



## การพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการแข่งขันในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ด้วยมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

### Development of Strategies to Promote Competition in the Television Industry through Co-Production Measures

ธีรเดช มโนลีหกุล (ผู้ประพันธ์อันดับแรก)  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
9/9 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

Theradej Manoleehagul (First author)  
School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University  
9/9 Moo 9, Bang Phut, Pak Kret, Chang Wat Nonthaburi, 11120  
E-mail : t.manolee@gmail.com

สาธิตา วิมลคุณารักษ์ (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
9/9 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

Sathita Wimonkunarak (Corresponding author)  
School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University  
9/9 Moo 9, Bang Phut, Pak Kret, Chang Wat Nonthaburi, 11120  
E-mail : sathitawimonkunarak@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การร่วมผลิตรายการ ซึ่งเป็นการร่วมมือในการผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างผู้ประกอบการกิจการหลายรายที่ประกอบธุรกิจสื่อในประเทศที่แตกต่างกัน จะช่วยให้แต่ละประเทศมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหารายการเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรม ซึ่งจากการศึกษาพบว่าประเทศส่วนใหญ่มีการทำความร่วมมือกับต่างประเทศในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ และทุกประเทศมีความร่วมมือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ อันส่งผลให้ผู้ประกอบการกิจการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการ ผลประโยชน์ทางธุรกิจจะระหว่างบริษัทเอกชนที่เข้าร่วมการร่วมผลิตรายการ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ภาครัฐและภาครัฐส่งเสริมความร่วมมือในการผลิตรายการระหว่างผู้ประกอบการชาวไทยกับชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐควรกำหนดมาตรการจูงใจในรูปแบบต่าง ๆ

เพิ่มขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการต่างชาติให้ความสนใจในการร่วมผลิตรายการกับผู้ประกอบการชาวไทย อันจะเป็นการยกระดับคุณภาพเนื้อหารายการของไทยต่อไป

**คำสำคัญ :** การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ เนื้อหารายการ

### Abstract

Co-production is the cooperation of multiple business operators in the media industry from different countries, which can contribute to each country's participation in producing program content for economic or cultural benefits. Through research, it has been found that most countries cooperate with foreign countries to co-produce television programs or films in formal and informal formats. This collaboration has resulted in benefits for business operators promoting joint production. Therefore, the researchers recommend that the business sector and the government encourage cooperation in program production between Thai and foreign entrepreneurs. Specifically, the government should establish various incentive measures to attract the interest of foreign entrepreneurs in collaborating on program production with Thai entrepreneurs, which will enhance the quality of Thai program content in the future.

**Keywords :** Co-production, Program content

### บทนำ

อุตสาหกรรมโทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและมีมูลค่าทางการตลาดสูงมาก และในสถานะของภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์ของผู้ชมได้ทันที่จากรูปแบบการรับชมโทรทัศน์ในรูปแบบดั้งเดิม (Linear TV) ก็มีการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ จนปัจจุบันนี้มีการให้บริการเนื้อหารายการโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกกันว่า Over-the-Top (OTT) เช่น VIU หรือ Netflix ซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วโลกและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโทรทัศน์ด้านการผลิตรายการทั่วโลกเช่นเดียวกัน โดยมีการคาดการณ์ว่ามูลค่าการให้บริการ OTT ในโลกจะขยายตัวถึง 179.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2025<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ReportLinker, *The global over the top (OTT) services market size is expected to reach \$179.9 billion by 2025, rising at a market growth of 14.3% CAGR during the forecast period* (1 April 2020) GlobeNewswire <<https://www.globenewswire.com/newsrelease/2020/02/14/1985062/0/en/The-Global-Over-the-Top-OTT-Services-Market-size-is-expected-to-reach-179-9-billion-by-2025-rising-at-a-market-growth-of-14-3-CAGR-during-the-forecast-period.html>>.

ประเทศต่างๆ จึงมีการร่วมผลิตรายการ (Co-Production) ขึ้น อันหมายถึง กระบวนการร่วมกันในการผลิตรายการโทรทัศน์ การแบ่งปันค่าใช้จ่ายในการผลิตและการมีส่วนร่วมในกรรมสิทธิ์ของการผลิตนั้น ซึ่งการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในประเทศหรือระหว่างประเทศ โดยที่ประเทศต่างๆ ได้มีการร่วมผลิตเนื้อหารายการต่าง ๆ มาเป็นระยะเวลาหลายสิบปีมาแล้ว เริ่มจากการร่วมผลิตภาพยนตร์ซึ่งเกิดขึ้นมากมายในอดีต ต่อมาก็มีการร่วมผลิตเนื้อหาสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ แอนิเมชัน และเกม เป็นต้น อันเป็นการขยายโอกาสในการสร้างรายได้ ลดความเสี่ยงและผ่อนคลายภาระทางการเงินโดยการแบ่งปันต้นทุนการผลิตรายการกับผู้ผลิตชาติอื่น<sup>2</sup>

จากการศึกษาประสบการณ์ของแต่ละประเทศที่มีผลงานจากการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ พบว่ามีปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของการร่วมผลิตรายการอยู่ไม่น้อย ซึ่งนอกจากเรื่องเงินทุน บุคลากร และเทคโนโลยีแล้ว ปัจจัยเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจสังคม และกฎหมาย ก็มีส่วนเกี่ยวข้องไม่น้อยในการผลักดันมาตรการการร่วมผลิตระหว่างประเทศ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบแน่ชัดถึงสถานการณ์และความพร้อมของประเทศไทยในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับนานาชาติในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรุนแรง (Disruptive technology)

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์และการผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยต่อการนำมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ มาพัฒนาและส่งเสริมการแข่งขันในอุตสาหกรรมโทรทัศน์
2. เพื่อส่งเสริมการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ สำหรับใช้เป็นกรณีนำร่องในการประสานความร่วมมือการผลิตรายการระหว่างผู้ประกอบการโทรทัศน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งประเมินประโยชน์และอุปสรรคในการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางหรือรูปแบบการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

### ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาความตกลงระหว่างประเทศ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในระดับนานาชาติที่ปรากฏในต่างประเทศ จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร เครือรัฐออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐอินโดนีเซีย และสาธารณรัฐสิงคโปร์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดความร่วมมือในการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ร่วมกันระหว่างประเทศไทยและต่างประเทศ อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

<sup>2</sup> สหพร ยี่ตันสี กุลทิพย์ ศาสตราจารย์และชนัญสรารอนนพ อยุธยา, “การสร้างสรรค์เนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ” (ม.ค. - มิ.ย. 2563) 7:1 วารสารนิติศาสตร์และนวัตกรรม นิตย 26, 28 - 30.

2. การส่งเสริมการแข่งขันในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ด้วยมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ จะมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ได้รับการพัฒนาให้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทย สร้างสรรค์สังคม รวมถึงการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

3. พัฒนาคณากรที่เกี่ยวข้องในด้านอุตสาหกรรมโทรทัศน์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในการผลิตรายการโทรทัศน์กับต่างประเทศ

4. เกิดแนวทางในการสร้างนโยบายในการผ่อนคลาญกฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องภายในประเทศไทยเพื่อสนับสนุนมาตรการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์

5. สร้างแนวทางในการพัฒนาความตกลงร่วมกันระหว่างประเทศในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศไทยและต่างประเทศ

### วิธีดำเนินงานวิจัย

1. การศึกษาเอกสาร การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเอกสาร ประกอบด้วย เอกสารวิชาการและเอกสารด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานและการผลิตรายการโทรทัศน์ในเชิงของการร่วมผลิตในระดับนานาชาติ ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลจากฐานข้อมูลดิจิทัลและสื่อออนไลน์

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทย ซึ่งคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยวิธีการเจาะจง (Purposive sampling) และการเลือกตัวอย่างในลักษณะการสร้างเครือข่ายข้อมูล (Snowball sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความเที่ยงตรง

3. สัมมนากลุ่ม (Focus group seminar) ซึ่งคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดย วิธีการเจาะจง (purposive sampling) รวมถึงผู้บริหารและผู้ปฏิบัติจากองค์กรผู้ประกอบการโทรทัศน์ บริษัทผู้ผลิตรายการ และผู้จัดจำหน่าย/เผยแพร่รายการโทรทัศน์

### ผลการวิจัย

#### 1. ความหมายและรูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ (Co - Production)

##### 1.1 ความหมายของการร่วมผลิตรายการ

การร่วมผลิตรายการ (Co - Production) หมายถึง กระบวนการร่วมกันผลิตรายการโทรทัศน์การแบ่งปันค่าใช้จ่ายในการผลิต และการมีส่วนร่วมในกรรมสิทธิ์ของการผลิตนั้น การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์สามารถเกิดขึ้นในประเทศหรือการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศ ซึ่งหมายความว่า กระบวนการนั้นจะช่วยให้แต่ละชาติมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหารายการเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรม โดยทั่วไปแล้ว การผลิตรายการโทรทัศน์มีขั้นตอนหลัก ๆ คือ 1) ขั้นตอนการผลิต (Pre - Production) หมายถึง ขั้นตอนการวางแผนต่าง ๆ (Planning stage) เพื่อให้การผลิตรายการโทรทัศน์ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) หมายถึง

ขั้นตอนการถ่ายทำรายการซึ่งเป็นขั้นตอนที่ลงมือปฏิบัติจริง 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post - Production) หมายถึง กระบวนการทำงานหลังจากการบันทึกภาพและเสียงในขั้นตอนการผลิต ซึ่งหมายถึงการตัดต่อเทปเนื้อหาของรายการ จนกระทั่งกระบวนการตรวจสอบเนื้อหาของรายการก่อนที่จะส่งรายการไปออกอากาศ โดยที่การร่วมผลิตรายการสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของการผลิตรายการโทรทัศน์<sup>3</sup>

## 1.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ

รูปแบบของการร่วมผลิตเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ (Co - Production) สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ การร่วมผลิตรายการแบบเป็นทางการ (Official Co - Production) และ การร่วมผลิตรายการแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co - Production)

### 1.2.1 การร่วมผลิตเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ (Official Co - Production)

การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ คือ การผลิตรายการร่วมระหว่างบริษัทผู้ผลิตเนื้อหาจาก 2 ประเทศ โดยที่รัฐบาลของผู้ร่วมผลิตรายการในแต่ละประเทศได้มีการเจรจาต่อรอง และลงนามสนธิสัญญาอย่างเป็นทางการร่วมกันเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตเนื้อหาของรายการของประเทศที่เข้าร่วมในข้อตกลง โดยเมื่อรัฐบาลของทั้งสองประเทศมีการลงนามสนธิสัญญาร่วมกันแล้ว ผู้ผลิตเนื้อหาของรายการในแต่ละประเทศจะสามารถทำเรื่องขออนุมัติให้โครงการที่มีการร่วมผลิตนั้นให้กลายเป็นการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบเป็นทางการได้ หากโครงการร่วมผลิตดังกล่าวมีลักษณะเป็น “การร่วมผลิตรายการ” ตามสนธิสัญญาที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งจะพิจารณาจากการมีส่วนร่วมทางการเงิน (Financial Contribution) การมีส่วนร่วมทางด้านเทคนิค (Technical Contribution) และการมีส่วนร่วมด้านวัฒนธรรม (Cultural Contribution)<sup>4</sup>

เมื่อโครงการดังกล่าวได้เป็นการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์แบบเป็นทางการแล้ว เนื้อหาที่ถูกผลิตขึ้นจากโครงการจะถูกถือว่าการผลิตภายในประเทศรูปแบบหนึ่ง ทำให้สามารถได้รับการสนับสนุนที่เท่าเทียมกันจากทุกภาคส่วนเสมือนเป็นการผลิตภายในประเทศ เช่น เงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล การขอวีซ่าสำหรับพนักงานต่างชาติและการนำเข้าอุปกรณ์การถ่ายทำ ฯลฯ<sup>5</sup>

### 1.2.2 การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co - Production)

การร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ คือ การร่วมกันผลิตรายการระหว่างบริษัทผู้ผลิตเนื้อหา (Content provider) จาก 2 ประเทศหรือมากกว่า โดยไม่ได้อาศัยสนธิสัญญาหรือความตกลงระหว่างประเทศของรัฐบาลเข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือ ข้อตกลงและเงื่อนไขทั้งหมดจะเป็นไปตามสัญญาทางธุรกิจที่บริษัทคู่ค้าทุกฝ่ายตกลงกันเอง ซึ่งอยู่บนพื้นฐานความเป็นอิสระในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract)

<sup>3</sup> Frédéric Puech, Case Study: The benefits and pitfalls of international co-productions (25 May 2023) Association of Czech Animation Film <<https://en.asaf.cz/2017/01/28/case-study-the-benefits-and-pitfalls-of-international-co-productions/>>.

<sup>4</sup> บริษัท ไทม์ คอนซัลต์ติ้ง จำกัด, รายงานผลการศึกษาวิชาวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการกำหนดแนวทางส่งเสริมโอกาสในการทำการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียน (กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช, 2561) 50.

<sup>5</sup> เพ็งอ้าง, 52.

ดังนั้น การทำความร่วมมือในลักษณะนี้อาจไม่ได้รับการสนับสนุนใด ๆ จากรัฐบาล หากแต่เป็นการเห็นช่องทางในทางการค้าของผู้ร่วมผลิตรายการนั่นเอง ซึ่งการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ อาจเป็นการร่วมมือกันด้านการเงิน เทคนิค หรือศิลป์ โดยที่เงื่อนไขอื่น ๆ จะเป็นไปตามที่ตกลงกันในสัญญาอันรวมถึงการเป็นเจ้าของเนื้อหาที่ทำการผลิต (ลิขสิทธิ์) ด้วย

## 2. กรอบกฎหมายการค้าและการลงทุนภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทย

ในประเทศไทยนั้น การดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ (Co - Production Project) ถือเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริหารซึ่งถูกควบคุมตามกรอบกฎหมายภายในและหน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการผลิตเนื้อหารายการ โดยกรอบกฎหมายภายในของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการประกอบด้วยกฎหมายหลัก 2 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

### 2.1 การกำกับดูแลโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 เป็นหนึ่งในกฎหมายที่สำคัญของกรอบโครงสร้างทางกฎหมาย (Legal Framework) ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากแนวนโยบายของรัฐบาลไทยในการเปิดรับการลงทุนของคนต่างชาติในปัจจุบัน โดยที่พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 นี้ถือเป็นกฎหมายหลักที่ใช้วางแนวทางการควบคุมและดูแลการเข้ามาลงทุนของคนต่างชาติในธุรกิจต่าง ๆ ในประเทศ ดังนั้น กฎหมายดังกล่าวจึงเป็นกฎเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาในการดำเนินโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการ เนื่องจากความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสัญชาติไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ อาจถือเป็นการดำเนินธุรกิจตามบัญชี 3 แนบท้ายพระราชบัญญัติ ซึ่งต้องพิจารณาถึงรูปแบบการร่วมลงทุนในการผลิตเนื้อหารายการ

กรณีโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทใดประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะของการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการสัญชาติไทยและต่างด้าว หากมีสัดส่วนการถือหุ้นของคนต่างด้าวในนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามบัญชีมาตรา 4 จะถือว่ามีนิติบุคคลนั้นเป็นนิติบุคคลต่างด้าวซึ่งการดำเนินธุรกิจบริการ อาทิ การร่วมผลิตเนื้อหารายการในประเทศไทย จะถูกควบคุมโดยกฎหมาย ส่งผลให้ต้องดำเนินการทำเรื่องขออนุญาตประกอบธุรกิจต่ออธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

### 2.2 การกำกับดูแลโครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520

พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 เป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์หลัก ในการสนับสนุนและจูงใจให้ผู้ประกอบการต่างด้าวรวมถึงผู้ประกอบการไทย ดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่ภาครัฐมุ่งสนับสนุนในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและภาคธุรกิจของประเทศ รวมถึงความต้องการในการส่งเสริมการลงทุนให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า ซึ่งบทบัญญัติของกฎหมาย

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

โครงการร่วมผลิตเนื้อหารายการระหว่างผู้ประกอบการสัญชาติไทยและต่างด้าวอาจได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ได้แก่

- การดำเนินกิจการนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมภาพยนตร์ (Movie town) อันได้แก่ การสร้างโรงถ่ายภาพยนตร์หรือรายการโทรทัศน์ทั้งในและนอกสถานที่ หรือการให้บริการหลังการถ่ายทำสำหรับธุรกิจภาพยนตร์ เช่น การล้างฟิล์ม การทำเทคนิคพิเศษ ซึ่งเป็นกิจการประเภทที่ 7.9.1.4 จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ได้รับการยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร อากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก รวมถึงจะได้รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การขอวีซ่าให้แก่ชาวต่างชาติ เป็นต้น

- การดำเนินการสร้างภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นกิจการประเภทที่ 7.20 อันได้แก่ การสร้างภาพยนตร์สารคดี รายการโทรทัศน์ แอนิเมชัน จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี โดยไม่กำหนดวงเงินยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ได้รับการยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร อากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก รวมถึงจะได้รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การขอวีซ่าให้แก่ชาวต่างชาติ เป็นต้น

- การบริการแก่ธุรกิจสร้างภาพยนตร์ อันได้แก่ บริการให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ บริการล้างฟิล์ม บริการบันทึกเสียง บริการด้านเทคนิคภาพ และบริการประสานงานภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มาถ่ายทำในประเทศไทย ซึ่งเป็นกิจการประเภทที่ 7.21 จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี ได้รับการยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร อากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก รวมถึงจะได้รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น การขอวีซ่าให้แก่ชาวต่างชาติ เป็นต้น

### 3. ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและแนวทางการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ

ในการดำเนินโครงการนี้ คณะผู้วิจัยศึกษาภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและแนวทางการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศจำนวน 6 ประเทศคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ สหราชอาณาจักร และเครือรัฐออสเตรเลีย โดยคัดเลือกจากความเจริญก้าวหน้าของอุตสาหกรรมสื่อและรายการโทรทัศน์ และศักยภาพในการสร้างความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับประเทศไทย

#### 3.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

##### 3.1.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม โดยใน พ.ศ. 2561 ภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรมีมูลค่าถึง 111,700 ล้านปอนด์<sup>6</sup> โดยในภาคเศรษฐกิจ

<sup>6</sup> Creative Industries Council, *UK Creative Industries - Value* (1 August 2020) The Institute of Practitioners in Advertising <<https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/resources-infographics>>.

สร้างสรรค์นั้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์มีมูลค่าสูงที่สุด คิดเป็นมูลค่าถึง 20,814 ล้านปอนด์ อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา จำนวนผู้ชมวิดีโอตามต้องการด้วยวิธีการสมัครสมาชิก (Subscription Video on Demand: SVoD) เช่น Netflix หรือ Amazon Prime เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งใน พ.ศ. 2561 Netflix และ Amazon Prime ได้ลงทุนเป็นเงินจำนวนกว่า 12,700 ล้านปอนด์ ในเนื้อหารายการทั่วโลก ขณะที่สื่อสาธารณะของสหราชอาณาจักรใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนเพียงต่ำไม่ถึง 2,900 ล้านปอนด์

ดังนั้น เพื่อที่จะแข่งขันกับเนื้อหารายการคุณภาพสูงที่มีอยู่ทั่วโลกของบริการ SVoD สื่อสาธารณะของสหราชอาณาจักรจึงต้องหาวิธีการใหม่ๆ ที่จะลงทุนในเนื้อหารายการ เพื่อความมั่นใจว่าจะยังคงนำเสนอรายการคุณภาพได้อย่างที่ผู้ชมชาวสหราชอาณาจักรคาดหวัง แต่เมื่อสื่อสาธารณะนั้นได้รับเงินลงทุนไม่มาก สื่อสาธารณะของสหราชอาณาจักรจึงจำเป็นต้องหาทุนจากภายนอกมาชดเชยด้วยวิธีการต่างๆ โดยเฉพาะด้วยการทำข้อตกลงร่วมผลิตรายการกับต่างประเทศ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “The Foreigner” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นภายใต้สนธิสัญญาการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างสหราชอาณาจักรและสาธารณรัฐประชาชนจีน หรือภาพยนตร์เรื่อง “The Railway Man” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นภายใต้สนธิสัญญาการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างสหราชอาณาจักรและประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

### 3.1.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

การร่วมผลิตรายการในสหราชอาณาจักรนั้นปรากฏใน 2 รูปแบบใหญ่ ได้แก่ การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ และการร่วมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

#### 3.1.2.1 การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ

การร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการของสหราชอาณาจักร มีลักษณะเป็นการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างสหราชอาณาจักรกับประเทศอื่น ๆ ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 2 รูปแบบหลัก ได้แก่

ก. สนธิสัญญาแบบทวิภาคี (Bilateral Co-production Treaties) ซึ่งในปัจจุบัน สหราชอาณาจักร มีการทำสนธิสัญญาทวิภาคีเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์และรายการภาพยนตร์กับประเทศต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 10 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย แคนาดา บราซิล นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส อินเดีย จีน โมร็อกโก อิสราเอล และแอฟริกาใต้

ข. อนุสัญญาการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์แห่งสหภาพยุโรป (European Convention on Cinematographic Co-Production) ซึ่งเป็นกรณีที่มีการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างผู้ร่วมสร้างภาพยนตร์อย่างน้อย 3 ราย ที่มาจากประเทศที่เป็นภาคีอนุสัญญาดังกล่าวอย่างน้อย 3 ประเทศ จากจำนวนทั้งสิ้น 43 ประเทศ

<sup>7</sup> Culture Department for Digital, Media & Sport, *DCMS Sectors Economic Estimates 2018: GVA* (1 August 2020) GOV.UK <<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2018-gva>>.

ในกรณีที่ผู้ผลิตภาพยนตร์มีการร่วมผลิตภาพยนตร์ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในลักษณะข้างต้นแล้ว ผู้ผลิตภาพยนตร์ที่เป็นชาวต่างชาติจะได้รับประโยชน์เช่นเดียวกับภาพยนตร์ที่ผลิตโดยผู้ผลิตภายในสหราชอาณาจักร เช่น ประโยชน์ทางด้านเงินทุน ด้านภาษี รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบทั้งด้านการขายภาพยนตร์ และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ดังกล่าว นอกจากนี้ ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดังกล่าว จะถือเป็นเนื้อหารายการท้องถิ่นที่สามารถเผยแพร่ในโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร อันทำให้มีคุณสมบัติที่สามารถเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์ และเข้าชิงรางวัลต่าง ๆ ภายในสหราชอาณาจักรได้อีกด้วย

ทั้งนี้ การพิจารณาการร่วมผลิตรายการภายใต้สนธิสัญญาเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ที่สหราชอาณาจักรจัดทำขึ้นกับประเทศต่าง ๆ นั้นอาจมีรายละเอียดแตกต่างกันได้บางประการ แต่จะต้องมีหลักการพื้นฐานที่เป็นอย่างเดียวกัน คือ การพิจารณาว่าสัดส่วนในการลงทุนด้านการเงินด้านเทคนิคด้านการสร้างสรรค์เพื่อการจัดทำภาพยนตร์นั้นเหมาะสม ซึ่งได้ลงทุนโดยบุคลากร สินค้าและบริการที่มีจากประเทศที่มีสนธิสัญญาระหว่างกันเท่านั้น โดยที่รายการภาพยนตร์นั้นจะต้องจัดทำขึ้นในพื้นที่ของประเทศที่เป็นภาคีในสนธิสัญญาร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ กล่าวคือ จะต้องมีการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ภาคีในสนธิสัญญานั้นไม่เกิน 20 - 30% ของจำนวนเงินลงทุนทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดในแต่ละสนธิสัญญาที่จัดทำขึ้นกับแต่ละประเทศ และรายการภาพยนตร์ที่จะจัดทำขึ้นต้องได้รับสถานะเป็นรายการภาพยนตร์ที่มีการร่วมผลิตตามสนธิสัญญาใด ๆ อย่างน้อย 4 สัปดาห์ ก่อนที่จะเริ่มมีการถ่ายทำเป็นครั้งแรก

### 3.1.2.2 การร่วมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

นอกจากความร่วมมืออย่างเป็นทางการกับประเทศต่าง ๆ แล้ว ในประเทศที่สหราชอาณาจักรไม่ได้มีความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการในด้านการร่วมผลิตรายการ ผู้ประกอบธุรกิจของสหราชอาณาจักรเองก็ได้เข้าไปสร้างความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการในระดับของเอกชนด้วยตนเองอีกด้วยบางส่วน เช่น ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบธุรกิจของสหราชอาณาจักรกับประเทศไทย ผ่านทางการจัดนิทรรศการโดยสถานทูตสหราชอาณาจักรประจำประเทศไทย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบธุรกิจของสหราชอาณาจักรสามารถเข้าถึงผู้ผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ชาวไทยได้ และมีความร่วมมือในลักษณะต่าง ๆ เช่น การซื้อเนื้อหารายการบางส่วนไปเผยแพร่ เป็นต้น<sup>8</sup>

### 3.1.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร

การจัดทำความร่วมมืออย่างเป็นทางการของสหราชอาณาจักรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ผลิตรายการจากนานาประเทศสนใจที่จะมาร่วมผลิตรายการกับผู้ผลิตรายการของสหราชอาณาจักรเป็นอย่างมาก ซึ่งการร่วมผลิตรายการนี้ทำให้สหราชอาณาจักรได้รับประโยชน์โดยทำให้คุณภาพของเนื้อหาการรายนั้นถูกยกระดับขึ้น และยังเป็นการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายเนื้อหาการรายนี้อีกด้วย จึงนับได้ว่าความร่วมมือ

<sup>8</sup> Watchiranont Thongtep, *Independent UK companies look to co-production with Thai media firms* (14 January 2021) The Nation <<https://www.nationthailand.com/noname/30302104>>.

ในการร่วมผลิตรายการกับประเทศต่าง ๆ อย่างเป็นทางการนี้ นับเป็นจุดแข็งที่ปรากฏชัดที่สุดของ สหราชอาณาจักรที่ทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์และภาพยนตร์เติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตลอดทศวรรษ ที่ผ่านมา กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมดังกล่าวมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 60.5 นับจากปี พ.ศ. 2553 ประกอบกับการส่งออกของอุตสาหกรรมดังกล่าวจากสหราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2562 ก็มีมูลค่าสูงขึ้น ถึงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับการส่งออกในปี พ.ศ. 2561<sup>9</sup>

### 3.2 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย

#### 3.2.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของเครือรัฐออสเตรเลีย

ระบบโทรทัศน์ภาคพื้นดินหรือฟรีทีวี (Free-to-Air: FTA) ของเครือรัฐออสเตรเลียนั้น สามารถ เข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้บริโภคชาวเครือรัฐออสเตรเลียทั่วไป โดยสามารถรับชมได้ทั้งจากทางโทรทัศน์แบบดั้งเดิม แบบสตรีมเนื้อหารายการสดผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อ การชมรายการย้อนหลังผ่านโทรทัศน์ และการชมเนื้อหา รายการตามความต้องการผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อ (Broadcast Video on Demand: BVOD) ขณะที่ในปัจจุบัน การให้บริการ SVoD ในเครือรัฐออสเตรเลียก็ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยที่มีประชากรเครือรัฐออสเตรเลีย ใช้บริการ Netflix ในปี ค.ศ. 2019 เป็นจำนวนมากถึง 14 ล้านคน

#### 3.2.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย

การร่วมผลิตรายการในเครือรัฐออสเตรเลียปรากฏทั้งใน 2 รูปแบบเช่นกัน กล่าวคือ การร่วมผลิต รายการอย่างเป็นทางการ และการร่วมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

##### 3.2.2.1 การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ

รัฐบาลเครือรัฐออสเตรเลียได้ลงนามในข้อตกลงร่วมผลิตภาพยนตร์อย่างเป็นทางการในรูปแบบ สนธิสัญญากับสหราชอาณาจักร แคนาดา อิตาลี ไอร์แลนด์ อิสราเอล เยอรมนี จีน และสิงคโปร์ อีกทั้งยังมี การจัดทำบันทึกความเข้าใจหรือบันทึกข้อตกลงร่วมผลิตรายการกับฝรั่งเศสและนิวซีแลนด์ด้วย โดยที่ภายใต้ สนธิสัญญาหรือข้อตกลงร่วมผลิตอย่างเป็นทางการดังกล่าวนั้นมีการกำหนดเกณฑ์พิจารณาสำหรับการผลิตผลงาน ที่จัดให้เป็นการร่วมผลิตอย่างเป็นทางการ โดยให้พิจารณาจากสัดส่วนการร่วมลงทุน (Co-financing) การมีส่วนร่วม เชิงสร้างสรรค์ (Creative participation) และการร่วมเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ (Copyright ownership)

ข้อตกลงการร่วมผลิตรายการระหว่างเครือรัฐออสเตรเลียกับประเทศอื่น ๆ จะถูกบริหารงานโดย Australian Film Commission (AFC) ในนามของรัฐบาลเครือรัฐออสเตรเลีย โดยที่การร่วมผลิตรายการของ เครือรัฐออสเตรเลียยังถูกจำกัดอยู่เฉพาะในการร่วมผลิตผลงานบางประเภท ได้แก่ ภาพยนตร์ สารคดี ละครซีรีส์ และละครชุดขนาดสั้น และการผลิตของแต่ละรายการนั้น จะต้องมีลักษณะเป็นการร่วมกันผลิตรายการจากผู้ผลิต รายการที่มาจากหลายประเทศ แต่จะมีการกำหนดระดับต่ำสุดของทุนเครือรัฐออสเตรเลียที่ร่วมในโครงการไว้ (ร้อยละ 20 ถึง 30) ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การมีส่วนร่วมด้วย<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Culture Department for Digital, Media & Sport, above n 8.

<sup>10</sup> Screen Australia, *Data on Australia's international co-production activity since the inception of the program* (25 May 2023) Australian Government <<https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support/Co-Production-program/statistics>>.

