

3.1.2. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Five Forces Model มาอธิบาย ดังนี้

1. อำนาจต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining Power of Customers)

ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการบริโภคสื่อบันเทิง และมีความต้องการเนื้อหาในอุตสาหกรรมบันเทิงที่คุณภาพสูงยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ โดยในปัจจุบันนั้นสื่อบันเทิงไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบโทรทัศน์แต่ยังมีแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งออนไลน์อื่น ๆ ที่เข้ามาในตลาดเช่นกัน ทำให้บริษัทต้องปรับตัวในการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางแพลตฟอร์มที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการที่มีผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากมายจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและเลือกแพลตฟอร์มที่น่าเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการและรสนิยมของตนได้อย่างอิสระ และส่งผลให้อำนาจในการต่อรองของผู้บริโภคสูงขึ้น

2. อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers)

อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรมบันเทิงนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของเนื้อหา ในบางกรณีซัพพลายเออร์มีอำนาจต่อรองสูง เช่น ดาราที่มีชื่อเสียง ผู้กำกับที่มีชื่อเสียง หรือเจ้าของลิขสิทธิ์เนื้อหาที่ได้รับความนิยม อย่างไรก็ตามในบางกรณีที่ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าหากมีเนื้อหาประเภทเดียวกันจากซัพพลายเออร์หลายรายให้ได้เลือกซื้อ

3. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

อุตสาหกรรมบันเทิงในไทยถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าแข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาทำการแข่งขันกับผู้เข้าแข่งขันรายเก่าได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากมีช่องทางในการเผยแพร่สื่อบันเทิงมากขึ้นไม่ได้จำกัดแค่การเป็นเจ้าของช่องโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวจึงจะสามารถทำธุรกิจนี้ได้และไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณมูลค่ามหาศาลอีกต่อไปก็สามารถสร้างสรรค์ผลงานต่าง ๆ ออกมาได้ รวมไปถึงช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเองก็มีความหลากหลายสามารถเข้าถึงได้ทุกระดับ ดังนั้นภาวะคุกคามจากผู้เข้าแข่งขันรายใหม่จึงสูง

4. การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

ภัยคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทนในอุตสาหกรรมบันเทิงนั้นค่อนข้างสูง เพราะผู้บริโภคมีตัวเลือกมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านบันเทิงไม่ว่าจะเป็น เกมออนไลน์ หนังสือหรือนิตยสาร พอดแคสต์ หนังสือเสียง และกิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นภาวะคุกคามของสินค้าทดแทนจึงสูง

5. การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม (Industry Rivalry)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมบันเทิงของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิมนั้น มีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้ชมมีตัวเลือกมากมายสำหรับการบริโภคเนื้อหา หรือมีช่องทางในการรับชมที่หลากหลาย อีกทั้งมีการรวมตัวกันทำให้บริษัทต่าง ๆ มีขนาดใหญ่และมีอำนาจต่อรองที่มากขึ้น ซึ่งทำให้ยากขึ้นสำหรับบริษัทขนาดเล็กในการแข่งขัน ดังนั้นอุตสาหกรรมบันเทิงของผู้ที่อยู่ในตลาดเดิม จะต้องปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ใหม่ ๆ สร้างเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดผู้ชมได้ และแสวงหาพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