

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษานิเวศของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทยที่ประกอบด้วยผู้เล่นต่าง ๆ ในห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมเพื่อให้ทราบถึงระบบนิเวศในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม เนื่องด้วยภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เกิดธุรกิจและบริการสื่อจัดเก็บภาพยนตร์แบบใหม่ ๆ ขึ้นมาแทนที่ธุรกิจเดิม และทำให้อุตสาหกรรมวีดิทัศน์ลดบทบาทลงตามลำดับ ดังนั้นคณะทำงานจึงมุ่งเน้นการศึกษาไปที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยเป็นหลัก¹ โดยคณะทำงาน ได้ศึกษากรณีตัวอย่างของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของต่างประเทศเพื่อใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการวางแผนยุทธศาสตร์การดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และการแสวงหาแนวทางการร่วมพัฒนาของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สศส.) ผู้มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย

ขั้นตอนการศึกษาการจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ประกอบด้วยแนวทางการศึกษา 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Desk Research) เช่น งานวิจัยและตำราที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ปัญหา และต้นแบบที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกรณีของประเทศไทยได้ โดยเฉพาะการสำรวจแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ของต่างประเทศ 2) การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ครอบคลุมตามห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม ตั้งแต่การผลิต การเผยแพร่ การฉายภาพยนตร์ และการบริโภค รวมไปถึงการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อให้เห็นปัญหาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย และแนวทางการแก้ไข โดยมีผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ทั้งสิ้น จำนวน 29 คน และ 3) การจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะการระดมความคิดเห็น เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการ

¹ ในรายงานฉบับนี้ จะใช้คำว่า “อุตสาหกรรมภาพยนตร์” เป็นหลักเพื่อกำหนดขอบเขตของการศึกษารั้งนี้ไว้ที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย และบริการสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องและเกิดมาแทนที่ธุรกิจอุตสาหกรรมวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อจัดเก็บที่ลดความสำคัญลงไปอย่างเห็นได้ชัด ตามภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป แต่จะใช้คำว่า “อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์” เมื่ออ้างถึงโครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สศส.) และในบริบทที่อ้างถึงอุตสาหกรรมทั้งสองประเภท

วางแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานด้านภาพยนตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สศส.) ต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์ไทย

คณะทำงานได้กำหนดขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์หรือตัวแปรในการศึกษาเป็น 3 ระดับได้แก่ 1) นิเวศอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรในท้องถิ่น การสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนทางการเงิน กฎหมายและนโยบาย การส่งเสริมและกำกับดูแลจากภาครัฐ เป็นต้น 2) สภาพการณ์ ปัญหา อุปสรรค และโอกาสการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และ 3) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นต้นทุนในการพัฒนาเนื้อหา อันเกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ (Creative Labors) เช่น การจัดจ้างคนภายนอก (Outsourcing) การบริการระหว่างการผลิต (Production) และ การบริการหลังการผลิต (Post Production) และ การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Space) เช่น กิจกรรมการให้บริการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยทั้งโดยภาคเอกชน และ ภาครัฐ

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมที่มูลค่าและอัตราการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ รวมทั้งรายได้โดยเฉลี่ยของผู้ที่อยู่ในสายงานภาพยนตร์ ยังอยู่ในระดับต่ำที่สุดเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากรายได้หรือผลประกอบการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์พบว่าสามารถทำรายได้ให้กับประเทศ โดยจากตัวเลขของสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติในปี พ.ศ. 2560 ได้รายงานมูลค่าว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยซึ่งมีมูลค่าทั้งสิ้น 26,039.52 ล้านบาท ซึ่งพบว่าสัดส่วนของมูลค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์มาจากโฆษณาในโรงภาพยนตร์มากที่สุด และการให้สิทธิเผยแพร่ภาพยนตร์ของประเทศไทยในต่างประเทศมีสัดส่วนมูลค่าที่น้อยที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลประกอบการย้อนหลังของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระหว่างปีพ.ศ. 2554-2560 พบว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยจาก 27 ล้านบาท (26,992.95 ล้านบาท) ในปีพ.ศ 2554 เป็น 45 ล้านบาท (45,201,398,679 บาท) ในปีพ.ศ 2562 แม้รายได้จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐและหากพิจารณาการลงทุนของภาครัฐพบว่าจำนวนรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจจะมากกว่าตัวเลขข้างต้นนี้ หากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ

การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยเป็นตัวชี้วัดด้านรายได้ในภาพรวม จากการเก็บข้อมูลของกองกิจการภาพยนตร์ (Thai Film Board) กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าจำนวนรายได้จากการถ่ายทำภาพยนตร์แปรผันตามจำนวนเรื่องของการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ.

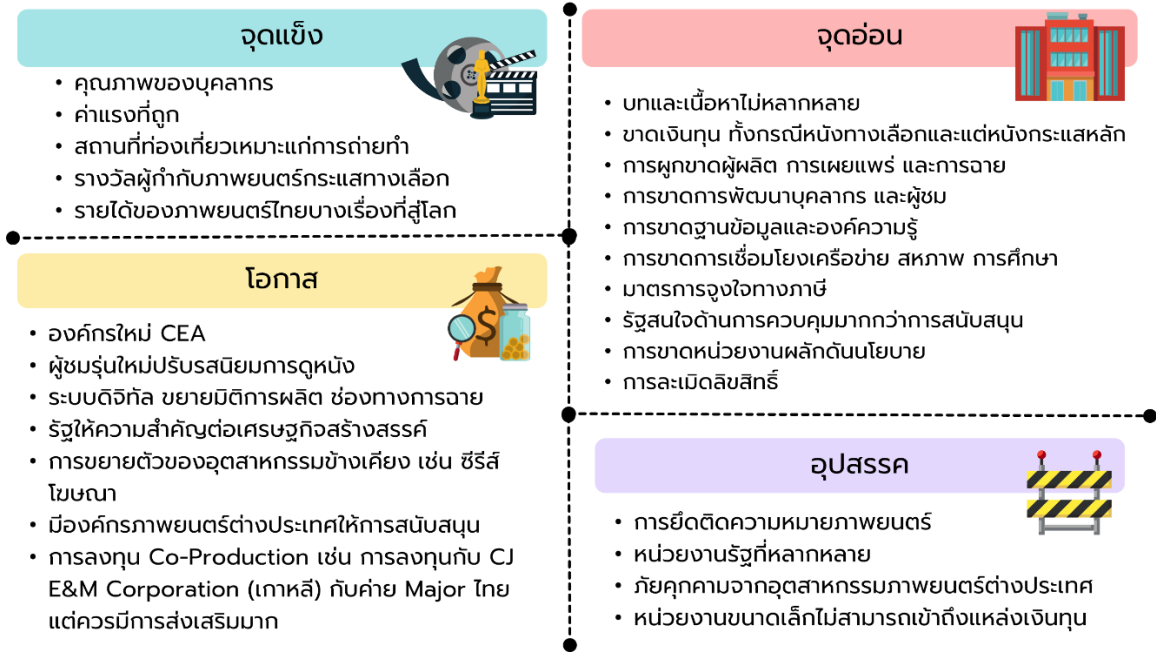
2560-2564) แสดงให้เห็นถึงจำนวนภาพยนตร์และรายได้มีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

อย่างไรก็ตาม จุดเด่นของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยยังคงเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกเนื่องจากได้รับรางวัลในระดับนานาชาติโดยเฉพาะผลงานภาพยนตร์กระแสทางเลือก รวมไปถึงภาพยนตร์กระแสหลักก็ได้รับความนิยมในระดับนานาชาติเช่นเดียวกัน ประกอบกับชาวต่างชาติมาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยเนื่องจากบุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญและมีค่าแรงด้านบุคลากรในราคาถูกลง รวมไปถึงสถานที่ถ่ายทำและบริการที่มีคุณภาพที่ดีเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน

ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยยังคงประสบปัญหา เมื่อพิจารณาตามห่วงโซ่คุณค่าพบว่าอุตสาหกรรมในประเทศมีปัญหาตั้งแต่การพัฒนาภาพยนตร์ไปจนถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรม โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาด้านเงินลงทุนสนับสนุนในประเทศต่ำ ส่งผลให้ผู้ผลิตมีความจำเป็นต้องไปแสวงหาเงินทุนจากการระดมทุนจากต่างประเทศ รวมไปถึงเรื่องของบทภาพยนตร์ที่มีลักษณะซ้ำและจำเจ ทั้งนี้ยังพบปัญหาอื่น ๆ เช่น ขาดบุคลากรที่มีทักษะที่สามารถทำงานกับชาวต่างชาติได้ ปัญหาการถูกจำกัดการเผยแพร่ภาพยนตร์นอกกระแสโดยโรงภาพยนตร์ การเข้ามาของระบบการเผยแพร่ภาพยนตร์ออนไลน์หรือสตรีมมิ่ง และการบริโภคภาพยนตร์ เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์จุดเด่นและสภาพปัญหาของอุตสาหกรรมโดยใช้แนวคิด SWOT พบโอกาสและทางออกของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยดังต่อไปนี้

แนวคิด SWOT เพื่อจะให้เห็นโอกาสและทางออกของการพัฒนาภาพยนตร์ไทย



การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย (วิเคราะห์โดยคณะทำงาน)

กรณีศึกษาภาพยนตร์ในต่างประเทศ

คณะทำงานเปรียบเทียบกรณีศึกษาที่เป็นต้นแบบในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ดี โดยเฉพาะในด้านการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงประเด็นที่เป็นจุดเด่นของประเทศต้นแบบในการดำเนินงานการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยจากกรอบคิดของเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ โดยคณะทำงาน เลือกประเทศที่มีการดำเนินงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนที่เข้มแข็งสามารถดำเนินงานได้ด้วยตัวเองและมีความโดดเด่นในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมโดยพิจารณาจากประเทศที่มีนโยบายและแผนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่คล้ายคลึงและเทียบเคียงกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย สามารถแบ่งเป็นสองกลุ่มในการศึกษา คือ

- 1) ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส
- 2) ประเทศที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประเทศไทย โดยในการศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีจากต่างประเทศได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องคือ (1) ภาพรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ (2) หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและแนวทางขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศ (3) ความคิดสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

▪ **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา** มีหน่วยงานในการกำกับดูแลจำนวนมาก เช่น สมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา (The Motion Picture Association หรือ MPAA) สถาบันภาพยนตร์อเมริกัน (American Film Institute หรือ AFI) สมาคมนักแสดงภาพยนตร์และโทรทัศน์ (The Screen Actors Guild หรือ SAG-AFTRA) และสถาบันศิลปะภาพยนตร์และวิทยาการ (The Academy of Motion Picture Arts and Sciences /AMPAS) เป็นต้น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในประเทศและในระดับโลก ปัจจัยความสำเร็จที่โดดเด่นของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาคือความคิดสร้างสรรค์ที่สะท้อนผ่านบทภาพยนตร์

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถสร้างมูลค่าได้จากสถานที่ถ่ายทำในฐานะพื้นที่สร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปร่วมชมสตูดิโอ เช่น Paramount, Warner Bros. และ Universal รวมไปถึงการสร้าง Hollywood Hall of Fame ที่มีการวางแผนหินรูปดาวจารึกชื่อของนักแสดง และรูปพิมพ์ฝ่ามือของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง รวมทั้งการวางแผนจัดตั้ง Academy Museum of Motion Pictures ซึ่งจะเป็นสถาบันที่อุทิศให้กับผลงานทางศิลปะและวิทยาศาสตร์ของภาพยนตร์ สะท้อนให้เห็นถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในประเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

