

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพยนตร์เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม ค.ศ.1895 เมื่อพี่น้องตระกูลลูมิแอร์ได้ประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์ที่มีชื่อว่า ซิเนมาโตกราฟ (Cinematograph) ออกขายแก่สาธารณชนและเก็บค่าเข้าชมเป็นครั้งแรกที่ร้านกาแฟในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส (ชลิตา เอื้อบำรุงจิต, 2540:89)

เมื่อ ปี ค.ศ. 1908 ผู้สร้างภาพยนตร์อเมริกันเริ่มย้ายไปยังแคลิฟอร์เนียตอนใต้ เพื่อผลิตภาพยนตร์ตะวันตก, ภาพยนตร์ตลกและภาพยนตร์ประเภทอื่นๆ เนื่องจากสภาพอากาศและทิวทัศน์ของแคลิฟอร์เนียมีความหลากหลาย ทำให้สามารถสร้างภาพยนตร์ได้ตลอดทั้งปี ทำให้ต่อมาภาพยนตร์กลายเป็นรูปแบบศิลปะระดับชาติในเวลาอันรวดเร็ว

สิ่งที่กระตุ้นให้ภาพยนตร์เกิดการเปลี่ยนแปลงมีอยู่ 2 ประการ ได้แก่ การเกิดภาพยนตร์เรื่องยาวและระบบดารา การเติบโตของภาพยนตร์จากภาพยนตร์ม้วนเดียวซึ่งมีความยาวเพียง 15 นาทีมาเป็นภาพยนตร์เรื่องยาวที่มีความยาวไม่ต่ำกว่า 90 นาที ทำให้เรื่องราวสามารถร้อยเรียงและดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพจนทำให้ประชาชนหันมานิยมชมภาพยนตร์มากขึ้นกว่าสื่อประเภทอื่นๆ การเกิดระบบดรามามีการสร้างดารา ทำให้เกิดอาณาจักรแฟนภาพยนตร์ ซึ่งสนับสนุนให้กลุ่มดรามามีชื่อเสียงโด่งดังมากยิ่งขึ้น

หลังจากนั้นฮอลลีวูดเป็นเมืองหลวงแห่งวงการภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกา และเป็นผู้มีบทบาทในตลาดภาพยนตร์โลก จนกระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 การสร้างภาพยนตร์ในยุโรปหยุดการผลิตและการสร้าง ทำให้ฮอลลีวูดสามารถขยายตัวอย่างรวดเร็วและทำให้การสร้างภาพยนตร์กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา

ผู้สร้างภาพยนตร์พยายามสร้างความมั่นคงทางการตลาดด้วยการเข้าถือครองเครื่องถ่ายโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ ฝ่ายที่มีเครื่องถ่ายโรงภาพยนตร์กว้างขวางแล้วก็จะแสวงหาความมั่นคงโดยการเข้าถือครองโรงถ่ายเพื่อที่จะมีภาพยนตร์ฉายอยู่อย่างสม่ำเสมอ

การเกิดภาพยนตร์เสียงในฟิล์มขึ้นในปี ค.ศ. 1926 โดยบริษัทวอร์เนอร์บราเธอร์ส เป็นผู้คิดค้นขึ้นเป็นบริษัทแรก ทำให้บริษัทภาพยนตร์ต่างๆ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธนาคารและสามารถผูกสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับธนาคาร บริษัทภาพยนตร์ที่แข็งแกร่งเท่านั้นจึงมีแหล่งเงินทุน หรือความสัมพันธ์เพื่อใช้เจรจา ผลในครั้งนี้นำให้ภายในปี ค.ศ. 1930 ธุรกิจภาพยนตร์แปดบริษัทได้รวมตัวกันอย่างแน่นแฟ้นและส่วนใหญ่ยังคงครอบครองและดำเนินธุรกิจภาพยนตร์มาจนทุกวันนี้

บริษัทภาพยนตร์แปดบริษัทนี้ บริษัทที่มีอำนาจมากที่สุดในจำนวน 8 บริษัท คือ “ห้าผู้ยิ่งใหญ่” (The Big Five) ได้แก่ เอ็มจีเอ็ม, พาราเม้าท์, วอร์เนอร์บราเธอร์, ทเวนตีเซ็นจูรี-ฟ็อกซ์, และอาร์เคโอ บริษัททั้งห้านี้รวมตัวอย่างแน่นหนา แต่แต่ละบริษัทจะผลิตภาพยนตร์เรื่องเด่นๆ เกือบทั้งหมดในแต่ละปี ดำเนินระบบการจัดจำหน่ายทั่วโลกและเป็นเจ้าของโรงภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุด และอยู่ในทำเลที่ดีที่สุดเพื่อเป็นการประกันว่าภาพยนตร์ของพวกเขาทุกเรื่องจะมีโรงฉายอย่างแน่นอน พันธมิตรของห้าผู้ยิ่งใหญ่คือ “สามผู้น้อย” (The Little Three) ได้แก่ ยูนิเวอร์แซล, โคลัมเบีย และยูไนเต็ด อาร์ติส ยูนิเวอร์แซลและโคลัมเบียเป็นผู้ผลิต-จัดจำหน่ายภาพยนตร์งบประมาณต่ำส่งให้แก่บริษัทใหญ่ ยูไนเต็ดอาร์ติสทำธุรกิจจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียวให้แก่ผู้สร้างอิสระนอกขอบข่ายของอาณาจักรใหญ่ (ตีโน้ บาลิโอ, แพลโดย อูบล คูทอง, 2538: 12-14)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่หนึ่ง เรียกว่า “เมเจอร์” (Majors) เป็นบริษัทที่ดำเนินทั้งการผลิตและการจัดจำหน่าย ได้แก่ โคลัมเบีย, ทเวนตีเซ็นจูรี-ฟ็อกซ์, เอ็มจีเอ็ม, ยูไนเต็ด อาร์ติส, วอร์เนอร์บราเธอร์ และยูนิเวอร์แซล ซึ่งทุกบริษัทเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกา (Motion Picture Association of America; MPAA)

กลุ่มที่สองเรียกว่า “มินิ-เมเจอร์” (Mini-Majors) ประกอบด้วย 4 บริษัท ได้แก่ อัลไลต์อาร์ทิสต์ และเอฟโก เอ็มบาสซี ซึ่งสองบริษัทนี้เป็นสมาชิกของสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกา ส่วนอีกสองบริษัทในกลุ่มมินิ-เมเจอร์ ได้แก่ ดิสเนย์ และอเมริกันอินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส ซึ่งสองบริษัทนี้ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกา (Garnham, N., 1990:170-171)

สำหรับในประเทศไทยเดิมมีความเชื่อว่า ญูปุ่นเป็นชาติแรกที่น่าภาพยนตร์เข้ามาในสยาม เมื่อประมาณ พ.ศ. 2447 – 2448 คาดกันว่า ความเชื่อนี้น่าจะเนื่องมาจากในยุคแรกๆ คำว่า “หนังญูปุ่น” เป็นคำที่ใช้เรียกแทนภาพยนตร์ทั่วไป จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2525 โดม สุขวงศ์ ได้เสนอข้อเขียนเรื่อง “85 ปีภาพยนตร์ในประเทศไทย” อ้างหลักฐานเก่าแก่ที่สุดเกี่ยวกับการฉายภาพยนตร์ในประเทศไทยซึ่งเป็นข้อความในหนังสือบางกอกไทมส์ที่ได้กล่าวถึงว่า “ขอแจ้งความให้ท่านทั้งหลายทราบข่าวกันว่า การละเล่นซึ่งเรียกว่า ซีเนมาโตกราฟ คือ รูปที่สามารถกระดิกและทำท่าทางได้ โดยคำขอของราษฎร จะเล่น 3 วันติดต่อกัน...” และยังมีข้อความที่ นาย เอส. จี มาร์คอฟสกีเป็นผู้ลงแจ้งความในหน้าภาษาอังกฤษซึ่งมีข้อความใกล้เคียงกันกับภาษาไทย

จากหลักฐานนี้ ทำให้คนไทยได้คูนหนังมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2440 และคนที่น่าเข้ามา นั้นเป็นฝรั่งไม่ใช่ญูปุ่นอย่างที่เข้าใจกัน จนกระทั่งในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2447 คณะฉายหนังของชาวญูปุ่นได้ลงแจ้งความว่า จะจัดฉายหนังการรระหว่างญูปุ่นกับรัสเซีย โดยตั้งเป็นระโงมที่ข้างวัดตึก จัดฉายอยู่หลายคืนและได้รับการตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี

ฮอลลีวูดยังคงเป็นศูนย์กลางการผลิตภาพยนตร์ของโลกนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เป็นต้นมา ทำหน้าที่ผลิตภาพยนตร์ป้อนโรงภาพยนตร์ 57,000 โรงทั่วโลก ในสมัยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่มาก สภากรรมกรระหว่างประเทศแห่งองค์การสันนิบาตชาติ ได้รายงานเมื่อ ปี พ.ศ 2472 ว่า ปริมาณเงินลงทุนสร้างภาพยนตร์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกมีประมาณ 4,000 พันล้านเหรียญทอง และครึ่งหนึ่งของเงินลงทุนนั้นเป็นของสหรัฐอเมริกา ภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมใหญ่อันดับที่ 3 ของสหรัฐอเมริกา รองลงมาจากอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมรถยนต์

สำหรับตลาดภาพยนตร์ในสยามสมัยนั้นก็เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่ไม่ได้มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นของตนเองหรือเริ่มก่อตั้ง ดังนั้นจะต้องรับหรือนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ประมาณกว่าครึ่งหรือกว่าค่อนหนึ่งจะเป็นภาพยนตร์จากสหรัฐอเมริกา คือ จากฮอลลีวู้ด นอกนั้นจะเป็นภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ ปนเปกกันอยู่อย่างหลากหลายพอสมควร คือ ภาพยนตร์จากประเทศต่างๆ ในยุโรป เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี ส่วนภาพยนตร์จากเอเชีย เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น พม่า และจากออสเตรเลียก็มีอยู่บ้าง

บริษัทภาพยนตร์ในยุคนี้ ได้แก่ สยามภาพยนตร์บริษัท ซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยการรวมกิจการระหว่างบริษัททิวปยนต์กรุงเทพ และบริษัทภาพยนตร์พัฒนากร จำกัด (ทั้งสองบริษัทนี้เป็นคู่แข่งสำคัญในกิจการนำเข้าและจัดฉายภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ และทั่วสยามในระยะต้นรัชกาลที่ 6) ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2462 ทำให้มีบทบาทเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่และแทบจะผูกขาดกิจการนำเข้าและจัดฉายภาพยนตร์ในสยามตั้งแต่นั้นมา

นอกจากสยามภาพยนตร์บริษัทแล้ว ยังมีบริษัทค้าภาพยนตร์อื่นๆ อีกสองสามรายซึ่งเป็นรายเล็กๆ เช่น บริษัทภาพยนตร์จีน-สยาม และบริษัทภาพยนตร์ดงฮั่ว เป็นบริษัทที่นำเข้าภาพยนตร์จีนและภาพยนตร์ฝรั่ง

ในช่วงรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 นี้ กิจการของสยามภาพยนตร์บริษัทยังคงเป็นบริษัทค้าภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดของสยาม แต่เริ่มประสบปัญหาเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจทรุดโทรมไปทั่วโลก กิจการของสยามภาพยนตร์บริษัทก็ค่อยๆ ทรุดลงเช่นกัน และเริ่มประสบภาวะขาดทุนในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2470 หุ้นส่วนของบริษัทตกลงเลิกบริษัท แต่กิจการต่างๆ ยังคงอยู่และดำเนินต่อไปโดยโอนไปเป็นของ บริษัทภาพยนตร์พัฒนากร ซึ่งเป็นเจ้าของหุ้นส่วนใหญ่มาตั้งแต่ตอนตั้งบริษัท แต่สถานการณ์ก็ไม่ได้กระเตื้องขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนายเชียวของอ้วน สิบบุญเรือง ผู้จัดการใหญ่ของบริษัทที่พัฒนากิจการของบริษัทมาตั้งแต่ต้นได้เสียชีวิตลงเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2471 กิจการของบริษัทภาพยนตร์พัฒนากรก็ยิ่งเสื่อมถอย และภายหลังได้โอนกิจการของบริษัทภาพยนตร์พัฒนาการมาเป็นบริษัทใหม่ที่พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนบริษัทใหม่ พระราชทานชื่อบริษัทใหม่นี้ว่า "บริษัทสหสินีมา จำกัด" ซึ่งแปลว่า มีความแข็งแรงขึ้นร่วมกัน กรมทะเบียนการค้าได้รับจดทะเบียนเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2475

นับแต่ปี พ.ศ. 2470 เป็นต้นมากิจการภาพยนตร์ของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงจากภาพยนตร์ยุคเงามาเป็นยุคภาพยนตร์เสียงเมื่อปี พ.ศ. 2472 โรงภาพยนตร์ต่างๆ ในกรุงเทพฯ

และตามหัวเมืองต้องปรับตัว ดัดแปลง หรือติดตั้งเครื่องฉายภาพยนตร์เสียงกันทั้งหมด ธรรมเนียมการจัดฉายภาพยนตร์ก็เปลี่ยนไป ยุคเดิมซึ่งเป็นภาพยนตร์เงียบโปรแกรมหนึ่งประกอบด้วยภาพยนตร์หลายเรื่องหลายแบบ ฉายกันตั้งแต่หัวค่ำต่อเนื่องจนถึงสองยาม และจะต้องมีวงดนตรีบรรเลงเพลงประกอบข้างจอขณะที่กำลังฉาย เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นโปรแกรมหนึ่งฉายภาพยนตร์เพียงไม่กี่เรื่อง ฉายภาพยนตร์เสียงปนกับภาพยนตร์เงียบ จนกระทั่งบริษัทผู้สร้างเล็กสร้างภาพยนตร์เงียบ หลังจากนั้นจึงเริ่มมีการแบ่งรอบฉาย คั้นหนึ่งฉายสองรอบ คือ รอบค่ำและรอบดึก และไม่ต้องใช้วงดนตรีบรรเลงประกอบการฉายภาพยนตร์อีกต่อไป นับแต่ปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา โรงภาพยนตร์ในสยามเปลี่ยนมาฉายภาพยนตร์เสียงกันเป็นปกติแล้ว (โดม สุขวงศ์, 2539:106-121)

เมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ไทยประกาศสงครามและเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2484 ทำให้ไม่มีหนังจากประเทศฝ่ายสัมพันธมิตร ได้แก่ สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ และฝรั่งเศสเข้ามาฉาย หนังที่ฉายอยู่ในขณะนั้นคือ หนังญี่ปุ่นและเยอรมัน ภายหลังสงครามสงบ หนังก็กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง และได้รับความนิยมมากกว่าเดิม เนื่องจากผู้คนที่ต้องการพักผ่อนหลังจากผ่านภาวะสงคราม ในช่วง ปี พ.ศ. 2490 บริษัทจัดจำหน่ายจากฮอลลีวูดเข้ามาตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย ทำให้มีหนังจากสตูดิโอฮอลลีวูดเข้ามาฉายมากมาย และโรงหนังเปิดใหม่ ไม่ว่าจะเป็นนิวโอเดียน แคปปิตอล ศรีเยาวราช และศรีราชวงศ์ โรงทั้งหมดนี้ฉายแต่หนังฮอลลีวูดทั้งสิ้น (ชลิดา เอื้อบำรุงจิต, สารคดี 13, (สิงหาคม 2540): 82-100)

รายงานคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย ของกรมการสนเทศ กระทรวงเศรษฐกิจ (2515:52-53) ได้กล่าวถึงบทบาทที่สำคัญของภาพยนตร์ต่างประเทศไว้ว่า เนื่องจากภาพยนตร์ที่สร้างในประเทศยังมีจำนวนน้อย ภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศส่วนใหญ่จึงเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศ ในช่วงเวลาที่คณะกรรมการศึกษา คือ ช่วงปี พ.ศ. 2511 ในขณะนั้นภาพยนตร์ไทยฉายอยู่ประมาณปีละ 70 - 80 เรื่อง หรือประมาณ 14 - 15 % ของจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด ภาพยนตร์ต่างประเทศจึงมีบทบาทที่สำคัญมากต่อวงการภาพยนตร์ของประเทศ ภาพยนตร์ต่างประเทศที่นำเข้ามาฉายมากที่สุดคือ ภาพยนตร์อเมริกัน รองลงมาคือ ภาพยนตร์จีน อินเดีย ญี่ปุ่น อังกฤษ เป็นต้น ภาพยนตร์อเมริกันได้รับความนิยมมากที่สุดเนื่องจากภาพยนตร์ไทยมีมาตรฐานแตกต่างกับภาพยนตร์อเมริกันมาก การเปลี่ยนรสนิยมของคนดูที่ชื่นชอบภาพยนตร์อเมริกันให้หันมาดูภาพยนตร์ไทยคงจะทำได้ยาก นอกจากนั้นภาพยนตร์อเมริกันส่วนใหญ่ทำรายได้ให้แก่โรงภาพยนตร์ค่อนข้างสูง เจ้าของโรงภาพยนตร์ต่างๆ จึงสนใจที่จะฉายภาพยนตร์อเมริกันมาก

กว่าภาพยนตร์ของชาติอื่นๆ ประกอบกับผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในสมัยนั้นเชื่อว่า ถึงแม้ภาพยนตร์อเมริกันจะครองตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทยมากกว่า 30% ก็ตาม แต่ก็ไม่มีผลกระทบต่อกิจการภาพยนตร์ไทยถึงขั้นร้ายแรงมากนัก เนื่องจากจำนวนภาพยนตร์อเมริกันที่เข้ามาฉายในประเทศไทยมีจำนวนค่อนข้างคงที่ หรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ไม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเหมือนภาพยนตร์บางประเทศ

การวิเคราะห์ของคณะกรรมการศึกษาเรื่องการสร้างภาพยนตร์ไทยและการนำภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย และสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์อเมริกันได้เข้ามามีบทบาทตั้งแต่ยุคแรกที่มีโรงภาพยนตร์ เนื่องจากในช่วงเวลานั้น มีการสร้างภาพยนตร์ไทยกันน้อยมาก ทำให้ต้องมีการนำภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉาย ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์อเมริกัน จีน ญี่ปุ่น อินเดีย อังกฤษ และจากประเทศอื่นๆ และภาพยนตร์ที่สามารถครองตลาดผู้ชมได้มากที่สุดก็คือ ภาพยนตร์อเมริกัน จึงทำให้มีผู้นำภาพยนตร์อเมริกันเข้ามาฉายอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเจ้าของโรงภาพยนตร์มีความสนใจที่จะฉายภาพยนตร์อเมริกันมากกว่าภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ เนื่องจากภาพยนตร์อเมริกันสามารถทำรายได้ให้กับธุรกิจของตนเองมากกว่าภาพยนตร์อื่นๆ

นอกจากนี้งานวิจัยของ Wendell Blanchard และคณะ (1958:222-223) เรื่อง “สังคมและวัฒนธรรมในประเทศไทย” พบว่า หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทยก็มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2498 มีโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นถึง 120 แห่ง มีที่นั่งรวมทั้งสิ้น 60,000 ที่นั่ง ผู้ชมในกรุงเทพฯ มีการชมภาพยนตร์ถึงวันละ 3 – 4 รอบ ทำให้มีโรงภาพยนตร์ดีๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และฉายภาพยนตร์ใหม่ล่าสุดจากฮอลลีวูดซึ่งเกือบจะฉายพร้อมๆ กันกับประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนเมืองเล็กๆ ในต่างจังหวัดก็หรือที่จะชมภาพยนตร์ตอนกลางคืน แม้ว่าเป็นเพียงโรงภาพยนตร์ชั่วคราว คุณภาพอาจไม่ดีเท่ากับโรงภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ ก็ตาม ภาพยนตร์ที่คนดูนิยมมากที่สุด คือ ภาพยนตร์จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีทั้งสารคดีและภาพยนตร์บันเทิงทั่วไป รองลงมาก็คือ ภาพยนตร์จากอังกฤษ สำหรับภาพยนตร์จากอินเดียจะเป็นที่นิยมของผู้ชมในต่างจังหวัด ส่วนภาพยนตร์จีนที่นำเข้ามาฉายนั้นส่งมาจากฮ่องกงและไต้หวัน เพื่อให้คนจีนในประเทศไทยได้ชมกัน

สถิติการนำเข้าของกรมศุลกากรระบุไว้ในรายการฟิล์มภาพยนตร์ที่ถ่ายและล้างแล้ว ซึ่งหมายถึง ฟิล์มภาพยนตร์ที่สำเร็จแล้ว ปรากฏในปี พ.ศ. 2511 ว่า ปริมาณการนำเข้าฟิล์มภาพยนตร์ที่ถ่ายและล้างแล้วมีประมาณ 4.3 ล้านเมตร เป็นมูลค่าประมาณ 47.4 ล้านบาท

เศษ ในยุคแรกๆ จะมีการส่งฟิล์มภาพยนตร์ไทยส่งออกไปล้างในต่างประเทศและส่งกลับมาส่วนใหญ่เป็นฟิล์มขนาด 16 มม. ช่วงเวลานั้นในประเทศไทยยังไม่มีการพัฒนาเป็นห้องแล็บล้างฟิล์มและพิมพ์ฟิล์มในประเทศ (กรมการสนเทศ, 2515:60) ดังนั้นภาพยนตร์ที่นำเข้ามาฉายในเวลานั้นจะมีการพิมพ์ฟิล์มจากต่างประเทศและนำฟิล์มภาพยนตร์ที่สำเร็จพร้อมฉายเข้ามาใช้ฉายในประเทศไทย ซึ่งจะคิดอัตราเป็นค่าฟิล์มนำเข้าคิดราคาเป็นเมตรละ 2.20 บาทในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2500 จนมาในปี พ.ศ. 2519 รัฐบาลประกาศนโยบายขึ้นภาษีนำเข้าภาพยนตร์จากเมตรละ 2.20 บาท (บวกภาษีการค้าแล้ว) เป็นเมตรละ 30 บาท เหตุการณ์นี้เป็นการสร้างผลกระทบอย่างมากให้แก่ผู้ค้าหนังต่างประเทศ บริษัทตัวแทนของสหรัฐอเมริกาประท้วงโดยการงดส่งหนังเข้ามาเมืองไทย และย้ายสาขาไปอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์

ในช่วงกลางปี พ.ศ. 2524 บริษัทฮอลลีวูดยกเลิกการประท้วงและส่งหนังเข้ามาอีกครั้ง โดยยินยอมรับอัตราภาษีที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้ซื้อหนังรายย่อยที่สั่งหนังอินเดีย ญี่ปุ่น อิตาลี และอื่นๆ เข้ามาฉายไม่สามารถรับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นไม่ไหว จึงลดจำนวนการซื้อหนังเหล่านั้นลงจนกระทั่งหมดไปในที่สุด ในปัจจุบันจึงเหลือเพียงหนังฝรั่งและหนังจีน สำหรับหนังของชาติอื่นๆ จึงมีโอกาสเข้ามาฉายในประเทศไทยนานๆ ครั้งจึงจะมีสักหนึ่งเรื่อง

จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์อเมริกันได้รับความนิยมจากคนไทยตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีการนำภาพยนตร์อเมริกันเข้ามาฉายเป็นจำนวนมากและนำเข้ามาฉายอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยสามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนภาพยนตร์ที่เข้ามาฉายในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2505 – 2543 โดยแบ่งตามช่วงเวลาออกเป็น 4 ตารางดังต่อไปนี้

- ตารางที่ 1.1 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการพิจารณาให้ฉายในประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2505 – 2514
- ตารางที่ 1.2 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการพิจารณาให้ฉายในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2515 – 2524
- ตารางที่ 1.3 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการพิจารณาให้ฉายในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2525 - 2534
- ตารางที่ 1.4 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการพิจารณาให้ฉายในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2535 - 2543

ตารางที่ 1.1 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการตรวจพิจารณาให้ฉายได้ในประเทศไทย พ.ศ. 2505 – 2514

ภาพยนตร์	2505	2506	2507	2508	2509	2510	2511	2512	2513	2514
ไทย	56 (11.31)	44 (8.22)	46 (9.52)	68 (14.6)	71 (15.71)	68 (13.96)	79 (14.1)	83 (19.3)	73 (12.09)	74 (12.07)
อเมริกัน	170 (34.34)	182 (34.02)	162 (37)	163 (35)	167 (36.95)	173 (35.52)	205 (36.48)	109 (25.35)	199 (33)	164 (26.75)
จีน	99 (20)	119 (22.24)	88 (18.22)	106 (22.75)	63 (13.94)	59 (12.12)	116 (20.64)	114 (26.51)	180 (29.8)	125 (20.39)
ญี่ปุ่น	56 (11.31)	76 (14.21)	69 (14.3)	53 (11.37)	44 (9.73)	41 (8.43)	18 (3.2)	5 (1.16)	18 (2.98)	54 (8.81)
อินเดีย	56 (11.31)	53 (9.91)	42 (8.7)	29 (6.22)	25 (5.53)	30 (6.16)	33 (5.87)	4 (0.93)	4 (0.66)	31 (5.06)
อังกฤษ	9 (1.82)	12 (2.24)	17 (3.52)	2 (0.43)	11 (2.43)	12 (2.46)	10 (1.78)	28 (6.51)	41 (6.79)	30 (4.89)
อื่นๆ	49 (9.9)	49 (9.16)	59 (12.22)	45 (9.66)	71 (15.71)	104 (21.36)	101 (17.97)	87 (20.23)	89 (14.74)	135 (22.02)
รวม	495	535	483	466	452	487	562	430	604	613

ที่มา : แผนกควบคุมภาพยนตร์ กองกำกับการ 2 กองทะเบียน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ตารางที่ 1.2 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการพิจารณาให้ฉายในประเทศไทย พ.ศ. 2515 – 2524

ภาพยนตร์	2515	2516	2517	2518	2519	2520	2521	2522	2523	2524
ไทย	70 (8.46)	81 (10.51)	83 (12.73)	91 (13.02)	130 (20.1)	115 (21.18)	161 (30.26)	120 (31.57)	125 (31.25)	138 (33.41)
อเมริกัน	271 (32.77)	210 (27.24)	176 (27)	199 (28.5)	190 (29.32)	153 (28.18)	169 (30.07)	60 (15.79)	71 (17.75)	104 (25.18)
จีน	110 (13.3)	219 (28.4)	198 (30.37)	163 (23.32)	155 (23.9)	159 (29.28)	161 (30.26)	156 (41.05)	171 (42.75)	137 (33.17)
ญี่ปุ่น	49 (5.93)	15 (1.95)	15 (2.3)	17 (2.43)	11 (1.7)	9 (1.66)	13 (2.31)	5 (1.32)	3 (0.75)	7 (1.7)
อินเดีย	28 (3.39)	69 (8.95)	49 (7.52)	50 (7.15)	58 (9.1)	38 (6.99)	14 (2.49)	14 (3.68)	14 (3.5)	14 (3.4)



ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

ภาพยนตร์	2515	2516	2517	2518	2519	2520	2521	2522	2523	2524
อังกฤษ	18 (2.18)	25 (3.24)	13 (1.99)	16 (2.29)	14 (2.16)	9 (1.66)	4 (0.71)	5 (1.32)	1 (0.25)	4 (0.97)
อื่นๆ	281 (34)	152 (19.71)	118 (18.1)	163 (23.32)	90 (13.89)	60 (11.05)	40 (7.18)	20 (5.26)	15 (3.75)	9 (2.18)
รวม	827	771	652	699	648	543	562	380	400	413

ที่มา : แผนกควบคุมภาพยนตร์ กองกำกับการ 2 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ตารางที่ 1.3 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการตรวจพิจารณาให้ฉายในประเทศไทย พ.ศ. 2525 – 2534

ภาพยนตร์	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532	2533	2534
ไทย	117 (31.88)	109 (29.95)	141 (37.11)	134 (39.07)	102 (34.58)	121 (40.2)	118 (37.94)	92 (36.36)	69 (29.7)	52 (22.4)
อเมริกัน	119 (32.43)					95 (31.56)	88 (28.3)	66 (26.09)	89 (38.3)	80 (34.5)
จีน	114 (31.06)					79 (26.25)	98 (31.51)	87 (34.39)	71 (30.6)	100 (43.1)
ญี่ปุ่น	4 (1.09)	255	239	209	193	3 (1)	2 (0.64)	6 (2.37)	2 (0.9)	-
อินเดีย	5 (1.36)	(70.05)	(62.89)	(60.93)	(65.42)	-	-	1 (0.4)	1 (0.5)	-
อังกฤษ	2 (0.54)					-	-	-	-	-
ฟิลิปปินส์	-					1 (0.33)	2 (0.64)	-	-	-
เกาหลี	-					-	-	-	-	-
ฝรั่งเศส	-					2 (0.66)	-	-	-	-
อื่นๆ	6 (1.63)					-	-	-	-	-
รวม	367	364	380	343	295	301	311	253	232	232

ที่มา : แผนกควบคุมภาพยนตร์ กองกำกับการ 2 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ตารางที่ 1.4 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการตรวจพิจารณาให้ฉายในประเทศไทย พ.ศ. 2535 – 2543)

ภาพยนตร์	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543
ไทย	37 (13.3)	44 (16.36)	46 (14.65)	43 (12.54)	29 (8.66)	29 (8.66)	14 (5.13)	9 (3.16)	10 (4.31)
อเมริกัน	104 (37.3)	96 (35.7)	150 (47.77)	183 (53.35)	203 (57.18)	219 (65.37)	204 (74.72)	223 (78.24)	186 (80.2)
จีน	135 (48.4)	127 (47.2)	117 (34.11)	117 (34.11)	122 (34.37)	87 (25.97)	55 (20.15)	55 (20.15)	34 (14.66)
ญี่ปุ่น	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (0.43)
อินเดีย	3 (1)	2 (0.74)	1 (0.32)	-	-	-	-	-	1 (0.43)
รวม	279	269	314	343	355	335	273	285	232

ที่มา : แผนกควบคุมภาพยนตร์ กองกำกับกร 2 กองทะเบียน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และ สตาร์พิกส์ 36 (มกราคม 2544): 85

จากตารางที่ 1.1 จนถึง ตารางที่ 1.4 พบว่า ปริมาณภาพยนตร์อเมริกันที่นำเข้ามาฉายในประเทศไทยมีปริมาณมากที่สุด และมีการนำเข้ามาฉายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยดูได้จากสถิติการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2505 จนถึงปี พ.ศ. 2543 ภาพยนตร์อเมริกันมีปริมาณการนำเข้ามาอย่างต่อเนื่องและติดอันดับประเภทภาพยนตร์ที่มีการนำเข้ามาฉายในประเทศไทยในอันดับต้นๆ อยู่เสมอ

โดยเฉพาะในช่วง ปี พ.ศ. 2540 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยกำลังประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอยู่ แต่ปริมาณการนำภาพยนตร์อเมริกันเข้ามาฉายก็ไม่ได้ลดน้อยลง โดยสามารถพิจารณาได้จาก ตารางที่ 1.4 จำนวนภาพยนตร์ที่ผ่านการตรวจพิจารณาให้ฉายในประเทศไทย พ.ศ. 2535 – 2543 ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 จนถึง ปี พ.ศ. 2543 มีภาพยนตร์อเมริกันนำเข้ามาฉายในประเทศไทยจำนวน 219, 204, 223 และ 186 เรื่องตามลำดับ แสดงให้เห็นลักษณะหนึ่งว่า ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจไม่ได้ส่งผลทำให้มีการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันลดปริมาณการนำเข้าลดลงแต่อย่างใด

Nicholas Garnham (1990:170-171) ได้กล่าวถึงโครงสร้างของตลาดภาพยนตร์อเมริกันและตำแหน่งของภาพยนตร์อเมริกันในตลาดโลกไว้ว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกาในครอครอบครองด้วยกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้จัดจำหน่ายที่เรียกว่า “เมเจอร์” (Majors) ได้แก่ โคลัมเบีย, เทเวนต์ ซีเนจูรี ฟ็อกซ์, เอ็มจีเอ็ม, ยูไนเต็ด อาร์ทิสต์, วอร์เนอร์ บราเดอร์, พาราเมาท์ และ ยูนิเวอร์แซล โดยที่บริษัททั้งหมดนี้เป็นสมาชิกของสมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา (Motion Pictures Association of America: MPAA) การรวมตัวกันเช่นนี้ทำให้เกิดลักษณะของการกระจุกตัวเพิ่มมากขึ้น เริ่มตั้งแต่ภาพยนตร์ของเอ็มจีเอ็มมีการจัดจำหน่ายไปทั่วโลกสหรัฐอเมริกาโดยมียูไนเต็ด อาร์ทิสต์ เป็นผู้จัดจำหน่าย และมีการจัดจำหน่ายไปทั่วโลกโดยมี องค์การภาพยนตร์นานาชาติเป็นผู้ทำหน้าที่จัดจำหน่ายให้ ผลที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ บริษัทจัดจำหน่ายในกลุ่มเมเจอร์เป็นผู้ครองตลาดภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถทำรายได้ถึง 49.5% จากการฉายภาพยนตร์อเมริกันในโรงภาพยนตร์ของต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างรายได้ให้กับภาพยนตร์อเมริกันอย่างมาก จึงเป็นจุดสำคัญจุดหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันมีการนำเข้าและจัดจำหน่ายไปทั่วโลก ซึ่งรวมถึงประเทศไทยที่เป็นประเทศหนึ่งที่มีการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันอย่างต่อเนื่อง

เหตุผลที่ทำให้กลุ่มเมเจอร์มีความโดดเด่นขึ้นมาเป็นผู้ครองตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศได้นั้น Nicholas Garnham (1990:183-187) กล่าวไว้ว่า ภาพยนตร์อเมริกันมีจุดยืนประเด็นหนึ่งก็คือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญก็คือ การให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่าย ซึ่งถือเป็นอาวุธที่สำคัญและทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้ชมได้ ถ้าหากต้องการมองความสัมพันธ์ที่แท้จริงของธุรกิจภาพยนตร์นั้นต้องมองเรื่องการจัดจำหน่ายเป็นหลัก แม้ว่าการแข่งขันจะเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญมากของการผลิตในระบบทุนนิยม นายทุนแต่ละคนย่อมสร้างการแข่งขันและการผลิตโดยมีแนวโน้มทำให้เกิดการผูกขาด การที่จะเข้าใจวงจรดังกล่าวนี้ได้ต้องเข้าใจถึงวงจรมูลทุนนิยมที่ปรากฏในโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงระหว่างการผลิตฝ่ายหนึ่งและการแลกเปลี่ยน (การฉายทางโรงภาพยนตร์) อีกฝ่ายหนึ่ง ในส่วนของการผลิตจะเกี่ยวข้องกับการลงทุนในระดับสูงรวมถึงการส่งเสริมการตลาด ในขณะที่การแลกเปลี่ยน ได้แก่ การฉายทางโรงภาพยนตร์จะเกี่ยวข้องกับการกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ เพื่อส่งไปถึงมือผู้ชม ดังนั้นเมื่อจะทำการศึกษาถึงเรื่องของการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันแล้วก็ย่อมจำเป็นที่ต้องทำการศึกษาเรื่องการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันควบคู่กันไปด้วย เพราะธุรกิจภาพยนตร์อเมริกันให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่ายมากเช่นกัน

ลักษณะของธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาฉายในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. Dependent Movie หมายถึง ภาพยนตร์อเมริกันที่นำเข้ามาโดยผ่านกลุ่มผู้แทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเข้ามาตั้งสาขาตัวแทนในประเทศของบริษัทแม่ในสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณ 90% เรียกกลุ่มนี้อีกอย่างหนึ่งว่า “กลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป” (Major Group) ประกอบด้วย 3 บริษัทใหญ่ๆ ได้แก่

1.1 บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด ประกอบด้วยบริษัท ทเวนตี เซ็นจูรี ฟ็อกซ์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท วอร์เนอร์ บราเธอร์ส (พาร์อีสต์) จำกัด

1.2 บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัวนา วิสต้า (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ จำกัด และ บริษัท บัวนา วิสต้า จำกัด เดิมบริษัทนี้อยู่ภายใต้การดูแลของ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด และเมื่อ ปี พ.ศ. 2540 ได้แยกออกมาจาก บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด

1.3 บริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส จำกัด (ยูไอพี) เป็นบริษัทที่นำภาพยนตร์ในกลุ่มเอ็มจีเอ็มเข้ามาฉาย ประกอบด้วย ยูนิเวอร์แซล พิคเจอร์ส, พาราเมาท์ พิคเจอร์ส และ ยูไนเต็ท อาร์ทิสต์

2. Independent Movie หมายถึงภาพยนตร์ที่นำเข้ามาโดยบุคคลทั่วไป โดยภาพยนตร์ที่นำเข้ามาฉาย ได้แก่ ภาพยนตร์อเมริกัน (ที่ไม่ได้ผ่านการนำเข้ามาโดยผ่านตัวแทนในประเทศไทย), ภาพยนตร์จากยุโรป, ภาพยนตร์จีน, ภาพยนตร์ญี่ปุ่น, ภาพยนตร์อินเดีย เป็นต้น มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันประมาณ 10% เรียกกลุ่มนี้อีกอย่างหนึ่งว่า “กลุ่มไมเนอร์กรุ๊ป” (Minor Group)

สภาพการแข่งขันในที่มาความสำเร็จการครองความเป็นเจ้าตลาดของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทยนั้นมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการแข่งขันในธุรกิจประเภทอื่นๆ กล่าวคือ บริษัทในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป (Dependent Movie) ได้แก่ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด, บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัวนา วิสต้า จำกัด และบริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส จำกัด (ยูไอพี) ทั้งสามบริษัทนี้รวมตัวกันในแบบเดียวกับกลุ่มเมเจอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ก็คือ มีการร่วมกันก่อตั้ง “สมาคมภาพยนตร์อเมริกัน” (The American Motion Pictures Association : A.M.P.A) วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อวางแผนในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันร่วมกัน เป็นวิธีหนึ่งในการลดปริมาณการแข่งขันที่รุนแรงให้ลดน้อยลง โดยใช้รูปแบบของ “การร่วมมือ”

(Cooperation) ผสมผสานกับ “การแข่งขัน” (Competition) เกิดเป็นรูปแบบที่เรียกว่า “การแข่งขันแบบร่วมมือ” (Copetition) ในแต่ละปีทั้งสามบริษัทของกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ปจะประชุมร่วมกันเพื่อนำตารางภาพยนตร์ที่จะเข้าฉายของแต่ละบริษัทมาวางแผนร่วมกันเพื่อหลีกเลี่ยงการวางโปรแกรมที่จะชนกัน ซึ่งหากว่ามีการนำภาพยนตร์เข้าฉายพร้อมกันอาจจะส่งผลต่อการแก่งแย่งรายได้ ถ้าหากใช้วิธีการวางแผนร่วมกันก็ย่อมทำให้รายได้ของแต่ละบริษัทมีโอกาสเพิ่มกำไรมากขึ้นกว่าการทำธุรกิจแบบที่ไม่ร่วมมือกัน ในการประชุมร่วมกันที่จะประชุมถึงการวางแผนการฉายภาพยนตร์ร่วมกันแล้ว ยังมีการประชุมถึงการกำหนดเงื่อนไขเรื่องส่วนแบ่งรายได้ด้วย กล่าวคือ บริษัททั้งสามในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ปจะดำเนินธุรกิจเฉพาะการนำเข้าและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันเท่านั้น ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเป็นช่องทางจัดจำหน่าย ดังนั้นในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันจึงต้องอาศัยช่องทางจัดจำหน่าย อันได้แก่ โรงภาพยนตร์และสายหนัง ซึ่งจะทำหน้าที่ในการกระจายภาพยนตร์อเมริกันไปสู่ผู้ชมตามพื้นที่ต่างๆ ได้

แม้ว่า บริษัททั้งสามในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป ได้แก่ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด, บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัวนา วิสต้า จำกัด และบริษัท ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชันแนล พิคเจอร์ส จำกัด จะมีการดำเนินธุรกิจโดยการใช้นโยบายการแข่งขันแบบร่วมมือแล้วก็ตาม ทั้งสามบริษัทต่างก็ต้องแข่งขันกันเองอยู่ด้วยเช่นกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทมีกลยุทธ์การนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุที่บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ละบริษัทต่างก็มีจุดขายเป็นของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัวนา วิสต้า จำกัด มีค่ายใหญ่ก็คือบริษัท วอลท์ ดิสนีย์ จำกัด จะเน้นภาพยนตร์ประเภทครอบครัวเป็นหลัก ถือว่าเป็นจุดเด่นของบริษัทนี้ ในขณะที่ บริษัท ยูไนเต็ด อินเตอร์เนชันแนล พิคเจอร์ส จะเน้นการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในปริมาณที่ไม่มากนัก แต่ภาพยนตร์ที่นำเข้ามาจะเป็นภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ที่สามารถทำรายได้อย่างมหาศาล หรือในกรณีของบริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด จะเน้นการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันที่มีคุณค่าทางตลาดสูง ซึ่งหมายความว่า ภาพยนตร์ที่นำเข้ามาจะต้องมีความสามารถในการเอาใจตลาดผู้ชมได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

เหตุที่มีการนำภาพยนตร์อเมริกันเข้ามาจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ประเด็นหนึ่งก็คือ ภาพยนตร์อเมริกันสามารถทำรายได้มากกว่าภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ โดยสามารถพิจารณาจากรายได้ภาพยนตร์อเมริกัน ประจำปี พ.ศ. 2542 – 2543 รายได้ภาพยนตร์อเมริกัน ประจำปี พ.ศ. 2542 ([www.landofsmile.com](http://www.landofsmile.com)) ปรากฏว่า บริษัทในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ปเป็นกลุ่มบริษัท

ที่มีรายได้สูงที่สุด โดยบริษัทที่มีรายได้สูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ บริษัท บัณฑิตา วิสด้า (บริษัท วอลท์ ดิสเนย์) ทำรายได้ถึง 403.93 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์เข้าฉายทั้งหมด 13 เรื่อง อันดับที่สอง ได้แก่ บริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส ทำรายได้ 373.09 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 18 เรื่อง อันดับที่สาม ได้แก่ บริษัท ทเวนตีธ เซ็นจูรี ฟ็อกซ์ ทำรายได้ 278.60 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 10 เรื่อง อันดับสี่ ได้แก่ บริษัท วอร์เนอร์ บราเธอร์ส ทำรายได้ 261.05 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 10 เรื่อง และอันดับสุดท้าย ได้แก่ บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ ทำรายได้ 246.50 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 12 เรื่อง รายได้โดยรวมทั้งหมดของกลุ่มเมเจอร์กรุปห้า บริษัทนี้สามารถทำรายได้รวมทั้งหมด 1,563.15 ล้านบาทจากการฉายภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุปทั้งหมด 62 เรื่อง

ในส่วนรายได้ภาพยนตร์อเมริกันประจำปี พ.ศ. 2543 (สตาร์พิกส์ 36(กุมภาพันธ์ 2544) ) แสดงให้เห็นว่า บริษัทในกลุ่มเมเจอร์กรุปเป็นกลุ่มบริษัทที่ยังคงทำรายได้สูงที่สุด โดยบริษัทที่มีรายได้สูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ บริษัท บัณฑิตา วิสด้า (บริษัท วอลท์ ดิสเนย์) ทำรายได้ถึง 311.3 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 16 เรื่อง อันดับที่สอง ได้แก่ บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ ทำรายได้ถึง 295.7 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 19 เรื่อง อันดับที่สาม ได้แก่ บริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส ทำรายได้ถึง 294.4 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 18 เรื่อง อันดับสี่ ได้แก่ บริษัท ทเวนตีธ เซ็นจูรี ฟ็อกซ์ (ประเทศไทย) ทำรายได้ 225.9 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 11 เรื่อง และอันดับสุดท้าย ได้แก่ บริษัท วอร์เนอร์ บราเธอร์ส ทำรายได้ 138.7 ล้านบาทจากจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด 8 เรื่อง รายได้โดยรวมทั้งหมดของกลุ่มเมเจอร์กรุปห้าบริษัทนี้สามารถทำรายได้รวมทั้งหมด 1,266 ล้านบาทจากการฉายภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุปทั้งหมด 72 เรื่อง แม้ว่ารายได้ของภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุปของปี พ.ศ. 2543 ลดน้อยลงจากรายได้รวมของปี พ.ศ. 2542 ก็ตาม แต่ภาพยนตร์อเมริกันก็ยังสามารถครองตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทยได้ ทั้งในด้านปริมาณการนำเข้าและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันที่ยังคงมีปริมาณมากกว่าภาพยนตร์ประเทศอื่นๆ และในด้านการประสบความสำเร็จในการทำรายได้ที่ยังคงครองความเป็นผู้นำในตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย ซึ่งทั้งนี้เนื่องจากความนิยมในการชมภาพยนตร์อเมริกันของประชาชนไทยยังมีได้ลดลงแต่อย่างใด

แม้ว่าภาพยนตร์อเมริกันจะประสบความสำเร็จในการทำรายได้ในประเทศไทยก็ตาม แต่ในขณะนี้ ภาพยนตร์ไทยเองก็เริ่มกลับมาทำตลาดและสามารถทำรายได้มากกว่าภาพ

ยนตร์อเมริกัน อย่างในกรณีของภาพยนตร์ไทยเรื่อง สุริโยไท ซึ่งในขณะนี้ (กันยายน 2544) สามารถทำรายได้ถึง 500 ล้านบาท ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ภาพยนตร์ไทยจะกลับมาทำรายได้อีกครั้งหนึ่ง และเป็นปรากฏการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการนำเข้าและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกัน

เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันจึงต้องพยายามที่จะนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันที่สามารถทำตลาดในประเทศไทยได้ เนื่องจากจะมีภาพยนตร์อเมริกันบางเรื่องเท่านั้นที่จะสามารถทำตลาดในประเทศไทยได้ ไม่ใช่ภาพยนตร์อเมริกันทุกเรื่องจะสามารถทำรายได้ติดอันดับทำรายได้เสมอไป มีภาพยนตร์อเมริกันบางเรื่องเท่านั้นที่จะมีการนำเข้ามาฉายในประเทศไทย และมีภาพยนตร์อเมริกันบางเรื่องที่น่าเข้ามาแล้วมีการจัดจำหน่ายไปทั่วประเทศไทย

จะเห็นได้ว่า การที่ภาพยนตร์อเมริกันประสบความสำเร็จในการครองความเป็นผู้นำของตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทยได้ทั้งในด้านปริมาณภาพยนตร์ที่นำเข้ามาฉายและในด้านรายได้ที่ประสบความสำเร็จในการทำรายได้ในตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย บริษัทที่นำเข้าภาพยนตร์อเมริกันจะทำหน้าที่ในการคัดเลือกการนำเข้า และตัดสินใจนำภาพยนตร์อเมริกันเข้ามาฉายในประเทศไทย ดังนั้น บริษัทจัดจำหน่ายเหล่านี้มีอำนาจในการกำหนดว่า คนไทยจะได้รับชมภาพยนตร์เรื่องใดบ้าง ทำไมภาพยนตร์บางเรื่องจึงมีโอกาสนำเข้ามาฉาย ในขณะที่บางเรื่องจึงไม่ได้นำเข้ามาฉาย ทำให้จำเป็นต้องทำการศึกษากระบวนการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันว่า กระบวนการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย ได้แก่ เกณฑ์การคัดเลือกภาพยนตร์อเมริกัน และการตัดสินใจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ใครเป็นผู้ตัดสินใจ มีการใช้ข้อมูลใดประกอบการตัดสินใจ นอกจากการศึกษาถึงกระบวนการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันแล้ว ถ้าหากจะเข้าใจถึงการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันอย่างแท้จริง จำเป็นต้องศึกษาถึงกระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันด้วย เนื่องจากการจัดจำหน่ายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันสามารถประสบความสำเร็จในการทำตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศตามที่ Nicholas Garnham ได้กล่าวเอาไว้ว่า ธุรกิจภาพยนตร์อเมริกันที่ประสบความสำเร็จได้ก็เนื่องมาจากการจัดจำหน่ายที่เป็นอาวุธสำคัญ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ บริษัทภาพยนตร์อเมริกันต้องติดต่อกับช่องทางจัดจำหน่าย ได้แก่ โรงภาพยนตร์ และสายหนัง ซึ่งทำให้เห็นถึงระบบความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทภาพยนตร์อเมริกัน และผู้ประกอบการธุรกิจช่องทางจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยจะศึกษาถึงการคัดเลือกและการกำหนดช่องทางจัดจำหน่าย, วิธีการส่งเสริมการตลาดของบริษัทภาพยนตร์อเมริกัน, การคัดเลือกภาพยนตร์ไปฉายของช่องทางจัดจำหน่าย ซึ่ง

การศึกษาในครั้งนี้จะทำให้เข้าใจถึงระบบการนำเข้าและการจัดจำหน่ายของธุรกิจภาพยนตร์อเมริกันของกลุ่มบริษัทเมเจอร์กรุ๊ปในประเทศไทย

### ปัญหานำวิจัย

1. กระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร
2. กระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงกระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย
2. เพื่อทราบถึงกระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย

### ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย” มุ่งศึกษาเฉพาะบริษัทในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป ซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นตัวแทนสาขาอย่างเป็นทางการของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และมีการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ยุคแรกของการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันมาขายในประเทศไทย และยังคงดำเนินธุรกิจอยู่จนถึงปัจจุบัน มีทั้งหมด 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด, บริษัท โคลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัควา วิสต้า จำกัด และ บริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส จำกัด โดยที่ทั้งสามบริษัทนี้ดำเนินธุรกิจเฉพาะการนำเข้าและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์เหมือนกับบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์อื่นๆที่มีการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ควบคู่ไปด้วย ช่วงเวลาในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 – 2544 เนื่องจากเป็นช่วงที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ทำให้เห็นถึงภาพรวมของธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันได้เป็นอย่างดี

### ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทยต้องรับนโยบายจากบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีบทบาทหลักในการตัดสินใจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกัน



คือ บริษัทภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกา ภายใต้การได้รับข้อมูลต่างๆ จากบริษัทตัวแทนจัดจำหน่าย ภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย โดยมีลักษณะเป็นไปตามการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทแม่ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา และบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทยซึ่งเป็น สำนักงานสาขา

2. การจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทยมี ลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะของความเป็นเมืองใหญ่และเมืองเล็ก การจัดจำหน่าย ภาพยนตร์อเมริกันเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันประสบความสำเร็จใน การเป็นผู้นำตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

**กระบวนการธุรกิจนำเข้า** หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนในการนำเข้า ภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย

**การจัดจำหน่าย** หมายถึง การกระจายตัวผลผลิตภาพยนตร์ที่นำ เข้าจากสหรัฐอเมริกาผ่านไปยังช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดผู้ชมภาพยนต์ทั่วประเทศ

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อ ส่งข้อมูลข่าวสารและโปรโมตภาพยนตร์ที่จะเข้าฉาย โดยใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และตอกย้ำให้กับผู้ชมภาพยนต์เลือก ชมภาพยนต์เรื่องนั้นๆ

**ภาพยนตร์อเมริกัน** หมายถึง ภาพยนตร์ที่บริษัทจัด จำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันเป็นผู้นำเข้าจากบริษัทสตูดิโอในฮอลลีวูดเป็นผู้นำเข้าและได้ยื่นขอ อนุญาตจากแผนกควบคุมภาพยนต์ กองทะเบียน สำนักงานตำรวจแห่งชาติอย่างถูกต้องตาม กฎหมายของประเทศไทย

**บริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกัน** หมายถึง บริษัทตัวแทนจัด จำหน่ายภาพยนต์จากสตูดิโอในสหรัฐอเมริกา ได้แก่ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ จำกัด, บริษัท โค ลัมเบีย ไทโรสตาร์ บัรนา วิสต้า จำกัด และ บริษัท ยูไนเต็ท อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส จำกัด

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สะท้อนให้เห็นถึงกลไกสำคัญในการบริหารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันประสบความสำเร็จในการครองความเป็นผู้นำตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย
2. นำข้อมูลที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยให้ดีขึ้น