

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นศึกษา

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การศึกษาโอกาสเพื่อการส่งออกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนี้ ผู้วิจัยได้แยกประเด็นการศึกษาไว้ 9 ประเด็นคือ

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขัน และความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นศึกษาที่ 1.1 : ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549

ประเด็นศึกษาที่ 1.2 : ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

ประเด็นศึกษาที่ 1.3 : ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นศึกษาที่ 2.1 : ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

ประเด็นศึกษาที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 3.1 : โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย

ประเด็นศึกษาที่ 3.2 : โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และ สังคม

ประเด็นศึกษาที่ 4.1 : ทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 4.2 : ทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมในต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 4.3 : ทัศนคติและวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์

ประเด็นศึกษาที่ 5 : ด้านกลยุทธ์การตลาด การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์และการจัดจำหน่าย

ประเด็นศึกษาที่ 5.1 : ความแตกต่างของกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 5.2 : กลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาด ภายในประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 5.3 : กลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาด ต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 5.4 : กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 6 : ด้านการบริหารงานในลักษณะการร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์

ประเด็นศึกษาที่ 6.1 : การร่วมทุนหรือร่วมสร้างภาพยนตร์กับบริษัทภายในประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 6.2 : การร่วมทุนหรือร่วมสร้างภาพยนตร์กับบริษัทต่างประเทศ

ประเด็นศึกษาที่ 7 : ด้านนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งจากภาครัฐและ เอกชน

ประเด็นศึกษาที่ 7.1 : ความคิดเห็นต่อนโยบายให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยของภาครัฐ

ประเด็นศึกษาที่ 7.2 : ความคิดเห็นต่อนโยบายให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยของภาคเอกชน (โดยองค์กรของเอกชน)

ประเด็นศึกษาที่ 8 : ด้านการวางแผนทางการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการ จัดจำหน่ายภาพยนตร์

ประเด็นศึกษาที่ 8.1 : กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน

ประเด็นศึกษาที่ 8.2 : กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก

ประเด็นศึกษาที่ 9 : ด้านเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาพยนตร์ไทย ยังคงเป็นที่ น่าสนใจสำหรับ ชาวต่างชาติ ◉ ภาพยนตร์ไทย ยังไม่มีความ ตื่นตัวในช่วงปี 2540 ซึ่ง ต่างประเทศให้ ความสนใจเป็น อย่างมาก และ โอกาสที่จะ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ บุคลากรยังไม่มี ความเชี่ยวชาญ ทางภาษาและ ทักษะด้านการ เจริญต่อรองที่ มากพอ ◉ ภาพรวมของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยยัง ไม่มีความชัดเจน ◉ เงินลงทุนสำหรับ การผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ มีการเปิดพื้นที่ ให้กับภาพยนตร์ นอกกระแส มาก ขึ้น ◉ องค์ประกอบที่ เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย มีการ เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะ เป็น โรงภาพยนตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ไทยมีลักษณะ ผูกขาดโดย กลุ่มทุนเพียงไม่กี่กลุ่ม ◉ ดารานักแสดง ของไทยยังไม่ ค่อยมีความ รับผิดชอบไม่ มีระเบียบวินัย ◉ ภาครัฐและ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการ วิเคราะห์ โครงสร้าง อุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการ บริหารงาน ภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความ สามารถ แข่งขัน โอกาสและ ความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ปัญหาความไม่ เข้าใจในด้าน “ภาษา” และ เกิดความ ขัดแย้งทาง วัฒนธรรม องค์กร สอดคล้องกับ แนวคิด โลกาภิวัตน์ และแนวคิด ของทฤษฎี 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ยังคงมีการ แฝงระบบ ครอบครัวยุ ในระบบ การ ทำงานอยู่ ถึงแม้จะมี ระบบการ จัดการ บริหารแบบ สมัยใหม่มา ใช้ในการ 	<p>ข้อที่ 1 เพื่อศึกษา สภาพตลาดตั้งแต่ พ.ศ. 2540 – 2549 รวมทั้งตัว แปรที่มีผลกระทบ ต่อการผลิต ภาพยนตร์ของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย เพื่อวิเคราะห์ระบบ การบริหารจัดการ ธุรกิจของ</p>

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
เกิดปรากฏการณ์ แบบนี้ขึ้นอีกก็ เป็นไปได้ยาก ◉ มีการลดต้นทุน การผลิตให้ ต่ำลง เพื่อเพิ่ม ส่วนต่างของ ผลกำไร ◉ เรียนรู้วิธีการ เจรจาจาก ต่างประเทศและ นำกลับมาใช้ใน	ภาพยนตร์ไทย เพิ่มขึ้น มากกว่าเงินที่ใช้ ลงทุนในช่วงปี 2540 ◉ ช่วงปี 2540 อาชีพคนทำงาน ในอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทยยัง ไม่มีความมั่นคง (สามารถทำเป็น อาชีพได้)แบบใน	กลุ่มผู้สร้างฯ ผู้กำกับฯ และ กลุ่มผู้ชม ◉ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย ยังไม่มีเสถียรภาพ ◉ ช่วงที่ประเทศไทย ประสบภาวะ วิกฤตทาง เศรษฐกิจ ทำให้ คนทำงาน ทางด้าน	เอกชนไม่ สามารถ รวมกันได้ เพราะต่างคน ต่างทำไม่ให้เกิด ความร่วมมือ ซึ่งกันและกัน ◉ งบประมาณ จากรัฐในแต่ละปี ไม่มีไม่ สม่ำเสมอ การให้การ	◉ ทฤษฎี โลกาภิวัตน์ และพันธมิตร ทางธุรกิจ ◉ แนวคิด การจัด จำหน่าย และ การตลาด ◉ ทฤษฎีเกม ◉ ทฤษฎี วัฒนธรรม หลัง	ความแตก ต่างทาง วัฒนธรรม ตามหลักการ สื่อสารข้าม วัฒนธรรม ◉ อำนาจในการ ต่อรองและ เจรจาธุรกิจ ระหว่าง ผู้สร้างกับโรง ภาพยนตร์มี	บริหาร บริษัท แล้วก็ตาม ◉ ในขณะที่มี ภาวะ คุกคาม จากสินค้า ทดแทน ประเภท วีซีดี ดีวีดี เนื่องจากมี ราคาถูกลง	อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย โดยรวม

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
การเจรจาธุรกิจ ระหว่างประเทศ	ปัจจุบัน <ul style="list-style-type: none"> ◉ กลุ่มที่มีอำนาจใน การต่อรองใน ประเทศมีการ เปลี่ยนแปลง ◉ ตลาดภาพยนตร์ ไทยในตลาด ต่างประเทศ เติบโตมากขึ้น และมีอำนาจการ ต่อรองมากขึ้น ◉ มีคนจาก 	ภาพยนตร์มี โอกาสแสดง ศักยภาพที่มีอยู่ ได้มากขึ้น <ul style="list-style-type: none"> ◉ ช่วงปี 2541-2542 เป็นจุดเปลี่ยนใน เรื่องการจัด จำหน่าย ภาพยนตร์ไทย ในต่างประเทศ ◉ มีการปฏิวัติทาง ความคิด /ระบบ 	ส่งเสริมเชิงขาด ความ ต่อเนื่อง <ul style="list-style-type: none"> ◉ เกิดการผูกขาด ผลประโยชน์ ของเอกชน บางกลุ่มโดย ใช้งบประมาณ จากภาครัฐ 	สมัยใหม่ <ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎี วัฒนธรรม สมัยนิยม 	ความ สอดคล้องกับ ทฤษฎีเกมใน เรื่องกลยุทธ์ ในการ ต่อรองใน ลักษณะ ข้อมูลไม่ สมบูรณ์ (Imperfect Information) ซึ่งจะมีผลต่อ	แล้วก็ตาม ก็ยังพบว่า ยังมีการ ผูกขาดการ ผลิต ภาพยนตร์ ไทยเพื่อ ฉายในโรง- ภาพยนตร์ อยู่ ทั้งนี้เป็ เพราะมี	

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	หลากหลายอาชีพ สนใจเข้ามาใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย มากขึ้น ○ ระบบการทำงาน ยังคงแฝงระบบ การบริหารงาน แบบครอบครัว	ในการทำงานและ ด้านการวางแผน ทางการตลาด ในช่วงภายหลังที่ เกิดวิกฤตการณ์ ○ อำนาจการต่อรอง ของภาพยนตร์ ไทยในระดับ สากลมีแนวโน้มที่ ดีขึ้น ○ อำนาจในการ ต่อรองกับ			การเจรจา ต่อรอง ○ การ เปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อม ภายใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ใน หลายๆ ด้าน สอดคล้องกับ การวิเคราะห์ แรงผลักดัน 5	บริษัทเพียง ไม่กี่แห่ง เท่านั้นที่ สามารถ ผลิต ภาพยนตร์ ได้อย่าง ต่อเนื่อง มากกว่าปี ละ 5 เรื่อง อีกทั้งบริษัท ผู้ผลิต	

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		<p>โรงภาพยนตร์มี การเปลี่ยนแปลง</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊙ การเปลี่ยนแปลง ระบบในการ ทำงานจากระบบ ครอบครัวไปสู่ ระบบบริษัท ⊙ ตลาดภาพยนตร์ ไทย เติบโตมาก ขึ้น และเป็นที่ยอมรับในเรื่อง คุณภาพในการ 			<p>ประการ และ การวิเคราะห์ แบบ 4C และ TOWS ใน เรื่องการเข้ามา ของคู่แข่งราย ใหม่ รวมทั้ง ภาวะและ ปัจจัยต่างๆ ที่ แวดล้อม อุตสาหกรรม ทั้งด้านสังคม</p>	<p>บางส่วนก็ เป็นเจ้าของ กิจการ โรง- ภาพยนตร์ เอง เพื่อ รองรับ การขาย ภาพยนตร์ จากบริษัท ตน</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊙ ในขณะที่ 	

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		ผลิต <ul style="list-style-type: none"> ⊙ ขาดองค์กรในลักษณะ ศูนย์กลางที่จะพัฒนาธุรกิจทั้งระบบอย่างมีระเบียบแบบแผน 			นโยบายรัฐ เศรษฐกิจ การเมือง และสภาพตลาด <ul style="list-style-type: none"> ⊙ จำนวนคู่แข่งที่เข้ามาในตลาดเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารงานหรือ 	เงินลงทุนสร้างภาพยนตร์มีจำนวนสูงขึ้นแต่ความนิยมในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของกลุ่ม	

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ปรับปรุง คุณภาพงาน สร้าง ซึ่ง สอดคล้องกับ หลักการของ ทฤษฎีความ สามารถ เชิงแข่งขัน โอกาสและ ความพร้อม ● อุตสาหกรรม ภาพยนตร์มี	ผู้ชมกลับ ลดลงและ หันไป นิยมชม ภาพยนตร์ จากวีซีดี ดีวีดีมากขึ้น	

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					การเติบโต ขึ้นพร้อมๆ กับตลาดโฮม เอ็นเตอร์เทน เม้นท์ สอดคล้องกับ ความก้าว หน้าทาง เทคโนโลยี การสื่อสารซึ่ง ทำให้เกิด วัฒนธรรม		

ตารางที่ 4.1

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.1: ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					สมัยนิยม มากขึ้น		

1. ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

1.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549

จากการศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 ในด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกจากกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านภาพรวมแสดงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
2. ด้านภาพรวมของพัฒนาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

1. ด้านภาพรวมแสดงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องให้ความเห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้น สามารถแบ่งได้ 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในนั้นได้แก่

1.1 การแข่งขันผลิตภาพยนตร์ ซึ่งมีทั้งในลักษณะภาพยนตร์ที่ผลิตเพื่อฉายในโรงภาพยนตร์และภาพยนตร์ที่ผลิตเพื่อเล่นกับเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดี หรือสำหรับโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์ โดยเฉพาะตลาดภาพยนตร์ที่ผลิตเพื่อโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์ที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้นในช่วงปี 2543 อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดี มีราคาถูกลง ส่งผลให้ตลาดภาพยนตร์แผ่น(หนังแผ่น) หรือเทเลมูวีส (Telemovies) หรือ ดิจิตอล มูวีส (Digital Movie / D-Movies) มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ ปริษฐา ปิ่นแก้ว / สมชาย รุ่งทองโอฬาร / นต ทองศรีพงศ์ มีทัศนะที่สอดคล้องกัน เช่น

“...แผ่นซีดีที่มาจากวีดีโอมันใหญ่เนี่ย ตลาดมันเริ่มวาย ก็เริ่มเป็นซีดีมา ซีดีเนี่ยหนึ่ง ฮาร์ดแวร์มันเริ่มถูก ...เครื่องหนึ่งของจีนแดงมันก็แค่ 800 กว่าบาท ตัวแผ่นเองมันก็แค่ 20-30 บาท มันเลยทำให้ตลาดมันใหญ่ขึ้น พุดหยาบๆ ก็คือ พวกคนที่สามล้อก็มีปัญญาซื้อ ซึ่งมันเลยทำให้ตลาดกว้างมาก...”¹

ซึ่งด้านที่เกี่ยวกับเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดีดังกล่าวนี้ ส่งผลเป็นปัจจัยบวกให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยรวมและทำให้มีการผลิตภาพยนตร์ที่หลากหลายแนวเพิ่มขึ้น โดยภาพยนตร์ที่ผลิตในช่วงปี 2540-2546 มีทั้งภาพยนตร์ที่ใช้ฟิล์มในการถ่ายทำและภาพยนตร์ที่ใช้กล้องดิจิตอล

¹ สัมภาษณ์ สมชาย รุ่งทองโอฬาร, ผู้อำนวยการฝ่ายขายศูนย์เช่าบริษัท ซีวีดี อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล (มหาชน) จำกัด, 28 กุมภาพันธ์ 2549.

คุณภาพสูงหรือกล้อง HD (High Definition) ในการถ่ายทำ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ฆาตกร / เสือร้องไห้ Final Score 365 วันตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์ เป็นต้น นอกจากนี้การถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยกล้องคุณภาพสูงนี้ ยังถูกนำมาใช้กับการสร้างภาพยนตร์ในรูปแบบเทเลมูวีส ซึ่งเน้นตลาดครัวเรือนหรือโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์ (Home Entertainment) เป็นหลักอีกด้วย

1.2 การเปิดโอกาสให้แก่คนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่างก็ร่วมกันให้การสนับสนุน โดยเฉพาะในช่วงปี 2546-2549 เป็นช่วงเวลาที่มิโครการสนับสนุนคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในเรื่องภาพยนตร์ ให้มีเวทีในการแสดงออกมากขึ้นอย่างเห็นเด่นชัด อาทิ โครงการยักษ์เด็กที่บริษัท บาแรมยู ร่วมจัดกิจกรรมกับนักจัดรายการวิทยุ คุณยุทธนา บุญอ้อม หรือเทศกาลภาพยนตร์สั้นของมูลนิธิหนังไทย ซึ่งจัดติดต่อกันมาทุกปี ตั้งแต่ช่วงปี 2540 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา นับ 10 ปี ก่อให้เกิดเมล็ดพันธุ์ใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพิ่มความหลากหลายและแปลกใหม่ให้กับอุตสาหกรรมนี้

1.3 การเปลี่ยนแปลงด้านองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ช่วงปี 2540 เป็นต้นมา นับเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่รุนแรงที่สุด ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมทุกประเภท และในช่วงเวลา 9 ปีที่ผ่านมาผลกระทบที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับคือ เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มธุรกิจโรงภาพยนตร์ กลุ่มผู้สร้าง (เจ้าของสตูดิโอ) กลุ่มผู้กำกับ และกลุ่มผู้ชม ในลักษณะต่างๆ กัน ได้แก่

กลุ่มธุรกิจโรงภาพยนตร์

1. โรงภาพยนตร์มีการเปลี่ยนพื้นที่ในการประกอบกิจการ ในช่วงปี 2520 โรงภาพยนตร์จะตั้งในแบบสแตนอโลน (stand alone theater) คือ โรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ 1 จอฉาย และมีจำนวนที่นั่งกว่า 1,000 ที่นั่ง ซึ่งต่อมาโรงภาพยนตร์ได้ปรับทำเลที่ตั้งเข้ามาในศูนย์การค้า โดยเปิดเป็นโรงภาพยนตร์เล็กๆ เรียกว่า “มินิเธียเตอร์ (Mini Theatre)” และมีการปรับเปลี่ยนอีกครั้งในปี 2537 โดยเปลี่ยนเป็นโรงภาพยนตร์ในรูปแบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือเป็นระบบที่รวมโรงภาพยนตร์ไว้หลายๆ โรงในพื้นที่เดียวกันและสามารถฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวได้พร้อมกันครั้งละหลายๆ โรง โดยตั้งเวลาห่างกันประมาณ 15-30 นาที และมีระบบเสียงที่บันทึกด้วยระบบดิจิตอลที่เรียกว่า ระบบ DTS หรือ SRD (Spectral Recording Digital) รวมกับระบบ การสร้างโรงภาพยนตร์ซึ่งใช้ระบบ THX (Tomilinson Holman Experiment) ซึ่งโรงภาพยนตร์ ในลักษณะมัลติเพล็กซ์นี้ จะมีความบันเทิงแบบครบวงจรในด้านอื่นๆ รวมอยู่ด้วยและตั้งอยู่นอกศูนย์การค้า (Entertainment theatre Network) และมีบริการด้านอื่นๆ รองรับ อาทิ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ร้านขายหนังสือ ร้านขายซีดี รวมถึงสิ่งบันเทิงอื่นๆ เช่น โบวี่ลิง คาราโอเกะ สถานออกกำลังกาย (Fitness) เป็นต้น โดยรวมสิ่งเหล่านี้ไว้ภายในสถานที่เดียวกัน

ส่วนโรงภาพยนตร์ในต่างจังหวัดนั้น กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของโรงภาพยนตร์ดังกล่าวว่า

“โรงหนังต่างจังหวัดนี่มันเริ่มเดินเป็นสองทาง ทางหนึ่งคือ พัฒนาขึ้นนะ ทางหนึ่งก็คือ ปิดตัวลงไปเลย คือไอ้จังหวัดที่เล็กๆ หน้อยแล้วมันไม่คุ้มในการทำโรงหนัง เพราะคนมันเริ่มมีความบันเทิงในรูปแบบอื่น มีความบันเทิงที่ง่ายขึ้นสะดวกขึ้น ก็คือมันไปบ้านแล้ว ฉะนั้นโรงหนังถ้าคุณไม่รอดคุณก็พับไปเลย ทิ้งไปเลย ... แต่ขณะเดียวกันบางจังหวัดนี้ก็พัฒนาไปปรับปรุงไปจนกลายเป็นมัลติเพล็กซ์ขยายขึ้นไปเลย วันนี้ที่ต่างจังหวัดมันเลยเป็นสองรูปแบบ”²

2. โรงภาพยนตร์มีการปรับเปลี่ยนราคาตั๋วและระบบการฉาย เมื่อโรงภาพยนตร์มีการเปลี่ยนทำเลที่ตั้งออกมาจากศูนย์การค้า ได้มีการปรับเปลี่ยนราคาตั๋วเข้าชมภาพยนตร์ขึ้นในอัตราประมาณ 100-250 บาท โดยมีการใช้ระบบการฉายทั้งในรูปแบบม้วนฟิล์มและในแบบดิจิทัล (Digital Cinema)

3. การปรับเปลี่ยนและการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจโรงภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ในช่วงปี 2540 – 2549 มีลักษณะเป็นแบรนด์ที่ชัดเจนมากขึ้นกว่าช่วงเวลาก่อนหน้านั้น แบรนด์ดังกล่าวเช่น เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ / อีจิว / เอสเอฟ เอ็กซ์ ซีเนม่า / เอเพ็กซ์ / ยูเอ็มจี อาร์ซีเอ เป็นต้น และในปี 2547 โรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์และโรงภาพยนตร์ในเครืออีจิว ได้รวมกิจการกันในตลาดหลักทรัพย์ แต่ในทางการดำเนินธุรกิจยังคงใช้ชื่อบริษัทที่ต่างกันต่อไป และในปี 2549 กิจการในเครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ยังได้ก่อตั้งโรงภาพยนตร์ขึ้นภายใต้ตราสินค้าหรือแบรนด์ใหม่อีก 2 แบรนด์คือ โรงภาพยนตร์พาราคอน ซีเนเพล็กซ์ (Paragon Cineplex) และโรงภาพยนตร์เอสพลานาด ซีเนเพล็กซ์ (Esplanade Cineplex)

4. โรงภาพยนตร์ที่ไม่เน้นฉายภาพยนตร์กระแสหลัก (Mainstream) คือ โรงภาพยนตร์ที่เปิดกว้างสำหรับรองรับการฉายภาพยนตร์ที่แตกต่างไปจากโรงภาพยนตร์ทั่วไป เช่น เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์หรืออีจิว ซึ่งโรงภาพยนตร์ประเภทนี้เน้นฉายภาพยนตร์นอกกระแส เช่น ภาพยนตร์อินดี้หรือภาพยนตร์ทางเลือก ภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์ที่มีต้นทุนการสร้างไม่สูงทั้งของไทยและต่างประเทศ ฯลฯ โรงภาพยนตร์ที่มีลักษณะนี้ ได้แก่ โรงภาพยนตร์เฮ้าส์ อาร์.ซี.เอ (House R.C.A) และโรงภาพยนตร์ในเครือเอเพ็กซ์ ซึ่งมีโรงภาพยนตร์ลิโด้ สยาม สกาล่า

² สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์, 31 มีนาคม 2549.

5. โรงภาพยนตร์มีการเปลี่ยนแปลงวันเปิดฉายภาพยนตร์วันแรก กล่าวคือในช่วงปี 2540-2546 โปรแกรมภาพยนตร์ไทยเรื่องใหม่มักจะเข้าฉายในวันศุกร์ ซึ่งภาพยนตร์ไทยเรื่องใดที่เข้าฉายวันศุกร์แล้วไม่ได้รับความนิยมมากนักในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) ของสัปดาห์ที่ภาพยนตร์เข้าฉาย ภาพยนตร์เรื่องนั้นก็จะถูกลดจำนวนโรงที่ฉายและลดรอบ จนกระทั่งถูกถอดออกจากโปรแกรมภายใน 1-2 อาทิตย์ ซึ่งเรียกกันว่า “3 วันอันตราย”

ต่อมาในช่วงปี 2547 เมื่อคุณสมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ ดำรงตำแหน่งนายกสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติครั้งที่ 2 ได้มีการเจรจาต่อรองกับโรงภาพยนตร์ถึงเรื่อง 3 วันอันตรายดังกล่าว ผลสรุปที่ได้จากการเจรจา คือ การเลื่อนวันเข้าฉายภาพยนตร์ใหม่จากวันศุกร์เป็นวันพฤหัสบดี เพื่อให้ภาพยนตร์ไทยมีโอกาสและมีเวลาในการทำรายได้เพิ่มมากขึ้นและมีข้อตกลงภายใต้กฎของสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติว่า “...4 วันแรกถ้าเก็บได้ 8 ล้าน โรงหนึ่งต้องฉายให้ครบทั้งสองอาทิตย์ ถอนไม่ได้ แก๊ซก็อปปีไม่ได้ แก๊ซโรงหนึ่งก็ไม่ได้ ...แต่ถ้าหนังฉายได้ต่ำกว่า 8 ล้าน อาทิตย์ที่สองเขาอาจจะฉายโรงหนึ่ง 3-4 รอบ ก็เป็นหน้าที่ของทางโรงหนึ่งเขา...”³

อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงวันเปิดฉายภาพยนตร์วันแรกเป็นวันพฤหัสบดี เพื่อเพิ่มจำนวนวันเวลาในการทำรายได้จากโรงภาพยนตร์แล้วก็ตาม แต่ในสภาพความเป็นจริงเสมือนเป็นแค่การเปลี่ยนคำจาก “3 วันอันตราย” มาเป็น “4 วันอันตราย” แทน เพราะพบข้อเท็จจริงว่า อายุของภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์ต่างก็มีวาระที่สั้นลง โดยจะเห็นว่าในปี 2546 อายุของภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์จะมีอายุเฉลี่ย 2 สัปดาห์ ในขณะที่ปี 2547 เป็นต้นมา อายุเฉลี่ยของภาพยนตร์ที่ฉายจะลดลงเหลือประมาณ 10 วัน โดยรายได้กว่า 50 เปอร์เซ็นต์จะอยู่ที่รายได้ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว และหากภาพยนตร์เรื่องใดทำรายได้ไม่ถึงเกณฑ์ที่ทางโรงภาพยนตร์กำหนดก็มีโอกาสถูกถอดออกจากโปรแกรมเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้ เนื่องจากเมื่อนับรวมจำนวนภาพยนตร์จากต่างประเทศกับภาพยนตร์ไทยเข้าด้วยกันจะมีจำนวนภาพยนตร์ที่รอเข้าฉายมากกว่าจำนวนโรงฉาย ทำให้เกิดการแข่งขันสูง

นอกจากนี้ในส่วนของการทำงานสำเนาฟิล์ม หรือการพิมพ์ฟิล์ม (Print) เป็นจำนวนมาก เพื่อให้สามารถจัดฉายได้มากที่สุดตามการขยายสาขาของโรงภาพยนตร์ ก็เป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทผู้จัดจำหน่ายหรือบริษัทผู้สร้าง (Studio) ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานสูงขึ้น ซึ่ง

³ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ, ผู้บริหารบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, กล่าวจาก จักรกิตติ์ สิงห์รักษ์, “ค่าย(หนัง)ไทยสนทนา,” เอนเตอร์เทนเมนท์ เอ็กซ์ตรีม 2005, (ธันวาคม 2548): 121.

การขยายสาขาของโรงภาพยนตร์นี้นับได้ว่าเป็นทั้งปัจจัยบวกและปัจจัยลบแก่ตัวภาพยนตร์ เพราะวันเวลาที่ภาพยนตร์จะอยู่ในโปรแกรมการฉายก็ยังมีระยะเวลาเฉลี่ยเท่าเดิม

กลุ่มผู้สร้าง / ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย

1. การเปลี่ยนแปลงวิธีการสร้างภาพยนตร์ จากการ “สร้างโดยบุคลากรของบริษัท” เป็น “การจ้างผลิต” โดยให้บริษัทในเครือหรือบริษัทที่มีลักษณะเป็นโปรดักชั่นเฮาส์ (Production House) เป็นผู้รับช่วงงานไปผลิตและส่งกลับมาฉายในนามของบริษัทใหญ่ ลักษณะนี้บริษัทใหญ่จะเป็นผู้ออกทุนสร้างในงบประมาณที่ตกลงกันไว้กับบริษัทที่รับจ้างผลิต โดยกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ นคร วีระประวัตติ / ก้อง ฤทธิ์ดี ฯลฯ มีทัศนะว่า การเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 คือ บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ไม่ได้เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์เอง แต่จะใช้วิธีการว่าจ้างบริษัทเล็กเป็นผู้สร้าง ส่วนบริษัทที่ใหญ่และมั่นคงมาตั้งแต่ครั้งอดีต จะเป็นผู้ออกเงินลงทุนให้ และเมื่อภาพยนตร์สร้างเสร็จแล้วจะให้ประชาสัมพันธ์ว่าเป็นภาพยนตร์ที่สร้างออกมาจากบริษัทใหญ่ ซึ่งการสร้างภาพยนตร์ในลักษณะนี้จะคล้ายกับวิธีการผลิตภาพยนตร์ภายใต้ระบบสตูดิโอของฮอลลีวูด ดังเช่น ยูนิเวอร์แซล / ทเวนตีธ์ เซ็นจูรี / วอร์เนอร์ บราเธอร์ส เป็นต้น ซึ่งบริษัทผู้ให้ออกทุนมักจะทำหน้าที่ทั้งวางแผนการตลาด วางแผนส่งเสริมการขาย (Promotion) และเป็นผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์เองด้วย

นอกจากนี้ยังมีอีกลักษณะหนึ่งคือ การเลือกจ้างผู้กำกับภาพยนตร์ โดยบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ออกทุนสร้างสามารถเลือกจ้างผู้กำกับได้หลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นในลักษณะพนักงานบริษัท การเซ็นสัญญา การจ้างบริษัทภายนอกเป็นผู้ผลิต การจ้างบริษัทในเครือเป็นผู้ผลิต หรือการใช้ระบบพันธมิตร และใช้ผู้กำกับจากบริษัทที่ร่วมเป็นพันธมิตรด้วยก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับการว่าจ้างรายบุคคลและการพูดคุยกันเป็นหลัก

2. ลักษณะของการลงทุน กล่าวคือ กลุ่มผู้สร้างมีการร่วมลงทุนเพื่อสร้างภาพยนตร์ในลักษณะการร่วมลงทุนที่ชัดเจนและเป็นรูปแบบมากขึ้นกว่าในอดีต และมีแนวโน้มที่จะร่วมลงทุนผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศมากขึ้น ลักษณะของการร่วมลงทุนจะพบเห็นได้ง่ายกว่าการลงทุนสร้างภาพยนตร์ในลักษณะมีเงินทุนมาจากบริษัทผู้สร้างเพียงบริษัทเดียวเช่นที่ผ่านมา ดังทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องที่กล่าวว่า

“...เมื่อก่อนก็มักจะเป็นในลักษณะของการร่วมทุนแบบกลายๆ การร่วมทุนแบบกลายๆ ก็คือ ลักษณะของการส่งดารามาเข้าร่วมหรือเราส่งดารามาเล่นหนึ่งกับเขา...เพื่อให้เราได้สิทธิในการจำหน่ายหนัง เหล่านี้เป็นการร่วมทุนแบบกลายๆ...ใน

ปัจจุบันการร่วมทุนดูจริงจังมากขึ้น เหมือนอย่างที่ไฟว์สตาร์ร่วมทุนกับสิงคโปร์ เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ฯลฯ...”⁴

3. ระบบบริหารจัดการ ระบบการบริหารงานของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์มีความเป็นระบบการจัดการบริษัทแบบสมัยใหม่มากขึ้น แม้ว่าจะยังมีระบบครอบครัวแฝงอยู่ในระบบบริหารแบบสมัยใหม่อยู่บ้างก็ตาม ดังทัศนะที่สอดคล้องกันระหว่างกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์กับกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / ภาณุ อารี / นคร วีระประวัติ / นต ทองศรีพงศ์ / ก้อง ฤทธิ์ดี ว่า การสร้างภาพยนตร์ไทยในอดีต ส่วนใหญ่ระบบการบริหารงานจะเป็นระบบครอบครัว คือ สามีเป็นผู้กำกับ ภรรยาเป็นผู้อำนวยความสะดวก ลูกเป็นผู้จัดการกองถ่าย ซึ่งจะแตกต่างจากในปัจจุบันที่มีการบริหารจัดการในรูปแบบบริษัทมากขึ้น มีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจน

4. มีกลุ่มผู้สร้างรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม ในช่วงปี 2540-2549 มีกลุ่มผู้สร้างผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหม่ที่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ับจำนวนรวมถึงบริษัทที่มีฐานการผลิตเกี่ยวกับภาพยนตร์แผ่นหรือเทเลมูวีสหรือดิจิตอล มูวีส และบริษัทที่จดทะเบียนใหม่หลังจากที่มีการร่วมทุน ฯลฯ ซึ่งสามารถจัดแบ่งกลุ่มธุรกิจต่างๆ ที่เข้ามาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้ดังนี้

4.1 กลุ่มผู้สร้างที่อยู่ในธุรกิจภาพยนตร์โฆษณา ได้แก่ บริษัทรับผลิตภาพยนตร์โฆษณาหรือโปรดักชั่น เฮ้าส์ (Production House) ซึ่งบริษัทลักษณะนี้จะมีบุคลากรที่มีความสามารถเกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์อยู่แล้ว และความสามารถของบุคลากรเหล่านั้นเกี่ยวกับการขยายงานด้านการผลิตภาพยนตร์เพื่อฉายในโรงภาพยนตร์ บริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้เช่น บริษัท แมทซิ่ง โมชั่น พิคเจอร์ส จำกัด / บริษัท พีโนมีนา โมชั่น พิคเจอร์ส จำกัด เป็นต้น

4.2 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเพลง เป็นลักษณะของกลุ่มบริษัทที่มีทรัพยากรและความพร้อมในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นเงินทุน ดารา-นักร้อง ผู้กำกับ รวมทั้งมีช่องทางการผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในเครือ บริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้เช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม พิคเจอร์ส จำกัด และบริษัท ทีฟ้า จำกัด (ทั้งสองบริษัทอยู่ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) ผลิตภาพยนตร์) / บริษัท Ray Picture จำกัด (ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) ผลิตดิจิตอลมูวีส) / บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

⁴ สัมภาษณ์ นคร วีระประวัติ, บรรณาธิการบริหารฟลิคส์ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์, 21 มีนาคม 2549.

4.3 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากกลุ่มสายหนังเดิมหรือกลุ่มผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบันเทิงแขนงอื่น

4.3.1 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากกลุ่มสายหนัง เช่น สายหนังธนาซีเนเพล็กซ์ ซึ่งเป็นทั้งเจ้าของโรงภาพยนตร์และเป็นสายหนังในภาคเหนือและภาคกลาง บริษัทที่อยู่ในธุรกิจของกลุ่มสายหนังธนาซีเนเพล็กซ์ คือ บริษัท พระนครฟิล์ม จำกัด ผลิตภาพยนตร์ เช่น ผีหัวขาด / หลวงพี่เท่ง / พระ เด็ก เลื่อ ไก่ วอก / เปิงมางกลองผีหนังมนุษย์ เป็นต้น

4.3.2 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากธุรกิจบันเทิงด้านอื่น เช่น เช่น บริษัท บีบีซี เทโร จำกัด (มหาชน) / บริษัท บีบีทีวี โปรดักชั่น จำกัด เป็นต้น กลุ่มบริษัทเหล่านี้จะมีฐานธุรกิจทั้งในสายงานบันเทิงด้านวิทยุโทรทัศน์และขยายขอบเขตงานมาที่การผลิตภาพยนตร์ในช่วง 9 ปีที่ผ่านมา ผลงานภาพยนตร์ของบริษัทบีบีซีเทโร ซึ่งผลิตในนามบริษัท ฟิล์ม บางกอก จำกัดและบริษัท เฉลิมไทย สตูดิโอ จำกัด อาทิ บางกอกแดนเจอร์ส / ฟ้ายะลวยใจ / ทวิภพ ฯลฯ และผลงานภาพยนตร์ของบริษัท บีบีทีวี (ซึ่งร่วมผลิตกับบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด) เช่น หมากเตะรีเทิร์น / เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย เป็นต้น

4.3.3 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากดารานักแสดง เช่น บริษัท โกบิก พิคเจอร์ส (Go Big Pictures) ก่อตั้งโดย พิท ทองเจือ เป็นต้น ผลิตภาพยนตร์เช่น จังหวัด 77

4.4 กลุ่มผู้สร้างที่มาจากกรเป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเทปวีดีโอ วีซีดี และดีวีดี ซึ่งเริ่มธุรกิจเกี่ยวกับภาพยนตร์ จากการสร้างภาพยนตร์แผ่น(หนังแผ่น)หรือเทเลมูวี่ส์ และหากภาพยนตร์ที่ลงทุนสร้างเรื่องใดมีจุดขายทางการตลาดก็จะนำภาพยนตร์เรื่องนั้นมาฉายในโรงภาพยนตร์บริษัทเหล่านี้ อาทิ

- บริษัท ซอฟท์แวร์ ซัพพลายส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (SSI) เป็นบริษัทในเครือของบริษัทไรท์ ปียอนด์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเทปวีดีโอ วีซีดี และดีวีดี ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทนี้ อาทิ ไกรทอง / คนบอ ผีบ้า ป่าช้าแตก / อมมนุษย์ เป็นต้น

- บริษัท WPM Film จำกัด เป็นบริษัทในเครือของโรส วีดีโอ ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทนี้ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง เขาวราช เป็นต้น

- บริษัท ซีเอ็ม ฟิล์ม จำกัด ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทนี้ เช่น เรื่อง The Trex / 191 ½ มือปราบทราบแล้วป่วน / คนสังผี / หลอน / โคตรเพชรผดผาด เป็นต้น

- บริษัท นครไทยพิกเจอร์ส จำกัด เป็นบริษัทในเครือปองทรัพย์จำกัด(มหาชน)⁵ ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทนี้ เช่น เรื่อง สานฝันฉันและเธอ / ความรักผัดไทย / บุปผาราตรี

⁵ บริษัท ปองทรัพย์ จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อบริษัท แมงปอง จำกัด

- บริษัท บ็อกซ์ออฟฟิศ จำกัด ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทนี้ เช่น เดลิเวอรี่เช็ทซีเลฟ...
ภารกิจปิดระเบิดรัก / เพลงสุดท้าย เป็นต้น

กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์

1. การเปลี่ยนแปลงวิธีการรับงานของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ ในช่วงปี 2540 – 2549 ลักษณะการรับงานกำกับภาพยนตร์ของกลุ่มผู้กำกับได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางต่างๆ ดังนี้

1.1 ผู้กำกับเป็นพนักงานบริษัท ลักษณะนี้หมายถึง ผู้กำกับที่มีตำแหน่งเป็นพนักงานประจำของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้สร้างภาพยนตร์ ซึ่งสามารถแยกได้ดังนี้

1.1.1 มีตำแหน่งพนักงานประจำ ซึ่งอาจมีเงินเดือนประจำ หรือไม่มีเงินเดือนแต่ให้ งานในลักษณะเป็นเรื่อยๆ ไปและไม่มีภาระเซ็นสัญญาเป็นสัญญาในรูปแบบ สัญญาใจ (เชื่อใจ) เช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด

1.1.2 ตำแหน่งพนักงานประจำคือ ระดับผู้บริหารงานส่วนต่างๆ และมีการเปลี่ยน ตำแหน่งไปเป็นผู้กำกับภาพยนตร์เมื่อมีโครงการ (Project) ที่น่าสนใจและสนใจ จะกำกับ เช่น บริษัท ทีฟ้า จำกัด

1.2 ผู้กำกับที่เป็นผู้กำกับแบบอิสระ ลักษณะนี้หมายถึง ผู้กำกับที่ไม่ได้เป็นพนักงานประจำของบริษัทและไม่ได้มีเงินเดือนให้ ซึ่งสามารถแยกได้ดังนี้

1.2.1 ผู้กำกับที่มีบทภาพยนตร์ของตนเองและต้องการหาเงินลงทุนสร้างภาพยนตร์ เรื่องดังกล่าว

1.2.2 ผู้กำกับที่ไม่มีตำแหน่งประจำที่บริษัทใด และสามารถรับงานได้อย่างอิสระเป็น ผู้กำกับที่บริษัทผู้ผลิตหรือผู้สร้างซอบสไตลงานและเรียกให้มากำกับภาพยนตร์ ที่สตูดิโอมีโครงการจะสร้าง

1.2.3 ผู้กำกับที่รับงานอิสระแต่บริษัทผู้สร้างหรือผู้ผลิตจะเซ็นสัญญาเพื่อให้กำกับ ภาพยนตร์ให้กับสตูดิโอตามแต่ตกลงกันตามระยะเวลา เพื่อไม่ให้ไปกำกับ ให้กับบริษัทหรือสตูดิโออื่น เช่น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

1.3 ผู้กำกับแบบเป็นเจ้าของกิจการหรือมีบริษัทของตนเอง ลักษณะนี้หมายถึง ผู้กำกับที่ จัดตั้งบริษัทของตนเองเพื่อรับงานต่อจากบริษัทผู้ผลิตหรือสตูดิโอหลักในลักษณะเป็นผู้ผลิตใน ส่วนงานโปรดักชั่น (Production Process) โดยสามารถแบ่งเป็น

1.3.1 ผู้กำกับที่ตั้งบริษัทของตนเองเพื่อรับงานจากบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่หรือสตูดิโอ หลักมาสร้าง เป็นลักษณะบริษัทโปรดักชั่นเข้าสู่ ซึ่งในบางครั้งผู้กำกับอาจจะ

มีบทบาทยนตร์ไปเสนอบริษัทผู้ผลิตเพื่อหาเงินลงทุนสร้าง เช่น บริษัท บาแรมยู จำกัด ของ ปรัชญา ปิ่นแก้ว เป็นต้น

- 1.3.2 ผู้กำกับที่มีบริษัทของตนเอง และนำบริษัทของตนเองไปร่วมสร้างภาพยนตร์ ร่วมกับบริษัทผู้ผลิตรายอื่น ๆ รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานหานักลงทุนเพื่อสร้าง ภาพยนตร์ เช่น บริษัท ซีเนมาเซีย จำกัด และบริษัท ภาพยนตร์หรรษา จำกัด ของ นนทรีย์ นิมิบุตร

กลุ่มผู้ชม

1. การเปลี่ยนแปลงระดับอายุของกลุ่มผู้ชม โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์มีความเห็นสอดคล้องกับกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ ยงยุทธ ทองกองทุน / อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / ภาณุ อาวี / ก้อง ฤทธิ์ดี / ซลิดา เอื้อบำรุงจิต ฯลฯ ว่าในช่วงก่อนปี 2540 กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น และเนื้อหาภาพยนตร์เน้นภาพยนตร์เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ แต่ต่อมาภายหลังปี 2540 กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากกลุ่มวัยรุ่นมาเป็นกลุ่มวัยทำงานที่หันมาชมภาพยนตร์ไทยมากขึ้น โดยมีปัจจัยบวกมาจากภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง ผลงานกำกับโดย นนทรีย์ นิมิบุตร (ฉายในปี 2540) และภาพยนตร์เรื่อง นางนาก เป็นต้นมา ที่สามารถดึงดูดกลุ่มคนดูทั้งผู้สูงอายุ วัยรุ่น และวัยทำงานให้หันกลับมาให้ความสนใจในภาพยนตร์ไทยมากขึ้น จนเริ่มมีคำกล่าวว่า “ปี 2544 เป็นยุคทองของภาพยนตร์ไทย”⁶

2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการชมภาพยนตร์ของกลุ่มผู้ชม ในช่วงปี 2540-2549 ที่ผ่านมา เทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การติดต่อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นและมีราคาถูกลง ผู้ชมส่วนหนึ่งสามารถเข้าถึงภาพยนตร์ที่แตกต่างและมีทางเลือกในการรับชม รับฟังภาพยนตร์จากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้รสนิยมของผู้ชมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นจากข้อได้เปรียบทางเทคโนโลยีตามทัศนะของนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องที่เห็นว่า “...ในช่วงเวลานั้นการสื่อสารก็เริ่มพัฒนาขึ้นไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตหรือว่าอะไรต่ออะไร ...มันก็เลยเกิดข้อเปรียบเทียบได้อย่าง

⁶ พันธุ์ทิพา อ่วมเจิม, “2544 : ปีทองของ “หนังไทย” จากชบเซาสู่รุ่งเรือง,” หนังไทย 3 (ตุลาคม 2544-มีนาคม 2545): 46-56.

ชัดเจน...”⁷ ในขณะที่ทัศนคติของกลุ่มผู้กำกับมีความเห็นว่า เหตุที่พฤติกรรมของคนดูเปลี่ยนนั้นเป็นเพราะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในขณะนั้นมีลักษณะเป็นเศรษฐกิจฟองสบู่ที่เมื่อฟองสบู่แตกพฤติกรรมคนดูก็เปลี่ยน

“หนังไทยในช่วง IMF หนังไทยมันตาย ...คนดูก็ไม่สนใจหนังไทยเริ่มไม่เป็นที่รู้จัก และเป็นสิ่งที่ต้องปฏิเสธด้วย ภาพพจน์หนังไทยไม่ดี พอมาช่วงยุคที่คู่แข่งเริ่มมีสีสันมากขึ้น เริ่มคึกคัก พอถึงยุคการโตของซีดี/คาราโอเกะ หนังไทยจึงโตตลาดซีดีก็โต โตจนสร้างหนังวีซีดี แต่ก็กลายเป็นฟองสบู่ของวงการหนัง หลังจากนั้นสักสามปี ฟองสบู่ก็แตก พฤติกรรมคนดูก็เปลี่ยน...”⁸

แต่มีทัศนคติจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องบางส่วนที่มีความเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเกิดจาก “โรงภาพยนตร์”

“มันเริ่มตรงที่โรงหนังเริ่มเปลี่ยน กลายเป็นโรงหนังไม่ใช่ของถูกอีกต่อไป คนชั้นกลางถึงล่างก็ปรับไปดูวีซีดีตามสภาพเศรษฐกิจช่วงนั้น เปลี่ยนกลุ่มคนทำ ตัวหนังก็เปลี่ยน กลุ่มคนดูก็เปลี่ยน เปลี่ยนไปเป็นระดับชนชั้นกลางถึงระดับสูง (C+ ขึ้นไป) หนังก็ต้องเปลี่ยนไปด้วย...”⁹

ส่วนปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ได้แก่

1.1 แนวโน้มของกระแสภาพยนตร์ในตลาดโลก คือ การมีปัจจัยพื้นฐานบางอย่างมาเกี่ยวข้องและส่งผลให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ จากประเทศต่างๆ ได้รับความนิยมนมากขึ้น ซึ่งกระแสความนิยมดังกล่าวมักเริ่มมาจากเทศกาลภาพยนตร์หลักๆ¹⁰ ที่สำคัญ โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ทัศนะว่า “...มันตั้งแต่ช่วงหนังเรื่อง 2499ฯ ช่วงนั้น ...เพราะว่าตอนนั้นเขาบุกเบิกโอกาสขึ้นมา

⁷ สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

⁸ สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่ององค์บาก, 31 มีนาคม 2549.

⁹ สัมภาษณ์ ชลิตา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

¹⁰ เทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญหลักๆ อาทิ เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส / เทศกาลภาพยนตร์เมืองเวนิซ ประเทศอิตาลี และเทศกาลเมืองเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี ฯลฯ

...เป็นเสมือน 'บทใหม่' ของหนังไทย ...คือทางต่างประเทศต่างก็มาให้ความสนใจ..."¹¹ ซึ่งความสนใจของตลาดต่างประเทศดังกล่าว กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ให้ทัศนะเพิ่มเติมว่า

“เหมือนอย่างกรณีที่ว่ามันมีเทรนด์อะไรอยู่ ...ตอนนี้อะไรที่เป็นเทรนด์ เช่น คนสนใจประเทศมุสลิมเยอะขึ้น มันก็จะมีคนสนใจเยอะขึ้นเรื่องราวเกี่ยวกับมุสลิม อย่างถ้าอาหารไทยดัง... คนก็อยากจะหันมาสนใจหนังไทย มวยไทยดัง ...อันนี้ก็หันมาสนใจหนังไทย อันนี้มันคือปัจจัยในการขาย ซึ่งมันหมายความว่ามันมีคนจำนวนหนึ่งที่ต้องการจะเสพสิ่งเหล่านี้ มันมี Demand ไง แล้วมันก็มี Supply...”¹²

1.2 ภาพยนตร์ไทยได้รับรางวัลในเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญๆ ของโลกเพิ่มขึ้น และได้รับทุนสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์จากเทศกาลภาพยนตร์และจากกองทุนต่างๆ ที่มีในต่างประเทศมากขึ้น เช่น กองทุน Produire Au Sud ของประเทศฝรั่งเศส / ภาพยนตร์เรื่อง ปีนใหญ่ จอมสลัด ซึ่งกำกับโดย นนทรี นิมิบุตร ได้รับรางวัลจากโครงการ Pusan Promotion Plan (PPP) เทศกาลภาพยนตร์ปูซาน ประเทศเกาหลี เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลบวกให้ภาพยนตร์ไทยเป็นที่จับตามองและกล่าวขวัญถึงในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ดังทัศนะที่กล่าวว่า “...ผมคิดว่าหลายคนชื่นชมเทคนิคที่คนไทยพยายามแสดงออกมาเพื่อที่จะผลิตภาพยนตร์ให้มีความลื่นไหล โดยไม่ใช่แค่เพียงคำพูด แต่โดยการ ‘กระทำ’ ให้เห็นเลยว่าเหนือกว่าคำพูดมาก...”¹³

2. ด้านภาพรวมของพัฒนาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของพัฒนาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ผู้ศึกษาจะแยกเป็นประเด็นพัฒนาการในด้านที่สำคัญๆ ได้แก่

- 2.1 พัฒนาการด้านการผลิตภาพยนตร์
- 2.2 พัฒนาการของบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
- 2.3 พัฒนาการของการตลาดและการจัดจำหน่าย
- 2.4 พัฒนาทางด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ

¹¹ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

¹² สัมภาษณ์ พิมพ์กา ไตวิระ, ผู้กำกับภาพยนตร์, 20 มีนาคม 2549.

¹³ สัมภาษณ์ Scott Kelly, Director of Operations Bangkok International Films Festival, 1 กุมภาพันธ์ 2547.

2.1 พัฒนาการด้านการผลิตภาพยนตร์

ลักษณะของการผลิตภาพยนตร์ในช่วงปี 2540-2549 นี้ ยังคงมีภาพยนตร์จำนวนมากกว่า 85 เพอร์เซ็นต์ที่ใช้วิธีการถ่ายทำด้วยฟิล์ม 35 มม. และมีเพียง 15 เพอร์เซ็นต์ที่ถ่ายทำด้วยระบบดิจิทัล เหตุผลที่การถ่ายทำด้วยระบบดิจิทัลยังไม่ได้ได้รับความนิยมมากนักในอุตสาหกรรมผลิตภาพยนตร์ไทย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะคนทำงานยังไม่คุ้นเคยกับอุปกรณ์และยังขาดความรู้ในเรื่องของวิธีการใช้ จึงทำให้ภาพที่ได้ไม่สมบูรณ์เหมือนอย่างเมื่อครั้งใช้ฟิล์มถ่ายทำ ซึ่งในทัศนะผู้บริหารเห็นว่า

“Know How และชั่วโมงบินกับความคุ้นเคยในอุปกรณ์นี้สำคัญ คนใช้งานต้องรู้ว่าเราเลือกวิธีถูกหรือเปล่า เช่น เราจะถ่ายฟิล์ม หรือจะถ่ายดิจิทัลเป็นรูปแบบ HD หรืออะไรแบบนี้ เราก็ยังไม่ค่อยแน่ใจถึงผลลัพธ์ของมัน หรือว่าเครื่องมือเครื่องมือที่มาซัพพอร์ตในขั้น Post-Production จะมาซัพพอร์ตได้ดีขนาดไหนในเมืองไทย...”¹⁴

ส่วนทางด้านเงินลงทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์นั้น ทัศนะของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์มีความเห็นว่า “ในยุคปัจจุบันเม็ดเงินค่อนข้างเยอะกว่าในด้านการผลิต ซึ่งจะได้มากกว่าทั้งในเรื่องของ Budget และค่าจ้างบุคลากร...”¹⁵ และด้านคุณภาพการผลิตในทัศนะของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องต่างก็เห็นตรงกันว่า ตลาดภาพยนตร์ไทยเติบโตขึ้นและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในด้านการผลิต ส่วนหนึ่งนั้นเป็นเพราะระบบที่เปลี่ยนแปลงไปมีการนำระบบโฆษณาเข้ามาใช้ในการเตรียมงาน ดังทัศนะหนึ่งเห็นว่า “...คุณภาพในการผลิตมีมากขึ้นและไปไกลขึ้น คนให้ความสนใจมากขึ้น ตอนนี้คนรู้สึกสนใจหนังไทยเยอะขึ้นและสนใจที่จะมาลงทุนกับการสร้างหนังในเมืองไทย... ด้วยความที่คุณภาพมันดีระดับหนึ่งและมันก็ไม่แพงมาก”¹⁶

2.2 พัฒนาการของบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

พัฒนาการของบุคลากรในช่วงปี 2540-2549 จากทัศนะของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีความสามารถมากขึ้นและมีโอกาสในการแสดงศักยภาพที่มี

¹⁴ สัมภาษณ์ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทไลท์ เฮ้าส์ ฟิล์ม เซอร์วิส จำกัด, 10 เมษายน 2549.

¹⁵ สัมภาษณ์ สมจริง ศรีสุภาพ, ผู้กำกับภาพยนตร์ไทย, 29 มีนาคม 2549.

¹⁶ ไพลิน อำนวยพร, ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายขายและการตลาด(ต่างประเทศ) บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด, สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2549.

ได้อย่างเต็มที่ และสามารถประกอบเป็นอาชีพหลักได้โดยไม่ต้องมีอาชีพอื่นๆ เสริมเหมือนในอดีต ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ก่อนปี 2540) ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีบุคลากรจากสายงานแขนงอื่นสนใจเข้ามา ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ตามทัศนะของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ที่เห็นว่า “ช่วงนั้นมัน Down มาก ...จนกระทั่งปีต่อมาแล้วพี่อยู่ทำ 2499 มันถึงเป็นช่วงที่พลิกโฉม ...มันทำให้คนทำโฆษณาหลายคนเริ่มหันมาทำหนังไทย มันก็เลยเป็นวินาทีใหม่ของวงการหนังไทย...”¹⁷ และผู้กำกับบางส่วนก็เห็นดีด้วยกับการที่มีบุคลากรจากสายงานอื่นสนใจเข้ามาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมากขึ้น เพราะเป็นตัวช่วยทำให้ภาพยนตร์เกิดความหลากหลาย โดยให้ความเห็นไว้ว่า “...บุคลากรเริ่มมาจากหลายองค์กร ไม่ว่าจะมาจากทางสายโฆษณา สายคนทำทีวีก็อยากจะมาทำหนัง ซึ่งตรงนี้ผมมองว่ามันเปิดกว้างมากขึ้น พอมันเปิดกว้างมากขึ้นแนวคิดก็หลากหลายมากขึ้น ซึ่งมันก็ทำให้มีความหลากหลายของเนื้อหา...”¹⁸

บุคลากรส่วนงานที่โดดเด่นที่สุดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ตามทัศนะของทุกกลุ่ม ตัวอย่างที่สัมภาษณ์ ให้ความเห็นว่า กลุ่มบุคลากรที่อยู่ในสายงานการผลิต หรือส่วนโปรดักชั่น เป็นส่วนงานที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ส่วนบุคลากรในส่วนอื่น ๆ ยังคงรอการพัฒนา ตามทัศนะที่ว่า

“ทีมงานมีหลายส่วน ...พัฒนาไม่เท่ากัน บางส่วนก็ยังเรียกว่ายังด้อยอยู่เลย บางส่วนนี้ก็แข็งแรงเรียกได้ว่าเป็นอันดับหนึ่ง อย่างเช่น ถ้าเป็นทีมโปรดักชั่นทั่วไป นะฮะ ทีมโปรดักชั่นเต็มทีมเนี่ย ไม่ว่าจะเป็นคราถ ล่อง ทีมเซ็ท ทีมไฟ เราก็ได้รับการยอมรับจากต่างชาติ เวลาต่างชาติมาก็ให้การยอมรับว่าราคาถูกแต่ประสิทธิภาพเยี่ยม แต่ที่ขึ้นชื่ออันดับหนึ่งเลยคือ ทีมสตั้นท์ไทย ตอนนี้ได้รับการยอมรับ ว่าของเราเนี่ยทำได้หลายรูปแบบ ...แต่ที่นี้ด้านสเปเชียลเอฟเฟค และ ด้านเทคนิคพิเศษ อันนี้ เรายังต้องรอการพัฒนา...”¹⁹

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐที่ให้ทัศนะว่า “...การพัฒนาบุคลากรของเราก็ยังน้อย ทั้งในภาครัฐและเอกชน...การ Create งานใหม่ๆ ก็ยังอยู่ในวงแคบ...”²⁰

¹⁷ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

¹⁸ สัมภาษณ์ นิธิวัฒน์ ธราธร, ผู้กำกับภาพยนตร์, 26 มกราคม 2547.

¹⁹ สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์, 31 มีนาคม 2549.

²⁰ สัมภาษณ์ สามารถ จันทรสूरย์, ผู้อำนวยการสถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม, 1 มิถุนายน 2549.

2.3 พัฒนาการของการตลาดและการจัดจำหน่าย

ในช่วงปี 2540-2549 การตลาดและการจัดจำหน่ายของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถึงแม้ว่าบางทัศนจะเห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังไม่ค่อยมีเสถียรภาพด้านความมั่นคงมากนัก ยังคงต้องอาศัยการวางแผนทางการตลาดอย่างรัดกุมสำหรับตลาดภายในประเทศ แต่สำหรับตลาดต่างประเทศพบว่า ภาคอุตสาหกรรมเริ่มเรียนรู้โครงสร้างตลาดและการเจรจาต่อรองสำหรับการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการเรียนรู้วิธีจากต่างประเทศและมาปรับใช้หรือเลียนแบบวิธีการที่เคยติดต่อซื้อขายภาพยนตร์จากต่างประเทศ เช่นผู้บริหารที่ให้ความเห็นไว้ว่า

“...ตั้งแต่แรก ผมเป็นคนซื้อหนัง... ตั้งแต่แรกผมต้องอ่านบท ผมต้องฟังคนที่ขายให้เรารู้ว่าเขามันเป็นหนังยังไง ซึ่งทำให้ผมรู้ว่า เวลาที่ผมเป็นคนซื้อเอง ผมน่าจะรู้ว่าคุณที่ซื้อจากเราหนะ อยากรู้อะไร ...ผมว่ามันก็ดีกว่าคนที่อยู่ในวงการขายตลอดนะ แต่เขาจะไม่รู้ว่าความรู้สึกของคนที่ซื้อ เขาเป็นยังไง มันก็ดีตรงที่โอบมาจากคนที่ซื้อ...”²¹

นอกจากนี้กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / ก้อง ฤทธิดี / ภาณุ อารี ได้ให้ความเห็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับจุดเปลี่ยนของการวางแผนการตลาดและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศว่า จุดเปลี่ยนดังกล่าวอยู่ในช่วงปี 2541-2542 เพราะถึงแม้ว่าจำนวนการผลิตภาพยนตร์ไทยจะลดน้อยลงแต่ในตลาดต่างประเทศภาพยนตร์เหล่านั้นกลับดึงดูดความสนใจจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ผีน้ำคाराไอเกะ กำกับโดย เป็นเอก รัตนเรือง ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจะทำรายได้ภายในประเทศไม่ได้มากนัก แต่กลับเป็นภาพยนตร์ที่ทำให้ต่างประเทศหันมาให้ความสนใจและให้การยอมรับภาพยนตร์ไทยมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นในช่วงระยะเวลา 9 ปีที่ผ่านมาอำนาจในการต่อรองระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยกับผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศก็มีพลังมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะภาพยนตร์จากประเทศไทยเริ่มมีเครดิตและมีผู้กำกับที่ได้รับการยอมรับในต่างประเทศมากขึ้น อันเป็นผลมาจากความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่ององค์บาก ทั้งในเรื่องของฝีมือนักแสดงที่ไม่ต้องใช้เทคนิคพิเศษในการถ่ายทำอย่างเช่นภาพยนตร์จากต่างประเทศ ซึ่งสิ่งนี้ยังต่อยอดย้ำภาพลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย

²¹ สัมภาษณ์ Gilbert Lim, Executive Vice President ฝ่ายต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 3 พฤษภาคม 2549.

ให้เป็นที่ยอมรับตามองในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้น ดังทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องที่ว่า

“เราเริ่มมีอำนาจต่อรองมากขึ้น เหตุผลมันมาจากการที่คุณภาพของหนังมันเริ่มดีขึ้น สองหนังนำเสนอสิ่งใหม่ที่ผู้ชมต่างชาติอาจจะไม่สามารถหาชมได้อย่าง องค์กรบาคัมย៉ากุง มันเลยเป็นปัจจัยที่ทำให้ประเทศเราสามารถสร้างข้อต่อรองขึ้นมาได้...”²²

และไม่ใช่ว่าเพียงอำนาจต่อรองของภาพยนตร์ไทยต่อผู้จัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศเท่านั้นที่มีมากขึ้น อำนาจในการต่อรองของภาพยนตร์ไทยต่อโรงภาพยนตร์ในประเทศก็มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่อำนาจในการต่อรองนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและความยิ่งใหญ่ของกิจการที่ตัวบุคคลนั้นๆ มีอำนาจอยู่มากกว่า นอกจากนี้อำนาจในการต่อรองระหว่างผู้กำกับกับสตูดิโอก็ยังมีน้อยอยู่ ซึ่งทำให้ภาพยนตร์ไทยเกิดความหลากหลายทางเนื้อหาได้ยาก ดังทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องที่มีความเห็นสอดคล้องกันกับกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกสิน / สมชาย รุ่งทองโอฬาร / สามารถ จันทรสूरย์ / วรณสิริ โมรากุล ที่กล่าวว่า ผู้สร้างภาพยนตร์กับเจ้าของโรงภาพยนตร์และผู้ซื้อภาพยนตร์เข้ามาฉาย ก็มักจะเป็นกลุ่มเดียวกันหรือบริษัทเดียวกัน ดังนั้นความหลากหลายของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจึงยังมีน้อย เพราะมีเพียงคนไม่กี่กลุ่มที่ดูแลธุรกิจนี้

2.4 พัฒนาการทางการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ

การส่งเสริมและสนับสนุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากภาครัฐ ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นตามลำดับ แต่หลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ เช่น เรื่องของกฎหมายพระราชบัญญัติภาพยนตร์ที่ในขณะนี้ยังมีเพียงร่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.... เท่านั้นที่ผ่านมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2550 และอยู่ในขั้นตอนที่จะให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) พิจารณาก่อนการประกาศใช้ต่อไป ทำให้ภาคเอกชนยังไม่สามารถจับทิศทางความเป็นไปที่แน่นอนในการได้รับความสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐได้ ประกอบกับภาครัฐมีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยและมีนโยบายแตกต่างกันไปตามแต่ละรัฐบาล งบประมาณการให้การสนับสนุนจึงมีไม่ต่อเนื่อง ตามทัศนะของกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ สามารถ จันทรสूरย์ / วรณสิริ โมรากุล ได้แสดงทัศนะไว้ว่า เป็นเพราะงานภาพยนตร์ยังไม่ใช่อุตสาหกรรมหลักของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบส่วนหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลโดยตรงก็ยังคงใหม่กับภารกิจดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์นี้

²² สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องของการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลแบบไม่ทั่วถึง เพราะเจ้าหน้าที่รัฐในแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานภาพยนตร์รัฐไม่เท่าทันภาคเอกชนในบางเรื่อง ทำให้เกิดการผูกขาดผลประโยชน์ที่รัฐให้การสนับสนุน ภาคเอกชนรายเล็กอื่นๆ จึงไม่ได้รับประโยชน์จากภาครัฐอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยยังไม่มีองค์กรกลางในการจัดการดูแลผลประโยชน์ของทุกฝ่ายให้เป็นไปอย่างยุติธรรม อย่างเช่นที่กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ทัศนะไว้ว่า “...แม้ว่าการดูแลหนังของรัฐบาล ปัจจุบันจะดีขึ้น แต่ยังไม่ดีเท่าที่ควรจะเป็น เรายังไม่มีสถาบันภาพยนตร์อย่างที่เกาหลีมี อย่างที่อังกฤษมี เรายังไม่มี Films Institute ที่มันดูแลทั้งหมดเลย ทั้งในเรื่องการลงทุน แต่รัฐยังไม่ได้ลงทุนอะไรถึงขนาดนั้น...”²³

²³ สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ ให้ความสนใจในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากตลาดภายในประเทศเริ่มไม่คุ้มทุน ◦ มีการแข่งขันระหว่างบริษัทน้อยลงแต่จะมีการรวมตัวกันผลิตมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ตลาด วีซีดี เคเบิล โรงหนัง สายหนัง มีการแข่งขันกันสูงในเรื่องการซื้อลิขสิทธิ์ ภาพยนตร์เพื่อนำมาผลิตสื่อในรูปแบบอื่น ๆ ◦ มีลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่รวมกลุ่มกัน ไม่มี 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ภาพยนตร์ไทยขาดการแข่งขัน “ตลาด” จึงถูกกำหนดทิศทางโดยบริษัทไม่กี่แห่ง ◦ ภาพยนตร์ไทยมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ ◦ มีคนจาก 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การลงทุนผลิตภาพยนตร์ยังอยู่ในวงจำกัด ◦ ภาพยนตร์ทางเลือกยังเติบโตได้ไม่มากเท่า ภาพยนตร์กระแสหลัก ◦ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◦ ทฤษฎีการบริหารงาน ภาพยนตร์ ◦ ทฤษฎีความสามารถ แข่งขัน โอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ สอดคล้องกับการวิเคราะห์แรงผลักดันทั้ง 5 ประการ คือเรื่องการแข่งขันในอุตสาหกรรม และการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ทำให้บริษัทที่อยู่ในตลาดเดิมต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การแข่งขันทางด้านราคาเพื่อแย่งซื้อลิขสิทธิ์ ภาพยนตร์ไทยมีสูงขึ้นมากกว่าการแข่งขันกันพัฒนาคุณภาพในการผลิต 	<p>ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพตลาดตั้งแต่ พ.ศ. 2540 – 2549 รวมทั้งตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการผลิตภาพยนตร์ของอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย เพื่อวิเคราะห์ระบบการบริหารจัดการธุรกิจของ</p>

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> เน้นกันที่แนวคิด (concept) ที่แปลก โดดเด่น และมีความสดใหม่ในการนำเสนอ เพื่อให้งานมีความแตกต่างเมื่ออยู่ในทุกๆ ตลาด 	<p>ความสามัคคีในการทำงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสร้างภาพยนตร์ไม่เลือกที่จะทำให้ภาพยนตร์มีความหลากหลายทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกไม่มาก 	<p>หลากหลายสาขาอาชีพสนใจเข้ามาลงทุนผลิตภาพยนตร์กันมากขึ้น</p>	<p>ยังมีลักษณะ “ผูกขาด” โดยกลุ่มบุคคลไม่กี่กลุ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> ระบบการตรวจสอบควบคุมการผลิตภาพยนตร์จากภาครัฐยังขาดความเข้าใจในระดับผู้ปฏิบัติงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ แนวคิดการจัดจำหน่ายและการตลาด ทฤษฎีเกม ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ ทฤษฎีวิวัฒนาการหลัง 	<p>มองหาช่องทางตลาดใหม่หรือมีการขยายตลาดไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อชดเชยรายได้ในประเทศที่มีการแข่งขันสูง ส่วนในเรื่องการผูกขาดในตลาด ถือว่า</p>	<p>ภาพยนตร์</p> <ul style="list-style-type: none"> ขาดการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพราะมีเพียงไม่กี่บริษัทที่สามารถผลิต 	<p>อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยรวม</p>

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
			ทั้งเจ้าหน้าที่ ระดับนโยบาย และเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งในบาง หน่วยงานเพิ่ง จะเข้ามา รับผิดชอบงาน เกี่ยวกับ ภาพยนตร์	สมัยใหม่ • ทฤษฎี วัฒนธรรม สมัยนิยม • ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม • ทฤษฎีการ คุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา	เป็นปัจจัยหนึ่ง ของอุปสรรคใน การเข้ามาใหม่ (Barrier to Entry) ของ ผู้ประกอบการ รายอื่นซึ่งจะทำ ให้ผู้ผลิตราย เดิมต้องสูญเสีย ส่วนแบ่งตลาด ไปให้กับผู้ที่เข้า มาใหม่ได้อย่าง	ภาพยนตร์ ออกมาได้ อย่าง สม่ำเสมอ ทุกปี ในขณะที่ ตลาด ระหว่าง ประเทศมี การแข่งขัน ที่สูง ซึ่งมีผล ทำให้เงิน	

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
				<ul style="list-style-type: none"> ◉ แนวคิดการส่งเสริมและสนับสนุนภาพยนตร์ของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย 	<p>ง่ายตาย หากไม่มีอุปสรรคในการเข้ามาสู่ธุรกิจนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ การรวมตัวกันผลิตภาพยนตร์สอดคล้องกับทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจในเรื่องของการรวมตัว 	<p>ลงทุนสร้างสูงตามด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ แนวคิดการควบคุมงานภาพยนตร์และแนวคิดการให้การส่งเสริมและสนับสนุนภาพยนตร์ของประเทศไทย 	

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					กันเพื่อลด ความเสี่ยงและ ทำให้บริษัท เกิดความ แข็งแกร่งใน การแข่งขัน ระหว่าง ประเทศมากขึ้น ● การสร้าง ภาพยนตร์ให้มี ความแตกต่าง จากตลาด	ยังคงขาด บุคลากรที่มี ความเข้าใจ ทั้งศาสตร์ และศิลป์ ของงาน แขนงนี้อย่าง แท้จริง โดยเฉพาะ เจ้าหน้าที่รัฐ ที่ยังขาดการ ค้นหาข้อมูล	

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					สอดคล้องกับ แนวคิดการ สร้างแบรนด์ใน เรื่องการสร้าง ความโดดเด่น เพื่อฉีกแนว ตลาดทั้งใน ประเทศและ ต่างประเทศ	ในแบบรอบ ด้านทำให้ มีการรับฟัง ปัญหาเพียง จากฝ่าย หนึ่งฝ่ายใด เท่านั้น แล้วนำ ปัญหา ดังกล่าวไป ปรับแก้เพื่อ ออกเป็น	

ตารางที่ 4.2

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.2: ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						นโยบาย แก้ไขปัญหา ที่เป็นเฉพาะ กลุ่ม แต่ ไม่ได้แก้ไข ปัญหาของ ภาพรวม	

1.2 ภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

จากการศึกษาในเรื่องภาพรวมของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2540-2549 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม จะเห็นว่า ผู้ประกอบการรับรู้ถึงการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่อันเนื่องมาจากกระบวนการผลิต เทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้ผลิตได้ง่ายขึ้นและต้นทุนลดลงคู่แข่งจึงมีเข้ามาในตลาดภาพยนตร์มากขึ้น ดังทัศนะที่ว่า "...ด้วยความที่เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมากขึ้น และการที่มีคนทำโฆษณาเข้ามาเยอะ ...คนก็จะคิดว่าทำหนังแล้วได้เงินจึงเฮกันมาทำ..."²⁴ ประกอบกับปัจจัยทางด้านสินค้าทดแทน โดยเฉพาะเรื่องวีซีดี ดีวีดี ที่มีราคาลดลงมากและรวมถึงภาพยนตร์ประเภทเทเลมูวีสที่มีการผลิตออกสู่ท้องตลาดในช่วงปี 2543 จนมีการแข่งขันด้านตลาดภาพยนตร์เทเลมูวีสสูง เพราะลงทุนน้อยและทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ภาพยนตร์ไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นนั้น นอกจากจะมาจากการจุดประกายความสนใจของภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมืองและเรื่องนางนากแล้วนั้น ยังมีปัจจัยส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยีที่เปิดโอกาสให้กับนักสร้างภาพยนตร์หรือผู้กำกับภาพยนตร์รุ่นใหม่มีโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานโดยไม่ต้องพึ่งสตูดิโอหลักได้มากขึ้น เพราะสามารถสร้างภาพยนตร์ในแบบเทเลมูวีสซึ่งลงทุนไม่สูงนัก ความคิดเห็นต่อประเด็นนี้ทั้งกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ มีความเห็นสอดคล้องกันว่าตลาดภาพยนตร์ไทยนั้นยังมีลักษณะผูกขาดโดยกลุ่มสตูดิโอหลักเป็นส่วนใหญ่ ตามทัศนะที่ว่า "...ตอนนี้มันเกิดปัญหาก็คือว่า ตัวผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสร้างภาพยนตร์...ไม่เลือกที่จะทำให้เกิดความหลากหลาย ...และถ้าหนังเทไปอยู่ประเภทเดียว ...ผู้กำกับที่มีชื่อเสียงอย่างคุณยุทธนา คุณเชิด...เหล่านี้ก็ไม่มีพื้นที่ที่จะทำหนัง..."²⁵ หรือ "...มันเป็นเรื่องของ Seniority แล้วทำให้ขาดการแข่งขัน เพราะว่ามีทำได้อยู่แค่ 3-4 บริษัทเอง เหมือนทุกอย่างถูกกำหนดโดย 3-4 บริษัทนี้ตัวเล่นมันไม่เยอะ..."²⁶ และทัศนะที่เห็นว่า "...การลงทุนในเรื่องภาพยนตร์ยังมีข้อจำกัดและอยู่ในวงจำกัด..."²⁷ ทั้งนี้การผูกขาดของ 3-4 บริษัทดังกล่าว ยังแสดงให้เห็นว่าโรงภาพยนตร์มาตรฐาน

²⁴ สัมภาษณ์ นต ทองศรีพงศ์, โปรดิวเซอร์อิสระ, 19 มกราคม 2549.

²⁵ สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549.

²⁶ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

²⁷ สัมภาษณ์ สามารถ จันทรสุนทรย์, ผู้อำนวยการสถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม, 1 มิถุนายน 2549.

นั่นจะให้พื้นที่กับภาพยนตร์กระแสหลัก(Mainstream)หรือภาพยนตร์ในเชิงพาณิชย์มากกว่า ภาพยนตร์ทางเลือก

นอกจากนี้การที่ตลาดเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดีเป็นตลาดที่เปิดกว้างทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ประกอบกับต้นทุนในการผลิตแผ่นประเภทนี้ราคาไม่สูง และมีการผลิตภาพยนตร์ประเภทเทเลมูวีสื่อออกมามากขึ้น เมื่อเกิดกระแสความนิยมของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์ไทย ภาพการณ์แข่งขันของตลาดวีซีดี ดีวีดี จึงมีการแข่งขันสูงเช่นกัน โดยที่ศนะจากกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ / บัณฑิต ฤทธิกุล / สมชาย รุ่งทองไอฟาร์ ฯลฯ ให้ที่ศนะว่า ราคาในการซื้อขาย “สิทธิ” เพื่อที่จะนำมาผลิตแผ่นออกพติคอลล ดิสก์ เพื่อจัดจำหน่ายภาพยนตร์ภายในประเทศนั้น ในขณะนี้เป็นการต่อรองกันระหว่างบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์กับบริษัทผู้รับผลิตแผ่นออกพติคอลล ดิสก์ และสายหนัง(เดิม) ซึ่งมักจะแข่งกันให้ราคา “ค่าสิทธิ” โดยแย่งกันให้ราคาสูงสำหรับภาพยนตร์ที่คาดว่าจะเป็นที่ถูกใจ ในขณะที่ราคา “ค่าสิทธิ” ส่วนใหญ่จะคิดประมาณ 20-25 เปอร์เซ็นต์ของรายรับที่ผู้ผลิตคาดว่า ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ จะสามารถทำรายได้ได้ นอกจากนี่ยังต้องมีการตกลงราคาซื้อขายซึ่งมีลักษณะการตกลงทั้งในแบบขายขาด(Flat Rate) และการตกลงราคาตามรายได้จากบ็อกซ์ออฟฟิศ โดยการตกลงราคาตามรายได้จากบ็อกซ์ออฟฟิศนี้จะเปิดโอกาสให้บริษัทเจ้าของภาพยนตร์ได้ ราคา “ค่าสิทธิ” ที่ดีกว่าหากภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ สามารถทำรายได้ได้เป็นอันดับ 1 ของการฉายในโรงภาพยนตร์

แนวโน้มหลักของปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในภาพรวมของอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ผลิตหรือผู้สร้างรายเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนี้ คิดขยายช่องทางในการทำกำไรเพิ่มและลดความเสี่ยงลงด้วยการรวมตัวกันเพื่อร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์มากขึ้น รวมทั้งเริ่มมองตลาดต่างประเทศมากขึ้น เช่นที่ศนะของกลุ่มผู้บริหาร อาทิ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ / วิทยุ โทรทัศน์ / Gilbert Lim ที่มองว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยควรลดการแข่งขันซึ่งกันและกันลงและหันมาให้ความร่วมมือกันมากขึ้น พร้อมกับเน้นความสนใจในตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น เนื่องจากไม่สามารถคาดหวังรายได้เฉพาะภายในประเทศแต่เพียงอย่างเดียวได้อีกต่อไป ประกอบกับในช่วงปี 2546-2549 ภาพยนตร์ไทยเริ่มมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นกับตลาดต่างประเทศ ดังนั้นการแข่งขันด้านการผลิตภาพยนตร์จึงสามารถขยายขอบเขตการแข่งขันไปยังตลาดต่างประเทศได้ด้วย คู่แข่งขันของภาพยนตร์ไทยจึงมีเพิ่มขึ้น เพราะมีทั้งคู่แข่งภายในประเทศและในต่างประเทศ

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ จากการร่วมลงทุนจากแหล่งเงินทุนหลาย ๆ แห่ง ◦ การกู้เงินจากธนาคารโดยใช้สินทรัพย์ของบริษัทเป็นตัวค้ำประกันเงินกู้ ◦ เงินลงทุนจากคู่ค้าหรือหุ้นส่วนมาร่วมลงทุนผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ เงินทุนที่ได้จากกองทุนหรือจากสถาบันฯ แต่สำหรับประเทศไทยยังไม่มีทุนในลักษณะดังกล่าว ◦ แหล่งเงินทุนในประเทศไทยหากมาจากภาครัฐก็จะเป็นกรณี-กรณีไป ยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ในประเทศไทยแหล่งเงินทุนหลักคือ จากบริษัทผู้สร้างฯ ◦ แหล่งเงินทุนจะมีลักษณะเป็นเงินลงทุน “ส่วนบุคคล” มากกว่าลักษณะของ “สถาบันทางการเงิน” ◦ ในอดีตแหล่ง 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ แหล่งเงินทุนในประเทศมีจำกัด เพราะไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนเพียงพอที่จะดึงดูดนักลงทุนจากสายงานอื่นให้กล้าเข้ามาลงทุน ◦ หากได้รับการสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◦ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◦ ทฤษฎีความสามารถ ◦ ทฤษฎีความ ◦ ทฤษฎีความ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ สอดคล้องกับการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมในเรื่องการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ◦ สอดคล้องกับทฤษฎี 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ แหล่งเงินทุนในประเทศมีจำกัด เพราะไม่มีข้อมูลหรือสถิติทางการค้าที่ชัดเจนเพียงพอที่จะดึงดูดนักลงทุนจากธุรกิจอื่นให้กล้าเข้ามา 	<p>ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก</p>

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		เงินทุนมาจาก “สายหนัง ต่างจังหวัด” ในปัจจุบันจะ มาจาก “สตูดิโอ” ใน กรุงเทพ	ส่งเสริมการ ลงทุนจาก หน่วยงานของ รัฐจะทำให้ บริษัทมีเครดิต เพียงพอที่จะ ไปหาแหล่ง เงินกู้จากที่ อื่นๆ เพิ่มเติม	<ul style="list-style-type: none"> • ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ • แนวคิดการจัด จำหน่าย และ การตลาด • ทฤษฎีเกม • ทฤษฎีการสร้าง แบรนด์ • แนวคิดการ คุ้มครอง 	โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจในเรื่อง รวมกันเพื่อเพิ่ม ศักยภาพให้กับ ธุรกิจ และการ ลดความเสี่ยง ในการลงทุน เพื่อเพิ่มผล กำไร	ลงทุนใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ <ul style="list-style-type: none"> • การเข้าถึง แหล่งเงินทุน ใน ต่างประเทศ ยังคงมี ข้อจำกัดใน หลายด้าน อาทิ นโยบายของ 	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
				อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา • แนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศ ต่างๆ ใน ภูมิภาค เอเชีย	ประเด็นการหา กลยุทธ์ที่ดีที่สุด เพื่อใช้ประกอบ การตัดสินใจ สร้างภาพยนตร์ และสอดคล้อง กับเกมแห่ง ความเชื่อใจ (Trust Game) ในเรื่องการร่วม ลงทุนและ แบ่งปันกันรับ	รัฐในเรื่อง การให้ ผลประโยชน์ ที่จูงใจ หากมี นโยบายที่ ไม่เท่าเทียม กันของแต่ละ ประเทศ ก็จะทำให้ไม่ สามารถขอ การ	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ความเสี่ยงที่ อาจเกิดขึ้น จากความไม่ ประสบความสำเร็จของตัว ภาพยนตร์ • การได้รับการ สนับสนุน บางอย่างจาก ภาครัฐทำให้ เอกชนสามารถ หาแหล่งเงินกู้	สนับสนุน จากแหล่ง เงินทุนใน ประเทศ ดังกล่าวได้ (เนื่องจากไม่ มีการ แลกเปลี่ยน ผลประโยชน์ กันระหว่าง ประเทศ) อีกทั้งยังมี	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับ หลักการการ พัฒนา ตลาดทุนของ แนวคิดการ ปกป้องและ คุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา	ข้อจำกัดใน ด้านภาษา ทำให้การ เข้าถึง แหล่งเงินทุน ใน ต่างประเทศ กระทำได้ ยากขึ้น ● การเข้าถึง แหล่งเงินทุน และความ	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

1. ด้านเงินทุน หรือ แหล่งเงินทุน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						เสียงของ การลงทุนใน อุตสาหกรรม นี้มีสูงมาก หากมีการ ปล่อยกู้โดย ไม่โปร่งใส ระบบ ธนาคารจะ ขาด เสถียรภาพ มาก	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ บุคลากรในห้องแล็บบางส่วนยังขาดความเชี่ยวชาญในเรื่องวิธีการหรือระบบขั้นตอนในการทำงานโดยเฉพาะในเรื่องของการเลือก “วิธี” ที่จะทำงาน ◉ เกิดปัญหาขาดบุคลากรระดับ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ บุคลากรที่มาทำงานภาพยนตร์ไทยมาจากวงการโฆษณามากขึ้นจนเกิดเป็นกระแสนิยม ◉ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้าน “ภาษา” ยังมีน้อย ◉ ทักษะของบุคลากรไทยใน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังขาดบุคลากรที่มีทั้งความสามารถในเชิงธุรกิจและมีความเข้าใจในงานศิลปะ และขาดผู้นำที่มีความสามารถในการผลิตและผลักดันให้เกิดการพัฒนา 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ขาดบุคลากรผู้ที่จะประสานงานและจัดการเกี่ยวกับการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ ◉ ขาดการพัฒนาบุคลากรทั้งในภาครัฐและเอกชน ◉ บุคลากรใน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถ ◉ ทฤษฎีการแข่งขันโอกาสและความพร้อม ◉ ทฤษฎี 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับความสามารถและความเชี่ยวชาญของบุคลากรเฉพาะด้านของผู้บริหารสอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ขาดการใช้กลยุทธ์ Knowledge management ในเรื่อง การให้ความรู้ให้ทั่วถึงกับบุคลากรทุกส่วนงาน เพราะความรู้ ความเชี่ยวชาญ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
หัวหน้างานใน บริษัทใหญ่ ๆ เพราะมักจะออกไป เปิดกิจการ ของตนเอง • การจ้างงานใน บริษัทผู้ผลิต ภาพยนตร์มักใช้ การจ้างงาน บุคลากรที่รับงาน อิสระมาทำงาน ให้มากกว่าการ	การเจรจาต่อรอง การซื้อขายใน ตลาดต่างประเทศ ยังมีไม่มากพอ • กระบวนการ ผลิตดารา หรือการ ผลิตคนทำงานยัง ไม่มีความเป็น ระบบ จึงไม่ได้มี การพัฒนาความ สามารถเฉพาะ ทางให้มีความเป็น	บุคลากรในด้าน ต่างๆ ขึ้นมาใหม่ • บุคลากรที่ได้ ทำงานร่วมกับ ต่างชาติช่วยให้ เกิดพัฒนาการใน การทำงานของ บุคลากรใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย • บุคลากรที่มี ทักษะทางด้าน	ภาครัฐมี ความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับ งานภาพยนตร์ น้อย และอยู่ใน วงจำกัด • บุคลากรของ ไทยยังมี จำนวนจำกัด ในบางด้าน โดยเฉพาะ ด้านคนเขียน	โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ • แนวคิดการจัด จำหน่าย และ การตลาด • ทฤษฎีเกม • ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์ • แนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน	โครงสร้าง อุตสาหกรรม และการ วิเคราะห์ สภาพแวดล้อม ทางการตลาด ซึ่งจัดเป็นการ วิเคราะห์ สภาพแวดล้อม ภายในบริษัท ในเรื่อง ทรัพยากร	ยังเกิดขึ้น และติดตัว อยู่กับผู้มี ประสบการณ์มาก กว่าเป็น ความรู้ที่ องค์กร ถ่ายทอดให้ กับบุคลากร ที่เข้ามาทำ งานใหม่	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
จ้างเป็นพนักงาน ประจำ จึงได้ มืออาชีพเฉพาะ ทางมาทำงานที่ เหมาะสม	“มืออาชีพ” <ul style="list-style-type: none"> • การเรียนรู้ในมหาวิทยาลัยด้านภาพยนตร์ไม่ได้สร้างให้เกิดทักษะในการทำงานอย่างที่เป็นจริง • ทักษะทางการแสดงของดารามีน้อยและขาดการพัฒนา รวมทั้งคนเขียนบทและ 	“ภาษา” ที่ดียังมีไม่มากพอ <ul style="list-style-type: none"> • ขาดการพัฒนาด้านการเขียนบท เพราะมีบุคลากรน้อย จึงทำให้ไม่สามารถแหวกแนวได้มาก และขาดความหลากหลาย • บุคลากรขาด “ศิลปะ” ใน 	บทและผู้กำกับภาพยนตร์ที่จะสามารถสื่อภาพยนตร์ให้เป็นภาษาสากลในด้านการเล่าเรื่องได้ <ul style="list-style-type: none"> • ขาดกระบวนการสร้างบุคลากรอย่างมีแบบแผน 	ภาพยนตร์ของประเทศไทยต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย	บุคคล <ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถไปจากบริษัท • ภายหลังจากที่บุคลากรนั้นมีประสบการณ์แล้วสอดคล้องกับหนึ่งใน 	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้บุคลากรที่มาจากภายนอกจัดเป็น Outsourcing โดยการจ้างงานแบบอิสระ ทำให้ได้ผู้เชี่ยวชาญในงานเฉพาะด้านในขณะเดียว 	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<p>ครีเอทีฟมีจำนวน น้อย ความหลากหลาย จึงมีจำกัด</p> <p>●ทัศนคติของ นักแสดงมักมอง ว่า อาชีพนักแสดง เป็นอาชีพที่หาเงิน ได้เยอะ และง่าย จึงไม่ค่อยมีความ ตั้งใจที่จะเป็น นักแสดงที่ดี</p> <p>●ทัศนคติของผู้ผลิต</p>	<p>การใช้เครื่องมือ</p>			<p>ปัจจัยของ ปัญหาที่ทำให้ ระบบตลาด ล้มเหลวและ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการ บริหารงาน ภาพยนตร์ใน เรื่องของการ บริหารบุคคล</p> <p>● การจ้างงานใน ระบบการ</p>	<p>กันก็ทำให้ ระบบการ ควบคุม ทรัพยากร บุคคลใช้การ ไม่ได้ เพราะ บุคลากรที่ จ้างจาก ภายนอกจะ ไม่มีผลได้ ผลเสียกับ การดำเนิน</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	หรือผู้อำนวยการ สร้างภาพยนตร์ (Producer) มัก ตอบใจด้วยความ ต้องการชมของ สวยๆ งามๆ มาก กว่าการคำนึงถึง ด้านความสามารถ ● บุคลากรทั้ง ภาครัฐและเอกชน ยังขาด “วิสัยทัศน์” ที่จะจัดการกับ				จ้างงานอิสระ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการ บริหารงาน ภาพยนตร์และ ทฤษฎีความ สามารถ เชิงแข่งขัน โอกาสและ ความพร้อมใน เรื่องของการ ใช้ทรัพยากร	งานของ บริษัท ● กระบวนการ เปลี่ยนแปลง โลกทัศน์ของ บุคคลจะ เกิดความ เปลี่ยน แปลงต่อเมื่อ บุคคลนั้น ต้องการทำ บางสิ่ง	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<p>“โอกาส” ที่ ต่างประเทศเข้ามา ให้ความสนใจใน ภาพยนตร์ไทยให้ เกิดประโยชน์ได้ อย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>⊙ ขาดบุคลากรที่ มีทักษะทางด้าน การเจรจาต่อรอง และการสร้างสาย สัมพันธ์ (Connection)</p>				<p>ภายนอกใน ส่วนที่ไม่ได้ เป็นกลไกที่ สำคัญ แต่เป็น การใช้ เครือข่าย (Network) เพื่อให้ได้มี อาชีพมา ทำงานให้ได้ ประโยชน์แก่ บริษัทสูงสุด</p>	<p>บางอย่างให้ ดีขึ้น เมื่อมี รายได้ที่ดี แต่ทัศนคติ ของนักแสดง ไทยกลับมี ความ แตกต่างไป จากทฤษฎี เหล่านั้น โดยมองว่า เป็นอาชีพที่</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	เพื่อสร้างเครือข่าย รวมทั้งบุคลากร ทางด้านกฎหมาย เฉพาะด้านธุรกิจ บันเทิง					สบาย และได้เงิน เยอะเมื่อ เทียบชั่วโมง การทำงาน กับกลุ่ม อาชีพอื่นๆ	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ รัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงคณะทำงานบ่อย ◉ รัฐบาลมองภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงมากกว่าที่จะมองเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาครัฐยังขาดบุคลากรที่มี “มุมมองและวิสัยทัศน์” ในการทำงานให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยส่วนใหญ่มองยังมีแนวคิด “อนุรักษ์นิยม” สูง 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาครัฐจะมีนโยบายในเชิง “ควบคุม” มากกว่านโยบายในเชิงให้ “การส่งเสริม” ◉ นโยบายจากภาครัฐไม่มีความชัดเจน และภาคเอกชนก็ยังไม่เห็น “จุดมุ่งหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาครัฐมีนโยบายที่จะผลักดันการขยายภาพยนตร์ทั้ง 2 ส่วนพร้อม ๆ กัน คือ “ตัวงานภาพยนตร์” และ “สถานที่เพื่อการถ่ายภาพยนตร์” ◉ รัฐบาลมีการ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาลบ่อยๆ มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์นี้ อย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรม และเกิด 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ⊙ ประเทศไทยขาดกฎหมายที่จะทำให้เกิดการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ⊙ การตีความตามตัวบทกฎหมายและตามความเข้าใจของเจ้าหน้าที่รัฐไม่ตรงกัน 	<ul style="list-style-type: none"> ⊙ การรวมตัวของภาคเอกชนยังไม่มี ความชัดเจน และไม่มี ความน่าเชื่อถือ ⊙ นโยบายของรัฐควรมุ่งเน้นด้านการให้ “การศึกษ” และไม่ควรมีแนวคิดเป็นเอกชนที่เน้นเฉพาะเรื่อง “เงิน” 	<p>ที่ควรจะมีร่วมกัน”</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊙ นโยบายและอำนาจในการบังคับภาคเอกชนด้วยกันยังไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร ⊙ การรวมตัวของภาคเอกชนยังไม่มี ความชัดเจน ทำให้การจัดกิจกรรม และอื่นๆ 	<p>กำหนด ยุทธศาสตร์ “แผนปฏิบัติการ 2549-2551” ในยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องของการปรับโครงสร้าง ความสมดุลของการให้บริการและการพัฒนา</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⊙ ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ ⊙ แนวคิดการจัดจำหน่าย และการตลาด ⊙ ทฤษฎีเกม ⊙ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ ⊙ แนวคิดการคุ้มครอง 	<p>และทฤษฎี ความสามารถเชิงแข่งขัน โอกาส และ ความพร้อมในเรื่องของการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมใน</p>	<p>ประโยชน์แก่ทุกฝ่ายอย่างจริงจัง</p> <ul style="list-style-type: none"> ⊙ ภาคเอกชนยังขาดการร่วมมือกันเพื่อผลประโยชน์ในภาพรวมจะมีเพียงแต่การร่วมมือกันเพื่อ 	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>⊙ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ขาด ผู้นำที่จริงจัง และเสียสละ รวมทั้งมีความ สามารถที่จะ ผลักดันให้ทั้ง อุตสาหกรรมฯ สามารถพัฒนา ก้าวหน้าไปได้ อย่างเป็น รูปธรรม</p>	<p>เป็นหลักใหญ่</p>	<p>ไม่มีความ สม่ำเสมอ</p> <p>⊙ ภาครัฐควรมีส่วน ร่วมในการกำหนด ทิศทางของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ร่วมกับ ภาคเอกชน</p>	<p>ศักยภาพเพื่อ ให้แข่งขันได้ และสามารถ เชื่อมโยงธุรกิจ ที่มีความน่าจะเป็น</p> <p>⊙ หน่วยงานรัฐ บางแห่ง ยัง ขาดความเข้าใจ ในเรื่องการ ให้ความสำคัญ ร่วมมือและ</p>	<p>อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา</p> <p>⊙ แนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศ ต่างๆ ในภูมิภาค เอเชีย</p>	<p>ระดับมหภาค คือ เมื่อมีการ ปรับปรุง กฎหมาย ข้อกำหนด ระเบียบภาษี และการเปลี่ยนแปลง ทางการ เมือง จะส่งผล กระทบต่อการ บริหารธุรกิจ อย่างมาก</p>	<p>ผลประโยชน์ เฉพาะกลุ่ม พันธมิตร หรือมีผล ประโยชน์ ร่วมกันเพียง ไม่กี่กลุ่ม และเป็นการ ร่วมมือกัน แค่ชั่วคราว</p> <p>⊙ การมุ่งเน้น ด้านการ</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
			วิธีการให้การ สนับสนุนและ ส่งเสริมธุรกิจ ภาพยนตร์ อย่างเป็น รูปธรรม		<ul style="list-style-type: none"> ⊙ ขอบข่ายการ รับผิดชอบของ หน่วยงาน ภาครัฐที่ไม่มี ความชัดเจน ก่อให้เกิดการ ทำงานที่ ซ้ำซ้อน สอดคล้องกับ แนวคิดการ คุ้มครอง อุตสาหกรรมฯ 	พัฒนาของ ภาครัฐ เกี่ยวกับ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ไม่ได้มี เป้าหมาย ที่จะ ดำเนินงาน ในส่วนที่ ภาคเอกชน ไม่สามารถ	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ในเรื่องปัจจัยที่ ทำให้ภาครัฐ ล้มเหลวในด้าน นโยบายการ พัฒนา	ลงทุนทำได้ ตาม ทฤษฎีการ ให้ความ คุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายใน ประเทศ กำลังพัฒนา เช่น การ ลงทุนด้าน แหล่งเรียนรู้	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						ฯลฯ แต่รัฐ กลับมุ่งเน้น ไปในส่วน งานอื่นๆ จึง เป็นการ พัฒนาที่ไป คนละทิศ ทางกับสิ่งที่ ภาคเอกชน ต้องการ	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทัศนคติเกี่ยวกับค่าแรงสำหรับการจ้างงานเพื่อสร้างภาพยนตร์ไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี ◉ ทัศนคติด้านการทำงาน มีระบบระเบียบเพิ่มขึ้นมาก และความตั้งใจในการ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ คนทำงานเริ่มมีทัศนคติที่ดีมากขึ้น ตั้งใจทำงานและได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้น อีกทั้งค่าจ้างในการทำงานสูงขึ้นจนสามารถประกอบเป็น “อาชีพ” ได้ ◉ ทัศนคติเกี่ยวกับการจ้างงานเริ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ผู้อำนวยการสร้างหรือผู้ประสานงาน (Producer) หรือ ผู้ที่มีหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนภาพยนตร์ควรจะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจในวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ของชาวต่างชาติให้มากและควรคาดการณ์เทรนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ วัฒนธรรมองค์กรของทีมงานไทยกับทีมงานต่างประเทศแตกต่างกัน ◉ กองถ่ายต่างประเทศใช้วิธี “ลงทุน” ในการสร้างของประกอบฉากหรืออื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถ ◉ เติ่งแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับทัศนคติในเรื่องค่าแรงหรือค่าจ้างบุคลากรที่มีทิศทางที่ดีขึ้นสอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมในเรื่องสภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ค่านิยมบางอย่างของคนในชาติ เช่น ความตั้งใจในการทำงานให้ออกมาดีมีความสัมพันธ์กันกับการเติบโตทาง 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>ทำงานมีมากขึ้น</p> <p>◉ การสื่อสารผ่านงานภาพยนตร์ยังคงพบอุปสรรคในเรื่องของภาษาและความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน</p> <p>◉ การรักษาคุณภาพของการผลิตภาพยนตร์</p>	<p>เปลี่ยนจากการ “เหมาค่าแรง” มาเป็น “คิดตามคิวถ่ายจริง”</p> <p>◉ มีมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น เพราะมีคนจากวงการอาชีพอื่นสนใจเข้ามาผลิตภาพยนตร์กันมาก และระบบการผลิต</p>	<p>ภาพยนตร์โลกได้ ◉ วัฒนธรรมของคนไทย คือ ไม่ใฝ่รู้และไม่นิยมค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง แต่มักจะ “คิดเอาเอง”</p> <p>◉ ภาพยนตร์เป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่มีความทะเยอทะยานเป็นพลังขับเคลื่อน</p>	<p>แต่กองถ่ายของไทยมักใช้วิธี “ดัดแปลง” ทำให้ดูไม่เป็นมืออาชีพ</p> <p>◉ ทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรของข้าราชการประจำหากไม่รอบรู้ในเรื่องที่ตน</p>	<p>◉ ทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ</p> <p>◉ แนวคิดการจัดจำหน่าย และการตลาด</p> <p>◉ ทฤษฎีเกม</p> <p>◉ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์</p> <p>◉ ทฤษฎีวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่</p>	<p>แวดล้อมภายนอก ในระดับมหภาคที่มีผลต่อภาคธุรกิจ เช่น สภาพเศรษฐกิจ / อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม และสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารงาน</p>	<p>เศรษฐกิจเช่นกัน</p> <p>ซึ่งส่วนใหญ่ มักจะมองข้ามและให้ความสำคัญเฉพาะเพียงเรื่องอัตรา</p> <p>การขยายตัวของอุตสาหกรรมโดยละเอียด</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>ให้ดีที่สุดและ เน้นให้มีความ หลากหลาย</p> <p>◉ ความรู้สึกใน เรื่อง "ชาตินิยม" ในเรื่องความ ไว้วางใจความ น่าเชื่อถือยังคงมี อิทธิพลอยู่ใน การทำงาน ระหว่างประเทศ</p> <p>◉ ทัศนคติในเรื่อง</p>	<p>ภาพยนตร์ได้ เปลี่ยนรูปแบบ ไปในทางที่ดียิ่งขึ้น</p>	<p>◉ หากปฏิวัติระบบ การศึกษา จะเกิด การพัฒนา ภาพยนตร์ไปอีก ระดับ</p> <p>◉ ทัศนคติของ ผู้ผลิตผูกติด กับผลทางการ ตลาดมากเกินไป</p>	<p>รับผิดชอบ การให้การ สนับสนุนก็ อาจจะไปผิด ทาง</p> <p>◉ การเจรจาซื้อ ขายหรือร่วม ลงทุนต้อง อาศัยข้อตกลง ตามข้อสัญญา มากขึ้น จะไม่มี การไว้วางใจ</p>	<p>◉ ทฤษฎีวิวัฒนาการ สมัยนิยม</p> <p>◉ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม</p> <p>◉ แนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน ภาพยนตร์ของ ประเทศต่างๆ ใน ภูมิภาคเอเชีย</p>	<p>ภาพยนตร์ และ ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจในเรื่อง ของการ เปลี่ยนแปลง ของแนวโน้ม โลกที่มีลักษณะ เป็นหมู่บ้าน โลก (Global Village)มากขึ้น</p>	<p>ประเด็นทาง ด้าน วัฒนธรรม</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>“ความซื่อสัตย์” ทางการค้าเริ่ม เปลี่ยนไปกลายเป็น เป็นเรื่องที่ไม่ให้ ความสำคัญ</p> <p>● ตลาด ต่างประเทศ ยังไม่ค่อยมั่นใจ ในคุณภาพของ ภาพยนตร์ที่ ผลิตจาก ประเทศไทย</p>			<p>กันในลักษณะ แบบเดิมอีก ต่อไป</p>		<p>● การตกลง ค่าจ้างในระบบ การจ้างงาน แบบอิสระ ซึ่งมี ความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้านหรือ มีประสบการณ์ สูงสอดคล้อง กับหลักการ ของทฤษฎีเกม ในเรื่องของการ ต่อรองเพื่อให้</p>		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
เนื่องมาจาก ทีมงานยังไม่ เป็นที่รู้จักใน ระดับสากล มากนัก					ได้ทางเลือกที่ดี ที่สุด ● มุมมองและ ทัศนคติของ คนทำงานต่อ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย มีการเปลี่ยน แปลงไปใน ทางที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ ทฤษฎี		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					วัฒนธรรม หลังสมัยใหม่ และทฤษฎี วัฒนธรรม สมัยนิยม และทฤษฎี ความแตกต่าง ทางวัฒนธรรม ในเรื่อง “ทุนทาง วัฒนธรรม” ที่มีวัฒนธรรม		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					เป็นตัวกำหนด ที่สำคัญทาง ทัศนคติของ ผู้คนในสังคม และเป็นปัจจัย ที่เอื้ออำนวยต่อ การเติบโตของ ประเทศในเชิง ทุนทาง วัฒนธรรม		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

5. ด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการตัดต่อ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ความพร้อมในระบบดิจิทัลในประเทศไทยยังมีไม่มาก ◉ ความรู้และเทคโนโลยีในห่วงแล็บ ห้องตัดต่อ คนไทยยังไม่มีการพัฒนาต่อยอด จึงต้องพึ่งพาการซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ เทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์การถ่ายทำห้องแล็บ และห้องตัดต่อ ยังไม่มีการพัฒนาองค์ความรู้เป็นของตนเองอย่างจริงจัง ต้องพึ่งพาการซื้อเทคโนโลยีให้ทันสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ด้านความพร้อมในห่วงแล็บเทียบเท่ากับฮ่องกงแต่ราคาในประเทศไทยทำให้น่าสนใจมากกว่าฮ่องกง ◉ ด้านเทคโนโลยีมีราคาถูกลงเครื่องมือบางอย่างหรือความสามารถในการทำ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ห่วงแล็บในประเทศไทยได้รับการยอมรับจากชาวต่างชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีราคาถูกลงและการเข้าถึงเทคโนโลยีทำได้ง่ายขึ้น ทำให้โครงสร้าง 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ เทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตโดยเฉพาะในขั้นตอนการตัดต่อภาครัฐและเอกชนยังไม่เห็นความสำคัญร่วมกันในการ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

5. ด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการตัดต่อ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
เทคโนโลยีจาก ต่างประเทศ	<p>ตลอดเวลา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความพร้อมใน การจัดฉาย ภาพยนตร์ใน ระบบดิจิทัลยังมี ไม่มากพอ และ ยังมีค่าใช้จ่ายใน ชั้นการผลิตที่สูง ● ห้องแล็บยังไม่ได้ มาตรฐานระดับ สากล ยังคงพบ ปัญหาที่นำไป 	<p>งานบางด้าน เช่น การตัดต่อ สามารถทำใน คอมพิวเตอร์ ได้ทั้ๆ ไปได้</p> <p>ต้นทุนในการ ผลิตภาพยนตร์ เรื่องหนึ่งจึงลดลง</p>		<ul style="list-style-type: none"> ● ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ ● แนวคิดการจัด จำหน่ายและ การตลาด ● ทฤษฎีเกม ● ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์ ● แนวคิดการ คุ้มครอง 	<p>พื้นฐานของ อุตสาหกรรมนี้ มีการเปลี่ยน แปลงไป สอดคล้องกับ ทฤษฎีการ วิเคราะห์ โครงสร้าง อุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความรู้และ เทคโนโลยีใน ห้องแล็บ ห้อง 	<p>ลงทุนด้าน การศึกษา วิจัยและ พัฒนา เทคโนโลยี ซึ่งต่างจาก ทฤษฎีด้าน การบริหาร ธุรกิจเรื่อง หลักการ พัฒนา ผลิตภัณฑ์</p>	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

5. ด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการตัดต่อ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	ใช้ในต่างประเทศ ไม่ได้ในบางครั้ง			อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา ● แนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน ภาพยนตร์ใน ภูมิภาคเอเชีย	ตัดต่อที่ยังต้อง ซื้อจาก ต่างประเทศ สอดคล้องกับ หลักการที่ว่า ค่าใช้จ่ายของ เอกชนด้าน เทคโนโลยีนั้น เป็นการลงทุน โดยตรงเพื่อให้ ได้ความรู้ ความสามารถ	(Product Research & Develop) และแนวคิด การคุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายใน ประเทศใน เรื่อง มาตรการ การช่วย เหลือจาก	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

5. ด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการตัดต่อ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ใหม่ๆ ที่จะนำ มาใช้ให้เป็น ประโยชน์ต่อ การผลิตสินค้า ดังนั้นแนวคิด การคุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายในประเทศ ของรัฐจึงควร ใช้มาตรการ ส่งเสริมและ พัฒนา	ภาครัฐใน ด้านที่ เกี่ยวกับการ พัฒนา เทคโนโลยี	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

5. ด้านเทคโนโลยีในการผลิตและการตัดต่อ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					เทคโนโลยีที่ แตกต่างไปจาก การคุ้มครองใน เรื่องของการ ผลิตสินค้า		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ควรสร้างแหล่งเรียนรู้ใหม่เพื่อฝึกอบรมคนรุ่นใหม่ให้มีความเป็น “มืออาชีพ” 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทรัพยากรด้านสถานที่ถ่ายทำในประเทศไทยมีหลากหลายแต่มักติดกระบวนการขออนุญาตจากเจ้าหน้าที่ ◉ ทรัพยากรเสริมด้านการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยังมีน้อย เช่น 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ประเทศไทยขาดแหล่งข้อมูลพื้นฐานทางการศึกษาเกี่ยวกับงานภาพยนตร์ ◉ การรวมตัวกันของสมาชิกในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังไม่มี ความเข้มแข็งมากพอ ◉ แหล่งเรียนรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ หน่วยงานรัฐมีนโยบายให้การส่งเสริมเกี่ยวกับกิจการที่ให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดตั้งศูนย์อบรมในแบบเฉพาะทาง ◉ จุดมุ่งหมายของหน่วยงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ความไม่สัมพันธ์กันระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream Industry) กับอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream Industry) ในเรื่องของ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การให้การส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งความรู้พื้นฐานของภาครัฐยังไม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม อีกทั้งกิจกรรมของรัฐที่จัดขึ้น อาทิ การจัด 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตเป็นสินค้า

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด หรือ แหล่งหาความรู้ เพิ่มเติมอื่นๆ ◎ ศูนย์การเรียนรู้ หรือสถาบันที่สอน ด้านภาพยนตร์ โดยตรงยังไม่มีใน ประเทศไทยที่มี มักจะแฝงรวมอยู่ กับสื่อประเภท อื่นๆ	เกี่ยวกับ ภาพยนตร์ใน ประเทศไทย ยังมีไม่มากพอ และผู้ที่จบออก มาก็ไม่ตรงกับ ความต้องการ ของภาคธุรกิจ ◎ มหาวิทยาลัยที่ สอนเกี่ยวกับ ภาพยนตร์มีเพิ่ม มากขึ้นแต่ยังไม่มี	รัฐ แต่ละ หน่วยงาน ไม่ได้ไปใน ทิศทางเดียวกัน นโยบายการ ส่งเสริม พื้นฐานจึงยัง ไม่ไปในแนว เดียวกัน ◎ ภาค อุตสาหกรรม จะต้องรวมตัว	◎ ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ ◎ แนวคิดการจัด จำหน่าย และ การตลาด ◎ ทฤษฎีเกม ◎ ทฤษฎีการสร้าง แบรนด์ ◎ แนวคิดการ ส่งเสริมและ	บุคลากรที่จะ มาทดแทน บุคลากรเดิม ประกอบกับ การปิดกั้นของ สภาพแวดล้อม ของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์เอง มีผลทำให้เกิด การขาดแคลน บุคลากร ซึ่ง	เทศกาล ภาพยนตร์ใน ประเทศก็ไม่ได้ มีจุดมุ่งหมาย ที่จะส่งเสริม อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย อย่างชัดเจน แต่เป้าหมาย เป็นเพียงการ ประชาสัมพันธ์ แหล่ง	ส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<ul style="list-style-type: none"> ประเทศไทยยังขาดสถาบันหรือแหล่งผลิตทรัพยากรบุคคลด้านต่างๆ เพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ 	ความเข้มข้นในหลักสูตร	กันเป็นหนึ่งเดียวให้ได้ เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐ เพื่อให้ภาครัฐช่วยผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการสร้างทรัพยากรพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับ	สนับสนุนภาพยนตร์ของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย	สอดคล้องกับทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อมในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมอื่น	ท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งแตกต่างจากนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนภาพยนตร์ของประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียที่จะมีเป้าหมายที่	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
			อุตสาหกรรม ภาพยนตร์		<ul style="list-style-type: none"> ● การขาดแหล่งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สอดคล้องกับแนวคิดการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศกำลังพัฒนาในเรื่องปัจจัยที่ทำ 	ชัดเจนในวิธีการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในประเทศอย่างจริงจัง และเน้นให้ภาพยนตร์ที่ผลิตจากบริษัทภายใน	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ให้ระบบตลาด ในภาค อุตสาหกรรม ล้มเหลว อันเนื่องมาจาก ความไม่ สมบูรณ์ของ ตลาด สารสนเทศ และสอดคล้อง กับทฤษฎีเกม ในเรื่องข้อมูล	ประเทศเป็น จุดเด่นหรือเป็น ศูนย์กลางของ แต่ละกิจกรรม	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่างๆ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งมีผลต่อการ ตัดสินใจทาง ธุรกิจ		

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

7. สรุปความพร้อม 6 ประการตามความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ต้องให้ความสำคัญสำคัญกับตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น ◉ ต้องเขียนบททำสคริปต์ให้มีลักษณะเป็นสากลมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ มีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศได้เพียงแต่ตลาดยังมีจำกัด ◉ ภาพยนตร์ไทยมีเสน่ห์ดึงดูดให้ชาวต่างชาติสนใจ ◉ ยังไม่มีการให้การกระบวนการผลิตที่ครบวงจรใน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ มีความพร้อมในการแข่งขัน แต่ยังไม่สามารถเปิดตลาดออกไปได้มาก ◉ ต้องมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลกว่ามีกระบวนการขับเคลื่อนอย่างไร ◉ มาตรฐานในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยเรื่องภาพยนตร์มีน้อยและอยู่กระจัดกระจายองค์ความรู้ส่วนใหญ่จึงอยู่ที่คนทำงาน ◉ การทำงานของหน่วยงานรัฐจะช่วยเหลือหรือ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ การที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีความพร้อมแต่ยังไม่สามารถเปิดตลาดออกไปสู่สากลได้อย่างเต็มตัวนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ มีการรับรู้ถึงปัญหาที่มีในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยร่วมกันในแต่ละด้านแต่ยังไม่สามารถรวมตัวกันเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อการผลิตภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าส่งออก

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

7. สรุปความพร้อม 6 ประการตามความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	ลักษณะที่เป็นระบบ <ul style="list-style-type: none"> มีความพร้อมในบางเรื่อง แต่ขาดความพร้อมเรื่อง การนำเสนอ ประเด็นที่น่าสนใจ ในภาพยนตร์ ภาพยนตร์ไทยมีความสามารถ แข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ 	ด้านผู้ผลิต ผู้ลงทุน หรือนักวิจารณ์ ยังไม่มีความชัดเจน <ul style="list-style-type: none"> บุคลากรมีความสามารถมากขึ้น แต่ขาดระบบที่จะดึงคนรุ่นใหม่ เพื่อเข้ามาทดแทน คนในระบบเดิม เพราะระบบยังไม่มีความชัดเจน 	สนับสนุนได้ ต้องเป็นระดับนโยบาย เพราะแต่ละหน่วยงานต้องทำตามกฎหมาย และตามนโยบายที่ได้รับมอบหมาย <ul style="list-style-type: none"> ยังไม่มีหน่วยงานใดของรัฐที่มีภารกิจหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ แนวคิดการจัด จำหน่าย และ การตลาด ทฤษฎีเกม ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ แนวคิดการ ส่งเสริมและ 	โครงสร้าง อุตสาหกรรม และทฤษฎี ความสามารถ แข่งขัน โอกาสและความพร้อม และแนวคิดการ ส่งเสริมและ สนับสนุน ภาพยนตร์ของ ประเทศต่างๆ	<ul style="list-style-type: none"> อย่างเป็นรูปธรรม และไม่สามารถรวมตัวกันเพื่อแก้ไข ปัญหา ดังกล่าวได้ อันมีผลมาจากความแตกต่าง ทางทัศนคติ ค่านิยมและ 	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถเชิงแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

7. สรุปความพร้อม 6 ประการตามความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	แต่ไม่ใช่ใน ขณะนี้ ○ความพร้อมใน แง่เทคนิค ภาพยนตร์ไทยมี สูงมาก แต่ขาด บุคลากรที่จะ นำพาภาพยนตร์ ไทยไปสู่ระดับ สากลประกอบกับ ขาดผู้อำนวยการ สร้างหรือ	มากพอ ○บุคลากรที่ เกี่ยวข้องกับงาน จัดจำหน่าย การ ซื้อขายภาพยนตร์ ยังไม่มีพื้นความรู้ ด้านภาพยนตร์ มากพอ ○ภาพรวมยังไม่มี ความพร้อมในทุก ส่วนงาน (มีความ พร้อมเป็น	ในการดูแล อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย อย่างชัดเจน ○บุคลากรทั้ง ฝ่ายรัฐบาล และฝ่ายเอกชน ในขณะนี้ยัง ไม่มีความ พร้อมที่ชัดเจน โดยเฉพาะ เจ้าหน้าที่รัฐยัง	สนับสนุน ภาพยนตร์ ของประเทศ ต่างๆ ในภูมิภาค เอเชีย	ในภูมิภาค ซึ่ง อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย มีอุปสรรคใน เรื่องกำแพงทาง การค้า เช่น อุปสรรคในเรื่อง การประหยัดต่อ ขนาด / ความ แตกต่างของ ผลิตภัณฑ์ / การทุ่มโฆษณา	วัฒนธรรม เดิมของแต่ละ กลุ่มธุรกิจ ที่ไม่ได้มอง ผลประโยชน์ ส่วนรวมเป็น หลัก	

ตารางที่ 4.3

ประเด็นศึกษาที่ 1 : ด้านความสามารถแข่งขันและความพร้อมของผู้ประกอบการ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 1.3: ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

7. สรุปความพร้อม 6 ประการตามความคิดเห็นของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	โปรดิวเซอร์ที่ เชี่ยวชาญตลาด ภาพยนตร์ใน ระดับสากลและมี เครือข่าย (Connection) ที่ดี กับทาง ต่างประเทศ	บางส่วน) ● การทำงานของ นักวิจารณ์หรือ ผู้สะท้อนภาพ รวมของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย ยังไม่มีมาตรฐาน ที่เที่ยงธรรมมาก พอ เพราะไม่มี กลุ่มหรือสหภาพที่ ชัดเจน	ขาดความรู้ ความเข้าใจใน การให้การ ส่งเสริมและ สนับสนุน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ อย่างมี ประสิทธิภาพ		ด้านเทคโนโลยี / ช่องทางการ จัดจำหน่าย และข้อกำหนด ของรัฐบาล ซึ่ง อุปสรรคเหล่านี้ ส่งผลให้ ภาพยนตร์ไทย พัฒนางานสู่ ตลาดระดับ สากลได้ยาก		

1.3 ภาพรวมด้านความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้นที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแบบเจาะลึกมาวิเคราะห์หรือร่วมกับการประมวลผลตามทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถกล่าวถึงภาพรวมของความพร้อม 6 ประการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาดังกล่าวได้ดังนี้

1. ด้านเงินทุนหรือแหล่งเงินทุน

กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนของภาพยนตร์ไทยไว้ว่า “ในตอนในประเทศไทยมีการสร้างหนังกันปีละ 100-200 เรื่อง แหล่งเงินทุนก็จะมี 2 ลักษณะคือ 1. จากเจ้าของหนังหรือผู้สร้างหนัง และ 2. จากสายหนังหรือผู้จัดจำหน่ายหนัง...”²⁸ อย่างไรก็ตามจากข้อมูลของทุกกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่าบทบาทของ “สายหนัง” เริ่มลดลง ตามทัศนะหนึ่งว่า “ยุคที่สายหนังเจริญรุ่งเรืองทั่วประเทศ แหล่งทุนก็มาจากสายหนัง ปัจจุบันนี้ต่างจังหวัดไม่ได้ทำรายได้มากแหล่งทุนก็จะเป็นพวกสตูดิโอในกรุงเทพ...”²⁹ ดังนั้นที่มาของแหล่งเงินทุนของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 พบว่ามาจาก

1. สตูดิโอสร้างภาพยนตร์หรือบริษัทผลิตภาพยนตร์ เช่น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด / บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด / บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด / บริษัท โมโนฟิล์ม จำกัด เป็นต้น

2. การร่วมทุนระหว่างบริษัทภายในประเทศ เช่น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์กับบริษัท หัวฟิล์ม ทำายฟิล์ม จำกัด (บริษัทในเครือเวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)) เพื่อผลิตภาพยนตร์เรื่อง โหม่ง เท่ง นักเลงภูเขาทอง หรือ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์กับบริษัท ฟิล์มเอเชีย จำกัด เพื่อผลิตภาพยนตร์เรื่อง ม.๘ เป็นต้น

3. การร่วมทุนระหว่างประเทศ เช่น บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) ร่วมลงทุนผลิตภาพยนตร์เรื่อง The Park สวนสนุกผี กับบริษัท ไฮ ฟิล์ม จำกัด / บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ร่วมทุนสร้างภาพยนตร์กับบริษัทจากอีก 4 ประเทศคือ เนเธอร์แลนด์ ไทย ฮังการี และเกาหลีใต้ ผลิตภาพยนตร์เรื่อง คำพิพากษาของมหาสมุทร (Invisible Wave) / ภาพยนตร์เรื่องรัก น้อยนิด

²⁸ สัมภาษณ์ นคร วีระประวัตติ, บรรณาธิการบริหารฟลิกส์ หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์, 21 มีนาคม 2549.

²⁹ สัมภาษณ์ สุภาพ หริมเทพาธิป, บรรณาธิการบริหารนิตยสารไบโอสโคป, 20 มีนาคม 2549.

มหาศาล เป็นการร่วมลงทุนระหว่างบริษัท ซีเนมาเซีย จำกัด และบริษัท Bohemian Films จำกัด / ภาพยนตร์เรื่องสุดเสน่หา ร่วมทุนสร้างระหว่างบริษัท Laong Dao จำกัดกับบริษัท Anna Sanders Films และห้างหุ้นส่วนจำกัด Kick the Machine เป็นต้น

4. กองทุนในต่างประเทศ เงินที่ได้จากกองทุนในลักษณะนี้จะมีหลายแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายของทุนแต่ละชนิด แหล่งเงินทุนเหล่านี้กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ทัศนะว่า “ทุนในต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นทุนให้เปล่า เพียงแต่มีข้อแม้เช่นว่า ทำขึ้นมาแล้วจะต้องให้ลิขสิทธิ์กับประเทศกลุ่มนี้...”³⁰ ประเภทของแหล่งเงินทุนที่มีลักษณะเป็นเงินกองทุนสามารถแบ่งได้ดังนี้

4.1 ประเภทกองทุนจากหน่วยงานของรัฐบาลในแต่ละประเทศ ซึ่งอาจเป็นเงินกองทุนจากหน่วยงานที่ทำงานเพื่อสาธารณะหรือมูลนิธิไม่หวังผลกำไร เช่น ทุนโพรอดุย โอ ซูด (Produire Au Sud³¹) และกองทุนจากหน่วยงาน Centre National de la Cinématographie (CNC) ซึ่งดูแลกองทุนอีล เดอ ฟรองซ์ (Ile de France)³² ของประเทศฝรั่งเศส / ทุนโครงการ New Crowned Hope³³ นครเวียนนา ประเทศออสเตรีย / กองทุนบรัสเซลส์ (สำหรับภาพยนตร์ในชุมชนที่พูดภาษาฝรั่งเศส) และกองทุนฟลันเดอร์ส (สำหรับภาพยนตร์ในชุมชนที่พูดดัตช์) ของประเทศเบลเยียม³⁴ เป็นต้น สำหรับกองทุนลักษณะนี้ในประเทศไทยยังไม่มีเป็นหน่วยงานที่ชัดเจน มีเพียง

³⁰ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

³¹ “Produire Au Sud” คือ ทุนจากประเทศฝรั่งเศส เป็นส่วนหนึ่งของงาน Festival des 3 Continents (เทศกาลของ 3 ทวีปยุโรป) ซึ่งเป็นสัมมนาเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้กับภาพยนตร์เชิงศิลปะในประเทศกำลังพัฒนา โดยมีภาพยนตร์ไทยที่ได้รับทุนดังกล่าวเช่น บึงหญ้าป่าใหญ่ หรือ Onece, A pond, A time ซึ่งเรื่องนี้ยังได้รับการประกาศให้เป็น The Best Project of Produire Au Sud 2004 ได้รับรางวัล Prix Cinéma พร้อมเงินรางวัลจำนวนหนึ่ง ภาพยนตร์ไทย ที่เคยได้รับรางวัลจากงาน Festival des 3 Continents เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ผีน้ำคाराโอเกะ กำกับโดยเป็นเอก รัตนเรือง เป็นต้น

³² ธิดา ผลิตผลการพิมพ์, “บทเรียนจากคานส์ถึงรัฐบาลและวงการหนังไทย,” *Bioscope* 44 (เมษายน 2548): 59.

³³ “โครงการ New Crowned Hope” ภาพยนตร์ที่ได้รับการสนับสนุนทุนสร้างจากโครงการนี้คือเรื่อง แสงศตวรรษ (Syndromes and a Century) กำกับโดยอภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล.

³⁴ ธิดา ผลิตผลการพิมพ์, “บทเรียนจากคานส์ถึงรัฐบาลและวงการหนังไทย,” *Bioscope* 44 (เมษายน 2548): 56-61.

นโยบายเฉพาะปีงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน และจะพิจารณาเป็นเรื่องๆ ไปมากกว่า ซึ่งกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ไว้ว่า

“แหล่งเงินทุนภายในประเทศตอนนี้ยังไม่มีอะไรที่เป็นจริงจัง คือเป็นแค่ไปมากกว่า อย่างที่เขียนปัญหาเรื่องของแสงศตวรรษที่เรากำลังทำอยู่ เราก็เขียนไปขอความช่วยเหลือจากกระทรวงวัฒนธรรม เพราะคิดว่าเขาเป็นหน่วยงานที่ตรง ซึ่งเขาก็ให้ความช่วยเหลือเรา ...ซึ่งนั่นเมืองไทยมันน่าจะมีที่ที่เป็นหลักเป็นฐานมากกว่านี้ เพื่อ Support ภาพยนตร์”³⁵

4.2 ประเภทเงินทุนจากเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดขึ้นในที่ต่างๆ เช่น

- ทุนจากโครงการ Pusan Promotion Plan (PPP) ในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนนักสร้างภาพยนตร์ชาวเอเชียให้มีโอกาสในการสร้างภาพยนตร์และเป็นที่รู้จักมากขึ้น ภาพยนตร์ไทยที่ได้รับการคัดเลือกจากโครงการ PPP เช่น คืนไร้เงา (One Night Husband) / เด็กโต / ปีนใหญ่จอมสลัด ซึ่งจะได้รับรางวัลเป็นทุนสำหรับการพัฒนาบทประมาณ 500,000 บาท

- ทุน Hubert Bals Fund จากเทศกาลภาพยนตร์แห่งรอตเตอร์ดัม โดยมีวัตถุประสงค์หลักของกองทุนนี้ เพื่อผลักดันให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านทางสื่อภาพยนตร์ ตัวอย่างภาพยนตร์ไทยที่ได้รับเงินสนับสนุนจากโครงการนี้ คือ เรื่องรัก น้อยนิด มหาศาล (Last Life in the Universe)

- โครงการสนับสนุนศิลปินในเอเชีย Artists And Researchers In Residence Program จากเทศกาลภาพยนตร์เอเชียฟูกูโอกะ (Focus on Asia Fukuoka International Film Festival)³⁶ เป็นโปรแกรมที่มอบทุนให้ศิลปินในเอเชียได้ทำงานตามสาขาที่ตนเองถนัดในเมืองฟูกูโอกะเป็นเวลา 3 เดือน และนำผลงานออกแสดงในเมือง โดยส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องเกี่ยวข้องกับศิลปะวัฒนธรรม ภาพยนตร์ที่ได้รับเชิญเข้าร่วมฉายในเทศกาลนี้ได้แก่ เพื่อนสนิท

นอกจากนี้กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องยังได้เสริมรายละเอียดในเรื่องของการขอทุนจากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลในต่างประเทศไว้ว่า

“ทุนมันมีหลายแบบหลายหน่วยงาน อย่างเช่น ทุน Hubert Bals Fund ที่เคยได้ ทุนเขาไม่เยอะหรือ แต่เขาจะให้ตาม Process สมมุติว่าเรามีไอเดีย ก็สามารถ

³⁵ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

³⁶ มิวะ, “ชวนเที่ยวฟูกูโอกะ เมืองที่สนับสนุนศิลปะเอเชียและภาพยนตร์เอเชีย,” *Bioscope* 57 (สิงหาคม 2549): 29.

เสนอได้ว่าเราต้องการ Script Development เขาก็จะให้เงินมา สมมุติว่าหนึ่งหมื่นเหรียญ มันก็คือ สี่แสนบาท ...ส่วนมากเขาจะไม่ค่อยให้พวก Production พวก Production ต้องไปหาเงินอย่างอื่น หรือไม่ก็คุณทำมา 80% แล้วค่า Post ไม่พอ ก็สามารถสมัครขอค่า Post เขาก็อาจพิจารณาให้...”³⁷

5. จากนักลงทุนหรือแหล่งเงินทุนทั่วโลก ไปในต่างประเทศ เช่น นักลงทุนอิสระ / ธนาคาร / บริษัทจัดหาทุนหรือ Funding Agent³⁸ เงินลงทุนจากแหล่งเงินทุนทั่วโลก ไปนี้นิยมใช้กับภาพยนตร์ที่ไม่ได้ผลิตมาจากสตูดิโอใหญ่หรือบริษัทผู้สร้างหลักๆ โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ อภิชชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / พิมพกา ไทวาระ / ชลิดา เอื้อบำรุงจิต ฯลฯ ได้กล่าวถึงแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนในต่างประเทศอย่างสอดคล้องตรงกันว่า บุคคลที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ดีที่สุดคือ ผู้อำนวยการสร้างหรือโปรดิวเซอร์ ซึ่งจะมีหน้าที่จัดหาแหล่งเงินทุนจากที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากหน่วยงานของรัฐ องค์กรเอกชน หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งโปรดิวเซอร์ที่ทำหน้าที่นี้มีทั้งลักษณะทำงานเป็นอิสระ (Freelance) และทำงานในลักษณะเป็นตัวแทนของบริษัทจัดหาทุน โดยจะมีหน้าที่หลักๆ ในการจัดหาทุนจากแหล่งเงินทุนทุกชนิดและคอยอำนวยความสะดวกในเรื่องของการจัดเตรียมเอกสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเอกสารในการขอรับเงินทุน การกรอกแบบฟอร์มเป็นภาษาต่างๆ ทั้งนี้เพื่อผลักดันให้ผู้กำกับที่มีข้อตกลงร่วมกันนั้นได้รับเงินทุนจากแหล่งเงินทุนเหล่านั้น และนำมาสร้างภาพยนตร์ในลำดับต่อไป โดยมีผลประโยชน์ให้กับโปรดิวเซอร์เป็นการแบ่งเปอร์เซ็นต์จากยอดขายได้ที่ภาพยนตร์ได้รับตามแต่เงื่อนไขและข้อตกลงที่มีระหว่างกันเป็นผลตอบแทน

สำหรับในประเทศไทย กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ Gilbert Lim / สันต์ เปสตันยี / นคร วีระประวัตติ ฯลฯ ได้ให้ทัศนะที่เห็นสอดคล้องกันเรื่องแหล่งเงินทุนในประเทศไทยว่า ยังไม่มีเงินทุนจากภาพยนตร์เรื่องใดที่ได้มาจากธนาคารโดยตรงและเห็นว่า การขอเงินกู้เพื่อมาสร้างภาพยนตร์ สำหรับธนาคารในประเทศไทยนั้นยังไร้หลักประกันและมีความเสี่ยงสูง เนื่องจากภาพยนตร์ไทยยังไม่สามารถคาดการณ์ได้แน่นอนว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ จะทำรายได้ได้ตามความคาดหมายหรือไม่

³⁷ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

³⁸ Funding Agent คือ บริษัทที่รวบรวมทุนจากที่ต่างๆ ทั้งจากนักลงทุน ธนาคาร กระทรวงหรือหน่วยงานของรัฐต่างๆ ของแต่ละประเทศ เพื่อนำเงินมาให้ผู้ที่สนใจจะผลิตภาพยนตร์ได้นำไปใช้ และบริษัทจะคิดดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมเตรียมงานต่างๆ จากผู้ที่นำเงินดังกล่าวไปสร้างภาพยนตร์ เงินที่มาจากแหล่งทุนนี้มักใช้กับภาพยนตร์อิสระหรือ Independent Film

2. ด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร

ตามที่คณะของกลุ่มผู้บริหาร อาทิ สันต์ เปสตันยี / สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล ฯลฯ มีความเห็นว่า บุคลากรทางด้านห้องแล็บหรือทางด้านเทคนิคพิเศษ (Technical) ยังคงมีทักษะในการทำงานไม่มากพอ ส่วนใหญ่จะขาดความชำนาญและขาดทักษะการเลือกวิธีการสำหรับการใช้อุปกรณ์ อีกทั้งขาดชั่วโมงบินและประสบการณ์ในการทำงานที่มากพอ จึงเป็นเหตุให้ขาดทักษะในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานให้เข้ากับระบบและขั้นตอนหรือรายละเอียดปลีกย่อยเกี่ยวกับงานทางด้านห้องแล็บและห้องตัดต่อ ซึ่งที่คณะดังกล่าวสอดคล้องกับกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ ปรัชญา ปิ่นแก้ว / รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม / กิตติศักดิ์ สุวรรณโกศล ฯลฯ ที่มีความเห็นร่วมกันว่า ด้านเทคนิคพิเศษหรือสเปเชียล เอฟเฟค รวมทั้งด้านเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์กราฟฟิค เป็นสิ่งที่ยังรอการพัฒนาอีกมาก เนื่องจากบุคลากรขาด “ศิลปะ” ในการใช้เครื่องมือดังกล่าว

ในขณะที่ที่กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ทีมงานในส่วนงานการผลิตหรือโปรดักชันของไทยมีความพร้อมในส่วนงานด้านนี้สูงกว่างานด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นทีมผลิต (Production) ทีมกล้อง (Camera) ทีมไฟ (Lighting) ทีมเซ็ตฉาก (Set up) ฯลฯ ต่างก็ได้รับการยอมรับจากต่างชาติในลักษณะที่ว่า ราคาย่อมเยาแต่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังมีความอดทนและไม่จุกจิกในการทำงาน

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ / ปรัชญา ปิ่นแก้ว / วิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง / สมจริง ศรีสุภาพ ฯลฯ มีความเห็นเสริมในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรในส่วนที่ยังไม่มีความพร้อมมากนัก โดยเห็นว่า ควรมีการจัดตั้งเป็นสถาบันการเรียนการสอนเกี่ยวกับงานด้านภาพยนตร์โดยเฉพาะ หรือควรมองการพัฒนาในระบบในภาพรวม โดยเริ่มตั้งแต่การผลิตบุคลากรในส่วนงานสร้างสรรค์ (Creative) พัฒนาด้านการเขียนบท การกำกับการแสดง และการเรียนรู้เทคนิคในการแสดง (Acting) และสนับสนุนให้เกิดการสร้างงานอย่างหลากหลาย โดยให้บุคลากรที่มีประสบการณ์จริงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เป็นผู้ให้ความรู้และร่วมกันพัฒนาให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถเติบโตในสภาวะแวดล้อมจริง

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาในด้านความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากร จากความเห็นของทุกกลุ่มตัวอย่างสามารถนำมาประมวลผลได้ดังนี้

1. ด้านระบบในการจ้างงานบุคลากรในส่วนงานต่าง ๆ

1.1 ระบบการจ้างงานแบบอิสระ (Freelance) กลุ่มผู้บริหาร อาทิ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล / สันต์ เปสตันยี ฯลฯ ให้ทัศนะว่า ระบบการจ้างงานที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย คือ ระบบการจ้างงานอิสระ โดยเฉพาะในตำแหน่งผู้กำกับและคนเขียนบท เนื่องจากสามารถลดต้นทุนการผลิตและลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานภายในสำนักงาน(Office)ลงได้

ในขณะเดียวกันการจ้างงานในลักษณะดังกล่าวได้ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการขาดอำนาจในการต่อรองและความมั่นคงทางการทำงานกับกลุ่มผู้กำกับและคนเขียนบท ซึ่งกลุ่มผู้กำกับและกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ ปรัชญา ปิ่นแก้ว / พิมพกา โตวิระ / นต ทองศรีพงศ์ / สุภาพ หริมเทพาธิป ฯลฯ ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่น่าสนใจว่า เป็นเพราะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยขาดความเป็น “อุตสาหกรรม” อย่างแท้จริง เนื่องจากขาดการรวมกลุ่มที่มีพลังในลักษณะสหภาพหรือ Union ที่จะคอยดูแลและกำหนดผลประโยชน์ขั้นต่ำที่คนทำงานควรจะได้รับ บุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์จึงขาดสวัสดิการ ไม่มีกฎเกณฑ์และไร้หลักประกันในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัญหาในลักษณะที่ว่า ภาคธุรกิจไม่สามารถรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่ตนถนัดให้ทำงานอยู่ในธุรกิจนี้ได้อย่างมั่นคง แต่จะเกิดภาวะสมองไหลไปสู่ภาคธุรกิจอื่นๆ ที่มีรายได้ที่มั่นคงและแน่นอนมากกว่า

ในภาพรวมทุกกลุ่มตัวอย่างจึงมีทัศนะที่สอดคล้องกันว่า บุคลากรส่วนที่ขาดแคลนและจัดได้ว่ามีประสิทธิภาพน้อยที่สุดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยคือ กลุ่มบุคลากรด้านการเขียนบท โดยกลุ่มผู้บริหารให้ทัศนะความสำคัญของคนเขียนบทไว้ว่า “...คนเขียนบทภาพยนตร์ คือหัวใจของงานภาพยนตร์...”³⁹

1.2 ระบบการคัดเลือกดารานักแสดง

ระบบในการคัดเลือกดารานักแสดงนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นคล้ายกันในเรื่องของดารานักแสดงของไทย โดยกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ สันต์ เปสตันยี / วิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง สมจริง ศรีสุภาพ / พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ ฯลฯ ให้ทัศนะว่า ดารานักแสดงไทยยังขาดความรู้เกี่ยวกับการแสดงซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ในการแสดงภาพยนตร์ เนื่องจาก ‘ดารา’ ที่นำมาแสดงเป็นบุคคลที่ไม่เคยผ่านการฝึกการแสดงมาเลย แต่จะเน้นที่รูปร่างหน้าตาที่ดี บุคลากรรุ่นใหม่ที่มาเป็นดารา

³⁹ สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

นักแสดงจึงมองว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์หรืออุตสาหกรรมบันเทิงเป็นแหล่งรายได้ที่ได้เงินเป็นกอบเป็นกำ นักแสดงรุ่นใหม่ที่เข้ามาจึงไม่ได้เป็นผู้ที่ตั้งใจอยากจะเป็นนักแสดงที่ดีจริงๆ

นอกจากนี้กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ สมจริง ศรีสุภาพ / กิตติศักดิ์ สุวรรณโกศล / ชนะใจ ต้นไทรทอง ฯลฯ มีความเห็นในเรื่องของ วงจรดารานักแสดงว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมักจะไม่มียุคสำหรับคนอายุ 30 ปีขึ้นไป จึงเกิดผลกระทบทำให้วงจรดาราเสื่อมลงและเกิดดารารุ่นใหม่ที่ขาดประสบการณ์ทางการแสดงอยู่เสมอ อีกทั้งผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องมักจะให้ความสนใจกับดารานำใหม่และดาราที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในกระแสสังคมขณะนั้นอยู่เสมอ จึงทำให้บุคลากรด้านดารานักแสดงขาดคุณภาพ

2. ขาดบุคลากรในตำแหน่งสำคัญๆ ที่เกี่ยวกับงานต่างประเทศ ดังนี้

2.1 ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างหรือผู้บริหารการประสานงาน (Producer) กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ ยงยุทธ ทองกองทุน / อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / บัณฑิต ฤทธิ์ถกล / ชลิดา เอื้อบำรุงจิต / ก้อง ฤทธิ์ดี / ศ.ดร. อภินันท์ โปษยานนท์ ฯลฯ ได้ให้ทัศนะที่ตรงกันว่า ตำแหน่งผู้อำนวยการสร้างหรือโปรดิวเซอร์ (Producer) มีความสำคัญต่อการสร้างภาพยนตร์ ในลักษณะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้กำกับภาพยนตร์ และเป็นผู้ทำหน้าที่ขงเรื่อง ประสานงาน และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้กำกับภาพยนตร์กับผู้ลงทุนหรือแหล่งเงินทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้ที่ทำหน้าที่นี้ได้ดีจะต้องเป็นผู้ที่มีใจรักในงานภาพยนตร์และปรารถนาจะผลักดันให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ สามารถไปได้ไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยจะทำทุกทางเพื่อหาเงินทุนมาสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ และนำไปจัดฉายในที่ต่างๆ ให้ได้มากที่สุด ผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวนี้ จะต้องมีความสามารถในเชิงธุรกิจ และมีความเป็นศิลปินผสมผสานกันอยู่ในตัว อีกทั้งต้องเก่งในเรื่องของภาษา บุคลากรด้านนี้ในประเทศไทยจึงมีน้อยจนแทบจะนับคนได้

2.2. บุคลากรที่มีทักษะเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในต่างประเทศ

2.2.1 ทักษะทางด้านภาษา บุคลากรที่มีความรู้และมีทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียนในระดับดีมีน้อย

2.2.2 ทักษะทางการขายและการเจรจาต่อรอง ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องบุคลากรด้านงานขายและจัดจำหน่ายนั้นขาดประสบการณ์ในการทำงาน

รวมทั้งขาดเทคนิคในการเจรจาต่อรอง ส่วนหนึ่งของปัญหานี้กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ทัศนะไว้ว่า

“...ปัญหาของบ้านเรา คือเรายังมีความรู้เรื่องหนังยังไม่พอ แม้กระทั่งจะขายหนังไทย แต่รู้ว่าดาราคอนนั้นเป็นใคร คนนี้เป็นใคร มันไม่พอ คุณต้องรู้ประวัติศาสตร์หนังด้วยซ้ำไป บางทีการที่เรามีความรู้เยอะมันจะช่วยให้เยอะในการตอบคำถาม ... คือเขาต้องมีความรู้เฉพาะทางเพื่อเวลาคนที่เขาถาม และถ้าเรา Blank เนี่ย มันก็จบเหมือนกัน...”⁴⁰

2.3 ตำแหน่งนักกฎหมายเฉพาะด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment Lawyer)

ในต่างประเทศบุคลากรด้านกฎหมายเฉพาะธุรกิจบันเทิงหรือ Entertainment Lawyer จะทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ของดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง เพื่อไม่ให้ดารานักแสดงเหล่านั้นถูกละเมิดสิทธิของตน สำหรับในประเทศไทยนักกฎหมายทั่วไปมักจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์มีเพียงความรู้ในด้านกฎหมาย ซึ่งธุรกิจภาพยนตร์นั้นมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกับสินค้าประเภทอื่น เรื่องของสิทธิในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์จึงมีรายละเอียดปลีกย่อยมากมาย และในประเด็นดังกล่าวนี้กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“...Entertainment Lawyer ต้องเข้าใจธุรกิจด้วย เพราะบางคนมาเฉพาะด้วยเรื่อง ‘คำ’ แต่ไม่มีความเข้าใจในธุรกิจ ...งานหนังก็จะมีรายละเอียดทางด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องของ Timing เรื่องของรายละเอียดใน Material ...หนังบางทีมันรวมของที่เคยมีอยู่แล้วมาอยู่ในหนังเรื่องนี้ คนนี้ แรงบันดาลใจจากตรงนี้ มีเพลงประกอบที่เป็นลิขสิทธิ์ของคนนั้นคนนี้ มีภาพ คือมันมีรายละเอียดซับซ้อน มากกว่าการขายสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด...”⁴¹

อย่างไรก็ตามปัญหาร่วมที่สำคัญสำหรับการขาดบุคลากรในตำแหน่งสำคัญๆ เกี่ยวกับงานต่างประเทศ คือ เรื่องของ “ภาษา” ที่กลุ่มผู้กำกับให้ความเห็นไว้ว่า “...คนทำหนังไทยที่พูดภาษาอังกฤษเก่งๆ เนี่ยก็ค่อนข้างน้อย ฉะนั้นมันก็จะมีคนอย่างอ้อม (ดวงกมล ลิ้มเจริญ) ที่

⁴⁰ สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

⁴¹ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

เสียชีวิตไปที่จะรู้จักคนมากหน่อย หรือคนอื่นบางคนที่มีอยู่เพียงไม่กี่คนแค่นั้นเองที่สามารถทำได้...”⁴²

3. ด้านนโยบายรัฐและเอกชน

ด้านนโยบายรัฐและเอกชน กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง ต่างมีทัศนคติที่สอดคล้องกันดังนี้

ภาครัฐ ทั้งสามกลุ่มตัวอย่างต่างเห็นว่า นโยบายจากภาครัฐนั้นไม่มีความแน่นอนและไม่มีความชัดเจน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลและคณะทำงานในระดับรัฐมนตรีและข้าราชการประจำบ่อย รวมทั้งนโยบายของรัฐมุ่งเน้นที่ตัว “เงิน” มากกว่าการให้การส่งเสริมในด้าน “ความรู้” ซึ่งกลุ่มผู้กำกับแสดงทัศนะไว้ว่า

“รัฐจะไม่ Support ด้านความคิดสร้างสรรค์ จะไม่มีพิพิธภัณฑ์ที่ดี ...ฉะนั้นคนก็ไม่รู้จัก เพราะไม่ได้ถูกปลูกฝังมาตั้งแต่เด็ก ไม่เกิดความนิยมในสิ่งที่สร้างสรรค์ ที่มันทำหายต่อสมอง ...ฉะนั้นเมื่อมันโตขึ้นมามันก็มีความคิดเพียงแค่ว่าด้านเดียวหมด ...รัฐควรให้ ‘การศึกษา’ กับประชาชนมากกว่า”⁴³

โดยกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง มีทัศนคติที่สอดคล้องกันว่า “รัฐเน้นแต่พัฒนาด้าน ‘เทคโนโลยี’ ในขณะที่ภาค ‘ศิลปะ’ รัฐไม่เคยให้ความสำคัญ...”⁴⁴ ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งให้ทัศนะว่า “...ภาพยนตร์มันไม่ใช่สินค้าประเภท ข้าวหรือน้ำตาล มันเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ฉะนั้นรัฐบาลควรมีสิทธิ์มีเสียงในการกำหนดทิศทางได้บ้าง...”⁴⁵ นอกจากนี้ยังเห็นว่ากฎหมายเกี่ยวกับภาพยนตร์ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการ “ควบคุม” มากกว่าการให้ “การส่งเสริมและสนับสนุน” ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นจากกลุ่มผู้บริหาร อาทิ สันต์ เปสตันยี / สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล วิสูตร พูลวรลักษณ์ ฯลฯ ที่เห็นว่า ในบางครั้งการตีความตัวบทกฎหมายของเจ้าหน้าที่รัฐมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ในบางกรณีจึงเกิดมาตรฐาน 2 แบบ(Double Standard) ที่ส่งผลกระทบต่อตัวภาพยนตร์ไทยและก่อให้เกิดการเสียเปรียบทางการค้า

ในขณะที่กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ เฉลิมลาภ คเนจร ณ อยุธยา / ศ.ดร.อภิรักษ์ โปษยานนท์ วรณศิริ โมรากุล ฯลฯ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐว่า นโยบายของแต่ละกระทรวงเน้นการ

⁴² สัมภาษณ์ บัณฑิต ฤทธิถกล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 9 มกราคม 2547.

⁴³ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

⁴⁴ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกติน, นักวิชาการและคอลัมนิสต์อิสระ, 4 มิถุนายน 2549.

⁴⁵ สัมภาษณ์ ก้อง ฤทธิดี, นักวิจารณ์สิ่งพิมพ์ในเครือบางกอกโพสต์, 14 มกราคม 2549.

ให้การสนับสนุนไปในแต่ละด้านตามแต่ชอบข่วยความรับผิดชอบ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออก มุ่งเน้นให้การสนับสนุนในเรื่องของ “สถานที่ถ่ายทำ (Location)” และ “ตัวงานภาพยนตร์” ผ่านการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์กรุงเทพ ในขณะที่สำนักงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม เน้นการส่งเสริมและให้การสนับสนุนกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในงานด้านทัศนศิลป์ วรรณศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ภาพยนตร์ และศิลปะการแสดง

แต่เหนืออื่นใดคือ การเข้าใจหลักในการทำงานของหน่วยงานราชการ ที่มีลักษณะการ “สั่งงานตามลำดับชั้น” และต้องระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนั้นการมอบหมายภารกิจใดให้หน่วยงานราชการใดทำ หากไม่ใช้วิธีการสั่งงานลงมาตามลำดับชั้นตอนก็ต้องเป็นการบรรจุอยู่ในนโยบายของรัฐบาล

ภาคเอกชน ทุกกลุ่มตัวอย่าง อาทิ สันต์ เปสตันยี / พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ / ก้อง ฤทธิ์ดี / นคร วีระประวัตติ / วรรณสิริ โมรากุล ฯลฯ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การส่งเสริมหรือสนับสนุนจากภาคเอกชนยังขาดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวและขาดผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และทำงานเพื่อส่วนรวมอย่างแท้จริง รวมทั้งยังขาด “จุดมุ่งหมายร่วมกัน” และภาคเอกชนยังไม่มี ความชัดเจนในการทำงาน ขาดระบบที่ดีในการควบคุมและคานอำนาจซึ่งกันและกัน ที่สำคัญองค์กรเอกชนยังขาดความร่วมมือและขาดอำนาจในการบังคับหรือควบคุมสมาชิกให้ปฏิบัติตามข้อตกลงที่มีร่วมกัน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในเรื่องของผลประโยชน์ และมุมมองต่อธุรกิจการค้าที่มีความเห็นแตกต่างกัน

4. ด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม

ในภาพรวมด้านทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม ทุกกลุ่มตัวอย่าง อาทิ สันต์ เปสตันยี / Gilbert Lim / สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล / วิสูตร พูลวรลักษณ์ / สมจริง ศรีสุภาพ / ชนะใจ ต้นไทรทอง วรรณสิริ โมรากุล / สามารถ จันทรสूरย์ ฯลฯ มีทัศนคติที่น่าสนใจต่างๆ ดังนี้

ทัศนคติ 1 ทัศนคติของคนทำงานมีความตั้งใจมากขึ้น มีระบบและมีคุณภาพที่ดี มีความตั้งใจในการทำงาน รวมทั้งมีประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการได้ร่วมงานกับต่างชาติ ส่งผลให้สามารถประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้อย่างจริงจังและทำเป็นอาชีพได้มากขึ้น

ทัศนคติ 2 บุคลากรในบางส่วนงานขาดความซื่อสัตย์ และขาดความใส่ใจในการทำงาน โดยมักจะรอรับคำสั่งเพื่อทำตามมากกว่าการทำเพราะรู้หน้าที่

ทัศนคติ 3 การบริหารองค์กรเป็นเรื่องของหลักในการทำการค้าที่แต่ละบริษัทก็มีหลักการในการทำงานที่ไม่เหมือนกัน วัฒนธรรมองค์กรก็แตกต่างกัน รวมถึงการทำงานของภาคเอกชนกับ

ภาครัฐก็มีความแตกต่างกัน ดังทัศนะที่กล่าวว่า “...ทัศนคติและวัฒนธรรมองค์กรของข้าราชการประจำ หากไม่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ไม่รอบรู้ในเรื่องที่ตนเองรับผิดชอบอย่างถูกต้องก็จะชงเรื่องผิด...”⁴⁶

5. ด้านเทคโนโลยี การผลิตและการติดต่อ

กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล / ยงยุทธ ทองกองทุน / ชลิดา เอื้อบำรุงจิต ฯลฯ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ในการถ่ายทำ ห้องแล็บ ห้องตัดต่อ และอุปกรณ์เอฟเฟคต่างๆ ว่า ประเทศไทยยังพึ่งพาการนำเข้าอุปกรณ์เหล่านี้จากต่างประเทศทั้งหมด และยังไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีในส่วนนี้ภายในประเทศ ทำให้ต้องสูญเสียรายได้ไปกับการซื้ออุปกรณ์ให้ทันสมัยตลอดเวลา อีกทั้งความพร้อมของเทคโนโลยีในห้องแล็บบางอย่าง ประเทศไทยยังไม่สามารถทำได้ตามมาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานยุโรป(EU) หรือ มาตรฐานอเมริกาได้ จึงทำให้การทำงานต้นฉบับในบางครั้งไม่สามารถใช้งานในต่างประเทศได้ จึงต้องส่งต้นฉบับไปทำในต่างประเทศแทนเพื่อให้ได้ต้นฉบับที่ดีที่สุดสำหรับการจัดทำสื่ออื่นๆ ต่อไป

อย่างไรก็ตาม ในบางทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ความเห็นในแง่ดีของการพัฒนาทางเทคโนโลยีไว้ว่า “...ตอนนี้เทคโนโลยีมีราคาถูกลงและเครื่องมือหรือขั้นตอนบางอย่างสามารถทำในคอมพิวเตอร์ได้ ใครๆ ก็สามารถสร้างหนังได้ ไม่ต้องใช้เงินมากอย่างแต่ก่อน...”⁴⁷ ซึ่งเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อการผลิตภาพยนตร์ไทยว่ามีบทบาทในทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ (Pre-Production) ขั้นตอนการถ่ายทำ(Production) และขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post-Production) ล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญทั้งสิ้น

6. ด้านทรัพยากรพื้นฐานในด้านต่าง ๆ

ในด้านเกี่ยวกับทรัพยากรพื้นฐาน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1. ทรัพยากรพื้นฐานในด้านการศึกษาและความรู้พื้นฐาน
2. ทรัพยากรพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและสถานที่

⁴⁶ สัมภาษณ์ วรรณศิริ โมรากุล, ผอ.กองกิจการภาพยนตร์สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 14 มิถุนายน 2549.

⁴⁷ สัมภาษณ์ นต ทองศรีพงศ์, โปรดิวเซอร์อิสระ, 19 มกราคม 2549.

1. ทรัพยากรพื้นฐานในด้านความรู้และการศึกษา

กลุ่มผู้บริหารได้ให้ทัศนะว่า “...การที่เราเทรนกันเองเนี่ย มันก็กินเวลา โหยกว่าจะได้ ผู้ช่วยผู้กำกับเก่งๆ หนึ่งคนเนี่ย ไม่ต่ำกว่าห้าปีนะ กว่าจะได้มาคนหนึ่ง มันไม่มีโรงเรียน มันต้องมาทำงานจริงๆ โคนด่าทุกวันๆ ก็เก่งขึ้นมา ก็เป็นวิธีนี้มาตลอด ซึ่งมันไม่มีโรงเรียนที่เป็นโรงเรียนจริง...”⁴⁸ และ “แหล่งเรียนรู้ยังมีน้อยเกินไป ไม่สามารถผลิตออกมาได้เพียงพอกับความต้องการของตลาด เพราะมีการไหลไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ...ส่วนหนึ่งเพราะไม่ได้ผลิตออกมา ตรงความต้องการของตลาด...”⁴⁹ โดยประเด็นเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์นี้ ทุกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องกันว่าควรจะมีการผลักดันและลงทุนโดยภาครัฐบาล เพราะเป็นการลงทุนที่สูงและต้องอาศัยระยะเวลายาวนานในการหล่อหลอมให้เกิดผล ประกอบกับรัฐควรมีแหล่งค้นคว้าหรือแหล่งศึกษาที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ตัวอย่างทัศนะเหล่านั้นเช่น “แหล่งค้นคว้า หรือแหล่งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยมีน้อยถึงไม่มี และส่วนมากเป็นข้อมูลเกี่ยวกับดารา เราไม่ค่อยมีข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา (Database) พื้นฐานประเภท ‘ประวัติหนังไทย’...”⁵⁰ และ “...แหล่งเรียนรู้หรือสถาบันเฉพาะ ควรจะเอาภาพให้ชัดว่าอยากจะทำอะไร สถาบันต้องมีความแข็งแกร่งและชัดเจนในจุดยืน...”⁵¹ และทัศนะของกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ที่เห็นว่า

“...ประเทศไทยขาดสถาบันที่จะผลิตบุคลากรมาป้อนวงการ ไม่มีการปั้นเด็กใหม่ๆ ขึ้นมา สักพักหนึ่งก็จะมีคนเก่งๆ อย่างอภิชาติพงศ์ จุติมาแล้วก็มีหนังที่เขาถกยกย่องกัน แล้วก็หายไปอีก 3 ปี 5 ปี คือ เพราะสาเหตุมาจากเราไม่ได้ทำอะไรเป็น ‘ระบบ’ โรงเรียนการแสดงหรือโรงเรียนภาพยนตร์เราเนี่ย มันยังไม่มีเป็นเรื่องเป็นราว ผู้กำกับส่วนใหญ่ไม่ได้จบทางภาพยนตร์มา น้อยคนมาก คือมันไม่มีสถาบันที่ผลิตบุคลากรป้อนอุตสาหกรรม ...มันต้องผลิตคน ถ้าไม่ผลิตคนก็ไม่รู้จะไปหาคนมาจากไหน”⁵²

⁴⁸ สัมภาษณ์ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทโลโก้ เฮ้าส์ พิล์ม เซอร์วิส จำกัด, 10 เมษายน 2549.

⁴⁹ สัมภาษณ์ สุภาพ หริมเทพาธิป, บรรณาธิการบริหารนิตยสารไบโอสโคป, 20 มีนาคม 2549.

⁵⁰ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

⁵¹ สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549.

⁵² สัมภาษณ์ วิศิษฎ์ ศาสนเที่ยง, ผู้กำกับภาพยนตร์, 24 สิงหาคม 2549.

นอกจากนี้กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้กล่าวเสริมไว้ว่า

“หนังสือเนี่ยครั้น ‘ต้องให้คนเข้าใจตั้งแต่เด็ก’ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นอนุบาลได้ก็
จะดีมาก ปูพื้นฐานเรื่องภาพยนตร์ให้กับเด็ก บอกได้เลยว่าเด็กจะมีความเข้าใจหนึ่ง
...คือตรงเนี่ยเราสอนเด็กตั้งแต่เล็กๆ เลยให้รู้จักดูหนังเนี่ยนะฮะ มันต้องใช้เวลา
นิดหนึ่ง เวลาแค่ปีสองปีใช้ไม่ได้ ต้องใช้เวลาเป็นสิบๆ ปีเพื่อที่จะปูพื้นฐาน ต้องเอา
หนังเข้าไปสอนในโรงเรียนแล้วนะ ต้องเปลี่ยนรูปแบบการสอนใหม่แล้ว...”⁵³

และทัศนะในอีกแง่มุมหนึ่งมีความเห็นว่า

“แหล่งเรียนรู้เฉพาะนั้นมีความเป็นไปได้ เพราะเด็กรุ่นใหม่มีความสนใจหนังเยอะขึ้น
ปัญหาคือ เมื่อก่อตั้งขึ้นมาแล้ว บุคลากรที่จะมาสอนเนี่ย มีความรับผิดชอบได้แค่
ไหน ที่ผ่านมาก็แค่จะเอาชื่อคนดัง มาสอน ไม่ได้เอาความสามารถของคนนั้นมา
สอน เอาชื่อเสียงเขามาผลาญ เขามาสอนแบบเด็กๆ ชั่วโมงสองชั่วโมงก็กลับบ้าน
อย่างนี้มัน ก็ไม่ได้อะไร ผมยังคงสอนวิชาหนังเลย สอนตั้งสามสี่ปี ผมก็ยังเห็น
ว่ามันยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ได้ผล มันต้องสอนสี่ปี ปัญหาคือจะมีใครมาเรียนสี่ปี
ใหม่ ปัญหาคือ จะมีใครกล้ามาลงทุน ลงแรง ปัญหาคือ แม้แต่คนที่จะมาเรียนเอง มี
ใครอดทนยาวนานไหม คำตอบ คือ ไม่มีใครอดทน...ไม่มี เราก็จะเรียนกันอย่าง
ฉาบฉวยอยู่เสมอๆ...”⁵⁴

และมีทัศนะที่มีความเห็นในแสดงความเป็นห่วงหากมีการตั้งแหล่งเรียนรู้เฉพาะเกี่ยวกับ
ภาพยนตร์ขึ้นมาว่า

“...คือมันก็มีดีค่ะ แต่ว่าความเป็นไปได้อาจจะยังน้อยอยู่ เพราะว่าพวกเรายังไม่ได้
ทำให้อุตสาหกรรมหนังไทยมันเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกอย่างแท้จริงนะค่ะ
เพราะฉะนั้นพอเราที่ต้องการปั้นขึ้นมาแล้วเราจะเอาเขาไปทำอะไรต่อหละ เราไม่ได้
เปิดโอกาสให้คนทุกคน ถ้ามานักศึกษาฟิล์มตอนนี้ที่อยู่ในสถาบันต่างๆ ปีหนึ่งก็เป็น
ร้อยๆ คนนะค่ะ ...เรายังรองรับงานให้เขาได้ไม่หมดเลย ฉะนั้นการเปิดเพิ่มกับ

⁵³ สัมภาษณ์ รัชชานต์ วิวัฒน์สินอุดม, หัวหน้าภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 16 มีนาคม 2549.

⁵⁴ สัมภาษณ์ นันทขว้าง สิริสุนทร, นักวิจารณ์ภาพยนตร์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ, 8 มีนาคม 2549.

สถาบันภาพยนตร์เนีย ต้องตอบใจทักก่อนว่า เราจะส่งเสริมให้เขาไปได้มากน้อยแค่ไหน”⁵⁵

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริหารที่มีทัศนคติว่า “ถ้าจะมีสถาบันเพื่อสร้างบุคลากรให้มา support กับงานตรงนี้ค่อนข้างที่จะยากนะ ผมอยากให้มีมากๆ แต่สถาบันนี้จะ guarantee กับนักศึกษาได้ไหมว่าคุณมาศึกษาแล้วจบแล้ว คุณจะมึงงานทำมันก็ยาก เด็กก็เคือง ผมว่าไม่มีอะไรที่จะเป็นการเรียนรู้ที่ดีเท่ากับการเข้าไปทำงานจริงๆ...”⁵⁶

อย่างไรก็ตามในช่วงปี 2540-2549 ภาครัฐได้มีการเปลี่ยนแปลงการสนับสนุนกิจการภาพยนตร์ในหลายๆ หน่วยงาน และหน่วยงานหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือ B.O.I

โดยปกติแล้ว ลักษณะของกิจการที่บีโอไอให้การส่งเสริมคือ กิจการที่ก่อให้เกิดการลงทุนและการจัดตั้งกิจการขนาดใหญ่ในประเทศเพื่อให้เกิดการลงทุน เกิดการจ้างงานและพัฒนาบุคลากรภายในประเทศ ดังนั้นเมื่อปีโอไอมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ขอบข่ายที่ให้การส่งเสริมจึงมีเพียง “...กิจการผลิตภาพยนตร์ไทยไม่รวม สปอตโฆษณา / กิจการที่ให้บริการแก่ธุรกิจภาพยนตร์ เช่น กิจการทำโพตส์โปรดักชั่น มีโรงถ่ายทำ มีฟิล์มแล็บให้บริการล้างฟิล์ม และกิจการการประสานงานถ่ายทำภาพยนตร์ และการให้บริการอัดเสียงภาพยนตร์ และการให้เช่าอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ บีโอไอจะให้การส่งเสริมในขอบข่ายเท่านี้...”⁵⁷ ซึ่งนับเป็นนโยบายแบบคลาสเตอร์ กล่าวคือ บริษัทที่ลงทุนในเขตอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Movie Town) จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มจาก 5 ปีเป็น 8 ปี โดยเจ้าหน้าที่รัฐให้เหตุผลว่า “...เพราะถ้าเกิดมีความเชื่อมโยงกันของอุตสาหกรรมแต่ละส่วนที่มีความเชื่อมโยงกัน เราเชื่อว่ามันจะช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการได้ และเป็นการดึงดูดเวลาที่ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์...” นโยบายในแบบคลาสเตอร์ของภาครัฐนี้เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์ให้มีการรวมกลุ่มกันและจัดตั้งธุรกิจในพื้นที่ที่บีโอไอให้การส่งเสริมในลักษณะเป็น Movie Town และบริษัทหรือธุรกิจที่ไปตั้งกิจการในพื้นที่ Movie Town นั้นก็จะได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มในด้านลดหย่อนภาษี

⁵⁵ สัมภาษณ์ ชนะใจ ต้นไทรทอง, โปรดิวเซอร์บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 18 มีนาคม 2549.

⁵⁶ สัมภาษณ์ สันต์ เปสตันยี, ผู้บริหารบริษัท ชานด้า อินเตอร์เนชั่นแนล ฟิล์ม โปรดักชั่น จำกัด, 8 มีนาคม 2549.

⁵⁷ สัมภาษณ์ อูทัยวรรณ เดชณรงค์, เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุน กองสิทธิและประโยชน์ 5 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I.), 7 เมษายน 2549.

การให้การส่งเสริมของบีไอโอกลุ่มผู้บริหารมีทัศนะว่า

“...ต้องเกิดตลาดก่อนครับ ตลาดของคนที่จะมาใช้ Movie Town คุณต้องทำการตลาดอย่างสูง คุณต้องลงทุนจริงๆ ภาครัฐต้องเป็นคนลงทุน เอกชนลงทุนลำบาก เพราะว่าโอกาส คือ... อาจจะมีเปิดโอกาสร่วมกับต่างชาติเข้ามาหรือว่าเปิดโอกาสให้เอกชนในนี้ร่วมกับรัฐบาลหรือว่าต่างชาติ เหมือนกับมาคุยแผนงานกัน...ต้องกำหนดเป็นนโยบายของภาครัฐเลยว่า เราจะสนับสนุนตรงนี้อะไรเปอร์เซ็นต์เลยหรือเปล่า สนับสนุนอย่างไร จริงจังแค่ไหน เพราะเท่าที่ผมได้ยินมาก็สนับสนุนแต่ยังไม่เคยมีใครเห็นแฉักชั้นเลย... แต่ได้ยินมาหลายกระแสมาก บริษัทโน้น ฮอลลีวู้ดจะมาเปิด อะไรจะมาเปิดเยอะไปหมด เปิดแล้วเขาได้อะไร เราจะได้อะไร เราต้องมานึกดูว่า เขามาเปิด เขาจะมาเอาเงินออกไปประเทศเขาหรือเปล่า เขามาเปิดที่นี่ เราจะได้อะไรจากเขา ต้องมาดูว่าเขาเอาเงินมาลงทุน เงินตราไม่รั่วไหลออกไปมากนัก คือคนลงทุนเขาก็ต้องมีกำไร เขาก็ต้องคุยกันใน Details ของการทำธุรกิจของตรงนี้...ถ้า Movie Town เปิดจริง มันควรจะเปิดสอนทุกอย่าง สอนกำกับ สอนเขียนบท สอนต่างๆ นานาทุกด้าน แล้วก็ให้คนที่เขาสนใจไปเลือกเรียนเอา ...ถ้ามีโรงเรียนในนี้ มันก็จะดี”⁵⁸

และทัศนะจากกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีความเห็นต่อ Movie Town ว่า

“...พอมี Movie Town ก็ไม่แน่ใจว่ามันจะกลับมาที่อุตสาหกรรมหนังมากขนาดไหน ในภาพรวมของตัวภาพยนตร์ไทยนะ แต่ภาพอุตสาหกรรม ‘คนทำงาน’ ในเนี่ย फिल्म แล็บ อะไรต่างๆ ก็อาจจะดีขึ้น... แต่ตอนนี้มันเป็นเหมือนอะไรที่สร้างตัวเลข สร้างตัวเลขทางการตลาดซะส่วนใหญ่จะไม่มองระยะยาว การสนับสนุน Movie Town ส่วนใหญ่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยส่วนหนึ่ง แต่ไม่ใช่การสร้าง ‘ประสิทธิภาพ’ ให้กับธุรกิจภาพยนตร์ไทยในระยะยาว”⁵⁹

2. ทรัพยากรพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและสถานที่

กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ วิชาชีพ ศาสนาเพียง / นันทขว้าง สิริสุนทร ฯลฯ ให้ทัศนะว่า ภาพยนตร์ไม่ได้เป็นแค่สินค้า(Product)

⁵⁸ สัมภาษณ์ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทไทท์ เฮ้าส์ फिल्म เซอร์วิส จำกัด, 10 เมษายน 2549.

⁵⁹ สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549.

ชนิดหนึ่งในแบบอุตสาหกรรมทั่วไป แต่ภาพยนตร์เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นศิลปะท้องถิ่น ดังนั้นหากจะสอดแทรกวัฒนธรรมพื้นบ้านลงไปในการนำเสนอ ก็ต้องมีศิลปะในการนำเสนอ และต้องใส่ให้เป็นใส่ให้ถูกจังหวะ ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ถึงจะมีความน่าสนใจมากขึ้น

อย่างไรก็ตามความพร้อมในด้านทรัพยากรพื้นฐานทั้งสองด้านดังกล่าวนี้ สิ่งสำคัญคือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังคงขาดระบบการบริหารจัดการทรัพยากรพื้นฐานและทรัพยากรพื้นถิ่นที่ดี อีกทั้งยังมีโครงสร้างระบบให้การส่งเสริมและสนับสนุนที่ไม่ยืดหยุ่นและขาดความคล่องตัวของภาครัฐ โดยเฉพาะการเร่งสร้างและพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ยังคงต้องพึ่งพิงการสนับสนุนและผลักดันจากภาครัฐตลอดเวลา ทรัพยากรพื้นฐานที่มีส่วนพัฒนาบุคลากรในเวลานี้จึงยังไม่มี ความมั่นคงและยั่งยืน

สรุปความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความพร้อมทั้ง 6 ประการ

กลุ่มผู้บริหาร มีความเห็นว่า ต้องเน้นพัฒนาบุคลากรด้านการเขียนบทและต้องทำให้บทภาพยนตร์มีความเป็นสากลมากขึ้น ประกอบกับต้องให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างผลกำไรในเชิงธุรกิจให้มากขึ้น และเร่งขยายฐานลูกค้าในประเทศต่าง ๆ

กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ มีความเห็นว่า ภาพยนตร์ไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ เพราะมีเสน่ห์ดึงดูดใจให้ชาวต่างชาติสนใจ เพียงแต่ความพร้อมยังไม่ครบทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังไม่เป็นระบบที่สามารถผลิตบุคลากรป้อนอุตสาหกรรมได้โดยตรง และปัญหาในเรื่องบุคลากรระดับผู้บริหารหรือผู้อำนวยการสร้างที่จะสามารถนำภาพยนตร์ไทยออกไปสู่ตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การขายในตลาดต่างประเทศของภาพยนตร์ไทยก็ยังขึ้นอยู่กับตัวภาพยนตร์แต่ละเรื่อง (ขายได้เรื่องต่อเรื่อง) ซึ่ง ณ ขณะนี้ยังไม่มีผู้สร้างรายใดที่สามารถสร้างภาพยนตร์เพื่อขายให้ได้ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้

กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง มีความเห็นแบ่งออกเป็นสองส่วน โดยส่วนหนึ่งมีความเห็นว่า บุคลากรมีความสามารถมากขึ้น และมีความพร้อมในการแข่งขัน เพียงแต่ยังขาดระบบในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโดยรวม ในเรื่องการแทนที่คนรุ่นเก่าของวงการด้วยคนรุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพและมีความสามารถมากขึ้น ความคิดเห็นอีกส่วนหนึ่งเห็นว่า ระบบการทำงาน และมาตรฐานการดูงานของผู้ผลิตและนักวิจารณ์ ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องกฎเกณฑ์ ดังนั้นจึงเห็นว่าภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นมีความพร้อมแค่เพียงบางส่วน

กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ มีความเห็นว่า บุคลากรทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนยังไม่มีความพร้อม โดยเฉพาะในส่วนขั้นตอนการทำงานของหน่วยงานรัฐ ที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายของ

หน่วยงานเป็นหลัก ประกอบกับการที่รัฐไม่มีหน่วยงานกลางในการดูแลด้านภาพยนตร์ การให้การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐจึงไปกันคนละทิศละทางขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละหน่วยงานที่สังกัดอยู่ในหลายกระทรวง

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ นำระบบจัดการธุรกิจรูปแบบใหม่เข้ามาใช้ จึงมีการเปลี่ยนจากระบบ “เก่าแก่” มาสู่ระบบ “บริษัท” มากขึ้น ◉ ระบบการจ้างงานในส่วการผลิตนิยมจ้างงานในลักษณะ “รับงานอิสระ” 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบการว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์มีทั้งระบบการจ้างแบบเฉพาะเรื่อง (Case by Case หรือ Job) กับระบบรับงานผ่านบริษัทที่เป็นกิจการของตัวเอง ◉ หากภาพยนตร์มีการร่วมทุนสร้าง 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบการสร้างภาพยนตร์ในประเทศไทยยังไม่มีมาตรฐานเพียงพอที่จะทำให้คนทำงานในอุตสาหกรรมมีความมั่นใจในความปลอดภัย ◉ ระบบสตูดิโอสร้างภาพยนตร์ใน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ยังไม่มีการกระจายตัวของอุตสาหกรรมและมรูปแบบของการ “ผูกขาด” ◉ การทำงานไม่ได้เป็นระบบที่ขับเคลื่อนไปตามกลไตลาดอย่างแท้จริง 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ สอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์และการสร้างแบรนด์ ◉ สอดคล้องกับทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรในเรื่องของการหลายกำแพง 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบในการบริหารงานภาพยนตร์มีความสลับซับซ้อนมากกว่าการแบ่งประเภทตามทฤษฎีเพราะในหนึ่งบริษัทสามารถเลือกวิธีการ 	<p>ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาดโอกาสและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน และ</p>

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบ Studio หรือ Independent ไม่ค่อยมีความชัดเจนเด็ดขาด ส่วนมากจะมีระบบอิสระอยู่ภายใต้ระบบสตูดิโอ ◉ ระบบในการร่วมทุนสร้างภาพยนตร์นิยม 	<p>ระบบในการบริหารงานก็จะแตกต่างกันไปหลากหลายรูปแบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบการทำงานภาพยนตร์ในประเทศไทยยังคงแบ่งระบบการทำงานแบบครอบครัวอยู่ ◉ เริ่มมีการนำ 	<p>ประเทศไทยมี 2 ลักษณะคือ ระบบครอบครัวกับระบบผสมผสาน</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ การรับงานของผู้กำกับจะมีสองลักษณะคือ แบบระบบเดิม หรือระบบเก่า คือ การเซ็นสัญญา กับสตูดิโอสร้าง 	<p>แต่เป็นการขับเคลื่อนตามกลุ่มผู้ลงทุน</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ ◉ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ ◉ ทฤษฎีความแตกต่างทางวัฒนธรรม 	<p>การค้า (FTA)ระหว่างประเทศรวมถึงการผนึกกำลังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับกิจการและสอดคล้องในวิธีที่จะทำให้เกิดการยอมรับในความต่างทางวัฒนธรรม</p>	<p>บริหารงานสร้างภาพยนตร์ได้หลายรูปแบบ เช่นการผสมผสานวิธีสร้างในระบบสตูดิโอ กับระบบอิสระรวมทั้งการ</p>	<p>ภาพยนตร์เรื่ององค์บาก</p>

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>ตั้งเป็น “กิจการ ร่วมค้า” ขึ้นมา เพื่อการตรวจสอบ ที่ง่าย และ สะดวก รวดเร็ว</p> <p>⊙ การสร้าง ภาพยนตร์เริ่ม เน้นที่ความ ต้องการของ ผู้บริโภคเป็นหลัก ไม่ได้ใช้วิธีคิดเอา เองแบบเดิม</p>	<p>ระบบการทำงาน “โฆษณา” เข้ามา ใช้กับงานสร้าง ภาพยนตร์ไทย มากขึ้น ในขณะที่ บางสตูดิโอก็ไม่มี ระบบการทำงานที่ แน่นอน</p>	<p>ภาพยนตร์ กับ ระบบใหม่คือ การนำงานที่ตน สนใจไปขายให้กับ สตูดิโอโดยใช้ รูปแบบการจ้าง งานผ่านบริษัท ของผู้กำกับคน นั้นๆ</p> <p>⊙ ภายหลังปี 2540 ระบบการใช้ชื่อ สตูดิโอ หรือ</p>			<p>และทำให้การ ยอมรับนั้นเกิด เป็นวัฒนธรรม ใหม่ในแบบ ผสมผสาน</p> <p>⊙ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการสร้าง แบรนด์ในเรื่อง ของการทำงาน ร่วมกันหลาย ฝ่าย (หรือ Intergration</p>	<p>บริหารแบบ ระบบ ครอบครัวซึ่ง มักจะมีแฝง อยู่ในระบบ การบริหาร จัดการ บริษัท</p> <p>⊙ ถึงแม้ด้วย ระบบและ การทำงาน จะทำให้มี</p>	

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		ค่ายหนังมีการ ใช้ในความ หมายที่แตก ต่างไปจากเดิม			ในแบบ 360 องศา) ซึ่งถูก นำมาใช้ทั้งกับ ตัวบริษัทผู้สร้าง ภาพยนตร์และ การเลือก ตัวแทน จำหน่าย ภาพยนตร์ รวม ไปถึงภาพยนตร์ แต่ละเรื่องที่ ต้องใช้สื่อเพื่อ	การกีดกัน คู่แข่งราย ใหม่ไม่ให้ เข้าสู่ อุตสาหกรรม นี้ได้โดยง่าย แต่ด้วย เทคโนโลยี และช่องทาง การขายที่มี มากขึ้น ทำ ให้ปัจจัย	

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					การสื่อสารไป ยังกลุ่มเป้า หมายแต่ละ กลุ่ม ○ สอดคล้องกับ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรมทั้ง ในเรื่องระบบ การทำงานที่มา จากต่าง วัฒนธรรม	เหล่านั้นไม่ เป็นอุปสรรค ทางการค้า มากเท่าใน อดีต โครงสร้าง ของ อุตสาหกรรม จึงถูกทำ หายจาก ภาวะ คุกคามของ	

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					และต่างองค์กร ทั้งบริษัทที่มี การร่วมลงทุน และบริษัทที่ เป็นผู้ลงทุนเจ้า เดียว ต่างก็มี วัฒนธรรมใน การบริหาร และการ ประสานงานที่ แตกต่างกัน รวมถึงการให้	ผู้มาใหม่ได้ ง่าย	

ตารางที่ 4.4

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.1: ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					<p>ความสำคัญ ของงานในแต่ละ ส่วนก็มี ความแตกต่าง กัน ขึ้นอยู่กับ นโยบายของ บริษัทแต่ละ แห่ง</p>		

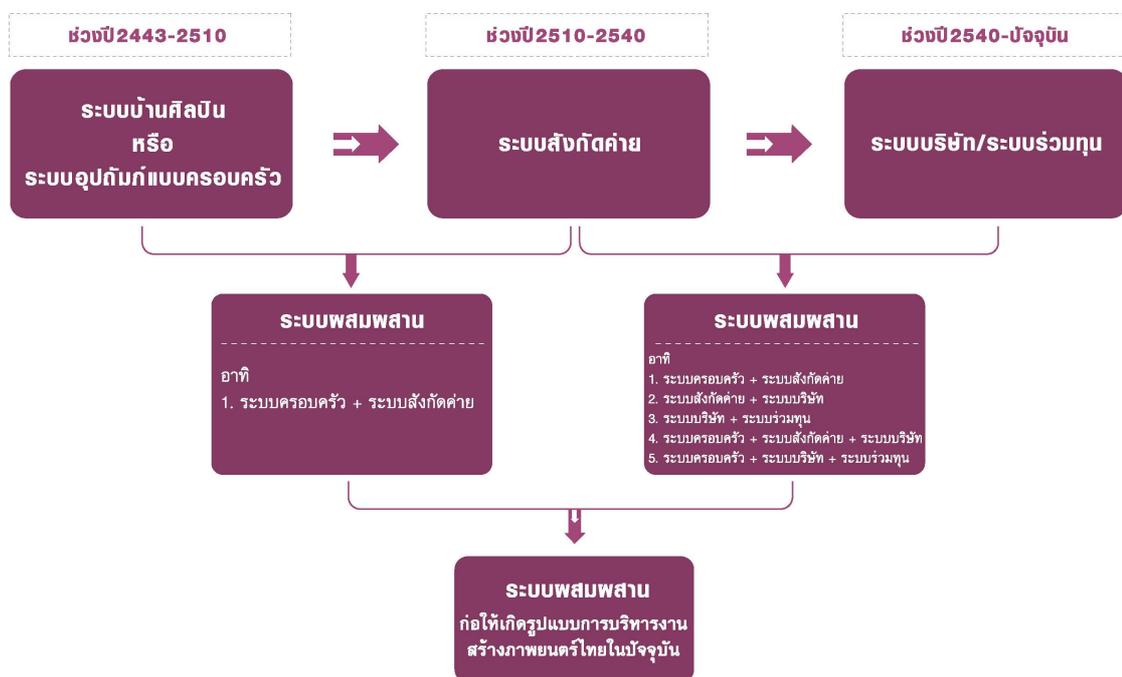
2. ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2.1 ระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

จากการศึกษาระบบในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ตามทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์พบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยมีระบบบริหารการผลิตภาพยนตร์ 3 รูปแบบ คือ ระบบสตูดิโอ (Studio System) ระบบอิสระ (Spontaneous System) และระบบผสมผสานระหว่างสตูดิโอและอิสระ โดยระบบการผลิต 3 รูปแบบ ดังกล่าวนี้อาจแตกต่างกันในรายละเอียดขั้นตอนการผลิตงาน แต่การบริหารจัดการในสำนักงานจะเหมือนสำนักงานอื่นๆ ไป สำหรับประเทศไทยนั้นมียุทธศาสตร์การบริหารจัดการงานสร้างภาพยนตร์อยู่ 3 ลักษณะที่สำคัญคือ 1.ระบบบ้านศิลปินหรือระบบอุปถัมภ์แบบครอบครัว 2.ระบบสังกัดค่าย และ 3.ระบบบริษัท ซึ่งเป็นรูปแบบของการบริหารจัดการสมัยใหม่ ซึ่งสามารถแสดงภาพรวมของพัฒนาการระบบดังกล่าวได้ดังภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1

พัฒนาการระบบการบริหารงานสร้างภาพยนตร์ไทย



อย่างไรก็ตามในภาพรวมแล้วทั้ง 3 ระบบที่กล่าวมาข้างต้น ต่างมีการผสมผสานลักษณะเด่นของแต่ละวิธีการตลอดเวลา ทำให้รูปแบบการบริหารใน 1 บริษัทสามารถมีแนวทางการบริหารงานเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีรูปแบบองค์กรที่แตกต่างกันไป ซึ่งกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับ

ภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ Gilbert Lim / อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล / กิตติศักดิ์ สุวรรณโกสิน ฯลฯ ได้กล่าวถึงระบบการบริหารงานสร้างภาพยนตร์ไทยไว้ อย่างน่าสนใจว่า ประเทศไทยมีระบบการสร้างภาพยนตร์ทั้งระบบการสร้างแบบสตูดิโอ และระบบการสร้างแบบอิสระ โดยในอดีตอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะมีลักษณะแบบอิสระมาก นายทุนจะเป็นเพียงผู้หาเงินลงทุนเพื่อมาสร้างภาพยนตร์ เท่านั้น และมีลักษณะต่างคนต่างสร้าง ซึ่งจะแตกต่างจากในปัจจุบันที่เริ่มเปลี่ยนมาเป็นระบบสตูดิโอมากขึ้น โดยระบบสตูดิโอมีข้อดีที่มีอำนาจในการต่อรองกับโรงภาพยนตร์ได้ดีกว่าระบบอิสระ และโรงภาพยนตร์จะจัดเวลาฉายให้กับภาพยนตร์ที่ผลิตจากระบบสตูดิโอมากกว่าภาพยนตร์ที่ผลิตมาจากระบบอิสระ เนื่องจากมีความเสี่ยงที่น้อยกว่า

ในปัจจุบันระบบการบริหารทั้งสองลักษณะจึงไม่มีความชัดเจนในลักษณะใดลักษณะหนึ่งอย่างชัดเจน เช่น ระบบการสร้างอิสระ ก็มักจะอยู่ภายใต้ระบบสตูดิโออีกต่อหนึ่งหรือในระบบสตูดิโอก็จะมีระบบอุปถัมภ์แบบครอบครัวที่มีพนักงานเป็นเครือญาติดูแลงานส่วนต่างๆ เป็นต้น

มีข้อสังเกต 2 ประการ คือ

ประการที่ 1. ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยนระบบการบริหารโดยนำระบบการบริหารงานแบบสมัยใหม่มาใช้ในงานสร้างภาพยนตร์แล้วก็ตาม บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ส่วนใหญ่ก็ยังคงมีการทำงานในระบบอุปถัมภ์แบบครอบครัวปะปนอยู่กับระบบการจัดการสมัยใหม่ ระบบในการบริหารงานสร้างภาพยนตร์จึงมีรูปแบบผสมผสานให้พบเห็นอยู่เสมอ

ประการที่ 2 ระบบในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเริ่มเข้ามามีบทบาทในกระบวนการสร้างภาพยนตร์ไทยมากขึ้น สังเกตได้ว่าตั้งแต่ช่วงปี 2540 เป็นต้นมา ผู้กำกับที่มาจากวงการโฆษณาเป็นผู้เข้ามาจุดประกายให้ภาพยนตร์ไทยกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง เช่น นนทธีร์ นิมิบุตร / วิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง / เป็นเอก รัตนเรือง / ยงยุทธ ทองกองทุน / จิระ มะลิกุล เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ก้าวเข้ามาผลิตภาพยนตร์ไทยโดยนำระบบการทำงานภาพยนตร์โฆษณามาใช้ จึงทำให้ขั้นตอนการทำงานมีความชัดเจน แน่นนอน มีการวางแผนงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอนก่อนดำเนินการถ่ายทำ ซึ่งแตกต่างจากการทำงานสร้างภาพยนตร์ในอดีตซึ่งมักจะมีการถ่ายทำไปพร้อมๆ กับการเขียนบท ปรับบทหรือแก้ไขบทภาพยนตร์อยู่ตลอดเวลา

และจากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ในแบบเจาะลึกทั้ง 4 กลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปการบริหารจัดการงานสร้างภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันได้ 3 ส่วนหลัก คือ

ส่วนที่ 1 การบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้าง

ส่วนที่ 2 การบริหารจัดการเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้กำกับและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานสร้าง

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการในการแบ่งปันผลประโยชน์

ส่วนที่ 1 การบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้าง

การบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย มีสองลักษณะใหญ่ประกอบด้วย ส่วนโครงสร้างการบริหารงานและส่วนการจัดการบริหารงานสร้าง

ส่วนโครงสร้างการบริหารงานภาพยนตร์ ในภาพรวมสามารถแบ่งได้ 2 โครงสร้างใหญ่ คือ

1. โครงสร้างการบริหารแบบครอบครัว

โครงสร้างการบริหารในลักษณะนี้ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ ก้อง ฤทธิ์ดี / ภาณุ อารี / นคร วีระประวัตติ / สุภาพ หริมเทพาธิป ฯลฯ ได้กล่าวถึงลักษณะการบริหารแบบครอบครัวว่า ระบบการบริหารงานแบบนี้มีชื่อเรียกได้หลายอย่าง เช่น ระบบบ้านศิลปิน ระบบธุรกิจครอบครัว / ระบบค่าย / ระบบอุปถัมภ์ ฯลฯ แต่ในอดีตระบบการทำงานสร้างภาพยนตร์ไทยมักจะเป็นระบบบ้านศิลปิน กล่าวคือ คนทำงานจะกินอยู่และพักอาศัยอยู่กับเจ้าของบ้าน ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนน้อย แต่สามารถดำรงชีพได้ ส่วนใหญ่ระบบดังกล่าวจะมีคนในครอบครัวหรือเครือญาติเป็นผู้ดูแลงานในส่วนต่างๆ เช่น สามีเป็นผู้กำกับ ภรรยาเป็นผู้อำนวยการสร้าง ลูกเป็นผู้จัดการกองถ่าย เป็นต้น บริษัทผู้สร้างในช่วงก่อนปี 2540 ที่มีลักษณะการบริหารงานแบบนี้เช่น บริษัท ละโว้ภาพยนตร์ / บริษัท ศรีกรุง เป็นต้น

ซึ่งระบบการบริหารนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย โดยมีข้อดีคือ ระบบการบริหารมีความต่อเนื่อง มีแบรนด์ที่ชัดเจนหรือมีเอกลักษณ์ประจำสตูดิโอ มีแนวทางการสร้างภาพยนตร์ที่สามารถให้คำจำกัดความได้ชัดเจน ในขณะที่มีข้อเสียคือ ระบบการบริหารดังกล่าวจะยึดติดกับสูตรสำเร็จและความเชื่อบางอย่างของผู้บริหารสูงสุดหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจลงทุนสร้าง ซึ่งบางครั้งเมื่อเห็นภาพยนตร์แนวใดประสบความสำเร็จก็เชื่อว่า ภาพยนตร์แนวนั้นกำลังได้รับความนิยมก็จะสร้างตามต่อๆ กันมา โดยไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ประกอบ

2. โครงสร้างการบริหารแบบผสมผสาน

โครงสร้างการบริหารในลักษณะนี้ เริ่มขึ้นในช่วงปี 2540 คือ เริ่มมีการเปลี่ยนจากระบบการทำงานแบบครอบครัว มาสู่การทำงานและบริหารในรูปแบบบริษัทและมีการจัดการแบบสมัยใหม่มากขึ้น โดยกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ วิสูตร พูลวรลักษณ์ / ปรัชญา ปิ่นแก้ว / ภาณุ อารี / กิตติศักดิ์ สุวรรณโภคิน ฯลฯ ได้กล่าวถึงลักษณะการบริหารงานสร้างภาพยนตร์ในแบบผสมผสานว่า เป็นระบบที่มีผลสืบเนื่องมาจากการผลัดเปลี่ยนผู้บริหารในบริษัทผู้สร้างที่มีมาแต่เดิม โดยเปลี่ยนจากรุ่นพ่อมาเป็นรุ่น

ลูก ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการมาโดยตรง ทายาทของผู้บริหารเหล่านี้จึงมีบทบาทในการจัดระเบียบระบบงานต่างๆ ภายในบริษัทให้มีความสะดวกและเกิดความคล่องตัวมากขึ้น อีกทั้งมีการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ของคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่เข้าด้วยกัน จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงจากระบบ “เก่าแก่” มาสู่ระบบ “การจัดการธุรกิจสมัยใหม่” ซึ่งทำให้การทำงานมีความชัดเจน มีความรัดกุมในการใช้จ่าย และมีลักษณะเป็นมืออาชีพมากขึ้น

ส่วนการจัดการบริหารงานสร้างภาพยนตร์ไทย จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ Gilbert Lim / วิสูตร พูลวรลักษณ์ / พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ / ปรัชญา ปิ่นแก้ว / ไพลิน อำนวยพร ฯลฯ สามารถสรุปภาพรวมของการจัดการบริหารงานสร้างภาพยนตร์ไทยได้ 7 รูปแบบดังนี้

1. การบริหารแบบบริษัทลงทุนสร้างเพียงอย่างเดียว ลักษณะดังกล่าวคือ บริษัทผู้สร้างจะเป็นผู้ลงทุนสร้างภาพยนตร์ และว่าจ้างผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์(โปรดิวเซอร์) หรือผู้กำกับภาพยนตร์ที่รับงานแบบอิสระในแบบรายบุคคล โดยผู้กำกับท่านนั้นอาจจะมีบริษัทผลิตภาพยนตร์ของตัวเองหรือไม่มีบริษัทเป็นของตัวเองก็ได้ ในปัจจุบันบริษัทที่มีระบบดังกล่าวมักจะมีผู้กำกับภาพยนตร์อยู่ในสังกัดบริษัทภายใต้การเซ็นสัญญา ในขณะที่บริษัทผู้สร้างก็สามารถจัดหาผู้กำกับอิสระรายอื่นๆ ที่น่าสนใจเข้ามาร่วมงานเพิ่มเติมได้ บริษัทที่มีลักษณะการบริหารในแบบดังกล่าว เช่น บริษัท พร่อมมิตร โปรดักชั่น จำกัด / บริษัท พระนครฟิล์ม จำกัด เป็นต้น

2. การบริหารแบบบริษัทลงทุนและจัดจำหน่าย ลักษณะดังกล่าวคือ บริษัทผู้สร้างจะเป็นผู้ลงทุนสร้างภาพยนตร์และเป็นผู้ดูแลการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ด้วย ส่วนใหญ่หากเป็นบริษัทที่ทั้งลงทุนสร้างและจัดจำหน่ายเอง มักจะมีส่วนงานการวางแผนส่งเสริมการตลาด ส่วนการขาย และมีส่วนงานจัดจำหน่าย ฯลฯ อยู่ภายในบริษัทที่มีลักษณะครบวงจรเช่นนี้ โดยที่บริษัทดังกล่าวอาจจะไม่มีผู้กำกับภาพยนตร์ทำงานประจำที่สำนักงาน แต่จะมีผู้อำนวยการสร้างเป็นผู้ติดต่อเจรจากับผู้กำกับภาพยนตร์อีกต่อหนึ่ง ตัวอย่างบริษัทที่มีลักษณะการบริหารเช่นนี้ อาทิ บริษัท ไทเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (ซึ่งปัจจุบันได้หยุดกิจการเพื่อไปทำธุรกิจในนามบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด) / บริษัท อาร์.เอส. จำกัด(มหาชน) / บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด / บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด เป็นต้น

3. การบริหารแบบประสานงานการผลิตภาพยนตร์ หรือ Producer Office ลักษณะดังกล่าวคือ บริษัทที่รับผลิตภาพยนตร์(ในนาม Production House) จะทำหน้าที่ทั้งรับผลิตภาพยนตร์และอำนวยความสะดวกการผลิตภาพยนตร์ (ทำหน้าที่โปรดิวเซอร์) จากบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอใหญ่ที่เป็นผู้ลงทุน

โดยเฉพาะเรื่องเงิน โดยบริษัทรับจ้างผลิตภาพยนตร์นี้มักจะมีทีมงานอยู่ส่วนหนึ่งและจะว่าจ้างทีมงานอิสระเพิ่มเติมเมื่อมีการสร้างภาพยนตร์เพิ่มขึ้นหรือเมื่อบุคลากรในบริษัทมีไม่พอ

บริษัทที่มีระบบการประสานงานการผลิตภาพยนตร์ ได้แก่ บริษัท ที่ฟ้า จำกัด ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) / บริษัท ซีเนมาเซีย จำกัด (ก่อตั้งโดย นนทรีย์ นิมิบุตร และ ดวงกมล ลิมเจริญ) เป็นต้น

4. การบริหารแบบรับผลิตภาพยนตร์อย่างเดียว หรือ Production House บริษัทในลักษณะนี้ มักจะมีผู้กำกับภาพยนตร์เป็นผู้ก่อตั้ง อาทิ บริษัท เซ็ดไชย ภาพยนตร์ จำกัด ก่อตั้งโดย เซ็ด ทรงศรี / บริษัท ภาพยนตร์หรรษา จำกัด ก่อตั้งโดย นนทรีย์ นิมิบุตร / บริษัท บาแรมยู โปรดักชั่น จำกัด (Baa-Ram-Ewe) ก่อตั้งโดย ปรัชญา ปิ่นแก้ว / บริษัท ออฟฟิศหนึ่ง จำกัด หรือ Bhundit Film Office ก่อตั้งโดย บัณฑิต ฤทธิ์ถกล / บริษัท ถนัดหนัง จำกัด ก่อตั้งโดยธนิศย์ จิตต์นุกูล บริษัท มหาการ ภาพยนตร์ จำกัด ก่อตั้งโดย ยุทธเลิศ สิปปภาค เป็นต้น โดยบริษัทรับผลิตภาพยนตร์เพียงอย่างเดียวนี้ไม่ได้เป็นผู้ลงทุนสร้างแต่จะเป็นบริษัทที่ได้รับการว่าจ้างจากสตูดิโอเพื่อมาสร้างภาพยนตร์ โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์กล่าวว่า

“...บริษัทบาแรมยู จะเป็นลักษณะไม่ใช่ผู้ลงทุน แต่เป็นโปรดักชั่นเฮ้าส์ คล้ายๆ กับโปรดักชั่นเฮ้าส์ของโฆษณา แต่เราแตกต่างกันตรงที่ว่าโปรดักชั่นเฮ้าส์สำหรับงานโฆษณาเนี่ยอยู่เฉยๆ ทางเอเจนซีก็จะเรียกไปจ้างงาน แต่เราอยู่ของเราจะต้องสร้างงานไปเสนอเขา ...และเราก็มีอิสระสามารถจะไปเสนอเจ้าไหนก็ได้”⁶⁰

5. การบริหารแบบร่วมลงทุนหรือบริษัทร่วมทุนสร้าง การบริหารลักษณะนี้จะมีบริษัทตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป โดยอาจจะเป็นบริษัทภายในประเทศหรือจากต่างประเทศมาร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ ลักษณะภาพยนต์ที่ได้จากการบริหารงานลักษณะนี้จะเรียกว่า “ภาพยนต์ร่วมทุน” เช่น บริษัท เวิร์ดพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ร่วมทุนสร้างภาพยนต์เรื่อง โหม่ง เท่ง นักเลงภูเขาทอง / บริษัท ฟิล์มเอเชีย จำกัด ร่วมกับ บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ร่วมทุนสร้างภาพยนต์เรื่อง ม.8⁶¹ เป็นต้น

6. การบริหารแบบร่วมทุนและใช้ชื่อภาพยนต์เป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture / Co - Venture) ลักษณะการบริหารแบบกิจการร่วมค้าจะลงทุนโดยบริษัทตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไปและใช้ชื่อภาพยนต์ที่ร่วมลงทุนสร้างด้วยกัน จัดทะเบียนเป็น “กิจการร่วมค้า” และในการจดทะเบียนธุรกิจเป็นกิจการ

⁶⁰ สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์, 31 มีนาคม 2549.

⁶¹ กองบรรณาธิการ, “สหมงคลฯ เกี้ยวก้อย ‘พันธมิตร’ หวังขยายงาน ‘เสียเจียง’ ทุ่มไม่อันโกอินเตอร์,” ข่าวสด (1 พฤศจิกายน 2548): 17.

ร่วมค้ำนี้ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการจัดการเรื่องระบบบัญชีและรายรับรายจ่ายของบริษัท ทั้งนี้ เพื่อให้ง่ายต่อการหักภาษีและเกิดความชัดเจน โปร่งใสระหว่างผู้ร่วมลงทุน ภาพยนตร์ที่มีการร่วมลงทุนและจัดเป็นกิจการร่วมค้ำ เช่น กิจการร่วมค้ำเดอะซัดเตอร์ ซึ่งเกิดจากการลงทุนร่วมกันระหว่างบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด กับ บริษัท ฟีนอมีน่า โมชั่น พิคเจอร์ส จำกัด ร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์เรื่อง ซัดเตอร์ กตติวิญญูณ เป็นต้น โดยกลุ่มผู้บริหารได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับระบบบริหารการร่วมลงทุนในลักษณะนี้ว่า

“...กรณีอย่าง วัยอลวน กับ สายลับจับขี้ นีเราก้ลงทุนร่วมกับไฟว์สตาร์ หรืออย่างกรณี หมากเตะ...โลกตะลึงเนี่ยกับเรื่องเพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย เราก้ร่วมลงทุนกับบีบีทีวี ...ตั้งเป็นกิจการร่วมค้ำขึ้นมาอันนึงเฉพาะโปรเจค สมมติว่าเป็นกิจการร่วมค้ำ “หมากเตะ” หรือ กิจการร่วมค้ำ “วัยอลวน” ก้จะแยกออกมาเลย...มันจะได้ชัดเจนและเห็นภาพว่ามันเป็นโปรเจคที่มีการร่วมทุนจากทั้งสองฝ่าย”⁶²

7. การบริหารแบบร่วมทุนในลักษณะรวมกันเป็นบริษัทใหม่ ลักษณะของการบริหารงานแบบนี้ คือ การที่บริษัทที่มีกิจการสร้างภาพยนตร์คล้ายๆ กันมาร่วมลงทุนและจัดตั้งเป็นบริษัทใหม่ โดยไม่มีความเกี่ยวข้องกับชื่อบริษัทเดิมอีกต่อไป หรือหยุดการดำเนินกิจการของบริษัทหนึ่งเพื่อมาดำเนินงานภายใต้ชื่อบริษัทใหม่ ที่มีการร่วมลงทุนจากบริษัทอื่นๆ การบริหารแบบร่วมทุนในลักษณะรวมกันเป็นบริษัทใหม่นี้ เช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด ผลิตภาพยนตร์เช่น เรื่อง แพนด้า / เหมืองแร่ / เพื่อนสนิท เป็นต้น

ส่วนที่ 2 การบริหารจัดการเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้กำกับและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานสร้าง

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์มีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับการตกลงระหว่างผู้กำกับภาพยนตร์กับบริษัทผู้สร้าง โดยทั่วไปจะมี 2 ลักษณะคือ 1. ลักษณะบริษัทต่อบริษัท และ 2. ลักษณะบริษัทต่อผู้กำกับที่รับงานอิสระ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะบริษัทต่อบริษัท

คือ ลักษณะที่ผู้กำกับภาพยนตร์เป็นเจ้าของบริษัทผู้ผลิตหรือโปรดักชั่นเฮ้าส์ และอาจจะมีหรือไม่มีทีมงานในการผลิตภาพยนตร์ก็ได้ แต่บริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ(ในฐานะผู้ลงทุน)จะ

⁶² สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

เจรจาว่าจ้างผู้กำกับท่านนั้นๆ ให้กำกับภาพยนตร์ที่มีและให้นำเสนอสู่สาธารณะภายใต้ชื่อบริษัทของผู้สร้างหรือสตูดิโอผู้ลงทุน ลักษณะดังกล่าวนี้กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า

“...หากผู้กำกับคนไหนมีเครดิตที่ดี ก็จะตั้งบริษัทแล้วรับงานแล้วตัวเองก็บริหารไป วิธีนี้จะดีตรงที่บริหารเม็ดเงินได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย... และการรับงานโดยตั้งเป็นบริษัท จะทำให้ได้รับโอกาสที่ดี มีผลประโยชน์ทางด้านธุรกิจ และมีอำนาจต่อรองได้มากกว่า...”⁶³

2. ลักษณะบริษัทต่อผู้กำกับที่รับงานอิสระ

คือ บริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอจะเจรจาว่าจ้างผู้กำกับเป็นรายบุคคล โดยมีลักษณะการเจรจาว่าจ้าง 6 แบบคือ

1. ว่าจ้างผู้กำกับอิสระ การจ้างผู้กำกับในลักษณะนี้เป็นลักษณะที่บริษัทผู้สร้างมีบทภาพยนตร์อยู่ในมือแล้ว และอยากได้สไตล์ของผู้กำกับคนนั้นๆ จึงเจรจาว่าจ้างเป็นเรื่องๆ ไป หรือผู้กำกับมีงานเข้ามาเสนอบริษัท และถ้าบริษัทผู้สร้างสนใจภาพยนตร์เรื่องนั้นก็ตกลงว่าจ้าง แต่ถ้าไม่ตกลงผู้กำกับคนนั้นๆ ก็มีสิทธิ์จะไปเสนอเรื่องของตนให้กับบริษัทผู้ผลิตหรือสตูดิโอรายอื่น

2. ว่าจ้างผู้กำกับที่อยู่ในสังกัดหรืออยู่ในบริษัทซึ่งมีลักษณะการว่าจ้างที่แตกต่างกันไป แต่โดยส่วนใหญ่จะต้องมีการเซ็นสัญญาเพื่อไม่ให้ไปรับงานกำกับจากบริษัทผู้สร้างรายอื่น

3. ว่าจ้างผู้กำกับในลักษณะเป็นพนักงานบริษัท โดยมีเงินเดือนให้ทุกเดือนและได้รับเงินเพิ่มกรณีที่มีงานกำกับภาพยนตร์

4. ว่าจ้างผู้กำกับในลักษณะเป็นพนักงานบริษัท แต่เจรจาให้เฉพาะเงินเดือนเท่านั้น เมื่อมีงานกำกับภาพยนตร์ก็จะไม่ได้รับเงินเพิ่มนอกเหนือไปจากเงินเดือน

5. ว่าจ้างผู้กำกับที่อยู่ในสังกัดหรืออยู่ในเครือข่าย (Connection) ของบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ ในลักษณะเป็นงานๆ ไป และไม่มี การเซ็นสัญญา อาศัยความไว้เนื้อเชื่อใจกัน

6. ว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์ในลักษณะมีข้อตกลงพิเศษ วิธีการว่าจ้างแบบนี้เป็นลักษณะที่บริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโออยากจะได้ผู้กำกับท่านนั้นไว้ต่อเนื่อง แต่ไม่ได้จ้างในระบบเงินเดือน และจะใช้วิธีทำข้อตกลงกันเป็นพิเศษ อาทิ การตกลงให้ทำหน้าที่อื่นหรือให้ดูแลงานในส่วนอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับงานกำกับภาพยนตร์ แต่หากมีเรื่องที่ต้องการกำกับหรืออยากให้ผู้กำกับท่านนี้เป็นคนกำกับบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ ก็จะมอบหน้าที่กำกับภาพยนตร์ให้ เป็นต้น ข้อดีของระบบนี้คือทำให้

⁶³ สัมภาษณ์ พิมพ์กา ไตวิระ, ผู้กำกับภาพยนตร์, 20 มีนาคม 2549.

ผู้กำกับท่านนั้นมีงานตลอดและทำให้เป็นอาชีพได้ แต่ไม่จำเป็นจะต้องทำหน้าที่กำกับภาพยนตร์ทุกครั้งไป

และจากการว่าจ้างทั้ง 6 แบบดังกล่าว แต่ละบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอจะใช้วิธีการไม่เหมือนกันและอาจแตกต่างกันในรายละเอียด ในบางบริษัทหรือบางสตูดิโอจะใช้ 2-3 แบบในการเจรจาว่าจ้าง และในบางที่ใช้แบบเดียว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายด้านการบริหารงานสร้างของแต่ละบริษัทว่าจะมีลักษณะใด โดยกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ วิสูตร พูลวรลักษณ์ / สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล / พิมพกา ไทวาระ / ปรัชญา ปิ่นแก้ว ฯลฯ ให้ทัศนะเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์ไทยว่า ส่วนใหญ่ผู้กำกับภาพยนตร์จะไม่นับเป็นพนักงานประจำในบริษัทใดบริษัทหนึ่ง แต่จะมีลักษณะการเซ็นสัญญาว่าจ้างเป็นงานๆ ไป และบางบริษัทใช้สัญญาใจ โดยไม่ผูกมัดหรือจำกัดสิทธิของผู้กำกับด้วยการเซ็นสัญญา และเนื่องจากลักษณะสัญญาใจนี้เป็นสัญญาที่ไม่มี การเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้กำกับจึงไม่มีหลักประกันอะไรว่าจะได้มีโอกาสกำกับภาพยนตร์จากสตูดิโออื่นๆ เมื่อไหร่เช่นกัน โดยทั่วไปหากผู้กำกับทำงานกับบริษัทผู้สร้างเจ้าใดแล้วก็มักจะทำกับบริษัทนั้นไปเรื่อยๆ มักจะไม่เปลี่ยนไปมา ดังทัศนะที่กล่าวว่า “...ผมว่าหลายๆ ที่ก็ไม่ได้มีระบบเซ็นสัญญา ฉะนั้นผู้กำกับเค้าก็มีสิทธิ์จะเดินไปทำงานที่ไหนก็ได้ที่เขาอยากจะทำ แต่โดยมารยาทแล้วไม่ค่อยมีคนทำ ส่วนใหญ่แล้วเค้าทำที่ใดที่หนึ่ง เค้าก็จะอยู่ที่นั่นเลย...”⁶⁴

ในขณะที่กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกติน / นันทขว้าง สิริสุนทร / สุภาพ หริมเทพาธิป / วรณศิริ โมรากุล ฯลฯ มีความคิดเห็นต่อระบบการว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์ของไทยว่า ระบบเก่าหรือระบบเดิมของการว่าจ้างผู้กำกับภาพยนตร์ถูกล้มวิธีคิดและกลยุทธเก่าๆ ด้วยวิธีการใหม่ๆ โดยจะเห็นว่าแต่เดิมผู้กำกับจะมาเซ็นสัญญากับบริษัทผู้สร้างเพื่อที่จะได้กำกับภาพยนตร์สักเรื่อง แต่ในระบบใหม่ผู้กำกับภาพยนตร์จะจัดตั้งบริษัทแล้วขายโครงเรื่องภาพยนตร์ (Films Project) กับบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโออีกต่อหนึ่ง ซึ่งระบบนี้เป็นวิธีการสร้างภาพยนตร์ในแบบฮอลลีวูด โดยที่สตูดิโอผู้ซื้อโครงเรื่องภาพยนตร์ดังกล่าวจะประกาศตัวเป็นผู้สร้างภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ และใช้ชื่อสตูดิโอเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ เช่น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ประกาศตัวเป็นผู้อำนวยการสร้างและจัดจำหน่ายภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก แต่บริษัท บาแรมยู จำกัด เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์เรื่องนั้นให้กับบริษัท สหมงคลฟิล์มฯ เป็นต้น

⁶⁴ สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

นอกจากนี้การว่าจ้างดารารหรือผู้กำกับภาพยนตร์โดยการเซ็นสัญญาหรือระบบสังกัดค่าย เงื่อนไขสำคัญในสัญญาจะขึ้นอยู่กับภาระข้อตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างกับผู้รับจ้าง แต่โดยทั่วไประยะเวลาในสัญญาประเภทนี้จะมีตั้งแต่ 1 ปีถึง 5 ปี ที่บริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอจะคอยส่งงานให้ตลอดระยะเวลาที่ตกลงกัน แต่จะไม่มีเงินเดือนให้

และเนื่องจากระบบการจ้างงานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ใช้เป็นระบบการจ้างงานอิสระ จึงทำให้ระบบการว่าจ้างบุคลากรของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เป็น 'ระบบการต่อรอง' ในลักษณะที่ว่าใครต่อรองได้มากก็ได้มาก ใครต่อรองได้น้อยก็ได้น้อย และไม่ได้เป็นไปตามระบบกลไกตลาด แต่เป็นตามเงื่อนไขของกลุ่มนายทุน ทั้งนี้เป็นเพราะระบบการสร้างภาพยนตร์ในประเทศไทย ไม่มีองค์ความรู้วิชาชีพของแต่ละส่วนงานอย่างชัดเจน จึงทำให้ไม่มีมาตรฐานการว่าจ้างใดๆ ที่จะสร้างความมั่นใจในการอยู่รอดให้กับผู้คนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้

ส่วนที่ 3 การบริหารจัดการในการแบ่งปันผลประโยชน์

เรื่องการว่าจ้างผู้กำกับและทีมงาน โดยส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะใช้วิธีการจ้างผู้รับงานอิสระ ทั้งส่วนผู้กำกับภาพยนตร์และทีมงานสร้าง ซึ่งกลุ่มผู้กำกับ อาทิ ปรัชญา ปิ่นแก้ว / สมจริง ศรีสุภาพ / พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ ฯลฯ ได้กล่าวถึงระบบการทำงานของภาพยนตร์ไทยว่า ตั้งแต่ผู้กำกับจนถึงทีมงาน ส่วนใหญ่จะจ้างผู้รับงานอิสระทั้งหมด เนื่องจากงานภาพยนตร์เป็นงานที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และศิลปะในการทำงานสูง ในบางครั้งจึงไม่สามารถกำหนดแนวทาง (Style) หรือแนวคิด (Concept) ที่จะให้กำกับภาพยนตร์ได้ การว่าจ้างผู้กำกับในลักษณะพนักงานประจำมีเงินเดือนจึงไม่มีความเหมาะสมต่อสภาพการทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ส่วนลักษณะของการจ่ายค่าตอบแทนแก่ผู้กำกับภาพยนตร์โดยทั่วไปมี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1. ได้รับเงินเป็นจำนวนมาครั้งเดียว (ได้รับเป็นเงินก้อน) ในลักษณะการแบ่งจ่ายเป็นงวดๆ เช่น แบ่งจ่าย 3 ครั้ง ครั้งแรก 50% ครั้งที่สอง 30% และครั้งที่สาม 20% (50:30:20) หรือ รูปแบบที่ 2. ได้รับเงินจำนวนหนึ่งและจะได้รับการแบ่งเปอร์เซ็นต์ตามแต่ตกลง ทั้งนี้ทั้งสองรูปแบบจะมีข้อตกลงในเรื่องรายละเอียดของส่วนแบ่ง 2 แบบ คือ แบ่งเปอร์เซ็นต์เฉพาะรายได้ภายในประเทศ หรือแบ่งเปอร์เซ็นต์แบบรวมรายได้จากต่างประเทศ

ลักษณะของข้อตกลงการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบแบ่งเปอร์เซ็นต์จากภาพยนตร์ที่กำกับนั้น ขึ้นอยู่กับอำนาจในการต่อรองของผู้กำกับภาพยนตร์เป็นรายบุคคลไป ส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์ตรงจุดนี้ กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ให้ทัศนะว่า "...การแบ่งผลประโยชน์กับค่าตัวจะแตกต่างกันหาก

ค่าตัวคุณก็ได้รับเบื้องต้นไปแล้ว นี่เป็นส่วนผลกำไรของ Film Maker ถ้าหนังประสบผลสำเร็จคือ 'กำไร' Film Maker ก็รับไป..."⁶⁵

โดยการแบ่งเปอร์เซ็นต์นี้ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง 2 ประการ คือ

1. กรณีผู้กำกับภาพยนตร์มีเรื่องมาเสนอบริษัทผู้สร้างฯ
2. กรณีเป็นภาพยนตร์ที่มีการร่วมลงทุนหรือร่วมผลิต (Co-Production)

และจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับ อาทิ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์ / คมกฤษ ตรีวิมล / ไพลิน อำนวยพร ฯลฯ พบว่า ในปัจจุบันผู้กำกับภาพยนตร์มักเป็นฝ่ายนำเรื่องมาเสนอต่อบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ โดยจะให้บริษัทผู้สร้างเป็นผู้ลงทุน และผู้กำกับภาพยนตร์จะเจรจาขอส่วนแบ่งที่นอกเหนือจากค่ากำกับซึ่งก็คือ "ส่วนแบ่งของผู้กำกับภาพยนตร์ (Film Maker Deal)" ซึ่งส่วนแบ่งจากผลกำไร ณ จุดนี้มีการเจรจาแบ่งปันผลประโยชน์ได้ 3 ลักษณะคือ

1. **แบ่งตามอัตราส่วนตามแต่ข้อตกลง** เช่น หากภาพยนตร์เรื่องนั้นทำกำไรได้ ณ จุดกำไรที่ 1 ล้านบาทขึ้นไปไม่ว่าจะในประเทศหรือในต่างประเทศ จะมีส่วนแบ่งกลับคืนให้กับผู้กำกับคนนั้น 10-20 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น

2. **ส่วนแบ่งแบบอัตราเดียว (Flat Rate)** เช่น กำหนดในข้อตกลงว่า หากภาพยนตร์เรื่องนั้นทำกำไรตั้งแต่บาทแรกทั้งในและต่างประเทศไม่ว่าจะเท่าไรก็ตาม ผู้กำกับภาพยนตร์ก็จะได้รับส่วนแบ่ง 20-30 เปอร์เซ็นต์ตามแต่ตกลง

3. **ส่วนแบ่งแบบขั้นบันได (Progressive Rate)** โดยทั่วไปจะใช้ข้อตกลงการแบ่งแบบ 'แบ่งส่วน' ตามยอดกำไร เช่น หากยอดบ็อกซ์ออฟฟิศภายในประเทศทำกำไรดังต่อไปนี้

1,000,000 – 5,000,000	ได้รับส่วนแบ่ง	10 %
6,000,000 – 10,000,000	ได้รับส่วนแบ่ง	12 %
11,000,000 – 24,000,000	ได้รับส่วนแบ่ง	15 %
25,000,000 ขึ้นไป	ได้รับส่วนแบ่ง	20 %

และมีข้อสังเกตว่า หากเป็นการแบ่งผลประโยชน์กับผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีลักษณะร่วมลงทุนหรือ Co-Production ส่วนแบ่งก็จะเป็นไปตามอัตราส่วนของเงินลงทุน เช่น ลงทุนคนละ 50:50 เมื่อภาพยนตร์ได้กำไรก็รับผลตอบแทนกลับไปครึ่งหนึ่งตามจำนวนเงินลงทุนหรือถ้าเป็นการ

⁶⁵ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

ตกลงแบบอัตราเดียว ก็จะต้องมีการกำหนดว่าจุดใดเป็นจุดที่จะมีการแบ่งกำไรเกิดขึ้น เช่น ได้รับส่วนแบ่ง 20-30% ในกรณีที่ภาพยนตร์เรื่องนั้นมีกำไรตั้งแต่บาทแรก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ลักษณะการแบ่งปันผลกำไรดังกล่าว สามารถตกลงกันได้ทั้งในลักษณะแบบใดแบบหนึ่งหรือแบบผสมผสาน คือ ผสมทั้งเงื่อนไขของส่วนแบ่งแบบอัตราเดียว และส่วนแบ่งแบบขั้นบันไดก็ได้ หรือส่วนแบ่งตามแต่ตกลงกัน

ทั้งนี้สังเกตได้ว่า อัตราการต่อรองส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์จากผลกำไรที่ได้จากการกำกับภาพยนตร์หรือจากความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ต่างก็ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองและอำนาจในการต่อรองของคู่สัญญาระหว่างบริษัทผู้สร้างกับผู้กำกับภาพยนตร์ ซึ่งยังมีองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ความมีชื่อเสียงของผู้กำกับ / รางวัลระดับนานาชาติที่ผู้กำกับเคยได้รับ / ความมั่นคงของบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ เป็นต้น องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงและนำมาพิจารณาเพื่อสร้างพลังในการต่อรองระหว่างกัน ทั้งนี้เพื่อบรรลุถึงจุดที่พอใจด้วยกันทั้งสองฝ่ายเป็นสำคัญ

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสัมพัทธ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ เน้นความหลากหลายและการรักษาชื่อเสียงของบริษัท ◉ ไม่ใช้นโยบาย “ขยายเพื่อรองรับ” สิ่งที่ยังมองไม่เห็น แต่จะลงทุนในสิ่งที่มองเห็นโอกาส ◉ ตลาดภายในประเทศต้องมา 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทำหน้าที่ให้มีความหลากหลายตอบโจทย์กลุ่มผู้ชมให้กว้างขึ้น แต่ต้องจับกลุ่มเป้าหมาย (Focus Groups) ให้ชัดเจน ◉ สนใจที่เนื้อเรื่อง ก่อนคัดเลือกดาราก่อน ◉ มีความชัดเจนทั้งในระดับตราสินค้า (Brand) ที่เป็น 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ระบบในการทำงานในแต่ละขั้นตอนการผลิต เริ่มเปลี่ยนแปลงจากการเรียนรู้โดยผ่านประสบการณ์ มาเป็นการเรียนรู้ผ่านระบบการศึกษามากขึ้น ◉ ระบบในการทำงานดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ยังไม่มีการกระจายตัวของอุตสาหกรรม และยังมีรูปแบบของการ “ผูกขาด” ปรากฏให้เห็น ◉ การทำงานไม่ได้เป็นระบบที่เป็นไปตามกลไกตลาด แต่เป็นไปตาม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขัน โอกาส และความพร้อม ◉ ทฤษฎีโลกาภิวัตน์ และพันธมิตรทางธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ประเด็นการรวมตัวของธุรกิจไม่จำเป็นการร่วมลงทุน หรือเป็นพันธมิตรของกลุ่มบริษัท ผู้สร้างภาพยนตร์ต่างๆ มีความสอดคล้องทั้งกับ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ในกระแสของโลกธุรกิจสมัยใหม่ที่เน้นการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อประกันความเสี่ยงแต่บริษัทในไทยก็ยังมี 	<p>ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาส และกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแพนจัน และ</p>

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>ก่อน แต่จะเตรียม คิดเผื่อไว้สำหรับ ต่างประเทศ</p> <p>●เน้นเจาะตลาด ภาพยนตร์ พาณิชย์ และ ภาพยนตร์ที่มี เนื้อหาเป็นสากล ในตลาด ต่างประเทศ</p> <p>●การทำงานกับ ผู้กำกับยังคงใช้</p>	<p>สตูดิโอและ ความเป็นตัวตน ของผู้กำกับ</p> <p>●ร่วมมือกันใน ลักษณะการเป็น “พันธมิตร” เพื่อ การตอบใจത്യ ทางการตลาดที่ รัดกุมมากกว่า ในบางครั้งจึงมี การเชื่อมโยง ผลิตภัณฑ์เข้ากับ</p>	<p>● ใช้การร่วมผลิต หรือ Co-Production ในลักษณะจุดเป็น “กิจการร่วมค้า” มากขึ้น</p> <p>● การเจรจาตกลง ทางการค้าต้อง ทำสัญญาเป็น ลายลักษณ์อักษร</p> <p>● กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์ที่</p>	<p>อำนาจของ กลุ่มผู้ลงทุน</p> <p>● ภาคธุรกิจ พยายามผูก โยงความ สัมพันธ์ในทาง การเมืองเพื่อ ผลทางการค้า</p>	<p>● ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์</p> <p>● ทฤษฎีการ จัดจำหน่าย และการตลาด</p>	<p>ทฤษฎี โลกาภิวัตน์</p> <p>ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์</p> <p>ทฤษฎีการจัด จำหน่ายและ การตลาด</p> <p>เพราะการรวม ตัวเป็นไปเพื่อ สร้างจุดแข็งให้ แต่ละบริษัท และเปิด</p>	<p>ใช้ “สัญญา ใจ” มากกว่า การเซ็น สัญญาเป็น “ลายลักษณ์ อักษร” เป็นการใช้ หลักแห่ง ความเชื่อใจ มากกว่า เชื่อถือตาม เอกสาร</p>	<p>ภาพยนตร์เรื่อง องศ์บาก</p>

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
ระบบ “ซื้อใจกัน” มากกว่าการเซ็น สัญญา ขณะเดียวกันก็ ขึ้นอยู่กับนโยบาย ของแต่ละบริษัท ซึ่งมีวิธีการทำงาน ที่ต่างกันไป	ภาพยนตร์ เพื่อ ผลเป็นที่รู้จักและ เกิดกระแสปาก ต่อปากในทางการ ตลาด ● ต้องมีความคิด สร้างสรรค์ในแง่ การวิเคราะห์การ ขาย การวางแผน การตลาด ● กระแสโลกาภิวัตน์ นำการเปลี่ยน	ประสบความสำเร็จ มีแนวโน้ม ในการปรับการ ทำงาน จากการ รับงานเป็นเรื่องๆ มาเป็นการรับงาน โดยผ่านบริษัท ที่ตนตั้งขึ้น			โอกาสให้เกิด ก้าวกระโดดแก่ บริษัทที่ไม่เคย อยู่ใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์มา ก่อน ได้มี โอกาสเติบโต และเป็นการใช้ กลยุทธ์ใน ลักษณะสร้าง ความแตกต่าง	สัญญา ● ทฤษฎีทาง การตลาด เริ่มมีการ ผสมผสาน กลยุทธ์ใน ลักษณะข้าม สาย ผลิตภัณฑ์ มากขึ้น โดย เป็นลักษณะ การร่วมมือ	

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	แปลงจากไม่มี ระบบเข้าสู่ความ เป็นระบบมากขึ้น				โดยใช้การ ร่วมมือระหว่าง บริษัท (Business Scheme) เป็นจุดสร้าง ความ แตกต่าง ● การเน้นตลาด ต่างประเทศ เป็นกลยุทธ์ที่ สอดคล้องกับ	ระหว่างกัน เพื่อ นำไปสู่ เป้าหมาย เดียวกัน	

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ทฤษฎีการ ตลาดในเรื่อง การค้นหา โอกาสทางการ ตลาดและการ กำหนดตลาด เป้าหมายเพื่อ การวางแผนที่ ชัดเจนยิ่งขึ้น • การตั้งบริษัท เพื่อรับงานของ กลุ่ม		

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ผู้กำกับ ภาพยนตร์ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์ เรื่องของการ สร้าง เอกลักษณ์ โดยเป็นการ สร้างแบรนด์ เพื่อเตรียมก้าว เข้าสู่ตลาดใหม่		

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					(Entry into new markets) และเป็นการ สร้างแบรนด์ใน ระดับผู้กำกับ มากกว่า แบรนด์ใน ระดับสตูดิโอ ● การรวมตัวของ บริษัททั้งใน แนวนอน และ แนวตั้ง		

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					สอดคล้องกับ ทฤษฎีความ สามารถเชิง แข่งขันฯทั้งใน รูปแบบการ รวมตัวกันและ การสร้างสาย สัมพันธ์ ระหว่างธุรกิจที่ ใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ เปรียบบริษัท		

ตารางที่ 4.5

ประเด็นศึกษาที่ 2 : ด้านโครงสร้างการบริหารและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 2.2 : แนวโน้มของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					อื่นๆ ในแง่ ต้นทุน ซึ่งจะ เป็นการ ประหยัด เนื่องจากขนาด (Economy of Scale) ในการ ผลิตภาพยนตร์		

2.2 แนวโน้มกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับงานสร้างภาพยนตร์ไทย

จากการศึกษาข้อมูลทั้งภาคเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวด้วยทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ทฤษฎีความสามารถแข่งขัน โอกาสและความพร้อม ทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ ทฤษฎีการจัดจำหน่ายและการตลาด และทฤษฎีการสร้างแบรนด์ พบว่า แนวโน้มเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการงานสร้างภาพยนตร์ไทยมีดังต่อไปนี้

1. มีแนวโน้มการสร้างหนังที่มีความหลากหลาย โดยกลุ่มผู้บริหารให้ทัศนะว่า “...ผมคิดว่ามันก็น่าจะมีหลากหลายนะ ไม่ใช่ทั้งหมดไปแอ็คชั่นอย่างเดียวผมไม่เห็นด้วย อย่างที่บริษัทสร้างหนัง ก็มีทั้งแอ็คชั่น หนังผีก็มี แต่หนังอาร์ตเราก็ต้องทำ อย่างน้อยทำให้มันหลากหลาย...”⁶⁶

2. มีแนวโน้มมุ่งเน้นที่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ในขณะที่ยังต้องคอยรักษาสวนแบ่งสำหรับตลาดภายในประเทศไว้ด้วย โดยกลุ่มผู้บริหารให้ทัศนะว่า “...เน้นขายภาพยนตร์ไทยในประเทศไทยให้ได้มากที่สุด ขณะเดียวกันก็เน้นเจาะตลาดหนังพาณิชย์ (Commercial Films) ในตลาดต่างประเทศด้วยการผลิตหนังที่กำลังได้รับความนิยมและมีเนื้อหาค่อนข้างเป็นสากล เช่น หนังสัตว์ประหลาด หนังแอ็คชั่น หนังผีของขวัญ...”⁶⁷

3. ส่วนงานด้านการซื้อขายภาพยนตร์เริ่มมีลักษณะของความเป็นธุรกิจสมัยใหม่สูง ความสัมพันธ์ในลักษณะคู่ค้าที่มีความซื่อสัตย์ต่อกันและสามารถไว้นื้อเชื่อใจกันได้แบบเดิมมีแนวโน้มลดลง ดังทัศนะกลุ่มผู้บริหารที่กล่าวว่า “...ในปัจจุบันนี้ผมว่าหนักกว่าเดิมคือ ไม่ค่อยมีเรื่องของ Connection เรื่องของความเป็นเพื่อนอะไรสักเท่าไร คือ ค่อนข้างเป็นเรื่องของธุรกิจเพียวๆ มากกว่า...”⁶⁸

4. มีแนวโน้มรวมตัวกันในรูปแบบต่างๆ เพื่อร่วมกันผลิตภาพยนตร์ อาทิ การร่วมลงทุนระหว่างบริษัทภายในประเทศหรือกับบริษัทจากต่างประเทศ การเข้าร่วมในลักษณะเป็นพันธมิตรซึ่งมีหลายรูปแบบและหลายวิธีการ โดยส่วนใหญ่จะกระทำภายใต้ข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ ทั้ง

⁶⁶ สัมภาษณ์ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ, ผู้บริหารบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 26 มกราคม 2547.

⁶⁷ สัมภาษณ์ Gilbert Lim, Executive Vice President ฝ่ายต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 3 พฤษภาคม 2549.

⁶⁸ สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

เงื่อนไขของการถือสิทธิร่วมกัน และเงื่อนไขของการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ให้ทัศนะเกี่ยวกับการเป็นพันธมิตรว่า

“การเป็นพันธมิตร จริงๆ แล้ว ถ้าในบ้านเรามันเหมือนกับ ...ไม่ได้มีอะไรที่ชัดเจนเลย สำหรับเรื่องการเป็นพันธมิตร ถ้าในต่างประเทศก็ไม่ถึงกับมีความชัดเจนเหมือนกัน การเป็นพันธมิตรมันคงเป็นลักษณะว่าจะร่วมกันแบบไหน ...มันอาจจะเป็นในลักษณะที่ว่าเป็นพันธมิตรในการจัดจำหน่าย...แต่คงไม่ใช้การขายสิทธิขาด แต่เป็นการแชร์สิทธิกัน ผมลงทุนทำหนัง คุณลงทุนทำการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาให้ผม ผลตอบแทนแบ่งกันแบบนี้ แต่พอออกจากนอกประเทศสหรัฐ ตัว CopyRight ยังเป็นของผู้ลงทุนหนัง เขาอาจจะไปร่วมกับคนอื่นก็ได้...”⁶⁹

นอกจากการเข้าร่วมข้อตกลงกันของสองบริษัทขึ้นไปในนาม “พันธมิตร (Alliance)” แล้ว บริษัทผู้ผลิตยังมีวิธีการเข้าร่วมข้อตกลงในลักษณะอื่นๆ ได้อีกเช่น การร่วมผลิต หรือ Co-Production การร่วมลงทุนหรือ Joint Venture หรือรู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า Co-Venture ซึ่งวิธีการต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ การที่บริษัทตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไปมาลงทุนในกิจการหนึ่งกิจการใดร่วมกัน และมีความพร้อมในการรับความเสี่ยงอันสืบเนื่องมาจากการลงทุนนั้น ต่างฝ่ายต่างก็จะรับความเสี่ยงตามอัตราส่วนที่ลงทุน ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีแนวโน้มที่จะนำระบบการบริหารจัดการงานสร้างภาพยนตร์ในลักษณะดังกล่าวนี้มาใช้เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นไปเพื่อลดความเสี่ยงทางด้านการดำเนินงานและการลงทุน ในขณะที่อีกส่วนยังคงไม่แน่ใจในระบบดังกล่าว ทั้งนี้ในช่วงปี 2540-2549 รูปแบบการบริหารจัดการของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยที่พบ คือ มีลักษณะการร่วมทุนกันตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป บริษัทผู้สร้างนิยมใช้วิธีการจัดตั้งเป็น “กิจการร่วมค้า” โดยใช้ชื่อกิจการร่วมค้าดังกล่าวเป็นชื่อของภาพยนตร์เรื่องที่จะร่วมกันลงทุนสร้าง เช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด ร่วมกับ บริษัท พีโนมีน่า พิคเจอร์ส จำกัด ร่วมกันสร้างภาพยนตร์เรื่อง ชัตเตอร์ กดติดวิญญาณ ก็จะจดทะเบียนการค้าในลักษณะเป็น “กิจการร่วมค้า เดอะ ชัตเตอร์” ขึ้นมา เพื่อให้เกิดความสะดวกและความชัดเจนในงานด้านบัญชี และระบบบริหารรายรับรายจ่าย อย่างไรก็ตามการร่วมลงทุนหรือการ Co-Production กับต่างประเทศยังคงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยยังไม่มี ความมั่นใจ เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวที่มากพอ ดังที่กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ทัศนะว่า

“...การ Co-Production กันของหนังแมนสตรีม ...เป็นสิ่งที่หลายบริษัทกำลังกังวล อยู่เพราะว่าเราก็ไม่รู้ว่ามันเป็นยังไง ...การ Co-Production อย่างนี้ไม่ได้หมายความว่า

⁶⁹ สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549.

ว่าเราจะสะดวกละเมอไป ... เป็นเรื่องที่น่าทึ่งมาก ... ผมก็เลยเข้าใจว่านี่อาจจะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ยังลังเลอยู่ว่าเราจะได้ผลดีแค่ไหน และผลประโยชน์จะเป็นยังไง ผมว่าช่วงนี้อาจจะอยู่ในช่วงของการศึกษากันอยู่ว่าจะอย่างไร”⁷⁰

5. ในอุตสาหกรรมบันเทิง เริ่มมีการนำแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า “รูปแบบการบริหารงานธุรกิจบันเทิง หรือ Entertainment Business Model”⁷¹ มาปรับใช้กับธุรกิจบันเทิงในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2540-2549 และมีแนวโน้มที่จะใช้กลวิธีดังกล่าวมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรมดังกล่าว ก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจเพื่อเสริมศักยภาพซึ่งกันและกันในรูปแบบต่างๆ อาทิ การเป็นพันธมิตร / การทำ Co-Branding / การร่วมลงทุนในลักษณะ Joint-Venture) / การควบรวมกิจการ (Merger & Acquisition) ซึ่งรูปแบบการเสริมสร้างซึ่งกันและกันนี้ได้ก่อให้เกิดปัจจัยบวกให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เช่น บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) มีการขยายธุรกิจออกไปสู่การผลิตสินค้าประเภทอื่นๆ ที่อยู่ในประเภทเดียวกันกับสินค้าหลักของบริษัท โดยใช้วิธีร่วมทุนเป็นพันธมิตรและจัดตั้งขึ้นเป็นรูปแบบบริษัท อาทิ บริษัท บั๊งไฟ สตูดิโอ จำกัด / บริษัท คำพอดดี จำกัด / บริษัท หัวฟิล์ม ทำายฟิล์ม จำกัด โดยบริษัทเวิร์คพอยท์ได้นำบริษัท หัวฟิล์ม ทำายฟิล์ม จำกัด เข้าร่วมผลิตภาพยนตร์เรื่อง โหน่ง เท่ง นักร้องลูกทุ่ง กับบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนการร่วมลงทุน 50:50 เป็นต้น

6. มีแนวโน้มการขยายธุรกิจด้วยวิธีการรวมตัวทางธุรกิจในรูปแบบแนวนอน (Horizontal intergration) และแบบแนวตั้ง (Vertical intergration) เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2540-2549 อาทิ บริษัท จี เอ็ม เอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) ขยายธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงมาสู่ธุรกิจการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งใช้วิธีการร่วมทุนกับบริษัท ไท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และบริษัท หับให้หิ้น บางกอก จำกัด โดยจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทใหม่ภายใต้ชื่อ บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด เป็นต้น

ส่วนการขยายธุรกิจแบบแนวตั้ง ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจเข้าไปสู่ขั้นตอนแห่งการผลิตอื่นๆ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อลดอัตราความเสี่ยงทางด้านการตลาดของสินค้าตัวใดตัวหนึ่งที่บริษัทดำเนินกิจการอยู่ บริษัทจึงดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในรูปแบบครบวงจร เช่น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้มีการขยายกิจการเกี่ยวกับโรง

⁷⁰ สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

⁷¹ จิรพรรณ อัญญาโพธิ์, “Joint Model Rich-Rich Philosophy,” *Brand Age* (กุมภาพันธ์ 2549): 164-166.

ภาพยนตร์เพิ่ม จากเดิมในเครือบริษัทสหมงคลฟิล์มฯมีโรงภาพยนตร์คือ โรงภาพยนตร์ ยูเอ็มจี อาร์ ซีเอ บริษัทฯได้ขยายโรงภาพยนตร์เพิ่มเติม เพื่อเปิดตลาดสนองความต้องการของผู้ชมเฉพาะกลุ่มมากขึ้น โดยเปิดโรงภาพยนตร์เฮ้าส์ อาร์.ซี.เอ (House RCA) สำหรับรองรับผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบภาพยนตร์นอกกระแส เป็นต้น

นโยบายในการขยายธุรกิจทั้งในแบบแนวนอนและแนวตั้งนี้ กลุ่มผู้บริหารให้ทัศนะว่า “...ในการขยายขอบเขตของกิจการหรือขยายงาน จะกระทำต่อเมื่อเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องได้ และลงทุนในสิ่งที่มองเห็น จะไม่ใช้นโยบาย ‘ขยายเพื่อรองรับ’ งานที่ยังมองไม่เห็น...”⁷²

7. ปี 2540-2549 มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่เข้ามาใช้มากขึ้น เช่น การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับธุรกิจบันเทิงหรือกลยุทธ์ Movie Marketing ภาพรวมในประเทศไทยของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อเพื่อการตลาด อาทิ การที่ผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง เข้ามาร่วมให้การสนับสนุนภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันโดยจัดให้มีกิจกรรมสนับสนุนภาพยนตร์ภายใต้แคมเปญ “ใกล้ชิด ชวนกลับมาชิดใกล้” หรือ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือดีแทค เข้ามาร่วมให้การสนับสนุนภาพยนตร์เรื่องแจ๋ว โดยใช้นักแสดงนำในเรื่องเป็นผู้นำเสนอแผนส่งเสริมการขายของแฮปปี้ ดีแทค (Happy DTAC) ณ ช่วงเวลาที่ภาพยนตร์ใกล้จะเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

โดยกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ทัศนะว่า “...พันธมิตรที่เคยใช้จะเป็นในแง่ของ แฮปปี้ มาเป็นสปอนเซอร์ให้จีทีเอช 9 เรื่องติดกัน ...ส่วนการให้เงินให้ของอะไร...หลักๆ มันก็คือการให้สปอนเซอร์กันมากกว่าคะ แล้วเราเรียกความสัมพันธ์ที่ดีอันนั้นว่าพันธมิตร...”⁷³

8. เริ่มมีการสร้างแบรนด์ทั้งที่เป็นสตูดิโอแบรนด์และเอกลักษณ์ของผู้กำกับ (Director's Brand) สำหรับการวางแผนทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มผู้บริหารบางส่วนให้ทัศนะว่า “ลายเซ็นหรือเอกลักษณ์ของผู้กำกับภาพยนตร์ไทยอันนี้ก็ต้องค่อยๆ Create ค่อยๆ บั๊น อย่างผู้กำกับของเรายังไม่ถือว่ามียุคเซ็นก็ขึ้นอยู่กับ Product แต่ถ้าอย่างผู้กำกับชัตเตอร์ฯ

⁷² สัมภาษณ์ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทไทท์ เฮ้าส์ ฟิล์ม เซอร์วิส จำกัด, 10 เมษายน 2549.

⁷³ สัมภาษณ์ ไพลิน อำนวยพร, ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายขายและการตลาด(ต่างประเทศ) บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัด, 31 มีนาคม 2549.

เขาทำเรื่องที่แล้วได้เงิน แล้วถ้าเขาทำเรื่อง Alone ได้เงินอีก ผมก็ว่าเขาจะเริ่มมีลายเซ็นแล้วว่า เขาเป็นคนที่ทำหนังสยองขวัญได้ดี...”⁷⁴

ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับกลุ่มผู้บริหารต่างเริ่มเห็นความสำคัญของการสร้างชื่อเสียงที่นอกเหนือไปจากการทำให้ชื่อบริษัทและโลโก้เป็นที่จดจำและรู้จักกันอย่างแพร่หลายแล้ว ยังต้องตระหนักถึงความรู้สึกของผู้บริโภคต่อสินค้า(ภาพยนตร์)ทั้งในด้านที่อาจจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้อีกด้วย เช่นเดียวกับทัศนคติจากกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ที่กล่าวว่า “...ต้องมีความชัดเจนในแง่ของเนื้อหา คุณภาพในการสร้างมีตัวตนที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ในระดับบริษัทหรือสไตล์ผู้กำกับ...”⁷⁵

9. เริ่มมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ก่อนลงทุนสร้างภาพยนตร์ และเริ่มมีการใช้คำว่า “หน้าหนัง” เพื่อบอกเล่าเรื่องราวในภาพยนตร์ โดยกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้ให้ทัศนะว่า

“...อย่างที่บอกว่า 2499 มันปฏิวัติหลายๆ อย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อในส่วนของผู้บริหารมันน่าจะมีผลอยู่เหมือนกัน แต่ในส่วนของการตลาด ผมเชื่อว่ามันยังไม่มีการปลูกอย่างชัดเจนเท่ากับเรื่องของนางนาก ผมว่าเรื่องนางนากคือการปฏิวัติเรื่องการวางแผนค่อนข้างชัดเจน ...มันเริ่มมีการใช้คำว่า ‘หน้าหนัง’ เกิดขึ้น ผมเคยคิดว่านางนากเนี่ยก็เริ่มมีการใช้จุดนี้ขึ้นมา ...ซึ่งปัจจุบันนางนากสามารถบอกได้โดยว่าเป็นเรื่องความรักของผีกับคน มันชัดเจนมากซึ่งมันสามารถบอกได้เร็ว ...พูดแค่ภายในสิบนาทีเราก็มองเห็นหนังแล้วว่าจะเป็นยังไง...”⁷⁶

10. มีแนวโน้มการทำงานในแบบมีอาชีพและเลือกให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น เพื่อให้เหมาะกับการบริหารงานในแต่ละประเภทของส่วนงานการผลิตภาพยนตร์ โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์มีทัศนคติต่อเรื่องดังกล่าวว่า “...กระแสโลกกำลังเปลี่ยนไปสู่ความมี ‘มาตรฐาน’ มากขึ้น ...จากความไร้ระเบียบไปสู่ความเป็นระเบียบมากขึ้น...”⁷⁷

และสอดคล้องกับทัศนคติจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องว่า

⁷⁴ สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

⁷⁵ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

⁷⁶ สัมภาษณ์ ภาณุ อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

⁷⁷ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

“...ระบบในการทำงานมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น คือ จากคนๆ เดียวที่มีเงินจะเป็นผู้กำหนดแนวทางภาพยนตร์ ในขณะที่เริ่มมีการให้ความสำคัญกับคนที่ เป็นหัวหน้าฝ่ายในการผลิต เป็นคนที่ตัดสินใจหรือพิจารณาว่าจะทำหรือควบคุม การผลิตหนัง จะเป็นผู้รู้เรื่องดี อย่างเช่น สหมงคลฟิล์ม ผู้ที่ดูแลตรงนี้คือ คุณปรัชญา หรือ จีทีเอช ผู้ที่ดูแล คือ คุณจิระ มะลิกุล คุณยงยุทธ ทองกองทุน เป็นต้น ...ฉะนั้นมันก็จะมีส่วนตอนในการดำเนินงาน...ข้อดีก็คือ รัดกุมและมีแรงงาน หลายๆ แผนกที่จะมาช่วยกันทำงาน มีแผนกต่างๆ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายนโยบาย มี Creative คือ มันมีลักษณะที่เป็นมืออาชีพมากขึ้น...”⁷⁸

1.1. ผู้กำกับภาพยนตร์มีแนวโน้มเปิดบริษัทเพื่อรับงานกำกับภาพยนตร์เป็น กิจจะลักษณะมากขึ้นจากเดิมที่รับงานในรูปแบบการจ้างอิสระ บริษัทที่มีผู้กำกับภาพยนตร์เป็น ผู้บริหารนี้สามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

11.1 ลักษณะรับผลิตอย่างเดียวหรือ Production House คือ บริษัทอาจใช้วิธีการ จ้างทีมงานสร้างไว้เป็นพนักงานประจำหรือจ้างเป็นพนักงานเสริมนอกเวลา(Freelance) เพิ่มเวลา มีงาน ลักษณะบริษัทเช่นนี้ เช่น บริษัท มหาคารภาพยนตร์ จำกัด ก่อตั้งโดย ยุทธเลิศ สิปปภาค เป็นต้น

11.2 ลักษณะรับผลิตภาพยนตร์และผู้อำนวยความสะดวกสร้างภาพยนตร์ (Production House + Producer Office) คือ บริษัทที่ผู้กำกับทำหน้าที่จัดหาผู้ลงทุนในการสร้างภาพยนตร์และ รับผลิตภาพยนตร์ด้วยในเวลาเดียวกัน ในลักษณะเป็นทั้งโปรดิวเซอร์และสามารถเป็นผู้กำกับ ภาพยนตร์ซึ่งหากไม่ได้ทำหน้าที่กำกับภาพยนตร์เองก็จะประสานงานให้ผู้กำกับท่านอื่นได้พบกับ นักลงทุนเพื่อสร้างภาพยนตร์ ในบริษัทอาจจะมีทีมงานเป็นพนักงานประจำจำนวนหนึ่ง และจ้าง เพิ่มเวลา มีงาน เช่น บริษัท ไทเกอร์ฟิล์ม จำกัด / บริษัท ถนัดหนัง จำกัด / บริษัท ชีเนมาเซีย จำกัด บริษัท ภาพยนตร์หรรษา จำกัด / บริษัท บาแรมยู จำกัด เหล่านี้เป็นต้น

1.3 ลักษณะบริษัทที่มีทีมงานเฉพาะระดับงานบริหาร คือ อาจจะมีทีมงานหรือ พนักงาน เฉพาะระดับผู้บริหาร (Head Office) เท่านั้น ส่วนระดับทีมงานจะใช้การจ้างแบบอิสระ ทั้งหมด ได้แก่ บริษัท ทีฟ้า จำกัด

ซึ่งกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับลักษณะการเปิดบริษัทของกลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์ว่า

⁷⁸ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกติน, นักวิชาการและคอลัมนิสต์อิสระ, 4 มิถุนายน 2549.

“...สมัยก่อนเนี่ยผู้กำกับกับผู้อำนวยการสร้างหาเงินกันมาเองในสมัยหนังไทยโบราณนะครับ พูด่างๆ อย่างเช่น คุณเชิด ก็จะมีเชิดไชยภาพยนตร์ คุณชรินทร์ นันทนาครลงทุนกับคุณดอกดิน ซึ่งมันก็จะเป็นอย่างนี้เพียงแต่ว่ามันหายไป แล้วมันก็เปลี่ยนมาเป็นผู้ลงทุนคือสตูดิโอรวมแล้วก็มาจ้างผู้กำกับ แต่ว่ายุคหลังๆ ที่กลับไปเป็นอย่างนี้ก็คือ ตอนที่คุณอุยหนทรีย์ เปิดบริษัท ซีเนมาเซีย จำกัด มีพีปัด ไปเปิดไทเกอร์ทีม มีคุณปรัชญา เปิดบาแรมยู ตอนหลังนี้ก็มากขึ้นเรื่อยๆ พี่อั้งเคิดมาเปิดฟิล์มแมน พจน์ เปิด ภูธ อะไรเหล่านี้มันก็จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งก็จะเปิดในลักษณะเป็น Producer Office...”⁷⁹

⁷⁹ สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549.

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ รายได้จากโรงภาพยนตร์ภายในประเทศเริ่มลดน้อยลง ต้องหารายได้จากแหล่งอื่นมาทดแทน ◉ “หน้าหนัง” จะเป็นสิ่งที่ทำให้รู้ว่าภาพรวมของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ จะมีลักษณะอย่างไร 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ คนทำงานจากวงการอื่นที่เข้ามาผลิตภาพยนตร์ทำให้ภาพยนต์มีความหลากหลายทั้งเชิงเนื้อหาและกลวิธีในการนำเสนอมากขึ้น ◉ โอกาสที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะมีความ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ โอกาสที่จะสร้างภาพยนตร์ไทยโดยไม่มีแหล่งเงินทุนเป็นเรื่องที่ยากสำหรับในประเทศไทย ◉ ตลาดภายในประเทศยังมีความไม่แน่นอน ◉ เมื่อผู้ชมเริ่มเปิดรับภาพยนตร์ที่มีลักษณะแปลก 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ปัญหาด้านการเผยแพร่ภาพยนตร์ยังมีจำกัดเพียงในโรงภาพยนตร์ ◉ ผู้ชมจึงมีทางเลือกไม่มาก ◉ การลงทุนในกิจการภาพยนตร์ยังมีอย่างจำกัด ◉ การสร้างสรรค์ 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◉ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◉ ทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ประเด็นด้านรายได้ที่ตรงกับการหาทดแทนจากแหล่งรายได้อื่นๆ สอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและทฤษฎีการตลาดใน 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ รัฐไม่มีความชัดเจนในนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงทำให้ภาพยนต์ไทยแข่งขันได้อย่างยากลำบากใน 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาสและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน และ

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<p>◉ การวางแผนสร้างภาพยนตร์จะขึ้นอยู่กับ “เป้าหมาย” และ “นโยบาย” ของแต่ละบริษัทว่าจะตอบโจทย์ทางการตลาดใดเป็นหลัก</p>	<p>หลากหลายทั้งในเชิงเนื้อหาและอื่นๆ รัฐบาลต้องเข้ามาช่วยสนับสนุนหรือช่วยลดความเสี่ยงให้ลดลง</p>	<p>ใหม่ฝ่ายการตลาดก็กล้าที่จะคิดทำอะไรใหม่ ๆ มากขึ้น</p> <p>◉ การผลิตภาพยนตร์เยอะๆ ต้องศึกษาหลายมิติ หลากหลายมุมมองเมื่อการผลิตเยอะขึ้น การแข่งขันภายในประเทศก็จะสูงขึ้น</p>	<p>งานมีน้อยและอยู่ในวงแคบ</p> <p>◉ กลุ่มผู้อำนวยการสร้างมีอำนาจต่อรองมากกว่ากลุ่มผู้กำกับ</p> <p>◉ “โอกาสของภาพยนตร์” จะเกิดต่อเมื่อ</p>	<p>◉ ทฤษฎีโลกาภิวัตน์และพันธมิตรทางธุรกิจ</p> <p>◉ แนวคิดการจัดจำหน่ายและการตลาด</p> <p>◉ ทฤษฎีเกม</p> <p>◉ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์</p> <p>◉ ทฤษฎีวิวัฒนาการ</p>	<p>เรื่องโอกาสของตลาดและอุปสรรค รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมต่อไป ซึ่งรวมถึงการกำหนดจุดยืน (Positioning)</p>	<p>สภาพตลาดที่รัฐไม่ได้เข้ามาบีบบังคับดูแลหรือมีมาตรการที่ดีรองรับการเติบโตของธุรกิจนี้</p> <p>◉ เมื่อผู้ชมมีตัวเลือกเกี่ยวกับการรับชม</p>	<p>ภาพยนตร์เรื่ององค์บาก</p>

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		ตามไปด้วย	มีการวางแผน หรือมาตรการ รองรับ อุตสาหกรรมนี้ จากรัฐบาล ○ โอกาสของ ภาพยนตร์ไทย จะน้อยลง หาก ภาครัฐบาลยัง มีนโยบายไม่ ชัดเจน ข้าราชการไม่	สมัยนิยม ○ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม ○ ทฤษฎีการ คุ้มครอง อุตสาหกรรม ภายในประเทศ กำลังพัฒนา	ทางการตลาด ทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ ○ ความเสี่ยงใน การจัดการ โรงภาพยนตร์ เพื่อขายสำหรับ ภาพยนตร์ที่ สร้างโดยไม่ ผ่านสตูดิโอ ใหญ่ๆ สอด	ภาพยนตร์ ไม่มาก ทำ ให้ผู้บริโภค หันไปนิยม การชม ภาพยนตร์ ในรูปแบบ โฮมเธียเตอร์ มากขึ้นและ ทำให้กิจการ แผ่นละเมิด ลิขสิทธิ์	

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
			ปฏิบัติไปใน แนวทาง เดียวกันและ ภาคเอกชนยัง รวมตัวกันไม่ได้		คล้องกับ ทฤษฎีเกมใน เรื่องการกีดกัน คู่แข่ง ในลักษณะที่ว่า กลุ่มสตูดิโอ หลัก จะสร้าง อุปสรรคในการ เข้ามาใน อุตสาหกรรมขึ้น โดยกำหนดเป็น เงื่อนไขที่คน	เติบโตอย่าง รวดเร็ว เพราะมี ตัวเลือกที่ เยอะกว่า ● หากค่าเช่า ชม ภาพยนตร์ ในโรง- ภาพยนตร์ มีราคาสูง มากกว่าการ	

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					นอกกลุ่มจะทำตามได้ยาก เพื่อให้ทางกลุ่มมีอำนาจต่อรองมากขึ้นกับกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์หรือทีมงาน และทำให้กลุ่มสามารถกำหนดทิศทางภายในตลาดได้	ชมจากแผ่นออฟติคอลลิสก์มากๆ จะเป็นการจำกัดโอกาสและทางเลือกในการเข้าถึงภาพยนตร์ของกลุ่มผู้ชมที่มีรายได้น้อย	

ตารางที่ 4.6

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.1: โอกาสทางการตลาด “ภายในประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						ทำให้ไม่ สามารถชม ภาพยนตร์ ในโรง- ภาพยนตร์ ได้ เนื่องจาก มีค่าใช้จ่ายที่ สูงกว่ามาก เมื่อเทียบกับ การรับชม จากแผ่น วีซีดี ดีวีดี	

3. ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

3.1 โอกาสทางการตลาดภายในประเทศสำหรับภาพยนตร์ไทย

สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายในประเทศสำหรับภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และ กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ / วิทยุตร พูลวรลักษณ์ / นิธิวัฒน์ ธรรมาร / ไพลิน อำนวยพร / สามารถ จันทรสूरย์ ฯลฯ พบว่า ตลาดภายในประเทศของภาพยนตร์ไทยมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่แตกต่างกันไปในทุกๆ องค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีการแข่งขันสูงขึ้น อันเนื่องมาจากการเข้ามาสู่อุตสาหกรรมได้ง่ายขึ้นของผู้แข่งขันรายใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงในด้านองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอันได้แก่ โรงภาพยนตร์ กลุ่มผู้สร้าง กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มผู้ชม รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ล้วนเป็นปัจจัยส่งเสริมให้โอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะตลาดภายในประเทศมีความเคลื่อนไหวที่คึกคักมากขึ้น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยีด้านการผลิตภาพยนตร์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงวัสดุอุปกรณ์ได้ง่ายกว่าเดิม ประกอบกับการเปิดโอกาสให้แก่คนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสในการกำกับภาพยนตร์ รวมทั้งการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ในประเทศไทย เช่น งาน Bangkok International Film Festival เป็นต้น ล้วนมีส่วนส่งเสริมและเปิดโอกาสให้การผลิตภาพยนตร์มีทิศทางที่ดีและเริ่มมีแนวโน้มไปสู่ความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ภายในประเทศ กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ให้ทัศนะว่า เป็นเรื่องที่ดีและเป็นการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยวิธีหนึ่ง เพื่อที่จะทำให้ชาวต่างชาติรับรู้ว่าคุณภาพประเทศไทยก็มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ดี⁸⁰

ด้านความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนรายได้ของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 แหล่งรายได้สำหรับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยในอุตสาหกรรมมีที่มาจาก 5 ช่องทางดังตารางที่ 4.7

⁸⁰ สัมภาษณ์ อติศร ตริสิริเกษม, ผู้กำกับภาพยนตร์, 1 กุมภาพันธ์ 2547.

ตารางที่ 4.7
แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทย

แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทย	
1. รายได้จากการขายตัว	
	➔ ขายในโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพและปริมณฑล
	➔ ขายลิขสิทธิ์ให้สายหนังต่างจังหวัด
	➔ ขายลิขสิทธิ์ให้ฉายหนังกลางแปลง
	➔ ขายลิขสิทธิ์ให้โรงภาพยนตร์ในชนบท
2. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้กับสินค้า	
	➔ การขายลิขสิทธิ์เกี่ยวกับเพลงประกอบภาพยนตร์ (Soundtrack) / Karaoke / Merchandising / Ring Tone ฯลฯ
3. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้ตลาดโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Home Entertainment)	
	➔ การขายลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตสินค้าจำหน่ายในรูปแบบของ VCD และ DVD ทั้งซื้อ-ขายและให้เช่า
4. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้ทีวีเพื่อบอกรับสมาชิก	
	➔ ประกอบด้วย VDO on Demand / Pay Per View / Cable TV.
5. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์เพื่อให้ฉายในฟรีทีวี (Free TV)	
	➔ อาทิ ช่อง 3 / 5 / 7 / 9 / TITV เป็นต้น

หมายเหตุ : ข้อมูลจากสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ

ตารางที่ 4.8

ตารางแสดงตัวอย่างรายได้ของบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

สัดส่วนรายได้	ปี 2547	ปี 2548
1. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์	50%	50%
2. รายได้จากการฉายภาพยนตร์ในกรุงเทพฯและปริมณฑล	20%	20%
3. รายได้จากการฉายภาพยนตร์ในต่างจังหวัด	20%	10%
4. รายได้จากการขายภาพยนตร์ในต่างประเทศ	10%	20%

หมายเหตุ : ข้อมูลจากนิตยสาร Starpics ฉบับที่ 650 ปีที่ 40 ปีแรก เดือนมีนาคม 2548 หน้า 98.

จากตารางจะเห็นว่า ตัวอย่างสัดส่วนรายได้จากภาพยนตร์ไทยของบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนรายได้จากการฉายภาพยนตร์ต่างจังหวัดโดยปรับลดลง 10% โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศเข้ามาทดแทน 10% ที่ลดลงจากการฉายในต่างจังหวัด

ตารางที่ 4.9

อันดับแหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549

อันดับ	แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทย	หมายเหตุ
อันดับที่ 1	รายได้จากการฉายในโรงภาพยนตร์ภายในประเทศ	เป็นแหล่งรายได้หลักที่บริษัทผู้สร้างจะได้รับจากการฉายภาพยนตร์
อันดับที่ 2	รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ประเภทโฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์ (Home Entertainment)	เป็นแหล่งรายได้เสริมที่สำคัญภายหลังจากได้รับรายได้จากโรงภาพยนตร์ แต่ปัจจุบันมีปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้นทำให้ราคาซื้อขายสิทธิตกลงมาก

ตารางที่ 4.9

อันดับแหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 (ต่อ)

อันดับ	แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทย	หมายเหตุ
อันดับที่ 3	รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้สถานีโทรทัศน์ / เคเบิลทีวี / และสายหนัง	เป็นแหล่งรายได้ที่ได้น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสัดส่วนการขายในโรงภาพยนตร์กับการขายลิขสิทธิ์ผลิต VCD/DVD
อันดับที่ 4	รายได้จากการขายในโรงภาพยนตร์หรือขายลิขสิทธิ์ในตลาดต่างประเทศ	รายได้จากต่างประเทศเป็นรายได้ที่มีระยะเวลานาน ส่วนใหญ่จึงไม่มองว่าเป็นรายได้หลักของบริษัทผู้สร้าง
อันดับที่ 5	รายได้จากการโฆษณาหรือจากผู้สนับสนุน (Sponsor)	รายได้ส่วนนี้มีเพียงภาพยนตร์บางเรื่องเท่านั้นที่จะสามารถเชื่อมโยงผู้สนับสนุนเข้ากับภาพยนตร์ได้ ดังนั้นจึงไม่ได้เป็นรายได้ที่เกิดกับภาพยนตร์ทุกเรื่อง

หมายเหตุ : ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ผู้กำกับภาพยนตร์ และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง

จากตารางแสดงอันดับแหล่งรายได้ของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 ข้างต้นจะเห็นว่าโอกาสสำหรับภาพยนตร์ไทยภายในประเทศยังคงพึ่งพารายได้หลักจากการขายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ถึงแม้ผู้ประกอบการจะมีการหาแหล่งรายได้อื่นๆ มาเพื่อทดแทนรายได้ในส่วนที่ขาดหายไปบางส่วนก็ตาม รายได้ทางอื่นก็ยังคงไม่มีปริมาณมากพอเท่ากับการขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีระยะเวลาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่ยาวนานกว่าแหล่งรายได้อื่นๆ

ซึ่งกลุ่มผู้บริหาร อาทิ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ และ Gilbert Lim ให้ทัศนะว่า สหมงคลฟิล์มผลิตภาพยนตร์ไทยประมาณปีละ 12 เรื่อง ใช้งบประมาณ 300 ล้านบาทต่อปี ทว่าในตอนนี้นับที่ใช้สูงขึ้นไปเป็นสองเท่าคือประมาณ 800-1,000 ล้านบาทต่อปี ดังนั้นถ้าคิดคืนทุนเฉพาะภายในประเทศไม่มีทางได้ทุนคืน จึงต้องอาศัยรายได้จากต่างประเทศมาทดแทน ทั้งนี้เป็นเพราะ “ตลาดหนังไทยมีขาขึ้น-ขาลง อย่างที่ผ่านมาเป็นช่วงขาขึ้น คนมีเงินคิดว่าทำงานง่ายจึงโดดเข้ามาทำกันเยอะ สุดท้ายก็ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ปี 2548 จะเห็นชัดว่าจะเหลือแต่ตัวจริงเท่านั้น...”⁸¹ ซึ่งทัศนะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเริ่มมองหาจุดยืน (Positioning) ของบริษัทไปที่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น เพียงแต่ยังวางตำแหน่งทางการตลาดหลักอยู่ที่ตลาดภายในประเทศก่อน ดังทัศนะที่กลุ่มผู้บริหารมองภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสำเร็จด้านรายได้ในประเทศอย่างสูง เช่น ภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่งว่า

“ผมว่า ‘หลวงพี่เท่ง’ เป็นหนังมหาชนสำหรับในประเทศมากกว่า ... เป็นหนังที่ทำให้คนในประเทศดู โอกาสที่จะไปต่างประเทศผมว่าไม่น่าจะได้สูง เนื่องจากว่าโดยคอนเซ็ปท์ก็ดีหรือโดยตัวมันเองก็ดี ด้านภาษาพูดหรืออะไรก็แล้วแต่ มันเป็นหนังที่ถูกใจคนในประเทศนะ ... ขึ้นอยู่กับ ‘เป้าหมาย’ และ ‘นโยบาย’ ของแต่ละบริษัทว่าจะตอบโจทย์ที่ตลาดใดเป็นหลัก ... หนึ่งบางเรื่อง เราเห็นคุณลักษณะของหนังแล้ว เราเห็นภาพว่าหนังแบบนี้ทำเพื่อต่างประเทศหรือทำเพื่อในประเทศ เราเห็นภาพเราก็รู้แล้ว...”⁸²

และบางทัศนะของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ Gilbert Lim / ยงยุทธ ทองกองทุน / นิธิวัฒน์ ธรรมธร ฯลฯ ได้กล่าวถึงนโยบายของแต่ละบริษัทว่า การเน้นตลาดใดตลาดหนึ่งจะขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการสร้างและขึ้นอยู่กับผู้กำกับภาพยนตร์ว่า อยากจะไปในทิศทางใดเป็นหลัก แต่บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ของไทยมักจะเน้นตลาดภายในประเทศก่อนตลาดต่างประเทศ ส่วนความคิดเห็นต่อการเข้ามาของผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหม่หรือการที่มีบุคลากรจากหลายวงการเข้ามาสร้างหรือกำกับภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ทั้งสองกลุ่มตัวอย่างให้ทัศนะว่า ส่วนหนึ่งก็ส่งผลดีทำให้ภาพยนตร์ไทยเกิดความหลากหลายมากขึ้น ทั้งความหลากหลายเชิงเนื้อหาและกลวิธีการนำเสนอ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้บุคลากรจากอุตสาหกรรมใกล้เคียงได้มีโอกาสในการแสดงฝีมือใน

⁸¹ อภิรดี เอี่ยมพึ่งพร, กรรมการบริหารบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด, กล่าวจาก Film Maker, “สรุปภาพยนตร์ประจำปี 2547 ปีแห่งความท้าทายของคนทำหนัง : ตอนที่ 1,” *Starpics*, 40 (มีนาคม 2548): 98.

⁸² สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

การผลิตภาพยนตร์ โดยอาศัยการกำหนดตลาดเฉพาะ (Niche Market) แล้วขยายส่วนประกอบให้ เนื้อหากว้างขึ้น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้ ซึ่งจะทำให้ “หน้าหนัง” มีความหลากหลายมากขึ้นผู้ชมก็มีทางเลือกเพิ่มขึ้น

ส่วนทัศนระจากนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับและกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ ก้อง ฤทธิ์ดี / ชลิดา เอื้อบำรุงจิต / รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม / สามารถ จันทรสूरย์ / วรณศิริ โมรากุล ฯลฯ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับโอกาสของภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดภายในประเทศว่า ตลาดภายในประเทศของภาพยนตร์ไทยยังไม่มีควมมั่นคงมากนัก และกลุ่มผู้ชมก็มีความไม่แน่นอนสูง และหากภาพยนตร์ไทยเน้นผลิตในปริมาณที่มาก การแข่งขันกันเองระหว่างภาพยนตร์ไทยก็จะสูงตามไปด้วย นอกจากนี้โอกาสในการสร้างภาพยนตร์ไทยโดยแหล่งเงินทุนที่ไม่ได้มาจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ก็ค่อนข้างมีจำกัด ในลักษณะที่ว่าหากสามารถสร้างภาพยนตร์โดยอาศัยแหล่งเงินทุนจากที่อื่นที่ไม่ได้มาจากบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอภายในประเทศ การจัดหาโรงภาพยนตร์เพื่อฉายก็มีโอกาสลดลง เนื่องจากไม่ได้เป็นภาพยนตร์ที่ผลิตมาจากบริษัทที่มีสายสัมพันธ์(Connection) กันมา ดังนั้นอุปสรรคในเรื่องการเผยแพร่ภาพยนตร์จึงเป็นข้อจำกัดอย่างสูงของภาพยนตร์ที่ผลิตด้วยระบบอิสระ ซึ่งทำให้ผู้ชมมีตัวเลือกในการชมภาพยนตร์ลดน้อยลง หากสามารถกำจัดอุปสรรคในเรื่องแหล่งเงินทุนสร้างและขยายช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ได้ ก็จะทำให้ภาพยนตร์ไทยมีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพได้มากขึ้น

นอกจากอุปสรรคในด้านแหล่งเงินทุนและช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยแล้วนั้น ยังมีอุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การควบคุมงานภาพยนตร์ผ่านทางพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 ที่เน้นการจับผิดและปิดกั้นเสรีภาพในการนำเสนอบางแง่มุมที่อาจจะกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของชาติเป็นหลัก อีกทั้งเจ้าหน้าที่รัฐที่ดูแลงานด้านภาพยนตร์ต่างขาดความเข้าใจในเนื้อหา และมองภาพยนตร์เป็นเพียงสินค้าชนิดหนึ่งหรือมองงานภาพยนตร์เพียงมิติใดมิติเดียว ประกอบกับนโยบายภาครัฐที่ไม่มีความชัดเจนขาดความต่อเนื่อง และภาคเอกชนขาดความเข้มแข็ง ในลักษณะการรวมกลุ่มทางวิชาชีพเพื่อเรียกร้องการสนับสนุนจากภาครัฐ อุปสรรคเหล่านี้จึงส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยไม่อาจเติบโตได้อย่างที่ควรจะเป็น

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ ตลาดภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ◦ ภาพยนตร์ที่มีจุดยืนที่ชัดเจนพอที่จะชูเป็น “จุดขาย” ที่สำคัญในแต่ละตลาด แต่ละประเทศได้จะมี 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ กลุ่มผู้สร้างในประเทศไทยมักจะลังเลในการที่จะมุ่งไปในแนวใดแนวหนึ่งอย่างชัดเจน ◦ การร่วมทุนสร้างภาพยนตร์กับต่างประเทศถือเป็นโอกาสที่ดีของผู้กำกับที่จะได้ลองทำอะไร 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ตลาดภาพยนตร์ไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นและเริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก ◦ ตลาดต่างประเทศมักจะมองภาพยนตร์ที่มี “อัตลักษณ์ (Individuality)” ที่ชัดเจน แต่ภาพยนตร์ไทยยังไม่ค่อยมีสิ่งนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ นโยบายรัฐในหลายๆหน่วยงานเริ่มหันมาให้ความสนใจและปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพรวม 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◦ ทฤษฎีการบริหารงานภาพยนตร์ ◦ ทฤษฎีความสามารถ ◦ ทฤษฎีความแข็งแกร่ง ◦ ทฤษฎีโอกาสและความพร้อม 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การที่ภาพยนตร์ไทยมุ่งสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น สอดคล้องตามทฤษฎีความสามารถเชิงแข่งขันฯ รวมถึงทฤษฎีทางการตลาดในเรื่องของการ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงความมั่นคงและความยั่งยืนในตลาดต่างประเทศซึ่งแตกต่างจากทฤษฎีในทาง 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาส และกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแพนจัน และ

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
โอกาสสูง และ โอกาสจะน้อยลง สำหรับภาพยนตร์ ที่ไม่มีอะไร น่าสนใจหรือไม่มี จุดขายที่ชัดเจน • ผู้สร้างต้องยอม รับและยอมผลิต ภาพยนตร์บาง อย่างบาง แนวที่ ไม่ใช่ตลาดใน ประเทศไทยบ้าง	ใหม่ ๆ ไม่จำเป็น ต้องยึดติดกับ ภาพยนตร์กระแส หลัก • ภาพยนตร์ไทยจะ ไปได้ไกล ถ้าได้รับ แรงสนับสนุนจาก รัฐบาล • กระแสภาพยนตร์ จากเอเชียกำลัง เป็นที่ต้องการของ คนทั่วโลก	• โอกาสสำหรับ ภาพยนตร์ไทย ยังมีไม่มากต้อง ดูเป็นเรื่องๆ เนื่องจากไม่มี จุดขายที่ชัดเจน • ต้องสร้างความ หลากหลาย เพื่อ ตลาดในระยะ ยาวจะได้มีความ ยั่งยืนมากกว่า • ภาพยนตร์ที่มี	มากขึ้นแล้ว • รัฐให้การ สนับสนุนด้าน ค่าใช้จ่ายใน การเข้าร่วม งานเทศกาล ภาพยนตร์ ต่างๆ ใน ต่างประเทศ • โอกาสของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์จะ	• ทฤษฎี โลกาภิวัตน์และ พันธมิตรทาง ธุรกิจ • แนวคิดการจัด จำหน่าย และ การตลาด • ทฤษฎีเกม • ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์ • ทฤษฎี วัฒนธรรม	แสวงหาตลาด ใหม่ และสอดคล้องกับทฤษฎี โลกาภิวัตน์ เรื่อง กระบวนการ เชื่อมโยงใน ด้านการค้า การ ลงทุน การเงิน รวมทั้งการ เชื่อมโยงด้าน ค่านิยมและ	ปฏิบัติ • ความมี อัตลักษณ์ ของ ภาพยนตร์ ไทยยังคง เป็น อัตลักษณ์ ที่เกิดกับ ผู้กำกับบาง คน ในขณะนี้	ภาพยนตร์ เรื่ององค์บาก

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ
ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาพยนตร์ไทยในตลาดสากลยังไม่มีความโดดเด่นในชื่อดารานำแสดงหรือผู้กำกับมากพอ จึงมักถูกต่อรองราคาในการซื้อขาย 	<ul style="list-style-type: none"> ◉ ภาพยนตร์ที่พูดภาษาไทยยังเป็นข้อจำกัด ◉ ภาพยนตร์ไทยขาดการสร้างงานที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ◉ ความชัดเจนในเรื่องลิขสิทธิ์ในภาพยนตร์ทั้งหลายมีส่วนเพิ่มโอกาส 	<p>การร่วมลงทุนกับต่างประเทศจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ บุคลากรที่มีคุณภาพยังมีจำนวนจำกัดและขาดการส่งเสริมอย่างจริงจังจากภาครัฐและ 	<p>มีมากขึ้น หากภาครัฐให้ความสนใจในเรื่องการให้ “สิทธิประโยชน์ (Incentive)” และมีการกำหนดมาตรการแผนยุทธศาสตร์รองรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ หน่วยงาน 	<p>สมัยนิยม</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ◉ ทฤษฎีการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ ◉ กำลังพัฒนา ◉ แนวคิดการส่งเสริมและสนับสนุน 	<p>วัฒนธรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ โอกาสของภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศจะสอดคล้องกับทฤษฎีเกมและทฤษฎีการสร้างแบรนด์ในเรื่องของการสร้างความน่าเชื่อถือ (Trust Games) 	<p>แบรนด์ที่เป็นระดับชาติ (National Brand) จะยังไม่มีความชัดเจน แต่ถึงแม้ว่าผู้กำกับภาพยนตร์จะมีอัตลักษณ์ใน</p>	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<p>ทางการขาย ภาพยนตร์ไทยใน ต่างประเทศ</p> <p>○โอกาสของ ภาพยนตร์ไทยจะ มีสูงขึ้นหากมี “อัตลักษณ์” ที่ ชัดเจนในแต่ละ แนวภาพยนตร์</p> <p>○การขายภาพยนตร์ ในลักษณะการ ขายพ่วงหลาย ๆ</p>	<p>ภาคเอกชนยัง เห็นแก่ผล ประโยชน์มาก เกินไป</p> <p>○โอกาสของ ภาพยนตร์ไทยยัง ขึ้นอยู่กับ “จังหวะ เวลาและโอกาส” ส่วนด้านความ สามารถมีความ พร้อมมากแล้ว</p>	<p>ของรัฐที่ควร ให้การ สนับสนุนและ ส่งเสริมไม่ได้ รับการจัดสรร หน้าที่ให้ตรง กับภารกิจของ หน่วยงาน</p> <p>○ หากภาครัฐ ยังไม่มียุทธศาสตร์ ที่ชัดเจนและมี หน่วยงานที่</p>	<p>ภาพยนตร์ของ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาค เอเชีย</p>	<p>และการมี อัตลักษณ์ใน งานภาพยนตร์</p>	<p>การสร้าง งานที่ชัดเจน ก็ตาม กลไกระบบ ของ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ไทยก็ยังไม่ สามารถ รองรับได้ จึงเป็นเหตุ ทำให้ผู้</p>	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<p>ประเทศเป็นการเปิดโอกาสให้มีลูกค้าในหลากหลายประเทศเพิ่มขึ้น เพิ่มฐานลูกค้าให้มีโอกาสรู้จักภาพยนตร์ไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ต้องให้ความสำคัญสำคัญ กับ “บท” และ “การเล่าเรื่อง” ที่เข้าใจได้ทั่วโลก” ให้มากขึ้น 		<p>รับผิดชอบหลักโอกาสของภาพยนตร์ไทยที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ก็จะมีความเป็นไปได้ยาก</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ถ้าไม่รวมตัวกันโอกาสที่จะไปแข่งขันในตลาด 			<p>กำกับไม่สามารถมีงานเฉพาะตัวที่ชัดเจนได้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การให้การสนับสนุนของภาครัฐเป็นการสนับสนุนแบบไม่มีการวางแผน 	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
			ต่างประเทศ ก็จะมีน้อย			และไม่มี โครงสร้างที่ ยั่งยืน ทำให้ ประสิทธิผล จากการ สนับสนุน สูญเปล่า ◉ ในทาง ทฤษฎี ระบบตลาด จะสามารถ ทำให้การ	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ
 ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						ผลิตสินค้า ในประเทศมี การเปลี่ยน โครงสร้าง จากการ ผลิตในวิถี เดิมมาสู่วิถี ใหม่และจะ สามารถ พัฒนาได้เร็ว ยิ่งขึ้นหากมี การแทรก	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						แขงระบบ กลไกตลาด จากภาครัฐ แต่ใน อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ไทย การที่รัฐ ไม่เข้ามามี บทบาท กลับทำให้ อุตสาหกรรม ไม่สามารถ	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						พัฒนาไปสู่ ความมี เสถียรภาพ ได้ ซึ่งสวนทาง กับธุรกิจ อื่นๆที่มักจะ ไม่ยอมให้ รัฐเข้าไป แทรกแซง แต่ในธุรกิจ ภาพยนตร์	

ตารางที่ 4.10

ประเด็นศึกษาที่ 3 : ด้านโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 3.2 :โอกาสทางการตลาดใน “ต่างประเทศ” สำหรับภาพยนตร์ไทย (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
						กลับอยาก ให้รัฐเข้ามา มีบทบาทให้ มากขึ้นกว่า ที่เป็นอยู่	

3.2 โอกาสทางการตลาดในต่างประเทศสำหรับภาพยนตร์ไทย

กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ สันต์ เปสตันยี / สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ / อติเรก วัฏฏลีลา / พิมพกา ไทวาระ / กิตติศักดิ์ สุวรรณโกสิน / ภาณุ อาวี / นพพล โกมารชุน / Scott Kelly / วรณศิริ โมรากุล ฯลฯ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในต่างประเทศสำหรับภาพยนตร์ไทยในช่วงปี 2540-2549 ไว้แตกต่างกันในเรื่อง “โอกาสของภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ” ดังนี้

1. ทัศนะที่เห็นว่า ภาพยนตร์ไทยยังขายได้เฉพาะเรื่องต่อเรื่องเท่านั้น ไม่ใช่ในภาพรวม และทัศนะที่เห็นว่าโอกาสของภาพยนตร์(ตัวสินค้า)และช่องทางการขายยังมีไม่มากพอ อาทิ “โอกาสในการขายของเราไม่เยอะเท่าเกาหลี เกาหลี เขาเลือกได้ว่าจะขายอะไร ขายยังไง จะขายเป็นBrand หรือเป็นคนก็ได้ จะขายผู้กำกับก็ขายได้จะขายเป็นแนวก็ได้ ของไทยต้องเลือกขายเป็น เรื่องๆไป”⁸³ และ “จริง ๆ แล้วอุตสาหกรรมหนังไทยยังไม่สามารถจะคิดแบบนั้นได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าหนังไทยเรื่องหนึ่งจะขายในตลาดต่างประเทศได้ด้วยนะ การขายตลาดต่างประเทศเป็นแค่ By Product เท่านั้น ไม่มีใครที่จะทำหนังขึ้นมาหนึ่งเรื่องเพื่อที่จะขายได้ทั้งในและนอกประเทศได้ ณ จุดนี้”⁸⁴ และบางทัศนะมองว่า “เราก็มีปัจจัยบวกอยู่หลายตัว เพียงแต่ว่าเราไม่ค่อยมีกลยุทธ์ขายในการที่จะขายเรายังชินกับ Hard Sale อยู่...”⁸⁵ เป็นต้น

ทั้งนี้การที่ภาพยนตร์ไทยยังสามารถขายได้เฉพาะเรื่องต่อเรื่องเท่านั้น เป็นผลมาจากปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่ต้องคำนึงถึง อันได้แก่

ประการที่ 1 เรื่อง “จุดขาย” ของภาพยนตร์ไทยในตลาดสากล เนื่องจากสิ่งหนึ่งที่ผู้ผลิตภาพยนตร์สามารถกำหนดหรือสร้างขึ้นมาก็ได้คือ การสร้างสรรค์จุดขายภาพยนตร์เพื่อที่จะใช้เป็นแนวคิดหลักเพื่อตอบโจทย์ทางการตลาด จุดขายที่ดีจึงต้องมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจมากพอที่จะดึงดูดให้กลุ่มผู้ชมเป้าหมายอยากที่จะเข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ซึ่งจุดขายในแต่ละพื้นที่อาจแตกต่างกันออกไป ดังทัศนะของกลุ่มผู้บริหารที่กล่าวว่า “โอกาสของภาพยนตร์ไทยจะมีมากขึ้น หากหนังเรื่องนั้นมีจุดขายที่ชัดเจน จุดขายหนึ่งแต่ละเรื่องในแต่ละบริบทไม่จำเป็นจะต้องเหมือนกัน แต่ควรจะมีความเด่นและชัดเจนพอที่จะชูเป็น ‘จุดขาย’ ที่สำคัญในแต่ละตลาดได้...”⁸⁶

⁸³ สัมภาษณ์ ก้อง ฤทธิ์ดี, นักวิจารณ์สิ่งพิมพ์ในเครือบางกอกโพสต์, 14 มกราคม 2549.

⁸⁴ สัมภาษณ์ พิมพกา ไทวาระ, ผู้กำกับภาพยนตร์, 20 มีนาคม 2549.

⁸⁵ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

⁸⁶ สัมภาษณ์ Gilbert Lim, Executive Vice President ฝ่ายต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 3 พฤษภาคม 2549.

ประการที่ 2 เรื่องการสร้างอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญเมื่อภาพยนตร์ไทยไปจัดจำหน่ายร่วมกับภาพยนตร์จากนานาชาติในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากขณะนี้ต่างประเทศมองไม่เห็นภาพรวมหรือลักษณะพิเศษเฉพาะของภาพยนตร์ไทย แต่มองเป็น “ลักษณะเฉพาะรายบุคคล(Individual Brand)” อาทิ จา พนม ยีรัมย์ / นนทรีย์ นิมิบุตร / เป็นเอก รัตนเรือง / อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ฯลฯ ในขณะที่แบรนด์ในแง่ประเทศผู้ผลิตภาพยนตร์ หรือ “ลักษณะเฉพาะภาพยนตร์ของชาติ(National Brand)” นั้นๆ สำหรับภาพยนตร์ไทยยังไม่ถึงจุดที่มีลายเซ็นของผู้กำกับหรือลักษณะที่มีตัวตนคนกำกับภาพยนตร์เรื่องนั้นแฝงอยู่ในเนื้อหา ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สร้างไทยยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ตรงนี้ขึ้นมาได้ในเวลานี้ ดังเช่นทัศนะที่กล่าวว่า

“...สรุปว่าแบรนด์เรายังไม่ชัดเจน แบรนด์ที่ชัดของเราคือ Individual Brand แต่ว่าไม่ใช่แบรนด์ในแง่ของ National Cinema ไม่ใช่แบรนด์ในแง่ของประเทศของหนัง อย่างเกาหลี ญี่ปุ่นนี่มันได้หมดนะ แต่ผู้กำกับที่พูดชื่อ คนก็อยากซื้อหนังเขามีเยอะ...หนังตลกญี่ปุ่นคนเขาก็รู้จักเข้าใจว่ามันจะประมาณไหน หนังแบบโหดๆ ฆ่ากันเลือดสาดแบบญี่ปุ่นคนก็เข้าใจว่าประเภทไหน ...คือ Image มันชัดกว่า แต่ Image หนังไทย...คำว่า “Thai Cinema” เนี่ยไปขาย คนมันไม่ Get...”⁸⁷

2. ทัศนะที่เห็นว่าภาพยนตร์ไทยมีโอกาสสูงในตลาดต่างประเทศแต่โอกาสนั้นจะผ่านไปเร็วมาก อันเนื่องมาจากกระแสภาพยนตร์โลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังทัศนะที่กล่าวว่า

“ผมเชื่อว่าทุกที่มันมีวาระของมันอยู่แล้ว แล้ววาระมันก็จะมียะยะเวลาของมัน เหมือนอย่างหนังอิหร่านที่เคยรุ่งเรืองในยุค 90 แล้วปัจจุบันมันก็เริ่มดูเหมือนจะซาลงไป หนังจีนในยุค 80-90 ก็เริ่ม Fade ลง ตอนนี้ก็ดูเหมือนจะมีเกาหลีกับไทย แนวโน้มเชื่อว่าอาจจะดีขึ้น แต่เมื่อถึงจุดๆ หนึ่ง มันก็อาจจะเริ่มลงไป เพราะไอ้ความเป็นวาระเนี่ย มันทำให้เราอาจจะดาว์นลงเมื่อไหร่ก็ได้...”⁸⁸

3. ทัศนะที่เห็นว่าไม่ควรเน้นตลาดต่างประเทศมากกว่าตลาดในประเทศ และควรสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพยนตร์ภายในประเทศก่อนแล้วจึงเน้นให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศ

⁸⁷ สัมภาษณ์ ก้อง ฤทธิดี, นักวิจารณ์สิ่งพิมพ์ในเครือบางกอกโพสต์, 14 มกราคม 2549.

⁸⁸ สัมภาษณ์ ภาค อารี, ผู้ประสานงานต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 19 มกราคม 2549.

ในภายหลัง ซึ่งปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกเน้นตลาด ได้แก่ แหล่งเงินทุนหรือกลุ่มนายทุน โดยส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพยนตร์ไทยดังนี้

ประการที่ 1 ขาดความหลากหลายทั้งประเภทและเนื้อหาของภาพยนตร์ เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากบริษัทผู้สร้างภายในประเทศ ดังกล่าว จึงทำให้มีกลุ่มนายทุนเพียงไม่กี่กลุ่มที่กล้าเสี่ยงลงทุนสร้างภาพยนตร์ที่มีลักษณะแปลกแตกต่างออกไปจากตลาดเดิมๆ ดังทัศนะที่กล่าวว่า “นายทุนไทย มักล้มเลิกที่จะไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง จึงทำให้ท่วมเทได้ไม่เต็มที่...”⁸⁹

ประการที่ 2 จุดยืนของระดับผู้บริหารบริษัทผู้สร้างหรือสตูดิโอ ที่ยังคงมีอิทธิพลในการกำหนดแนวทางการสร้างภาพยนตร์อยู่มาก เช่นทัศนะที่กล่าวว่า “...มันเป็นเรื่อง Balance ที่คนสร้างหนังต้องคิดไถ่ว่าจะ Inter หรือ Local ยูจะเอาอันไหน ดีที่สุดก็คือ ทำทั้งสองอย่าง...”⁹⁰ โดยคำถามแรกๆ ที่ควรจะต้องตอบให้ได้คือ จะทำอย่างไรจึงจะทำให้ตลาดภายในประเทศมีความมั่นคงมากกว่าที่เป็นอยู่

4. ทัศนะที่เห็นว่าโอกาสทางการตลาดจะยิ่งเพิ่มมากขึ้น หากมีปัจจัยแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะทำให้ปริมาณภาพยนตร์ทั้งที่สร้างในระบบสตูดิโอและระบบอิสระ (Independent) มีแนวโน้มขยายตัวและก่อให้เกิดความหลากหลายเพื่อออกไปสู่ตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ซึ่งปัจจัยแวดล้อมอันก่อให้เกิดสภาวะดังกล่าว ได้แก่

ปัจจัยที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี อาทิทัศนะที่กล่าวว่า “เมื่อเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสร้างหนังมีราคาถูกลง ทำให้หนังจากนอกค่ายสตูดิโอมีโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องหาแหล่งเงินทุนและในเรื่องการสร้างหนังนอกกระแส ทำให้คนรุ่นใหม่มีความตื่นตัวมากขึ้น...”⁹¹

ปัจจัยที่ 2 ด้านกฎหมายและนโยบายรัฐ กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐให้ทัศนะในประเด็นนี้ไว้ว่า หากว่ารัฐช่วยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอีกแรงหนึ่งก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้มีมากกว่าที่เป็นอยู่ อีกทั้งภาพยนตร์ไทยก็จะสามารถพัฒนาได้ทั้งในแง่ศาสตร์และศิลป์ไปพร้อมๆ กัน

⁸⁹ สัมภาษณ์ บัณฑิต ฤทธิธกล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 9 มกราคม 2547.

⁹⁰ สัมภาษณ์ Gilbert Lim, Executive Vice President ฝ่ายต่างประเทศบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 3 พฤษภาคม 2549.

⁹¹ สัมภาษณ์ นต ทองศรีวงศ์, โปรดิวเซอร์อิสระ, 19 มกราคม 2549.

ปัจจัยที่ 3 การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สืบเนื่องมาจากความนิยมในวัฒนธรรมตะวันออกของต่างชาติ (Orientalism) ที่ทำให้โอกาสของภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้น อาทิทัศนะที่กล่าวว่า “โอกาสที่ต่างประเทศหันมาให้ความสนใจหนังไทย เป็นเพราะกระแสจากคนโฆษณาสร้างภาพยนตร์ และกระแสของเทศกาลภาพยนตร์ที่พยายามหา Target ใหม่...”⁹² และ “...ในความเห็นผม ผมว่าคนมองหนังไทยเป็นตัวเลือกถัดมาทันทีเลย หลังจากที่ไปดูหนังญี่ปุ่น เกาหลี ฮอลลีวูด หลังจากหนังฮอลลีวูดก็จะมาดูหนังไทย...”

โดยที่โอกาสดังกล่าวจะมีมากหรือน้อยต่างก็ขึ้นอยู่กับ แนวคิด ความแปลกใหม่ และความโดดเด่น (Outstanding) ของตัวภาพยนตร์เองเป็นหลัก ซึ่งภาพยนตร์ที่มีโอกาสน้อยมักจะเป็นภาพยนตร์ที่หาได้ง่ายทั่วไป หรือมีสไตล์การนำเสนอในแบบซ้ำๆ ขาดความโดดเด่นที่น่าสนใจ ภาพยนตร์เหล่านี้ก็จะขายในต่างประเทศได้ยากหรืออาจขายไม่ได้เลย เช่นทัศนะจากกลุ่มผู้บริหารที่กล่าวว่า “หนังที่ออกไปส่วนใหญ่ที่จะขายได้มันขึ้นอยู่กับว่ามัน ‘โดน’ หรือไม่ ถ้า ‘โดน’ อะไรมันก็ง่าย”⁹³

ปัจจัยที่ 4 การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด โดยทัศนะจากกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์เห็นว่า ภาพยนตร์ที่มีการร่วมทุนจากต่างประเทศ ถือเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับโอกาสที่ดี อันเป็นผลมาจากนักลงทุนต่างชาตินิยมลงทุนสร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่ดี โดยไม่จำเป็นต้องเป็นภาพยนตร์กระแสหลัก (Main Stream) หรือภาพยนตร์ตลาดเสมอไป อีกทั้งเป็นการเพิ่มจุดแข็งให้กับภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ เพื่อใช้เป็นจุดขายในตลาดต่างประเทศได้ง่ายขึ้น

5. ทัศนะที่เห็นว่าโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศยังไม่มี ความมั่นคงและมีเสถียรภาพเพียงพอ โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์และกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง อาทิ สมชาย รุ่งทองไธพาร์ / นันทขว้าง สิริสุนทร ฯลฯ มีทัศนะสอดคล้องกันว่า โอกาสของภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศยังอยู่อีกไกล อันเป็นผลมาจากขาดการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะดารานักแสดงและผู้กำกับภาพยนตร์ อีกทั้งจำนวนบุคลากรที่มีความโดดเด่นก็มีจำกัดเพียงไม่กี่คน ประกอบกับไม่สามารถสร้างภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาน่าสนใจในสายตาผู้ชมต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง ภาพยนตร์ไทยจึงอยู่ในฐานะที่ขาดเสถียรภาพที่จะมีโอกาสยืนยาวใน

⁹² สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

⁹³ สัมภาษณ์ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ, ผู้บริหารบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 26 มกราคม 2547.

ตลาดต่างประเทศ ดังเช่นทัศนะที่กล่าวว่า “หนังไทยในต่างประเทศยังมีสถานะ ‘ลุ่มๆ ดอนๆ’ มันแล้วแต่โชคชะตามากกว่า เพราะเราไม่ได้ทำงานในเชิงวิทยาศาสตร์...”⁹⁴

6. ทัศนะที่เห็นว่ามีโอกาสในตลาดต่างประเทศ แต่ต้องอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะเรื่องของการกลไกการให้การสนับสนุน เพื่อให้ผู้กำกับที่มีสไตล์ของตัวเองสามารถอยู่รอดและดำรงชีพได้ เช่นทัศนะที่กล่าวว่า “...ภาครัฐควรมีนโยบายสำหรับภาพยนตร์ โดยเฉพาะ เพื่อให้เป็นสินค้าส่งออกหรือโดยการประกาศเป็นยุทธศาสตร์ หรือประกาศเป็นนโยบายไปเลย”⁹⁵ นอกจากนี้การจะทำให้เกิด ‘โอกาสของภาพยนตร์’ เพิ่มขึ้นโดยอาศัยแรงสนับสนุนจากภาครัฐนั้น สิ่งหนึ่งที่ต้องทำคือ เรื่องของแรงจูงใจ (Incentive) ที่ภาครัฐต้องแข่งกันทำทั้งในเรื่องของกลยุทธ์และมาตรการต่างๆ หรือเทคนิคในการผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ลงทุนกล้าลงทุนสร้างภาพยนตร์ที่แตกต่างมากขึ้น เพราะเชื่อว่าจะสามารถจำหน่ายภาพยนตร์ไปได้ทั่วโลกภายใต้การสนับสนุนทั้งของภาครัฐและเอกชน

7. ทัศนะที่เห็นว่าโอกาสของภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศจะมีมากขึ้น หากมีผู้กำกับที่มีชื่อเสียงหรือดาราที่เป็นที่รู้จักในระดับโลก หรือการได้รับรางวัลจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการเป็นที่รู้จักของคนภายนอก ตลาดก็จะเปิดกว้างมากขึ้นและจะสามารถผลิตภาพยนตร์ไปฉายในตลาดต่างประเทศในเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้น เช่นทัศนะที่กล่าวว่า “หากชื่อเสียงของนักแสดงนำหรือผู้กำกับเป็นที่รู้จักในระดับสากลแล้ว การขายก็จะง่ายขึ้น สื่อสารง่ายขึ้น และทำให้สามารถขายภาพยนตร์ล่วงหน้าก่อนที่ภาพยนตร์จะถ่ายทำเสร็จได้ เพราะความเชื่อถือในชื่อของนักแสดงหรือผู้กำกับคนนั้นๆ...”⁹⁶ และทัศนะที่เห็นว่า “...ผู้กำกับจะมีโอกาสมากขึ้นหากได้รับการยอมรับในต่างประเทศ และมีการสร้างเครดิตให้กับผู้กำกับแต่ละคนจนเริ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก ในที่สุดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมันจึงจะถูกพัฒนาขึ้น...”⁹⁷ ซึ่งในขณะนี้ตามทัศนะของชาวต่างชาติเห็นว่า “หนังไทยสามารถไปตลาดต่างประเทศได้แล้ว และเรื่องที่ได้รับการกล่าวขวัญ

⁹⁴ สัมภาษณ์ สุภาพ หริมเทพาธิป, บรรณาธิการบริหารนิตยสารไบโอสโคป, 20 มีนาคม 2549.

⁹⁵ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกติน, นักวิชาการและคอลัมนิสต์อิสระ, 4 มิถุนายน 2549.

⁹⁶ สัมภาษณ์ ไพลิน อำนวยพร, ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายขายและการตลาด(ต่างประเทศ) บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด, 31 มีนาคม 2549.

⁹⁷ สัมภาษณ์ ชนะใจ ต้นไทรทอง, โปรดิวเซอร์บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด, 18 มีนาคม 2549.

ถึงมาก คือ เรื่องรัก น้อยนิด มหาศาล...”⁹⁸ โดยปัจจัยเกี่ยวเนื่องจากการได้รับรางวัลในต่างประเทศ หรือเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศจะส่งผลดี 2 ประการคือ ประการแรก ในแง่เครดิตของผู้กำกับ ภาพยนตร์ จะได้รับความเชื่อถือมากขึ้น และประการที่สอง ในแง่การขาย จะช่วยให้ขายภาพยนตร์ เรื่องนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น เพราะมีความเชื่อถือในเครดิตของผู้กำกับเรื่องนั้นๆ

⁹⁸ สัมภาษณ์ Scott Kelly, Director of Operations Bangkok International Films Festival, 1 กุมภาพันธ์ 2547.

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทักษะคิด วิเคราะห์และสังเคราะห์

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทักษะคิด วิเคราะห์และสังเคราะห์ ของผู้ชมภายในประเทศ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ รสนิยมคนไทยยังชอบความบันเทิงเป็นหลัก ◦ ภาพยนตร์แนวเดิมๆ ที่ซ้ำมากๆ หรือแปลกแหวกแนวมากๆ ผู้ชมไทยจะไม่ค่อยยอมรับ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ คนไทยถูกสอนมาให้ “ทำตาม” ไม่ค่อยถูกสอนให้ “คิดแบบสร้างสรรค์ (Creative)” ◦ ทักษะคิดต่อรากเหง้าของคนไทยมองว่าเป็นความไม่ทันสมัยไม่น่าพูดถึง และไม่มีค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทักษะคิดของคนไทยยังไม่ค่อยมีความทะเยอทะยานแบบสุดโต่ง ◦ ผู้ชมยังไม่ค่อยเปิดรับความแปลกใหม่จึงต้องใช้วิธีหลอกล่ออยู่เสมอ ◦ ทักษะคิดของผู้ชมกับการชม 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ผู้ชมในประเทศยังมีทางเลือกไม่มากพอ ◦ ผู้ชมในประเทศยังขาด “การยอมรับในความแตกต่าง” ◦ หน่วยงานรัฐมักมองภาพยนตร์เพียงมิติเดียวไม่มองหลายๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◦ แนวคิดการจัดจำหน่าย และการตลาด ◦ ทฤษฎีเกม ◦ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ ◦ ทฤษฎีวิวัฒนาการ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้สนใจในภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ◦ สอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มีการสร้างหรือออกแบบสิ่งหนึ่งขึ้นมา 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ในขณะที่กลุ่มผู้ชมมีการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและเปิดใจยอมรับความแตกต่างมากขึ้น แต่กลุ่มผู้สร้างยังคงยึดติด 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาสและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน และ

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	ภาคภูมิใจกับ วัฒนธรรม จากเหล่านั้ <ul style="list-style-type: none"> ◉ อุปนิสัยในการ ชมภาพยนตร์ของ คนไทยไม่ได้รับ การปลูกฝังตั้งแต่ วัยเด็ก ◉ ระบบของ โรงภาพยนตร์มี ส่วนผลักดันให้เกิด การปรับเปลี่ยน 	ภาพยนตร์ ในโรงภาพยนตร์ ได้มีการเปลี่ยน แปลง <ul style="list-style-type: none"> ◉ เมื่อมีการเลือกซื้อ ภาพยนตร์หลากหลาย แนวจาก ต่างประเทศเข้า มาฉายมากขึ้น ผู้ชมมีทางเลือก มากขึ้น สิ่งเหล่านั้ เป็นปัจจัยช่วย 	ด้าน <ul style="list-style-type: none"> ◉ การจัดระบบ ดูแล ภาพยนตร์ ต้องอยู่บน พื้นฐานของ สังคมเป็นหลัก 	หลังสมัยใหม่ <ul style="list-style-type: none"> ◉ ทฤษฎีวัฒนธรรม สมัยนิยม ◉ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม 	เพื่อให้ผู้คน ส่วนใหญ่ขึ้น ชอบและเป็น การสร้างขึ้น เพื่อประโยชน์ ทางการค้า โดยนักการ ตลาด และ การโฆษณา จนกลายเป็น วัฒนธรรมแห่ง การบริโภค	กับแนวคิด เดิมที่เห็นว่า ผู้ชมมีความ ต้องการชม ภาพยนตร์ ไม่กี่แนว ทั้งๆ ที่การ เลือกชม ภาพยนตร์ เพียงไม่กี่ แนวเป็นผล สืบเนื่องมา	ภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	<p>พฤติกรรมผู้ชม</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ ทศนคติของผู้ชม ถูกปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ยอมรับภาพยนตร์ที่แตกต่างได้มากขึ้น ◉ ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมาเป็นช่วงที่ผู้ชมหันกลับมาเอาใจช่วยภาพยนตร์ไทย 	<p>ปรับ เปลี่ยน พฤติกรรมของผู้ชม</p> <ul style="list-style-type: none"> ◉ วิธีคิดของคนไทย ต้องคำนึงถึงหลายอย่าง และต้องการประนีประนอม จึงทำให้ตัวตนหรืออัตลักษณ์ของตัวเองหายไป ◉ นักลงทุนยังไม่ 			<ul style="list-style-type: none"> ◉ การที่วิธีคิดของคนไทย ต้องคำนึงถึงหลายๆ อย่าง รอบๆ ตัว เป็นผลให้คนไทยส่วนใหญ่ ชาติอัตลักษณ์ เฉพาะตนไป สอดคล้องกับ ทฤษฎี วัฒนธรรม 	<p>จากการถูกจำกัด ทางเลือก และขาด ตัวเลือกที่หลากหลาย ในงาน ภาพยนตร์</p>	

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทักษะคนคิด วิจัยนวัตกรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทัศนคติ วิจัยนวัตกรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	กันอีกครั้ง <ul style="list-style-type: none"> ● สังคมไทยยังมี ลักษณะ “การก้าว ไปเป็นกลุ่ม” ผู้ที่ แตกต่างจึงไม่ ค่อยได้รับการ ยอมรับ 	กล้าเสี่ยงใน ภาพยนตร์ที่มี ความเสี่ยงต่อการ ขาดทุน เพราะ ไม่สามารถคาด การณ์กลุ่มผู้ชมได้ แม่นยำเพียงพอ			สมัยนิยม ใน เรื่องกระบวนการ การสร้างตัวตน ที่เชื่อว่า อัตลักษณ์ เกิดขึ้นจากการ ทำงานของ กลไกทาง อำนาจและ เครื่องมือของ อำนาจเสมอ <ul style="list-style-type: none"> ● ทักษะคนคิดของ 		

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					ผู้ชมที่ยอมรับ ในความแตก ต่างของ ภาพยนตร์ได้ มากขึ้นสอดคล้อง คล้อยกับทฤษฎี วัฒนธรรมหลัง สมัยใหม่ และ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม ในเรื่องของ		

ตารางที่ 4.11

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.1: ด้านทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					พหุวัฒนธรรม การเคารพและ ยอมรับใน ความแตกต่าง		

4. ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

4.1 ด้านทัศนคติ วัฒนธรรม และสังคม ของผู้ชมภายในประเทศ

ในช่วงปี 2540-2549 นี้ วัฒนธรรมการเลือกชมภาพยนตร์ของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลง ในด้านทัศนคติและค่านิยมต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามการผันแปรของสภาพเศรษฐกิจสังคมและสภาพแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากทัศนะที่กล่าวว่า “เมื่อโรงหนังมีการปรับเปลี่ยนไม่ใช่ของถูกอีกต่อไป คนดูก็เริ่มเปลี่ยนกลุ่ม กลุ่มชนชั้นกลาง-ชั้นล่างก็เปลี่ยนไป ดูวิธีดีตามสภาพเศรษฐกิจ ส่วนกลุ่มคนดูหนังก็เปลี่ยนเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง-ระดับสูง ...คนทำหนังก็เปลี่ยนกลุ่มมันก็สอดรับกัน...”⁹⁹ และทัศนะที่กล่าวว่า “ระบบของโรงหนังมีส่วนผลักดันเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนดู คือ คนจะดูใน week แรกเยอะ week อื่นๆ ก็ปล่อยให้เป็นเรื่องของปากต่อปาก (Words of Mouth)...”¹⁰⁰ และผลจากการสัมภาษณ์ทัศนะของกลุ่มผู้บริหารเกี่ยวกับทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมภายในประเทศ เห็นว่ามีความสอดคล้องกันกับทัศนะจากกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง รวมทั้งกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ ซึ่งสามารถสรุปทัศนะที่เห็นตรงกันในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. กลุ่มที่มีทัศนะว่าในภาพรวม ผู้ชมไทยทั้งประเทศยังคงเลือกชมภาพยนตร์ที่มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลักมากกว่าภาพยนตร์ที่มีลักษณะเสมือนชีวิตจริง (Drama) หรือ ภาพยนตร์ที่มีความสลับซับซ้อนมากๆ โดยกลุ่มผู้บริหารให้ทัศนะไว้ว่า “คนไทยยังชอบความบันเทิงเป็นหลัก ‘ความแปลกใหม่’ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนดูหนังไทย ถ้าซ้ำซากมากๆ ก็ไม่เอา เดิมๆ มากไปก็ไม่เอา และถ้าเปลี่ยนมากก็ไม่เอา รสนิยมของคนไทยจึงไม่ค่อยกระโดด...”¹⁰¹ ซึ่งสอดรับกับทัศนะที่กล่าวว่า “...คนดูเหมือนเดิม ร้อยปีล้านปียังไงก็เป็นเหมือนเดิม ก็ดูหนังที่เขาอยากจะดู ดูหนังที่สนุก หนังที่ชิวยังไงเท่าไรก็อยากจะดู หนังที่เท่าไรแต่ถ้าไม่สนุกก็ไม่อยากจะดู แต่ถ้าสนุกก็จะดู และความที่อยากดู แม้ไม่มีเรื่องใดที่เป็นหนังดีแต่ก็ต้องเป็นหนังที่สนุก...”¹⁰² และทัศนะที่แสดง

⁹⁹ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

¹⁰⁰ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

¹⁰¹ สัมภาษณ์ วิสูตร พูลวรลักษณ์, ประธานกรรมการบริหารบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ (GTH) จำกัด, 27 เมษายน 2549.

¹⁰² สัมภาษณ์ อติเรก วัฏฏลีลา, ผู้กำกับภาพยนตร์, 9 มกราคม 2547.

ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า “ผู้ชมซึ่งเป็นตลาดใหญ่ไม่มีการปรับเปลี่ยน ไม่เลือกดูแนวใหม่ๆ ชอบแนวเดิมๆ เพราะหากหนังซับซ้อนมาก ผู้ชมกลุ่มใหญ่ในต่างจังหวัดก็ไม่ค่อยดูเพราะไม่เข้าใจ...”¹⁰³

และอีกมุมหนึ่งจากทัศนะที่กล่าวว่า “คนดูคนไทยเป็นคนดูไม่คิด เป็นอะไรก็ได้แค่ ‘ตลก’ อันนี้ก็เกี่ยวโยงไปถึงรากฐานทางการศึกษา... จะว่าไปกลุ่มคนดูหนังในประเทศไทยก็ไม่มีเยอะ โดยเฉพาะหนังแบบที่มีแนวเฉพาะตัว คนดูกลุ่มนี้ในประเทศไทยนับเม็ดเงินไม่ได้...”¹⁰⁴ ซึ่งกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ยังได้ให้ทัศนะต่ออีกว่า “คนไทยถูกสอนมาไม่เหมือนคนชาติอื่นนะ เราไม่ได้ถูกสอนมาให้คิด ไม่ได้ถูกสอนมาให้ครีเอทีฟมากๆ จะเห็นว่า บ้านเราคนครีเอทีฟเนี่ยน้อยมากๆ เราถูกสอนมาให้ถือปี่ ให้ทำตามอย่าง แต่ไม่ถูกสอนมาให้คิดขึ้นมาว่า ทำไมมันถึงมีไอ้นี้ ทำไมมันถึงเป็นอย่างนั้น เราถูกสอนมาให้ทำตาม...”¹⁰⁵ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะที่กล่าวว่า “น่าจะได้รับการส่งเสริมในระดับการศึกษา เพราะคนที่เรียนหนังสือระดับปัญญาชน บางครั้งก็ชอบความบันเทิงไม่ชอบหนังเรื่องหนักเหมือนกัน การเลือกดูจึงไม่แตกต่าง นี่อาจจะเป็นค่านิยมของคนไทยที่ไม่ชอบอะไรที่เรี่ยราด...”¹⁰⁶ ซึ่งบางทัศนะมองภาพรวมของลักษณะผู้ชมของไทยว่า “คนไทยยังเป็นสังคมที่ ‘ก้าวกันไปเป็นกลุ่ม’ ใครที่คิดจะทำอะไรแยกออกมาจะไม่นิยม...”¹⁰⁷ สอดรับกับทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องที่กล่าวว่า “วัฒนธรรมการเลือกดูหนังไทยของคนไทยส่วนใหญ่ คือ เลือกดูว่าหนังนี้มันสนุกไหม น่าดูไหม ถ้ามีคนดูไปแล้วพูดปากต่อปาก มันก็จะมีคนเข้าไปดู ประเภทคนดู ก็จะมีแบบ ‘แนวหน้า’ ประเภทหนังไทยมาขอดูก่อน กลุ่มนี้ก็จะไม่มากนัก กับอีกกลุ่มคือ ‘รอดูตามกระแส’ กลุ่มนี้จะมีค่อนข้างเยอะ...”¹⁰⁸

และกลุ่มที่มีทัศนะว่ากลุ่มผู้ชมในประเทศไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ทัศนะเหล่านี้ อาทิ “ผู้ชมในประเทศ ทัศนคติและวัฒนธรรม ในการชมของคนไทยไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนไปเลย... โดย

¹⁰³ สัมภาษณ์ สมชาย รุ่งทองโอฬาร, ผู้อำนวยการฝ่ายขายศูนย์เช่าบริษัท ซีวีดี อินเตอร์เนชั่นแนล (มหาชน) จำกัด, 28 กุมภาพันธ์ 2549.

¹⁰⁴ สัมภาษณ์ สมจริง ศรีสุภาพ, ผู้กำกับภาพยนตร์, 29 มีนาคม 2549.

¹⁰⁵ เรื่องเดียวกัน.

¹⁰⁶ สัมภาษณ์ วิศิษฎ์ ศาสนเที่ยง, ผู้กำกับภาพยนตร์, 24 สิงหาคม 2549.

¹⁰⁷ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

¹⁰⁸ สัมภาษณ์ รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม, หัวหน้าภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 16 มีนาคม 2549.

หนังไทยมีอยู่ 3 แนวทาง คือ Melody / Action และ Drama ไป Musical หรือ Documentary ไม่ได้...¹⁰⁹ ซึ่งทัศนะดังกล่าวนี้กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐได้แสดงความเห็นไว้ว่า “ผู้ชมในประเทศยังไม่มีทางเลือกที่มากพอในการเลือกชมภาพยนตร์ในลักษณะอื่นๆ ...และผู้ชมยังไม่ได้รับการปลูกฝังในการชมภาพยนตร์ที่แตกต่างในลักษณะที่ต้องดูเนื้อหาหรือดูเป็นงานศิลปะ...”¹¹⁰

2. กลุ่มที่มีทัศนะว่ากลุ่มผู้ชมมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น มีการเลือกรับชมภาพยนตร์แต่ละเรื่องมากขึ้น จึงต้องมีการสร้างภาพยนตร์ให้พิถีพิถันมากกว่าเดิม เพราะผู้ชมมีรสนิยมที่คล้ายกันทั้งประเทศมากขึ้น โดยกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ให้ทัศนะไว้ว่า “พฤติกรรมคนดูมีการปรับเปลี่ยน เริ่มพิจารณากันมากขึ้นเลือกมากขึ้น กลุ่มคนดูแยกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนดูในโรงกับคนดูทางวีซีดี / ดีวีดี และกลุ่มคนดูที่เข้าโรงก็แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ คนดูในกรุงเทพฯกับคนดูในต่างจังหวัด แต่ก่อนสองกลุ่มนี้รสนิยมต่างกัน แต่ต่อมารสนิยมก็คล้ายๆ กัน...”¹¹¹ และทัศนะที่เห็นว่า “ผู้ชมมีการปรับเปลี่ยนมีผู้ชมที่ดูหนังในรูปแบบแตกต่างเพิ่มขึ้น สังเกตได้จากการที่มีโรงหนังแบบ House RCA หรือลิโต้ ในภาพรวมจึงว่าดีแต่ในระดับ Mass ยังเป็นอะไรที่นิยมหนัง Mass แต่ไม่ใช่เฉพาะประเทศไทย ลักษณะนี้เป็นเหมือนกันทั่วโลก...”¹¹² ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะที่กล่าวว่า

“ตอนนี้ผู้ที่เป็นซื้อหนังเข้ามาฉาย มีการเลือกซื้อหนังหลากหลายประเภทเพื่อนำเข้ามาฉายมากขึ้น ทำให้ตลาดกว้างขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ชม ...ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกมากขึ้นและสิ่งเหล่านี้เป็นตัวปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ชมในประเทศให้เกิดการยอมรับและรับสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น...ดูได้จากโรงภาพยนตร์ที่มีภาพยนตร์ฉายแบบจำกัดโรงที่ขณะนี้ถึง 2 ที่คือ ที่โรงภาพยนตร์ลิโต้และที่โรงภาพยนตร์ House RCA...”¹¹³

และทัศนะที่แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า “คนดูไทยใจกว้างขึ้นเยอะ ไม่ใช่คนดูไม่ยอมดูหนังไทย แต่ยังมีหนังไทยเรื่องไหนที่เขายากดู...แต่เพราะบางครั้งคุณประชาสัมพันธ์ไปไม่ถูก

¹⁰⁹ สัมภาษณ์ นันทขว้าง สิริสุนทร, นักวิจารณ์ภาพยนตร์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 8 มีนาคม 2549.

¹¹⁰ สัมภาษณ์ สามารถ จันทรสุนทร, ผู้อำนวยการสถาบันศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

¹¹¹ สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์, 31 มีนาคม 2549.

¹¹² สัมภาษณ์ พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์, ผู้กำกับภาพยนตร์, 17 เมษายน 2549

¹¹³ สัมภาษณ์ กิตติศักดิ์ สุวรรณโกติน, นักวิชาการและคอลัมนิสต์อิสระ, 4 มิถุนายน 2549.

ทางหรือเปล่า คุณสื่อสารกับเขาไม่ถูกต้องหรือเปล่า...”¹¹⁴ ในขณะที่บางทัศนะเห็นว่า “...คนดูยังไม่ค่อยเปิดใจยอมรับความแปลกใหม่ ยังไม่ค่อยเปิดรับหนังหลายๆ แบบหลายๆ แนว...ทำให้ยังต้องมีการหลอกล่อกันอยู่...”¹¹⁵

นอกจากนี้ยังมีทัศนะที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นอื่นๆ อาทิ เรื่องความหลากหลายของภาพยนตร์ไทยที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า “ถ้าตลาดสร้างหนังไม่มีความหลากหลายก็จะเสียผู้ชมหนังไทยส่วนหนึ่งไป เพราะหากเขาไม่อยากดูหนังผี หนังตลก เขาก็ไม่มีทางเลือก สุดท้ายเขาก็จะไปดูหนังเกาหลี ญี่ปุ่น ฮอลลีวูด เราก็จะเสียกลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้ไป...” ในแง่มุมนี้กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องได้แสดงทัศนะไว้ว่า “ถึงเวลาแล้วที่ต้องหาทางทำให้คนดูเข้าใจ ควรทำหนังฉายให้คนดูบ่อยๆ เพื่อพิสูจน์ให้ได้ว่าของดีว่ามีอยู่จริง และคงต้องใช้เวลาในการปรับเปลี่ยน...”¹¹⁶ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะจากกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐที่กล่าวว่า

“ภาครัฐต้องทำการปลูกฝัง เชื่อมและต่อยอด งานศิลปะหรือภาพยนตร์ที่ผู้คนมองว่าเข้าใจยาก ให้ประชาชนทั่วไปเริ่มทำความเข้าใจและยอมรับว่า สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สามารถดูรู้เรื่องได้ แต่ต้องอาศัยเวลา ความเข้าใจและให้การยอมรับ เพราะเรื่องงานศิลปะเป็นเรื่องของการขัดเกลา กล่อมเกลาบุคลิกภาพ นิสัยใจคอของประชาชน...”¹¹⁷

และทัศนะที่เห็นว่าวัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ไทยของคนไทยยังมีความไม่แน่นอนและยังไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน จึงทำให้ทิศทางการสร้างภาพยนตร์พยายามสร้างให้มีความครอบคลุมกลุ่มผู้ชมให้ได้กว้างมากที่สุด ดังเช่นทัศนะที่กล่าวว่า “ตลาดคนดูหนังในทุกวันนี้ตลาดยังมีความสับสนอยู่ กลุ่มคนดูเมื่อก่อนมันชัดเจน แต่ปัจจุบันมันปนเปกันไปหมด ไม่รู้จะไปโฟกัสกลุ่มลูกค้ากลุ่มไหน หนังก็เลยพยายามทำให้เป็น Mass ให้มากที่สุด...”¹¹⁸

¹¹⁴ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

¹¹⁵ สัมภาษณ์ นต ทองศรีพงศ์, โปรดิวเซอร์อิสระ, 19 มกราคม 2549.

¹¹⁶ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

¹¹⁷ สัมภาษณ์ อภินันท์ โปษยานนท์, ผู้อำนวยการสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม, 25 กันยายน 2549.

¹¹⁸ สัมภาษณ์ สุภาพ หริมเทพาธิป, บรรณาธิการบริหารนิตยสารไบโอส์โคป, 20 มีนาคม 2549.

นอกจากนั้นยังมีทัศนคติที่มีความเห็นแตกต่างในเรื่องข้อจำกัดของผู้บริโภคที่ต้องเลือกแต่ภาพยนตร์บันเทิง อันเนื่องมาจากการถูกจำกัดทางเลือก และการถูกจำกัดทางเลือกดังกล่าวจึงเป็นผลทำให้ทัศนคติ วัฒนธรรม และพฤติกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคคนไทยเป็นไปแบบนั้น คือ เลือกชมแต่ภาพยนตร์ตลก เพราะภาพยนตร์ที่มีลักษณะอื่นๆ มักจะถูกเซ็นเซอร์และทำให้ดูไม่รู้เรื่อง ขาดน้ำหนักรของเรื่อง ซึ่งเจ้าหน้าที่รัฐได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า “...ถ้าหากมีการเปลี่ยนระบบการตรวจจากเซ็นเซอร์มาเป็น ‘เรตติ้ง’ จะทำให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้บริโภคมากขึ้น ประชาชนก็สามารถเลือกชมภาพยนตร์ได้อย่างที่ต้องการจริง ๆ...”¹¹⁹

¹¹⁹ สัมภาษณ์ วรณศิริ โมรากุล, ผอ.กองกิจการภาพยนตร์สำนักงานพัฒนาการ
ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 14 มิถุนายน 2549.

ตารางที่ 4.12

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.2 : ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ เนื้อหาต้องมี ความเป็นสากล เพียงพอที่จะทำให้ ให้เข้าใจเรื่องได้ ◦ หากมีความ แตกต่างในเรื่อง วัฒนธรรมจะ ได้รับความสนใจ ในอีกรูปแบบหนึ่ง ◦ ผู้ชมใน ต่างประเทศให้ความ สำคัญกับ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ตลาดภาพยนตร์ ในต่างประเทศ อยากเรียนรู้วิถี ชีวิต การดำเนิน ชีวิตของคนไทย ◦ ในตลาด ต่างประเทศจะ ชื่นชอบ “ความคิดที่แสดง ตัวตน” ที่เป็น ของแต่ละ ประเทศ ◦ ผู้กำกับที่กำกับ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การเข้าร่วมงาน เทศกาล ภาพยนตร์ใน ต่างประเทศ บ่อย ๆ จะทำให้ เข้าใจสนิยมผู้ชม ต่างชาติมากขึ้น ◦ ในขณะที่เทศกาล ภาพยนตร์คือ ส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรม แต่ เป้าหมายสูงสุด 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ความหลากหลาย ของการ ฉายภาพยนตร์ ในประเทศไทย ยังอยู่ในวง จำกัด ไม่มี ความหลากหลาย เท่าใน ต่างประเทศ ◦ หากมีการ เปลี่ยนจาก ระบบ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการ วิเคราะห์ โครงสร้าง อุตสาหกรรม ◦ แนวคิด การจัด จำหน่าย และ การตลาด ◦ ทฤษฎีเกม ◦ ทฤษฎีการ สร้างแบรนด์ ◦ ทฤษฎีวัฒนธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ กลุ่มผู้ชมใน ต่างประเทศ สนใจใน วัฒนธรรมที่ แตกต่างจาก ของตนมากขึ้น สอดคล้องกับ ทฤษฎี วัฒนธรรมหลัง สมัยใหม่ ใน เรื่องของการ ปฏิเสธร 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ภาพยนตร์ ไทยบางเรื่อง ที่ไม่ประสบความสำเร็จ ในประเทศ ไทยแต่ได้รับ ความนิยม จาก ต่างประเทศ เป็นเพราะ ตลาดใน ต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อที่ 3 เพื่อศึกษา ลักษณะการบริหาร จัดการด้าน การตลาด โอกาส และ กลยุทธ์ในการ จัดจำหน่าย ภาพยนตร์ไทย สำหรับตลาด ต่างประเทศ โดย ใช้กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน และ

ตารางที่ 4.12

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.2 : ด้านทศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
เรื่อง “บท” และ “กลวิธีในการ นำเสนอ” ◉ในตลาด ต่างประเทศเรื่อง ของ “วัฒนธรรม” ที่เป็นวิถีชีวิตจะ ได้รับความสนใจ เป็นพิเศษ ◉ภาพยนตร์ใน ต่างประเทศจะมี หลากหลายแนว	ภาพยนตร์ใน แนวทางเฉพาะ ตัวจะมีกลุ่มผู้ชม ที่เหนียวแน่นอยู่ ทั่วโลก ทำให้ ผู้กำกับสามารถ อยู่ได้ ◉ ต่างประเทศ ให้ความสำคัญ กับ “ความไม่ เหมือนใคร” และ “สิ่งที่เขาทำไม่ได้”	ของเทศกาลคือ “การขาย” ◉ ต่างชาติไม่ได้มอง ภาพยนตร์ไทยใน “ภาพรวม” แต่มองเป็น “รายบุคคล” ◉ ผู้ชมในต่าง ประเทศมีทศนคติ และมุมมองใน การทำงาน ภาพยนตร์	เซ็นเซอร์มา เป็นเรตติ้งจะ ทำให้ผู้ชม ไทยเลือกชม ภาพยนตร์ที่ ต้องการจริง ๆ ได้มากขึ้นแบบ ในต่างประเทศ ◉ ภาครัฐต้อง ปลุกฝั่ง เชื่อม และต่อยอด ให้ประชาชน	หลังสมัยใหม่ ◉ ทฤษฎีวัฒนธรรม สมัยนิยม ◉ ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม	โครงสร้าง กรอบ ระเบียบ และสนใจใน แง่มุมเล็กๆ ที่ เคยถูกมองข้าม มากขึ้น ไม่ว่าจะ จะเป็นด้าน ศิลปวัฒนธรรม หรือจารีตเดิม รวมทั้ง สอดคล้องกับ ทฤษฎีความ	เป็นตลาดที่ มีขนาดใหญ่ ถึงแม้จะมี กลุ่มที่ขึ้น ชอบ ภาพยนตร์ เพียง ประเทศละ ไม่มาก แต่เมื่อรวม ตลาดจาก ทุกทวีป	ภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก

ตารางที่ 4.12

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.2 : ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
สามารถตอบสนองได้ทุกความต้องการของตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ⊙ ภาพยนตร์ที่ไม่พูดภาษาอังกฤษในตลาดต่างประเทศจะมองเป็นภาพยนตร์ทางเลือกหรือมองเป็นภาพยนตร์เชิงศิลปะ (Alternative / Art Movie) ⊙ ตลาดต่างประเทศมัก 	แตกต่างจากคนไทย	มีความเข้าใจในศิลปะ (ของภาพยนตร์) เพิ่มขึ้นและไม่ให้รู้สึกว่าเป็นของที่เข้าใจยาก		แตกต่างทางวัฒนธรรมโดยอยู่บนแนวคิดที่ว่าทุกวัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยมีความสัมพันธ์กันกับวัฒนธรรมอื่น ๆ เสมอ การแลกเปลี่ยน	กลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้ก็มีจำนวนมากเพียงพอที่จะทำให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ประสบความสำเร็จในด้านรายได้ในต่างประเทศ	

ตารางที่ 4.12

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.2 : ด้านทศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
	มองหามาตรฐาน ของภาพยนตร์ ซึ่งก็คือ “การเล่าเรื่องที่ดี”				เปลี่ยนทาง วัฒนธรรมจึง ไม่ใช่เรื่องใหม่ ● การเข้าร่วม เทศกาล ภาพยนตร์ใน ต่างประเทศ บ่อยๆ จะช่วย ให้เข้าใจ รสนิยมผู้ชม ต่างชาติมากขึ้น สอดคล้องกับ	ในขณะที่ ภาพยนตร์ที่ ทำรายได้สูง เฉพาะใน ประเทศไทย บางเรื่อง อาจจะจัด จำหน่ายใน ต่างประเทศ ไม่ได้เลย เช่น ภาพยนตร์	

ตารางที่ 4.12

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.2 : ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					หลักการทาง ทฤษฎีการ วิเคราะห์ โครงสร้าง อุตสาหกรรม และการตลาด เรื่องการเข้าสู่ ตลาดใหม่ต้อง เข้าใจถึง พื้นฐานและ การแข่งขันใน อุตสาหกรรม	ประเภทตกลง ด้วยคำพูด ฯลฯ เนื่องจากมี ความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม อยู่สูง	

4.2 ด้านทัศนคติ วัฒนธรรมและสังคมของผู้ชมในต่างประเทศ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในแบบเจาะลึกในเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติ วัฒนธรรม และสังคมของผู้ชมในต่างประเทศพบว่า กลุ่มผู้บริหารมีทัศนคติตรงกันถึงการให้ความสำคัญของผู้ชมในต่างประเทศว่า เน้นเรื่องสไตล์การนำเสนอ บทภาพยนตร์หรือเนื้อหาของภาพยนตร์ที่ต้องมีความเป็นสากล สามารถเข้าถึงได้ง่าย และเห็นว่าหากขายในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่มีความใกล้เคียงกัน จะขายได้เพียงบางเรื่อง แต่จะขายได้ดีขึ้นในแถบยุโรปหรืออเมริกา อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทำให้ความเป็นไทยบางอย่างสามารถขายได้ และเป็นที่สนใจของผู้ชมในต่างประเทศ ทัศนคติดังกล่าว อาทิ “...ภาพยนตร์ไทยที่ขายในต่างประเทศได้ โดยเฉพาะในยุโรปมักเป็นเรื่อง Culture อะไรที่มันเป็น Natural แบบไทยๆ แบบศิลปะไทย วัฒนธรรมไทย อะไรต่างๆ ขอให้มันมีเรื่องที่น่าดู...”¹²⁰ และ “...วัฒนธรรมการเลือกบริโภคภาพยนตร์ต่างกัน ในต่างประเทศจะชมภาพยนตร์ทุกแบบ ทุกแนว ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ฟอร์มเล็ก ฟอร์มใหญ่ หรือภาพยนตร์เป็น Art House ทำให้เกิดภาพยนตร์ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้ชม...”¹²¹

ในขณะที่ทัศนะจากกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ ธนิตย์ จิตต์นุกูล / นิธิวัฒน์ ธรรมสมจริง ศรีสุภาพ ฯลฯ ให้ความเห็นว่า ผู้ชมในต่างประเทศนั้น มีความอยากรู้อยากเห็นวัฒนธรรมไทยในแง่มุมต่างๆ ผ่านทางวิถีชีวิตและการดำรงชีพในชีวิตจริงของคนไทย เพื่อดูวิถีคิดแบบไทยหรือให้ความสนใจในสิ่งที่สามารถจะสื่อสารความเป็นไทยออกมาได้ สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ชมในต่างประเทศให้ความสนใจมากกว่าที่จะอยากดูแค่วัดเจดีย์ หรือตลาดน้ำ ดังนั้นผู้กำกับที่สร้างภาพยนตร์ที่มีรูปแบบเฉพาะตัวจึงสามารถอยู่ได้อย่างสบายๆ เพราะเขาจะมีกลุ่มผู้ชมที่คอยติดตามชมภาพยนตร์ของผู้กำกับคนนั้นๆ อยู่อย่างเหนียวแน่น และเมื่อนับรวมผู้ชมกลุ่มนี้จากทั่วโลกก็จะพบว่ามันเป็นจำนวนมาก ประกอบกับทุนสร้างภาพยนตร์ที่มักจะไม่สูงมาก จึงทำผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีรูปแบบเฉพาะตัว เช่น เป็นเอก รัตนเรือง / อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ฯลฯ สามารถดำรงอยู่ได้

นอกจากนี้ยังพบว่า การตอบรับภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศขณะนี้มีความโน้มไปในทางที่ดีขึ้นเป็นลำดับ ดังทัศนะที่กล่าวว่า “...การเปิดรับของผู้ชมในตลาดต่างประเทศ เริ่มเปิดรับหนังไทยมากขึ้น คู่แข่งมากขึ้นและรู้จักเรามากขึ้น ไม่รู้สึกเป็นของแปลก ทำให้การยอมรับหนัง

¹²⁰ สัมภาษณ์ สันต์ เปสตันยี, ผู้บริหารบริษัท ชานด้า อินเตอร์เนชั่นแนล พิล์ม โปรดักชั่น จำกัด, 8 มีนาคม 2549.

¹²¹ สัมภาษณ์ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล, กรรมการผู้จัดการบริษัทไลฟ์ เฮ้าส์ พิล์ม เซอร์วิส จำกัด, 10 เมษายน 2549.

ไทยแนวอื่นๆ เริ่มมีโอกาสมากขึ้น...”¹²² ถึงแม้ว่า “หนึ่งจากทางฝั่งประเทศเรา เวลาไปขายในต่างประเทศแถบตะวันตกหรือประเทศที่ไม่พูดภาษาไทย หนึ่งไทยก็มีสถานะเป็นหนึ่งทางเลือกเป็นหนังอาร์ต สำหรับสายตาชาวต่างชาติ...”¹²³ ก็ตาม แต่ในทัศนะส่วนหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ปรัชญา ปิ่นแก้ว / คมกฤษ ตรีวิมล / ไพลิน อำนวยพร ฯลฯ ต่างเห็นว่า การที่ภาพยนตร์ไทยสามารถทำให้ชาวต่างชาติเลือกชมภาพยนตร์ไทยได้นั้น เกิดจากการที่ต่างประเทศให้ความสำคัญในเรื่องประเด็นที่น่าเสนอ และให้ความสนใจในสิ่งที่เขาทำไม่ได้ เช่น การเตะตอยแบบมวยไทย ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเหตุให้ภาพยนตร์ไทยมีความโดดเด่นและสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดภาพยนตร์โลกได้

นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ชมต่างชาติให้ความสนใจมากเป็นพิเศษคือ การเล่าเรื่องที่ดี ดังทัศนะที่กล่าวว่า “ชาวต่างชาติเขาดู ‘มาตรฐานของภาพยนตร์’ สิ่งที่จะทำให้ขายได้จึงเป็นเรื่องของ ‘การทำภาพยนตร์เป็น’ เพราะโดยฐานของภาพยนตร์มันคือ ‘การเล่าเรื่องที่ดี’ เล่าเรื่องที่คนสามารถเข้าใจกันได้ทั่วโลก...”¹²⁴

โดยกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับ อาทิ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต / ก้องฤทธิ์ดี / ไพลิน อำนวยพร ได้ให้ทัศนะถึงการเข้าใจทัศนคติ วัฒนธรรม และสังคมของต่างประเทศว่า

“...การเข้าร่วมงานเทศกาลต่างๆ ในต่างประเทศเยอะๆ จะทำให้เรามองออกว่า หนังเรื่องนี้ ‘มีพลัง’ หรือ ‘มีศักยภาพ’อย่างไร ซึ่งอาจจะค้านกับสายตาคนไทย แต่จะทำให้เราเข้าใจได้ว่า รสนิยมเขาเป็นอย่างไร ซึ่งเราอาจจะไม่เห็นด้วยกับเขา แต่เราเข้าใจรสนิยมเขาได้... แม้แต่ตัว Festival ที่เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ มันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมด้วย แม้เป้าหมายสูงสุดของมันก็คือ ‘การขาย’ แต่บางอย่างมันก็เป็นการขายแบบ Hard-Sale บางอย่างมันก็เนียนๆ ไม่ Hard-Sale มากคือ ทุกอย่างมันไม่ใช่ Hard-Sale ไปหมด”¹²⁵

และ “กลุ่มผู้ชมในต่างประเทศ มีทัศนคติ และมุมมองในการเสพสินค้าทางวัฒนธรรมที่ดีกว่าเรา...”¹²⁶ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ทำให้ภาพยนตร์เรื่องเดียวกัน

¹²² สัมภาษณ์ ปรัชญา ปิ่นแก้ว, ผู้กำกับภาพยนตร์, 31 มีนาคม 2549.

¹²³ สัมภาษณ์ ยงยุทธ ทองกองทุน, ผู้กำกับภาพยนตร์, 11 เมษายน 2549.

¹²⁴ สัมภาษณ์ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล, ผู้กำกับภาพยนตร์, 12 ธันวาคม 2549.

¹²⁵ สัมภาษณ์ ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, ผู้อำนวยการมูลนิธิหนังไทย, 11 มกราคม 2549.

¹²⁶ สัมภาษณ์ นันทขว้าง สิริสุนทร, นักวิจารณ์ภาพยนตร์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 8 มีนาคม 2549.

ได้รับความนิยมนต่างกัน อันเกิดจากการมองต่างมุม กล่าวคือ ในประเทศไทยอาจจะมองภาพยนตร์เรื่องหนึ่งว่าตลกในด้านภาษา แต่ในต่างประเทศอาจจะไม่เข้าใจความตลกในภาษาที่ใช้ในภาพยนตร์ก็ได้ เนื่องจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน ดังนั้นในตลาดภาพยนตร์โลกจึงต้องมองที่ “ประเด็น” ของเรื่องเป็นสำคัญ และเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสากลจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในประเทศต่างๆ ได้กว้างมากขึ้น

ซึ่งทัศนะดังกล่าวสอดคล้องกับความเห็นจากกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐว่า “คนไทยยังมีข้อจำกัดในการสร้างหนังที่ยังไม่สากลพอ ทำไมคุณดูหนังญี่ปุ่นหรือหนังเกาหลีได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นวัฒนธรรมไทยล่ะ มันก็ดูเข้าใจได้ เพราะว่าภาษาหนัง สามารถทำให้เป็นภาษาสากลได้ ...แต่หนังของเราเนี่ย ยังไม่สามารถทำให้หนังเป็นภาษาสากลได้ในการตีความ...”¹²⁷

ดังนั้นในตลาดต่างประเทศ “ประเด็น” ที่นำเสนอผ่านทางงานภาพยนตร์จึงควรมีเนื้อหาที่มีลักษณะ “ความเป็นสากล” จึงจะสามารถส่งสารดังกล่าวข้ามผ่านวัฒนธรรมเพื่อไปถึงผู้บริโภคในประเทศต่างๆ ได้ง่ายขึ้น โดยต้องควบคุมปัจจัยหรือตัวแปรที่ทำให้การตีความในการรับ “สาร” มีความผิดเพี้ยนหรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนให้ได้มากที่สุด อาทิ ปัจจัยทางด้านภาษาและปัจจัยด้านพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีกรอบความคิดที่แตกต่างกัน เป็นต้น

¹²⁷ สัมภาษณ์ วรรณศิริ โมรากุล, ผอ.กองกิจการภาพยนตร์สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 14 มิถุนายน 2549.

ตารางที่ 4.13

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.3 : ทศนคติ และวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
<ul style="list-style-type: none"> ◦ การแสดงออกซึ่งความเป็น “ไทย” สามารถสื่อได้หลายทาง ◦ วัฒนธรรมการชมภาพยนตร์ของผู้ชมไทยกับต่างประเทศมีความแตกต่างกัน การส่งสารแบบซับซ้อนมาก ๆ กับผู้ชมไทยจึงทำ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ วิธีคิดหรือวิถีชีวิตของคนในประเทศนั้น คือ ตัวสารที่ถูกสื่อผ่านงานภาพยนตร์ออกไป ◦ การสื่อสารความเป็นไทยจะสื่อด้วยวิธีใดก็ได้ แต่ต้องผ่านวิธีคิดที่เป็นตัวของตัวเอง ◦ ความคิดสร้างสรรค์ในทุกๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ งานภาพยนตร์ควรแบ่งคนดูด้วยรสนิยมของผู้ชมเอง ซึ่งสามารถสื่อสารถึงกันได้ทั่วโลก ◦ ต่างชาติไม่ได้ซื้อเพียง “ภาพยนตร์” แต่ซื้อ “วัฒนธรรม” ที่อยู่ในภาพยนตร์นั้นไปด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การตีความสารที่สื่อผ่านงานภาพยนตร์ ต้องใช้มุมมองจากหลายๆ ด้านเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ ◦ ประเทศไทยยังมีวัฒนธรรมอีกหลายอย่างที่ไม่ได้ถูกนำมาเพิ่มมูลค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ ทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม ◦ แนวคิดการจัดจำหน่ายและการตลาด ◦ ทฤษฎีเกม ◦ ทฤษฎีการสร้างแบรนด์ ◦ ทฤษฎีวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การตีความภาพยนตร์ของผู้กำกับและคนเขียนบท (กรณี ที่ทำงานร่วมกัน เพื่อแปลออกมาเป็นงานภาพยนตร์) นั้น สอดคล้องกับหลักการทางทฤษฎี 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ การนำเสนอแนวคิดแบบไทยๆ หรือวิถีชีวิตแบบไทยๆ ยังไม่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเป็นสากลเพียงพอที่จะทำให้ต่างประเทศ 	<p>ข้อที่ 3 เพื่อศึกษา ลักษณะการบริหารจัดการด้านการตลาด โอกาส และกลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ไทยสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยใช้กรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง แฟนฉัน และ</p>

ตารางที่ 4.13

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทักษะคิด วิเคราะห์และสังเคราะห์

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.3 : ทักษะคิด และวิเคราะห์ ในการสื่อสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
ได้ยาก	กระบวนการ ทำงาน คือสิ่งที่ สามารถสื่อสาร ผ่านงาน ภาพยนตร์ออกไป ถึงผู้ชมได้	<ul style="list-style-type: none"> ● งานภาพยนตร์ สามารถใช้เป็นทั้ง สื่อที่สนับสนุน และสื่อที่ใช้ ต่อต้านวัฒนธรรม ข้ามชาติที่แฝง เข้ามาผ่านสินค้า ที่ปรากฏในเนื้อหา ภาพยนตร์ได้ ● การที่ผู้กำกับฯ / คนเขียนบทเป็น คนเดียวกัน 	<ul style="list-style-type: none"> ● เพื่อธำรงรักษา สิ่งนั้นเอาไว้ ● การได้รับการ ปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจใน งานศิลปะ แขนงต่างๆ ผ่านงาน ภาพยนตร์ ตั้งแต่เล็ก เมื่อโตขึ้นเขา จะรู้จักคุณค่า 	<ul style="list-style-type: none"> ● ทฤษฎีวัฒนธรรม สมัยนิยม ● ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรม 	วัฒนธรรมสมัย นิยมในเรื่อง ของวัฒนธรรม ผสม (Hybrid culture) ซึ่งเป็น การผสมผสาน องค์ประกอบ ปลีกย่อยต่างๆ ทั้งจาก ประสบการณ์ ของผู้กำกับและ คนเขียนบท	เข้าใจสารที่ ต้องการสื่อ ออกไปได้ เพราะมัก เป็นการนำ เสนอแบบ ยัดเยียด หรือจับใส่ เพื่อใช้เป็น จุดขายทาง การตลาด มากกว่าจึง	ภาพยนตร์เรื่อง องคบัล

ตารางที่ 4.13

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.3 : ทศนคติ และวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
		ทำให้บทบาท ภาพยนตร์ไม่ได้ ถูกตีความหลายๆ ครั้ง ผ่านมุมมอง จากหลายๆ คน จึงทำให้การ ตีความในบทบาท ภาพยนตร์ไม่มี ความสดใหม่และ แตกต่าง	ของสิ่งเหล่านี้ นั้น และจะ เลือกสนใจ สิ่งเหล่านี้ก่อน สิ่งอื่น		นำมารวมกัน และเกิดการ ดัดแปลงแล้ว นำเสนอเพื่อ สร้างกระแส และการยอมรับ จากสังคม นอกจากนี้การ ตีความสารที่ ได้รับจากกลุ่ม ผู้ชมแต่ละชาติ ก็เป็นเรื่องของ	ทำให้ขาด ความ ต่อเนื่องทาง เนื้อหา ○ การโฆษณา สินค้าผ่าน ทางงาน ภาพยนตร์ ของ ภาพยนตร์ ใน ต่างประเทศ	

ตารางที่ 4.13

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.3 : ทศนคติ และวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					กระบวนการ ผสมผสานการ รับรู้และตีความ ซึ่งในแต่ละ พื้นที่การ ตีความก็จะ แตกต่างกัน ● การใช้ ภาพยนตร์เป็น สื่อต่อต้านการ ข้ามวัฒนธรรม ของสื่อต่างชาติ	จะมีความ สมจริง และ กลมกลืน สามารถ สอดแทรกได้ อย่าง แยบยลมาก กว่า ภาพยนตร์ ไทย ทั้งนี้เกิดจาก	

ตารางที่ 4.13

ประเด็นศึกษาที่ 4 : ทศนคติ วัฒนธรรมและสังคม

ประเด็นสัมภาษณ์ที่ 4.3 : ทศนคติ และวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์ (ต่อ)

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหารฯ	กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้กำกับ ภาพยนตร์	กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ / ผู้มี อาชีพเกี่ยวข้อง	กลุ่มที่ 4 กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	แนวคิด / ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้อง	สอดคล้องกับ แนวคิด / ทฤษฎี	ประเด็นที่ แตกต่าง	สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์
					สอดคล้องกับ หลักการทาง ทฤษฎีความ แตกต่างทาง วัฒนธรรมที่ บางครั้งการ ผสมผสานทาง วัฒนธรรมก็ นำไปสู่ความ ขัดแย้งได้	การเข้าไม่ถึง ทักษะการ เลือกวิธีการ นำเสนอ สินค้า โดย ไม่ให้ผู้ชม รู้สึกว่าเป็น การโฆษณา	

4.3 ทักษะและวัฒนธรรม ในการส่งสารทางวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์

ในทัศนะของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ สมบูรณ์ พิริยะภักดีกุล / นิธิวัฒน์ ธีราร / สมจริง ศรีสุภาพ ฯลฯ เห็นว่า วัฒนธรรมในการชมภาพยนตร์ของไทยกับต่างประเทศนั้นไม่เหมือนกัน การตีความสารที่ส่งผ่านทางงานภาพยนตร์จึงมีความแตกต่างกัน โดยส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม และส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นความแตกต่างในเรื่องของการฝึกหรือสอนให้ชมภาพยนตร์ในแบบที่ต้องคิดและวิเคราะห์ตาม ดังนั้นภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่จึงไม่สามารถทำให้มีเนื้อหาที่สลับซับซ้อนมากๆ ได้ เพราะพื้นฐานการชมภาพยนตร์ของคนไทยมีความหลวมล้ากันมาก ดังทัศนะที่กล่าวว่า "...ไฉ่หนังดี? หนังอาร์ตหนังอะไรที่เราทำๆ กันนี่อย่างของพีต้อม แบบไอโห ไม่ได้ตั้งค์เลย บ้านเราแบบแจ้ง...วัฒนธรรมคนดูมันคนละอย่างกัน ...มันคนละเรื่องกันเลย"¹²⁸ ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะจากกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้อง และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ อาทิ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม วรณศิริ โมรากุล / สามารถ จันทรสूरย์ ฯลฯ ว่า พื้นฐานทางวัฒนธรรมการเลือกชมภาพยนตร์นั้น ต้องมีการฝึกหรือปลูกฝังกันตั้งแต่ในวัยเยาว์ เพราะถ้ามีความรู้ความเข้าใจตั้งแต่ยังเล็ก โอกาสที่จะทำให้เกิดความรัก ความเข้าใจ และยอมรับในงานศิลปวัฒนธรรมในแขนงต่างๆ ก็จะมีมากขึ้น และเมื่อเยาวชนรู้จักคุณค่าของสิ่งเหล่านี้แล้ว เมื่อเขาเติบโตขึ้นเขาก็เลือกที่จะสนใจงานทางด้านนี้ก่อนสิ่งบันเทิงในด้านอื่นๆ

นอกจากนี้ทัศนะของกลุ่มผู้บริหารและผู้กำกับภาพยนตร์ อาทิ วิสูตร พูลวรลักษณ์ สมศักดิ์ เตชะรัตนประเสริฐ / ปรัชญา ปิ่นแก้ว / นิธิวัฒน์ ธีราร ฯลฯ ให้ความเห็นที่เห็นว่า สารทางวัฒนธรรมที่ผู้กำกับเลือกจะสื่อวัฒนธรรมดังกล่าวออกไปในต่างประเทศ ผู้กำกับสามารถเลือกได้ว่า จะนำเสนอมุมมองในลักษณะใดต่อวัฒนธรรมนั้นๆ เพื่อที่จะสื่อเป็นสารผ่านทางงานภาพยนตร์ โดยจะเลือกสื่อสารผ่านวิธีการหรือเทคนิคแบบใดก็ได้ จะแสดงออกถึงความเป็นไทยในแบบร่วมสมัยหรือย้อนยุคอย่างไรก็ได้ สิ่งที่สำคัญคือการตีความสารนั้นๆ ผ่านแนวคิดที่เป็นตัวของตัวเอง ไม่ทำตามอย่างใครเขา

ในขณะที่กลุ่มผู้กำกับภาพยนตร์บางกลุ่ม อาทิ ธนิตย์ จิตต์นุกูล / พิมพกา ไทวาระ / วิศิษฐ์ ศาสนเที่ยง ฯลฯ ได้ให้ทัศนะว่า ปัจจุบันสื่อต่างๆ ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการนำเสนอ "ความเป็นไทย" ว่าเป็นวัฒนธรรมที่น่าภาคภูมิใจมากเท่าที่ควร อีกทั้งยังละเลยที่จะทำความเข้าใจ

¹²⁸ สัมภาษณ์ สันต์ เปสตันยี, ผู้บริหารบริษัท ชานด้า อินเตอร์เนชั่นแนล พิล์ม โปรดักชั่น จำกัด, 8 มีนาคม 2549.

กับรากเหง้าพื้นฐานทางวัฒนธรรมของตนเอง และเหตุที่คนไทยไม่รู้จักตัวเองดังกล่าวจึงส่งผลให้ งานภาพยนตร์ที่สร้างสรรค์ออกมาขาดเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตามกลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับ อาทิ ก้อง ฤทธิดี / นันทขว้าง สิริสุนทร ฯลฯ ให้ทัศนะว่า ภาพยนตร์ไม่ควรแบ่งผู้ชมด้วยเชื้อชาติหรือภาษาที่ใช้ แต่ควร แบ่งด้วยรสนิยมของผู้ชมให้มีโอกาสเลือกชื่นชอบในสิ่งที่คล้ายๆ กันกับผู้กำกับ เพราะงานสร้างสรรค์เชิงศิลปะเช่นงานภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องได้รับการชื่นชมจากคนทุกกลุ่ม แต่หากว่างานนั้น สามารถสื่อสารและแบ่งปันรสนิยมเดียวกันได้ทั่วโลกก็นับได้ว่าเป็นสิ่งที่ดี

ในขณะที่กลุ่มนักวิชาการ นักวิจารณ์ และผู้มีอาชีพเกี่ยวข้องกับ อาทิ รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม กิตติศักดิ์ สุวรรณโภคิน ได้แสดงทัศนะในเชิงการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมไว้ว่า

“หนึ่งที่มีการร่วมนกันระหว่างชาติในเอเชีย จะสามารถเป็นเครื่องมือหนึ่งในการ ต่อต้านหนังจากฮอลลีวูดได้ มันเป็นการยืนยันวัฒนธรรมที่อื่นไม่ให้เข้ามาแทรกแซง ... เป็นการต่อต้านวัฒนธรรมข้ามชาติ ต่อต้านลัทธิบริโภคนิยมที่มีเข้ามาทับสินค้า ต่างๆ ผ่านทางหนังที่ทำให้เกิดสังคมนิยมบริโภคนิยมมากขึ้น...”¹²⁹

จากการวิเคราะห์การส่งสารข้ามวัฒนธรรมโดยผ่านทางงานภาพยนตร์นี้ พบว่า สารที่ถูกส่งผ่านเนื้อหาทางภาพยนตร์ต่างก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คนต่าง เชื้อชาติและต่างวัฒนธรรม และเป็นการเปิดโอกาสให้ภาพยนตร์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ แตกต่างในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละประเทศได้มากขึ้น อันเนื่องมาจากเกิดความเข้าใจอันดีระหว่าง วัฒนธรรมซึ่งจะส่งผลดีต่อตัวภาพยนตร์ทั้งในมิติทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคม อันเป็น ผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการโลกาภิวัตน์ที่ทำให้โลกมีขนาดเล็กลง อีกทั้งในประเทศใหญ่ๆ อย่าง เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และอีกหลายๆ ประเทศที่พัฒนาแล้ว ล้วนแต่เป็นดินแดนที่ประกอบไปด้วย ผู้อพยพหรือผู้ย้ายถิ่นจากหลากหลายประเทศเข้าไปอาศัยอยู่ร่วมกัน จึงมีเรื่องของการปะทะ กันทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมเก่ากับวัฒนธรรมใหม่อยู่เสมอ ซึ่งความเคยชินกับวัฒนธรรม เก่าที่ติดตัวมากับการต้องเปิดรับวัฒนธรรมใหม่ในต่างแดนนี้ มีส่วนหล่อหลอมให้ผู้ย้ายถิ่นหรือ ลูกหลานของผู้ย้ายถิ่นเหล่านั้นมีความเป็นลูกผสม (Hybrid Person) มากขึ้น และการที่มีจำนวน ของผู้คนที่มีความร่วมสมัยในสิ่งเหล่านี้มากขึ้นนี้เองที่ส่งผลดีในแง่โอกาสของการเข้าถึงและการ เปิดรับสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต ดังเช่นการเปิดใจรับภาพยนตร์จากต่างประเทศจากกลุ่มผู้ชมที่มีการ ย้ายถิ่นฐานจากประเทศกำลังพัฒนาไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วมากขึ้น

¹²⁹ สัมภาษณ์ รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม, หัวหน้าภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 16 มีนาคม 2549.