

## คำนำ

ธุรกิจภาพยนตร์ นับเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง และมีศักยภาพที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียได้ โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไม่ต่ำกว่า 2 หมื่นล้านบาท ซึ่งหากได้รับการพัฒนาอย่างเต็มตามศักยภาพแล้ว จะเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักให้กับประเทศอีกแหล่งหนึ่ง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จึงได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยขึ้น โดยมอบหมายให้บริษัทไดนามิก แอนด์ แอปพลิเคเบิล โซลูชัน จำกัด (DAS) เป็นที่ปรึกษาโครงการ เพื่อศึกษาสถานภาพและศักยภาพของธุรกิจภาพยนตร์ตลอดห่วงโซ่การผลิต รวมทั้งศึกษาต้นแบบที่ดีของการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ และกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารรายงานฉบับสมบูรณ์ จะประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ส่วนแรก คือ การทบทวนแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ ส่วนที่สองเป็นการประเมินสถานภาพปัจจุบันและศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งธุรกิจภาพยนตร์โลก ธุรกิจภาพยนตร์ไทย และธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ส่วนที่สาม ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญ เพื่อนำมาใช้เป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้กับประเทศไทย และส่วนสุดท้าย คือ การนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ และกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

คณะผู้ศึกษาขอขอบคุณหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและข้อคิดเห็นที่มีค่าและเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการศึกษาในครั้งนี้ โดยเฉพาะคณะกรรมการกำกับการศึกษาโครงการฯ ทุกท่านที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างดียิ่ง จนทำให้การดำเนินโครงการสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งคณะผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกรอบแนวทาง และกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ของประเทศต่อไป

คณะผู้ศึกษา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างงานและรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมีองค์ประกอบของธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่หลากหลายตลอดห่วงโซ่การผลิต ทั้งยังกระจายอยู่ในหลายภาคส่วน ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ล้วนมีความเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับรายได้ของประเทศ โดยในปี 2549 ธุรกิจภาพยนตร์สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศรวมทั้งสิ้น 27,386 ล้านบาท จำแนกเป็นรายได้จากธุรกิจภาพยนตร์ไทย 17,800 ล้านบาท และรายได้จากธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย 9,506 ล้านบาท การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งขันทัดเทียมมาตรฐานสากลได้นั้น นับเป็นเรื่องท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในวงการภาพยนตร์ไทย เนื่องจาก ความสำเร็จของภาพยนตร์ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายปัจจัย ทั้งด้านเนื้อหาที่ถูกใจผู้ชม ดาราที่รับบทบาท การตลาด เงินลงทุน และภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงที่ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยต้องเผชิญ ประกอบกับที่ผ่านมา ธุรกิจภาพยนตร์ไทยยังขาดความชัดเจนและความต่อเนื่องของยุทธศาสตร์การพัฒนา ขาดการศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคในด้านต่างๆ อย่างจริงจัง ตลอดจนการประสานการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนยังอยู่ในขอบเขตจำกัด

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จึงได้ดำเนินโครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อศึกษาสถานภาพและศักยภาพของธุรกิจภาพยนตร์ตลอดห่วงโซ่การผลิต รวมทั้งศึกษาตัวแบบที่ดีของการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์เพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย ตลอดจนกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมทั้งระบบ ทั้งนี้ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้ใช้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาดังกล่าวเป็นแนวทางในการผลักดันและขับเคลื่อนธุรกิจภาพยนตร์ของประเทศไปสู่การเป็นแหล่งสร้างรายได้และกระจายรายได้ที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งของประเทศอย่างยั่งยืนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

### 1. วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษสถานภาพและศักยภาพของธุรกิจภาพยนตร์ตลอดห่วงโซ่การผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินขีดความสามารถของธุรกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ และความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศ ตลอดจนเพื่อศึกษาตัวแบบที่ดีของการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์ (Best Practice) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกรณีของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ และข้อเสนอการกำหนดบทบาทและนโยบายของภาครัฐ ตลอดจนกลไกที่มีประสิทธิภาพเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาก่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

## 2. กรอบแนวคิด

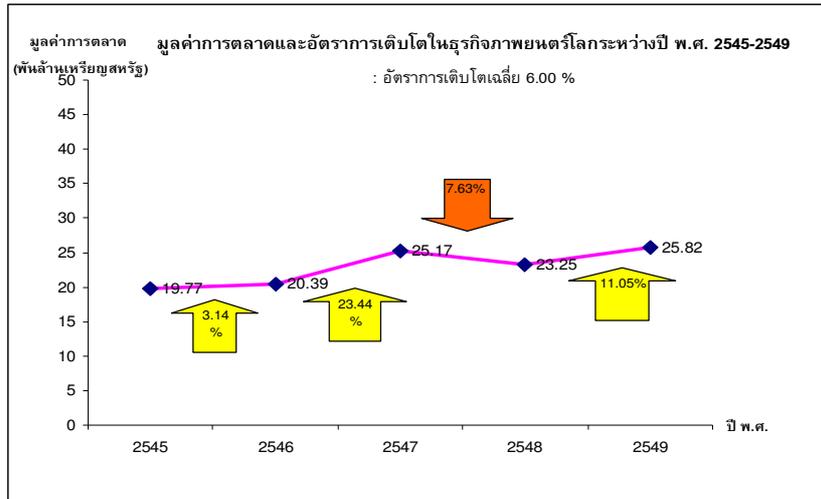
กรอบแนวคิดในการดำเนินการศึกษาเพื่อประเมินสถานภาพและศักยภาพของธุรกิจภาพยนตร์ไทย จะใช้เครื่องมือทำการศึกษาทั้งหมด 4 เครื่องมือ ประกอบด้วย (1) กรอบแนวคิด McKinsey 7's Framework เพื่อการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการและประเมินสภาพปัญหาของธุรกิจ ตลอดจนแนวทางการแก้ไข โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น (2) ตารางไขว้ (Cross Tabs) เพื่อการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับธุรกิจภาพยนตร์ในตลาดโลก (3) แบบจำลอง Five Forces Model เพื่อศึกษาเชิงเปรียบเทียบตัวแบบการบริหารจัดการที่ดี และ (4) การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ เพื่อกำหนดประเด็นสำคัญในการพัฒนาและนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์ ตลอดจนข้อเสนอกลไกการบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ต่อไป

## 3. การประเมินสถานภาพและศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์

### 3.1 ความสำคัญของธุรกิจภาพยนตร์โลก

ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา ภูมิภาคต่างๆ ในโลกได้ให้ความสำคัญและเล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของภาพยนตร์ ซึ่งนอกจากจะเป็นธุรกิจซึ่งสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจแล้ว ภาพยนตร์ยังสามารถสร้างผลเชิงบวกให้กับประเทศผู้ผลิต ทั้งในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในโลก ตลอดจนยังเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสการบริโภคและความเชื่อที่ให้ผลอย่างกว้างขวางรวดเร็ว ด้วยการตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจภาพยนตร์ดังกล่าว จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าตลาดภาพยนตร์ของโลกในปี 2549 มีมูลค่าสูงถึง 25.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 19.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2545 ด้วยอัตราการขยายตัวของธุรกิจในช่วงปี 2545-2549 เฉลี่ยร้อยละ 6.0 ต่อปี ซึ่งการขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์ทั่วโลก เกิดขึ้นจากสาเหตุสำคัญ คือ (1) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้การจัดจำหน่ายและการทำตลาดระดับนานาชาติมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น ในขณะที่ การเกิดขึ้นของเคเบิลทีวีและเครื่องเล่นวีดีโอภายในบ้าน มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง รูปแบบ และเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น (2) การร่วมระดมทุนในการผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศที่ช่วยขยายฐานผู้ชมให้กระจายกว้างไกล รวมถึงเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายภาพยนตร์ไปยังตลาดต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การเกิดขึ้นของเครือข่ายโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์ขนาดใหญ่ เพื่อสนองตอบต่อกลุ่มผู้บริโภคในด้านความบันเทิง และ (4) วิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องและการเติบโตขององค์กรอิสระที่เป็นผู้สร้างและให้บริการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

## แผนภาพ 1 มูลค่าตลาดและอัตราการเปลี่ยนแปลงธุรกิจภาพยนตร์โลก ปี 2545-2549



ที่มา: รวบรวมโดยคณะผู้ศึกษา

### 3.1.1 มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดภาพยนตร์โลก

อเมริกาเป็นภูมิภาคที่ครองส่วนแบ่งการตลาดภาพยนตร์โลกสูงสุด เฉลี่ยร้อยละ 41.0 ด้วยมูลค่าธุรกิจเฉลี่ย 9.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ รองมาคือ ยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา ซึ่งครองสัดส่วนของมูลค่าธุรกิจเฉลี่ยร้อยละ 30.0 ด้วยมูลค่าเฉลี่ย 6.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่เอเชียแปซิฟิก มีมูลค่าเฉลี่ย 4.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ครองสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 22.0 ของมูลค่าธุรกิจในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์ในช่วงปี 2545-2549 กลับพบว่า เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.0 ของจำนวนผู้เข้าชมภาพยนตร์ทั้งโลก รองมา คือ อเมริกา ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าชมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.0 ขณะที่ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา ละตินอเมริกา และ แคนาดา มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15, 5 และ 2 ตามลำดับ

ประเทศที่ผลิตภาพยนตร์ออกฉายในตลาดโลกเป็นอันดับหนึ่งในแต่ละปีคือประเทศอินเดีย รองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากงบลงทุนในการสร้างภาพยนตร์ กลับพบว่าสหรัฐอเมริกา ใช้งบประมาณเพื่อการลงทุนสร้างภาพยนตร์ในปี 2549 สูงที่สุด คือ 95 พันล้านเหรียญสหรัฐ รองมาได้แก่ สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ในทำนองเดียวกันยังพบว่าสหรัฐอเมริกา มีจอภาพยนตร์มากเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยจำนวน 37,740 จอ รองมาคือ สหภาพยุโรป 29,046 จอ และญี่ปุ่น 3,062 จอ ตามลำดับ ด้วยศักยภาพด้านเงินทุนและโครงสร้างพื้นฐานของโรงฉายภาพยนตร์ ตลอดจนส่วนแบ่งของมูลค่าการตลาดในตลาดภาพยนตร์โลก และสัดส่วนผู้เข้าชมภาพยนตร์ที่มีจำนวนมาก จึงทำให้ตลาดภาพยนตร์โลกถูกครอบครองโดยสหรัฐอเมริกาหรือภาพยนตร์ฮอลลีวูด มาเป็นระยะเวลายาวนานอย่างต่อเนื่อง