▪ **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศอินเดีย** เป็นประเทศที่มีการผลิตภาพยนตร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติโดยปัจจัยความสำเร็จที่โดดเด่นของอุตสาหกรรมภาพยนตร์อินเดีย คือ แรงงานกับความคิดสร้างสรรค์ โดยมีการก่อตั้งสถาบันภาพยนตร์และโทรทัศน์แห่งประเทศอินเดีย (Film and Television Institute of India หรือ FTII) และได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงสารสนเทศแห่งประเทศอินเดีย (Ministry of Information of the Government of India) ที่ผลิตบุคลากรให้แก่ภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์รายใหญ่ เช่น Bollywood Tollywood และ Kollywood

▪ **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศอังกฤษ** รัฐบาลประเทศอังกฤษให้ความสำคัญกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ประเทศเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น รัฐบาลจึงให้ทุนสนับสนุนจากสาธารณะผ่านทางสถาบันภาพยนตร์อังกฤษ (British Film Institute หรือ BFI) และองค์กรอื่น ๆ ในระดับประเทศและภูมิภาค เช่น Film 4, Screen Skills and Into Film, The British Council, The BBC และ Channel 4

ปัจจัยความสำเร็จที่โดดเด่นของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศอังกฤษคือพระราชบัญญัติภาพยนตร์ (Cinematography Films Act) ที่เปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศได้รับเงินสนับสนุนจากหลายหน่วยงานของรัฐบาลโดยคณะกรรมการภาพยนตร์อังกฤษ (UK Film Council) ซึ่งในปัจจุบันคือสถาบันภาพยนตร์อังกฤษ (BFI) รับผิดชอบที่เป็นช่องทางหลักด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและออกมาตรการในเรื่อง

ของการลดหย่อนภาษีซึ่งพบว่ามาตรการช่วยเหลือทางการเงินโดยเฉพาะการลดหย่อนภาษีโดยภาพยนตร์ที่เข้าไปถ่ายทำในประเทศอังกฤษใน ปีพ.ศ. 2563 ได้รับการยกเลิกภาษี จำนวน 2.5 พันล้านปอนด์

▪ **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศเกาหลีใต้** รัฐบาลประเทศเกาหลีใต้มองภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสินค้าเพื่อการส่งออกซึ่งทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในประเทศมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จ ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จ โดยสภาภาพยนตร์เกาหลี Korean Film Council (KOFIC) มีหน้าที่ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์หลัก เช่น การวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนการลงทุนและการผลิตในประเทศ สนับสนุนการส่งออกภาพยนตร์ การสร้าง Korean Academy of Film Arts (KAFA) เป็นต้น

ข้อเสนอเรื่องยุทธศาสตร์และแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

แผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่ผ่านมา

การศึกษาและทบทวนแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานสำหรับการวางแผนยุทธศาสตร์ในครั้งนี้ คณะทำงานเลือกแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ จำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ 1) โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจภาพยนตร์ไทย (2551) โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการภาพยนตร์แอนิเมชันไทยเพื่อการแข่งขันระดับนานาชาติ (2554) โดย รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม 3) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของประเทศไทย ระยะที่ 3 (ปี พ.ศ.2560-2564) โดยกระทรวงวัฒนธรรม และ 4) โครงการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ข้างต้น พบว่าแผนยุทธศาสตร์ยังขาดประเด็นการส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการนำเสนอภาพยนตร์และการใช้นโยบายสนับสนุนและมาตรการทางกฎหมาย ซึ่งประเด็นดังกล่าวปรากฏอยู่ในยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการภาพยนตร์แอนิเมชันในประเทศไทยเพื่อการแข่งขันระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม แผนส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงเวลาที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการผลิต เนื้อหา สถานที่ถ่ายทำ การจัดจำหน่าย การเผยแพร่ การตลาด กลุ่มผู้ชม นอกจากนั้น ยังให้ความสนใจด้านการพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภาพยนตร์ ได้แก่ เงินลงทุน กฎหมาย โดยเป็นครอบคลุมทุกองค์ประกอบของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมในระดับหนึ่งอันเป็นผลมาจากแผนยุทธศาสตร์นั้นทำบนเงื่อนไขของนโยบายขององค์กรที่ดำเนินการมากกว่าการพิจารณาสภาพอุตสาหกรรมที่แท้จริง

แผนยุทธศาสตร์ใหม่

การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย โดยคณะทำงาน

ได้ออกแบบแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและสนับสนุนภาพยนตร์ใหม่ทั้งหมด 6 ด้าน คือ

1. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาโครงสร้างอุตสาหกรรม (Creative Film Structure)
2. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาฐานข้อมูลภาพยนตร์ (Creative Film Database)
3. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาคนและเครือข่าย (Creative People)
4. การพัฒนาการผลิต (Creative Production)
5. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาพื้นที่ถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย (Creative place)
6. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาตลาด (Creative Promotion หรือ Business)

วิสัยทัศน์: การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์ของไทยให้ก้าวไปสู่กระแสโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางวัฒนธรรม (ระยะเวลาดำเนินการ ภายใน 3-5 ปี)

ยุทธศาสตร์	เป้าหมาย	ดัชนี (รวม)	กลยุทธ์	แนวทางและโครงการ
A Creative Film Structure	การพัฒนาโครงสร้างและองค์กรเพื่อสนับสนุนภาพยนตร์ไทยในทุกด้าน	เกิดองค์กรกลางที่ดำเนินงานด้านภาพยนตร์แบบบูรณาการ	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาองค์กรอิสระเพื่อผลักดันงานด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร • การพัฒนาทุน ซึ่งรับผิดชอบครบวงจรห่วงโซ่ • การพัฒนาด้านกฎหมายให้ทันสมัย 	3 โครงการที่ การพัฒนาโครงสร้างและองค์กรเพื่อสนับสนุนภาพยนตร์ไทยในทุกด้าน
B Creative Film Database	มีองค์กรกลางเพื่อเชื่อมโยงประสานพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	เกิดหน่วยงานกลางที่ดำเนินงานด้านบริการข้อมูลภาพยนตร์ ภายใน x ปี	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการตลาด ด้านภาพยนตร์ด้านการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย แรงงานสร้างสรรค์ และด้านองค์ความรู้ภาพยนตร์ • การพัฒนาการวัดเก็บข้อมูลของระบบ streaming 	2 โครงการ เพื่อจัดตั้งองค์กรกลางเชื่อมโยงประสานพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
C Creative People	การพัฒนาวิชาชีพนักทำหนังไทย ผู้ชม และการสร้างเครือข่ายผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ	การพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานและสร้างเครือข่ายอย่างน้อย 3 กลุ่ม ภายใน x ปี	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาความรู้แก่ผู้ผลิตแรงงาน • การพัฒนาความรู้แก่ผู้ชม • การพัฒนาเครือข่ายในลักษณะ Union/ 5อาชีพ • การเชื่อมโยงการทำงานของรัฐในลักษณะของ Hub • การเชื่อมโยงการทำงานของรัฐ วิชาชีพ เอกชน • การเชื่อมโยงการทำงานกับต่างประเทศในลักษณะของ Hub 	11 โครงการที่ การพัฒนาวิชาชีพนักทำหนังไทย ผู้ชม และการสร้างเครือข่ายผู้ชมทั้งในและต่างประเทศ
D Creative Production	การสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ไทย	การสนับสนุนมูลค่าการผลิตภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี และภาพยนตร์ไทยได้รับรางวัลระดับนานาชาติปีละ 1 เรื่อง	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนากองทุนการผลิตภาพยนตร์ • การพัฒนาการลงทุน co-production • การพัฒนาเนื้อหาให้หลากหลายและเชื่อมโยง • การสนับสนุนการจ้างงาน post production 	5 โครงการที่ สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ไทย
E Creative Place	การสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ไทย	ยกระดับรายได้จากการถ่ายทำภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้น 8-10%	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนา one stop service • การพัฒนาสถานที่ถ่ายทำและสตูดิโอภาพยนตร์ไทย • การลดหย่อนภาษีและ incentive ที่แข่งขันได้ในโลก • การพัฒนาความรู้ด้านการถ่ายทำภาพยนตร์ไทย 	6 โครงการที่ สนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทย
F Creative Promotion (Business)	การสนับสนุนการเผยแพร่การขาย และการตลาดภาพยนตร์ไทยทั้งในและต่างประเทศ	การสนับสนุนช่องทางเผยแพร่ภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์จำนวน 1 แห่ง และการส่งเสริมการจัดเทศกาลภาพยนตร์ปีละ 1 ครั้ง	<ul style="list-style-type: none"> • การศึกษาและให้ทุนแก่โรงภาพยนตร์ • การศึกษาและให้ทุนแก่ระบบ streaming • การสนับสนุน film fest โดยอาจขยายสู่ระบบ online • การสนับสนุนการส่งออกภาพยนตร์ไทย • การสนับสนุนการทำ promotion 	8 โครงการที่ สนับสนุนการเผยแพร่ การขาย และการตลาด ภาพยนตร์ไทยทั้งในและต่างประเทศ

แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (วิเคราะห์โดยคณะทำงาน)

การกำหนดยุทธศาสตร์อยู่บนพื้นฐานของ (1) แนวคิดภาพยนตร์ในฐานะศิลปะ และพาณิชย์ศิลป์ (2) การขยายไปสู่การมองภาพยนตร์ในฐานะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (3) การมองตัวอย่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอื่น ๆ (4) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์จำนวน 29 คน และสนทนากลุ่มย่อยจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ครั้ง (ครั้งแรก 6 คน ครั้งที่สอง 9 คน และครั้งที่สาม 16 คน) นำไปสู่การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยและ SWOT อุตสาหกรรมภาพยนตร์ นอกจากนี้ การพัฒนายุทธศาสตร์ให้ความสนใจต่อสภาพการณ์หรือปัจจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้แก่ (5) ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ ที่โดยเฉพาะการผลกระทบจากสื่อดิจิทัล การเชื่อมโยงแบบข้ามสื่อ การเติบโตของระบบสตรีมมิ่ง นอกจากนี้ ยังปรากฏ(6) สภาวะโรคระบาดที่ส่งผลทำให้การปรับตัวของการผลิต การฉายภาพยนตร์ และบุคลากรในวิชาชีพที่เรียกร้องการ ให้ความช่วยเหลือ ทั้งด้านเงินสนับสนุน และวัคซีนป้องกันโควิด-19 และ (7) การขยายนิยามภาพยนตร์จากฟิล์มสู่สื่อที่เกี่ยวข้องหรือสื่อสารัตถะ เช่น ซีรีส์ และอื่น ๆ

การพัฒนาฐานข้อมูล

การพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ฐานข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ จากนิยามของฐานข้อมูล หมายถึง การเก็บข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งไว้ในแหล่งข้อมูลเดียวกัน โดยการจัดเก็บฐานข้อมูลนั้นมีหลายวิธี เช่น การเก็บข้อมูลที่ยึดตามชนิดของเนื้อหา การเก็บข้อมูลตามลำดับอักษร บรรณานุกรม หรือสถิติ ซึ่งระบบของฐานข้อมูลทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเพื่อสร้างข้อมูล ค้นหา เพิ่มเติม และแก้ไข อย่างไรก็ตาม การจัดเก็บฐานข้อมูลควรมีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลที่จัดเก็บเป็นไปตามวัตถุประสงค์การใช้งานของหน่วยงาน อุตสาหกรรม หรือบุคคลทั่วไปที่นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

คณะทำงานเห็นว่าควรมีการเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ที่มีประสิทธิภาพซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่มีลักษณะเที่ยงตรงและต่อเนื่องโดยในข้อเสนอแนะในการจัดทำฐานข้อมูลคณะทำงาน ได้เสนอแนะให้มีการจัดเก็บฐานข้อมูล 2 ประเภท คือ

- ข้อมูลเชิงคุณภาพ หมายถึง ข้อมูลที่รายงานถึงสถานภาพ คุณสมบัติ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือบริการงานสร้างสรรค์แต่ละประเภท ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะผู้ประกอบการภาพยนตร์และบุคลากรในอุตสาหกรรม องค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่ออุตสาหกรรมในอนาคต
- ข้อมูลเชิงปริมาณ หมายถึง ข้อมูลเชิงตัวเลขที่รายงานสภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยข้อมูลเชิงปริมาณสามารถรายงานภาพรวมและรายละเอียดตามประเภทผลิตภัณฑ์ บริการ

บุคลากร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการรายงานถึงแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภาพรวมได้

ก่อนการจัดทำข้อเสนอแนะจัดทำฐานข้อมูลภาพยนตร์ ในเบื้องต้นคณะทำงาน ได้ศึกษาระบบฐานข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาฐานโครงสร้างข้อมูล 3 ชั้นตอน คือ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่ในระบบฐานข้อมูลดั้งเดิมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบัน 2) วิเคราะห์ช่องว่างข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อนำมาปรับปรุงฐานข้อมูลที่มีอยู่ก่อนหน้า และ 3) การออกแบบฐานข้อมูล ซึ่งนำมาจากการวิเคราะห์ช่องว่างข้อมูลเพื่อทำการจัดระเบียบของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันตามกรอบแนวคิดการจัดกลุ่มข้อมูล

ทั้งนี้ การศึกษาประเทศต้นแบบ คณะทำงาน เลือกศึกษาประเทศเกาหลีใต้และประเทศฝรั่งเศส เป็นต้นแบบในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์กระบวนการจัดเก็บข้อมูล รายละเอียดข้อมูลที่จัดเก็บ และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสำหรับการออกแบบฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยมีเกณฑ์ ดังนี้ 1) คณะทำงาน เลือกประเทศที่มีการกำหนดหน่วยงานขึ้นเพื่อดูแลอุตสาหกรรมและฐานข้อมูลภาพยนตร์ 2) ประเทศที่มีฐานข้อมูลที่ถูกจัดเก็บครบถ้วน 3) รูปแบบของฐานข้อมูลของประเทศที่มีความเหมาะสมหรือใกล้เคียงกับสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย และ 4) ฐานข้อมูลมีการนำเสนอเนื้อหาที่ง่ายต่อการสืบค้นและสะดวกต่อการนำไปใช้ประโยชน์

- **กรณีศึกษาด้านฐานข้อมูลของประเทศเกาหลีใต้** มีหน่วยงานจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 2 หน่วยงาน ได้แก่ สภาภาพยนตร์เกาหลี Korean Film Council (KOFIC) และ สภาภาพยนตร์เกาหลี Korean Film Archive (KOFA) โดยทั้งสองหน่วยงาน มีพันธกิจสำคัญคล้ายคลึงกัน คือ การให้ความรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์สัญชาติเกาหลีใต้ อย่างไรก็ตาม ประเภทของข้อมูลที่จัดเก็บมีความแตกต่างกัน เช่น KOFIC เน้นเก็บข้อมูลทางด้านธุรกิจภาพยนตร์และเทศกาลภาพยนตร์และเชิงสถิติ ในขณะที่ KOFA ให้ความสำคัญกับการจัดเก็บองค์ความรู้ที่มุ่งเน้นไปที่ภาพยนตร์โบราณและจัดแสดงในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
- **กรณีศึกษาฐานข้อมูลของประเทศฝรั่งเศส** มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ ศูนย์ภาพยนตร์และภาพเคลื่อนไหว (Centre national du cinéma et de l'image animée หรือ CNC) เป็นหน่วยงานที่เก็บรวบรวมข้อมูลและรายงานเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ เอกสารเผยแพร่ ข้อมูลเชิงสถิติ (ข้อมูลสถิติของโรงภาพยนตร์ การส่งออกภาพยนตร์ การจัดแสดงภาพยนตร์ จำนวนผู้ชมภาพยนตร์) ทุนสนับสนุน ข้อมูลสัญญาการผลิตภาพยนตร์ร่วม (Co-Production Agreement) และการลดหย่อนภาษี (Tax Rebate)

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมสมองกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย พบว่า ฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ครบถ้วน และทันสมัย จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวงการภาพยนตร์ของประเทศไทยในหลายมิติ ทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากร การตัดสินใจลงทุน การช่วยเหลือและเยียวยาได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นจุดอ่อนสำคัญ คือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยยังไม่มีฐานข้อมูลที่เป็นระบบ ข้อมูลยังขาดความครบถ้วนในหลายมิติ ฐานข้อมูลที่มี ได้รับการจัดเก็บและดูแลโดยหลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละหน่วยงานดำเนินการจัดเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน และไม่ได้มีการเก็บอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งฐานข้อมูลยังไม่มี การเชื่อมโยงกัน ส่งผลให้ข้อมูลที่มีอยู่มีลักษณะกระจัดกระจาย เป็นอุปสรรคต่อการนำไปใช้ประโยชน์

การศึกษาครั้งนี้ พบข้อเสนอแนะในการพัฒนาสร้างฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยใน 6 ด้านดังนี้

1. ฐานข้อมูลทางการตลาดและรายได้ เพื่อข้อมูลด้านการตลาดที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องรายได้ที่ชัดเจน พฤติกรรมและรสนิยมของผู้ชม
2. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย รวมถึงภาพยนตร์ที่เข้าฉายในประเทศไทย กระบวนการจัดทำฐานข้อมูลควรครอบคลุมตามห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การผลิต การจัดจำหน่าย การเผยแพร่ และการบริโภค เช่น รายละเอียดภาพยนตร์ก่อนการผลิต ระหว่างการผลิต และผลิตเสร็จสิ้น
3. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานสร้างสรรค์และบริษัทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ การมีฐานข้อมูลแรงงานสร้างสรรค์ ช่วยให้ทราบจำนวนแรงงาน หรือจำนวนผู้มีความสามารถในกองถ่าย เพื่อประเมินการค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่สะท้อนมูลค่าที่หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง
4. ฐานข้อมูลด้านแหล่งทุน การรวบรวมข้อมูลด้านแหล่งทุนสำหรับผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์อย่างเป็นทางการและเป็นระบบบนเว็บไซต์เดียว จะช่วยเป็นศูนย์รวมข้อมูลด้านแหล่งทุน
5. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ที่เหมาะกับการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย โดยเพิ่มความครบถ้วนด้านข้อมูลและรูปภาพสถานที่ถ่ายทำ รวมถึงรายละเอียดที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้ที่จะขออนุญาตเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย

การประยุกต์ใช้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิทัศน์ของประเทศไทย สามารถสรุปได้ 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบการบริหารจัดการฐานข้อมูล
- 2) ควรจัดเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วนและหลากหลาย และ
- 3) ควรมีการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระบบและปรับปรุงข้อมูลที่น่าเสนออย่างต่อเนื่อง

สำหรับแนวทางการดำเนินงานการจัดทำฐานข้อมูลประกอบด้วย 1) กำหนดวัตถุประสงค์การใช้งานข้อมูลที่ชัดเจน

ครอบคลุม และให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล 2) จัดเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วนทุกมิติ 3) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย 4) มีระบบการค้นหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และ 5) มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ ข้อมูลจากการศึกษาและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าจำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางในการบริหารจัดการฐานข้อมูล โดยเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดเข้ามาร่วมออกแบบฐานข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งการจัดเก็บข้อมูลใหม่และประสานขอข้อมูลจากหน่วยงานที่รับผิดชอบเดิม ประมวลผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเป็นระบบ รวมทั้งดูแลรักษาปรับปรุงฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยได้