

คอลัมน์ “ร่วมด้วยช่วยคิด” นสพ.ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 21-23 กันยายน 2569

Nostalgia Economy: เมื่ออุปสงค์จากอดีต พบ อุปทานในอนาคต

ดร. นครินทร์ อมเรศ ธนาการแห่งประเทศไทย

ภาพยนตร์ The Odyssey กำลังทำให้การขับขานลำนํ้าอายุกว่าสามพันปีสร้างรายได้สูงสุดตลอดอาชีพการทำงานให้กับผู้กำกับ Christopher Nolan แต่มีเสียงวิจารณ์จากนักแปลที่ผู้กำกับยกให้เป็นแรงบันดาลใจ คือ อาจารย์ Emily Wilson ที่ฉบับแปลตีพิมพ์ในปี 2017 และมียอดขายเกินล้านเล่มและได้อานิสงส์ให้ยอดขายในอังกฤษพุ่งขึ้นกว่า 14 เท่าที่อังกฤษในช่วงสี่สัปดาห์แรกของการเข้าฉาย โดยอาจารย์ได้วิจารณ์ว่าโอดิสเซียสของ Nolan เป็น an uncomplicated man ตรงกันข้ามกับประโยคเปิดเรื่องของเธว่า “Tell me about a complicated man” ซึ่งผู้กำกับเองก็ยอมรับ เพราะพระเอกที่เจ้าเล่ห์และหยิ่งยโสเหมือนในหนังสืออาจเข้าไม่ถึงผู้ชมวงกว้างในยุคนี้ กระแสที่คนในสังคมกลับไปสนใจเรื่องราวในอดีตเรียกกันว่าเศรษฐกิจหวนรำลึก (Nostalgia Economy) Nostos เป็นรากศัพท์กรีก แปลว่าการกลับบ้าน ขณะที่ Algos แปลว่าความเจ็บปวด การโหยหาอดีตจึงมีความหมายตามตัวอักษรว่าความปวดร้าวจากการอยากกลับบ้าน ดังแกนเรื่องหลักของ Odyssey

เทพปกรณัมกรีก ไม่เพียงตกทอดผ่านมหากาพย์ Odyssey แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับ pop culture ในญี่ปุ่น โดยเป็นต้นกำเนิดของการ์ตูนเซนต์เซย์ย่า (Saint Seiya) ที่กำลังฉลองวาระครบรอบสี่ทศวรรษ โดยบริษัท Bandai ได้ถือโอกาสชูชีวิตหุ่นของเล่นดั้งเดิม Saint Cloth Series ชุดเกราะไดแคสต์ที่ถอดประกอบเป็นรูปลักษณะกลุ่มดาวได้ ซึ่งของเล่นในไลน์ดังกล่าวเคยมียอดขายสะสมมากกว่า 5.5 ล้านชิ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม Gold Saint 12 ราศี ที่ขายดีจนต้องระดมโรงชุบโลหะเครื่องพุทธภัณฑ์มาช่วยกันผลิต ซึ่งราคาใหม่สูงถึง 11,000 เยน เทียบกับราคาปี 1987 ที่ 2,200 เยน ซึ่งหากปรับด้วยเงินเฟ้อแล้วคิดเป็นราว 2,900 เยน ในปัจจุบัน

ทีมงานเลือกที่จะไม่ปรับสินค้าให้ทันสมัย เพราะไม่ใช่บรรยากาศที่แฟนคลับจดจำ แต่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาความทนทานของข้อต่อ พร้อมของแถมกล่องคลอธ ซึ่งถอดแบบมาจากรางวัลแคมเปญในอดีตที่แจกเพียง 8,500 ชิ้น จนกลายเป็นของสะสมหายาก ของเล่นเหล่านี้จึงทำหน้าที่เป็นสินทรัพย์ทางอารมณ์ (Emotional Asset) ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นต่างจากสินค้าทั่วๆ ไป อย่างไรก็ดี ต้องติดตามว่าการผลิตซ้ำจะยิ่งดันราคารุ่นเก่าให้สูงขึ้นหากรุ่นใหม่มีคุณภาพด้อยกว่า หรือจะเพิ่มอุปทานจนดูดซับอุปสงค์ส่วนเกินลงได้

ข้อมูลของบริษัทวิจัยการตลาด Circana แสดงว่าตลาดของเล่นในสหรัฐฯ มีขนาดใหญ่ถึง 4.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2025 โดยหนึ่งในห้าของยอดขายมาจากกลุ่มผู้ใหญ่อายุ 18 ปีขึ้นไปที่ซื้อของเล่นให้ตัวเอง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มียอดขายเติบโตสูงถึง 20% และมียอดการใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ขณะที่ยอดขายของเล่นของสะสมทั่วโลกเติบโตถึง 33% อุปสงค์ของ “Kidult” มีแรงขับเคลื่อนจากกลไกจิตวิทยาสองระดับ โดยกรณีศึกษาแบรนด์ตุ๊กตา Jellycat ชี้ว่า ขั้นแรกมาจากจิตวิทยาความเป็นเด็ก โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ตกอยู่ภายใต้แรงกดดันจากการทำงานจึงต้องการวัตถุในการเปลี่ยนผ่าน (transitional object) ที่มอบความสบายใจโดยไม่เรียกร้องสิ่งตอบแทน ขณะที่ขั้นที่สองมาจากจิตวิทยาการชดเชย การจับจ่ายในวันนี้มีไว้เพื่อซื้อสิ่งที่เคยอยากได้แต่ไม่ได้รับการเติมเต็มในวัยเยาว์ เมื่อผสมผสานกับ limited edition จึงทำให้ลูกค้ากลัวตกขบวนและทุ่มกำลังซื้อเพื่อหวงคืนความสุขความทรงจำ

เหตุที่ญี่ปุ่นมีความชำนาญในการตลาดที่เรียกว่า Media Mix มาจาก “คำสาปของเทะซึกะ โอซามุ” เทพเจ้าในวงการนักเขียนการ์ตูน ที่เล่าขานกันว่าเขาขายการ์ตูนเจ้าหนูปรมาณู ให้กับสถานีโทรทัศน์ตอนละ 550,000 เยนในปี 1963 ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตที่สูงถึง 2.5 ล้านเยน อุตสาหกรรมการ์ตูนญี่ปุ่นจึงต้องเอาตัวรอดตั้งแต่จุดเริ่มต้น ด้วยการหารายได้จากลิขสิทธิ์ของคาแรกเตอร์ตัวการ์ตูน ภายใต้การร่วมพัฒนาระหว่างผู้ผลิตของเล่นกับเจ้าของคอนเทนต์ตั้งแต่แรก ก่อให้เกิดนวัตกรรมที่สร้างของเล่นหุ่นเหล็ก หรือพลาสติกโมเดลหลากหลายชนิด และช่วยหล่อเลี้ยงอุตสาหกรรมมาจนถึงปัจจุบัน ต่างจาก business model ในสหรัฐฯ ที่สตูดิโอสร้างจักรวาลการ์ตูนให้เติบโตแล้วค่อยขายสิทธิ์ให้กับคู่ค้าไปผลิตสินค้าในภายหลัง

นอกจากนี้ ผู้ผลิตรายใหม่ คือ Pop Mart จากจีน เป็นเจ้าของตุ๊กตา Labubu ที่ทำรายได้ในปี 2025 ได้ถึง 3.7 หมื่นล้านหยวน เติบโต 185% แต่ราคาหุ้นกลับร่วงลง 22% ในวันที่แถลงงบการเงินเพราะนักลงทุนกังวลต่อการกระจุกตัวของรายได้อยู่กับ Labubu ถึง 38% ตลาดทุนจึงมีได้ตีมูลค่ายอดขายปีล่าสุดเพียงอย่างเดียว แต่ถึงความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับคาแรกเตอร์นั้นด้วย น่าสังเกตว่ากระแส Labubu ในระดับโลกจุดติดโดยลิซ่า ศิลปินไทยนั่นเอง แล้วไทยจะสร้างตลาด Kidult ด้วย Soft Power และพัฒนาคาแรกเตอร์ที่ลึกลับให้ผู้คนอยากกลับไปหวนรำลึกในอีกหลายสิบปีข้างหน้าได้อย่างไร ?

กลับมาที่ของเล่นเซนต์เซย์ย่าที่หนังสือการ์ตูนต้นฉบับยังดำเนินเรื่องมาถึงปัจจุบัน จนแฟนคลับเชื่อว่าอาจารย์ครุมาตะ มาซามิ ผู้เขียนคงเขียนตัวละครใหม่เพื่อป้อนโรงงานของเล่น แต่แฟน ๆ ต้องแปลกใจเมื่ออาจารย์ยกเลิกช่องทางทำเงินจากการจัดนิทรรศการภาพต้นฉบับครั้งใหญ่ครั้งแรกฉลอง 50 ปีเส้นทางนักวาดในช่วงเดือนมิถุนายนปี 2024 ก่อนวันงานสามเดือน ซึ่งเหตุเพิ่งถูกเฉลยช่วงต้นเดือนกันยายน 2026 เมื่ออาจารย์ยื่นฟ้องอดีตผู้จัดการที่ดูแลบัญชี โดยกล่าวหาว่ายักยอกเงินค่าลิขสิทธิ์ราว 4.6 พันล้านเยนระหว่างปี 2018 ถึง 2024 จนบริษัทของอาจารย์เกือบล้มละลาย ซึ่งคดียังอยู่ระหว่างพิจารณา อาจารย์เล่าว่าพบการยักยอกเมื่อต้นปี 2024 และตรวจสอบต่อ จึงพบว่าบริษัทผู้ร่วมจัดงานหลายรายอยู่ใต้การควบคุมของผู้ถูกกล่าวหา เมื่อเหตุการณ์พลิกผันเช่นนี้การทำงานของอาจารย์ในช่วงหลังจึงอยู่ท่ามกลางความเจ็บปวด แต่ก็ยืนหยัดฝ่าฟันมาได้เหมือนพระเอกเซย์ย่า บทเรียนของเหตุการณ์นี้ คือ เมื่อความทรงจำกลายเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่า ก็ย่อมต้องการธรรมาภิบาลในการดูแลไม่ต่างจากสินทรัพย์ทางการเงินประเภทอื่น

ขอทิ้งท้ายด้วยการเดินทางของ Nolan ที่เคยได้รับข้อเสนอให้กำกับภาพยนตร์เรื่อง Troy ตั้งแต่ปี 2004 เขาจึงวาดภาพม้าไม้เมืองทรอยจนหาคู่ไม่ได้ในใจตั้งแต่นั้น ก่อนจะสั่งสมความลึกของการเล่าเรื่อง จนกระทั่งความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องก่อนหน้าทำให้เขาสามารถยื่นเงื่อนไขให้ IMAX แก้ปัญหากล้องถ่ายทำเสียงดัง เพื่อแลกกับการใช้กล้อง IMAX ถ่ายทำทั้งเรื่อง IMAX จึงพัฒนากล้องรุ่นใหม่ทั้งระบบจนถ่ายทำได้ทุกซอก รวมถึงการเก็บเสียงกระซิบในระยะหนึ่งฟุตจากใบหน้านักแสดง เป็นตัวอย่างที่อุปสงค์จากอดีตเหนี่ยวนำอุปทานในอนาคตได้ Nolan ใช้เวลาสี่ปีจนได้ถ่ายทำม้าไม้ตัวนั้นสมใจ พอ ๆ กับที่ โอดิสซีย์ใช้เวลาสี่ปีเดินทางกลับบ้านนั่นเอง

บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล เรียบเรียงโดยผู้เขียนร่วมกับ Gen AI และกลั่นกรองทุกถ้อยคำโดยมนุษย์ ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของหน่วยงานที่ผู้เขียนสังกัด