

เอกสารประกอบการสัมมนา  
เรื่อง Netflix กับอนาคตวงการหนังไทย  
วันที่ 21 เดือน มกราคม พ.ศ. 2564  
สัมมนาผ่านช่องทางออนไลน์ ZOOM

## ที่มาและความสำคัญ

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ผูกพันกับคนไทยมานาน ทั้งให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน รวมไปถึงการรับชมสื่อประเภทอื่นเช่น รายการ เพลง ละคร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ตั้งแต่อดีต โดยเริ่มในระบบ Analog และพัฒนามาจนเป็นระบบ Digital ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนร่วมกับชีวิตมากขึ้น ทั้งภาคอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นสื่อในรูปแบบวิดีโอ ละคร โฆษณา รวมไปถึงภาพยนตร์ ซึ่งในศตวรรษที่ 21 เทคโนโลยีกลายเป็นสิ่งจำเป็นต่อการใช้ชีวิต ทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร และการรับชมสื่อเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในระบบดิจิทัลมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการด้านสื่อต้องมีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดในเศรษฐกิจปัจจุบัน

Netflix คือผู้ประกอบการให้บริการแพลตฟอร์มด้านการรับชมภาพยนตร์ผ่านหลากหลายอุปกรณ์ด้วยระบบอินเทอร์เน็ต กว่า 190 ประเทศทั่วโลก และมีสมาชิกจ่ายเงินเพื่อรับชมมากกว่า 193 ล้านผู้ใช้งาน ซึ่งถือเป็นแพลตฟอร์มให้บริการการรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ สารคดี แบบ Subscription Video on Demand (SVOD) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ที่ได้ฐานผู้ใช้งานจากการเปิดให้บริการมานานกว่า 23 ปี และมี Content หมุนเวียนมาให้บริการมากกว่า 100,000 ชื่อเรื่อง และนอกจากนี้ยังมีการลงทุนงบประมาณหลายพันล้านเหรียญสหรัฐเพื่อสร้าง Original Content หรือ Content ของตนเอง ทั้งในรูปแบบของภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการ รวมกันมากกว่า 700 รายชื่อ

Netflix ได้เริ่มเปิดตัวในไทยเมื่อปี 2017 เป็นระยะเวลาเกือบ 4 ปี ที่ Netflix ไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ยังมี Content ไทยไม่มากที่ได้ลงสตรีมมิงของ Netflix โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Content ที่เป็น Original Content ไทยโดยตรง ซึ่งมีเพียงเรื่องเดียวเท่านั้นที่ได้มีการผลิตและเข้าฉายบนแพลตฟอร์มสตรีมมิงในช่วงปลายปี 2019 และเป็นจำนวนน้อยมากที่ Content ปัจจุบัน หรือ Content ที่ถูกผลิตมาใหม่ จะมีการจัดซื้อทำสัญญาด้านลิขสิทธิ์เพื่อฉายบน Netflix ซึ่งหากดูตามหลักแล้วประเทศไทยถือเป็นอีกหนึ่งประเทศ ที่มีความสามารถด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ ซีรีส์ ที่มีคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ จึงทำให้เกิดคำถามที่ต้องการจะไขข้อสงสัยว่าทำไม Content ไทยถึงมีน้อยอยู่

เนื่องจากในปี 2020 ที่ผ่านมา ทั่วโลกต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา coronavirus (2019-nCov) ที่ทำให้ทั่วโลกต้องหยุดอะไรหลายอย่างไป โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีการรวมตัวของคนจำนวนมาก ตลอดจนเศรษฐกิจทั่วโลกที่ต้องชะลอตัวลงเช่นกัน ซึ่งในวงการภาพยนตร์ไทยนั้นได้รับผลกระทบอย่างหนักเช่นกัน ผู้ประกอบการภาพยนตร์ ไม่สามารถถ่ายทำภาพยนตร์หรือแม้กระทั่งนำภาพยนตร์เข้าฉายที่โรงภาพยนตร์ได้ตามปกติ ปี 2020 จึงถือเป็นการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีที่สำคัญ และการเติบโตของผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิงแพลตฟอร์ม จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยของการเติบโตในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีที่จะนำมาวิเคราะห์หาแนวทาง ในการปรับตัวของผู้ประกอบการภาพยนตร์สื่อไทยกับธุรกิจสื่อรูปแบบใหม่ในอนาคต และการพัฒนาทีมไทยเพื่อให้สามารถสร้าง Content คุณภาพที่เพียงพอและคุ้มค่าแก่การได้รับคัดเลือกเพื่อลงวิดีโอสตรีมมิงแพลตฟอร์มของ Netflix รวมไปถึงการวิเคราะห์แนวคิดของผู้ให้บริการ

แพลตฟอร์มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอย่าง Netflix ที่เป็นแนวคิดหลักของการเลือกสื่อที่มีคุณภาพลงบนสตรีมมิ่งแพลตฟอร์ม

### วัตถุประสงค์

เพื่อรู้จักการทำงานของ Netflix สตรีมมิ่งแพลตฟอร์ม  
เพื่อวิเคราะห์แนวคิดที่ Netflix ใช้ในการเลือก Content ลงสตรีม  
เพื่อหาแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการหนังไทยสู่สากล

### ประธานการสัมมนา

นางสาวชยานิส ขำนิจศิลป์ รหัสนักศึกษา B6070373

### ประเด็นสัมมนาย่อย

1. อะไรทำให้จำนวนหนังไทยได้ลงสตรีมมิ่งบนแพลตฟอร์ม Netflix มีน้อย (โดยเฉพาะ Original Netflix เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ เช่น เกาหลีใต้ และอังกฤษ)
2. แนวคิด Think Local for Global ของ Netflix คืออะไร มีผลต่อภาพยนตร์ไทยอย่างไร
3. แนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการหนังไทยสู่สากล

### นิยามศัพท์ หรือคำอธิบาย

Netflix หมายถึง บริการ Video Streaming ที่ต้องมีการสมัครสมาชิก เพื่อรับชมรายการทีวีและภาพยนตร์ในอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ที่ให้บริการกว่า 190 ประเทศทั่วโลก

อนาคตวงการหนังไทย หมายถึง ความเป็นไปได้ของธุรกิจสื่อภาพยนตร์ และผู้ประกอบการหนังไทยที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ผู้ประกอบการหนังไทย หมายถึง บุคคลที่มีอาชีพอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ประกอบไปด้วย ผู้จัด ผู้กำกับ ผู้จัดจำหน่าย รวมไปถึง ผู้ประกอบการแอนิเมชันไทย

### ขอบเขตการสัมมนา

การสัมมนาครั้งนี้ ประธานสัมมนาจะเป็นผู้เสนอความรู้เกี่ยวกับ Netflix เพื่อใช้เป็นข้อมูลวิเคราะห์ถึงผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทย ที่จะมีการปรับตัวและพัฒนาเพื่อให้เข้าสู่ตลาดการชมภาพยนตร์แบบสตรีมมิ่งออนไลน์อย่าง Netflix และพูดถึงการทำงานและการเลือกชมบนแพลตฟอร์ม Netflix ผู้ฟังสัมมนาร่วมกันวิเคราะห์แนวโน้มและความเป็นไปได้ของ Content ไทย ที่จะได้มีโอกาสเข้าฉายบน Netflix และประเด็นหลักในด้านอื่น

## แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการสัมมนา

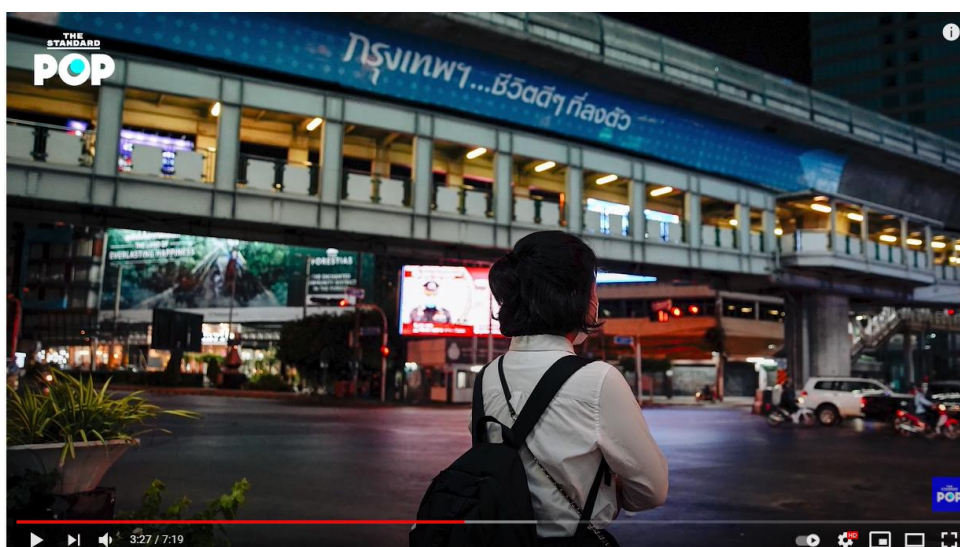
แนวคิด “Think Local for Global” ที่ Netflix จะทำการเพิ่มคอนเทนต์ท้องถิ่นจากทั่วโลก เพื่อสตรีมมิงลงแพลตฟอร์มให้คนได้รับชมทั่วโลก แนวคิดที่มาจาก “Think Globally, but act locally” (Peter Ferdinand Drucker) คือ มองให้เห็นโอกาสในการขายในประเทศต่าง ๆ แต่การกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้องปรับให้เข้ากับผู้บริโภค และเงื่อนไขทางการตลาดของท้องถิ่นนั้น ๆ (อ้างใน กิตติ สิริพัลลภ, 2559) : ที่มา กิตติ สิริพัลลภ. (2559). **ท่องไว้ก่อนรุกตลาดเอเชีย**. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ พฤติกรรมผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 ที่มีการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย และผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะตัว : ที่มา รายวิชา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ สอนโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง

## ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

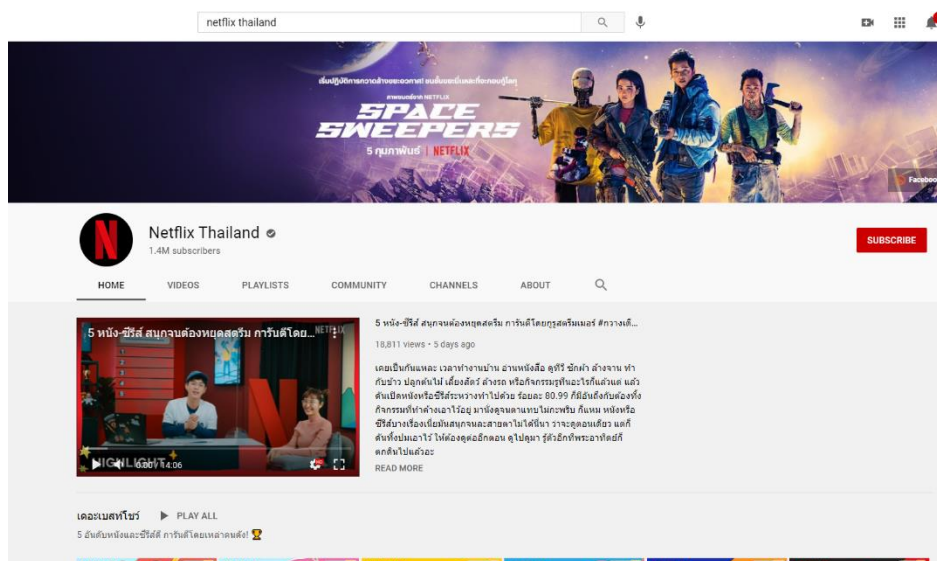
1. ออริจินัลซีรีส์ไทยลำดับที่ 2 ของ Netflix “Bangkok Breaking”

[https://www.youtube.com/watch?v=RNR\\_69n80GI](https://www.youtube.com/watch?v=RNR_69n80GI)



## 2. Netflix Thailand

<https://www.youtube.com/c/NetflixThailand/featured>



## 3. Top 10 in Thailand Netflix Content

<https://www.netflix.com/browse>

## 4. เควี้ง Netflix Original ซีรีส์เรื่องแรกของไทย

<https://www.youtube.com/watch?v=gXXPRKdcN50>



5. สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ (สสภช.) ร่วมกับ Netflix ผู้นำด้านการให้บริการสื่อบันเทิงบนอินเทอร์เน็ต ได้จัดงานสัมมนาเรื่อง “การนำภาพยนตร์ไทยสู่เวทีโลก”

