

ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ ในยุคไทยแลนด์ 4.0

วันที่รับบทความ: 15 มกราคม 2564 / วันที่แก้ไขบทความ: 30 มิถุนายน 2564 / วันที่ตอบรับบทความ: 25 สิงหาคม 2564

สามมิติ สุขบรรจง

บทคัดย่อ

ก

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 และ 2) เพื่อจัดทำแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประเภท 1) ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และ 2) บุคคล หน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้ให้ทุน หรือมีส่วนเกี่ยวข้อง กับนโยบายการให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย การวิจัยเก็บข้อมูลในระหว่างปี 2561-2562 ผลการวิจัย พบว่า ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่ 1. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์กระแสหลัก’ (หนังตลาด) และ 2. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์อิสระ’ (หนังอินดี้) แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยกระแสหลักมาจากแหล่งทุนสำคัญ 5 ประเภทได้แก่ 1) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนในระบบสตูดิโอ’ 2) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจโรงภาพยนตร์รายสำคัญ ของประเทศไทย’ 3) แหล่งเงินทุนจาก ‘การร่วมทุนกับต่างชาติ’ 4) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนอิสระซึ่งเป็นนักธุรกิจ และนักการเมืองท้องถิ่น’ 5) แหล่งเงินทุนจาก ‘เจ้าของตราสินค้า’ (แบรนด์) สำหรับแหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ภาพยนตร์อิสระพบว่า มีความหลากหลาย แหล่งเงินทุนสำคัญ ได้แก่ 1) แหล่งเงินทุนส่วนตัว 2) แหล่งเงินทุนจาก ภาครัฐ 3) แหล่งเงินทุนจากภาคเอกชน 4) แหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระในประเทศไทย และ 5) แหล่งเงินทุนจาก องค์กรสนับสนุนภาพยนตร์และองค์กรอิสระในต่างประเทศ โดยแต่ละแหล่งเงินทุนมีวิธีการให้ทุนที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละแหล่งทุน แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด) มีรูปแบบใหญ่ๆ อยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) นำเสนอโครงการกับนายทุนในระบบสตูดิโอ 2) นายทุนมอบทุนให้สร้างภาพยนตร์ตามนโยบาย สำหรับแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและ รูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังอินดี้) มีแนวทางสำคัญ 8 รูปแบบได้แก่ 1) การสมัครรับ ทุนจากประกาศของแหล่งทุนทั่วโลก 2) การขอทุนด้วยการเข้าร่วมแข่งขันในตลาดโครงการหรือ ‘project market’ โดยวิธีการ ‘pitching’ 3) การขอทุนจากการนำภาพยนตร์เข้าร่วมฉายในเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง 4) การขอทุนสนับสนุนจากสปอนเซอร์สินค้า 5) การขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเป็นเงินทุนจากภาษี 6) การขอ ทุนสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์ 7) การขอทุนสนับสนุนจากกลุ่มเอกชน และเจ้าของธุรกิจรายใหญ่ 8) การขอทุน จากการระดมทุนสาธารณะ (crowdfunding)

คำสำคัญ: ตลาดทุน, แหล่งเงินทุน, การระดมทุน, ผู้สร้างภาพยนตร์ไทย, ไทยแลนด์ 4.0

สามมิติ สุขบรรจง (ศศ.ด., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2555, Email: sammiti@gmail.com) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิตอล วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Capital Markets, Funding Sources, and Fundraising Models of Thai Filmmakers in the Thailand 4.0 Era

Received: January 15, 2021 / Received in revised form: June 30, 2021 / Accepted: August 25, 2021

Sammiti Sukbunjhong

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the sources of funding of filmmakers in Thailand 4.0 and 2) to create guidelines for finding the capital market Funding sources and funding models of Thai filmmakers in Thailand 4.0 era by using qualitative research methods with in-depth interviews and data collection from key informants of the type 1) Thai movie producers and producers and 2) individuals, agencies or organizations that provide funds or involved with the funding policy for Thai movie production. The research collected data during 2018-2019. The result of the research shows that the capital markets and funding sources of filmmakers in Thailand 4.0 can be divided into 2 main categories as follows: 1. Funding sources of filmmakers 'Mainstream movies' (movie market) and 2. Creator's source of funds 'Independent movie' (Indie movie). Main sources of funding for Thai filmmakers come from 5 major sources of funds: 1) Funding from 'studio capitalists' 2) Funding sources from 'the capitalist who is the owner of a major movie theater business in Thailand' 3) Funding sources from 'foreign joint venture' 4) Funding sources from 'Independent capitalists, businessmen and local politicians' and 5) Funding sources from 'Brand owner' (brand). For the funding source of independent filmmakers, it is found that there is diversity, important funding sources are 1) Private funding sources 2) Government funding sources 3) Funding sources from the private sector 4) Funding sources from independent organizations in Thailand and 5) Sources of funding from international film and independent support organizations. Each funding source has different funding methods depends on the policy of each funding source. Guidelines for finding capital markets funding sources and funding models for mainstream filmmakers (market movies) there are 2 large formats. 1) Present the project to the studio capitalists 2) The capitalist gives the fund to create movies according to the policy. For guidelines for finding capital markets funding sources and funding models for independent filmmakers (indie movies) There are 8 important ways in which 1) Global funding announcements 2) participating in competitions in project market or 'project market' by 'pitching' method. 3) Movies to be shown at famous film festivals. 4) Product sponsorships. 5) Financial support from the government which is fund from tax. 6) Funding from television stations. 7) Funding from private groups or large business owners and 8) Funding from public fundraising (crowdfunding).

Keyword: Capital Markets, Funding Sources, Fundraising Models, Thai Filmmakers, Thailand 4.0

Sammiti Sukbunjhong (DA. In Arts and Culture Research), Srinakharinwirot University, 2012, Email: sammiti@gmail.com)
Assistant Professor, Cinema and Digital Media, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University.

This article is a part of a research project entitled "Capital Markets, Funding Sources, and Fundraising Models of Thai Filmmakers in the Thailand 4.0 Era", which received support from Srinakharinwirot University.

บทนำ

‘ภาพยนตร์’ เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อประชาคมโลก ทั้งในทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ บทบาทหน้าที่ของภาพยนตร์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการให้ความบันเทิงเท่านั้น ภาพยนตร์ยังทำให้เกิดค่านิยมในด้านต่าง ๆ หรืออาจเป็นเครื่องชี้้นำ สร้างภาพลักษณ์ หรือสร้างมูลค่าและรายได้ให้กับประเทศได้ สื่อภาพยนตร์จึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล และมีอิทธิพลต่อภาพใหญ่ของสังคม

สำหรับประเทศไทย สื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญมากในทางเศรษฐกิจ เนื่องจากรัฐบาลไทยประกาศให้ ภาพยนตร์ไทยเป็นหนึ่งใน ‘อุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก’ จากกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งหมด 12 กลุ่มหลักที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเป็นอย่างยิ่ง ดังข้อมูลที่เปิดเผยโดยสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ รายงานว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถทำรายได้ให้กับประเทศถึงประมาณ 27,386 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2549 ขณะที่ในปีพ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นเป็น 33,872 ล้านบาท (ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์, 2554: ออนไลน์) นอกจากนี้ วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ เลขาธิการสมาคมสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้เขียนบทความไว้ในหัวข้อ “ฉายภาพธุรกิจภาพยนตร์ไทย อุตสาหกรรม 2.4 หมื่นล้านบาท” โดยในบทความได้กล่าวถึงความสำคัญของภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีบุคลากรเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมถึง 50,130 คน และมีการสร้างมูลค่าที่เกี่ยวข้องเนื่องจากอุตสาหกรรมในหลายด้านดังนี้

ราว 1,450 คนอยู่ในกลุ่มสร้างและเป็นเจ้าของสิทธิการเผยแพร่ ส่วนในธุรกิจสนับสนุนการผลิต เช่น ให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำ จัดช่างแต่งหน้าทำผม ออกแบบตัดเย็บ ตัดต่อ ภาพเสียงราว 4,500 คน ส่วนด้านการตลาดมีไม่ถึง 500 คน ที่เหลืออยู่ในรูปของเจ้าหน้าที่ในธุรกิจโรงภาพยนตร์ 10,300 คน และคนในธุรกิจ DVD อีก 33,600 คน กระนั้นก็ไม่อาจถือเป็น

เป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ นับห้างร้านกิจการที่ธุรกิจนี้ได้ราว 21,500 ราย นี่เป็นข้อสรุปครั้งสุดท้ายเมื่อพ.ศ.2554 มูลค่ารวมของทรัพย์สิน และการลงทุนของอุตสาหกรรมนี้คำนวณได้ 24,279.74 ล้านบาท จากมุมรายได้การฉายหนังไทยในโรง ได้ค่าบัตรราว 1,240 ล้านบาท/ปี หลังพ้นโรงแล้ว แผ่น DVD แท้จึงจะออกวางจำหน่าย สร้างรายได้ราว 1,832 ล้านบาท/ปี ผลพลอยได้อื่น เช่น ค่าโฆษณาในโรงและจำหน่ายเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยวหน้าโรง 2,000 ล้านบาท/ปี แต่รายได้จากการส่งออกหนังไทยไปต่างประเทศ เพียง 500 ล้านบาท/ปี ซึ่งควรจะขยายได้อีกมาก...(วีระศักดิ์ โควสุรัตน์, 2557: ออนไลน์)

นอกจากนี้ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สรุปภาพรวมของอุตสาหกรรมไทย ไว้ในปี พ.ศ. 2549 ความว่า

มูลค่าตลาดของภาพยนตร์ในแต่ละปีมีความผันผวนค่อนข้างมาก เนื่องจากรายได้ของภาพยนตร์มีความไม่แน่นอน บางเรื่องอาจประสบความสำเร็จสร้างรายได้เกินกว่า 100 ล้านบาท บางเรื่องอาจประสบกับภาวะขาดทุน อย่างไรก็ตามในช่วงปี2540-2543 มีภาพยนตร์ไทยเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ค่อนข้างน้อยอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจ และกลับมามีบทบาทสำคัญอีกครั้งหลังจากภาพยนตร์ไทยเรื่องนางนากและภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์เรื่อง สุริโยไท ในปี 2544 หลังจากนั้นความนิยมในภาพยนตร์ไทยก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นส่งผลให้ปัญหาทางด้านเงินทุนในการผลิตลดลงและขยายความต้องการชมภาพยนตร์ของตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามภาวะความเสี่ยงของภาพยนตร์ยังคงมีอัตราที่สูง ดังจะเห็นได้จากภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จทางด้านรายได้เป็นจำนวนมากนั้น ในแต่ละปีจะมีเพียง 2-3

เรื่องเท่านั้นจากภาพยนตร์ที่เข้าฉายทั้งหมด
40-50 เรื่อง สำหรับมูลค่าตลาดของภาพยนตร์
ไทยในปี 2548 มีมูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปี 2547 ที่ผ่านมา
(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2549: ออนไลน์)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของศูนย์วิจัยและผู้เชี่ยวชาญพบว่า แม้ว่าในช่วงระยะหลังผู้ประกอบการภาพยนตร์จะสามารถผลักดันให้ภาพยนตร์ไทยสามารถส่งเป็นสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทั้งในส่วนของการจำหน่ายภาพยนตร์ไปฉายโดยตรงยังต่างประเทศ ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังไม่เติบโตหรือขยายตัวได้เท่าทันความต้องการของตลาดโลกได้ ทั้งนี้อาจเกิดจากปัจจัยในหลายด้าน อาทิ ปัจจัยด้านผู้สร้างภาพยนตร์ ปัจจัยด้านระบบการผลิต ระบบการจำหน่ายและธุรกิจโรงภาพยนตร์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) ได้ระบุไว้ในรายงานเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์” ในปี 2557 ความว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีด้วยกัน 4 ประการ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยากหรือขาดแคลนเงินทุน 2) การละเมิดลิขสิทธิ์ 3) ขาดบุคลากรที่มีองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็น และ 4) ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานยังขาดคุณภาพมาตรฐานและต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2557: 3) ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรที่ระบุว่า 1) ตลาดภาพยนตร์ไทยในประเทศมีขนาดเล็ก 2) ตลาดต่างประเทศเริ่มเพิ่มมูลค่าขึ้นแต่ยังมีมูลค่าไม่สูงมาก 3) ภาพยนตร์ไทยที่ผลิตขึ้นมานั้นมีความหลากหลายของเนื้อเรื่องค่อนข้างน้อย 4) ภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาฉายในประเทศก็มีเป็นจำนวนมาก 5) การผลิตที่แม้จะได้รับการพัฒนาไปมากแต่ก็ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถและความชำนาญเฉพาะทาง และ 6) การขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการสนับสนุน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.), 2557: ออนไลน์) จากปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีอยู่หลากหลาย จะเห็นได้ว่าปัญหาหนึ่งที่มี

ความสำคัญและไม่สามารถทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืนคือ ปัญหาเรื่อง ‘การขาดแคลนเงินทุนและแหล่งทุนที่มาช่วยสนับสนุนให้เกิดการผลิต’ ปัญหาดังกล่าวนี้อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของผู้สร้างภาพยนตร์ในไทย และเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบไปสู่ปัญหาด้านอื่น ๆ ตามมา จนทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งระบบไม่อาจขยายการเติบโตไปมากกว่าที่เป็นอยู่

คำถามการวิจัย

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตั้งคำถามเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยดังนี้

1. อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังมีโอกาสในด้านของแหล่งทุนผู้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันหรือไม่ ถ้ามี แหล่งทุนดังกล่าวคือใคร มาจากแหล่งใดบ้าง และแหล่งทุนผู้ยังให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีนโยบายการให้ทุนอย่างไร
2. ผู้สร้างภาพยนตร์แต่ละรายมีรูปแบบ วิธีการหรือแนวทางในการระดมทุนเพื่อนำมาสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ของตนเองอย่างไรในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจมีความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

เนื่องจากการศึกษาหาคำตอบในประเด็นดังกล่าว มีความสำคัญและนำไปสู่การจัดทำแนวทางหาแหล่งทุน และรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ที่จะนำมาพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยให้มีการผลิตที่ต่อเนื่องและสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน จากคำถามดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาตั้งเป็นประเด็นในการศึกษาในหัวข้อเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0” ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยคาดว่าการศึกษาเรื่องดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในวงวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการภาพยนตร์ที่จะได้มีแนวทางในการหาแหล่งเงินทุน และมีวิธีการในการระดมทุนเพื่อนำมาสร้างสรรค์ภาพยนตร์ให้ต่อเนื่องและขยายตลาดไปสู่ระดับนานาชาติ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและคุณภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้

พัฒนาอย่างยั่งยืนและนำรายได้กลับเข้ามาพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0
2. เพื่อจัดทำแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งทุน และรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0

