รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

สาขา ภาพยนตร์และวีดิทัศน์

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) 1
บทที่ 1 บทนำ 4
1.1 หลักการและเหตุผล 4
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ 4
1.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 5
บทที่ 2 การศึกษานิยามศัพท์ ขอบเขตของอุตสาหกรรม กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่างในการศึกษา และพื้นที่ดำเนินการ 6
2.1 การศึกษานิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6
2.2 การกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 8
2.3 กลุ่มเป้าหมายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 9
2.4 ขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 9
2.5 พื้นที่ดำเนินการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 11
บทที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก 12
3.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก 12
3.2 ทิศทางการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก 15
บทที่ 4 กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 20
4.1 ประเทศเกาหลีใต้ 20
4.2 ประเทศมาเลเซีย 24
4.3 สรุปบทเรียนจากการศึกษากรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) จากต่างประเทศ 25
บทที่ 5 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 28
บทที่ 6 สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย 30
6.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 30
6.2 ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Study) 32
6.3 ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Study) 38
บทที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพ และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 52
7.1 การวิเคราะห์ SWOT 52
7.2 การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์ (Diamond model) 53
บทที่ 8 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 59
8.1 แนวคิดของยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 59
8.2 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 61
8.3 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) 83
8.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 86

สารบัญภาพ

แผนภาพที่ 1 จำนวนภาพยนตร์ในโลกที่ผลิต 12
แผนภาพที่ 2 จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตรายประเทศในปี 2556 13
แผนภาพที่ 3 รายได้ Box Office จากการฉายภาพยนตร์ทั่วโลก 14
แผนภาพที่ 4 ตลาดภาพยนตร์ของประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 14
แผนภาพที่ 5 มูลค่าตลาด Video-on-Demand ของโลก 16
แผนภาพที่ 6 ข้อจำกัดในการถ่ายภาพยนตร์ด้วยฟิล์ม 17
แผนภาพที่ 7 สัดส่วนภาพยนตร์ที่ร่วมกันผลิตโดยผู้ประกอบการในหลายประเทศ 18
แผนภาพที่ 8 เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวข้องกับการ Review และให้เรตติ้งภาพยนตร์ 19
แผนภาพที่ 9 ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย 31
แผนภาพที่ 10 ประมาณการมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย 32
แผนภาพที่ 11 สัดส่วนของมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามห่วงโซ่มูลค่า 33
แผนภาพที่ 12 จำนวนบริษัทจดทะเบียนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 33
แผนภาพที่ 13 จำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยจำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ 34
แผนภาพที่ 14 รายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยจำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ 35
แผนภาพที่ 15 จำนวนและรายได้จากกองภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย 36
แผนภาพที่ 16 ประมาณการมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม 37
แผนภาพที่ 17 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมในแต่ละด้านของกรอบ Diamond Model 39
แผนภาพที่ 18 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน 40
แผนภาพที่ 19 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านปัจจัยการผลิต 41
แผนภาพที่ 20 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านอุปสงค์ 42
แผนภาพที่ 21 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 43
แผนภาพที่ 22 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ 44
แผนภาพที่ 23 ความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นสำคัญจากการศึกษาและแนวทางในการพัฒนา 60
แผนภาพที่ 24 เป้าประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และความเชื่อมโยงของประเด็นยุทธศาสตร์ในภาพรวม 63
แผนภาพที่ 25 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) 85

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ผลการศึกษานิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย 7
ตารางที่ 2 ความสอดคล้องระหว่างกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และ TSIC 9
ตารางที่ 3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นทางสถิติและความคลาดเคลื่อน 10
ตารางที่ 4 จำนวนภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ และจอฉายภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีใต้ 21
ตารางที่ 5 รายได้ของตลาดโรงภาพยนตร์ในประเทศสูงสุด 10 อันดับแรกของโลก ปี พ.ศ. 2557 21
ตารางที่ 6 ทิศทางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและ SME ตามนโยบาย แผนและยุทธศาสตร์ระดับชาติ 29
ตารางที่ 7 จำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามขนาด 37
ตารางที่ 8 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน 54
ตารางที่ 9 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านอุปสงค์ 55
ตารางที่ 10 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านปัจจัยการผลิต 55
ตารางที่ 11 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง 56
ตารางที่ 12 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านรัฐบาล 57
ตารางที่ 13 กรอบระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละโครงการ 80

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ภายใต้แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รัฐบาลมุ่งเน้นคือ “ประเทศไทย 4.0” โดยอาศัยการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูงซึ่งประกอบไปด้วย อาหาร ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น มวยไทย การอนุรักษ์และขับเคลื่อนประเทศไทย รวมไปถึงภาพยนตร์และวีดิทัศน์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยโดยมีรายได้รวมของบริษัทในอุตสาหกรรมกว่า 37,000 ล้านบาท รวมไปถึงมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (SME) มากถึงร้อยละ 99.6 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมดกว่า 1,500 ราย นอกจากนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่อัตลักษณ์ของประเทศไทยในด้านต่างๆ ไปสู่เวทีโลกได้อีกด้วย

เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน การพัฒนาจากรากฐานสำคัญของอุตสาหกรรมอย่างผู้ประกอบการ SME จึงมีความสำคัญ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากต่างประเทศและในประเทศไทย อันได้แก่ สถานการณ์และทิศทางการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก และกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ซึ่งมีบริบทการพัฒนาที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศมาเลเซีย รวมทั้งบริบทการพัฒนาในประเทศ อันได้แก่ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับ SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และสถานการณ์การพัฒนาของ SME เพื่อนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาประมวลและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม และจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ถึงแม้ว่า ประเทศไทยจะมีแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2565) เป็นกรอบนโยบายการพัฒนาหลักในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ดี การพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังไม่ถูกเน้นหนักเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนา ดังนั้น แนวคิดหลักของยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงเป็นการเติมเต็มแนวทางการพัฒนา SME นอกจากนี้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ประกอบไปด้วยกิจกรรมหลายส่วนในห่วงโซ่มูลค่าที่มีจุดแข็ง จุดอ่อนและประเด็นการพัฒนาที่แตกต่างกัน ตั้งแต่กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ รวมถึงกิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ จึงต้องมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทการพัฒนาของกิจกรรมแต่ละประเภทในห่วงโซ่มูลค่า โดยยุทธศาสตร์นี้จึงต้องถูกออกแบบเพื่อให้ตอบสนองต่อบริบทการพัฒนาของ SME สำหรับกิจกรรมในแต่ละส่วนที่มีความแตกต่างกันอย่างครบทั้งระบบ รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในองค์รวมควบคู่กันไปด้วย

ภายใต้แนวคิดดังกล่าว ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

<u>เป้าประสงค์:</u> สนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างครบวงจรภายใต้แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยระยะที่ 3 ผ่านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของ SME ไทยอย่างยั่งยืน และยกระดับศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

<u>ประเด็นยุทธศาสตร์:</u> สามารถจำแนกได้เป็นยุทธศาสตร์เฉพาะเจาะจงที่มุ่งเป้าไปยังกิจกรรมแต่ละส่วนในห่วงโซ่มูลค่าโดย ยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 2 นั้นจะมุ่งเน้นกิจกรรมก่อนและระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งในลักษณะที่เป็นการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทยและการพัฒนาประเทศไทยในฐานะที่เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศตามลำดับ ยุทธศาสตร์ที่ 3 มุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และยุทธศาสตร์ที่ 4 ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการฉายและกระจายภาพยนตร์ รวมถึงการพัฒนาตลาดและผู้ชมภาพยนตร์เป็นหลัก นอกจากนี้ ประเด็นยุทธศาสตร์ยังสามารถจำแนกได้เป็นภาพกว้างที่เป็นการยกระดับศักยภาพในองค์รวมให้มีศักยภาพสูงขึ้นในยุทธศาสตร์ที่ 5 โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาภาพยนตร์ที่มีผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ผลิตให้สามารถแข่งขันได้ด้วยคุณภาพและความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งมีกลยุทธ์หลักในการพัฒนา 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของบุคลากรไทย 2) พัฒนาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ SME 3) สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ และ 4) สร้างความหลากหลายทางเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาไปสู่สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรระดับโลก โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่สามารถถ่ายทำได้สะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐานและสามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร ซึ่งมีกลยุทธ์หลักในการพัฒนา 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ 2) ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย และ 3) ยกระดับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในการถ่ายทำภาพยนตร์ของกองภาพยนตร์จากต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post Production โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ Post-production ที่เข้มแข็งทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีกลยุทธ์หลักในการพัฒนา 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาบุคลากร Post-production ให้มีความเชี่ยวชาญเหมาะสม 2) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ 3) เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ Post Production และ 4) ส่งเสริมการทำ Post-Productionในไทยด้วยสิทธิประโยชน์ทางการเงิน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมผู้ผลิตภาพยนตร์ขนาดเล็กและขนาดกลางมีช่องทางการจัดฉายภาพยนตร์ที่มีประสิทธิภาพและหลากหลาย ซึ่งมีกลยุทธ์หลักในการพัฒนา 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย 2) สนับสนุนการกระจายและฉายภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ SME 3) ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก และ 4) ส่งเสริมการกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างระบบนิเวศน์ (Ecosystem) สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้ ซึ่งมีกลยุทธ์หลักในการพัฒนา 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 2) อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 3) สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม 4) พัฒนากฎหมายให้มีความครอบคลุมและมีมาตรฐานยิ่งขึ้น 5) ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และ 6) ปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานภาครัฐ

เพื่อให้ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์สามารถขับคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีกระบวนการดำเนินนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่มีศักยภาพ โดยมีแนวทางการดำเนินนโยบายที่สำคัญ 2 ประการได้แก่ การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างบูรณาการซึ่งประกอบไปด้วยส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในห่วงโซ่มูลค่า

(Intra-Industry Integration) เพื่อให้เกิดการสนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงการพัฒนาเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น (Inter-Industry Integration) ที่ภาพยนตร์และวีดิทัศน์สามารถเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ได้ และอีกแนวทางการดำเนินนโยบายหนึ่งคือ การจัดทำกลไกการดำเนินงานและขับเคลื่อนแผนซึ่งต้องประกอบด้วยผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยภาพรวมที่ต้องดูแลครอบคลุมทั้งความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐกันเองและเชื่อมโยงความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคการศึกษา ตลอดจนการพัฒนาการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในอุตสาหกรรม เพื่อช่วยเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาของยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ครอบคลุมภาคเกษตร ภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ ด้วยจำนวนที่มีมากถึง 2,736,744 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.73 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ ก่อให้เกิดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ รวมถึงมีการจ้างงานจำนวน 10,501,166 คน คิดเป็นร้อยละ 80.30 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2557 ดังนั้น การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเข้มแข็ง อยู่รอด สามารถแข่งขันได้ จึงมีความสำคัญต่อประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รัฐบาลมุ่งเน้น คือ “ประเทศไทย 4.0” การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) ด้วยการส่งเสริมผู้ประกอบการให้เป็น Smart SME และ Startup ที่มีศักยภาพสูง ทำให้ภาคบริการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสูง และพัฒนาแรงงานให้มีทักษะความรู้และความชำนาญ ซึ่งการพัฒนาตามแนวทางประเทศไทย 4.0 ต้องมีการวิจัยและพัฒนา การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (5 F) ประกอบด้วย 1. อาหาร (Food) 2. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3. ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) 4. มวยไทย (Fighting) และ 5. การอนุรักษ์และขับเคลื่อน เทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก (Festival)

ทั้งนี้ กิจการในแต่ละสาขาธุรกิจมีลักษณะการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การกำหนดแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องทราบรายละเอียดข้อมูลสถานการณ์ สภาพปัญหาในแต่ละสาขาธุรกิจ ซึ่งมีการกระจุกตัวของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตลอดจนประเด็นที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) เพื่อทราบถึงศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) อันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1) เพื่อศึกษาข้อมูลสถานการณ์ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film)

1.2.2) เพื่อให้ได้ยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย และแผนปฏิบัติการอันประกอบด้วยตัวอย่างโครงการต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.2.3) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film)

1.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 2 ส่วนเข้ามาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยได้แก่

1) ทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์ หรือ Diamond Model เป็นเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอันมีผลต่อการพัฒนาและการปรับตัวของอุตสาหกรรม ทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญทั้งหมด 5 ด้านได้แก่ ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) อุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) และบทบาทของภาครัฐ (Government Support) โดยที่ปรึกษาได้นำทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์มาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ประเด็นและสถานะของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

2) แบบจำลองของ BCG หรือ BCG Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัท หรืออุตสาหกรรมต่างๆ แบบจำลองของ BCG มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งหมด 2 ส่วนได้แก่ อัตราการเติบโตของตลาด (Growth) ซึ่งเป็นการวัดอัตราการเติบโตของการขยายตัวสำหรับสินค้าหรือบริการทั้งตลาด และส่วนแบ่งตลาดในเชิงเปรียบเทียบ (Market Share) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งตลาดของคู่แข่งมีขนาดมากหรือน้อยกว่าในเชิงเปรียบเทียบ โดยที่ปรึกษาได้นำแบบจำลองของ BCG มาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ระดับศักยภาพของกิจกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในแต่ละประเทศ

บทที่ 2 การศึกษานิยามศัพท์ ขอบเขตของอุตสาหกรรม กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่างในการศึกษาและพื้นที่ดำเนินการ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามการให้นิยามและขอบเขตของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรมซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลภาพยนตร์ที่ผลิตและฉายในประเทศ กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลภาพยนตร์ต่างชาติที่เข้ามาถ่ายทำและฉาย หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการอนุรักษ์ทรัพย์สินทางปัญญาและมรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ และคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย ฯลฯ

อย่างไรก็ดี การให้นิยามและขอบเขตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ยังมีความแตกต่างกันอยู่ ดังนั้น จึงต้องศึกษานิยามและขอบเขตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อกำหนดขอบเขตในการศึกษาสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ให้มีความชัดเจน ครอบคลุมและได้รับการยอมรับ จากทั้งหน่วยงานในประเทศและหน่วยงานในต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีขนาดของธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่[1] ซึ่งมีตำแหน่งที่ตั้งตามภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ขนาดตัวอย่างและพื้นที่ดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จึงมีความสำคัญในการกำหนดแนวทางการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิที่สามารถสะท้อนสถานการณ์ในปัจจุบันได้อย่างแท้จริง

2.1 การศึกษานิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

จากการศึกษานิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งในและต่างประเทศ พบว่า ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนิยามหลักของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Activity) และผลผลิตและสื่อวีดิทัศน์ (Product) โดยมีผลการศึกษาดังนี้

[1] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ให้นิยามของกลุ่มธุรกิจของเล็กถึงขนาดใหญ่ดังนี้ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (S) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (M) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท และกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (L) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 200 ล้านบาท

ตารางที่ 1 ผลการศึกษานิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Activity)					ผลผลิตและสื่อวีดิทัศน์ (Product)				
	กิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production)	กิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production)	กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production)	กิจกรรมกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition)	ประสานงานกับกองภาพยนตร์ต่างประเทศ (Facilitator movie maker)[2]	ภาพยนตร์ (Theater Film)	สื่อโทรทัศน์ (TV Content)	เพลง (Music Video)	แอนิเมชั่น[3] (Animation)	โฆษณา (Advertising)
UNCTAD	X	X	X	X		X				
BFI	X	X	X	X		X				
European Commission	X	X	X	X		X				
National Film & VDO foundation of South Africa	X	X	X	X		X	X		X	
Martin Cuff	X	X	X	X		X	X	X	X	X
พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑	X	X	X	X		X	X	X	X	X
NESDB	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Thai Film Office	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
กระทรวงวัฒนธรรม	X	X	X	X		X	X	X	X	
มูลนิธิหนังไทย	X	X	X	X		X				

[2] การประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์และสื่อต่างประเทศในประเทศไทย หมายถึง การติดต่อประสานงานระหว่างกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย กับหน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย เช่น การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยกับหน่วยงานภาครัฐ (Governer facilitation) การขอใช้สถานที่ราชการเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นต้น

[3] แอนิเมชั่น คือ การถ่ายทอดบทภาพยนตร์ผ่านคอมพิวเตอร์กราฟฟิกหรือกระบวนการนำภาพถ่ายรูปเส้น รูปวาด รูปทรง หรือรูปถ่ายต่างๆ ในแต่ละขณะมาร้อยเรียงเข้าด้วยกันเป็นเรื่องราว

ทั้งนี้ จากนิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและหน่วยงานในระดับนานาชาติทั้งหมด 10 หน่วยงานพบว่า ทุกหน่วยงานมีการให้นิยามที่ครอบคลุม กิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) กิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) และกิจกรรมกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) โดยมีผลผลิตและสื่อวีดิทัศน์หลักเป็นรูปแบบภาพยนตร์

โดยสรุปแล้ว อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Motion Picture) คือ **"กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำภาพยนตร์ เพื่อให้ได้สื่อวีดิทัศน์ที่สามารถเคลื่อนไหวได้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ หรือช่องทางการฉายภาพยนตร์ทางเลือกอื่นๆ ซึ่งมีกิจกรรมครอบคลุมทั้งการถ่ายทำภาพยนตร์ การกระจายภาพยนตร์ และการฉายภาพยนตร์"**

ทั้งนี้ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน คือ กิจกรรมก่อนการถ่ายภาพยนตร์ (Pre-Production) กิจกรรมการสร้างภาพยนตร์ (Production) กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) การกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition)

กิจกรรมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) หมายถึง การเตรียมความพร้อมก่อนการสร้างภาพยนตร์ ซึ่งครอบคลุมถึงการวางแผนการสร้างภาพยนตร์ การกำหนดตารางเวลาของการสร้างภาพยนตร์ ผู้รับผิดชอบและหน้าที่รับผิดชอบ การเขียนบทภาพยนตร์ กำหนดสถานที่และอุปกรณ์การถ่ายทำ การวางแผนขั้นตอนการถ่ายทำ การหาแหล่งเงินทุนหรือผู้ลงทุนในการสร้างภาพยนตร์ ตลอดจนการเตรียมหนังสือสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำภาพยนตร์

กิจกรรมการสร้างภาพยนตร์ (Production) หมายถึง กิจกรรมและบุคลากรที่เกี่ยวข้องระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์ ซึ่งครอบคลุมถุงการบันทึกภาพยนตร์ตามแผนงานและบทภาพยนตร์ที่ได้วางเอาไว้ในขั้นตอนก่อนการผลิต การออกแบบและจัดเตรียมฉาก สถานที่ แสง เสียง ตลอดจนเครื่องแต่งกายของนักแสดง

กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นหลังการถ่ายทำเพื่อสร้างความสมบูรณ์ ทั้งในส่วนของภาพและเสียงให้กับภาพยนตร์ ซึ่งครอบคลุมถึงการตัดต่อและเรียบเรียงภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว การออกแบบและเพิ่มเทคนิคพิเศษ การออกแบบและจัดทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิก การตัดต่อเสียง เพิ่มดนตรีประกอบ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและสร้างอรรถรสในการชมภาพยนตร์

การกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) หมายถึง การออกวางจำหน่ายในตลาดและเผยแพร่ภาพยนตร์ ซึ่งครอบคลุมการวางแผนการตลาด การวางจำหน่าย การดูแลและจัดการลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึง การเผยแพร่ภาพยนตร์ผ่านช่องทางการฉายผลงานภาพยนตร์บนจอภาพ หรือใช้สื่อกลางประเภทต่างๆ เช่น จอภาพยนตร์ แผ่นซีดีและดีวีดี โทรทัศน์ โทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Pay TV) โทรทัศน์ระบบไม่บอกรับสมาชิก (Free-To-Air TV) เป็นต้น

2.2 การกำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ขอบเขตในการศึกษาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จึงวิเคราะห์กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์ภายใต้การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมของประเทศไทย (TSIC) ในระดับ 5 หลัก ร่วมกับนิยามของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พบว่า มีความสอดคล้องระหว่างกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และ TSIC ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความสอดคล้องระหว่างกิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และ TSIC

กิจกรรมหลัก	TSIC	Industry
Pre-Production Production	59111	กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวิดิทัศน์
	78101	กิจกรรมการคัดเลือกนักแสดงภาพยนตร์ โทรทัศน์ และการแสดงอื่นๆ
Post-Production	59121	การบริการตัดต่อภาพและเสียง
	59122	การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแอนิเมชั่นและเทคนิคพิเศษ
	59129	กิจกรรมภายหลังการผลิตภาพยนตร์วิดิทัศน์และรายการโทรทัศน์อื่นๆ ซึ่งมิได้จัดไว้ในประเภทอื่น
Distribution & Exhibition	46432	การขายส่งสื่อบันทึกภาพและเสียงที่บันทึกข้อมูลแล้ว
	47620	ร้านขายปลีกสื่อบันทึกเสียงและภาพ
	59131	กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์วิดิทัศน์และรายการโทรทัศน์
	59132	กิจกรรมการดูแลสิทธิการผลิตซ้ำภาพยนตร์วิดิทัศน์และรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่
	59140	กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์

2.3 กลุ่มเป้าหมายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

การศึกษาครั้งนี้กำหนดกลุ่มเป้าหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ด้วยนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ถูกกำหนดโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งสอดคล้องกับขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ หลังจากนั้น จึงศึกษาจำนวนของกลุ่มเป้าหมายจากระบบคลังข้อมูลธุรกิจ (Business Data Warehouse) ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้กำหนดประเภทของและจำนวนกลุ่มเป้าหมายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้คือ กิจการที่มีที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่าไม่เกิน 200 ล้านบาทในกิจการดังต่อไปนี้

- กิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) และกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) สอดคล้องกับ TSIC 59111 กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และ TSIC 78101 กิจกรรมการคัดเลือกนักแสดงภาพยนตร์ โทรทัศน์ และการแสดงอื่นๆ
- กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) สอดคล้องกับ TSIC 59121 การบริการตัดต่อภาพและเสียง TSIC 59122 การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแอนิเมชั่นและเทคนิคพิเศษ และ TSIC 59129 กิจกรรมภายหลังการผลิตภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์อื่นๆ ซึ่งมิได้จัดไว้ในประเภทอื่น
- กิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) สอดคล้องกับ TSIC 46432 การขายส่งสื่อบันทึกภาพและเสียงที่บันทึกข้อมูลแล้ว TSIC 47620 ร้านขายปลีกสื่อบันทึกเสียงและภาพ TSIC 59131 กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์ TSIC 59132 กิจกรรมการดูแลสิทธิการผลิตซ้ำภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่ และ TSIC 59140 กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์

2.4 ขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

เพื่อให้ผลการสำรวจข้อมูลในรูปแบบปฐมภูมิสามารถสะท้อนถึงประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้อย่างถูกต้อง การศึกษาครั้งนี้จึงได้วางแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ขึ้น โดยในการศึกษาครั้งนี้ ได้มีการกำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากเกณฑ์ทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่ สอดคล้องตามขอบเขตงานที่กำหนด (Term of Reference: TOR) เป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ถูกต้องตามหลักการทางสถิติ และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ตามขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้

จากแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างทั้ง 3 ส่วน สามารถกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละกิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถสะท้อนกลุ่มประชากรทั้งหมดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั้นๆ ได้ ดังนั้น จึงต้องวิเคราะห์เพื่อคำนวณหาจำนวนขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมรายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยมีผลการศึกษาจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นทางสถิติและความคลาดเคลื่อน

กิจกรรมตามนิยามและขอบเขตในการศึกษา	จำนวนรวมแบ่งตามกิจกรรม	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90		จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95	
		Margin of error = 5%	Margin of error = 10%	Margin of error = 5%	Margin of error = 10%
Pre-Production and Production	951	211	63	274	87
Post-Production	211	119	51	136	66
Distribution and Exhibition	263	134	54	156	71
	1,425	464	168	566	224

กิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) และกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) ซึ่งประกอบด้วย TSIC 59111 กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และ TSIC 78101 กิจกรรมการคัดเลือกนักแสดงภาพยนตร์ โทรทัศน์ และการแสดงอื่นๆ มีจำนวนขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 87 ตัวอย่าง

กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) ซึ่งประกอบด้วย TSIC 59121 การบริการตัดต่อภาพและเสียง TSIC 59122 การบริการทำคอมพิวเตอร์กราฟฟิกแอนิเมชั่นและเทคนิคพิเศษ และ TSIC 59129 กิจกรรมภายหลังการผลิตภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์อื่นๆ ซึ่งมิได้จัดไว้ในประเภทอื่น มีจำนวนขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 66 ตัวอย่าง

กิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) ซึ่งประกอบด้วย TSIC 46432 การขายส่งสื่อบันทึกภาพและเสียงที่บันทึกข้อมูลแล้ว TSIC 47620 ร้านขายปลีกสื่อบันทึกเสียงและภาพ TSIC 59131 กิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์ TSIC 59132 กิจกรรมการดูแลสิทธิการผลิตซ้ำภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์เพื่อจำหน่ายหรือเผยแพร่ และ TSIC 59140 กิจกรรมด้านการจัดฉายภาพยนตร์ มีจำนวนขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 71 ตัวอย่าง

2.5 พื้นที่ดำเนินการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

นอกจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ขนาดตัวอย่างที่จะลงพื้นที่ทำการสำรวจแล้ว พื้นที่ดำเนินการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ การกำหนดพื้นที่ดำเนินการเป็นการกำหนดขอบเขตในการสำรวจเพื่อให้ได้ตำแหน่งที่ตั้งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบกิจกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่มีความชัดเจน ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นภาพรวมของพื้นที่ดำเนินการสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของพื้นที่ดำเนินการครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทยได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก

บทที่ 3 สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลก

อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตลาดต่างประเทศค่อนข้างมาก ดังนั้น สถานการณ์และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโดยรวมของโลก จึงเป็นปัจจัยมีผลต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยได้ จึงต้องศึกษาความเปลี่ยนแปลงในภาพรวมของอุตสาหกรรมในระดับโลก โดยการวิเคราะห์ในบทนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักได้แก่ สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก และ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก

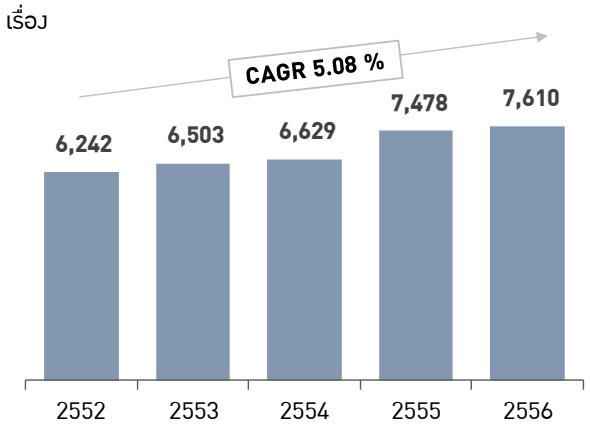
3.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก

อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในตลาดโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ดังนั้น การศึกษาความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จึงมีความสำคัญในการเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การศึกษาในบทนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิต เพื่อสะท้อนด้านอุปทาน (Supply Side) และรายได้จากภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศซึ่งแสดงถึงขนาดตลาดในประเทศ เพื่อสะท้อนด้านอุปสงค์ (Demand Side) โดยมีผลการศึกษาดังนี้

3.1.1 จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิต (Featured Film Produced)

จำนวนภาพยนตร์เป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนความสามารถในการผลิตภาพยนตร์ของประเทศนั้นๆ หากประเทศไหนสามารถผลิตภาพยนตร์จำนวนมากแสดงว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศนั้น มีความสามารถในการผลิตภาพยนตร์มาก หรืออาจจะมีจำนวนองค์กรที่ผลิตภาพยนตร์หรือวีดิทัศน์จำนวนมาก รวมถึงยังมีทรัพยากรที่เพียงพอในการผลิตภาพยนตร์อีกด้วย

แผนภาพที่ 1 จำนวนภาพยนตร์ในโลกที่ผลิต

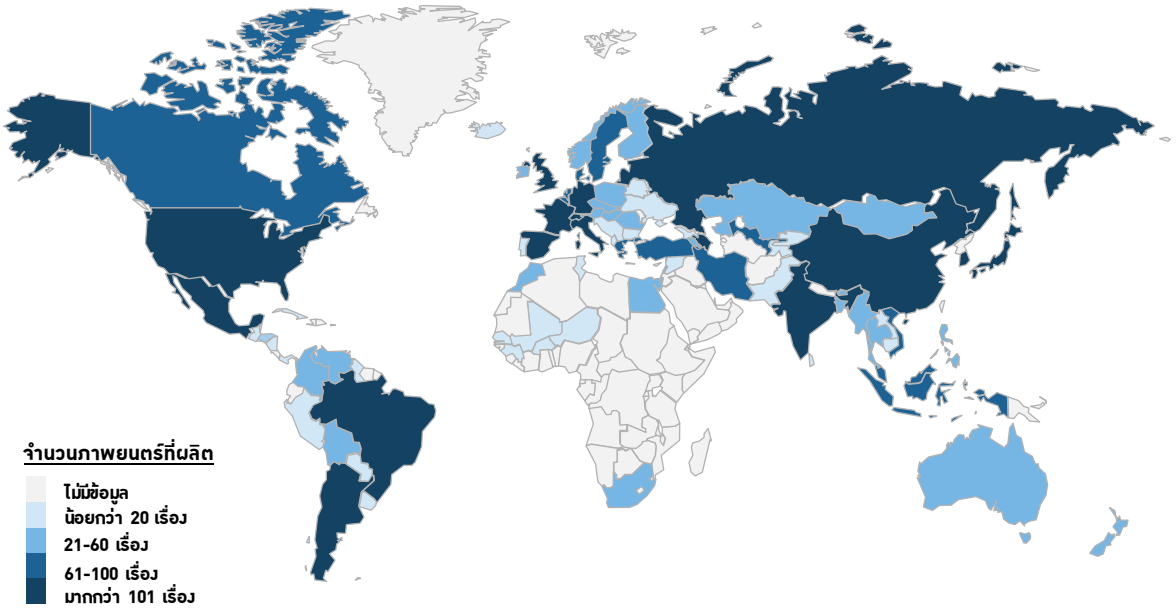


ที่มา: UNESCO

จำนวนภาพยนตร์ที่มีการผลิตต่อปีทั่วโลก ก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการขยายตัวของจำนวนภาพยนตร์เฉลี่ยต่อปี (Cumulative Annual Growth Rate: CAGR) ระหว่างปี 2552 และ 2556 อยู่ที่ร้อยละ 5.08 โดยในปี 2556 มีจำนวนภาพยนตร์ที่ถูกผลิตขึ้นทั้งหมดจำนวน 7,610 เรื่อง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากภาพยนตร์ที่ผลิตในปี 2009 จำนวน 6,242 เรื่อง ทั้งนี้

จำนวนภาพยนตร์ไม่นับรวมถึงการผลิตภาพยนตร์ของสหพันธ์สาธารณรัฐไนจีเรีย ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแคเมอรูน และสาธารณรัฐกาบอง เนื่องจากภาพยนตร์ส่วนใหญ่ผลิตในรูปแบบ Home Video Format

แผนภาพที่ 2 จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตรายประเทศในปี 2556



ที่มา: UNESCO

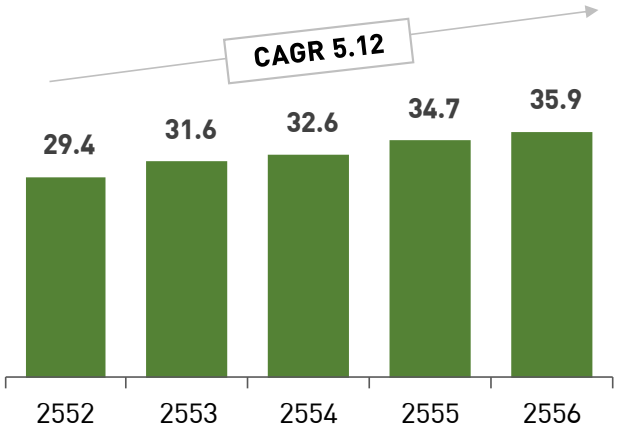
จากข้อมูลของ UNESCO ในปีพ.ศ. 2556 พบว่า ภาพยนตร์ทั้งหมดที่มีการผลิตในปีนั้นจำนวน 7,610 เรื่องทั่วโลก โดยมีสาธารณรัฐอินเดียเป็นประเทศที่ผลิตภาพยนตร์มากที่สุดในโลกโดยผลิตภาพยนตร์จำนวน 1,724 เรื่อง ตามมาด้วยสหรัฐอเมริกาซึ่งผลิตจำนวน 738 เรื่อง สาธารณรัฐประชาชนจีน 638 เรื่อง ประเทศญี่ปุ่น 591 เรื่อง และสาธารณรัฐฝรั่งเศส จำนวน 270 เรื่อง ตามลำดับ ในส่วนของประเทศของทวีปเอเชีย เกาหลีใต้ผลิตภาพยนตร์จำนวน 207 เรื่อง ซึ่งคิดเป็นลำดับที่ 9 ของโลก นอกจากนี้แล้ว สาธารณรัฐอาร์เจนตินายังเป็นประเทศที่ผลิตภาพยนตร์มากที่สุดในภูมิภาคละตินอเมริกา ส่วนของประเทศไทยมีการผลิตภาพยนตร์จำนวน 168 เรื่อง ในขณะที่ประเทศไทยสามารถผลิตภาพยนตร์ได้จำนวน 52 เรื่องในปีนั้นซึ่งคิดเป็นลำดับที่ 29 ของโลก เมื่อพิจารณาในแง่จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพบว่าสาธารณรัฐอินเดีย ยังคงเป็นผู้นำในการผลิตภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง

3.1.2 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film Market Value)

มูลค่าของตลาดภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่มีความจำเป็นจะต้องศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตลาดทั้งในอดีต และอนาคต ตลอดจนพฤติกรรมในการรับชมภาพยนตร์ของกลุ่มลูกค้า การศึกษาครั้งนี้จึงได้วิเคราะห์รายได้ของภาพยนตร์ที่ฉายผ่านโรงภาพยนตร์ในแต่ละประเทศ และรายได้จากการฉายภาพยนตร์รวมทั่วโลก

แผนภาพที่ 3 รายได้ Box Office จากการฉายภาพยนตร์ทั่วโลก

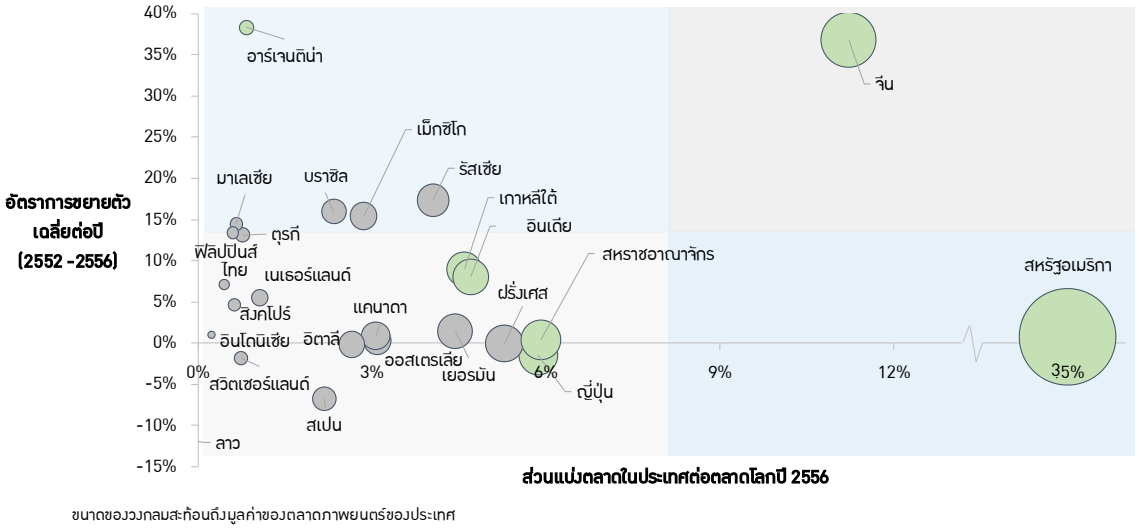
พันล้านดอลลาร์ สรอ.



ที่มา: UNESCO

เมื่อพิจารณารายได้โดยรวมจากการฉายภาพยนตร์ทั่วโลกจากรายได้ของ Box Office พบว่า รายได้จากการฉายภาพยนตร์ Box Office ทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2556 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ร้อยละ 5.12 ต่อปี โดยในปี 2556 มีรายได้ Box Office รวมทั่วโลกอยู่ที่ 35,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ที่มีรายได้จาก Box Office เพียงร้อยละ 29,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของรายได้ Box Office และตลาดภาพยนตร์ในภาพรวมของโลก

แผนภาพที่ 4 ตลาดภาพยนตร์ของประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่และประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ที่มา: UNESCO Euromonitor และการวิเคราะห์ของบริษัทเอฟฟินิตี้

เพื่อกำหนดตำแหน่งของตลาดภาพยนตร์แต่ละประเทศ (Positioning) การศึกษาในครั้งนี้จึงเลือกศึกษาตลาดและอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเน้นศึกษาประเทศที่มีขนาดตลาด

ค่อนข้างใหญ่และมีบทบาทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก รวมทั้งยังศึกษาถึงตลาดภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบกับระดับการพัฒนาและตำแหน่งในการดำเนินธุรกิจของประเทศไทย

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีขนาดตลาดภาพยนตร์และวีดิทัศน์ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 35 ของมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก ตามมาด้วยสาธารณรัฐประชาชนจีน สหราชอาณาจักรและประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 10 ร้อยละ 6 และร้อยละ 6 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแง่ของอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในแต่ละประเทศพบว่า สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐอาร์เจนตินาเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดโดยมีอัตราการขยายตัวเกือบร้อยละ 40 ต่อปีในช่วงปี 2552 ถึง 2555 ในขณะที่สหรัฐอเมริกามีอัตราการขยายตัวค่อนข้างต่ำ โดยมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 0.7 ต่อปีเนื่องจากตลาดอยู่ในจุดที่ค่อนข้างเสถียร

เมื่อพิจารณาจากกรอบแนวคิดของ BCG Matrix พบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศเดียวที่มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในกลุ่ม Cash Cows ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้อย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ส่วนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นประเทศเดียวที่อยู่ในกลุ่ม Star ซึ่งมีการขยายตัวอย่างชัดเจนและมีส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ ดังนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงมีศักยภาพในการพัฒนาที่โดดเด่น ในขณะที่สาธารณรัฐอาร์เจนตินาเป็นประเทศที่มีคุณลักษณะของกลุ่ม Question Marks ค่อนข้างชัดเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างโดดเด่น แต่ขนาดของอุตสาหกรรมยังไม่ใหญ่มาก ดังนั้นจึงยังมีความไม่แน่นอนในการรักษาอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศในอนาคตอยู่

3.2 ทิศทางการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลก

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดขึ้นของเทคนิคการถ่ายทำ นวัตกรรมเทคโนโลยี รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ดังนั้น จึงต้องศึกษาทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของโลกเพื่อให้เข้าใจถึงบริบทและความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในปัจจุบัน

จากการศึกษางานวิจัยจากข้อมูลปฐมภูมิจากหลายแหล่งข้อมูลอาทิ Motion Picture Association of America Statista Pricewaterhousecoopers Raindance UNESCO พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ “เทคโนโลยี” โดยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมามีความเปลี่ยนแปลงหลักที่ส่งผลต่อการผลิต การเข้าชมและการจัดจำหน่ายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งหมด 4 ประการ ได้แก่ การขยายตัวของ Video on Demand การเปลี่ยนผ่านจากฟิล์มไปเป็นภาพยนตร์ผ่านช่องทางดิจิทัล การร่วมกันผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศ กระแสการ Review ภาพยนตร์และการให้เรตติ้งผ่านช่องทางออนไลน์

3.2.1 การขยายตัวของ Video on Demand

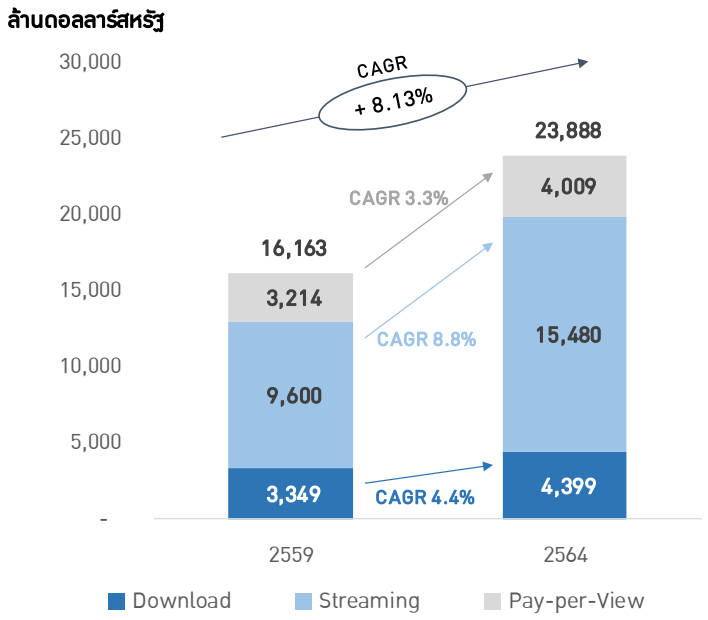
เมื่อเทคโนโลยีทางด้านโทรคมนาคมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมเองก็ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สามารถกระจายถ่ายทอดเนื้อหาออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ อุปกรณ์ในการรับชมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เองก็ถูกพัฒนาขึ้นให้สามารถรองรับการรับชมภาพยนตร์ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ระบบชมภาพยนตร์ตามความต้องการหรือ Video-on-Demand จึงถูกพัฒนาขึ้นมาจากระดับการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น รวมถึงกลุ่มผู้รับชมภาพยนตร์สามารถรับชมภาพยนตร์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยแนวคิดหลักของระบบชมภาพยนตร์ตามความต้องการคือ Anywhere, Anytime หรือ

สามารถรับชมภาพยนตร์ได้ทุกที่และทุกเวลาที่ผู้ชมต้องการชมภาพยนตร์ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายสูงสุดแก่ผู้รับชมภาพยนตร์ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมและแนวทางการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่มีความเร่งรีบ

เมื่อโครงสร้างพื้นฐานและอุปกรณ์พัฒนามากขึ้น ผู้ประกอบการให้บริการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ผ่านช่องทางออนไลน์จึงมีจำนวนมากขึ้น เช่น Netflix Iflix Amazon เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายเองก็มีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจและรูปแบบการให้บริการชมภาพยนตร์ผ่านอินเตอร์เน็ตจามความต้องการของผู้ชมที่แตกต่างกัน โดยประเภทของ Video-on-Demand สำหรับการรับชมภาพยนตร์สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบหลักได้แก่ 1) Streaming 2) Video Download และ 3) Pay-per-View

เมื่อพิจารณามูลค่าของตลาด Video-on-Demand แต่ละประเภทพบว่ารูปแบบ Streaming เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน โดยมีมูลค่าตลาดในปี 2559 ประมาณ 9,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามมาด้วยรูปแบบ Video Download และรูปแบบ Pay-per-View ด้วยมูลค่าประมาณ 3,349 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 3,214 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้รูปแบบ Streaming ยังเป็นตลาดที่ถูกคาดการณ์ว่าจะขยายตัวมากที่สุด โดยคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวของรูปแบบ Streaming เฉลี่ยกว่าร้อยละ 8.8 ต่อปีระหว่างปี 2564 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรม ซึ่งมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8.1 ในขณะที่อัตราการขยายตัวของรูปแบบ Video Download และ Pay-per-View อยู่ที่ร้อยละ 4.4 และร้อยละ 3.3 ต่อปี

แผนภาพที่ 5 มูลค่าตลาด Video-on-Demand ของโลก



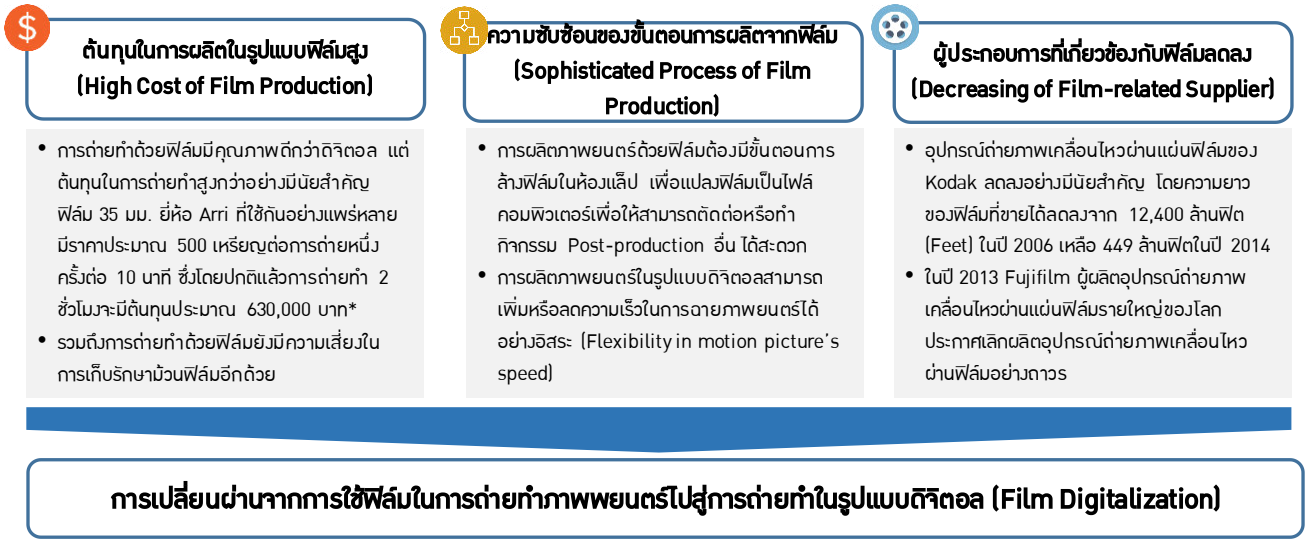
ที่มา: Statista

3.2.2 การเปลี่ยนผ่านจากฟิล์มไปเป็นภาพยนตร์ในรูปแบบดิจิทัล

นอกจากเทคโนโลยีการการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ให้แก่ผู้รับชมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตภาพยนตร์ก็มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตภาพยนตร์ลดลง โดยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ได้แก่ เทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์แบบดิจิตอล

แต่เดิมภาพยนตร์ส่วนใหญ่มักจะผลิตในรูปแบบฟิล์ม เนื่องจากเป็นรูปแบบการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพสูงมีรายละเอียดของภาพผ่านฟิล์มที่มีคุณภาพสูง อย่างไรก็ดี การผลิตภาพยนตร์ด้วยแผ่นฟิล์มมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ ได้แก่ ต้นทุนในการผลิตภาพยนตร์ที่สูงกว่ารูปแบบดิจิตอลอย่างมีนัยสำคัญ การผลิตภาพยนตร์จากฟิล์มมีขั้นตอนในกระบวนการผลิตที่มากกว่า รวมถึงยังประสบปัญหาในการหาผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์แบบฟิล์ม ดังนั้นเมื่อการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบดิจิตอล พัฒนาขึ้นส่งผลให้การผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบแผ่นฟิล์มได้รับความนิยมลดลงอย่างต่อเนื่องเพราะต้นทุนในการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบฟิล์ม (High Cost of Film Production) สูงกว่าแบบดิจิตอลอย่างมาก มีความซับซ้อนในการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบฟิล์ม (Sophisticated Process of Film Production) และผู้ประกอบการที่ให้บริการเกี่ยวเนื่องกับฟิล์มมีจำนวนลดลง (Decreasing Film-related Suppliers)

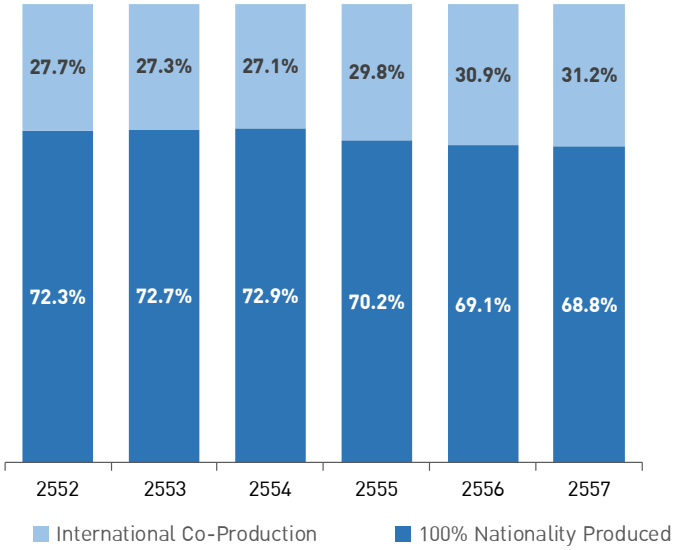
แผนภาพที่ 6 ข้อจำกัดในการถ่ายภาพยนตร์ด้วยฟิล์ม



3.2.3 การร่วมกันการผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศ (International Co-Production)

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีความเป็นนานาชาติและความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ผู้รับชมภาพยนตร์มักจะมองหาเนื้อหาในการชมที่มีความหลากหลาย มีความแตกต่างจากกรอบเดิมๆ ที่มีอยู่ รวมถึงการผลิตภาพยนตร์ขนาดใหญ่ยังต้องการทรัพยากรจำนวนมากซึ่งอาจจะไม่ได้หาได้จากประเทศใดประเทศหนึ่ง ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการผลิตภาพยนตร์ร่วมกันระหว่างประเทศ หรือ International Co-Production ซึ่งเป็นการผลิตภาพยนตร์จากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มาจากประเทศมากกว่า 1 ประเทศ เพื่อใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่แต่ละประเทศมีแตกต่างกันให้เกิดประโยชน์ในการผลิตภาพยนตร์ให้ได้มากที่สุด

แผนภาพที่ 7 สัดส่วนภาพยนตร์ที่ร่วมกันผลิตโดยผู้ประกอบการในหลายประเทศ



ที่มา: Euromonitor

จากการจัดเก็บข้อมูลของ Euromonitor พบว่า จำนวนภาพยนตร์มีการผลิตแบบ International Co-Production มากขึ้น โดยในปี 2552 มีภาพยนตร์ที่ผลิตโดยประเทศเดียว (100% Nationality Produced) ในอัตราส่วนร้อยละ 72 และมีภาพยนตร์ที่มีบริษัทภาพยนตร์มากกว่า 1 ประเทศผลิตร่วมกันในอัตราส่วนร้อยละ 28 แต่ในปี 2557 อัตราส่วนของภาพยนตร์ที่มีบริษัทภาพยนตร์ร่วมกันผลิตมาจากหลายประเทศเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31 ส่วนการผลิตภาพยนตร์โดยประเทศเดียวลดลงเหลือเพียงร้อยละ 69 การผลิตภาพยนตร์จากบริษัทภาพยนตร์มากกว่า 1 ประเทศมีความได้เปรียบหลายประการได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากหลายแหล่ง การได้รับสิทธิประโยชน์จากรัฐบาลในหลายประเทศ ความสามารถในการเข้าถึงตลาดและผู้ประกอบการได้หลายประเทศ สามารถเข้าถึงทรัพยากรและปัจจัยการผลิตภาพยนตร์ที่มีราคาถูกได้ เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงวัฒนธรรมจากหลายประเทศ และเข้าถึงองค์ความรู้จากผู้ร่วมผลิต

ถึงแม้ว่าการผลิตภาพยนตร์ส่วนใหญ่ยังคงผลิตด้วยประเทศใดประเทศหนึ่งอยู่ และอัตราการขยายตัวของการผลิตภาพยนตร์ร่วมกันระหว่างประเทศยังไม่ได้ขยายตัวมากนัก แต่อย่างไรก็ดี ในระยะยาว การผลิตภาพยนตร์จะมีความเป็นนานาชาติมากขึ้น และมีการผลิตภาพยนตร์แบบ International Co-Production มากยิ่งขึ้นจากความได้เปรียบจากการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบนี้

3.2.4 ความน่าเชื่อถือของกระแสการ Review ภาพยนตร์และการให้เรตติ้ง

ภาพยนตร์ที่มีการผลิตในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เวลาในการรับชมภาพยนตร์ของผู้ชมภาพยนตร์มีจำกัด ดังนั้น ผู้ชมภาพยนตร์จึงให้ความสำคัญกับการเลือกภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น ผู้เข้าชมภาพยนตร์ต้องการชมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและเนื้อเรื่องเหมาะสมกับความสนใจของตนเอง ประกอบกับรูปแบบในการช่วยตัดสินใจเลือกมีความสะดวกและสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น โดยตัวช่วยตัดสินใจเลือกภาพยนตร์ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในปัจจุบันคือ คำวิจารณ์ภาพยนตร์จากผู้อื่น และการให้คะแนนภาพยนตร์ (Movie Rating) ช่องทางในการเข้าถึงภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นคือการเข้าถึงเนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Platform) โดยมีรูปแบบการเข้าถึงหลักคือ รูปแบบเว็บไซต์ (Website Platform)

แผนภาพที่ 8 เว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวข้องกับการ Review และให้เรตติ้งภาพยนตร์

	สัญชาติ	รายละเอียดเว็บไซต์	จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์
IMDB		IMDb เป็นฐานข้อมูลภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และชีวิตของดาราภาพยนตร์ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก โดยฐานข้อมูลครอบคลุมถึงการจัดเรตติ้งภาพยนตร์ตั้งแต่ 0-10 ดาว	*7,600 ล้านครั้งต่อปี*
Douban		Movie.douban เป็นเว็บไซต์ฐานข้อมูลภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศจีน มีผู้ใช้เป้าหมายคือประชาชนในประเทศจีน โดยมีการจัดเรตติ้งภาพยนตร์ตั้งแต่ 0-10 ดาว	*642 ล้านครั้งต่อปี*
Rotten Tomato		Rotten Tomato เป็นเว็บไซต์จัดเรตติ้งภาพยนตร์ที่ได้รับความเชื่อถือสูงอีกเว็บไซต์หนึ่ง โดยมีการจัดเรตติ้งภาพยนตร์ด้วยความสดของมะเขือเทศเป็นมาตรวัดตั้งแต่ 0-100 %	*694 ล้านครั้งต่อปี*
Metacritic		Metacritic เป็นเว็บไซต์รวบรวมคำวิพากษ์วิจารณ์และ Review ของเพลง ภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ และจัดเรตติ้งระหว่าง 1-100 คะแนน	*277 ล้านครั้งต่อปี*
Fandango		เว็บไซต์ Fandango อำนวยความสะดวกในการซื้อตั๋วภาพยนตร์ล่วงหน้า ค้นหารอบหนัง ดู Trailer ตลอดจนอ่านการ Review ภาพยนตร์โดยสมาชิกท่านอื่นๆ เพื่อตัดสินใจชมภาพยนตร์	*391 ล้านครั้งต่อปี*
Kinox		Kinox เป็นเว็บไซต์สำหรับ Video-on-Demand ในรูปแบบของ Streaming ที่เน้นภาพยนตร์ที่เข้าฉายในเยอรมัน มีการจัดทำคะแนนสำหรับภาพยนตร์ นักแสดงและผู้กำกับของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง	*418 ล้านครั้งต่อปี*
Rogerebert		เว็บไซต์ที่มีรวบรวมคำวิจารณ์ภาพยนตร์แต่ละเรื่องโดย Roger Ebert นักวิจารณ์ภาพยนตร์ชื่อดังของโลกเอาไว้ รวมถึงมีการให้คะแนนภาพยนตร์แต่ละเรื่องอีกด้วย	*62 ล้านครั้งต่อปี*

ที่มา: Similarweb และการวิเคราะห์ของบริษัทเอฟพินิตี้จากการรวบรวมจากหลายแหล่งข้อมูล

เว็บไซต์ที่ให้บริการหรือเป็นตัวกลางในการรวบรวมบทวิจารณ์หนังมีความหลากหลายและได้รับความนิยมมาก โดยเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกด้านการวิจารณ์และให้คะแนนภาพยนตร์อย่าง IMDB มียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์มากกว่า 7,600 ล้านครั้งต่อปี นอกจากการวิจารณ์ภาพยนตร์และ IMDB ยังเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการฐานข้อมูลของดารา รายการโทรทัศน์และภาพยนตร์อีกด้วย และนอกจาก IMDB ยังมีเว็บไซต์อื่นๆ ที่ได้รับความนิยมในการวิจารณ์และให้คะแนนภาพยนตร์อีกหลายเว็บไซต์ โดยส่วนมากเป็นเว็บไซต์ที่จดทะเบียนอยู่ในสหรัฐอเมริกาอาทิ Rotten Tomato Metacritic Fandango และ Rogerebert ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีรูปแบบการให้คะแนนและวิจารณ์ภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นการวิจารณ์โดยเจ้าของเว็บไซต์เองที่เป็นนักวิจารณ์ชื่อดังอย่าง Roger Ebert หรือให้เป็นการรวบรวมคะแนนและคำวิจารณ์ต่อภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ อย่าง Rotten Tomato Metacritic และ Fandango นอกจากนี้ เว็บไซต์ที่ทำการ Review ภาพยนตร์ไม่ได้จำกัดแค่เพียงที่สหรัฐอเมริกาเท่านั้น เว็บไซต์อย่าง Douban ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และ Kinox ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีเองก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยมียอดการเข้าชมประมาณ 642 ล้านครั้งและ 418 ล้านครั้งต่อปี

<u>โดยสรุป</u> เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นอย่างมาก ตั้งแต่ต้นน้ำของการผลิตภาพยนตร์ไปจนถึงช่องทางในการจัดจำหน่าย และเผยแพร่ภาพยนตร์ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงต้องตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

บทที่ 4 กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

เพื่อถอดบทเรียนและแนวทางการพัฒนาที่สามารถเป็นแบบอย่างในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทยได้ ซึ่งในการคัดเลือกประเทศกรณีศึกษาต้นแบบ ได้พิจารณาจากรายได้และมูลค่าของอุตสาหกรรม ลักษณะและพฤติกรรมของตลาด และความสอดคล้องกับประเทศไทยในเชิงตำแหน่งที่ตั้ง วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ตลอดจนการมีแนวทางการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่น่าสนใจ และประสบความสำเร็จในเวทีระดับโลก ซึ่งจากการทบทวนข้อมูลสถานการณ์อุตสาหกรรมของโลกพบว่า เกาหลีใต้ มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจภาพยนตร์อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง โดยเกาหลีใต้มีรายได้จากภาพยนตร์ต่อ GDP และมีอัตราเข้าชมภาพยนตร์ต่อประชากรมากที่สุดของโลก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งส่งผลให้ธุรกิจภาพยนตร์เกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก และยังทำให้หลายประเทศในภูมิภาคเอเชียยอมรับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งการดำเนินชีวิตรวมทั้งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาถึงประเทศในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีรูปแบบตลาดภาพยนตร์ วัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนหรือผู้ชมภาพยนตร์ที่คล้ายคลึงกันกับประเทศไทยพบว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์มากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยที่ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อยู่เป็นอันดับที่ 4 รองจากสาธารณรัฐสิงคโปร์ และสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ในขณะที่สัดส่วนรายได้จากภาพยนตร์ต่อ GDP อัตราเข้าชมภาพยนตร์ต่อประชากร และจำนวนครั้งเข้าชมภาพยนตร์ ของประเทศมาเลเซียยังเป็นอันดับที่หนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของมาเลเซียประสบความสำเร็จอย่างมาก และได้อุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลมาเลเซียได้ให้การสนับสนุนและมีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ผ่านกลไกการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษอิสกันดาร์ในรัฐยะโฮร์ในการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความเข้มแข็ง

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงได้คัดเลือกประเทศที่เหมาะสมจะเป็นต้นแบบที่ดีในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดีทัศน์ของประเทศไทย 2 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศมาเลเซีย โดยจะได้ทำการศึกษาในบริบทและประเด็นสำคัญได้แก่ ภาพรวมของอุตสาหกรรม ทิศทางและนโยบายการพัฒนา แนวทางและมาตรการส่งเสริม และสรุปถอดบทเรียนและปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

4.1 ประเทศเกาหลีใต้

4.1.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีศักยภาพสูงและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด โดยเป็นประเทศเพียงไม่กี่แห่งในโลกที่ภาพยนตร์ในประเทศมีจำนวนผู้ชมมากกว่าและสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงกว่าภาพยนตร์จาก Hollywood ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดในโลก มีเทศกาลภาพยนตร์ที่ใหญ่และได้รับการยอมรับมากที่สุดในเอเชีย และมีภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลจากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สามารถมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีใต้ได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลสถิติจาก Korean Film Council พบว่า ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา จำนวนภาพยนตร์เกาหลีใต้ที่ผลิตและเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2558 มีภาพยนตร์เกาหลีใต้ที่ผลิตและเข้าฉายในโรงภาพยนตร์จำนวน 232 เรื่อง เพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าจากจำนวน 108 เรื่อง ในปี พ.ศ. 2549 ในขณะที่ภาพยนตร์ต่างประเทศมี

จำนวนมากกว่าภาพยนตร์เกาหลีถึง 4 เท่า โดยจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากถึง 944 เรื่อง ในปี พ.ศ. 2558 นอกจากนี้ จำนวนโรงภาพยนตร์และจอฉายภาพยนตร์ในประเทศก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ตารางที่ 4 จำนวนภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ และจอฉายภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีใต้

ปี	จำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉาย		จำนวนโรงภาพยนตร์	จำนวนจอฉายภาพยนตร์
	ภาพยนตร์เกาหลี	ภาพยนตร์ต่างประเทศ		
2549	108	237	321	1,880
2550	112	281	314	1,975
2551	108	272	309	2,004
2552	118	243	305	2,055
2553	140	286	301	2,003
2554	150	289	292	1,974
2555	175	456	314	2,081
2556	183	722	333	2,184
2557	217	878	356	2,281
2558	232	944	388	2,424

ที่มา: Korean Film Council

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบรายได้ของโรงภาพยนตร์ในเกาหลีใต้กับประเทศผู้นำด้านธุรกิจภาพยนตร์ของโลก พบว่า โรงภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีใต้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2557 มีรายได้รวมมากถึง 1.64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับสาธารณรัฐอินเดีย อยู่อันดับที่ 6 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา จีน อังกฤษ ญี่ปุ่น และสาธารณรัฐฝรั่งเศส อย่างไรก็ดี รายได้ของโรงภาพยนตร์ในเกาหลีใต้เฉลี่ยต่อประชากรอยู่ที่ 32.61 ดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ 1 มากกว่าสหรัฐอเมริกาที่มีรายได้ของโรงภาพยนตร์สูงเป็นอันดับ 1 ของโลก

ตารางที่ 5 รายได้ของตลาดโรงภาพยนตร์ในประเทศสูงสุด 10 อันดับแรกของโลก ปี พ.ศ. 2557

Country	gross box office revenue (billion USD)	gross box office per capita (USD)
United States	10.19	31.67
China	7.18	5.22
United Kingdom	2.04	31.52
Japan	2	15.80
France	1.74	27.02
India	1.64	1.25
South Korea	1.64	32.61
Germany	1.57	19.46
Russia	1.18	8.23
Mexico	1.05	8.27

ที่มา: The global industrial research institute IHS and Effinity analysis

4.1.2 สรุปถอดบทเรียนและปัจจัยความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้

จากการทบทวนและศึกษาข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพรวม นโยบายการพัฒนา และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีใต้ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปถอดบทเรียนและปัจจัยความสำเร็จในประเด็นการพัฒนาที่สำคัญเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย อาทิ การสร้างเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การกำหนดทิศทางและนโยบายการพัฒนา การสนับสนุนโครงการสร้างพื้นฐาน การพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรม ความต้องการทางการตลาดภายในประเทศ การพัฒนากลไกการขับเคลื่อน การส่งเสริมด้านการลงทุนและการเงิน และการอำนวยความสะดวกการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ โดยสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

(1) การสร้างเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์สูง สะท้อนได้จากการเพิ่มปริมาณการผลิตทั้งเชิงปริมาณในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 944 เรื่อง เพิ่มมากขึ้นกว่า 4 เท่าจาก 10 ปีที่แล้ว มีเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์สูงโดยมีภาพยนตร์ที่มีเงินลงทุนสูงกว่า 1 หมื่นล้านวอน (ประมาณ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ประมาณ 300 ล้านบาท) อย่างต่อเนื่อง และคุณภาพที่มีความหลากหลายของแนวภาพยนตร์

- การสร้างรายได้ของโรงภาพยนตร์ใน 50 อันดับแรกของ Box Office ได้สูงมากอยู่ในอันดับ 6 ของโลกในปี พ.ศ. 2558 และยังสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ต่างประเทศที่ใกล้เคียงกันคือกว่าร้อยละ 50

- ตลาดภาพยนตร์มีการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่จำนวนน้อยราย แต่ผลิตภัณฑ์ภาพยนตร์เกาหลีใต้มีรูปแบบที่หลากหลาย สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีใต้มีความกล้าที่จะลงทุนสร้างภาพยนตร์และเห็นช่องทางการเจาะตลาดให้เพิ่มมากขึ้น

- การมีโรงภาพยนตร์ซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานของภาครัฐที่เปิดโอกาสให้ภาพยนตร์นอกกระแส หรือภาพยนตร์อินดี้ ที่มีทุนสร้างน้อย ได้นำออกฉาย เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สร้างภาพยนตร์ในประเทศสามารถนำภาพยนตร์ออกฉายได้มากขึ้น ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีภาพยนตร์ที่หลากหลายและพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

(2) การกำหนดทิศทางและนโยบายการพัฒนา

- รัฐบาลเกาหลีใต้มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอื่นๆ ของประเทศ เนื่องจากตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยสามารถสร้างมูลค่าผลผลิตมูลค่าเพิ่ม และรายได้ภาษีของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ อีกทั้งยังสามารถสร้างการจ้างงานได้เป็นอย่างมาก ทำให้ภาครัฐของประเทศเกาหลีใต้ให้ทุนสนับสนุนการผลิตและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง

- รัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีการดำเนินนโยบายต่างๆ ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างเหมาะสมกับบริบททั้งในด้านเวลาและสภาพแวดล้อม ซึ่งจากการศึกษาการดำเนินนโยบายต่างๆ ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้พบว่า นโยบายในช่วงแรกซึ่งรูปแบบควบคุมนั้น เหมาะกับสภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้ที่เพิ่งเติบโต ช่วยปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศได้เป็นอย่างดี จากนั้นในช่วงต่อมาการดำเนินนโยบายรูปแบบสนับสนุนได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบสนับสนุน ลดกฎเกณฑ์ต่างๆ ลง รวมทั้งต่างประเทศสามารถเข้ามาได้อย่างเสรีมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมในประเทศต้องแข่งขันและผลักดันตนเองให้เกิดการพัฒนาไปสู่สากลได้

- ประเทศเกาหลีใต้มีการพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการในทุกภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้มีการเชื่อมทุกอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ทำให้ทุกอุตสาหกรรมมีการเติบโตไปพร้อมๆ กัน และมีการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ถือเป็นการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

(3) การสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยมีองค์กรหลักที่เกิดจากการสนับสนุนของภาครัฐ คือ Korean Film Council (KOFIC) ให้การสนับสนุนแบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักๆ คือ สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา สนับสนุนการผลิตในประเทศ สนับสนุนระหว่างประเทศ สร้าง Korean Academy of Film Arts (KAFA) และ KOFIC Studios ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัดคือ การส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลีใต้มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ของมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 9.74

(4) การพัฒนาทุนมนุษย์

- การลงทุนสร้างสถาบันเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในเชิงคุณภาพ ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐได้มีการก่อตั้งสถาบันการศึกษาเฉพาะทางหลากหลายสถาบันอย่าง Korean Academy of Film Arts (KAFA) ซึ่งเป็นโรงเรียนเฉพาะทางด้านภาพยนตร์ ก่อตั้งโดย KOFIC เพื่อฝึกฝนอบรมผู้ผลิตภาพยนตร์รุ่นใหม่ให้กลายเป็นมืออาชีพ และ School of Film, TV and Multimedia โรงเรียนที่สอนการถ่ายทำภาพยนตร์และการผลิตสื่อต่างๆ ภายใต้ Korean National University of Arts เพื่อช่วยสร้างทุนมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และมีผลต่อคุณภาพของภาพยนตร์เกาหลีใต้ในระยะยาว ช่วยทำให้ทรัพยากรมนุษย์ในประเทศมีคุณภาพและสามารถผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพได้

(5) ความต้องการทางการตลาดหรืออุปสงค์ของคนในประเทศ

- ตลาดภาพยนตร์เกาหลีใต้นั้นมีขนาดใหญ่มาก โดยมีรายได้ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในประเทศสูงเป็นอันดับที่ 7 ของตลาดโลก อยู่ที่ 1.64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคในตลาดภาพยนตร์นั่นคือประชากรในประเทศเกาหลีใต้เพียง 50 ล้านคน อีกทั้งเกาหลีใต้มีสถิติการเข้าชมต่อคนสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 ของตลาดโลก โดยประชากร 1 คน มีสถิติการเข้าชมเฉลี่ย 4.22 ครั้งต่อปี ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศเกาหลีใต้มีปริมาณที่สูง ส่งผลให้ตลาดภาพยนตร์เกาหลีมีรายได้สูง ประกอบกับการสนับสนุนจากรัฐบาลที่เข้มแข็งที่ช่วยให้ธุรกิจมีต้นทุนในการผลิตภาพยนตร์ลดลง และสามารถพัฒนาคุณภาพสู่ระดับสากลเพื่อแข่งขันกับนานาประเทศได้

(6) การพัฒนากลไกการขับเคลื่อน การส่งเสริมด้านการลงทุนและการเงิน และการอำนวยความสะดวกการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์

- กฎหมายของเกาหลีใต้เน้นการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยมีการประกาศใช้ Film Promotion Law และได้จัดตั้ง The Korean Film Council (KOFIC) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรง ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยประธานและคณะกรรมการของ KOFIC จะมาจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาพยนตร์ ทำให้การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม

- ประเทศเกาหลีใต้มีปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้รายได้ภาพยนตร์จากการฉายในโรงภาพยนตร์มีมูลค่าสูง และทำให้ผู้ผลิตกล้าลงทุนเพื่อสร้างภาพยนตร์ที่มีคุณภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รวมทั้งมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศเกาหลีใต้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีเอกลักษณ์และมีความสร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก และได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติส่งผลภาพยนตร์เกาหลีใต้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

- การจัดสรรงบประมาณ (ประมาณร้อยละ 30 ของเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ทั้งหมด) และความสามารถในการสร้างกระแส การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดสูงกว่าประเทศไทย ทำให้ช่วยให้

การสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ชม รวมทั้งสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของภาพยนตร์ที่มีคุณภาพไปยังผู้บริโภค ส่งผลทำให้ผู้ชมสามารถตัดสินใจเข้าไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- รัฐบาลเกาหลีใต้เข้ามาช่วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ในการประชาสัมพันธ์และการตลาดภาพยนตร์เกาหลีใต้ โดยมีการซื้อภาพยนตร์และทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ มีการสนับสนุนการทำการตลาดให้แก่บริษัทภาพยนตร์ ช่วยให้ภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น และสามารถสร้างรายได้ในตลาดต่างประเทศได้มากยิ่งขึ้น

- มีการนำออกแสดงภาพยนตร์ที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพอันเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ สะท้อนได้จากจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติของประเทศเกาหลีใต้

4.2 ประเทศมาเลเซีย

4.2.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศมาเลเซีย

จากการศึกษาสถานภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของมาเลเซียในภาพรวมพบว่า คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2562 รายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์จะมีมูลค่าทั้งสิ้น 765 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3,398.12 ริงกิตมาเลเซีย ซึ่งมีแนวโน้มลดลงจาก 859 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3815.67 ริงกิตมาเลเซีย โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) หดตัวลดลงร้อยละ 1.4 ในขณะที่รายได้จากโรงภาพยนตร์ (Box office revenue) จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ร้อยละ 2.5 โดยจากการคาดการณ์ในช่วงเวลาเดียวกันคาดว่ารายได้จากโรงภาพยนตร์จะมีมูลค่า 222 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือ 986.12 ริงกิตมาเลเซีย ทั้งนี้ ตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของมาเลเซียยังคงต้องต่อสู้ภายใต้บริบทด้านกฎระเบียบที่เข้มงวดและการเสียภาษีร้อยละ 25 ในการเป็นผู้แสดงสินค้าภาพยนตร์ รวมทั้งระบบเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ที่เข้มงวด อย่างไรก็ดี รัฐบาลมาเลเซียได้จัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะคือ Malaysia’s National Film Development Corporation (FINAS) ผู้ริเริ่มมาตรการการคืนภาษีให้กับภาพยนตร์ของทั้งมาเลเซียและจากต่างประเทศที่เข้าฉายในประเทศมาเลเซีย และในปี พ.ศ. 2557 ได้มีการพัฒนาโรงถ่ายทำภาพยนตร์ ไพน์วูด อิสกันดาร์ มาเลเซีย โดยเป็นความพยายามดึงดูดการลงทุนจากผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัท อิมาจิกา คอร์ป และ บริษัท คาวานาฮ์ เนชั่นแนล จำกัดได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัทร่วมทุน ชื่อว่าบริษัท อิมาจิกา เซาท์ อีสต์ เอเชีย จำกัด เพื่อตั้งโรงถ่ายทำภาพยนตร์นานาชาติ ขึ้นที่ไพน์วูด อิสกันดาร์ มาเลเซีย สตูดิโอ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอิสกันดาร์ มาเลเซีย ด้วยเงินลงทุนกว่า 9 ล้านริงกิต

เมื่อพิจารณาข้อมูลสถิติพบว่า ปัจจุบันตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ มีจำนวนโรงภาพยนตร์ 144 แห่ง มีจำนวนจอฉาย 991 จอฉาย และจำนวนที่นั่งทั้งสิ้น 172,091 ที่นั่ง โดยในปี พ.ศ. 2556 มีขนาดตลาดประมาณ 213 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 14 ต่อปี มีสัดส่วนรายได้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อ GDP สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ร้อยละ 0.07 นอกจากนี้ ยังมีจำนวนครั้งที่เข้าชมภาพยนตร์สูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เช่นกันอยู่ที่ 61 ล้านครั้ง ในขณะที่อัตราการเข้าชมภาพยนตร์ต่อประชากรอยู่ที่ 2.31 ครั้งต่อคนต่อปี เป็นรองเพียงสาธารณรัฐสิงคโปร์ที่คนในประเทศในความสนใจชมภาพยนตร์มากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อยู่ที่ 4.09 ครั้งต่อคนต่อปี

4.2.2 สรุปถอดบทเรียนและปัจจัยความสำเร็จของประเทศมาเลเซีย

จากการทบทวนและศึกษาข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพรวม นโยบายการพัฒนา และมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศมาเลเซียดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปถอดบทเรียนและปัจจัยความสำเร็จในประเด็น

การพัฒนาที่สำคัญเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย โดยสรุปได้ดังนี้

(1) รัฐบาลมีนโยบายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเพื่อผลักดันให้มาเลเซียเป็น “ศูนย์กลางอุตสาหกรรมภาพยนตร์” ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก และเพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ จึงได้จัดตั้งหน่วยงานของภาครัฐเพื่อเป็นกลไกในการกำกับ ดูแล และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดจนสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับการผลิตภาพยนตร์

(2) มีมาตรการจูงใจหรือให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินที่น่าดึงดูดใจแก่ผู้ผลิตภาพยนตร์และการพัฒนาเนื้อหาภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ ในนาม “Film In Malaysia Incentive” (FIMI) ด้วยการคืนเงินสดให้ร้อยละ 30 สำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์และสื่อบันเทิงมาเลเซียทุกเรื่องที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดเพื่อสร้างแรงจูงใจให้สร้างสรรค์และพัฒนาเนื้อหาสาระสำหรับภาพยนตร์ ทีวีและจอฉายอื่นๆ

(3) มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และการพัฒนาเชิงพื้นที่ในรูปแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อการส่งเสริมการสร้างคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการและให้ผู้ประกอบการเกิดรวมตัวกันเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเป็นองค์รวม และการมุ่งเน้นดึงผู้ประกอบการรายใหญ่ในการผลิตภาพยนตร์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เข้าลงทุนและใช้บริการใน Pinewood Iskandar Malaysia Studio เป็นความร่วมมือระหว่าง Pinewood Shepperton และ Iskandar Studio ในการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีความจำเป็นสำหรับการถ่ายภาพยนตร์ ละคร รวมทั้งกิจกรรมต่างๆที่สอดคล้องกับการแสดง Pinewood Iskandar Malaysia Studio จะเป็นแรงผลักดันให้มาเลเซียสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตภาพยนตร์สำหรับภูมิภาคและระดับนานาชาติในอนาคตผ่านมาตรการจูงใจหรือให้สิทธิประโยชน์ทางการเงิน

4.3 สรุปบทเรียนจากการศึกษากรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) จากต่างประเทศ

4.3.1 ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดีทัศน์จากต่างประเทศ

จากการศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรม ทิศทางและนโยบายการพัฒนา และแนวทาง/มาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศกรณีศึกษาต้นแบบทั้ง 2 ประเทศ ได้แก่ เกาหลีใต้ และมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มีศักยภาพและมีขีดความสามารถในการแข่งขันจนสามารถประสบความสำเร็จในเวทีระดับโลกได้ สรุปได้ดังนี้

(1) การมีนโยบายและกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดีทัศน์ที่ชัดเจน โดยรัฐบาลจำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

(2) การดำเนินนโยบายต่างๆ ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างเหมาะสมกับบริบททั้งในด้านเวลาและสภาพแวดล้อม รวมทั้งมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำงานแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการสร้างคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มีความเข้มแข็งและเติบโตไปพร้อมๆ กัน

(3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ครอบคลุมในทุกมิติของการพัฒนา ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศ ระบบการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม เทคโนโลยีและการสื่อสาร และอุปกรณ์การผลิตภาพยนตร์

(4) การมีมาตรการจูงใจหรือให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินที่น่าดึงดูดใจแก่ผู้ผลิตภาพยนตร์และการพัฒนาเนื้อหาภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ โดยมาตรการสำคัญคือ การคืนเงิน (Cash Rebate)

(5) การประกาศใช้กฎหมายส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และได้จัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแล ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

(6) การสนับสนุนเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมภาพที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพื่อสร้างกระแสความสนใจ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาด รวมทั้งสื่อสารภาพลักษณ์ของภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ

(7) การทำการตลาดและสร้างช่องทางการสื่อสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ อาทิ การซื้อภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ การนำออกแสดงภาพยนตร์ ซึ่งนอกจากจะช่วยเผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ของภาพยนตร์แล้ว ยังช่วยให้ภาพยนตร์ได้รับการยกระดับคุณภาพและมาตรฐาน จนสามารถสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมและประเทศชาติในท้ายที่สุด

4.3.2 การเปรียบเทียบบทเรียนประเทศกรณีศึกษาต้นแบบ

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาถึงกระบวนการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศกรณีศึกษาพบว่า ทั้ง 2 ประเทศมีวิธีการและกระบวนการดำเนินงานที่ค่อนข้างแตกต่างกัน ซึ่งเห็นได้ว่าประเทศเกาหลีใต้มีความพยายามในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างเป็นองค์รวมด้วยการใช้ทรัพยากรและปัจจัยสนับสนุนภายในประเทศ และอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในขณะที่ประเทศมาเลเซียมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงคลัสเตอร์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในพื้นที่เป้าหมายการ พัฒนาของประเทศในรูปแบบการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยดึงดูดบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สามารถสรุปเปรียบเทียบบทเรียนประเทศกรณีศึกษาต้นแบบดังนี้

	ทิศทางการพัฒนา	แนวทางการสนับสนุน
ประเทศเกาหลีใต้	1) **<u>นโยบาย:</u>** ใช้นโยบายใน 2 รูปแบบ คือ “ควบคุม” และ “สนับสนุน” โดยในช่วงเริ่มแรกได้ใช้รูปแบบควบคุมจนถึงช่วงปลายศตวรรษ 1980 จากนั้นตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1993 เป็นต้นไป ได้เปลี่ยนไปใช้นโยบายสนับสนุน 2) **<u>กลไกขับเคลื่อน:</u>** - ประกาศใช้ Film Promotion Law - จัดตั้ง The Korean Film Council (KOFIC) เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ - ก่อตั้ง Alternative Market Outreach (KOME) เพื่อทำการควบคุมและดูแลการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์	1) สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยสนับสนุน - จัดตั้ง KOFIC Studios ให้เป็นโรงถ่ายภาพยนตร์แบบครบวงจร - จัดตั้ง Film Development Fund เพื่ออุดหนุนเงินทุนในการสร้างภาพยนตร์ - จัดตั้ง The Korean Scenario Database (scenariomarket.or.kr) แหล่งรวบรวมบทออนไลน์ - ทำธุรกิจออนไลน์จัดจำหน่ายภาพยนตร์ผ่าน IPTV และ VOD - สนับสนุนการวิจัยและการฝึกอบรม - สนับสนุนการผลิตร่วมกันระหว่างประเทศ 2) มาตรการจูงใจทางการเงิน โดยให้ cash rebate 20-30% ตามระยะเวลาเข้ามาถ่ายทำและจำนวนการใช้จ่าย เพื่อสนับสนุนให้ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศ

	ทิศทางการพัฒนา	แนวทางการสนับสนุน
		3) จัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ เพื่อทำการตลาดและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และยกระดับคุณภาพและมาตรฐานภาพยนตร์เกาหลีใต้ 4) จัดตั้งสถาบันทางการศึกษาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ - Korean Academy of Film Arts (KAFA) และ KOFIC Studio โรงเรียนเฉพาะทางด้านภาพยนตร์ เพื่อฝึกฝนอบรมผู้ผลิตภาพยนตร์รุ่นใหม่ให้กลายเป็นมืออาชีพ - School of Film, TV and Multimedia โรงเรียนที่สอนการถ่ายทำภาพยนตร์และการผลิตสื่อต่างๆ ภายใต้ Korean National University of Arts
ประเทศมาเลเซีย	1) **<u>นโยบาย:</u>** ผลักดันให้มาเลเซียเป็น “Destination and Film Production Hub” ตั้งเป้าขยายฐานผลิตอุตสาหกรรมภาพยนตร์สูงสุดในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยดึงบริษัทผลิตภาพยนตร์นานาชาติเข้ามาผลิตในประเทศ และใช้พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอิสกันดาร์มาเลเซียเป็นฐานการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ **2) <u>กลไกขับเคลื่อน:</u>** - จัดตั้ง Malaysia’s National Film Development Corporation (FINAS) เพื่อกำกับดูแล และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ - FINAS จัดตั้ง Film In Malaysia Office (FIMO) เพื่อให้ความช่วยเหลือและสร้างการผลิตภาพยนตร์และสร้างสรรค์เนื้อหา/ภายในประเทศ	1) ตั้ง Pinewood Iskandar Malaysia Studio ในเขตเศรษฐกิจพิเศษอิสกันดาร์ 2) มาตรการจูงใจ Film In Malaysia Incentive” (FIMI) - คืนเงินสดให้ร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำหนังใหญ่ (หนังมาเลเซีย 2.5 ล้านริงกิต และหนังต่างชาติ 5 ล้านริงกิต) - ให้เงินอุดหนุนค่าทำการตลาดของหนังมาเลเซีย และหากทำรายได้ถึง 2 ล้านริงกิต สามารถได้รับคืนภาษี 5-10% (แต่ไม่เกิน 5 แสนริงกิต/เรื่อง) 3) จัดตั้ง Malaysian Film Academy เพื่อพัฒนาการผลิตภาพยนตร์และบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ดังนั้นการนำบทเรียนจากกรณีศึกษาในต่างประเทศเข้ามาประยุกต์ใช้กับประเทศไทยจึงต้องพิจารณาถึงเป้าหมายในการพัฒนา รวมถึงทิศทางและนโยบายที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานผู้รับผิดชอบเป็นสำคัญ ก่อนที่จะกำหนดแนวทางการสนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

บทที่ 5 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

การศึกษาครั้งนี้ทบทวนและศึกษานโยบาย และแผนยุทธศาสตร์ระดับประเทศที่เกี่ยวข้องวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ได้แก่ ประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560 – 2564 แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2557 – 2560 แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2560-2664

จากนโยบายและกรอบยุทธศาสตร์ระดับชาติที่สอดคล้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พบว่ามีการกำหนดเป้าหมาย และแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SME การยกระดับขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของ SME ให้มีประสิทธิภาพ พร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SME เพื่อสร้างมูลค่า ตอบโจทย์อนาคตประเทศไทย การพัฒนาผู้ประกอบการ SME การพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในอุตสาหกรรม การวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรม การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในอุตสาหกรรม การปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนากิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น การพัฒนาการสื่อสารมวลชน การเข้าถึงเงินทุนและการตลาด เป็นต้น

ตารางที่ 6 ทิศทางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและ SME ตามนโยบาย แผนและยุทธศาสตร์ระดับชาติ

ทิศทางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฯ / SMEs	ประเทศไทย 4.0	ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี	แผนยุทธศาสตร์กรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2557 - 2560	แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3	แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2560-2664
พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฯ	/	/	/	/	/	/	/
พัฒนาผู้ประกอบการ SMEs	/	/	/		/		/
พัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม	/	/		/	/	/	/
สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมฯ				/		/	
การวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมฯ				/	/	/	
พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมฯ				/	/	/	
พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในอุตสาหกรรมฯ					/	/	
ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง					/	/	/
พัฒนากิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง		/ พัฒนาการสื่อสารมวลชน			/ การข้าถึงเงินทุน	/ การข้าถึงเงินทุนและการตลาด	

บทที่ 6 สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

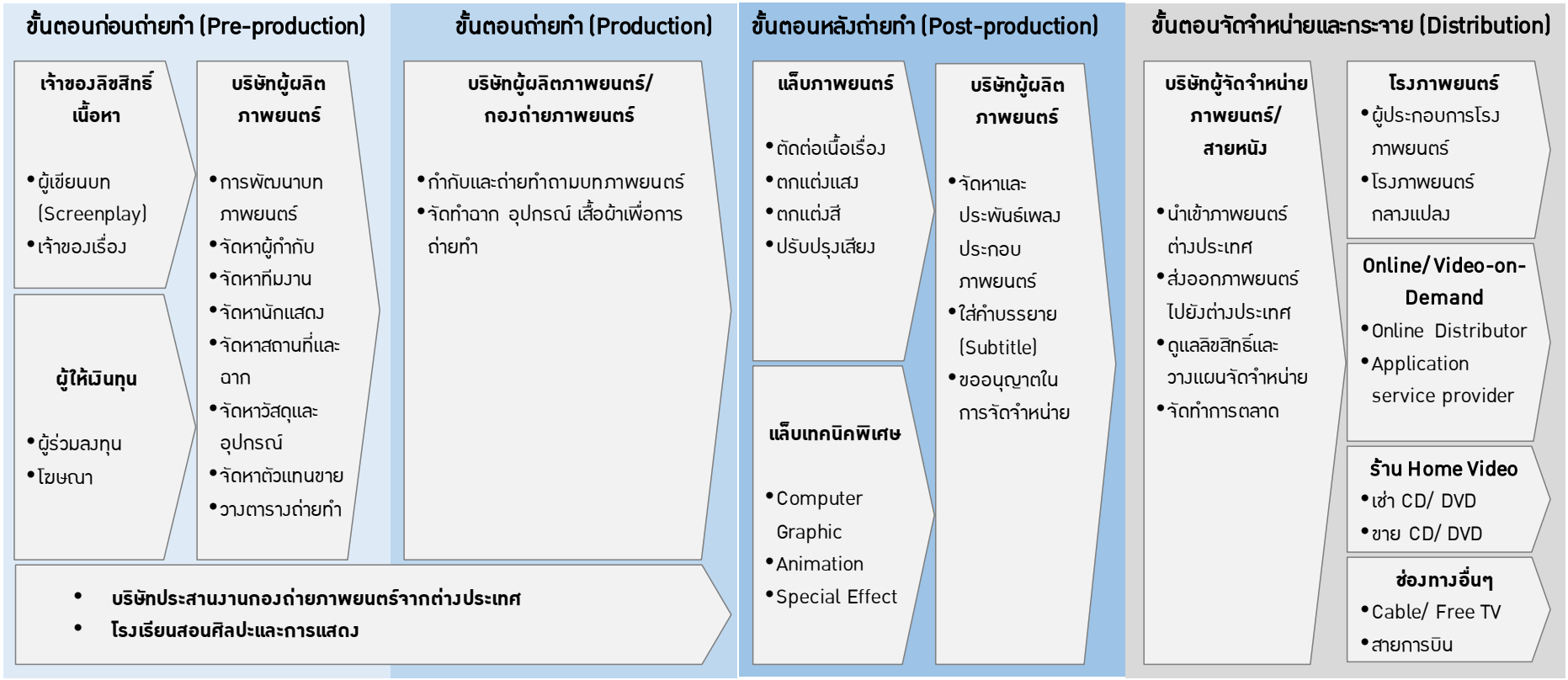
อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภทที่มีความแตกต่างกัน ทั้งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลสถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยทั้งในระดับภาพรวมของอุตสาหกรรม และสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยอย่างถูกต้องและครอบคลุมบริบททั้งสองส่วน การศึกษาในครั้งนี้จึงศึกษาข้อมูลทั้งในรูปแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิจากผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ นอกจากนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยได้อย่างถูกต้อง และทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้ศึกษาครอบคลุมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

การศึกษาในบทนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ กิจกรรมทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากข้อมูลปฐมภูมิ ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

6.1 กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

การศึกษาในครั้งนี้ประยุกต์แนวคิดของ Michael Porter ในการอธิบายกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ภายใต้บริบทของประเทศไทย เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงกิจกรรมและความเชื่อมโยงของกิจกรรมได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ กิจกรรมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) กิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) และกิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) โดยมีกิจกรรมหลักในห่วงโซ่มูลค่าดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 9 ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย



ที่มา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ Vickery and Hawkins และการวิเคราะห์ของบริษัทเอฟฟินิตี้

6.2 ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Study)

การศึกษาในส่วนนี้ครอบคลุมถึงการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากรายงานและสถิติต่างๆ และได้สรุปผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย โดยจากการศึกษานิยาม ขอบเขตและห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย พบว่า กิจกรรมหลักในอุตสาหกรรมประกอบไปด้วย 4 ส่วนได้แก่ กิจกรรมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre-Production) กิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) และกิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) อย่างไรก็ดี เนื่องด้วยกิจกรรมก่อนการถ่ายทำและกิจกรรมถ่ายทำภาพยนตร์มักจะเป็นกิจกรรมเกี่ยวเนื่องซึ่งประกอบโดยผู้ประกอบการรายเดียวกันจึงถูกจัดกลุ่มการวิเคราะห์กิจกรรมทั้ง 2 ส่วนรวมกัน

เพื่อให้การวิเคราะห์ครอบคลุมบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย การศึกษาในครั้งนี้จึงได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย

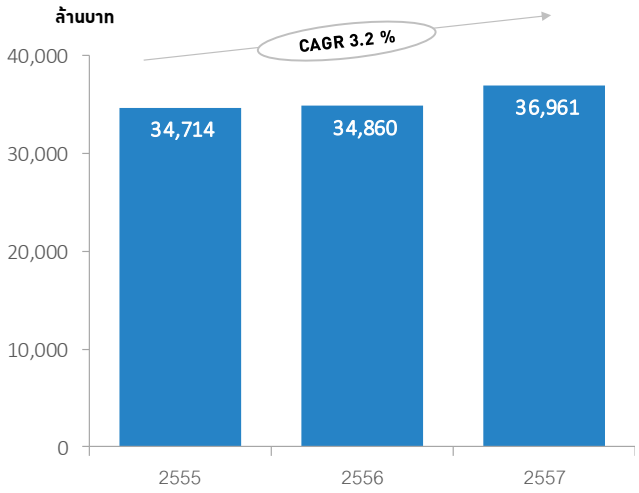
1) <u>สถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย</u>

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยจากบริษัทที่จดทะเบียนกิจการกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ภายใต้ TSIC เป้าหมายทั้ง 10 ประเภทเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศไทยและความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย และการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย

1.1) <u>มูลค่าและจำนวนบริษัทจดทะเบียนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์</u>

ภาพรวมของมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยศึกษาจากมูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และจำนวนผู้ประกอบการที่ได้จดทะเบียนกิจการกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ภายใต้ TSIC ของกลุ่มกิจการเป้าหมาย ทั้งนี้ มูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยในการศึกษานี้ประเมินจากรายได้ของบริษัทนิติบุคคลทั้งหมดที่อยู่ใน TSIC เป้าหมาย โดยอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีประมาณการมูลค่า ดังนี้

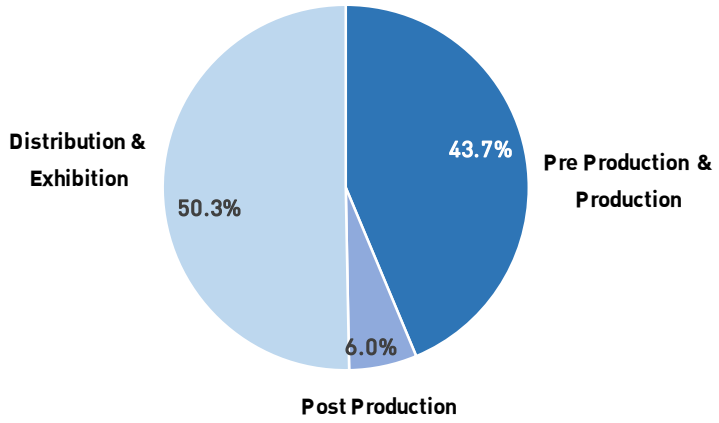
แผนภาพที่ 10 ประมาณการมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ในภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่า 34,714 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2555 และเพิ่มขึ้นเป็น 36,961 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 ทั้งนี้ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2557 คิดเป็น ร้อยละ 3.2 เมื่อพิจารณาตามห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม สัดส่วนของมูลค่าตลาดในกิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution & Exhibition) เป็นกิจกรรมที่มีมูลค่าสูงสุดในกิจกรรมทั้งหมด รองลงมาคือ กิจกรรมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์ และกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre Production & Production) ส่วนกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post Production) เป็นกิจกรรมที่มีมูลค่าตลาดต่ำที่สุด

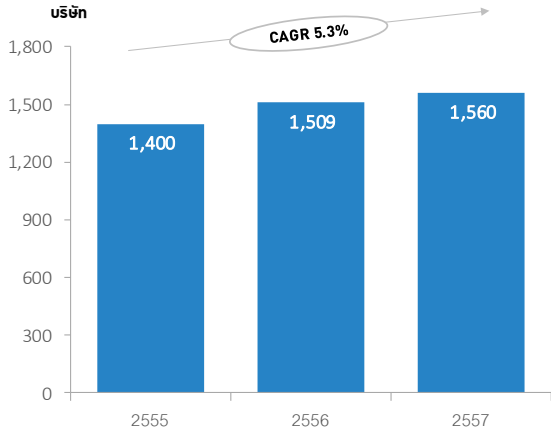
แผนภาพที่ 11 สัดส่วนของมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามห่วงโซ่มูลค่า



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

จากมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 36,961 ล้านบาท สัดส่วนมูลค่าของกิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ (Distribution & Exhibition) คิดเป็นร้อยละ 50.3 หรือ ประมาณ 18,590 ล้านบาท ส่วนสัดส่วนกิจกรรมก่อนถ่ายทำภาพยนตร์ และกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ (Pre Production & Production) คิดเป็นร้อยละ 43.7 ของมูลค่าทั้งหมด หรือประมาณ 16,150 ล้านบาท ส่วนกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post Production) ซึ่งมีมูลค่าตลาดต่ำที่สุดในอุตสาหกรรม มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.0 หรือประมาณ 2,230 ล้านบาทเท่านั้น

แผนภาพที่ 12 จำนวนบริษัทจดทะเบียนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์



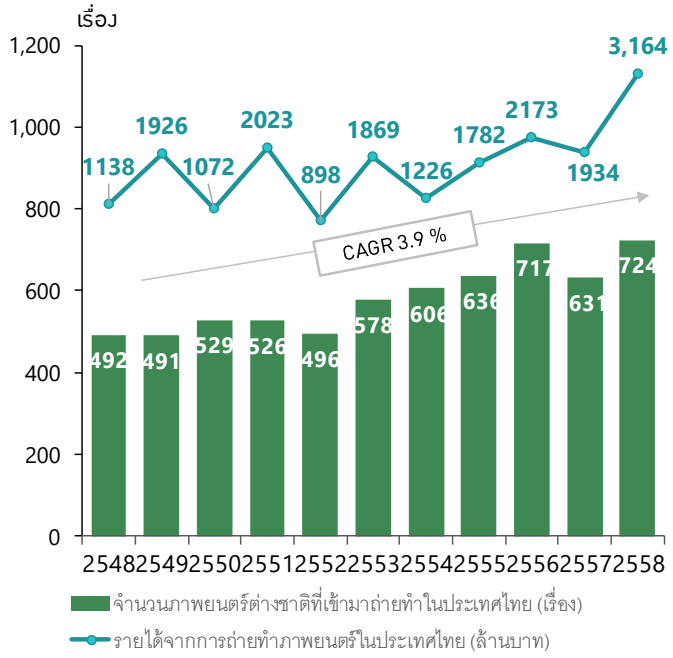
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เมื่อพิจารณาในด้านของจำนวนบริษัทจดทะเบียนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ก็มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นสอดคล้องกับมูลค่าตลาดเช่นกัน โดยในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนบริษัทจดทะเบียนในอุตสาหกรรม จำนวน 1,400 บริษัท และ เพิ่มขึ้นเป็น 1,560 บริษัท ในปี พ.ศ. 2557 ทั้งนี้ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2557 คิดเป็น ร้อยละ 5.3

1.2) ภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศไทยและความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย

นอกจากมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และจำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แล้ว ยังศึกษาข้อมูลของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยเพิ่มเติม โดยศึกษาทั้งในเชิงจำนวนและรายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทย ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

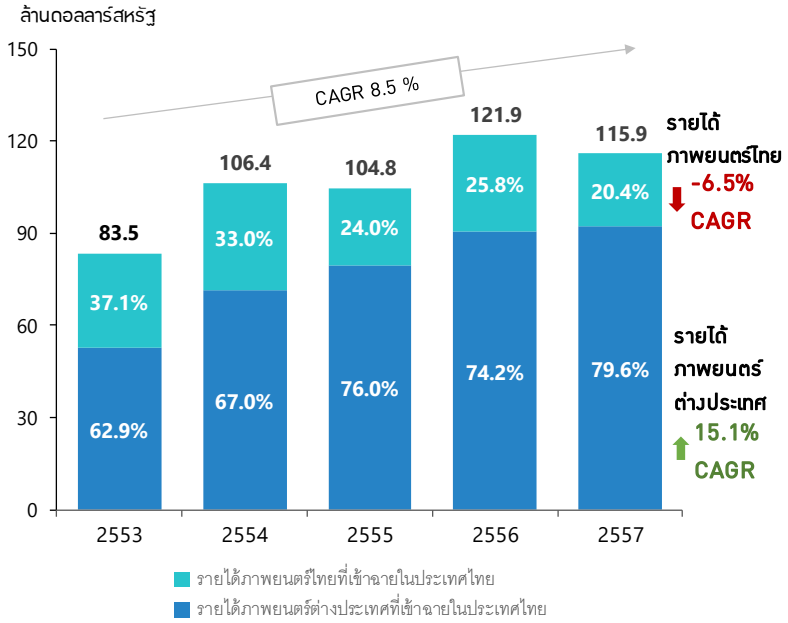
แผนภาพที่ 13 จำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยจำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์



ที่มา: Major Cineplex

ส่วนการพิจารณาถึงจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์กว่าร้อยละ 80 เป็นภาพยนตร์ต่างชาติเกือบทั้งสิ้น โดยภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย มีจำนวนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 19.6 หรือคิดเป็น 10-20 เรื่องเท่านั้น โดยภาพรวมแล้ว จำนวนภาพยนตร์ที่เข้ามาฉายในประเทศไทยมีการหดตัวลงในช่วงปี 2548 – 2557 โดยมีจำนวนภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศอยู่ในช่วง 216-285 เรื่อง และกลับมาเพิ่มจำนวนมากขึ้นเป็น 376 เรื่องในปี 2558

แผนภาพที่ 14 รายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยจำแนกตามสัญชาติของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์



ที่มา: ภาพยนตร์ 50 อันดับแรกจาก Box Office Mojo และการวิเคราะห์ของบริษัทเอฟฟินิตี้

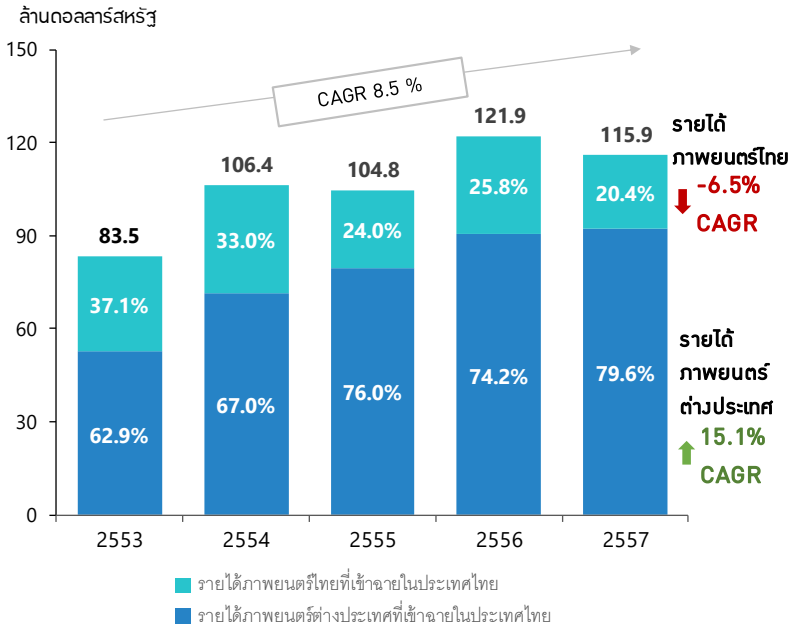
ส่วนรายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยในภาพรวมทั้งหมดนั้น มีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี โดยในปี 2553 มูลค่ารายได้ของภาพยนตร์ทั้งหมดที่เข้าฉายในไทย คิดเป็น 83.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นเป็น 115.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2557

โดยเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนรายได้แล้ว พบว่า สัดส่วนรายได้จากภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้าฉายในไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น โดยคิดเป็นร้อยละ 15.1 ต่อปี ขณะเดียวกัน รายได้จากภาพยนตร์ไทยเองกลับมีรายได้ที่ต่ำลง โดยคิดเป็นอัตราการหดตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี โดยเฉพาะในปี 2557 มีสัดส่วนรายได้ที่ลดตัวลงเป็นอย่างมาก จากเดิมมีสัดส่วนรายได้ถึงร้อยละ 37.1 ในปี 2553 กลับเหลืออัตราส่วนของรายได้เพียงร้อยละ 20.4 เท่านั้น ในปี 2557

1.3) <u>การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย</u>

ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งสถานที่เป้าหมายในการถ่ายทำภาพยนตร์จากกองถ่ายภาพยนตร์จากต่างประเทศ เนื่องจากข้อได้เปรียบหลายประการในการเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำ อาทิ ประเทศไทยมีสถานที่ถ่ายหนังที่หลากหลายทั้งภูเขา ทะเล และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ค่าครองชีพและค่าแรงของบุคลากรสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยค่อนข้างถูกในเชิงเปรียบเทียบกับต่างประเทศที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน รวมถึงยังมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นสถานที่พักผ่อนต่อเนื่องภายหลังจากถ่ายทำภาพยนตร์

แผนภาพที่ 15 จำนวนและรายได้จากกองภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย



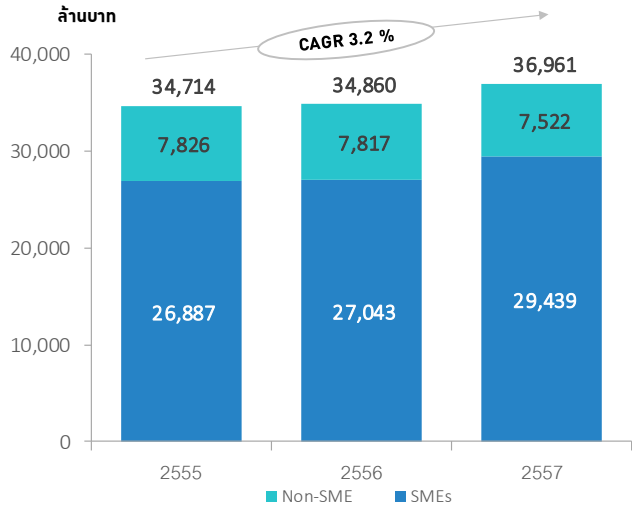
ที่มา: กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ

ประเทศไทยได้รับความนิยมในการเลือกเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์จากกองภาพยนตร์ต่างประเทศมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในเชิงจำนวนภาพยนตร์และทั้งในแง่ของรายได้จากกองภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย โดยมีจำนวนภาพยนตร์ต่างชาติที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยจำนวน 724 เรื่อง ในปี 2558 โดยเพิ่มขึ้นจากจำนวน 492 เรื่องในปี 2548 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.9 ต่อปี และมีรายได้จากการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทยสูงถึง 3,164 ล้านบาท ในปี 2558 จากรายได้ในปี 2548 ซึ่งมีเพียง 1,138 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10.8 ต่อปี หากแต่เมื่อพิจารณาถึงรายได้ในช่วงปี 2548-2558 แล้ว จะเห็นได้ว่า รายได้จากการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย มีมูลค่าไม่คงที่ และไม่สอดคล้องกับจำนวนภาพยนตร์ที่ถ่ายทำเท่าที่ควรนัก ทั้งนี้ เกิดจากการที่ภาพยนตร์ต่างชาติบางเรื่องมีการนำเจ้าหน้าที่หรืออุปกรณ์การถ่ายทำเข้ามาเอง โดยไม่มีการจ้างงาน หรือเช่าอุปกรณ์ในประเทศ อีกทั้งยังมีการจำกัดต้นทุนในการถ่ายทำอีกด้วย

2) <u>สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย</u>

เพื่อเข้าใจถึงสถานการณ์การพัฒนาของ SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้อย่างถูกต้อง จึงวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิของมูลค่าของอุตสาหกรรม และจำนวนผู้ประกอบการเฉพาะ SME ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อแยกแยะสถานการณ์ของผู้ประกอบการ SME ออกจากผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่

แผนภาพที่ 16 ประมาณการมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ในภาพรวมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในไทย มีมูลค่าโดยรวมอยู่ที่ 36,961 ล้านบาท ในปี 2557 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 3.2 ทั้งนี้ เมื่อแยกพิจารณาเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า สัดส่วนมูลค่าถึงร้อยละ 79.6 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด หรือคิดเป็น 29,439 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2557 แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการ SME มีอัตราการขยายตัวต่อปี (CAGR) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่ที่เฉลี่ยร้อยละ 4.6 ต่อปี ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่กลับมีรายได้ลดลง ในอัตราร้อยละ 2 ต่อปี

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามขนาด

ขนาดของวิสาหกิจ[4]	2555	2556	2557
S	1,372	1,481	1,527
M	19	20	27
L	9	8	6
รวม	**1,400**	**1,509**	**1,560**

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เมื่อพิจารณาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำแนกตามขนาดของกิจการพบว่า ผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีจำนวนเพียง 6 ราย ในปี 2557 ซึ่งมีจำนวนลดลงจากปี 2555 ที่มีถึง 9 ราย

4 กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (S) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (M) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท และกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (L) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 200 ล้านบาท

6.3 ผลการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Study)

เพื่อให้การศึกษาสถานการณ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ครอบคุลมสถานการณ์ในปัจจุบัน ได้ทำการสำรวจด้วยกระบวนการวิจัยแบบปฐมภูมิในรูปแบบต่างๆ ทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยด้วยแบบสอบถาม ตลอดจนจัดการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็น และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย

การศึกษาครั้งนี้ได้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในทุกกลุ่มตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบและกำกับดูแลกิจการในอุตสาหกรรม ตลอดจนภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยได้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด 21 คน

เพื่อให้ผลการศึกษาสถานการณ์ในการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นจริงในมุมมองของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การศึกษาครั้งนี้จึงได้สำรวจสถานภาพ ระดับการพัฒนาและปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากผู้ประกอบการทั้งหมด 224 ราย[5] ภายใต้กรอบในการวิเคราะห์หลักคือทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์ (Diamond Model)

รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยเพื่อรับฟังข้อมูลความเห็นและข้อเสนอแนะการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบปฐมภูมิทั้งสามส่วนข้างต้น สามารถสรุปข้อมูลและผลการศึกษาข้อมูลออกมาเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ระดับการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

6.3.1 ระดับการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

เพื่อให้เข้าใจถึงสถานะในการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย จึงได้ทำการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และขั้นตอนกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์เพื่อวิเคราะห์ระดับการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยระดับการพัฒนาในการศึกษาครั้งนี้ได้นำกรอบในการวิเคราะห์ของ Diamond Model เข้ามาประยุกต์ใช้และแบ่งออกเป็น 5 มิติได้แก่ กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ปัจจัยการผลิต อุปสงค์อุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

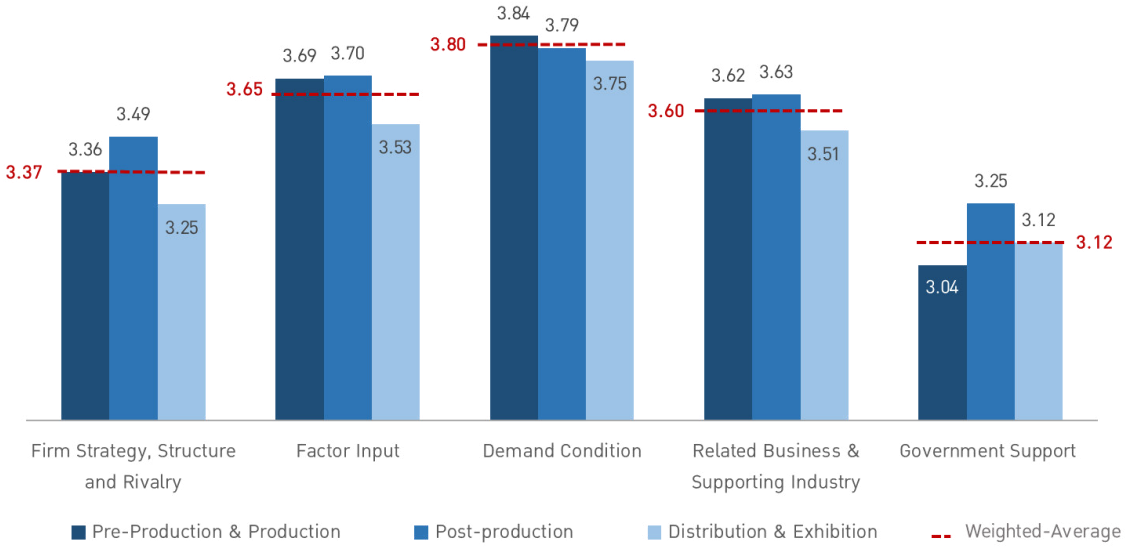
ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งในภาพรวมและรายกิจกรรม การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ผลการสำรวจออกเป็น 2 ส่วนหลักได้แก่ ระดับการพัฒนาโดยรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย และระดับการพัฒนาจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ของ Diamond Model

[5] จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทยที่สามารถสะท้อนถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้ โดยมีระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 และอัตราความคลาดเคลื่อนร้อยละ 10

1) ระดับการพัฒนาโดยรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

จากการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 224 รายซึ่งครอบคลุมผู้ประกอบการทั้งในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และขั้นตอนการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ด้วยกรอบ Diamond Model ซึ่งมีมิติในการวิเคราะห์จำนวน 5 มิติด้วยกัน ได้แก่ มิติด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน มิติด้านปัจจัยการผลิต มิติด้านอุปสงค์ มิติด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และมิติด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

แผนภาพที่ 17 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมในแต่ละด้านของกรอบ Diamond Model



จากการสำรวจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยในแต่ละมิติ พบว่า มิติที่มีความพร้อมสูงสุด คือ ด้านอุปสงค์ ซึ่งมีระดับความพร้อมอยู่ในระดับที่ดี มีค่าคะแนนอยู่ที่ 3.8 คะแนน เนื่องจากตลาดมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ อีกทั้ง พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้บริโภคนิยมชมภาพยนตร์ผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น และหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาพยนตร์มากกว่าราคา ส่วนมิติที่มีระดับความพร้อมน้อยที่สุดคือ ด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีระดับความพร้อมอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับมิติด้านอื่นๆ โดยมีค่าคะแนนอยู่ที่ 3.12 คะแนน เนื่องจากในปัจจุบันภาครัฐยังไม่มีการสนับสนุนที่มีความต่อเนื่อง และยังขาดการทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ อีกทั้งกฎหมายการละเมิดลิขสิทธิ์ยังไม่สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

เมื่อพิจารณาแบ่งตามรายกิจกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์พบว่า กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์มีระดับศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาโดยรวมสูงสุด ส่วนในกิจกรรมการเผยแพร่ภาพยนตร์มีศักยภาพในการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับต่ำที่สุด

2) ระดับการพัฒนาจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ของ Diamond Model ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย

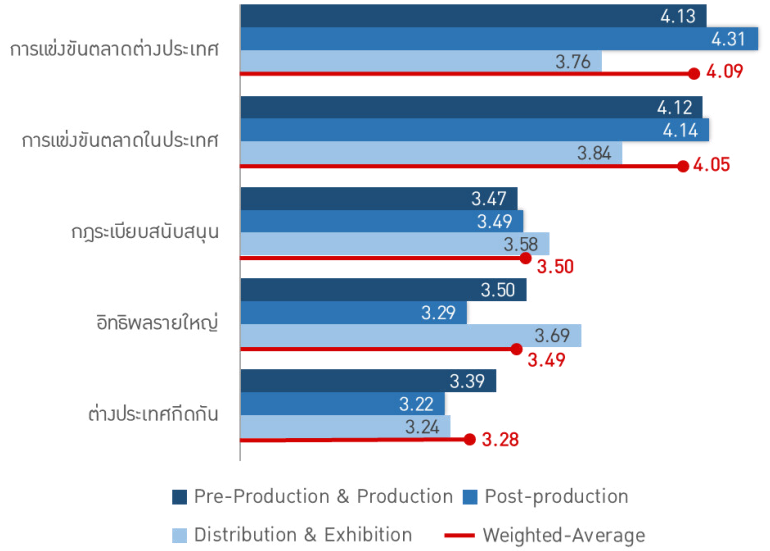
จากกรอบ Diamond Model ข้างต้น การศึกษาในครั้งนี้ได้วิเคราะห์แยกในรายมิติของ Diamond Model ซึ่งประกอบไปด้วย 5 มิติได้แก่มิติด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน มิติด้านปัจจัยการผลิต มิติด้านอุปสงค์ มิติด้าน

อุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และมิติด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีผลการวิเคราะห์ระดับความพร้อมในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าดังต่อไปนี้

2.1) ระดับการพัฒนาจำแนกตามมิติด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

สำหรับมิติด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งหมด 5 ประเด็น ได้แก่ ระดับการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ระดับการแข่งขันในตลาดของประเทศไทย กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ อิทธิพลของผู้ประกอบการรายใหญ่ และการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศ โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 18 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

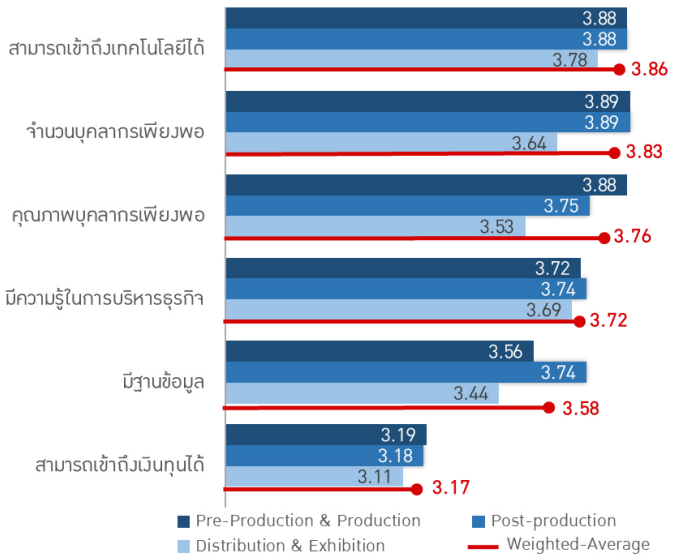


ผลจากการสำรวจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ตามมิติด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน พบว่ามีระดับการพัฒนาอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมในมิตินี้อยู่ที่ 3.37 คะแนน โดยระดับการแข่งขันระหว่างตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศไทยแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย สำหรับระดับการแข่งขันของตลาดในประเทศไทยนั้นมีคะแนนอยู่ที่ 4.05 คะแนน ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีระดับการแข่งขันสูงกว่า มีคะแนนเฉลี่ยอุตสาหกรรมอยู่ที่ 4.09 คะแนน และมีระดับการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศค่อนข้างต่ำ มีคะแนนเฉลี่ยอุตสาหกรรมเพียง 3.28 คะแนน เนื่องจากในประเทศที่มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่เข้มแข็ง มักมีการแข่งขันที่เสรี ทำให้มีการแข่งขันสูง ภาพยนตร์ที่สามารถแข่งขันในตลาดเหล่านี้ได้จึงมักเป็นภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ มีภาพยนตร์ไทยเพียงน้อยรายเท่านั้น ที่สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ โดยภาพยนตร์เหล่านั้นจะต้องไม่ขัดต่อวัฒนธรรมของตลาดเป้าหมายซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกับประเทศไทย

2.2) ระดับการพัฒนาจำแนกตามมิติด้านปัจจัยการผลิต

สำหรับมิติด้านปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งหมด 6 ประเด็น ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี จำนวนบุคลากรที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด คุณภาพของบุคลากรในสายอาชีพ ความรู้ในการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการ ความพร้อมของฐานข้อมูลอุตสาหกรรม และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 19 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านปัจจัยการผลิต



จากการสำรวจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยในมิติด้านปัจจัยการผลิตจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า ระดับการพัฒนาโดยรวมของอุตสาหกรรมในมิตินี้มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 คะแนน โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ อุตสาหกรรมมีความพร้อมในปัจจัยด้านบุคลากรที่มีจำนวนเพียงพอและมีคุณภาพเหมาะสม อีกทั้งยังมีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิตต่างๆ ได้ แต่อุปสรรคสำคัญคือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยจากทั้งอุตสาหกรรมต่อประเด็นนี้เพียง 3.17 คะแนน โดยในปัจจุบันทุนสร้างภาพยนตร์และจำนวนภาพยนตร์ไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทยในปัจจุบันมีความเสี่ยงในการลงทุนสูง รวมถึงไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนจากสถาบันการเงิน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

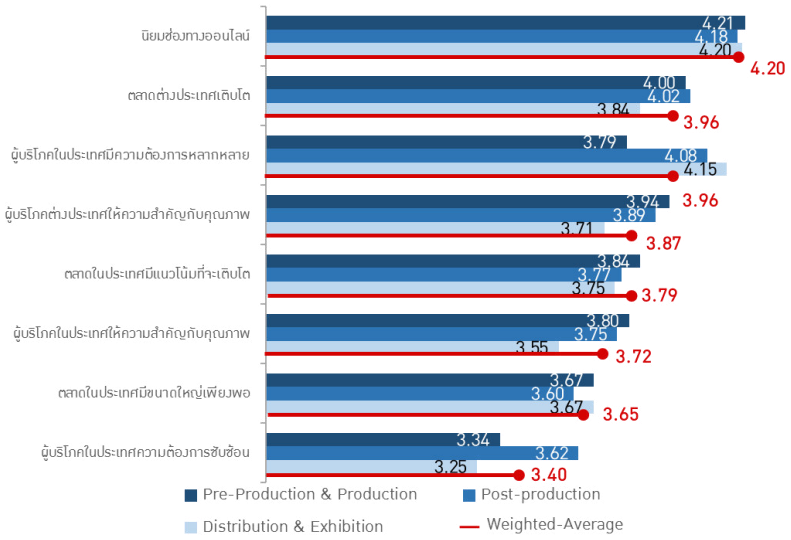
2.3) ระดับการพัฒนาจำแนกตามมิติด้านอุปสงค์

สำหรับมิติด้านอุปสงค์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วยประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งหมด 8 ประเด็นได้แก่ ความนิยมในการรับชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางออนไลน์ อัตราการเติบโตของตลาดต่างประเทศ อัตราการเติบโตของตลาดในประเทศ ขนาดตลาดในประเทศ ความต้องการภาพยนตร์ที่หลากหลาย[6]ของผู้บริโภค ความต้องการความซับซ้อน[7]ของผู้บริโภค การให้ความสำคัญกับคุณภาพของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

[6] ความหลากหลายของภาพยนตร์ หมายถึง การที่ตลาดมีประเภทของภาพยนตร์ต่างๆ จำนวนมาก หรืออีกนัยหนึ่งคือการที่ผู้บริโภคมีตัวเลือกภาพยนตร์หลายประเภทให้เลือกรับชม เช่น ตลก ผี โรแมนติก แอคชั่น ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สารคดี เป็นต้น

[7] ความซับซ้อนของภาพยนตร์ หมายถึง เนื้อหาของภาพยนตร์มีความซับซ้อน มีปมปัญหาในภาพยนตร์หลายปมซึ่งไม่สามารถคาดเดาเนื้อเรื่องได้ง่าย

แผนภาพที่ 20 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านอุปสงค์

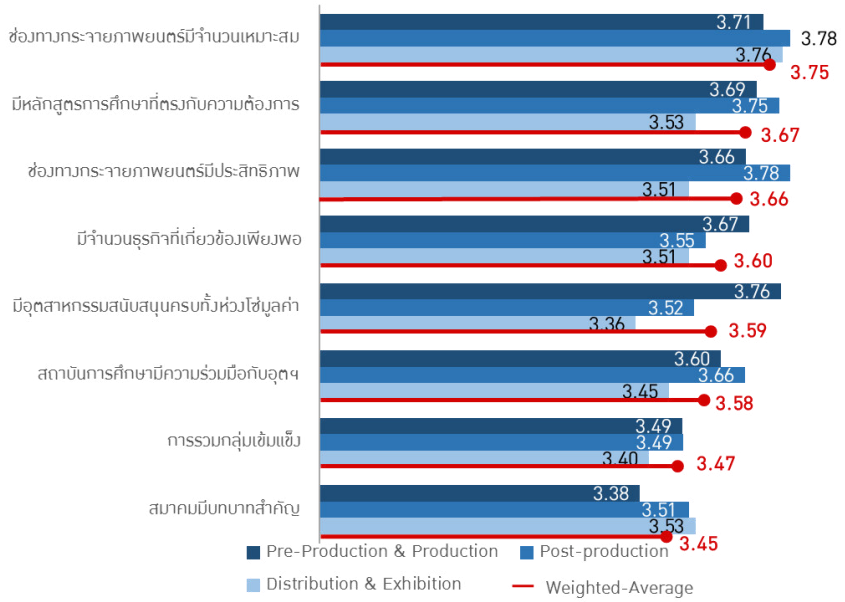


จากการสำรวจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยในมิติด้านอุปสงค์จากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า ระดับศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมในมิตินี้อยู่ที่ 3.8 คะแนน สำหรับประเด็นในมิติด้านอุปสงค์ที่มีความน่าสนใจ คือ การที่ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น มีค่าคะแนนสูงถึง 4.2 คะแนน ทั้งในช่องทางที่ถูกกฎหมายผ่านผู้ให้บริการ Video-on-Demand และช่องทางที่ละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากมีความสะดวกสบายกว่าการชมที่โรงภาพยนตร์หรือซื้อแผ่นวีดิทัศน์มาชม และจากการสำรวจยังพบว่าผู้บริโภคชาวไทยต้องการชมภาพยนตร์ที่มีความซับซ้อนไม่มากนักเห็นได้จากคะแนนเพียง 3.4 คะแนน เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยนั้นมักเป็นการชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง ต้องการเนื้อหาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย มีความซับซ้อนน้อย

2.4) ระดับการพัฒนาจำแนกตามมิติด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ด้านอุตสาหกรรมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งหมด 8 ประเด็นได้แก่ จำนวนช่องทางการกระจายภาพยนตร์ในประเทศ ประสิทธิภาพของช่องทางการกระจายภาพยนตร์ จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวนอุตสาหกรรมสนับสนุนตามห่วงโซ่มูลค่า ความเข้มแข็งของการร่วมกลุ่มของผู้ประกอบการ บทบาทของสมาคมต่างๆ ความเหมาะสมของหลักสูตรทางการศึกษา และความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 21 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

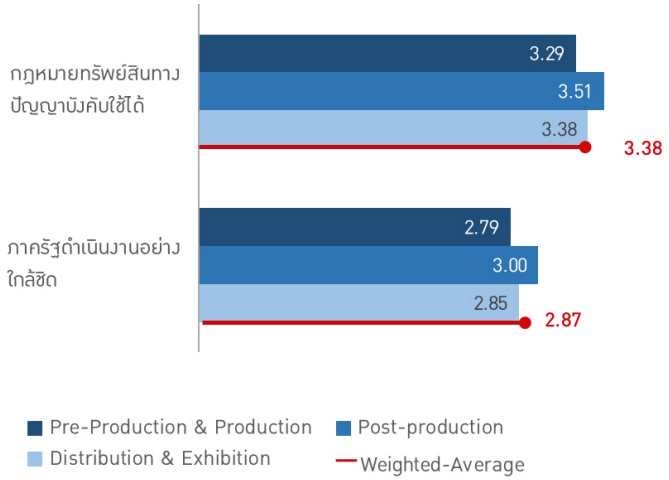


จากการสำรวจอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยพบว่า ระดับการพัฒนาโดยรวมในมิตินี้มีค่าคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ที่ 3.6 คะแนน โดยมีจำนวนช่องทางการกระจายภาพยนตร์ที่เหมาะสม ซึ่งประเด็นของช่องทางการกระจายภาพยนตร์มีค่าคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ที่ 3.75 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมต่อประสิทธิภาพของช่องทางการกระจายภาพยนตร์อยู่ที่ 3.66 คะแนน โดยในปัจจุบันนี้ นอกจากช่องทางในส่วนของโรงภาพยนตร์แล้ว ยังมีช่องทางผ่านผู้ให้บริการ VoD ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทย มีธุรกิจการกระจายภาพยนตร์ช่องทางอื่น นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ที่สามารถช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ประกอบการ SME นั้น สมาคมที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้มีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมมากเท่าที่ควร มีคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมต่อประเด็นนี้อยู่ที่ 3.45 คะแนน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังไม่มีการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง มีคะแนนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมโดยรวมต่อประเด็นนี้อยู่ที่ 3.47 คะแนน เนื่องจากการรวมกลุ่มในปัจจุบันเป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการที่มีขนาดใหญ่เป็นหลัก ยังขาดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ SME อยู่

