

อุตสาหกรรมภาพยนตร์
ในประเทศไทย



การเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ของต่างชาติ

โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์

Pre-Production	Production	Post Production
casting, costume make up, music	shooting team, location, equipment service	computer graphic, visual effect, editing, sound.

จุดแข็ง

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในไทย



1. Production
2. Locations
3. CG & Post Production
4. Man Power

ภาพรวมตลาด

ปี 2556 – 2559 การส่งออก ยังไม่มีการจัดเก็บสถิติอย่างชัดเจน คาดว่าจะเติบโตประมาณ 10% มูลค่าตลาดภาพยนตร์ ประมาณ 24,000 ล้านบาท

ตลาดเป้าหมาย

ASEAN เอเชียตะวันออก ยุโรป สหรัฐอเมริกา

รายได้นำเข้า เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- การรับจ้าง Outsourcing
- การบริการ Production –Post Production
- การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในไทย (Location Shooting)
- การขายลิขสิทธิ์

ยุทธศาสตร์

1. สร้างให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตงาน/ฐานการลงทุนที่มีคุณภาพสูงของเอเชีย (Hub) และเป็นประตู (Gateway) สำหรับนักลงทุน/นักธุรกิจต่างชาติที่จะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศASEAN อื่นๆ
2. เพิ่มความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทต่างชาติ กระตุ้นการco-production/investment/location shooting/Outsourcing กับ ไทย
3. เสริมสร้างพันธมิตรระหว่างรัฐบาลไทยและต่างประเทศลดข้อจำกัดทางธุรกิจในประเทศคู่ค้า จัดทำ G2G treaty เช่น Co-Production Treaty
4. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง/รับผิดชอบตรง/สนับสนุนธุรกิจบันเทิง

บริษัทผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ มีประมาณ 10 ราย ที่เหลือเป็นรายย่อยๆ รับจ้างผลิต

- Kickthemachine
- United International Pictures Thailand
- โคลัมเบีย ไทรสตาร์ บัณฑิตวิสต้า (ประเทศไทย)
- Extravirginco
- Angel & Bear
- Come on Sweet Film
- บิณฑ์ บม บิสนิเนส
- 96 Film
- M 39
- Oriental Eye
- Prommitr Film Studio
- Box Offiz

- GTH
- GMM
- Hub Ho Hin
- J-Bics Film
- Jiant Pictures
- Lego Film
- Mahagan Films
- Mongkol Cinema
- Mongkol Major
- Mono Film
- Ngr Company
- Phranakorn Film

- Cinemasia
- M Pictures
- Film Bangkok
- Film Frame Productions
- Film Frame Productions
- Fivestar Entertainment
- Right Beyond Films/SSI
- Film R Us
- Sony Pictures Thailand
- Sahamongkol Film
- Third Dimension
- Kantana Group

ปัญหา/อุปสรรค

1. ขาดหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบในภาพรวมและส่งเสริมอย่างครบวงจร
2. ขาดแหล่งเงินทุนในการพัฒนาคุณภาพการผลิตและบุคลากร
3. การละเมิดลิขสิทธิ์
4. ขาดข้อมูลตลาดอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพ
5. ขาดสิ่งจูงใจ (incentive) ให้เข้ามาใช้บริการ/ มาลงทุน/ มาถ่ายทำในประเทศไทย
6. โอกาสในการขยายตลาดในต่างประเทศยังมีไม่เพียงพอ

กลยุทธ์

1. สนับสนุนผู้ประกอบการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่นงานแฟร์ เทศกาลบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ และการสร้างชื่อเสียง/ความคิดสร้างสรรค์ เช่น งานประกวด การนำเสนอผลงานจัดคณะผู้แทนการค้า Outbound /Inbound Business Matchingและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า flagship ของโลก

2. สนับสนุนหน่วยงานเกี่ยวข้องใน การจัดงานในประเทศไทย ASEAN Film Festival + Red Carpet, Thailand Animation Expo, Asian Animation Summit เป็นต้น

3. รวบรวมผลงานและรายชื่อผู้ประกอบการ/ผู้อยู่ในวงการหรือเกี่ยวข้อง/สนับสนุนในธุรกิจบันเทิงที่มีศักยภาพสำหรับตลาด ต่างประเทศ และรวบรวมข้อมูลข้อมูลอุตสาหกรรมธุรกิจบันเทิงไทย เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์/เสริมสร้างภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพ ธุรกิจของไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ รวมถึงสำหรับ การที่ธุรกิจต่างประเทศจะต้องการทำธุรกิจร่วมกับไทย

4. กลยุทธ์สร้างเสริมมิตรทางการค้ากับผู้ลงทุน ผู้สร้าง ผู้กำกับนักธุรกิจในต่างประเทศ ได้แก่ การจัด Thai Night/Networking Party

5. กลยุทธ์การส่งเสริมความ (G2G) และการบูรณาการความร่วมมือร่วมกับหน่วยงานอื่น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- กองกิจการภาพยนตร์ กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม
- สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ

ปี 2013 (ม.ค. - พ.ย.)

ประเทศที่เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในไทยมากที่สุด 10 อันดับ

682 ราย

2,120.44. ล้านบาท

1. ญี่ปุ่น จำนวน 138 ราย
2. อินเดีย จำนวน 142 ราย
3. ยุโรป จำนวน 102 ราย
4. ฮอลลีวูด จำนวน 36 ราย
5. อเมริกา จำนวน 33 ราย
6. จีน จำนวน 29 ราย
7. เกาหลี จำนวน 27 ราย
8. ออสเตรเลีย จำนวน 22 ราย
9. ไต้หวัน จำนวน 7 ราย
10. อื่นๆ จำนวน 148 ราย

แบ่งตามประเภทการถ่ายทำ

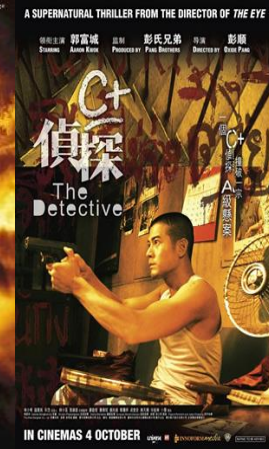
1. โฆษณา 324 ราย
2. สารคดี 143 ราย
3. โทรทัศน์/ละคร 104 ราย
4. ภาพยนตร์เรื่องยาว 68 ราย
5. Music Video 43 ราย



2000, USA



2005, USA



2007, HONG KONG



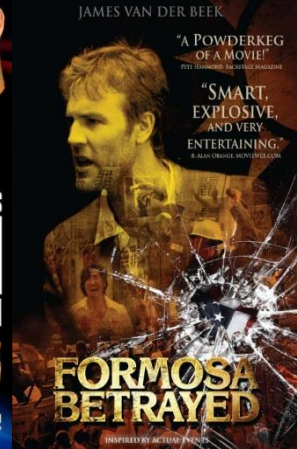
2008, FRANCE
BELGIUM UK
AUSTRALIA



2008, USA

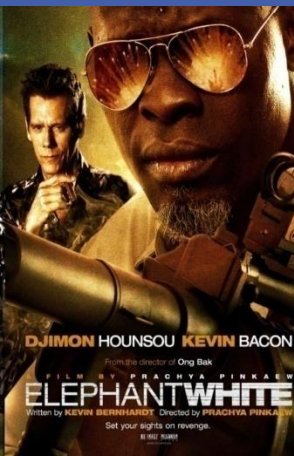


2009, SWEDEN



2010, USA,

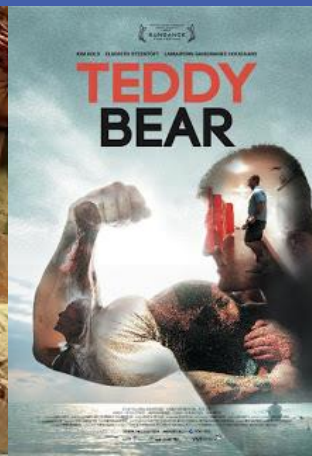
ภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงที่มาจากถ่ายทำในประเทศไทย



2011, USA



2011, USA



2012, DENMARK



2012, USA



2012 FRANCE, UK



2013, CHINA

5 อันดับหนังไทยทำเงินสูงสุดตลอดกาล

1. พี่มาก..พระโขนง 568 ล้านบาท
2. สุริโยไท 324 ล้านบาท
3. พระนเรศวร (ภาคองค์ประกัน) 237 ล้านบาท
4. พระนเรศวร (ภาคประกาศอิสรภาพ) 234 ล้านบาท
5. พระนเรศวร (ภาคยุทธนาวี) 201 ล้านบาท