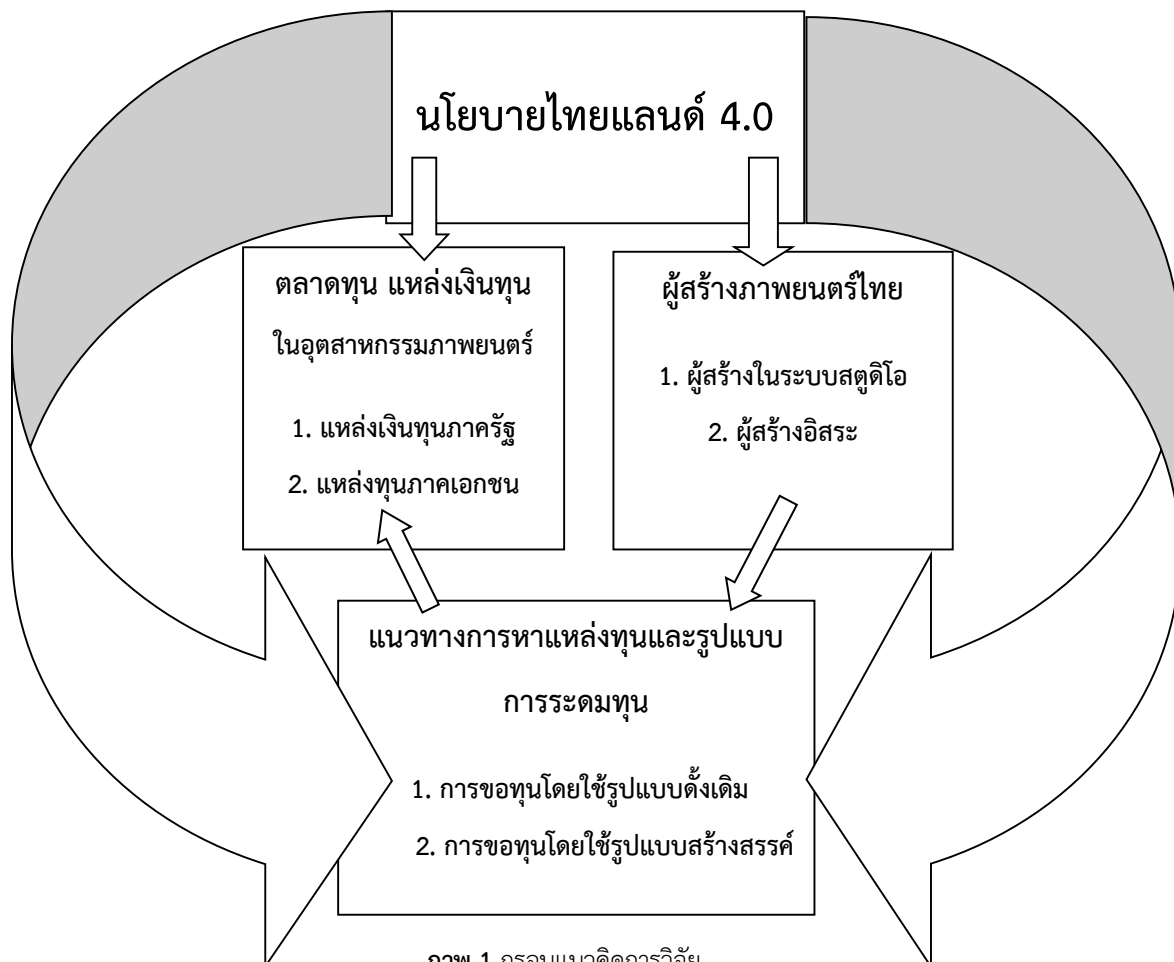
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์

4.0” ผู้วิจัยกำหนดแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยใช้แนวคิดสำคัญต่อการศึกษาวิจัย 3 กลุ่มแนวคิด ได้แก่

- 1) แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และธุรกิจภาพยนตร์ไทย
- 2) แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งทุน และการระดมทุนในการสร้างภาพยนตร์ และ
- 3) แนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม 3 กลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้มาตั้งเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตและจดบันทึก (Observation and Report) ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยด้านเนื้อหาในการศึกษาวิเคราะห์คือ ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย 2) บุคคลหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้ให้ทุน หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้คือ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และหน่วยงานและองค์กรผู้ให้ทุนที่ตั้งอยู่ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย โดยแยกเป็นผู้สร้างและผู้ผลิตอิสระและผู้สร้างและผู้ผลิตในระบบสตูดิโอ ดังนี้

1.1 ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระ

ก. บุญส่ง นาคภู

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ ผลงานการกำกับที่มีชื่อเสียงคือ ภาพยนตร์เรื่อง “ธุดงค์ควัตร” (2559) ภาพยนตร์ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ สุพรรณหงส์ ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ 191 1/2 มือปราบทราบแล้ว ป่วน (2546), มหาลัยวิฆวน (2560), เณรกระโดดกำแพง (2561) เป็นต้น

ข. อนุชา บุญยวรรธนะ

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ ผลงานการกำกับที่มีชื่อเสียงคือ ภาพยนตร์วิทยานิพนธ์เรื่อง “ตามสายน้ำ” และได้รับรางวัลจิตรมาตรา จาก Thai Short Film and Video Festival และรางวัล Young Thai Artist Award และยังได้รับเลือกให้ฉายในเทศกาลภาพยนตร์ในเอเชียและยุโรป เช่น Hong Kong Independent Short Film and Video Award และกำกับ ภาพยนตร์เรื่อง “มะลิลา” ได้รับรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ สุพรรณหงส์ และรางวัล Asian Film Award (2008)

ค. นนทวัฒน์ นำเบญจพล

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ ผลงานการกำกับที่มีชื่อเสียงคือ ภาพยนตร์เรื่อง “ฟ้าต่ำแผ่นดินสูง” และ “by the river สายน้ำติดเชื้อ” ได้รับรางวัล Special Mention สาย Concorso Cineasti del presente หรือผู้กำกับหน้าใหม่ ในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโลคาร์โน ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (Locarno international film festival Switzerland (2013)

ง. ดรสรณ โกวิทวิชชา

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์อิสระ และโปรแกรมเมอร์ ผู้ส่งภาพยนตร์ไปยังเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ และคณะกรรมการตัดสินรางวัลเทศกาล International Film Festival Rotterdam ประเทศเนเธอร์แลนด์ ผลงานภาพยนตร์ที่ผู้อำนวยการสร้างและมีชื่อเสียง ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง “มะลิลา” ได้รับรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ สุพรรณหงส์ ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ ฟ้าต่ำแผ่นดินสูง, The Master, นรินทร์ราตรี เป็นต้น

จ. โสฬส สุขุม

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์อิสระ รางวัลที่เคยได้รับการผลิตภาพยนตร์ได้แก่ รางวัลสุพรรณหงส์ New Current Award จาก Pusan International Film Festival, รางวัล Tiger Award จาก International Film Festival Rotterdam ประเทศเนเธอร์แลนด์, รางวัล Special Jury Prize จาก Las Palmas de Gran Canaria International Film Festival ประเทศสเปน และรางวัลศิลปินศิลปาธร สาขาภาพยนตร์และสื่อเคลื่อนไหว ประจำปี 2561 จากกระทรวงวัฒนธรรม

ฉ. พิมพ์กา ไตรวิระ

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์, ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์อิสระ ผลงานการกำกับภาพยนตร์สั้นที่มีชื่อเสียงได้แก่ เรื่อง "แม่น้ำ" ได้รับรางวัล Special Jury Prize จากเทศกาล Image Forum Festival ปี 1998 ที่ประเทศญี่ปุ่น เคยเป็น Program Director ในเทศกาลภาพยนตร์กรุงเทพฯ เมื่อปี 2001, 2008 และ 2009 และนอกจากนี้ยังได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง "Program Director" (ผู้อำนวยการฝ่ายคัดเลือกภาพยนตร์) ของเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติสิงคโปร์อีกด้วย มีผลงานกำกับภาพยนตร์ที่ผ่านมา คือ The Island Funeral มหาสมุทรและสุสาน เป็นต้น

1.2 ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ในระบบสตูดิโอ

ก. เฉลิม วงศ์พิมพ์

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์แนวตลก แอคนั้น ผลงานการกำกับที่มีชื่อเสียงคือ ภาพยนตร์เรื่อง "7 ประจัญบาน" ได้รับรางวัลภาพยนตร์แห่งชาติ สุพรรณหงส์ สาขาผู้กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ ล่าระเบิดเมือง (2542) 7 ประจัญบาน (2545) ตะเคียน (2546) 7 ประจัญบาน 2 (2548) คนไฟบิน (2549) อีเห็ดสด ผัดจืด (2553) The Exchange (2562) หลวงพี่กะอีปอบ (2563) เป็นต้น

ข. พันธุ์ธัมม์ ทองสังข์

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผลงานการกำกับที่มีชื่อเสียงคือ ภาพยนตร์เรื่อง ไอ้ฟัก (2547) และเรื่อง มะหมา 4 ขาครึ่ง ในปี (2550) ผลงานอื่น ๆ ได้แก่ คู่กรรม (2538), จักรยานสีแดง (2540), Love Syndrome รักโง่ๆ (2556) และผลงานด้านอำนวยการสร้าง ได้แก่ กุมภาพันธุ์ (2546), สัตว์ประหลาด! (2547), แสงศตวรรษ (2549), โลงต่อตาย (2551) และ เพื่อนร่วมห้อง...ต้องแอบรัก (2552) เป็นต้น

ค. ภาณุ อาวี

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อภาพยนตร์ต่างประเทศ สหมงคลฟิล์ม เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์ในการคัดเลือกภาพยนตร์ต่างประเทศทั้งที่เป็นภาพยนตร์สายพานิชย์ และภาพยนตร์แนวทางเลือกที่ได้รับรางวัลเข้ามาฉายในโรงภาพยนตร์ไทย

2. บุคคล หน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้ให้ทุน หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย

ก. อธิป กลิ่นวิจิต

ข้อมูลพื้นฐาน: บรรณาธิการข่าววัฒนธรรมบันเทิง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ข. วลัยรัตน์ ประภาภมร

ข้อมูลพื้นฐาน: ผู้ช่วยกรรมการและผู้จัดการมูลนิธิเอสซีจี

นอกจากนี้ยังมีการสืบค้นเอกสารสำคัญของกลุ่มบุคคล หน่วยงานหรือองค์กรสำคัญที่เป็นผู้ให้ทุน หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย ได้แก่

- กระทรวงวัฒนธรรม
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.)
- สถาบันหนังไทย หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน)
- สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย
- มูลนิธิเอสซีจี (SCG foundation)
- พูริน พิคเจอร์ส (Purin Pictures)
- บริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) (MPIC)
- บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด (GDH 559 Co.,Ltd)
- สิริพงษ์ อังคสกุลเกียรติ (นักการเมือง นักธุรกิจและนายทุนอิสระ)
- ฯลฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดังนี้

แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม

ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาคำตอบให้กับคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยในแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและภูมิหลังของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 คำถามในประเด็นที่เกี่ยวกับตลาดทุน แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0

ตอนที่ 3 คำถามในประเด็นที่เกี่ยวกับแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุน และรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0

เมื่อได้ข้อมูลมาเป็นที่เรียบร้อยแล้วในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์เพื่อนำไปตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญประเภท 1) ผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และ 2) บุคคลหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้ให้ทุน หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการให้ทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย โดยค้นหาคำตอบในสองประเด็นหลักได้แก่

1. ประเด็นที่เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0

2. ประเด็นที่เกี่ยวกับแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุน และรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยดังนี้

ข้อค้นพบที่ 1 : ผลการวิจัยพบว่า ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่ 1. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์กระแสหลัก’ (หนังตลาด) และ 2. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์อิสระ’ (หนังอินดี้)

ข้อค้นพบที่ 2 : ผลการวิจัยพบว่า แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยกระแสหลักมาจากแหล่งทุนสำคัญ 5 ประเภทได้แก่ 1) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนในระบบ

สตูดิโอ’ หรือบริษัทหรือค่ายหนังในประเทศไทยที่มีชื่อเสียง และ 2) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจโรงภาพยนตร์รายสำคัญของประเทศไทย’ 3) แหล่งเงินทุนจาก ‘การร่วมทุนกับต่างชาติ’ 4) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนอิสระซึ่งเป็นนักธุรกิจและนักการเมืองท้องถิ่น’ ได้แก่ กรณี ‘ไต้หวันเดอะซีรีส์’ นอกจากนี้ยังพบ 5) แหล่งเงินทุนจาก ‘เจ้าของตราสินค้า’ (แบรนด์) ทำหน้าที่เป็น ‘สปอนเซอร์’ หรือผู้สนับสนุนในการให้เงินทุนกับผู้สร้างภาพยนตร์ ตามคำอธิบายของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“ทุนในยุคก่อนจะอยู่กับบริษัทใหญ่ๆ เท่านั้น เรียกว่า ‘ค่าย’ เช่น ของ ‘เสี่ยเจียง’ หรือ ‘ไพล์สตาร์’ ‘สหมงคลฟิล์ม’ ‘ไทเอนเตอร์เทนเมนต์’ และบริษัท เล็ก ๆ อีกหลายบริษัท ก่อนหน้านั้นเป็น ‘สายหนัง’ บริษัทใหญ่ที่ว่าเป็นบริษัทที่มีอำนาจ อำนาจในการให้ทุนคน และก็ออกไปค้นหาผู้กำกับที่ถูก ‘สเปค’ ที่จะมาทำหน้าที่เขา และผลงานก็เป็นของบริษัท ถ้าย้อนกลับไปประวัติศาสตร์อีกก็จะพบว่า ส่วนใหญ่ก็เป็นทุนแบบนี้..” (บุญส่ง นาคมู, 2562: สัมภาษณ์)

“แต่ก่อนหน้านี้นักไม่ได้มี มูฟเมนต์ (movement) ที่ประสบความสำเร็จชัดเจนอะไรมาก แต่ก็น่าจะมีสัก 2 มูฟเมนต์เท่าที่อยู่ในความทรงจำ ประเภทที่ 1 คือนายทุนอิสระต่าง ๆ เริ่มให้ความสนใจในหนังไทยมากขึ้นเมื่อมีภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ระดับปรากฏการณ์ เช่น พี่มาก พระโขนง หรือหนังไทยที่ทำรายได้สูงๆ เช่น ไทยบ้าน ก็จะมีผู้สร้างที่คิดได้ว่า เราน่าจะทำอย่างนี้ได้ และหาเงินได้ ก็อยากเข้ามาเล่นในวงการนี้อยู่ แต่ก็ไม่มีแนวทางที่ชัดเจนว่าเข้ามาแล้วจะสำเร็จ อาจจะนับกรณีไต้หวันว่าสำเร็จเพราะเป็นแฟรนไชส์ที่สร้างกันมาหลายภาคและทำเงินให้เกือบทุกภาค อันนี้ก็เกิดขึ้น...ทีนี้จะมีอีกลักษณะหนึ่งคือ ค่ายโรงหนังสร้างเอง อย่างเช่น เมเจอร์ก็อาจจะมีการลงทุนสร้างภาพยนตร์ของตนเอง เพราะมีโรงฉายอยู่แล้ว อันนี้ก็เป็นทุนที่เข้ามา อย่างเช่น ‘ทรานส์ฟอร์มเมชัน’ (Transformation) ไม่แน่ใจชื่อ แต่เงินจะมาจากค่ายโรงหนัง โดยเฉพาะเมเจอร์” (อนุชา บุญยวรรธน, 2562: สัมภาษณ์)

“แนวทางการทำหนังของผมจะเป็นหนังตลาดหรือหนัง feature film ผมทำหนังตลก หนังผี หนังแอคชั่น

ซึ่งตลาดหนังไทยหมายถึงนายทุน เขาจะโอเคกับแนวหนังนี้ ในการหาทุนผมก็เลยไม่ลำบากเท่าสายอินดี้ สำหรับผมก็จะมี นายทุนที่เป็นค่ายหนัง ผมเคยทำกับไฟว์สตาร์ สหมงคลฟิล์ม พระนครฟิล์ม บริษัทพวกนี้เป็นนายทุนที่ทำหนังตลาดอยู่ แล้ว” (เฉลิม วงศ์พิมพ์, 2562: สัมภาษณ์)

