



หนังสือชี้ชวนผู้ประกอบกิจการของประเทศไทยและ
ต่างประเทศเพื่อร่วมลงทุนการผลิตรายการโทรทัศน์
**Thailand Co-Production
Investment Initiative**

โดย

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา

หนังสือชี้ชวนผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อร่วมลงทุนการผลิต
รายการโทรทัศน์- โดย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

หนังสือชี้ชวนผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อร่วมลงทุนการผลิต
รายการโทรทัศน์- กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ เอส.ออฟเซ็ท กราฟฟิค ดีไซน์, 2564.

57 หน้า: ภาพประกอบ, ตาราง.

1. โทรทัศน์ -- การผลิตและการกำกับรายการ. 2. ภาพยนตร์ -- การผลิตและ
การกำกับรายการ 3. โทรทัศน์--ความพอใจของผู้ใช้บริการ I. ชื่อเรื่อง.

DC: 808.22

LC: PN1992.7

ISBN (Print): 978-616-16-2614-3

© สงวนลิขสิทธิ์โดย

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

พิมพ์ครั้งแรก

จำนวน 300 เล่ม

จัดพิมพ์โดย: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พิมพ์ที่: โรงพิมพ์ เอส.ออฟเซ็ท กราฟฟิค ดีไซน์

ซอยประชาอุทิศ 75 แยก 5 แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ 10140 โทร. 02 873 6095

ภาพประกอบหน้าปก: จาก Pixabay และ Freepik

คำนำ

หนังสือ Investment Initiative ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษาภายใต้โครงการพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการแข่งขันในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ด้วยมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ (Co-Production) โดยทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) หนังสือฉบับนี้ได้รวบรวมหัวใจสำคัญที่เกี่ยวกับการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-Production) อันได้แก่ คำนิยามการร่วมผลิตเนื้อหารายการ วิธีการในการเข้ามาร่วมลงทุนในการผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการรวบรวมรายชื่อหน่วยงานภาครัฐ กฎ ระเบียบ และอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อและสภาพการแข่งขันด้านการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย พร้อมตัวอย่างกรณีศึกษา (showcase) ที่น่าสนใจของการร่วมผลิตเนื้อหารายการระหว่างผู้ประกอบการกิจการในประเทศไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ รวมทั้งการรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่มีศักยภาพต่อการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co - Production) ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการประสานงานในการร่วมผลิตเนื้อหารายการต่อผู้ประกอบการโทรทัศน์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่มีความสนใจในการร่วมลงทุนในการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-Production) กับผู้ผลิตในประเทศไทยในอนาคต

คณะผู้จัดทำ

ทีมนักวิจัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



สารบัญ

Chapter 1

1

คำนิยามของการร่วมผลิตรายการ	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการร่วมผลิต	3
รายการโทรทัศน์	
จุดแข็งของประเทศไทยในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์	4
กับต่างประเทศ	
หากต้องการร่วมลงทุนในการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศไทย	
และต่างประเทศต้องทำอย่างไร	4
รูปแบบของการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ	5

Chapter 2

7

กฎหมายการค้าและการลงทุนภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการร่วม	8
ผลิตเนื้อหารายการ	

Chapter 3

23

สถานการณ์สื่อและสภาพการแข่งขันด้านการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย	24
และการผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยที่มีความจำเป็นต่อการร่วมผลิตรายการ	
โทรทัศน์	
ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยและการผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทย	24
สถานการณ์สื่อและสภาพการแข่งขันด้านการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย	26
ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์	

Chapter 4

29

Showcase	30
----------	----

สารบัญ (ต่อ)

Chapter 5

23

รายชื่อผู้ประกอบการโทรทัศน์หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตอุตสาหกรรม โทรทัศน์ที่มีศักยภาพต่อการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์	36
คำถามและคำตอบ	51
บรรณานุกรม	55
รายชื่อคณะผู้วิจัย	57

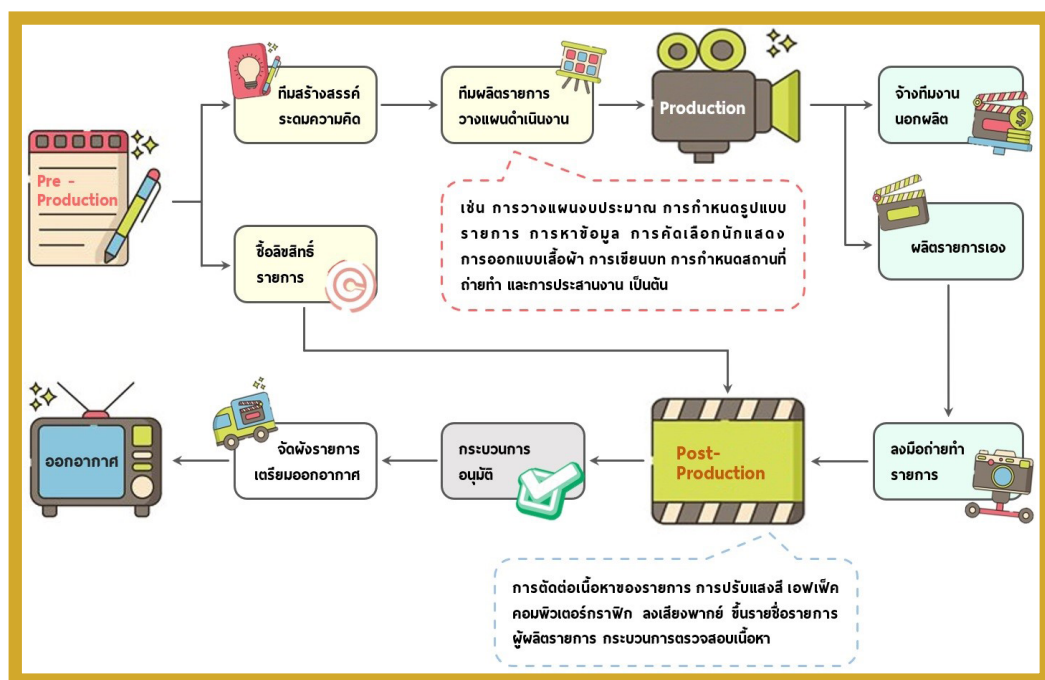
Chapter 1

คำนิยามของการร่วมผลิตรายการ

การร่วมผลิตรายการ (Co-Production) หมายถึง กระบวนการร่วมในการผลิตรายการโทรทัศน์ การแบ่งปันค่าใช้จ่ายในการผลิต และการมีส่วนร่วมในกรรมสิทธิ์ของการผลิตนั้น การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์มีขั้นตอนหลักๆ คือ การวางแผน การผลิต และการเผยแพร่รายการ การวางแผนร่วมผลิตจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการวางแผนงบประมาณ รูปแบบ เนื้อหา และการตีความรายการ การผลิตรายการจะเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการเขียนบท การแสดง และการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการผลิต ส่วนการเผยแพร่เนื้อหารายการจะเกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายในการเผยแพร่ การลดข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และการสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ

การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ คือ กระบวนการร่วมในการผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างคู่สัญญาที่มาจากประเทศตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป ที่ให้แต่ละชาติมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหารายการเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรม โดยคู่สัญญาแต่ละฝ่ายมีการแบ่งปันค่าใช้จ่ายในการผลิต หรือมีบทบาทในขั้นตอนของกระบวนการผลิต และการมีส่วนร่วมในกรรมสิทธิ์ของผลงานการผลิตนั้น โดยแต่ละชาติจะมีส่วนร่วมในรูปแบบใด ในสัดส่วนการลงทุนเท่าไร ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองและข้อสัญญาทางธุรกิจระหว่างคู่สัญญาในแต่ละชาติเป็นหลัก

แนวทางปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินงานในการร่วมผลิตรายการ แต่เดิมนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นตอนการผลิตรายการ (Pre-Production) ขั้นตอนผลิตรายการ (Production) จนถึงขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post Production) ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



โดยทั่วไปแล้ว การร่วมผลิตรายการ (Co-Production) สามารถร่วมกันได้ในทุกขั้นตอนของการผลิตรายการโทรทัศน์ นับตั้งแต่การร่วมลงทุนไปจนถึงการเผยแพร่และจัดจำหน่ายรายการไปสู่ลูกค้า ในกรณีที่ผู้ร่วมผลิตรายการเป็นเจ้าของช่องรายการหรือเจ้าของแพลตฟอร์ม หลังจากจบกระบวนการผลิตรายการแล้วก็มีขั้นตอนของการจัดผังรายการเพื่อนำรายการที่เสร็จสมบูรณ์แล้วไปออกอากาศหรือเผยแพร่ในเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม โดยรายการยอดนิยมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการที่ผลิตเอง และรายการลิขสิทธิ์ที่เป็นที่นิยมของผู้ชม จะถูกจัดให้อยู่ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด (primetime) คือช่วงเวลาหลังข่าวประมาณ 20.30 – 22.30 น.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

1. ด้านการเงิน (Financing) สำหรับผู้ผลิตรายการในประเทศที่มีการลงทุนขนาดเล็ก หากมีโอกาสร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์กับต่างประเทศที่มีทุนมากกว่า จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการรายเล็กสามารถเข้าถึงแหล่งทุน ถือเป็นโอกาสใหม่ๆ ที่จะได้ทำงานระดับใหญ่ขึ้น
2. ด้านการผลิตรายการ (Production) การร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์จะทำให้ผู้ผลิตแต่ละฝ่ายสามารถเข้าถึงโครงการใหม่ๆ ได้ประสบการณ์ที่หลากหลาย ประเทศเล็กอาจสามารถเรียนรู้ทักษะและความชำนาญจากผู้ร่วมผลิตต่างประเทศที่มีผลงานระดับโลก
3. ขนาดของตลาด (Market size) สิ่งสำคัญของการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์กับต่างประเทศ คือเป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ผลิตแต่ละฝ่ายสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ ทั้งประเทศของผู้ร่วมผลิต และประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก
4. การจัดจำหน่าย (Distribution) การร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์กับต่างประเทศ ช่วยลดข้อจำกัดหลายประการในการจัดจำหน่ายหรือเผยแพร่รายการในประเทศที่ร่วมผลิต เพราะจะได้สิทธิในฐานะเป็นผู้ผลิตในประเทศเหล่านั้น เช่น ไม่ถูกจำกัดด้านสัดส่วนของเนื้อหารายการจากต่างประเทศ (quota access) ทำให้เนื้อหารายการเหล่านั้นสามารถถูกพิจารณาเป็นผลงานของท้องถิ่น (local production) ซึ่งจะไม่ถูกจำกัดในการเผยแพร่ตามโควตาที่แต่ละประเทศกำหนด
5. ด้านวัฒนธรรม (Cultural aspect) การเข้าไปถ่ายทำรายการในบางประเทศมีข้อจำกัดทางวัฒนธรรม เพราะบางประเทศไม่อนุญาตให้กองถ่ายต่างประเทศเข้าไปถ่ายในบางสถานที่ของประเทศนั้น การร่วมผลิตเนื้อหารายการกับประเทศอื่นจึงช่วยลดข้อจำกัดทางวัฒนธรรมบางประการของบางประเทศลงได้ เพราะจะได้รับการยอมรับและเชื่อถือเสมือนเป็นทีมของประเทศนั้น
6. การเข้าถึงสิทธิและมาตรการสร้างแรงจูงใจของรัฐบาลต่างประเทศ ในหลายประเทศมีการกำหนดมาตรการสร้างแรงจูงใจในการลงทุน หรือ Incentive ซึ่งคล้ายกับมาตรการของประเทศไทย โดย BOI (Thailand Board of Investment) ดังนั้น การร่วมผลิตเนื้อหารายการกับต่างประเทศจะช่วยให้ผู้ผลิตฝ่ายไทยสามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์และมาตรการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศด้วยเช่นกัน

จุดแข็งของประเทศไทยในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับต่างประเทศ

1. ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านบุคลากร ทีมงานที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์เป็นที่ยอมรับ และมีอุปกรณ์การถ่ายทำที่ได้มาตรฐานระดับโลก (world class)
2. ค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำเนื้อหารายการในประเทศไทยไม่สูงมาก เนื่องจากค่าแรงบุคลากรด้านการผลิตรายการไม่สูง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ส่วนใหญ่
3. ประเทศไทยมีสถานที่ถ่ายทำ (location) สวยงาม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก
4. ศิลปะ วัฒนธรรม รวมทั้งอาหารของประเทศไทยเป็นเรื่องที่โด่งดังทั่วโลก ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดได้ประการหนึ่ง
5. ดารา นักแสดงของไทยมีความสามารถ เป็นที่นิยมชมชอบในหลายๆประเทศ
6. เรื่องราวและเนื้อหารายการบางประเภทที่ผลิตและนำเสนอโดยประเทศไทยมีจุดเด่นไม่ซ้ำใคร เช่น เรื่องความเชื่อเรื่องผี (horror) หรือการผลิตเนื้อหารายการซีรีส์วาย (Boy's Love)
7. ประเทศไทยเปิดกว้างสำหรับการร่วมผลิตเนื้อหารายการกับต่างประเทศ ยังไม่มีระบบการจำกัดโควตาหรือสัดส่วนเนื้อหาประเภทต่างๆ และข้อจำกัดด้านเนื้อหาทางวัฒนธรรมมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน

ในยุคภูมิทัศน์สื่อใหม่ การให้บริการคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น OTT กำลังมีบทบาทสำคัญในการเปิดโอกาสสำหรับการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ มาสู่สายตาผู้ชม กระบวนการผลิตเนื้อหารายการระหว่าง OTT ร่วมกับผู้ประกอบการระดับประเทศ อาจเป็นในรูปแบบร่วมทุนการผลิตเนื้อหาตั้งแต่ต้น หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการ รวมทั้ง การกำหนดตัวดารานักแสดง หรือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่เนื้อหารายการในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นโอกาสใหม่ของผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้ผลิตคอนเทนต์ในปัจจุบันอย่างยิ่ง ดังนั้น จึงเห็นความร่วมมือในการผลิตรายการรูปแบบนี้ระหว่างผู้ผลิตคอนเทนต์หรือช่องโทรทัศน์กับแพลตฟอร์ม OTT มากขึ้นในอนาคต นับว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจ (business opportunities) ที่สดใสสำหรับผู้ผลิตเนื้อหารายการของไทยในปัจจุบัน

หากต้องการร่วมลงทุนในการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศไทยและต่างประเทศต้องทำอย่างไร

1. พิจารณาความมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหารายการในมิติต่างๆ เช่น การมีส่วนร่วมด้านการเงิน (Financial Contribution) การมีส่วนร่วมด้านเทคนิค (Technical Contribution) การมีส่วนร่วมด้านวัฒนธรรม (Cultural Contribution)
2. พิจารณาเลือกผู้ร่วมลงทุนผลิตเนื้อหารายการ (Business Partners) ที่เหมาะสม
3. พิจารณาเลือกรูปแบบการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ
4. พิจารณารูปแบบการร่วมลงทุน ข้อสัญญา กฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบของการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ

รูปแบบของการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ (Co-Production) สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การร่วมผลิตแบบเป็นทางการ (Official Co-Production) และ
2. การร่วมผลิตแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co-Production)

1. การร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ (Official Co-Production)

การร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ (Official Co-Production) คือ การผลิตรายการร่วมระหว่างบริษัทผู้ผลิตเนื้อหาจาก 2 ประเทศ โดยที่รัฐบาลของบริษัทผู้ร่วมผลิตในแต่ละประเทศได้มีการเจรจาต่อรอง และลงนามสนธิสัญญาอย่างเป็นทางการร่วมกันเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทของประเทศผู้ดำเนินการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ร่วมกันตามข้อตกลง โดยเมื่อรัฐบาลของทั้งสองประเทศมีการลงนามสนธิสัญญาร่วมกันแล้ว บริษัทผู้ผลิตเนื้อหาในแต่ละประเทศจะสามารถทำเรื่องขออนุมัติให้โครงการ (Project) ที่มีการร่วมผลิตนั้นกลายเป็นข้อตกลงการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการได้

ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่ได้มีการลงนามในสนธิสัญญา หรือความตกลงด้านการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศกับประเทศใดอย่างเป็นทางการ แต่ก็มีหลายประเทศที่ให้ความสนใจในการทำความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการร่วมผลิตเนื้อหารายการกับประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยกำลังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาในสนธิสัญญาหรือความตกลงระหว่างประเทศในรูปแบบทวิภาคีเกี่ยวกับการร่วมผลิตเนื้อหารายการระหว่างประเทศ

เมื่อโครงการดังกล่าวได้เป็น Official Co-Production แล้ว เนื้อหาที่ถูกผลิตขึ้นจากโครงการจะถือว่าเป็นการผลิตภายในประเทศรูปแบบหนึ่ง ทำให้สามารถได้รับการสนับสนุนที่เท่าเทียมกันจากทุกภาคส่วนเสมือนเป็นการผลิตภายในประเทศ เช่น เงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล การขอวีซ่าสำหรับพนักงานต่างชาติและการนำเข้าอุปกรณ์การถ่ายทำ ฯลฯ¹

2. การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co-Production)

การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co-Production) คือ การร่วมกันผลิตรายการระหว่างบริษัทผู้ผลิตเนื้อหา (Content provider) จาก 2 ประเทศหรือมากกว่า โดยไม่ได้อาศัยสนธิสัญญาหรือความตกลงระหว่างประเทศของรัฐบาลเข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือ ข้อตกลงและเงื่อนไขทั้งหมดจะเป็นไปตามสัญญาทางธุรกิจที่บริษัทคู่ค้าทุกฝ่ายตกลงกันเอง ซึ่งอยู่บนพื้นฐานความเป็นอิสระในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract) ดังนั้นการทำความร่วมมือในลักษณะนี้อาจไม่ได้การสนับสนุนใด ๆ จากรัฐบาลหากแต่เป็นการเห็นช่องทางในทางการค้าของผู้ร่วมผลิตรายการนั่นเอง การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการมีลักษณะทั่วไปที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

¹ TIME Consulting. รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการกำหนดแนวทางส่งเสริมโอกาสในการทำการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับการโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียน. 2561.

- 1) การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศจะต้องมีการร่วมมือกันอย่างน้อย 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านเทคนิค หรือด้านศิลป์
- 2) ความเป็นเจ้าของเนื้อหาที่ทำการผลิต (ลิขสิทธิ์) จะเป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาทางธุรกิจระหว่างกัน
- 3) ทั้งสองฝ่ายมักจะเป็นบริษัทจดทะเบียนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตเนื้อหาที่อยู่ในประเทศ ที่ทำความร่วมมือระหว่างกัน
- 4) เงื่อนไขอื่นๆ นอกเหนือจากลักษณะข้างต้น จะเป็นไปตามข้อตกลงที่ถูกระบุในสัญญาทางธุรกิจ แตกต่างกันไปในแต่ละกรณี

Chapter 2

กฎหมายการค้าและการลงทุนภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ

การดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-Production Project) ถือเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริหารซึ่งถูกควบคุมตามกรอบกฎหมายภายในและหน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการผลิตเนื้อหารายการ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจควรศึกษาเนื้อหาสาระของกรอบกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-Production Project) ก่อนการเริ่มโครงการเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ หลักกฎหมายที่สำคัญประกอบด้วยกฎหมายหลัก 2 ฉบับ โดยฉบับแรกได้แก่ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่ใช้วางแนวทางการควบคุมและดูแลการเข้ามาลงทุนของคนต่างชาติในธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศ โดยเจตนารมณ์เบื้องต้นเพื่อพัฒนาโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ รวมถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการในประเทศเป็นสำคัญ กฎหมายอีกฉบับ คือ พระราชบัญญัติการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 และที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมซึ่งมีเจตนารมณ์ในการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ แก่นักลงทุนต่างชาติเพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาในประเทศไทยเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ถือเป็นหนึ่งในกฎหมายที่สำคัญของกรอบโครงสร้างทางกฎหมาย (Legal Framework) ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากแนวนโยบายของรัฐบาลไทยในการเปิดรับการลงทุนของคนต่างชาติในปัจจุบัน ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ถือเป็น กฎหมายหลักที่ใช้วางแนวทางการควบคุมและดูแลการเข้ามาลงทุนของคนต่างชาติในธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศ โดยหลักการของกฎหมายฉบับนี้มุ่งที่จะบังคับใช้ต่อผู้ประกอบการที่เป็นคนต่างด้าว ตามความหมาย แห่งมาตรา 4 ของ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ.2542² ซึ่งหากผู้ประกอบการมีสัญชาติไทยย่อมไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายฉบับนี้ ผู้ประกอบการต่างด้าวสามารถประกอบธุรกิจต่าง ๆ ได้เฉพาะธุรกิจ

² มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ “คนต่างด้าว หมายความว่า

(1) บุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีสัญชาติไทย

(2) นิติบุคคลซึ่งไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทย

(3) นิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย และมีลักษณะดังต่อไปนี้

(ก) นิติบุคคล ซึ่งมีหุ้นอันเป็นทุนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นถือโดยบุคคลตาม (1) หรือ (2) หรือนิติบุคคลซึ่งมีบุคคลตาม (1) หรือ

(2) ลงทุนมีมูลค่าตั้งแต่กึ่งหนึ่งของทุนทั้งหมดในนิติบุคคลนั้น

(ข) ห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนสามัญ ที่จดทะเบียน ซึ่งหุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการเป็นบุคคลตาม (1)

(4) นิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีหุ้นอันเป็นทุนตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นถือโดยบุคคลตาม (1) (2) หรือ (3) หรือนิติบุคคลซึ่งมีบุคคลตาม (1) (2) หรือ (3) ลงทุนมีมูลค่าตั้งแต่กึ่งหนึ่งของทุนทั้งหมดในนิติบุคคลนั้น

เพื่อประโยชน์แห่งคำนิยามนี้ให้ถือว่าหุ้นของบริษัทจำกัดที่มีใบหุ้นชนิดออกให้แก่ผู้ถือเป็นหุ้นของคนต่างด้าว เว้นแต่จะได้มีกฎกระทรวงกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น”

ที่ไม่ถูกสงวนหรือจำกัดไว้เพื่อคนไทยหรือผู้ประกอบการสัญชาติไทยตามบัญชีแนบท้ายพระราชบัญญัติ ซึ่งตามบทบัญญัติของ มาตรา 8³ มีอยู่ด้วยกัน 3 บัญชี ดังนี้

บัญชีที่ 1 เป็นประเภทธุรกิจที่ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจตามเหตุผลพิเศษที่กำหนดไว้

บัญชีที่ 2 เป็นประเภทธุรกิจที่ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจ เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตจากรัฐมนตรีโดยการอนุมัติของคณะรัฐมนตรี ได้แก่ ธุรกิจเกี่ยวกับความปลอดภัยหรือความมั่นคงของประเทศ ธุรกิจที่มีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือธุรกิจที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ตามที่กำหนดไว้

บัญชีที่ 3 เป็นประเภทธุรกิจที่ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบ เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตจากอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว โดยเป็นธุรกิจที่คนไทยยังไม่มีความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบธุรกิจกับคนต่างด้าว ทั้งนี้รวมถึงธุรกิจบริการทุกประเภท ที่มีได้มีการกำหนดยกเว้นโดยกฎกระทรวง

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายที่ต้องพิจารณาในการดำเนินโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-Production Project) โดยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสัญชาติไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ ซึ่งอยู่ในประเภทของ ธุรกิจบริการ ตามบัญชี 3 แนบท้ายพระราชบัญญัติ ซึ่งต้องพิจารณาถึง สาระสำคัญของรูปแบบการร่วมลงทุนในการผลิตเนื้อหารายการซึ่งหากมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทใดประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะของการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการสัญชาติไทยและต่างด้าว หากมีส่วนการถือหุ้นของคนต่างด้าวในนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามบทบัญญัติของ มาตรา 4 จะถือว่านิติบุคคลนั้นเป็นนิติบุคคลต่างด้าวซึ่งการดำเนินธุรกิจบริการ อาทิ การร่วมผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทย จะถูกควบคุมโดยกฎหมาย ส่งผลให้ต้องดำเนินการทำเรื่องขออนุญาตประกอบธุรกิจต่ออธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ต่อไป ตามความแห่งมาตรา 17 ของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 เป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์หลัก ในการสนับสนุน และจูงใจให้ผู้ประกอบธุรกิจต่างด้าวรวมถึงผู้ประกอบการไทย ดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่ภาครัฐมุ่งสนับสนุนในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและภาคธุรกิจของประเทศ รวมถึงความต้องการในการส่งเสริมการลงทุนให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า ซึ่ง

³ มาตรา 8 “ภายใต้บังคับมาตรา 6 มาตรา 7 มาตรา 10 และมาตรา 12

(1) ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการ ด้วยเหตุผลพิเศษตามที่กำหนดไว้ในบัญชีหนึ่ง

(2) ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับความปลอดภัย หรือความมั่นคงของประเทศธุรกิจที่มีผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือธุรกิจที่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ตามที่กำหนดไว้ในบัญชีสอง เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตจากรัฐมนตรีโดยการอนุมัติของคณะรัฐมนตรี

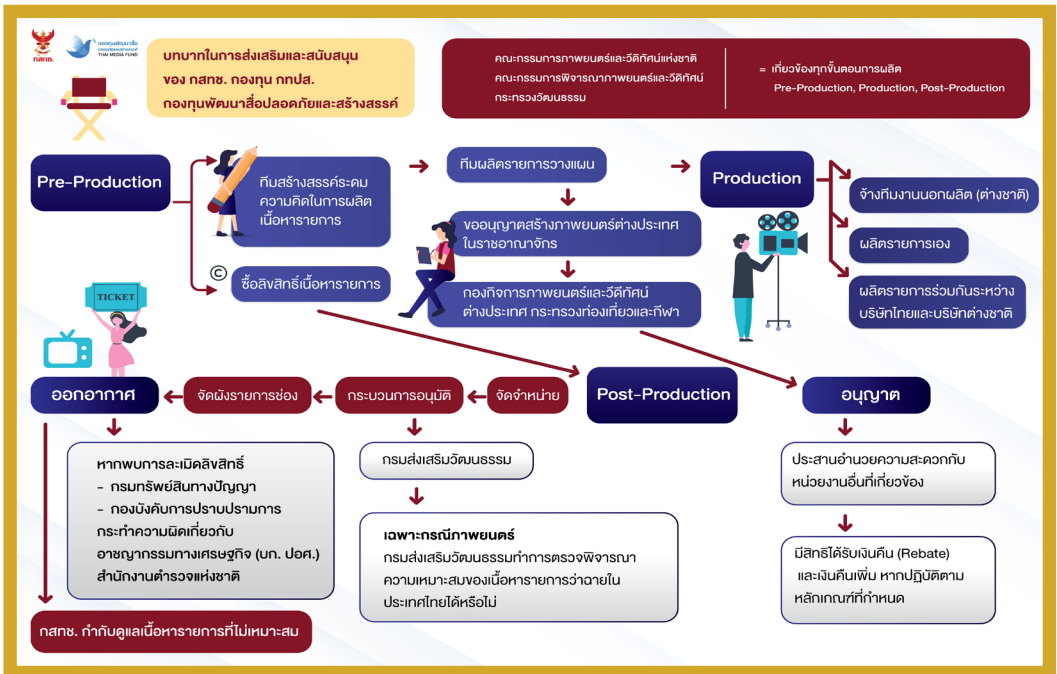
(3) ห้ามมิให้คนต่างด้าวประกอบธุรกิจที่คนไทยยังไม่มี ความพร้อมที่จะแข่งขันในการประกอบกิจการกับคนต่างด้าว ตามที่กำหนดไว้ในบัญชีสาม เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตจากอธิบดีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ”

บทบัญญัติของกฎหมายได้กำหนดหลักการให้สิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ แก่นักลงทุน ตลอดจนการให้หลักประกันการลงทุนและการให้ความคุ้มครองตลาดแก่นักลงทุน ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) เป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าวตามกฎหมาย



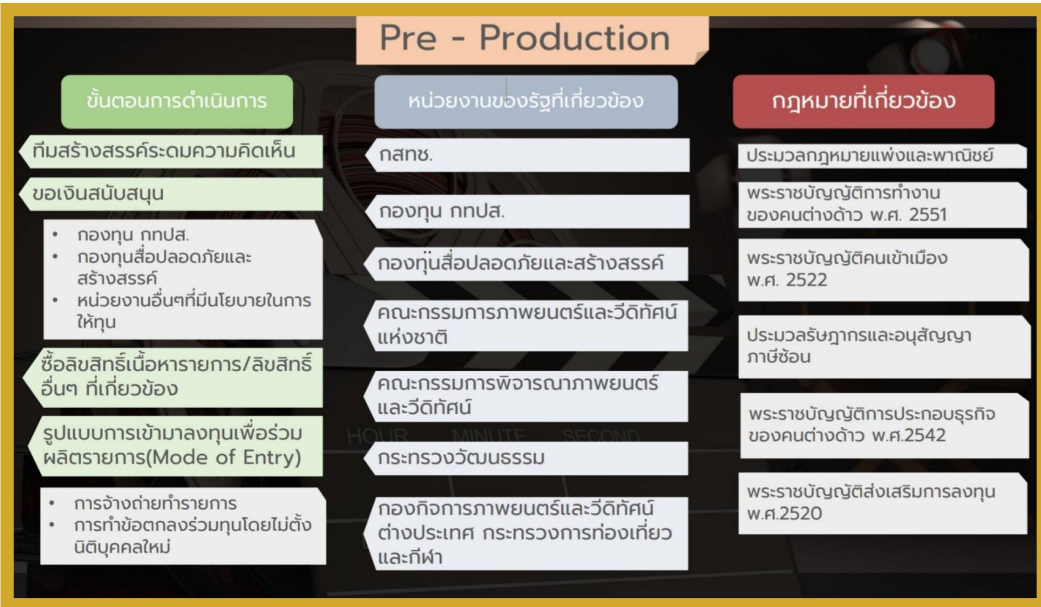
รายชื่อหน่วยงานภาครัฐ กฎระเบียบ อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

ในขั้นเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ขั้นตอนผลิตรายการ (Production) และขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post Production) มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องหลากหลายหน่วยงานในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปได้โดยแผนภาพดังต่อไปนี้



แผนภาพสรุปกระบวนการขั้นตอนการเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production) ขั้นตอนผลิตรายการ (Production) จนถึงขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post Production)

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production)



แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนเตรียมการผลิตรายการ (Pre-Production)

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าขั้นตอนในการเตรียมการผลิตรายการจะเริ่มต้นจากการที่ประเทศไทยและต่างชาติที่ประสงค์จะเข้าร่วมลงทุนในการผลิตรายการรายการโทรทัศน์กับประเทศไทยจะร่วมกันในการดำเนินงานเป็นทีมสร้างสรรค์ในการระดมความคิดเพื่อผลิตรายการร่วมกัน ซึ่งในขั้นตอนนี้หากทีมงานที่ร่วมผลิตต้องการขอเงินทุนที่จะมาเป็นเงินทุนในการร่วมผลิตรายการก็สามารถทำได้โดยจากการศึกษาพบมี 2 กองทุนที่มีความสนใจที่จะมีนโยบายส่งเสริมการร่วมผลิตเนื้อหารายการ ที่ต้องติดตามว่าในอนาคตอาจเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถยื่นคำร้องขอทุนสนับสนุนได้ กล่าวคือ กองทุนวิจัยพัฒนาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ของสำนักงาน กสทช. และกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้นเป็นกองทุนที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อต่าง ๆ นั้น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาไว้ในข้อบังคับคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการจัดสรรเงินแก่โครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2560 คือ

1. ผู้ขอรับทุนการสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อจะต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย หรือเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย
2. โครงการผลิตหรือพัฒนาสื่อจะต้องสอดคล้องกับนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการผลิตหรือพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อย่อมมีโอกาสในการขอรับทุนสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้ และในกรณีของการร่วมผลิตสื่อในประเทศไทยนั้น ผู้ผลิตสื่อชาวไทยก็ย่อมมีโอกาสในการขอรับทุนสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อจากกองทุนได้เช่นกัน ทั้งนี้ โครงการที่จะขอรับทุนจะต้องมีลักษณะคือ เป็นสื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีและสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุข⁴

การเข้าร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ หรือรายการโทรทัศน์ สำหรับผู้ประกอบการต่างชาติในประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบดังนี้

1. เข้ามาผลิตรายการภาพยนตร์ หรือรายการโทรทัศน์เอง ในลักษณะของการจ้างงาน หรือเช่าสถานที่ถ่ายทำเป็นคร่าว ๆ ไป
2. เข้ามาลงทุนโดยการเข้าร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในประเทศไทยในลักษณะเป็นงาน ๆ ไป โดยไม่ได้มีการตั้งนิติบุคคลขึ้นมาใหม่
3. เข้ามาร่วมลงทุนในลักษณะของการตั้งนิติบุคคลขึ้นในประเทศไทยเป็นการถาวร ทั้งนี้การเข้ามาในแต่ละรูปแบบ ย่อมมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันดังนี้



⁴ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, “รายงานผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน ประจำปีงบประมาณ 2563” [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา: <http://www.thaimediafund.or.th/page/view/57/?p=1>