### 3.1.2 ภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมในตลาดโลก

แม้ว่าภาพยนตร์ตลกจะมีการสร้างเป็นจำนวนมากในแต่ละปี แต่กลับเป็นภาพยนตร์ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ต่อเรื่องค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ประเภทแฟนตาซี ประวัติศาสตร์และแอนิเมชัน รวมถึงผจญภัย ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์โลก มีความประณีตและพิถีพิถันในการรับชมภาพยนตร์ และต้องการสาระ ความรู้ที่สามารถวิเคราะห์ ขบคิดต่อยอดได้ภายใต้พื้นฐานของข้อเท็จจริงที่สมเหตุสมผล และสามารถโน้มนำการสร้างสรรคทางอารมณ์ได้เสมือนจริงเมื่อรับชมภาพยนตร์ ซึ่งคุณลักษณะของภาพยนตร์ดังกล่าว มักไม่มีปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ประเภทตลก อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาพยนตร์ตลก เป็นภาพยนตร์ที่มีต้นทุนในการผลิตค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ประเภทอื่นๆ ประกอบกับมีเนื้อหาไม่ซับซ้อน มีจุดเด่นน้อย และไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีและเทคนิคพิเศษในการผลิตมาก จึงทำให้ภาพยนตร์ตลกได้รับความนิยมจากผู้สร้างและผลิตภาพยนตร์ออกมาเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ขณะที่ภาพยนตร์แอนิเมชัน ไซไฟ-แฟนตาซี ผจญภัย และไซไฟ ซึ่งทำรายได้สูงใน 3 อันดับแรกของมูลค่าการตลาดภาพยนตร์โลกนั้น เป็นภาพยนตร์ที่ต้องลงทุนในการผลิตสูงตลอดจนต้องมีการวางแผนการสร้างและใช้ทีมงานในการผลิตและสถานที่ถ่ายทำที่หลากหลาย เพื่อผลิตภาพยนตร์ที่มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจและท้าทายการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเดิมๆ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเข้าชมภาพยนตร์ ตลอดจนการผลิตภาพยนตร์ประเภทดังกล่าว ต้องใช้ระยะเวลาในการวางแผนการผลิตและถ่ายทำเป็นระยะเวลานาน จึงส่งผลให้มีจำนวนของภาพยนตร์ที่ออกฉายในตลาดโลกเป็นจำนวนไม่มากในแต่ละปี

### 3.1.3 กระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

กระแสการเปลี่ยนแปลงหลักที่สำคัญ ซึ่งสามารถสร้างแรงกดดันและส่งผลกระทบต่อทิศทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบัน ได้แก่ (1) การละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากผลกำไรทางธุรกิจของอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปริมาณการผลิตสำเนาเพิ่มเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค โดยการลักลอบผลิตสำเนาภาพยนตร์ จะทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์สูญเสียรายได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี (2) การสร้างความร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Co-production) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์และขยายส่วนแบ่งการตลาด ตลอดจนเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เพื่อกระจายฐานการจำหน่ายภาพยนตร์ไปสู่ประเทศในภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น (3) การเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดวิดีโอ/วีซีดี/ดีวีดี เคเบิลทีวี และเทคโนโลยีสื่อผสมต่างๆ เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้รูปแบบการรับชมภาพยนตร์เปลี่ยนไปสู่การใช้ช่องทางผ่านสื่อทดแทนอื่นๆ มากกว่าการเข้าชมในโรงภาพยนตร์ และ (4) การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้จำนวนจอภาพยนตร์ดิจิทัลมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 190 จอ ในปี 2546 เป็น 2,998 จอ ในปี 2549 ซึ่งกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้ส่งผลให้การผลิตภาพยนตร์ปรับตัวไปสู่การใช้กล้องดิจิทัลในการถ่ายทำภาพยนตร์มากขึ้น และจะส่งผลต่อเนื่องถึงการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะในส่วนของธุรกิจหลังการถ่ายทำ ที่จะต้องปรับกระบวนการให้บริการมาใช้เทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองต่อการใช้ฟิล์มดิจิทัลมากขึ้น

### 3.2 ธุรกิจภาพยนตร์ไทย

การดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่การผลิตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นกับระบบเศรษฐกิจของประเทศคิดเป็นมูลค่ากว่า 3 หมื่นล้านบาท โดยส่วนวีดีโอ วีซีดี และดีวีดี เป็นห่วงโซ่ที่สร้างรายได้สูงสุดคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยกว่าร้อยละ 30.0 ในปี 2547-2549 รองมาได้แก่ส่วนประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งสร้างมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.0 ขณะที่ส่วนหลังการถ่ายทำ ส่วนการตลาด และส่วนการฉายภาพยนตร์สร้างมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนใกล้เคียงกันเฉลี่ยร้อยละ 12.0

#### 3.2.1 ธุรกิจภาพยนตร์ไทยในตลาดโลก

เมื่อเปรียบเทียบความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับภาพยนตร์โลก พบว่า ผู้ประกอบการด้านภาพยนตร์ไทยมีรายได้อยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการภาพยนตร์จากต่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.0 โดยผู้ประกอบการภาพยนตร์ที่สำคัญของไทย (Key players) ได้แก่ บริษัทสหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.15 ขณะที่บริษัทจีทีเอช จำกัด และบริษัทอาร์ เอส โปรโมชัน จำกัด (มหาชน) มีรายได้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.08 และ ร้อยละ 0.05 ตามมาด้วยบริษัทพระนครฟิล์ม จำกัด ร้อยละ 0.01 ของมูลค่าในตลาดโลก ตามลำดับ

การเปิดตลาดภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศอย่างจริงจังเกิดขึ้นเมื่อบริษัท Fortissimo Films ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์จากเนเธอร์แลนด์ มองเห็นศักยภาพของภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศและได้คัดเลือกภาพยนตร์ไทยไปจัดจำหน่าย และบริษัท Golden Network Asia ได้จัดจำหน่ายภาพยนตร์เรื่อง **องค์บาก** ไปยังประเทศต่างๆ ในเอเชีย ขณะที่บริษัท Europa Corp ของผู้กำกับ ลูค เบซอง ซึ่งได้ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เรื่อง **องค์บาก** และฉายในโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ ด้วยการพากย์เสียงภาพยนตร์เป็นภาษาฝรั่งเศส เช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา ที่แม้ภาพยนตร์เรื่อง **องค์บาก** จะออกฉายอย่างจำกัดโรง แต่สามารถทำรายได้ใน 3 วันแรกถึง 52 ล้านบาท นอกจากนี้ ภาพยนตร์เรื่อง **ต้มยำกุ้ง** นับเป็นภาพยนตร์อีกเรื่องหนึ่ง ที่ประสบความสำเร็จ หลังจากนำมาฉายอีกครั้งในปี 2549 (ครั้งแรกปี 2548) โดยสามารถติดอันดับภาพยนตร์ที่ทำรายได้ในระดับสูงมาก ทั้ง Box Office ในไทยและสหรัฐอเมริกา

#### 3.2.2 การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

ประเทศที่เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์โดยใช้สถานที่ในประเทศไทย ระหว่างปี 2545 - ตุลาคม 2550 ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นจำนวนรวม 1,504 เรื่อง รองมาได้แก่ กลุ่มประเทศยุโรป จำนวนรวม 746 เรื่อง และอินเดีย จำนวน 367 เรื่อง โดยพบว่าในปี 2549 ประเทศไทยมีรายได้จากธุรกิจการให้บริการการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยจำนวน 9,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 64.9 ซึ่งบริการด้าน Post Production เป็นส่วนที่สร้างรายได้มากที่สุดด้วยมูลค่า 5,500 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 57.8 ของรายได้จากธุรกิจการให้บริการการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยทั้งหมด ความสามารถในการสร้างรายได้ของธุรกิจการให้บริการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับศักยภาพในการให้บริการ

ด้าน Post Production ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและต้องพึ่งพาเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึง การให้บริการที่รวดเร็วมีคุณภาพสูง ซึ่งบริษัทในประเทศไทยที่ให้บริการในส่วนดังกล่าวมีความสามารถ ในการรองรับการให้บริการด้าน Post Production ที่ครบวงจรในระดับที่น่าพอใจ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาที่มีความได้เปรียบ ด้านต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายด้านการครองชีพในระดับต่ำ ต่างพยายามดึงดูดการลงทุนและ สร้างมาตรการจูงใจแก่ประเทศผู้ถ่ายทำภาพยนตร์ให้เข้ามาใช้สถานที่ของประเทศตนเองในการถ่ายทำ ภาพยนตร์มากขึ้น จึงส่งผลให้แนวโน้มการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดระหว่างประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียมีความเข้มข้นมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทย ที่ใช้ กลยุทธ์การนำเสนอความสดใหม่ของธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดผู้ผลิต ภาพยนตร์จากต่างประเทศ ไม่สามารถใช้ได้ผลอีกต่อไป หากแต่ประเทศไทยจำเป็นต้องเน้นการแข่งขัน เชิงกลยุทธ์เชิงรุกทางการตลาดที่นำเสนอคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการชั้นเลิศด้วยอรรถาธิบาย ไม่ตรีแบบไทยในราคาที่แข่งขันได้ พร้อมทั้งต้องขยายฐานการตลาดสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพื่อกระจาย ความเสี่ยงและลดการพึ่งพาสถาปัตยกรรมหลักเพียงตลาดใดตลาดหนึ่งเท่านั้น และประเด็นสำคัญที่ควรจะต้อง ดำเนินการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม คือการเชื่อมโยงให้ผู้ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาใช้ ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ตัดสินใจใช้บริการ Post Production ในประเทศไทย แบบครบวงจร เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

### 3.3 ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับภาพยนตร์โลก

เมื่อเปรียบเทียบความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจภาพยนตร์ไทยกับภาพยนตร์โลก เพื่อประเมินความสัมพันธ์ของแนวโน้มภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ต่างประเทศที่ได้รับความนิยม พบว่าภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์จากฮอลลีวูดที่นำเข้ามาฉายในโรงภาพยนตร์ไทย ซึ่งได้รับความนิยม และทำรายได้สูงสุดใน 20 อันดับแรกในปี 2547-2549 มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ภาพยนตร์ไทยซึ่งได้รับความนิยมเป็นภาพยนตร์แนวตลกและสยองขวัญ ขณะที่ภาพยนตร์จากฮอลลีวูด ที่ได้รับความนิยมในตลาดภาพยนตร์ไทยเป็นแนวผจญภัย/แฟนตาซี และแอ็คชั่น

### 3.4 ศักยภาพและสภาพปัญหาธุรกิจภาพยนตร์ไทย

จากการศึกษาทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสำรวจความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญ (Key Player) และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจภาพยนตร์ไทย ต่อศักยภาพและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการจัดทำนโยบายและ มาตรการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน พบประเด็นสำคัญ สรุปได้ดังนี้

**3.4.1 ขาดการวางนโยบายและแผนกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ในภาพรวม** แม้ว่าที่ผ่านมาภาครัฐจะได้เริ่มตระหนักถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในฐานะที่เป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ นอกเหนือจากสาขาบริการอื่นๆ แต่พบว่านโยบายเพื่อการพัฒนา หรือส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมยังเป็นเพียงแนวคิดที่ยังไม่สามารถ ดำเนินการให้เกิดผลเชิงปฏิบัติในการปรับปรุง แก้ไขปัญหาที่รุมเร้าอุตสาหกรรมได้ ประกอบกับ

การดำเนินบทบาทภาครัฐที่ผ่านมาเป็นการดำเนินงานด้านการกำกับ ควบคุม มากกว่าการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่เกื้อหนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยตลอดห่วงโซ่การผลิตมีการขยายตัวอยู่ภายใต้กรอบและข้อจำกัดที่ไม่ช่วยเสริมสร้างการขยายตัวอย่างเข้มแข็ง

**3.4.2 ขาดแคลนบทบาทยนตร์ที่มีคุณภาพ** เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์มีความประณีตและพิถีพิถันในการรับชมภาพยนตร์มากขึ้น และต้องการสาระ ความรู้ที่สามารถวิเคราะห์ ขบคิดต่อยอดได้ภายใต้พื้นฐานของข้อเท็จจริงที่สมเหตุสมผล และสามารถโน้มน้าการสร้างสรรค์ทางอารมณ์ได้เสมือนจริงเมื่อรับชมภาพยนตร์ ซึ่งคุณลักษณะของภาพยนตร์ดังกล่าว มักไม่มีปรากฏอยู่ในบทบาทยนตร์ของไทย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาพยนตร์ไทยมีพื้นฐานการเติบโตมาจากการแสดงพื้นบ้านประเภทลิเกและจำอวด ซึ่งเป็นการแสดงสดที่ไม่ต้องอาศัยบทพูดที่มีความสวยงามหรือมีการเตรียมบทและลำดับการแสดงมาก่อน ทำให้ภาพยนตร์ตลก ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาไม่ซับซ้อน มีจุดเด่นน้อยและมีต้นทุนในการผลิตค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ประเภทอื่นๆ เป็นที่นิยมของผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ไม่ช่วยพัฒนาและเสริมสร้างจินตนาการของผู้ชมภาพยนตร์ให้เติบโตไปพร้อมๆ กัน

**3.4.3 คุณภาพของบุคลากร** การพัฒนาและสร้างบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีลักษณะแบบพี่สอนน้อง และเป็นการเรียนรู้ ผิด-ถูก จากการลงมือปฏิบัติจริงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการเรียนรู้งานในลักษณะดังกล่าว เป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลายาวนาน และเป็น Tacit Knowledge ซึ่งไม่มีการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบุคลากรที่มีคุณภาพและความสามารถสูงจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความเจริญก้าวหน้าและศักยภาพแบบก้าวกระโดดของอุตสาหกรรม จึงจำเป็นที่หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษาจะต้องร่วมมือกันอย่างสอดคล้องประสานเพื่อดึงเอาองค์ความรู้ที่มีสะสมอยู่ในบุคลากรซึ่งผ่านประสบการณ์และกระบวนการทำงานอย่างยาวนานในอุตสาหกรรมมาเป็น “กูรู (Guru)” ให้กับบุคลากรที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในอนาคตให้ได้ ซึ่งจะสามารถช่วยลดระยะเวลาในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้แก่อุตสาหกรรมลงได้อย่างมีนัยสำคัญ

**3.4.4 เอกภาพของผู้ประกอบการ** ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้เครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งรวมตัวอยู่ในรูปของสมาคม/สมาพันธ์/กลุ่มผู้ให้บริการต่างๆ ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายหรือสมาคม/องค์กรต่างๆ ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ยังเป็นการรวมตัวกันแบบหลวมๆ ซึ่งไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มากเพียงพอ เมื่อผนวกรวมเข้ากับ การขาดการประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยไม่สามารถกำหนดและดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายศักยภาพและความสามารถของธุรกิจตลอดห่วงโซ่ ได้อย่างเป็นรูปธรรมและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีเอกภาพ

**3.4.5 การผูกขาดของโรงภาพยนตร์** ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยถูกผูกขาดโดยผู้ประกอบการรายใหญ่เพียง 2 ราย ซึ่งมีพื้นฐานการดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักของผลกำไรจากการฉายภาพยนตร์เป็นเกณฑ์ในการดำเนินธุรกิจเหมือนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆ จึงส่งผล

ให้ภาพยนตร์ประเภทที่ฉายในโรงโดยทั่วไปมักเป็นภาพยนตร์ที่อยู่ในกระแสนิยมของตลาดภาพยนตร์ในประเทศและของโลกเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ภาพยนตร์ประเภทอื่นซึ่งการนำเสนอศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นภาพยนตร์ที่ช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และศีลธรรม จริยธรรมที่ดีงามให้เกิด แก่สังคม มักไม่ได้ถูกนำมาเสนอฉาย หรือฉายด้วยระยะเวลาที่สั้นมาก

**3.4.6 การเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดวิดีโอ/วีซีดี/ดีวีดี เคเบิลทีวี และเทคโนโลยีสื่อผสม** เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้การรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ลดลง ซึ่งกระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าว ได้ส่งผลให้การผลิตภาพยนตร์มีการปรับตัวไปสู่การใช้กล้องดิจิทัล ในการถ่ายทำภาพยนตร์มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะ ในส่วนของธุรกิจหลังการถ่ายทำ ที่จะต้องปรับกระบวนการให้บริการมาใช้เทคโนโลยีที่สามารถ ตอบสนองต่อการใช้ฟิล์มดิจิทัล

**3.4.7 การละเมิดลิขสิทธิ์** มูลค่าของภาพยนตร์เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ได้รับ จากรับชมเรื่องราวและสาระเนื้อหาของภาพยนตร์นั้น ไม่ใช่จากรูปลักษณ์หรือคุณสมบัติสินค้าที่ปรากฏ อยู่ในใบปิดโฆษณา หรือคุณภาพของแผ่นสำเนาบันทึกภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ การสร้างภาพยนตร์เรื่อง หนึ่งๆ จึงมีต้นทุนการผลิตต้นฉบับที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีต้นทุนการปกป้องคุ้มครองลิขสิทธิ์รวมอยู่ ด้วย ในขณะที่ต้นทุนการผลิตสำเนาจะลดต่ำลงเมื่อมีการผลิตมากขึ้น การละเมิดลิขสิทธิ์และลักลอบทำ สำเนาภาพยนตร์ออกขาย จึงเป็นปัญหาเรื้อรังที่รบกวนการแก้ไขมาเป็นระยะเวลายาวนาน และเป็นปัญหา หลักที่ส่งผลกระทบต่อและสร้างความเสียหายโดยตรงต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

**3.4.8 ความซ้ำซ้อนของการดำเนินงานในภาครัฐ** แม้ว่าประเทศไทยจะได้มีการ จัดตั้งกองกิจการภาพยนตร์ ซึ่งมีบทบาทเป็น Film Commission ทำหน้าที่ในการประสานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ถ่ายทำภาพยนตร์กับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการและ ขั้นตอนต่างๆ ทั้งที่เป็นการขออนุญาตใช้สถานที่ ตลอดจนการเข้ามาทำงานของคนต่างด้าว มีความ รัดกุมและกระชับขึ้น แต่พบว่าปัญหาการประสานงานของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ ยังคงเป็น ประเด็นที่มีกระแสการร้องเรียนถึงความล่าช้าและความไม่สะดวกคล่องตัวเท่าที่ควร จากผู้ประกอบการ อยู่บ่อยครั้ง เช่น ผู้ประกอบการยังมีความเห็นว่ขั้นตอนและการกรอกเอกสารขออนุญาตทำงานชั่วคราว ของคนต่างด้าว มีความละเอียดเกินความจำเป็น และก่อให้เกิดความอึดอัดในการตอบคำถาม เนื่องจาก บางรายการเป็นการประมาณการสิ่งที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ การไม่มีหน่วยงานของสำนักงาน ตำรวจแห่งชาติในพื้นที่เพื่อยื่นชำระค่าธรรมเนียมการเคลื่อนย้ายฟิล์ม ทำให้กองถ่ายทำต้องเดินทางเข้า มายื่นเรื่องและดำเนินการในกรุงเทพฯ เพียงจุดเดียว เป็นต้น ซึ่งความล่าช้าและสับสนดังกล่าวล้วน ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้สร้างภาพยนตร์ ต่างประเทศที่เข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์

**3.4.9 การเรียกร้องสิทธิจากท้องถิ่นเจ้าของสถานที่และทรัพยากร** อันเนื่องมาจากการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ที่ให้บทบาทองค์การบริหารส่วนตำบลและจังหวัด ในการ ดูแลและพิทักษ์สิทธิ ตลอดจนการหารายได้จากการเข้ามาใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมของบุคคลภายนอก ซึ่งในทางปฏิบัติบางพื้นที่อาจเกิดประเด็นการแสวงหาผลประโยชน์ ในระดับพื้นที่ ทั้งที่เป็นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว และในรูปของการใช้อิทธิพลข่มขู่ ซึ่งปัญหา

ดังกล่าวล้วนเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงานให้แก่ผู้ประกอบการทั้งสิ้น และอาจส่งผลทำให้กองถ่ายทำภาพยนตร์ตัดสินใจไม่เข้ามาใช้สถานที่ดังกล่าวในการถ่ายทำภาพยนตร์ในที่สุด อย่างไรก็ตาม ประเด็นการรักษามรดกประเพณีและการถนอมรักษาทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น เป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนเนื่องจากทรัพยากรบางประเภทไม่สามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมหลังจากถูกทำลายลงได้ การหาจุดสมดุลของผู้ใช้ประโยชน์และผู้สงวนรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องระดับนโยบายที่ต้องการความชัดเจนและเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ

**3.4.10 ขาดมาตรการจูงใจด้านภาษี** ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีมาตรการจูงใจใดๆ เกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจด้านภาษีเพื่อดึงดูดผู้ประกอบการต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์ต่างชาติ ซึ่งต้องคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตต่างให้ความสำคัญกับการพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบโอกาสที่จะได้รับจากประเทศต่างๆ เพื่อเลือกสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ที่จะสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้ได้มากที่สุด ซึ่งกรณีของประเทศไทยในทัศนะของทีมนักสร้างภาพยนตร์ต่างชาติเห็นว่าเป็นประเทศที่มีขั้นตอนการดำเนินงานด้านภาษียุ่งยากและมีการเก็บภาษีซ้ำซ้อน รวมทั้งการคืนภาษีในส่วนของชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้จ่ายในประเทศระยะสั้น ที่ควรจะรวมถึงทีมงานถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศด้วยนั้น กลับพบว่าประเทศไทยไม่มีการคืนภาษีการใช้จ่ายให้กับกลุ่มชาวต่างชาติดังกล่าว นับเป็นข้อเสียเปรียบของประเทศไทยอย่างมาก นอกจากนี้ การเก็บภาษีรายได้นักแสดงในอัตราที่สูงและไม่มีมาตรการในการหักลดหย่อนรายได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การไม่สามารถนำเงินบริจาคของนักแสดงมาหักลดหย่อนภาษีได้ ส่งผลให้ปัจจัยด้านภาษีเป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่จูงใจให้นักแสดงชั้นนำของต่างประเทศเข้ามาทำงานด้านภาพยนตร์ในประเทศไทย

**3.4.11 การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของประเทศเพื่อนบ้าน** การใช้กลยุทธ์การนำเสนอความสดใหม่ของธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศของประเทศไทยจะไม่สามารถใช้ได้ผลอีกต่อไป แต่ประเทศไทยจำเป็นต้องเน้นการแข่งขันเชิงกลยุทธ์เชิงรุกทางการตลาดที่นำเสนอคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการชั้นเลิศด้วยอัธยาศัยไมตรีแบบไทยในราคาที่แข่งขันได้ พร้อมทั้งต้องขยายฐานการตลาดสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดการพึ่งพาดตลาดหลักเพียงตลาดใดตลาดหนึ่งเท่านั้น และประเด็นสำคัญที่ควรจะต้องดำเนินการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมคือการเชื่อมโยงให้ผู้ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ตัดสินใจใช้บริการ Post Production ในประเทศไทยแบบครบวงจรเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม

**3.4.12 ขาดการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น** เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีห่วงโซ่การผลิตที่เชื่อมต่อและมีความเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น ตลอดจนสถานศึกษาและผู้ประกอบการต่างชาติเป็นจำนวนมาก การกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ถูกต้องแม่นยำ จึงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจและกำหนดเป็นกรอบแนวทางการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังไม่มี การจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงสถิติในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จึงเป็นผลให้การตัดสินใจเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขาดข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้

#### 4. การศึกษาเชิงเปรียบเทียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่างประเทศ

##### 4.1 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับต่างประเทศ

จากการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับภาพยนตร์ต่างประเทศ ได้แก่ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฮอลลีวูด จีน อินเดีย และเกาหลี สามารถสรุปปัจจัยที่แต่ละประเทศนำมาใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้ดังนี้

**4.1.1 นโยบายภาครัฐ** โดยแยกวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็น 4 ส่วน ได้แก่ กฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้อง มาตรการส่งเสริม การกำกับดูแล และการคุ้มครองผู้ประกอบการภายในประเทศ

1) **กฎหมาย** : ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลี มีพระราชบัญญัติภาพยนตร์โดยเฉพาะเจาะจง ซึ่งครอบคลุมทั้งการส่งเสริม การกำกับดูแล และการคุ้มครอง ขณะที่ประเทศไทยแม้จะมีพระราชบัญญัติภาพยนตร์ 2473 ที่ดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ เช่นเดียวกับ หากแต่เป็นกฎหมายที่บังคับใช้มานานและมุ่งเน้นในด้านการควบคุมสื่อ เนื่องจากเป็นกฎหมายที่ออกเพื่อป้องกันการใช้สื่อในการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองเป็นสำคัญ และมีพระราชบัญญัติควบคุมกิจการโทรคมนาคมและวัสดุโทรทัศน์ 2530 ที่ดูแลการฉายหรือให้บริการภาพยนตร์เทปหรือวัสดุโทรทัศน์ ในขณะที่ฮ่องกงและจีนไม่มีกฎหมายด้านภาพยนตร์โดยเฉพาะ แต่จะออกเป็นระเบียบข้อกำหนดทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์แทน

2) **มาตรการส่งเสริม** : ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และเกาหลี ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยมีการจัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่การผลิต ทั้งในด้านการส่งเสริมการผลิตโดยใช้มาตรการทางภาษี การให้เช่าวัสดุอุปกรณ์ในราคาถูก การส่งเสริมให้มีบทภาพยนตร์ที่หลากหลายโดยการจัดประกวดบทภาพยนตร์ การพัฒนาตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสนับสนุนการเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ และจัดประกวดภาพยนตร์ที่มีคุณภาพภายในประเทศ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการสร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศฝรั่งเศสมีมาตรการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากค่าเข้าชม เพื่อให้บัตรชมภาพยนตร์มีราคาที่ถูกลง ทำให้ผู้ชมที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้มากขึ้น ขณะที่ฮ่องกงจะเน้นมาตรการส่งเสริมการตลาด โดยจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศ จีนสนับสนุนการร่วมทุนสร้างภาพยนตร์ อินเดียสนับสนุนการส่งออกภาพยนตร์โดยการยกเว้นภาษีรายได้ ในส่วนของไทยจะให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้ประกอบการบริการหลังการถ่ายทำ (Post Production) และเน้นส่งเสริมการตลาดโดยสนับสนุนการเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์รวมทั้งจัดงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในกรุงเทพฯ

3) **การกำกับดูแล** : รัฐบาลประเทศต่างๆ ทั้งฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฮอลลีวูด จีน อินเดีย เกาหลี ใช้ระบบการจัดประเภทภาพยนตร์ทั้งสิ้น เพื่อให้สังคมมีส่วนร่วมในการดูแลกันเอง โดยใช้การจัดกลุ่มตามอายุของผู้ชม ขณะที่ไทยยังคงใช้ระบบการตรวจสอบสารภาพยนตร์โดยภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีความพยายามผลักดันร่างพระราชบัญญัติ ภาพยนตร์ พ.ศ..... ซึ่งจะมีการนำระบบการจัดประเภทภาพยนตร์มาใช้

4) **การคุ้มครอง** : ประเทศฝรั่งเศสและเกาหลี คุ้มครองผู้ประกอบการ ในประเทศโดยการกำหนดโควตาเวลาการฉายภาพยนตร์ต่างประเทศ ขณะที่รัฐบาลจีนใช้มาตรการ ในการกำหนดโควตาการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยประเทศอินเดียและไทยใช้ระบบการตรวจ พิจารณาอนุญาตการฉายภาพยนตร์

**4.1.2 มาตรการการเงิน** ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฮังการี อินเดีย และเกาหลี มีการจัดตั้ง กองทุนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ โดยรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณหลัก ทั้งนี้ในส่วนของฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ภาคเอกชนจะมีส่วนร่วมในการสมทบเงินเข้ากองทุนในรูปแบบของ เงินบริจาค และค่าธรรมเนียมจากผู้ประกอบการ นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นและเกาหลียังมีมาตรการในการ จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการด้วย ขณะที่รัฐบาลจีนไม่มีการจัดตั้งกองทุน แต่รัฐ สนับสนุนงบประมาณในการผลิตภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมจีน ในส่วนของไทยไม่ มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาภาพยนตร์ การสนับสนุนงบประมาณในการสร้างภาพยนตร์ก็มีจำกัด

**4.1.3 การพัฒนาบุคลากร** ทุกประเทศต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยมีการจัดตั้งสถาบันที่มีการเรียนการสอนในสาขาภาพยนตร์โดยเฉพาะ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญ กับการฝึกอบรมทั้งระยะสั้นและระยะยาวอีกด้วย ด้วยการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมเฉพาะด้านให้กับ ผู้ประกอบการ ขณะที่ในส่วนของประเทศไทยภาครัฐยังไม่มีการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมด้านภาพยนตร์ หากแต่เป็นการริเริ่มของผู้ประกอบการภาคเอกชนในการจัดฝึกอบรมเฉพาะคราว เพื่อแก้ปัญหา การขาดแคลนบุคลากรและการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรม

**4.1.4 การลงทุน** ประเทศฝรั่งเศส ฮังการี อินเดีย และเกาหลี ไม่มีข้อจำกัดในด้าน การลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ส่วนประเทศญี่ปุ่นมีข้อจำกัดในการลงทุนของ ต่างชาติได้ไม่เกินร้อยละ 20 ขณะที่ไทยและจีน จำกัดการลงทุนของต่างชาติไม่เกินร้อยละ 49

**4.1.5 กลไกกำกับดูแล** ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฮังการี จีน อินเดีย เกาหลี มีการกำหนด หน่วยงานที่ดูแลด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างชัดเจน เช่น ฝรั่งเศสมี The National Cinematographic center (CNC) เป็นองค์กรอิสระ ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม ญี่ปุ่นมี The Agency for Cultural Affair ภายใต้กระทรวงศึกษา ฮังการีมี Hong Kong Film Development Council และ The Film Services Office จีนมี China Film Bureau ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม อินเดียมี The National Film Development Corporation ภายใต้กระทรวง Information and Boardcasting เกาหลีมี Korean Film Council เป็นหน่วยงานอิสระภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม ขณะที่ประเทศไทยไม่มีหน่วยงานกลาง กำกับดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ

#### **4.1.6 การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ**

1) **กลไกกำกับดูแล** : ทุกประเทศที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีการกำหนด หน่วยงานที่ดูแลด้านการเข้าไปถ่ายทำภาพยนตร์ของต่างประเทศในประเทศตนอย่างชัดเจน เช่น ฝรั่งเศสมี National Film Commission France เป็นองค์กรอิสระ ญี่ปุ่นมี The Japan Film Commission

Promotion ช่องกมมี The Film Services Office จีนมี State Administration of Radio and Film and television อินเดียมี Film Wing ภายใต้กระทรวง Information and Boardcasting เกาหลีมี Film Commission เป็นหน่วยงานอิสระภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม ขณะที่ประเทศไทยมี Thailand Film Office หรือกองกิจการภาพยนตร์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดูแลและประสานงานการงานการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

2) **มาตรการจูงใจ :** มาตรการที่ประเทศต่าง ๆ ใช้ในการจูงใจให้ผู้ประกอบการต่างประเทศเข้ามาใช้บริการและสถานที่ถ่ายทำในประเทศที่สำคัญ มี 2 ลักษณะ คือ มาตรการทางภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (1) ประเทศที่ใช้มาตรการทางภาษี ได้แก่ ฝรั่งเศส จีน และเกาหลี โดยฝรั่งเศสมีการยกเว้นภาษีการผลิต จีนมีนโยบายผ่อนปรนและลดภาษีการถ่ายทำ ขณะที่เกาหลีสามารถขอคืนภาษีได้ร้อยละ 25 ในส่วนของค่าใช้จ่าย (2) ประเทศที่ใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยเน้นการอำนวยความสะดวก ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮองกง ไทย โดยฮองกงและไทยจะมีการจัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จเพื่ออำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศ

#### 4.2 การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารจัดการภาพยนตร์ไทยและเกาหลี

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ประเทศเกาหลีเป็นประเทศที่ควรนำมาศึกษาเปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาที่เหมาะสมกับธุรกิจภาพยนตร์ไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีวัฒนธรรมตะวันออกเช่นเดียวกับประเทศไทย และมีการนำวัฒนธรรมนั้นมาสร้างคุณค่าและสามารถส่งออกวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่ารัฐบาลเกาหลีมีการดำเนินการอย่างไรและใช้ระบบการบริหารจัดการเช่นใด โดยการเปรียบเทียบ 5 ปัจจัย ด้วยตัวแบบ Five Forces เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ของไทยตลอดห่วงโซ่การผลิต ดังนี้

##### 4.2.1 การเปรียบเทียบปัจจัย Five Forces Model ธุรกิจภาพยนตร์

**การแข่งขันของผู้ประกอบการรายเดิม (Rivalry among Existing Firms)**  
ผู้ประกอบการรายเดิมของไทยไม่มีการร่วมมือและประสานงานกันอย่างเป็นเครือข่ายที่ชัดเจนทำให้มีอำนาจต่อรองในด้านธุรกิจต่ำ ส่งผลให้การได้รับผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งหากพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวทางของธุรกิจภาพยนตร์เกาหลีจะพบว่าธุรกิจมีความเป็นเครือข่ายสูงมาก และความร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนในการกำหนดนโยบายและจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาทำให้อำนาจการต่อรองสูงขึ้นมาก อีกทั้งยังสามารถขยายธุรกิจภาพยนตร์เกาหลีให้เข้าสู่ตลาดโลกได้

**อำนาจการต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)**  
บุคลากรด้านภาพยนตร์ของไทย ส่วนใหญ่ทำงานอยู่ภายใต้สังกัดของบริษัท จึงไม่สามารถต่อรองกับผู้ผลิตหรือผู้สร้างได้มาก และไม่มีโอกาสฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ในสายงานวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการสร้างอำนาจการต่อรองจึงไม่มาก ขณะที่บุคลากรของเกาหลีส่วนใหญ่จะทำงานภายใต้สังกัดเช่นเดียวกัน แต่พบว่าหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนในการพัฒนา ทำให้บุคลากรสามารถ

พัฒนาทักษะด้านภาพยนตร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สามารถสร้างอำนาจการต่อรองได้มากขึ้น ตามความรู้และประสบการณ์ที่สูงขึ้น

**อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)** ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมหลักคือกลุ่มวัยรุ่น (อายุ 15-25 ปี) และภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงเท่านั้น อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการรายใหญ่ครองส่วนแบ่งตลาดหลัก ทำให้มีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูงซึ่งส่งผลกระทบต่อความหลากหลายของภาพยนตร์ไทย หากพิจารณาจากผู้ชมในเกาหลี พบว่า ผู้ชมมีความรักในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และภาครัฐสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ที่มีความหลากหลาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกาหลีนิยมภาพยนตร์เกาหลีมากขึ้น รวมทั้งกำหนดมาตรการให้โรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์เกาหลีตามจำนวนที่กำหนด

**ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)** สินค้าทดแทนที่สำคัญ ได้แก่ วีซีดีและดีวีดี และเคเบิลทีวี เนื่องจากมีราคาต่ำมาก และปัจจุบันเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์ภาพและเสียงมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านคุณภาพเมื่อเปรียบเทียบกับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ทำให้อำนาจการต่อรองต่ำแต่สามารถนำสินค้าทดแทนเหล่านี้มาเป็นกลยุทธ์ในการขยายสู่ตลาดต่างประเทศได้ เนื่องจากต้นทุนในการผลิตต่ำและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในครัวเรือนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเกาหลีได้นำกลยุทธ์นี้มาใช้ประสบความสำเร็จ จนทำให้กระแส “KPOP” แพร่หลายไปทั่วโลก

**อุปสรรคในการเข้ามาจากบริษัทผู้สร้างรายใหม่ (Threat of new Entrants)** ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดธุรกิจภาพยนตร์ไทยโดยไม่มีอุปสรรคมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการรายเดิมไม่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ในกรณีของผู้ประกอบการจากต่างประเทศ จะสามารถเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้ไม่เกินร้อยละ 49 ในประเทศเกาหลี ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งของการรวมตัวในทุกห่วงโซ่ของธุรกิจภาพยนตร์ สามารถปกป้องธุรกิจเดิมจากผู้เข้ามาใหม่ได้เป็นอย่างดี แม้รัฐบาลจะไม่มีข้อจำกัดในการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติก็ตาม

#### 4.2.2 การเปรียบเทียบในส่วนการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

**การแข่งขันของผู้ประกอบการรายเดิม** ผู้ประกอบการประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมีจำนวนน้อย และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก มีการแข่งขันกันสูง ความร่วมมือกันในการสร้างเครือข่ายยังไม่เข้มแข็ง ขณะที่เกาหลีมีเครือข่ายการทำงานแบบครบวงจร ทำให้อำนาจการต่อรองสูงขึ้นมาก

**อำนาจการต่อรองจากซัพพลายเออร์** ผู้ให้บริการด้านการผลิตภาพยนตร์ส่วนใหญ่ยังมีขนาดเล็ก และมีประสบการณ์การทำงานกับต่างประเทศน้อย ทำให้อำนาจการต่อรองอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับเกาหลีที่มีสถานที่สวยงามเช่นเดียวกับไทย แต่งานบริการด้านการผลิตภาพยนตร์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ผลิตงานที่มีคุณภาพและมีการร่วมกันวางแผนกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเทศผ่านภาพยนตร์เกาหลี การจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลและประสานงานด้านการถ่ายทำภาพยนตร์โดยเฉพาะ และมีบริการ

ที่เป็นเครือข่ายในจังหวัดต่างๆ ที่สำคัญของเกาหลีด้วย สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน

**อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ** แม้ว่าบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศจะมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วโลก แต่ผู้ผลิตเหล่านั้นมีทางเลือกอยู่เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจะพบว่าอยู่ในระดับที่สูง เนื่องจากผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศสามารถเลือกสถานที่ถ่ายทำที่มีลักษณะใกล้เคียงกันหรือสามารถสร้างขึ้นเองได้ ดังนั้นการสร้างความแตกต่าง เช่น นโยบายและมาตรการด้านภาษี การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตจากต่างประเทศ ฯลฯ จะมีส่วนช่วยให้การให้ผู้ผลิตจากที่ต่างๆ สนใจเข้ามามากยิ่งขึ้น และทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อลดลงได้

**ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน** สถานที่ซึ่งสามารถใช้ถ่ายทำภาพยนตร์มีอยู่เป็นจำนวนมาก ประเทศที่มีภูมิประเทศ โบราณสถาน วัฒนธรรมประเพณี หรือลักษณะของประชาชนที่ใกล้เคียงกับประเทศไทยมีหลายประเทศ ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศมีโอกาสเลือกสถานที่พอสมควร ดังนั้นการทดแทนในด้านนี้จึงมีอยู่สูงเช่นกัน และหากพิจารณาแนวทางของเกาหลี จะเห็นว่ามี การสร้างความแตกต่าง โดยการอำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในด้านการผลิตและเทคนิคที่สำคัญ ตลอดจนการสนับสนุนด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการที่สนใจสร้างภาพยนตร์ในประเทศเกาหลี เป็นต้น

**อุปสรรคในการเข้ามาจากบริษัทผู้ให้บริการรายใหม่** ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดธุรกิจภาพยนตร์ไทยโดยไม่มีอุปสรรคมากนัก ทั้งนี้ ในกรณีของผู้ประกอบการต่างประเทศ สามารถเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้ไม่เกินร้อยละ 49 ขณะที่ในประเทศเกาหลี ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งของการรวมตัวในทุกห่วงโซ่ของธุรกิจภาพยนตร์ สามารถปกป้องธุรกิจเดิมจากผู้เข้ามาใหม่ได้เป็นอย่างดี แม้รัฐบาลจะไม่มีข้อจำกัดในการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติก็ตาม

## 5. การประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย

การประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจภาพยนตร์ไทย จำเป็นต้องพิจารณาทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจภาพยนตร์ ซึ่งประกอบด้วย จุดแข็ง-จุดอ่อน และโอกาส-ภัยคุกคาม ที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อนำไปกำหนดเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนา (Critical Issue)

### 5.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจภาพยนตร์

#### 5.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1) บุคลากรมีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจบริการหลังการถ่ายทำและธุรกิจผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ นอกจากนี้ บุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ไทยยังมีทักษะและความชำนาญเฉพาะตัวเป็น Tacit Knowledge ซึ่งไม่มีการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา แต่สามารถสร้างสรรค์ผลงานเป็นที่ยอมรับจากบริษัทต่างประเทศ

2) ความพร้อมในการใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ไทย และต่างประเทศ ทั้งความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลก ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเพณีวัฒนธรรม และแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ที่เป็นมรดกโลก

3) ความพร้อมด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการปกครอง ทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และยังมีความพร้อมของปัจจัยสนับสนุนต่างๆ รวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

### 5.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย ยังไม่มีกรอบนโยบาย และทิศทางการพัฒนาโดยรวม โดยบทบาทของภาครัฐมุ่งเน้นการควบคุม ดูแล และกำกับให้เป็นไปตามตัวบทกฎหมาย ขาดการวางแผนพัฒนาตลอดห่วงโซ่การผลิต ขาดความพร้อมของระบบฐานข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนยังไม่เข้มข้น ตลอดจนไม่มีองค์กรซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการส่งเสริม พัฒนาธุรกิจภาพยนตร์แบบครบวงจร

2) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐไม่เอื้อต่อการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ และไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ส่งผลให้การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไม่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ในระยะยาว

3) ผู้ประกอบการไทยในแต่ละห่วงโซ่การผลิตขาดการวางแผนธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน ไม่มีการวางแผนกลยุทธ์ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ และขาดความร่วมมือในลักษณะเป็นเครือข่ายธุรกิจ เพื่อพัฒนาคุณภาพและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

4) ขาดแคลนบทบาทภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ ซึ่งพฤติกรรมของผู้ชมภาพยนตร์มีความกระตือรือร้นและพิถีพิถันในการรับชมภาพยนตร์มากขึ้น ในขณะที่ภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์ตลก ที่มีเนื้อหาไม่ซับซ้อน มีจุดเด่นน้อย ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ไม่ช่วยพัฒนา และเสริมสร้างจินตนาการของผู้ชมภาพยนตร์ให้เติบโตไปพร้อมๆ กัน

5) บุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ไทยขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมสามารถรองรับการขยายตัวธุรกิจ ปรับตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองความต้องการตลาด

6) ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยโดยรวม เนื่องจากบั่นทอนความคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ และการลงทุนเพื่อผลิตภาพยนตร์ที่ดีมีคุณภาพ

7) ความขัดแย้ง เรื่อง การใช้ประโยชน์ และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ระหว่างนโยบายส่วนกลางที่มุ่งสร้างรายได้จนบางครั้งละเลยถึงการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและผลกระทบต่อชุมชน รวมทั้งการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งอาจส่งผลทำให้กองถ่ายทำภาพยนตร์ตัดสินใจไม่เข้ามาใช้สถานที่ดังกล่าวในการถ่ายทำภาพยนตร์ในที่สุด

## 5.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจภาพยนตร์

### 5.2.1 โอกาส (Opportunities)

- 1) ตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเติบโตทางการตลาดและจำนวนผู้เข้าชม
- 2) การจัดงานและเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพยนตร์ไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดต่างประเทศ
- 3) การพัฒนาเพื่อสร้างความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีช่วยสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาททั้งในการผลิต การฉาย ต่อเนื่องถึงการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่การผลิต โดยเฉพาะ ในส่วนของธุรกิจหลังการถ่ายทำ ที่จะต้องปรับกระบวนการให้บริการมาใช้เทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองต่อการใช้ฟิล์มดิจิทัลมากขึ้น

### 5.2.2 ภัยคุกคาม (Threats)

- 1) ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอภาพยนตร์ดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงการดำเนินธุรกิจในช่วงโซ่การผลิต
- 2) ความเป็นเอกลักษณ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวสูงของคนไทย ทำให้ยากต่อการเข้าถึงของผู้ชมในตลาดต่างประเทศ
- 3) การแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยการใช้มาตรการจูงใจเพื่อให้ผู้ประกอบการต่างประเทศเข้าไปถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศ ทั้งที่เป็นมาตรการภาษี และการอำนวยความสะดวกให้กับกองถ่ายทำ ซึ่งในกรณีของประเทศไทย นอกจากจะไม่มีมาตรการจูงใจทางภาษีแล้ว ยังมีขั้นตอนการดำเนินงานด้านภาษีที่ยุ่งยาก และมีการเก็บภาษีซ้ำซ้อน

## 5.3 ประเด็นสำคัญในการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ (Critical Issues) ในระยะต่อไป

**5.3.1 การกำหนดทิศทางการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์และองค์กรรับผิดชอบหลักให้ชัดเจน** นับเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการ โดยเป็นกรอบทิศทางที่เกิดจากการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกภาคีการพัฒนาที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นกรอบแนวทางในการวางแผนการดำเนินงาน ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ทั้งการจัดทำแผนงาน/โครงการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ และการวางแผนกลยุทธ์การผลิตและการตลาดของภาคเอกชน

**5.3.2 การพัฒนาความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม** เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และการสนับสนุนมาตรการจูงใจเพื่อส่งเสริมการลงทุน รวมทั้งการสนับสนุนการสร้าง

เครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อร่วมกันกำหนดแผนการผลิตและการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ

**5.3.3 บุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ไทยต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มทักษะและองค์ความรู้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง** เพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตภาพยนตร์และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง อย่างมีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ และพร้อมรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต

**5.3.4 การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย** และความพร้อมของสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เหมาะสมในการถ่ายทำภาพยนตร์ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดโลก เป็นมาตรการสำคัญในการส่งเสริมด้านการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยด้วย

**5.3.5 ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์** นับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการลงทุนพัฒนาคุณภาพภาพยนตร์ และสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ที่มีคุณค่าให้กับธุรกิจภาพยนตร์ไทย ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์โดยรวมของประเทศ

**5.3.6 การส่งเสริมพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ** เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนายกระดับคุณภาพและความหลากหลายของภาพยนตร์ไทยให้ทัดเทียมกับนานาชาติ โดยเฉพาะประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องให้การส่งเสริม สนับสนุนการวิจัย พัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์อย่างจริงจัง เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ไทยให้มีความหลากหลายของรูปแบบและเทคนิคการนำเสนอ และสามารถขยายตลาดส่งออกได้กว้างขวางมากขึ้น

## **6. ข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย**

### **6.1 วิสัยทัศน์**

“ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกภาพยนตร์ที่สำคัญในตลาดเอเชียแปซิฟิก และเป็นศูนย์กลางการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศของภูมิภาคเอเชีย”

### **6.2 พันธกิจ**

6.2.1 ส่งเสริม พัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพิ่มมากขึ้น

6.2.2 ปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์ให้มีเอกภาพและประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์อย่างยั่งยืน

6.2.3 พัฒนาบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ ให้มีทักษะและองค์ความรู้ด้านการพัฒนาคุณภาพภาพยนตร์ไทย ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย

6.2.4 เสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนและปรับปรุงการให้บริการภาครัฐให้มีความสะดวกรวดเร็วและมีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการต่างชาติให้เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมากขึ้น

### 6.3 วัตถุประสงค์

6.3.1 เพื่อสร้างกลไกการบริหารจัดการในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยให้มีเอกภาพและประสิทธิภาพ ทั้งการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ และแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

6.3.2 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยตลอดห่วงโซ่การผลิต ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

6.3.3 เพื่อพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ไทยให้มีประสิทธิภาพและปริมาณที่สอดคล้องกับความต้องการผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย

6.3.4 เพื่อพัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยและธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย

6.3.5 เพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพยนตร์ไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ตลอดจนประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความเหมาะสมของประเทศไทยในการใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

### 6.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

เพื่อให้การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย และธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย บรรลุตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา พร้อมทั้งกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้

6.4.1 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจภาพยนตร์ไทย การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในระยะเวลาที่ผ่านมา ขาดความชัดเจนของกรอบนโยบาย เน้นการใช้กฎระเบียบข้อบังคับในการควบคุม ดูแลกำกับ มีความซ้ำซ้อนและยุ่งยากในขั้นตอนการปฏิบัติ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการของภาครัฐและบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนให้เหมาะสมและชัดเจน ภายใต้กรอบนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวทางการทำงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีกระบวนการทำงานในลักษณะบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนตลอดห่วงโซ่การผลิต และสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) การปรับปรุงกลไกการทำงานของหน่วยงานภาครัฐให้มีเอกภาพและประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการปรับบทบาทและภารกิจของหน่วยงานให้มีความชัดเจน

ทั้งภารกิจการควบคุม ดูแลกำกับ การส่งเสริมและพัฒนา เพื่อลดความซ้ำซ้อนและขั้นตอนที่เป็นอุปสรรค การให้บริการ โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ได้แก่ (1) การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความซ้ำซ้อนของงาน และเอื้ออำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ (2) นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินการ เช่น แบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้ร่วมกันระหว่างหน่วยงาน เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการกรอกข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น และเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ (3) เร่งรัดการขยาย การให้บริการของศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนต์ ต่างประเทศ ให้ครอบคลุมภาพยนต์เรื่องยาวด้วย

2) การจัดตั้งองค์กรส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ไทย เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ไทย และธุรกิจภาพยนต์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องเป็นหน่วยงานที่ทำงานในเชิงรุก โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ได้แก่ (1) เร่งผลักดันการจัดตั้งองค์กรส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ไทย เพื่อเป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลัก ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ไทย และธุรกิจภาพยนต์ต่างประเทศ ที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็ว (2) สร้างความเข้าใจและการยอมรับ ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อลดข้อขัดแย้งและผลักดัน นโยบายไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

3) การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคีการพัฒนาทั้งภาครัฐและ เอกชน โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่ การมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก การจัดทำนโยบายและกรอบทิศทาง การพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ การวางแผนธุรกิจในแต่ละห่วงโซ่การผลิตให้สอดคล้องกับทิศทางหลัก ที่กำหนดไว้ และร่วมกันแสวงหาโอกาสในการพัฒนาธุรกิจภาพยนต์ไทยในอนาคต (2) สนับสนุน การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาคีพัฒนา เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนต์ตลอดห่วงโซ่การผลิต

4) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลภาพยนต์ โดยการรวบรวมและ พัฒนาระบบฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดตลอดห่วงโซ่การผลิตของธุรกิจภาพยนต์ ครอบคลุมทั้ง ภายในประเทศ ภูมิภาค และตลาดโลก รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อ สนับสนุนการกำหนดกรอบนโยบาย กระบวนการตัดสินใจ และการวางแผนพัฒนา โดยดำเนินมาตรการ ที่สำคัญ ได้แก่ (1) กำหนดให้มีศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนต์ในหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและพัฒนาข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนต์ตลอดห่วงโซ่การผลิตอย่างครบวงจร รวมทั้งการศึกษาวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนต์ในระยะยาว (2) สนับสนุน การศึกษาวิจัยในอุตสาหกรรมภาพยนต์ ทั้งการผลิต การตลาด ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเชิง พาณิชย์ได้ และ (3) สร้างระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูล/ฐานความรู้อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ภาคเอกชนและ ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านอุตสาหกรรมภาพยนต์ได้อย่างทั่วถึง

**6.4.2 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม เพื่อเป็น รากฐานการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ให้สามารถขยายฐานการผลิตและ**

การตลาดสู่ระดับภูมิภาคได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ และการสร้างปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและการลงทุน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) **ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจตลอดห่วงโซ่การผลิต** เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มธุรกิจในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ให้เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และมีอำนาจการต่อรองในเชิงธุรกิจมากขึ้น โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างธุรกิจต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อร่วมมือกันวางแผนพัฒนาธุรกิจ พัฒนาและแลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ พัฒนาบุคลากร และดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน และ (2) สนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์และการบริหารองค์กรให้มีรูปแบบและมาตรฐานสากล เพื่อสร้างโอกาสในการร่วมลงทุนกับบริษัทต่างประเทศ

2) **สนับสนุนภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและหลากหลาย** โดยมุ่งเน้นการสร้างบทบาทยนตร์ที่ต้องการนำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยผ่านเทคนิคการนำเสนอที่ทันสมัย ความสามารถพิเศษของนักแสดง มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ และภาพยนตร์ประเภทแอ็คชั่น ที่สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและศิลปะป้องกันตัว ซึ่งผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมีความเชี่ยวชาญและยังเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมระดับโลก โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สร้างโอกาสให้กับผู้เขียนบทภาพยนตร์ที่มีคุณภาพทั้งรายใหม่และรายเดิม โดยจัดกิจกรรมการประกวดบทภาพยนตร์ในสาขาต่างๆ นอกจากนี้ ยังเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนบทภาพยนตร์ที่มีคุณภาพด้วย (2) ส่งเสริมและสร้างโอกาสให้กับผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ทั้งรายใหม่และรายเดิมโดยสนับสนุนเงินงบประมาณในการสร้างภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและหลากหลาย สามารถสะท้อนความเข้าใจถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และอัตลักษณ์ความเป็นไทย (3) จัดให้มีโรงภาพยนตร์สำหรับฉายภาพยนตร์ที่มีคุณภาพแก่สาธารณชน โดยเก็บค่าเข้าชมในราคาต่ำ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงภาพยนตร์คุณภาพ สร้างโลกทัศน์และกระแสนิยมใหม่ๆ ให้กับคนไทย ที่ควรจะมีควมพิถีพิถันในการเลือกชมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพมากขึ้น (4) กำหนดโควตาการฉายภาพยนตร์ต่างประเทศในโรงภาพยนตร์ เพื่อให้โรงภาพยนตร์สามารถฉายภาพยนตร์ไทยเป็นเวลานานขึ้น ช่วยสร้างช่องทางการนำเสนอภาพยนตร์ไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นมาตรการจูงใจให้กับผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ ผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและความหลากหลายขึ้นด้วย และ (5) สนับสนุนให้เกิดการร่วมลงทุนสร้างภาพยนตร์ ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและเรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตระหว่างกัน

3) **สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน** โดยเฉพาะผู้สร้างภาพยนตร์รายใหม่ที่ต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถขยายกลุ่มตลาดใหม่ๆ ทั้งภายในประเทศและการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่อย่างมีเงื่อนไข เช่น การกำหนดประเภทภาพยนตร์ที่จะให้การอุดหนุน การกำหนดตามประเภทธุรกิจ และการกำหนดจำนวนแรงงานในท้องถิ่น เป็นต้น (2) ร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์ในการจัดหาเงินทุน

ปลอดดอกเบียร์ หรือดอกเบียร์ดำ หรือเงินทุนแบบไม่มีเงื่อนไข เพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ไม่มีแหล่งเงินทุน รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่การผลิต

4) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตและการตลาดธุรกิจภาพยนตร์ไทย โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ทั้งในกระบวนการผลิตและการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนการผลิตให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะในขั้นตอนธุรกิจ Post Production ซึ่งไทยมีความชำนาญแต่ต้องมีการพัฒนาเทคนิคอย่างต่อเนื่อง โดยให้สิทธิพิเศษทางภาษี (2) ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการในประเทศกับต่างประเทศ โดยสนับสนุนการการสร้างภาพยนตร์ร่วมกัน

5) การบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างเข้มงวด โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการเร่งป้องกันและปราบปรามอย่างจริงจัง (2) เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบและจับกุมทั้งแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย รวมทั้งรายการเคเบิลทีวีที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และเพิ่มบทลงโทษทั้งจำและปรับให้รุนแรงมากขึ้น (3) ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายลิขสิทธิ์ให้มีลักษณะของความผิดชัดเจน เพื่อให้สามารถดำเนินคดีตามกฎหมายกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ได้ รวมทั้งเพิ่มบทลงโทษกับผู้ซื้อและผู้ครอบครองสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์โดยกำหนดบทลงโทษทั้งจำและปรับ (4) สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา และสินค้าลิขสิทธิ์ (5) เพิ่มช่องทางการแจ้งการกระทำผิดทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยให้องค์กรส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นศูนย์กลางประสานงานรับแจ้งการกระทำผิด (6) กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานกลางในการกำหนดค่าลิขสิทธิ์ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และป้องกันมิให้สินค้าลิขสิทธิ์มีราคาที่สูงเกินไป

6) ส่งเสริมงานด้านวิจัยเพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนความร่วมมือภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา การทำวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ ให้สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองต่อความต้องการบริโภคได้อย่างต่อเนื่อง (2) สนับสนุนให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัย เพื่อการพัฒนายกระดับคุณภาพของธุรกิจมากขึ้น โดยภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อจูงใจให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่น การนำค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาวิจัย มาหักลดหย่อนภาษี

**6.4.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อพัฒนาระดับทักษะและองค์ความรู้บุคลากรหลักและบุคลากรสนับสนุนในธุรกิจภาพยนตร์ไทย ให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในธุรกิจภาพยนตร์ไทย และธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย รวมทั้งเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์ในอนาคต จึงควรกำหนดแนวทางการพัฒนา ดังนี้**

1) การพัฒนาหลักสูตรด้านภาพยนตร์ในสถาบันการศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์ โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนให้ผู้มีความรู้และประสบการณ์การผลิตภาพยนตร์ในทุกห่วงโซ่ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร รวมทั้งการมีส่วนร่วมในฐานะอาจารย์หรือวิทยากร

พิเศษ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ครบถ้วนทุกด้านของกระบวนการผลิตภาพยนตร์ ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ถ่ายทอดหรือเขียนหลักสูตรนั้นๆ (2) พัฒนาหลักสูตรเฉพาะด้าน เช่น หลักสูตรผู้กำกับการแสดง ผู้ติดต่อภาพยนตร์ หรือทำ Computer Graphic ซึ่งนอกจากจะได้ความรู้เฉพาะด้านที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้แล้ว ยังเป็นการช่วยสร้างความก้าวหน้าในอาชีพสำหรับบุคลากรที่อยู่ในธุรกิจภาพยนตร์ได้อีกแนวทางหนึ่ง และการเพิ่มความรู้เบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์และความรู้พื้นฐานอื่นๆ ในหลักสูตรด้านภาพยนตร์ เช่น การบริหารงาน การตลาด ทักษะทางภาษา ตลอดจนการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของบุคลากรของสถาบันการศึกษา ให้สามารถก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ

2) **การจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพภาพยนตร์** เพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ และพัฒนายกระดับทักษะ องค์ความรู้ของบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ โดยดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้ (1) จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมวิชาชีพภาพยนตร์ เพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ และพัฒนายกระดับทักษะ องค์ความรู้ของบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ ครอบคลุมการฝึกอบรมทั้งบุคลากรที่เพิ่งจบการศึกษาและกำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานธุรกิจภาพยนตร์ และบุคลากรซึ่งอยู่ในตลาดแรงงาน ต้องการเพิ่มทักษะและองค์ความรู้เพื่อนำกลับไปพัฒนางานและสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงาน โดยเป็นการร่วมลงทุนในลักษณะไตรภาคีจากภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา (2) ร่วมมือกับต่างประเทศในการแลกเปลี่ยนวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและประสบการณ์ของแต่ละประเทศ รวมทั้งให้ผู้เข้ารับการอบรมได้มีการศึกษาดูงานหรือร่วมกิจกรรมกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ

3) **เสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการประกอบอาชีพ** เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนให้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และบุคลากรระหว่างสถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัย/สถาบันฝึกอบรมในประเทศกับต่างประเทศ ที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อนำความรู้และประสบการณ์มาถ่ายทอดและพัฒนาบุคลากรของไทยให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น (2) สนับสนุนการทำข้อตกลงความร่วมมือกับต่างประเทศทั้งในรูปแบบการส่งบุคลากรไปทำงานในต่างประเทศ หรือการรับบุคลากรจากต่างประเทศเข้ามาทำงานในประเทศไทย เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ และการถ่ายทอดเทคโนโลยี (3) ส่งเสริมความร่วมมือให้ผู้ประกอบการใช้สถานที่หรือสำนักงาน เป็นสถานที่ฝึกอบรมเพิ่มทักษะความรู้ให้กับนักศึกษาฝึกงานหรือบุคลากรที่อยู่ในธุรกิจ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาจากสภาพแวดล้อมจริง

4) **การสนับสนุนด้านทุนการศึกษา** ให้แก่นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพภาพยนตร์ โดยเฉพาะ ให้กับบุคลากรที่จะเข้ามาเป็นกำลังผลิตสำคัญของธุรกิจในอนาคต โดยดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนให้ภาครัฐ สถาบันการศึกษา หรือภาคเอกชนให้ทุนการศึกษาทั้งในและต่างประเทศในระดับวิชาชีพ อุดมศึกษา ในสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจภาพยนตร์ โดยแบ่งตามความเหมาะสมหรือความขาดแคลน แต่ต้องสมดุลในทุกห่วงโซ่ของธุรกิจภาพยนตร์ เพื่อไม่ให้เกิดภาวะ

ขาดแคลนบุคลากรในทุกห่วงโซ่การผลิต (2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับนักเรียนนักศึกษา โดยให้นำเงินบริจาคทุนการศึกษาไปหักลดหย่อนภาษีได้

**6.4.4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดภาพยนตร์ไทย** เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตามความต้องการ เพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ภาพยนตร์ไทย ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายของตลาดภายในประเทศ และขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งเป็นตลาดเป้าหมายหลักของไทย โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) **สนับสนุนให้มีการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก** เพื่อการวางแผนด้านการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ โดยเฉพาะข้อมูลพฤติกรรมความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งการวางแผนเลือกกลุ่มเป้าหมาย การจัดทำภาพยนตร์ที่เหมาะสม การจัดทำแผนการผลิตและแผนการบริหารจัดการ ตลอดจนระยะเวลาที่ควรนำภาพยนตร์วางฉายในแต่ละตลาด โดยมีมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนการศึกษา รวบรวม และจัดเก็บข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศ และโดยเฉพาะประเทศกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ ติดตามความเคลื่อนไหวอย่างเป็นระบบ (2) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงความต้องการของนักลงทุนต่างประเทศที่จะเข้ามาลงทุนหรือดำเนินธุรกิจถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย (3) ศึกษาความต้องการของตลาดกลุ่มประเทศเป้าหมายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งจะต้องมีการศึกษาเพื่อกำหนด กลุ่มเป้าหมาย (Segment) ของตลาดให้ชัดเจน (4) สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชน ในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในทุกๆ ด้าน (5) ปลุกกระแสให้คนไทยนิยมชมภาพยนตร์ไทย โดยจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อจูงใจผู้ชมภาพยนตร์ให้เพิ่มมากขึ้น (6) เพิ่มช่องทางในการชมภาพยนตร์ไทยโดยจัดให้มีสถานีโทรทัศน์สาธารณะเผยแพร่ภาพยนตร์ที่มีคุณค่าและองค์ความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์

2) **เร่งดำเนินมาตรการตลาดเชิงรุก** เน้นการนำเสนอภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศที่เป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) หน่วยงานรัฐที่ดูแลส่งเสริมธุรกิจด้านบริการและมีสำนักงานสาขาในต่างประเทศ ต้องร่วมมือและสนับสนุนภาคเอกชนอย่างจริงจัง ในการดำเนินตลาดเชิงรุกและประสานการจัดเวทีการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้สนใจกับตัวแทนจำหน่ายหรือเจ้าของภาพยนตร์โดยตรง เพื่อเจรจาซื้อขายและตกลงผลประโยชน์ระหว่างกัน (2) สนับสนุนกิจกรรมการจัด Road Show ในประเทศเป้าหมาย และส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในต่างประเทศ เพื่อนำภาพยนตร์ไทยไปแสดงรวมทั้งเป็นโอกาสในการเจรจาธุรกิจด้วย (3) สนับสนุนการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศ เพื่อสร้างกระแสการชมภาพยนตร์ไทยภายในประเทศ และเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างประเทศ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล และศึกษาเรียนรู้ภาพยนตร์ต่างประเทศที่น่าสนใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทยให้มีคุณภาพมากขึ้นตามความต้องการของตลาด (4) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีทางการตลาด (E-market) มาใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น (5) สร้างพันธมิตรเพื่อดำเนินกลยุทธ์ตลาดต่างประเทศร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บริษัทการบินไทย จำกัด กรมส่งเสริมการส่งออก และสมาคมธุรกิจต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการจากประเทศไทย

3) **สร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจการผลิตกับโรงภาพยนตร์ เพื่อส่งเสริมการฉายภาพยนตร์ไทย** โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือในเชิงธุรกิจ ระหว่างวงจรธุรกิจการผลิตกับการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ภายในประเทศให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาคุณภาพความหลากหลายของการผลิตภาพยนตร์และการฉายในโรงภาพยนตร์ ทั้งการถ่ายทำ เทคนิคการฉาย และความทันสมัยของโรงภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นให้เกิดกระแสความนิยมในการเข้าชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น (2) สนับสนุนให้มีโรงภาพยนตร์ที่มีการฉายภาพยนตร์เฉพาะเรื่องหรือบางประเภท ที่มีการจัดจำแนกกลุ่มผู้ชมออกได้อย่างชัดเจน เช่น ภาพยนตร์แนวศิลปะ ภาพยนตร์ที่สื่ออารมณ์เฉพาะ เป็นต้น เพื่อการพัฒนาภาพยนตร์ไทยไปสู่ตลาดเฉพาะกลุ่มในต่างประเทศ

**6.4.5 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย** เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่มีศักยภาพความพร้อมในการใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ทั้งความสวยงามตามธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานความหลากหลายของประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดโลก พร้อมทั้งพัฒนาปัจจัยแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและดำเนินธุรกิจ เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการต่างประเทศ เดินทางเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์และร่วมทุนดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) **ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ** โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในตลาดโลก โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) จัดตั้ง “Team Thailand” เพื่อส่งเสริมทางการตลาดร่วมกัน ทั้งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทการบินไทย จำกัด กรมส่งเสริมการส่งออก และภาคเอกชน เป็นต้น ในการจัด Road Show ในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ การร่วมมือกับพันธมิตรทางการตลาด (2) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ประเทศไทยในทุกรูปแบบ และสมุดคู่มือการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย รวมทั้งการรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการต่างประเทศ

2) **สนับสนุนมาตรการจูงใจในการลงทุนและดำเนินธุรกิจ** เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกและให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ในการส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) สนับสนุนการออกมาตรการจูงใจทางภาษี ได้แก่ การยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ความรวดเร็วในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (2) นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินการ เพื่อลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกในการขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ในความรับผิดชอบของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช กรมศิลปากร และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) สร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติระหว่างหน่วยงานท้องถิ่นและส่วนกลาง เพื่อลดความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งปัญหาการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว และการใช้อิทธิพลข่มขู่

3) **เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรในธุรกิจภาพยนตร์และบริการที่เกี่ยวข้อง** โดยดำเนินมาตรการที่สำคัญ ดังนี้ (1) การเสริมทักษะ ความรู้ด้านภาษา และทักษะในการให้บริการของบุคลากร เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ จากผู้ประกอบการและทีมงานจากต่างประเทศ (2) การประชาสัมพันธ์บุคลากรที่เคยร่วมงานกับผู้ประกอบการต่างประเทศ โดยอ้างอิงจากภาพยนตร์หรือผู้กำกับที่เคยเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและประสบการณ์การทำงานของบุคลากร

4) **พัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ต่างประเทศ** เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของธุรกิจต่างประเทศ ทำให้เกิดการร่วมลงทุนและใช้บริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในไทย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจภาพยนตร์ และช่วยสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับคนไทยเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ธุรกิจการให้บริการหลังถ่ายทำ (Post Production) ซึ่งเป็นธุรกิจที่คนไทยมีความชำนาญและได้รับการยอมรับจากประเทศผู้ผลิตในแถบภูมิภาคนี้ รวมทั้งธุรกิจการจัดหนักแสดง ธุรกิจจัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำและอุปกรณ์การถ่ายทำ ธุรกิจการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ธุรกิจให้บริการที่พัก อาหาร และพาหนะการเดินทาง และธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์ในภูมิภาค โดยมาตรการที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างธุรกิจต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อร่วมมือกันวางแผนพัฒนาธุรกิจ และการสนับสนุนการสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการในต่างประเทศเพื่อให้เกิดความร่วมมือทางธุรกิจ เป็นต้น

## 7. ข้อเสนอกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมพัฒนาธุรกิจภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ให้เกิดผลในทางปฏิบัติและสามารถคาดหวังถึงความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ นั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในเรื่องความชัดเจนของแนวนโยบาย กรอบแนวทางการปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลไกการบริหารที่ชัดเจน มีความเป็นเอกภาพและประสิทธิภาพ เพื่อร่วมกันสนับสนุน ส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์ ควบคู่ไปกับการดูแล กำกับตามกฎหมายที่ได้บัญญัติไว้ โดยมีขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้

### 7.1 การกำหนดบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

ภาครัฐมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาท หน้าที่ และแนวนโยบายให้มีลักษณะของการส่งเสริม สนับสนุนธุรกิจภาพยนตร์ไทยมากขึ้น พร้อมๆ กับการควบคุม ดูแล กำกับให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยในเบื้องต้นจะต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาให้ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับรู้ถึงภารกิจในการช่วยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และเตรียมความพร้อมในการจัดทำแผนงาน/โครงการรองรับในแต่ละปีงบประมาณต่อไป ตลอดจนเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการติดตามความคืบหน้าผลการดำเนินงานในแต่ละด้าน ตามกรอบระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ด้วย โดยมีรายละเอียดของการกำหนดบทบาทของหน่วยงานเจ้าภาพในแต่ละยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนา

## 7.2 องค์กรหลักขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ตลอดระยะเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา ภาครัฐ ซึ่งควรมีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุนการสร้างความสำเร็จเติบโตให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ยังดำเนินบทบาทในขอบเขต ที่ค่อนข้างจำกัด ในลักษณะของการตรวจสอบ กำกับ ดูแลเป็นส่วนใหญ่ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ของประเทศไม่ได้รับการพัฒนาเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถขยาย ฐานการผลิตและการตลาดในระดับภูมิภาคตามนโยบายที่กำหนดไว้ ในขณะที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง และเปลี่ยนแปลงตามกระแสการบริโภคของผู้ชมในตลาดโลกและการ เปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การดำเนินธุรกิจใ่อุตสาหกรรมจึงต้องการการสนับสนุน ส่งเสริม และการให้บริการที่มีความฉับไว เบ็ดเสร็จในทุกขั้นตอน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการดำเนินงานของ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในเชิงสร้างสรรค์อย่างบูรณาการ อย่างไรก็ตาม โดยเหตุที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของ ประเทศยังไม่มีกรอบทิศทางทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ชัดเจน ประกอบกับขาดหน่วยงานหลักทำหน้าที่ ดูแล ส่งเสริมอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาจัดตั้งให้มีหน่วยงานที่เป็น ศูนย์กลางในการดูแล รับผิดชอบในการกำหนดทิศทางทางการพัฒนา และดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน อุตสาหกรรมให้มีการเจริญเติบโตและขยายตัว เพื่อเป็นอุตสาหกรรมหลักในการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป

เมื่อพิจารณารูปแบบ เงื่อนไขและลักษณะการจัดตั้งองค์กรทั้งที่เป็น หน่วยงานระดับ สถาบันในสังกัดกระทรวง หน่วยบริการรูปแบบพิเศษ (Service Delivery Unit: SDU) และการจัดตั้ง องค์กรในรูปแบบขององค์กรมหาชน พบว่าองค์กรที่พึงประสงค์จะจัดตั้งให้มีขึ้น ซึ่งควรต้องทำหน้าที่ใน การส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศให้มีการเติบโตขยายตัวได้อย่างมั่นคงยั่งยืน โดยจะต้องเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวในการดำเนินภารกิจและเป็นอิสระจากการแทรกแซงทางการ บริหาร ทั้งที่เป็นแรงกดดันจากการเมือง หรือเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงจากภาครัฐ รวมถึงจะต้องเป็น องค์กรที่สามารถบริหารจัดการเงินทุน และมีขีดความสามารถในการหารายได้เพื่อเลี้ยงองค์กรได้ และมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และการเงินที่เท่าทันและรวดเร็วต่อกระแสการ เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจนั้น ควรเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการในรูปแบบของ “องค์กรมหาชน” เนื่องจากองค์กรมหาชนมีขั้นตอนการบริหารงานสั้นและมีอิสระในการบริหารจัดการ สามารถปรับตัวให้ เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกได้อย่าง รวดเร็ว รวมทั้งยังมีรูปแบบการบริหารงานแบบคณะกรรมการที่ประกอบไปด้วยผู้แทนที่มีความรู้ ความสามารถจากภาคส่วนต่างๆ เข้ามาบูรณาการการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วม ของภาคเอกชน ซึ่งเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จะทำให้การ ขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ การ ดำเนินงานขององค์กรยังมีระบบการบริหารจัดการงบประมาณที่คล่องตัว สามารถดำเนินการลงทุน และ จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนดำเนินการจัดซื้อ/จัดจ้างเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ตลอดห่วงโซ่การผลิตได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลต่อการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้เกิด ประสิทธิภาพ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยอย่างเป็นองค์รวม

ทั้งนี้ องค์กรมหาชนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่จะดำเนินการจัดตั้งขึ้นดังกล่าว มีขอบเขตการดำเนินงานภายใต้วัตถุประสงค์ อำนาจหน้าที่และมีการจัดหางบประมาณในการดำเนินงานดังนี้

**7.2.1 วัตถุประสงค์** องค์กรมหาชนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นองค์กรหลักในการกำหนดกรอบทิศทางและวางแผน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศให้มีการเจริญเติบโตและขยายตัวได้อย่างยั่งยืน เสริมสร้าง การรวมตัวของพันธมิตรธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิตภาพยนตร์ ให้มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อเป็นตัวแทนหลักของอุตสาหกรรมในการแสดงความคิดเห็นและการเจรจาในเวทีการประชุมระดับชาติ ได้อย่างเป็นเอกฉันท์ รวมทั้งจัดหาแหล่งทุน และจัดสรรการใช้เงินทุนในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้กรอบทิศทาง การพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรม ตลอดจน เป็นองค์กรกลางในการประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนกำกับดูแล การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศให้ดำเนินไปในทิศทางที่กำหนดไว้อย่างสัมฤทธิ์ผล

**7.2.2 บทบาท อำนาจหน้าที่** องค์กรมหาชนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ ดำเนินงานภายใต้การกำกับ ดูแลของ คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งมี อำนาจหน้าที่ในการกำหนดทิศทางการพัฒนา วางแผน กำหนดมาตรการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกฎระเบียบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศ สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร การตลาด การลงทุน การจัดหาแหล่งทุน การค้นคว้าและวิจัย การผลิต และการบริการที่ได้คุณภาพ มาตรฐาน ส่งเสริมและประสานงานการจดสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นศูนย์ ประสานงานรับแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมทั้งสนับสนุนและส่งเสริมการเผยแพร่ผลผลิต และสินค้า บริการในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยทั้งภายในและต่างประเทศ

**7.2.3 งบประมาณ** งบประมาณในการจัดตั้งองค์กร การจัดสรร เงินทุน และรายได้ ขององค์กรฯ จะดำเนินการตามพระราชบัญญัติองค์กรมหาชน หมวด 2 มาตรา 12 ซึ่งสามารถ พิจารณาดำเนินการจัดหางบประมาณเพื่อดำเนินงานขององค์กร ได้ดังนี้

1) **ทุนประเดิม** รัฐบาลและภาคเอกชนพิจารณาสนับสนุนเงินทุน ประเดิม เพื่อสะสมเป็นกองทุนสำหรับใช้ในการดำเนินงานขององค์กรฯ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 50

2) **เงินอุดหนุนจากรัฐ** เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ องค์กรฯ ในระยะ 5 ปีแรก เช่นค่าเช่าอาคารสำนักงาน ค่าใช้จ่ายทั่วไปในการบริหารจัดการ สาธารณูปโภค การวางระบบและจัดการสารสนเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ จำนวนเงินอุดหนุนที่รัฐบาล จะดำเนินการจัดสรรให้จะต้องพิจารณาให้มีความสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมที่คาดว่าจะเกิด หรือจะจัดให้มีขึ้นในแต่ละปี

3) **เงินอุดหนุนจากเอกชน** ซึ่งองค์กรฯ สามารถพิจารณาจัดเก็บได้ จากส่วนแบ่งค่าชมบัตรภาพยนตร์ รายได้จากส่วนแบ่งการจำหน่ายดีวีดี หรือวีซีดี ภาพยนตร์ หรือ เงินบริจาคจากภาคเอกชน เป็นต้น

## 8. ข้อจำกัดและแนวทางในการศึกษา วิจัยต่อไป

โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจภาพยนตร์ไทย นับเป็นความพยายามในขั้นเริ่มต้นของประเทศที่จะวางกรอบการพัฒนา ตลอดจนนำเสนอกลไกการขับเคลื่อนธุรกิจภาพยนตร์ของประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นสาขาบริการหลักที่ช่วยสร้างและกระจายรายได้ให้แก่ประเทศ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องประสบกับปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการทำวิจัยหลายประการ ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการศึกษาให้แล้วเสร็จได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ ประกอบกับการศึกษา วิจัย ยังมีประเด็นที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจภาพยนตร์ได้ในอีกหลายมิติ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญ ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการพัฒนารัฐกิจได้อย่างถูกต้องต่อไป ดังนี้

**8.1 ข้อจำกัดในการศึกษา วิจัย ได้แก่** (1) ผู้ประกอบการในแต่ละห่วงโซ่การผลิตของธุรกิจภาพยนตร์ไทยมีจำนวนน้อยราย ส่งผลให้การสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามไม่สามารถสะท้อนมุมมองและแนวคิดของผู้ประกอบการได้ครบถ้วนทุกมิติ จึงต้องมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพิ่มเติม ส่งผลให้ต้องขยายระยะเวลาของการศึกษาเพิ่มขึ้น (2) ความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัยของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ไทย (3) มาตรฐานการจัดเก็บสถิติข้อมูลที่มีความแตกต่างกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้การเปรียบเทียบสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ของชุดข้อมูล ไม่สามารถดำเนินการได้ตามวิธีการศึกษาที่กำหนดไว้ ประกอบกับชุดข้อมูลที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะยังขาดความทันสมัยและไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง (4) โดยเหตุที่การศึกษาไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จได้ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด จึงทำให้ข้อมูลและสถิติที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ไม่เป็นปัจจุบันเท่าที่ควร

**8.2 แนวทางในการศึกษา วิจัยต่อไป** การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนารัฐกิจภาพยนตร์ไทยทั้งระบบ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจภาพยนตร์ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเชื่อมต่อในห่วงโซ่การผลิตอีกจำนวนมากที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน รวมทั้งธุรกิจผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยหรือฐานข้อมูลของธุรกิจภาพยนตร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอยู่จำนวนน้อยและไม่เป็นระบบ จึงควรจะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้อย่างสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการพัฒนากระบวนการพื้นฐานที่จำเป็นต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาในระยะต่อไปได้อย่างเป็นรูปธรรม