส่วนในเรื่องเนื้อหา ยังคงวนเวียนแบบเดิม ถึงแม้จะมีการนำเสนอแบบใหม่บ้างแต่ยังไม่มากนัก และมีลักษณะการแข่งขันภายในประเทศที่สูง เร่งผลิต เร่งขายสู่ตลาด ส่วนความสนใจของผู้ชมนั้นมีลักษณะตื่นตัวมากขึ้น ส่วนแนวโน้มในอนาคตอยู่ในลักษณะการขยายในเรื่องปริมาณมากกว่าการเน้นคุณภาพ ซึ่งยังต้องค่อยๆ พัฒนาต่อไป

อดิศร สุขสมอรรถ (2548) รายงานการวิจัยเรื่อง “การสร้างสื่อหน้าหนังภาพยนตร์ไทย” ได้ศึกษาด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยเข้ารับการฝึกงานในบริษัท ด็อกเตอร์เฮด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสื่อหน้าหนังเป็นเวลา 2 เดือน และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า การสร้างสื่อหน้าหนังภาพยนตร์ไทยมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบ 2 อย่างคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร โดยปัจจัยภายในองค์กรเป็นเรื่องของระบบการบริหารจัดการ การบริหารบุคลากร และการใช้เทคโนโลยี ในขณะที่ปัจจัยภายนอกเป็นเรื่องของสภาพเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย ทางด้านสังคม ทางด้านทัศนคติของกลุ่มนายทุน คู่แข่ง และปัจจัยด้านผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดอันได้แก่ ประเภทของภาพยนตร์ ต้นทุนในการผลิตสื่อหน้าหนัง สถานที่ในการเผยแพร่สื่อ และการส่งเสริมสื่อหน้าหนัง ต่างก็ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของกิจการบริษัททั้งสิ้น โดยตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบมากที่สุดในการผลิตสื่อหน้าหนังคือปัจจัยด้านนายทุนและโอกาสในการแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์