

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงกระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย และเพื่อทราบถึงกระบวนการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย

กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นเรื่องทฤษฎีระบบ, แนวคิดเรื่องการตลาด การจัดจำหน่ายและการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ที่ดี และแนวคิดเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก

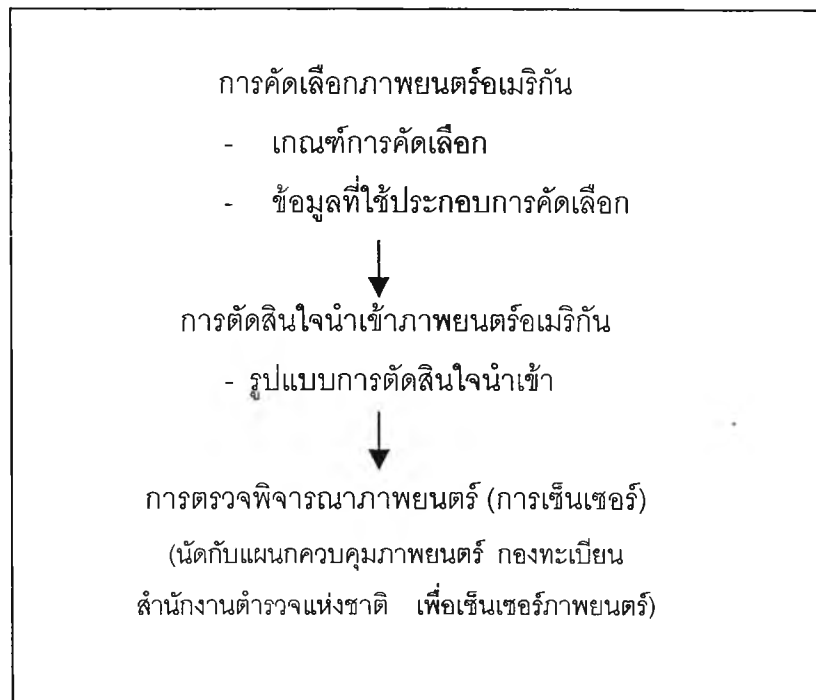
ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้บริหารของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกัน, กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสายหนัง จำนวนทั้งสิ้น 11 ท่าน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย มุ่งศึกษาถึงกลุ่มบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันโดยเลือกศึกษาเฉพาะบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป ประกอบด้วย 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ฟ็อกซ์ – วอร์เนอร์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ยูไนเต็ต อินเตอร์เนชั่นแนล พิคเจอร์ส (ฟาร์อีสต์) จำกัด และบริษัท โคล์มเบีย โทรสตาร์บัวนาวิสต้าฟิล์มส (ประเทศไทย) จำกัด

การศึกษาพบว่า กระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์ทั้งสามจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์จะคัดเลือกภาพยนตร์ก่อนเป็นอันดับแรก แต่ละบริษัทจะมีเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกภาพยนตร์ จากนั้นบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์จะตัดสินใจว่า จะนำภาพยนตร์เรื่องใดเข้ามาฉายบ้าง เมื่อตัดสินใจที่จะนำเข้าภาพยนตร์เรื่องนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกัน

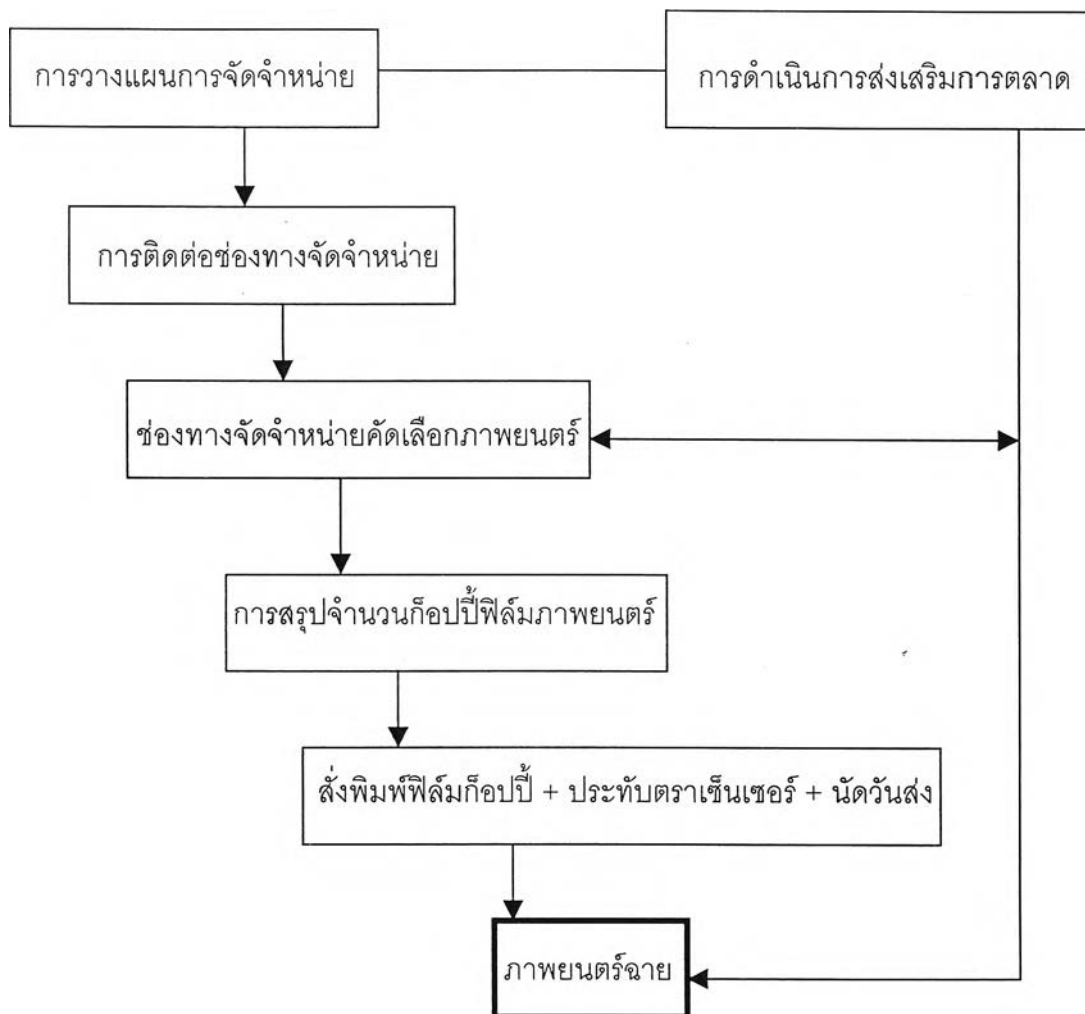
และบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์จะรายงานผลการตัดสินใจกลับไปบริษัทแม่ ในระหว่างนี้ก็ดำเนินการในเรื่องของการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ในเบื้องต้นไปก่อน โดยสามารถสรุปกระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพ 6.1 สรุปกระบวนการนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย



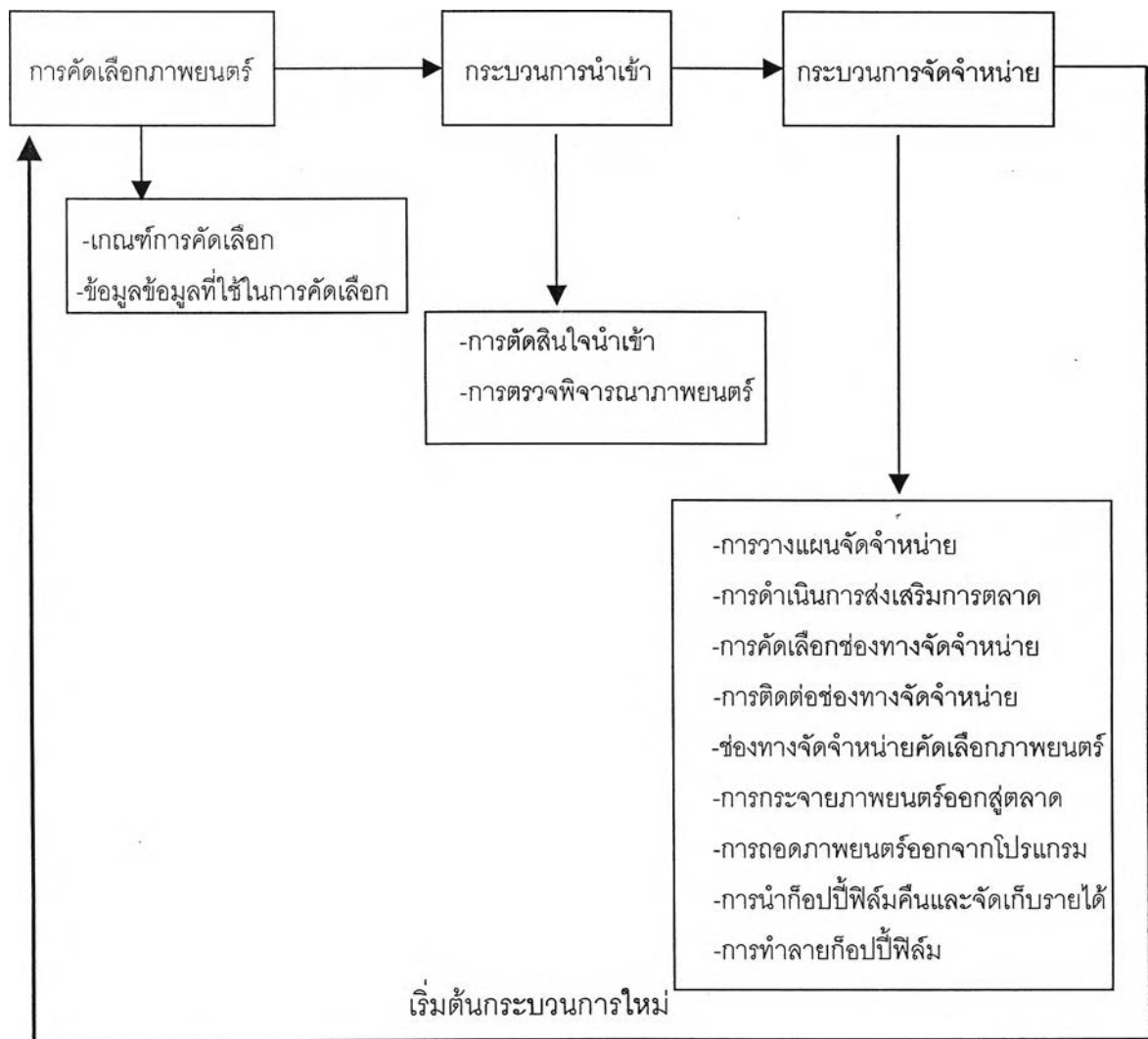
จากการวิเคราะห์ในส่วนของกระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย ซึ่งหลังจากที่บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์ตัดสินใจแล้วว่า จะนำภาพยนตร์เรื่องใดเข้ามาฉายโดยทำเป็นรายงานแล้วแจ้งกลับไปบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อผ่านขั้นตอนนี้แล้ว บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์จะดำเนินการวางแผนการจัดจำหน่ายซึ่งจะพิจารณาจากตัวภาพยนตร์เป็นหลักว่า จะจัดจำหน่ายอย่างไร โดยกำหนดระดับความกว้างแคบของการจัดจำหน่าย แล้วจึงติดต่อช่องทางจัดจำหน่าย ได้แก่ โรงภาพยนตร์และสายหนังเพื่อวางจำนวนก๊อปปี้ฟิล์ม เพื่อสั่งแล็บผลิตจำนวนก๊อปปี้ฟิล์ม และเมื่อกำหนดวันฉายแล้วก็จะส่งก๊อปปี้ฟิล์มดังกล่าวให้กับช่องทางจัดจำหน่ายเพื่อให้กระจายภาพยนตร์ไปสู่ผู้ชมทั่วประเทศ โดยสามารถสรุปกระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันได้ดังต่อไปนี้

แผนภาพ 6.2 โครงกระบวนการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย



เมื่อนำสองกระบวนการมารวมกันเพื่อสรุปเป็นภาพรวมของกระบวนการทั้งหมดที่เชื่อมโยงกัน จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

แผนภาพ 6.3 สรุปกระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกัน
ในประเทศไทย



อภิปรายผล

1. กระบวนการธุรกิจนำเข้าภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันประสบความสำเร็จในตลาดทั่วโลก รวมถึงตลาดประเทศไทย ในแต่ละปีบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ในสหรัฐอเมริกามีการผลิตภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สามารถนำภาพยนตร์ทุกเรื่องที่ผลิตเข้ามาฉายในประเทศไทยได้ จึงมีลักษณะของการคัดเลือกภาพยนตร์บางเรื่องที่มีความสามารถที่จะทำตลาดในประเทศไทยได้เข้ามาฉาย สำนักงานสาขาจึงมีบทบาท

เป็นเสมือนผู้คัดเลือก กลั่นกรองจำนวนภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น นอกจากนี้บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งสาม ทำหน้าที่เป็นสำนักงานสาขาที่เปรียบเสมือนองค์ประกอบส่วนหนึ่งของระบบธุรกิจการนำเข้าและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกัน ต้องมีการปฏิสัมพันธ์ภายในระบบธุรกิจนำเข้าของบริษัทตัวเองซึ่งคือ การมีปฏิสัมพันธ์กับสำนักงานภูมิภาคและบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์ภายในระบบธุรกิจนำเข้า รวมถึงการปฏิสัมพันธ์กับระบบอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกระบบของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์

2. กระบวนการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากความสามารถในการกระจายภาพยนตร์อเมริกันที่มีลักษณะครอบคลุมไปทั่วทุกพื้นที่ทั้งประเทศ ซึ่งการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์ทั้งสามบริษัทจำเป็นต้องพึ่งพาช่องทางจัดจำหน่าย อันได้แก่ โรงภาพยนตร์และสายหนัง ทำให้ต้องมีการปฏิสัมพันธ์ภายนอกของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่าย นอกจากนี้การจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันจะมีลักษณะแตกต่างกันตามลักษณะพื้นที่ ในกรณีที่พื้นที่มีความเป็นเมืองสูง ลักษณะความเป็นเมืองที่คล้ายกับกรุงเทพฯ ก็จะมีการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันแทบจะทุกเรื่องที่บริษัทนำเข้ามา เนื่องจากกรุงเทพฯ และพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองสูงเป็นรายได้หลักถึง 80 เปอร์เซ็นต์จากยอดขายได้ทั้งหมด ในขณะที่พื้นที่ที่มีความเป็นเมืองต่ำเป็นรายได้เพียง 20 เปอร์เซ็นต์จากยอดขายได้ทั้งหมดเท่านั้น การจัดจำหน่ายจึงมีลักษณะแตกต่างตามลักษณะพื้นที่ความเป็นเมือง

ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง "กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย" จำเป็นที่จะต้องเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และเป็นบุคลากรหลักที่สำคัญขององค์กร ทั้งในส่วนของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกัน ผู้ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ และสายหนังต่างจังหวัด ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในระดับลึก ดังนั้น การที่จะศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและประเด็นที่น่าสนใจ ผู้วิจัยจำเป็นต้องรู้จักผู้ที่สามารถจะเข้าถึงและคุ้นเคยกับแหล่งข้อมูลเป็นอย่างดี การทำงานจึงถูกจำกัดด้วยเวลาของแหล่งข้อมูล และผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่แท้จริงในบางส่วนได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พยายามติดต่อไปถึงแหล่งข้อมูลเหล่านี้แล้ว ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจไม่ครบถ้วนตามความต้องการ ผู้วิจัยพบกับอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเครืออีจิวและเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่สามารถ

ครอบคลุมตลาดโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลในส่วนนี้ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องแก้ปัญหาด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในเครืออื่นแทน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ปเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย นอกจากนี้ประเด็นในเรื่องการนำเข้าและการจัดจำหน่ายแล้วยังมีประเด็นอื่นๆ ที่ผู้สนใจสามารถทำการศึกษาได้คือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ป จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยเสริม และเป็นกลวิธีที่บริษัทตัวแทนจัดจำหน่ายภาพยนตร์อเมริกันในกลุ่มเมเจอร์กรุ๊ปมีการนำมาใช้ตามแบบของบริษัทแม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดเหล่านี้มีการพัฒนาตามภาพยนตร์ที่นำเข้ามาจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่น่าจะศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

2. กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์อิสระที่นำเข้ามาฉายในประเทศไทย นอกเหนือจากภาพยนตร์อเมริกันแล้ว ยังมีภาพยนตร์จากประเทศอื่นๆ ที่เริ่มประสบความสำเร็จในตลาดประเทศไทย เช่น ภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี ภาพยนตร์จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งกำลังเริ่มกลับเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้เกิดประเด็นที่น่าศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของภาพยนตร์เอเซียที่เริ่มเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย

3. การวางโปรแกรมและการจัดสรรจำนวนโรงของโรงภาพยนตร์ในระบบมัลติเพล็กซ์ โดยเฉพาะเมื่อเกิดภาวะภาพยนตร์ท่วมตลาดจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการวางโปรแกรมและการจัดสรรจำนวนโรงให้เหมาะสมกับจำนวนภาพยนตร์ที่มีอยู่ ซึ่งประเด็นต่างๆ เหล่านี้ต่างก็เป็นประเด็นที่สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมได้