

บทที่ 4

สถานภาพธุรกิจ/อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศฝรั่งเศส

4.1 สถานภาพอุตสาหกรรม

4.1.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม

ประเทศฝรั่งเศสถือเป็นประเทศผู้ให้กำเนิดการสร้างภาพยนตร์แบบภาพเคลื่อนไหว (Motion Picture) โดยพี่น้องตระกูล Lumiere ในปี 1895 เป็นศูนย์กลางของภาพยนตร์จากทั่วโลก เป็นต้นแบบของการผลิตภาพยนตร์ศิลปะ (Art Film) ที่ประสบความสำเร็จควบคู่กับภาพยนตร์กระแสหลักซึ่งมุ่งการทำตลาด รวมทั้งมีดารา และบุคลากรทางการผลิตภาพยนตร์ ตลอดจนสถาบันสอนการผลิตสื่อดิจิทัลที่มีชื่อเสียงระดับโลกเช่นกัน คือ The European Foundation for Audiovisual Professions: FEMIS

4.1.1.1 ผู้ประกอบการหลัก และส่วนแบ่งการตลาดในแต่ละ Value Chain¹

(ก) กลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ ผู้สร้าง (Studio) รวมทั้งกลุ่มธุรกิจ post Production ฝรั่งเศสมีกลุ่มบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างชาติ ประเภทการผลิตภาพยนตร์เรื่องยาว โดยเฉพาะกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศ ประมาณ 510 บริษัท และบริษัทที่ทำการผลิตทั้งภาพยนตร์เรื่องสั้น และเรื่องยาวอีกจำนวน 19 บริษัท เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่มีบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ยักษ์ใหญ่ของสหรัฐฯ เข้ามาทำธุรกิจในฝรั่งเศส สำหรับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ของฝรั่งเศสเองมีจำนวน 2,096 บริษัท ในจำนวนนี้ เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงจำนวนไม่มากนัก นอกจากนี้ ในส่วนของธุรกิจด้านเทคนิค ซึ่งรวมทั้งห่วงโซ่ในส่วนก่อน และหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ มีบริษัทที่ทำธุรกิจในกลุ่มนี้ถึง 16,936 บริษัทซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลาง และขนาดเล็กด้านการประกอบดนตรี ประกอบเสียง เทคนิคถ่ายภาพ การออกแบบฉาก การออกแบบเครื่องแต่งกาย การตัดต่อฟิล์ม รวมถึงด้านผู้ช่วยผู้กำกับ

(ข) กลุ่มผู้จัดจำหน่าย ธุรกิจการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยช่องทางต่างๆ ตั้งแต่ผ่านโรงภาพยนตร์ จนกระทั่งถึง hotel pay per view, home video/DVD; pay-per-view/video on demand on TV; pay-TV; free TV ในฝรั่งเศสมีบริษัทต่างประเทศที่ดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์จากทั่วโลก ทั้งในยุโรป อเมริกา และเอเชีย รวมทั้งประเทศไทย ทั้งบริษัทขนาดใหญ่ และขนาดเล็กจำนวน ประมาณ 900 บริษัท ประเทศที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายมากที่สุดคือ สหรัฐฯ และอังกฤษ ประเทศละกว่า 100 บริษัท ในจำนวนนี้ รวมถึง 5 บริษัทยักษ์ใหญ่ด้านการผลิต และจัดจำหน่ายจากสหรัฐฯ ในขณะที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายของฝรั่งเศสเองมีจำนวน 257 บริษัท ทั้งนี้ ในกลุ่มผู้จัดจำหน่ายที่มีส่วนแบ่งการจัดจำหน่ายภาพยนตร์มากที่สุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่ยังเป็นบริษัทข้ามชาติยักษ์ใหญ่จากสหรัฐฯ เรียงตามลำดับ

¹ ข้อมูลจาก UniFrance, www.unifrance.org/annuaire/ (สืบค้นเมื่อ 5/07/2007)

ได้แก่ Gaumont Columbia 12.5%; 20th Century Fox 11.1%; Warner Bros. France 10.3%; StudioCanal 10.3%; Buena Vista International France 8.7%; UIP 7.9%; Pathe Distribution 7.7; TF1 International 5.1; Metropolitan Filmexport 4.7% ทั้งนี้ กลุ่มผู้จัดจำหน่าย 5 อันดับแรกข้างต้น มีส่วนแบ่งรายได้ถึง 52.8% ของมูลค่าตลาดจาก box office ทั้งหมดในปี 2006²

(ค) กลุ่มธุรกิจการฉายภาพยนตร์ ปัจจุบัน ฝรั่งเศส มีผู้ประกอบการในวงจรธุรกิจฉายภาพยนตร์รายใหญ่จำนวน 8 ราย มีจำนวนโรงภาพยนตร์ทั้งหมดในปี 2005 จำนวน 5,366 โรง ในจำนวนนี้เป็นโรงภาพยนตร์ประเภทจอ multiplexes จำนวน 32%

(ง) กลุ่มบุคลากรสำคัญ ได้แก่กลุ่มนักประพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุคลากรด้านผู้เขียนบท และผู้แต่งเพลง ประมาณ 10,452 ราย กลุ่มผู้กำกับ ประมาณ 5,697 ราย กลุ่มนักแสดงทั้งชายและหญิง ประมาณ 11,239 ราย

4.1.1.2 ลักษณะตลาด การรวบรวมทางธุรกิจ ในแต่ละ Value Chain

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฝรั่งเศสมีความเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจโทรทัศน์อย่างใกล้ชิด เนื่องจากการกำหนดกติกาและมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ กำหนดให้มีการนำเงินทุนจากกิจการโทรทัศน์มาใช้ในการลงทุนสร้างภาพยนตร์ นอกจากนี้ ความเชื่อมโยงกันทางธุรกิจ ยังอยู่ในรูปแบบของการผลิตผลงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์ และเจ้าของกิจการโทรทัศน์ (co-produced) จำนวนไม่น้อย

4.1.1.3 การร่วมทุน และ Co-production

ฝรั่งเศสได้ร่วมลงนามใน European Convention on Cinematographic Co-production (Amendment) (No. 2) Order 2001 โดยกำหนดให้ใช้เงินกองทุน Eurimage Fund ซึ่งเป็นเงินกองทุนของ European Council เพื่อสนับสนุนความร่วมมือในการสร้างภาพยนตร์ ที่ได้จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 1988 เป้าหมายสำคัญของความร่วมมือดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้าใจ และสื่อสารความแตกต่างทางวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ ตลอดจนขจัดอุปสรรคจากความแตกต่างด้านกฎ ระเบียบภาครัฐ และวิธีดำเนินการด้านการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งเป็นทั้งการกระจายความเสี่ยง และโอกาสในการขยายตลาดภาพยนตร์ในกลุ่มประเทศสมาชิก และเพื่อการระดมทรัพยากร ทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ เงินทุน และเทคนิค รวมทั้งทรัพยากรบุคคลจากประเทศ พร้อมกับมาตรการสนับสนุนของประเทศผู้ร่วมทุน โดยกติกาสำคัญของการร่วมทุน ต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากผู้อำนวยการสร้างตั้งแต่ 3 ประเทศขึ้นไป

ในส่วนของการร่วมผลิตกับประเทศนอกกลุ่มสหภาพยุโรปที่สำคัญ ในปี 2006 มีภาพยนตร์ที่ร่วมกันผลิตระหว่างฝรั่งเศสกับสหรัฐฯ 8 เรื่อง อาทิ Babel; Inland Empire; United 93 และกับประเทศอังกฤษ 14 เรื่อง แนวโน้มการร่วมผลิตภาพยนตร์ ระหว่างผู้ผลิตกลุ่มหลักๆ ในตลาดโลก ชี้ให้เห็นกลยุทธ์การตลาดใหม่ ที่ค่ายผลิตภาพยนตร์รายใหญ่พยายามขยายตลาดการบริโภคในต่างประเทศ และเพิ่มส่วน

² CNC: Distribution of Films in France, May 2007

แบ่งการตลาดของภาพยนตร์ของตนทั้งใน และต่างประเทศ ทั้งนี้ รายงานจาก Focus 2007 ระบุว่า ในปี 2006 ฝรั่งเศสมีภาพยนตร์ 75 เรื่องที่ผลิตในนามของความร่วมมือนานาชาติ (international co-productions) ภาพรวมการร่วมผลิตในลักษณะ maximum co-production จำนวน 36 เรื่อง และ minimum co-production จำนวน 39 เรื่อง ในทางตรงกันข้าม มีรายงานว่า การร่วมผลิต ในลักษณะ joint venture หรือ co-production ระหว่างสหภาพยุโรปและสหรัฐฯ ทำรายได้ถึง 3% ของรายได้ Box office ในสหรัฐฯ ในปี 1997³ ซึ่งให้เห็นว่าการร่วมทุนเป็นช่องทางการส่งออกภาพยนตร์ที่มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ³

4.1.2 สถานภาพและมูลค่าตลาด

4.1.2.1 ปริมาณการผลิตภาพยนตร์และมูลค่าตลาดในประเทศ

(ก) ตลาดโรงภาพยนตร์ แนวโน้มการผลิตภาพยนตร์ของประเทศฝรั่งเศส ทั้งภาพยนตร์ที่ผลิตโดยใช้เงินทุนภายในประเทศทั้งหมด และภาพยนตร์ที่ผลิตโดยการร่วมทุนกับต่างชาติในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ในภาพรวม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากจำนวน 131 เรื่องในปี 1996 เป็น 203 เรื่อง ในปี 2006 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการผลิตในปี 2006 ลดลงจาก 240 เรื่องในปี 2005 ประมาณ 15% (แผนภาพที่ 4.1) โดยมีสาเหตุสำคัญจากการลดลงในส่วนของการร่วมสร้างภาพยนตร์ (co-production) นั่นเอง ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า ประเภทภาพยนตร์ของฝรั่งเศสมีความหลากหลาย ให้ความสำคัญกับทั้งภาพยนตร์เชิงศิลปะ ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์ ดราม่า ปรากฏว่า 56.2% ของภาพยนตร์ที่ผลิต และออกฉายในปี 2006 เป็นภาพยนตร์จาก art house (art-house recommended films) และในจำนวนภาพยนตร์ 200 กว่าเรื่องในตลาดฝรั่งเศสดังกล่าว ในปี 2006 ประกอบด้วยภาพยนตร์ประเภท drama มากที่สุดถึง 136 เรื่อง หรือคิดเป็นสัดส่วน 23% และประเภท comedy drama อีก 117 เรื่อง ดังนั้น หากรวมกลุ่ม drama ทั้ง 2 กลุ่มเข้าด้วยกัน จะเป็นองค์ประกอบถึง 41.5% นอกจากนี้ ยังมีประเภทสารคดีอีก 52 เรื่อง ที่ออกฉายในตลาดฝรั่งเศสในปีเดียวกัน⁴ ในขณะที่มีค่าใช้จ่ายลงทุนทั้งสิ้นเป็นเงิน 1.15 พันล้านยูโร หรือเฉลี่ยประมาณ 5.27 ล้านยูโร ต่อเรื่อง เทียบกับจำนวน 1.29 และ 1.05 พันล้านยูโรในปี 2005 และ 2004 ตามลำดับ โดยมีต้นทุนเฉลี่ยต่อเรื่องในปี 2006 ประมาณ 5.27 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นจาก 4.99 ล้านยูโรในปี 2005 แต่ยังไม่ต่ำกว่าต้นทุนเฉลี่ยจำนวน 5.34 ล้านยูโรในปี 2004 ทั้งนี้ ในปี 2006 ภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุด 20 อันดับแรกนั้น เป็นภาพยนตร์ฝรั่งเศสถึงครึ่งหนึ่ง

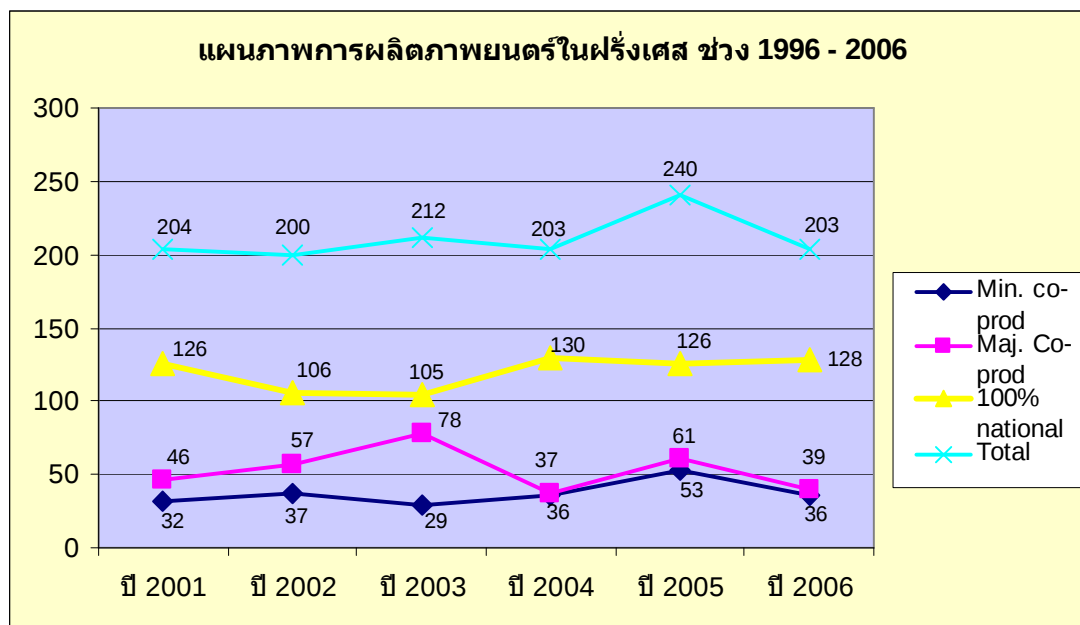
แนวโน้มมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฝรั่งเศส จากรายได้ box office โดยเฉลี่ยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ว่าจะมีความผันผวนขึ้นลงในระหว่างปีอยู่บ้าง โดยรายได้เพิ่มขึ้นจาก 726 ล้านยูโรในปี 1996 เป็น 1,023.1 ล้านยูโรในปี 2006 อย่างไรก็ตาม มูลค่าตลาดในปี 2006 ลดลง

³ Audiovisual industry; trade and investment barriers in third country markets, final report: DG1Market Access Unit, November 1998, Solon Consultants

⁴ CNC: Distribution of Films in France, May 2007

จากยอด 1,137.2 ล้านยูโรในปี 2005 ถึงประมาณ 10% ทั้งนี้ ในปี 2005 นับเป็นปีที่ฝรั่งเศสประสบ
ความสำเร็จด้านรายได้จาก box office มากที่สุด ในรอบเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา (แผนภาพที่ 4.2)

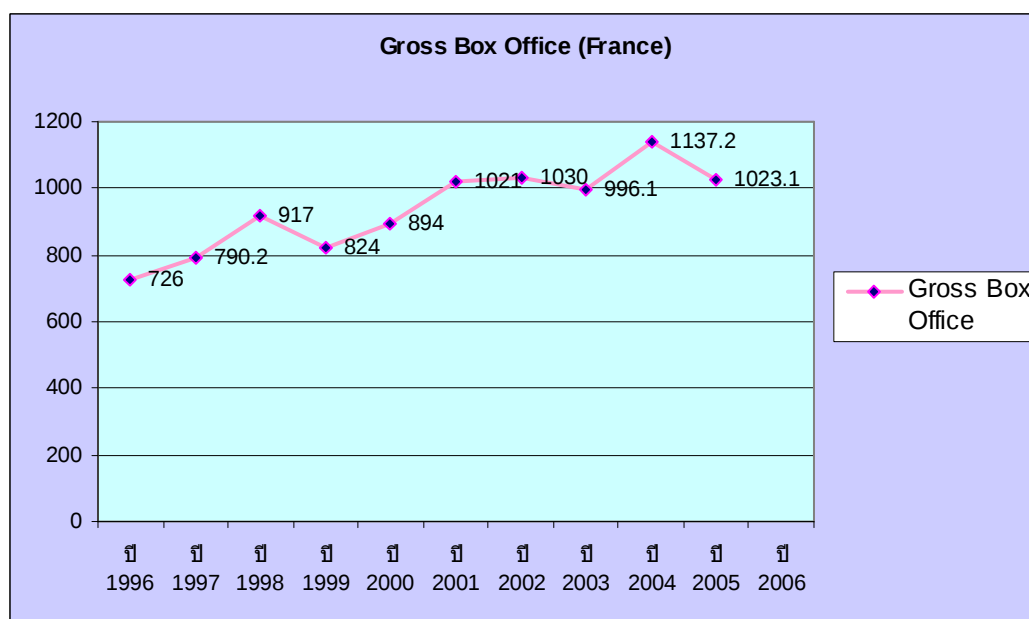
แผนภาพที่ 4.1 จำนวนการผลิตภาพยนตร์ฝรั่งเศส ช่วง 1996-2006



ที่มา: Focus 2007: World Film Market Trends, European Audiovisual Observatory

แผนภาพที่ 4.2 มูลค่าตลาดภาพยนตร์ฝรั่งเศส

หน่วย: ล้านเหรียญยูโร



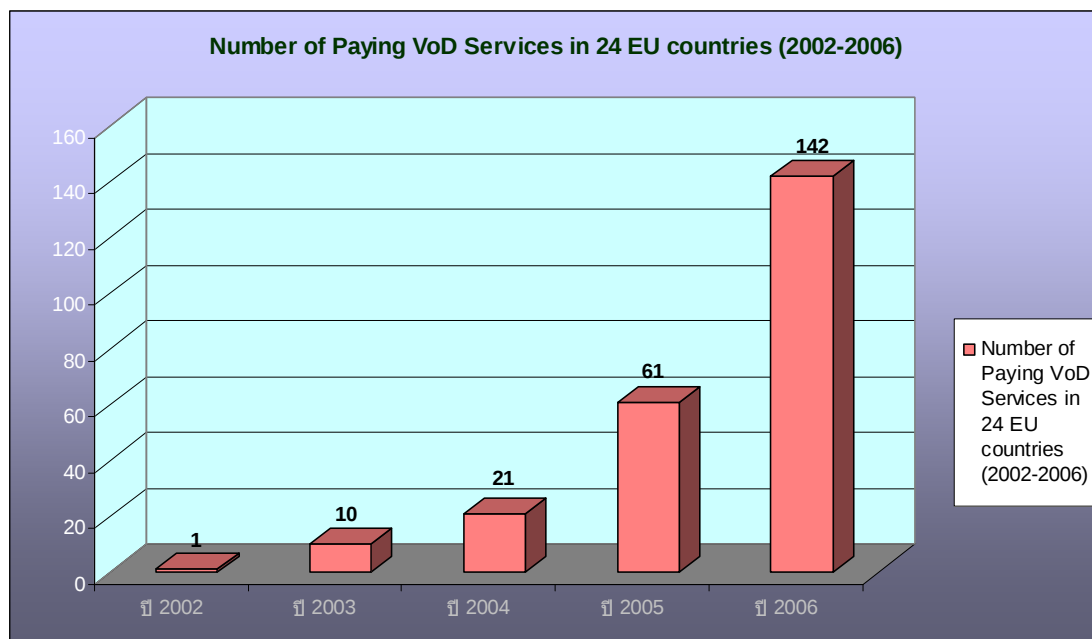
ที่มา: Focus 2007: World Film Market Trends, European Audiovisual Observatory

(ข) ตลาด VCD/DVD และ video on-line นอกจากการเข้าชมจากโรงภาพยนตร์ ยังมี การบริโภค video on demand และ on-line rental ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ในฝรั่งเศส on line rental คิด เป็นสัดส่วนประมาณ 38% ของการบริโภครวม (Focus 2007)

ตลาดวิดีโอ มีความสำคัญ แต่มีแนวโน้มลดสัดส่วนลงตามลำดับ เนื่องจากมีคู่แข่งสำคัญจาก พัฒนาการหลอมรวมทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดช่องทางการบริโภคผ่าน video on demand: VOD ซึ่งกลับมี แนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในภาพรวม ปรากฏว่า ในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป 24 ประเทศ มีการเติบโตของ VOD อย่างก้าวกระโดด จากการให้บริการเพียง 1 รายในปี 2002 เพิ่มขึ้นเป็น 142 รายใน ปี 2006 (แผนภาพที่ 4.3) ทั้งนี้ ยังปรากฏว่า ประเทศฝรั่งเศสมีการให้บริการ VOD สูงที่สุดในบรรดา ประเทศสมาชิกสหภาพทั้งหมด (แผนภาพที่ 4.4) โดยมีจำนวนผู้ให้บริการ 20 ราย รองลงมาคือ เนเธอร์แลนด์ 19 ราย และ อังกฤษ 13 ราย ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจำแนกช่องทางการให้บริการ พบว่า เป็นการให้บริการผ่าน Internet สูงถึง 59.1% รองลงมาคือ ผ่าน IPTV 29.6% และ Cable TV 6.9%⁵ ตามลำดับ (แผนภาพที่ 4.5) ทิศทางดังกล่าว จะมีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจ และความ ท้าทายต่อการจัดกฎ ระเบียบการกำกับดูแลภาครัฐเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ในอนาคต ซึ่งกลุ่ม สหภาพยุโรป โดยเฉพาะฝรั่งเศสกำลังให้ความสนใจ ศึกษาวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวในรายละเอียด เพื่อ การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมในอนาคต

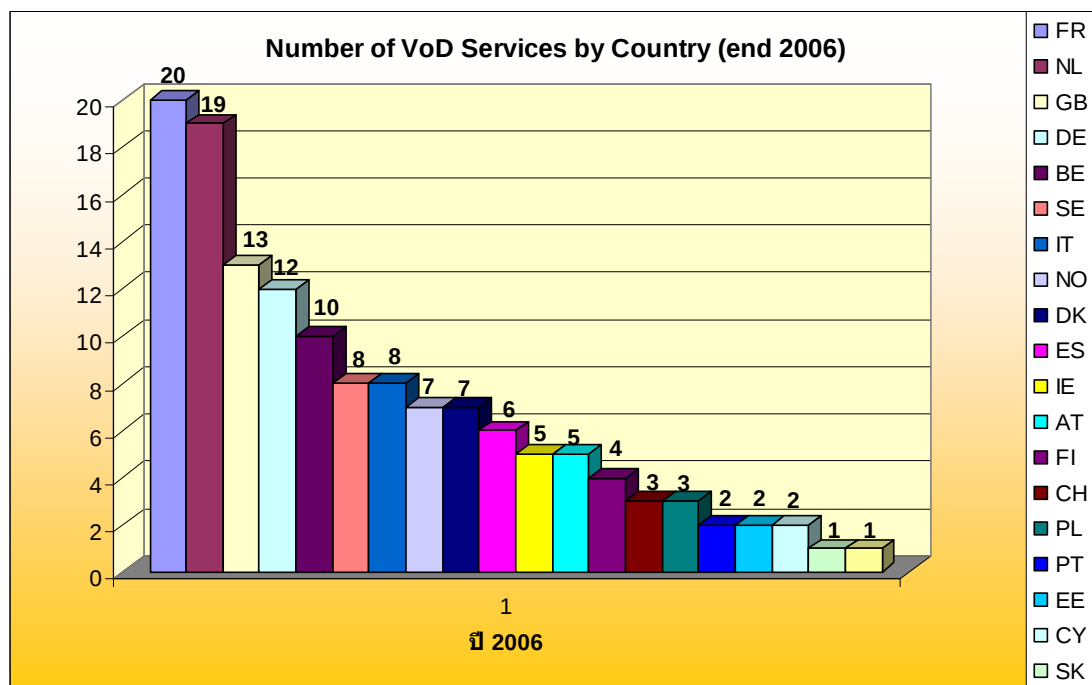
⁵ Video on Demand in Europe, A Study by NPA Comseil for the European Audiovisual Observation and The Direction of Development of Medias (DDM-France)

แผนภาพที่ 4.3 Number of Paying VOD Services in 24 EU countries 2002-2006



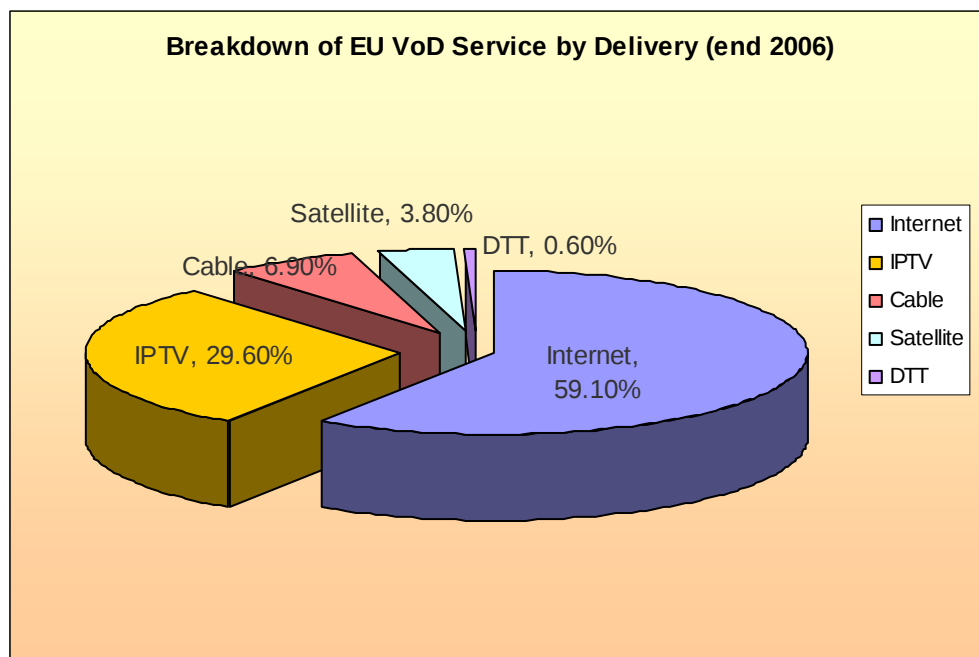
ที่มา: European Audiovisual Observation

แผนภาพที่ 4.4 Number of VOD Services by Country 2006



ที่มา: European Audiovisual Observation

แผนภาพที่ 4.5 Breakdown of EU VOD Service by Delivery 2006

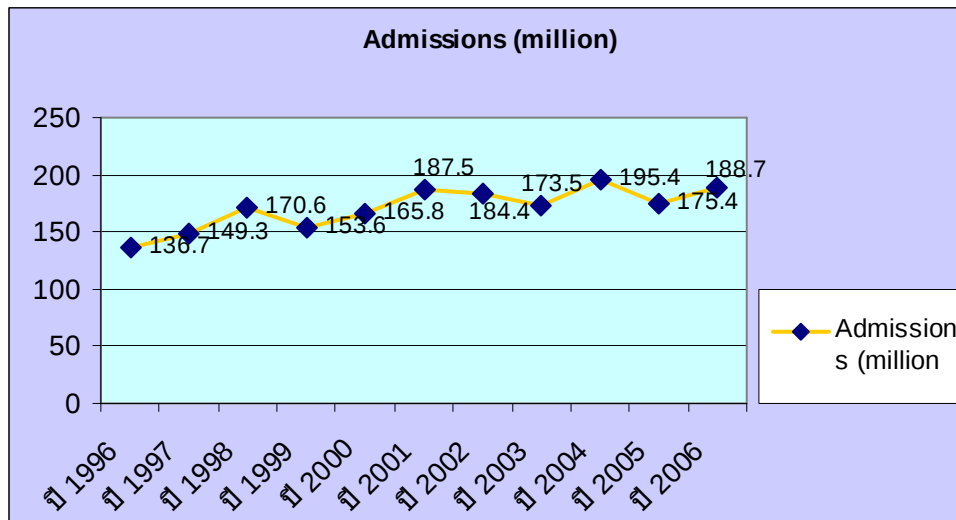


ที่มา: Study by NPA Conceil for European Audiovisual Observation and DDM-France

4.1.2.2 การเข้าชมภาพยนตร์และระดับการเปิดตลาด

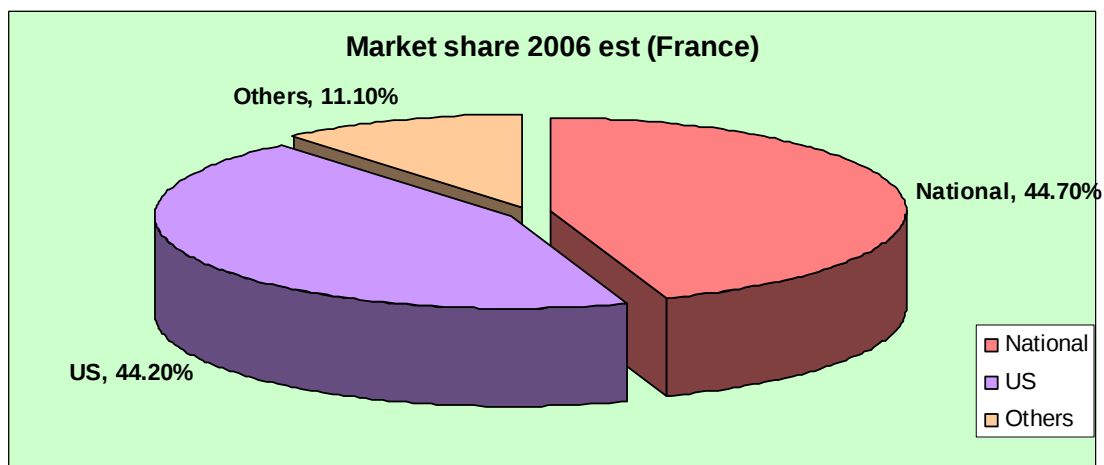
แม้ว่าจำนวนการผลิตภาพยนตร์ในปี 2006 จะลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้ แต่จำนวนการขายตั๋วเข้าชมภาพยนตร์กลับมีอัตราการเติบโตถึง 7.6% ในช่วงเดียวกัน หรือเพิ่มจาก 175.4 ล้านบัตร ในปี 2005 เป็น 188.7 ล้านบัตร ในปี 2006 ซึ่งเป็นระยะที่ฟื้นตัวขึ้นจากการลดลงอย่างมากในปี 2005 เมื่อเทียบกับปี 2004 ทั้งนี้ ปี 2004 นับเป็นปีที่มียอดขายบัตรเข้าชมในระดับสูงสุดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คือจำนวน 195.4 ล้านบัตร (แผนภาพที่ 4.6) รายงาน Focus 2007 ได้วิเคราะห์ว่า ความสำเร็จดังกล่าว น่าจะมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากความสำเร็จของภาพยนตร์สัญชาติฝรั่งเศสเอง โดยเฉพาะในช่วงต้นปี และเป็นเหตุให้ส่วนแบ่งตลาดของภาพยนตร์ฝรั่งเศสสูงถึง 44.7% ในปี 2006 เทียบกับส่วนแบ่งการตลาดของภาพยนตร์จากฮอลลีวูดในสัดส่วน 44.2% ในปีเดียวกัน (แผนภาพที่ 4.7) ซึ่งนับเป็นครั้งแรก ตั้งแต่ ปี 1984 ที่ภาพยนตร์ฝรั่งเศสมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าภาพยนตร์จากฮอลลีวูด อย่างไรก็ตาม แนวโน้มในระยะยาวในช่วงที่ผ่านมา การเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ซึ่งแม้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องโดยเฉลี่ยปีละ 3.8% แต่ยังคงมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งทางบวก และลบระหว่างปีอยู่ไม่น้อย

แผนภาพที่ 4.6 จำนวนผู้เข้าชม และรายได้จาก Box office ของฝรั่งเศส ช่วง 1996-2006



ที่มา: Focus 2007: World Film Market Trends, European Audiovisual Observatory

แผนภาพที่ 4.7 ส่วนแบ่งตลาดภาพยนตร์ฝรั่งเศส ปี 2006



ที่มา: Focus 2007: World Film Market Trends, European Audiovisual Observatory

4.1.2.3 การนำเข้าและส่งออก

ข้อมูลจากสมาคมภาพยนตร์ฝรั่งเศส (Unifrance) ระบุว่า ในขณะที่ ในปี 2006 ภาพยนตร์ฝรั่งเศสประสบความสำเร็จมากภายในประเทศ แต่ในต่างประเทศ กลับถดถอยกว่าปี 2005 โดยมีขอดีจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ 55.8 ล้านบัตร ซึ่งลดลงจากยอดขายปีก่อนหน้านี้ถึง 23% ทั้งนี้ สาเหตุ

ส่วนหนึ่งมาจากการที่ในปี 2005 มีภาพยนตร์ฝรั่งเศสที่โด่งดัง และดึงดูดความสนใจจากผู้ชมในตลาด
 สหรัฐฯ มาก คือภาพยนตร์เรื่อง *La marche de l'empereur*

4.2 นโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.2.1 หน่วยงานรับผิดชอบ

ข้อมูลจาก Unifrance ระบุว่า มีหน่วยงาน หรือองค์กรเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์
 ทั้งภาครัฐ และเอกชน ประมาณ 86 องค์กร⁶ ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบาย ส่งเสริมและพัฒนา
 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ แต่ที่มีความสำคัญได้แก่

4.2.1.1 หน่วยงานภาครัฐ

(ก) Ministry of Culture and Communication นอกจากทำหน้าที่ด้านการส่งเสริม เผยแพร่
 ตลอดจนปกป้อง คุ้มครอง และอนุรักษ์กิจกรรมด้านวัฒนธรรม แล้ว ยังรับผิดชอบกำกับดูแลการพัฒนา
 อุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรม (cultural industries) ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีบทบาทสำคัญใน
 การกำหนดนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์จากภาครัฐ

(ข) Ministry of Foreign Affair มีบทบาทในการส่งเสริมภาพยนตร์ฝรั่งเศสในต่าง
 ประเทศ ทั้งเพื่อเป้าหมายการเชื่อมความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ และเพื่อการค้าโดย
 การสนับสนุนการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ฝรั่งเศสที่สำคัญๆ ระดับนานาชาติ ตลอดจนการให้ความสนับ
 สนุนประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะแอฟริกา ในด้านการพัฒนาภาพยนตร์ ทั้งด้านการผลิต การฝึกอบรม
 และการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการจัดงานประกวดภาพยนตร์ฝรั่งเศสในประเทศ⁷

(ค) The National cinematographic Centre: CNC เป็นหน่วยงานอิสระภาครัฐ (Public
 Administration Organization with a legal entity status and financial autonomy) ภายใต้การกำกับดูแล
 และบริหารจัดการของกระทรวงวัฒนธรรม จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 1946 ทำหน้าที่รับผิดชอบกำหนดนโยบาย กฎ
 ระเบียบ และกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และ
 การกระจายเสียงสื่อวิทยุและโทรทัศน์ (movie and broadcasting industries) ทุกด้าน นอกจากนี้ CNC ยัง
 ทำหน้าที่ด้านกำกับควบคุม โดยเป็นผู้พิจารณาให้ความเห็นชอบภาพยนตร์ที่ผลิตที่จะสามารถออกฉายใน
 ตลาดได้ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับงานวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการเตรียมนโยบาย และกำกับดูแลใน
 ภาคปฏิบัติ

(ง) หน่วยกำกับดูแลด้านลิขสิทธิ์ คือ Copyright Office อยู่ภายใต้สังกัดของ Directorate

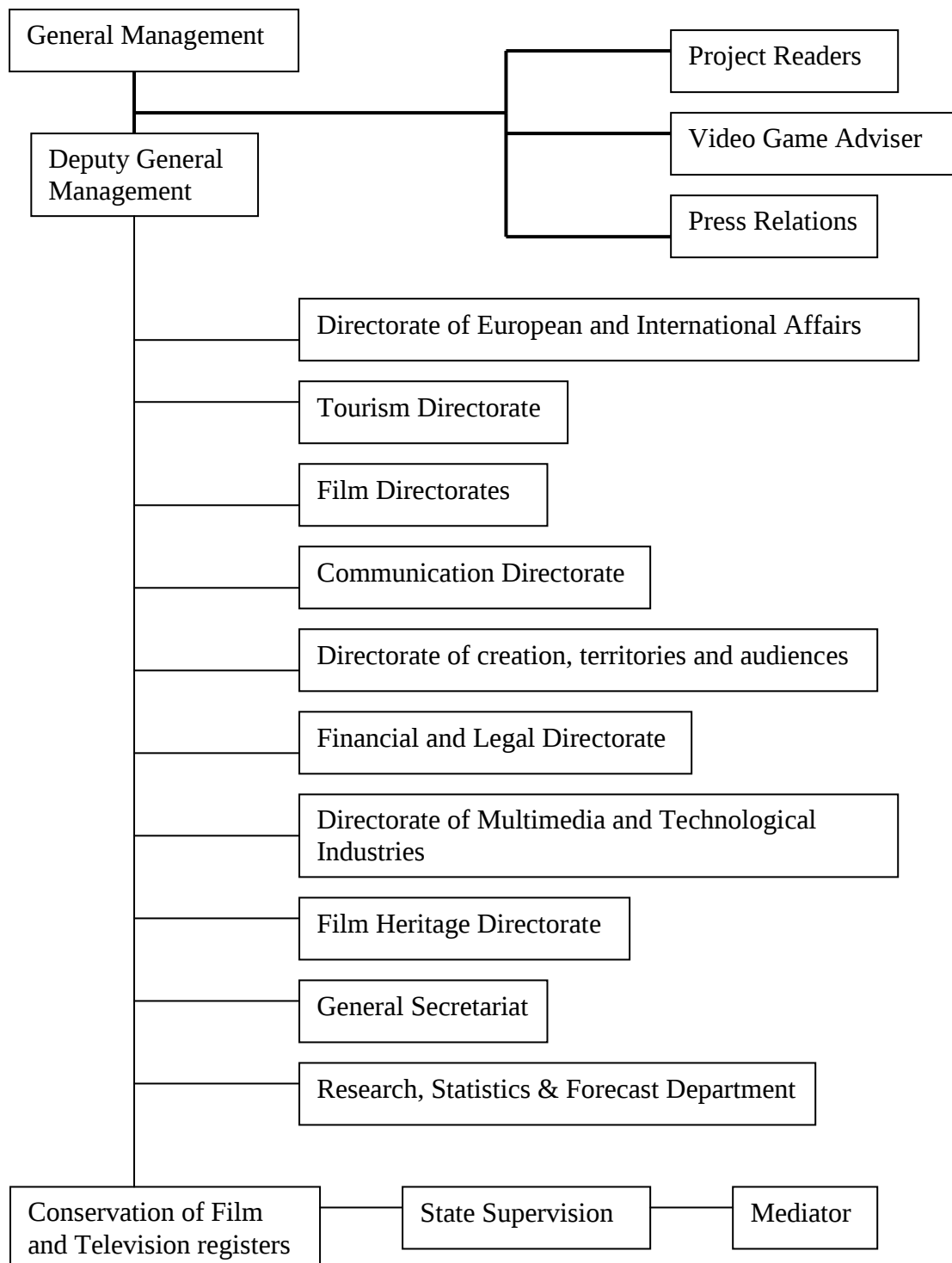
⁶ <http://www.unifrance.org/amuaire/institutions.asp> (สืบค้นเมื่อ 5/07/2007)

