

# ทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

## The Direction and the Trend of Thailand Film Industry

ระดม อร่ามวิทย์\* และมนฤดี ธาดาอำนวยการวิจัย\*\*

### บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม พ.ศ. 2557 - กรกฎาคม พ.ศ. 2558 ถือได้ว่าเป็นช่วงที่ตกต่ำอย่างมาก เนื่องจากประชาชนไทยดูภาพยนตร์ไทยน้อยลง ปัจจุบันบริษัทที่สร้างและบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย ได้ลดลงอย่างมาก ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นมีผลต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2557 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย 40 เรื่อง มีภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ไม่ถึง 30 ล้านบาท มีถึง 35 เรื่อง การนับรายได้ของภาพยนตร์ไทยจะนับจากรายได้ของการเข้าฉายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลซึ่งถือว่ารายได้โดยรวมของภาพยนตร์ไทยในปี พ.ศ. 2557 น้อยมาก

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557 - กรกฎาคม ปี 2558 และศึกษาทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล ซึ่งจะสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ ผู้อำนวยการสร้าง ผู้กำกับภาพยนตร์ ตัวแทนจากโรงภาพยนตร์ ตัวแทนจากกระทรวงวัฒนธรรม และสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

ผลการวิจัยพบว่า วิธีการที่จะแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย คือรัฐบาลไทยจะต้องเข้ามาดูแล และกำหนดกฎเกณฑ์ ในการช่วยเหลืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ซึ่งในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย เป็นต้นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่าหากรัฐบาลช่วยเหลืออย่างจริงจัง นอกจากจะทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เติบโตแล้ว ยังจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้แก่ชาวต่างชาติได้ชื่นชมอีกด้วย ถือได้ว่าเป็นภาพยนตร์ไทยเป็นสินค้าโอท็อปที่มีมูลค่าต่อ 1 ผลิตภัณฑ์สูงมาก เพราะการจะทำภาพยนตร์เรื่องหนึ่งนั้นจะต้องใช้งบประมาณเป็นหลักหลายล้านบาท แต่รัฐบาลต้องมองภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริม อย่อย่างมองเป็นแค่สินค้าอย่างเดียว เพราะเนื้อหาในภาพยนตร์สามารถสอดแทรกความเป็นไทยได้หลายอย่างไม่ว่า จะเป็นเรื่องอาหารการกิน การแต่งกาย การใช้ชีวิตต่าง ๆ ในสังคมไทย ยังเป็นผลให้สินค้าของไทยได้เผยแพร่ไปยังต่างประเทศอีกด้วย

**คำสำคัญ :** ทิศทางและแนวโน้ม, อุตสาหกรรมภาพยนตร์, อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

### Abstract

During July, 2014 to July, 2015 Thai film industry had been considered to be at the lowest point due to the fact that Thai people who saw Thai films had been decreasing. Presently, Thai film companies are reducing a lot. It has an impact on domestic economy in Thai-

\* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการสื่อบันเทิง คณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา

\*\* ดร. สาขาวิชาการจัดการสื่อบันเทิง คณะศิลปกรรมการผลิตสื่อ สถาบันกันตนา

land. During the year 2014, thirty-five Thai films earned less than 30 million baht out of forty Thai films. The revenue of Thai films was from the total income of Thai films on screens in the theaters in Bangkok and perimeter. In year 2014 the total revenue of Thai films was a few. This research use the in depth interview method. The interviews were collected from a number of people who are in Thai film industry such as people from film studios, producers, and directors, cinema, government authorities and nonprofit film organization.

Results indicated that the Thai government must take care and set the regulations for contribution then Thai film industry will increasingly grow. For examples, the film industry in South Korea and Australia were seriously helped by their governments. So their film industries have already been successful. Moreover, Thai films were admired by foreigners. Therefore, Thai films can be one of the highly valued OTOP products because the expense of making a Thai film is many millions baht. Thai films can be involved with Thai traditional food, dresses, lifestyles and society so that Thai products can propagate in overseas.

**Keyword:** Direction and Trend, Film Industry, Thailand Film Industry

## บทนำ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงเชิงสร้างสรรค์ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม หนึ่งในประเทศที่ประสบความสำเร็จด้านนี้ คือ ประเทศเกาหลีใต้ ที่สร้างเศรษฐกิจโดยสื่อภาพยนตร์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดการค้า และเกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ตลาดเอเชียตะวันออกไกล ทั้งจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มีตลาดใหญ่แต่ต่างก็มีรายได้ส่วนใหญ่จากบัตรเข้าชมภาพยนตร์มาจากตลาดผู้ชมในประเทศ ตลาดเอเชียใต้ก็เช่นกัน ประเทศอินเดียเป็นตลาดใหญ่ของกลุ่มเอเชียใต้ ซึ่งมีรายได้จากบัตรเข้าชมภาพยนตร์ที่มาจากตลาดภายในจำนวนมาก ส่วนตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่ารายได้มาจากการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ของผู้ชมภายในประเทศไม่สูงนัก และยังเกาะกลุ่มการมีมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านแอนิเมชัน และเกม พบว่าประเทศจีนและเมือง CEBU ของฟิลิปปินส์ได้กลายเป็นเมือง 1 ใน 50 อันดับ Outsourcing Cities 2008 and 2009 ของโลกและเป็นอันดับหนึ่งของเอเชีย จาก

ผลการสำรวจของ THOLONS นอกจากนั้นประเทศไทยเป็นประเทศที่ครองอันดับหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการบริโภคเกม และกลายเป็นตลาดหลักทางด้านเกมทุกประเภททั้งเกมอาเขต เกมคอนโซล และเกมออนไลน์ รวมถึงเกมบนโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค

กรณีของประเทศไทย อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีโอกาสนในการพัฒนาต่างๆ เพราะประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านศิลปวัฒนธรรม ทรรศนคติและงดงาม ที่หลากหลายและภายในสิ้นปี พ.ศ. 2558 กลุ่มประเทศอาเซียนจะมีการรวมตัวทางเศรษฐกิจเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ที่จะมีการเปิดตลาดเสรี

ในสถานการณ์ปัจจุบันผู้ชมภาพยนตร์มีการรับรู้ข้อมูลภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้น เพราะรู้สึกถึงความคุ้มค่าของค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์ ซึ่งโปรดักชั่นของภาพยนตร์ต่างประเทศมีการลงทุนมาก ทำให้ผู้ชมภาพยนตร์เลือกที่จะชมภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทย ดังนั้นเพื่อเตรียมความพร้อมและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

ทั้งนี้ ลักษณะของธุรกิจภาพยนตร์ไทยเป็นแบบกึ่งผูกขาด และเป็นรูปแบบหนึ่งของทรัพย์สินทาง

ปัญญาในเชิงงานศิลปะที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และมีการใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง โดยมีต้นทุนในการผลิตภาพยนตร์ได้แก่ ต้นทุนการสร้างต้นทุนการทำตลาด ซึ่งมีความเสี่ยงสูงและให้ผลตอบแทนสูงเช่นกัน รวมถึงแหล่งรายได้ของภาพยนตร์มาจากจากการเข้าฉายในโรงภาพยนตร์โดยส่วนใหญ่ ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมีรายได้ส่วนแบ่งร้อยละ 50 จากบัตรเข้าชมภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก นอกจากนั้น ยังมีรายได้ในการขายสิทธิ์ให้กับสายหนังในต่างจังหวัดและรายได้ค่าลิขสิทธิ์จากการนำออกแสดงหรือจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค เช่น ค่าลิขสิทธิ์จากการฉายภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ค่าลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการ Home Video เพื่อนำไปผลิตและจำหน่ายวีซีดี ค่าลิขสิทธิ์จาก Online Video Distributor เพื่อนำไปจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ หรือสื่อรูปแบบใหม่ให้แก่ผู้บริโภค เช่น ดาวนโหลดทางอินเทอร์เน็ตหรือ Application บนมือถือ รวมทั้งรายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้บริษัทในต่างประเทศ และขายสปอนเซอร์จากสินค้า ทั้งนี้ รูปแบบของรายได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี (กลต., 2557)

ทั้งนี้ ตลาดของธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์มีการกระจุกตัว แต่มีการแข่งขัน ในผู้ประกอบการหลัก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทในเครือสหมงคลฟิล์ม เป็นผู้สร้าง ผู้จัดจำหน่าย และเจ้าของสายหนังทั่วประเทศ และได้สิทธิ์จำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศรายใหญ่ และ บมจ. เอ็ม พิคเจอร์ส (บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ปถือหุ้น 67.8%) มีส่วนแบ่งรายได้สูงสุด โดยธุรกิจโรงภาพยนตร์ มีผู้ประกอบการหลายราย แต่มีรายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ปี 2012 มี 56 สาขา 413 โรงภาพยนตร์ และ บจก. เอส เอฟ ซีนีม่า ซิตี้ ปี 2555 มี 30 สาขา 218 โรงภาพยนตร์ โครงสร้างตลาดจึงเป็นแบบผู้ขายน้อยราย และมีการผูกขาด (TDRI, 2010)

ปัจจุบันบริษัทที่สร้าง และบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย ได้ลดลงอย่างมาก ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้น มีผลต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ

ในช่วงปี พ.ศ. 2557 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉาย 40 เรื่อง มีภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ไม่ถึง 30 ล้าน มีถึง 35 เรื่อง (siamzone.com, 2557 : ระบบออนไลน์) การนับรายได้ของภาพยนตร์ไทยจะนับจากรายได้ของการเข้าฉายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลซึ่งถือว่ารายได้โดยรวมของภาพยนตร์ไทยในปี พ.ศ. 2557 น้อยมาก ซึ่งงานวิจัยนี้นอกจากจะได้ทราบถึงสภาพ และทิศทางในอนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยแล้ว ยังสามารถนำไปพัฒนาในแนวคิดที่จะสร้าง ผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อที่จะทำรายได้ให้ตรงตามเป้าหมาย และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้เติบโตขึ้น

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557 - กรกฎาคม ปี 2558
2. เพื่อศึกษาทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สมมติฐานหรือข้อสันนิษฐานในการวิจัย

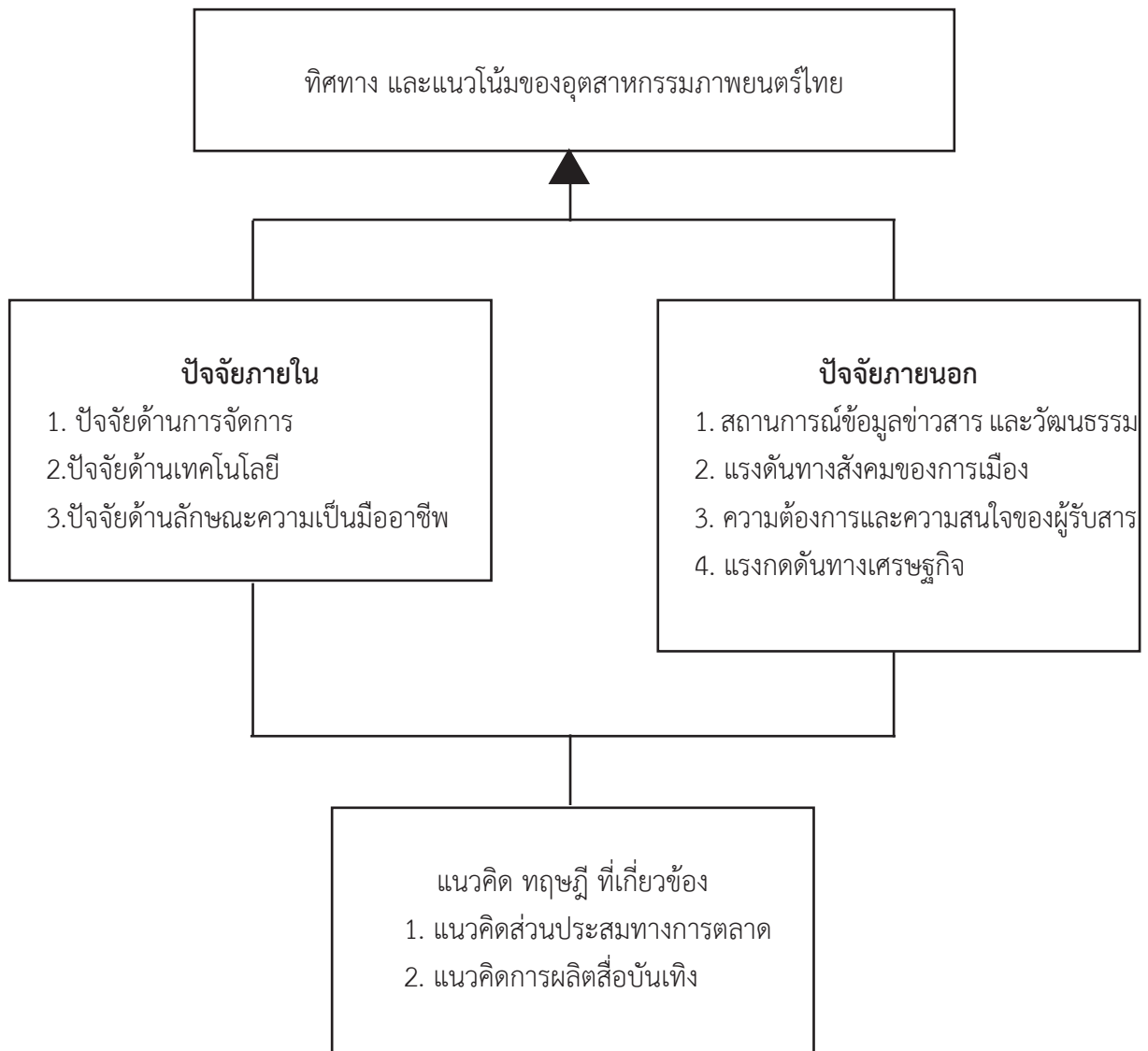
1. สภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557- กรกฎาคม ปี 2558 มีการเติบโตจากปี 2556 อย่างต่อเนื่อง

2. อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มีทิศทางและแนวโน้มที่จะพัฒนาด้านเนื้อหาเพื่อขยายฐานผู้ชมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจะขยายฐานผู้ชมไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาสภาพทิศทาง และแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้บริหารอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและผู้กำกับภาพยนตร์
3. ขอบเขตด้านสถานที่ คือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557 - กรกฎาคม ปี 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. สามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในอนาคต
2. สามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตภาพยนตร์ไทยเพื่อพัฒนาขีดความสามารถทางการตลาดของการแข่งขันภายในประเทศ

## วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้บริหารอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและผู้กำกับภาพยนตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ และผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยไม่น้อยกว่า 10 ปี

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

- 2.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแล้วทำการบันทึกข้อมูลในแบบบันทึกการสัมภาษณ์ และทำการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

- 2.2 ทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและบันทึกข้อมูลในแบบสังเกตการมีส่วนร่วม

## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัย ได้สรุปข้อค้นพบในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการตีความจากข้อมูลที่ได้รับจากการตอบสัมภาษณ์ โดยพิจารณาคำตอบหรือประเด็นความสำคัญเกี่ยวข้องกับการวิจัย หรืออยู่ในกลุ่มของคำถาม เพื่อทำการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ และสรุปข้อค้นพบในรูปแบบของการพรรณนา

## ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้กำกับภาพยนตร์ บริษัทผลิตภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ หน่วยงานรัฐบาลและสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ พบว่า

## สภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557 - กรกฎาคม ปี 2558

อุตสาหกรรมไทยตกต่ำลงอย่างมาก ซึ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างนี้มาหลายช่วงมีขึ้นมีลง และช่วงนี้ก็เป็นช่วงหนึ่งที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกต่ำ ถึงแม้จะมีผู้สร้าง ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย ส่วนใหญ่สร้างเพียงเรื่องสองเรื่องก็หายออกไปจากอุตสาหกรรมเพราะภาพยนตร์ไทยเรื่องนั้น ๆ ไม่ได้ได้รับความนิยมได้น้อยมาก ภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาดังกล่าวส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีคุณภาพเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบทภาพยนตร์ โปรดักชั่นการถ่ายทำ การลำดับเรื่องราว ความสนุกของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ทำให้คนไทยมีความรู้สึกที่ค่อนข้างติดลบกับภาพยนตร์ไทย คือ ถ้าจะดูภาพยนตร์ไทยสักเรื่อง คนไทยโดยส่วนใหญ่จะคิดแล้วคิดว่าดีกว่าจะดูดีใหม่ จะคุ้มกับค่าบัตรภาพยนตร์ใหม่ ถ้าไม่คุ้มส่วนใหญ่จะเลือกดูภาพยนตร์ต่างประเทศกัน เพราะโปรดักชั่นกับความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์นั้นทำให้เขารู้สึกว่าคุ้มค่ามากกว่า ซึ่งภาพยนตร์ต่างประเทศมีการทำโปรดักชั่นเข้าขั้นถึงจุดสูงมากในเรื่องของ CGI หรือ Special Effect ต่าง ๆ จะสมจริงขึ้นอย่างมากจึงเป็นแรงดึงดูดในการรับชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ

**ภาพยนตร์ประเภทอินดี้** หรือภาพยนตร์ทางเลือก มีการผลิตภาพยนตร์ประเภทนี้มากขึ้น เพราะช่วงเปลี่ยนผ่านจากระบบฟิล์มเป็นระบบดิจิทัลสามารถทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ทำงานง่าย สะดวกกว่า และต้นทุนการผลิตต่าง ๆ น้อยกว่าสมัยที่ยังใช้ระบบฟิล์มอย่างมาก จึงมีผู้ที่สนใจในการผลิตภาพยนตร์มากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีความหลากหลาย ทำให้ตลาดของภาพยนตร์ไทยโตขึ้น เพียงแต่ว่าภาพยนตร์ไทยประเภทนี้จะได้รับความสนใจน้อยมีผู้ชมเฉพาะกลุ่ม เนื่องมาจากกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ยังไม่มีค่านิยมที่จะเลือกชมภาพยนตร์ประเภทนี้มากนัก ซึ่งในบางมุมมองของคนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยก็มองว่า ภาพยนตร์ประเภทอินดี้ไม่ได้มีผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเลย ถึงแม้จะมีการผลิตภาพยนตร์แนวนี้มากขึ้น ก็เป็นภาพยนตร์เฉพาะกลุ่ม ไม่ได้เป็นภาพยนตร์ที่ตลาดต้องการ จึงเป็นข้อมูลที่ว่าช่วงเวลาดังกล่าว มีการผลิตภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ทำให้มีความหลากหลายของการเลือกชมภาพยนตร์ นั่นคือประโยชน์ส่วนหนึ่ง แต่เรื่องรายได้มันมีความตกต่ำลงมาก

**สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** จะไม่แข่งกันเองอาจมีบางทีที่จะต้องแข่งกันเองบ้างในบางโอกาส เพราะช่วงเวลานั้น ๆ เป็นเวลาที่ทุกคนต้องการ ค่าภาพยนตร์ไทยที่เป็นค่ายใหญ่ก็พร้อมที่จะแข่งขันกัน เช่น ช่วงปีใหม่ สงกรานต์ ช่วงปิดเทอม เป็นต้น ในการที่จะผลิตภาพยนตร์ไทยแต่ละเรื่องนั้นต้องผ่านการคิดอย่างมากว่าถ้าสร้างไปแล้วสนุกไหม จะมีคนดูไหม ไม่ต้องไปแข่งกับคนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่แข่งกับตัวเองว่าจะต้องผลิตภาพยนตร์ไทยออกมาให้ดี มีคุณภาพ ทำการตลาด และต้องมีคนชมภาพยนตร์ไทยเรื่องนั้น ๆ เพื่อให้คุ้มกับทุนในการผลิตภาพยนตร์นั้น ๆ

**เศรษฐกิจและการเมือง** ในช่วงเวลาดังกล่าว เศรษฐกิจมีความฝืดเคืองพอสมควรทำให้ประชาชนไม่กล้าใช้เงินในสิ่งเกี่ยวกับบันเทิงมากนัก ซึ่งถ้าจะ

เลือกชมภาพยนตร์สักเรื่องจะต้องเลือกที่ชมแล้วรู้สึกคุ้มค่ามากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศโดยเฉพาะฮอลลีวูด ที่เป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ มีฉากใหญ่ ๆ มีใช้ CGI และ Special Effect ส่วนภาพยนตร์ไทยจะต้องเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตหรือสร้างออกมาแล้วตรงใจกลุ่มเป้าหมายจริง ๆ ไม่ใช่เฉพาะบทภาพยนตร์ การทำโปรดักชั่นอย่างเดียว แต่จะต้องมีการตลาดที่จะต้องสื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ด้วย กลุ่มเป้าหมายของการเลือกชมภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักศึกษาที่พอจะมีฐานะกับกลุ่มคนทำงานช่วงเริ่มต้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะมีผลกระทบทางเศรษฐกิจน้อยมาก ส่วนเรื่องการเมืองนั้นไม่ได้มีผลกระทบใด ๆ มากมาย ถ้าไม่มีเหตุการณ์รุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการปิดถนน การปิดศูนย์การค้า หรือการห้ามออกจากเคหะสถานหลังเวลา 22.00 น.

**ความเติบโตทางเทคโนโลยี** ไม่ว่าจะเป็นอย่างอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง โทรศัพท์ระบบดิจิทัลที่มีช่องต่างๆมากมาย เคเบิลเติมประเทศ และโทรศัพท์มือถือที่มีผลต่อการเลือกชมภาพยนตร์มากที่สุด มีการผลิต Content เป็นในรูปแบบคลิปต่าง ๆ มากมาย ดังนั้น การที่มีสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อโทรทัศน์มากขึ้น จึงทำให้คนที่มีความเลือกในการเลือกชม Content ต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่ถ้าจะมีก็จะเป็นจำนวนเงินที่ไม่มากเหมือนกับการไปเสียเงินซื้อบัตรชมภาพยนตร์ และการชมทางโทรศัพท์มือถือนั้น ประชาชนสามารถเลือกดูได้ตลอดเวลา แต่ภาพยนตร์จะต้องดูตามเวลาที่โรงภาพยนตร์กำหนด เพราะฉะนั้น การที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกต่ำนั้น มีหลายสาเหตุด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานในด้านต่าง ๆ การเติบโตของภาพยนตร์อินดี้ที่มีผลดีในแง่ของ Content แต่ไม่สามารถทำรายได้มากเท่าที่ควร เศรษฐกิจก็พอมีผลกระทบบ้างแต่การเมืองนั้นแทบไม่มีผลกระทบอะไรเลย และสุดท้ายเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตให้มีความเร็วสูง สามารถทำให้ดูภาพยนตร์ ละคร รายการโทรทัศน์ คลิปต่าง ๆ ผ่าน

ทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่าย

## ทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

**ส่งเสริมบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี** สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สร้างสรรค์ภาพยนตร์ให้มีคุณภาพ โดยบุคลากรเหล่านี้ถือเป็นกลไกในการขับเคลื่อนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นโปรดิวเซอร์ ผู้กำกับ คนเขียนบทภาพยนตร์ ฯลฯ บุคลากรเหล่านี้ยังขาดแคลนอยู่โดยในอนาคตจำเป็นต้องเพิ่มหรือพัฒนาบุคลากรดังกล่าวให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีงบประมาณในการสนับสนุนการผลิต ดังนั้นการผลิตภาพยนตร์ไทยแต่ละเรื่องจะต้องผ่านการกลั่นกรองอย่างมาก โดยเฉพาะบทภาพยนตร์ที่ควรเพิ่มคนเขียนบทภาพยนตร์ระดับมืออาชีพ รวมถึงเรื่องโปรดักชั่นการถ่ายทำที่จะต้องละเอียดให้มากยิ่งขึ้น การลำดับเรื่องราวให้สนุกตามประเภทของภาพยนตร์ จะต้องทำให้คนที่ชมภาพยนตร์ไทยจะต้องคิดว่าภาพยนตร์เรื่องนี้ต้องไปชมในโรงภาพยนตร์เท่านั้น จึงจะได้รับอรรถรสในความสนุกเพราะเนื่องจากเทคโนโลยีของการสื่อสารไร้พรมแดน ทำให้คนสามารถรับชมภาพยนตร์ได้สะดวกขึ้น โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถเลือกชมได้ตามสะดวกของแต่ละบุคคล และราคาก็ถูกกว่าการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มากอีกด้วย เพราะฉะนั้น การที่ใครจะไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ จะต้องเป็นภาพยนตร์ที่พิเศษจริง ๆ หรือเป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ เพราะทั้งค่าบัตรเข้าชมภาพยนตร์ที่ราคาค่อนข้างสูง ในเรื่องเสน่ห์ของโรงภาพยนตร์ก็ยังมีอยู่ก็คือ เรื่องระบบ Light & Sound ระบบ 3 มิติ และการได้ร่วมชมกับผู้อื่นเพื่อเป็นการเพิ่มอรรถรสของการชมภาพยนตร์ สำหรับรัฐบาลทางบริษัทผลิตภาพยนตร์ต้องการให้มีการดูแลมากกว่านี้ โดยเฉพาะเรื่องงบประมาณที่ได้ให้ประชาชนที่ต้องการผลิตภาพยนตร์ไทยนั้น ต้องการให้เน้นเกี่ยวกับความเป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น ไม่จำเป็นต้องผลิตภาพยนตร์ไทยที่เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมไทยอย่างเดียว และควร

มีงบประมาณเพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้มากด้วย ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ที่ไปได้รางวัลจากต่างประเทศ ภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูง เหมือนกับนักกีฬาที่ได้รางวัลกลับมาจะมีงบประมาณในการอัดฉีดนักกีฬา โดยการนำงบประมาณจากการจัดเก็บภาษีภาพยนตร์มาส่วนหนึ่งเพื่อเป็นงบประมาณในการให้รางวัลแก่บริษัท บุคคล ที่ไปทำชื่อเสียงหรือรายได้ เพราะภาษีที่จัดเก็บจากภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศนั้น ส่วนหนึ่งควรมาเอื้อประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

**การตั้งองค์กรเอกชน** กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาไม่ควรยุ่งเกี่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในอดีตที่ผ่านมาทางกระทรวงต่าง ๆ ทำงานไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร มองภาพไม่ออกว่ามาจากสาเหตุใด เพราะว่าบุคลากรของกระทรวงต่าง ๆ ที่กล่าวถึง ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมมากเท่าที่ควร เนื่องจากงานทางด้านภาพยนตร์เป็นแค่ส่วนหนึ่งของงานอีกมากมายที่ทางกระทรวงเหล่านั้นต้องดูแล ดังนั้น จึงควรตั้งองค์กรใหม่ขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อที่จะเป็นองค์กรในการดูแลพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะ จากผลการวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

**สภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในช่วงกรกฎาคม ปี 2557 - กรกฎาคม ปี 2558** เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์ไทยทั้งประเภทภาพยนตร์สตูดิโอ กับภาพยนตร์อินดี้ ไม่สามารถทำรายได้ได้ตรงตามเป้าหมาย สามารถอภิปรายผลได้ว่า เพราะคุณภาพของภาพยนตร์ไทยลดลงเนื่องจากหลายสาเหตุทั้งเรื่องบทภาพยนตร์ที่อ่อน ไม่มีที่มาที่ไปอันสมควร โปรดักชั่นการถ่ายทำไม่สร้างสรรค์เท่าที่ควร จากผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler (1964 : 43-45) ได้เสนอแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดว่า

เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ และด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อที่มีทั้งคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (2000 : 250-251) ที่กล่าวถึงปัจจัยแวดล้อมในการผลิตงานของสื่อบันเทิง ด้านลักษณะความเป็นมืออาชีพ (Media Professional) หมายถึงผู้ทำหน้าที่ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการคัดเลือกเนื้อหา มีวัตถุประสงค์ของตนเองในการประกอบวิชาชีพอาศัยความเป็นมืออาชีพจึงจะดำเนินงานที่มีคุณภาพรวมทั้งมีอุดมการณ์ เพื่อให้เป้าหมายในการผลิตงานเป็นไปได้อย่างดี รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของสิปปภาสตรังคสันต์ (2553) สภาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทางด้านรายได้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2557 พบว่าบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยทั้ง 5 รายนั้นมีกลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ตามแนวทางเฉพาะตัวและแตกต่างกันไปตามเป้าหมายที่แต่ละบริษัทผู้สร้างวางเอาไว้ ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่กำหนดไว้

**ทิศทางและแนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย** เนื่องจากการขาดแคลนบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี ทำให้ในส่วน of เอกชนกับรัฐบาลต้องเพิ่มส่วนที่ขาดไป เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรม และสามารถอภิปรายผลได้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดของการพัฒนาก็คือ รายังขาดแคลนบุคลากรด้านต่าง ๆ อย่างมาก โดยเฉพาะคนเขียนบทภาพยนตร์ที่มีความสามารถได้มาตรฐาน โปรดิวเซอร์ที่สามารถควบคุม

ติดต่อ และรู้เรื่องการตลาดอย่างแท้จริง นอกจากนั้นงบประมาณต่าง ๆ ที่ยังมีไม่เพียงพอ เพราะถ้างบประมาณน้อย การทำงานต่างๆจะต้องถูกกดดันมากขึ้นโดยไม่มีเหตุจำเป็น และในเรื่องเทคโนโลยีที่ทางอุตสาหกรรมบ้านเรายังล้าหลังมาก จากผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Millerson and Owens (2009 : 51-69) กล่าวว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการถ่ายทำ เป็นขั้นตอนที่อาจพบปัญหามากมาย โดยผู้กำกับจะมีหน้าที่ในการกำกับ ควบคุมการผลิต การถ่ายทำ การถ่ายภาพและบันทึกเสียง นำเสนอเนื้อหาที่จะทำการผลิตให้เป็นไปตามแผนการผลิต ทำการตรวจสอบเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตอย่างละเอียดถี่ถ้วนโดย ผู้กำกับจะบริหารจัดการ ควบคุมดูแลการถ่ายทำให้มีคุณภาพรวมถึงให้คำแนะนำแก่นักแสดง เพื่อให้การแสดงออกมาดีที่สุด ส่วนโปรดิวเซอร์จะมีหน้าที่แตกต่างกันไปตามแต่รูปแบบ แต่โปรดิวเซอร์จะควบคุมเรื่องงบประมาณและกำหนดการถ่ายทำให้เป็นไปตามแผน และสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (2000 : 250-251) กล่าวถึง ปัจจัยแวดล้อมในการผลิตสื่อบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ องค์กร การบริหารรายได้ การบริหารบุคคล พร้อมกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตและการเผยแพร่ งาน โดยต้องคำนึงถึงอุปกรณ์มีคุณภาพเพียงใด เพียงพอต่อความต้องการหรือไม่นับตั้งแต่กระบวนการผลิต ตลอดจนการเผยแพร่ การออกอากาศ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเป็นต้น รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของเวดดิแก้มถนิ (2557) ได้วิเคราะห์ลักษณะของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงในประเด็นต่าง ๆ ไว้ดังนี้ “อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยที่มีศักยภาพและมีโอกาสในการพัฒนาหลายประการ โดยมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในด้านของการสร้างสรรค์ผลงาน ประกอบกับประเทศไทยได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงให้ขยายฐานการผลิต และการตลาดสู่ระดับนานาชาติอีกทั้งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ มีศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย งดงาม



ทรงคุณค่า ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการสร้างสรรค์”

ในเรื่องของการตั้งองค์กรเอกชนที่มาดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้น ก็เพื่อที่จะได้ดูแลในเรื่องนี้โดยเฉพาะ จะสามารถทำให้การทำงานมีคุณภาพมากกว่าให้ภาครัฐดูแล ซึ่งจะมีผู้บริหารองค์กรโดยคัดจากบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นจำนวน 80% และจากส่วนอื่นไม่ว่าจะเป็นข้าราชการ นักเศรษฐศาสตร์ นักธุรกิจ หรืออาชีพอื่นอีก 20% จึงจะเป็นการดำเนินการทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่มีคุณภาพ เพราะไม่มีใครที่จะเข้าใจในอุตสาหกรรมได้ดีไปกว่าคนในอุตสาหกรรมด้วยตัวเอง ส่วนบุคลากรสายอาชีพอื่น ๆ อีก 20% นั้น มีไว้เพื่อช่วยแนะแนวทางอื่น ๆ ที่คนในอุตสาหกรรมไทยอาจจะมองไม่เข้าใจถึงผลกระทบที่อาจจะมีความเสียหายได้ในอนาคต ซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคลากรขององค์กรมาจากคนในอุตสาหกรรมด้วยตัวเองตั้งกติกาคืนมาเพื่อเป็นการคัดสรรบุคลากรที่มีคุณสมบัติครบถ้วน โดยมีงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐที่นำมาจากงบประมาณของกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จากผลการวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. บริษัทผลิตภาพยนตร์ประเภทสตูดิโอ ซึ่งเป็นการผลิตภาพยนตร์ที่ตลาดต้องการจะต้องมีการวิเคราะห์ถึง Content ต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย และกลุ่มคนเพิ่งเริ่มทำงาน กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจากกลุ่มเป้าหมายหลักกับกลุ่มเป้าหมายรองนั้น เป็นบุคคลที่อายุอยู่ระหว่าง 15 - 30 ปี ซึ่งความสนใจของคนเหล่านี้จะเน้นไปในภาพยนตร์ประเภทตลก และผี แต่ภาพยนตร์ประเภทนี้ได้มีการผลิตออกมามากมาย ฉะนั้นการที่จะผลิตภาพยนตร์แนวเหล่านี้ออกมาอีกทางผู้ผลิตจะต้องมีการเตรียมงานอย่างดีในเรื่องของ

บทภาพยนตร์ที่จะต้องมีการเขียนที่ลึกมากกว่าเดิม ประมาณว่าจะเป็นภาพยนตร์ตลกจะต้องพยายามหา มุขต่าง ๆ ที่ร่วมสมัยและกลุ่มเป้าหมายจะต้องมี ประสบการณ์ร่วมอยู่ด้วย ถ้าเป็นภาพยนตร์ประเภท ผี ก็จะต้องมีฉากที่น่ากลัวสุด ๆ เป็นต้น หลังจากถ่ายทำกับตัดต่อออกมาเป็น First Cut จะต้องมีการวิเคราะห์ต่าง ๆ โดยการทดสอบให้มีบุคคลที่หลากหลายได้มีโอกาสมาชมกันก่อน ระหว่างการฉายภาพยนตร์ควรมีการติดตามอย่างต่อเนื่อง ถ้ายอดรายได้ไม่ตรงเป้าต้องรีบปรับแผนการตลาดให้สื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเร็ว แต่ถ้ารายได้เป็นไปตามเป้าก็ต้องทำรายงานเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ด้วย เพื่อเป็นข้ออ้างอิงในการผลิต Content ของภาพยนตร์เรื่องต่อไปว่าควรไปในทิศทางใดว่าคงเดิมหรือเปลี่ยนแปลง และในส่วนของ การขายต่างประเทศควรมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เนื้อหาในเรื่องความเป็นสากลที่ทุก ๆ ประเทศเข้าใจ ตรงกันโดยผ่านการทำ Sub -Title แต่เส้นเรื่องของ ภาพยนตร์ดังกล่าวยังคงเดิม

2. ในเรื่องการผลิตภาพยนตร์ประเภทอินดี้ หรือภาพยนตร์ทางเลือกนั้นถือได้ว่ามีผลดีต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ถึงแม้ว่าภาพยนตร์ไทยอินดี้ส่วนใหญ่จะไม่สามารถทำรายได้ดีเท่าที่ควร จึงทำให้ความเติบโตทางอุตสาหกรรมสวนทางกับรายได้ แต่ถ้าในมุมมองของผู้ชมนั้นภาพยนตร์ไทยอินดี้มีออกมาหลากหลายแนว ทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกมากขึ้น ในส่วนภาครัฐโดยกระทรวงวัฒนธรรมได้มีนโยบายในการให้งบประมาณในผลิตภาพยนตร์ไทยทั่วไปที่มีคุณค่าต่อสังคมและให้กับภาพยนตร์ทุกประเภท ไม่ได้ให้งบประมาณผลิตทั้งเรื่องแต่ให้งบเริ่มต้นเท่านั้นทางผู้ผลิตต้องไปต่อยอดเอาเอง ประเด็นตรงนี้มีข้อดีตรงที่ว่าผู้ผลิตจะต้องมีศักยภาพในเรื่องหางบประมาณเองด้วย รายได้จากภาพยนตร์ไทยอินดี้้นอกจากในส่วนของภาครัฐแล้ว ส่วนใหญ่จะมีรายได้มาจากกองทุนต่าง ๆ จากต่างประเทศ รายได้จากการฉายภาพยนตร์ รายได้จากการประกวดภาพยนตร์จากต่างประเทศ แต่ที่ผ่านมา

ภาพยนตร์ไทยอินดี้ที่ได้รับงบประมาณจากกระทรวงวัฒนธรรมนั้นจะประสบความสำเร็จในเรื่องของคุณค่า แต่ในเรื่องรายได้กับความมีชื่อเสียงในระดับมวลชนถือว่าล้มเหลว เพราะภาพยนตร์ไทยอินดี้เหล่านี้จะมีแค่ผู้ชมเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มเดิม ๆ ที่บางทีเห็นหน้ากันก็จำกันได้แล้ว หรือบางทีก็ผลิตเอง สร้างเอง และดูกันเอง ซึ่งมีสาเหตุที่กลุ่มเป้าหมายหลักในการชมภาพยนตร์ไทยไม่ค่อยที่เลือกชมภาพยนตร์ประเภทนี้ ก็เพราะว่าแค่เห็นโปสเตอร์ ภาพยนตร์ตัวอย่าง จึงพอเดาทิศทาง การดำเนินเรื่อง ของภาพยนตร์ได้แล้ว ทางผู้ผลิตอาจจะไม่ขาดทุน เพราะได้รับการสนับสนุนงบประมาณทั้งหมด และรายได้จากการฉายภาพยนตร์ก็ไม่ต้องแบ่งให้กับทางกระทรวงวัฒนธรรมอีกด้วย

ในอนาคตทางกระทรวงอาจมีแนวทางขอ ส่วนแบ่งรายได้เพื่อที่จะนำไปเป็นงบประมาณให้กับ ภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ต่อไป ดังนั้น เรื่องการให้งบประมาณทางกระทรวงวัฒนธรรมควรจะทำภาพ ต่าง ๆ ให้กว้างขึ้น ถึงแม้ทางกระทรวงวัฒนธรรมจะ บอกว่าเป็นนโยบายเปิดกว้างให้กับภาพยนตร์ไทยทุก ประเภท แต่ในความเป็นจริงแล้วภาพยนตร์ไทยที่ได้ งบประมาณส่วนใหญ่ก็จะเป็นภาพยนตร์ไทยอินดี้ ถึง ภาพยนตร์บางเรื่องจะบอกว่าเป็นภาพยนตร์เชิง พาณิชยที่มีคุณค่า แต่มันก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ ในแง่การตลาด เพราะกลุ่มผู้ชมเขาติดภาพต่าง ๆ ไม่ ว่าจะจะเป็น ภาพยนตร์ดูยาก ต้องคิดเยอะ น่าเบื่อ หรือ งบประมาณว่าเป็นภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ขององค์กร ใดองค์กรหนึ่งในภาครัฐเท่านั้น ซึ่งถ้าจะแก้ไขในเรื่อง นี้ทางกระทรวงวัฒนธรรมควรจะต้องแก้ภาพลักษณ์ ให้มีการนำเสนอในเชิงพาณิชยกรรมมากขึ้นกว่าเดิมอีก หลายเท่า จะต้องไม่ให้ตราประจำกระทรวงวัฒนธรรม มาเป็นอุปสรรคและอคติ ในการเลือกชมภาพยนตร์ ไทยอินดี้ว่าถ้าเป็นภาพยนตร์ที่ไต่จบจากกระทรวง วัฒนธรรมเป็นภาพยนตร์ที่น่าเบื่อ ดูไม่สนุกอีกต่อไป แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องยังคงคุณค่าของภาพยนตร์ไว้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้ก็คือเป็นการเพิ่มฐานของผู้ชม ให้มากขึ้น

ในส่วนของ การอบรมบุคลากรของผู้ที่สนใจ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในฝ่ายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโปรดิวเซอร์ ผู้กำกับ คนเขียนบทภาพยนตร์ หรือ ฝ่ายอื่น ๆ ทางภาครัฐควรจัดทำ การประชาสัมพันธ์ให้ เป็นในลักษณะที่กว้างกว่านี้ เพราะที่ผ่านมาถ้าไม่ใช่ผู้ ผลิตภาพยนตร์ไทยอินดี้ นั้น ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยประ เภทสตูดิโอ หรือบุคคลทั่วไปนั้นแทบจะไม่ได้รับ ข่าวสารใด ๆ เลย

3. การจัดเก็บภาษีของภาพยนตร์ไทยควรลด ลง และเพิ่มภาษีของภาพยนตร์ต่างประเทศให้มาก ขึ้น โดยมีการทำงานร่วมกัน 3 ฝ่าย ภาครัฐ บริษัท สร้างภาพยนตร์ และโรงภาพยนตร์ ซึ่งภาครัฐจะนำ ภาษีส่วนหนึ่งมาสนับสนุนเป็นเงินอุดหนุน เงินรางวัล หรือโบนัสประจำปี โดยมีหลักเกณฑ์ว่าถ้าภาพยนตร์ ไทยเรื่องใด (รวมทั้งหมดประเภทสตูดิโอ และประเภท อินดี้) ทำรายได้ถึง 50 ล้านบาท ในเขตกรุงเทพและ ปริมณฑล (ตัวเลขรายได้นี้อาจเปลี่ยนแปลงได้) ทาง ภาครัฐจะมีเงินสนับสนุนให้กับทางบริษัทสร้าง ภาพยนตร์กับโรงภาพยนตร์ 3% จากรายได้ (ตัวเลข รายได้อาจเปลี่ยนแปลงได้) โดยจะมีการมอบให้ตอน เดือนธันวาคมของปีนั้น ๆ และให้เพียงแค่ 40% ของ การจัดเก็บภาษีภาพยนตร์ทั้งหมด แต่ถ้ามีภาพยนตร์ ไทยทำรายได้เกิน 50 ล้านบาท จำนวนหลายเรื่องแล้ว เงินอุดหนุนไม่เพียงพอ ให้ไต่ระดับจากเรื่องที่ทำได้ สูงสุดไปจนถึงต่ำสุด โดยตัดยอดที่เรื่องสุดท้ายในการ รับเงินอุดหนุนให้อยู่ใน 40% ของภาษีภาพยนตร์ เพื่อ ที่จะให้คนในอุตสาหกรรมไทยได้มีการพัฒนา ภาพยนตร์ของตนเองให้มีคุณภาพทั้งคุณค่า และรายได้ของภาพยนตร์ไทยเรื่องนั้น ๆ

4. การมองภาพยนตร์เป็นเครื่องมือ แต่ไม่ใช่ สินค้าประเภทหนึ่ง โดยการสร้างภาพยนตร์ให้เป็น เครื่องมือในการสร้างชาติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ เศรษฐกิจ ศิลปะ วัฒนธรรม สร้างเอกลักษณ์ต่าง ๆ ของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ประเทศต่าง ๆ พอได้เห็นหน้า หน้าภาพยนตร์เรื่องนี้ก็รู้เลยว่าเป็นภาพยนตร์ไทย

4.2 ประเทศต่าง ๆ ชื่นชมและนำ

วัฒนธรรมของไทยไปใช้ในประเทศเขา เช่น อาหารไทย การเคารพผู้อาวุโสกว่าโดยการไหว้ซึ่งมีระดับต่างๆในการไหว้ เด็กไหว้ผู้ใหญ่ไหว้อย่างไร ผู้ใหญ่กับผู้ใหญ่ไหว้กันอย่างไร ภาษาไทยต้องเป็นที่นิยมในต่างประเทศ เป็นต้น

4.3 ประเทศต่าง ๆ นิยมสินค้าที่มีโลโก้มาจากประเทศไทย เช่น นักร้อง ดารา หรือสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เป็นต้น

5. จัดทำฐานข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้เป็นฐานข้อมูลที่เป็นทางการ และมีการปรับปรุงทุก ๆ 3 ปี

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกของบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ไทยและภาครัฐ แต่ไม่ได้ทำในเชิงปริมาณ ฉะนั้นจึงเป็นความเห็นเฉพาะบุคคลเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยในอนาคตอาจเพิ่มเติมในเรื่องของสถิติได้ เพื่อความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ทำการสัมภาษณ์กับทางสายหนังต่างจังหวัดต่างๆ จึงเป็นข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์ได้ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลเป็นหลัก ดังนั้น ผู้วิจัยในอนาคตควรศึกษามุมมองของคนในธุรกิจที่อยู่ต่างจังหวัด ว่าความต้องการของกลุ่มคนชมภาพยนตร์เป็นอย่างไร

3. งานวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะเอกชนเป็นหลัก โดยมีภาครัฐเป็นส่วนเสริม ดังนั้น ผู้วิจัยในอนาคตควรเน้นไปที่ภาครัฐมากขึ้น ถือได้ว่าเป็นการกระตุ้นการทำงานภาครัฐทางอ้อมไปในตัวด้วย

---

### บรรณานุกรม

#### ภาษาไทย

กลต. (2557). ตลาดทุนแหล่งเงินทุนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์. สืบค้นจาก <http://www.sec.or.th/TH/MarketDevelopment/Documents/Film%20industry-on-web.pdf>

ลีปภาส ตรังคสันต์. (2553). ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

#### ภาษาอังกฤษ

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.). NJ: Simon & Schuster.

McQuail Denis. (2000). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

---