2.5) ระดับการพัฒนาจำแนกตามมิติด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

ด้านการสนับสนุนของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วยประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งหมด 2 ประเด็นได้แก่ การบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา และประสิทธิภาพการดำเนินงานของภาครัฐ โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 22 ระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมด้านบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ



จากการสำรวจอุตสาหกรรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในระดับศักยภาพด้านของการสนับสนุนของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีคะแนนค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมโดยรวมในมิตินี้อยู่ที่ 3.12 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับระดับศักยภาพในมิติอื่นๆ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจในการพิจารณาคือ การบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่อประเด็นนี้อยู่ที่ 3.38 คะแนน และการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งมีคะแนนค่าเฉลี่ยต่อประเด็นนี้อยู่ที่ 2.87 คะแนน เนื่องจากการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในปัจจุบันนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังขาดการดูแลและสนับสนุนอย่างใกล้ชิดจากภาครัฐ

โดยข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสถานภาพ และระดับการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในมุมมองของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านแบบสำรวจ อย่างไรก็ตามข้อมูลดังกล่าวเน้นเพียงข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น จึงต้องมีการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพิ่มเติม ผ่านการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และการจัดประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นซึ่งมีผลการศึกษาอยู่ในส่วนถัดไป

6.3.2 ประเด็นสำคัญต่อการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย

นอกจากการศึกษาเพื่อให้ได้ทราบถึงระดับการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยแล้ว การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิยังเป็นกระบวนการศึกษาวิจัยที่ทำให้ทราบถึงสถานภาพ ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนประเด็นที่มีความสำคัญในการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อีกด้วย จากการศึกษาวิจัยด้วยการเก็บรวมรวบข้อมูลปฐมภูมิทั้งจากการสัมภาษณ์ การสำรวจผู้ประกอบการด้วยแบบสอบถาม และการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความเห็นที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญออกเป็นทั้งหมด 9 ประเด็นได้แก่ ทรัพยากรบุคคล บทบาทและการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โครงสร้างของตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ ความร่วมมือกับต่างประเทศ โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1) ทรัพยากรบุคคล

สถานภาพทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในปัจจุบันนั้น ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนบุคลากรในสายอาชีพภาพยนตร์ในภาพรวมเพียงพอ ระดับความสามารถของบุคลากรส่วนมากยังไม่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล จากการสำรวจพบว่า ทักษะความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ที่ได้จากการศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่สอดคล้องและไม่ตรงกับทักษะที่ผู้ผลิตภาพยนตร์มืออาชีพต้องการ และประเทศไทยไม่มีสถาบันการศึกษาเฉพาะทางสำหรับสายอาชีพการผลิตภาพยนตร์ นอกจากนี้บุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ยังขาดทักษะภาษาต่างประเทศซึ่งใช้ในการเจรจาธุรกิจกับต่างประเทศ และบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสายงานภาพยนตร์ที่มีประสบการณ์และมีชื่อเสียงในระดับสากลส่วนน้อยเท่านั้นที่กลับมาถ่ายทอดประสบการณ์ ทักษะและความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอ แต่เมื่อพิจารณาเพียงกิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ พบว่ายัง**ขาดบุคลากรที่ทำหน้าที่เขียนบทภาพยนตร์ ที่มีความสามารถและความคิดสร้างสรรค์เนื่องจากค่าตอบแทนที่ได้รับจากการเขียนบทภาพยนตร์น้อยกว่าค่าตอบแทนจากการเขียนบทซีรีส์ หรือบทโฆษณา** ซึ่งใช้ทักษะใกล้เคียงกัน แต่ใช้เวลาน้อยกว่ามาก ส่วนหลักสูตรการศึกษาด้านภาพยนตร์ในปัจจุบันเน้นการสร้างองค์ความรู้ภาพรวมในด้านทฤษฎี และ**หลักสูตรยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการผลิตภาพยนตร์** ผู้สำเร็จการศึกษาขาดประสบการณ์ในเชิงปฏิบัติ หรือไม่สามารถนำบทเรียนมาประยุกต์ใช้ได้ในการทำงานจริง อีกทั้งประเทศไทยไม่มีการจัดตั้งสถาบันการศึกษาเฉพาะทางสำหรับการผลิตภาพยนตร์โดยเฉพาะ ส่วนบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและมีชื่อเสียงในระดับสากล มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่กลับมาถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ ทำให้ขาดการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่ตอบโจทย์ความต้องการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จึงทำให้ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและตรงกับความต้องการของตลาด เช่น นักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ นักทำเทคนิคพิเศษระดับสูงสำหรับกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นต้น

นอกจากทักษะที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์แล้ว ทักษะด้านภาษาถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า ขยายตลาด และฐานลูกค้าในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม **บุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในปัจจุบันยังขาดทักษะทางด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ** ทำให้ไม่สามารถเจรจาธุรกิจซื้อขายหรือจ้างงานด้านภาพยนตร์ระหว่างประเทศได้สะดวกนัก หรืออาจทำให้เกิดการเสียเปรียบในการเจรจา

2) บทบาทและการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ

ในปัจจุบันนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ถูกกำหนดโดยหน่วยงานภาครัฐซึ่งยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ไม่ทราบถึงศักยภาพที่แท้จริงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และไม่ทราบความต้องการของภาคเอกชน ทำให้**นโยบายและแผนงานต่างๆ ที่กำหนด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและส่งเสริมผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร** นอกจากนี้นโยบายต่างๆ รวมถึงทิศทางการพัฒนาอาจไม่ตรงกับศักยภาพที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยนโยบายและแผนงานต่างๆ ยังเป็นนโยบายและแผนงานเชิงควบคุมและกำกับอุตสาหกรรม มากกว่าการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ในส่วนของการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์นั้น ยังไม่มีองค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการสนับสนุนและดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยเฉพาะในปัจจุบัน**อำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ กระจายอยู่ในหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน**ด้วยกัน เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ซึ่งการกระจายความรับผิดชอบเหล่านี้ ทำให้การดำเนินการในกระบวนการต่างๆ มีความซับซ้อนและใช้เวลานานมากขึ้น เช่น

การขออนุญาตการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ทั้งในประเทศไทยและผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยดำเนินงานได้ยากขึ้น

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการอำนวยความสะดวกในการถ่ายทำภาพยนตร์สำหรับกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในหลายส่วนจากกองกิจการภาพยนตร์ต่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว ในรูปแบบการบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จครบวงจร (One Stop Service: OSS) ทั้งการขอใบอนุญาตทำงาน การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ฯลฯ แต่ยัง**มีกิจกรรมที่ต้องขออนุญาตเพิ่มเติมอีกหลายส่วน และต้องขออนุญาตจากหลายหน่วยงาน** เช่น การขออนุญาตปิดถนนเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์ การขอถ่ายทำภาพยนตร์ที่ติดฉากพระบรมมหาราชวัง ซึ่งโดยกระบวนการขออนุญาตถ่ายทำเหล่านี้ต้องขออนุญาตจากหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละส่วน ทั้งองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบถนนในพื้นที่ที่ขออนุญาต และสำนักพระราชวังที่กำกับดูแลฉากภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระบรมมหาราชวัง เป็นต้น

3) ฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม

ข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ซึ่งข้อมูลที่จำเป็น เช่น ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรม รายชื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม สถิติการสร้างและการฉายภาพยนตร์ของไทย หรือข่าวสารการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นต้น **ในปัจจุบันมีเพียงเว็บไซต์ของกองกิจการภาพยนตร์สังกัดกรมการท่องเที่ยวที่มีการรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไว้เพียงบางส่วน แต่ยังขาดการดูแลและพัฒนาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง** ทำให้ผู้ประกอบการส่วนมากต้องอาศัยฐานข้อมูลจากต่างประเทศ เช่น IMDB และ Boxofficemojo ซึ่งมีการเก็บรวบรวมและทำสถิติออกมาอย่างเป็นทางการ และมีการพัฒนาข้อมูลตลอดเวลา หรือต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากแหล่งต่างๆ นอกจากนี้ ในส่วนของข้อมูลจากภาครัฐนั้น **ผู้ประกอบการส่วนมากไม่ทราบช่องทางที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลและข่าวสารของภาครัฐ** อาทิ โครงการ สิทธิประโยชน์ หรือกฎระเบียบสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ทำให้มีผู้ประกอบการบางส่วนไม่ทราบถึงโครงการสนับสนุนที่ภาครัฐมีให้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยที่ต้องการการสนับสนุนจากทางภาครัฐเป็นพิเศษ

นอกจากนี้ กระบวนการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต้องอาศัยการทำการศึกษาและวิจัยข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อให้บทภาพยนตร์มีความสมจริง เช่น ฉากการผ่าตัดหรือการรักษาในโรงพยาบาล วัฒนธรรมท้องถิ่นของฉากในภาพยนตร์ เป็นต้น รวมถึงต้องมีการศึกษาความต้องการของตลาด เพื่อที่จะสามารถผลิตภาพยนตร์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งผู้ประกอบการในธุรกิจภาพยนตร์ขนาดใหญ่มักมีผู้ดูแลรับผิดชอบในส่วนของการศึกษาและวิจัยเพื่อการทำบทภาพยนตร์ที่ชัดเจน และมีการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยมักประสบปัญหากับการศึกษาข้อมูล เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนหรือมีบุคลากรไม่เพียงพอ และไม่มีหรือไม่ทราบช่องทางการเข้าถึงข้อมูลหรืองานวิจัยต่างๆ

ในส่วนของนวัตกรรมการผลิตภาพยนตร์ ถึงแม้ว่าบุคลากรไทยจะมีความสามารถและความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์ และมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิตภาพยนตร์ แต่**ยังไม่มีการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมการผลิตภาพยนตร์ด้วยตนเองมากเท่าที่ควร รวมถึงการต่อยอดนวัตกรรมและองค์ความรู้เดิม** เช่น การสร้างสรรค์บทหรือรูปแบบการถ่ายทำภาพยนตร์ที่ไม่มีมาก่อน เป็นต้น และถึงแม้ว่าจะมีการต่อยอดหรือสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้น **อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยยังขาดการกระจายองค์ความรู้และนวัตกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพโดยรวมของอุตสาหกรรม** เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีช่องทางใดที่ผู้ประกอบการจะสามารถแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกันได้ ทำให้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ไม่สามารถนำมาใช้พัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวมได้

4) ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ถึงแม้ว่า**ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตและสร้างสรรค์งานภาพยนตร์ แต่ส่วนมากยังขาดความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจ** เช่น การวางแผนจัดการการเงิน การทำการตลาด ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งความรู้และทักษะเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมีรายได้และดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น โดยในปัจจุบันผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารธุรกิจเท่าที่ควร ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์อย่างเดียวเท่านั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่มีการวางแผนและจัดสรรเงินทุนสำหรับแต่ละกิจกรรมอย่างเหมาะสม ผู้ผลิตมักใช้เงินทุนส่วนมากไปกับกระบวนการผลิตภาพยนตร์ ทำให้อาจไม่มีเงินทุนพอสำหรับการประชาสัมพันธ์เมื่อภาพยนตร์ผลิตเสร็จแล้ว นอกจากนี้การไม่มีความรู้และทักษะการดำเนินธุรกิจ อาจจะทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย**เสียเปรียบในการเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการรายใหญ่**

นอกจากเรื่องทักษะและความรู้ในการดำเนินธุรกิจแล้ว **ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังไม่มีการรวมกลุ่มที่ชัดเจนและเข้มแข็ง** ทำให้ไม่มีเครือข่ายความร่วมมือที่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อกันและเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น การรวมตัวกลุ่มกันเพื่อขายลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ให้กับผู้ประกอบการ Video-on-Demand เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยแต่ละรายมีปริมาณภาพยนตร์ที่ผลิตจำนวนน้อย ในขณะที่ลักษณะของธุรกิจ Video-on-Demand ผู้ประกอบการต้องการภาพยนตร์จำนวนมากต่อการซื้อขายแต่ละครั้ง หากมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะช่วยสร้างโอกาสในการเผยแพร่ภาพยนตร์ในช่องทางดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในส่วนของกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีปัญหาในการตัดราคากันเองทำให้มาตรฐานของงานต่ำลง หากมีการรวมกลุ่มกันขึ้น จะสามารถช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้

ในส่วนของ**การสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากภาครัฐ มักเป็นโครงการสนับสนุนที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้รับประโยชน์** เช่น การให้เงินสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์จากภาครัฐอย่างเรื่องพระนเรศวร หรือโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการไปออกงานเทศกาลภาพยนตร์ที่ต่างประเทศมักจะเลือกผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ไป เนื่องจากมีความสามารถในการแข่งขันสูง มีความน่าเชื่อถือ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกไป ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้รับโอกาสในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร ขาดช่องทางและโอกาสในการแสดงความสามารถ รวมถึงไม่ได้รับการสนับสนุนที่จะช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้ เนื่องจากมีความเชื่อถือและความสามารถในการแข่งขันด้อยกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่

5) โครงสร้างของตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศ

ถึงแม้ว่ากิจกรรมปลายน้ำส่วนหลักอย่างอุตสาหกรรมโรงภาพยนตร์จะมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่โครงสร้างของตลาดกลับเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จากฐานข้อมูลของ Box Office Mojo รายได้ของภาพยนตร์ 50 อันดับแรกของ Box Office ประเทศไทย พบว่า รายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2553 ถึง 2557 ในอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในรายแหล่งกำเนิดของภาพยนตร์พบว่าภาพยนตร์สัญชาติไทยกลับมีรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการหดตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 6.5 ในช่วงเวลาดังกล่าว ในขณะเดียวกันภาพยนตร์จากต่างประเทศโดยเฉพาะภาพยนตร์จาก Hollywood กลับมีอัตราการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดโดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 15.1 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแสดงถึง**ความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของภาพยนตร์ไทยที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ต่างประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ**

เนื่องด้วยความแตกต่างของเงินทุนสร้างภาพยนตร์ระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศส่งผลให้คุณภาพของภาพยนตร์ทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างมาก และส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังค่านิยมในการชมภาพยนตร์ของคนไทยให้นิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเนื่องจากมีคุณภาพสูงกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์จึงให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ที่มีทุนสร้างมหาศาลจากต่างประเทศ หรือที่เรียกว่า “บล็อกบัสเตอร์ (Blockbuster)” ในตารางการฉายภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์มักจะถูกจองล่วงหน้าโดยภาพยนตร์ในกลุ่มนี้เป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างนานและมีจำนวนจอที่ฉายค่อนข้างมาก ดังนั้น ภาพยนตร์ไทยจึงต้องเลือกฉายในช่วงเวลาที่ไม่ชนกับบล็อกบัสเตอร์เหล่านี้เพื่อให้ไม่ถูกแย่งลูกค้าหลักไป จากการที่ผู้ชมภาพยนตร์นิยมชมภาพยนตร์จากต่างประเทศมากกว่า และโรงภาพยนตร์ให้ความสำคัญกับการฉายภาพยนตร์ที่มีทุนสร้างสูงจากต่างประเทศส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยแข่งขันได้ยากขึ้น นายทุนและบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะไม่แข่งขันกับภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีทุนในการสร้างภาพยนตร์สูง โดยเลือกที่จะ**ลดจำนวนภาพยนตร์ไทยที่ผลิตและลดทุนสร้างภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องลง**เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนสำหรับภาพยนตร์แต่ละเรื่อง

นอกจากนี้ **ประเภทของภาพยนตร์ที่เข้าฉายมีความหลากหลายลดลง**ด้วยเหตุผลทางการตลาด ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการที่จะลดความเสี่ยงจากประเด็นเรื่องเนื้อหาที่แปลกใหม่เกินไปสำหรับคนดู รวมถึง โรงภาพยนตร์ก็มีกลยุทธ์ในการเลือกภาพยนตร์ไปในทิศทางเดียวกัน พยายามเลือกภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีทุนสร้างสูงและมีฐานชื่อเสียงเดิมเป็นหลัก ดังนั้นเนื้อหาของภาพยนตร์ที่เข้าฉายมักจะไม่ได้เป็นแนวคิดใหม่ ส่วนมากจะเกิดจากการทำใหม่จากภาพยนตร์ที่เคยฉายเดิม นิยายเนื้อเรื่องที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว ส่วนการผลิตและเลือกฉายภาพยนตร์ไทยเองก็ประสบปัญหาในทำนองเดียวกัน ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยพยายามที่จะหลีกเลี่ยงการผลิตภาพยนตร์ที่แปลก โดยแนวภาพยนตร์หลักที่ยังคงได้รับความนิยมในการผลิตคือภาพยนตร์แนวตลก ภาพยนตร์แนว Comedy หรือ Romantic Comedy และภาพยนตร์แนวสยองขวัญ หรือ หนังผี

6) กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องและการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมีกฎระเบียบเกี่ยวกับการจัดระดับภาพยนตร์ที่จะเข้าฉายในประเทศไทยที่มีการเปิดกว้างมากขึ้นอย่างไรก็ดี เมื่อวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบกับต่างประเทศแล้ว **ระบบการพิจารณาภาพยนตร์ของประเทศไทยยังค่อนข้างมีความเป็นอนุรักษ์นิยม**มากกว่า และยังไม่เปิดกว้างสำหรับความคิดสร้างสรรค์หรือความแตกต่างเท่าที่ควร โดยเนื้อหาของบทภาพยนตร์บางประเภทที่มีเนื้อหาละเอียดอ่อนยังถูกจำกัดอยู่ในวงแคบ เช่น ภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ไทยที่ไม่สามารถพลิกแพลงหรือนำเสนอในมุมมองที่แตกต่างออกไปจากเดิมได้ หรือภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เป็นต้น ทำให้ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาละเอียดอ่อนบางส่วนถูกจัดอยู่ในประเภทที่ไม่สามารถฉายได้ในประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่กำหนดสัดส่วนระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่ฉายในโรงภาพยนตร์ แต่ยัง**ไม่มีการบังคับใช้กฎหมายกำหนดสัดส่วนระหว่างภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศ** เนื่องจากข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอย่างมาก ซึ่งแตกต่างจากประเทศเกาหลีใต้ที่เคยมีการบังคับใช้กฎหมายกำหนดสัดส่วนอย่างจริงจัง ทำให้รายได้ของภาพยนตร์ในประเทศมีมากขึ้น ส่งผลให้มีการผลิตภาพยนตร์มากขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตามการจะบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว จะต้องมีการศึกษาถึงผลกระทบรอบด้านอย่างละเอียดถี่ถ้วน

นอกจากกฎหมายการกำหนดสัดส่วนที่ไม่ได้มีการบังคับใช้อย่างจริงจังแล้ว **การบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในปัจจุบันยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร**เช่นกัน เห็นได้จากการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และแพร่หลายมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการขยายตัวของเครือข่ายอินเตอร์เน็ตทำให้การละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์สามารถทำได้ง่ายขึ้นผ่านทางช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ช่องทางออนไลน์ดังกล่าวยังได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากการให้เช่าพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ เป็นสาเหตุทำให้ช่องทางการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ออนไลน์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน **การปราบปรามโดยภาครัฐยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการปราบปรามยังไม่มีทักษะและความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี**มากเท่าที่ควร ทำให้การตามจับผู้กระทำผิดกฎหมายเป็นไปได้ยาก อีก

ทั้งผู้ประกอบการที่เสียหายต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทางกฎหมายเอง และต้องใช้เวลานาน จึงทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนหลีกเลี่ยงความยุ่งยากดังกล่าว โดยการไม่ดำเนินคดี ทำให้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ยังแพร่หลายอยู่ในปัจจุบันและไม่ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการละเมิดลิขสิทธิ์โดยผู้บริโภคแล้ว ยังมีการละเมิดลิขสิทธิ์ในส่วนของกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยเป็น**การละเมิดลิขสิทธิ์โดยการใช้ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับกิจกรรมดังกล่าวที่ผิดกฎหมาย เนื่องจากซอฟต์แวร์เหล่านี้มักมีค่าลิขสิทธิ์ค่อนข้างสูง** ผู้ประกอบการรายเล็กจึงไม่สามารถเข้าถึงและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เหล่านี้ได้เอง ดังนั้น ผู้ประกอบการขนาดเล็กจึงเลือกใช้ซอฟต์แวร์ผิดกฎหมายในการประกอบธุรกิจแทน

7) ความร่วมมือกับต่างประเทศ

สถานะปัจจุบันของความร่วมมือระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและให้การสนับสนุนการทำกิจกรรมต่างๆ ในเรื่องดังกล่าว มีเพียงความร่วมมือระหว่างประเทศในระดับองค์กรเท่านั้น เช่น ความร่วมมือด้านการผลิตภาพยนตร์เรื่อง “20 ใหม่ ยูเทิร์นวัย หัวใจรีเทิร์น” ภายใต้ค่าย CJ Major ซึ่งเป็นการจับมือระหว่างระหว่าง CJ E&M Corporation จากประเทศเกาหลีใต้และเครือเมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ของประเทศไทย นอกจากนี้จากการสำรวจขั้นปฐมภูมิพบว่า **ประเทศไทยยังไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ เครือข่ายและข้อตกลงที่ชัดเจนกับองค์กรที่มีบทบาทสำคัญทางด้านภาพยนตร์ในต่างประเทศ** ทั้งที่การมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการผลิตภาพยนตร์นั้นจะช่วยให้สามารถขยายตลาดภาพยนตร์ไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ตกลงทำความร่วมมือร่วมกันได้ง่ายยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน **ในปัจจุบันภาพยนตร์ไทยมักถูกสร้างเพื่อรองรับความต้องการในประเทศเท่านั้น** เนื้อหาจึงมีลักษณะที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงกับบริบทของไทย มิได้ถูกสร้างหรือออกแบบให้เข้าใจได้ในระดับสากลจึงมีข้อจำกัดในการขยายตลาดและส่งออกภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ หากมีความร่วมมือระหว่างประเทศในการผลิตภาพยนตร์จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยให้ก้าวหน้ามากขึ้นและลดข้อจำกัดดังกล่าวลง

ในประเด็นของการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศ ถือเป็นการขยายตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ทั้งยังเป็นช่องทางแสดงความสามารถและประชาสัมพันธ์ผลผลิตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับสากล อย่างไรก็ตาม **ผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่ประสบความสำเร็จในการส่งออกภาพยนตร์** เนื่องจากการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการสร้างภาพยนตร์ไทยที่สามารถแข่งขันได้ และเงินทุนเพิ่มเติมสำหรับการดำเนินการอื่นๆ การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องมีทักษะที่ดีในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพื่อใช้ในการเจรจาธุรกิจกับต่างประเทศ ซึ่งทักษะเหล่านี้มีเพียงผู้ประกอบการส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถทำได้ในระดับดี ทางผู้ประกอบการรายเล็กบางส่วนจึงต้องการความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากภาครัฐในส่วนนี้ เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดที่ทำหน้าที่สนับสนุน หรือช่วยประสานงานที่ชัดเจน ถึงแม้ว่าจะมีการช่วยเหลือบ้างในบางกรณี เช่น การช่วยเหลือจากสถานทูตไทยในต่างประเทศ แต่ยังขาดความต่อเนื่อง และเป็นการช่วยเหลือจากหน่วยงานเดียว **ไม่มีการประสานงานหรือร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน รวมถึงไม่มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน** ทำให้การดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานหนึ่ง แต่เมื่อไปออกงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างประเทศ กลับเป็นอีกหน่วยงานหนึ่งมาดูแลแทน เป็นต้น

นอกจากการส่งออกภาพยนตร์ไทยและการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศจะเป็นผลดีกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แล้ว ยังเป็นผลดีกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม ทำให้มีกองถ่ายภาพยนตร์จากต่างประเทศจำนวนมากสนใจมาถ่ายทำภาพยนตร์ที่ประเทศไทย ดังนั้น ประเทศไทยควรมีการจัดทำข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศที่จริงจัง

มากขึ้น โดยสาเหตุที่ทำให้ประเทศไทยยังไม่มีความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างจริงจังในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นเพราะยัง**ไม่มีกฎหมายหรือสนธิสัญญาใดที่กล่าวถึงความร่วมมือระหว่างประเทศที่จริงจังและชัดเจน** ถึงแม้ว่าจะเคยมีการริเริ่มโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศกับบางประเทศ แต่ผู้เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่ให้ความสนใจและจริงจังมากเท่าที่ควร ทำให้ความร่วมมือดังกล่าวยังไม่เกิดขึ้น แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทยยังมีช่องว่างในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศที่ควรจะได้รับการแก้ไขและพัฒนาต่อไป

8) โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างและการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่มีความพร้อมอยู่ในระดับพอใช้สำหรับโรงถ่ายทำภาพยนตร์ มีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่สามารถรับงานถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลกได้ และโรงถ่ายทำภาพยนตร์บางแห่งอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างไกล ในด้านอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์นั้นถือได้ว่ามีความพร้อม แต่ยังขาดแคลนอุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงซึ่งมีราคาแพงอยู่ ส่วนโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคม ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นส่วนประกอบของกิจกรรมการฉายและกระจายภาพยนตร์ในช่องทางออนไลน์ ถือว่ามีประสิทธิภาพค่อนข้างดี รวมทั้งมีการพัฒนาและยกระดับเครือข่ายสัญญาณอินเตอร์เน็ตที่มีพื้นที่บริการครอบคลุมทั่วประเทศ โดยความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โรงถ่ายทำภาพยนตร์ในไทยมีจำนวนน้อยและส่วนมากเป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สร้างขึ้นเพื่อผลิตผลงานภาพยนตร์ของตนเท่านั้น และมีเพียงโรงถ่ายทำภาพยนตร์จำนวนน้อยเท่านั้นที่สามารถรองรับงานภาพยนตร์ระดับโลกได้ อีกทั้งสถานที่ตั้งโรงภาพยนตร์เหล่านี้มักตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ค่อนข้างไกล รวมถึงการลงทุนสร้างโรงถ่ายทำภาพยนตร์ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้**ผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถลงทุนสร้างโรงถ่ายทำภาพยนตร์ของตนเองได้ในขณะที่ค่าเช่าโรงถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมีราคาค่อนข้างแพง** ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถเข้าถึงสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีมาตรฐานได้

ส่วนอุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ของไทยนั้น ถือได้ว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับสูง มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล อย่างไรก็ตาม**อุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์เหล่านี้มักมีราคาค่อนข้างสูงทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถซื้ออุปกรณ์เป็นของตนเองได้ต้องอาศัยการเช่าอุปกรณ์** ส่วนอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงนั้น ประเทศไทยยังไม่มีอุปกรณ์ดังกล่าวมากพอต่างจากประเทศที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีศักยภาพสูงและได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจะมีอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ที่ทันสมัยเอื้อต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ที่ใช้เทคนิคขั้นสูงที่มีความพร้อมมากกว่า

สำหรับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมในปัจจุบันของประเทศไทยอยู่ในระดับที่มีความพร้อมที่ดี อินเตอร์เน็ตความเร็วสูง (4G) มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวดเร็วและมีความเสถียรมากขึ้น โดยโครงข่ายสัญญาณอินเตอร์เน็ตได้กระจายและครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ อีกทั้งมีระดับราคาค่าบริการที่ถูกลง ทำให้คนส่วนมากสามารถเข้าถึงบริการอินเตอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึง ทำให้**การรับชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางออนไลน์จึงสามารถทำได้ง่ายขึ้น เห็นได้จากการที่มีเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่นสำหรับการเผยแพร่ภาพยนตร์ทั้งช่องทางที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมายเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก** และยังมีจำนวนผู้ชมภาพยนตร์ทั้งทางเว็บไซต์และมือถือเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

9) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

การผลิตและการตลาดของภาพยนตร์ต้องอาศัยเงินลงทุนจำนวนมากและ**ผู้ผลิตภาพยนตร์ไม่สามารถหาเงินทุนจากสถาบันการเงินในรูปแบบปกติอย่างธนาคารและสถาบันการเงินทั่วไปได้** เนื่องจากการประเมินความเสี่ยงของสินเชื่อสำหรับภาพยนตร์นั้นทำได้ยากและมีความเสี่ยงสูง ดังนั้น ผู้ผลิตภาพยนตร์จึงต้องหาช่องทางอื่นในการระดมทุนเพื่อนำมาผลิตภาพยนตร์ โดยช่องทางปกติในการผลิตภาพยนตร์คือ การขอเงินลงทุนจากบริษัทค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ แต่การระดมทุนใน

รูปแบบนี้ บริษัทค่ายภาพยนตร์มีอำนาจต่อรองสูงกว่าผู้ผลิตภาพยนตร์มาก ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์มักจะต้องดำเนินงานภายข้อจำกัดทั้งในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหา และส่วนแบ่งรายได้จากภาพยนตร์

ในปัจจุบัน **ผู้ผลิตภาพยนตร์สามารถระดมทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์ได้ในช่องทางที่หลากหลายขึ้นผ่านช่องทาง Crowdfunding**[8] ทั้งในและต่างประเทศ โดย Crowdfunding ในต่างประเทศที่มีชื่อเสียงและสามารถระดมทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์ได้แก่ Indiegogo Kickstarter ส่วน Crowdfunding ในประเทศไทยก็มีหลายราย เช่น Asiola อย่างไรก็ดี ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทาง Crowdfunding ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องด้วยข้อจำกัดหลายประการ อาทิ ผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการระดมทุนผ่านช่องทางดังกล่าว ผู้ผลิตภาพยนตร์ยังขาดทักษะในนำเสนอเรื่องราวเพื่อระดมทุน รวมถึงชื่อเสียงของผู้กำกับไทยส่วนใหญ่ยังไม่ดึงดูดพอที่จะระดมเงินทุนจำนวนมากเพื่อนำมาผลิตภาพยนตร์ ฯลฯ

นอกจากช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดังกล่าว ในปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนเงินทุนสำหรับกิจกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ คือ กระทรวงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า **การที่ภาครัฐสนับสนุนเงินทุนเป็นเรื่องที่ดี แต่เงินทุนที่สนับสนุนนั้นยังไม่ถูกจัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ผู้ประกอบการอาจมีการได้รับเงินทุนสนับสนุนจริงแต่มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ** เนื่องจากกระทรวงวัฒนธรรมกระจายเงินทุนไปให้ผู้ประกอบการจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงมีความเห็นว่า ภาครัฐอาจต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของการจัดสรรเงินทุนมากกว่าจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุน เพื่อให้เงินทุนถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้การได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐยังทำให้การขอสนับสนุนเงินทุนจากต่างประเทศของผู้ประกอบการง่ายขึ้น เนื่องจากการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

[8] Crowdfunding คือรูปแบบหนึ่งของการระดมทุน ที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจของมวลชนที่ได้ช่วยกันสนับสนุนจนทำให้โปรเจคเกิดขึ้นจริง โดยเจ้าของไอเดียเริ่มไอเดียสร้างสรรค์ขึ้นมา ตั้งเป้าหมายของการระดมทุน จากนั้นจึงเริ่มแคมเปญระดมทุนคราวด์ฟันดิ้ง และแชร์แคมเปญออกไปเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนหมู่มาก ผู้ที่สนใจและอยากเห็นไอเดียนั้นเป็นจริง สามารถเข้ามาร่วมสนับสนุนได้ และมากกว่านั้น ผู้สนับสนุนยังจะได้รับของตอบแทนจากเจ้าของไอเดียอีกด้วย (Asiola)

บทที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพ และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ผ่านกรอบการวิเคราะห์ SWOT ที่พิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรม และ Diamond Model ที่ครอบคลุมในประเด็นของปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการแข่งขันของอุตสาหกรรม ตั้งแต่บริบทของกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกัน ไปจนถึงมาตรการและนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อให้สามารถจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่ช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความเข้มแข็งมีขีดความสามารถมากขึ้น และสามารถมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้ โดยจะพิจารณาทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 การวิเคราะห์ SWOT

จากการศึกษาทั้งจากรายงาน งานวิจัย การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น ข้อมูลศักยภาพความพร้อมและข้อจำกัดของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รวมถึงปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยสามารถนำมาสรุปปัจจัยภายในของอุตสาหกรรม โดยแบ่งเป็นจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strength)

1) **บุคลากรและอุปกรณ์**ในกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ของประเทศไทย**มีจำนวนและคุณภาพที่เหมาะสม**ในการถ่ายทำภาพยนตร์ในทุกระดับ
2) **ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำ Post-production และ Animation ในประเทศไทยค่อนข้างต่ำ** มีคุณภาพงานสูง และมีความคุ้มค่า (Value for Money) มาก
3) การ**ขยายตัวของความต้องการรับชมภาพยนตร์และสื่อบันเทิงในประเทศไทย** และจำนวนโรงภาพยนตร์และผู้ประกอบการ Video on Demand ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
4) **มีสถาบันการศึกษาและหลักสูตรระดับอุดมศึกษาในประเทศ**ที่เปิดสอนในสาขาภาพยนตร์ วีดิทัศน์ และบันเทิง **จำนวนมาก** ส่งผลให้มีทรัพยากรบุคคลที่สามารถเข้ามาประกอบกิจกรรมในสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้เป็นจำนวนมาก

จุดอ่อน (Weakness)

1) มีโครงสร้าง**อุตสาหกรรมในส่วนของการกระจายภาพยนตร์ผูกขาด** มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยราย
2) มีปัญหา**การละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์**อย่างแพร่หลายทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
3) ถึงแม้ว่าจะมีบุคลากรในจบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก แต่ยังประสบ**ปัญหาขาดแคลนนักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีความสามารถสูง** เนื่องจากมีค่าตอบแทนค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสาขาอาชีพใกล้เคียงเช่น การเขียนบทละครโทรทัศน์ ซีรี่ย์ หรือโฆษณา และหลักสูตรการศึกษายังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการผลิตภาพยนตร์เท่าที่ควร
4) **ประเภทภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศมีค่อนข้างจำกัด** เนื่องจากมีกรอบปฏิบัติ แนวคิดและความเชื่อที่จำกัด ทำให้มีข้อจำกัดด้านความหลากหลายในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์

5) **การผลิตภาพยนตร์มีค่าใช้จ่าย และความเสี่ยงสูง**กว่ากิจกรรมใกล้เคียง เช่น การผลิตละคร อยู่มาก จึงมีการผลิตภาพยนตร์ไทยลดลง และเน้นผลิตแต่ภาพยนตร์แนวตลาด
6) **ผู้ประกอบการรายเล็กมักจะขาดความเข้าใจ**และความเป็นมืออาชีพ**ในการประกอบธุรกิจ** ทำให้เสียเปรียบในการเจรจาทางการค้ากับผู้ประกอบการรายใหญ่

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่เป็นปัจจัยภายนอก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องแยกเป็นปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบเชิงบวก อันเป็นโอกาสของอุตสาหกรรม และผลกระทบเชิงลบที่เป็นอุปสรรคของอุตสาหกรรม

โอกาส (Opportunity)

1) ภาครัฐภาครัฐ**ผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0** สนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกิจกรรมบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้สูง **รวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์**
2) ประเทศไทยมี**เอกลักษณ์ของความเป็นไทย**ที่ชัดเจน ทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร และมี**สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว**ที่หลากหลาย เหมาะสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์
3) การพัฒนาของ**เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย**เป็นประโยชน์ต่อการผลิตและรับชมภาพยนตร์ ช่วยให้มีต้นทุนในการผลิตและรับชมภาพยนตร์ลดลง และมีคุณภาพดีขึ้น
4) ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียง จึง**มีโอกาสในการขยายไปยังตลาดในภูมิภาคใกล้เคียง** รวมถึงตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทย
5) **โรงภาพยนตร์ที่ฉายหนังทางเลือกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น** ทำให้มีช่องทางในการฉายภาพยนตร์ของผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก หรือภาพยนตร์ทางเลือกมากขึ้น

อุปสรรค (Threat)

1) **ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินนโยบายของภาครัฐ**เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย
2) **ขาดสนธิสัญญาความร่วมมือระหว่างประเทศ (Treaty) ในการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์**
3) **ขาดหน่วยงานภาครัฐผู้รับผิดชอบหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรม** ทำให้ขาดทิศทางการสนับสนุนที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในระยะยาว
4) **ระบบการศึกษาเน้นการคิดและทำตามรูปแบบ**มากกว่าจะให้เด็กเรียนรู้และสร้างสรรค์ตามความถนัด หรือความสนใจที่มี ส่งผลให้เป็นข้อจำกัดทางด้านความคิดสร้างสรรค์
5) **วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้** เนื่องจากสถาบันทางการเงินไม่สามารถประเมินความเสี่ยงได้ นอกจากนี้แหล่งเงินทุนทางเลือกในประเทศไทยยังยากต่อการระดมทุนเพื่อภาพยนตร์

7.2 การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีระบบเพชรที่สมบูรณ์ (Diamond model)

การศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ และปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากการศึกษาที่ผ่านมาด้วยกรอบการวิเคราะห์ Diamond model ในการศึกษาได้วิเคราะห์ทั้งภาพรวมของอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อมรายห่วงโซ่มูลค่า โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วนได้แก่ ภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรม กิจกรรม

ก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์ กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และกิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	**ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)**
ภาพรวมอุตสาหกรรม	- เปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในอุตสาหกรรมเช่น มีการใช้จอ Analog ในโรงภาพยนตร์ลดลง เช่นเดียวกับการถ่ายทำภาพยนตร์โดยการใช้ฟิล์มที่มีจำนวนลดลงอย่างมาก	- ภาพยนตร์ต่างชาติมีอิทธิพลมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพยนตร์ของประเทศไทยได้รับความนิยมในการรับชมและผลิตลดลง เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันได้
กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ		- ตลาดภายในประเทศประกอบด้วยผู้ผลิตรายใหญ่ไม่กี่ราย เช่น สหมงคลฟิล์ม GDH **- การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในบางสถานที่มีขั้นตอนซับซ้อน มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนมากเช่น การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ที่ติดฉากวัดพระแก้วซึ่งต้องขออนุญาตจากสำนักพระราชวังต่างหาก** - ประเภทภาพยนตร์ที่ฉายในประเทศมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีกรอบปฏิบัติ แนวคิดและความเชื่อที่จำกัด ทำให้มีข้อจำกัดด้านความหลากหลายในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์เช่น ภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เพศ มักจะถูกจำกัด - ต้นทุนการผลิตภาพยนตร์และการตลาดสูง ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมยาก และเน้นผลิตแต่ภาพยนตร์แนวตลาดที่ความเสี่ยงต่ำ
กิจกรรมหลังการถ่ายทำ	- มีศักยภาพและขีดความสามารถค่อนข้างสูง เห็นได้จากการที่มีผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างชาติจ้างงานบริษัทไทยจำนวนมาก - มีการกระจายและการจ้างงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก	**- มีการตัดราคาระหว่างผู้ประกอบการรายเล็กเพื่อใช้ราคาเป็นกลไกหลักในการแข่งขันแทนที่คุณภาพ**
กิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่าย	- โรงภาพยนตร์ที่ฉายหนังทางเลือกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเช่น Bangkok Screening Room ทำให้มีช่องทางในการฉายภาพยนตร์ของผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก หรือภาพยนตร์ทางเลือกมากขึ้น - ผู้ประกอบการ VoD มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้มีช่องทางในการกระจายภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น	**- ธุรกิจการจัดฉายภาพยนตร์ในประเทศถูกผูกขาดโดยโรงภาพยนตร์รายใหญ่ไม่กี่ราย ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นมีอำนาจในการต่อรองสูง** - ผู้ประกอบการยังไม่สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้มากเท่าที่ควรเนื่องจากขาดเครือข่ายหรือคู่ค้าที่สามารถช่วยทำการตลาดในต่างประเทศที่มีศักยภาพเหมาะสม

ตารางที่ 9 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านอุปสงค์

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
ภาพรวมอุตสาหกรรม	- การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นโอกาสที่ดีในการขยายฐานลูกค้าของภาพยนตร์ไทย เนื่องจากผู้บริโภคมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน	**- ผู้บริโภคในประเทศไทยเน้นชมภาพยนตร์แนวตลก สยองขวัญ โรแมนติกคอมเมดี้ ทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์ไม่นิยมสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่แตกต่าง** - ผู้บริโภคนิยมชมภาพยนตร์ต่างประเทศมากกว่าภาพยนตร์ไทย เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศมีความคุ้มค่ามากกว่า **- คนไทยเคยชินกับการชมภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์**
กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ		- การไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง การก่อการร้ายและความไม่มั่นคงของชาติบ้านเมืองทำให้ความเชื่อมั่นของผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยลดลง
กิจกรรมหลังการถ่ายทำ	**- มีงาน Post-production จากต่างประเทศเข้ามาจำนวนมากเนื่องจากงาน Post-production ในประเทศไทยมีคุณภาพดีและราคาไม่แพง** **- มีลูกค้าในตลาด Post-production จากกิจกรรมใกล้เคียง เช่น ละครโทรทัศน์ โฆษณา ทั้งจากในและต่างประเทศจำนวนมาก**	**- ตลาด Post-production สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยมีขนาดค่อนข้างเล็ก เนื่องจากผู้ผลิตภาพยนตร์ในประเทศไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักกับขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์**
กิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่าย	- ผู้บริโภคในประเทศมีความต้องการรับชมภาพยนตร์และสื่อบันเทิงมากขึ้น เห็นได้จากจากรายได้ของบริษัทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง - ผู้บริโภคนิยมรับชมภาพยนตร์จากเป็นช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ตามกระแสดิจิทัลในปัจจุบัน	

ตารางที่ 10 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านปัจจัยการผลิต

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
ภาพรวมอุตสาหกรรม	- มีสถาบันการศึกษาและหลักสูตรระดับอุดมศึกษาในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงจำนวนมาก ส่งผลให้มีบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	- ทักษะความสามารถที่ได้จากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยกับทักษะที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการไม่สัมพันธ์กัน - วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักจะขาดความเข้าใจและความเป็นมืออาชีพในการประกอบธุรกิจ ทำให้เสียเปรียบในการเจรจาทางการค้ากับผู้ประกอบการรายใหญ่ **- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เนื่องจากสถาบันทาง**

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
		การเงินไม่สามารถประเมินความเสี่ยงได้ นอกจากนี้แหล่งเงินทุนทางเลือกในประเทศไทยยังยากต่อการระดมทุน
กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ	**- ประเทศไทยมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่ชัดเจน ทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี อาหาร และมีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เหมาะสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์** - บุคลากรและอุปกรณ์ในกิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ของประเทศไทยมีจำนวนและคุณภาพที่เหมาะสมในการถ่ายทำภาพยนตร์ในทุกระดับ	**- ขาดแคลนนักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีความสามารถ ส่วนมากยังขาดทักษะความสามารถและความคิดสร้างสรรค์อยู่**
กิจกรรมหลังการถ่ายทำ	- ทรัพยากรบุคคลมีทักษะความสามารถโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี และค่าแรงไม่สูงมากนัก - คนไทยได้รับอิทธิพลจากสื่อหลายประเภท ทั้งการ์ตูนญี่ปุ่น (Manga) และภาพยนตร์ Hollywood ทำให้สามารถเข้าใจและทำงานในรูปแบบที่เหมาะกับแต่ละตลาดได้ - ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำ Post-production และ Animation ในประเทศไทยค่อนข้างต่ำ มีคุณภาพงานสูง และมีความคุ้มค่า (Value for Money) มาก	- บุคลากรไทยยังมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษค่อนข้างต่ำ ทำให้มีข้อจำกัดในการทำงานกับชาวต่างชาติ - ยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือความสามารถพิเศษบางกลุ่ม เช่น Color Grading ขั้นสูง
กิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่าย		**- ต้นทุนในการประกอบกิจกรรมทั้งในรูปแบบโรงภาพยนตร์และ VoD ค่อนข้างสูง ทำให้มีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่กี่รายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์**

ตารางที่ 11 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
ภาพรวมอุตสาหกรรม	- ผู้ประกอบการเอกชนมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยการจัดเทศกาลภาพยนตร์ เช่น เครือเนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป	- สมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังไม่มีบทบาทชัดเจน - สมาชิกส่วนมากในสมาพันธ์ภาพยนตร์มักเป็นตัวแทนจากบริษัทขนาดใหญ่ ขาดการมีส่วนร่วมจากผู้ประกอบการรายย่อย - ขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษา เนื่องจากแต่ละภาคส่วนมีแนวทางการพัฒนาที่แตกต่างกัน - ขาดฐานข้อมูล การจัดการองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนาเพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ที่จริงจังและเป็นรูปธรรม
กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ	**- แรงงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถทำงานได้หลายตำแหน่งงานในอุตสาหกรรม**	- ระบบการศึกษาเน้นการคิดและทำตามรูปแบบมากกว่าจะให้เด็กเรียนรู้และสร้างสรรค์ตามความ

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
	สร้างสรรค์ (Creative Industry) เนื่องจากใช้ทักษะความสามารถที่คล้ายคลึงกัน	ถนัด หรือความสนใจที่มี ส่งผลให้เป็นข้อจำกัดทางด้านความคิดสร้างสรรค์
กิจกรรมหลังการถ่ายทำ	**- การพัฒนาของระบบเครือข่ายโทรคมนาคมและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการประกอบกิจการลดลง และเกิดผู้ประกอบการขนาดเล็กรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง**	
กิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่าย	**- การพัฒนาของเทคโนโลยีในการจัดจำหน่ายและกระจายภาพยนตร์ เช่น การซื้อบัตรชมภาพยนตร์ผ่านแอพพลิเคชั่นออนไลน์ คุณภาพของเครือข่ายโทรคมนาคมที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ชมภาพยนตร์มีทางเลือกในการรับชมที่หลากหลายและสะดวกมากยิ่งขึ้น**	

ตารางที่ 12 ตารางวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทางด้านรัฐบาล

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
ภาพรวมอุตสาหกรรม	- ภาครัฐผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 สนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกิจกรรมบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้สูง อันรวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์	- หน่วยงานรัฐบาลยังขาดการรวบรวมข้อมูลและความเข้าใจในตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ **- ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ทำให้ขาดการทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน** **- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีหลายหน่วยงาน ขาดการทำงานแบบบูรณาการเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพ** **- ไม่สามารถแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ได้ดี ทำให้ขาดแรงจูงใจในการสร้างผลงาน** - ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากโครงการภาครัฐส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพสูง
กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำ	**- รัฐบาลกำหนดทิศทางให้ประเทศไทยเป็นสถานที่ในการถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลก โดยกองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ กรมการท่องเที่ยว ได้จัดทำมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยผ่านรูปแบบการคืนเงิน (Cash Rebate) ที่คืนในอัตราร้อยละ 15 ของค่าใช้จ่าย และสามารถเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ได้หากสามารถช่วยประชาสัมพันธ์สถานที่ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของไทย และนำบุคลากรไทยมาช่วยถ่ายทำ**	**- การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-stop service) สำหรับการผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ยังต้องติดต่อกับหน่วยงานรัฐบาลหลายหน่วยงานเช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อขออนุญาตถ่ายทำ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อขออนุญาตและการอำนวยความสะดวกเพื่อการถ่ายทำในท้องถิ่น ฯลฯ** - คณะกรรมการที่ตรวจพิจารณาเนื้อหาของภาพยนตร์ค่อนข้างมีความเป็นอนุรักษ์นิยม ทำให้เนื้อหาของภาพยนตร์ไทยยังไม่เปิดกว้างและหลากหลายเท่าที่ควร

	ความสามารถในการแข่งขันเชิงบวก (+)	ความสามารถในการแข่งขันเชิงลบ (-)
กิจกรรมหลังการถ่ายทำ		- ภาครัฐยังไม่มีการส่งเสริมการใช้ Software ที่ถูกกฎหมายสำหรับกิจกรรม Post-production
กิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่าย		**- ยังไม่มีการบังคับใช้การกำหนดสัดส่วนภาพยนตร์ไทยต่อต่างประเทศตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2551 มาตรา 9 (5) ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยไม่สามารถแข่งขันกับภาพยนตร์ต่างประเทศได้**

บทที่ 8 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

หลังจากการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แล้ว การศึกษาครั้งนี้ได้นำประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงสถานภาพ ปัญหา รวมถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตมาประมวลและจัดทำเป็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

ทั้งนี้ เนื่องด้วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยมีการกำหนดทิศทางโดยภาพรวมของประเทศอยู่แล้วคือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) ดังนั้น การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมโยงและต่อยอดยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 ในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการศึกษาในบทนี้ประกอบไปด้วยแนวคิดของยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รายละเอียดของแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีผลการศึกษาในเบื้องต้นดังต่อไปนี้

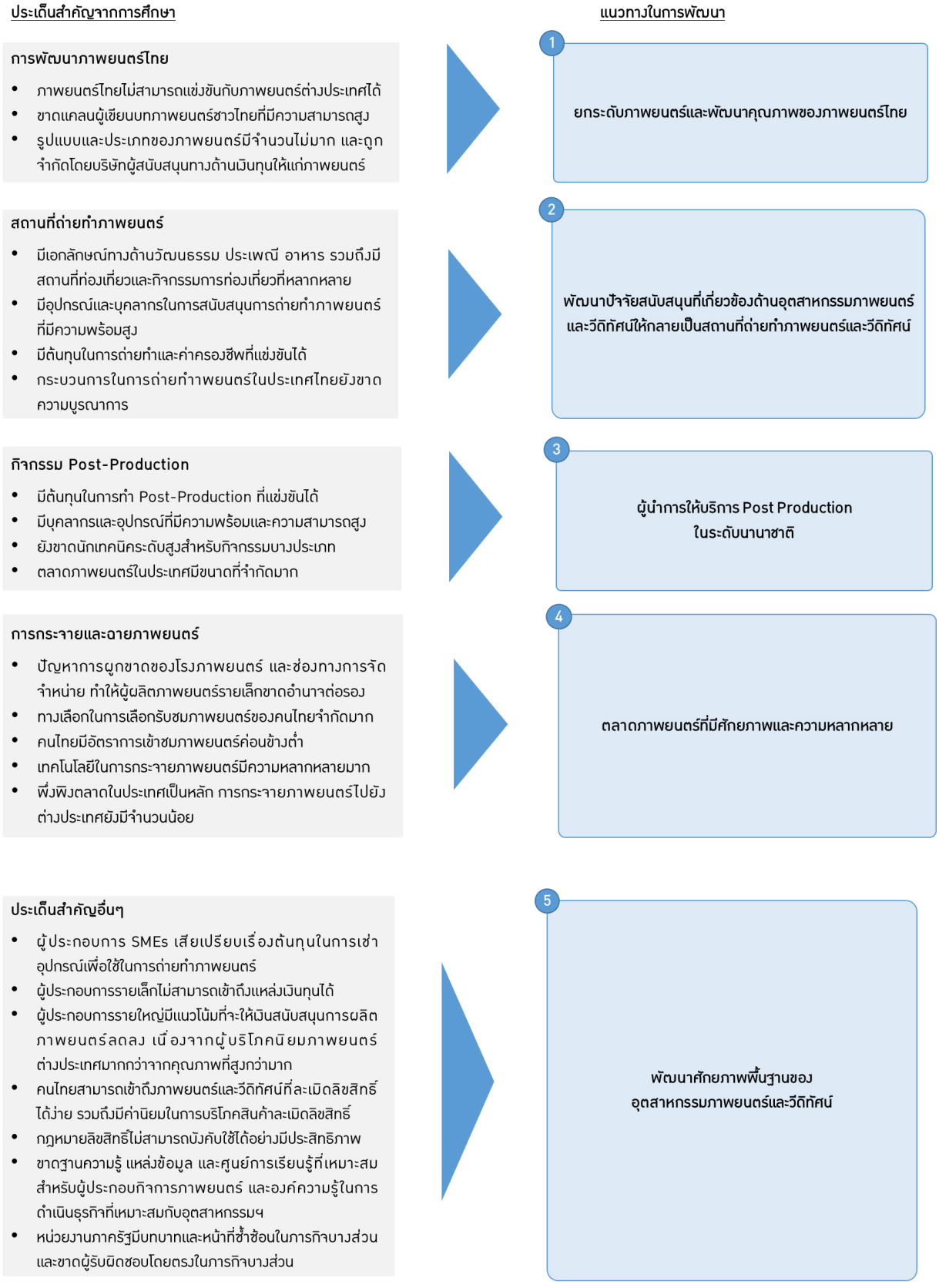
8.1 แนวคิดของยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

เนื่องด้วยแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นกรอบแนวทางหลักในการพัฒนา ดังนั้น **กรอบแนวคิดหลักการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมโยงและต่อยอดยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 ในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

โดยอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ประกอบไปด้วยกิจกรรมหลายส่วนในห่วงโซ่มูลค่าที่มีจุดแข็ง จุดอ่อนและประเด็นการพัฒนาที่แตกต่างกันตั้งแต่กิจกรรมก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ รวมถึงกิจกรรมการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ จึงต้องมี**การกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทการพัฒนาของกิจกรรมแต่ละประเภทในห่วงโซ่มูลค่า** แต่ใน**ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นที่มีความแตกต่างกันในบริบทการพัฒนาได้แก่ การพัฒนาภาพยนตร์ในประเทศไทย และการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์สำหรับภาพยนตร์ต่างประเทศ** ดังนั้น จึงวิเคราะห์แยกประเด็นในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำและการถ่ายทำภาพยนตร์ออกจากกัน โดยแบ่งออกเป็นการพัฒนาภาพยนตร์ไทย และการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศ

โดยได้ประมวลและจัดกลุ่มประเด็นสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาที่สามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรม พร้อมทั้งต่อยอดและยกระดับการพัฒนา ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ออกเป็น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ การพัฒนาภาพยนตร์ไทย สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ (Post-Production) การกระจายและฉายภาพยนตร์ (Distribution and Exhibition) และประเด็นสำคัญอื่นๆ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการศึกษาและแนวทางการพัฒนาดังนี้

แผนภาพที่ 23 ความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นสำคัญจากการศึกษาและแนวทางในการพัฒนา



ประเด็นสำคัญจากการศึกษาและแนวทางการพัฒนาข้างต้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ ประเด็นตามห่วงโซ่มูลค่าและประเด็นอื่นๆ ที่สามารถพัฒนาศักยภาพพื้นฐานโดยรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยนำประเด็นต่างๆ เหล่านี้ไปพัฒนาเป็นแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ยึดกรอบแนวคิดหลักคือ การเชื่อมโยงและต่อยอดยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 ในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทการพัฒนาของกิจกรรมแต่ละประเภทในห่วงโซ่มูลค่า

8.2 แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

8.2.1 เป้าประสงค์ (Strategic objectives)

จากแนวคิดของยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ได้วิเคราะห์ไปข้างต้น การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมโยงและต่อยอดยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 ในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการพัฒนารายกิจกรรมตามห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม โดยเป้าประสงค์หลักของแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ คือ การเติมเต็มแผนภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 โดยมีเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME ไทยในอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน
2) การยกระดับศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

และเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าวได้ ต้องมีประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียดในลำดับต่อไป

8.2.2 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

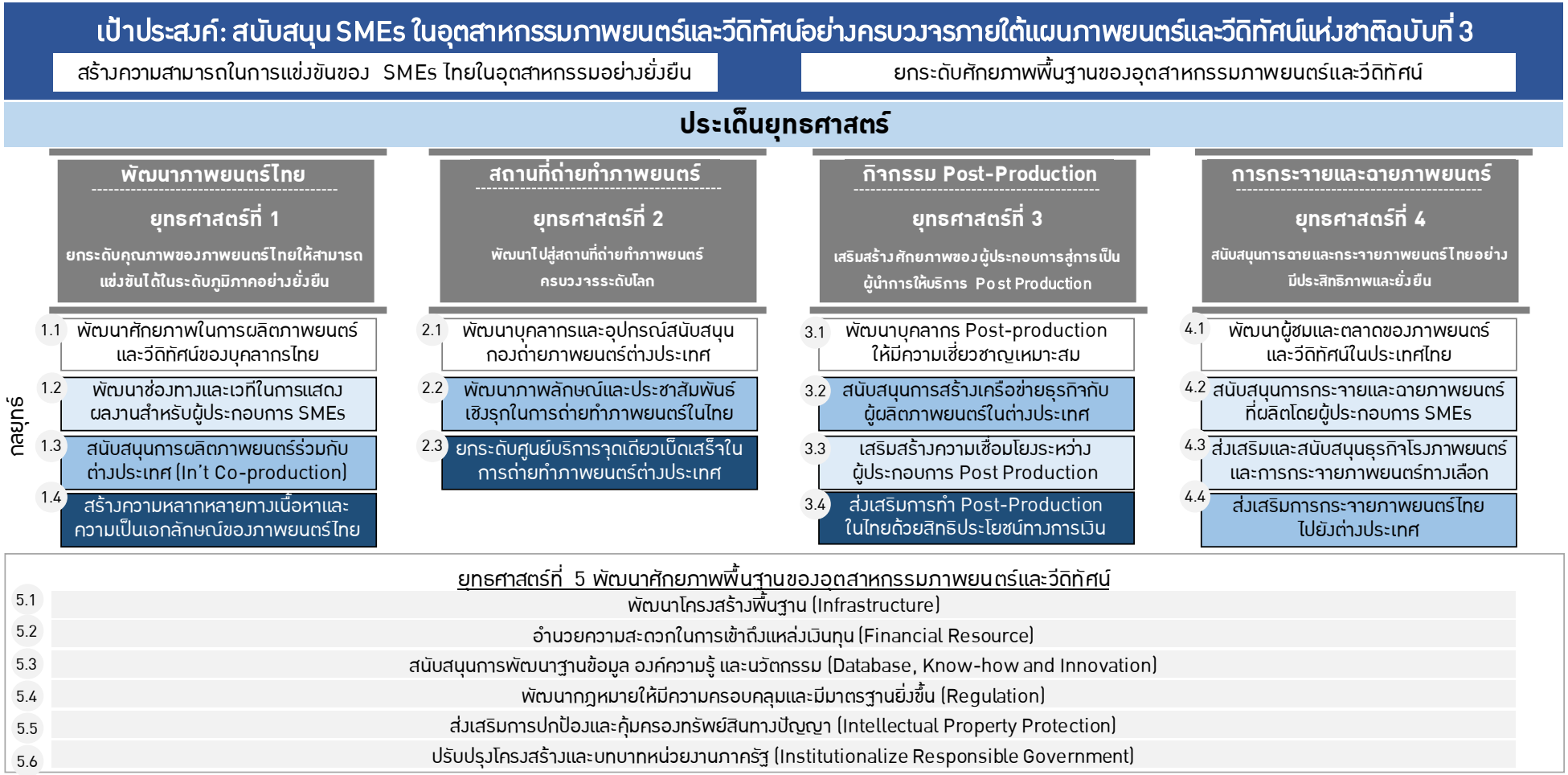
จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสถานภาพปัจจุบันและทิศทางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย แผนงานและนโยบายต่างๆ ของประเทศไทย กรณีศึกษาจากต่างประเทศ และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้จัดทำประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งหมด 5 ประเด็นด้วยกันดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาไปสู่สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรระดับโลก
ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post Production
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 - 4 นั้นเป็นประเภทยุทธศาสตร์เป็นลักษณะเจาะจงที่มุ่งเป้าหมายการพัฒนาแต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตั้งแต่กิจกรรมก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และกิจกรรมการกระจายและเผยแพร่ภาพยนตร์ โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 2 นั้นจะมุ่งเน้นกิจกรรมก่อนและระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งในลักษณะที่เป็นการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทยและการพัฒนาประเทศไทยในฐานะที่เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศตามลำดับ ยุทธศาสตร์ที่ 3 มุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และยุทธศาสตร์ที่ 4 ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการฉายและกระจายภาพยนตร์ รวมถึงการพัฒนาตลาดและผู้ชมภาพยนตร์เป็นหลัก

ในขณะที่ยุทธศาสตร์ที่ 5 เป็นประเภทยุทธศาสตร์ภาพกว้างที่มุ่งเน้นการยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในภาพรวมให้มีศักยภาพสูงขึ้น โดยการทำงานของยุทธศาสตร์ทั้ง 2 ประเภทนี้จะเป็นยุทธศาสตร์ที่มีการดำเนินงานที่เสริมสร้าง เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ควรมีการขับเคลื่อนไปด้วยกันทั้งหมด เพื่อให้สามารถบรรลุตามเป้าประสงค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งหากพิจารณาในระดับกลยุทธ์นั้นจะสามารถแบ่งประเภทกลยุทธ์ได้เป็น 4 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้ระกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ และกลยุทธ์ด้านอื่นๆ โดยจะอธิบายถึงแนวคิดของยุทธศาสตร์ รวมถึงรายละเอียดของกลยุทธ์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ในลำดับต่อไป

แผนภาพที่ 24 เป้าประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และความเชื่อมโยงของประเด็นยุทธศาสตร์ในภาพรวม



<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1</u> ยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันภาพยนตร์ไทยยังไม่สามารถแข่งขันกับภาพยนตร์ต่างประเทศได้ เนื่องจากภาพยนตร์ไทยยังไม่มีคุณภาพมากพอ ผู้เขียนบทภาพยนตร์ชาวไทยที่มีความสามารถยังมีจำนวนน้อย นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรในมหาวิทยาลัยส่วนมากมีทักษะไม่ตรงกับทักษะที่ต้องใช้ในการทำงาน และผู้เขียนบทหรือผลิตภาพยนตร์รายเล็กไม่มีช่องทางในการแสดงความสามารถ นอกจากนี้รูปแบบและประเภทของภาพยนตร์ไทยยังไม่หลากหลายและแปลกใหม่เท่าที่ควร เพื่อเป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของภาพยนตร์ไทยในระดับภูมิภาค ยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมก่อนและระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทย ซึ่งต้องเริ่มตั้งแต่เรื่องของการพัฒนาบุคลากร การจัดหาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานแก่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก การสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศในการผลิตภาพยนตร์เพื่อการขยายตลาดของภาพยนตร์ไทยและการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี ไปจนถึงการสร้างความหลากหลายในเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 ประกอบด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

<u>กลยุทธ์ที่ 1.1</u> พัฒนาศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของบุคลากรไทย

บุคลากรเป็นปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทย การพัฒนาบุคลากรเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ โดยเฉพาะบุคลากรในส่วนของกิจกรรมก่อนและระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์ จึงต้องมุ่งเน้นการสร้างทักษะและความสามารถด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ ตั้งแต่การเขียนบทภาพยนตร์ จนถึงการกำกับและถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งในระดับที่เป็นการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาสำหรับนักศึกษา หลักสูตรสำหรับสถาบันวิชาชีพ และการจัดการอบรมให้แก่บุคลากรอาชีพในสายงาน โดยอาจจะมีการดึงบุคลากรไทยที่มีโอกาสร่วมงานกับต่างประเทศมาถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรในประเทศไทย พร้อมทั้งสนับสนุนทุนการศึกษาด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์สำหรับการอบรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างเสริมขีดความสามารถของบุคลากรไทยให้ก้าวไกลสู่ระดับนานาชาติได้

<u>กลยุทธ์ที่ 1.2</u> พัฒนาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ SME

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายเล็กจำนวนไม่น้อยที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ แต่กลับไม่มีโอกาสในการฉายหรือกระจายภาพยนตร์ในวงกว้าง ทำให้ไม่สามารถแสดงความสามารถและผลงานของตนได้ ดังนั้นจึงต้องมีการสนับสนุนผู้ประกอบการที่ความสามารถโดยการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์และลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายและฉายภาพยนตร์ในวงกว้างมากขึ้น รวมทั้งการจัดการประกวดภาพยนตร์สำหรับผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะ เพื่อให้มีเวทีในการแสดงผลงานและเกิดการแข่งขันเพื่อพัฒนาคุณภาพผลงานให้ดียิ่งขึ้น

<u>กลยุทธ์ที่ 1.3</u> สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ (International Co-production)

โดยทั่วไปแล้ว การผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศมีประโยชน์หลายประการด้วยกัน ได้แก่ ทำให้มีเงินทุนมากขึ้น เนื่องจากมีการลงทุนร่วมกันระหว่างประเทศ ได้รับสิทธิประโยชน์และการสนับสนุนจากภาครัฐ สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ (ประเทศที่ร่วมกันผลิตภาพยนตร์) ได้ง่ายขึ้น และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ดังนั้นประเทศไทยควรมีมาตรการหรือแนวทางที่สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ โดยจะต้องมีการศึกษาเรื่องสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่จะให้แก่ผู้ที่เข้ามาร่วมผลิตภาพยนตร์ด้วย เพื่อให้สามารถดึงดูดและกำหนดมาตรการสนับสนุนได้อย่างเหมาะสม แล้วจึงเจรจากับต่างประเทศเพื่อสร้างความร่วมมือในลำดับต่อไป

กลยุทธ์ที่ 1.4 สร้างความหลากหลายทางเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย

ประเด็นสำคัญในเรื่องคุณภาพของภาพยนตร์ไทย คือ การที่ภาพยนตร์ขาดความหลากหลายของภาพยนตร์ เนื่องจากคนไทยนิยมการรับชมภาพยนตร์ผี (Horror) ต่อสู้ (Action) และตลก (Comedy) เป็นส่วนมาก ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์และสตูดิโอเลือกที่จะผลิตภาพยนตร์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเดิมๆ นอกจากนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทยยังขาดการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย จึงจำเป็นต้องมีการสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงภาพยนตร์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนผ่านการจัดการประกวด การแข่งขัน หรือการสนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาภาพยนตร์ก็ตาม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาไปสู่สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรระดับโลก

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย และสวยงาม มีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี และอาหาร ซึ่งถือเป็นต้นทุนที่ดีสำหรับการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลก ประกอบกับการมีอุปกรณ์และบุคลากรที่มีความพร้อมและสามารถสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ในราคาที่แข่งขันได้ อย่างไรก็ตามกระบวนการขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยสำหรับกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ ยังคงต้องได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสม เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกแก่กองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศได้

โดยยุทธศาสตร์นี้จะมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศไทยให้สามารถเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลก โดยจะมีการพัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ต่างประเทศได้ทราบถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลก การมีสถานที่สำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์โดยเฉพาะ และการจัดตั้งศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จที่ช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่ต้องการมาถ่ายทำภาพยนตร์ที่ประเทศไทย โดยยุทธศาสตร์ที่ 2 ประกอบด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ

การมุ่งสู่การเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลกนั้น บุคลากรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนา โดยการพัฒนาบุคลากรนั้นจะต้องพัฒนาทั้งทักษะที่เกี่ยวกับการถ่ายทำภาพยนตร์และทักษะภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารกับกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ ส่วนสถานที่ถ่ายทำและอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์นั้นจะต้องมีความพร้อมรองรับกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ และมีการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์เกี่ยวกับการเช่าสถานที่และอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีอยู่

กลยุทธ์ที่ 2.2 ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย

เมื่อมีบุคลากร สถานที่และอุปกรณ์ที่มีความพร้อมแล้ว การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยดึงดูดกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศให้เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยได้ โดยใช้เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถานทูตไทย สำนักงานกระทรวงพาณิชย์ในต่างประเทศ เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในการเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลกในเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดขึ้นเป็นประจำในต่างประเทศ โดยต้องมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ระบุสิทธิประโยชน์จากการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยที่ชัดเจน

กลยุทธ์ที่ 2.3 ยกระดับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

อุปสรรคอย่างหนึ่งที่สำคัญของการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย คือ กระบวนการขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในสถานที่ต่างๆ มีความซับซ้อน ใช้เวลานานและต้องติดต่อกับหลายหน่วยงานด้วยกัน เนื่องจากแต่ละสถานที่ต่างก็มีหน่วยงานรับผิดชอบที่แตกต่างกัน ซึ่งหากสามารถลดทอนความยุ่งยากดังกล่าวไปได้ จะช่วยดึงดูดให้กองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำมากขึ้น โดยภาครัฐจะต้องมีการบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานด้วยกันเพื่อพัฒนาศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-stop Service) สำหรับการอำนวยความสะดวกให้แก่กองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศเมื่อเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post Production

กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ของประเทศไทยถือเป็นกิจกรรมที่มีศักยภาพ มีบุคลากรและอุปกรณ์ที่มีความพร้อมและความสามารถในการทำงานภายใต้ราคาที่เหมาะสม เห็นได้จากการจ้างงานจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ของประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดด้านตลาดในประเทศที่มีขนาดไม่ใหญ่นัก เนื่องจากภาพยนตร์ไทยส่วนมากไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ และข้อจำกัดด้านความสามารถในการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษระดับสูงบางประการ จึงต้องมียุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและสนับสนุนเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถก้าวสู่การเป็นผู้นำการให้บริการกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ระดับโลกได้ และเร่งสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศเพื่อดึงงานและขยายสู่ตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการในประเทศไทยด้วยกันเอง เนื่องจากกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยส่วนมากจะมีผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงรับงานจากต่างประเทศและกระจายงานต่อให้ผู้ประกอบการรายเล็ก การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการจะช่วยให้เกิดการสร้างมาตรฐานของผลงานและราคาขึ้น ซึ่งช่วยในการสร้างชื่อเสียงในด้านคุณภาพงานของประเทศไทย โดยยุทธศาสตร์ที่ 3 ประกอบด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาบุคลากร Post-production ให้มีความเชี่ยวชาญเหมาะสม

ปัจจุบันประเทศไทยได้รับการจ้างงานในส่วนของกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ หรือ Post-production จากต่างประเทศค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตามงานส่วนใหญ่ยังเป็นงานที่อยู่ในระดับทั่วไป ไม่ใช่งานที่ใช้เทคนิคพิเศษขั้นสูง เนื่องจากบุคลากรไทยส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษระดับสูงอยู่ จึงจำเป็นต้องได้รับการอบรมและพัฒนาในส่วนนี้ โดยอาจจะมีการดึงบุคลากรไทยที่มีโอกาสร่วมงานกับต่างประเทศมาถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่บุคลากรในประเทศไทย นอกจากนี้อาจต้องมีการสร้างรากฐานตั้งแต่การพัฒนาหลักสูตรในสถาบันการศึกษาเพื่อปูพื้นฐานความรู้ความสามารถให้แก่นักศึกษาที่อาจเข้ามาเป็นบุคลากรในธุรกิจ Post-production ในอนาคต

กลยุทธ์ที่ 3.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ

ตามที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นว่าตลาดของกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมีขนาดค่อนข้างเล็ก ทำให้การสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศเป็นเรื่องที่สำคัญ เนื่องจากต่างประเทศมีงานภาพยนตร์ที่เน้นการตัดต่อหรือการทำคอมพิวเตอร์กราฟิกเป็นจำนวนมาก หากสามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจได้ จะทำให้ผลงานด้านกิจกรรมหลังการทำภาพยนตร์ของประเทศไทยสามารถขยายตลาดไปในวงกว้างได้ โดยต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการในประเทศไทยกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบของการสร้างเครือข่ายในงานเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดขึ้นในประเทศต่างๆ และการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) หรือการจัดกิจกรรมนำเสนอผลงาน (Pitching) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในระดับนานาชาติ เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post-production

กลยุทธ์ที่ 3.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ Post Production

ผู้ประกอบการในกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ส่วนมากเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเรียกได้ว่าเป็นผู้ประกอบการรายเล็ก ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีชื่อเสียงและได้รับการจ้างงานจากผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเมื่อได้รับการจ้างงานจากต่างประเทศแล้ว จะมีการแบ่งและกระจายงานต่อไปยังผู้ประกอบการรายเล็กอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันมีปัญหาในเรื่องของผู้ประกอบการรายเล็กมีการแข่งกันเสนอราคาและตัดราคากันเอง ดังนั้นการเสริมสร้างความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจะช่วยสร้างมาตรฐานทั้งด้านคุณภาพงานและราคา ช่วยกระจายงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์

กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการทำ Post-Production ในไทยด้วยสิทธิประโยชน์ทางการเงิน

ต้นทุนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจประกอบกิจกรรม Post-production และประเทศไทยมีความสามารถด้านการทำกิจกรรม Post-production ในระดับที่ดี สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ตลอดจนใช้ต้นทุนที่ค่อนข้างแข่งขันได้เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน แต่จากการประเทศไทยที่ยังขาดสิทธิประโยชน์ทางด้านการเงินสำหรับกิจกรรมในส่วนนี้ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ดังนั้นประเทศไทยจึงควรที่จะสนับสนุนต่อยอดกิจกรรมที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขัน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินแก่ลูกค้าต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการทำ Post-production ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ในส่วนของกิจกรรมการฉายและกระจายภาพยนตร์ของประเทศไทยนั้น ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่มีเพียงไม่กี่ราย แต่มีโรงภาพยนตร์สาขาต่างๆ อยู่ทั่วประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์มีอิทธิพลและอำนาจในการต่อรองมากกว่าผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก โดยส่วนมากโรงภาพยนตร์จะเลือกฉายภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมสูง ซึ่งมักจะเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศหรือภาพยนตร์ที่ใช้ทุนถ่ายทำสูงมากกว่าภาพยนตร์ไทย ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กไม่มีช่องทางการแสดงผลงาน รวมถึงเป็นการจำกัดทางเลือกในการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค ส่งผลให้ตลาดภาพยนตร์ไทยยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ทั้งๆ ที่ภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันพึ่งพิงตลาดในประเทศเป็นหลัก การกระจายภาพยนตร์ไปยังต่างประเทศยังมีจำนวนน้อย

ยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ การสนับสนุนช่องทางการกระจายภาพยนตร์ของผู้ประกอบการรายเล็กและภาพยนตร์ทางเลือกต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งพัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 ประกอบด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย

การที่จะสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยได้นั้น ปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนา คือ ผู้ชมภาพยนตร์หรือตลาดนั่นเอง ซึ่งผู้ชมภาพยนตร์จะต้องมีความเข้าใจในความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบของภาพยนตร์ โดยการพัฒนาผู้ชมและตลาดอาจทำได้โดยการจัดหาพื้นที่ฉายและจัดเวทีวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งพื้นที่ฉายนี้ ไม่จำเป็นจะต้องเป็นโรงภาพยนตร์เท่านั้น อาจหมายรวมถึงการจัดฉายภาพยนตร์ในสถาบันการศึกษา พื้นที่ชุมชน หรือแม้แต่การฉายภาพยนตร์ผ่านทางช่องทางออนไลน์ก็ตาม นอกจากนี้อาจมีการตั้งพิพิธภัณฑ์หรือนิทรรศการภาพยนตร์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาพยนตร์ให้แก่ประชาชนทั่วไป

กลยุทธ์ที่ 4.2 สนับสนุนการกระจายและฉายภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ SME

ปัจจุบันผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กจำนวนมาก ไม่สามารถกระจายหรือฉายภาพยนตร์ในวงกว้างได้ ถึงแม้ว่าโรงภาพยนตร์จะเปิดโอกาสให้ฉายภาพยนตร์ แต่หากภาพยนตร์ไม่สามารถทำรายได้ตั้งแต่วันแรกๆ ที่ได้เข้าฉาย ทางโรงภาพยนตร์จะลดจำนวนรอบฉายหรือยุติการฉายภาพยนตร์ ทำให้ภาพยนตร์ดังกล่าวไม่สามารถเข้าถึงผู้ชมในวงกว้างได้ นอกจากนี้ผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กส่วนมากไม่มีงบประมาณสำหรับการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ของตนอีกด้วย จึงต้องสนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กและร่วมมือกับผู้ประกอบการ Video-on-Demand เพื่อใช้เป็นช่องทางการฉายภาพยนตร์ หรือภาครัฐอาจสนับสนุนโดยการพัฒนา Platform ในการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์สำหรับฉายภาพยนตร์ที่มีคุณภาพของผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก หรืออาจสนับสนุนเงินทุนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีศักยภาพสูง สามารถนำภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เครือใหญ่ได้

กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก

โรงภาพยนตร์ทางเลือก ธุรกิจ Video-on-Demand และการฉายภาพยนตร์ผ่านอินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางสำคัญที่ให้โอกาสผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กแสดงผลงานภาพยนตร์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากปัจจุบันโรงภาพยนตร์หรือช่องทางการกระจายภาพยนตร์ต่างๆ ที่ไม่จำกัดการฉายแค่ภาพยนตร์ทั่วไป แต่ให้โอกาสภาพยนตร์ทางเลือกหรือภาพยนตร์จากผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระ มีจำนวนค่อนข้างน้อย ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมและให้การสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์ทางเลือกและช่องทางการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก เพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายภาพยนตร์ที่มีมาตรฐานให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็ก เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีแก่กลุ่มธุรกิจดังกล่าว อย่างไรก็ตามจะต้องมีการศึกษาแนวทางและมาตรการการสนับสนุนที่มีความเหมาะสม

กลยุทธ์ที่ 4.4 ส่งเสริมการกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ

นอกจากการเพิ่มช่องทางการฉายและการกระจายภาพยนตร์ไทยในประเทศแล้ว ยังต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศด้วย เนื่องจากภาพยนตร์ที่มีคุณภาพบางเรื่องสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ รัฐบาลควรสนับสนุนทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่ายและเผยแพร่ภาพยนตร์ทั้งในงานเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดในประเทศไทยและต่างประเทศ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายภาพยนตร์ระดับนานาชาติได้พบปะเจรจาธุรกิจ และให้โอกาสแก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยในการกระจายภาพยนตร์ไปตลาดต่างประเทศมากขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

นอกจากการพัฒนากิจกรรมในแต่ละข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แล้ว การยกระดับศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จะช่วยให้สามารถสร้างความได้เปรียบและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในภาพรวม เนื่องจากการมีพื้นฐานอุตสาหกรรมที่แข็งแรงจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การพัฒนาด้านอื่นๆ มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น โดยปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในปัจจุบัน คือ การที่ผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะใช้ในการเช่าสถานที่ อุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำและการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ได้ และผู้ประกอบการส่วนมากยังขาดความรู้ และข้อมูลทั้งที่เกี่ยวกับภาพยนตร์และการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ของคนไทยในปัจจุบัน เนื่องจากการเข้าถึงภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ทำได้ง่าย และการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ รวมถึงการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังขาดการบูรณาการและการเชื่อมโยง

ดังนั้น ยุทธศาสตร์นี้จะมุ่งเน้นการแก้ปัญหาและพัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตั้งแต่ประเด็นของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาฐานข้อมูล ความรู้และนวัตกรรม การปรับเปลี่ยนกฎหมาย การแก้ปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์ และการปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยสนับสนุนการพัฒนาด้านอื่นๆ ของแต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยยุทธศาสตร์ที่ 5 ประกอบด้วยกลยุทธ์ทั้งหมด 6 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

โครงสร้างพื้นฐานสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นสตูดิโอซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในภาพรวม เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์ที่ดีนั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานและอุปกรณ์ที่ดีด้วย ในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดแคลนสตูดิโอถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรที่มีมาตรฐานในระดับสากลที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ สามารถเก็บเสียงจากการถ่ายทำได้อย่างสมบูรณ์ มีเครื่องปรับอากาศภายในสตูดิโอ ตลอดจนระบบโพสต์โปรดักชั่นและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในตัวอยู่ ดังนั้น ภาครัฐต้องเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการสร้างและพัฒนาสตูดิโอถ่ายทำภาพยนตร์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ตลอดจนจัดหาอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ให้เช่า เพื่อให้อำนวยความสะดวกให้แก่กองถ่ายภาพยนตร์จากต่างประเทศและเพื่อให้ผู้ประกอบการรายเล็กสามารถเข้าถึงสตูดิโอและอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพในระดับสากลได้

นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าต่อการลงทุน การกำหนดพื้นที่พัฒนาพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงมีความสำคัญ การกำหนดพื้นที่เฉพาะในการพัฒนาช่วยให้ภาครัฐสามารถพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเช่น พัฒนาระบบโครงข่ายโทรคมนาคมศักยภาพสูงในพื้นที่พัฒนาพิเศษได้ รวมถึงยังช่วยให้ผู้ประกอบการรวมตัวกันในพื้นที่พิเศษดังกล่าวเป็นคลัสเตอร์ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ประกอบการอื่นและลูกค้าสามารถเข้าถึงผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่พัฒนาพิเศษได้สะดวกขึ้น

กลยุทธ์ที่ 5.2 อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Resource)

ปัจจุบันการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งผู้ประกอบการส่วนมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์ไม่ได้มีการลงทุนในเครื่องจักรหรืออุปกรณ์เหมือนอุตสาหกรรมอื่นๆ และไม่สามารถคำนวณหรือการันตีรายได้ได้ ทำให้สถาบันการเงินต่างไม่เชื่อมั่นในความสามารถการชำระหนี้ของผู้ประกอบการ จึงไม่สนับสนุนเงินทุนให้ ดังนั้นภาครัฐจึงจำเป็นต้องมีการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินภาครัฐ หรือจัดตั้งกองทุนสนับสนุนเพื่อการพัฒนาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รวมทั้งต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการระดมทุนผ่านแหล่งเงินทุนทางเลือกแก่ผู้ประกอบการควบคู่ไปด้วย

กลยุทธ์ที่ 5.3 สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม (Database, Know-how and Innovation)

การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จำเป็นจะต้องใช้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณภาพ และมีการสื่อสาร แบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนา หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม พร้อมทั้งสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมและบูรณาการฐานข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากประเด็นเรื่องข้อมูลและนวัตกรรมแล้ว ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ส่วนมากมีความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์

แต่ยังขาดความรู้ และความสามารถที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวางแผนการเงิน ค่าใช้จ่าย หรือเรื่องกฎหมายก็ตาม ทำให้ต้องมีการปูพื้นฐานและสร้างทักษะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการด้วย

กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนากฎหมายให้มีความครอบคลุมและมีมาตรฐานยิ่งขึ้น (Regulation)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ส่วนมากเป็นกฎหมายในลักษณะการกำกับ ดูแลและควบคุม ควรมีการปรับเปลี่ยนเป็นกฎหมายเพื่อการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมทั้งศึกษาการออกกฎหมายสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในรูปแบบใหม่ เช่น การผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศ (International Co-Production) เพื่อรองรับความร่วมมือการผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศ อันจะก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีและวัฒนธรรม การทบทวนความเหมาะสมของการจัดเรตติ้งภาพยนตร์และการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 5.5 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Protection)

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปัญหาที่สำคัญซึ่งบั่นทอนกำลังใจในการสร้างสรรค์ผลงานของผู้ผลิตภาพยนตร์จำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา โดยการจัดทำมาตรการและกฎระเบียบที่มีความเหมาะสม สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาบุคลากรที่มีหน้าที่ป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ให้มีความรู้เท่าทันมากขึ้น รวมถึงการรณรงค์และปลูกฝังให้ผู้ประกอบการและประชาชนเลือกใช้ซอฟต์แวร์และชมภาพยนตร์ผ่านช่องทางที่ถูกกฎหมาย พร้อมทั้งสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการรับมือกับปัญหาการถูกละเมิดลิขสิทธิ์

กลยุทธ์ที่ 5.6 ปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานภาครัฐ (Institutionalize Responsible Government)

ปัจจุบันยังไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยเฉพาะ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังกระจายอยู่หลายหน่วยงาน จึงต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานที่ดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แบบครบวงจร โดยหน่วยงานดังกล่าวจะต้องช่วยบูรณาการการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการจากภาคเอกชน รวมถึงสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติเพื่อลดความซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและมีทิศทางการดำเนินงานและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ชัดเจนและเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม

โดยแต่ละยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่กล่าวมาทั้งหมด ล้วนมีโครงการสำคัญรองรับ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไปในทิศทางที่ได้กำหนดไว้

8.2.3 แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์แผนปฏิบัติการประกอบไปด้วยรายละเอียดของโครงการที่สนับสนุนของแต่ละกลยุทธ์เพื่อเป็นการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ โดยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ มีโครงการที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วย 4 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของบุคลากรไทย โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

1.1.1 โครงการพัฒนาหลักสูตรการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ร่วมกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ

พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และสถาบันวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง โดยเน้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาและความสามารถในการทำงานได้จริงสำหรับผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้เขียนบท และบทบาทหน้าที่อื่นๆ ที่มีความสำคัญในการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

1.1.2 โครงการอบรมบุคลากรอาชีพด้านการพัฒนาภาพยนตร์ให้มีความเชี่ยวชาญในการเขียนบทและถ่ายทำภาพยนตร์

จัดฝึกอบรมและพัฒาผู้เขียนบท และผู้กำกับภาพยนตร์ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดิมให้มีความเชี่ยวชาญในระดับสูงขึ้น โดยเชิญคนไทยที่มีชื่อเสียงในระดับโลกหรือชาวต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในหัวข้ออบรมนั้นๆ มาเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้เพื่อยกระดับคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่เดิมโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

1.1.3 โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาสำหรับการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แก่บุคลากรเพื่อเข้ารับการอบรมทั้งในและต่างประเทศ

จัดให้มีทุนการศึกษาและเงินสนับสนุนการเรียนรู้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในทุกระดับประกอบไปด้วย การจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และการให้เงินสนับสนุนบุคลากรเพื่ออบรมสร้างความรู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสำหรับการจัดอบรมในประเทศ และในต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ SME โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

1.2.1 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการ SME และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จัดงานพบปะระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับกลุ่มลูกค้าหรือนักลงทุนเป้าหมายที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการให้สามารถทำธุรกิจร่วมกันได้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ บริษัทภาพยนตร์เอกชน

*1.2.2 โครงการจัดการแข่งขันและการประกวดภาพยนตร์**

จัดประกวดบทภาพยนตร์สำหรับบุคคลทั่วไป เพื่อค้นหานักเขียนบทภาพยนตร์ที่มีความสามารถมาเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพที่มีทีมทำงานเพื่อช่วยเหลือและพัฒนาบท รวมถึงภาพยนตร์ที่ได้รับคัดเลือกยังมีโอกาสในการนำไปผลิตเป็นภาพยนตร์จริงจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ บริษัทภาพยนตร์เอกชน

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ (International Co-production) โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

*1.3.1 โครงการศึกษาและกำหนดแนวทางการสนับสนุน (Incentives) การผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ**

ศึกษาแนวทางการจัดทำความร่วมมือในการผลิตภาพยนตร์รวมกับต่างประเทศ (International Co-Production) เพื่อริเริ่มและศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการสนับสนุนผู้ผลิตภาพยนตร์ชาวไทยในการร่วมผลิตภาพยนตร์กับต่างประเทศซึ่งสามารถขยายและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยศึกษาครอบคลุมถึงประเทศที่มีความเหมาะสมในการจัดทำความร่วมมือด้วย แนวทางและมาตรการในการสนับสนุนผ่านสิทธิประโยชน์และแนวทางการอำนวยความสะดวกและมาตรการในการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตภาพยนตร์ร่วมกันกับต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ)

1.3.2 โครงการเจรจาเพื่อจัดทำความร่วมมือกับประเทศเป้าหมายในการผลิตภาพยนตร์

ดำเนินการเจรจาเพื่อสร้างความร่วมมือกับประเทศคู่ค้าเป้าหมายโดยเริ่มจากการลงนามในบันทึกความเข้าใจ (Memorendum of Understanding: MOU) กับ ประเทศที่สามารถสร้างผลประโยชน์องค์รวมให้แก่ประเทศไทยมากที่สุดก่อนและไล่ลำดับลงไป โดยร่วมดำเนินงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้สามารถยกระดับความร่วมมือได้จริง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วย กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ กระทรวงต่างประเทศ (กรมสนธิสัญญา) กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ)

กลยุทธ์ที่ 1.4 สร้างความหลากหลายทางเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

1.4.1 โครงการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการพัฒนาภาพยนตร์ในแนวต่างๆ ที่หลากหลาย

มอบเงินทุนในการจัดทำและพัฒนาบทภาพยนตร์จากหน่วยงานภาครัฐ สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้เขียนบทที่มีความสามารถสูง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างเนื้อหาและรูปแบบของภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาไปสู่สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรระดับโลก ประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

2.1.1 โครงการอบรมบุคลากรเพื่อสร้างทักษะในการสนับสนุนกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

พัฒนาหลักสูตรและจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์อาทิ ผู้จัดการสถานที่ (Location Manager) ผู้ช่วยผู้กำกับ ช่างภาพ ฯลฯ รวมถึงความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษและแนวทางในการทำงานกับกองภาพยนตร์จากต่างประเทศ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพในการทำงานและสอดคล้องกับมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ) สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

2.1.2 โครงการจัดหาอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ไว้ให้เช่าเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย

จัดหาอุปกรณ์สนับสนุนในการถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์สำหรับให้กองภาพยนตร์จากต่างประเทศเช่า เช่น กล้อง ไฟ อุปกรณ์ประกอบฉากที่มีความสำคัญ เพื่อให้มีอุปกรณ์ที่มีคุณภาพและปริมาณเหมาะสมที่จะรองรับการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ของกองภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มีขนาดใหญ่และต้องการอุปกรณ์จำนวนมาก โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ) สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 2.2 ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

2.2.1 โครงการประชาสัมพันธ์การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยในงานเทศกาลภาพยนตร์

ส่งตัวแทนเพื่อเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงเพื่อแนะนำและประชาสัมพันธ์ประโยชน์และข้อดีของการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ตลอดจนแนะนำสิทธิประโยชน์ทางการเงินที่เพิ่งจัดทำขึ้นสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยสำหรับกองภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ)

2.2.2 โครงการประสานความร่วมมือกับสถานทูตไทยและสำนักงานกระทรวงพาณิชย์ในต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย

ประสานความร่วมมือกับสำนักงานของกระทรวงพาณิชย์และสถานทูตไทยในต่างประเทศเพื่อแนะนำและประชาสัมพันธ์ประโยชน์และข้อดีของการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ตลอดจนแนะนำสิทธิประโยชน์ทางการเงินที่เพิ่งจัดทำขึ้นสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยสำหรับกองภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) สถานทูตไทยในต่างประเทศ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ)

กลยุทธ์ที่ 2.3 ยกระดับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

*2.3.1 โครงการพัฒนาศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-stop service) สำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทย โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง**

ศึกษาหารูปแบบการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จที่เป็นไปได้และเหมาะสมกับการขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ในแต่ละสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการมอบอำนาจในอนุญาตแทน การแต่งตั้งตัวแทนประสานงาน ฯลฯ ก่อนจะนำไปเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ) กระทรวงแรงงาน กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หน่วยงานอื่นๆ ที่ต้องขออนุญาตเพื่อเข้าไปถ่ายทำภาพยนตร์ในสถานที่

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post Production ประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาบุคลากร Post-production ให้มีความเชี่ยวชาญเหมาะสม โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 4 โครงการ ดังนี้

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

3.1.1 โครงการพัฒนาหลักสูตรการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษและการใช้โปรแกรมสำหรับ Post-Production ร่วมกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ

พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และสถาบันวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์เพื่อพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง โดยเน้นการพัฒนาการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษและการใช้โปรแกรมในการทำงานได้จริง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

3.1.2 โครงการอบรมบุคลากรอาชีพด้านการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษและการใช้โปรแกรมสำหรับ Post-Production

จัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านกิจกรรม Post-production ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดิมให้มีความเชี่ยวชาญในระดับสูงขึ้น โดยเชิญคนไทยที่มีชื่อเสียงในระดับโลกหรือชาวต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในหัวข้ออบรมนั้นๆ มาเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้เพื่อยกระดับคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่เดิม โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

3.1.3 โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุคลากรเพื่อเข้ารับการอบรมทั้งในและต่างประเทศสำหรับกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์

จัดให้มีทุนการศึกษาและเงินสนับสนุนการเรียนรู้ในกิจกรรม Post-production ซึ่งประกอบไปด้วย การจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และการให้เงินสนับสนุนบุคลากรเพื่ออบรมสร้างความรู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสำหรับการจัดอบรมในประเทศ และในต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

3.1.4 โครงการส่งเสริมการผลิตผ่านการประกวดการออกแบบเทคนิคพิเศษ

จัดประกวดการทำ Post-production เพื่อค้นหานักทำเทคนิคพิเศษที่มีความสามารถมาเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพที่มีทีมทำงานเพื่อช่วยเหลือและพัฒนา รวมถึงยังมีโอกาสในการหาลูกค้าและร่วมงานกับบริษัท Post-production อื่นๆ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

<u>กลยุทธ์ที่ 3.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

*3.2.1 โครงการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ Post-production ในไทยและกลุ่มลูกค้าต่างประเทศผ่านงานเทศกาลภาพยนตร์**

หน่วยงานรัฐติดต่อกับหน่วยงานหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศใหม่ๆ ที่ไม่มีฐานลูกค้าเดิมอยู่หรือประเทศที่มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่ เพื่อสอบถามถึงความเป็นไปได้ในการขายงาน และสร้างเครือข่ายใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพสูง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงต่างประเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

3.2.2 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และกิจกรรมนำเสนอผลงานระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายในระดับนานาชาติ (Pitching)

สนับสนุนให้เกิดพบปะระหว่างผู้ประกอบการ Post-production ที่มีศักยภาพสูงกับกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบการจับคู่ทางธุรกิจ และกิจกรรมการนำเสนอขายผลงาน โดยการจัดงานสามารถเป็นไปได้ทั้งการจัดงานในประเทศที่เชิญกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้ามา หรือสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานในต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการให้สามารถทำธุรกิจร่วมกันได้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงต่างประเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

<u>กลยุทธ์ที่ 3.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ Post Production</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

*3.3.1 โครงการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศเพื่อสร้างมาตรฐานของงานและราคา**

จัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการในประเทศ โดยเน้นความเชื่อมโยงระหว่าง SME และผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อช่วยกระจายงานในอุตสาหกรรมฯ อย่างเป็นธรรมและมีมาตรฐานทั้งทางด้านคุณภาพงานและราคา โดยมีฐานข้อมูลที่จำเป็น เช่น ตัวอย่างผลงาน กรอบราคา ประกอบการพิจารณา โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

<u>กลยุทธ์ที่ 3.4 ส่งเสริมการทำ Post-Production ในไทยด้วยสิทธิประโยชน์ทางการเงิน</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

*3.4.1 โครงการจัดทำสิทธิประโยชน์ทางการเงินสำหรับกิจกรรม Post-production ในประเทศไทย**

ศึกษาแนวทางการให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการต่างประเทศที่เข้ามาทำกิจกรรม Post-production ที่เหมาะสมในประเทศไทย ทั้งในเชิงของรูปแบบและอัตราสิทธิประโยชน์ที่ให้แก่ผู้ประกอบการ รวมถึงแหล่งเงินทุนที่จะนำมาเพื่อสนับสนุนสิทธิประโยชน์ในส่วนนี้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 4 สนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน</u> ประกอบไปด้วย 4 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

<u>กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

4.1.1 โครงการส่งเสริมการจัดหาพื้นที่ฉายนอกจากโรงภาพยนตร์ทั่วไป ที่สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มอายุและสถานที่