⁷ http://www.diplomatie.gouv.fr/en/france-priorities_1

of General Administration, office of Literary and Artistic Property ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม (Ministry of Culture and Francophone Affair)

(จ) **The European Audiovisual Observatory** เป็นองค์กรอิสระของสหภาพยุโรป มีเป้าหมายเพื่อสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการสาขาโสตทัศนของสหภาพยุโรป และให้บริการด้านการเก็บรวบรวม และนำเสนอข้อมูลด้านการตลาด การเงิน และกฎระเบียบในสาขาดังกล่าว

แผนภาพที่ 4.8 โครงสร้างองค์กร The National Cinematographic Center: CNC



ที่มา: CNC

4.2.1.2 หน่วยงานภาคเอกชน

(ก) Unifrance เป็นสมาคมที่เกิดจากการรวมตัวของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทั้งผู้ผลิตภาพยนตร์เรื่องยาว ภาพยนตร์สั้น ผู้จัดจำหน่าย ผู้กำกับ และนักแสดง มีสมาชิกรวมกันประมาณ 500 คน เริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1949 ภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ฝรั่งเศส (The Cinematographic Act 1946) มีการบริหารงาน และกำหนดนโยบายโดยคณะกรรมการบริหาร (Management Committee) ของสมาคม ร่วมกับ สำนักผู้อำนวยการ (Board of Directors) และ คณะกรรมการชุดต่างๆ (Various Committees) ภายใต้การกำกับดูแลโดยตรงจาก CNC ได้รับงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานจาก CNC และ กระทรวงการต่างประเทศ รวมทั้งรายรับของสมาคมเองจากค่าสมาชิก และเงินบริจาคจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญด้านการตลาด การเจาะตลาดต่างประเทศ โดยการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์ฝรั่งเศสในประเทศต่างๆ ร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์และตลาดภาพยนตร์ระหว่างประเทศ พร้อมทั้งทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการส่งตัวแทนจากภาคอุตสาหกรรมฯ เข้าร่วมในงานดังกล่าว นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังทำหน้าที่รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งด้านการผลิต การจำหน่าย ตลอดจนข้อมูลผู้ประกอบการ ผู้กำกับ และบุคลากรเกี่ยวข้อง

(ข) Association of Independent Producers ทำหน้าที่ส่งเสริมกิจกรรมของ independent art house and experimental films

4.2.2 นโยบาย และกฎระเบียบสำคัญ

กลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป เห็นพ้องกันว่า ในยุคที่ภาพยนตร์จากฮอลลีวูดครองตลาดทั่วโลก ความช่วยเหลือจากภาครัฐต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ของยุโรป เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมนี้ หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ คาดว่า ผู้ผลิตภาพยนตร์ในยุโรปเกือบทั้งหมดคงหายไปจากตลาดภาพยนตร์นานแล้ว

4.2.2.1 กฎหมายเกี่ยวข้อง

(ก) *Cinematographic Act 1946 และฉบับปรับปรุงในเวลาต่อมา 1982, 1998* เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับเพื่อการกำกับดูแล และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฝรั่งเศส สาระสำคัญของกฎหมายครอบคลุมทั้งมิติของการส่งเสริม กำกับดูแล และการคุ้มครองด้านสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมี CNC เป็นหน่วยงานรับผิดชอบกำหนดนโยบาย และมาตรการในรายละเอียด พร้อมทั้งกำกับดูแลการแปลงแผนสู่ภาคปฏิบัติอย่างครบวงจรทั้งกระบวนการ ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ และสังคม

- ด้านการส่งเสริม ได้กำหนดให้มีการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฝรั่งเศสในทุกห่วงโซ่ ทั้งการผลิต การจัดจำหน่าย และการฉายภาพยนตร์ ภายใต้แผนกลยุทธ์ที่เรียกว่า ‘Plan Lang’ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญเพื่อ 1) ให้การสนับสนุนเฉพาะภาพยนตร์ที่ผลิตโดยใช้ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งผลิตเพื่อผู้บริโภคทั้งชาวฝรั่งเศส และชาวต่างชาติ 2) เพิ่มความเข้มแข็งด้านการกระชับความร่วมมือกับ

ต่างประเทศ พร้อมกับเป้าหมายการขยายตลาดต่างประเทศของภาพยนตร์ฝรั่งเศส 3) การส่งเสริมการสร้างภาพยนตร์ฝรั่งเศสที่ใช้เงินลงทุนสูง และ 4) การสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งจะได้นำมากล่าวถึงในหัวข้อมาตรการสนับสนุนต่อไป

- ด้านการกำกับดูแล ระบบบริหารจัดการ และกำกับดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในมิติของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของฝรั่งเศส ใช้ระบบ Rating ซึ่งเป็นการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบ โดยภารกิจในการจัด Rating และการกำกับดูแลให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ดังกล่าว มีหน่วยงานรับผิดชอบอยู่ในองค์กร CNC ภายใต้ Commission of Classification ทำหน้าที่กำกับดูแลภารกิจดังกล่าว โดยได้จำแนกระบบ rating ไว้ดังนี้

U	Suitable for all audiences
10	Unsuitable for Children under 10
12	Suitable for audiences aged 12 and over
16	Suitable for audiences aged 16 and over
18	Suitable for audiences aged 18 and over

ทั้งนี้ ภาพยนตร์ที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม 18 อาจถูกระบุเพิ่มเติมว่าเป็นภาพยนตร์ลามกอนาจาร (pornographic) หรือภาพยนตร์ที่แสดงออกซึ่งความรุนแรงมาก และเป็นประเภทภาพยนตร์ที่ไม่ได้รับการส่งเสริมในรูปแบบใดๆทั้งสิ้น ตรงกันข้าม ต้องถูกเก็บภาษีในอัตราสูง และได้รับอนุญาตให้นายในโรงภาพยนตร์เฉพาะกิจเท่านั้น และกฎหมายฉบับ 1998 ยังระบุโทษทางอาญาสำหรับการอนุญาตให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เข้าไปชมภาพยนตร์ rated-X⁸

- ด้านการคุ้มครอง ภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ของฝรั่งเศสฉบับดังกล่าว ได้ระบุมมาตรการให้ความคุ้มครอง ปกป้องอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ ทั้งการคุ้มครองในระบบตลาดภายในประเทศ ในรูปของการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ และการคุ้มครอง ปกป้องด้านการแข่งขันจากต่างประเทศ โดยการกำหนดโควตาการฉายภาพยนตร์จากต่างประเทศ

O Copyright Act

กฎหมายลิขสิทธิ์ของฝรั่งเศสถือกำเนิดขึ้นในยุคศตวรรษที่ 18 ในปี 1866 เช่นเดียวกับของอังกฤษ แต่มีปรัชญาเบื้องหลังต่างกันที่กฎหมายฝรั่งเศสให้ความสำคัญกับสิทธิของผู้ประพันธ์มากกว่าสิทธิด้านลิขสิทธิ์ (copyright) สำหรับฉบับที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบันคือ The Amended Law No. 95-04 of French 1995 และ Law No.97-283 March 1997 ซึ่งเป็นฉบับที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับกติกาของสหภาพยุโรป (European Directive 93/83 and 93/98)⁹ ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์แก่ผู้ประพันธ์ เจ้าของผลงานในการใช้ประโยชน์ทางธุรกิจเป็นเวลา

⁸ Media System of France, Claude-Jean Bertrand, Hans-Bredow-Institut, 2005

⁹ WIPO

ต่อไปอีก 70 ปี ภายหลังเจ้าของผลงานเสียชีวิตไปแล้ว จนกระทั่งล่าสุดเมื่อ 1 สิงหาคม 2006 ที่ผ่านมานี้เอง รัฐบาลฝรั่งเศสได้ให้ความเห็นชอบร่างกฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับปรับปรุงใหม่อีกครั้งหนึ่ง ที่เรียกชื่อว่า *Loi Relative au Droit d'Auteur et au Droits Voisins dan la Societe de l'Information: DADVST Act* แต่ยังไม่ได้ลงนามประกาศใช้โดยประธานาธิบดี การปรับปรุงดังกล่าว มีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้การใช้บังคับด้านลิขสิทธิ์มีความสอดคล้องกับระบบของ EU (European Copyright Directive/Law 2001/29) ซึ่งขยายความครอบคลุมให้คุ้มครองผลงานสร้างสรรค์ที่ผ่านช่องทางการใช้ประโยชน์ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการใช้งานผ่าน Digital Media กล่าวคือ ในร่างกฎหมายฉบับใหม่นี้ ระบุให้การส่งผ่าน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลในรูปแบบ peer to peer (P2P) ถือเป็นความผิดทั้งทางแพ่ง และอาญา¹⁰ ฝรั่งเศสเป็นสมาชิก WIPO ตั้งแต่ ปี 1974 และร่วมลงนามให้สัตยาบันแก่องค์กรระหว่างประเทศด้านลิขสิทธิ์เกือบทุกองค์กร ทั้ง Berne Convention (1887), Paris Convention (1884) รวมทั้ง TRIP ภายใต้ WTO/องค์การการค้าโลก กฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับแก้ไขใหม่นี้ ยังเป็นที่ถกเถียง วิพากษ์วิจารณ์กันมากถึงความเหมาะสม ประโยชน์ และผลกระทบที่จะเกิดขึ้น

(ข) กติกา/แผนงาน/มาตรการสนับสนุนสำคัญ

- แผนงาน/มาตรการระดับประเทศ ที่ประชุมสหภาพยุโรป เมื่อเดือนมิถุนายน 2007 เพื่อบูรณาการขยายระยะเวลาดำเนินการภายใต้แผนงานสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และโทรทัศน์ของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี 2001 โดยได้กำหนดให้ขยายระยะดำเนินการออกไปอีกจนถึงปี 2009 ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกสามารถกำหนดมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมในประเทศของตนเองได้ ในกรอบที่ไม่ขัดแย้งกับกติกาว่าด้วยการแข่งขัน ภายใต้กฎบัตรของสหภาพ ข้อบทที่ 87.3 (d) และข้อบท 61.3 (d) ของข้อตกลงของสหภาพยุโรป (European Economy Agreement: EEA) ซึ่งกำหนดให้ประเทศที่มีการอุดหนุนอุตสาหกรรมนี้ในประเทศ ต้องมีการร่วมลงทุนในประเทศสมาชิกอื่น 20% ของงบประมาณด้านนี้ทั้งหมด และการให้เงินอุดหนุน ต้องไม่เกิน 50% ของต้นทุนการผลิต และต้องเป็นกลไกที่มีความเป็นกลาง อาทิ มีความจำเป็น มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน (neutral in respect of the subsidized activities)¹¹ ทั้งนี้ ประเด็นที่สหภาพยุโรป กำลังให้ความสำคัญมากคือ ความชัดเจนชอบธรรมตามกฎหมาย (Legal Certainty) ของนโยบายสนับสนุนระดับประเทศที่สอดคล้องกับทั้งกติกาการแข่งขัน ภายใต้กฎบัตรของสหภาพ และกติกาของ WTO

รายงานของ European Audiovisual Observatory ระบุว่า ในแต่ละปี มีการให้เงินทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของแต่ละประเทศสมาชิก และของสหภาพยุโรปในภาพรวมไม่ต่ำกว่า 500 ล้านยูโร ในจำนวนนี้ เป็นการช่วยเหลือของประเทศฝรั่งเศส 300 ล้านเหรียญยูโร เยอรมันนี 130 ล้านเหรียญยูโร ที่เหลืออีก 70 ล้านเหรียญยูโร เป็นการใช้จ่ายในประเทศสมาชิกอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่คือการใช้จ่ายของ

¹⁰ 'La France V. Apple: Who's the dadvsi in DRMs?', Nicolus Jondet, University of Edinburgh and Contributors

¹¹ IRIS plus, Legal Observations of the European Audiovisual Observatory, Issue 2001-4, Susanne Nikolchev, IRIS coordinator

ประเทศอังกฤษ¹² อย่างไรก็ตาม ในประเทศฝรั่งเศส สาขาโทรทัศน์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีบทบาททางเศรษฐกิจมากที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสื่อบroadcast นั้น เป็นสาขาที่ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนในสัดส่วนที่สูงถึง 66% เทียบกับสาขาภาพยนตร์ที่ได้รับเงินทุนเพียง 33% ของเงินทุนภาครัฐทั้งหมด¹³

ในภาพรวม มาตรการสนับสนุนสาขาภาพยนตร์ของฝรั่งเศส ให้ความสำคัญกับทุกห่วงโซ่อุตสาหกรรม ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย รวมทั้งการฉายภาพยนตร์ (ซึ่งครอบคลุมทั้งภาพยนตร์ที่แพร่ภาพผ่านช่องทางโรงภาพยนตร์ ผ่านตลาดวิดีโอ และการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ ตลอดจนการขายตลาดต่างประเทศ) ทั้งนี้ ประเภทภาพยนตร์ที่ส่งเสริม ได้ให้ความสำคัญกับทั้งภาพยนตร์ที่สนองความต้องการของตลาด ภาพยนตร์คุณภาพแนว indies ของผู้สร้างอิสระ ตลอดจนภาพยนตร์ประเภทสารคดี ทั้งทั่วไปและสารคดีสำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อการเรียนรู้ของสังคมด้วยกลไกทางการระดมทุน และการให้สิ่งจูงใจด้านภาษี สรุปได้ดังนี้

O มาตรการด้านภาษี (tax incentives)

ปัจจุบัน ทั้งฝรั่งเศส และสมาชิกสหภาพยุโรปประเทศอื่นๆ มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อบroadcast ภายในประเทศในลักษณะมาตรการระดับประเทศ (state aid) โดยการใช้มาตรการด้านการคลัง คือการให้สิ่งจูงใจด้านภาษีในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามกติกาที่กำหนดขึ้นเป็นพิเศษที่เรียกว่า “cultural exception” ตามข้อบทที่ 87 ของกฎบัตรสหภาพยุโรป (Article 87 of the EC Treaty) ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างหลักประกันความหลากหลายทางวัฒนธรรม แต่ในขณะเดียวกัน นโยบาย และมาตรการระดับประเทศจะต้องไม่ขัดแย้ง หรือ ส่งผลกระทบต่อประเทศสมาชิกในภาพรวม¹⁴

■ การยกเว้นภาษีเงินลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ มีเป้าหมายสำคัญเพื่อระดมเงินทุนให้กับภาคการผลิตภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มขาดแคลนเงินลงทุน ผ่านการให้ลดหย่อนภาษีเงินลงทุนของภาคธุรกิจนี้ โดยมีการจัดตั้งบรรษัทการเงิน หรือสถาบันการเงินเพื่อการระดมทุนให้แก่ภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสื่อบroadcast ขึ้นเป็นการเฉพาะ (โดยความเห็นชอบของกระทรวงวัฒนธรรม) คือ film and audiovisual industry finance companies (Societes pour le Financement du Cinema et de l'Audiovisual: SOFICAs) ทั้งนี้ ผลงานที่จะได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุน ต้องผ่านการพิจารณาและได้รับความเห็นชอบจาก CNC ก่อน การระดมทุนของ SOFICAs มุ่งกลุ่มผู้เสียภาษีรายใหญ่ โดยให้ผู้เสียภาษีรายใหญ่สามารถนำเงินมาลงทุนในรูปของการถือหุ้นใน SOFICAs ได้ โดยได้รับการลดหย่อนภาษีรายได้ในส่วนนี้ 25% หรือไม่เกิน 18,000 เหยียยูโรต่อครอบครัว ในขณะที่ภาคธุรกิจ หรือบริษัทที่เข้ามาถือหุ้นใน SOFICAs สามารถขอยกเว้นภาษีนิติบุคคล (company tax) ได้ 50% สำหรับเงินลงทุนในปีแรก

¹² Public Funding Bodies in Europe, Public Aid Mechanisms for Film and the Audiovisual Industries in Europe, European Audiovisual Observatory

¹³ http://www.diplomatie.gouv.fr/en/france-priorities_1

¹⁴ European Audiovisual Observatory Newsletter, July-September 2006, Tanya Georgieva

■ การลดหย่อนค่าใช้จ่ายให้กับการผลิตภาพยนตร์ มาตรา 88 ของพระราชบัญญัติการคลังของฝรั่งเศส (Section 88 of the French Act for 2004) กำหนดให้มีการหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายบางประเภทในการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งใช้ได้กับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ ที่ผลิตภาพยนตร์ฝรั่งเศสเท่านั้น โดยต้องผ่านความเห็นชอบจาก CNC ก่อน ทั้งนี้ มีการกำหนดกติกาในรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทภาพยนตร์ที่จะได้รับการหักลดหย่อนเอาไว้ด้วย อาทิ ต้องไม่ใช่ภาพยนตร์ที่เน้นความรุนแรง หรือเน้นการแสดงออกทางเพศ (pornographic movie)

■ การเก็บภาษีจากค่าเข้าชมภาพยนตร์ (Special Seat Tax or Tax on Cinema Ticket: TSA)¹⁵ เพื่อนำมาใช้เป็นเงินทุนในการสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม ในเวลาต่อมา ได้มีการทบทวนการลด หรือยกเว้นภาษีดังกล่าวรวมทั้งภาษีจากการบริโภควิดีโอเทป หรือการให้บริการแบบ on-line¹⁶ ทำให้รายรับจากภาษีดังกล่าว มีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์น้อยลงตามลำดับ

■ การเก็บภาษีเพื่ออุดหนุนอุตสาหกรรมท้องถิ่น นอกจากการลดหย่อนภาษีเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์แล้ว ฝรั่งเศสยังมีการเก็บค่าธรรมเนียม (levy) จากผู้จัดจำหน่าย เจ้าของโรงภาพยนตร์ ผู้ส่งออก ฯลฯ เพื่อนำมาใช้ในการอุดหนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศโดยตรง¹⁷

■ การเก็บภาษีรายได้ (turnover tax) จากผู้ประกอบการแพร่ภาพและกระจายเสียงด้านวิทยุ โทรทัศน์ (broadcasters) ในอัตรา 5.5% ตั้งแต่ปี 1987¹⁸ เพื่อนำมาใช้เป็นเงินกองทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมโทรทัศน์ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ในส่วนนี้ให้ประโยชน์กับสาขาภาพยนตร์เพียง 36% ของเงินกองทุนสนับสนุนที่มาจากภาษีโทรทัศน์ทั้งหมด กระนั้น รายรับภาษีจากโทรทัศน์ก็ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในเงินกองทุนที่นำมาใช้อุดหนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากขึ้นตามลำดับ จากรายงานของ CNC พบว่า ในปี 2001 ธุรกิจทีวี มีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ถึง 52% คิดเป็นเงิน 118.0 ล้านยูโร ในขณะที่ภาษีจาก TSA มีบทบาทเพียง 26% หรือประมาณ 96.7 ของเงินทุนสนับสนุนภาพยนตร์ จากภาพรวมเงินกองทุนทั้งหมด 227.0 ล้านยูโร ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ปรากฏว่าไม่มีการใช้เงินทุนสนับสนุนโดยตรงจากภาครัฐตั้งแต่ปี 1997

¹⁵ The French Audiovisual Policy: Impact and Compatibility with Trade Negotiations, Emmanuel Cocq & Patrick Messerlin, Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv: HWWA Report, 2003

¹⁶ The European Audiovisual Observatory

¹⁷ India's Trade Potential in Audio-Visual Services and the GATS, 2002, Arpita Mukharjee

¹⁸ The French Audiovisual Policy: Impact and Compatibility with Trade Negotiations, Emmanuel Cocq & Patrick Messerlin, Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv: HWWA Report, 2003

O มาตรการด้านเงินกองทุนสำหรับการผลิตภาพยนตร์ public funding

ภายใต้ Decree No. 99-130 (เมื่อ กุมภาพันธ์ 1999) ได้กำหนดนโยบายและกรอบแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฝรั่งเศส โดยมีเงื่อนไขสำคัญที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายผู้ผลิตที่ดำเนินการในรูปของบริษัทจำกัดเท่านั้น ทั้งนี้ จะต้องเป็นภาพยนตร์ที่สร้างใหม่ (ทั้งภาพยนตร์เรื่องสั้น และภาพยนตร์เรื่องยาว) โดยมีการจำแนกรูปแบบ หรือประเภทการให้เงินทุนออกเป็น 2 รูปแบบคือ

- เงินช่วยเหลือแบบอัตโนมัติ (automatic scheme) ซึ่งให้ความช่วยเหลือกับกลุ่มผู้สร้างที่มีผลงานปรากฏออกสู่ตลาดแล้ว และประสบความสำเร็จทางธุรกิจตามเป้าหมายที่ CNC กำหนด โดยคำนวณวงเงินช่วยเหลือจากยอดรายได้การจำหน่ายบัตร (box office) รายได้จากโทรทัศน์และการจำหน่ายวิดีโอ ซึ่งผ่านความเห็นชอบจาก CNC แล้ว เงินลงทุนเป็นของบริษัทซึ่งต้องดำเนินการผลิตภาพยนตร์เรื่องใหม่ให้แล้วเสร็จภายใน 5 ปี และเงินทุนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นอีก 25% หากเป็นภาพยนตร์ที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสทั้งเรื่องหรือเป็นส่วนใหญ่ หรือ เป็นภาพยนตร์ที่ใช้ภาษาถิ่นของฝรั่งเศส และทุกวันที่มีการถ่ายทำในโรงถ่ายในประเทศฝรั่งเศสก็จะได้รับเงินทุนเพิ่มขึ้นอีก 1% แต่เงินทุนส่วนเพิ่มนี้ ต้องไม่เกิน 50% ของต้นทุนการผลิตภาพยนตร์ทั้งหมด หรือไม่เกิน 2 ล้านฟรังก์ฝรั่งเศสต่อเรื่อง (Article 145) ทั้งนี้ ในภาพรวม เงินทุนที่ได้รับต้องไม่เกิน 50% ของต้นทุนสร้างแต่ละเรื่อง และสำหรับในกรณีของการร่วมทุนผลิต (co-production) ก็จะต้องไม่เกิน 50% ของต้นทุนในส่วนของประเทศฝรั่งเศส และหากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ เงินทุนสนับสนุนทั้งหมดก็ต้องไม่เกิน 50% ของต้นทุนการผลิต

- เงินช่วยเหลือแบบเฉพาะเจาะจง (selective scheme) เป็นการช่วยเหลือแบบให้เงินทุนการผลิตล่วงหน้า (Article 61-67)¹⁹ โดยมีการคัดเลือกภาพยนตร์ที่อยู่ในข่ายได้รับเงินทุนสนับสนุนจากการพิจารณา แนวเรื่อง(theme) คุณภาพ และสภาวะการณ์ของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ทั้งนี้ ต้องเป็นภาพยนตร์ที่ใช้ภาษาฝรั่งเศส หรือใช้ภาษาถิ่นของประเทศฝรั่งเศส หากเป็นภาพยนตร์ที่พูดภาษาอื่น ต้องเป็นภาพยนตร์ที่ให้คุณค่าทางศิลปะสูงและในกรณีนี้ หากภาพยนตร์ที่สร้างเสร็จไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ตกลงกันไว้ ทางบริษัทผู้ผลิตต้องจ่ายเงินคืนตามเงื่อนไขที่กำหนด คือ 10% ของยอดรายได้ หรือ 25% ของวงเงินความช่วยเหลือที่คำนวณจากเงินช่วยเหลือแบบอัตโนมัติ หักค่าใช้จ่ายได้ 250,000 ฟรังก์ฝรั่งเศส ความช่วยเหลือในรูปแบบนี้ มุ่งเป้าหมายเพื่อปรับบทบาท การทำหน้าที่ของกลไกตลาด เป็นการให้โอกาสทางเลือก และบ่มเพาะผู้ผลิตรายใหม่ในการนำเสนอผลงานเชิงสร้างสรรค์

ทั้งนี้ เงินทุนสนับสนุนการพัฒนาสาขาอุตสาหกรรมของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป รวมทั้งฝรั่งเศส มาจากแหล่งเงินทุนสำคัญจาก 4 แหล่งหลัก คือ เงินบริจาคของภาครัฐ; รายได้ภาษีจากการจัดจำหน่ายภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์; เงินบริจาคจากภาคธุรกิจโทรทัศน์ และเงินรายได้ของกองทุนเอง สำหรับประเทศฝรั่งเศส ระดมเงินจากภาครัฐเข้าเงินกองทุนนี้ในสัดส่วนประมาณ 10-30% และเงิน

¹⁹ IRIS plus, Legal Observations of the European Audiovisual Observatory, Issue 2001-4,

จากภาษี และแม้ว่าภาครัฐจะให้การสนับสนุนในรูปเงินกองทุนแก่ธุรกิจด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ (television production) มากกว่าธุรกิจการผลิตภาพยนตร์ แต่ภาคธุรกิจโทรทัศน์ (television companies) ก็มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเงินกองทุนดังกล่าว ในฝรั่งเศสคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 59% ของเงินกองทุนทั้งหมด ทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยการนำเงินรายได้จากภาษีธุรกิจโทรทัศน์เข้าสมทบเงินกองทุนดังกล่าวด้วย²⁰

- เงินทุนสำหรับผู้เขียนบท (screenplay fund) ฝรั่งเศสยังให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้เขียนบท โดยมีการให้เงินทุนในกลุ่มนี้ด้วย (Article 59, 60, 86) โดยมีการรวมต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านค่าเขียนบทภาพยนตร์ ไว้ในต้นทุนการผลิตภายใต้ความช่วยเหลือแบบอัตโนมัติ ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจรวมถึงค่าใช้จ่ายด้าน pre production อื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการให้เงินอุดหนุน (subsidies) ด้านการใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการบันทึกภาพและเสียง และการแต่งเพลงประกอบภาพยนตร์ที่แต่งขึ้นใหม่เป็นการเฉพาะ

- “Images of Diversity” Fund มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการผลิตผลงาน ทั้งในรูปของภาพยนตร์ สารคดี หรือข่าวสาร ซึ่งมีเนื้อหาด้านการส่งเสริมความเท่าเทียมกัน และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในประเทศฝรั่งเศส โดยอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานว่าด้วยการเสริมสร้างการสมานฉันท์แห่งชาติ (national agency for social cohesion) และศูนย์ส่งเสริมภาพยนตร์แห่งชาติ (The National Cinematographic Centre)

О มาตรการระดับสหภาพยุโรป นอกจากเงินทุนช่วยเหลือในสาขาโสตทัศนศึกษาในระดับประเทศสมาชิกแต่ละประเทศแล้ว ในระดับสหภาพยุโรปเอง ก็มีการให้ความช่วยเหลืออีกประมาณ 85 ล้านยูโร ผ่านองค์กรด้านเงินทุนต่างๆ ของสหภาพยุโรป (European funding bodies) อาทิ Media Programme II และ Eurimage²¹

- Support Programme เนื่องจากอุตสาหกรรมโสตทัศนศึกษาถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย (strategic industry) ของสหภาพยุโรป สหภาพจึงได้จัดกลไกเสริมการสนับสนุนอุตสาหกรรมโสตทัศนศึกษาของแต่ละประเทศสมาชิก เพื่อช่วยขจัดปัญหา อุปสรรคอันเกิดจากการแข่งขันในเวทีโลก และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิต และช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ โดยเฉพาะกฎระเบียบที่จะมากำกับดูแลให้เกิดความชอบธรรมในการแข่งขัน ทั้งด้านลิขสิทธิ์, electronic cinema, การจัดเก็บภาษี, และการกำหนด rating ให้สอดคล้องกับพัฒนาการด้าน

²⁰ อ้างแล้วในข้อ 6 http://www.diplomatie.gouv.fr/en/france-priorities_1

²¹ Public Funding Bodies in Europe, Public Aid Mechanisms for Film and the Audiovisual Industries in Europe, European Audiovisual Observatory

เทคโนโลยี²² ทั้งนี้ ในปัจจุบันได้มีการจัดตั้ง Digital Film Forum เพื่อโอกาสในการหารือ แลกเปลี่ยนความเห็นร่วมกันแล้ว สำหรับแผนงานความช่วยเหลือสำคัญได้แก่

- Media Programme II เป็นมาตรการเสริมของสหภาพยุโรปที่มีผลบังคับใช้กับประเทศสมาชิกทุกประเทศ เนื่องจาก ‘สื่อ’ (Media) มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับทั้งด้านการพัฒนา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมผลงานด้านโสตทัศนศึกษา เป้าหมายของแผนงานนี้มีได้มุ่งสนับสนุนด้านการผลิตของอุตสาหกรรมโสตทัศนศึกษา ซึ่งถือเป็นภาคกิจในระดับประเทศสมาชิก แต่บทบาทของสหภาพยุโรปให้ความสำคัญกับมาตรการเสริมในส่วนของการอุตสาหกรรมต้นน้ำ และปลายน้ำ นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการส่งเสริม เผยแพร่ผลงานของยุโรปสู่ผู้บริโภคภายนอกประเทศผู้ผลิต และพนักงานกำลังในการขยายตลาด ตลอดจนการปรับปรุง ระเบียบภายในระหว่างประเทศสมาชิก ให้สอดคล้องกับกรอบมาตรการที่เรียกว่า European Union’s Audiovisual Policy ซึ่งได้จัดทำแผน MEDIA Programme ระยะที่ 2 (2007-2013) และได้จัดสรรงบประมาณให้ถึง 755 ล้านเหรียญยูโร ประกอบด้วยแผนงานดังต่อไปนี้

- Training in cinema and audiovisual media นอกจากการฝึกอบรมด้านเทคนิคการผลิตในขั้นตอนต่างๆ รวมทั้งฝึกทักษะบุคลากรเฉพาะด้าน รวมทั้ง ด้านผู้กำกับ ผู้เขียนบท (รวม screen player) ยังรวมถึงการฝึกอบรมทักษะเชิงธุรกิจในการบริหารจัดการ โครงการผลิตภาพยนตร์ในภาพรวมด้วย

- Development and distribution of work การส่งเสริมการพัฒนาการผลิตภาพยนตร์ เน้นภาพยนตร์ และรายการทีวีประเภท Drama รวมทั้งการผลิตภาพยนตร์สารคดี และแอนิเมชัน โดยมีการสนับสนุนด้านเงินทุน และความช่วยเหลือด้านเทคนิคสำหรับการเขียนบท (scriptwriting) สำหรับด้านการจัดจำหน่ายเน้นส่งเสริมให้ผู้จัดจำหน่ายลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มทำตลาดได้ดี เพื่อโอกาสการเพิ่มงบประมาณสำหรับการทำตลาดทั้งในและต่างประเทศ

- Preservation of audiovisual and cinema heritage การอนุรักษ์ สงวนรักษาไว้ซึ่งผลงานภาพยนตร์ และมรดกวัฒนธรรมด้านโสตทัศนศึกษาในภาพรวม ยังเป็นประเด็นที่สหภาพยุโรปให้ความสำคัญควบคู่กันไปกับการพัฒนา โดยมีการจัดสรรทั้งงบประมาณเพื่อการดูแล และอนุรักษ์ ตลอดจนการจัดนิทรรศการ เพื่อประชาชนได้มีโอกาสชื่นชมและซึมซับทางวัฒนธรรม อันเป็นกระบวนการหนึ่งในการดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรม

²² press release, EUROPA, Reference: IP/01/1326 Date: 27/09/2001, file://G:\Film industry\FR support scheme_film.htm (สืบค้นเมื่อ 2/07/2007)

-Legal and Financial Environment ให้ความสำคัญกับการกำหนดสภาพแวดล้อมด้านกฎระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพ โดยเฉพาะการกำกับดูแลให้กฎระเบียบของแต่ละประเทศมีความสอดคล้องกับของสหภาพในภาพรวม เพื่อมิให้นโยบาย/มาตรการของประเทศใดประเทศหนึ่งส่งผลกระทบทางลบต่อประเทศสมาชิกอื่นๆ

-Education in the Visual Image ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนการสอนด้านภาพยนตร์ในระบบการศึกษา โดยเน้นความเชื่อมโยงกับภาคการผลิต

-Cooperation with Third Countries ความร่วมมือกับประเทศกำลังพัฒนา เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของยุโรป ที่ให้ประโยชน์ทั้งด้านการแลกเปลี่ยน เชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และการขยายตลาดการค้า

■ Eurimage เป็นโครงการที่ริเริ่มขึ้นเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการร่วมกันผลิตภาพยนตร์ (co-production) ในกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปโดยเฉพาะ

4.3 อุปสรรคทางการค้าของผู้ประกอบการต่างประเทศ

4.3.1 Screen Quota/ Local Content Quotas

เริ่มนำมาใช้ในปี 1928 โดยกำหนดให้ผู้จัดจำหน่าย ต้องให้โอกาสฉายภาพยนตร์ฝรั่งเศส 1 เรื่อง ต่อการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ 7 เรื่อง ซึ่งเปลี่ยนเป็น 1: 3 ในปี 1929 จนเป็นเหตุให้สมาคมผู้จำหน่ายภาพยนตร์ของสหรัฐ (The Motion Picture Producers and Distributors Association) ตัดสินใจบอยคอตการส่งออกภาพยนตร์มายังฝรั่งเศส ต่อมาในปี 1946 ได้มีการจัดทำข้อตกลง Blum-Bymes หรือ Franco-American Agreement โดยกำหนดเป็นโควตาเวลาฉายภาพยนตร์ฝรั่งเศสเป็นระยะเวลา 4 สัปดาห์ในแต่ละไตรมาส แล้วเพิ่มขึ้นเป็น 5 สัปดาห์ในปลายปี 1948²³

4.3.2 Dubbing

ตั้งแต่ปี 1932 ฝรั่งเศสได้ออกกฎหมายที่อนุญาตให้ฉายภาพยนตร์ที่ทำการบันทึกเสียงพากย์ในประเทศฝรั่งเศสเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันก็มีการจำกัดโรงภาพยนตร์ที่อนุญาตให้ฉายภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศได้²⁴ แต่ปัจจุบันกฎดังกล่าวได้ยกเลิกไปแล้ว

4.3.3 Import Restriction

ฝรั่งเศสเคยมีการจำกัดการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ โดยนำมาตรการเก็บภาษีนำเข้า (Import Tariff) มาใช้ในปี 1928 กำหนดอัตราภาษีนำเข้าสูงถึง 20% แม้จะได้มีการผ่อนคลามาตรการดังกล่าวในเวลาต่อมา ตั้งแต่การทำข้อตกลง Franco-American Agreement²⁵

²³ Media Law & regulation, www.terramedia.co.uk สืบค้นเมื่อ 20 กค 2550

²⁴ Media Law & regulation, www.terramedia.co.uk สืบค้นเมื่อ 20 กค 2550

4.3.4 Television Without Frontier Directive 1989

เป็นกฎระเบียบของ EU ที่มีเป้าหมายในการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศสมาชิก ซึ่งเป็นกฎ ระเบียบที่มีประเทศฝรั่งเศสเป็นแรงผลักดันสำคัญ และถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เนื่องจากการกำหนดทั้งมาตรการส่งเสริม และการกีดกีด อย่างเป็นรูปธรรม ข้อกำหนดที่สำคัญเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะก็คือ การกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องกำหนดโควตาให้กับรายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นในกลุ่มประเทศสมาชิกเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ฝรั่งเศสได้กำหนดมาตรการด้านโควตาในระดับที่เข้มงวดกว่ามาตรการโดยรวมของสหภาพยุโรป กล่าวคือ ได้กำหนดโควตาทั้งในรูปของจำนวนการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ และกำหนดเวลาออกอากาศผ่านรายการโทรทัศน์ที่เป็นเรื่องราวของประเทศฝรั่งเศส หรือผลิตโดยผู้ประกอบ การฝรั่งเศสในสัดส่วนสูงถึง 40% นอกจากนี้ ยังสำคัญด้วยข้อกำหนดให้รายการที่ออกอากาศทั้งหมด รวมทั้งภาพยนตร์ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ต้องเป็นรายการของสหภาพยุโรปถึง 60% นั่นคือ ในภาพรวมต้องเป็นรายการของฝรั่งเศส 40% และอีก 20% ต้องเป็นรายการของสหภาพยุโรป ทั้งยังกำหนดให้โควตาดังกล่าวต้องออกอากาศในช่วง Prime time ด้วย²⁶

4.3.5 Foreign ownership/Investment Restriction

แม้ว่าในส่วน of ภาพยนตร์ จะไม่มีข้อจำกัดด้านการลงทุนเป็นการเฉพาะ แต่มีการกำหนดข้อจำกัดทางด้านโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อสำคัญที่ผลิตภาพยนตร์ทางโทรทัศน์โดยเฉพาะ รวมทั้งการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ทั่วไปมาฉายทางโทรทัศน์อีกช่องทางหนึ่ง สำหรับกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป มีการกำหนดให้สมาชิกของสหภาพ หรือบริษัทสัญชาติประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเท่านั้น ที่มีสิทธิได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจให้บริการ โทรทัศน์เพื่อการค้าได้ ทั้งในแต่ละประเทศสมาชิก และในระดับภูมิภาคของสหภาพยุโรปโดยรวม

²⁵ Media Law & regulation, www.terramedia.co.uk สืบค้นเมื่อ 20 กค 2550

²⁶ India's Trade Potential in Audio-Visual Services and the GATS, 2002, Arpita Mukharjee