

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค

##### 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics)

ภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติมขององค์กรต่างๆ ซึ่งถ้าหากประเทศอยู่ในช่วงที่มีเศรษฐกิจดี องค์กร และบริษัทต่างๆ ก็จะมีการตัดสินใจในการลงทุนต่างๆ เพิ่มขึ้น ในทางกลับกันหากประเทศอยู่ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ หรือไม่มีความแน่นอน บริษัทต่างๆ ก็จะมีการชะลอ หรือยกเลิกการลงทุนในกิจกรรมออกไป ยกเว้นแต่กิจกรรมที่มีความจำเป็นหรือเป็นกิจกรรมที่สามารถทำกำไรให้กับองค์กร หรือบริษัทได้



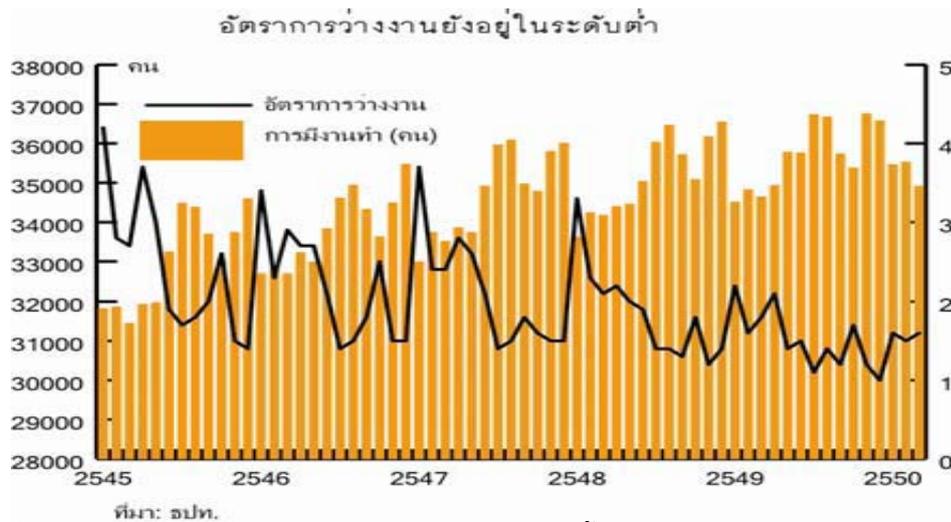
ภาพที่ 2.1 เศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกปี 2550

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากภาพที่ 2.1 รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2550 ของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ระดับ GDP ของประเทศยังอยู่ในระดับทรงตัว โดยมีมูลค่าใกล้เคียงกับปีก่อน ดังนั้น ในปี 2550 ภาพรวมเศรษฐกิจยังคงมีเสถียรภาพ อุปสงค์ในประเทศจะขยายตัวดีขึ้นโดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกปี 2550 มีขยายตัวร้อยละ 4.3 จะเป็นการส่งออกสินค้าและบริการ เป็นหลัก อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น และผลกระทบจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้กำลังซื้อที่แท้จริงและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นจากกลุ่มที่เคยใช้เวลาในวันหยุดกับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด หรือกลุ่มที่เคยชมภาพยนตร์ตามโรงภาพยนตร์ ก็เปลี่ยนมาเช่าภาพยนตร์จากร้านเช่าเพราะมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า อีกทั้งอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง

เรื่อยๆ และความชัดเจนทางการเมืองที่มีมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีการลงทุน และมีการขยายตัวของธุรกิจต่างๆ จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการให้เข้าภาพยนตร์ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามรัฐบาลควรเร่งแก้ปัญหาสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองที่ยังคงมีอยู่ อาทิ เหตุการณ์ไม่สงบใน 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานมีฝีมือ เป็นต้น

## 2. ปัจจัยด้านประชากร



ภาพที่ 2.2 อัตราการว่างงาน และการมีงานทำตั้งแต่ปี 2545 – ไตรมาส 2550  
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงทางประชากรย่อมนำไปสู่แนวโน้มของตลาดที่จะเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งคุณลักษณะอื่นของสังคมนั้น เช่น ศาสนา วัฒนธรรมและค่านิยม ซึ่งสร้างทั้งโอกาสและอุปสรรคให้แก่อุตสาหกรรม

จากภาพที่ 2.2 ในปี 2550 อัตราส่วนการมีงานทำของคนไทยมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งโครงสร้างประชากรศาสตร์ของประเทศไทยในปัจจุบัน มีอัตราส่วนของคนวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Movie Delivery (กลุ่มคนทำงานในย่านธุรกิจ) เพิ่มมากขึ้นกว่าประชากรวัยอื่น โดยช่วงวัยดังกล่าวเป็นช่วงที่มีรายได้จากการทำงาน และมีกำลังซื้อสูงกว่าช่วงวัยอื่น ขณะที่ Life Style ของคนเมืองที่มีแต่ความวุ่นวาย ปัญหาจราจรที่ติดขัด ทำให้มีเวลาว่างค่อนข้างน้อย คนทำงานจึงชอบใช้เวลาว่างทำกิจกรรมอยู่ที่บ้าน อาทิ การชมภาพยนตร์ในบ้าน อ่านหนังสือ หรือ เล่นอินเทอร์เน็ต มากกว่าการออกไปเที่ยวข้างนอก เพื่อการผ่อนคลายมากขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนแต่ส่งผลดีต่อการขยายตัวของธุรกิจบริการให้เข้าภาพยนตร์เป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจกิจกรรมการชมภาพยนตร์มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกทำกิจกรรมอีกหลายประเภททดแทนได้

### 3. ปัจจัยด้านสังคม และวัฒนธรรม (Socio-Cultural)

สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในภาวะชะลอตัว อีกทั้งราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คนไทยระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น การออกไปเที่ยวข้างนอก หรือ ไปพักผ่อนต่างจังหวัดมีน้อยลง เปลี่ยนเป็นการทำกิจกรรมเพื่อความบันเทิงภายในบ้านแทน อาทิ การเข้าห้างมาดูที่บ้าน อ่านหนังสือ การเล่นอินเทอร์เน็ต ฯลฯ

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมากเพราะมีความรวดเร็ว และสะดวกกว่าการสื่อสารแบบอื่น นอกจากนี้ยังทำให้เกิดภาพยนตร์ที่มีคุณภาพหลากหลายแนว ซึ่งนอกจากหนังในกระแสแล้วคนเริ่มให้ความสนใจหนังนอกกระแสเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะต้องการความแปลกใหม่ อีกทั้งวัฒนธรรมเกาหลีได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการกินอาหาร การแต่งกาย ฯลฯ จนทำให้เกิดกระแสเกาหลีฟีเวอร์ มีการนำเข้าหนังเกาหลี และ ซีรีส์เกาหลี ที่มาจากประเทศเกาหลีโดยตรงเป็นจำนวนมาก ซึ่งหนังเหล่านี้ส่วนใหญ่จะขายทางเวปไซด์ และเฉพาะบางร้านเท่านั้นบริการให้เช่ายังมีน้อย อีกทั้งการแข่งขันตัดราคากันระหว่างผู้ผลิตเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดี ทำให้ราคาของเครื่องเล่นมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดการผลิตภาพยนตร์ในรูปแบบวีซีดี ดีวีดี สำหรับคนที่ไม่ค่อยมีเวลาไปชมที่โรง หรือสำหรับคอบหนังที่ต้องการเก็บหนังที่ชอบ อีกทั้งยังทำให้อุตสาหกรรมบริการให้เช่าหนังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากซีดีละเมิดลิขสิทธิ์บ้าง แต่จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่ทำธุรกิจด้านนี้มานาน และ จากการ Pre-Survey โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview)<sup>1</sup> นั้น พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะเช่ามากกว่าซื้อแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์เพราะไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า และจะตัดสินใจเลือกซื้อของมีลิขสิทธิ์มากกว่าสำหรับการซื้อเพื่อเก็บสะสม

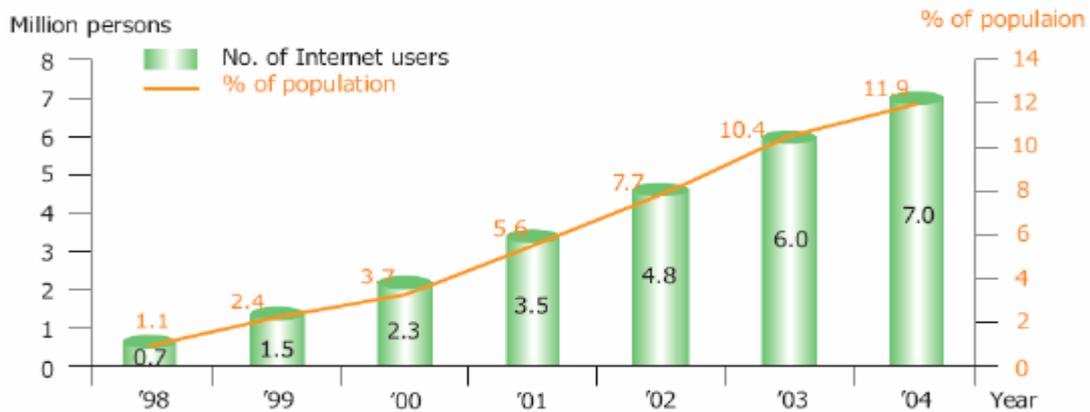
ขณะเดียวกันการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะรูปแบบการใช้ชีวิตของคนทำงานในกรุงเทพเป็นไปอย่างรีบเร่ง การเดินทางไปเช้า และคืนหนึ่งเป็นเรื่องที่ลำบาก และเสียเวลา ดังนั้นแม้ว่าผู้บริโภคจะต้องการเช่าหนังเพื่อผ่อนคลาย หรือเพื่อความบันเทิง แต่บริการในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด เพราะพวกเขายังคงแสวงหาความสะดวกในการเช่าหนัง ไม่ว่าจะเป็นการบริการส่งคืนถึงที่ และสามารถใช้บริการทุกที่ตลอด 24 ชม. หรือการสามารถเช่าหนังที่ต้องการดูได้ทุกแนวไม่จำกัดแต่เฉพาะหนังในกระแสเท่านั้น

### 4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการขยายตัวในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และมีการทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต

<sup>1</sup> คุราชละเอียดในภาคผนวก ง

เพิ่มมากขึ้น โดยในประเทศไทยธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้เข้ามา มีบทบาทในสังคมอย่างกว้างขวางและมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากผลสำรวจของสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) และสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) พบว่าในปี 2548 อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศมีอัตราเติบโตมูลค่าสูงถึง 4.2 แสนล้านบาท โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไอซีที อาทิ การสนับสนุนให้ประชาชนมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในราคาประหยัดใช้กันตามอาคารสำนักงาน สถานศึกษา และครัวเรือนมากขึ้น รวมถึงการมีโครงการขยายพื้นที่การให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาของ บจก. ไอดีซี (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยทางด้านไอที ประเมินว่าในปี 2548 ประเทศไทยจะมีมูลค่าการใช้จ่ายทางด้านไอทีประมาณ 124,400 ล้านบาท โดยมีการเติบโตประมาณร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับปีก่อน



ภาพที่ 2.3 แสดงถึงจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยระหว่างปี 1998-2004

ที่มา : Thailand ICT Indicators 2005, NECTEC

ASIA	Population (2006 Est.)	Internet Users, (Year 2000)	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	(%) Users in Asia	Use Growth (2000-2006)
China	1,306,724,067	22,500,000	123,000,000	9.40%	31.10%	446.70%
Hong Kong *	7,054,867	2,283,000	4,878,713	69.20%	1.20%	113.70%
India	1,112,225,812	5,000,000	60,000,000	5.40%	15.20%	1100.00%
Japan	128,389,000	47,080,000	86,300,000	67.20%	21.90%	83.30%
Korea, South	50,633,265	19,040,000	33,900,000	67.00%	8.60%	78.00%
Malaysia	27,392,442	3,700,000	11,016,000	40.20%	2.80%	197.70%
Philippines	85,712,221	2,000,000	7,820,000	9.10%	2.10%	291.00%
Singapore	3,601,745	1,200,000	2,421,000	67.20%	0.60%	101.80%
Taiwan	22,896,488	6,260,000	13,800,000	60.30%	3.50%	120.40%
<b>Thailand</b>	<b>66,527,571</b>	<b>2,300,000</b>	<b>8,420,000</b>	<b>12.70%</b>	<b>2.10%</b>	<b>266.10%</b>
Vietnam	83,944,402	200,000	10,711,000	12.80%	2.70%	5255.50%

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชีย

ที่มา : <http://www.internetworldstats.com> เมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2549

จากการสำรวจจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยพบว่า จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปี 2549 มีจำนวน 8.47 ล้านคน หรือ ประมาณ 12.7% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นประมาณ 19.63% เมื่อเทียบกับปี 2548 และมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากโครงการขนาดใหญ่ที่ภาครัฐได้กำหนดแผนไว้ โดยเฉพาะตลาดในกรุงเทพมหานคร ปี 2549 มีผู้ใช้งานเฉพาะอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประมาณ 1.77 ล้านคน หรือ เพิ่มขึ้นประมาณ 8% เมื่อเทียบกับปี 2548 อย่างไรก็ตามปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยรวมของประเทศเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในทวีปเอเชียยังคงมีสัดส่วนต่ำ (ประมาณ 12.7%) แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเจริญเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2543 – 2549 พบว่ามีอัตราการขยายตัวถึง 266.1%

ขณะเดียวกันจากเทคโนโลยีของสื่อในการบันทึกข้อมูลรูปแบบเดิมที่เป็นตลับเทปวิดีโอ (VHS) ซึ่งคุณภาพของภาพและเสียงยังไม่ดีเท่าที่ควร อีกทั้งการเก็บรักษาก็ยุ่งยากและอายุการใช้งานก็จำกัด ได้วิวัฒนาการมาเป็นแผ่น CD ทั้งประเภท VCD และ DVD ที่มีคุณภาพของภาพและเสียงสูงขึ้น ดูแลรักษาง่าย อายุการใช้งานยาวนานขึ้น และราคาต่ำกว่าตลับเทปวิดีโอ รวมถึงเครื่องเล่น (VCD, DVD player) ที่ราคาต่ำลง นอกจากนี้แผ่น VCD และ DVD ยังสามารถเล่นได้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย ซึ่งส่งผลให้ตลาดของวีซีดี และดีวีดี ขยายตัวขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากมูลค่าตลาด 3,500 ล้านบาทในปี พ.ศ.2544 เป็น 6,500 ล้านบาทในปี พ.ศ.2548 ด้วยปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์หรือบริการให้เช่าภาพยนตร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

## 5. ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal)

ในแง่กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่นโยบายของทางภาครัฐหันมาส่งเสริมให้ความคุ้มครองการละเมิดลิขสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ อย่างจริงจังมากขึ้น โดยการกำหนดให้สินค้าประเภทซีดีเป็นสินค้าควบคุม การออกมาตรการตั้งรางวัลนำจับและชี้เบาะแส รวมถึงการตั้งชุดปฏิบัติการปราบปรามสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์โดยมีกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) เป็นหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่โดยตรงต่อการปฏิบัติงานในคดีละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา ซึ่งได้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและประสานงานกับหน่วยงานต่างประเทศ เช่น IFPI แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่สามารถขจัดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เหล่านี้ให้หมดลงไปได้

จากรายงานของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.) เกี่ยวกับแหล่งที่มีการซื้อขายแผ่นโลหะผลิตลิขสิทธิ์กันมากในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้แก่ ห้างพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า คลองถม, ฮอลล์วีดีสตรีท ย่านราชเทวี, ศูนย์การค้าตะวันนา ย่านบางกะปิ, ห้างมาบุญครอง สามย่าน, บ้านหม้อสะพานเหล็ก, หลัง สน.ทุ่งสองห้อง และร้านเจ้แดง ย่านดอนเมือง ซึ่งแหล่งจำหน่ายต่างๆ เหล่านี้มีที่มาจากไม่กี่แห่ง โดยพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า – ตะวันนา คือจุดสำคัญ เพราะเป็นแหล่งพักสินค้าแหล่งใหญ่ที่สุด ก่อนจะส่งไปจุดต่างๆ

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่ทำธุรกิจด้านนี้มานาน และ จากการ Pre-Survey โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview)<sup>2</sup> นั้นพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะเข้ามามากกว่าซื้อแผ่นโลหะผลิตลิขสิทธิ์เพราะไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า และจะตัดสินใจเลือกซื้อของมีลิขสิทธิ์มากกว่าสำหรับการซื้อเพื่อเก็บสะสม นอกจากนี้ในปัจจุบันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้รูปแบบการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ดนตรี และภาพยนตร์ในรูปแบบของแผ่นซีดีอยู่ในภาวะที่รุนแรง แต่ในวันนี้สถานการณ์นี้เปลี่ยนไป เมื่อเทคโนโลยีในรูปแบบของดิจิทัลเริ่มเข้ามามีบทบาท ทำให้การละเมิดในรูปแบบของแผ่นซีดีลดปริมาณลงอย่างรวดเร็วและจะหายไปไม่ช้า แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจะหมดไป เป็นแค่การเปลี่ยนรูปแบบการละเมิดเท่านั้น โดยผู้ละเมิดหันไปใช้รูปแบบใหม่ๆ ทางกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.) จึงพยายามผลักดันการแก้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์เพื่อให้ครอบคลุมการละเมิดทางดิจิทัลด้วย ขณะนี้ขั้นตอนการแก้กฎหมายผ่านการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีแล้ว และอยู่ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา ซึ่งหากแก้ไขกฎหมายลิขสิทธิ์แล้ว จะทำให้ครอบคลุมถึงการละเมิดในรูปแบบใหม่ๆ ด้วย

ส่วนในด้านของกฎหมายเกี่ยวกับการค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้น ภาครัฐได้ร่างกฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การขยายความของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 ตามมาตรา 108 มาตรา 109 และมาตรา 272 และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 มาตรา 4 และมาตรา 27 อันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นรูปแบบหนึ่งของการพาณิชย์ที่ยอมรับและแพร่หลายอย่างกว้างขวางเพื่อช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ

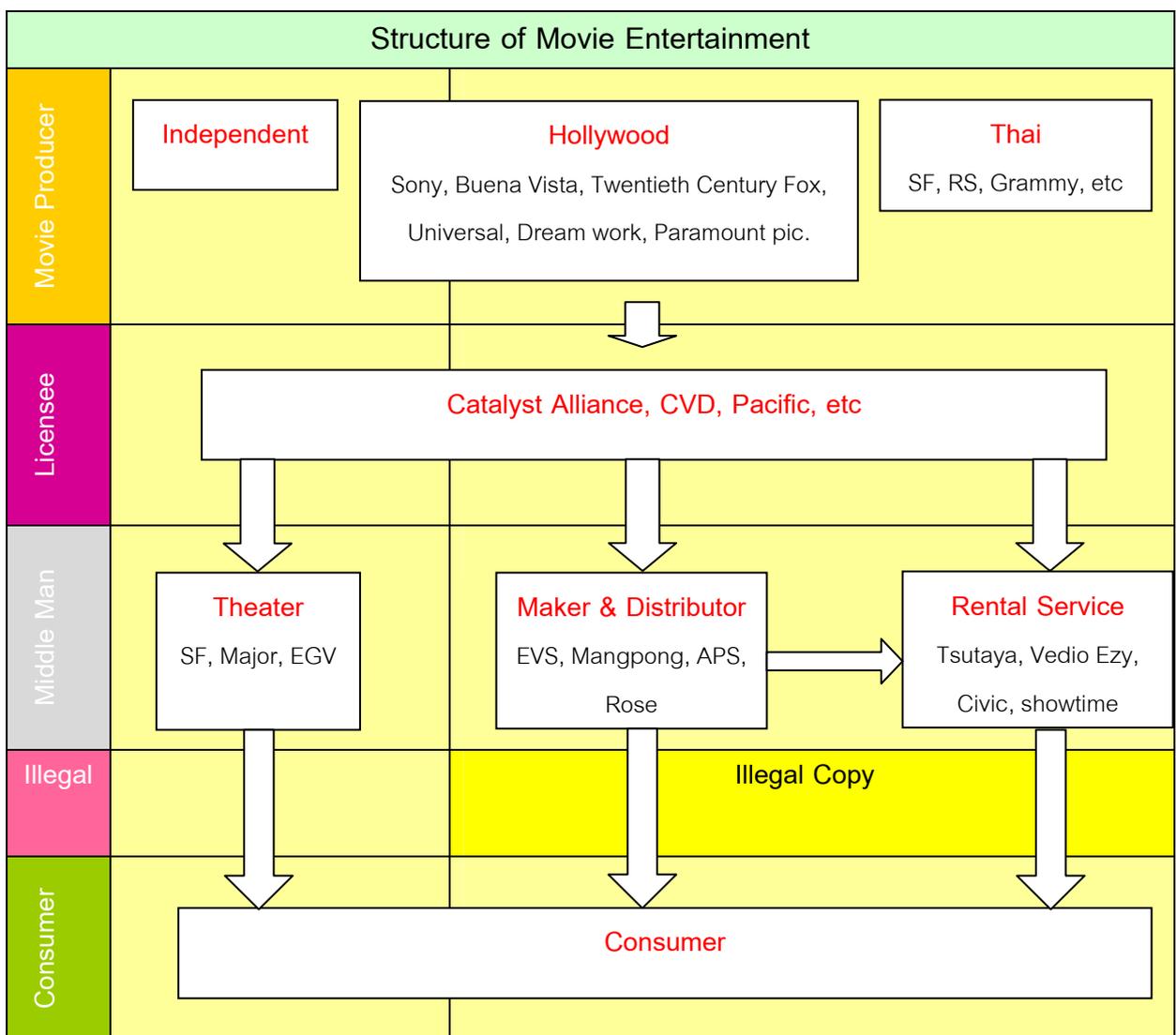
ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตจึงได้รับผลบวกจากกฎหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตามรัฐบาลจะต้องเข้มงวดและจริงจังกับการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย รวมถึงธุรกิจเช่าภาพยนตร์ มีการเจริญเติบโตต่อไป

<sup>2</sup> ดูรายละเอียดในภาคผนวก ง

## 2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจภาพยนตร์ในเมืองไทย

### โครงสร้างของธุรกิจภาพยนตร์ในเมืองไทย

จากการสำรวจข้อมูลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทยปัจจุบัน พบว่ามีหลายธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์จากต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรม ผู้ที่รับลิขสิทธิ์ภาพยนตร์จากผู้ผลิตเหล่านั้นมาดูแลผลประโยชน์ ผู้ที่ซื้อลิขสิทธิ์จากผู้รับสิทธิ์เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับผู้บริโภค และผู้บริโภค ซึ่งแต่ละธุรกิจมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นกลุ่มจึงจัดทำแผนผังแสดงโครงสร้างของธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันมากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ของไทย

ที่มา : จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลของ Movie Delivery

## เรื่องโครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทยในปี 2550

จากภาพที่ 2.4 โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ของไทย ประกอบด้วย

- 1. ผู้ผลิตภาพยนตร์ (Movie Producer)** ประกอบด้วยทีมงานเป็นจำนวนมาก อาทิ ผู้กำกับ ดารา นักแสดง ช่างภาพ มุมกล้อง ช่างแต่งกาย ฯลฯ ซึ่งในการผลิตภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องนั้น ใช้เงินลงทุนมาก ในส่วนของผู้ผลิตจากต่างประเทศเช่น Hollywood นั้น บางเรื่องใช้เงินลงทุนสูงกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ
  - Hollywood เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ซึ่งทำการตลาดทั่วโลก อาทิ Sony picture, Buena Vista, Twentieth Century Fox, Universal Studio, Dream Work, Paramount Picture โดยภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยนั้นมีมากกว่า 70%
  - Independent or Indy คือกลุ่มผู้ผลิตอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากกลุ่ม Hollywood มักภาพยนตร์ที่ไม่มีทำการโฆษณา ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงไม่รู้จักรัก เช่น Broth Film จากประเทศเยอรมัน และ Miramax จากประเทศแอฟริกาใต้ เป็นต้น
  - **ผู้ผลิตในประเทศไทย** ซึ่งบางกลุ่มยังทำธุรกิจอื่นประกอบที่เกี่ยวข้องกัน
    - ผู้ผลิตภาพยนตร์เพียงธุรกิจเดียว เช่น ไท เอ็นเตอร์เทนเมนท์
    - ผู้ที่ผลิตภาพยนตร์และทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ เช่น สหมงคลฟิล์ม ซึ่งทำธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเครือ เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ (SF Cinema City) หรือกลุ่มบริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) ซึ่งทำหน้าที่ดูแลลิขสิทธิ์จากผู้ผลิตภาพยนตร์อื่น และเป็นผู้ผลิตสื่อและจำหน่ายพร้อมกันด้วย
    - ผู้ผลิตภาพยนตร์และทำธุรกิจอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจภาพยนตร์ เช่น กลุ่มแกรมมี่ กลุ่มอาร์เอส ซึ่งธุรกิจหลักของ 2 บริษัทนี้ คือธุรกิจเพลง แต่เนื่องจากว่าดารานักร้องในประเทศไทย เป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ซึ่งการนำกลุ่มคนเหล่านี้มาแสดงเป็นดารานำในภาพยนตร์ ก็จะทำให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จด้วย
- 2. ผู้ดูแลลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ (Licensee)** คือผู้ที่ดูแลลิขสิทธิ์ต่างๆ เสมือนหนึ่งว่าเป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์นี้ เช่น
  - บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ถือหุ้นในบจก. แอปซิฟิค มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ กรุ๊ป และ บจก. เอ็ม พิกเจอร์ อยู่ร้อยละ 80
  - บมจ. BEC world (ช่อง 3) เป็นผู้ถือหุ้นหลักของบมจ. ซีวีดี เอ็นเตอร์เทนเมนท์

- บจก ยูไนเต็ด โฮม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมนี้เป็นรายแรกของประเทศไทย โดยมี บจก.อีวีเอส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ เป็นผู้ดูแลช่องทางการจัดจำหน่าย

3. คนกลางในการนำเสนอภาพยนตร์ต่อผู้บริโภค (Middle man) คือ ผู้ที่นำภาพยนตร์จาก Licensee ต่างๆ มานำเสนอต่อผู้บริโภค (Consumer) โดยตรง ซึ่งได้แบ่งธุรกิจส่วนนี้ออกเป็น 2 ส่วน โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค คือ ธุรกิจโรงภาพยนตร์ (Movie Theater) และธุรกิจภาพยนตร์ภายในบ้าน (Home Entertainment) เมื่อพิจารณาจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

- โรงภาพยนตร์ (Theater) นำเสนอภาพยนตร์โดยการขายตั๋วเข้าชมแก่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะเข้าชมตามตารางเวลาต่างๆ ที่ทางโรงภาพยนตร์ได้กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบันนี้โรงภาพยนตร์ชั้นนำต่างๆ ได้ชูจุดขายอื่นเพื่อเสริมให้ผู้บริโภค โดยมีกิจกรรมอื่นหลังจากชมภาพยนตร์ด้วย เพื่อเป็นการเสริมธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจออกกำลังกาย ธุรกิจโบว์ลิ่ง เป็นต้น

ในประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพและจังหวัดที่สำคัญนั้นมีผู้นำตลาด คือ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งให้บริการโรงภาพยนตร์ เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และโรงภาพยนตร์อีวีวี ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 70% และบริษัท สหมงคลฟิล์ม จำกัด ซึ่งให้บริการโรงภาพยนตร์ เอส เอฟ (SF) และโรงภาพยนตร์ เอสเอฟ เอ็กซ์ (SFX) รวมถึงโรงภาพยนตร์รายอื่นซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาด ประมาณ 30%

- ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (Maker & Distributor) คือผู้นำภาพยนตร์ต่างๆ นั้น มาผลิตเป็นสื่อรูปแบบต่างๆ เช่น VCD หรือ DVD ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทในเครือเดียวกับผู้ดูแลลิขสิทธิ์ภาพยนตร์หรือมีสายสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตภาพยนตร์ เช่น บริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) เป็นพันธมิตรทางการค้ากับ บริษัท สหมงคลฟิล์ม จำกัด และ บริษัท อาร์ เอส ฟิล์ม จำกัด (มหาชน) หรือ บริษัท อีวีเอส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นพันธมิตรกับ บริษัท แคททาลิสต์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

- ผู้ให้บริการเช่าภาพยนตร์ (Rental Service) คือ ผู้ที่นำภาพยนตร์จากผู้ดูแลลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ (Licensee) หรือ ผู้ผลิตต่างๆ มาให้บริการผู้บริโภคในรูปแบบการเช่า ซึ่งในอดีตนั้น ผู้ให้บริการประเภทนี้จะเป็นผู้ให้บริการอิสระในรูปแบบธุรกิจส่วนตัวเพื่อให้บริการกับผู้บริโภคในบริเวณใกล้เคียงแต่ปัจจุบันแพร่หลายด้วยระบบ

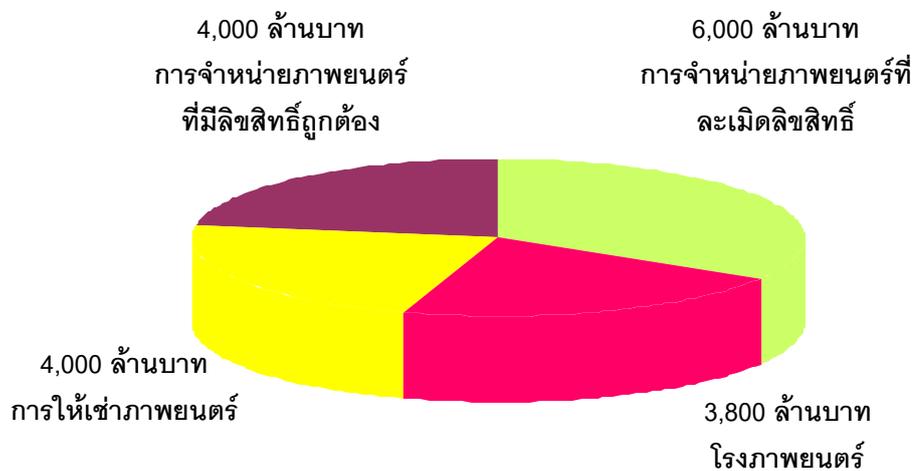
การตลาด และเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งจำนวนและชนิดภาพยนตร์ที่มากกว่า โดยลักษณะการลงทุนในส่วนของผู้ให้บริการนี้มีหลากหลายประเภท อาทิ

- การนำเฟรนดีไซส์ต่างประเทศเข้ามาโดยคนไทย เช่น Tsutaya, Blockbuster
- เฟรนดีไซส์ของคนไทยเอง เช่น นิวหนวดวีดีโอ ครอบครัวยั่งยืน
- การลงทุนโดยผู้ประกอบการอิสระรายเล็กทั่วไป

4. **ผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ (Illegal Right)** คือ กลุ่มที่บันทึกภาพยนตร์โดยไม่ได้ทำการจัดซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องแล้วนำมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในราคาต่ำกว่าภาพยนตร์ที่ถูกลิขสิทธิ์ โดยผู้ละเมิดลิขสิทธิ์นั้น มีกระบวนการในการลักลอบบันทึก โดยแบ่งได้ตามช่องทางคนกลาง (Middle man) ดังนี้

- ลักลอบบันทึกภาพยนตร์ในขณะที่ภาพยนตร์นั้นเริ่มฉายที่โรงภาพยนตร์ หรือห้องชม เพื่อให้สามารถมีภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ออกจำหน่ายให้ทันต่อการไปชมภาพยนตร์ใหม่ จะมีความคมชัดของภาพ และเสียงน้อยมาก
- ลักลอบบันทึกจากการซื้อหรือเช่าภาพยนตร์ลิขสิทธิ์ มาทำการ Copy ภาพยนตร์เรื่อนั้นลงใน VCD หรือ DVD เปล่า

#### มูลค่าตลาดและประเภทของธุรกิจภาพยนตร์



ภาพที่ 2.5 มูลค่าตลาดของธุรกิจภาพยนตร์ปี พ.ศ. 2548 (ล้านบาท)

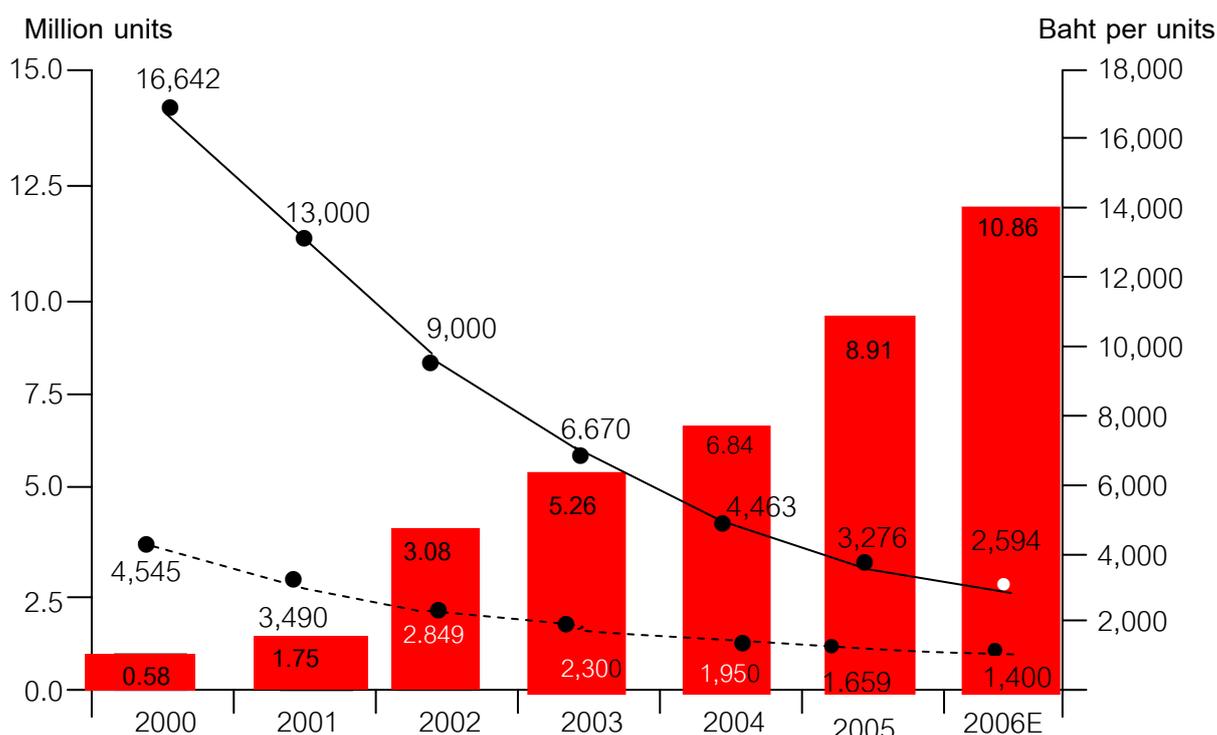
ที่มา : ตูรายละเอียดในภาคผนวก ข

ธุรกิจความบันเทิงด้านภาพยนตร์ในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) ธุรกิจภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงภายนอกบ้าน ได้แก่ ธุรกิจโรงภาพยนตร์ ซึ่งมีมูลค่าตลาดประมาณ 3,800 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2548 ลักษณะของธุรกิจโรงภาพยนตร์นั้นถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งชั้นน้อยราย ด้วยจำนวนผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดเพียง 2 ราย คือ

- เครือ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ (Major Cineplex) ซึ่งควบรวมกิจการกับเครือ อีจีวี (EGV) ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2547 ปัจจุบันมีสาขารวมทั้งสิ้น 32 สาขา แบ่งเป็นโรงภาพยนตร์ในเครือ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ 21สาขา รวม 162 โรง และโรงภาพยนตร์ในเครือ อีจีวี 11 สาขา รวม 96 โรง
- เครือ เอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ (SF Cinema City) ปัจจุบันโรงภาพยนตร์ในเครือ เอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ มีสาขา รวม 11 สาขา ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล และอีกหนึ่งสาขาที่พัทยารวม 57 โรง

นอกจากเครือโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่แล้วยังมีเครือโรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก อย่างเช่น เครือ เอเพ็กซ์ (Apex) ซึ่งประกอบด้วยโรงภาพยนตร์สยาม โรงภาพยนตร์ลิโด และโรงภาพยนตร์สกาลา ซึ่งอยู่ในบริเวณสยามสแควร์ ทั้งหมด กับเครือ เมเจอร์ ฮอลลีวูด (Major Hollywood) มี 2 สาขา ที่สุขสวัสดิ์ และแจ้งวัฒนะ เป็นต้น และโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการรายย่อยภายในท้องถิ่นตามต่างจังหวัด รวมทั้งยังมีโรงภาพยนตร์ที่เปิดให้บริการกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น โรงภาพยนตร์ House ย่าน RCA



 No. of VCD/DVD players      ————— Price of DVD players  
 --●-- Price of VCD players

ภาพที่ 2.6 จำนวนและราคาเครื่องเล่นวีซีดีและเครื่องเล่นดีวีดี ปี พ.ศ.2543 – 2550 (ประมาณการ)

Source : GFK Marketing Service Thailand and Electrical Appliance Producers

ที่มา : รายงานประจำปี 2549 ของบริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน)

- 2) ธุรกิจภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงภายในบ้าน ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายหรือบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่อยู่ในรูปแบบของตลับเทปวีดีโอ แผ่นวีซีดี หรือแผ่นดีวีดี ที่ผ่านมาตลาดภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงภายในบ้านมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดวีซีดีและดีวีดีที่มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 8,000 ล้านบาทในปี พ.ศ.2549 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณ 14.3% สำหรับตลาดจำหน่ายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4,000 ล้านบาท ส่วนตลาดเช่าคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4,000 ล้านบาท และยังมีโอกาสเติบโตเพราะเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างน้อย อันเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น ความบันเทิงภายในบ้านจากการดูภาพยนตร์ยังมีราคาที่ถูกกว่านอกบ้าน การลดราคาของแผ่นวีซีดีและเครื่องเล่นดีวีดีที่ปรับตัวลดลง เนื่องจากเทคโนโลยีของสื่อที่เปลี่ยนแปลงจากตลับเทปวีดีโอมาเป็นแผ่นวีซีดี และแผ่น ดีวีดีประกอบกับมีผู้ผลิตเครื่องเล่นออกมาจำหน่ายแข่งขันกันหลายรายทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนของเครื่องเล่นวีซีดีและเครื่องเล่นดีวีดีที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2543-2550(ประมาณการ) อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงภายในบ้านทั้งแบบจำหน่ายและบริการให้เช่าจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้
1. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องโดยจำหน่ายสินค้าซึ่งนำมาจากบริษัทผู้ถือลิขสิทธิ์เพื่อการจำหน่ายและ/หรือการให้เช่า ซึ่งในปัจจุบันมีบริษัทที่ถือลิขสิทธิ์อยู่หลายราย อาทิ
    - บริษัท ซีวีดี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์การจำหน่ายจากค่ายภาพยนตร์ชั้นนำของฮอลลีวูดในเครือเมเจอร์กรุ๊ป ได้แก่ Sony Picture Home Entertainment, Buena Vista Entertainment, Twentieth Century Fox Home Entertainment และ MGM/UA Home Entertainment และภาพยนตร์จีนจาก HK TVB ของฮ่องกง
    - บริษัท แคททาลิสท์ อัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด มนเครื่อ ยูไนเต็ด โฮมเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ด้รัยลิขสิทธิ์ในปี พ.ศ.2548 ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายจากค่ายภาพยนตร์ชั้นนำของฮอลลีวูด ได้แก่ Warner, Universal และ Dreamworks

- บริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์เพื่อการจำหน่ายและให้เช่า โดยจัดหาจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการซื้อลิขสิทธิ์จากงานเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ แล้วนำมาผลิตเป็นภาพยนตร์ในรูปแบบวีซีดีและดีวีดีภายใต้ตราสินค้า “แมงป่อง”
- บริษัท เจ-บิคส์ พิล์ม จำกัด เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์จากบริษัท สหมงคลฟิล์ม จำกัด และบริษัท มงคลเมเจอร์ จำกัด ในการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 จึงได้รับลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นจาก บริษัท เมเจอร์ซีเนติกส์เจอร์ จำกัด และบริษัท บ็อกซ์ ออฟฟิศ จำกัด
- บริษัท ไรท์ บิยอนด์ จำกัด เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์เพื่อการจำหน่ายจากบริษัทภาพยนตร์ชั้นนำระดับโลกเช่น New Line Cinema Releasing, Lion Gate Entertainment, Summit Entertainment เป็นต้น และจากบริษัทภาพยนตร์ในเอเชีย เช่น China Star, Mandarin Films, Golden Town Films เป็นต้น
- บริษัท อีวีเอส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ถือลิขสิทธิ์เพื่อการจำหน่ายภาพยนตร์ฮ็อกกิงจากบริษัท สหมงคลฟิล์มอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และภาพยนตร์อินเดียจากบริษัท กู๊ดวิลล์ เทรตเตอร์ จำกัด

สำหรับธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องนั้น บางบริษัทได้จัดตั้งร้านค้าปลีกจำหน่ายต่อผู้บริโภคโดยตรงด้วยตัวอย่าง เช่น ร้านแมงป่อง ของบริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) ที่มีสาขาและจุดขายอยู่เป็นจำนวนมากกว่า 300 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนี้ก็ยังมีร้านค้าปลีกจำหน่าย VCD หรือ DVD อิสระทั่วไปกระจายตามแหล่งต่างๆ รวมถึงร้านที่จำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตด้วยตัวอย่างเช่น Mono2u หรือ AmornMovie

## 2. ธุรกิจบริการให้เช่าสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง ประกอบด้วย

### 2.1 กลุ่มร้านเช่าแบบ Chain Store แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

Chain Store ที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ซึ่งเป็นความร่วมมือลงทุนกันระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศที่เป็นเจ้าของสิทธิ์แฟรนไชส์หรือผู้ประกอบการคนไทยซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์จากต่างประเทศ ตัวอย่าง เช่น

- บล็อกบัสเตอร์ (Blockbuster) เป็นแฟรนไชส์จากประเทศสหรัฐอเมริกา
- ซีทาญา (Tsutaya) เป็นแฟรนไชส์จากประเทศญี่ปุ่น
- วิดีโอ อีซี (Video Ezy) เป็นแฟรนไชส์จากประเทศออสเตรเลีย
- ซีวิก วิดีโอ (Civic Video) เป็นแฟรนไชส์จากประเทศออสเตรเลีย

Chain Store ที่เป็นแฟรนไชส์ของผู้ประกอบการคนไทย ตัวอย่างเช่น นิพนธ์ วิดีโอ ซีเอ็มวิดีโอ มูฟวี่พลัส วิดีโอเน็ตเวิร์ค ครอบครัวยั่งยืน เป็นต้น

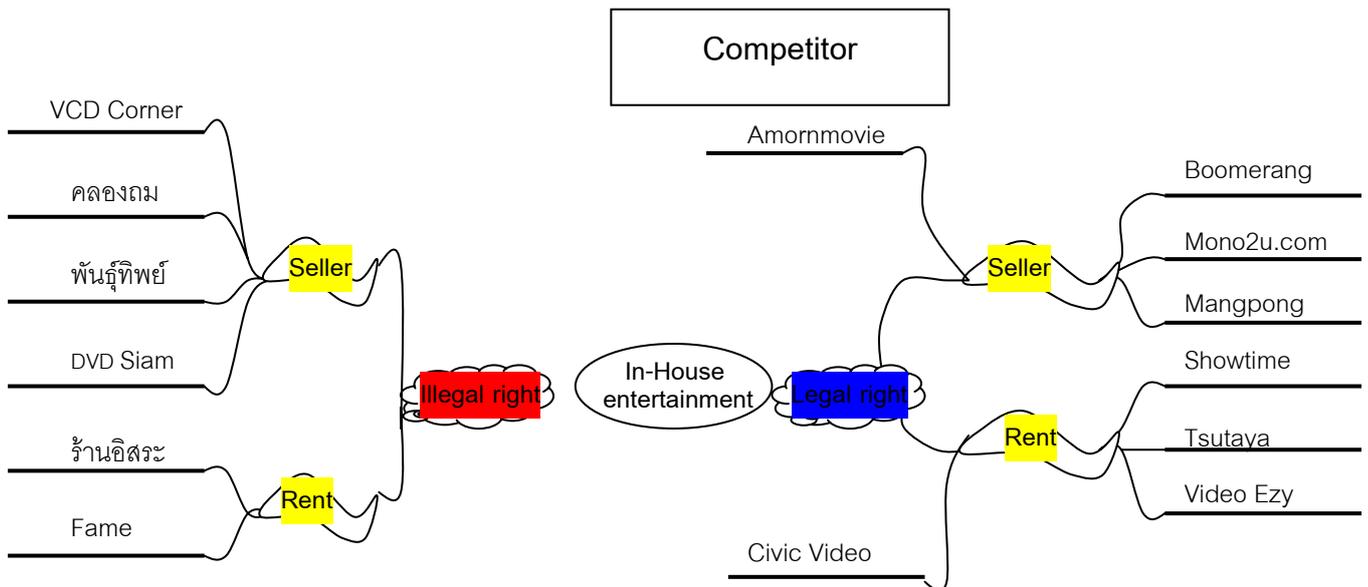
2.2 กลุ่มร้านเช่าอิสระเป็นธุรกิจส่วนตัวของคนในบริเวณที่ตั้งร้านอิสระเหล่านั้นซึ่งมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากการขยายจำนวนร้านของ Chain Store ซึ่งมีคุณภาพและการยอมรับของกลุ่มลูกค้าสูงกว่า

3. ธุรกิจจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งมีทั้งแบบมีหน้าร้าน และบนอินเทอร์เน็ต

ตลาดจำหน่ายสินค้าวีซีดีและดีวีดีภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยนั้น ถือว่ามีขนาดค่อนข้างใหญ่โดยมีมูลค่าตลาดสูงถึงประมาณ 4,000 ล้านบาท และสามารถพบได้ตามสถานที่ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นตามแหล่งใจกลางธุรกิจ หรือแหล่งที่อยู่อาศัย หรือแม้กระทั่งห้างสรรพสินค้า โดยแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ คือ คลองถม ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ศูนย์การค้าตะวันนาในย่านบางกะปิ และเนื่องจากสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นั้น มีราคาต่ำกว่ามากโดยที่คุณภาพของสินค้าไม่ได้แตกต่างกับสินค้าลิขสิทธิ์มากนัก ดังนั้นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์จึงถือว่าเป็นคู่แข่งรายหนึ่งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงภายในบ้าน

การวิเคราะห์คู่แข่งทางธุรกิจ

บริษัทได้ทำการสำรวจ และรวบรวมข้อมูลคู่แข่งในธุรกิจการให้บริการภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงในบ้านซึ่งมีสินค้าทั้งรูปแบบ DVD และ VCD นั้น สามารถแสดงออกมาในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกันดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 คู่แข่งทางธุรกิจ

ที่มา : จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลของ Movie Delivery เรื่องคู่แข่งธุรกิจการให้บริการภาพยนตร์ในปี 2550

จากแผนภาพที่ 2.7 คู่แข่งทางธุรกิจจะมีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ประเด็นทางกฎหมาย โดยในธุรกิจการให้บริการภาพยนตร์นี้ มีทั้งสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และ ถูกลิขสิทธิ์
2. ลักษณะทางการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งมีทั้งธุรกิจให้เช่าและธุรกิจจัดจำหน่าย ดังนั้น จึงสามารถแบ่งคู่แข่ง ตามลักษณะที่กล่าวข้างต้นได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้
  1. ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์
  2. ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์
  3. ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์
  4. ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์

### ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ (Legal Right-Rent)

ปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตเปิดให้บริการ ดังนั้นจึงไม่มีคู่แข่งทางตรงที่ชัดเจน มีเพียงธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ ถูกต้องที่เปิดให้บริการผ่านหน้าร้านเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Chain Store ที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ และของผู้ประกอบการคนไทย และกลุ่มร้านเช่าอิสระ

กลุ่ม Chain Store ที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศเป็นกลุ่มที่มีบทบาทในตลาดมากที่สุด เนื่องจากความได้เปรียบดังนี้

1. สำหรับเจ้าของแฟรนไชส์ (Franchiser) : มีความได้เปรียบในด้านของอำนาจการต่อรองการซื้อภาพยนตร์จาก Licensee เนื่องจากการซื้อภาพยนตร์ของ franchiser นั้น เป็นการซื้อในปริมาณสูง จึงสามารถซื้อภาพยนตร์ได้ในราคาถูก โดยปริมาณสินค้าที่ซื้อมา จะนำไปกระจายต่อให้กับ franchisee
2. สำหรับผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) : จะมีความได้เปรียบในด้านการทำการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด เนื่องจาก การทำตลาดทำโดย Franchiser โดย Franchisee จะต้องตกแต่งร้านให้มีความสอดคล้องกับร้านที่ร่วม Franchise ซึ่งจะทำให้เกิดมาตรฐานในการดำเนินงาน และลูกค้าเกิดความยอมรับในคุณภาพและบริการสูงกว่ากลุ่มร้านเช่าอิสระทั่วไป

ดังนั้น จึงขอยกตัวอย่างกลุ่ม Chain Store นำมาวิเคราะห์ 4 ราย ได้แก่

ซีทาจุก้า (Tsutaya)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ซีทาจุก้ากำเนิดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2528ภายใต้การบริหารงานของบริษัท คัลเจอร์ คอนวีเนียน คลับ จำกัด มหาชน) (ในตลาดหุ้นนิคเคอิของญี่ปุ่น) (Culture Convenience Club : CC) ซีทาจุก้าเปิดตัวเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยในปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทซีทาจุก้า (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท คัลเจอร์ คอนวีเนียน คลับ จำกัด (มหาชน) โดยมีนายวันดี พละพงศ์พานิช เป็นผู้นำแนวคิดแฟรนไชส์ซีทาจุก้ามาจากประเทศญี่ปุ่น</li> </ul>
สถานที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ซีทาจุก้า มีสาขาเปิดบริการมากกว่า 259 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งแบ่งได้เป็นสาขาของMovie Delivery 10% และเป็นสาขาแฟรนไชส์ 90%</li> </ul>
สินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ให้เช่า VCD, DVD โดยคิดอัตราค่าบริการ VCD เรื่องละ 30 บาท ส่วน DVD เรื่องละ 40 บาท รวมทั้งขาย VCD, DVD และสินค้าพรีเมียมดีวีดีเฉพาะของซีทาจุก้า</li> </ul>

ที่มา : บริษัท ซีทาจุก้า (ประเทศไทย) จำกัด และผู้จัดการรายสัปดาห์ 6 มีนาคม 2549

วิดีโอ อีซี่ (Video Ezy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วิดีโอ อีซี่ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2526 ที่ประเทศออสเตรเลีย หลังจากที่ได้มองเห็นช่องว่างในอุตสาหกรรมความบันเทิงของออสเตรเลีย ต่อมาในปี พ.ศ.2541 ผู้คร่ำหวอดในธุรกิจบันเทิงและออสเตรเลียรวมตัวกัน ซึ่งก็ได้รับการแต่งตั้งจาก Video Ezy (Australia &amp; New Zealand) ให้เป็นมาสเตอร์แฟรนไชส์ (Master Franchise) โดยได้สิทธิ์เริ่มขายแฟรนไชส์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2542</li> </ul>
สถานที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วิดีโอ อีซี่ มีสาขาเปิดบริการไม่ต่ำกว่า 160 สาขา ซึ่งเป็นสาขาสาขาแฟรนไชส์ทั้งหมด โดยมีสาขาของบริษัทเพียงแห่งเดียวที่สุทธีสาร</li> </ul>
สินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ให้เช่า VCD, DVD โดยคิดอัตราค่าบริการ VCD และ</li> </ul>

	DVD เรื่องละ 30 บาท และบริการเสริมภายใต้คอนเซ็ปต์ อีซีวีทีแอล เช่น ขายบัตรโทรทัศน์เติมเงิน และขายชั่วโมง อินเทอร์เน็ต ขายเกมแร็กนาร์็อก การติดตั้งตู้เอทีเอ็มหน้าร้าน
ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เน้นการเปิดแฟรนไชส์ในต่างจังหวัดมากขึ้น เฉพาะตลาดที่มีศักยภาพและเป็นหัวเมืองใหญ่ เนื่องจากว่าตลาดยังมีความต้องการอีกมาก ในขณะที่ศูนย์ที่มีอยู่นั้นก็ยังไม่เพียงพออีกทั้งยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร</li> </ul>

ที่มา : บริษัท วิดีโอ อีซีวีที (ประเทศไทย) จำกัด และผู้จัดการรายสัปดาห์ 5 มกราคม 2549

ซีวีค วิดีโอ (Civic Video)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ซีวีค วิดีโอ เป็นแฟรนไชส์ศูนย์เช่ารายใหญ่รายหนึ่งของออสเตรเลีย ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2528 ที่ประเทศออสเตรเลีย เป็นธุรกิจแบบครอบครัว มีสาขาในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์รวมกันมากกว่า 400 สาขา และประเทศไทยถือเป็นตลาดแรกที่เข้ามาขยายกิจการนอกเหนือจากทวีปออสเตรเลีย โดยมีนายวีระศักดิ์ สีบุญเรือง กรรมการบริหาร บริษัท ไอซี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และอดีตผู้บริหารของวิดีโออีซีวีที เป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์ร้านซีวีค วิดีโอ จากประเทศออสเตรเลียเข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย เมื่อเดือนกรกฎาคมปี พ.ศ. 2548 โดยเป็นมาสเตอร์แฟรนไชส์ (Master Franchise) ระยะเวลาสัญญาถาวร 15 ปี</li> </ul>
สถานที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ซีวีค วิดีโอ มีสาขาเปิดบริการประมาณ 15 สาขา ซึ่งเป็นสาขาแฟรนไชส์ทั้งหมด</li> </ul>
สินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ให้เช่า VCD, DVD นอกจากนั้นยังมีบริการอื่นในร้าน เช่น เครื่องดื่มของค้ายัดัก และไอศกรีมของค่ายวอลล์ รวมทั้งขนมขบเคี้ยววางจำหน่ายด้วย แต่ไม่ได้เน้นมาก</li> </ul>
ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตั้งเป้าหมายเปิดสาขาให้ครบ 100 แห่ง ภายใน 5 ปี</li> </ul>

ที่มา : ผู้จัดการรายวัน 9 พฤศจิกายน 2548 ผู้จัดการรายวัน 5 มกราคม 2549

## ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ (Legal Right-Seller)

ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ในประเทศไทย มีทั้งจำหน่ายสินค้าผ่านหน้าร้าน และผ่านอินเทอร์เน็ต หรือจำหน่ายผ่านทั้งสองทาง อาทิ

บูมเมอแรง	บูมเมอแรง เป็นธุรกิจของบริษัท ดิจิตอล บูมเมอแรง จำกัด จำหน่ายสื่อบันเทิงที่มีลิขสิทธิ์จากผู้แทนจำหน่ายหลายราย อาทิ ภาพยนตร์ไทย และต่างประเทศ คอนเสิร์ต คาราโอเกะ เพลง ฯลฯ
ช่องทางการจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ่านหน้าร้านที่กระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าในแหล่งชุมชนสำคัญของกรุงเทพมหานครและหาดีใหญ่ทั้งหมด 14 สาขา เป็นหลัก</li> <li>● ผ่านเว็บไซต์ <a href="http://www.boomerang.co.th">www.boomerang.co.th</a> ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการได้ นอกจากนี้ยังมีข่าวสารแนะนำสินค้าออกใหม่และอันดับสินค้าขายดีให้ลูกค้าทราบอีกด้วย อีกทั้งให้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ซึ่งลูกค้าจะต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกก่อน นอกจากนี้ลูกค้ายังจะได้รับข่าวสาร Update เกี่ยวกับ DVD ออกใหม่ และระบบ Customer Service ที่จะช่วยให้ลูกค้าใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างสะดวกสบาย</li> </ul>

แมงป่อง	ดำเนินงานโดย บริษัท แมงป่อง จำกัด (มหาชน) จำหน่ายสื่อบันเทิงหลากหลายรูปแบบ อาทิ ภาพยนตร์ไทย และต่างประเทศ คอนเสิร์ต คาราโอเกะ เพลง ฯลฯ ภายใต้ตราสินค้า “แมงป่อง” ที่บริษัทได้ซื้อลิขสิทธิ์จากผู้แทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศเพื่อมาผลิตและจัดจำหน่าย และจากผู้แทนจำหน่ายรายอื่น
ช่องทางการจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ่านหน้าร้าน และ แพรนไซส์ ที่กระจายอยู่ตามห้างสรรพสินค้าในแหล่งชุมชนสำคัญและพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดทั้งหมด 144 สาขา เป็นหลัก</li> <li>● ผ่านเว็บไซต์ <a href="http://www.mangpong.co.th">www.mangpong.co.th</a> โดยสมาชิกสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ตลอดจนสามารถ update ข่าวสารภาพยนตร์และเพลงออกใหม่ กิจกรรมพิเศษต่างๆ อีกด้วย</li> </ul>

AmornMovie	AmornMovie เป็นเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ประเภทสื่อบันเทิง ในรูปแบบ CD VCD และ DVD ได้แก่ การ์ตูน เพลงไทย เพลงสากล คอนเสิร์ต ทอล์คโชว์ สารคดี หนังสือ หนังสือนิยาย หนังสือฝรั่ง หนังสือเกาหลี หนังสือไทย ซีรี่ย์ ฯลฯ
ช่องทางการจำหน่าย	ผ่านเว็บไซต์ <a href="http://www.amornmovie.com">www.amornmovie.com</a> โดยสมัครเป็นสมาชิกก่อน

### ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ (Illegal Right-Seller)

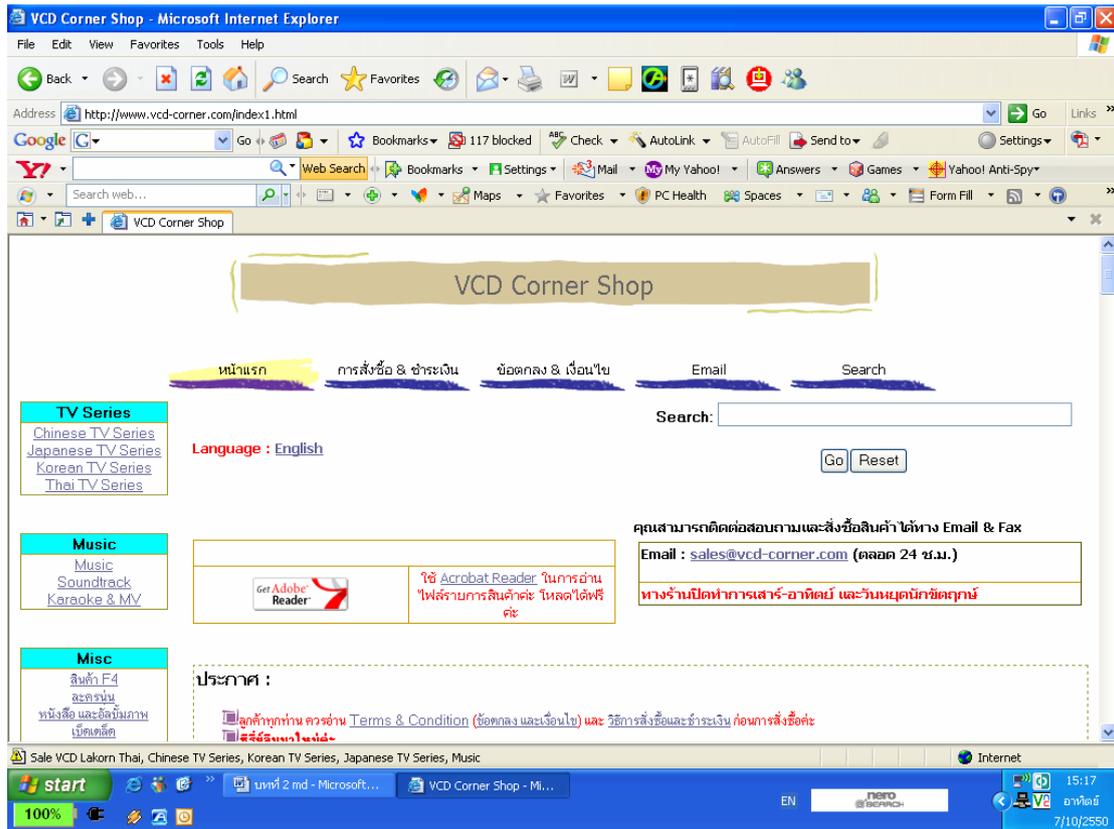
ธุรกิจจำหน่ายภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทย มีทั้งแบบที่จำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้านและผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นแบบจำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน แหล่งจำหน่ายสำคัญในกรุงเทพมหานครที่ทางภาครัฐกำหนดเป็นพื้นที่การแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น คลองถม ห้างพันธุ์ทิพย์พลาซ่า ถนนข้าวสาร พัฒน์พงษ์ สีลม สุขุมวิท สะพานเหล็ก บ้านหม้อ ห้างมาบุญครอง ห้างฟอร์จูน ตลาดใหม่ดอนเมือง ตะวันนา ห้างเซียร์รังสิต ส่วนแหล่งจำหน่ายสำคัญในต่างจังหวัด เช่น ไนท์บาซาร์เชียงใหม่ หาดป่าตองที่ภูเก็ต หาดเฉวงที่เกาะสมุย หาดพัทยาที่ชลบุรี ตลาดสันติสุข ตลาดกิมหยงที่หาดใหญ่

โดยมีราคาจำหน่ายแผ่น VCD ตั้งแต่แผ่นละ 40 บาท ขึ้นไป สำหรับ DVD ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดมีราคาจำหน่ายตั้งแต่แผ่นละ 100 บาทขึ้นไป และ CD เพลง MP3 ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล โดยมีราคาจำหน่ายแผ่นละ 100 บาท

ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการซื้อขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ อาทิ

VCD Corner	รูปแบบสินค้าและ ราคา (ไม่รวมค่าส่งทางไปรษณีย์)	ช่องทางการจำหน่าย
เป็นเว็บไซต์ที่จำหน่ายสื่อบันเทิงในรูปแบบ CD และ VCD ซึ่งเป็นสินค้ารวมทั้งหนังสืออัลบั้มภาพดารารายชื่อเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- VCD ตั้งแต่แผ่นละ 50 บาท ขึ้นไป</li> <li>- DVD ราคาจำหน่ายตั้งแต่แผ่นละ 100 บาทขึ้นไป</li> <li>- TV ซีรีส์ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี และไทย ในรูปแบบ VCD ซึ่งราคาเริ่มต้นชุดละ 800 บาท ขึ้นไป</li> <li>- เพลง Soundtrack ภาพยนตร์ คาราโอเกะและมิวสิควิดีโอจากศิลปินต่างประเทศในรูปแบบ CD และ VCD</li> </ul>	ผ่าน <a href="http://www.vcd-corner.com">www.vcd-corner.com</a> , โดยไม่ต้องเป็นสมาชิกก่อนสามารถสั่งซื้อผ่านทางอีเมลได้เลย โดยแจ้งรายละเอียดของสินค้า จำนวน ชื่อและที่อยู่แล้วชำระเงินค่าสินค้า และค่าส่งโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

	<p>ราคาเริ่มต้นแผ่นละ 150 บาทขึ้นไป</p> <p>- หนังสือและอัลบั้ม เป็นหนังสือรวมภาพ และสมุดบันทึกที่มีภาพดาราส่องกง โดยมีราคาเริ่มต้นเล่มละ 200 บาทขึ้นไป</p>	
--	--	--



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างเว็บไซต์ของ VCD Corner

### ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ (Illegal Right-Rent)

ธุรกิจที่ให้บริการเช่าภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์นั้นมีเฉพาะส่วนที่ให้บริการเช่าผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น ยังไม่มีการบริการออนไลน์ เช่น เฟม วิดีโอ ที่มีบริการภาพยนตร์ทั้ง mainstream Movie และ Indy Movie หรือร้านอิสระ เนื่องจากต้องการลดต้นทุนในการซื้อภาพยนตร์จากผู้ถือลิขสิทธิ์ (License) หรือจงใจละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อหวังผลกำไรเพิ่มขึ้นก็ตาม

เฟรม วิดีโอ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เป็นร้านให้เช่าภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์โดยมีสาขาทั้งหมด 2 สาขา คือ ท่าพระจันทร์ บริเวณใกล้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และบริเวณท่าเรือคลองสาน ซึ่งสมาชิกสามารถสั่งจอง หรือ สอบถามรายละเอียดสินค้าทางโทรศัพท์ได้ และเนื่องจากเป็นการให้บริการอย่างผิดกฎหมาย จึงไม่ได้มีการตกแต่งบรรยากาศภายในร้านให้สวยงาม หรือมีบรรยากาศที่ประทับใจต่อลูกค้า</li> </ul>
สินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ ดังนั้นจึงใช้แผ่น VCD หรือ DVD ที่มีราคาถูกซึ่งสามารถหาซื้อได้ทั่วไปในกานบ้านที่ภาพยนตร์</li> <li>● เฟรม วิดีโอ เน้นให้บริการหนัง Non Main Stream หรือ Indy ซึ่งมีร้านให้บริการอยู่ไม่มากนัก และ หนัง Main Stream แต่มีจำนวนไม่มาก เท่าร้านเช่าทั่วไป</li> <li>● เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการลูกค้ากลุ่มย่อยและหาสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของตนเองได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น อัตราค่าเช่าของร้าน เฟรม วิดีโอ จึงมีราคาสูงกว่าร้านทั่วไป คือ เรื่องละ 40 บาท</li> </ul>

ร้านอิสระ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์อยู่ริมถนนหรือภายในซอยตามแหล่งชุมชน และหมู่บ้าน และมีขนาดร้านค่อนข้างเล็ก</li> </ul>
สินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ให้เช่า VCD และ DVD ภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์ในราคาเรื่องละ 30บาท และบางร้านมีภาพยนตร์ละเมิดลิขสิทธิ์ให้บริการด้วย</li> </ul>

#### การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของคู่แข่ง

ประเภทคู่แข่ง	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ที่มีลิขสิทธิ์	<p>ระบบเฟรนดีไซส์</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีเงินลงทุนสูง</li> <li>2. มีต้นทุนในการจัดซื้อสินค้าเข้าขายในร้านถูกกว่าร้านอิสระเนื่องจากได้รับ</li> </ol>	<p>ระบบเฟรนดีไซส์</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ต้องจัดซื้อหนังตามค่าย จัดโปรโมชัน และกิจกรรมทางการตลาดตามนโยบาย Movie</li> </ol>

	<p>ส่วนลดจากการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากให้กับร้านสาขาอีกทั้งเจ้าของเฟรนด์ไชส์มีธุรกิจเครือข่าย และมีพันธมิตรที่เชื่อถือ</p> <p>3. ลูกค้านำบางส่วนให้ความเชื่อถือใน Brand ของสินค้ามากกว่าร้านทั่วไป</p> <p>4. สามารถเข้าถึง และให้บริการลูกค้าได้มากกว่าร้านเช่าอิสระ เนื่องจากมีร้านเป็นจำนวนมาก</p> <p>5. มีการทำการตลาดอย่างจริงจังจึงสามารถตอบสนองของความต้องการลูกค้าได้อย่างตรงจุด</p> <p><u>ร้านอิสระ</u></p> <p>1. มีอิสระในการเลือกซื้อหนังจากค่ายต่างๆได้เอง ดังนั้นผู้ประกอบการบางเจ้าสามารถเลือกค่ายหนังได้เอง และบางร้านมีการนำแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์มาให้เช่าบางส่วนเพื่อลดต้นทุนในการจัดซื้อสินค้า</p> <p>2. สามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดหรือโปรโมชั่นได้ตามต้องการ ซึ่งถ้าเป็นเฟรนด์ไชส์ต้องจัดตามนโยบายของ Movie Delivery</p> <p>4. ไม่ต้องเสียค่าเฟรนด์ไชส์รายเดือน</p>	<p>Delivery ซึ่งบางครั้งไม่ตรงใจลูกค้าของร้านนัก</p> <p>2. ต้องเสียค่าสมาชิกรายเดือน</p> <p><u>ร้านอิสระ</u></p> <p>1. การซื้อหนังจากค่ายต่างๆมาเพื่อเช่ามีต้นทุนแพงกว่าร้านเฟรนด์ไชส์</p> <p>2. ลูกค้าบางส่วนให้เลือกใช้บริการร้านเฟรนด์ไชส์มากกว่าหากอยู่บริเวณเดียวกันเพราะเชื่อถือในแบรนด์</p> <p>3. สาขาน้อย</p> <p>4. ไม่ได้ให้ความสำคัญในการเก็บข้อมูลลูกค้ามากเท่าระบบเฟรนด์ไชส์จึงเข้าถึงลูกค้าได้ไม่เท่าร้านเฟรนด์ไชส์</p> <p><u>ร้านเฟรนด์ไชส์+ ร้านอิสระ</u></p> <p>1. มีภาพยนตร์ Mainstream หลากหลายแนว ให้ลูกค้าสามารถเลือกเช่าได้</p> <p>2. ลูกค้าต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปเช่าหนัง</p> <p>3. จากการที่ลูกค้ามีจำนวนมากในบางครั้งหนังที่ได้รับความนิยมมากๆ อาจมีจำนวนไม่เพียงพอให้ลูกค้าเช่า</p> <p>4. ไม่มีภาพยนตร์นอกกระแสคอยให้บริการ</p> <p>5. มีซีรีส์ให้บริการน้อย บางร้านก็ไม่มีแล้วแต่ความต้องการเช่าของลูกค้าในพื้นที่นั้นๆ</p>
--	--	---

		6. ไม่มีตัวอย่างภาพยนตร์ให้เลือกชม
<b>ธุรกิจจำหน่าย ภาพยนตร์ที่มี ลิขสิทธิ์</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีภาพยนตร์ Mainstream ภาพยนตร์ นอกกระแส และละคร ซีรีส์ให้ลูกค้า สามารถเลือกซื้อ</li> <li>2. บรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีรูปลักษณ์ที่ สวยงาม มีคุณค่าน่าเก็บสะสม</li> <li>3. สินค้าเป็นกรรมสิทธิ์ของลูกค้า จึง สามารถชมซ้ำได้ตลอดเวลาตาม ความต้องการ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาจำหน่ายสินค้าค่อนข้างสูง</li> <li>2. ไม่มีตัวอย่างภาพยนตร์ให้เลือก ชมก่อน</li> <li>3. เสียเวลาเดินทางในการเลือกซื้อ</li> </ol>
<b>ธุรกิจจำหน่าย ภาพยนตร์ละเมิด ลิขสิทธิ์</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้ามีราคาถูก</li> <li>2. ภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมบางเรื่อง วางจำหน่ายก่อนสินค้าที่มีลิขสิทธิ์</li> <li>3. มีละคร ซีรีส์ จำหน่าย</li> <li>4. บางแห่งมีภาพยนตร์นอกกระแส ให้บริการ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้าไม่มีมาตรฐาน</li> <li>2. สินค้าด้อยคุณภาพสามารถทำให้ หัวอ่านของเครื่องเกิดความ เสียหาย</li> <li>3. สินค้าไม่มีการรับประกันคุณภาพ ลูกค้าไม่สามารถนำไปเปลี่ยนเป็น สินค้าใหม่ ทำให้ลูกค้าเกิดความ ไม่พึงพอใจ</li> <li>4. เสียเวลาเดินทางในการเลือกซื้อ</li> <li>5. ไม่มีตัวอย่างภาพยนตร์ให้เลือกชม ก่อน</li> </ol>
<b>ธุรกิจบริการ ให้เช่าภาพยนตร์ ที่ละเมิดลิขสิทธิ์</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีภาพยนตร์ใน และ นอกกระแสคอย ให้บริการ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่ไม่อำนวยความสะดวกไปใช้ บริการ เนื่องจากมีสาขาน้อย มาก</li> <li>2. ต้องเสียเวลาเดินทางไปยืมที่ร้าน</li> <li>3. ลูกค้าไม่สะดวกในการเลือกซื้อ เนื่องจาก สถานที่ที่คับแคบ และ จัดเรียงสินค้าในร้านไม่ดี ไม่เป็น หมวดหมู่</li> <li>4. ไม่มีตัวอย่างภาพยนตร์ให้ชมก่อน</li> <li>5. ไม่มีละคร ซีรีส์ ให้บริการ</li> </ol>

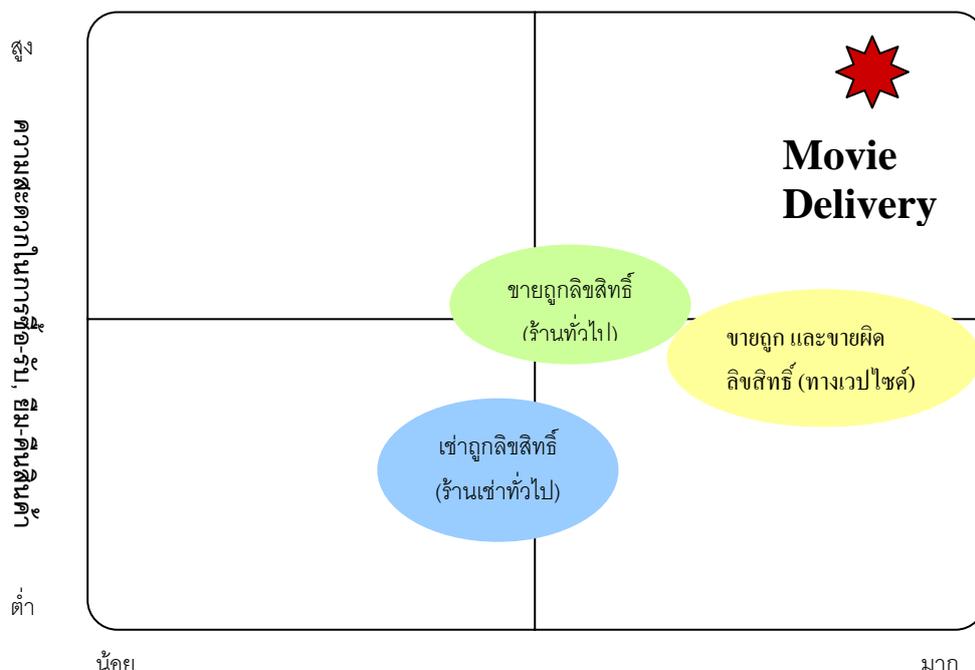
หากพิจารณาถึงคู่แข่งหลักในตลาดโดยรวมแล้วพบว่า

ในตลาดเช่า ความหลากหลายของภาพยนตร์ค่อนข้างมีอยู่อย่างจำกัด ภาพยนตร์ที่ให้บริการส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์ Mainstream อีกทั้งต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยืม - คืนสินค้าด้วยตนเอง

ในตลาดขาย แม้ว่าภาพยนตร์ที่มีในร้านจะมีความหลากหลาย และมีราคาถูกลงกว่าในอดีตทั้งนี้ เป็นผลจากการที่คนหันไปซื้อแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้น อย่างไรก็ตามลูกค้าส่วนใหญ่ชมหนังเพื่อความบันเทิงเท่านั้นไม่ได้มีต้องการเก็บหนังไว้ จึงเลือกที่จะเช่ามากกว่า อีกทั้งการซื้อสินค้าแต่ละครั้งยังต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปร้านอีกด้วย

ส่วนการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์แม้ว่าคุณจะสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางหน้าจอได้เลย แต่คุณต้องเสียค่าขนส่งเอง และเสียเวลาในการรอรับสินค้าทางไปรษณีย์อย่างน้อยประมาณ 3 วัน อีกทั้งการคืนสินค้าในกรณีสินค้ามีปัญหาทำได้ลำบาก และใช้เวลานานกว่าจะได้รับสินค้า โดยเฉพาะการซื้อแผ่นละเมิดลิขสิทธิ์นั้น แม้ว่าบางแห่งจะมีการรับประกันสินค้าแต่บางครั้งปัญหาที่เจอเกิดขึ้นกับทุกๆแผ่นที่ขาย ทำให้ลูกค้าเสียอรรถรสในการรับชม ไม่คุ้มกับเงินที่จ่ายไป การต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางนั้นเมื่อรวมกับค่าแผ่นแล้วเกือบซื้อแผ่นจริงได้เลยทีเดียว

จากการสำรวจข้อมูลข้างต้น สามารถนำข้อมูลมาเพื่อกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (แผนผังแสดงตำแหน่งผลิตภัณฑ์) เพื่อเปรียบเทียบระหว่าง Movie Delivery และ คู่แข่งหลักในธุรกิจดังกล่าว

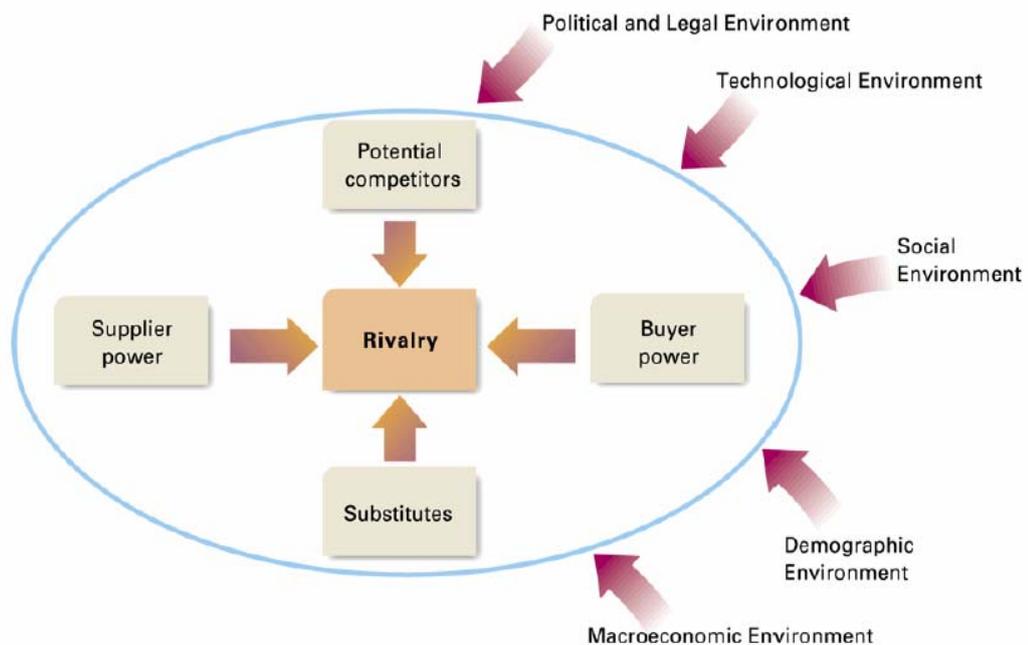


ภาพที่ 2.9 แผนผังแสดงการเปรียบเทียบระหว่าง Movie Delivery และ คู่แข่ง

จาก Model จะพบว่า ธุรกิจแต่ละรายล้วนแต่มีจุดแข็งที่เป็นจุดขายของตน แต่สำหรับภาพยนตร์นอกกระแส และซีรีส์เกาหลียังมีผู้ให้บริการน้อย ซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมหนังประเภทนี้ได้มากนัก อีกทั้งความสะดวกในการเดินทางมายืม หรือคืนสินค้าของผู้ใช้บริการนั้นถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมาใช้บริการน้อย ดังนั้นจึงน่าจะเป็นโอกาสทางการตลาดที่จะทำให้ Movie Delivery สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยการให้บริการภาพยนตร์ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างครบถ้วน นอกเหนือจากภาพยนตร์ในกระแสที่มีให้บริการอยู่ทั่วไปในตลาด Movie Delivery ยังให้บริการภาพยนตร์นอกกระแส ภาพยนตร์เก่าหายาก และซีรีส์ต่างๆ ที่ยังคงมีผู้ให้บริการชำน้อยในปัจจุบัน อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยบริการสินค้าทันทีเมื่อสมาชิกต้องการ ไม่ต้องหงุดหงิดกับปัญหาสินค้าไม่เพียงพอโดยเฉพาะกับภาพยนตร์ และซีรีส์ใหม่ บริการยืม-คืนผ่านอินเทอร์เน็ต บริการรับ-ส่งสินค้า ณ จุดรับ-ส่งสินค้า บริการชำระเงินผ่านระบบ โทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) เป็นต้น

### การวิเคราะห์ Five Forces Model

การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมบริการให้เช่าภาพยนตร์ โดยอาศัย Five Force Model ของ Michael E. Porter สามารถบ่งได้ถึงสภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่ถูกกำหนดจากพลังผลักดันทั้ง 5 ปัจจัย โดยที่แต่ละปัจจัยอาจจะส่งผลกระทบต่อในเชิงบวก (+) เชิงลบ (-) หรือส่งผล (0) ต่อธุรกิจเพื่อที่จะสามารถเลือกกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในการตลาดเป้าหมายได้ ซึ่งสามารถพิจารณาในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.10: The Role of the Microenvironment

แหล่งที่มา : Charles W.L. Hill and Gareth R. Jones, Strategies Management

## 1. Rivalry among Existing Firms

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีคนไทยมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ประกอบกับการชมภาพยนตร์เป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงในบ้านที่ได้รับความนิยมกิจกรรมหนึ่ง เนื่องจากสินค้าหาซื้อได้ง่าย และมีราคาไม่แพง ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรงของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเล่นวีซีดี ดีวีดี จึงทำให้ราคาเครื่องมีราคาถูกลง และมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ จึงทำให้เกิดธุรกิจ Home Entertainment ทั้งการขาย และ บริการเช่าภาพยนตร์ทั้งถูกลิขสิทธิ์และละเมิดลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งผู้ประกอบการหน้าใหม่ และการขยายสาขาเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่บริการ ส่งผลให้เกิดสงครามราคา สินค้ามีราคาถูกลง มีการทำการตลาดอย่างจริงจังมากขึ้น อาทิ มีการตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน จัดกิจกรรม และโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า สำหรับสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์แม้ว่าจะมีสินค้าหลากหลายมากกว่า แต่จากการทำ Pre-Survey โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview)<sup>3</sup> พบว่า สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีผลต่อร้านเช่าและร้านขายสินค้าลิขสิทธิ์ค่อนข้างน้อย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า การชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงเป็นครั้งคราวจึงนิยมการเช่าตามร้านเช่าที่ใช้แผ่นลิขสิทธิ์มากกว่าเพราะเคลมได้หากสินค้ามีปัญหา หากต้องการซื้อมาเก็บสะสมไว้จะนิยมสินค้าลิขสิทธิ์มากกว่าเพราะราคาแตกต่างกับแผ่นละเมิดฯไม่มากนัก หรืออาจรอซื้อในช่วงลดราคา โดยเพลงจะเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อแบบละเมิดฯ มากที่สุด

ดังนั้นสภาวะการแข่งขันภายในธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์จะส่งผลกระทบต่อ  
การดำเนินธุรกิจ (-)

## 2. Threat of New Entrants

		Exit Barrier	
		Low	High
Entry Barrier	Low	Low, Stable Return	Low, Risky Return
	High	High, Stable Return	High, Risky Return

ภาพที่ 2.11 อุปสรรคและความสามารถในการทำกำไร

ที่มา : Kotler, Philip . Marketing Management. 11<sup>th</sup> edition., 2003

<sup>3</sup> รวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม

เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการให้เช่า และจำหน่ายสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม Home Entertainment มีจำนวนมากจนเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้น จึงทำให้ผู้แข่งขันรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ได้ลำบาก

อย่างไรก็ตามจาก ข้อมูลที่ได้จากการทำ Pre Survey และ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้า พบว่า ธุรกิจการเช่าหนังในปัจจุบันมีความหลากหลายของหนังน้อย หนังนอกกระแส ซีรีส์ จีน เกาหลี ยังมีให้บริการในบางร้านเนื่องจากข้อจำกัดหลายอย่าง อาทิ ลูกค้าส่วนใหญ่บริเวณนั้น นิยมเช่าหนัง หรือการจัดซื้อหนังของทางร้านไม่สามารถกำหนดได้เองขึ้นอยู่กับนโยบายของเฟรนด์ไชส์บริษัทแม่เป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีร้านเช่าประจำอยู่แล้วนั้นบ่อยครั้ง ต้องพบกับปัญหาการไม่มีที่จอดรถบริเวณหน้าร้าน การจราจรที่ติดขัดในปัจจุบัน ทำให้เสียเวลา และเกิดค่าใช้จ่ายขึ้นโดยไม่จำเป็น แม้ว่าทางร้านจะมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดคนเข้ามาเช่า เช่นเช่า 5 แกรม 1 ซึ่งบางครั้งเราต้องการเช่าน้อยกว่านั้น แต่เพราะต้องการได้แกรมทำให้เราต้องเลือกหนังให้ได้ตามโปรโมชั่น แต่สุดท้ายก็ดูไม่ทันตามกำหนด ต้องเสียค่าปรับไป หรือบางท่านยอมไม่ดูหนังนั้น เพราะไม่อยากเสียค่าปรับ หรือการเช่าแต่ละเรื่องมีกำหนดเวลาคืนไม่เท่ากัน ลูกค้าต้องเสียเวลาเดินทางไปคืนหลายรอบ สำหรับการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์แม้ว่าคุณสามารถสั่งสินค้าผ่านหน้าจอได้ทันที แต่คุณต้องรอสินค้า และ ต้องเสียค่าขนส่งเพิ่มด้วย จากการสำรวจข้อมูลการเช่าสื่อบันเทิงรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน พบว่ายังไม่มีผู้ประกอบการใดทำธุรกิจบริการเช่าภาพยนตร์ผ่านอินเทอร์เน็ตเลย

จากที่กล่าวมาข้างต้น หากผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งปัจจุบัน สามารถอำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุดแล้ว ( อาทิ Movie Delivery ที่นำเสนอบริการเช่าภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และยังมีบริการอื่นๆที่อำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก อาทิ บริการ รับ-ส่ง สินค้าตามจุด รับ-ส่ง สินค้าต่างๆที่ Movie Delivery กำหนด บริการชำระเงินผ่านระบบ Mobile Payment การมีสินค้าให้กับสมาชิกแน่นอนทันทีที่สมาชิกทำธุรกรรมเข้ามา ฯลฯ ) นั้น จะทำให้อุปสรรคการเข้ามาของผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจ Home Entertainment จะมีน้อย (+)

### 3. Bargaining Power of Supplier

ผู้จัดหาสินค้า (Supplier) ในธุรกิจบริการเช่าสื่อบันเทิงภายในบ้าน (Home Entertainment) นั้น ได้แก่ ผู้ถือลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ (Licensee) จากหลายๆค่ายหนัง ดังนั้นจึงไม่มีผู้ถือสิทธิ์รายใดมีภาพยนตร์ที่เป็นที่ขอดนิยมนได้ทั้งหมด สัญญาระหว่างผู้ถือลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และผู้ผลิตภาพยนตร์ (Movie Producer) สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ไม่มีข้อจำกัดในเรื่อง

ระยะเวลา ขึ้นอยู่กับความต้องการสั่งของแต่ละร้านว่าลูกค้าดูหนังค่ายไหนมาก ค่ายไหนน้อย โดย ส่วนลดที่ได้รับจะลดหลั่นกันไปตามปริมาณการสั่งซื้อของแต่ละร้าน (Volume Discount) ซึ่ง สามารถลดต้นทุนได้ทางหนึ่ง ประกอบกับ Movie Delivery มีการจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อ ความต้องการของสมาชิกทุกครั้งที่ใช้บริการ (คุณสั่ง เราส่ง) ซึ่งทำให้สมาชิกไม่ต้องพบกับปัญหา การไม่มีสินค้าเหมือนกับที่เช่าอยู่กับร้านประจำ ดังนั้นจากการที่ Movie Delivery สั่งสินค้าจำนวนมากจึงสามารถต่อรองกับผู้จัดหาสินค้า (Supplier) ได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ Movie Delivery ยังได้รับการสนับสนุนสินค้าประเภทภาพยนตร์นอกกระแส โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ จากร้านของคุณเนยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นหลักของ บริษัท และเป็นเจ้าของ กิจการร้านเช่าวีซีดีหนังย่านงามวงศ์วาน ซึ่งเดิมให้บริการทั้งภาพยนตร์ใน และนอกกระแส หนัง เก่า ซีรีส์บางส่วน แต่เนื่องจากการย้ายร้านใหม่ (ร้านที่งามวงศ์วานปัจจุบัน) ทำให้ลูกค้าประจำ หนังนอกกระแสลดลงมาก อีกทั้งร้านใหม่สมาชิกไม่นิยมชมหนังประเภทนี้ นอกจากนี้คุณเนย ยังให้ความช่วยเหลือส่งสินค้าในร้านมาให้ Movie Delivery ในกรณีเร่งด่วนอีกด้วย

ดังนั้น อำนาจการต่อรองของผู้จัดหาสินค้า (Supplier) จึงแปรผันตามตามจำนวนที่สั่งซื้อ ไม่มีใครได้เปรียบเสียเปรียบ (+,-)

#### 4. Bargaining Power of Buyers

จากการที่ Movie Delivery เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ออนไลน์แบบส่ง ถึงที่เป็นรายแรก จึงยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดให้บริการนี้มาก่อน จึงทำให้สามารถกำหนดระดับ ราคาและทิศทางการตลาดได้ และจากการทำ Pre-Survey โดยการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่ง โครงสร้าง (Semi Structure Depth Interview)<sup>4</sup> พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้การตอบรับเป็น อย่างดีกับบริการของ Movie Delivery เนื่องจากลูกค้าต้องการที่จะชมภาพยนตร์อยู่แล้ว แต่ไม่มี เวลาที่จะเดินทางไปยืม หรือ คิน หนัง หรือลูกค้าบางรายต้องการเช่าหนังนอกกระแส แต่ร้านเช่า หนังประเภทนี้มีน้อย ประกอบกับอัตราค่าบริการของเราไม่สูงมากนัก(เรื่องละ 40บาท) แม้ว่าจะมี การเสียค่าสมาชิกแรกเข้า (เพียง 99 บาท) ก็ตามแต่สำหรับรายได้ของคนทำงานในย่านธุรกิจ เพื่อซื้อความสะดวกลูกค้าจึงยอมรับกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อแลกกับความหลากหลายของหนัง และความสะดวกที่จะได้รับ อย่างไม่มีเงื่อนไข

ดังนั้น ผู้บริโภค จึงมีอำนาจต่อรองกับธุรกิจบริการให้เช่าภาพยนตร์ต่ำ จึงส่งกระทบเชิง (-) ต่อการดำเนินธุรกิจ

---

4 คู่มือวิจัยตลาดในภาคผนวก ง

## 5. Threat of Substitute Products or Services

จากการที่ธุรกิจของ Movie Delivery เป็น ธุรกิจ Home Entertainment หรือเป็นกิจกรรมเพื่อความบันเทิงในบ้าน ดังนั้นสินค้า หรือกิจกรรมทดแทน คือ กิจกรรมอื่นๆ ที่ผู้บริโภคกระทำนั้น ล้วนเป็นสินค้าทดแทนได้ เช่น ถ้าผู้บริโภคนิยมอ่านหนังสือมาก ก็มีแนวโน้มว่าจะมีการดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้บริโภคที่อ่านหนังสือน้อย ดังนั้น จึงขออธิบายถึงสินค้าทดแทนในรูปแบบต่างๆ 2 รูปแบบ

1. กิจกรรมอื่นที่นอกเหนือจากการชมภาพยนตร์ เช่น การอ่านหนังสือ การออกกำลังกาย จากการที่ปัจจุบันรัฐบาลและหน่วยงานเอกชนต่างๆ ผนึกให้เยาวชนและประชาชนอ่านหนังสือและ ใส่ใจในสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งการทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้มากขึ้นนั้น ทำให้ผู้บริโภคมีเวลาในการชมภาพยนตร์ลดน้อยลง โอกาสในการที่จะใช้บริการก็จะลดลงตามไปด้วย
2. การชมภาพยนตร์จากแหล่งอื่นไม่ผ่านสื่อ VCD หรือ DVD การชมภาพยนตร์ผ่านสื่ออื่นๆ อาทิ การชมภาพยนตร์ทาง Free TV, CABLE TV หรือโรงภาพยนตร์ ล้วนทำให้อัตราการบริโภคผ่าน VCD หรือ DVD ลดลงตามลำดับ
  - Free TV ปัจจุบัน Free TV มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงขึ้น แต่ละช่องมีการพัฒนาและปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบผังรายการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม ผังเวลาที่ถูกจัดไว้ อาจทำให้ผู้ชมบางกลุ่มไม่ได้ชมรายการต่างๆ ที่ต้องการไม่สามารถย้อนมาดูใหม่ได้ โฆษณาค้นรายการที่มีมากทำให้ผู้ใช้รู้สึกเบื่อหน่ายที่ต้องรอชมรายการโปรด การแทรกของการถ่ายทอดสดซึ่งทำให้ผู้ใช้ไม่ได้ชมรายการที่ต้องการ
  - CABLE TV หรือ PAY TV ปัจจุบัน UBC เริ่มทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อชิงกลุ่มลูกค้าต่างๆ อย่างจริงจัง อาทิ การจัด Academy Fantasia, การโหมโฆษณาทาง Free TV ว่าเป็นสถานีให้ความรู้แก่เยาวชน, การจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ แม้ว่ารายการที่มีจะหมุนเวียนเปลี่ยนไปในแต่ละวันเพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้สามารถรับชมรายการที่ต้องการได้ แต่สำหรับบางกลุ่มที่ดูเป็นประจำอาจเกิดความเบื่อหน่ายจากรายการที่เปิดซ้ำๆ หรือภาพยนตร์ที่นำมาฉายนั้นต่างจากภาพยนตร์ที่มีให้เช่าในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์เก่าไม่ค่อยเป็นที่รู้จักจึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่ต้องการดูหนังตาม Trend ได้
  - Theater ปัจจุบันโรงภาพยนตร์มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า โดยดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Entertainment Complex คือ สิ่งบันเทิงที่หลากหลาย เช่น โบว์ลิง คาราโอเกะ Fitness ซึ่งการดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ จะเป็นการกระตุ้นให้คน

นอกจากบ้านเพื่อมาดูภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์มากขึ้น อย่างไรก็ตามราคาตั๋วหนังที่สูงขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงที่ทันสมัยอีกทั้งการจราจรที่ติดขัดต้องใช้เวลาเดินทางนานนั้นไม่เอื้อต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน จึงไม่น่าจะมีผลต่อธุรกิจ Movie Delivery มากนัก

- การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาโครงข่ายการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ความรวดเร็วขึ้น จาก Narrowband ผ่านสายโทรศัพท์ เป็น Broadband ที่ผ่าน DSL Modem หรือระบบ Wireless และในอนาคต การส่งข้อมูลก็จะเร็วขึ้นเรื่อยๆ จากระบบ Wifi เป็นระบบ Wi MAX ซึ่งการส่งผ่านข้อมูลที่เร็วขึ้นนี้เอง ส่งผลให้ธุรกิจ IPTV เกิดขึ้น

IPTV (Internet Protocol Television) คือ การผสมผสานสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกันในการส่งข้อมูลทั้งภาพและเสียง รวมไปถึงมัลติมีเดียต่างๆ เกิดเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีปฏิสัมพันธ์ ผู้ชมสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้จัดรายการได้ เป็นการสื่อสารสองทาง หรือ Interactive คือผู้ชมสามารถโต้ตอบกลับไปยังสถานีส่งได้ ผู้ชมสามารถร่วมสนุกในรายการเกมโชว์ และผู้ชมยังสามารถเลือกชมภาพยนตร์ได้ตามความต้องการของตัวเอง และสามารถนำมาออกอากาศซ้ำได้ และเรียกดูรายการย้อนหลังได้ตามความต้องการ (Video on Demand) โดยใช้งานผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ PC, Notebook, PDA, Mobile ฯลฯ ทำให้ลดข้อจำกัดในการรับชมข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงต่างๆ อย่างไรก็ตามธุรกิจ IPTV ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดหลายอย่าง อาทิ ความไม่สมบูรณ์ของระบบ Internet ความหลากหลายของหนังที่ให้บริการยังมีน้อย พื้นที่ให้บริการยังอยู่ในบริเวณที่จำกัด ฯลฯ อย่างไรก็ตามในอนาคต หากระบบมีความสมบูรณ์แล้ว น่าจะเป็นสิ่งทดแทนของธุรกิจ Home Entertainment ได้อย่างแน่นอน

ดังนั้น สินค้าทดแทนที่มีอยู่ในปัจจุบันน่าจะส่งผลกระทบเชิง (-) ต่อการดำเนินธุรกิจบ้างไม่มากนัก

### สรุปผลการวิเคราะห์ Five Forces Model

Factor Condition	Condition
Existing Rivalry	High (-)
Risk of entry by Potential Competitors	Low (+)
Bargaining Power of Suppliers	Moderate (+,-)
Bargaining Power of Buyers	Low (+)
Threat of Substitute Products	High (-)

ตารางที่ 2.2 สรุปการวิเคราะห์ Five Forces Model

## การวิเคราะห์ SWOT Analysis

### Strengths (จุดแข็ง)

- เป็นบริษัทแรก (First Mover) ที่ให้บริการเช่าภาพยนตร์ออนไลน์ในตลาด Home Entertainment ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งทางตรงในการให้บริการ ทำให้เกิดความแตกต่างของบริการ (Differentiation) และเป็นผู้นำในการกำหนดราคาและรูปแบบการให้บริการ
- ตอบสนองทุกความต้องการของสมาชิกด้วยสินค้าที่นอกเหนือจากภาพยนตร์ในกระแส Movie Delivery ยังให้ความสำคัญกับการให้บริการภาพยนตร์นอกกระแส, ภาพยนตร์เก่าที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน ละคร หรือซีรีส์ ต่างๆ
- มีการจัดสรรสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของสมาชิกทุกคนที่เข้าใช้บริการ โดยไม่มีปัญหาสินค้าขาดหรือไม่เพียงพอเหมือนกับในอดีตที่สมาชิกเคยใช้บริการที่ร้านประจำ
- เป็นบริการออนไลน์ตลอด 24 ชม. และสามารถใช้บริการได้ทุกที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ อีกทั้งสามารถส่งจองสินค้าล่วงหน้าได้ โดยการชำระเงินล่วงหน้า และจะทำการจัดส่งสินค้าให้ทันทีในวันถัดไป
- อำนวยความสะดวกของสมาชิกด้วยบริการ รับ-ส่ง สินค้า ตามจุดรับ-ส่งสินค้าครอบคลุมเขตพื้นที่ย่านธุรกิจรวมจำนวน 16 จุดโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Free Delivery) เพื่อคืนสินค้า
- เพิ่มความปลอดภัยด้วยบริการจัดส่งซึ่งรับประกันความเสียหายของสินค้าระหว่างการจัดส่ง และทุกครั้งจัดส่งสินค้าให้แก่สมาชิกมีการออกใบแจ้งหนี้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้งแนบไปกับสินค้าและให้สมาชิกเซ็นรับ และเก็บไว้เป็นหลักฐานคนละชุด
- อำนวยความสะดวกในการชำระเงินผ่านระบบ Mobile Payment ซึ่งตัดค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งของสมาชิกจากค่าบริการโทรศัพท์มือถือที่สมาชิกใช้บริการอยู่
- ทีมงานของ Movie Delivery เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความชำนาญในธุรกิจ Home Entertainment ไม่ว่าจะเป็นทาง ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการตลาด ฯลฯ เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการ และคุณภาพบริการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- มีระบบการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relation Management:CRM) โดยอาศัยระบบฐานข้อมูลสมาชิก (Database) ข้อมูลสมาชิกของบริษัท ประกอบกับผลการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อบริการของ Movie Delivery ซึ่งจะมีการสำรวจทุกเดือนเพื่อ นอกจากนี้ยังมี Call Center ให้บริการสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดของบริการ และตอบปัญหาข้อข้องใจของสมาชิก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด และ สร้าง Loyalty ให้กับลูกค้าได้

- สามารถตรวจสอบค่าบริการ ค่าปรับ รวมถึงสิทธิต่างๆที่คุณจะได้ ตลอด 24 ชม. ผ่านทางเว็บไซต์ โดยการ Log in จากเลขสมาชิกของคุณ
- มีตัวอย่างภาพยนตร์ (Trailer) ซึ่งคล้ายกับ Video Clip ให้กับลูกค้าชมก่อนทำการเลือก
- การค้นหาภาพยนตร์ที่ต้องการ เนื่องจากสามารถสืบค้นได้จากคำสำคัญเพื่อให้สมาชิกสามารถหาภาพยนตร์ได้ง่าย

#### Weaknesses (จุดอ่อน):

- Movie Delivery เป็นบริการใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ทำให้ต้องใช้ เวลาในการทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรับรู้ ทำความรู้จัก และสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการ
- ให้บริการเฉพาะเขตย่านธุรกิจ (Business Zone) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงแรก
- การทำธุรกรรมเช่าหนังออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักในประเทศไทย ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมเช่าหนังผ่านร้านเช่าที่มีอยู่ทั่วไปมากกว่า
- ความน่าเชื่อถือในการหาแหล่งเงินทุน นอกจากเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นแล้ว เงินทุนส่วนหนึ่งจำเป็นต้องได้จากการกู้ยืม ขณะที่ Movie Delivery เพิ่งเริ่มดำเนินกิจการ ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ความสามารถในการขวงเงินสินเชื่อ และการชำระหนี้ในสายตาธนาคารจึงยังมีน้อย

#### Opportunities (โอกาส):

- ช่องว่างของธุรกิจภายใต้การแข่งขันอย่างรุนแรงในธุรกิจ Home Entertainment ซึ่งให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ในกระแสเป็นหลัก ดังนั้นธุรกิจให้บริการขาย และเช่าภาพยนตร์นอกกระแส และภาพยนตร์เก่าจึงมีน้อย ประกอบกับการสื่อสารที่ผ่านมาเกี่ยวกับแหล่งที่ให้บริการภาพยนตร์ชนิดนี้เกิดขึ้นในวงแคบ (ปากต่อปาก) จึงทำให้สามารถตอบสนองของความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคภาพยนตร์ชนิดนี้ได้ไม่ทั่วถึง
- ภาครัฐส่งเสริมการแก้ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีการปราบปรามอย่างเข้มงวดมากขึ้น มีการออกมาตรการตั้งรางวัลนำจับและชี้เบาะแส มีการพิจารณาสินค้าประเภทซีดีเถื่อนเป็นสินค้าควบคุม ซึ่งจะทำให้จำนวนคู่แข่งและศักยภาพของคู่แข่งลดลง
- เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้ในกิจกรรม การทำงาน การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในชีวิตประจำวันมากขึ้น และการนำ E-commerce มาใช้เป็นช่องทางในการทำธุรกิจเพิ่มขึ้น จนเป็นที่แพร่หลายในปัจจุบันเหล่านี้ส่งผลต่อการขยายตัวของฐานลูกค้า Movie Delivery ได้เป็นอย่างดี

- เทคโนโลยีด้านสื่อประเภทวีซีดี และดีวีดีมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แทนสื่ออื่นๆที่มีอยู่เดิม อาทิ สื่อการเรียนการสอน สื่อบันเทิง ซึ่งส่งผลดีต่อการขยายตัวของฐานลูกค้าของ Movie Delivery
- แนวโน้มราคาของเครื่องเล่นวีซีดี และ ดีวีดี มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากสงครามราคาระหว่างผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ซึ่งน่าจะเป็นเป็นปัจจัยสนับสนุนปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าจะหันมาใช้บริการของ Movie Delivery มากขึ้น
- วิถีชีวิตของคนทำงานในเมืองในปัจจุบัน มีเวลาส่วนตัวค่อนข้างน้อย ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันส่งผลให้กลุ่มลูกค้าระดับระวางในการใช้จ่ายมากขึ้น จึงมักหากิจกรรมเพื่อความบันเทิงในบ้านทำมากขึ้นแทนการออกไปเที่ยวข้างนอกเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจรติดขัด การหาที่จอดรถยาก ดังนั้น บริการ Movie Delivery จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจมาใช้บริการ
- โปรโมชั่นของบริการเช่าตามร้านเช่าในปัจจุบันนั้น บางครั้งอาจสร้างปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ เช่น ทางร้านจัดโปรโมชั่นเช่า 5 แกรม 1 ซึ่งบางครั้งผู้ใช้บริการต้องการเช่าน้อยกว่านั้น แต่เพราะต้องการได้แกรมทำให้เราต้องเลือกหนังให้ได้ตามโปร แต่สุดท้ายก็ดูไม่ทันตามกำหนด ต้องเสียค่าปรับไป หรือบางท่านยอมไม่ดูหนังนั้นเพราะไม่อยากเสียค่าปรับหรือการเช่าแต่ละเรื่องมีกำหนดเวลาคืนไม่เท่ากัน ลูกค้าต้องเสียเวลาเดินทางไปคืนหลายรอบ ประกอบกับการจราจรที่ติดขัดระหว่างการเดินทางทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเบื่อบ่อยๆที่จะใช้บริการ ดังนั้นน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่คนจะหันมาใช้บริการ Movie Delivery ที่ส่ง-รับ สินค้าถึงมือผู้ใช้บริการ

#### Threats (อุปสรรค):

- สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ยังคงจำหน่ายอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก และสามารถหาซื้อได้ง่าย
- ผู้ประกอบการศูนย์เช่าภาพยนตร์แฟรนไชส์จากต่างประเทศมุ่งขยายตลาดโดยการเพิ่มจำนวนสาขาให้มากขึ้น ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริหาร หรือการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจ สำหรับการแข่งขันเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่
- กลุ่มผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรม เริ่มใช้ช่องทางใหม่ในการเข้าถึงลูกค้า เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะส่งผลต่อฐานลูกค้าของธุรกิจ