

โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

(พ.ศ.2537-2541)

นายมงคล ปิยะทัสสกร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-550-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE STRUCTURE OF FOREIGN FILMS BUSINESS IN THAILAND
(1988-1997)**



Mr. Mongkhon Piyatassakorn

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Communication Arts in Mass Communication
Department of Mass Communication**

**Graduate School
Chulalongkorn University**

Academic Year 1998

ISBN 974-332-550-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)

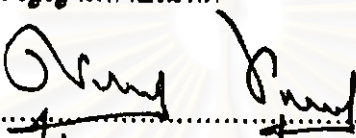
โดย นายมงคล ปิยะทัตถกร

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

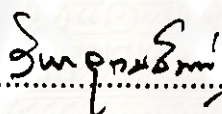
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

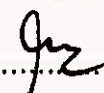
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

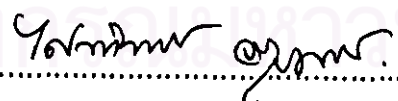

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภาวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมจันทร์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ไชยสิทธิ์ งามวิจิตร)

มงคล ปิยะทัตสกร : โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)
(THE STRUCTURE OF FOREIGN FILMS BUSINESS IN THAILAND (1994-1998)

อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร.กาญจนา แก้วเทพ, อ. ที่ปรึกษาร่วม : รศ. ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ, 154
หน้า. ISBN 974-332-550-6.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกระจุกตัวของตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทย
โครงสร้างธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุก
ตัวของตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทย และโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย วิธีการ
วิจัยที่ใช้ คือ การวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า ตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทยมีการกระจุกตัวโดยภาพยนตร์จากสหรัฐ
อเมริกา บริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผู้นำตลาด และบริษัทโรงภาพยนตร์ผู้นำตลาดในระดับสูงทั้งสิ้น

ส่วนในด้านโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยนั้น พบว่าบริษัทจัดจำหน่าย
ภาพยนตร์ ผู้นำตลาด โดยเฉพาะกลุ่มบริษัทเมเจอร์ มีความสัมพันธ์โยงใยกับธุรกิจภาพยนตร์ในต่าง
ประเทศ ในฐานะเป็นสำนักงานสาขาของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในต่างประเทศ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ
ของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่จากสหรัฐอเมริกา กลุ่มบริษัทเมเจอร์จึงผูกขาดการจัดจำหน่ายภาพ
ยนตร์ให้กับบริษัทเหล่านี้ และทำให้ได้เปรียบเหนือบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์รายอื่นๆ เนื่องจากมีภาพ
ยนตร์ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ชม แม้ว่าบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์รายอื่นอีกหลายราย จะมีโรง
ภาพยนตร์เป็นของตนเองก็ตาม เพราะบริษัทโรงภาพยนตร์ทุกรายล้วนต้องการฉายภาพยนตร์ของกลุ่ม
บริษัทเมเจอร์ทั้งสิ้น โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยเช่นนี้ จึงมีความสัมพันธ์กับการ
กระจุกตัวของตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทย

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต มงคล ปิยะทัตสกร

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา จก

✓ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม กศ



4085275428 : MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: CONCENTRATION / FOREIGN FILMS BUSINESS

MONGKHON PIYATASSAKORN : THE STRUCTURE OF FOREIGN FILMS BUSINESS
IN THAILAND (1994-1998). THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. KANJANA KAEWTHEP,
Ph.D. ; ASSO. PROF. KANOKSAK KAEWTHEP. 154 PP. ISBN 974-332-550-6.

The purpose of this study was to analyze the concentration of the film market in Thailand, the structure of foreign films business in Thailand and the relation between them. Document /analysis and interviewing persons concerned were undertake as research methodology.

The findings of the study were as follows:

The film market in Thailand was highly concentrated by 1) American films, 2) the leading distributors and 3) the leading exhibitors.

The structure of foreign films business in Thailand closely related to the films business in the USA. The "Major Companies", the leading distributors in Thailand, were the branch offices of the "Major Studios" in the USA. So, the "Major Companies" exclusively distributed Major Studios' films. Being the branch offices of the "Major Studios", but not having their own theatres as the other, still they had more advantages than other distributors in Thailand, that is, their films met Thai audience's taste. Therefore their films were demanded by every exhibitor.

As a result, it could be seen that the concentration of the film market and the structure of foreign films business in Thailand were closely related.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิติ..... น.น. นีระ ภิรมย์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดีของ รศ. ดร.กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆในงานวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน ประกอบด้วยคุณชาญชัย เทียนงาม, คุณชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง, คุณรชต ชีระบุตร, คุณวิสูตร พูลวรลักษณ์, คุณอานนท์ อัครวานันท์, คุณสุชาติ วุฒิชัย และคุณธีรชัย ไตรวงศ์วรรณ ที่ได้สละเวลา และให้ความกรุณาช่วยเหลือผู้วิจัยเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความห่วงใย กำลังใจ และช่วยเหลือจากมิตรสหาย ขอขอบคุณเพื่อนต้น ชัยวัฒน์ โตปิตุมาตุคุณ สำหรับการเอื้อเฟื้อข้อมูล และอุปกรณ์ประกอบฉาก ขอขอบคุณ "ยาย" สำหรับ "กำลังใจ" ขอขอบคุณพี่สาวทั้ง 2 คน ผู้อาร์ และเอื้อเฟื้อทั้งเครื่องฟรีนเตอร์ และทุนการศึกษา ขอขอบคุณแม่และป้า ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุกอย่างในชีวิตของผม หวังว่าความสำเร็จทางการศึกษาในครั้งนี้ จะทำให้แม่ ป้า พี่ๆ และคนรอบข้างตัวผม พอดีชื่นใจบ้าง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๔
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๕
กิตติกรรมประกาศ	๖
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๘
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น	7
1.6 ข้อเสนอแนะ	7
1.7 นิยามศัพท์	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดแบบจำลองการจัดโครงสร้างอุตสาหกรรม และการกระจุกตัว	10
2.2 แนวคิดการจัดจำหน่ายภาพยนตร์	17
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 ประชากร	26
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 แหล่งข้อมูล	28
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.6 การวิเคราะห์ และกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4 การกระจุกตัวของตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.1 ภาพรวมของตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย	36
4.2 การกระจุกตัวของตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทย	38
- การกระจุกตัว จำแนกตามประเทศต้นกำเนิดภาพยนตร์.....	39
- การกระจุกตัว จำแนกตามบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์	46
- การกระจุกตัว จำแนกตามบริษัทโรงภาพยนตร์	56
5 โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)	67
5.1 โครงสร้างธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ	67
- โครงสร้างตลาดของธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์	67
- การดำเนินการทางการตลาดของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์	79
5.2 โครงสร้างธุรกิจโรงภาพยนตร์	93
- โครงสร้างตลาดของธุรกิจโรงภาพยนตร์	93
- การดำเนินการทางการตลาดของบริษัทโรงภาพยนตร์	101
5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ และบริษัท โรงภาพยนตร์	114
5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุกตัวของตลาดภาพยนตร์ของประเทศไทย และโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย	119
6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	126
6.1 สรุปผลการวิจัย	126
6.2 อภิปรายผลการวิจัย	141
6.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป	148
6.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย	149
6.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	150
รายการอ้างอิง	151
ประวัติผู้วิจัย	154

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	มูลค่าตลาดภาพยนตร์ในประเทศไทย 36
4.2	ปริมาณภาพยนตร์ที่เข้าฉายทางโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย จำแนกตามประเทศต้นกำเนิด 40
4.3	ส่วนแบ่งตลาดด้านรายได้ (Box Office) จำแนกตามแหล่งต้นกำเนิด 44
4.4	อัตราการขยายตัวของรายได้ (Box Office) และส่วนแบ่งตลาดของภาพยนตร์ จำแนกตามแหล่งกำเนิดของภาพยนตร์ 45
4.5	สถิติภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้าฉายทางโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย พ.ศ.2537-2541 จำแนกตามบริษัทจัดจำหน่าย 48
4.6	อัตราการกระจุกตัวด้านปริมาณภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยบริษัทจัดจำหน่าย ภาพยนตร์ผู้นำตลาด 4 รายแรก (CR4) 53
4.7	ส่วนแบ่งตลาดด้านรายได้ของภาพยนตร์ต่างประเทศ (Box Office) จำแนกตามบริษัทจัดจำหน่าย 55
4.8	ส่วนแบ่งตลาดด้านรายได้ เฉพาะในกลุ่มบริษัทเมเจอร์ 55
4.9	ปริมาณโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ณ วันสิ้นปี ในช่วงปี พ.ศ.2537-2541 57
4.10	จำนวนโรงภาพยนตร์ของเครือโรงภาพยนตร์สำคัญ เฉพาะที่ตั้งอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร 64
4.11	ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทโรงภาพยนตร์แต่ละเครือ ในปี พ.ศ.2541 65
5.1	จำนวนโรงภาพยนตร์ชั้น 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร ของเครือโรงภาพยนตร์สำคัญ จำแนกตามประเภทโรงภาพยนตร์ 95
5.2	ผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ในเครืออีจิว จำกัดตามวัย (พ.ศ.2540) 105
5.3	ความถี่ในการชมภาพยนตร์ของคนกรุงเทพและปริมณฑล (พ.ศ.2539) 105
5.4	ความถี่ในการชมภาพยนตร์ ของผู้ชมภาพยนตร์ที่โรงในเครืออีจิว (พ.ศ.2540) 106
5.5	ค่าตัวชมภาพยนตร์ของเครือโรงภาพยนตร์ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร (พ.ศ.2541) .. 108