ในการเข้ามาผลิตรายการในรูปแบบที่ 1 มีการสนับสนุนที่น่าสนใจโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีบทบาทผ่านทางกรมการท่องเที่ยว กำหนดหลักเกณฑ์การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งมาตรการส่งเสริมที่สำคัญได้แก่การกำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่การร่วมทุน หรือ Co - Production ระหว่างผู้สร้างภาพยนตร์ของไทยกับชาวต่างชาติสามารถได้รับเงินคืนเป็นจำนวนร้อยละ 15 - 20 จากเงินลงทุนที่ใช้ ตามหลักเกณฑ์ของภาพยนตร์ต่างประเทศ ทั้งนี้ ไม่จำกัดสัดส่วนในการร่วมลงทุน⁵ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาพิจารณา อันได้แก่ คณะกรรมการพิจารณาการคืนเงินสำหรับมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย⁶ ตามประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข สำหรับการขอรับสิทธิประโยชน์ ตามมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย พ.ศ. 2560 โดย ผู้มีสิทธิรับสิทธิประโยชน์ได้แก่

1. เป็นผู้ได้รับอนุญาตให้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศที่ได้รับการส่งเสริมในราชอาณาจักร ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีการจ้างบริษัทผู้ประสานงาน ประเภทนิติบุคคลที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว

2. เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ชาวต่างชาติ โดยในประกาศได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า

- 2.1 เป็นบริษัทที่จดทะเบียนบริษัทถูกต้องตามกฎหมายของต่างประเทศ ทั้งนี้ไม่รวมถึงบริษัทสัญชาติไทยที่ได้ไปจดทะเบียนในต่างประเทศ หรือ

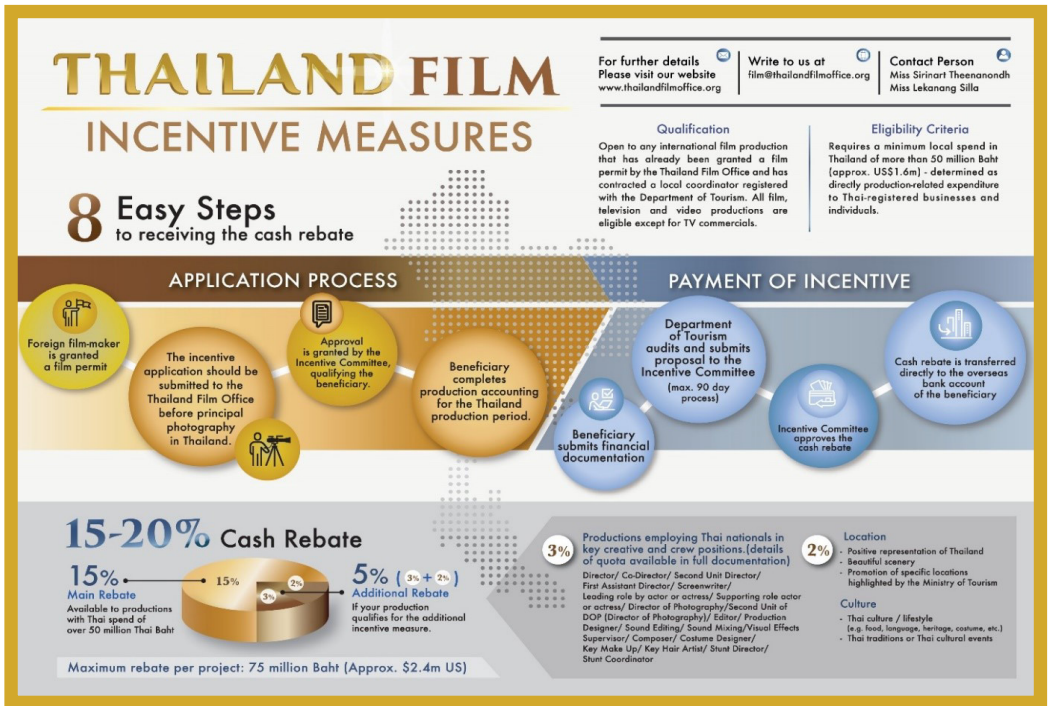
- 2.2 บริษัทชาวต่างชาติที่มีผู้ถือหุ้นบุคคลหรือนิติบุคคลไทยไม่เกินร้อยละ 49 ทั้งนี้ไม่รวมถึงบริษัทที่เข้าเงื่อนไขของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3. เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ชาวต่างชาติ ที่มีการใช้จ่ายเงินที่มาจากต่างประเทศไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ซึ่งจ่ายแก่บุคคลหรือนิติบุคคลของไทยเท่านั้นไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ให้ต่างชาติ ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ในการสร้างภาพยนตร์ในราชอาณาจักร ตามประเภทที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

4. การร่วมลงทุน หรือ Co - Production ระหว่างผู้สร้างภาพยนตร์ของไทยกับชาวต่างชาติสามารถเข้าร่วมโครงการนี้ได้ โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของภาพยนตร์ต่างประเทศ ทั้งนี้ไม่จำกัดสัดส่วนในการร่วมลงทุน

⁵ ข้อ 3 (4) ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข สำหรับการขอรับสิทธิประโยชน์ตามมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย พ.ศ. 2560

⁶ เรื่องเดียวกัน



กับผู้มีสัญชาติไทยโดยทั่วไป ดังนั้น ในกรณี การร่วมลงทุนระหว่างประเทศที่ผู้ร่วมลงทุนต้องการได้สิทธิประโยชน์ในเช่นเดียวกับผู้ประกอบการสัญชาติไทย การจัดตั้งรูปแบบขององค์กรสำหรับการดำเนินธุรกิจร่วมกันในลักษณะนี้ จึงเหมาะสมที่สุด

ลักษณะที่ 2 การจัดตั้งนิติบุคคลบริษัทจำกัด ที่มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่เป็นต่างชาติ มากกว่าหรือเท่ากับจำนวนผู้ถือหุ้นชาวไทย (กรณีที่มีผู้ถือหุ้นต่างชาติตั้งแต่ร้อยละ 50 ของจำนวนหุ้นในบริษัททั้งหมด) กรณีเช่นนี้ บริษัทดังกล่าว ถือว่าเป็นนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย แต่ไม่ได้มีสัญชาติไทย ซึ่งตามกฎหมายถือว่าเป็นบริษัทต่างด้าว ดังนั้น การจัดตั้งองค์กรในรูปแบบนี้ ไม่ได้ทำให้มีนิติบุคคลที่เข้ามาประกอบกิจการร่วมกันในประเทศไทย ได้รับสิทธิต่างๆ เหมือนกับนิติบุคคลสัญชาติไทย แต่อาจจะเป็นเพราะในการร่วมลงทุนดังกล่าว ผู้ลงทุนต่างชาติมีการลงทุนที่มากกว่านักลงทุนสัญชาติไทยอันเป็นเหตุให้ต้องระบุดำเนินการถือหุ้นในนิติบุคคลตามจำนวนการลงทุนที่แท้จริง ซึ่งผลกระทบที่ตามมาเมื่อบริษัทดังกล่าวถือเป็นนิติบุคคลต่างด้าว ต้องห้ามในการประกอบธุรกิจในไทยจนกว่าจะได้ไปประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวที่จะต้องขออนุญาตต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เสียก่อน ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ทั้งนี้การได้รับไปประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว สามารถดำเนินการได้ 2 ช่องทางได้แก่

ช่องทางแรก โดยขออนุญาตต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในการเข้ามาประกอบธุรกิจ โดยต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่า จะดำเนินกิจการประเภทใด เช่น หากประสงค์จะทำการผลิตอาหารรายการโทรทัศน์ เนื่องจากการผลิตอาหารรายการโทรทัศน์ ถือว่าเป็นธุรกิจบริการที่ถูกควบคุม ตามบัญชีท้ายพระราชบัญญัติ ในบัญชีที่ 3 จึงต้องดำเนินการขออนุญาตตามกระบวนการที่กฎหมายกำหนด จึงจะสามารถทำได้และมีผลผูกพันนิติบุคคลดังกล่าว

ช่องทางที่สอง หากว่ากิจการที่ต้องการเข้ามาร่วมลงทุนอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถได้รับการส่งเสริมการลงทุนได้ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน นิติบุคคลต่างด้าวดังกล่าว สามารถทำการขอสิทธิประโยชน์จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ ที่เรียกว่า BOI ได้ซึ่งการได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าวย่อมสามารถนำมายื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวได้ทันที พร้อมกับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ในเรื่องของมาตรการที่เป็นการส่งเสริมการลงทุน จะมีหน่วยงานที่ดูแลได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นหน่วยงานในการสนับสนุนให้เกิดการเข้ามาลงทุนในประเทศ ได้มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวกับการทำ Co - Production ไว้ดังนี้ ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และโทรทัศน์ทั้งในไทย และต่างประเทศ เพื่อประกอบการพิจารณาเข้ามาลงทุน อันเป็นขั้นตอนที่ควรพิจารณา ตั้งแต่ช่วง pre-production ทั้งนี้ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้กำหนดประเภทกิจการที่สามารถได้รับสิทธิประโยชน์ ดังนี้

ประเภทกิจการในข้อ 7.9.1.4 ได้แก่กิจการที่เป็นการดำเนินกิจการนิคมหรือเขต อุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Movie Town) มีเงื่อนไขในการรับสิทธิประโยชน์ คือ ต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ดังนี้

1. โรงถ่ายภาพยนตร์ และ/หรือรายการ โทรทัศน์ที่ได้มาตรฐานทั้งในและนอกสถานที่ (Indoor Studio and Outdoor Studio)

2. บริการหลังการถ่ายทำสำหรับธุรกิจ ภาพยนตร์ได้แก่ บริการล้างและพิมพ์ฟิล์ม ภาพยนตร์ บริการทำเทคนิคภาพพิเศษและ ภาพแอนิเมชันด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และ บริการห้องบันทึกเสียงสำหรับ ภาพยนตร์

โดยจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร ยกเว้นอากรวัตถุดิบ ผลิตเพื่อส่งออก สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การขอวีซ่าให้แก่ชาวต่างชาติ

ประเภทกิจการในข้อ 7.20 ได้แก่กิจการที่เป็นการดำเนินกิจการสร้างภาพยนตร์ไทย มีเงื่อนไขในการรับสิทธิประโยชน์ คือ

1. การสร้างภาพยนตร์ไทย ให้รวมถึงภาพยนตร์ เรื่อง สารคดี รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน แต่ไม่รวมถึงภาพยนตร์โฆษณา

2. รายได้ที่อยู่ในข่ายได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ นิติบุคคล ให้รวมถึง

▶ รายได้จากการขายลิขสิทธิ์ รวมทั้ง การจำหน่ายภาพยนตร์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นซีดี วีซีดี และดีวีดี เป็นต้น

▶ รายได้ส่วนแบ่งจากโรงภาพยนตร์ และสายหนัง

โดยจะได้รับการ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ไม่กำหนดวงเงินยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ยกเว้น อากรนำเข้าเครื่องจักร ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น วีซ่า

ประเภทกิจการในข้อ 7.21 ได้แก่กิจการที่เป็นบริการแก่ธุรกิจสร้างภาพยนตร์ มีเงื่อนไขในการได้รับ สิทธิประโยชน์คือ การบริการแก่ธุรกิจสร้างภาพยนตร์ให้รวมถึงภาพยนตร์เรื่อง สารคดี รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์แอนิเมชัน และภาพยนตร์โฆษณาโดยมีขอบข่ายการให้บริการ ดังนี้

1. บริการให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำและ/หรือประกอบการถ่ายทำภาพยนตร์ โดยมีอุปกรณ์หลัก เช่น กล้องถ่ายทำภาพยนตร์ อุปกรณ์เสริมความเคลื่อนไหวของกล้องอุปกรณ์ไฟถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นต้น

2. บริการล้างและพิมพ์ฟิล์มภาพยนตร์ หรือสำเนาไฟล์ภาพยนตร์ โดยมีอุปกรณ์หลัก เช่น เครื่อง ล้างฟิล์ม เครื่องพิมพ์ฟิล์ม อุปกรณ์สำเนาไฟล์ภาพยนตร์ระบบดิจิทัล เป็นต้น

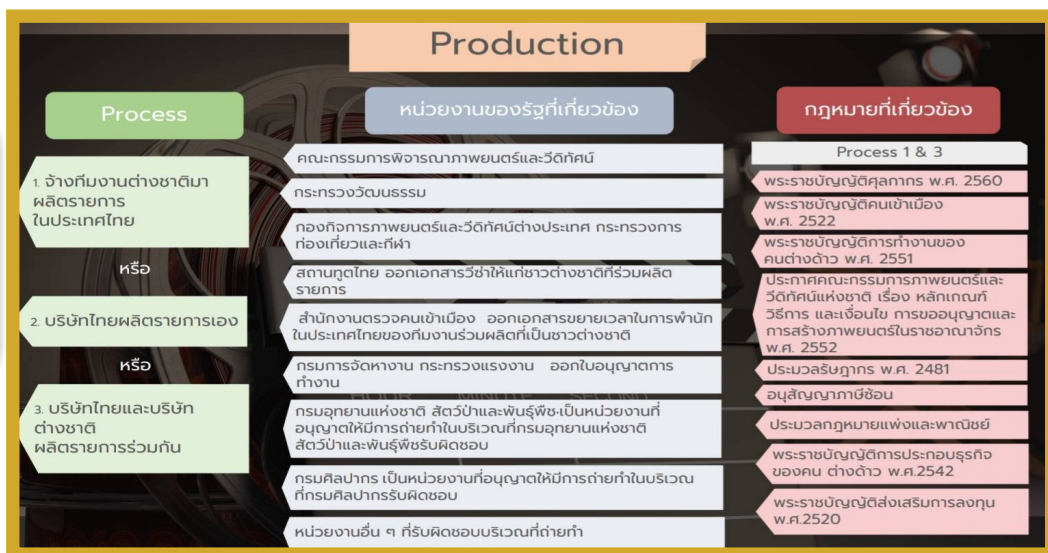
3. บริการบันทึกเสียงภาพยนตร์ โดยมีอุปกรณ์หลักเช่น ชุดบันทึกเสียงระบบดิจิทัล ชุดตัดต่อเสียง ระบบดิจิทัลชุดผสมเสียงระบบดิจิทัล เป็นต้น

4. บริการทำเทคนิคด้านภาพ ต้องมีเครื่องจักรและอุปกรณ์สร้างภาพพิเศษ ซึ่งไม่สามารถทำได้ สำเร็จในตัวกล้อง เช่น เครื่องตัดต่อและลำดับภาพ เครื่องประกอบสร้างเทคนิคพิเศษและภาพระบบดิจิทัล เป็นต้น

5. บริการประสานงานภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มาถ่ายทำในประเทศไทย โดยมีขอบข่าย การให้บริการครอบคลุมถึงการติดต่อขออนุญาตจากทางราชการการติดต่อหาสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ การติดต่อหาบุคลากร และการติดต่อหาอุปกรณ์สร้างภาพยนตร์

โดยจะได้รับการ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การขอวีซ่าให้แก่ชาวต่างชาติ

2. ขั้นการผลิตรายการ (Production)



แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับขั้นการผลิตรายการ (Production)

สำหรับขั้นตอนการผลิตรายการจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการที่มีการจ้างทีมงานต่างชาติมาผลิตรายการในประเทศไทย หรืออาจเป็นกรณีที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรายการเองหรืออาจเป็นกรณีที่บริษัทในประเทศไทยร่วมกับบริษัทต่างชาติในการผลิตรายการร่วมกัน โดยจะมีหน่วยงานของรัฐหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนนี้ ได้แก่

คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการอนุญาตให้มีการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยได้โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 18 และประกาศคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข การขออนุญาตและการสร้างภาพยนตร์ในราชอาณาจักร พ.ศ. 2552

กระทรวงวัฒนธรรม เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการส่งเสริมความร่วมมือในการลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยมีกลยุทธ์และแนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์ ดังนี้⁷

1. การส่งเสริมการร่วมลงทุนสร้าง ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระหว่างประเทศ ได้แก่

1.1 ส่งเสริมการจัดทำแผนความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ร่วมกับต่างประเทศ โดยส่งเสริมให้มีการร่วมมือจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยร่วมกับ

⁷ กระทรวงวัฒนธรรม, “ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564)” [ออนไลน์] เข้าถึง

เมื่อ 1 พฤษภาคม 2563. แหล่งที่มา: https://www.mculture.go.th/mculture_th60/download/article/article_20161130090947.pdf

ต่างประเทศ เช่น กำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ของไทยร่วมกับกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นต้น

1.2 ส่งเสริมการลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ร่วมกับต่างประเทศ โดยการดำเนินการเจรจาประสานความร่วมมือกับกลุ่มผู้ประกอบการด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในประเทศต่าง ๆ เจรจาแนวทางการร่วมมือระหว่างกัน และจัดทำความตกลงร่วมมือในการลงทุนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์กับต่างประเทศ (Co-Production) ในรูปแบบต่าง ๆ

2. ส่งเสริมให้ต่างชาติเข้ามาผลิตภาพยนตร์และวิดิทัศน์ในประเทศไทย

2.1 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

2.2 จัดทำมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

2.3 สนับสนุนให้มีการแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พ.ศ. 2551 กฎกระทรวงว่าด้วยการอนุญาตและการประกอบกิจการร้านวิดิทัศน์ พ.ศ. 2552 และประกาศคณะกรรมการภาพยนตร์และวิดิทัศน์แห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาวิดิทัศน์ และสื่อโฆษณา พ.ศ. 2552 หรือกฎหมายที่สนับสนุนการเข้ามาลงทุนถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

กองกิจการภาพยนตร์และวิดิทัศน์ต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานกลางที่อำนวยความสะดวกในลักษณะ One stop Service เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาใช้สถานที่ในประเทศไทยเป็นแหล่งถ่ายทำ โดยผ่านผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในไทย ซึ่งกรมการท่องเที่ยวได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ได้รับอนุญาตเอาไว้เพื่อไม่เกิดปัญหาอันเกิดจากตัวแทนที่ไม่มีคุณภาพ^๘ นอกจากนี้ กรมการท่องเที่ยวได้ กำหนดหลักเกณฑ์การขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย กล่าวคือ การพิจารณาอนุญาตการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร ซึ่งเป็นอำนาจของคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวิดิทัศน์ ตาม มาตรา 18 (1) พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวิดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และได้กำหนด หลักเกณฑ์ ไว้ในมาตรา 20 และ 21

มาตรา 20 ผู้ใดประสงค์จะสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร ให้ยื่นคำขออนุญาต พร้อมด้วยบทภาพยนตร์ เค้าโครง และเรื่องย่อของภาพยนตร์ที่จะสร้างต่อกรมการท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว) และต้องได้รับอนุญาต จากคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ และวิดิทัศน์ และหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบสถานที่ที่จะใช้สร้างภาพยนตร์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องการขออนุญาต และการอนุญาตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไข ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 21 ผู้รับอนุญาตตามมาตรา 20 ต้องดำเนินการสร้างภาพยนตร์ ตามบทภาพยนตร์ และเค้าโครงตลอดจนเงื่อนไขที่ได้รับอนุญาต โดยคำนึงถึง ฉากที่ถ่ายทำ บทสนทนา และสถานที่ถ่ายทำ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สภาพสังคม และสิ่งแวดล้อม

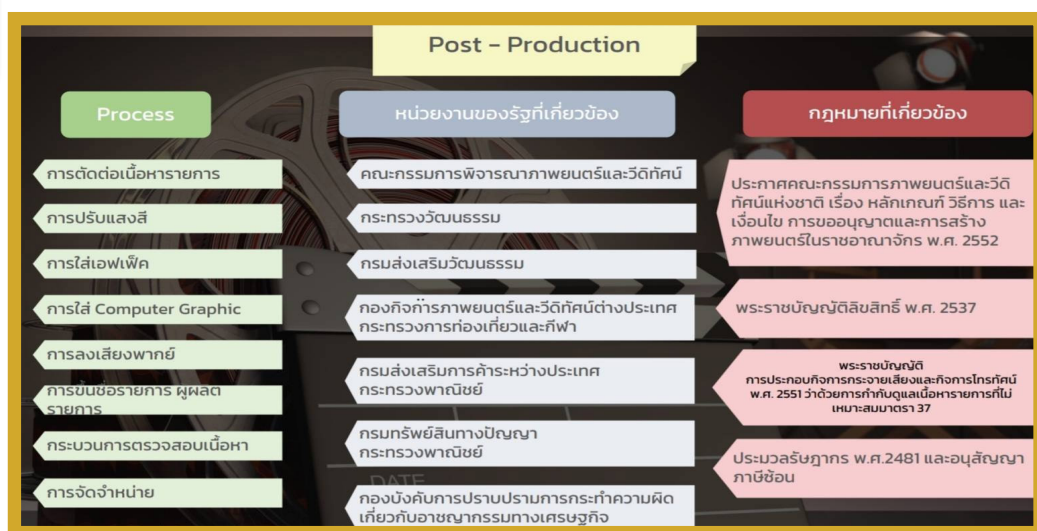
^๘ ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง หลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย พ.ศ.

ทั้งนี้ ได้มีประกาศคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไข การขออนุญาต และการสร้างภาพยนตร์ต่างประเทศในราชอาณาจักร พ.ศ. 2552 เพื่อใช้เป็นแนวทางใน การดำเนินการ

โดยหากผ่านการอนุญาต โดยคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ แล้วกรรมการท่องเที่ยว จะทำการออกหนังสือถึงหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ต่อไปเพื่อความสะดวกของผู้ขออนุญาต

ในการยื่นขออนุญาตเข้าถ่ายทำรายการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย ผู้ยื่นขอถ่ายทำจะ ต้องดำเนินการผ่านทางผู้ประสานงานท้องถิ่นที่ได้รับการลงทะเบียนจากกรมการท่องเที่ยว แล้วโดยปัจจุบัน มีผู้ประกอบการที่ดำเนินการทั้งในรูปแบบนิติบุคคล และบุคคลธรรมดา

3. ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post-Production)



แผนภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหลังการผลิตรายการ (Post-Production)

สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหลังการผลิตรายการจะ ได้แก่ การติดต่อ เนื้อหารายการ การปรับแสงสี การใส่เอฟเฟ็ค การใส่ Computer Graphic การลงเสียงพากษ์ การขึ้น ชื่อรายการ ผู้ผลิตรายการ กระบวนการตรวจสอบเนื้อหา การจัดจำหน่าย ทั้งนี้ในขั้นตอนนี้จะมีหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องคือ

1. คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ มีหน้าที่ในการพิจารณารายการร่วมผลิตที่จะ ออกฉายในประเทศไทย โดยใช้ระบบการขออนุญาตจากคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ดังนั้น การนำรายการร่วมผลิตออกฉายในประเทศไทยต้องผ่านการตรวจพิจารณาและได้รับอนุญาตจาก คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ก่อน⁹

⁹ มาตรา 47, พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551

2. กระทรวงวัฒนธรรม การจัดทำมาตรการส่งเสริมภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ผ่านการส่งเสริมธุรกิจถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ตลอดจนธุรกิจ Post Production ของภาพยนตร์ และวิเทศน์ต่างประเทศในประเทศไทย การอำนวยความสะดวกและให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การจัดให้มีมาตรการจูงใจทางการเงินการคลังและภาษี3. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม จะเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ เฉพาะกรณีภาพยนตร์ โดยมีหน้าที่ในการตรวจพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาการภาพยนตร์ว่า มีเนื้อหาที่เหมาะสมที่จะฉายในประเทศไทยได้หรือไม่

4. กองกิจการภาพยนตร์และวิเทศน์ต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงาน ที่มีหน้าที่ในการทำหน้าที่ประสานอำนวยความสะดวกกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ หากการร่วม ผลิตรายการเป็นไปตามเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ที่งานร่วมผลิตก็มีสิทธิได้รับประโยชน์ได้รับเงินคืน (Rebate) และเงินคืนเพิ่ม

5. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่ร่วมกับผู้ประกอบการ ร่วมผลิตรายการในการส่งเสริมให้มีการนำรายการร่วมผลิตไปโปรโมทหรือเสนอขายในต่างประเทศโดย การจัดแสดงในเทศกาลต่างๆ

6. กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่ลงโทษหากกรณีพบการละเมิด ลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

7. กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ เป็นหน่วย งานที่ลงโทษหากกรณีพบการละเมิดลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

สรุป

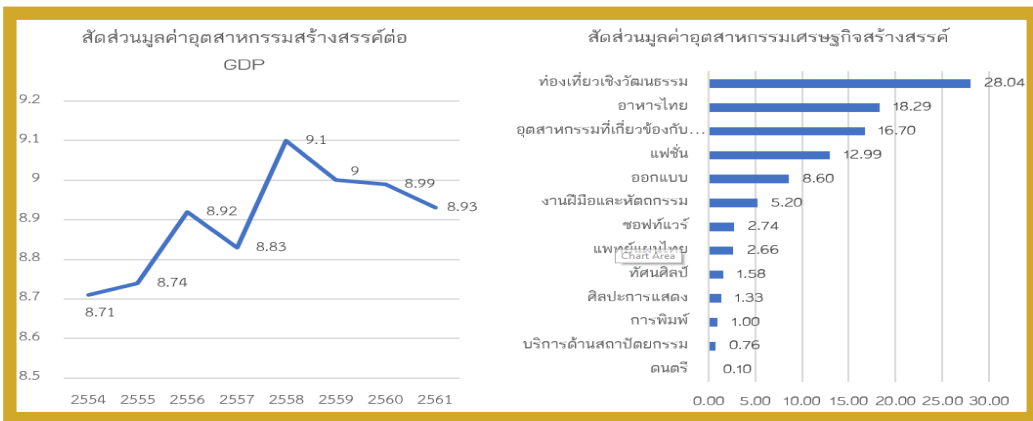
ขั้นตอนการดำเนินงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศไทยและ ต่างประเทศ มีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน กฎหมาย ระเบียบ ประกาศที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก มีขั้นตอน ซับซ้อน มีการใช้ระบบการขออนุญาตสำหรับการขออนุญาตเข้ามาถ่ายทำเนื้อหาการรายการในประเทศไทย ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาให้แน่ชัดเพื่อให้การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์และการเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่าง ประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ปรึกษาจะนำเสนอต่อไปในรายงานฉบับสมบูรณ์



Chapter 3

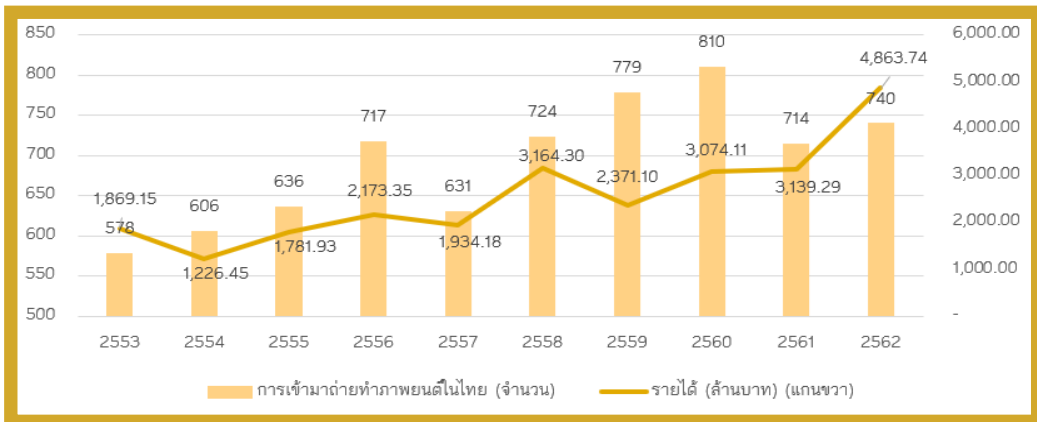
สถานการณ์สื่อและสภาพการแข่งขันด้านการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยและการผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยที่มีความจำเป็นต่อการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจไทยและการผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทย



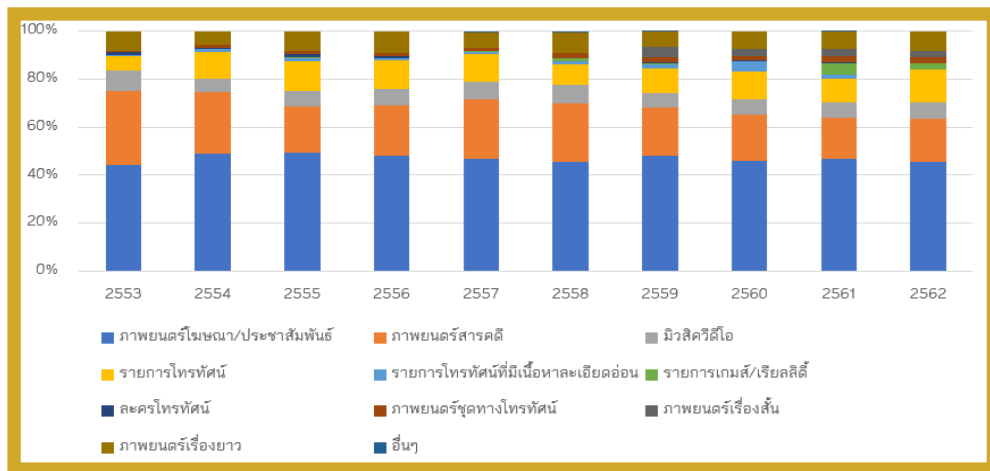
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รูปที่ 3.1 การเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย และรายได้



ที่มา: กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ

รูปที่ 3.2 การเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทภาพยนตร์



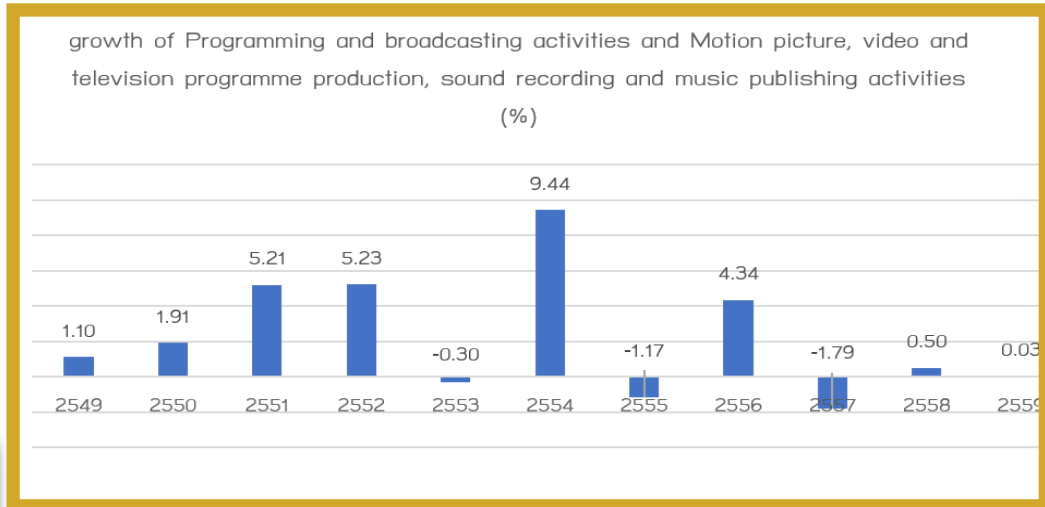
ที่มา: กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ

ตารางจำนวนครั้งที่ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2562
จำแนกรายประเทศ

ประเทศ	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ญี่ปุ่น	123	113	149	140	133	119	117	141	112	111
อินเดีย	128	170	125	150	107	125	124	110	111	105
เกาหลี	41	47	33	29	22	34	42	40	35	38
จีน	22	33	24	30	37	48	65	75	57	75
อเมริกา	22	35	27	33	26	42	47	53	46	47
อังกฤษ	12	22	32	41	37	45	40	60	57	54
ฮ่องกง	24	24	37	38	28	29	21	24	16	36
ออสเตรเลีย	8	15	6	22	18	19	36	16	19	22
ไต้หวัน	16	9	1	7	2	7	5	7	4	1
ยุโรป	79	97	73	71	85	108	96	117	113	129
อื่นๆ	103	104	129	156	136	148	186	167	144	122
รวม	578	606	636	717	631	724	779	810	714	740

ที่มา: กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ

รูปที่ 3.3 มูลค่าอุตสาหกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์และการออกอากาศระหว่าง ปี พ.ศ. 2548 - 2561



ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563)

สถานการณ์สื่อและสภาพการแข่งขันด้านการประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนชาวไทยได้มากที่สุด ดิจิทัลทีวีถือเป็นสื่อหลักของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2564 ผู้ประกอบกิจการที่ให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ซึ่งได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่จาก กสทช. มี 2 ประเภท คือ 1) ประเภทบริการสาธารณะจำนวน 4 ช่องรายการ และ 2) ประเภทบริการทางธุรกิจจำนวน 15 ช่องรายการ นอกจากนี้ยังมีโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายเคเบิล โทรทัศน์ผ่านเครือข่ายดาวเทียม และสื่อออนไลน์อื่นๆที่เป็นช่องทางในการนำเสนอรายการจากผู้ผลิตสู่สายตาประชาชน¹⁰

¹⁰ ำนักงาน กสทช. รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563. บริษัท ธนาเพรส จำกัด.



Nielsen ได้รายงานถึงภาพรวมใช้เม็ดเงินโฆษณาช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2564 พบว่า ในช่วงครึ่งปีแรก มูลค่าของเม็ดเงินโฆษณาในสื่อต่างๆ มีจำนวน 53,640 ล้านบาท นับว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เฉพาะมิถุนายนเดือนเดียวมีการใช้เม็ดเงินโฆษณา 8,674 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 โดย 'ดิจิทัล' ยังเป็นสื่อที่มีการใช้เม็ดเงินโฆษณาเติบโตสูงสุด สื่อที่มีการเติบโต ได้แก่ สื่อทีวี ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 32,097 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว, สื่อดิจิทัล 11,400 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20, สื่อโรงภาพยนตร์ 1,771 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และสื่อ In-store 333 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ส่วนสื่อที่มีการใช้เม็ดเงินโฆษณาลดลง ประกอบด้วย สื่อกลางแจ้งและสื่อเคลื่อนที่ 4,935 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8, สื่อวิทยุ 1,576 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11 และสื่อสิ่งพิมพ์ 1,528 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13

รูปที่ 3.4 มูลค่าการใช้จ่ายผ่านสื่อโฆษณาของบริษัทและองค์กรต่างๆ ระหว่างเดือนมกราคม

– มิถุนายน 2564

Media spending (Million THB)	Y2016	Y2017	Y2018	Y2019	Y2020	JAN-JUN 2020	JAN-JUN 2021	%Growth JAN-JUN	JUN 2020	JUN 2021	%Growth JUN
TV	70,995	65,787	70,382	70,310	63,173	29,201	32,097	↑ +10%	4,440	5,308	↑ +20%
Internet (DAAT)	9,479	12,402	16,928	19,555	21,058	9,498	11,400	↑ +20%	1,583	1,900	↑ +20%
Outdoor & Transit	11,002	12,259	12,915	13,506	10,985	5,382	4,935	↓ -8%	741	760	↑ +3%
Cinema	5,445	6,816	7,383	8,838	4,395	1,672	1,771	↑ +6%	250	111	↓ -56%
Radio	5,263	4,476	4,802	4,741	3,602	1,766	1,576	↓ -11%	267	277	↑ +4%
Print	12,782	9,684	7,416	5,671	3,834	1,751	1,528	↓ -13%	284	271	↓ -5%
In-Store	703	946	1,060	1,040	674	312	333	↑ +7%	28	47	↑ +68%
Total	115,669	112,370	120,886	123,661	107,721	49,582	53,640	↑ +8%	7,593	8,674	↑ +14%

Source: Nielsen Advertising Information Service

จะเห็นได้ว่าตลาดโทรทัศน์ยังเติบโตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งทำให้ประชาชนอยู่บ้านกันมากขึ้นและบริโภคสื่อกันมากขึ้น เพียงแต่ปัจจุบันนี้ เนื้อหารายการโทรทัศน์ไม่ได้แสดงอยู่บนจอเครื่องรับโทรทัศน์แบบเดิมแต่เพียงอย่างเดียว แต่กระจายไปแสดงบนแพลตฟอร์มดิจิทัลผ่านสื่อออนไลน์กันมากขึ้น เช่น บนโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ ซึ่งการเติบโตของแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ย่อมทำให้ความต้องการเนื้อหารายการมีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น อุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่ยังมีอนาคต สมกับคำกล่าวที่ว่า “Content is King”

Chapter 4

Showcase

1. กรณีศึกษาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้ผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ในประเทศไทยและต่างประเทศ (Showcase)

1.1 การร่วมผลิตเนื้อหารายการระหว่างบริษัท Transformation Film จากประเทศไทย ร่วมกับ Mango Entertainment จากประเทศจีน (เฮ้ย! ลูกเพ่ นี่ลูกพ่อ)

เมื่อ พ.ศ. 2563 ทูรได้ทำ โดยการร่วมผลิตภาพยนตร์ “เฮ้ย!ลูกเพ่ นี่ลูกพ่อ” (My God Father!) ในรูปแบบของ Format Program โดยจีนลงทุนร้อยละ 60 และไทยลงทุนร้อยละ 40 และมีการขายฟอร์มแมตไปยังประเทศต่างๆ จัดว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง ภาพยนตร์เรื่องนี้มาจากคอนเทนต์เดิมของประเทศจีน ปัจจัยสู่ความสำเร็จคือการนำเอาดาราที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ (ประเทศไทย) มาเล่นในเวอร์ชันใหม่ การฉายในประเทศไทยสามารถทำอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (Return of Investment: ROI) ถึงร้อยละ 76 และยังมีโอกาสหารายได้เพิ่มเติมจากการฉายทั่วโลก

การร่วมมือกับประเทศจีนโดยให้ฝ่ายจีนถือหุ้นใหญ่ นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยในการนำพาประเทศไทยเข้าสู่ตลาดจีนได้ง่ายขึ้น เช่น ได้รับการยกเว้นเรื่องโควต้าของคอนเทนต์ต่างประเทศ เรื่องการเซ็นเซอร์เนื้อหา

รูปที่ 4.1 ภาพยนตร์ “เฮ้ย!ลูกเพ่ นี่ลูกพ่อ” (My God Father!)จากการร่วมทุนของกลุ่มผลิตไทยและจีน



ที่มา: <https://www.facebook.com/watch/?v=321976032239735>

Transformation Film เกิดจากการรวมตัวของสี่พันธมิตรยักษ์ใหญ่ อันได้แก่ M Pictures Entertainment PLC, TRUE Group, Bangkok Film Studio, และ Matching Studio Plus ซึ่งได้ประกาศร่วมทุนผลิตภาพยนตร์ไทยคุณภาพเพื่อป้อนตลาดทั้งในและต่างประเทศ หวังเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดหนังไทย ด้วยจุดแข็งของพันธมิตรทั้งสี่ในด้านโปรดักชั่น ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางนำเสนอคอนเทนต์ครบวงจร มุ่งยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทั้งในแง่คุณภาพการผลิต ภาพยนตร์และคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรม

1.2 ซีรีส์เรื่อง “อินจัน” (Extraordinary Siamese Story: Eng and Chang)

ซีรีส์เรื่อง “อินจัน” มีความยาว 13 ตอน ซึ่งกลุ่มทรูจัดทำขึ้นเพื่อเจาะตลาดฝั่งตะวันตกโดยเฉพาะ เนื่องจากแฝดสยาม (Siamese Twin) อิน-จัน เป็นคู่แฝดที่เดิโบโตและเป็นที่รู้จักในประเทศสหรัฐอเมริกา ทีมผลิตของไทยต้องเขียนบทเป็นภาษาอังกฤษด้วยเพื่อเจาะตลาดตะวันตกโดยเฉพาะ โดยผ่าน OTT แพลตฟอร์ม Disney Hotstar เรื่องนี้จึงเป็น Co-Production ระหว่าง TRUE Group โดย True Original , Kantana Motion Pictures และ Disney¹¹ เพื่อผลิตคอนเทนต์ที่เป็น Disney Original โดยใช้สถานที่ถ่ายทำส่วนใหญ่ที่จังหวัดกาญจนบุรี ออกฉายครั้งแรกบน Disney+ Hotstar ในวันที่ 30 มิถุนายน 2564

รูปที่ 4.2 ซีรีส์เรื่อง “อินจัน” (Extraordinary Siamese Story: Eng and Chang)



1.3 การร่วมผลิตเนื้อหารายการระหว่าง KPN ของประเทศไทย และ Triangle Film Com-

เมย์ หนองพลัด ยลโบสถ์เตอร์แรกของ อิน-จัน ออริจินัลซีรีส์ไทยบน Disney+ Hotstar บ๊อบ-เป็น-มารูญำ นำแสดง. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/extraordinary-siamese-story-eng-and-chang-on-disney-plus-hotstar>. วันที่ 17 มิถุนายน 2564.

pany ของประเทศอินเดีย (สยามรามเกียรติ์)

JKN Global Media PLC. มีการดำเนินการร่วมผลิตเนื้อหารายการกับ Triangle Film Company บริษัทผู้ผลิตซีรีส์อินเดียที่มีผลงานมากมาย เช่น 'สีดาราม' การร่วมมือครั้งนี้เพื่อสร้างมหากาพย์ซีรีส์ฟอร์มยักษ์ 'สยามรามเกียรติ์' (The Prince of Ayodhya) ด้วยทุนสร้างหลายร้อยล้าน เป็นซีรีส์ Fantasy-Drama จำนวน 40 ตอน ความยาวตอนละ 60 นาที ซึ่ง JKN ตั้งใจจะให้เป็นคอนเทนต์ที่ยิ่งใหญ่ไม่ต่างจาก The Lord of the Rings ฉบับเอเชีย

รูปที่ 4.3 ทิวซีรีส์ 'สยามรามเกียรติ์'



ที่มา: <https://www.jknworldwide.com/the-prince-of-ayodhya/>

‘สยามรามเกียรติ์’ จัดว่าเป็นหนึ่งในคอนเทนต์ที่ JKN ผลิตเอง (Original) โดย JKN เป็นผู้ลงทุนทั้งหมด โดยนำเค้าโครงเรื่องมาจากบทพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 1 ในฉบับภาษาไทย มีการปรับเนื้อหา (adaptation) ให้เชื่อมโยงกับเหตุการณ์ในยุคปัจจุบัน ทาง JKN กำหนดให้ผู้เขียนบท (scriptwriter) เป็นชาวอินเดีย ใช้นักแสดงชาวอินเดียที่มีภาพลักษณ์เป็นนานาชาติ ร่วมกับนักแสดงแถวหน้าของเมืองไทย และต้องการดาราที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ เดิมคาดว่าจะเสร็จสมบูรณ์และพร้อมฉายในปี พ.ศ. 2564 แต่ปรากฏว่าสถานการณ์ Covid-19 ทำให้การผลิตล่าช้าออกไป¹² JKN มีความเชี่ยวชาญในการจัดจำหน่ายคอนเทนต์ที่มีลักษณะเป็นรายการสำเร็จรูป (finished program) อยู่แล้ว ดังนั้น การจัดจำหน่ายซีรีส์ ‘สยามรามเกียรติ์’ นี้ จึงมีการวางแผนว่าจะมีการนำคอนเทนต์มาขายในประเทศไทยก่อน แล้วจึงไปขายในประเทศอินเดีย แล้วออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยการขายลิขสิทธิ์ทั่วโลกทั้งหมด



¹² สัมภาษณ์ คุณบรรพต ชวาลกร Chief Investment Officer (CIO)/Head of International Sales, JKN Global Media PLC



Chapter 5

รายชื่อผู้ประกอบการโทรทัศนหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิต อุตสาหกรรม โทรทัศน์ที่มีศักยภาพต่อการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

กลุ่มผู้ประกอบการทีวีดิจิทัล

1. บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)

3199 Maleenont Tower Floor B1, G, 2, 3, 8, 9, 10, 30-34 Rama 4 Rd., Klongton,
Klongtoey. Bangkok 10110

โทร: 0 2262 3333 Fax: 0 2004 1384

1. ธุรกิจโทรทัศน์ ให้บริการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติดำเนินการโดยบริษัท บีอีซี - มัลติมีเดีย จำกัด (บริษัท BECM) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ปัจจุบัน ออกอากาศรายการทั้งสาระและบันเทิงบนช่อง 33 HD ในระบบทีวีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์	
2. ธุรกิจสื่อใหม่ BECi เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันมือถือ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์	
3. การผลิตรายการวาไรตี้คอนเทนต์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย BEC World ดำเนินการผลิต จัดหาและจัดจำหน่ายรายการข่าว รายการบันเทิง และสารคดี เพื่อออกอากาศในช่องโทรทัศน์ของบริษัทเอง และขายให้บริษัทอื่น รวมถึงการจัดจำหน่ายลิขสิทธิ์เพื่อออกอากาศในต่างประเทศ	
4. การจัดหากิจกรรมบันเทิง สารคดี รวมไปถึงการผลิตและการกระจายสินค้า Chandelier Music รับผิดชอบการผลิตเพลง	

2. บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 50 อาคาร จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟส ถนน สุขุมวิท

แขวงคลองเตยเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทร : 0 2669-9000 Fax: 0 2669-9009

การประกอบธุรกิจของบริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มธุรกิจ คือ 1) ธุรกิจหลัก 2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 3) ธุรกิจจากการร่วมค้า ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจหลัก ดำเนินการภายใต้โมเดล “การให้บริการเพลงแบบครบวงจร” (Total Music Business) ตั้งแต่การคัดเลือกศิลปิน การผลิตผลงานเพลง การทำการตลาด การบริหารลิขสิทธิ์เพลง การจัดจำหน่ายสินค้าเพลงผ่านช่องทาง Physical และ Digital การจัดคอนเสิร์ต และธุรกิจบริหารศิลปิน

1.1 ธุรกิจเพลง

1.2 ธุรกิจบริหารศิลปิน

1.3 ธุรกิจไลฟ์บิซ

จัดงานแสดงคอนเสิร์ตและเทศกาลดนตรี โดยมีรายได้หลักมาจากการจำหน่ายบัตร การสนับสนุนของสปอนเซอร์ และการจัดกิจกรรมต่างๆ จัดเทศกาลดนตรี

1.4 ธุรกิจอื่นๆ

จำหน่ายสินค้าของศิลปิน ธุรกิจผลิตคอนเทนต์ศิลปินเพื่อช่องทางออนไลน์ ธุรกิจให้เช่า คอนเสิร์ตฮอลล์ GMM Live House และธุรกิจสถาบันสอนร้องเพลงและดนตรี GR Vocal เพื่อต่อยอด และสร้างรายได้เพิ่มให้กลุ่มธุรกิจเพลง

2. กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

2.1 ธุรกิจโฮมช้อปปิ้ง

เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านช่องรายการที่ใช้ชื่อว่า โอ ช้อปปิง (O Shopping)

2.2 ธุรกิจภาพยนตร์

ดำเนินการภายใต้ บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ โดยมีเป้าหมายผลิตภาพยนตร์และซีรีส์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ในเนื้อหาที่หลากหลายแตกต่างกันไปแต่ยังคงไว้ซึ่งแบบฉบับของตัวเอง

2.3 ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานโดยบริษัทย่อยของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ 2 ประเภท กล่าวคือ ธุรกิจจัดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิทัลภาคพื้นดิน กล่องรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตทีวี สินค้าประเภทเครื่องเล่นเพลงพกพา (Music Box) และเครื่องเล่น MP3 คาราโอเกะ (Karaoke Microphone) เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ

ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ดำเนินธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมฟรีทูแอร์ออกอากาศผ่านดาวเทียมไทยคมในช่อง “แฟน มิวสิค”

3. กลุ่มธุรกิจจากการร่วมค้า

ปัจจุบันบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจดิจิทัลทีวี ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจผ่านการลงทุนในกลุ่มบริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด และกลุ่มบริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล โฮลดิ้ง จำกัด (ดำเนินธุรกิจดิจิทัลทีวี ธุรกิจวิทยุ และธุรกิจผู้ผลิตคอนเทนต์)

ธุรกิจดิจิทัลทีวี

บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ดำเนินธุรกิจประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ช่องรายการหมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดสูง (HD) ภายใต้ชื่อ “ช่องวัน31” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพที่มีทั้งสาระ และความบันเทิงเพื่อตอบโจทย์ผู้ชมทุกเพศ ทุกวัยเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นสถานีโทรทัศน์ชั้นนำของประเทศไทย (National Television) ทั้งเรื่องละคร รายการวาไรตี้ รายการประกวดแข่งขัน รายการข่าวและข่าวบันเทิง

3. บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 99 หมู่ 2 ต.บางพูน อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี 12000

โทร: 0 2833 2000 Fax: 0 2833 2999

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทในเครือ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ธุรกิจหลัก คือ.

1. ธุรกิจรายการโทรทัศน์

ช่องเวิร์คพอยท์ 23 ออกอากาศทางโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล เป็นรายการประเภท วาไรตี้ คิวโชว์ เกมโชว์ และเรียลลิตีโชว์ มีทั้งรายการที่พัฒนาเอง รายการที่ซื้อลิขสิทธิ์ Format รายการ และลิขสิทธิ์รายการพร้อมออกอากาศ (Finished Program) รายการที่บุคคลภายนอกเช่าเวลาออกอากาศ ฯลฯ และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ในทุกแพลตฟอร์ม

2. ธุรกิจละครเวทีและคอนเสิร์ตธุรกิจละครเวทีและคอนเสิร์ต

มีผลงานการจัดงานคอนเสิร์ตและละครเวทีมาแล้วมากมาย ทั้งที่เป็นการแสดงจากกลุ่มนักแสดงในประเทศและต่างประเทศ

3. ธุรกิจการรับจ้างจัดงาน

เวิร์คพอยท์ให้บริการด้านการจัดงานกิจกรรมแบบครบวงจร โดยที่ผ่านมาได้รับความไว้วางใจให้จัดงานสำคัญๆ ต่างๆ มากมายให้แก่ทั้งภาครัฐและเอกชน

4. ธุรกิจขายสินค้าและบริการ

มีการขายสินค้าและบริการภายใต้แบรนด์ที่บริษัทเป็นเจ้าของสิทธิ์และสินค้าฝากขายครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลายประเภท

4. บริษัท ทู

เลขที่ 18 อาคาร ทู ทาวเวอร์ ถนนรัชดาภิเษก

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

Tel: 02 859 1111 Fax: 02 859 9134

บริษัท ทู (True Corporation Public Company Limited) คือผู้บุกเบิกและผู้นำด้านคอนเวอร์เจนซ์ในประเทศไทย ที่ให้บริการด้วยแพลตฟอร์มสื่อหลอมรวม (convergence platform) และอุปกรณ์ (device) ที่หลากหลาย นำเสนอบริการและโซลูชันด้านการสื่อสารโทรคมนาคมอย่างครบวงจร ธุรกิจหลักของทูแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ทรูออนไลน์ บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และบริการเสริมต่าง ๆ ยังรวมถึงบริการอินเทอร์เน็ตและบรอดแบนด์ บริการโครงข่ายข้อมูล และบริการ WE PCT ทรูออนไลน์ เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานรายใหญ่ที่สุดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โครงข่ายโทรศัพท์พื้นฐานของ ทรูเป็นโครงข่ายใยแก้วนำแสงที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย กลุ่มทรูเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและบริการบรอดแบนด์รายใหญ่ของประเทศ รวมทั้งเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ในธุรกิจรับ-ส่งข้อมูล และให้บริการเสริมต่างๆ สำหรับลูกค้าทั่วไปและลูกค้าธุรกิจ	
2. ทรูมูฟ ให้บริการนวัตกรรมและระบบสื่อสารแบบไร้สาย บนย่านความถี่ 1800 เมกะเฮิร์ตซ ผ่านรูปแบบการบริการล้ำสมัยและมีคุณภาพสูง ทั่วประเทศ	
3. ทรูวิชั่นส์ นำในการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งให้บริการทั่วประเทศ ผ่านดาวเทียมในระบบดิจิทัล และผ่านโครงข่ายเคเบิล	
4. ทรูมันนี่ ให้บริการบัตรเติมเงินอิเล็กทรอนิกส์และเป็นตัวแทนรับชำระค่าสินค้าและบริการทั้งสินค้าและบริการของกลุ่มทรู และบริการอื่นๆ รวมทั้งการชำระค่าบริการให้กับร้านค้าที่ทำธุรกรรมผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ	
5. ทรูไลฟ์ ให้บริการดิจิตอลคอนเทนต์ และเป็นช่องทางที่ทำให้สามารถเข้าถึงชุมชนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และชุมชนออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นสื่อสำหรับธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ธุรกิจกับผู้บริโภค และธุรกิจกับธุรกิจ	

5. บริษัท เจเคเอ็น โกลบอล มีเดีย จำกัด (มหาชน)

อาคารเจเคเอ็น แกลเลอรี่ ศาลายา 45/14 หมู่ 1

ต.ทรงคนอง อ.สามพราน จ.นครปฐม 73210

โทร: 034-310569

1. บริษัท JKN TV เป็นช่องทีวี ออกอากาศทางเคเบิลทีวีและทีวีดาวเทียม เป็นรายการที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับ Asian Fantasy, Hollywood Hits และ Super Show และยังเป็นผู้จัดงานอีเวนต์ที่ยิ่งใหญ่ของประเทศไทย	
2. บริษัท JKN News ผลิตรายการข่าวออกอากาศตามช่องรายการโทรทัศน์	
3. บริษัท JKN Worldwide ผลิตภาพยนตร์ ละครซีรีส์ไทยและอินเดีย รายการประเภทไลฟ์สไตล์ และ LGBTQ	
4. JKN IMC รับผิดชอบด้านการตลาดและซื้อขายสื่อแบบครบวงจร	
5. JKN Landmark เป็นแหล่งรวบรวมทั้งสถานที่สร้างสุนทริยภาพอารมณ์ แหล่งบันเทิง ศูนย์กลางคอนเทนต์จากทั่วทุกมุมโลก	

6. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (บมจ. อสมท) รัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดทะเบียนจัดตั้งในรูปบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2547 โดยมีภารกิจในการประกอบกิจการสื่อสารมวลชน บมจ. อสมท มีธุรกิจหลักประกอบด้วย กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุกระจายเสียง สำนักข่าวไทย และกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล นอกจากนี้ ยังร่วมดำเนินกิจการกับผู้ประกอบการเอกชนอื่นๆ ภายใต้สัญญาาร่วมดำเนินกิจการ ได้แก่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์ ไทยทีวีสี ช่อง 3 และบริษัท ทูริซิ่นส์ เคเบิล จำกัด (มหาชน) ดำเนินกิจการให้บริการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก

ด้านกิจการโทรทัศน์นั้น ช่อง 9 MCOT HD เป็นช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการธุรกิจ หมดหมั้ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (High Definition : HD) หมายเลข 30 ส่งสัญญาณแพร่ภาพ 24 ชั่วโมง ผ่านโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทใช้คลื่นความถี่ระบบดิจิทัลภาคพื้นดินระดับชาติของ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 39 สถานีหลัก และสถานีเสริมไม่น้อยกว่า 129 สถานี ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย และมีการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่นๆ ได้แก่ Streaming, Line TV รวมถึงการขายรายการสำเร็จรูป (Finished Program) ของ บมจ. อสมท ไปยังตลาดรายการ

ต่างประเทศ และในปี 2563 อสมท มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือการทำ Co – Production กับพันธมิตร ผู้ผลิตรายการระดับนานาชาติ เป็นการร่วมกันผลิตระหว่างช่อง 9 MCOT HD หมายเลข 30 กับ Japan International Broadcasting Inc. (JIB) ประเทศญี่ปุ่น กับรายการท่องเที่ยวแนวใหม่ของสองวัย ทำความร่วมมือกับ China Media group และ CCTV ประเทศจีน รวมทั้งการลงทุนร่วมผลิตกับ Netflix ซึ่งเป็นการสร้างคอนเทนต์รายการคุณภาพที่มีความน่าสนใจมากขึ้นอีกด้วย

7. Thai PBS

เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทร: 0 2790 2000 Fax: 0 2790 2020

Thai PBS เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สารบันเทิง ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service) ในฐานะองค์การสื่อสารสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อทุกแขนง โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ Thai PBS ออกอากาศทางช่องทีวีดิจิทัลหมายเลข 3 และทางช่องทีวีดาวเทียม รวมทั้งสื่อใหม่ในแพลตฟอร์มต่างๆ ได้แก่ ทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ทางแอปพลิเคชันไทยพีบีเอส (Thai PBS Application) และ OTT (VIPA.me) ยิ่งไปกว่านั้น ในช่วงสถานการณ์การระบาดของ covid-19 ที่ผ่านมามีตั้งแต่ปี 2563 Thai PBS ยังได้จัดทำช่องรายการโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้ ALTV (Active Learning Television) ทีวีดิจิทัลช่องหมายเลข 4 เริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2563

Thai PBS มีประสบการณ์ความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการร่วมผลิตรายการ (Co-Production) แลกเปลี่ยนรายการ ร่วมลงทุน (Joint Venture) และร่วมปฏิบัติงานกับองค์กรสื่อหรือภาคีองค์กรสื่อระหว่างประเทศ เช่น Korea Educational Broadcasting System (EBS TV) ประเทศเกาหลีใต้ Taiwan Public Television Service (PTS) ประเทศไต้หวัน และแลกเปลี่ยนรายการระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิก Asia Pacific Broadcasting Union (ABU)

กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเนื้อหารายการ

1. บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

เลขที่ 600/1-3 บี สแควร์ พระราม 9 เหม่งจ่าย ซ.สหการประมวล

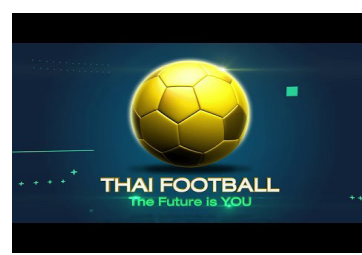
แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

โทร: 0 2530 8111, 0 2530 8222

Fax: 0 2530 8133, 0 2530 8136, 0 2530 8146

บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (Zense Entertainment Company Limited) เป็นผู้ผลิตรายการคอนเทนต์ชั้นนำของประเทศไทย บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ ได้ร่วมมือกับทางผู้ผลิตรายการชั้นนำระดับนานาชาติ ในการพัฒนา และผลิตรายการใหม่ๆ หลากหลายรูปแบบ ทั้งรายการทีวีที่คิดค้นผลิตขึ้นเอง และรายการทีวีฟอร์มเมตต์ชั้นนำจากต่างประเทศ อีกทั้งยังส่งรูปแบบฟอร์มเมตตรายการที่คิดและผลิตขึ้นเองส่งจำหน่ายในต่างประเทศ นับว่าเป็นบริษัทที่มีประสบการณ์โดดเด่นในการร่วมผลิตรายการกับต่างประเทศในหลากหลายรูปแบบ

ตัวอย่างรายการที่ผลิตโดย บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้แก่



2. บริษัท GDH 559 (บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด)

เลขที่ 92/11 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทร: 02-662-3404

Fax: 02-662-3405

บริษัท GDH 559 Co., Ltd (บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด) เป็นบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยที่เกิดจากความร่วมมือกันของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท หับโบ้หิ้น บางกอก จำกัด มีผลงานการผลิตภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมสูงหลายเรื่องทั้งในและต่างประเทศ เช่น เรื่อง ฉลาดเกมส์โกง ซึ่งสามารถทำรายได้ในประเทศจีนทะลุ 200 ล้านหยวน หรือ 1,000 ล้านบาท และยังได้รับความนิยมในประเทศอื่นๆ เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ฮองกง กัมพูชา ลาว เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ฉลาดเกมส์โกง ก็ได้รับเลือกให้ฉายเป็นภาพยนตร์เปิดเทศกาล New York Asian Film Festival ครั้งที่ 16 โดยถือเป็นภาพยนตร์จากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เรื่องแรกที่ได้รับเกียรตินี้ นอกจากการผลิตภาพยนตร์แล้ว GDH ยังมีผลงานในการผลิตรายการวาไรตี้ และละครที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้ชมอีกด้วย

รูปที่ 5.1 โปสเตอร์ภาพยนตร์ฉลาดเกมส์โกง ในงานเปิดเทศกาล New York Asian Film Festival ครั้งที่ 16



เมื่อปี พ.ศ. 2563 กลุ่ม GDH ได้การสร้าง Business Model ครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ผลิตคอนเทนต์ ทั้งภาพยนตร์ ซีรีส์ และคอนเทนต์ออนไลน์ – ทำโปรดักชั่น – บันและบริหารศิลปิน – ทำ Marcom Agency วางแผนกลยุทธ์สื่อสารการตลาด – งานประชาสัมพันธ์ อีเว้นท์ ไปจนถึงซื้อสื่อโฆษณาให้กับทั้งบริษัทในเครือด้วยตนเอง และของลูกค้า ซึ่งมีทั้งบริษัทที่เปิดดำเนินการแล้ว และบริษัทที่เปิดใหม่ สามารถ synergy การทำงานร่วมกันเพื่อสร้างแหล่งรายได้ที่หลากหลาย และการเติบโตในระยะยาว อันประกอบด้วย

- GDH 559 ผลิตหนัง – ซีรีส์
- บริษัทนาดาว บางกอก ทำโปรดักชั่น ผลิตซีรีส์ – หนัง, บริหารศิลปิน และเปิดนาดาว มิวสิก เพื่อทำคอนเทนต์เพลงโดยเฉพาะ
- บริษัทสวัสดีทีวีสุข ดูแลการทำชิ้นงานคีย์ อาร์ต
- บริษัทเสียงดีทีวีสุข ดูแลเรื่องการมิกซ์เสียง
- งานดีทีวีสุข ดูแลพรีอาร์ อีเว้นต์
- บริษัทน้ำดีไม่งาม ดูแลการวางแผนกลยุทธ์สื่อสาร และสร้างสรรค์คอนเทนต์ เพื่อโปรโมทงานในเครือ GDH ด้วยกันเอง พร้อมทั้งเปิดรับงานของลูกค้าข้างนอก

ในปี 2563 GDH ได้มีการขับเคลื่อนธุรกิจ เข้าสู่ยุค “Diversify” และ “Collaboration” เพราะ นอกจากผลิตคอนเทนต์แล้ว ได้ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรและหุ้นส่วนหลายราย ทั้งที่เป็นแพลตฟอร์ม Video Streaming และร่วมทุนกับต่างประเทศ เช่น WeTV, Viu และแอปฯ ระดับโลกอย่าง Netflix ที่ได้ เน้นในการซื้อคอนเทนต์หนังไทย และโปรโมทหนังอย่างเต็มที่ นอกจากที่กล่าวมาแล้วก็ยังมี LINE TV, Hooq, AIS PLAY และอื่นๆ อีกทั้งในปี 2563 ยังมีแอปฯ ใหม่อย่าง iQiyi จากจีนที่จะมาเปิด hub ที่เมือง ไทยอีกด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ชมมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่ง GDH พยายามที่จะนำคอนเทนต์ให้ได้ อยู่ ในทุกแพลตฟอร์ม

3. บริษัท นาดาว บางกอก จำกัด

เลขที่ 92/14 ซอยสุขุมวิท 31 (สวัสดี) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กทม. 10110

โทร: 08 0167 5601

บริษัท นาดาว บางกอก จำกัด เป็นบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และจัดหานักแสดง ปัจจุบันเป็นบริษัทในเครือของจีดีเอช ห้าห้าเก้า เพราะความที่ GDH เติบโตบนรากฐานของการเป็นผู้ผลิต คอนเทนต์ภาพยนตร์ในขณะที่นาดาวมีจุดเริ่มต้นมาจากการเป็นบริษัทดูแลศิลปิน ด้วยการใช้โมเดลทำโปรดัคชั่น “ซีริส” เพื่อพัฒนาศิลปินควบคู่กัน เริ่มต้นจากรับจ้างผลิต จนปัจจุบันเป็นผู้ลงทุนผลิตเอง ยุคแรก ของ “นาดาว บางกอก” ยังเป็นบริษัทรับจ้างผลิตคอนเทนต์ เรื่องแรกคือ “ซีริสฮอโรโมน” ผลิตให้กับเคเบิลทีวีของเครือ GMM จากซีริสดังกล่าว ได้แจ้งเกิดนักแสดงรุ่นใหม่หลายคน จึงถือเป็นบทพิสูจน์ความสำเร็จ ของโมเดลทำโปรดัคชั่นเพื่อพัฒนาศิลปิน ขณะเดียวกันได้ผลิตคอนเทนต์ให้กับแพลตฟอร์ม Video Streaming ซึ่งแพลตฟอร์มแรกที่เป็นพาร์ทเนอร์ คือ “LINE TV” เปิดกว้างให้ทำ Original Content ให้แตกต่างจาก ช่องทีวีทั่วไป จากนั้นในปี 2561 “นาดาว บางกอก” ได้ขยับไปสู่การลงทุนสร้างคอนเทนต์เอง ประเดิมด้วย เรื่อง “เลือดข้นคนจาง” ออกอากาศทางช่อง One และรีรันบน LINE TV ในปี 2562 ทำคอนเทนต์ละคร “My Ambulance รักฉุกเฉินนายฉุกเฉิน” ที่สร้างกระแสโด่งดังได้ทั้งซีริส – เพลง และซีริส “GREATMEN ACADEMY”

4. บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด มหาชน

เลขที่ 333/3 หมู่บ้านรัชดานิเวศน์ ซอย 19

ถนนประชาอุทิศ แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทร: 0 2275 0046

Fax: 0 2274 2054

E-mail: webmaster@kantana.co.th

บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด มหาชน ดำเนินธุรกิจครบวงจร ทั้งการขายเวลาโฆษณา, การทำ การตลาด, การผลิตรายการ, บริการให้เช่าเครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่เพื่อการผลิตรายการ การเป็น ที่ปรึกษาด้านการจัดการสถานีโทรทัศน์ใน ต่างประเทศ การบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและ เคเบิล และการแพร่ภาพกระจายเสียง ระบบ ดิจิตอลในทุกสื่อ หรือ All Media Platform นอกจากนี้ ยังเป็นผู้นำในธุรกิจผลิต และสร้างสรรค์รายการ โทรทัศน์รายใหญ่ของประเทศ ครอบคลุมรายการครบ

ทุกประเภท อาทิ ละคร สารคดี รายการเพื่อเด็ก และ เยาวชน รายการแนวเรียลลิตี และผลิตโฆษณาให้กับบริษัทผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ด้วยระบบดิจิทัล คุณภาพมาตรฐานรองรับระบบ HD-High Definition อย่างเต็มรูปแบบ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด มหาชน มีธุรกิจเครื่องดังนี้

1. สายธุรกิจคอนเทนต์

1.1 บริษัท กันตนา มีเดีย แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

บริหารงานขายเวลาโฆษณาและส่งเสริมด้านการตลาด จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์ ผ่านทางรายการ Top Rating ทางช่องทีวีดิจิทัล ช่องสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่ได้รับ ความนิยม และช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ และทางการสื่อสารในสังคมออนไลน์

1.2 บริษัท กันตนา เอฟี่วูชั่น จำกัด

ซื้อลิขสิทธิ์รายการทีวี เรตติ้งสูงสุดจากประเทศมาสรรค์สร้างเป็นแบบฉบับของคนไทย ควบคู่ไปการผลิตละครโทรทัศน์จากบทประพันธ์ชั้นเยี่ยม รวมถึงรายการโทรทัศน์รูปแบบต่างๆ ซึ่งเน้น ความแปลกใหม่ ความทันสมัย และความคิดสร้างสรรค์ ในสไตล์ของคนรุ่นใหม่

1.3 กันตนา มูฟวี่ ทาวน์

มีผลงานการผลิตละครโทรทัศน์มากกว่า 240 ชั่วโมงต่อปี ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างต่อเนื่อง ด้วยผลตอบรับและรางวัลแห่งความสำเร็จมากมาย กันตนา มูฟวี่ ทาวน์ คือหนึ่งในสตูดิโอกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุด บนเนื้อที่กว่า 600 ไร่ ซึ่งรองรับการทำงานในทุกระดับ ภายใต้แนวคิด “Green Entertainment” โดยมีฉากต่างๆ อันเป็นสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นหลายรูปแบบ ซึ่งได้รับรางวัลด้านสถาปัตยกรรมระดับโลก พร้อมทั้งสถานที่และอุปกรณ์ในการถ่ายทำรายการเรียลลิตี แวดล้อมด้วยสภาพธรรมชาติที่สามารถใช้ประกอบการถ่ายทำ และอุปกรณ์ประกอบฉากและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในยุคสมัยต่างๆ อุปกรณ์การถ่ายทำในรูปแบบ HD (High Definition) รวมถึงทีมงานรองรับในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) จนถึงขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) อย่างครบวงจร

1.4 กันตนา โมชั่น พิคเจอร์ส

ผลิตภาพยนตร์โดยสายเลือดใหม่ของกันตนา ที่โดดเด่นด้วยเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอ และยังมีผลงานประเภทอื่นๆ เช่น ภาพยนตร์สั้น โฆษณา มิวสิควิดีโอ ละคร ซีรีส์ สารคดี และรายการโทรทัศน์ ในรูปแบบที่แปลกใหม่ทันสมัย รองรับการทำงานให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างครบวงจร ตั้งแต่ Pre-Production ไปจนถึง Post-Production

1.5 บริษัท เมเจอร์ กันตนา บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด

ความร่วมมือระหว่าง บริษัท เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด ผู้นำด้านธุรกิจภาพยนตร์และบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้นำด้านธุรกิจโทรทัศน์ คือจุดกำเนิดของ M Channel สถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอความบันเทิงในรูปแบบภาพยนตร์ตลอด 24 ชั่วโมง หลากหลายด้วยภาพยนตร์จากทุกค่ายทั้งของไทยและต่างประเทศ เสริมด้วยรายการต่างๆ และกิจกรรมร่วมกับผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ บริษัท เมเจอร์ กันตนา บรอดแคสต์ติ้ง จำกัด ได้ร่วมมือกับ บริษัท เทิร์นเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย แปซิฟิก

จำกัด ในการดำเนินการ ช่อง บুমเมอแรง ไทยแลนด์ (Boomerang Thailand) สถานีโทรทัศน์การ์ตูนของประเทศไทย ออกอากาศภาคภาษาไทยอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ความบันเทิงสำหรับครอบครัว

1.6 บริษัท สาระดี จำกัด

รับผลิตรายการโทรทัศน์ โดยเน้นรายการสารคดีเชิงข่าวเพื่อตีแผ่เรื่องจริงในสังคม

2. สายธุรกิจโปรดักชั่น เซอร์วิส

บริหารธุรกิจภาพยนตร์ ผลิตและจำหน่ายภาพยนตร์และภาพยนตร์แอนิเมชันระดับแนวหน้าของประเทศ และเป็นผู้ดำเนินการให้บริการถ่ายทำภาพยนตร์และภาพยนตร์โฆษณาที่ทันสมัย และครบวงจร ที่สุดในภูมิภาค ครอบคลุมธุรกิจทั้งการเตรียมการผลิต (Preproduction) การผลิต (Production) และ ขั้นตอนหลังการผลิตขั้นสูง (Hi-end Postproduction) สำหรับภาพยนตร์ และภาพยนตร์โฆษณาทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงบริการให้เช่า เครื่องมือ อุปกรณ์ สตูดิโอ ะดับมาตรฐานโลก และการประสานงานการถ่ายทำภาพยนตร์ที่รองรับการทำงานได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ภายใต้บริษัทลูก คือ Kantana Japan, บริษัท กันตนา ซาวด์ สตูดิโอ จำกัด, บริษัท กันตนา แอนิเมชัน สตูดิโอ จำกัด, บริษัท กันตนา โปรดักชั่น เซอร์วิส จำกัด, บริษัท กันตนา โพสท์ โปรดักชั่น (เวียดนาม) จำกัด และ บริษัท กันตนา โพสท์ โปรดักชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด

3. สายธุรกิจเ็ดดูเคชั่น

บริษัท กันตนาเ็ดดูเคชั่นเมนท์ (อินเตอร์เนชั่นแนล) จำกัด ดำเนินการบริหารจัดการธุรกิจการศึกษาโดยมี สถาบันกันตนาซึ่งเป็นสถาบันเฉพาะทางเปิดสอนในระดับปริญญาตรี หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต และปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อบันเทิง รวมทั้งการให้บริการวิชาการและการจัดอบรมหลักสูตรด้านการผลิตสื่อบันเทิงให้แก่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน

4. สายธุรกิจนิวิสนส

ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทอื่นๆ ในด้านการจัดกิจกรรมและกิจกรรมราชการ สัมพันธ์ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงธุรกิจการจัดกิจกรรมด้านการตลาด การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ให้กับภาคธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โดยมีบริษัทลูกคือ กันตนา สปอร์ต แอนด์ เ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และบริษัท เค.พีริแอสท์ คอนสตรัคชั่น จำกัด

5. บริษัททีวีบูรพา จำกัด

บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด

246/8 ซอยโยธินพัฒนา แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร: 0 2158 6122

โทรสาร: 0 2158 6141

ทีวีบูรพา เป็นบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ที่มุ่งสร้างสรรค์งานคุณภาพ โดยมีเจตนารมณ์เพื่อร่วมสร้างสรรค์สังคมที่ดีงาม รูปแบบรายการโทรทัศน์แต่ละรายการของทีวีบูรพามีวัตถุประสงค์หลักคือ เนื้อหาของแต่ละรายการนั้นจะต้อง ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ คิด และผลิต ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่คนดู ไม่ว่าจะเป็นการต่อยอดทางความรู้ ความคิด สังคม คุณธรรมและจริยธรรม นอกจากนี้ทีวีบูรพายังมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริม เชิดชู ยกย่องผู้ทำความดีแก่ส่วนรวม และเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่น รวมถึงกิจกรรมอื่นๆที่จะเป็นประโยชน์แก่สังคม นอกเหนือจากการผลิตรายการแล้ว ทีวีบูรพายังบริการให้เช่าเครื่องมือ อุปกรณ์ รับถ่ายทำบันทึกเทปโทรทัศน์ในและนอกสถานที่ งานโฆษณา งานอีเว้นต์ คอนเสิร์ตและงานถ่ายทอดสด

ทีวีบูรพามีผลงานที่มีชื่อเสียงมากมาย เช่น รายการคนค้นคน รายการกบนอกกะลา ปัจจุบันนี้มีรายการที่ออกอากาศตามช่องทีวีดิจิทัลหลายรายการ

กลุ่มผู้ให้บริการ OTT

1. บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 8 อาคารทิววัน ชั้น 10, 11 และ 12 (ยูนิต 3-5) ซอยสุขุมวิท 40 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขต คลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทร: 0 2833 3000

โทรสาร: 0 2833 3113

บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด พัฒนาบริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตที่หลากหลายรอบด้านและครบครัน สร้างระบบนิเวศทางข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง พร้อมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับพันธมิตรทางการค้าเพื่อขยายความเติบโตทางธุรกิจไปพร้อมกัน พร้อมสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสังคมไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัล โดยมีกลุ่มธุรกิจดังนี้

News & Portal

1.1 สนุกดอทคอม

เป็นเว็บไซต์ชั้นนำที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีครบทั้งสาระและความบันเทิง ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ของสังคมไทย สนุกดอทคอมมีมากกว่า 20 แชนเนลในการนำเสนอเนื้อหา มี สนุก! แอปพลิเคชัน เพื่อให้ดาวน์โหลดไปใช้งานได้สะดวก ทั้งระบบ iOS และ ระบบ Android เพื่อเพิ่มการเข้าถึง และยังมีการอัปเดตแบบ 24 ชั่วโมงผ่านทางโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง



1.2 NoozUp

เป็นแอปพลิเคชันที่นำเสนอความหลากหลายของข่าวสาร สาระ บันเทิงที่น่าสนใจ อัปเดตแบบเรียลไทม์ แจ้งเตือนข่าวเด็ด ประเด็นสำคัญ ใช้งานง่ายด้วยการออกแบบที่สวยงาม



2.1 JOOX (จูกซ์)

มิวสิคสตรีมมิ่งแอปพลิเคชัน เป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้ใช้งานให้สามารถเข้าถึงศิลปินคนโปรด เพลงฮิต อัลบั้มดัง และยังสามารถสร้างเพลย์ลิสต์ส่วนตัวได้ นอกจากนี้ ผู้ใช้งานสามารถค้นหาเพลงใหม่ๆ จากการเพลงที่ทีมงานแนะนำ รวมทั้งสถานีเพลง JOOX เรดิโอ ที่เหมาะกับรสนิยม และอารมณ์ในแต่ละช่วงเวลาได้อีกด้วย



2.2 Tencent Games

เป็นผู้พัฒนาเกมและผู้ให้บริการเกมระดับโลก และเป็นผู้ให้บริการชุมชนเกมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน นำเสนอผลิตภัณฑ์เกมออนไลน์คุณภาพจำนวนมาก หลากหลายแพลตฟอร์ม เกมออนไลน์ที่ให้บริการโดย Tencent Games ส่วนเป็นเกมที่ผ่านการคัดสรรอย่างดีด้านเนื้อหาและคุณภาพ ทั้งในรูปแบบพัฒนาด้วยสตูดิโอเกมส์ภายในของบริษัท และร่วมมือกับพาร์ทเนอร์เปิดให้บริการเกมส์ในรูปแบบต่างๆ ทั่วโลก



2.3 WeTV

WeTV (วีทีวี) คือวิดีโอสตรีมมิ่งแอปพลิเคชัน ศูนย์รวมความบันเทิงเอเชีย ซีรีส์จีน ซีรีส์เกาหลี ละครไทยย้อนหลัง มุ่งเน้นความบันเทิงหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นซีรีส์ อะนิเมะ และรายการวาไรตี้ชั้นนำ มีการนำซีรีส์จีนชั้นนำมาจาก Tencent Video มาให้ชม นอกจากนั้นยังมีละครย้อนหลังของไทยจากช่อง One31 ตลอดทั้งปี และยังมีการร่วมมือกับผู้สร้างของไทยเพื่อรังสรรค์ WeTV Original Series ได้แก่ ฉลาดเกมส์โกงเดอะซีรีส์, ร้อยเล่ห์มารยา และอื่นๆ อีกมากมาย



Service

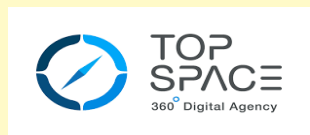
3.1 Media & Advertising

ธุรกิจด้าน Media & Advertising ของเทนเซ็นต์ ใช้แพลตฟอร์ม Sanook.com และเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์อันดับ 1 ของไทย และเทนเซ็นต์ยังเป็นผู้ให้บริการด้านโฆษณาทุกรูปแบบอีกด้วย



3.2 Top Space

ให้บริการพัฒนาเว็บไซต์ที่รองรับอุปกรณ์ทุกชนิด ไปจนการบริหารโซเชียลมีเดีย ด้วยทีมงานที่มากด้วยประสบการณ์



Tencent Cloud

ให้บริการระบบคลาวด์ (Cloud) ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้ซอฟต์แวร์ และทรัพยากรด้านคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการเพื่อนำมาใช้งาน โดยที่ผู้ให้บริการเป็นผู้ดูแลระบบเน็ตเวิร์คให้ผู้ใช้งานเป็นระบบเปิด มีความเสถียรและมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยและเชื่อถือได้ รับประกันการให้บริการด้วยจำนวนผู้ให้บริการมากกว่าหนึ่งพันล้านรายต่อเดือน

2. Netflix

Netflix เป็นบริษัทข้ามชาติผู้ให้บริการสื่อสตรีมมิง (streaming media) แบบบอกรับเป็นสมาชิกบนแพลตฟอร์ม OTT (Over-the-top) ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย สมาชิกสามารถรับชมรายการทีวีและภาพยนตร์ในอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้โดยไม่มีโฆษณาคั่น นอกจากนี้ยังสามารถดาวน์โหลดรายการทีวีและภาพยนตร์ลงในอุปกรณ์ iOS, Android หรือ Windows 10 แล้วรับชมได้โดยไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

NETFLIX

3. Viu

Viu (วิว) เป็นผู้ให้บริการระดับแนวหน้าด้านวิดีโอสตรีมมิงแบบ OTT ยักษ์ใหญ่ระดับภูมิภาคจากกลุ่มบริษัท PCCW Media (พีซีซีดับเบิลยู มีเดีย) จากฮ่องกง Viu ให้บริการคอนเทนต์ที่รวบรวมซีรีส์ วาไรตี้ หนังสืออนิเมะถูกลิขสิทธิ์จากเกาหลี, ไทย, ญี่ปุ่น, ฮ่องกง ไว้มากที่สุด พร้อมซับไทยเร็วที่สุด ให้บริการใน 16 ประเทศ ได้แก่ ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย พม่า และกลุ่มตะวันออกกลาง ได้แก่ ประเทศบาห์เรน อียิปต์ จอร์แดน คูเวต โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา รวมถึงแอฟริกาใต้ ภายใต้การบริหารของ PCCW Media Group ซึ่งมีผู้ใช้งานมากกว่า 41 ล้านคน

นอกเหนือจากการนำเข้าซีรีส์และรายการวาไรตี้จากทั่วเอเชียเพื่อให้ผู้ชมชาวไทยได้ติดตามกันแล้ว Viu ยังมีความมุ่งมั่นในการผลิตซีรีส์ออริจินัลของ Viu (วิว) ที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวในสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ล่าสุดคือการร่วมมือกับพันธมิตรอย่าง เอไอเอสเพลย์ (AIS PLAY) ผู้ให้บริการ Streaming Service Provider ในการพัฒนาเนื้อหาซีรีส์ฉบับออริจินัลสำหรับภูมิภาคร่วมกัน และถือเป็นครั้งแรกของ AIS Play ด้วยที่เข้าร่วมกับผู้ให้บริการด้านวิดีโอสตรีมมิงแบบ OTT ระดับภูมิภาคเพื่อพัฒนาคอนเทนต์ให้เข้าถึงผู้ชมในจำนวนมากขึ้น ประเดิม 2 เรื่อง คือ My Bubble Tea หวานน้อยรัก 100% และ Voice in the Rain ตามโมเดลที่เรียกว่า วิว ออริจินัล (Viu Original)



4. LINE TV

LINE TV เป็นเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ให้บริการวิดีโอตามคำขอโดยไม่เสียค่าสมัครสมาชิก รายเดือนหรือรายปี พัฒนาโดยไลน์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นและเปิดให้บริการในประเทศไทยเป็นแห่งแรกในวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ผู้ใช้งานสามารถรับชมเนื้อหาต่างๆได้แบบฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย โดยไลน์ทีวี มีรายได้จากการขายโฆษณา LINE TV ให้ความสำคัญกับการผลิตคอนเทนต์ใน 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่ คอนเทนต์แบบรีรัน, ออริจินัลคอนเทนต์ และคอนเทนต์ประเภทดนตรี ภายใต้ความร่วมมือกับพาร์ตเนอร์ผู้ผลิตคอนเทนต์จำนวน 161 ราย LINE TV เป็นแพลตฟอร์มรีรันคอนเทนต์ยอดนิยมอันดับหนึ่งของคนไทยต่อเนื่องกันหลายปี

LINE TV มีเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงคนไทยทุกคน และมีแผนต่อยอดเป็น “แพลตฟอร์มการซื้อขาย” หรือ Commerce Platform ในปี 2563 และบรรลุเป้าหมาย “อันดับ 1 ทีวีออนไลน์” ในปี 2564 แม้ว่า LINE TV จะมีพันธมิตรที่ผลิตคอนเทนต์ให้มากมาย แต่หนึ่งในหัวใจที่ทำให้ LINE TV มีจำนวนผู้ชมเติบโตคือ LINE TV Original Content ซึ่งมีสถิติพบว่าผู้รับชม LINE TV Original Content ต่อเรื่องเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 32 จากปี 2561-2562 และยังดำเนินการสร้าง Original Content ต่อไปอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม¹³



LINE TV

¹³ The Standard. สรุปร 7 เรื่องราวของ LINE Today และ LINE TV กับเป้าหมายการอยู่กับผู้ใช้ตั้งแต่ต้นถึงตอน. 26/02/2020.

สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2564 จาก <https://thestandard.co/line-explosion-2020/>

คำถามและคำตอบ

Questions

1. ประเด็นที่ผู้ผลิตในประเทศไทยควรพัฒนาเพื่อประโยชน์ในการร่วมผลิตรายการในอนาคต?

Answers

1. การพัฒนา Proposal เพราะว่าผู้ผลิตในประเทศไทยคุ้นชินกับการทำงานกับสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย และทำการตลาดแค่ในประเทศไทย และคุ้นชินกับการโดนกำกับด้วยผู้บริหารจากทางสถานีโทรทัศน์ ซึ่งเข้าใจแต่ตลาดของตนเอง เพราะฉะนั้นปัญหาของผู้ผลิตของประเทศไทยจริงๆ นั่นก็คือจะสร้าง Proposal อย่างไร ที่บริษัทระดับนานาชาติจะเห็นจุดเด่น จุดดีของ Proposal เรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะ Production House ในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้

2. ด้านการสร้างเครือข่าย หรือ Connection การทำธุรกิจกับต่างชาติ ประเด็นที่สำคัญ คือ รู้จักว่าบริษัทไหน มีศักยภาพ จริงใจในการร่วมงาน ลงทุนเพื่อสร้างคุณภาพ ไม่ใช่กำไรอย่างเดียว

Questions

2. สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด ส่งผลต่อการจัดจำหน่ายเนื้อหารายการในปัจจุบัน อย่างไร?

Answers

คอนเทนต์แต่ละคอนเทนต์ มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ภาพยนตร์บางเรื่องที่ตอนแรกมีการวางแผนที่จะเผยแพร่ในโรงภาพยนตร์ แต่เมื่อมีสถานการณ์โควิด จึงปรับเปลี่ยนเป็น Premier บน OTT Platform ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแผนการกลางทาง แต่กลับประสบความสำเร็จมาก ในเชิงการเผยแพร่ผ่าน OTT ที่เป็น Premier ซึ่งเมื่อดูจากสถานการณ์ปัจจุบันแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีไหวพริบ อ่านสถานการณ์ อ่านสภาวะของเศรษฐกิจ และสภาวะของผู้บริโภคให้ได้ ต้องมีการตัดสินใจอย่างมีพลวัตร และไม่ควรรยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ ของ window strategy ซึ่งก็คือ ขบวนการการเผยแพร่เนื้อหารายการ ว่าเผยแพร่ช่องทางไหนก่อนหรือหลัง ซึ่งในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปเยอะ เมื่อติดตาม Social Media กระแสของการรับชมผ่านทาง OTT Platform ซึ่งส่งผลเป็นการเปิดตลาดต่างประเทศได้ด้วย เพราะตลาดต่างประเทศก็จะจับตามองกระแสที่เกิดขึ้นใน Social Media เป็นหลักในการตัดสินใจรับชม ซึ่งแสดงว่าตลาดต่างประเทศจับตามองเนื้อหารายการของประเทศไทยอยู่ และกระแสที่เกิดขึ้นนั้นทำให้มูลค่าของเนื้อหารายการสูงขึ้น กลายเป็นปรากฏการณ์ใหม่

Questions

จุดแข็งที่หากประเทศต่างๆในเอเชียมาร่วมผลิตเนื้อหารายการ Co-Production คือ อะไร?

Answers

ประเทศในเอเชียมีความคล้ายกันด้านวัฒนธรรมและความชื่นชอบเนื้อหารายการ

ประเทศในเอเชียมีการใช้โซเชียลมีเดียเยอะขึ้น

ประเทศในเอเชียมีการยอมรับซึ่งกันและกัน

ประเทศในเอเชียสามารถร่วมกันกระตุ้นการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศในเอเชียได้

ถ้าประเทศในเอเชียร่วมผลิตรายการด้วยกันเองจะได้ประโยชน์ด้านราคา

เดินทางระหว่างกันในประเทศเอเชียใช้เวลาไม่นาน ไม่เกิน 6 ชั่วโมง

ประเทศในเอเชียมีประชากร 4,000 กว่าล้านคน

Questions

ตัวอย่างปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรพิจารณาในการเลือกองค์ประกอบของเนื้อหารายการเพื่อการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co-production) ?

Answers

นักแสดงตัวนำในเรื่อง

การเลือกนักแสดงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม สามารถสร้างกระแสคอนเทนต์ทางการตลาดได้ โดยหลักการในการคัดเลือกนักแสดงตัวนำในเรื่องมี 2 ประการ กล่าวคือ ประการแรกคัดเลือกจากนักแสดงที่มีชื่อเสียงหรือ Influencer ซึ่งถือว่าเป็นนักแสดงที่ทรงอิทธิพลทำให้สามารถช่วยในการสร้างกระแสคอนเทนต์ทางการตลาดได้ ประการที่ 2 คัดเลือกจากนักแสดงที่ไม่ได้มีชื่อเสียง แต่เป็นนักแสดงที่มีบุคลิกมีเสน่ห์ ฝีมือขั้นเทพ เข้าใจในการถ่ายทอดบทบาทของตนได้ดีสามารถสื่อสารอารมณ์ของตัวละครให้สามารถเข้าถึงคนดูได้

ผู้กำกับและทีมงาน

ผู้กำกับและทีมงานที่มีฝีมือความสามารถในการสร้างสรรค์จะสามารถผลิตผลงานคอนเทนต์ที่สามารถดึงดูดสายตาประชาชนได้

บริษัทผู้สร้าง

บริษัทผู้สร้างเปรียบเสมือนแบรนด์ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับสายตาคนดู นอกจากนั้น การลงทุนสร้างฉากที่สมจริง ความสามารถในการผลงานฉาก CGI หรือ Special Effect ก็สามารถึงดึงดูดสายตาประชาชนได้เช่นกัน

รางวัลที่ได้รับ

รางวัลที่เคยได้รับสามารถรับรองถึงความสามารถของนักแสดง คุณภาพของผู้กำกับและทีมงาน และบริษัทผู้สร้างได้

การดูตัวอย่างคลิปสั้น

การดูตัวอย่างคลิปสั้น อันได้แก่ Promo, Teaser, Trailer มาประกอบการพิจารณา

บทเนื้อเรื่อง

การเขียนเนื้อเรื่องต้องพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เป็นผู้รับชมว่าผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นมีวัฒนธรรม มีรสนิยม ความชอบอย่างไร จากนั้นก็ควรทำเขียนเนื้อเรื่องที่มีเนื้อหาที่คุ้นเคยของผู้ชมกลุ่มนั้น นอกจากนั้นต้องมาพิจารณาองค์ประกอบของบทเนื้อเรื่องว่าอะไร คือ ใจความสำคัญซึ่งประกอบด้วย

โครงเรื่อง คือ แก่นเรื่องของเนื้อหาเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นใจความสำคัญของเรื่อง (Keyword) โดยเป็นการเล่าเรื่องด้วยการใช้วิธีลำดับภาพเหตุการณ์ และวางเนื้อหาให้ดูสอดคล้องอย่างมีเหตุมีผล รวมถึงมีจุดไคลแมกซ์ที่ไขคำตอบบทสรุปของเรื่องแก่ผู้ชม

ตัวละคร ประกอบด้วย 3 ตัวละคร อันได้แก่

- 1) ผู้กระทำหรือผู้ได้รับผลจากกระทำในบทละคร
- 2) ตัวเอกหรือตัวหลักในการเล่าเรื่อง
- 3) ตัวละครรองหรือตัวเสริมในการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มอรรถเนื้อหา

6.3 สารระทางความคิด ถือเป็นกระจุกสะท้อนที่ทำให้ผู้ชมตระหนักถึงผลของการกระทำที่จะส่งผลลัพธ์ที่จะได้ตามมา ซึ่งเป็นแง่คิดสารของปรัชญาอันเป็นคติคำสอนในการใช้ชีวิตขึ้นมาอ้าง

6.4 เพลง ถือเป็นส่วนหนึ่งของการถ่ายทอดเรื่องราว โดยการใช้เสียงดนตรีและเพลงในการสื่อสารไปยังผู้ชม ซึ่งเนื้อหาของเพลงจะมีประโยชน์ในการเล่าเรื่องย่อ และสื่ออารมณ์ของนักแสดงแต่ละฉากได้

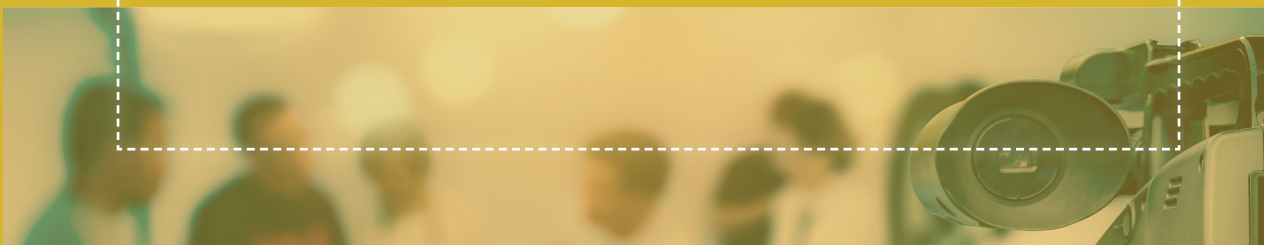
Questions

ประเทศจีนเป็นตลาดใหญ่ ที่ผู้ประกอบการหลายประเทศสนใจลงทุนร่วมผลิตเนื้อหารายการหรือส่งเนื้อหารายการไปจำหน่ายในจีน คำแนะนำเบื้องต้นสำหรับการร่วมผลิตเนื้อหารายการกับประเทศจีนหรือการจำหน่ายเนื้อหารายการไปยังประเทศจีน คือ อะไร?

Answers

ประเทศจีนก็มีการควบคุมที่เรียกว่าเป็น International Quota ของคอนเทนต์ที่จะไปสู่สายตาผู้ชมที่ประเทศจีน ซึ่งจะนับรวมหมดไม่ว่าจะเป็นฝั่งของ Hollywood เอง หรือฝั่งทางไทยหรือประเทศอื่นๆ ก็จะไปรวมอยู่ในโควตานี้

นอกเหนือจากโควตาจะมีอีกส่วนหนึ่งคือเป็นเรื่องของ censorship ของประเทศจีนเอง ประเทศจีนเองค่อนข้างมีความเข้มงวดในเรื่องของการกลั่นกรองคอนเทนต์ว่ามีประเภทใดบ้างที่ไม่เหมาะสม ซึ่ง WeTV ในฐานะที่เป็นแพลตฟอร์มหลักก็ทำตามกฎอย่างเข้มงวด ตัวอย่างอย่างเช่น คอนเทนต์เรื่องผี ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมชาวไทย แต่เป็นเรื่องต้องห้ามของจีนและอาจจะไม่ผ่านการเซ็นเซอร์ หรือคอนเทนต์ที่มีความรุนแรง ก็ต้องมีความระมัดระวังค่อนข้างสูง





บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. หน้าที่ความรับผิดชอบของกรมทรัพย์สินทางปัญญา [ออนไลน์]. เมษายน 2563. แหล่งที่มา: <https://www.ipthailand.go.th/th/duty2.html> [เข้าถึงเมื่อ 24 เมษายน 2563]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. การกีฬาหน้าที่ตามกฎหมาย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://mots.go.th/News-view.php?nid=232> [เข้าถึงเมื่อ 30 เมษายน 2563]
- กระทรวงวัฒนธรรม. วิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.m-culture.go.th/th/article_view.php?nid=1548 [เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563]
- กระทรวงวัฒนธรรม. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 – 2564) [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา: https://www.m-culture.go.th/mculture_th60/down20161130090947.pdf [เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563]
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. "รายงานผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน ประจำปีงบประมาณ 2563" [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา: <http://www.thaimediafund.or.th/page/view/57/?p=1>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. การกิจและหน้าที่รับผิดชอบ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaimediafund.or.th/page/view/2/mission> [เข้าถึงเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563]
- กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ. แผนปฏิบัติการกองทุนวิจัยและพัฒนาฯ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2563 – 2566) [ออนไลน์]. 2563. แหล่งที่มา: <https://btfp.nbtc.go.th/Laws/rules.aspx> [เข้าถึงเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2563]
- บุญรักษ์ บุญยะเขตมาลา. ความรู้เบื้องต้นของการผลิตรายการโทรทัศน์ [ออนไลน์]. 2564. แหล่งที่มา: <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=874752> [เข้าถึงเมื่อ 10 มกราคม 2564]
- ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข สำหรับการขอรับสิทธิประโยชน์ตามมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย พ.ศ. 2560
- ประกาศคณะกรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการใช้จ่ายเงิน กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ." สิงหาคม 2560.

สยามรัฐ. แนวโน้มอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยปี 63 ธุรกิจ E-commerce มาแรง มูลค่า 7.4 แสนล้าน [ออนไลน์]. มกราคม 2563. แหล่งที่มา: <https://siamrath.co.th/n/125898> [เข้าถึงเมื่อ 2 พฤษภาคม 2563]

สหพร ยี่ตันสี กุลทิพย์ ศาสตรระจุ และชนัญสร อรรถ ณ อยุธยา. การสร้างสรรค์เนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า 7, 1 (ม.ค. - มี.ย. 2563): 26 - 46.

สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2562 - 2563.

สำนักงาน กสทช. รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563.

สุดอนอม รอดสว่าง. การค้ารายการโทรทัศน์ข้ามชาติในไทยยุคเทคโนโลยีก่อกวน (Disruptive Technology) [ออนไลน์]. มีนาคม 2561. แหล่งที่มา: <https://www.isranews.org/isranews-article/64564-tv.html> [เข้าถึงเมื่อ 24 เมษายน 2563]

อรัญย์ ทองพล. ยลโปสเตอร์แรกของ อิน จัน ออร์จินัลซีรีส์ไทยบน Disney+ Hotstar บ๊อบ-เป็น-มารีญา นำแสดง. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/extraordinary-siamese-story-eng-and-chang-on-disney-plus-hotstar>. วันที่ 17 มิถุนายน 2564.

RYT9. บอร์ดภาพยนตร์ฯเผยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในช่วง 2 ปี สร้างรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 2 แสนล้านบาท ไทยเป็นผู้นำด้านภาพยนตร์และวิดิทัศน์อันดับ 5 ในเอเชีย [ออนไลน์]. มิถุนายน 2562. แหล่งที่มา: <https://www.ryt9.com/s/prg/3001290> [เข้าถึงเมื่อ 28 เมษายน 2563]

Statista. OTT Video [Online]. 2020. Available from: <https://www.statista.com/outlook/21120/100/ott-video/worldwide#market-revenue>. [1 November 2020]

The Standard. รูป 7 เรื่องราวของ LINE Today และ LINE TV กับเป้าหมายการอยู่กับผู้ใช้ตั้งแต่ต้นถึงนอน. 26/02/2020. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2564 จาก <https://thestandard.co/line-explosion-2020/>

Thompson Reuters Practical Law. Glossary National Radio and Television Administration (NRTA) [Online]. Available from: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-015-1516?originationContext=document&transitionType=DocumentItem&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/w-015-1516?originationContext=document&transitionType=DocumentItem&contextData=(sc.Default)&firstPage=true) [10 November 2020.]

TIME Consulting. รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการกำหนดแนวทางส่งเสริมโอกาสในการทำการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียน. 2561.

รายชื่อคณะผู้วิจัย

ที่ปรึกษา	รองเลขาธิการ กสทช. ผศ.ดร.ภักดี มະนะเวศ
หัวหน้าโครงการวิจัย	ศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย สุวรรณพานิช
ผู้เชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์	รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท
ผู้เชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิตา วิมลคุณารักษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช มโนลีหกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิภา เมืองถ้ำ
ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส
ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ ดร.ประพันธ์ วงศ์บางโพ
ผู้ช่วยนักวิจัย	นายพิรพงศ์ จงไพศาลสกุล นายวรุตม์ วิมลคุณารักษ์