จัดหาและพัฒนาสถานที่ฉายภาพยนตร์ในพื้นที่ต่างๆ โดยจัดทำความร่วมมือระหว่างหอภาพยนตร์และผู้มีภาพยนตร์ที่สามารถจัดฉายได้ กับหน่วยงานในท้องถิ่นที่สนใจในการจัดฉายภาพยนตร์ผ่านเนื้อหาที่เตรียมไว้ให้ทั้งในการฉายภาพยนตร์ในสถานศึกษา การฉายภาพยนตร์ผ่านสถานที่สาธารณะในชุมชน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วย

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

หอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน) สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สนใจ

4.1.2 โครงการจัดเวทีวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ส่งเสริมให้เกิดเวทีและสถานที่ในการแลกเปลี่ยนความเห็นต่อภาพยนตร์เป็นวงกว้างในผ่านสื่อออนไลน์และการพบปะ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาภาพยนตร์ของประเทศไทยระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาคส่วนต่างๆ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.1.3 โครงการสนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ภาพยนตร์ หรือนิทรรศการด้านภาพยนตร์

จัดตั้งหรือส่งเสริมให้เกิดการก่อสร้างพิพิธพัณฑ์และจัดนิทรรศการภาพยนตร์ในประเทศไทย เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้และเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของภาพยนตร์ไทยได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

<u>กลยุทธ์ที่ 4.2 สนับสนุนการกระจายและฉายภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ SME</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

4.2.1 โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ VoD และผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย

สร้างช่องทางในการจัดฉายภาพยนตร์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีช่องทางการฉายที่หลากหลายยิ่งขึ้น โดยเน้นการให้ผู้ประกอบการ VoD จากภาคเอกชนเข้ามาเป็นผู้ช่วยจัดฉายเนื้อหาในส่วนนี้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือและประโยชน์ระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์และผู้ประกอบการ VoD ของประเทศไทย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*4.2.2 โครงการพัฒนา Platform ในการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐรูปแบบรับชมฟรี/คิดค่าใช้จ่าย**

พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือ เว็บไซต์สำหรับการจัดฉายภาพยนตร์ที่ถูกลิขสิทธิ์โดยหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนสามารถรับชมภาพยนตร์ได้สะดวกและมีต้นทุนต่ำลง รวมถึงผู้ผลิตภาพยนตร์รายเล็กสามารถนำภาพยนตร์มาจัดฉายผ่านช่องทางนี้ได้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยหอภาพยนตร์ (องค์กรมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

4.2.3 โครงการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์

จัดหาเงินทุนสนับสนุนผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีศักยภาพสูงที่สามารถนำภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เครือใหญ่ได้ โดยให้เงินสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เพื่อช่วยให้ภาพยนตร์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น และเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการจัดทำภาพยนตร์เรื่องถัดไป โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบกิจการโรงภาพยนตร์

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

4.3.1 โครงการศึกษาและจัดเตรียมมาตรการทางด้านภาษีเพื่อสนับสนุนโรงภาพยนตร์ทางเลือกและ VoD

ศึกษาแนวทางการให้สิทธิประโยชน์ทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ทางเลือก หรือผู้ประกอบการ VoD ที่สนับสนุนการฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ไทย โดยศึกษาถึงรูปแบบและอัตราการให้สิทธิประโยชน์ที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาและเข้าประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานคณะกรรมกาส่งเสริมการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 4.4 ส่งเสริมการกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

4.4.1 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และกิจกรรมนำเสนอผลงานภาพยนตร์ไทยระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายในระดับนานาชาติ (Pitching)

สนับสนุนให้เกิดพบปะระหว่างผู้จัดฉายภาพยนตร์ที่มีศักยภาพสูงกับกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบการจับคู่ทางธุรกิจ และกิจกรรมการนำเสนอขายผลงาน โดยการจัดงานสามารถเป็นไปได้ทั้งการจัดงานในประเทศที่เชิญกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้ามา หรือสนับสนุนทางด้านเงินทุนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานในต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างฐานลูกค้าและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการให้สามารถทำธุรกิจร่วมกันได้ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงต่างประเทศ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ประกอบไปด้วย 6 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

5.1.1 โครงการสนับสนุนสตูดิโอถ่ายทำและอุปกรณ์ให้เช่าที่มาตรฐานในระดับสากล

สร้างสตูดิโอของหน่วยงานภาครัฐที่มีมาตรฐานในระดับสากลสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยเน้นการเข้าใช้งานสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการถ่ายทำภาพยนตร์ของผู้ประกอบการไทย รวมถึงแก้ปัญหาความไม่เพียงพอของสตูดิโอที่มีมาตรฐานระดับสากลในปัจจุบัน โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.1.2 โครงการพัฒนาพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

กำหนดพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างการรวมตัวของผู้ประกอบการในพื้นที่เป้าหมาย และนำไปสู่การพัฒนาคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในที่สุด โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ที่ 5.2 อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Resource) โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

5.2.1 โครงการสร้างความร่วมมือกับแหล่งเงินทุนในภาครัฐในการปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

เจรจากับสถาบันการเงินภาครัฐในการปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีศักยภาพสูงเพื่อนำเงินมาลงทุนสร้างภาพยนตร์ รวมถึงสร้างองค์ความรู้ให้แก่สถาบันการเงินของภาครัฐในการประเมินความเสี่ยงสำหรับการปล่อยเงินกู้

ให้แก่ผู้ประกอบการที่มาขอกู้เงินเพื่อผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ สถาบันการเงินภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

*5.2.2 โครงการจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยหน่วยงานภาครัฐ**

จัดตั้งกองทุนสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในการให้เงินสนับสนุนสำหรับการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยไม่จำกัดเพียงแต่ให้เงินทุนเท่านั้น แต่รวมถึงการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับเงินสนับสนุนในส่วนนี้อีกด้วย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*5.2.3 โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการระดมทุนผ่าน Crowdfunding**

จัดอบรมเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการระดมในรูปแบบ Crowdfunding รวมถึงแนวทางการเสนอโครงการเพื่อให้สามารถระดมเงินทุนผ่านช่องทาง Crowdfunding ให้ได้ถึงเป้าหมายผ่าน Crowdfunding ที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ผู้ประกอบการ Crowdfunding ในประเทศไทย

<u>กลยุทธ์ที่ 5.3 สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม (Database, Know-how and Innovation)</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

*5.3.1 โครงการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้อัจฉริยะสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์**

จัดตั้งศูนย์ข้อมูลอัจฉริยะที่บริหารจัดการองค์ความรู้ครบวงจรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ซึ่งประกอบไปด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจและความรู้ทักษะเฉพาะสำหรับการประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ให้เป็นระเบียบสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

5.3.2 โครงการบูรณาการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

รวบรวมข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐแต่ละแห่งทั้งจากกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงภาคเอกชนและสมาคมที่เกี่ยวข้องภายใต้รูปแบบข้อมูล (Template) ที่ผู้ใช้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำข้อมูลไปใช้ต่อได้ง่าย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

5.3.3 โครงการสนับสนุนการวิจัย พัฒนา และสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์

สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการวิจัย พัฒนา และสร้างนวัตกรรมผ่านทางการจัดงานประชุมและเสวนาทางวิชาการทั้งในระดับชาติ และระดับนานาชาติ ตลอดจนให้เงินสนับสนุนการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

<u>กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนากฎหมายให้มีความครอบคลุมและมีมาตรฐานยิ่งขึ้น (Regulation)</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 2 โครงการ ดังนี้

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

5.4.1 โครงการศึกษาและพัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับบริบทการเปลี่ยนแปลงปัจจุบัน

ศึกษาและทบทวนพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยและกฎหมายลูกให้มีความสอดคล้องกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปเช่น กฎหมายยังจำกัดความภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในรูปแบบของวัสดุอยู่ แต่ในปัจจุบันภาพยนตร์และวีดิทัศน์มักถูกบันทึกในรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ในระบบซึ่งไม่ได้เป็นวัสดุ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานกฤษฎีกา กระทรวงวัฒนธรรม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

5.4.2 โครงการศึกษาและพัฒนากฎหมายการจัดเรตติ้งให้มีประสิทธิภาพและมีความครอบคลุมและมาตรฐาน

ศึกษาและทบทวนแนวทางการควบคุมและจัดลำดับเรตติ้งผ่านสื่อต่างๆ ว่ามีความเปิดกว้างเพียงพอหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับต่างชาติ รวมถึงศึกษาแนวทางการพัฒนากฎหมายการจัดเรตติ้งให้ครอบคลุมช่องทางการฉายใหม่เช่น ผ่านทางโซเชียลมีเดีย หรือแอปพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้ครอบคลุมรูปแบบการจัดฉายภาพยนตร์ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

<u>กลยุทธ์ที่ 5.5 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Protection)</u> โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 3 โครงการ ดังนี้

*5.5.1 โครงการพัฒนามาตรการ กฎระเบียบและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ ให้สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างถาวร โดยศึกษาครอบคลุมทั้งในเชิงกฎหมายและการบังคับใช้ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการปราบปรามให้มีความรู้ความเข้าใจและทักษะที่เหมาะสมกับเทคโนโลยีการละเมิดลิขสิทธิ์ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนชี้แนะแนวทางการจัดการปัญหาการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม กรมทรัพย์สินทางปัญญา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.5.2 โครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ Post-production ใช้ software ที่ถูกกฎหมาย

รณรงค์ให้ผู้ประกอบการ Post-production ใช้ซอฟต์แวร์ที่ถูกกฎหมายในการสร้างสรรค์งาน ตลอดจนจัดเตรียมสถานที่และซอฟต์แวร์ถูกกฎหมายให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ลองใช้สำหรับการทำงานในเบื้องต้น เพื่อสร้างมาตรฐานของ Post-production ในประเทศไทยให้ได้รับการยอมรับในเวทีสากล โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*5.5.3 โครงการส่งเสริมให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการบริโภคสินค้าที่ถูกลิขสิทธิ์**

จัดทำโครงการอบรมและสื่อประชาสัมพันธ์ในการปลูกฝังจิตสำนึกและความเข้าใจที่ถูกต้องสำหรับการบริโภคสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตลอดจนปลูกฝังให้ประชาชนตระหนักถึงผลเสียที่จะตามมาจากการรับชมภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม กรมทรัพย์สินทางปัญญา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

กลยุทธ์ที่ 5.6 ปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานภาครัฐ (Institutionalize Responsible Government) โดยมีแนวทางการพัฒนาทั้งหมด 1 โครงการ ดังนี้

*5.6.1 โครงการศึกษาโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร**

ศึกษาโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เพื่อนำไปสู่การจัดตั้งหน่วยงานอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งต้องมีการดำเนินงานที่สามารถประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบอยู่เดิม ตลอดจนร่วมพัฒนากับภาคเอกชนและภาคการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

8.2.4 กรอบระยะเวลาการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Roadmap)

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศแบ่งช่วงระยะเวลาของการดำเนินงานโครงการเป็น 3 ช่วงด้วยกัน ได้แก่ โครงการระยะสั้น ซึ่งใช้ระยะเวลาดำเนินโครงการไม่เกิน 1 ปี โครงการระยะกลาง ซึ่งใช้ระยะเวลาดำเนินโครงการ 2 - 3 ปี และโครงการระยะยาวซึ่งใช้ระยะเวลาดำเนินโครงการ 4 - 5 ปี โดยสรุปกรอบระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละโครงการได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 กรอบระยะเวลาการดำเนินงานของแต่ละโครงการ

กลยุทธ์	โครงการสำคัญ (Flagship Project)	ระยะสั้น 1 ปี	ระยะกลาง 2 – 3 ปี	ระยะยาว 4 – 5 ปี
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคอย่างยั่งยืน				
1.1 พัฒนาศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของบุคลากรไทย	1.1.1 โครงการพัฒนาหลักสูตรการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ร่วมกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ	←	→	
	1.1.2 โครงการอบรมบุคลากรอาชีพด้านการพัฒนาภาพยนตร์ให้มีความเชี่ยวชาญในการเขียนบทและถ่ายทำภาพยนตร์	←	→	→
	1.1.3 โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาสำหรับการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แก่บุคลากรเพื่อเข้ารับการอบรมทั้งในและต่างประเทศ	←	→	→
1.2 พัฒนาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs	1.2.1 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการ SME และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	←	→	→
	1.2.2 โครงการจัดการแข่งขันและการประกวดภาพยนตร์*	←	→	→
1.3 สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ (International Co-production)	**1.3.1 โครงการศึกษาและกำหนดแนวทางการสนับสนุน (Incentives) การผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ***	←	→	
	1.3.2 โครงการเจรจาเพื่อจัดทำความร่วมมือกับประเทศเป้าหมายในการผลิตภาพยนตร์		←	→
1.4 สร้างความหลากหลายทางเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย	1.4.1 โครงการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการพัฒนาภาพยนตร์ในแนวต่างๆ ที่หลากหลาย	←	→	→

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาไปสู่สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ครบวงจรระดับโลก		
2.1 พัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ	2.1.1 โครงการอบรมบุคลากรเพื่อสร้างทักษะในการสนับสนุนกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ	
	2.1.2 โครงการจัดหาอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ไว้ให้เช่าเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย	
2.2 ประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย	2.2.1 โครงการประชาสัมพันธ์การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยในงานเทศกาลภาพยนตร์	
	2.2.2 โครงการประสานความร่วมมือกับสถานทูตไทยและสำนักงานกระทรวงพาณิชย์ในต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์การถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย	
2.3 ยกระดับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ	**2.3.1 โครงการจัดตั้งศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-stop service) สำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างชาติในประเทศไทยโดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง***	
ยุทธศาสตร์ที่ 3: เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้นำการให้บริการ Post Production		
3.1 พัฒนาบุคลากร Post-production ให้มีความเชี่ยวชาญเหมาะสม	3.1.1 โครงการพัฒนาหลักสูตรการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษและการใช้โปรแกรมสำหรับ Post-Production ร่วมกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพ	
	3.1.2 โครงการอบรมบุคลากรอาชีพด้านการสร้างสรรค์เทคนิคพิเศษและการใช้โปรแกรมสำหรับ Post-Production	
	3.1.3 โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุคลากรเพื่อเข้ารับการอบรมทั้งในและต่างประเทศ – กิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์	
	3.1.4 โครงการส่งเสริมการผลิตผ่านการประกวดการออกแบบเทคนิคพิเศษ	
3.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ	**3.2.1 โครงการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ Post-production ในไทยและกลุ่มลูกค้าต่างประเทศผ่านงานเทศกาลภาพยนตร์***	
	3.2.2 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และกิจกรรมนำเสนอผลงานระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายในระดับนานาชาติ (Pitching)	
3.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ Post Production	**3.3.1 โครงการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการกิจกรรมหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศเพื่อสร้างมาตรฐานของงานและราคา***	
3.4 ส่งเสริมการทำ Post-Production ในไทยด้วยสิทธิประโยชน์ทางการเงิน	**3.4.1 โครงการจัดทำสิทธิประโยชน์ทางการเงินสำหรับกิจกรรม Post-production ในประเทศไทย***	
ยุทธศาสตร์ที่ 4: สนับสนุนการฉายและกระจายภาพยนตร์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน		
4.1 พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย	4.1.1 โครงการส่งเสริมการจัดหาพื้นที่ฉายนอกจากโรงภาพยนตร์ทั่วไปที่สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มอายุและสถานที่	
	4.1.2 โครงการจัดเวทีวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	
	4.1.3 โครงการสนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ภาพยนตร์ หรือนิทรรศการด้านภาพยนตร์	

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

4.2 สนับสนุนการกระจายและฉายภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ SMEs	4.2.1 โครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ VoD และผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย	
	4.2.2 โครงการพัฒนา Platform ในการรับชมภาพยนตร์ออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐรูปแบบรับชมฟรี/คิดค่าใช้จ่าย*	
	4.2.3 โครงการสนับสนุนเงินทุนสำหรับการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์	
4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก	4.3.1 โครงการศึกษาและจัดเตรียมมาตรการทางด้านภาษีเพื่อสนับสนุนโรงภาพยนตร์ทางเลือกและ VoD	
4.4 ส่งเสริมการกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ	4.4.1 โครงการสนับสนุนการจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และกิจกรรมนำเสนอผลงานภาพยนตร์ไทยระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในระดับนานาชาติ (Pitching)	
ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์		
5.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)	5.1.1 โครงการสนับสนุนสตูดิโอถ่ายทำและอุปกรณ์ให้เช่าที่มาตรฐานในระดับสากล และ SME สามารถเข้าถึงได้	
	5.1.2 โครงการพัฒนาพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์	
5.2 อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Financial Resource)	5.2.1 โครงการสร้างความร่วมมือกับแหล่งเงินทุนในภาครัฐในการปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	
	5.2.2 โครงการจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยหน่วยงานภาครัฐ*	
	5.2.3 โครงการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการระดมทุนผ่าน Crowdfunding*	
5.3 สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล องค์ความรู้และนวัตกรรม (Database, Know-how and Innovation)	**5.3.1 โครงการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้อัจฉริยะสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์***	
	5.3.2 โครงการบูรณาการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์	
	5.3.3 โครงการสนับสนุนการวิจัย พัฒนา และสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์	
5.4 พัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	5.4.1 โครงการศึกษาและพัฒนากฎหมายให้เหมาะสมกับบริบทการเปลี่ยนแปลงปัจจุบัน	
	5.4.2 โครงการศึกษาและพัฒนากฎหมายการจัดเรตติ้งให้มีประสิทธิภาพและมีความครอบคลุมและมาตรฐานมากขึ้น	
5.5 การปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ (Regulation and Piracy Suppression	**5.5.1 โครงการพัฒนามาตรการ กฎระเบียบและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ ให้สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ***	
	5.5.2 โครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ Post-production ใช้ software ที่ถูกกฎหมาย	
	5.5.3 โครงการส่งเสริมให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการบริโภคสินค้าที่ถูกลิขสิทธิ์*	
5.6 ปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานภาครัฐ (Institutionalize Responsible Government)	**5.6.1 โครงการศึกษาโครงสร้างและบทบาทของหน่วยงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร***	

*โครงการสำคัญซึ่งควรให้ความสำคัญในการจัดทำก่อน

8.3 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564)

จากการที่รัฐบาลไทยมีความประสงค์ที่จะส่งเสริมและผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของไทย ให้เป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวัฒนธรรมจึงได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 ระหว่าง ปีพ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2564 การศึกษาในครั้งนี้จึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลและผลการศึกษา และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 โดยจะระบุความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 กับแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามรายประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้มีความเป็นมืออาชีพ</u>

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีความเชื่อมโยงในระดับกลยุทธ์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาศักยภาพในการผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของบุคลากรไทย
- กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาบุคลากรและอุปกรณ์สนับสนุนกองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาบุคลากร Post-production ให้มีความเชี่ยวชาญและเหมาะสม
- กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย
- กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาตลาดภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไทย</u>

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 เป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาตลาดภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ 2 ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีความเชื่อมโยงในระดับกลยุทธ์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาช่องทางและเวทีในการแสดงผลงานสำหรับผู้ประกอบการ SME
- กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาผู้ชมและตลาดของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย
- กลยุทธ์ที่ 4.2 สนับสนุนการกระจายและฉายภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการ SME
- กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก
- กลยุทธ์ที่ 4.4 ส่งเสริมการกระจายภาพยนตร์ไทยไปยังต่างประเทศ

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของงานภาพยนตร์และวีดิทัศน์</u>

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มุ่งเน้นการให้ความสำคัญแก่ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ 3 ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีความเชื่อมโยงในระดับกลยุทธ์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ที่ 5.5 ส่งเสริมการปกป้องและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงธุรกิจถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย</u>

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 เป็นการส่งเสริมการร่วมลงทุนผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระหว่างประเทศ และการส่งเสริมให้ต่างชาติเข้ามาผลิตภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทยโดยการจัดประชาสัมพันธ์ โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีความเชื่อมโยงในระดับกลยุทธ์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

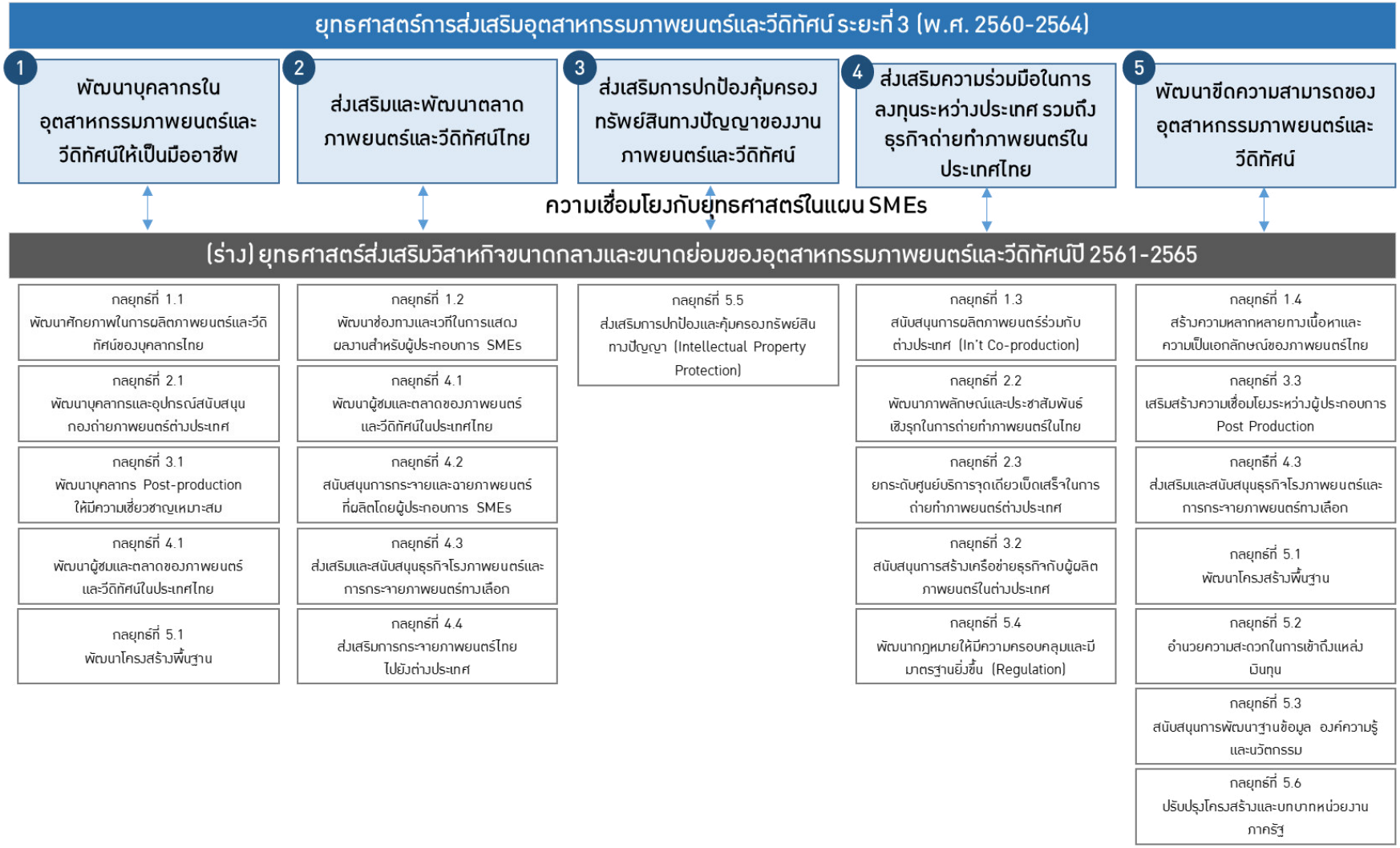
- กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ร่วมกับต่างประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนาภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย
- กลยุทธ์ที่ 2.3 ยกระดับศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จในการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 3.2 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ผลิตภาพยนตร์ในต่างประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 5.4 พัฒนากฎหมายให้มีความครอบคลุมและมีมาตรฐานยิ่งขึ้น

<u>ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์</u>

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มุ่งเน้นการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการและบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันให้แข่งขันได้กับต่างประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ 5 ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ ระยะที่ 3 มีความเชื่อมโยงในระดับกลยุทธ์กับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์ที่ 1.4 สร้างความหลากหลายทางเนื้อหาและความเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ไทย
- กลยุทธ์ที่ 3.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ Post Production
- กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจโรงภาพยนตร์และการกระจายภาพยนตร์ทางเลือก
- กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- กลยุทธ์ที่ 5.2 อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- กลยุทธ์ที่ 5.3 สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรม
- กลยุทธ์ที่ 5.6 ปรับปรุงโครงสร้างและบทบาทหน่วยงานภาครัฐ

แผนภาพที่ 25 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์กับยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564)



8.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ดังรายละเอียดข้างต้นนั้น เป็นเพียงหลักการและแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หากแต่ในการขับเคลื่อนแผนดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมนั้นจำเป็นต้องอาศัยมีการดำเนินที่ความชัดเจนและบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างจริงจังและชัดเจน โดยมีแนวทางการดำเนินนโยบาย 2 ส่วนหลักที่ช่วยให้ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ได้แก่ 1) การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างบูรณาการ และ 2) กลไกการดำเนินงานและขับเคลื่อนแผน โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้นำไปดำเนินการ ดังนี้

8.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างบูรณาการ

การพัฒนาอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญและสามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวทางในการพัฒนาอย่างบูรณาการนั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ การบูรณาการการพัฒนาภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Intra-Industry Integration) และการบูรณาการการพัฒนาระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และอุตสาหกรรมอื่นๆ (Inter-Industry Integration)

1) การบูรณาการการพัฒนาภายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Intra-Industry Integration) จากยุทธศาสตร์การส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ซึ่งเป็นการกำหนดการพัฒนาในแต่ละกิจกรรมได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิตภาพยนตร์ (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์ (Production) ขั้นตอนหลังการผลิตภาพยนตร์ (Post-Production) และ ขั้นตอนการกระจายและจัดจำหน่ายภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Distribution and Exhibition) อย่างเป็นเอกเทศ อย่างก็ดี การพัฒนาโดยเน้นเฉพาะกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งอาจจะประสบกับปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการพัฒนาได้ และอาจจะไม่ส่งผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมเท่าที่ควร เช่น หากให้เงินทุนสนับสนุนการเขียนบทภาพยนตร์ในขั้นตอนของ Pre-Production แต่กลับไม่มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการนำบทภาพยนตร์ไปผลิตต่อในส่วนของ Production และ Post-Production หรือหาช่องทางการฉายในส่วน Distribution and Exhibition แล้ว บทภาพยนตร์ที่ให้เงินทุนสนุบสนุนในการพัฒนาก็จะขาดการพัฒนาต่อยอด ไม่สามารถสร้างคุณค่าทั้งในเชิงศิลปะและพาณิชย์แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาและดำเนินโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความเชื่อมโยงในแต่ละกิจกรรมทางเศรษฐกิจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งสำหรับการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมแต่ละส่วน ตลอดจนกำหนดทิศทางการพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแต่ละส่วนเช่นเดียวกัน หน่วยงานหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรที่จะเข้ามากำหนดนโยบายในการสนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างบูรณาการและสอดคล้องกัน

2) การบูรณาการการพัฒนาระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และอุตสาหกรรมอื่นๆ (Inter-Industry Integration) อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นอุตสาหกรรมเนื้อหา (Content Industry) ซึ่งสามารถใช้สื่อสารข้อความหรือสารอื่นๆ ที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับชมผ่านสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตลอดจนสามารถใช้เป็นอำนาจอ่อน (Soft Power) ในการเผยแพร่ขนมธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม กระบวนการคิด และอัตลักษณ์อื่นๆ ที่

สามารถแสดงถึงความเป็นไทยได้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จึงมีศักยภาพในการพัฒนาร่วมกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์จุดแข็งและเอกลักษณ์ความเป็นไทยอย่างบูรณาการได้เช่น อาหารไทย ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว โดยประเทศไทยสามารถนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่มีความโดดเด่นมาเป็นพัฒนาเป็นเนื้อหาหลักสำหรับภาพยนตร์ในการเผยแพร่ไปยังต่างประเทศได้ โดยการนำเสนอความเป็นไทยผ่านภาพยนตร์นี้จะสร้างความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการของประเทศไทยให้แก่ชาวต่างชาติได้ ซึ่งสามารถนำไปสู่การส่งออกสินค้าไทย และต่อยอดไปถึง การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Travel) เพื่อสัมผัสประสบการณ์ตามเนื้อหาในภาพยนตร์

ดังนั้น การนำเนื้อหาที่ประเทศไทยมีเอกลักษณ์ในการพัฒนาภาพยนตร์นั้นจะสามารถช่วยให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์มีเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับประเทศอื่น และยังสามารถประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สินค้าและบริการของประเทศไทยที่น่าสนใจได้ ตลอดจนยังสามารถให้ผู้ผลิตและพัฒนาภาพยนตร์สามารถหาผู้สนับสนุนทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยสามารถขอเงินทุนในรูปแบบการโฆษณาจากทั้งหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบการท่องเที่ยว หรือสินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น ททท. หรือภาคเอกชนที่ต้องการใช้ภาพยนตร์เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง

8.4.2 ข้อเสนอแนะด้านกลไกการดำเนินงานและขับเคลื่อนแผน

นอกเหนือไปจากการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างบูรณาการแล้ว การดำเนินงานและขับเคลื่อนแผนต่างๆ ยังจำเป็นต้องมีกลไกการดำเนินงานและขับเคลื่อนแผนงานให้ประสบความสำเร็จสามารถนำแผนงานที่กำหนดไว้ แปลงไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลอย่างแท้จริงได้ ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางในการพัฒนากลไกการขับเคลื่อน 2 ส่วนหลัก คือ 1) การกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยภาพรวม และ 2) การสร้างความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษา

1) การกำหนดผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยภาพรวม (Responsible Person) ในปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อยู่หลายหน่วยงานเช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาซึ่งมีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ดี การที่มีหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมจำนวนมากส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่กระจัดกระจาย แต่ละหน่วยงานมีแนวทางการพัฒนาและภารกิจของตัวเอง กระทรวงวัฒนธรรมเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในเชิงศิลปะ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเน้นการถ่ายทำภาพยนตร์ของกองภาพยนตร์ต่างประเทศและส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนกระทรวงพาณิชย์ขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ไม่ได้เน้นการพัฒนาเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ส่งผลให้ประเทศไทยขาดเจ้าภาพที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้โดยตรง

ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรการกำหนดผู้มีส่วนรับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์โดยตรงเพื่อภารกิจเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมและรับผิดชอบอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม การตั้งหน่วยงานสามารถกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่มีความชัดเจนมายิ่งขึ้น ตลอดจนง่ายต่อการชี้วัดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ในส่วนนี้ควรเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีโครงสร้างเป็นองค์กรมหาชนซึ่งมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงาน รวมถึงกระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณ เหมาะสมกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและมีความคล่องตัวมากกว่า

2) การสร้างความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษา (Industry Collaboration) ถึงแม้ว่าหน่วยงานภาครัฐจะเป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้ได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไม่ใช่เฉพาะหน่วยงานภาครัฐแต่อย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงหน่วยงานภาคเอกชนและภาคการศึกษาอีกด้วย โดยภาคเอกชนมีความรู้ความเข้าใจในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และ

การดำเนินธุรกิจมากกว่า ส่วนภาคการศึกษามีบทบาทในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และงานวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว

ดังนั้น สำหรับการนำแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ไปสู่การปฏิบัตินั้น จึงจำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการขับเคลื่อนแผน เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมในทุกมิติที่มีความจำเป็นได้อย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดหลักคือ การใช้องค์ความรู้และความร่วมมือจากภาคเอกชน และมหาวิทยาลัยในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานภาครัฐ

Effinity
สสว.
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม