

[อุณาโลม หน้า 103-120]



120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทย: ข้อเสนอต่อรัฐและสังคมไทย*

120 Years of Thai Film Business: Propositions for the Thai government and Society

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล** สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Unaloam Chanrungrumaneekul. *Communication Arts, Sukhothai Thammathirat University.*

Email : unaloam@yahoo.com

Received: 31 October 2019; Revised: 19 November 2019; Accepted: 27 November 2019

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์สภาพปัญหาของธุรกิจภาพยนตร์ไทย วิพากษ์แผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ และนำเสนอทางออกต่อรัฐและสังคมไทย โดยใช้วิธีศึกษาเชิงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ โดยมีข้อค้นพบ ได้แก่ 1) ปัญหาที่ดำรงอยู่มาตลอด 120 ปีของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย หรือปัญหาซ้ำซาก ได้แก่ ภาพยนตร์ไทยไม่เติบโตพัฒนาเท่าที่ควรและไม่สามารถแข่งขันกับหนังต่างประเทศได้ 2) หลังทศวรรษ 2540 พบว่าตลาดโรงฉายภาพยนตร์ถูกผูกขาดโดยสองกลุ่มทุนใหญ่ ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตหนังไทยอิสระ และ 3) ผลสำรวจรายได้ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เติบโตอย่างก้าวกระโดดทุกปี ซึ่งสวนทางกับสภาพปัญหาของภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วง พ.ศ.2557-2559

ทั้งนี้ข้อเสนอหลักให้รัฐและสังคมไทยพิจารณาโดยปรับทัศนคติที่มีต่อ “ภาพยนตร์ไทย” โดยควรมุ่งแผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ที่อยู่บนวิสัยทัศน์ของการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจแก่ผู้ผลิตหนังไทยอิสระ ศึกษาวิจัยว่ามีการผูกขาดธุรกิจหรือควรมีมาตรการกฎหมายใดหรือไม่เพื่อให้การแข่งขันมีความเป็นธรรมและมีความเท่าเทียมกันทุกกลุ่ม รวมทั้ง ศึกษาว่ามูลค่ารายได้มหาศาลนั้นได้นำมาพัฒนาการศึกษาและศิลปะในสังคมไทยเพื่อยกระดับคนดูได้อย่างไร

คำสำคัญ : ภาพยนตร์, สังคม

* เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย “120 ปี ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย” (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561) ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

** อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล (ผศ.ดร.) : สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Abstract

This article aims to present a synthesis of problems in the Thai film business and suggest solutions to the Thai government and society. The two main findings reveal that firstly, through the 120 years of Thai film business, recurring problems were the low growth of Thai film business. They have no potential to compete Hollywood films in the Thai audience market. Secondly, after 1997, the movie theatre market in Thailand has been dominated by the two large companies. Therefore, Thai film independent producers have been in difficulty to find movie theatres to show their films. Thirdly, the survey of film and video business showed the dramatic growth rate of Thai film and video business. Nevertheless that successful growing number was in contrast to the very poor growing rate of Thai film business, especially between 2014 and 2016.

To solve those problems, the Thai government and society should adjust their mindset by setting visions of Thai film strategic plans to distribute income fairly and provide more opportunities in developing film production and exhibition to Thai independent and small-scale film producers. Moreover, the government should conduct research on monopoly in Thai film business and study laws that could assist all groups of film producers, distributors and exhibitors to compete fairly and evenly. Finally, they should study on how to allocate revenue of large Thai film companies to contribute in improving art and education in Thai society.

Keywords : Film, Society

เกริ่นนำ

บทความนี้เป็นงานสังเคราะห์ที่สกัดให้เห็นประเด็นข้อเสนอนิเทศศาสตร์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยอาศัยหลักฐานส่วนหนึ่งจากงานวิจัยเรื่อง “120 ปี ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย” (อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล, 2561) โดยมุ่งนำเสนอ และสังเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังเหตุการณ์สำคัญ นับตั้งแต่แรกฉายภาพยนตร์ในประเทศไทยใน พ.ศ.2440 จนถึงปัจจุบัน งานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ (Economic history approach) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางประวัติศาสตร์ เน้นการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาในบทความชิ้นนี้ มิได้มุ่งสรุปความของงานวิจัยทั้งหมด แต่เป็นบทความสังเคราะห์จากงานวิจัยเพื่อวิพากษ์ระดับนโยบาย

ปัญหาสำคัญในธุรกิจภาพยนตร์ไทย

จากการสืบค้นเอกสารขั้นต้น งานวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานราชการที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของธุรกิจภาพยนตร์ไทย พบว่า ตลอด 120 ปีที่ผ่านมา ปัญหาของธุรกิจภาพยนตร์ไทยที่ถูกหยิบยกขึ้นมาศึกษา มีประเด็นสำคัญหลายประการ บางประเด็นปัญหาได้คลี่คลายไปแล้วตามบริบทของยุคสมัย แต่ก็มีอีกหลายประเด็นที่พบว่าเป็น “ประวัติศาสตร์ซ้ำรอย” คือเกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีต อาจจะมีจุดลงบางช่วงแต่ก็วนกลับมาเกิดซ้ำอีก และบางประเด็นก็เป็นปัญหาซ้ำซากที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีตและดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน

ประเด็นที่คลี่คลายไปแล้ว ได้แก่ 1) ธุรกิจภาพยนตร์ไทยต้องเสียภาษีซ้ำซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการนำเข้าฟิล์มถ่ายภาพยนตร์ โดยไม่เคยได้รับการอุดหนุนส่งเสริมใด ๆ จากรัฐ 2) การผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานเนื่องจากผู้สร้างภาพยนตร์ไม่มีทุน และไม่มีทักษะด้านภาพยนตร์มากพอ 3) การพึ่งพิงตลาดรายถนัดนิยม

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ทำให้มาตรฐานการแสดงดาราคตกต่ำลง โดยในยุคหนึ่งผู้สร้างภาพยนตร์ทุกรายต้องการคู่ขวัญ มิตร-เพชรา มาแสดงนำเพราะได้รับความนิยมจากคนดูมาก ทำให้ดาราทำงานหนักมากเกินไป 4) สายหนังมีอิทธิพล กำหนดทิศทางภาพยนตร์ไทยมากเกินไป และ 5) ขาดแคลนอุปกรณ์การผลิตภาพยนตร์และเครื่องมือการล้างฟิล์ม ในยุคสมัยที่ยังถ่ายทำด้วยฟิล์มภาพยนตร์

จะเห็นว่าปัญหาดังกล่าวข้างต้น คลี่คลายไปแล้วเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการถ่ายทำ ระบบดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจโดยรวม รวมทั้งธุรกิจภาพยนตร์ทั้งด้านการผลิตและการฉาย ซึ่งจะกล่าวต่อไป

ส่วนประเด็นปัญหาที่ “ซ้ารอย และ ซ้าซาก” อยู่มาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่

1) ขาดภาพยนตร์ไทยที่แปลกใหม่ ปัญหานี้ถูกระบุในรายงานการศึกษาหลายฉบับ เช่น รายงานของกรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ (2515) งานวิจัยของรัตนา จักกะพาก (2546) รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2542) ภาพยนตร์ไทยมักจะถูกสร้างด้วยเนื้อหาและรูปแบบซ้ำๆ เดิม เช่น มีสูตรสำเร็จของความรักระหว่างนางเอกยากจนกับพระเอกผู้ดี จนต่อมาเริ่มมีเนื้อหาใหม่เกี่ยวกับวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้นในช่วงทศวรรษ 2530 เช่น ปลื้ม ชีมน้อยหนอยกะลอนมากหนอย ปัจจุบันแม้ว่าเนื้อหาจะแปลกมากขึ้นตามยุคสมัย แต่ส่วนใหญ่แล้วคือหนังตลก หรือหนังผี และมีพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาที่มีข้อจำกัดหลายประการ

2) แหล่งทุนของผู้ผลิตรายเล็กและรุ่นใหม่มีน้อย ตั้งแต่ในอดีตเริ่มสร้างหนังไทยเรื่องแรก แหล่งทุนใหญ่คือเจ้านายหรือขุนนางชั้นสูง (อุณาโลม จันทรวิรุณมณีกุล, 2561) ต่อมาคือพ่อค้าชาวจีน สภาวะที่เกิดขึ้นกับคนทำหนังไทยตั้งแต่ก่อนทศวรรษ 2500 คือ ดอกเบี้ยเงินกู้และหนี้สินนอกระบบของคนทำหนังที่สะสมมากขึ้นจนถึงขั้นต้องเลิกกิจการ (กรมการสนเทศ, 2515) ไม่เช่นนั้น ก็ต้องทำภาพยนตร์ที่นายทุนต้องการเท่านั้น ธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ลงทุนสูง และธนาคารไม่ปล่อยเงินกู้ ซึ่งเป็นปัญหามาอย่างยาวนานสำหรับกิจการภาพยนตร์ไทย (สัมภาษณ์สุวัฒน์ ทองร่มโพธิ์, 20 เมษายน 2560) ในยุคหนึ่งคนทำหนังไทยต้องพึ่งพานายทุนอื่น ๆ นอกกระบบ เช่น สายหนังซึ่งมีอิทธิพลสูงมากในการนำภาพยนตร์เข้าฉาย และ เจ้าของค่ายภาพยนตร์ที่ร่ำรวยจากฐานธุรกิจประเภทอื่น การกู้เงินมาสร้างภาพยนตร์ด้วยดอกเบี้ยสูงซึ่งเป็นภาระหนักมาก

3) โรงภาพยนตร์ไม่เปิดโอกาสและพื้นที่ให้ภาพยนตร์ไทยฉายอย่างเหมาะสม เนื่องจากภาพยนตร์ฝรั่งได้รับความนิยมมากกว่า เป็นไปตามกลไกตลาด เรื่องใดที่มีจำนวนคนดูมาก เก็บเงินได้มากก็ยื่นโรงฉายได้นาน เรื่องใดเก็บได้น้อยก็ถูกถอดออกจากโรงเร็ว ซึ่งที่ผ่านมาภาพยนตร์ไทยประสบปัญหาที่มีสัดส่วนตลาดน้อยกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดมาโดยตลอด ทำให้กลุ่มทุนโรงภาพยนตร์เห็นว่าภาพยนตร์ไทยไม่ได้ทำให้ธุรกิจการฉายภาพยนตร์อยู่รอด

4) กฎหมายเซ็นเซอร์ที่มาพร้อมกับการปิดกั้นโอกาสของความคิดใหม่ ก่อนหน้า พ.ศ.2551 ภาพยนตร์ไทยอยู่ภายใต้การควบคุมของ พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 ทั้งตัวบทกฎหมายเองที่บัญญัติไว้ภายใต้ถ้อยคำ “บ่อนทำลาย ชัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของชาติ” อันเป็นไม้ตายที่รัฐไม่สามารถอนุญาตให้ความคิดใหม่ที่ท้าทายกฎหมายและความคิดเก่าได้เติบโตในธุรกิจภาพยนตร์ไทยได้ เนื้อหาและการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ไทยจึงมีแต่เรื่องเดิม ย่ำอยู่กับที่ ทั้งประเด็น ความคิด ทักษะการมองโลก วิธีการเล่าเรื่อง และศิลปะการสร้างสรรคภาพและเสียง ทำให้คนไทยเบื่อหน่ายและหันมาดูภาพยนตร์ต่างประเทศที่เต็มไปด้วยทักษะที่แตกต่างออกไป ลงทุนสูง ประเด็นและวิธีการเล่าเรื่องแปลกใหม่ และประณีตในการสร้างสรรค์มากกว่า

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

มาตรการรัฐไม่เอื้อผู้สร้างหนังรายเล็ก

ปัญหาวิกฤตสะสมดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์ไทยอ่อนพลังลงอย่างมาก ไม่มีภาพยนตร์ไทยที่แปลกใหม่ หรือ เล่าเรื่องได้อย่างน่าสนใจ แต่ภาพยนตร์ไทยตกอยู่ในสภาพสุตรางค์ คือ ใช้ดาราคณะเดิม เนื้อเรื่องซิงรักหักสวาท น้ำเน่าพาฝัน ทำให้วนกลับไปปัญหาเดิมคือคนไทยยังไม่ดูหนังไทย เพราะเห็นว่ามันคุ้มค่าตัวและไม่มีความแปลกใหม่ แม้ว่าในขณะนั้นจะมีผู้สร้างภาพยนตร์เช่น รัตน์ เปสตันยี ที่เริ่มผลิตภาพยนตร์แนวแปลกใหม่และได้รับรางวัลจากต่างประเทศ แต่ทุกรัฐบาลไม่เคยมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนให้ผู้สร้างภาพยนตร์ไทย แม้จะมีการเรียกร้องจากบรรดาผู้สร้างภาพยนตร์ไทยหลายครั้ง

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2507 รัฐบาลได้ประกาศอย่างเป็นทางการว่า ภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมแขนงหนึ่ง แต่ยังไม่ให้สิทธิประโยชน์ด้านส่งเสริมการลงทุน เพราะยังผลิตไม่ได้มาตรฐานสากล เพราะเกือบทั้งหมดยังผลิตในระบบ 16 ม.ม. ไม่ได้มาตรฐานและฉายได้เฉพาะในประเทศไทยและประเทศลาวเท่านั้น (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2547: 48)

บรรดาผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ และ กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ไทยเรียกร้องให้ช่วยเหลือกิจการภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ในขณะนั้นมีผู้สร้างรายใหญ่หลักๆ เช่น หนูมานภาพยนตร์ อัครวิณภาพยนตร์ ละโว้ภาพยนตร์ ที่สร้างภาพยนตร์ในระบบมาตรฐาน 35 ม.ม. และต่อมารวมตัวกันตั้งเป็น สมาคมผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไทย ชื่อภาษาอังกฤษคือ The Thai Motion Picture Producers Association- TMPPA ขึ้นใน พ.ศ. 2510 (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2547: 48) อย่างไรก็ตาม รัฐบาลไทยก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ช่วยเหลือธุรกิจภาพยนตร์ไทยเหมือนเช่นธุรกิจประเภทอื่น

จนในปี พ.ศ. 2512 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม พิจารณาข้อเสนอของสมาคมผู้อำนวยการสร้าง และมีมติเปิดให้การส่งเสริมประเภท ค.116 ระบุให้ กิจการสร้างภาพยนตร์หรือรับจ้างสร้างภาพยนตร์หรือให้บริการในการสร้างภาพยนตร์ มีขนาดลงทุนไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) อยู่ในข่ายได้รับยกเว้นภาษีอากรเครื่องจักรและยกเว้นเงินได้นิติบุคคล 5 ปี และมีเงื่อนไขต้องใช้เครื่องจักรกับเครื่องมือที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบ และจะต้องเป็นภาพยนตร์ที่สร้างในระบบ 35 ม.ม.เสียงในฟิล์ม (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2547: 48-49)

เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2534 รัฐบาลอานันท์ ปันยารชุน กำหนดเกณฑ์ผู้ที่ จะได้รับการสนับสนุนเช่นเดิมคือ มีขนาดลงทุนไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ต้องเป็นภาพยนตร์ระบบ 35 ม.ม. เสียงในฟิล์ม ความยาวไม่ต่ำกว่า 80 นาที และเงื่อนไขอื่น ๆ ที่คล้ายกับในสมัยที่ผ่านมา ในปี พ.ศ. 2536 รัฐบาลชวน หลีกภัย ปรับปรุงหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนครั้งใหญ่ของกิจการทุกประเภท รวมทั้งภาพยนตร์ กำหนดการลงทุนไม่รวมที่ดินและทุนหมุนเวียน 1 ล้านบาทขึ้นไป และเงื่อนไขอื่น ๆ ที่คล้ายกับรัฐบาลที่ผ่านมา และปรับปรุงหลักเกณฑ์อีกครั้ง ใน พ.ศ. 2543 สมัยรัฐบาลชวน 2 กำหนดให้กิจการประเภท 7.17 “กิจการสร้างภาพยนตร์ไทยหรือให้บริการแก่ธุรกิจสร้างภาพยนตร์ไทย หรือ บริการสื่อผสม (multimedia) อยู่ในข่ายให้การส่งเสริม โดยต้องมีเงินทุนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท” (ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2003: 42-43)

จากข้อมูลของบทบาทรัฐไทยดังกล่าว จะเห็นว่า รัฐไทยมองภาพยนตร์เป็น “สินค้าอุตสาหกรรม” ประเภทหนึ่ง ผู้สร้างที่จะได้รับสิทธิส่งเสริมจากรัฐ ต้องมีฐานต้นทุนมากพอควรแล้วเท่านั้น จึงจะมาต่อขอรับการส่งเสริมอุดหนุนจากรัฐได้ การกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ เช่นนี้ จึงเป็นไปได้ยากมากสำหรับผู้สร้างรายเล็กที่มีเงิน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ทุนน้อย ผู้สร้างอิสระ ศิลปินรุ่นใหม่ที่ไม่มีทุน แม้จะมีฝีมือดีก็得不到การส่งเสริม รายชื่อผู้ได้รับการส่งเสริมจึงเป็นบริษัทรายใหญ่ มีฐานเงินทุนที่ดีอยู่แล้ว เช่น บริษัทกันตนากรู๊ป เป็นต้น แม้ภายหลังรัฐบาลชวนได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์ โดยใช้คำว่าต้องลงทุน “สูงกว่า 1 ล้านบาท” จึงจะเข้าเกณฑ์ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ก็ไม่ทำให้สถานการณ์ภาพยนตร์ไทยกระเตื้องขึ้นในระดับที่ชัดเจน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในทุกบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกาภิวัตน์ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และเศรษฐกิจจึงส่งผลกระทบอย่างมากในยุคหลังจากนี้

หลัง 2540 สองกลุ่มทุนใหญ่กุมตลาดโรงหนัง

เข้าสู่ทศวรรษ 2530 กลุ่มทุนต่างชาติ เช่น United Artist, GE, UA และ Village Road Show ต่างเปิดตัวโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ในลักษณะโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ในห้างสรรพสินค้าหลายแห่ง อีจิวีเข้าซื้อหุ้นจาก Village Road Show กลุ่มทุนจากออสเตรเลีย ผู้ร่วมหุ้นในการสร้างโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ที่ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต และเปลี่ยนชื่อเป็น อีจิวีเอ็นเตอร์เทนเมนท์ ดำเนินการขยายโรงภาพยนตร์ในทำเลต่างๆ

อุษา ไวยเจริญ (2550) ได้ศึกษาวิจัยพบว่า ปลายทศวรรษ 2540 กลุ่มทุนสามกลุ่มด้านการฉายภาพยนตร์ครอบครองตลาดโรงภาพยนตร์ของไทยถึงร้อยละ 85 ได้แก่ กลุ่มเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ กลุ่มอีจิวี และ กลุ่มเอสเอฟซีเนมาซีดี โดยมีกลุ่มทุนขนาดเล็ก เช่น บริษัทยูเอ็มจี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ และเอเพ็กซ์ซึ่งมีโรงภาพยนตร์สยาม ลีโด สกาลาเป็นทำเลหลัก เป็นกลุ่มอันดับรองลงมา

จนเมื่อ พ.ศ. 2547 อีจิวีเอ็นเตอร์เทนเมนท์ ควบรวมกิจการกับ เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ โดยมีเมเจอร์ฯ ถือหุ้นใหญ่ ทำให้ตลาดโรงภาพยนตร์ของไทยเข้าสู่ยุคกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขันโดยสองกลุ่มทุนสำคัญ คือ บริษัทเอสเอฟซีเนมาซีดี หรือเอสเอฟคอร์ปอเรชั่น ของตระกูลทองร่มโพธิ์ และเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ของตระกูลพลูวรรณลักษณ์ โดยในบทความฉบับนี้จะเรียกว่า “สองเครือใหญ่”

ต่อมาสองกลุ่มทุนสำคัญได้ลงทุนขยายโรงมัลติเพล็กซ์ ทั่วประเทศในทศวรรษ 2550 ทำให้มีจำนวนโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นอย่างมากในประเทศไทย

เอสเอฟฯ เปิดโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์แห่งแรกที่ศูนย์การค้ามาบุญครอง ในเดือนเมษายน พ.ศ.2542 ด้วยแนวคิด “One Floor Entertainment” เป็นศูนย์รวมความบันเทิงครบวงจร ทั้งโรงภาพยนตร์ โบว์ลิง คาราโอเกะ ร้านอาหาร ร้านค้า ต่อมา มีค่ายสหมงคลฟิล์มเข้าร่วมหุ้นใน พ.ศ. 2542 ในขณะที่ วิสา พูลวรรณลักษณ์ แยกตัวจากอีจิวี เปิดบริษัทเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ โดยก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2537 ด้วยแนวคิด “สุดยอดเมืองหนัง และศูนย์รวมความบันเทิงระดับโลก” (World Best Cinema and Entertainment Complex) ที่พัฒนาจากมัลติเพล็กซ์มาเป็น ซีนีเพล็กซ์ และพลิกแนวคิดจากการสร้างโรงภาพยนตร์ในศูนย์การค้ามาเป็น สร้างความบันเทิงทุกรูปแบบภายในเมืองภาพยนตร์และทำให้เป็นแหล่งนัดพบ (ยุทธศักดิ์ ฅณาสวัสดิ์, 2547: 63-64)

วิสา มาจากตระกูลที่ดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์และอสังหาริมทรัพย์ที่ยิ่งใหญ่ของประเทศไทยก่อนแล้ว การขยายธุรกิจโรงภาพยนตร์จึงเป็นไปอย่างก้าวกระโดด โดยวางแผนขยายโรงในเครือไปทั่วประเทศอย่างรวดเร็ว เมเจอร์ฯ มีแผนขยายโรงภาพยนตร์ให้ครบ 1,000 โรงทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2563 และจะขยายเข้าไปสู่ประเทศอาเซียนใน พ.ศ.2567 (ดูตารางที่ 1)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ตารางที่ 1: เป้าหมายการขยายสาขา เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์

เป้าหมายการขยายสาขา เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์	จำนวนสาขา	จำนวนโรง
สิ้นเดือน พ.ย. 2557	75	513
เป้าหมาย ปี 2557	77	520
เป้าหมาย ปี 2558	96	600
เป้าหมาย ปี 2563	-	1,000
เป้าหมายปี 2567	สาขาในทุกจังหวัดทั่วประเทศและทั่วตลาดอาเซียน	

ที่มา: ผู้จัดการ gotomanager 360 (15 ธันวาคม 2014)

ในขณะที่เอสเอฟก็ตั้งเป้าการขยายโรงภาพยนตร์ไปทั่วประเทศ สุวัฒน์ ทองร่วมโพธิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทเอสเอฟฯ ให้สัมภาษณ์ถึงกลยุทธ์การขยายโรงหนังว่า

“สร้างให้มันเกิดพฤติกรรมหรือ lifestyle อย่างนี้ต่อเนื่องไป ต้องบอกว่าโรงหนังเป็น lifestyle ยุคนี้เราอาจจะดูหนังมือถือก็ได้ ดูในทีวีก็ได้ ดูหนังโรงก็ได้ หนังเรื่องเดียวกัน แต่อรรถรสต่างกัน ดูหนัง ดูอยู่บ้าน ดูในมือถือ ก็กับดูในโรงก็ต่างกันอีก เราต้องบอกลูกค้าว่าโรงหนังเป็น hang out place โรงหนังให้ experience ในแง่ของภาพและเสียงที่สมบูรณ์แบบ แก้อาชีพที่แสนสบาย” (สัมภาษณ์สุวัฒน์ ทองร่วมโพธิ์ 20 เมษายน 2560)

ผลกระทบของการผูกขาด

ในปี พ.ศ. 2560 สองกลุ่มทุน คือ เอสเอฟ และ เมเจอร์ สามารถครอบครองตลาดโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเกือบทั้งหมด โดยเมเจอรัยยังคงครองสัดส่วนสูงสุด รวบรวมร้อยละ 65 เอสเอฟ ครองสัดส่วนราวร้อยละ 32 ที่เหลืออีกราวร้อยละ 4 เป็นผู้ประกอบการรายย่อย และ โรงภาพยนตร์ต่างจังหวัด (Editor, 11 เมษายน 2018) จากตารางที่ 2 นับว่าเป็นปรากฏการณ์สำคัญของสังคมไทยและส่งผลกระทบต่อธุรกิจภาพยนตร์ไทยอีกหลายประการตามมา

	เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์	เอสเอฟ ซีเนม่า
สาขารวม	89 สาขา	47 สาขา
การขยายสาขา	23 สาขา (กทม. 3 สาขา และต่างจังหวัด 20 สาขา)	5 (กทม. 1 สาขา และต่างจังหวัด 4 สาขา)
จำนวนโรงภาพยนตร์	601 โรงภาพยนตร์	316 โรงภาพยนตร์
งบลงทุนปี 2559	1,000 ล้านบาท	600 ล้านบาท
รายได้ปี 2559	6,000 ล้านบาท	4,000 ล้านบาท
ตั้งเป้ารายได้ปี 2559	6,600 ล้านบาท	5,000 ล้านบาท
สัดส่วนรายได้	68% ตัวภาพยนตร์ 32% อาหารเครื่องดื่มและโฆษณา	65% ตัวภาพยนตร์ 35% อาหารเครื่องดื่มและโฆษณา

ที่มา: Positioning (17 กุมภาพันธ์ 2016)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ปรากฏการณ์เช่นนี้ส่งผลสะท้อนอย่างหนักต่อธุรกิจสายหนึ่ง โรงภาพยนตร์อิสระ และโรงภาพยนตร์ต่างจังหวัด เพราะเมื่อเอสเอฟฯ และ เมเจอร์ฯ ขยายการสร้างโรงหนังอันทันสมัยไปที่จังหวัดใดก็มักจะได้รับ ความนิยมอย่างสูงจากคนดู ยิ่งเข้าไปสร้างในห้างสรรพสินค้าด้วยแล้ว ยิ่งตรงกับวิถีการใช้ชีวิตของสังคมไทย ที่กระทำเกือบทุกกิจกรรมในห้างสรรพสินค้า ตั้งแต่ธุรกิจไปถึงสันตนาการ เช่น ทานอาหาร ช้อปปิ้ง และรับ สิ่งบันเทิง

จากข้อมูลการสัมภาษณ์สายหนึ่ง ต่างให้ความเห็นว่า การขยายตัวอย่างมากของโรงภาพยนตร์จากทุน ส่วนกลาง ส่งผลให้โรงภาพยนตร์อิสระจำนวนมากในท้องถิ่นต้องปิดตัวลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงภาพยนตร์ สแตนดอลอน (stand alone) ที่ไม่ได้อยู่ในห้างสรรพสินค้า ถูกทุบทิ้งเป็นจำนวนมาก สายหนึ่งทุกภาคต้อง ปรับตัวอย่างหนักเพราะกิจการด้านการฉาย ซึ่งเป็นหนึ่งในวงจรธุรกิจภาพยนตร์ได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากวัฒนธรรมการดูหนังได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว (สัมภาษณ์สุรัชย์ เจียมรัตตัญญู, 16 มกราคม 2560 และ ชัยยงค์ มั่นฤทัย, 28 ตุลาคม 2561)

การดูหนังในยุคนี้ คือการแสดงตัวตนไปพร้อมกับการเสพความสนุกสนาน และ การมีปฏิสัมพันธ์ทาง สังคมกับเพื่อน ครอบครัว แฟน คู่ค้าธุรกิจ และ คนอื่นๆ ความทันสมัยของโรงภาพยนตร์ที่ทุ่มงบประมาณ อย่างสูงได้เปรียบอย่างมากทั้งทำเลที่ตั้งของห้างสรรพสินค้า โรงหนังของบริษัทใดที่มีความใหม่ทันสมัยของ แก้วจอ ระบบเสียง และเพิ่มความสนุกสนานจากสิ่งบันเทิงอื่นๆ เช่น โบว์ลิง ตู้เกมส์ และ คาราโอเกะ ก็มี แนวโน้มจะชนะโรงหนังอื่น ๆ ในจังหวัดได้ เป็นต้น (สัมภาษณ์สุรัชย์ เจียมรัตตัญญู, 16 มกราคม 2560)

โรงหนังท้องถิ่นที่เป็นลักษณะสแตนดอลอน หรือเป็นโรงหนังเก่าในห้างจึงยุติกิจการ รวมทั้งโรงหนังอิสระ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ไม่ได้อยู่ในสองเครือใหญ่อีกด้วย ปัจจุบันโรงหนังเหล่านี้เหลือจำนวนน้อยมาก เฉพาะในกรุงเทพฯ ได้แก่ สกาลา ลิโต้ และ HOUSE สามย่าน คิดเป็นสัดส่วนทั่วประเทศแล้วโรงหนังอิสระ เหล่านี้มีเพียงร้อยละ 4 ทั่วประเทศ (Editor, 11 เมษายน 2018)

ธุรกิจโรงหนังโต ธุรกิจหนังไทยหด

การที่สภาพตลาดของผู้ประกอบการโรงหนังในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยสองเครือใหญ่ นอกจากจะทำให้มีสภาพกึ่งผูกขาดกึ่งแข่งขัน และส่งผลกระทบต่อโรงภาพยนตร์อิสระทั่วประเทศแล้ว ปรากฏว่ายังได้ส่งผลกระทบต่อ ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอย่างหนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตอิสระและค่ายหนังขนาดเล็ก เนื่องจากไม่มีอำนาจต่อรองให้หนังได้เข้าฉายได้นานพอที่จะเก็บเงินทำกำไรได้ และในหลายกรณีคือ ประสบภาวะขาดทุนจากการนำหนังอิสระเข้าฉายในโรงเพราะไม่สามารถแข่งขันกับหนังฮอลลีวูดได้

จำนวนโรงภาพยนตร์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน พ.ศ. 2557- 2559 มีสัดส่วนการฉาย ภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทยในอัตราส่วนราว 4:1 (ตารางที่ 4) โดยใน พ.ศ.2557 มีจำนวน หนังไทยออกฉาย 60 เรื่อง รายได้ทั้งหมด 1,026 ล้านบาท ในขณะที่หนังต่างประเทศ 135 เรื่อง มีรายได้ 3,314 ล้านบาท จากนั้นตัวเลขรายได้หนังไทยได้ลดลงทุกปี จน พ.ศ.2559 พบว่า มีการสร้างหนังไทยเหลือ เพียง 38 เรื่อง เก็บรายได้ทั้งหมดได้เพียง 565 ล้านบาท ในขณะที่หนังต่างประเทศออกฉายในโรงหนังของ ไทยเพิ่มขึ้นเป็น 245 เรื่อง มีรายได้ในประเทศไทยทั้งสิ้น 4,127 ล้านบาท

จำนวนการสร้างภาพยนตร์ไทยที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจการสร้างภาพยนตร์ไทยใน ปลายทศวรรษ 2550 เต็มไปด้วยปัญหาและไม่ได้รับความนิยมจากคนดูในประเทศ แต่ภาพยนตร์ฮอลลีวูด กลับมียอดรายได้สูงมาก ซึ่งเป็นปัญหาซ้ำซากที่ปรากฏในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจภาพยนตร์ไทยหลายครั้ง แต่ครั้งนี้เป็นครั้งที่รุนแรงมาก

ตารางที่ 4 สัดส่วนภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่ฉายระหว่าง พ.ศ. 2557- พ.ศ. 2559

ปี	สัดส่วนภาพยนตร์ไทย			สัดส่วนภาพยนตร์ต่างประเทศ		
	จำนวนเรื่อง	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวนเรื่อง	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
2557	60	1,026	22	135	3,314	78
2558	60	684	18	179	3,675	82
2559	38	565	13	245	4,127	87
รวม 3 ปี	158	2,275	17.2	559	10,936	82.7

ที่มา: ประชาไท (12 มกราคม 2560)

พบประวัติศาสตร์ซ้ำรอย

เมื่อสืบค้นย้อนหลังเกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ไทยในอดีต พบว่า ตลอด 120 ปีที่ผ่านมา ภาพยนตร์ไทยประสบภาวะยากลำบากหลายครั้ง อันเนื่องมาจากปัญหาหลายประการ หนึ่งในนั้นคือ การที่หนังไทยไม่ได้รับความนิยมในตลาดภายในประเทศ เมื่อเทียบสัดส่วนกับหนังต่างประเทศ

สถานการณ์ของธุรกิจภาพยนตร์ไทย เมื่อย้อนไปช่วงราวทศวรรษ 2510 หรือกว่า 60 ปีก่อน การที่ไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 ราวทศวรรษ 2500 ส่งผลให้เกิดการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมาก และส่งผลให้กิจการภาพยนตร์ไทยเติบโตตามมาด้วย ในยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ภาพยนตร์ไทยได้ขยายไปสู่ภูมิภาคชนบทมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยเริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (2501-2506) ทำให้ธุรกิจการสร้างและฉายภาพยนตร์ไทยเติบโตอย่างมาก (สมชาย ศรีรักษ์, 2548: 10)

ในรายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ, 2515 หน้า 17) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2470 สยามมีโรงภาพยนตร์ราว 10 กว่าแห่ง เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2510 ปรากฏว่ามีจำนวนโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งและชั้นสองเพิ่มขึ้นเป็น 250 โรง แบ่งเป็นจังหวัดพระนครและธนบุรีประมาณ 60 โรง (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ, 2515: 3)

อย่างไรก็ตาม ดูจากภาพรวมแล้วแม้ว่าโรงภาพยนตร์จะขยายกิจการไปทั่วประเทศ แต่จำนวนภาพยนตร์ไทยที่ออกฉายกลับน้อยมาก ในรายงานดังกล่าว ระบุว่า โรงภาพยนตร์ในยุคสมัยนั้น (รายงานดังกล่าวทำการศึกษาใน พ.ศ.2513 สภาพปัญหาที่พบน่าจะครอบคลุมตั้งแต่ก่อนทศวรรษ 2510 มาจนถึงปลายทศวรรษ 2510) จะแบ่งเป็นโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง และ ชั้นสาม นอกจากนี้ยังแยกโรงสำหรับฉายภาพยนตร์ฝรั่ง ฉายภาพยนตร์ไทย และ ฉายภาพยนตร์จีน อินเดีย และ ญี่ปุ่น

ในจำนวนโรงภาพยนตร์ในเขตพระนครและธนบุรี จำนวน 60 โรงนั้น แบ่งเป็นเฉพาะในพระนคร 30 โรง ในจำนวน 30 โรงนี้ ปรากฏว่าฉายภาพยนตร์ฝรั่ง 12 โรง ฉายภาพยนตร์ไทย 4 โรง ที่เหลืออีกราว 14 โรงฉายภาพยนตร์จีน อินเดีย และ ญี่ปุ่น” (ดูตารางที่ 5) แสดงให้เห็นว่า ความนิยมของภาพยนตร์ไทยนั้นน้อยกว่าภาพยนตร์ฝรั่งอยู่มาก (รายงานกรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ, 2515: 3)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ตารางที่ 5 ตารางโรงภาพยนตร์ในพระนครช่วงทศวรรษ 2510

ประเภทของภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์ในพระนคร	จำนวนโรง
จีน อินเดีย ญี่ปุ่น	14
ฝรั่ง	12
ไทย	4
รวม	30

ที่มา: กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ (2515: 4)

เมื่อหักค่าอากรมหรสพและภาษีเทศบาลแล้ว รายได้ของผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศมีราว 500 ล้านบาท แบ่งเป็นเฉพาะโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่งในพระนครที่ฉายภาพยนตร์ฝรั่งราว 86 ล้านบาท ภาพยนตร์จีน อินเดีย และญี่ปุ่น รวมกันราว 80 ล้านบาท และฉายภาพยนตร์ไทยได้ราว 27 ล้านบาท รวมเฉพาะพระนคร 190 ล้านบาทเศษ สำหรับโรงภาพยนตร์ตีในภูมิภาค มีรายได้รวมประมาณ 300 ล้านบาทเศษ แบ่งเป็นรายได้จากการฉายภาพยนตร์ฝรั่ง 130 ล้านบาท ภาพยนตร์จีน อินเดีย และญี่ปุ่น รวมกันราว 120 ล้านบาท และภาพยนตร์ไทยได้เพียง 55 ล้านบาท (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6: รายได้ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศช่วงทศวรรษ 2510

ประเภทภาพยนตร์ที่ฉาย	เฉพาะเขตพระนคร	เฉพาะเขตภูมิภาค	รวม
รายได้โรงภาพยนตร์			
ฝรั่ง	86	130	216
จีน อินเดีย ญี่ปุ่น	80	120	200
ไทย	27	55	82
รวม	193	305	498

ที่มา: กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ (2515: 4)

ดังนั้น จะเห็นว่ารายได้ของโรงภาพยนตร์จากการฉายภาพยนตร์ฝรั่งสูงถึง ร้อยละ 44 รองลงมาคือ ภาพยนตร์จีน อินเดีย ญี่ปุ่น ร้อยละ 40 และสุดท้ายคือภาพยนตร์ไทยร้อยละ 16 เท่านั้น (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ, 2515 หน้า 4)

เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จึงเชื่อว่า ตลาดหรือผู้บริโภคนิยมดูภาพยนตร์ฝรั่งมากกว่า จึงเปิดทางให้ฉายภาพยนตร์ฝรั่งมากกว่าภาพยนตร์ไทย ประกอบกับในด้านเทคโนโลยีการถ่ายทำแล้ว ภาพยนตร์ต่างประเทศทั้งฝรั่ง จีน อินเดีย ต่างเป็นภาพยนตร์ 35 ม.ม. แต่ภาพยนตร์ไทยผลิตด้วยระบบ 16 ม.ม. ซึ่งผู้บริโภคอาจจะเห็นว่าด้อยกว่ามาตรฐานการผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศ จึงไม่นิยมมากนัก

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

นอกจากนี้ ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2510 ภาพยนตร์จีนได้เข้ามาฉายอย่างแพร่หลายมากในประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับของคนไทยในขณะนั้นอย่างสูง ทำให้โรงภาพยนตร์บางแห่งเปิดให้ฉายภาพยนตร์จีนแทนที่ภาพยนตร์ไทย ตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์จีนในภูมิภาคหลายจังหวัดได้เช่าหรือซื้อโรงภาพยนตร์ ทำให้พื้นที่การฉายภาพยนตร์ไทยน้อยลงอีกด้วย (กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ, 2515: 97-98)

จากหลักฐานดังกล่าว ส่วนหนึ่งก็สะท้อนถึงรสนิยมของตลาดที่ปฏิเสธไม่ได้ว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดครองใจคนไทยมานาน สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากนี้ ก็เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันดังที่นำเสนอข้อมูลไปข้างต้น ส่งผลให้ผู้ผลิตหนังไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตอิสระยิ่งถูกเบียดออกจากระบบการฉายในโรงภาพยนตร์มากขึ้น เพราะหนังอิสระถูกคาดการณ์ว่าจะไม่ทำเงินในการฉายเท่าหนังไทยจากค่ายใหญ่และหนังฮอลลีวูด ซึ่งในสภาวะที่โรงภาพยนตร์ถูกผูกขาดโดยสองเครือใหญ่ โรงก็ยิ่งแข่งขันกันอย่างสูงด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ รวมทั้งสรรหาภาพยนตร์ที่สามารถครองใจคนดูส่วนใหญ่ไว้ได้ ส่วนภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มเฉพาะกลุ่มหรือไม่มีฟอร์มใหญ่ เช่น ภาพยนตร์ศิลปะ ภาพยนตร์นอกกระแส ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์ไทยจากผู้ผลิตรุ่นใหม่และรายเล็ก ไม่ได้ถือว่าเป็น “สินค้า” ที่จะดึงดูดตลาดคนดูได้

ที่สำคัญคือ การที่ภาพยนตร์ไทยได้รับความนิยมน้อยกว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดในสัดส่วนที่ห่างกันมาก ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยถูกวางในพื้นที่ฉายในสัดส่วนที่น้อยมากและ หลายเรื่องได้ฉายในโรงภาพยนตร์เป็นระยะเวลาที่สั้นมาก กลายเป็นปัญหาทำให้สังคมไทยขาดแคลนภาพยนตร์ที่แปลกใหม่และหลากหลาย ซึ่งเป็นปัญหาที่สะสมซ้ำซากมาตั้งแต่ในอดีต

ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการคือ จากหลักฐานดังกล่าวบ่งชี้ว่า ในอดีตนั้น นอกจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดแล้ว คนไทยมีโอกาสดูหนังหลากหลายจากหลายประเทศ ซึ่งต่างจากในปัจจุบันที่มีเพียงหนังไม่กี่ประเภทจากฮอลลีวูดและหนังไทยเท่านั้น

ข้อเรียกร้องจากเครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์

เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2560 เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ ได้ออกมาเรียกร้องให้ช่วยเหลือผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคที่ตกต่ำที่สุด เมื่อวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2560 โดยระบุในข้อเรียกร้องส่วนหนึ่งว่า ปฏิเสธไม่ได้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาพยนตร์ไทยในขณะนี้ มีความเกี่ยวข้องกับโรงภาพยนตร์โดยตรง กล่าวคือ โรงภาพยนตร์ไทยในประเทศไทยเกือบทั้งหมดเป็นระบบมัลติเพล็กซ์ ครอบคลุมจอฉายจำนวนมาก และอยู่ภายใต้การดำเนินงานของเครือใหญ่เพียงสองเครือ ส่งผลให้มีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกและจัดฉายภาพยนตร์ในทุกช่วงเวลา เราจึงได้เห็นปรากฏการณ์ที่โรงภาพยนตร์โดยมากทั่วประเทศ จัดฉายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ (Block Buster) จากฮอลลีวูด ในเวลาพร้อมๆ กัน และเหลือพื้นที่ให้แก่ ภาพยนตร์ไทยและ ภาพยนตร์ประเทศอื่นๆ เพียงเล็กน้อย ซึ่งแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจของภาพยนตร์เหล่านั้นอย่างร้ายแรง...” (ประชาไท, 12 มกราคม 2560)

ข้อเรียกร้องนี้ มีข้อเสนอถึง สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติเพื่อการแก้ไขวิกฤติวงการภาพยนตร์ไทยอย่างเร่งด่วนที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาระสำคัญเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ที่ระบุให้กำหนดสัดส่วนโรงฉายภาพยนตร์ไทยไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนจอทั้งหมดของเครือภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังเรียกร้องให้ยกเลิกค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนเครื่องฉายจากระบบฟิล์มเป็นดิจิทัลหรือ ค่า VPF โดยมีข้อเสนอสำคัญส่วนหนึ่งดังต่อไปนี้

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

“ข้อ 1.1 กำหนดสัดส่วนการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ ในพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2551 มาตรา 9 (5) ได้กล่าวถึงอำนาจหน้าที่คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติไว้ว่า ออกประกาศกำหนดสัดส่วนระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะนำออกฉายในโรงภาพยนตร์ ตาม (1) บทของนิยามคำว่าโรงภาพยนตร์ ในมาตรา 4 แต่ที่ผ่านมา มาตราดังกล่าวนี้ได้ถูกละเลยปฏิบัติมา โดยตลอด เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ จึงขอเรียกร้องให้มีการกำหนดสัดส่วนการฉายภาพยนตร์ ในโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ เพื่อสร้างสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เป็นธรรมต่อผู้สร้างทั้งหลาย โดย กำหนดให้โรงภาพยนตร์ทุกเครือในประเทศไทยต้องจัดสัดส่วนการฉายของภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่เกิน 20% ของจำนวนจอทั้งหมดของเครือนั้น (ยกตัวอย่างเช่น โรงภาพยนตร์เครือ A มีจอฉายทั้งหมด 100 จอ จะต้อง จัดฉายภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่เกิน 20 จอต่อเรื่อง ตลอดระยะเวลาการฉาย)

ข้อ 1.2 กำหนดจำนวนรอบและระยะเวลาการฉายในประเทศไทย เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ เรียกร้องให้โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ ต้องวางโปรแกรมฉายให้แก่ภาพยนตร์ไทยทุกเรื่องเป็นระยะเวลาอย่างน้อยที่สุดสองสัปดาห์เต็ม นับแต่วันที่เริ่มฉายภาพยนตร์ตามปกติ ไม่นับรวมระยะเวลาการทดลองฉาย หรือที่ เรียกว่าระบบ Sneak Peek และในการฉายโปรแกรมปกตินั้นต้องให้รอบการฉายวันละห้ารอบเป็นอย่างน้อย ตลอดระยะเวลาสองสัปดาห์ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้ภาพยนตร์ไทยได้มีโอกาสสร้างรายได้ตอบแทนทันเวลา และได้มีเวลาบ่มเพาะกลุ่มผู้ชมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ข้อ 1.3 ยกเลิกค่าธรรมเนียมการฉายดิจิทัลหรือ VPF และ/หรือ ค่าธรรมเนียม ค่าใช้คืนใดที่เกี่ยวข้องกับการฉายภาพยนตร์ทั้งหมดของภาพยนตร์ทุกเรื่อง ค่า VPF เป็นค่าชดเชยการลงทุนเปลี่ยนเครื่องฉายที่ โรงภาพยนตร์โยนภาระให้แก่ผู้สร้างภาพยนตร์มาเป็นเวลานาน ปัจจุบันได้เริ่มมีการยกเลิกการเก็บจากผู้ จัดจำหน่ายภาพยนตร์จากต่างประเทศแล้ว แต่บริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ระดับรองและภาพยนตร์ไทย กลับยังถูกเรียกเก็บอยู่ ทั้งๆ ที่ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่สมควรเก็บในทุกกรณี เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ จึงเรียกร้องให้โรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ยกเลิกการเก็บค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับระบบฉายภาพยนตร์ต่างๆ ไม่ว่าจะถูกเรียกด้วยชื่อใดจากผู้จัดจำหน่ายทุกรายและกับภาพยนตร์ทั้งหมดโดยทันที

ข้อ 1.4 แก้ไขระบบผูกขาดในระบบธุรกิจโรงภาพยนตร์ นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่ในประเทศไทย จะอยู่ภายใต้การบริหารในเครือใหญ่เพียงสองเครือแล้ว ไทยยังมีระบบ สายหนัง ซึ่งควบคุมการจัดจำหน่าย ในพื้นที่ภูมิภาคนอกกรุงเทพ และ ปริมณฑล ผลที่เกิดขึ้นคือ การที่โรงภาพยนตร์มีแต่ภาพยนตร์ที่ถูกเลือก เข้าฉายด้วยทัศนคติและมุมมองอันจำกัดของเจ้าของโรงและสายหนัง ผู้ชมถูกทำให้อยู่ในฐานะผู้บริโภคที่ ไม่มีทางเลือกอันหลากหลายอย่างแท้จริง ยังไม่นับรวมถึงการผูกขาดที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคส่วนอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การกำหนดราคาบัตรของโรงภาพยนตร์ที่สูงขึ้นทุกขณะ ราคาสินค้าอาหารที่สูงขึ้นทุกขณะ การจัดกิจกรรมเสริมของโรงภาพยนตร์ในลักษณะของการค้า เช่น การทำบัตรสมาชิก บัตรลดราคา ซึ่งเต็ม ไปด้วยรายละเอียดที่ผู้บริโภคไม่อาจรู้เท่าทัน สภาพการผูกขาดทั้งหมดนี้กำลังทำลายตลาดและวัฒนธรรม ของการชมภาพยนตร์ของประเทศไทยอย่างรวดเร็ว เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ จึงเรียกร้องให้ คณะกรรมการการแข่งขันการค้าผู้มีอำนาจตามพระราชบัญญัติการค้า พ.ศ. 2542 เข้ามากำกับดูแลให้การ แข่งขันของธุรกิจโรงภาพยนตร์ให้ดำเนินไปอย่างเป็นธรรมทั้งระบบ เพื่อประโยชน์ของผู้สร้างและผู้ชมภาพยนตร์ โดยตรง” (ประชาไท, 12 มกราคม 2560)

นอกจากนี้ เครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ยังเรียกร้องให้สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติมี บทบาทผลักดันในการก่อตั้ง กองทุนส่งเสริมผู้สร้างภาพยนตร์ไทย เพื่อพัฒนาผู้สร้างภาพยนตร์ไทยและคน ดูไปพร้อมกัน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ช่องว่างระหว่างปัญหาจริงและตัวเลขในมือรัฐ

ก่อนหน้าจะมีข้อเรียกร้องดังกล่าวของเครือข่ายฯ ทางสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ได้รวบรวมตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ติดต่อกันหลายปี โดยเริ่มในปี พ.ศ. 2552 พบว่า อุตสาหกรรมรวมทั้งระบบของภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีมูลค่าราว 56,168 ล้านบาท แยกเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 26,184 ล้านบาท แอนิเมชันและเกม ราว 30,000 ล้านบาท

ปี พ.ศ.2554 มูลค่ารวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 77,512 ล้านบาท แยกเป็นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 26,993 ล้านบาท แอนิเมชัน 5,623 ล้านบาท เพลง/คาราโอเกะ 12,397 ล้านบาท และอุตสาหกรรมเกม 32,499 ล้านบาท

ปี พ.ศ.2557 มูลค่ารายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 57,700 ล้านบาท (เฉพาะธุรกิจทั่วไป ไม่รวมตัวเลขรายได้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และอุตสาหกรรมดนตรี) มูลค่ารายได้ของเกมออนไลน์ ธุรกิจเพลง ภาพยนตร์ออนไลน์ บันเทิงอื่นๆ การศึกษาในรูปแบบ E-book แอปพลิเคชันอื่นๆ อยู่ที่ราว 342,300 ล้านบาท รวมมูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งหมด ใน พ.ศ.2557 มีมูลค่าราว 400,000 ล้านบาท (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559: 6-7)

จะเห็นว่าตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (ไม่รวมรายได้โทรทัศน์ เกม เพลง และ อื่นๆ) เติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งสวนทางกับปัญหาที่กลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์นำเสนอและยื่นข้อเรียกร้องต่อสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติเมื่อเดือนมกราคม 2560 และสวนทางกับจำนวนภาพยนตร์ไทยที่ลดน้อยลงทุกปี นับจากปี พ.ศ.2557 อย่างไรก็ดีตาม คาดว่าตัวเลขดังกล่าวได้รวมรายได้ของภาพยนต์ต่างประเทศและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพยนต์ต่างประเทศ รวมทั้งซีรีส์ต่างประเทศไว้ด้วย

จากการวิเคราะห์ พบว่า จากข้อเรียกร้องของกลุ่มเครือข่ายฯ และสถิติรายได้ของหนังไทยดังที่แสดงไปแล้วข้างต้น จะเห็นสภาพปัญหาในปลายทศวรรษ 2550 ที่แสดงถึง ยอดรายได้ที่ตกต่ำของภาพยนตร์ไทย แต่ตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโดยรวมที่รวบรวมโดยสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติกลับสูงอย่างก้าวกระโดด และเป็นตัวเลขที่ได้ถูกนำเสนอต่อรัฐบาลในเวลานั้น

เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงเกิดช่องว่างระหว่าง “ปัญหาของผู้ประกอบการวิชาชีพจริง และ ข้อมูลที่มีอยู่ในมือของรัฐ” ประเด็นที่รัฐและสถาบันการศึกษาน่าจะศึกษาและค้นคว้ามากยิ่งขึ้นก็คือ หากยืนยันว่าตัวเลขมูลค่าเศรษฐกิจของภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยรวมเติบโตสูงเช่นนี้แล้ว รัฐและสมาพันธ์ฯ รวมทั้งสถาบันการศึกษาคควรศึกษาวิจัยว่า

- รายได้จำนวนนี้ไปตกอยู่ที่กลุ่มใดมากที่สุดและน้อยที่สุด
- ผู้ใดได้รับประโยชน์จากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดนี้ในสัดส่วนเท่าใดบ้าง
- ทำไมยังมีกลุ่มผู้ประกอบการภาพยนต์อีกจำนวนมากที่เผชิญกับปัญหาการตกต่ำของรายได้อย่างต่อเนื่อง

- ตัวเลขรายได้ที่สูงเช่นนี้ สะท้อนถึงการประสบความสำเร็จของธุรกิจภาพยนตร์ไทยจริงหรือไม่

ข้อนำสังเกตอีกประการคือ กลุ่มผู้เรียกร้องนั้น เป็นกลุ่มวิชาชีพขนาดเล็กที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ เช่น ผู้จัดจำหน่ายภาพยนต์อิสระ หรือเป็นผู้กำกับอิสระที่สร้างภาพยนต์โดยไม่พึ่งพิงทุนจากค่ายภาพยนต์ขนาดใหญ่ เมื่อเป็นเช่นนี้ ยิ่งควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมว่า ระบบธุรกิจภาพยนต์ไทย ทัศนคติของสังคมและคนดู รวมทั้งกฎหมายต่าง ๆ สนับสนุนให้มีการผูกขาด หรือ การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมมากน้อยแค่ไหน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ทั้งนี้เพราะ ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระ ผู้ผลิตภาพยนตร์รายย่อย ผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์รายย่อย ต่างก็สร้างคุณูปการอย่างยิ่งในการสร้าง นำเข้า และเผยแพร่ภาพยนตร์อันทรงคุณค่าที่หาชมได้ยากในสังคมไทย

แผนยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ของรัฐ

หลังการประกาศใช้ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ.2551 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบ “ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย” มาแล้ว 2 ครั้ง ได้แก่ ระยะเวลาที่ 1 พ.ศ. (2552-2554) และ ระยะเวลาที่ 2 พ.ศ. (2555-2559) และมาถึงระยะเวลาที่ 3 (พ.ศ.2560-2564) ที่ได้หยิบยกตัวเลขรายได้ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ข้างต้น มาเป็นหลักฐานการจัดทำยุทธศาสตร์ปัจจุบัน

ในเอกสารแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะเวลาที่ 3 (พ.ศ.2560-2564) ได้อ้างว่า “หน่วยงานของรัฐ ตลอดจนภาคเอกชน สมาคม มูลนิธิที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันดำเนินงานเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 1 และ ระยะเวลาที่ 2 ผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก” (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559ฯ 6) โดยเอกสารดังกล่าวอ้างตัวเลขที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยสรุปดังตารางที่ 7 ซึ่งนับว่าเป็นตัวเลขที่ก้าวกระโดดดังที่อภิปรายไปแล้ว

ตารางที่ 7 แสดงมูลค่ารายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย

มูลค่าทางเศรษฐกิจ/ปี	อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (ล้านบาท)	อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยรวม (รวมเกม เพลง โทรทัศน์) (ล้านบาท)
พ.ศ.2552	26,184	56,168
พ.ศ.2554	26,993	77,512
พ.ศ.2557	57,700	400,000 (รวมสื่อออนไลน์ ธุรกิจเพลง เกม E-book และ ภาพยนตร์ออนไลน์)

ที่มา: กระทรวงวัฒนธรรม (2559:6-7) รวบรวมจากงานวิจัยสมาคมพันธมิตรแห่งชาติร่วมกับ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยสยาม

จากผลการศึกษา พบประเด็นสำคัญก็คือ ตัวเลขมูลค่าทางเศรษฐกิจที่กระทรวงวัฒนธรรมนำเสนอในยุทธศาสตร์ฯ ระยะเวลาที่ 3 ดังที่ตารางแสดง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2559: 6-7) แสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่ปรากฏว่าเป็นข้อมูลที่สวนทางกับปัญหาและข้อเรียกร้องของกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพภาพยนตร์ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ.2560 ที่ระบุถึงวิกฤตของภาพยนตร์ไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งปีที่ทำการสำรวจดังกล่าว

สรุปและข้อเสนอต่อรัฐและสังคมไทย

จะเห็นว่าตลอด 120 ปีที่ผ่านมา ปัญหาหลายประการของธุรกิจภาพยนตร์ไทยยังคงดำรงอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่ธุรกิจภาพยนตร์ไทยไม่เติบโตเท่าที่ควร หรือเติบโตเฉพาะกลุ่มทุนใหญ่ (เช่นค่ายภาพยนตร์ที่มีทุนสูงอยู่แล้ว) จากหลักฐานในอดีตจะเห็นว่า ทักษะที่ผ่านมาของรัฐมุ่งส่งเสริมธุรกิจรายใหญ่และละเลยการพัฒนาศิลปินรุ่นใหม่และผู้สร้างหนังอิสระ เนื่องจากมองภาพยนตร์ด้วยสถานภาพของ “เครื่องมือทางการค้า” จึงปล่อยให้ธุรกิจภาพยนตร์เป็นไปตามกลไกตลาดเสรี

ด้วยทักษะที่มีเช่นนี้ เมื่อเกิดการผูกขาดระบบการฉายหนังของทุนใหญ่ จึงส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระ และผู้จัดจำหน่ายขนาดเล็กประสบภาวะขาดทุนและยากลำบากในการทำธุรกิจ ยิ่งข้อค้นพบหลังทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา พบว่า สองกลุ่มทุนขนาดใหญ่ได้กุมตลาดโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์จนกลายเป็นตลาดกึ่งผูกขาด กึ่งแข่งขัน ทำให้หนังไทยอิสระ หรือหนังไทยที่ไม่ทำรายได้ตามที่โรงกำหนดแทบจะไม่มีพื้นที่ฉายอีกต่อไป

แม้ว่าจะมีความเปลี่ยนแปลงที่น่าชื่นชม คือ การดำเนินการสำรวจมูลค่ารายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยหลายหน่วยงานร่วมกับสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ในช่วงทศวรรษ 2550 รวมทั้งการที่กระทรวงวัฒนธรรมได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ต่อเนื่องมาจนถึงระยะที่ 3 แล้ว แต่การเติบโตของธุรกิจภาพยนตร์ไทยก็เป็นไปอย่างกระจุกตัวอย่างมาก จากข้อมูลและหลักฐานในอดีตถึงปัจจุบัน จึงนำมาสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายของรัฐ และข้อเสนอต่องานศึกษาวิจัยที่สังคมไทยควรดำเนินการอย่างจริงจัง ดังนี้

ข้อเสนอต่อรัฐ

1. รัฐไทย โดยกระทรวงวัฒนธรรมควรตั้งข้อสังเกต และนำผลการสำรวจของสมาพันธ์ฯ มาใช้ภายใต้ทักษะที่ค้ำประกันถึง การกระจายโอกาสและรายได้ให้กับผู้ผลิตอิสระ และผู้จัดจำหน่ายรายย่อยที่สร้างคุณภาพให้สังคมไทย รวมทั้งสร้างโอกาสให้คนดูได้เรียนรู้ดูหนังอย่างหลากหลาย เพื่อที่สังคมไทยจะได้พัฒนาศักยภาพด้านศิลปะ ปัญญา และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไปพร้อมกัน ทั้งนี้เพื่อให้ศิลปินที่มีศักยภาพ และคนรุ่นใหม่ที่มีพลังและแนวคิดใหม่ๆ ได้เติบโตขึ้นในธุรกิจภาพยนตร์และมีโอกาสสร้างและจัดแสดงผลงานสร้างสรรค์แก่สังคมไทยต่อไป

2. วิสัยทัศน์ที่รัฐและสังคมไทยควรมุ่งเป้าให้ชัดเจนคือ การพัฒนาวงการภาพยนตร์ไทย ต้องมีเป้าหมายเพื่อยกระดับสังคมโดยรวม โดยสนับสนุนการกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจแก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระ กลุ่มจัดจำหน่ายหนังอิสระขนาดย่อย รวมทั้งพัฒนากลุ่มคนดูทั่วประเทศให้มีโอกาสได้ดูภาพยนตร์ชั้นดีหลากหลายมากขึ้นด้วย

3. ควรมีกระบวนการจัดสรรงบประมาณและหน่วยงานที่ดำเนินการให้ “ทุกกลุ่ม” ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต จัดจำหน่ายและเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยมี “ความเท่าเทียม” ที่จะได้รับโอกาสและทุนในการส่งเสริมพัฒนา โดยไม่มุ่งเน้นความสำเร็จด้านรายได้เป็นอันดับหนึ่ง แต่มุ่งเน้นการพัฒนาและเติบโตของสังคม

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ข้อเสนอต่องานศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ข้อมูลตัวเลขมูลค่ารายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่อยู่ในแผนยุทธศาสตร์ฯ นั้น เป็นภาพความจริงในระดับใด หากข้อมูลที่ได้มานั้นสะท้อนความเป็นจริงแล้ว ประเด็นที่สำคัญยิ่งก็คือ ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมว่า ตัวเลขรายได้ที่สูงนับหมื่นล้านบาทนั้นไปตกอยู่ที่กลุ่มใดมากที่สุด เพราะเหตุใดกลุ่มเหล่านั้นจึงมีรายได้สูงเช่นนั้น การผูกขาดที่เกิดขึ้นดำเนินไปด้วยกลไกอะไร

2. ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมว่า มีการผูกขาดหรือช่องว่างทางกฎหมายใดหรือไม่ที่ทำให้เป็นเช่นนั้น

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมว่า “มีกระบวนการ” อื่นใดที่รัฐและหน่วยงานเอกชนอื่นๆ พยายามช่วยเหลือกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงหนังขนาดเล็ก โรงหนังชุมชน กลุ่มศึกษาวิจัยย่อย กลุ่มที่มีความสามารถพิเศษด้านดิจิทัลที่มีทักษะและทุนการดำเนินการน้อยหรือไม่

4. ควรศึกษาเพิ่มเติมว่า มูลค่ารายได้ที่สูงมากในแต่ละปีได้ถูกแปรเปลี่ยนมาสร้างคุณค่าต่อสังคมในการพัฒนาการศึกษาเรียนรู้และศิลปะของประชาชนในสังคมไทยหรือไม่

5. ควรศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศที่กำหนดให้มีขึ้นเพื่อป้องกันการผูกขาดในธุรกิจภาพยนตร์ เช่น กฎหมายของสหรัฐอเมริกา และศึกษาเกี่ยวกับองค์กรศิลปะหรือหน่วยงานส่งเสริมภาพยนตร์ในต่างประเทศเกี่ยวกับการบริหารจัดการ วิสัยทัศน์ และการบริหารงบประมาณ

การจะทำเช่นนั้นได้ ต้องปรับทัศนะของรัฐ และ สังคมส่วนใหญ่ก่อนว่า ภาพยนตร์มิได้มีสถานภาพเป็นแค่สินค้า อันเป็น “เครื่องมือเพิ่มมูลค่าทางการค้า” และ “เครื่องมือทางการเมือง” เท่านั้น แต่ต้องยกระดับสถานภาพให้เป็น “ศิลปะและการเรียนรู้ทางปัญญาของสังคม” ด้วย.

บรรณานุกรม

- กรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ. (2515). รายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย. ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์. [Information Department, Economy Ministry (1972). The Committee Report of Thai Film Production and Foreign films Import. N.p.]
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2559). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560-2564). กรุงเทพฯ: กลุ่มงานเลขานุการคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ. [Culture Ministry (2016). Strategies of Film and Video Industry Support, the 3rd Phase (2017- 2021). Bangkok: Secretary of National Film and Video Committee.]
- จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. (2529). ธุรกิจภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไทย. [Chamroenluck Thanawangnoi. (1986). Thai Film Business. Bangkok: Thai Film Producers Associate.]
- ชยานิน ธนะสุทธาวร. (2554). ผลกระทบจากการขยายกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ต่อระบบสายหนังในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง สาขาวิชาการภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Chayanin Thanasukthavorn (2011). The impact of multiplex theater expansion on provincial film distribution system in Thailand. Dissertation of Master Degree, Film and Photography Section, Film Department. Faculty of Communication Arts. Chulalongkorn University.]
- รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2542). ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก: กรณีศึกษา ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์. กองทุนเพื่อการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Raksam Wiwatsinudom. (1999). Problems, obstacles and ways to promote Thai feature film industry for export: a case study of producers and directors. Research Grant. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.]
- ทรงพล วงษ์คนดี. (2543). พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจัน และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Songphol Wongkhondee. (2000). The popularization of the Bangrajan movie and the factors leads to popularization in society. Dissertation of Communication Arts Master Degree. Chulalongkorn University].
- รัตนา จักกะพาก. (2546). สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต : ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้าง ผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Rattana Jakkapak. (2003). Situation of Thai film in the future: an analytical study from production crew, audience, film scholars. National Research Council of Thailand. Bangkok: Chulalongkorn University.]
- มงคล ปิยะทัสสร. (2541). โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Momgkol Piyatassakoy (1998). The structure of foreign films business in Thailand (1988-1997).

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

Dissertation of Master Degree, Mass Communication Department, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.]

- ดวงกมล หนูแก้ว. (2548). **ธุรกิจภาพยนตร์ไทย: กรณีศึกษาผู้สร้างภาพยนตร์ไทยขนาดใหญ่**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Duangkamol Nukeaw (2005). **Thai film business: a case study of large production companies**. Dissertation of Economics Master Degree. Faculty of Economics, Chulalongkorn University.]
- อุษา ไวยเจริญ. (2550). **การควบรวมกิจการในธุรกิจโรงภาพยนตร์**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Usa Waicharoen (2007). **The merger of movie theatres business**. Dissertation of Economics Master Degree (Economics Business) Faculty of Economics, Thammasat University.]
- ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. (2547). “บีโอไอออกเครื่องนโยบายส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์”. ใน **วารสารส่งเสริมการลงทุน**. มิถุนายน 2547. [Yuthasak Kanasawad (2004). “BOI reengineer of film business promotion policies”. in *Journal of Investment Promotion*. (June 2004).]
- สมชาย ศรีรักษ์. (2548). **ภาพยนตร์ไทยและบริบททางสังคม พ.ศ.2510 – 2525**. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Somchai Srirak. (2005). **Thai films and their social context, 1967-1982**. Dissertaion of Literature Master Degree. History Department. Faculty of Liberal Arts, Chulalongkorn University.]
- อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2561). **120 ปี ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ในมิติประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสการพิมพ์. [Unaloam Chanrungmaneekul. (2018). **120 years of Thai film business: economic history and social dimensions**. Bangkok: Samsopha Publishing.]

เว็บไซต์

- ประชาไท. (2560). **คนทำหนังไทยเรียกร้องจัดสัดส่วนโรงฉาย-แก้ปมผูกขาดธุรกิจโรงหนัง**. เข้าถึงได้จาก <https://prachatai.com/journal/2017/01/69598>. วันที่ 20 มีนาคม 2560. [Prachatai. (2017). **Thai Film Producers urged to set showing proportion for Thai films to cease monopoly of movie theatres business**. Available from <https://prachatai.com/journal/2017/01/69598>. March 20, 2017.]
- Editor (2018). “เทียบฟอร์มโรงหนัง Major กับ SF ใครดีกว่ากัน” ใน **The Marketeer**. เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.co/archives/16272>. วันที่ 5 มกราคม 2562. [Editor (2018). “Comparing business potential between Major and SF, who is better”. in **The Marketeer**. Available from <https://marketeeronline.co/archives/16272>. January 5, 2019.]
- Positioning (2016). **เทียบฟอร์มแผนธุรกิจ “เมเจอร์-เอสเอฟ ปี2559**. เข้าถึงได้จาก <http://positioningmag.com/62526>. วันที่ 7 กรกฎาคม 2560. [Positioning (2016). **Comparing business plans ‘Major-SF in 2016**. Available from <http://positioningmag.com/62526>. July 17, 2017].

สัมภาษณ์ (Interviews)

ชัยยงค์ มั่นฤทัย. (28 ตุลาคม 2561). รองกรรมการบริหารบริษัทโคลีเซียมอินเตอร์กรุ๊ป จำกัด สายหนังภาคใต้. [Chaiyong Monruethai (October 28, 2018). Deputy Executive Director Coliseum Intergroup. Southern film sub-distributor.]

สุวัฒน์ ทองร่มโพธิ์. (20 เมษายน 2560). ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท เอส เอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). สายหนังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [Suwat Thongrompo. (April 20 2017). Chief executive of SF Corporations. Eastern film sub-distributors.]

สุรัชชัย เจียมรัตตัญญู. (16 มกราคม 2560). ผู้ช่วยผู้จัดการบริษัทเมโทรโพลิซิส สายหนังแปดจังหวัดและภาคเหนือ. [Surachai Jiumrattanyu (January 16 2017). Assistant manager of Metropolis Company, Northern film sub-distributor.]