“การหาทุนของหนังตลาด ทุนก็มาจากทางบริษัท หรือค่ายหนัง แต่หนังตลาดเองก็มีอีกหลายแบบ มีหนังตลาด ที่ทำโดยค่ายอิสระก็มี ซึ่งก็มีอีกหลายแบบ...อย่างไต้หวันเป็น หนังที่ทำกันขึ้นมาเอง จะเรียกว่าเป็นหนังอีสาน สำหรับคนดู ของภูมิภาคนั้น ทางนายทุน เขาอยากทำอย่างนี้ เขามีเงินอยู่ ไม่เยอะ แต่ก็ประสบความสำเร็จ แบบนี้ จริง ๆ ก็มีหนังตลาด อีกจำนวนไม่น้อย อาจจะเป็นหนังที่เราารู้สึกว่าไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งส่วนใหญ่อาจจะแบบโปรดิเวเซอร์กับผู้กำกับ จะเป็นคนๆ เดียวกัน ก็ทำขึ้นมา โดยอาจจะหาแหล่งเงินจาก ที่ใดที่หนึ่ง อาจจะมีเงินอยู่แล้วหรืออาจจะมีคนมาลงทุนให้ หรืออาจจะมียูนิคอร์น เสริมแล้วเขามาไปให้บริษัทที่เป็น ค่ายใหญ่ๆ จัดจำหน่าย เช่น ส่วนใหญ่จะเป็น M Picture ลักษณะนี้ก็มีเป็นจำนวนมาก” (ดร.สรธรณ โกวิทวณิชชา, 2562: สัมภาษณ์)

ข้อค้นพบที่ 3 : ผลการวิจัยพบว่า แหล่งเงินทุน ของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในยุคไทยแลนด์ 4.0 ผลการวิจัย พบว่ามีความหลากหลาย แหล่งเงินทุนสำคัญ ได้แก่ 1) แหล่งเงินทุนส่วนตัว 2) แหล่งเงินทุนจากภาครัฐ 3) แหล่ง เงินทุนจากภาคเอกชน 4) แหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระใน ประเทศไทย และ 5) แหล่งเงินทุนจากองค์กรสนับสนุน ภาพยนตร์และองค์กรอิสระในต่างประเทศ โดยแต่ละแหล่ง เงินทุนมีวิธีการให้ทุนที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายของ แต่ละแหล่งทุน สามารถจำแนกแหล่งทุนออกตามลักษณะ ของที่มาของแหล่งเงินทุนได้ดังนี้

แหล่งเงินทุนจากภาครัฐ - กองทุนที่สำคัญ ได้แก่ กองทุนกระทรวงวัฒนธรรม และกองทุนสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กองทุนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียงกิจการ โทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

“พ.ศ.2562 ก่อนหน้านี้นี้จะมีทุนรัฐบาล แต่ก็ก็เป็นทุน ที่ไม่นิ่ง หมุนเวียนไปตามสังคม รัฐบาล การเมือง ของนโยบาย

ต่าง ๆ ถ้าย้อนไปจะเห็นว่ามี สสส.(สถาบันสร้างสรรค์สื่อเพื่อ การเรียนรู้ที่พยายามจะให้ทุนอยู่เรื่อย ๆ มีการให้ทุนครั้งใหญ่ ตอน ‘เศรษฐกิจไทยเข้มแข็ง’ เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ซึ่งเราก็ได้ทุนในช่วงเวลานั้น เหมือนกัน แต่มันก็ไม่นิ่ง ปีเดียวกันทยอย อย่างไม่รู้ตาม สสส. ก็ พยายามให้ทุนมาโดยตลอด แม้ว่าจะกระต่อนกระแท่น ปีนี้ให้ ปีหน้าไม่ให้ นี่คือการไม่แน่นอน ปรากฏว่ามี ‘Thai Media Fund’ (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์) ขึ้นมา ปี พ.ศ.2552 ทุนของ Thai Media Fund ก็มีข้อกำหนดเยอะมาก ...ก่อน Thai Media Fund คือมี สสส. (สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ) แต่เงินจาก สสส. เป็นเงินมา จากภาษีที่เก็บผู้จำหน่ายเหล้า บุหรี่ ทุนจาก กสทช. เป็นเงิน ภาษีจากสื่อ” (บุญส่ง นาคภู, 2562: สัมภาษณ์)

แหล่งเงินทุนจากภาคเอกชน - กองทุนที่สำคัญ ได้แก่ มูลนิธิเอสซีจี (SCG foundation) นิติสารภาพยนตร์ ไปโอสโคป โกฟิล์ม

แหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระในประเทศ - กองทุน ที่สำคัญ ได้แก่ สถาบันหนังไทย หอภาพยนตร์ (องค์กร มหาชน) สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย สถาบันโทรทัศน์ไทยพี บีเอส

“สำหรับคนสร้างภาพยนตร์ไทยก็มีทุนของ “คอนเทนต์ ไทยแลนด์” (Content Thailand) ในสมัยอดีต ทุนดังกล่าวนี้ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องกฎระเบียบ ทำให้ไม่สามารถออกทุนได้ แต่สมัยก่อน มีการพาไปเจตน์เจตไป ขาย และก็ให้สตางค์ส่วนหนึ่งด้วย แต่จริง ๆ คอนเทนต์ ไทย แลนด์ น่าจะเริ่มจากนโยบายไทยเข้มแข็ง...ถ้าในเมืองไทยก็ ค่อนข้างน้อย จริง ๆ ไทยพีบีเอสเคยทำที่ให้ทุนภาพยนตร์ เรื่อง “สายน้ำติดเชื้อ” เราให้ทุนไปส่วนหนึ่ง แล้วให้เขาทำ เป็นตอนสั้นๆให้ไทยพีบีเอส และก็มีทำตอนยาว เพื่อไป เทศกาล...” (อธิป กลิ่นวิชิต, 2562: สัมภาษณ์)

แหล่งเงินทุนจากองค์กรสนับสนุนภาพยนตร์และ องค์กรอิสระในต่างประเทศ - กองทุนที่สำคัญ ได้แก่ Hubert Bals Fund (HBF), Asian Cinema Fund (ACF), World Cinema Fund (WCF), Centre National de la Cinematographie (CNC), The Korean Film Council (KOFC), The Singapore Film Commission (SFC), Film Development Council of the

Philippines (FDCP), Purin Pictures ตามคำอธิบายของผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

“หนังอีกประเภทหนึ่งคือ หนังอิสระอาจเริ่มมาตั้งแต่ยุค ‘พีเจีย’ แหล่งทุนถ้าเป็นช่วงแรก ๆ อย่างพีเจีย อภิชิตพงศ์จะใช้ทุนส่วนตัว มีคนมาช่วยลงทุนให้ เหมือนหนังอิสระทั่วไปก็เป็นอย่างนี้ แล้วก็มาผนวกกับการที่ขอทุนสร้างจากต่างประเทศ ในทวีปยุโรปจะมีการให้ทุนกับภาพยนตร์จากประเทศโลกที่สาม ซึ่งอันนี้ก็เป็นเม็ดเงินจำนวนหนึ่งที่เข้ามา” (ดร.สรณ โกวิทวณิชชา, 2562: สัมภาษณ์)

“มันจะมีทุนจากรัฐ โดยเฉพาะในยุโรป หลัก ๆ คือ มี 2 แบบ หนึ่งคือ ทุนที่ให้เปล่า ซึ่งจะขึ้นอยู่กับเทศกาลหนัง เคียวยจะส่งข้อมูลให้เขาค่ะ เช่น Hubert Bals Funds ขึ้นอยู่กับเทศกาลหนัง Rotterdam ที่เนเธอร์แลนด์ ส่วน Asian Cinema Funds จะขึ้นอยู่กับเทศกาลหนังปูซาน เกาหลี มีทุนแบบที่เป็น pitching ด้วย ทุนที่พูดถึงแรก ๆ คือ ทุนที่ให้เปล่า เราแค่สมัครไป มี portfolio มี profile ว่าไป เงินจะอยู่ประมาณล้าน ไม่เกินล้านห้า ถ้าเป็นเรื่องบ๊ทไม่เกิน 3 แสน มันจะมีอีกทุนที่ออกจากรัฐ รัฐเอาเงินภาษีมาให้ทุนในองค์กรศิลปะต่าง ๆ ทุนนี้เงินอาจจะเยอะกว่าอาจจะได้ถึง 3 ล้าน” (โสพล สุขุม, 2562: สัมภาษณ์)

“ทุนของฝรั่งเศสที่คนรู้จัก ก็ ‘CNC’ (Centre National de la Cinematographie) ใน CNC ก็คือให้ทุนหนังฝรั่งเศสอยู่แล้ว และจะมีทุนที่ให้หนังที่ไม่ใช่หนังฝรั่งเศส แต่ co-production กับฝรั่งเศส แปลว่า เงื่อนไขคือต้องมีโปรดิวเซอร์ที่เป็นคนฝรั่งเศส และเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในฝรั่งเศส คนนี้จะเป็นคนสมัครทุนอันนี้ให้ ซึ่งทุนนี้ค่อนข้างเงินเยอะเหมือนกัน เงินประมาณสักแสน สองแสน ยูโร แต่เงื่อนไขคือ ต้องใช้ 50 เปอร์เซ็นต์ของทุนไปในฝรั่งเศสหรือใช้กับผู้เชี่ยวชาญคนฝรั่งเศส” (พิมพ์ภา ไตรวิระ, 2562: สัมภาษณ์)

“มีทุนจากต่างประเทศ ซึ่งคนไทยมีสิทธิ์ขอ เช่น ‘Purin Pictures’ ทุนนี้ให้หนังอาเซียนน่าจับตา ให้ทุนทั้ง Pre-Pro-Post ให้ทุนโปรดักชั่น พวกนี้เป็นทุนที่สร้างสรรค์มาก แต่ก็มีรูปแบบเฉพาะของมัน ทั้งอาเซียนไม่ใช่แค่

ประเทศไทยใครขอก็ได้ คู่แข่งเยอะ มีคนไทยดูแล เช่น คุณอนินชา นอกจากนี้มีทุนต่างประเทศอีกเช่น ‘Hubert Bals Fund’ ซึ่งคนทั้งโลกขอ ไม่ถ่วงนัก แล้วก็ยังมีของฝรั่งเศส แต่กว่าจะได้ก็อาจจะนานและช้ากว่างานของเรา” (บุญส่ง นาคภู, 2562: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังให้ข้อมูลแหล่งเงินทุนจากองค์กรสนับสนุนภาพยนตร์และองค์กรอิสระในต่างประเทศที่สนับสนุนภาพยนตร์สารคดีไว้ด้วยตามคำอธิบายดังนี้

“ผมก็ไปเจอทุนชื่อว่า ‘Art Network Asia’ มันเป็นทุนที่ base อยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเขาไม่ได้ให้แค่หนังอย่างเดียวเขาให้ด้านอื่นด้วยเช่น ศิลปะการแสดง การจัดงานทางวัฒนธรรม หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม นะครับ ไม่ใช่แค่หนังอย่างเดียว แต่เขาจะเน้นว่าต้อง ‘cross culture’ ต่างประเทศกัน cross culture กัน เราก็ลองส่งโปรเจกต์ไปดู ปรากฏว่าเขาก็ให้ทุนมา แต่ก็ไม่เยอะ ประมาณ 1500 เหรียญหรือประมาณ 6 หมื่นบาท” (นนทวัฒน์ นำเบญจพล, 2562: สัมภาษณ์)

“ได้รับเงินทุนแรกมาจาก Art Network Asia ของประเทศสิงคโปร์ ทำให้ได้หนัง 80 % แต่ปรากฏว่าต้องเข้าไปฝั่งกับพวเขาด้วยเพื่อที่จะถ่วงมุมมองความคิดเห็นของคนฝั่งนั้นด้วย ดังนั้นเงินก้อนนี้ก็ไม่พอเราก็เลยมองหาทุนอื่น ๆ เราก็ใช้วิธีการเดิม โชคดีที่เกิดมาในยุคอินเทอร์เน็ตรวดเร็วแล้วก็ใช้วิธีการกุ้เกลเหมือนเดิมแล้วก็เจอทุนชื่อว่า ‘DMC Funds’ ของเกาหลีซึ่งเป็นทุนให้สำหรับหนังที่เกี่ยวข้องชายแดนพอดิ แล้วก็ตอนนั้นมันผูกโยงกับทุนของพูซาน ซึ่ง DMC เป็นทุนให้ Documentary และเป็นทุนพิเศษขึ้นมาให้กับชายแดนพอดิ เราก็เลยลองส่งดู ซึ่งปรากฏว่าก็ได้ ตอนนั้นได้มาประมาณจำไม่ได้ว่า แสนห้าหรือสามแสนบาท ซึ่งก็มาถ่าย 20% ที่เหลือของหนัง” (นนทวัฒน์ นำเบญจพล, 2562: สัมภาษณ์)

ข้อค้นพบที่ 4 : ผลการวิจัยพบว่า ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสามารถแบ่งเป็นประเด็นย่อยได้ดังนี้

4.1 แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด)

ผลการวิจัยพบว่า การหาตลาดทุน แหล่งเงินทุน และรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด) มีรูปแบบใหญ่ๆ อยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) ผู้คิดโครงการภาพยนตร์นำเสนอโครงการกับนายทุนในระบบสตูดิโอที่มีแนวทางเดียวกันกับผู้คิดโครงการ

“เราต้องดูว่าโปรเจกต์ที่สร้างขึ้นมาก่อนอื่นคิดว่าหนัง *appearing* (โดนใจ) กับกลุ่มไหน คนดูกว้าง รีเพล่า ถ้าคิดว่าหนังเรื่องนี้ *appearing* กับคนดูมากสามารถที่จะทำรายได้ได้มากก็สามารถที่จะนำไปเสนอสตูดิโอที่เราจะมีแนวทางการสร้างหนังประเภทนั้นอยู่แล้ว...” (อนุชา บุญยวรรธนะ, 2562: สัมภาษณ์)

เฉลิม วงศ์พิมพ์ อธิบายไว้เพิ่มเติมในประเด็นนี้ ความว่า “โดยแบบที่ 1 คือ ผมคิดพลอตเรื่องไปเสนอ เอาไอเดียไปเสนอ อย่างคนไฟบิน ผมเอาไอเดียไปเสนอ แล้วก็เล่าให้เขาฟังคร่าวๆ นายทุนเขาก็ชอบ เขาก็อนุมัติ กับแบบที่ 2 เช่น เรื่อง 7 ประจัญบาน เสียเจียงเป็นคนเสนอว่าทำเรื่องนี้ไหม ผมก็คิดว่า ดี น่าสนใจ ผมก็ทำ” (เฉลิม วงศ์พิมพ์, 2562: สัมภาษณ์)

4.2 แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังอินดี้)

ผลการวิจัยพบว่า การหาตลาดทุน แหล่งเงินทุน และรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังอินดี้) มีแนวทาง รูปแบบหรือลักษณะในการระดมทุนที่หลากหลาย เนื่องจากวัตถุประสงค์ของแหล่งทุนมีความแตกต่างกัน แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังอินดี้) ยังแบ่งออกเป็น แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนในประเทศ และต่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเสนอแนวทางหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนทั้งในและต่างประเทศสรุปได้ดังนี้

1) การสมัครรับทุนจากประกาศของแหล่งทุนทั่วโลก

2) การขอทุนด้วยการเข้าร่วมแข่งขันในตลาดโครงการหรือ ‘project market’ โดยวิธีการ ‘pitching’

3) การขอทุนจากการนำภาพยนตร์เข้าร่วมฉายในเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง

4) การขอทุนสนับสนุนจากสปอนเซอร์สินค้า

5) การขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเป็นเงินทุนจากภาษี

6) การขอทุนสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์

7) การขอทุนสนับสนุนจากกลุ่มเอกชน และเจ้าของธุรกิจรายใหญ่

8) การขอทุนจากการระดมทุนสาธารณะ (crowdfunding)

1) การสมัครรับทุนจากประกาศของแหล่งทุนทั่วโลก

แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้เสนอขอทุนควรศึกษารสนิยมของผู้ให้ทุน หรือแหล่งทุนแต่ละแหล่งว่ามีความชอบแบบใด เนื่องจากภาพยนตร์คืองานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมโดยตรง การส่งโครงการขอทุนจึงควรทำให้ ‘ตรงตามรสนิยมและความชอบของแหล่งทุน’ และผู้ขอทุนควรหาคำของโครงการที่ผู้สร้างจะนำเสนอเกี่ยวกับกองทุนว่ามีความเหมาะสมกับความต้องการของกองทุนในจุดไหน ให้คิดว่ากองทุนเหล่านี้เป็นนายทุน ซึ่งย่อมมีความต้องการ ถ้าสามารถทำงานได้ตอบโจทย์ความต้องการก็จะสามารถได้รับทุน และต้องพร้อมที่จะแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ รวมถึงต้องทำให้งานที่สร้างสรรค์ออกมาได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติได้

“ผมเชื่อว่าไม่ว่าจะเป็นการประกวดภาพยนตร์ การให้รางวัล การให้ทุน ไม่มีความดีหรือไม่ดี มันเป็นเรื่องรสนิยมล้วน ๆ ภาพยนตร์คือ ศิลปะ มันคือรสนิยมซึ่งที่เราเช็กได้ มันไม่ใช่การดูหนังอย่างเดียว...แต่ควรทำ *proposal* หาเงิน เพราะว่าสุดท้ายง่ายสุดคือ เข้าไปที่ทุนนั้น ๆ แล้วดูว่าเขาเคยให้ใคร แล้วเราก็ไปดูหนังที่ได้ทุน ดูว่าเขาชอบเรื่องแบบไหน ที่จริงมันส่งผิด แล้วไม่ได้รับทุน ไม่แปลก แต่ไม่ได้บ่อย ๆ ซ้อมมันจะไม่ดี ถ้าเราขอบ่อย ๆ โดยที่เราไม่วางแผน แล้วเราไม่ได้บ่อย ๆ เขาก็จะพูดตอกกันว่า หนังสือนี้ส่งมา ดูไม่รู้เรื่องเลย แต่จริง ๆ ไม่ได้แปลว่ามัน

ไม่ดี แต่ ‘ผิดที่’ หรือเปล่า ถ้าเราทำหนังไม่รู้เรื่องเลย มัน
เป็นหนังทดลอง เราก็ต้องไปส่งกับคนที่เขามีสถิติชอบ
หนังทดลอง แค่นั้นเอง” (โสฬส สุขุม, 2562: สัมภาษณ์)

2) การขอทุนด้วยการเข้าร่วมแข่งขันในตลาด โครงการหรือ ‘project market’ โดยวิธีการ ‘pitching’

แนวทางการขอทุนสนับสนุนโดยวิธีการแข่งขัน
โดยการนำเสนอหรือที่เรียกว่า การ ‘pitching’ คือการไป
นำเสนอเพื่อขอรับทุนสนับสนุน ผู้ขอทุนจำเป็นต้องรู้จัก
ภาพยนตร์และศึกษาประวัติของเรื่องที่ตนเองต้องการ
นำเสนอ และปรับข้อมูลในการนำเสนอให้มีความแตกต่าง
กัน โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้และความเข้าใจของแต่ละ
แหล่งทุน และที่สำคัญต้องรู้จัก ‘เลือก’ ที่จะนำโครงการ
ภาพยนตร์ของตนไปเสนอกับแหล่งทุนที่เหมาะสม โดย
แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้ขอทุนควรมี ‘โปรดิวเซอร์’ เป็นคน
ของประเทศเจ้าของทุน ซึ่งหมายถึงวิธีการร่วมกันผลิต
หรือที่เรียกว่า ‘Co-Production’ จะมีส่วนทำให้แหล่งทุน
สนใจ และมีโอกาสในการได้รับทุนมากขึ้น การเข้าสู่
กระบวนการนี้ เป็นวิธีการคนละลักษณะกับการขอทุนจาก
แหล่งทุนที่ประกาศให้ทุนเปล่า แต่เป็นการนำเสนอ
โครงการ จุดมุ่งหมายที่ไปลักษณะ project market เพื่อ
จะได้พบกับโปรดิวเซอร์ และนายทุนจากทั่วโลกที่สนใจ
โครงการ อันจะนำมาซึ่งโอกาสในการทำภาพยนตร์ใน
ระดับอาชีพในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก

“กองทุนลักษณะนี้บางอันจะเป็นลักษณะที่ว่า
เราต้องหาโปรดิวเซอร์จากต่างประเทศให้ได้ก่อนถึงจะมี
สิทธิสมัคร หมายถึงมันก็จะนำไปสู่การ ‘Co-Production’
การ Co-Production สำหรับหนังอาร์ตหรือหนังอินดี้ หรือ
หนังศิลปะ มันจะมีสิ่งหนึ่งที่เป็นแพลตฟอร์ม (platform)
ที่เรียกว่าโปรเจกต์มาร์เกต (project market) อันนี้จะคน
ละอย่างกับทุน ทุนคือ ถ้าเราส่งไป เขาจะพิจารณาให้ทุน
เลย แต่โปรเจกต์มาร์เกต นี่คือ เราส่งโปรเจกต์ไป ทางนั้นเขา
จะคัดเลือกโปรเจกต์เพื่อให้เราไป pitching...” (อนุชา
บุญยวรรธนะ, 2562: สัมภาษณ์)

“ทุนแต่ละทุนก็มีวัตถุประสงค์ของเขาที่ต่างกัน
โลกใบนี้มีทุนเยอะมากเลย เพียงแค่เราหาทุนที่
เหมาะกับเราหรือเปล่า แล้วคิดว่าเราจะสามารถเขียน

หรือพิธีเซนต์ให้เขาให้ทุนเราได้หรือเปล่า ต้องแล้วว่าหลัก ๆ
จะมีวิธีการที่จริงจัง... ตอนนั้นผมลอง process ใหม่ พยายาม
ไปตาม ‘project market’ แล้วก็ตาม ‘pitching forum’
ต่าง ๆ บนโลกใบนี้ครับ... ผมกำลังสนใจทำโปรเจกต์หนึ่ง
เกี่ยวกับหมู่บ้านผู้ลี้ภัย ผมรีเสิร์ชเพิ่มก็ได้พบเจอเรื่องใหม่ที่
น่าสนใจ และก็อยากถ่ายเป็นสารคดีแต่ก็ถ่ายไม่ได้เพราะ
sensitive เกินไป เลยแยกเป็น 2 โปรเจกต์ โปรเจกต์หนึ่ง
เป็น fiction เต็มตัวเรื่องแรก อีกเรื่องเป็นสารคดีที่ถ่ายบน
ตอยที่เป็นภูเขาเรื่องนี้ แล้วผมก็เริ่มที่จะทำการผลิตหรือ
producing process ที่มันจริงจังขึ้น โดยการส่งไปตาม
pitching forum ที่มี ‘workshop บท’ ต่าง ๆ นานาบน
โลกใบนี้ซึ่งมันมีเยอะมาก ข้อดีคือดีทั้งโลกของสารคดีและ
โลกของ fiction ข้อดีคือเราได้เจอโปรดิวเซอร์ทั่วโลก รู้จัก
แหล่งทุนทั่วโลกเพิ่มมากขึ้นได้ฟรีเซนต์โปรเจกต์และได้รู้ฟีด
แบคกลับมา” (นนทวัฒน์ นำเบญจพล, 2562: สัมภาษณ์)

“การไป ‘pitching’ คือการไปนำเสนอ มีนายทุน
มานั่งคุย ล่าสุดผมไปที่คานส์กับพี่ ‘คงเดช’ เป็นโปรเจกต์
ไอคอลล บางที่เราต้องรู้ว่าเรา pitching อยู่กับใคร สมมติถ้า
เรานำนักแสดงจากกวางตุ้งที่มีชื่อเสียงในประเทศเรามาเล่น
หนังทดลอง พอ pitching ไปคนแรก คนฝรั่งเศสเขาชอบ
คอนเซ็ปต์มาก แต่เขาถามคำถามว่าทำไมต้องเป็นน้อง
นักแสดงที่มาจากกวางตุ้งที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย เราก็เลย
จับได้ว่า จริง ๆ ไม่เกี่ยวกับการ pitching ว่าเป็นใคร เราใช้
น้องนักแสดงหลายคนจากในกลุ่มนักเรียนกวางตุ้ง เพราะ
คอนเซ็ปต์คือการใช้เด็กวัยรุ่นที่มีภูมิหลัง โตมาในที่ต่างกัน
หลังจากนั้นถ้าไป pitching ที่ยุโรปอีก เราจะไม่ว่าเรา
นำนักแสดงมาจากนักเรียนกวางตุ้งในประเทศ เราจะบอกว่าเป็น
เด็กวัยรุ่นที่มีพื้นเพมาจากที่ต่างกัน แต่ถ้าเราไป pitching
ขอทุนในเอเชีย แล้วเราบอกว่าใช้นักแสดงจากกวางตุ้ง เขา
ก็รู้ดีกันหมดเลย นี่คือความต่าง มันก็ง่าย ๆ ต้องรู้จักหนัง
รู้ประวัติสิ่งที่เราจะทำ เราแค่ต้องเลือกคนที่เราจะคุยด้วย
แค่นั้นเอง” (โสฬส สุขุม, 2562: สัมภาษณ์)

3) การขอทุนจากการนำภาพยนตร์เข้าร่วม ฉายในเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง

แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้ขอทุนต้องมีผลงาน
ภาพยนตร์ในระดับที่มีคุณภาพ และส่งผลงานเข้าประกวด

ในเวทีประกวดภาพยนตร์ที่สำคัญ จากนั้นจึงจะได้ฉายในเทศกาลที่มีชื่อเสียง เมื่อประสบความสำเร็จจากเทศกาลจึงจะก้าวไปสู่การขอทุนสำหรับระดับมืออาชีพได้ แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้ขอทุนควรร่วมงานกับโปรดิวเซอร์หรือผู้กำกับที่มีความสามารถ หรือเป็นผู้มีชื่อเสียงในระดับโลก เพราะเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้มีโอกาสชนะคู่แข่งที่มีความประสงค์จะขอทุนเดียวกันได้

“การที่เราจะเป็นโปรเฟสชันนอล แล้วก้าวออกจากประเทศของเราไปได้ จะต้องมีการบวกรวมกัน อย่างไรที่จะทำให้เราเป็นที่สนใจมันไม่มีมาตรวัด โดยหลักที่เห็นในหลายๆ ประเทศ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นนักเรียนหนัง เช่น คุณ ‘อโนชา สุวิชากรพงศ์’ เป็นนักเรียนหนังอยู่สถาบันที่ค่อนข้างจะมีชื่อเสียงในระดับโลก แล้วเมื่อทำหนัง อย่างคุณอโนชาทำหนังนักศึกษา แล้วก็ได้ไปฉายที่คานส์ ที่นั่นเขาก็จะมี section ที่ฉายหนังทำได้นักศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัย แต่ก็มาจากการคัดเลือกมา ซึ่งค่อนข้างจะแข่งขันกันสูงมาก เพราะว่าเราจะมีคนมาดูตามมหาวิทยาลัยซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีคนมาดู ส่วนใหญ่จะเป็นมหาวิทยาลัยสอนหนังที่เป็นสถาบันที่มีชื่อในระดับโลก ซึ่งในกรณีนี้ก็เป็นตัวอย่าง ซึ่งถ้าคุณได้ไปอยู่จุดตรงนั้น นั่นคือการที่เริ่มก้าวเข้าสู่การเป็นมืออาชีพ...” (ดร.สรณ โกวิทวณิชชา, 2562: สัมภาษณ์)

“...มันก็มีอีกวิธีหนึ่ง คุณก็ต้องมีโปรดิวเซอร์ ซึ่งโปรดิวเซอร์ที่ว่า ต้องเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง และมีชื่อเสียงในระดับโลก เมื่อมีผู้กำกับเช่นนั้น ชื่อของผู้กำกับก็อาจจะช่วยคนทำหนังหน้าใหม่ได้ แต่หมายความว่าต้องเป็นผู้กำกับที่มีชื่อเสียงในระดับโลกเท่านั้น ไม่ใช่ว่าเป็นใครก็ได้ อันนี้เป็นจุดหนึ่งเพราะไม่งั้นก็คือ เมื่อส่งไปมันก็จะแพ็คคนอื่น ๆ ที่มี potential มากกว่าอยู่ดี” (ดร.สรณ โกวิทวณิชชา, 2562: สัมภาษณ์)

4) การขอทุนสนับสนุนจากสปอนเซอร์สินค้า

แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้ขอทุนต้องมีวิธีคิดและการนำเสนอเพื่อสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าของสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนทุน ซึ่งสำหรับภาพยนตร์อิสระอาจเป็นการยากที่จะนำภาพสินค้าแทรกเข้า (tie in) ไปในตัวภาพยนตร์ทุกเรื่อง โดยเฉพาะกรณีของภาพยนตร์ที่ผู้กำกับประวั่งและ

รักษาความเป็นงานศิลปะไว้อย่างสูง ดังนั้นในการทำงานกับแหล่งทุนประเภทสปอนเซอร์สินค้า จึงอาจใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของแหล่งทุนโดยผ่านการจัดงานหรือจัดกิจกรรมวันเปิดฉายภาพยนตร์ในรอบสื่อมวลชน โดยจะให้อิสระกับผู้เป็นสปอนเซอร์ หรือแหล่งทุนผู้สนับสนุนหลักในการนำสินค้าหรือโลโก้ต่าง ๆ ของบริษัทมาติดตั้งเพื่อเผยแพร่ในบริเวณงาน

“อีกวิธีหนึ่งคือ การหาสปอนเซอร์สินค้า ก็คือการคุยกับเจ้าของสินค้าว่าจะให้ทำอะไร อาจมีการ ‘tie in’ ซึ่งก็ต้องดูว่าจะตรงกับความต้องการเราหรือไม่ เราจะสามารถขายสินค้าให้เขาได้หรือไม่ หรือเขาให้ทำอะไร ภาพลักษณ์ ก็ใส่แค่โลโก้ สปอนเซอร์ หรือตอนโปรโมทก็อาจนำบูธมาตั้ง ฯลฯ ถ้านายทุนที่มาลงทุนในหนังศิลปะก็อาจจะไม่มาอยู่ในตัวหนัง เขาเข้าใจว่าไม่ควรยัดเยียดตัวสินค้าในหนังหรือถ้าเรื่องมันมีอยู่แล้ว เราอาจจะทำได้” (อนุชา บุญยวรรธนะ, 2562: สัมภาษณ์)

“หนังสือจริง ๆ ถ้าจะให้แนะนำก็คือ การหาสปอนเซอร์ วิธีการที่ทำได้เช่น หนึ่งนักศึกษาคนหนึ่งอยากทำหนังที่เพื่อนไปเจอกันที่บ้านเกิดที่กระบี่ วิจัยทุนง่ายมาก นอกจากขอทุนกระทรวงวัฒนธรรม เขามีทุนให้หนังนักศึกษา ขอไม่กี่หมื่น แต่ควรจะคิดกว้างกว่านั้น ถ้าทำหนังที่กระบี่อยู่อ่าวนาง ขอสปอนเซอร์ที่เป็นนมใหม่ ปกติให้เขาเป็นนมกล่อง แต่ถ้าจะขอเงินก็ต้องจัดเป็นอีเวนท์ ก็ต้องบอกเขาว่าเป็นคล้ายๆ หนึ่งรักบ้านเกิด หาเลยว่าบริษัทไหนมีกลยุทธ์ทางการตลาดพูดถึงเรื่องรักบ้านเกิด พอคุณทำเสร็จคุณก็บอกเขาเลยว่า คุณจะนำหนังกลับไปฉายในโรงเรียนมัธยมที่อ่าวนาง มันมีจอเข้าขึ้นกลางแปลงไม่กี่บาท เานมไปแจก แล้วก็บอกว่าเป็นการสนับสนุนให้คนรักบ้านเกิด มันคือวิธีคิด นื่องคนหนึ่งมาฝึกงานกำลังจะทำหนังที่ลิสเกี่ยวกับแมว ไม่รู้จะหาเงินอย่างไร ผมบอกว่าง่ายๆเลยเปิดกูเกิ้ล แล้วหาสินค้าเกี่ยวกับแมว ความจริงแบบนี้ tie in ได้ด้วยซ้ำ เพราะว่าน้องนักศึกษาบางที่ไม่เห็นความจำเป็นของการหาทุนเอง เพราะการนำเงินมาจากที่บ้านมันเหมือนเป็นค่าทอม ที่พ่อแม่ต้องให้อยู่แล้ว แต่ความจริงมันคือวิธีฝึก มันก็จะจำเป็น” (โสฬส สุขุม, 2562: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังมีวิธีการขอทุนจากแหล่งทุนสปอนเซอร์ในรูปแบบอื่นที่นอกเหนือไปจากเงิน โดยผู้ขอทุนอาจใช้วิธีการติดต่อประสานงานและขอการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อลดค่าใช้จ่ายให้กับขั้นตอนการสร้างภาพยนตร์ อาทิ การขอสนับสนุนจากสปอนเซอร์ในด้านอุปกรณ์การถ่ายทำ น้ำมัน อาหาร และที่พักสำหรับทีมงานจากสปอนเซอร์เจ้าของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต การจะทำให้ได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ ผู้ขอต้องมีวิธีคิดและนำเสนอให้สปอนเซอร์เกิดความสนใจ และชี้แจงให้ได้ว่า สปอนเซอร์จะได้รับสิ่งตอบแทนกลับไปยังอย่างไร รวมทั้งผู้ขอการสนับสนุนต้องทำให้ได้ตามที่แจ้งกับสปอนเซอร์ไว้ ไม่ควรเอาเปรียบสปอนเซอร์ การขอทุนสนับสนุนจากสปอนเซอร์สินค้า ผู้ขอทุนควรคิดให้กว้างขึ้น โดยหาความเชื่อมโยงระหว่างบทหรือเรื่องราวในภาพยนตร์กับสปอนเซอร์ หรือผู้สนับสนุน ผู้ขอทุนควรค้นคว้าเกี่ยวกับบริษัทของผู้สนับสนุนว่ามีกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร แล้วจึงนำมาออกแบบหรือคิดกลวิธีในการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์สปอนเซอร์ผู้สนับสนุน โดยอาจใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ที่นอกเหนือไปจากการแทรกตราสินค้าลงในตัวภาพยนตร์ แต่สามารถเลือกใช้วิธีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการตระหนักรู้ หรือสื่อสารกับผู้ชมในรูปแบบอื่น

“มีสปอนเซอร์ในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ได้ให้เป็นเงินจริง ๆ เวลาที่เราทำหนัง แล้วเราทำต้นทุนค่าทำ ผมทำไปจนถึงขั้น หาเท่าไรก็ไม่พอ ต้องทำอะไรก็ได้เพื่อลด cost หรือ ค่าใช้จ่าย เช่น ถ้าต้องใช้กล้องถ่ายของกล้องได้ใหม่ แล้วก็ใส่โลโก้ ถ้าออกกองจากกรุงเทพฯ ไปจันทบุรี 20 คิว ค่าน้ำมันรถตู้ 5 คันเป็นแสน ผมขอสปอนเซอร์บางจาก ขอเป็นบัตรเติมน้ำมันมารูดให้ค่าน้ำมันรถตู้ เราก็ไม่ต้องเสียเงิน มีอีกคือ 50 คน 20 วันถ่าย ค่าอาหารหมดไปเกือบ 7 แสน ขอ S&P ได้ใหม่ ทุกวัน หรือโรงแรม ฯลฯ ทั้งหมดคือการดิ้น ว่าเราให้อะไรเขาได้แค่ไหน ต้องดูว่าดีลน่าสนใจ แล้วเขาจะให้หรือเปล่า อันนี้คือวิธีคิดทั้งหมด...” (โสฬส สุขุม, 2562: สัมภาษณ์)

5) การขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเป็นเงินทุนจากภาษี

แนวทางดังกล่าวนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเสนอว่า รัฐควรเข้ามาสนับสนุนให้เกิดโมเดลการให้เงินทุนสร้างภาพยนตร์ที่มาจากเงินภาษีของรัฐ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการสร้างงานภาพยนตร์ และเป็นการสร้างตลาดภาพยนตร์ให้เกิดขึ้นในประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อการเกิดของผู้สร้างภาพยนตร์รายใหม่

“รัฐก็ควรเข้ามาสนับสนุน ทำอย่างไรก็ได้ให้ตลาดเล็กเกิด อาจจะเป็นโมเดล อย่างฝรั่งเศสผมรู้สึกว่า น่าสนใจดีโรงหนังต้องจ่ายภาษีแล้ว ค่าตัว 7 เปอร์เซ็นต์ คุณตัดจาก 7 เปอร์เซ็นต์มาส่วนหนึ่งได้ไหม เหมือนไทยพีบีเอสตัดมาจากภาษีเหล้าบุหรี่ แล้วเอาส่วนนี้ มาเป็นทุนทำหนัง สมมติหนัง 15 ล้าน แต่ถ้าคุณจะทำฉายโรงรัฐจ่ายให้คุณ 5 ล้าน ก็อาจจะเป็นตัวเลือกที่ดี” (อชิป กลิ่นวิจิต, 2562: สัมภาษณ์)

6) การขอทุนสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์

การขอทุนสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์ที่สำคัญของประเทศ เป็นอีกรูปแบบหรือโมเดลหนึ่งที่มีความเป็นไปได้ในยุคปัจจุบันเช่น กรณีของ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์บีบีซี ประเทศอังกฤษ เป็นต้น

“ไทยพีบีเอสเคยทำที่ให้เราทุนภาพยนตร์เรื่อง “สายน้ำติดเชื้อ” เราให้ทุนไปส่วนหนึ่ง แล้วให้เขาทำเป็นตอนสั้นๆ ให้ไทยพีบีเอส และก็มีทำตอนยาว เพื่อไปเทศกาล ซึ่งจริง ๆ ผมคิดว่าเป็นโมเดลที่ดี เหมือนที่สถานีโทรทัศน์บีบีซีทำ ในฝรั่งเศสก็ทำ แต่เราก็ไม่ได้ทำต่อเนื่อง จริง ๆ ผมก็ไม่ได้อยู่ในจุดที่จะให้ทำต่อเนื่องหรือไม่ต่อเนื่องได้ แต่ผมคิดว่าเป็นแนวทางที่น่าสนใจและน่าทำ” (อชิป กลิ่นวิจิต, 2562: สัมภาษณ์)

7) การขอทุนสนับสนุนจากกลุ่มเอกชน และเจ้าของธุรกิจรายใหญ่

การขอทุนสนับสนุนจากเอกชนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจรายใหญ่ โดยใช้โมเดลจากประเทศเกาหลี ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ ได้นำเงินมาสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากอาจเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยภาคธุรกิจและยังสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์รายย่อยอีกทางหนึ่ง

“หนังที่คิดว่าเป็นอินดี้ของเกาหลี แต่จริง ๆ แล้วเป็นหนังแมส แล้วก็บอกว่ามีหลายบริษัท แต่ถามว่าเจ้าของเงินจริง ๆ มีไม่กี่เจ้า Lotte Samsung Hyundai เขาก็ออกสตางค์ให้ แล้วให้เอาสินค้าไปด้วย แล้วเขาก็ขายเป็นระบบ จริง ๆ น่าสนใจว่าเกาหลีเริ่มต้นอย่างไร หนังไปขณะที่เบอร์ลินมา แล้วหนังไทยก็เกิดปีพ.ศ. 2540 ตอนหนังไทยเกิดเกาหลีเพิ่งมานั่งคุยกันเองว่า เศรษฐกิจของเขาพัง เราจะขายอะไรดี ขายบันเทิง เพิ่งนั่งคุยกัน แล้วหนังเกาหลีที่ดังๆ เพิ่งมาช่วงปีค.ศ.2000 หลังเรื่องนางนาค 2-3 ปี แต่เขาก็ทำได้ ผมรู้สึกว่าการทำแบบเกาหลีก็ดี” (อธิป กลิ่นวิจิต, 2562: สัมภาษณ์)

8) การขอทุนจากการระดมทุนสาธารณะ (crowd funding)

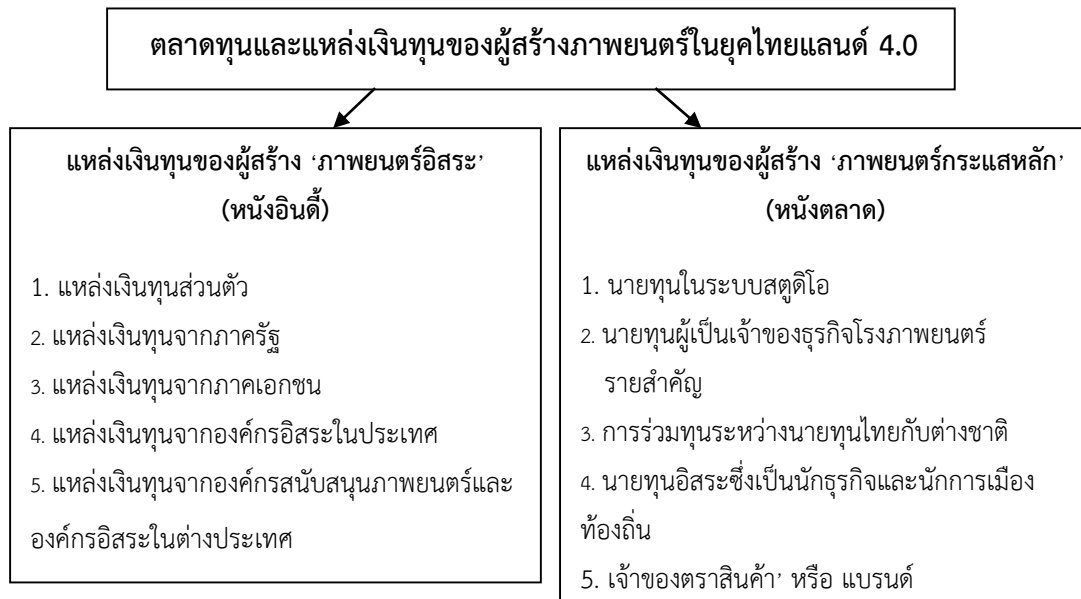
แนวทางดังกล่าวนี้ เป็นแนวทางที่ผู้สร้างภาพยนตร์ในโลกกำลังให้ความสนใจ เนื่องจากการระดมทุนจากเงินทุนของมวลชน ซึ่งแม้จะเป็นการขอทุนในจำนวนเล็กน้อย แต่เมื่อนำมารวมยอดของเงินทุนภายหลังจากการระดมทุนเสร็จสิ้นจะเป็นจำนวนเงินที่มาก เนื่องจากเป็นเงินทุนที่มาจากหลายแหล่ง การระดมทุนสาธารณะอาจเป็นอีกแนวทางหนึ่งเพื่อให้เกิดผลงานภาพยนตร์ ซึ่งเป็นวิธีที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน แต่การจะได้รับการสนับสนุน ผู้กำกับภาพยนตร์ และโปรดิวเซอร์ต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีภาพลักษณ์ที่ดีกับมวลชน

“ระดมทุน หรือ crowd funding ใช้ใหม่ เป็นทางหนึ่งที่น่าสนใจมาก เป็นทางที่จะเติบโตในอนาคตได้ ถ้าสถานการณ์สังคมพร้อม เราก็อยากทำเหมือนกัน crowd funding จะเวิร์คมากถ้าคนอยู่ดีกินดี สังคมไทยเป็นสังคมเอาตัวรอด การให้คน 1 บาท ก็ต้องคิดเพราะเขายังต้องคิดถึงเรื่องปากท้อง ให้ 10 บาท หมายถึงข้าว 2 มื้อ ให้ไปแล้วคุ้มไหม เลยทำให้คิดเยอะ แต่ในสังคมที่อารยะ

จะรู้สึกว่าจะต้องส่งเสริมคนทางศิลปะ นี่คือน้องประกอบในภาพรวม แต่องค์ประกอบย่อยก็คือว่า คนทำหนังต้องมีตัวตนชัดเจน มีแนวทางชัดเจน เรื่องชาติ ต้องส่งเสริมเขาในเมืองไทยจริง ๆ แล้วคนรวยเยอะมาก แต่พวกนี้เป็นปัญหาตรงไม่เข้าใจงานศิลปะ รสนิยม ถึงมีเงินแสน ก็เท่ากับร้อยบาท ถ้ารสนิยมยังเป็นอย่างนั้นอยู่...สังคมเราเป็นสังคมซี้กแล้ว crowd funding จึงเป็นสิ่งที่น่าทำและเป็นอนาคตที่สุด ที่ใช้สำหรับการทำหนังใน 5 ปี 10 ปี” (บุญส่ง นาคภู, 2562: สัมภาษณ์)

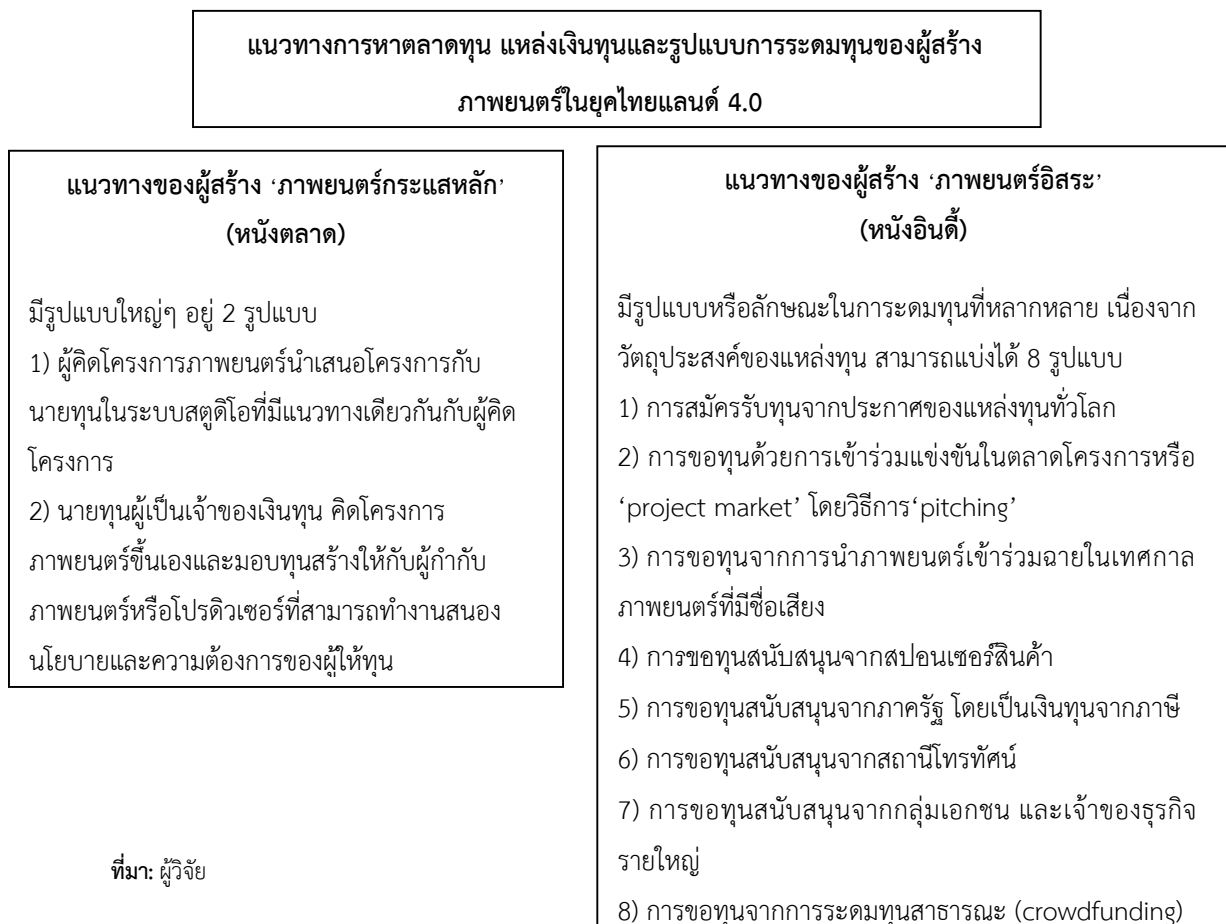
กล่าวโดยสรุป แม้ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างสูงในนามของยุค 4.0 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยเมื่อมองในภาพรวมอาจได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงของพลวัตที่เกิดขึ้น ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยจึงพยายามแสวงหาแหล่งทุนเพื่อทำให้ภาพยนตร์ไทยยังดำรงอยู่ในสังคมไทย ผลจากการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0” แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันยังมีตลาดทุน และแหล่งเงินทุนที่เปิดโอกาสให้กับผู้สร้างภาพยนตร์ไทยอีกเป็นจำนวนมากทั้งที่เป็นทุนจากภายในประเทศไทยและต่างประเทศ ความสำเร็จในการได้รับทุนของผู้สร้างภาพยนตร์จึงขึ้นอยู่กับความเข้าใจและศึกษาอย่างถ่องแท้เพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับแหล่งทุน รวมทั้งจำเป็นต้องมีวิสัยคิด และการออกแบบการทำงานที่หลากหลายและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับโอกาส และความสำเร็จรวมทั้งการสนับสนุนจากแหล่งทุน ผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ต้องไม่ลืมว่าภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการแสวงหาแหล่งทุนในการสร้างภาพยนตร์เป็นกระบวนการที่จำเป็นและมีความสำคัญที่ทำให้ภาพยนตร์ยังคงดำรงอยู่คู่สังคมไทย

ภาพโมเดลที่ 1 แสดงผลสรุปการวิจัยในประเด็นแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ในยุคไทยแลนด์ 4.0



ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพโมเดลที่ 2 แสดงผลสรุปการวิจัยในประเด็นแนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0



ที่มา: ผู้วิจัย

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์กระแสหลัก’ (หนังตลาด) และ 2. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์อิสระ’ (หนังอินดี้)

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 ซึ่งภาครัฐได้ประกาศนโยบายและกำหนดแนวทางพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) ประเทศและประชากรมีรายได้สูง โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจมาสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value-Based Economy) (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2558) บริบทดังกล่าวส่งผลต่อนโยบายการสนับสนุนและให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งจากภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนองค์กรอิสระต่าง ๆ การที่ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์กระแสหลัก’ (หนังตลาด) และ 2. แหล่งเงินทุนของผู้สร้าง ‘ภาพยนตร์อิสระ’ (หนังอินดี้) สะท้อนให้เห็นถึงสภาพของภาพยนตร์ในสังคมไทยปัจจุบันที่ถูกแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง อย่างชัดเจน โดยจะได้เห็นถึงภาคของตลาดทุนและแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด) มุ่งเน้นด้านการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นหลักการสำคัญในการตัดสินใจให้การสนับสนุน ในขณะที่ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนภาพยนตร์อิสระ (หนังอินดี้) มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับคุณค่าในเชิงการสร้างสรรค์โดยให้ทางเลือกที่แตกต่างและหลากหลายกับผู้ชม

ประเด็นที่ 2 แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยกระแสหลัก มาจากแหล่งทุนสำคัญ 5 ประเภทได้แก่ 1) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนในระบบสตูดิโอ’ หรือบริษัทหรือค่ายหนังในประเทศไทยที่มีชื่อเสียง 2) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ

โรงภาพยนตร์รายสำคัญของประเทศไทย’ 3) แหล่งเงินทุนจาก ‘การร่วมทุนกับต่างชาติ’ 4) แหล่งเงินทุนจาก ‘นายทุนอิสระซึ่งคือนักธุรกิจและนักการเมืองท้องถิ่น’ และ 5) แหล่งเงินทุนจาก ‘เจ้าของตราสินค้า’ หรือ แบรินด์ ทำหน้าที่เป็น ‘สปอนเซอร์’ หรือผู้สนับสนุนในการให้เงินทุนกับผู้สร้างภาพยนตร์

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยกระแสหลักมาจากแหล่งทุนสำคัญ 5 ได้แก่ 1) นายทุนในระบบสตูดิโอ 2) นายทุนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจโรงภาพยนตร์รายสำคัญ 3) การร่วมทุนระหว่างนายทุนไทยกับต่างชาติ 4) นายทุนอิสระซึ่งคือนักธุรกิจและนักการเมืองท้องถิ่น 5) เจ้าของตราสินค้า หรือ แบรินด์ โดยแหล่งทุนทั้ง 5 ประเภทมีวัตถุประสงค์หลักที่เหมือนกันคือ มุ่งเน้นให้ทุนสำหรับภาพยนตร์ที่สามารถตอบโจทย์ทางการตลาด และมีเป้าหมายให้ผลงานภาพยนตร์สามารถทำรายได้และผลตอบแทนกลับคืนมาสู่ผู้ให้ทุน นอกจากนี้ยังพบความน่าสนใจของวัตถุประสงค์ในการให้ทุนของกรณีแหล่งทุนประเภท ‘นายทุนอิสระซึ่งคือนักการเมืองและนักธุรกิจท้องถิ่น’ ได้แก่ กรณี ‘ไพบ้านเดอะซีรีส์’ มีวัตถุประสงค์ในการให้ทุนสนับสนุนผู้สร้างภาพยนตร์เพื่อต้องการส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์แสดงถึงความเป็นอีสาน รวมไปถึงเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดและให้ผู้ชมเห็นความงามและจุดเด่นของเมือง ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและชื่อเสียงของจังหวัดศรีสะเกษ เมื่อวิเคราะห์ในระดับลึกจะพบว่า การสนับสนุนทุนดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจและการเมือง โดยแหล่งทุนมีสถานะเป็นนักการเมืองและนักธุรกิจ จึงน่าจะใช้โมเดลทางความคิดที่จะสร้างสัมพันธ์กับประชาชนในท้องถิ่นภูมิภาค โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรืออีสานให้เกิดความรักและศรัทธาในตนและภูมิภาคถิ่นกำเนิดโดยใช้พลังของสื่อภาพยนตร์ที่มีอำนาจในการสื่อสารถึงผู้รับในวงกว้าง

นอกจากนั้นแหล่งเงินทุนประเภท ‘นายทุนอิสระซึ่งคือนักการเมืองและนักธุรกิจท้องถิ่น’ กรณีของไพบ้านเดอะซีรีส์ยังใช้กลยุทธ์ ‘ปากต่อปาก’ โดยสร้างความนิยมจากผู้ชมในภาคอีสาน และขยายตลาดมาสู่ผู้ชมทั่วประเทศ ด้วยกลยุทธ์ ‘ปากต่อปาก’ (word of mouth)

ดังความว่า "เป็นหนังไทบ้านขายง่ายกันเองก็จริง แต่โปรดักชั่นก็ทุ่มทุนสร้าง ใช้งบถึง 14 ล้านบาท มากกว่าภาคแรกถึง 10 ล้าน และเปลี่ยนกลยุทธ์ปาล้อมเมือง จากที่เคยฉายแต่ภาคอีสานจนมีกระแสปากต่อปาก มาเป็นเริ่มตลาดใหญ่ทั่วประเทศ เลี้ยงหน่วย แต่อยากลองเพื่อให้หนังอินดี้อีสานได้มีพื้นที่มากขึ้น" (ไทยพีบีเอส, 2561: ออนไลน์) สำหรับในกรณีของแหล่งเงินทุนประเภทเจ้าของตราสินค้า หรือ แบรินด์ นอกจากมีวัตถุประสงค์หลักในการให้ทุนสนับสนุนเพื่อมุ่งเน้นรายได้และผลตอบแทนแล้ว แหล่งทุนประเภทดังกล่าวนี้ยังมีวัตถุประสงค์ในการให้ทุนเพื่อสร้างและสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรสู่มวลชนโดยใช้พลังของสื่อภาพยนตร์เป็นตัวกลาง ดังนั้นจากผลการวิจัยจึงอภิปรายสรุปประเด็นนี้ได้ว่า ตลาดทุนและแหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยกระแสหลักทุกประเภท มีวัตถุประสงค์ในการให้ทุนที่มุ่งเน้นประโยชน์ในด้านมูลค่า และมีวาระสำคัญอยู่เบื้องหลังในการสนับสนุนในแต่ละแหล่งทุน

ประเด็นที่ 3 แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ ในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีความหลากหลาย โดยแหล่งเงินทุนสำคัญ ได้แก่ แหล่งเงินทุนส่วนตัว แหล่งเงินทุนจากภาครัฐ แหล่งเงินทุนจากภาคเอกชน แหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระในประเทศไทย และแหล่งเงินทุนจากองค์กรสนับสนุนภาพยนตร์และองค์กรอิสระในต่างประเทศ

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า แหล่งเงินทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยอิสระแต่ละแหล่งเงินทุนมีวิธีการให้ทุนที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละแหล่งทุน ในกรณีแหล่งเงินทุนจากภาครัฐในประเทศไทย แหล่งเงินทุนที่มีสถานะเป็นกองทุนที่สำคัญ คือ กองทุนกระทรวงวัฒนธรรม และกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีบทบาทในการขับเคลื่อนให้ยังคั้งมีการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ในสังคมไทย โดยแต่ละกองทุนจะมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์ในเชิงลึกจะพบโมทัศน์ของการบริหารประเทศที่เป็นวาระสำคัญ การให้ทุนของแหล่งทุนภาครัฐมีลักษณะของการตีความการสร้างสรรค์ผลงาน โดยอาศัยกรอบนโยบายจากผู้บริหารประเทศในการ

กำหนดการส่งเสริมและสนับสนุน

กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดองค์ประกอบของภาพยนตร์และวิดิทัศน์ที่จะให้การส่งเสริม ต้องมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้ 1) ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม ไทย วัฒนธรรมท้องถิ่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม 2) ส่งเสริมค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม ศิลธรรม เสริมสร้างความสามัคคี หรือความสมานฉันท์ของสังคมและมนุษยชาติ 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การลดภาวะโลกร้อน การประหยัดพลังงาน 4) ส่งเสริมศิลปะเชิงสร้างสรรค์ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2561: 1-4) กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการผลิตการพัฒนาและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้และพฤติกรรมที่ดีของเด็กและเยาวชนส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ทำหน้าที่กำกับ ดูแล การดำเนินงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2562: 1)

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มุ่งหวังให้คนไทยมีสุขภาพดีครบสี่ด้าน กาย จิต ปัญญา สังคม เพื่อร่วมสร้างประเทศไทยให้น่าอยู่ โดยไม่จำกัดกรอบวิธีการ และยินดีเปิดรับแนวทาง ปฏิบัติการใหม่ๆ ที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำไปสู่การขยาย ค่านิยม และการสร้างพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและกว้างขวาง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2562: ออนไลน์)

จากนโยบายที่ได้รับไว้ข้างต้น สะท้อนให้เห็นวิธีคิดและกระบวนการให้ทุนของกองทุนสำคัญจากภาครัฐไทย ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การตัดสินใจและกำกับดูแลของคณะผู้ปกครองและบริหารประเทศแต่ละกลุ่มที่สลับสับเปลี่ยนกันเข้ามาบริหารประเทศจึงส่งผลต่อนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยจะเห็นว่านโยบายสนับสนุนจากแหล่งทุนเงินจากภาครัฐมี

ความไม่แน่นอนและขาดความต่อเนื่อง รวมไปถึงการลดลงของจำนวนเงินทุน ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารประเทศมองว่าต้องช่วยเหลือภาคส่วนอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นทางเศรษฐกิจมากกว่า ดังนั้นจึงมิได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ในแนวทางใหม่ๆ อย่างจริงจัง จากการวิเคราะห์ยังพบว่าทิศทางการให้ทุนมีความเชื่อมโยงกับการให้ความสำคัญกับเนื้อหาของสื่อที่ต้องมีความสอดคล้องกับแผนการบริหารงานของแต่ละกระทรวงเป็นหลัก เงินทุนในการสนับสนุนการสร้างสรรค์ภาพยนตร์จึงขึ้นอยู่กับความดีความชอบของผู้บริหารและ ผู้ที่มีส่วนด้านการให้ทุนในแต่ละกระทรวง

ในด้านของแหล่งเงินทุนจากภาคเอกชน แหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระในประเทศไทย และแหล่งเงินทุนจากองค์กรสนับสนุนภาพยนตร์และองค์กรอิสระในต่างประเทศมีแนวทางและวัตถุประสงค์ในการให้ทุนที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าแหล่งทุนที่มีรูปแบบเป็นองค์กรอิสระมักให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์งานที่แสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีการทำงานร่วมกันกับบุคลากรในชาติของแหล่งทุน นอกจากนี้ในกรณีของแหล่งเงินทุนจากองค์กรอิสระต่างชาติโดยเฉพาะในยุโรปมักพิจารณาให้โอกาสกับผู้ขอทุนจากประเทศโลกที่สามซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของพิมพกา ไตรวิระ “ทุนของฝรั่งเศสที่คนรู้จัก ก็ ‘CNC’ (Centre National de la Cinematographie) CNC ก็คือให้ทุนหนังฝรั่งเศสอยู่แล้ว และจะมีทุนที่ให้หนังที่ไม่ใช่หนังฝรั่งเศส แต่ co-production กับฝรั่งเศส แปลว่า เงื่อนไขคือ ต้องมีโปรดิวเซอร์ที่เป็นคนฝรั่งเศส และเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในฝรั่งเศส คนนี้จะเป็นคนสมัครทุนอันนี้ให้...ทุนนี้มันก็เป็นทุนที่เขาเปิดกว้างทั่วโลก แล้วก็บางประเทศอาจจะไม่ถูกพิจารณา ประเทศที่เจริญแล้วไม่สามารถทำ co-production ตรงนี้ได้ประเทศโลกที่สาม หรือกำลังพัฒนา ก็ทุนนี้จริง ๆ แล้วเขามองเรื่อง ‘culture diversity’ หรือความหลากหลายทางวัฒนธรรม” (พิมพกา ไตรวิระ, 2562) โมเดลทางความคิดดังกล่าวนี้มีระบบการส่งเสริมและสนับสนุนที่ต่อเนื่องโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติ สร้างความรู้สึกรักชาติกับ

ประเทศผู้ให้ทุน และพัฒนาฝีมือบุคลากรของชาติผู้ให้ทุน รวมไปถึงสร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะสืบทอดวัฒนธรรม และอุดมการณ์อย่างไม่สิ้นสุด

ประเด็นที่ 4 แนวทางการตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด)

การตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด) มีรูปแบบใหญ่ๆ อยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) ผู้คิดโครงการภาพยนตร์นำเสนอโครงการกับนายทุนในระบบสตูดิโอที่มีแนวทางเดียวกันกับผู้คิดโครงการ และ 2) ทางนายทุน ผู้เป็นเจ้าของเงินทุน คิดโครงการภาพยนตร์ขึ้นเองและมอบทุนสร้างให้กับผู้กำกับภาพยนตร์หรือโปรดิวเซอร์ที่สามารถทำงานสนองนโยบายและความต้องการของผู้ให้ทุน จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า แนวทางการตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลัก (หนังตลาด) ในประเทศไทยยังมีรูปแบบที่ไม่หลากหลาย ผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลักมีลักษณะเป็น ‘ผู้ถูกเลือก’ และเป็นผู้สร้างสรรค์งานที่ถูกจำกัดความคิดบางประการ อาจจะยังขาดความได้เปรียบในการต่อรอง เนื่องจากต้องสร้างสรรค์ผลงานให้ตรงตามแนวทางของผู้ให้ทุนซึ่งส่วนใหญ่เป็นนายทุนที่มีเป้าหมายในด้านผลตอบแทนในรูปของรายได้ ผลกำไรทางการค้า จำนวนของเงินทุนสนับสนุนจึงขึ้นอยู่กับการแข่งขันความคุ้มค่าในการลงทุน ผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลักในประเทศไทยยังอาจต้องการการพัฒนาการคิดหาแนวทางเพื่อขยายตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนที่แปลกใหม่ และเท่าทันกระแสความเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ยังคงดำรงชีพได้ด้วยการสร้างภาพยนตร์ ดังนั้นแนวทางการตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์กระแสหลักของไทยยังไม่สามารถเป็นไปตามทฤษฎีหรือแนวคิดของ โมราเวทซ์ (Morawetz) ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์และอุตสาหกรรมชาวแคนาดา ที่กล่าวถึงความสำคัญของการหาแหล่งทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไว้ความว่า “ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สมบูรณ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้

ให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้เปรียบเหนือคู่แข่งในโลก”
(Morawetz, 2008)

ประเด็นที่ 5 แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังสือดี)

การหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังสือดี) มีแนวทาง รูปแบบหรือลักษณะในการระดมทุนที่หลากหลาย เนื่องจากวัตถุประสงค์ของแหล่งทุนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการได้มาซึ่งทุนของแหล่งทุนประเภทนี้ ผู้ขอทุนต้องศึกษาความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ให้ทุน แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ (หนังสือดี) ยังแบ่งออกเป็น แนวทางการหาตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีข้อเสนอสำคัญดังนี้ 1) การสมัครรับทุนจากประกาศของแหล่งทุนทั่วโลก 2) การขอทุนด้วยการเข้าร่วมแข่งขันในตลาดโครงการหรือ ‘project market’ โดยวิธีการ ‘pitching’ 3) การขอทุนจากการนำภาพยนตร์เข้าร่วมฉายในเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง 4) การขอทุนสนับสนุนจากสปอนเซอร์สินค้า 5) การขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเป็นเงินทุนจากภาษี 6) การขอทุนสนับสนุนจากสถานีโทรทัศน์ 7) การขอทุนสนับสนุนจากกลุ่มเอกชน และเจ้าของธุรกิจรายใหญ่ 8) การขอทุนจากการระดมทุนสาธารณะ (crowdfunding)

จากข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในประเทศไทยมีความพยายามและความสามารถในการแสวงหาตลาดทุนและแหล่งเงินทุนโดยใช้อาศัยวิถีคิดที่เป็นสากลในลักษณะเดียวกับที่อียิปต์โกรฟ (Elliot Grove) ผู้ก่อตั้งเทศกาล Raindance Film Festival และ British Independent Film Awards ได้เสนอแนวคิดไปถึงแนวทางการหาแหล่งทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ว่ามีด้วยกัน 10 รูปแบบ (Elliot Grove, 2012) อย่างไรก็ตาม ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในประเทศไทยมีวิธีการทำงานด้านการหาแหล่งทุนที่มีลักษณะเป็นปัจเจก ยังพบการรวมกลุ่มที่ชัดเจนน้อย แนวทางและวิธีการในการหาทุนรวมถึงระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระไทย

มีความหลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ประวัติ และผลงานรวมถึงความสัมพันธ์ของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระกับแหล่งทุนแต่ละแหล่ง นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในประเทศไทยที่สำคัญ ประการที่ 1 คือ การขาดความรู้ในเรื่องของแหล่งทุนและการศึกษานโยบาย วัตถุประสงค์และรสนิยมของแต่ละแหล่งทุน ทำให้ไม่ได้รับโอกาส หรือการสนับสนุนเท่าที่ควร ประการที่ 2 ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในประเทศไทยยังไม่มีทางเลือกเปลี่ยน และถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการหาแหล่งเงินทุนให้กับเพื่อนร่วมอาชีพ และกับผู้สร้างภาพยนตร์รุ่นต่อไป จึงทำให้ ผู้เริ่มเข้ามาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จำต้องเริ่มต้นและเรียนรู้ใหม่ด้วยตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ประสบกับภาวะที่ยากลำบากและเกิดความท้อแท้ในการแสวงหาแหล่งเงินทุน ซึ่งอาจส่งผลในขนาดถึงการขาดบุคลากรที่มีแรงบันดาลใจในการทำงาน สร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทยออกสู่สังคม ประการที่ 3 การขาดพลังร่วม หรือการรวมกลุ่มที่ชัดเจนและต่อเนื่องของผู้สร้างภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย ส่งผลให้ไม่อาจต่อรองกับภาครัฐ และขาดแรงกระเพื่อมต่อมวลชน นำไปสู่ปัญหาการมองไม่เห็นคุณค่าของการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทย และไม่มีผู้สนับสนุนภาพยนตร์แนวอิสระในสังคมไทย

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยดังกล่าวนี้มีข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวงวิชาการต่อแวดวงอาชีพด้านภาพยนตร์ รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐดังนี้

1) ข้อเสนอแนะต่อวงวิชาการด้านภาพยนตร์

จากการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” นี้ ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงสภาพและบริบท ตลอดจนได้มองเห็นความเป็นไปได้ในการพัฒนานโยบายของหลักสูตรในสถาบันการศึกษาด้านภาพยนตร์และสื่อให้เห็นความสำคัญของความรู้ที่เป็นปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ผู้ได้รับการศึกษามีความรู้ที่ลึกซึ้ง และมีความเท่าทัน

สามารถแข่งขัน และสร้างโอกาส สร้างผลงานที่มีคุณค่าจากการได้รับทุนออกสู่สังคม ผลการวิจัยยังสามารถนำมาปรับใช้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านภาพยนตร์และสื่อ โดยใช้ความรู้เป็นฐานเพื่อก่อให้เกิดการต่อยอดในการสร้างงาน สร้างมูลค่ากลับมาสู่ประเทศ

2) ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” นี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับภาครัฐในการวางแผน หรือออกนโยบายเพื่อพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านภาพยนตร์ให้เกิดความก้าวหน้า และพัฒนาสู่ความเป็นผู้นำด้านสื่อสร้างสรรค์ตามแนวทางและวิสัยทัศน์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ต้องการให้สังคมไทย ‘มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน’ นอกจากนี้ข้อค้นพบจากการวิจัยเรื่องตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 นี้ น่าจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรม จักได้นำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาวิสัยทัศน์ และมองเห็นความเป็นไปได้ในการนำวัฒนธรรมที่หลากหลายมาผสมผสานร่วมกับความทันสมัยของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร สร้างสรรค์ให้เกิดแนวทางและรูปแบบใหม่ของสื่อภาพยนตร์ที่ช่วยส่งเสริมวัฒนธรรม และสร้างเศรษฐกิจให้กับคนในชาติ งานวิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบการระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” นี้ น่าจะเป็นงานวิจัยที่สามารถนำไปต่อยอดในการค้นคว้าและวิจัยในเชิงลึกทั้งในส่วนของวงวิชาการด้านภาพยนตร์และสื่อ รวมไปถึงด้านวัฒนธรรม สังคมและเศรษฐกิจ ในการสร้างโอกาส มูลค่า และคุณค่าให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำรายได้และชื่อเสียงกลับสู่ประเทศชาติ

3) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจาก การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการทำวิจัยในช่วงที่ภาครัฐนำเสนอนโยบายไทยแลนด์ 4.0 จึงทำให้ผลการวิจัย ตลอดจนการแสดงผลข้อมูล และตอบคำถามในประเด็นต่าง ๆ ของวัตถุประสงค์มีความเชื่อมโยงกับ

ช่วงเวลาฟื้นฟูนโยบายไทยแลนด์ 4.0 กำลังได้รับความนิยม อย่างไรก็ตาม ต่อมาในช่วงปีพ.ศ.2563 ได้เกิดวิกฤตการณ์โรคระบาด โควิด 19 ขึ้นทั่วโลกส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง การมาของโรคระบาดโควิด-19 นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในระบบคิด และวิถีชีวิตของคนในสังคม กิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันต้องถูกปรับเปลี่ยนเพื่อป้องกันอันตรายจากความใกล้ชิดอันเป็นสาเหตุของการติดต่อของโรค วิกฤตการณ์ในครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อไปในทุกภาคส่วน ไม่เว้นแม้แต่ในด้านของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งโดนผลกระทบอย่างหนักอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการภาพยนตร์ทั่วโลกจำเป็นต้องปรับวิถีคิดในทุกองคาพยพ ทั้งกระบวนการคิด กระบวนการผลิต การถ่ายทำ การจัดฉาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางการรับชมของผู้ชมวิถีใหม่ ที่เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม เห็นการเข้ามาของการ ‘สตรีมมิ่ง’ (Streaming) หรือ การนำเสนอภาพและเสียง ไฟล์วีดิทัศน์ และสื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งกลายมาเป็นช่องทางการเสพความบันเทิงที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากที่สุดในเวลาวิกฤตโรคระบาด จนส่งผลให้ช่องทางการรับชมรูปแบบใหม่นี้มีจำนวนผู้เข้าชมสูงอย่างไม่เคยมีมาก่อน และสร้างให้นักธุรกิจผู้เป็นเจ้าของธุรกิจสตรีมมิ่งได้รับผลกำไรมหาศาล จนกลายเป็น ‘นายทุนกลุ่มใหม่’ ในโลกบันเทิง โดยแหล่งทุนและตลาดทุนใหม่ของผู้ผลิตภาพยนตร์ ที่สามารถให้ทุนที่จำนวนมาก และไม่จำกัด ได้แก่

1. เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) คือ ผู้ให้บริการสตรีมมิ่งภาพยนตร์รายใหญ่ของโลกในช่วงวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด-19 ได้มอบทุนจำนวนมากให้แก่ ผู้กำกับภาพยนตร์และนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาผลิตภาพยนตร์เพื่อออกฉายที่เน็ตฟลิกซ์เป็นการเฉพาะ ซึ่งภาพยนตร์กลุ่มนี้ถูกเรียกว่า ‘เน็ตฟลิกซ์ ออริจินัล’ (Netflix Original)

2. ไพรม์ วิดีโอ (Prime Video) คือผู้ให้บริการสตรีมมิ่งภาพยนตร์รายใหญ่ มีที่มาจากบริษัทแม่คือ บริษัทอะเมซอน ดอท คอม (Amazon.Com) เจ้าของธุรกิจหลักด้านการค้าขายสินค้าออนไลน์รายใหญ่ของโลก เช่นเดียวกับเน็ตฟลิกซ์ ไพรม์ วิดีโอมีการลงทุนด้านการผลิตภาพยนตร์และสร้างซีรีส์เป็นของตนเองที่เรียกว่า

‘ออริจินัล คอนเทนต์ส’ (Original Contents)

3. ดิสนีย์พลัส (Disney+) เป็นผู้ให้บริการสตรีมมิ่งภาพยนตร์รายใหญ่อีกรายที่มีคลังภาพยนตร์และสื่อบันเทิงในรูปแบบอื่นที่มาจากสื่อโทรทัศน์แต่เดิม จุดเด่นของบริษัทนี้มีบริษัทในเครือที่ผลิตภาพยนตร์ไว้แล้ว อาทิ บริษัทพิกซาร์ (Pixar) มาร์เวล (Marvel) และเทเวนดี้วัน เซ็นจูรีฟ็อกซ์ (21st Century Fox) เป็นต้น (ฉลองรัฐ เณรมาลัยชลมารค, 2564: 12)

แหล่งทุนรายใหญ่ของโลก 3 รายดังกล่าว นอกจากจะให้ทุนกับผู้ผลิตในประเทศของตน ยังมีการให้ทุนกับผู้ผลิตในประเทศที่มีการนำเข้าช่องทางสตรีมมิ่งของบริษัทตนด้วย อาทิ บริษัทเน็ตฟลิกซ์มีการให้ทุนกับผู้ผลิตและผู้กำกับภาพยนตร์ไทยในการทำซีรีส์เรื่อง ‘แคว้ง’ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ซีรีส์เรื่องแรกของไทยในปีพ.ศ. 2562 นอกจากนี้ในช่วงปลายปีพ.ศ.2563 บริษัทเน็ตฟลิกซ์ได้มอบทุนเป็นจำนวนเงิน 5 แสนเหรียญสหรัฐ หรือ 16 ล้านบาทให้กับสมาพันธ์ สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ โดยทางสมาพันธ์ก็นำมาตั้งเป็นกองทุนเยียวยาผู้ผลิตภาพยนตร์และละครไทย และรับสมัครลูกจ้างอิสระผู้ได้รับความเดือดร้อน และมอบทุนให้รายละ 15,000 บาท

นอกจากนี้ในช่วงกลางปีพ.ศ. 2564 เป็นช่วงโควิดระลอก 2 ในประเทศไทย บริษัทดิสนีย์พลัส (Disney+) ได้เข้ามาร่วมมือกับบริษัท AIS หนึ่งในสามบริษัทที่ให้บริการด้านธุรกิจโทรคมนาคมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นำระบบการสตรีมมิ่งเข้ามา และปรากฏให้เห็นถึงการนำภาพยนตร์ไทยที่มีชื่อเสียงและเคยฉายในโรงภาพยนตร์ ถูกนำไปบรรจุอยู่ในกลุ่มคอนเทนต์ของดิสนีย์พลัส และนำมาโปรโมตเพื่อกระตุ้นความสนใจจากผู้ชม จากปรากฏการณ์ในกรณีของเน็ตฟลิกซ์และดิสนีย์พลัสแสดงให้เห็นถึงช่องทางใหม่ที่มีทุนอันไม่จำกัด ซึ่งในสถานการณ์วิกฤตนับเป็น ‘โอกาส’ ที่ผู้ผลิตผู้สร้างหรือผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของวงการภาพยนตร์ควรหันมาสนใจว่า เมื่อตลาดทุนและแหล่งทุนเปลี่ยนโฉมหน้า เปลี่ยนนโยบาย และวัตถุประสงค์ก็ส่งผลมาถึง ‘การให้ทุน’ ฉะนั้นในด้านของผู้ขอทุนก็ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางความคิดในการหาทุน โดยต้องปรับมุมมองใหม่ ร่วมด้วยกับความสามารถในการวิเคราะห์ให้เห็นว่าตลาดทุนหรือแหล่งเงินทุนในช่วงเวลาที่ยากลำบาก

นี้ มีการปรับตัว ทางนโยบาย วัตถุประสงค์ และแผนงาน ในการให้ทุนอย่างไร โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทผู้ให้ ทุน และมองให้เห็นจุดเชื่อมโยงที่ทำให้บริษัทผู้ให้ทุน เหล่านั้นสนใจอยากร่วมงานด้วย นอกจากนี้ผู้ผลิต ภาพยนตร์ต้องมีทักษะในการนำเสนอ ทำให้ผู้ให้ทุนได้ เล็งเห็นคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญที่โดดเด่นของผู้ขอ ทุน อาทิ นำเสนอความเชี่ยวชาญในการทำภาพยนตร์ตก สยของขวัญ ทรายมา หรือมีความสามารถในการทำภาพยนตร์ ที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถสร้างความสนใจ ให้กับผู้ชมในประเทศ หรือสร้างแรงกระตุ้นส่งต่อไปยัง ประเทศใกล้เคียงได้ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้ก็อาจส่งผล ถึงการตัดสินใจในการให้ทุนของแหล่งทุน

การปรับและนำเสนอภาพลักษณ์ (Image Adjustment and Image Presentation) ของผู้สร้างและผู้ผลิตภาพยนตร์ที่ชัดเจนจึงเป็นเรื่องสำคัญ ในการนำเสนอ ตนเองในยุคนี้ต้องทำให้แหล่งทุนเห็นถึงความเป็น ‘ตัวจริง’ หรือเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญอย่างมีคุณภาพ นายทุนในสถานการณ์วิกฤตจึงจะเล็งเห็นและยอมลงทุน และมอบเม็ดเงินเพื่อให้สร้างงาน เนื่องจากมีเหตุปัจจัยที่มา จากผู้ชม ซึ่งฐานหรือตลาดผู้ชมในวันนี้คือ จำนวนผู้ชมทั้ง

โลกที่ผ่านการรับชมแบบสตรีมมิ่ง ผู้ชมจึงมีพลังในการ เลือกและตัดสินใจที่จะต้องการผลงานที่พวกเขาต้องการ และนำมาซึ่งการยอมจ่ายเงินเพื่อชม ดังนั้นผู้ผลิตเนื้อหาใน โลกภาพยนตร์จึงต้องปรับแนวคิดให้ได้ว่า “ผลิตคอนเทนต์ เพื่อตอบโจทย์คนที่อยากดู มากกว่าจะผลิตคอนเทนต์ที่เรา อยากทำ” การปรับทัศนคติและกระบวนการทำงานเช่นนี้ จึงเป็นหนึ่งในข้อเสนอแนะที่เป็นหนทางรอดของผู้สร้าง ภาพยนตร์ในยุควิถีใหม่ ที่ทุนนิยมก็ยังคงขับเคลื่อนโลกให้ เดินหน้าต่อไป

ผู้วิจัยเรื่อง “ตลาดทุน แหล่งเงินทุนและรูปแบบ การระดมทุนของผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0” จึงขอเสนอแนะให้มีการดำเนินการวิจัยในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับการหาแหล่งทุนและวิธีการระดมทุน ตลอดจน กระบวนการสร้างและผลิตภาพยนตร์ในยุคที่สังคมเกิด ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในมิติต่าง ๆ ต่อไป ทั้งนี้โดยเล็งเห็น ถึงประโยชน์ของการดำเนินการวิจัยที่สืบเนื่อง อันจะเป็น หนทางให้สามารถมองเห็นแนวทางและการจัดการวงการ ภาพยนตร์ของไทยให้สามารถอยู่รอดท่ามกลางภาวะที่ผัน วนของเศรษฐกิจโลก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2562). *ประกาศสำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เรื่องประกาศเปิดรับ โครงการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ประจำปี 2562*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา http://www.thaimediafund.or.th/mediafund-api/web/upload/announce//521010_strategic62.pdf.
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2561). *ประกาศกระทรวงวัฒนธรรมเรื่องทุนสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ประจำปี 2561*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.m-culture.go.th>.
- กุลฤติ นุ่มทอง และอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2558). อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยุคสื่อใหม่ในอาเซียนก้าวอย่างใหม่สู่โลกออนไลน์และ ภูมิภาคอาเซียน. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม* นิต้า. 2(2). 43-54.
- คมชัดลึก. (2562). 12 ธุรกิจบันเทิงไทย รุกตลาดงาน Cannes Film Festival 2019. วันที่เข้าถึงข้อมูล 4 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <http://komchadluek.net>
- _____. (2562). *โด่ง ไทบ้านสี่เกด "เฮ็ดในสิ่งที่เชื่อ" เดอะซีรีส์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 4 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <http://www.komchadluek.net>
- คาเซนเดร. (2559). *อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.kassandre.org>
- จินตนาฟิล์ม. (2513). *อินทรีทอง*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.wikipedia.org>.

- จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด. (2562). *ข้อมูลบริษัท*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.gdh559.com>.
- จุฬามาศ ศรีรัตน. (2561). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับไทยแลนด์ 4.0. *วารสารเกษมบัณฑิต*. 19(ฉบับพิเศษ). 208-217.
- ฉลองรัฐ เอมมาลย์ชลมารค. (2564). การปรับตัวของภาพยนตร์นานาชาติในยุคโรคระบาดโควิด-19. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*. 25(1). 7-14.
- เฉลิม วงศ์พิมพ์. ผู้กำกับภาพยนตร์. (4 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.
- ชนินทร เพ็ญสุตร. (2560). *ประเทศไทย 4.0 บริบททางเศรษฐกิจ และการเมือง*. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. 8(1). 67-99.
- ดรสมรณ โกวิทวนิชชา. ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์อิสระและโปรแกรมเมอร์ ผู้ส่งภาพยนตร์ไปยังเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ และคณะกรรมการตัดสินรางวัลเทศกาล International Film Festival Rotterdam. (13 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.
- ดวงกมล หนูแก้ว. (2548). *ธุรกิจภาพยนตร์ไทย: กรณีศึกษาบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยขนาดใหญ่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถิรชัย วุฒิธรรม. (2562). *ประวัติบริษัท เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา https://investor-th.mpictures.co.th/company_business.html.
- ไทยซีเนม่า. (2551). *ตำนานบุญชู 20 ปี*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 3 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.thaicinema.org>.
- ไทยพีบีเอส. (2559). *ปี 2560 หนังไทยยังน่าเป็น*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://news.thaipbs.or.th/content/259196>.
- _____. (2562). *สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย เตรียมดันคนทำหนังอีสาน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 พฤศจิกายน 2562 แหล่งที่มา <https://news.thaipbs.or.th/content/283149>.
- _____. (2562, 13 กันยายน). *มาตรการส่งเสริมหนังไทย...ยังดี?*.
- ไทยฟิล์ม. (2516). *เขาชื่อ กานต์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 พฤศจิกายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.wikipedia.org>.
- ไทยพับลิก้า. (2559). *รายได้ “ผู้กำกับภาพยนตร์แค่ทำหนัง...เลี้ยงชีพไม่ได้*. วันที่เข้าถึงข้อมูล แหล่งที่มา 15 ธันวาคม 2562 <http://thaipublica.org/ไทยรัฐ>.
- ไทยรัฐ. (2562). *สายบันเทิงเฮียเคยแล้ว “ไต้ง สิริพงศ์” ไม่ธรรมดา เขาคือนายทุนไต่บ้านเดอะซีรีส์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/news/society/1585560>.
- นนทวัฒน์ นำเบญจพล. ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ. (14 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.
- นนทวัฒน์ พรเลิศกษกร, วาทีต อินทุลักษณ์ และชาคริต ศรีสกุณ. (2561). *ปัญหา อุปสรรค และความท้าทายของการระดมทุนสาธารณะ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม*. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 12 ฉบับพิเศษ เดือนพฤษภาคม 2561. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยดุสิตธานี.
- บุญส่ง นาคภู. ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ. (5 มิถุนายน 2562). สัมภาษณ์.
- ประชาไท. (2562). *เลือกตั้ง 62: เปิดนโยบายภาพยนตร์ไทย ร่วมชูลดการผูกขาดธุรกิจโรงหนัง แก๊วไขกม.ที่มีปัญหา*. วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 เข้าถึงข้อมูล แหล่งที่มา <https://prachatai.com/journal/2019/03/81383>.
- ประชาสงเคราะห์. (2562) *รายชื่อบริษัทผู้สร้างและผู้จัดทำหน่วยภาพยนตร์ไทย* วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <https://prachasangkhroh.fandom.com>
- ปริยานุช กิจรุ่งโรจน์เจริญ. (2555). *การเงินธุรกิจ (Business Finance)*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

- ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. (2554). รัฐทุนสร้างหนังร่วมทุนไทย-จีนนำร่อง ‘มหาราช 2 แผ่นดิน’ บุกลาดมังกร. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.manageronline.co.th>
- พัชนี แสนไชย. (2560). กลยุทธ์การผลิตภาพยนตร์ไทยในยุคดิจิทัล. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <http://ms.bsru.ac.th>
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556) เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์, 7(1). 1-70.
- โพลีซันนิง. (2549). อุตสาหกรรมภาพยนตร์ปี 49: การพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ระดับการส่งออก. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 พฤศจิกายน 2562 แหล่งที่มา <https://positioningmag.com/27821>
- _____. (2562) เมเจอร์วางแผนปี 2019 เร่งผลิตหนังไทย ลุยขยายโรงหนังไซส์เล็กครึ่งคนดูจว. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <https://positioningmag.com>.
- มาร์เกตอุปลี. (2560). พูดคุยหมดเปลือกกับ จินา GDH เบื้องหลังความสำเร็จ “ฉลาดเกมส์โกง” หนังไทยบุกลาดจีนอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 พฤศจิกายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.marketingoops.com/exclusive/interview-exclusive/gdh-bad-genius>
- เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์กรุ๊ป. (2560) ธุรกิจโรงภาพยนตร์. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://majorcineplex.com>
- มูลนิธิเอสซีจี. (2562). โครงการรางวัลยุวศิลปินไทย. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <https://www.scgfoundation.org/th/project/showcase/social>
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2549). ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระดม อารามวิทย์ และมนฤดี ธาดาอานวยชัย. (2557). ทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย. นิตยสารสยามปริทัศน์. 15(19). 50-60.
- รุจิกาญจน์ สานนท์ จุฑา เทียนไทย และกันยาวิรี สัทธาพงษ์. (2560). ทิศทางธุรกิจความเชื่อของสังคมไทยยุค4.0. วารสารร่วมพฤษ. 35(1). 11-32.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2560). อุตสาหกรรมวัฒนธรรมกับการส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ร่วม อาเซียน: เปรียบเทียบระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ลาว. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8(ฉบับพิเศษ อาเซียน: แรงงานกับการพัฒนา.) 108-133.
- วัลย์รัตน์ ประภาภม. (2562). ผู้ช่วยกรรมการและผู้จัดการ มูลนิธิเอสซีจี. แบบสัมภาษณ์.
- วิทยากร เชียงกุล. (2541). ผลกระทบการรับเงิน IMF และทางออกสำหรับประชาชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วีระศักดิ์ ไควสุรัตน์. (2557). ฉายภาพธุรกิจภาพยนตร์ไทย อุตสาหกรรม 2.4 หมื่นล้านบาท. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.forbesthailand.com>.
- ศิริระ สังวาลย์ชัย และสุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2559). การสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งออกภาพยนตร์ไทย บริษัทจี เอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2549). อุตสาหกรรมภาพยนตร์ปี 49: การพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ระดับการส่งออก. วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.positioningmag.com/27821>.
- โสฬส สุขุม. ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์อิสระ. (11 กรกฎาคม 2562). สัมภาษณ์.
- สถาบันหนังไทย หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน). (2562). ประกาศหอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) เรื่องทุนวิทยานิพนธ์ด้านภาพยนตร์ ประจำปีงบประมาณ 2562. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 ธันวาคม 2562 แหล่งที่มา <http://www.fapot.org/files/images/Funding%20thesis%20Fapot.pdf>
- _____. (มปท). จำรัส สุวคนธ์ และ มานี สุมมนัญญ์ ดาราคู่แรกของไทย. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.fapot.org>

- สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล. (2544). *สุริโยไท*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://sahamongkolfilm.com>
- สามมิติ สุขบรรจง. (2559). *การศึกษาปัจจัยและแนวโน้มของการขับเคลื่อนและพัฒนางานภาพยนตร์ไทยเพื่อให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจในบริบทของอาเซียน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. วารสารไทยคู่ฟ้าออนไลน์. 33 วันที่เข้าถึงข้อมูล 3 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.thaigov.go.th>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). (2562). *ประกาศโครงการสนับสนุนทุนการสร้างสรรค์สื่อและกิจกรรมเพื่อสุขภาวะ (Co-creative Project) ประจำปี 2562*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.thaihealth.or.th/Announcement/2094>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.). (2557). *ตลาดทุน แหล่งเงินทุนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.sec.or.th/TH/MarketDevelopment/Documents/Film%industry-on-web.pdf>.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์. (2561). *ซูเปอร์ฮีโร่ของไทยในยุคดิจิทัล*. *วารสารสนค.* 8(80). 1-12.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2552). *ทุน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.Royin.go.th>
- สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2561). *ธุรกิจบริการด้านภาพยนตร์ (Film)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <https://www.komchadluek.net/news/economic/370694>
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2558). *แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 มิถุนายน 2562 แหล่งที่มา <http://fms.bru.ac.th/wp-content/uploads/2018/02/Dr.preecha.pdf>
- อภิชัย พันธเสน. (2546). *การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม*. สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- อนุชา บุญยวรรธน. ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ. (29 พฤษภาคม 2562). สัมภาษณ์.
- อรพงศ์ แพทย์क्षा. (2561). รูปแบบการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยสู่เอเชีย. *วารสารนักบริหาร*. 38(1). 73-78.
- เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน). (2562). *ประวัติบริษัท*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 พฤศจิกายน 2562 แหล่งที่มา <http://www.mpictures.co.th>

ภาษาต่างประเทศ

- Baxter, Patrick. D. (2008). *A Comparative Study of the U.S. and Korean Industries: History, Structure, and Finance*. USA: Pennsylvania State University, MA.
- Cucco, Marco and Parravicini, Bianca. (2016). *Normalità da record Finanziamento, promozione e distribuzione dei film con Checco Zalone* (Record Normality. Financing, promotion and distribution of the films performed by Checco Zalone). Italy: University of Svizzera italiana.
- Falicov, Tamara. (2018). *Latin America: Diversifying Public Film Funding Policies Across the Region*. USA: University Kansas.
- Gaustad, Terje. (2008). *Private Film Financing: Gains and losses in the Norwegian film sector*. Oslo: BI Norwegian School of Management.
- Gerben, Bakker. (2005). *The decline and fall of the European film industry: sunk costs, market size, and market structure, 1890–1927*, *Economic History Review*, vol.58, no 2: 310–351 Elliot Grove. (2012) *10 Routes To*

Finance Your Film. Retrieved June 30, 2019 from <https://www.raindance.org/10-routes-to-finance-your-film>.

Morawetz, Norbert. (2007). *Finance, Policy and Industrial Dynamics: The Rise of Co-productions in the Film Industry*. DRUID Summer Conference 2007 on APPROPRIABILITY, PROXIMITY, ROUTINES AND INNOVATION Copenhagen, CBS, Denmark.

Purin Picture. (2017). Purin Picture Funding Regulations. Retrieved June 30, 2019 from <https://www.purinpictures.org/seeking-support>.

Shackleton, Liz. (2019). *How Independent filmmakers in Southeast Asia are on the rise*. Retrieved June 3, 2019 from <https://www.screendaily.com/features/how-independent-filmmakers-in-southeast-asia-are-on-the-rise/5142223.article>

Stevenson, Kyle. (2011). *Crowdfunding or: How I learned to Stop Complaining and Love the Taxman- An investigation into South Africa's online crowdfunding initiatives and infrastructure, in a narrative film context*. South Africa: AFDA.