Marketeer

ที่มา : จีทีเอช

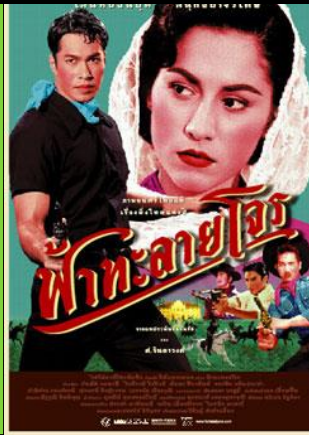
*รายได้เฉพาะกรุงเทพฯและปริมณฑล



ภาพยนตร์ไทยบางส่วนที่ได้รับรางวัลจากต่างประเทศ



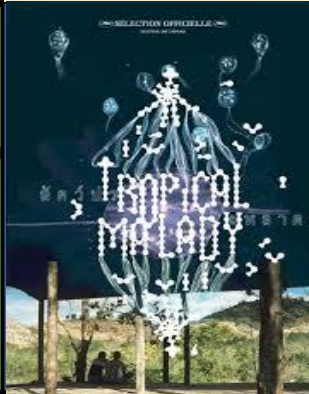
Grand Prize (Best International Film Award) @Festival International du Film Independent19, Brussels, Belgium 1997



Dragon and Tiger Award, Vancouver Film Festival, Vancouver, Canada - - Pifan 2001, Jury's Choice @ Officially selected Tokyo Filmex, Tokyo @ Best art direction, International de Cine Gijon, Spain @ Officially



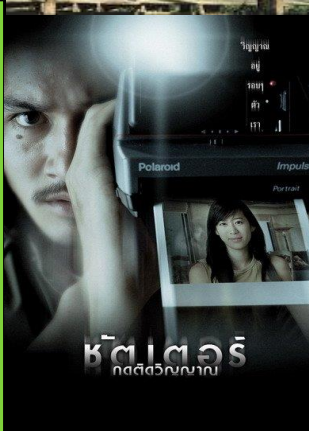
The Best Asian Film, NETPAC Award, Rotterdam Netherlands @ The Most Promising Asian Director, India 1999



Prix du Jury (Jury Prize - ชวัญใจกรรมการ) @ Cannes Film Festival 2004, France Dragon and Tiger Award, Vancouver Film Festival, Vancouver, Canada - - Pifan 2001, Jury's Choice @ Officially selected Tokyo Filmex, Tokyo @ Best art direction, International de Cine Gijon, Spain @ Officially



FIPRESCI Award @ Toronto Film Festival, Canada Tiger Award, @ International Film Festival Rotterdam, Netherlands 2000



, Best Asian Film @ Fantasia Film Festival, Vancouver 2005 Canada , รางวัลหนังแฟนตาซีที่ดีที่สุด @ Fantastic's Arts Festival of Gerardmer

ภาพยนตร์ไทยบางส่วนที่ได้รับรางวัลจากต่างประเทศ



FIPRESCI,
Osian's Cinema Festival
2007 of Asian and Arab
Cinema, India



Palme d'Or@Cannes
Film Festival 2010,
France



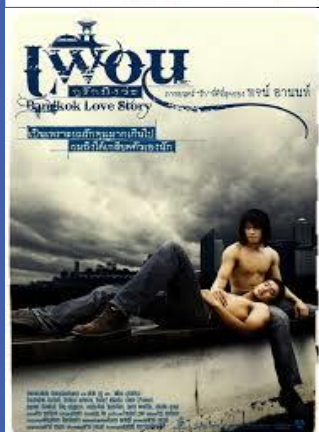
New Current
Award @Busan
Int'l Film Festival
2012



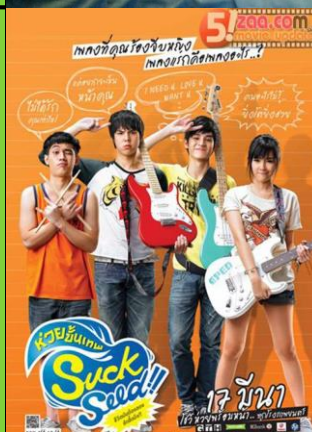
Palm dog
Award@Cannes Film
Festival 2007, France



Officel select
Screening @Cannes
Film Festival 2012,
France Palme
d'Or@Cannes Film
Festival 2010, France



ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม (The
Grand Award of the
Best Movies),@34th
International
Independent
Film Festival 2007,
Brussels, Belgium.



Laugh Category
Uminchu Prize
Grand
Prix” Audience
award @Okinawa
Film Festival 2012

ต่างชาติใช้มรดกโลกถ่ายทำภาพยนตร์

- นายวีระ โรจน์พจนรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม (รมว.วธ.) ในฐานะรองประธานคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ เปิดเผยหลังเป็นประธานประชุมคณะกรรมการภาพยนตร์ฯ ซึ่งที่ประชุมมีมติรับทราบการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับและติดตามการสร้างภาพยนตร์ ตามนโยบายพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

- ความเป็นผู้นำการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (องค์การมหาชน) เพื่อเป็นหน่วยงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ตามพ.ร.บ.ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 เป็น องค์การมหาชนนั้น นั้นจะเร่งดำเนินการผลักดันทันที มาก

อย่างไรก็ตามการส่งเสริมภาพยนตร์ถือเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ เผยแพร่วัฒนธรรมได้อย่างดี รวมถึงทำให้นานาชาติรู้จักประเทศไทยมาก เป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ผู้สร้างภาพยนตร์ประเทศต่างๆ เข้ามาใช้แหล่งมรดกโลกของไทย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม งานเทศกาลและประเพณี ต่างๆ เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เพิ่มขึ้น จึงเสนอให้มีการลดหย่อนภาษีเพื่อกระตุ้นให้ผู้สร้างภาพยนตร์สนใจเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น โดยที่ประชุมจึงมอบให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการภาพยนตร์ฯ และมีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องนี้ไปศึกษาความเป็นไปได้และให้เสนอต่อที่ประชุมต่อไป



- และตั้งแต่มกราคม 2557 จนถึงมิถุนายน 2557 มีผู้ประกอบการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย 344 เรื่อง สร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 942 ล้านบาทประเทศไทยที่เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย มากเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ ยุโรป, ญี่ปุ่น, อินเดีย, จีน, อเมริกา เป็นต้น

4 บริษัทใหญ่ร่วมทุนบุกวงการบันเทิงไทย

เปิด “ทรานส์ฟอร์มเมชัน फिल्म” ยกระดับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่สากล

กรุงเทพฯ 25 สิงหาคม 2557 – สี่พันธมิตรยักษ์ใหญ่ ทั้ง เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ กลุ่มทรู แบริ่งคอค फिल्मสตูดิโอ และแม่ทิง สตูดิโอ พลัส ประกาศร่วมทุนเปิด “ทรานส์ฟอร์มเมชัน फिल्म” ผลิตภาพยนตร์ไทยคุณภาพเพื่อป้อนตลาดทั้งในและต่างประเทศ หวังเพิ่มส่วนแบ่ง การตลาดหนังไทย ด้วยจุดแข็งของพันธมิตรทั้งสี่ในด้านโปรดักชั่น ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางนำเสนอคอนเทนต์ ครบวงจรมุ่ง ยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งในแง่คุณภาพการผลิตภาพยนตร์และคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรม ตั้งเป้าส่ง หนังออกสู่ตลาด 4-6 เรื่องต่อปี ประเดิมเปิดตัวผลงานภาพยนตร์เรื่องแรก “ตุ๊กแกรักแป้งมาก” 28 สิงหาคมนี้ ในโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ

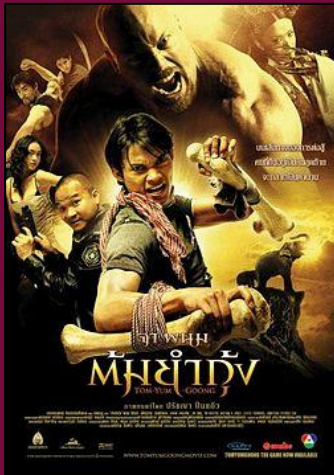
การที่ 4 บริษัทที่มาร่วมกันในการจัดตั้ง ทรานส์ฟอร์มเมชัน फिल्म ล้วนแต่มี จุดแข็งที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัท ไม่ว่าจะเป็น เอ็ม พิคเจอร์ส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ในเครือ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ที่มีจุดเด่นในการเป็นผู้นำของตลาดโรงภาพยนตร์รายใหญ่ที่สุดของไทย ประสบการณ์ และความแข็งแกร่งในการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ แบริ่งคอค फिल्मสตูดิโอ ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์คุณภาพ มาอย่างยาวนาน กลุ่มแม่ทิง ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ทางด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาอย่างครบวงจรไม่ว่าจะเป็นทีม ผลิต อุปกรณ์ เครื่องมือ รวมถึงสตูดิโอถ่ายทำ และกลุ่มทรูที่มีจุดแข็งใน เรื่องของช่องทางการนำเสนอคอนเทนต์หรือภาพยนตร์ของเราให้สามารถ เผยแพร่สู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



แผนภาพ 1 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

① Content Creation				② Content Packaging & Distribution			③ User Interface	④ End User
ผู้เตรียมการผลิต (pre-production) ■ บริษัทสร้าง ภาพยนตร์ ■ เจ้าของ ลิขสิทธิ์ หนังสือ ■ ผู้ให้เงินทุน ■ ตัวแทนขาย ล่วงหน้า	ผู้ผลิต (production) ■ กองถ่าย & โรงถ่าย ภาพยนตร์ ■ บริษัท แอนิเมชัน	ผู้ดำเนินการ หลังการผลิต (post-production) ■ ห้องแล็บ ภาพยนตร์ ■ Visual/ Special Effect ■ ผู้ประพันธ์ เพลงและ นักดนตรี	บริษัทดำเนินการ ด้านทรัพย์สิน ทางปัญญา (IPR agent)	บริษัททำ สำเนา ภาพยนตร์ (ฟิล์ม สื่อบันทึก)	สายหนัง (distributor) ผู้จัดจำหน่าย (distributor) สถานีโทรทัศน์ หรือเคเบิลทีวี	โรงภาพยนตร์ ร้านจำหน่าย Home Video ฟรีทีวี (Analog/Digital TV) โทรทัศน์แบบบอกรับ สมาชิก (Cable TV/Pay TV/ Pay-per-View)	โรงภาพยนตร์ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์พกพา เช่น Smartphones/ iPad/ Tablets	ผู้ชม/ผู้บริโภค
				Online Video Distributor/ Application service provider	Internet downloads/ Streaming Video			
				บริษัทตัวแทนโฆษณา				

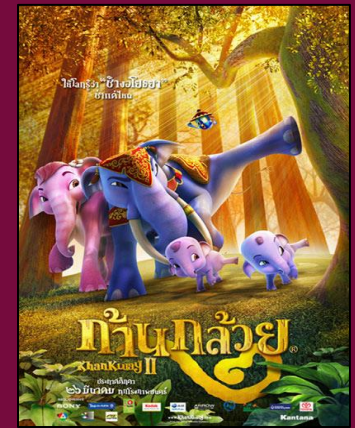
- อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญและมีบทบาทผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งของไทยและของโลก เป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นเป้าหมายของการส่งเสริมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (ในไทย ปี 2010 จ้างงาน 3.3 หมื่นคนและสร้างมูลค่าเพิ่มกว่า 4.2 หมื่นล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 0.4 ของ GDP))



ติดอันดับทำเงินสูงสุดของอเมริกาสัปดาห์แรกที่เข้าฉาย



ทำรายได้ในไทยกว่า 568 ล้านบาท และติดอันดับหนึ่งทำเงินอินโดนีเซีย ฮังการี สิงคโปร์)



ถูกนำไปฉายในหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย

- รายงาน Super-Cycle ปี 2010 คาดการณ์ว่า ในอีก 20 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตลาดจะเชื่อมโยงในระดับโลกมากยิ่งขึ้น ตลาดเกิดใหม่จะเติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทมากขึ้น รวมทั้งสื่อรูปแบบใหม่จะมีส่วนช่วยให้ตลาดเกิดใหม่ได้เข้าถึงและเป็นที่รู้จักของตลาดระดับโลกมากขึ้น

รู้จักกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- ภาพยนตร์เป็นรูปแบบหนึ่งของทรัพย์สินทางปัญญา โดยได้รับการยอมรับว่าเป็นงานศิลปะที่สำคัญ
- อุตสาหกรรมภาพยนตร์ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง โดยต้นทุนหลักการผลิตภาพยนตร์ ได้แก่ ต้นทุนการสร้าง (ภาพยนตร์ไทยอยู่ที่เฉลี่ยประมาณ 20-30 ล้านบาท) และต้นทุนการตลาดหรือโปรโมท (ภาพยนตร์ไทยอยู่ที่ประมาณ 12-15 ล้านบาท)

- การลงทุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีความเสี่ยงสูงและอาจให้ผลตอบแทนสูง เช่น หนังส Sahara (2005) ใช้ต้นทุนสร้างและการตลาด USD 282 ล้าน สร้างรายได้จากการฉายเพียง USD 122 ล้าน ขณะที่หนังส Blair Witch Project (1999) ใช้ทุนสร้างและการตลาด USD 25.06 ล้าน สร้างรายได้จากการฉายมากกว่า USD 240 ล้าน



แหล่งรายได้ของภาพยนตร์ มาจากรายได้จากการเข้าฉายใน
โรงภาพยนตร์ (ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมีรายได้

1. ส่วนแบ่งร้อยละ 50 จากตัวภาพยนตร์ในกรุงเทพฯ
2. จากการขายสิทธิ์ให้กับสายหนังในต่างจังหวัด)
3. ค่าลิขสิทธิ์จากการนำออกแสดงหรือจัดจำหน่ายให้แก่
ผู้บริโภค ได้แก่ ค่าลิขสิทธิ์จากการฉายภาพยนตร์ทางโทรทัศน์
ค่าลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการ Home Video เพื่อนำไปผลิต
และจำหน่ายดีวีดี

4. ค่าลิขสิทธิ์จาก Online Video Distributor (เช่น
Netflix) เพื่อนำไปจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อรูปแบบ
ใหม่ให้แก่ผู้บริโภค (เช่น ดาวนโหลดทางอินเทอร์เน็ตหรือ
Application บนมือถือ)

5. รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ให้บริษัทในต่างประเทศ

6. ขายสปอนเซอร์จากสินค้า

ทั้งนี้ รูปแบบของรายได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
จากการพัฒนาทางเทคโนโลยี



กระบวนการสร้างภาพยนตร์

- ขั้นตอนก่อนการผลิต : วางแผนผลิต การได้มาซึ่งสิทธิในเรื่องจากหนังสือ (จ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์) ขั้นตอนเขียนบทภาพยนตร์ จัดหาทีมงาน นักแสดงและจัดอุปกรณ์ประกอบฉาก
- ขั้นตอนการผลิต : ถ่ายทำภาพยนตร์และบันทึกเสียง จัดทำแอนิเมชัน กิจกรรมกองถ่าย เป็นต้น (จ่ายค่าตัวให้กับนักแสดงผู้กำกับ ค่าสถานที่และอุปกรณ์ ฯลฯ)
- ขั้นตอนหลังการผลิตสื่อ : การตัดต่อ ทำ visual/special effects ทำเพลงและบรรยายประกอบ เป็นต้น หลังจากทีสร้างภาพยนตร์แล้ว จะนำผลงานไปจดทะเบียนลิขสิทธิ์และจัดการเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากลิขสิทธิ์จากนั้นจะมีกระบวนการเผยแพร่ เช่น ทำสำเนาของสื่อบันทึกเพื่อนำไปจัดแสดงหรือจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค

ระยะเวลาการผลิตภาพยนตร์ ภาพยนตร์ไทยจะใช้เวลา 8 เดือนถึง 1.5 ปี

ตั้งแต่การเขียนบทจนถึงภาพยนตร์เข้าฉาย

ธุรกิจผู้สร้างภาพยนตร์ไทย

• ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมีภาวะตลาดที่มีการผูกขาด (TDRI, 2010) โดยมีผู้ประกอบการที่สำคัญและสร้างผลงานภาพยนตร์ออกมาต่อเนื่อง ได้แก่ สหมงคลฟิล์ม (มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด) ,GTHเอ็ม 39, พระนครฟิล์ม , ไฟว์สตาร์

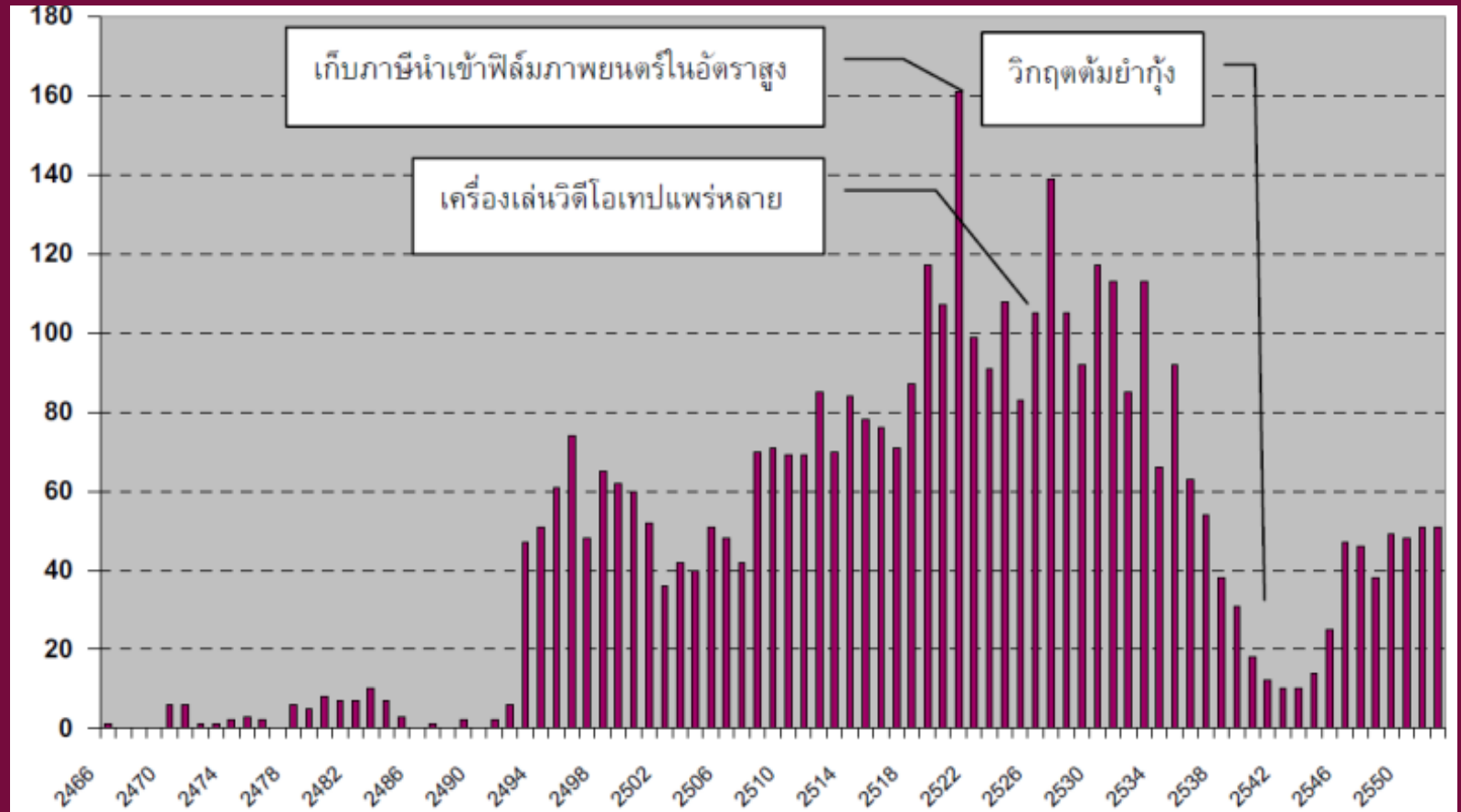


ธุรกิจผลิตแอนิเมชัน

• มีผู้ประกอบการน้อยราย โดยเป็นผู้ประกอบการที่สร้างตัวละครของตัวเองไม่เกิน 10 ราย และผู้ประกอบการที่รับจ้างผลิต 30-40 ราย ที่สำคัญคือ บจก. กันตนา แอนิเมชันบจก. วิริตา แอนิเมชัน และ บจก. อีเมจิแมกซ์



ภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ ในแต่ละปี มีจำนวนประมาณ 40-70 เรื่อง
และทำรายได้ประมาณ 1,000 ลบ.3



แผนภาพ แสดงจำนวนภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย ตั้งแต่ปี 2466 - 2552

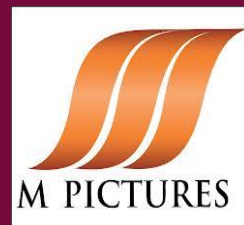
ธุรกิจการจำหน่ายภาพยนตร์และวีดิทัศน์



- ตลาดของธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์มีการกระจุกตัว แต่มีการแข่งขันพอสมควร4 มีผู้ประกอบการหลัก 2 กลุ่ม
1) บริษัทในเครือสหมงคลฟิล์ม เป็นผู้สร้าง ผู้จัดจำหน่าย และเจ้าของสายหนังทั่วประเทศ และได้สิทธิ์จำหน่าย ภาพยนตร์ต่างประเทศรายใหญ่
2) บมจ. เอ็ม พิคเจอร์ส (บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ถือหุ้น67.8%) มีส่วนแบ่งรายได้สูงสุด

ธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ (ดีวีดี บลูเรย์)

- ธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ (ดีวีดี บลูเรย์) โครงสร้างตลาดมีการแข่งขันกันสูง ทั้งด้านการคัดเลือกภาพยนตร์และ ทำการตลาด เพื่อให้ลูกค้าสะสมภาพยนตร์มากขึ้น แต่มีผู้ประกอบการหลักไม่กี่ราย



ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทย

- ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยากหรือขาดแคลนเงินทุนเพราะการสร้างภาพยนตร์ใช้ต้นทุนสูงและมีความเสี่ยงสูงที่ผ่านมาภาพยนตร์ไทยจำนวนมากที่ไม่ประสบความสำเร็จด้านรายได้ การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินจึงทำได้ค่อนข้างจำกัดเมื่อเงินทุนจำกัด จึงส่งผลให้ผลงานขาดคุณภาพและมักไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

- ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ มีการลักลอบวางจำหน่ายวัสดุวีดีทัศน์หรือดาวโหลดภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างแพร่หลาย

- ขาดบุคลากรที่มีองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นขาดสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรเฉพาะทางสำหรับอุตสาหกรรม รวมทั้งไม่สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลและองค์ความรู้ที่สำคัญต่อการพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

- ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานยังขาดคุณภาพมาตรฐานและต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้น เช่น ธุรกิจโรงถ่ายที่ได้มาตรฐานทั้งในและนอกสถานที่

ตลาดทุน แหล่งเงินทุนสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

BOX : Crowdfunding
ช่องทางใหม่หาทุนสร้างหนังให้เป็นจริง



- การระดมเงินทุนจากมวลชน ซึ่งส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบัน จะทำผ่านเว็บไซต์เป็นอีกช่องทางที่ผู้สร้างภาพยนตร์ได้มีโอกาสทำฝันให้เป็นจริง

- ภาพยนตร์เรื่อง Veronica MARS the movie (2014) เป็นตัวอย่างหนึ่งของความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ระดมทุนจากมวลชน เรื่องนี้เดิมเป็นละครที่ถูกถอดออกจากผัง แต่กลับได้ทุนกว่า USD5.6 ล้าน จากผู้สนับสนุนกว่า 90,000 คน มาสร้างหนังฟอร์มใหญ่ หลังจากเปิดรับบริจาคทุนสร้างไปเพียง 6 ชั่วโมงผ่านเว็บไซต์ [Kickstarter.com](https://www.kickstarter.com)

- Crowdfunding ได้ขยายเครือข่ายของ “ผู้ให้ทุน” จากเดิมเป็นแค่กลุ่มคนรู้จักไปยังกลุ่มมวลชน ใหญ่มากในโลกอินเทอร์เน็ต ที่มีเงินทุนและอยากสนับสนุนแนวคิดดี ๆ ให้เกิดขึ้น จึงมีการนำ Crowdfunding ไปใช้กับการขอเงินบริจาคให้กับโครงการขององค์กรการกุศลหรือกิจการเพื่อ สังคม (donation-based Crowdfunding)

- หรือระดมเงินจากผู้ซื้อสินค้าที่อยากได้ “สินค้าในฝัน” เพื่อเป็นทุนให้กับผู้ประกอบการที่มีไอเดีย แต่อาจจะยังไม่มีสินค้า มาขายของล่วงหน้าบนเว็บไซต์ให้มวลชนจำนวนมากพอมายืนซื้อ พอครบ เมื่อไหร่ถึงจะได้ของพร้อมกันเสมือนการขายของโดยขอเงินไปก่อน แล้วสร้างเสร็จค่อยส่งสินค้าให้ ไม่ต้องไปหาช่องทาง การจัดจำหน่ายหรือแผนการตลาดเลย (reward-based Crowdfunding)



จากนั้นก็เริ่มพัฒนาสู่การระดมทุนจากมวลชนในรูปแบบของการให้เงินกู้ยืม (loan-based Crowdfunding) หรือเข้าลงทุนในหุ้นของกิจการ(equity-based Crowdfunding)

- เว็บไซต์ crowdfunding เพื่อระดมทุนสร้างภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2003
เว็บไซต์ Kickstarter (2009 เน้นหนัง-หนังสือ-เพลง-เกมส์-งานศิลปะ)
เว็บไซต์ IndieGoGo (2008 เน้นหนัง-เพลง-เกมส์-สินค้าเทคโนโลยี-การกุศล-เดินทาง-อาหาร-ผู้ประกอบการ)

- กลไกการทำงานคือ เว็บไซต์จะทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (Crowdfundingportal) ให้คนที่อยากระดมทุนเข้ามาเสนอ ว่าตัวเองเป็นใคร อยากทำอะไร สิ่งที่จะทำมีอะไรเด่น และที่สำคัญคือ ต้องการเงินเท่าไร ในการทำความฝันให้เป็นจริง

- ทั้งนี้ทั้ง2เว็บมองว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็น “ผู้ให้ทุน” มีสถานะเป็นเสมือนผู้บริจาคเงินเพื่อเติมความฝันให้เป็นจริง ไม่ได้เข้ามาเป็น “ผู้ถือหุ้น” ร่วมกับเจ้าของโครงการดังนั้น ผู้ให้ทุนเลือกได้ว่าจะจ่ายเงินตามแพ็คเกจไหน

- (ตามที่เจ้าของโครงการกำหนด) เพื่อแลกกับสิ่งของตอบแทนอะไรบ้าง
(donation- and reward- based Crowdfunding)

- ภาพยนตร์หลายเรื่องที่ระดมทุนผ่านKickstarter ประสบความสำเร็จในหมู่นักวิจารณ์และเข้าชิงรางวัล
ภาพยนตร์ต่าง ๆ ทั้ง Oscars และ Sundance film Festival