

## ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรคบทภาพยนตร์ไทย เพื่อการยกระดับสู่ตลาดสากล FACTORS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF THAI SCREENPLAYS FOR INTERNATIONAL MARKET

งามนิส เชมมาชฎากร<sup>1</sup> ศราววุฒิ ปิ่นทอง<sup>2</sup>  
Ngamnis Kemachadakorn<sup>1</sup> Sarawuth Pintong<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาผลกระทบต่อการสร้างสรรคบทภาพยนตร์ไทย การแยกแยะปัญหา การสืบหาสาเหตุที่บทภาพยนตร์ไทยขาดความพร้อมด้านศักยภาพในระดับสากล เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่อไป โดยผู้เขียนรวบรวมข้อมูลจากเอกสารด้านภาพยนตร์ ได้แก่ นโยบาย สถิติ บทความ บทสัมภาษณ์ ข่าวสาร มีการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรด้านการเขียนบทภาพยนตร์และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวม 7 คน และมีการเข้าร่วมกิจกรรมเสวนาด้านภาพยนตร์ 1 ครั้ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรคบทภาพยนตร์ไทยนำไปสู่การยกระดับสู่ตลาดสากล คือ 1. เนื้อหาภาพยนตร์ (Content) และประเภทของภาพยนตร์ (Genre) ที่ขาดความหลากหลาย แปลกใหม่ มีแนวคิดตั้งต้นที่ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ 2. ความนิยมในการรับชมภาพยนตร์เปลี่ยนแปลงทั่วโลกในช่วงโควิด-19 จากเดิมนิยมรับชมในโรงภาพยนตร์ เปลี่ยนแปลงสู่รูปแบบ Streaming ทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหามากยิ่งขึ้น 3. ข้อจำกัดในการทำงานของนักเขียนบทภาพยนตร์ด้านเวลา รายได้ และความก้าวหน้าในอาชีพ มีสาเหตุมาจากทัศนคติของผู้อำนวยความสะดวกสร้างที่ไม่เข้าใจกระบวนการเขียนบทภาพยนตร์อย่างถ่องแท้ รวมไปถึงผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่จำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้มีความรอบรู้ในตลาดโลก และภาครัฐที่ต้องปรับบทบาทจากผู้ตรวจสอบ เป็นผู้สนับสนุนที่ดำเนินนโยบายต่าง ๆ โดยเข้าใจความเป็นภาพยนตร์อย่างแท้จริง

**คำสำคัญ:** ผลกระทบด้านการเขียนบทภาพยนตร์ไทย, บทภาพยนตร์ไทย, ภาพยนตร์ไทยในระดับสากล

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม สังกัด คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ngamnis.k@gmail.com

<sup>1</sup> Student of Doctor of Philosophy Program in Culture - Based Design Arts, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, ngamnis.k@gmail.com

<sup>2</sup> ที่ปรึกษา, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, sarawuthpintong@gmail.com

<sup>2</sup> Advisor, Assistant Professor, of Philosophy Program in Culture - Based Design Arts, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, sarawuthpintong@gmail.com

Receive 12/04/67, Revise 09/12/67, Accept 11/12/67

## Abstract

This academic article aims to examine the impacts on the creative process of Thai screenplay writing, identify problems, and investigate the causes behind the lack of readiness of Thai screenplays to compete at an international level. The goal is to propose solutions and further develop the Thai film industry. The author gathered information from various film-related documents, including policies, statistics, articles, interviews, and news. Additionally, the study involved in-depth interviews with seven professionals in screenplay writing and related fields, as well as participation in one film discussion event. The findings reveal three main factors affecting the creative process of Thai screenplay writing, which are critical for elevating Thai films to the global market:

1. Content and Genre: Thai films often lack diversity and novelty in content and genre. Initial ideas frequently fail to capture the audience's attention.

2. Shifts in Viewing Preferences: The global trend of film consumption has changed during the COVID-19 pandemic, moving from traditional cinema viewership to streaming platforms. This shift has intensified competition in content production within the industry.

3. Limitations Faced by Screenwriters: Screenwriters often struggle with constraints related to time, income, and career advancement. These challenges come from a lack of understanding by producers regarding the screenplay writing process. Additionally, film distributors need to develop a deeper understanding of the global market. The government must transition from a regulatory role to a supportive one by implementing policies that genuinely understand and cater to the needs of the film industry.

**Keywords:** Impacts on Thai Screenplay Writing, Thai Screenplays, Thai Films on the International Stage

## บทนำ

ภาพยนตร์มีบทบาทสำคัญต่ออิทธิพลทางความคิดและพฤติกรรมของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ภาพยนตร์มีบทบาทในฐานะผลลัพธ์ด้าน Soft Power ซึ่งสามารถสร้างสรรค์กระแสสังคมให้เป็นไปตามทิศทางที่ต้องการได้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ในฐานะองค์กรหลักที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เผยว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์นับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้าง

รายได้เข้าประเทศ แบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content) และการส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

ปัจจุบัน พ.ศ. 2567 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอยู่ในช่วงการพลิกวิกฤตให้กลับมาสร้างรายได้หลังจากการฟื้นตัวทางธุรกิจ โดยพบว่ารายได้ในปี 2565 ภาพยนตร์ไทยมีรายได้ 414 ล้านบาท ขณะที่ปี 2563 มีรายได้ 300 ล้านบาท สาเหตุที่รายได้ลดลงเกิดจาก ปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ตลาดภาพยนตร์ไทยได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะโรงภาพยนตร์จำเป็นต้องปิดให้บริการเป็นเวลานานหลายเดือน (อมรินทร์ทีวีออนไลน์, 2566)

สถานการณ์การแพร่ระบาดนี้ไม่เพียงสร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเท่านั้น แต่ยังทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกต้องหยุดชะงักทั้งธุรกิจโรงภาพยนตร์ การจัดจำหน่าย และการให้บริการสถานที่ถ่ายทำ เป็นผลให้ภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ หรือที่เรียกว่า Block Buster Movie นับ 100 เรื่องต้องเลื่อนฉายออกไป (*การกลับมาของ “อุตสาหกรรมภาพยนตร์” หลัง COVID-19, 2565*) กระทั่งเกิดเป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในรูปแบบโรงภาพยนตร์ สู่รูปแบบ Streaming Movie อย่างค่าย Netflix ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด เพราะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป เกิดการแข่งขันด้านการผลิตภาพยนตร์ในตลาดสากลอย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงช่องทางการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยที่เปลี่ยนแปลงไปโดยอาศัยสื่อออนไลน์และสตรีมมิ่ง โดยเฉพาะทาง Netflix (ทนงศักดิ์ สุวรรณรัตน์, 2566) ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้สร้างทั่วโลกจึงต้องดึงดูความสนใจของผู้ชมให้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทความฉบับนี้ ผู้เขียนตระหนักถึงความสำคัญของภาพยนตร์ เพราะเป็นสื่อที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงตั้งประเด็นการศึกษาว่าปัญหาใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เป็นเหตุให้ภาพยนตร์ไทยไม่สามารถยกระดับสู่ตลาดสากล ซึ่งข้อสรุปของบทความฉบับนี้จะเป็นข้อมูลในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะด้านบทภาพยนตร์ให้มีคุณค่าที่พึงประสงค์ต่อความต้องการของผู้ชมทั่วโลก

### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยด้านการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์
2. วิเคราะห์ แยกแยะ และสรุปผลกระทบที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยขาดศักยภาพในการยกระดับสู่ตลาดสากล

### ขอบเขตการศึกษา

1. มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในประเด็นการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์เท่านั้น และประเด็นที่อาจเชื่อมโยงถึงบทภาพยนตร์ เช่น การจัดจำหน่าย และอื่น ๆ
2. การค้นคว้าข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในประเด็นการยกระดับภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดสากล คำว่าตลาดสากลในบทความนี้ หมายถึง อุตสาหกรรมภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา (Hollywood) อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ และแพลตฟอร์ม Streaming

ด้วยเหล่านี้เป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีวิธีการนำเสนอภาพยนตร์ การผลิต และการจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง

### วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีรายละเอียดลักษณะข้อมูลดังนี้

#### การทบทวนวรรณกรรม

1. ข้อมูลเชิงเอกสาร ได้แก่ ข้อมูลนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สถิติการสำรวจมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ บทความสรุปรายได้ภาพยนตร์ไทย บทความพัฒนาการโรงภาพยนตร์ บทความการกลับมาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์หลัง โควิด-19 และข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลโสตทัศนวัสดุ ได้แก่ วิดีทัศน์สัมภาษณ์นักเขียนบทภาพยนตร์ไทย จำนวน 3 คน

#### การสัมภาษณ์เชิงลึก

ได้แก่ การสัมภาษณ์นักวิชาชีพด้านภาพยนตร์ จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการด้านภาพยนตร์ จำนวน 2 คน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐด้านภาพยนตร์ จำนวน 1 คน และตัวแทนจากหน่วยงานอิสระด้านภาพยนตร์ จำนวน 1 คน

#### การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ได้แก่ การเข้าร่วมเสวนาวิชาการด้านภาพยนตร์ จำนวน 1 ครั้ง

### ผลการศึกษา

ผู้เขียนแยกประเด็นปัญหา และวิเคราะห์ผลกระทบต่อการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ไทยไว้ดังนี้

#### ภาพรวมปัญหาด้านการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ไทย

เมื่อหัวใจของภาพยนตร์ คือ บทภาพยนตร์ แต่เสียงสะท้อนของผู้ชมภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ที่ได้พบเห็นผ่านตาบนช่องทางออนไลน์ กลับสะท้อนว่า "หนังไทยห่วย" "บทมีแต่ตบตี แย่งผัวแย่งเมีย" "ซีรีส์สู้เกาหลีไม่ได้" "หนังมีแต่ ตลก ผี" "นักแสดงหน้าเดิม ๆ" (BBC Talking Movie, 2010)

สิ่งที่พิสูจน์เสียงสะท้อนของผู้ชมเหล่านี้อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม คือ ข้อมูลตัวเลขรายได้ภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์ต่างประเทศปี 2562-2565 ที่แสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์ต่างประเทศทำรายได้มากกว่าภาพยนตร์ไทยคิดเป็นสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70% ขณะที่รายได้ภาพยนตร์ไทยสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 30%

## รายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ปี 2562 – 2565

ปี (พ.ศ.)	มูลค่ารวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ (ล้านบาท)	มูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (ล้านบาท)	มูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่างประเทศ (ล้านบาท)	สัดส่วนมูลค่าตลาดภาพยนตร์ไทย (%)
2565 (ระหว่างปี 2562-19 และหลังปี 2562-19)	2,128	428	1,700	21
2564 (ระหว่างปี 2562-19)	1,100	200	900	19
2563 (ระหว่างปี 2562-19)	1,000	300	700	30
2562 (ก่อนปี 2562-19)	4,600	700	3,900	16

ภาพที่ 1 ภาพแสดงการเปรียบเทียบรายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ ปี 2562-2565

ที่มา: <https://www.ondemand.in.th>

เมื่อเจาะลึกไปยังตัวเลขรายได้ข้างต้น พบว่า มีจำนวนภาพยนตร์ไทยจากหลายค่ายที่สามารถสร้างรายได้มากกว่า 100 ล้านบาทในช่วงปี 2562-2566 อาทิ ภาพยนตร์เรื่อง รุ่งทรง บูพเพสันนิวาส บ้านเช่าบูชายัญ 4 Kings ขุนพันธ์ 3 ธีหยด และสัปดาห์ ซึ่งหากพิจารณาจากมุมมองธุรกิจ สังเกตได้ว่า ภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จด้านรายได้มักมีความหลากหลายของเรื่องราว และบางเรื่องยังมีความแตกต่างไปจากขนบภาพยนตร์ไทยที่ผ่านมา ยกตัวอย่าง ภาพยนตร์เรื่อง สัปดาห์ที่มีโครงเรื่องหลากหลายแม้จะอยู่ในบริบทภาคอีสานบริบทเดียวกันก็ตาม เช่น การสะท้อนความเป็นอยู่ในชุมชน สังคม อาชีพ และความสัมพันธ์ในครอบครัว นอกจากนี้เนื้อหาของภาพยนตร์ อีกหนึ่งปัจจัยที่เชื่อมโยงความสำเร็จของภาพยนตร์คือ ประเภทของภาพยนตร์ หรือที่นิยมเรียกว่า แนวหนัง (Genre) ซึ่งแนวภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดตามลำดับ คือ แนวตลก (Comedy) แนวสงคราม (War) แนวรัก (Romantic) แนวชีวิต (Drama) แนวสยองขวัญ (Horror) และแนวอื่น ๆ ทั่วไป (อมรินทร์ทีวี ออนไลน์, 2566)

คำถามสำคัญ คือ ปัจจัยด้านใดที่ทำให้ภาพยนตร์ไทย หรือซีรีส์ไทยโดยรวมไม่สามารถทำรายได้ทัดเทียมต่างชาติ หนึ่งในกลไกสำคัญของการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ คือ การเขียนบทภาพยนตร์ พบปัจจัยด้านการเขียนบทภาพยนตร์ ดังนี้

### 1. ปัจจัยด้านความหลากหลายของเนื้อหาภาพยนตร์

ปฏิเสธไม่ได้ว่าในขั้นตอนสร้างสรรค์บทภาพยนตร์เป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งนักเขียนจำเป็นต้องพิถีพิถันในรายละเอียด จึงไม่สามารถคิดแบบฉาบฉวยได้ ผู้ผลิตภาพยนตร์ควรปรับวิธีคิดให้ลึกซึ้งมากขึ้น โดยอันดับแรกต้องเข้าใจว่าภาพยนตร์ที่ดี คือ ภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือประเด็นใหม่ที่ยังไม่เคยถูกกล่าวถึงมาก่อน แต่ปัจจุบัน พบว่า ประเด็นที่มักถูกนำเสนอในภาพยนตร์ไทยมีเพียงไม่กี่ประเด็นเท่านั้น ซึ่งถูกนำเสนอซ้ำไปซ้ำมา ผู้สร้างภาพยนตร์ และนักเขียนบทภาพยนตร์ จึงควรให้ความสำคัญกับการค้นหาประเด็นที่แปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับภาพยนตร์ของตน อีกทั้งผู้สร้างภาพยนตร์ไทยจำเป็นต้องมีความสามารถในการหยิบจับประเด็นทางสังคมที่

สามารถนำมาพัฒนาเป็นบทภาพยนตร์สู่สายตาชาวต่างชาติ (นนทรีย์ นิมิบุตร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 เมษายน 2564) ผู้ศึกษามองว่าประเด็นทางสังคมเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและมักเป็นหัวข้อที่มีการถกเถียง ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับชมภาพยนตร์ นอกจากความสามารถในการหยิบจับประเด็นทางสังคมที่นำมาพัฒนาเป็นบทภาพยนตร์ ผู้สร้างต้องตระหนักถึงความถูกต้องข้อกำหนด กฎหมาย และนำเสนอโดยรักษาจริยธรรมด้านการสื่อสารดังนั้น นักเขียนบทภาพยนตร์ควรมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหา (Content) และประเภทของภาพยนตร์ (Genre) ที่มีความหลากหลาย รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของการผลิตทุกขั้นตอน (ชลิตา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564) โดยเฉพาะขั้นตอนค้นคว้าข้อมูลในการเขียนบทภาพยนตร์ (Research) ต้องดำเนินการอย่างเข้มข้น ด้วยนักเขียนบทภาพยนตร์ หรือนักสร้างสรรค์ต้องมีความรู้ ความเข้าใจเพียงพอในสิ่งที่เขียน ต้องรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกด้วยตนเอง มากกว่าการอ้างอิงภาพยนตร์ที่เคยถูกผลิต ถูกฉายไปแล้ว นักเขียนบทภาพยนตร์ที่ดีควรนำเสนอแนวคิด ผ่านการ Research มากกว่าการเสนอ Reference ยิ่งนักเขียนมีองค์ความรู้ครบทุกมิติในเรื่องที่ต้องการนำเสนอมากเท่าไร ก็ยิ่งสร้างความสมจริง และอรรถรสให้กับภาพยนตร์มากเท่านั้น (นนทรีย์ นิมิบุตร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 เมษายน 2564)

การเขียนบทภาพยนตร์ไม่มีสูตรสำเร็จ แต่สามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า เมื่อนักเขียนบทภาพยนตร์ไทยมีแนวคิดตั้งต้น (Big Idea) ที่ดี ก็มักจะขาดการวางแผนการเขียนบทภาพยนตร์ ทั้งกระบวนการตั้งแต่ต้นเรื่อง จนกระทั่งจบเรื่องอย่างทะลุปรุโปร่ง ส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับต้นเรื่อง หรือในทางทฤษฎีภาพยนตร์เรียกว่า องก์ 1 แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับช่วงกลาง และท้ายเรื่อง หรือองก์ 2 และ 3 (ชลิตา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564) ซึ่งต้องยอมรับว่า สาเหตุที่ประเทศไทยมีวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) แบบเดิม ๆ ตลอดหลายปีที่ผ่านมา มีผลสืบเนื่องมาจากทุนสร้าง และคิวการถ่ายทำที่ไม่สมดุลกับบทภาพยนตร์ เมื่อมีการจำกัดงบประมาณ จึงต้องมีการปรับลดรายละเอียดในบทภาพยนตร์ให้สอดคล้องกับงบประมาณด้วยเช่นกัน (พัฒนา จีรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ตุลาคม 2564) จากข้อมูลข้างต้น ผู้เขียนอาจกล่าวสรุปได้ว่า ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ หลากหลาย และความซับซ้อนของเนื้อหาภาพยนตร์เป็นผลมาจากรูปแบบแพลตฟอร์มการรับชมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเกิดการแข่งขันทั่วโลก ในด้านการผลิตเนื้อหาภาพยนตร์ เป็นเหตุให้บุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งระบบต้องพัฒนา และปรับตัว

## 2. ปัจจัยด้านความนิยมภาพยนตร์

วิวัฒนาการของภาพยนตร์ และการฉายภาพยนตร์ ถือเป็นความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม บันเทิง ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน กล่าวคือ ในการเปลี่ยนแปลงการฉายภาพยนตร์ในแต่ละช่วง มักสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในขณะนั้น การสร้างสรรค์ภาพยนตร์จึงเป็นเรื่องที่สัมพันธ์กับรสนิยมของผู้คนในแต่ละยุคสมัย เพราะภาพยนตร์เป็นสิ่งทันสมัยเสมอในทุกช่วงเวลา ดังนั้น เวลา (Timing) จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแนวคิดตั้งต้นในการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ ยกตัวอย่างในช่วงเวลาหนึ่ง ภาพยนตร์บู๊ (Action) นำแสดงโดย ทักษชกร ยีรัมย์ (จา พนม) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งเป็นเพราะกระแสนิยมภาพยนตร์แนวแอคชั่น ที่มีความสมจริง และนักแสดงสวมบทบาทจริงโดยไม่ใช้ตัวแสดงแทน (Stuntman) และ

ไม่ใช่อุปกรณ์ป้องกันตัว เป็นความชอบ เป็นรสนิยมของผู้ชมส่วนใหญ่ในขณะนั้น ขณะที่ในปัจจุบัน ภาพยนตร์แนวดังกล่าวกลับไม่ได้รับความนิยม (สุพรรณ งามวงศ์ไพบูลย์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 27 ตุลาคม 2564) หรือปัจจุบันเกิดกระแสนิยมซีรี่ส์ประเภท Boy Love (ชายรักชาย) ผู้คนทั้งในและนอกอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยต่างพากันผลิตซีรี่ส์ดังกล่าว จนกระทั่งเกิดปรากฏการณ์ซีรี่ส์ Boy Love จ่อคิวฉายในปี พ.ศ. 2565 กว่า 100 เรื่อง ซึ่งแน่นอนว่า เมื่อปริมาณสินค้าเพิ่มมากขึ้น แต่คุณภาพการสร้างสรรคืบทภาพยนตร์ และการผลิตลดลง จึงเกิดภาวะตลาดพังในที่สุด (ผดุง สมาจาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2565) แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า ภาพยนตร์รัก เป็นภาพยนตร์ที่ผู้ชมสามารถรับชมได้ตลอดกาล เพราะเป็นประเด็นสากล ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง แพนธัน หรือ Season Change ที่แม้นำกลับมาฉายอีกสักกี่ครั้งผู้ชมก็ยังรู้สึกประทับใจ (อมราพร แผ่นดินทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 ตุลาคม 2564) ผู้เขียนตั้งประเด็นคำถามถึงการพิจารณาความสมดุลระหว่าง “ความนิยม” และ “ความเฉพาะตนของศิลปิน” ในการสร้างสรรค์ บทภาพยนตร์ ซึ่งเป็นความท้าทายของผู้สร้างภาพยนตร์ที่ต้องนำเสนอ 2 สิ่งนี้ด้วยสัดส่วนที่ลงตัว เนื่องจากงานภาพยนตร์เป็นการสร้างความรู้สึกของผู้ชมผ่านความงาม และการเล่าเรื่องราวด้วยภาพ และเสียง ดังนั้นการสอดแทรกความนิยมในเนื้อหาภาพยนตร์จำเป็นมากน้อยอย่างไรในการแข่งขันระดับสากล

จากการศึกษา พบว่า ก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ การนำเข้า หรือส่งออกภาพยนตร์ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผู้จัดจำหน่ายไม่เป็นกังวลใจในเรื่องความนิยม (Trend) ของภาพยนตร์เมื่อเทียบกับปัจจุบัน เพราะความนิยมสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะมีระยะเวลาความนิยมอยู่ที่ 3-5 ปี ขณะที่ปัจจุบันความนิยมเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนไม่สามารถตามกระแสได้ทัน ส่งผลต่อการผลิตภาพยนตร์อย่างมาก เพราะการผลิตภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เวลาในการผลิตอย่างน้อย 6-8 เดือน หลายครั้งที่เมื่อผลิตภาพยนตร์เสร็จแล้วนั้น กลับพบว่า ความนิยมที่ได้สอดแทรกในเนื้อหาภาพยนตร์ไม่เป็นที่นิยมแล้ว นอกจากนี้หากประเทศใดประเทศหนึ่งกำลังนิยมบางสิ่งบางอย่าง อีกไม่นานประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกจะรับรู้สิ่งนั้นอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นกระแสโลกในที่สุด ดังนั้น ความเป็นรสนิยมเฉพาะถิ่น จึงผสมผสานปะปนกันไปทั่วโลก แต่อย่างไรก็ตามนอกจากความรู้ในเชิงสร้างสรรค์ นักเขียนบท ภาพยนตร์ รวมไปถึงบุคลากรในงานภาพยนตร์ตำแหน่งอื่น ๆ ควรรู้เท่าทันกระแสในขณะนั้น ๆ และรู้ว่าภาพยนตร์ที่ตนกำลังผลิตตอบสนองกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด (ภาณุ อารี, 2567) ขณะที่ยังมีนักสร้างภาพยนตร์จำนวนหนึ่งเลือกที่จะไม่ยึดติดกับความนิยมของผู้ชม โดยอ้างอิงถึง Hirokazu Koreeda ผู้กำกับภาพยนตร์ญี่ปุ่นเรื่อง "After Life" ที่เชื่อว่ามนุษย์มีสิ่งที่เรียกว่า "นานาจิตตัง" การเลือกบทภาพยนตร์ที่มีประเด็นน่าสนใจ สมเหตุสมผล จึงเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการยึดติดกับความต้องการของผู้บริโภค และแม้ว่าการสำรวจความต้องการของผู้ชมเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้การสร้างภาพยนตร์เกิดความประทับใจ แต่ไม่ใช่กระบวนการที่ได้รับการยอมรับอย่างทั่วถึง เช่น ภาพยนตร์ซีรี่ส์ที่ได้รับทุนจาก Netflix ที่ไม่ได้รับความสนใจตามที่คาดหวัง แม้จะมีการสำรวจความต้องการของผู้ชมและการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ไว้ก่อน (พัฒนนะ จีรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ตุลาคม 2564)

อย่างไรก็ตามผู้เขียนมองว่าแม้ภาพยนตร์จะถูกจัดให้เป็นหนึ่งในสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่รัฐบาลไทยเล็งเห็นศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับประเทศตามที่ระบุในรายงานการศึกษาโดย

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) แต่ทั้งนี้ทุกภาคส่วนควรทำความเข้าใจธรรมชาติของภาพยนตร์ที่มีต้นทุนมาจากความเป็นศิลปะ โดยยึดเป็นที่ตั้งแล้วจึงประยุกต์ร่วมกับมิติทางเศรษฐกิจ เช่น การสำรวจความนิยม หรืออื่น ๆ เพื่อรักษาคุณค่าของภาพยนตร์ไว้ให้ได้มากที่สุด

### 3. ปัจจัยด้านการประเมินบทบาทภาพยนตร์

การประเมินบทบาทภาพยนตร์ในเชิงคุณค่า และบทบาทหน้าที่ของภาพยนตร์ไทยมีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 4 ส่วน ดังนี้

**3.1 นักเขียนบทภาพยนตร์** จำเป็นต้องมีมุมมองเชิงสร้างสรรค์อย่างลึกซึ้ง และมีความรู้ความชำนาญในเรื่องโครงสร้างการเล่าเรื่อง และเข้าใจองค์ประกอบของการเขียนบทภาพยนตร์ โดยต้องให้ความสำคัญในการไตร่ตรองบทภาพยนตร์อย่างพิถีพิถัน ควรจัดให้มีกระบวนการทบทวนองค์ประกอบของภาพยนตร์ทุกมิติ ทั้งโครงเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง บทสนทนา ภาพ และเสียง ก่อนส่งต่อบทภาพยนตร์สู่ทีมงานผลิต ดังนั้น ประสบการณ์ของผู้ไตร่ตรองจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะต้องมีความแม่นยำในการคาดการณ์ ความหวัง ความรู้สึกของคนดู (นันทรี นิมิบุตร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 เมษายน 2564)

จากการศึกษา พบว่า นักเขียนบทภาพยนตร์ไทยยังมีแนวคิดแบบปิดกั้นตนเอง (Self-Censorship) คือ การตกอยู่ในภาวะที่คิดว่าต้องประพฤติดูในทิศทางที่ถูกที่ควรตลอดเวลา หรือมีความปิดกั้นโอกาสตนเอง เช่น มีความคิดที่ว่าบทภาพยนตร์ของตนเองยังไม่ดีพอ นักลงทุนคงไม่กล้าลงทุนในบทของตน รวมไปถึงการไม่วิพากษ์ผลงานตนเองอย่างตรงไปตรงมา เพราะนักเขียนบทภาพยนตร์ไทยไม่ได้ถูกฝึกฝนให้ยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งอาจทำให้นักเขียนบทภาพยนตร์ไทย และทีมงานผู้ผลิตขาดโอกาสในการพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะหากคำวิพากษ์เหล่านั้นมาจากกลุ่มคนที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ช่วยประเมินคุณค่าของบทภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี (ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564)

**3.2 ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์** ในแง่ของธุรกิจภาพยนตร์ สามารถแบ่งประเภทของภาพยนตร์อย่างกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ 1. ภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลจากสถาบันด้านภาพยนตร์ 2. ภาพยนตร์ทำรายได้ ซึ่งประเทศไทยมีบทภาพยนตร์ทั้ง 2 ประเภทเป็นจำนวนมาก เพียงแต่การพิจารณาเลือกบทภาพยนตร์ไปผลิตและเผยแพร่สู่สาธารณะ เป็นการตัดสินใจของผู้อำนวยการสร้าง แต่เพียงผู้เดียว เพราะเป็นเจ้าของเงินทุน หากผู้อำนวยการสร้างให้ความสำคัญในเรื่องรายได้และความคุ้มค่า มากกว่าประโยชน์ที่ผู้ชมจะได้รับในเชิงเนื้อหา สาระ ก็มักจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ ดังนั้น การผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยไม่ว่ามิติใดก็ตาม ผู้ผลักดันและผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องทำความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง ภาพยนตร์ที่มีคุณค่าและภาพยนตร์ทำรายได้ จำเป็นต้องมีความรู้ในการแยกแยะรูปแบบผลงานอย่างชัดเจน รู้ว่าบทภาพยนตร์ที่ตนกำลังพิจารณาเป็นภาพยนตร์รูปแบบใด เช่น ภาพยนตร์ขนาดเล็กที่อยู่ในระดับการตลาด ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ระดับภาคอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ หรือภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนเหมาะสมสำหรับเทศกาลต่างประเทศ (ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564)

**3.3 ผู้จัดจำหน่าย** มีบทบาทในการนำเข้า ส่งออก และเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ หน้าที่สำคัญ คือ การประเมินตลาดโดยรวม เช่น จำนวนผู้ชม คุณภาพของกลุ่มผู้ชม ความคุ้มค่าในการจัดฉาย และประเภทของภาพยนตร์ที่มีความนิยม เป็นต้น ผู้จัดจำหน่ายจึงต้องมี

วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและกระบวนการที่รัดกุมในการคัดเลือกภาพยนตร์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำและมีคุณค่าทั้งในด้านมูลค่าและคุณภาพ (ภาณุ อารี, 2567)

**3.4 หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนด้านภาพยนตร์** เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมตามทิศทางที่ภาครัฐกำหนดอาจไม่สัมพันธ์กับแนวทางการสนับสนุนภาพยนตร์ที่ถูกต้อง ซึ่งในการประเมินบทบาทของภาครัฐแต่ละเรื่องนั้น ภาครัฐต้องเข้าใจว่าบทบาท หน้าที่ ของภาพยนตร์ที่แท้จริง คือ การสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชม โดยมีการสอดแทรกข้อคิดตามเจตนารมณ์ของนักเขียนบทภาพยนตร์ และผู้กำกับภาพยนตร์ ดังนั้นภาพยนตร์จึงไม่ได้มีหน้าที่โฆษณาความเป็นไทย ซึ่งเป็นความเข้าใจผิดของภาครัฐที่ต้องการให้ภาพยนตร์นำเสนอความเป็นไทยในบริบทต่าง ๆ จึงเกิดเป็นนโยบายการขับเคลื่อนวัฒนธรรมไทยผ่านภาพยนตร์ สะท้อนออกมาให้เห็นในภาพยนตร์หลาย ๆ เรื่อง ซึ่งหากพิจารณาจากประเทศที่ประสบความสำเร็จในเรื่องนี้ การนำเสนอวัฒนธรรมถูกสอดแทรกไปในเนื้อหาตามความเหมาะสมโดยไม่ได้ถูกยึดเยียด ยกตัวอย่างภาพยนตร์เกาหลีเรื่อง *The world of married couple* ที่เนื้อเรื่องไม่ได้มุ่งเน้นไปยังสถานที่สำคัญในเรื่อง แต่ผู้ชมทั่วโลกกลับจำชื่อเมืองในเรื่องได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้กำกับภาพยนตร์ที่ต้องการนำเสนอความเป็นไทยควรศึกษาเรื่อง ความเป็นไทยท้องถิ่น (Localization) ที่มุ่งเน้นแสดงออกถึงความจริง (Realistic) ดังที่ปรากฏชัดเจนในผลงานภาพยนตร์หลาย ๆ เรื่องของ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล (ชลิตา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564)

นอกจากความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ของภาพยนตร์ที่แท้จริงแล้ว ภาครัฐควรปรับบทบาทหน้าที่ของตนให้สอดคล้องกับความมุ่งมั่น ตั้งใจที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ควรเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับทีมงานผู้สร้างสรรค์ ซึ่งไม่ใช่การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ตรวจสอบ และผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ว่าสิ่งใดอนุญาตให้เผยแพร่ได้ และสิ่งใดห้ามเผยแพร่ ซึ่งเป็นการตีกรอบทางความคิดของนักสร้างสรรค์ (ผดุง สมาจาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 กุมภาพันธ์ 2565) ด้านนักเขียนบทภาพยนตร์ และผู้กำกับภาพยนตร์ ควรมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางภาพยนตร์ให้กับภาครัฐ เพื่อให้เข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์งานภาพยนตร์อย่างสมเหตุสมผล อีกทั้งนักสร้างสรรค์ต้องทำความเข้าใจมุมมองและเจตนารมณ์ของภาครัฐด้วย (พัฒนะ จีรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ตุลาคม 2564) ขณะที่ประเทศเกาหลีได้แก้ปัญหาความขัดแย้งนี้โดยนำหลักการบริหารภาพยนตร์จากประเทศฝรั่งเศสมาใช้เป็นต้นแบบ โดยจัดตั้งหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ คือ Korean Film Council (KOFIC) ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีหน้าที่พัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในลักษณะครบวงจร (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน), 2564)

#### 4. ปัจจัยด้านทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการเขียนบทภาพยนตร์

ตำแหน่งนักเขียนบทภาพยนตร์ เป็นตำแหน่งงานที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยขาดแคลนมาโดยตลอด เมื่อเทียบกับตำแหน่งงานอื่น ๆ ด้านภาพยนตร์ นอกจากจำนวนที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ยังพบว่า นักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีศักยภาพ สามารถสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นที่ยอมรับได้นั้น มีจำนวนลดน้อยลงทุกวัน จากการค้นคว้าข้อมูล และสัมภาษณ์นักเขียนบทภาพยนตร์ สามารถสรุปปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในสายอาชีพได้ดังนี้

**4.1 ทักษะคติต่อการเขียนบทภาพยนตร์** การเขียนบทภาพยนตร์ ไม่ใช่แค่การนั่งหน้าคอมพิวเตอร์แล้วเขียนสรุปใจความที่อยู่ในจินตนาการอย่างเดียว แต่แท้จริง ๆ แล้ว คือการระดมสมองผ่านการประชุม การพูดคุยกับผู้อื่น การช่วยกัน "ถาม-ตอบ" ระหว่างทีมงานผู้ผลิต และการค้นคว้าข้อมูลอย่างเข้มข้นเพื่อให้เกิดความสมจริงในเนื้อเรื่อง การเขียนบทภาพยนตร์จึงไม่ได้เป็นเรื่องง่ายเพียงแค่นั่งเขียน แต่เป็นกระบวนการที่ต้องมีการศึกษาและความรับผิดชอบในการสร้างสรรค์เนื้อเรื่องที่ น่าสนใจและมีคุณค่าให้กับผู้ชม (อมรพร แผ่นดินทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 ตุลาคม 2564) ความเข้าใจผิดที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ทำให้นักลงทุน หรือผู้อำนวยการสร้างเข้าใจว่างานเขียนบทภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องลงทุน ทั้งทีมงานเขียนบทภาพยนตร์เป็นงานพาณิชย์ศิลป์ เป็นการนำศิลปะมาถ่ายทอดสู่สาธารณชนในอีกรูปแบบหนึ่ง นักเขียนบทภาพยนตร์จำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ซึ่งการมองว่างานเขียนบทภาพยนตร์สามารถลงมือทำได้ทันทีอาจไม่ถูกต้อง (ชาญชนะ หอมทรัพย์, 2566)

**4.2 ความสามารถในการเขียนบทภาพยนตร์** นักเขียนบทภาพยนตร์ 1 คน ไม่สามารถเขียนบทภาพยนตร์ได้ทุกแนว เพราะแต่ละคนจะมีแนวภาพยนตร์ที่ตนถนัด มีลีลาการเขียนที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น นักเขียนที่ถนัดเขียนบทภาพยนตร์รัก ในหลาย ๆ ครั้งอาจไม่ถนัดภาพยนตร์แนวสยองขวัญ (พัฒนะ จีรวงศ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ตุลาคม 2564) นอกจากนี้รูปแบบภาษาที่ใช้ในงานเขียนบทภาพยนตร์ ก็มีความแตกต่างจากภาษาที่ใช้ในงานเขียนทั่วไป เพราะงานภาพยนตร์ต้องการการกระทำ (Execution) ที่เมื่อประกอบเป็นภาพ และเสียงแล้วนั้น ต้องมีความน่าสนใจ และแสดงออกถึงบุคลิกภาพของตัวละคร ยกตัวอย่างเช่น เมื่อนักเขียนต้องการสื่อสารว่า “แม่ไปตลาด” นักเขียนอาจไม่สามารถสื่อสารตรงไปตรงมาผ่านตัวอักษรได้ทันที แต่ต้องออกแบบการกระทำ “แม่ไปตลาด” อย่างไรให้สัมพันธ์กับลักษณะตัวละคร นิสัย เช่น แม่ที่ปากร้าย ขี้โกง หรืออื่น ๆ (ฐามุญา ทศนานุกุลกิจ, 2566)

**4.3 ระยะเวลาในการเขียนบทภาพยนตร์** หากลองเปรียบเทียบระยะเวลาในการเขียนบทภาพยนตร์ต่างประเทศ และภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์อเมริกันเรื่อง The Godfather และ Interstellar ใช้ระยะเวลาในการเขียนบทภาพยนตร์ประมาณ 3 ปี ขณะที่ค่าเฉลี่ยการเขียนบทภาพยนตร์ไทยอยู่ที่ประมาณ 6-8 เดือน หรือภาพยนตร์บางเรื่องใช้เวลาเพียง 1 เดือน เท่านั้น และที่แย่ไปกว่านั้น ภาพยนตร์บางเรื่องไม่มีกระทั่งบทภาพยนตร์ด้วยซ้ำไป เหตุผลที่ภาคการผลิตภาพยนตร์ไทยให้เวลาสำหรับการเขียนบทภาพยนตร์ได้น้อย เป็นเพราะข้อจำกัดด้านงบประมาณในการจัดจ้าง และการผลิต ส่งผลกระทบต่อนักเขียนบทภาพยนตร์โดยตรง ที่ต้องทำงานภายใต้ระยะเวลาอันสั้น อีกทั้งการพิจารณาจัดจ้างนักเขียนบทไม่ได้ตัดสินที่คุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ แต่กลับตัดสินที่นักเขียนบทคนใดสามารถเขียนได้ทันเวลาที่กำหนด ผู้นั้นก็จะถูกว่าจ้างให้ทำงาน เป็นสิ่งที่ไม่ยุติธรรมสำหรับแวดวงการผลิตภาพยนตร์ (นภสินธ์ สามแก้วแจ่ม, 2565)

**4.4 ค่าตอบแทนนักเขียนบทภาพยนตร์** การพิจารณาค่าตอบแทนของนักเขียนบทภาพยนตร์ ควรคำนึงถึงรายได้ที่สามารถเลี้ยงชีพได้จริง มีความเหมาะสมกับความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และต้องจูงใจมากพอให้นักเขียนบทภาพยนตร์ให้ความสำคัญ และมีสิทธิทำงานเขียนเพียงอย่างเดียว โดยไม่เอาเวลาไปทำอาชีพเสริมเลี้ยงชีพ อีกทั้งหากรายได้อยู่ในอัตราที่น่าพอใจจะยิ่งทำให้นักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีศักยภาพยึดอาชีพนี้ได้ตลอดไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อวงการ

ภาพยนตร์ในระยะยาว (อมราพร แผ่นดินทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 ตุลาคม 2564) ดังนั้นคำตอบแทนสำหรับอาชีพนักเขียนบทภาพยนตร์จึงสำคัญ เป็นตัวชี้วัดความทุ่มเทในการสร้างสรรค์ผลงาน (ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 กุมภาพันธ์ 2564)

**4.5 ความก้าวหน้าในอาชีพนักเขียนบทภาพยนตร์** อาชีพนักเขียนบทภาพยนตร์เป็นอาชีพอิสระที่มีรูปแบบการทำงานแบบ Project by Project และเมื่อเขียนบทภาพยนตร์สำเร็จ 1 เรื่องนักเขียนจึงจะได้รับรายได้ เรียกได้ว่าเป็นรายได้แบบชั่วคราว ไม่มีเงินเดือนประจำ ดังนั้นความก้าวหน้าในสายอาชีพนักเขียนบทภาพยนตร์จึงแตกต่างจากอาชีพอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่สามารถเติบโตไปตามลำดับ จากตำแหน่งหนึ่ง ไปยังตำแหน่งที่สูงกว่า มีโครงสร้างตำแหน่งงานชัดเจน (Career Path) ด้วยสาเหตุนี้เองทำให้บุคลากรด้านการเขียนบทภาพยนตร์ถอนตัวจากอาชีพนี้ไปเป็นจำนวนมาก เพราะกลัวว่าจะไม่ได้รับความก้าวหน้าในสายงาน (อมราพร แผ่นดินทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 26 ตุลาคม 2564)

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยทั้ง 4 ประการข้างต้น พบว่า สาเหตุที่ทำให้บทภาพยนตร์ไทยขาดศักยภาพในการแข่งขันในตลาดสากล เกิดจาก 3 ประเด็นใหญ่ ดังนี้

**1. เนื้อหาในบทภาพยนตร์ (Content) และประเภทของภาพยนตร์ (Genre)** ที่ขาดความหลากหลาย และนักสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ไทยมีแนวคิดตั้งต้น (Big Idea) ที่ไม่น่าสนใจ ไม่ใช่ประเด็นที่คนทั่วโลกเข้าใจตรงกัน หรือเมื่อมีแนวคิดตั้งต้นที่ดี ก็มักขาดการวางแผนด้านเนื้อหาตั้งแต่ต้นเรื่องจนกระทั่งจบเรื่อง ทำให้แนวคิด หรือเนื้อหาไม่สามารถนำมาพัฒนาเป็นบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ได้ และเมื่อไม่มีบทภาพยนตร์ที่ดี ก็ยากที่จะมีภาพยนตร์ที่ดีเช่นกัน

**2. ความนิยมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Trend)** ทำให้นักสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ไม่สามารถจับกระแสนิยมได้ทันเวลา แต่ทั้งนี้ยังไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่า การสำรวจความนิยมของผู้ชมเป็นสิ่งจำเป็นที่พึงกระทำหรือไม่ เพราะอาจไม่ใช่สิ่งชี้วัดความสำเร็จในระยะยาว นักสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงคุณค่าของเนื้อหาภาพยนตร์ ที่ผู้ชมควรจะได้รับเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก

### 3. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์

**3.1 นักเขียนบทภาพยนตร์** ไม่สามารถประเมินบทภาพยนตร์ในเชิงคุณค่าได้อย่างลึกซึ้งครบทุกมิติ ทั้งโครงเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง บทสนทนา ภาพ และเสียง อีกทั้งยังไม่สามารถคาดเดาความรู้สึกรักของผู้ชมได้อย่างแม่นยำ เป็นเพราะกระบวนการทำงานด้านบทภาพยนตร์ยังไม่เข้มข้นเพียงพอ มีสาเหตุมาจาก 1. ข้อจำกัดด้านความสามารถในแนวภาพยนตร์ที่ตนถนัด 2. ระยะเวลาในการเขียนบทภาพยนตร์ 3. ค่าตอบแทนในการทำงาน และ 4. ความก้าวหน้าในสายอาชีพ

**3.2 ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์** เป็นผู้มีอำนาจในการพิจารณาบทภาพยนตร์ที่จะนำไปสร้าง และจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการตัดสินใจของบุคคลเพียงผู้เดียวในฐานะเจ้าของเงินทุน ดังนั้นหากผู้อำนวยการสร้างละเลยคุณค่าในบทภาพยนตร์ เพราะมุ่งเน้นรายได้เป็นสิ่งสำคัญ อาจทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อไป อีกทั้งพบว่า ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ส่วนใหญ่เชื่อว่า การเขียนบทภาพยนตร์เป็นกระบวนการที่ไม่จำเป็นต้องลงทุน ซึ่งแท้จริงแล้วนักเขียนไม่สามารถลงมือทำงานได้โดยขาดกระบวนการทำงานในขั้นตอนต่าง ๆ ที่ต้องใช้เงินทุน

**3.3 ผู้จัดจำหน่าย** มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการประเมินบทภาพยนตร์ หรือสรรหาภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งมาจัดฉาย ผู้จัดจำหน่ายจำเป็นต้องมีความรอบรู้ มีประสบการณ์ มีความแม่นยำในการประเมินภาพรวมตลาดภาพยนตร์ทั่วโลก เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการยกระดับภาพยนตร์ไทยสู่สากล

**3.4 หน่วยงานภาครัฐ** ต้องทำความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ของภาพยนตร์ในฐานะสื่อบันเทิงที่สอดแทรกข้อคิด ไม่ใช่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย อีกทั้งต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดในการทำงานของตนที่ควรมุ่งเน้นการทำงานในเชิงสนับสนุน มากกว่าการตั้งตนเป็นผู้ตรวจสอบ

### อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรค์บทภาพยนตร์ไทย อันเป็นสาเหตุในการผลักดันภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดสากล คือ ปัจจัยด้านความหลากหลายของเนื้อหาภาพยนตร์ (Content) และแนวภาพยนตร์ (Genre) ที่ผู้ผลิตไม่สามารถสร้างความแตกต่างไปจากชนบเดิม ๆ ที่ผ่านมา ขณะเดียวกันความนิยมในการรับชมภาพยนตร์เกิดการเปลี่ยนแปลงทั่วโลกในช่วงสถานการณ์โควิด-19 เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในรูปแบบโรงภาพยนตร์ สู่รูปแบบ Streaming Movie โดยค่ายยักษ์ใหญ่อย่าง Netflix ที่ส่งตรงภาพยนตร์ไปยังผู้ชมได้ทุกที่ ทุกเวลา ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการผลิตเนื้อหาภาพยนตร์ เพราะผู้ชมต้องการความหลากหลาย แปลกใหม่ และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบข้อจำกัดในการทำงานของนักเขียนบทภาพยนตร์ที่ต้องทำงานภายใต้ความกดดันด้านเวลา รายได้ และความไม่มั่นคงในอาชีพ มีสาเหตุมาจากทัศนคติของผู้อำนวยการสร้างที่ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการเขียนบทภาพยนตร์อย่างลึกซึ้ง โดยมองว่าการเขียนบทเป็นเรื่องง่ายและใช้ระยะเวลาสั้น ๆ จึงไม่จำเป็นต้องลงทุนในขั้นตอนนี้ ท้ายที่สุดการยกระดับภาพยนตร์ไทยสู่ตลาดสากลยังเกี่ยวข้องกับผู้จัดจำหน่าย ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ มีประสบการณ์ในการประเมินภาพรวมตลาดโลก และภาครัฐที่ต้องยุติการเป็นผู้ตรวจสอบ กำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ด้านภาพยนตร์ แต่ควรที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ด้วยนโยบายที่มาจากความเข้าใจถึงบทบาทของภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสื่อทางศิลปะและการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงและให้ข้อคิดต่อผู้ชม

### รายการอ้างอิง

- ชาญชนะ หอมทรัพย์. (2566, 14 กรกฎาคม). *เจาะลึกชีวิตคนเขียนบท: ทำไมหนัง/ซีรีส์ไทยโดยรวมถึงมีคุณภาพผู้ต่างชาติไม่ได้สักที?* - BBC News ไทย. Youtube : BBC News ไทย.  
<https://www.youtube.com/watch?v=uedfRw4KfL0>.
- ฐามุยา ทัศนานุกุลกิจ.(2566, 10 กรกฎาคม). *ออกสาวเกินไปจะไม่มีใครชอบ? ‘มูย่า-ฐามุยา’ พาหนังทะลุกรอบความเชื่อเรื่องเพศ ขยายขอบเขตแห่งความเท่าเทียม กับผลงานใหม่เรื่อง ‘Suits. แบนดิ่ง (brandthink).* <https://www.brandthink.me/content/cinema-suits/>.
- ทงศักดิ์ สุวรรณรัตน์.(2566). *การเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในภาพยนตร์สตรีมมิ่ง ภายใต้สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19): กรณีศึกษา Netflix [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์].มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- นภสินธ์ สามแก้วแจ่ม.(2565, 12 กันยายน). *จากคนเคยขอข่าววัดกิน สู่สตูดิโอแมนไทยในหนัง Marvel. ปีซีซี(BBC).* <https://www.bbc.com/thai/articles/cxwrrvj4jr3o>.
- เพ็ญทิพา ทองคำเภา. (2566, (ม.ป.ป.)). *สำรวจมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมหนังไทย หลังกระแส “สับหระอ” กวาดรายได้ทะลุ 500 ล้านบาท กับสัดส่วนรายได้ที่ตกลงระหว่างหนังต่างชาติ และหนังไทยในบ้านเรา. แคบพิทอลลิต(capitalread).*<https://capitalread.co/thaibaan/>.
- ภาณุ อารี. (2567, มีนาคม 8). *Chef ตลาดภาพยนตร์ในระดับสากล. การบรรยายกิจกรรมนิทรรศการเผยแพร่ภาพยนตร์นานาชาติประจำปี 2021[Symposium].* จัดโดยสาขาภาพยนตร์ และ ดิจิทัล มีเดีย ภาควิชาศิลปะศิลป์ คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ สจล.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2564). *รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์.*  
<https://resource.tcdc.or.th/ebook/CEA.Film.Report.pdf>.
- Snookข่าว. (2565, 21 กันยายน). *หนังไทย-ซีรีส์ โอกาสยังอีกไกล หนุน Soft Power ไทย ดังกว่าเดิมได้อีก.* <https://www.sanook.com/news/8626206/>.
- อมรินทร์ทีวีออนไลน์. (2566, 24 ตุลาคม). *เกาะกระแส สับหระอ ฟื้นอุตสาหกรรมหนังไทย คาดทำรายได้สูงสุดในปีนี้.* <https://www.amarintv.com/spotlight/finance/53892>.
- BBC Talking Movie. (2010, 29 November). *Secret Cinema.* Youtube : Secret Cinema.