สิทธิประโยชน์หลักที่ผู้ผลิตรายการร่วมผลิตตามสนธิสัญญาหรือข้อตกลงร่วมผลิตรายการกับเครือรัฐออสเตรเลียจะได้รับ คือ จะถือว่ารายการร่วมผลิตนั้นมีสถานะเป็นรายการท้องถิ่นของประเทศภาคีอนุสัญญาดังนั้น รายการร่วมผลิตดังกล่าวจึงอาจได้รับประโยชน์และการสนับสนุนจากประเทศภาคีอนุสัญญาเช่นเดียวกับที่รายการท้องถิ่นของแต่ละประเทศนั้นได้รับประโยชน์ตามกฎหมายของประเทศของตน หรือตามที่ระบุไว้ในอนุสัญญาและข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง

### 3.2.2.2 การร่วมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

การร่วมผลิตรายการระหว่างเครือรัฐออสเตรเลียกับต่างประเทศอาจเกิดขึ้นได้นอกกรอบของการร่วมผลิตอย่างเป็นทางการด้วย ไม่ว่าจะเป็นการร่วมผลิตรายการกับประเทศที่ไม่มีข้อตกลงกับเครือรัฐออสเตรเลียอย่างเป็นทางการ หรือเป็นโครงการที่ไม่เป็นไปตามเกณฑ์การผลิตรายการร่วมกันอย่างเป็นทางการ โดยเป็นการร่วมผลิตรายการตามความตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกันเองอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การร่วมผลิตรายการระหว่างเครือรัฐออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา ในภาพยนตร์ประเภท action comedy เรื่อง Crocodile Dundee in Los Angeles (2001) และซีรีส์วิทยุศาสตร์ทางโทรทัศน์ เรื่อง Farscape (1999 - 2003) เป็นต้น

### 3.2.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย

เครือรัฐออสเตรเลีย เป็นประเทศที่มีการสนับสนุนการลงทุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยมีการทำสนธิสัญญาและความร่วมมือในการผลิตรายการกับประเทศต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการทำลายอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เช่น การได้รับโควตาเวลาออกอากาศในบางประเทศที่มีกฎระเบียบการควบคุมเวลาออกอากาศสำหรับรายการจากต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือประเทศฝรั่งเศส นอกจากนี้สนธิสัญญาในบางฉบับยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการของเครือรัฐออสเตรียมีสิทธิในการได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทางภาษี หรือเงินสนับสนุนจากรัฐบาลต่างประเทศด้วย เนื่องจากการร่วมผลิตรายการตามอนุสัญญาดังกล่าวจะมีผลทำให้รายการที่ร่วมผลิตนั้นได้รับสิทธิประโยชน์เสมือนเป็นรายการที่ผลิตภายในประเทศเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ อนุสัญญาบางฉบับยังเปิดโอกาสให้ประเทศที่สามที่ไม่ได้ทำข้อตกลงกับเครือรัฐออสเตรเลียโดยตรง แต่มีการทำข้อตกลงกับประเทศที่เป็นภาคีในอนุสัญญาที่ทำกับเครือรัฐออสเตรเลียสามารถเข้าสู่การร่วมผลิตรายการระหว่างเครือรัฐออสเตรเลียกับประเทศนั้น ๆ ได้ ยิ่งเป็นการเปิดโอกาสให้มีแนวโน้มในการที่จะมีประเทศใหม่ ๆ เข้ามาร่วมทำอนุสัญญาโดยตรงกับเครือรัฐออสเตรเลียในอนาคตด้วย

นอกจากนี้ในการบริหารจัดการ เครือรัฐออสเตรียมีหน่วยงานที่เป็นตัวแทนกลางของรัฐบาลที่เรียกว่า Screen Australia ที่ทำหน้าที่สนับสนุน พัฒนาการการผลิต การจัดจำหน่ายรายการโทรทัศน์ของเครือรัฐออสเตรเลีย รวมถึงดูแลมาตรการจูงใจด้านภาษีต่าง ๆ และเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเครือรัฐออสเตรเลียในงานเทศกาลภาพยนตร์ต่าง ๆ รวมทั้งมีการทำฐานข้อมูลของเครือรัฐออสเตรเลียที่เรียกว่า the Screen Guide โดยทำการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทาง The Screen News อันเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของตนเองออกสู่ประเทศอื่นอย่างชัดเจน และไม่สับสนในการติดต่อกับประเทศอื่น

### 3.3 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

#### 3.3.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของสาธารณรัฐประชาชนจีน

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา กิจกรรมโทรทัศน์ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเริ่มถดถอยลง พร้อมกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของช่องทางออนไลน์ ผู้ชมชาวจีนหันไปใช้บริการการชมรายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ทั้งยังมีกลุ่มแฟนคลับที่ทำคำบรรยายภาษาจีนประกอบละครไทย เพื่อให้กลุ่มผู้ชมชาวจีนเข้าถึงได้ทุกเรื่องจากเว็บไซต์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การผลิตละครเพื่อฉายในสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น มีข้อห้ามที่สำคัญอยู่ 5 ประการ ได้แก่ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา 2) เนื้อหาเกี่ยวกับผี วิญญาณ และไสยศาสตร์ 3) เนื้อหาเรื่องเพศและเพศที่สาม 4) เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง 5) เนื้อหาสลับร่าง ข้ามภพ ข้ามชาติ<sup>11</sup>

#### 3.3.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

การร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการในสาธารณรัฐประชาชนจีน มีทั้งการร่วมมือกันในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเช่นเดียวกันกับสหราชอาณาจักร และเครือรัฐออสเตรเลีย

##### 3.3.2.1 การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีข้อตกลงร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการกับประเทศต่าง ๆ จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เครือรัฐออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐเกาหลี ประเทศสิงคโปร์ และประเทศแคนาดา โดยเป็นการตกลงกันในรูปของอนุสัญญาหรือสนธิสัญญาแบบทวิภาคี ซึ่งล้วนมีข้อตกลงหลักที่มีความคล้ายคลึงกัน จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ ประเด็นหลักในข้อตกลง คือ รายการร่วมผลิตจะได้รับประโยชน์ตามสนธิสัญญาที่ต่อเมื่อหน่วยงานที่มีอำนาจของประเทศภาคีได้อนุมัติรายการดังกล่าวตามสนธิสัญญาแล้วเท่านั้น โดยเงื่อนไขในการอนุมัติของแต่ละสนธิสัญญาส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน อาจแตกต่างกันในด้านของสัดส่วนการลงทุน หรือจำนวนของผู้ร่วมผลิตรายการ เป็นต้น

สำหรับสิทธิและหน้าที่ของภาคีอนุสัญญาหรือสนธิสัญญานั้น ในข้อตกลงจะกำหนดให้ประเทศภาคีทุกประเทศต้องอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการให้บุคคลเข้ามายังประเทศของตนเพื่อดำเนินการผลิตรายการตามสนธิสัญญา และต้องมีการอนุญาต รวมถึงการยกเว้นภาษีให้แก่การนำเข้าหรือส่งออกซึ่งอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตรายการนั้นด้วย ซึ่งหากรายการใดได้รับอนุมัติให้เป็นรายการที่ร่วมผลิตขึ้นภายใต้ข้อตกลงการร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการแล้ว ก็จะได้รับประโยชน์โดยสามารถนำเข้ารายการดังกล่าวมาเผยแพร่ในประเทศภาคีสนธิสัญญา รวมถึงการจัดให้มีเทศกาลภาพยนตร์ได้<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Man-Chung Cheung, *Video 2019: As Consumers Explore New Formats, Traditional Broadcasters Shift Strategy* (10 November 2020) Insider Intelligence <<https://www.emarketer.com/content/china-digital-video-2019>>.

<sup>12</sup> Media Development Authority Singapore, *China and Singapore sign film co-production agreement* (9 November 2020) National Archives of Singapore <[https://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/20100730007/china\\_and\\_singapore\\_sign\\_film\\_co-production\\_agreement.pdf](https://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/20100730007/china_and_singapore_sign_film_co-production_agreement.pdf)>.



### 3.3.2 การรวมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

รัฐบาลของสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ส่งเสริมให้มีรวมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการกับต่างชาติโดยเริ่มตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1990 โดยในระยะแรกสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีการร่วมลงทุนในการผลิตภาพยนตร์กับประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสาธารณรัฐประชาชนจีนต้องการเรียนรู้ถึงกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาก็ต้องการให้ภาพยนตร์ของตนสามารถขยายเข้าสู่ตลาดในสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ โดยอาศัยลักษณะของการรวมผลิตรายการดังกล่าว

ภาพยนตร์กับต่างชาติที่สาธารณรัฐประชาชนจีนทำกับประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งหมดในระยะแรกแทบจะเป็นแบบการผลิตที่ได้รับการสนับสนุน (Assisted Productions) หมายความว่า สาธารณรัฐประชาชนจีนเพียงแค่ช่วยการถ่ายทำของประเทศสหรัฐอเมริกาโดยการร่วมทุนกับบริษัทภาพยนตร์ประเทศสหรัฐอเมริกา ในส่วนที่เกี่ยวกับการดูแลอุปกรณ์ สถานที่ถ่ายทำ และการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการถ่ายทำ โดยที่สาธารณรัฐประชาชนจีนไม่มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และการลงทุนร่วม จนกระทั่งในต้น ค.ศ. 2000 รัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงได้มีการเปิดโอกาสให้บริษัทเอกชนต่างชาติสามารถเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมหนังในสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ ทำให้เกิดการร่วมผลิตระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและบริษัทเอกชนของสาธารณรัฐประชาชนจีนหลายเรื่อง เช่น บริษัท China Film Group (CFG) ในการผลิตภาพยนตร์เรื่อง Fast and Furious 7 เป็นต้น

### 3.3.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีน

จุดเด่นในกระบวนการเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ การมีหน่วยงานคือ China Film Co-Production Corporation (CFCC) ซึ่งนอกจากเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการดูแลเรื่องการบริหารเกี่ยวกับสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์แล้ว ยังมีหน้าที่ในการดูแลบริหารการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการของสาธารณรัฐประชาชนจีนกับต่างประเทศอีกด้วย กล่าวคือเป็นทั้งหน่วยงานที่สนับสนุนให้คนทำภาพยนตร์ชาวจีนสามารถนำภาพยนตร์ของตนสู่ต่างชาติได้ โดยหน่วยงาน CFCC จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการในทุกด้านทั้งทางนโยบายภูมิทัศน์ที่เหมาะสมในอุตสาหกรรมนี้ ทรัพยากรที่ใช้ในการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ อีกทั้งเป็นหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับผู้ทำภาพยนตร์ระดับนานาชาติอีกหลายท่านเช่น Steven Spielberg, Bernardo Bertolucci, Jean Jacques Annaud, John Woo, Wong Karwai, Ang Lee, Chen Kaige, Zhang Yimou and Feng Xiaogang เป็นต้น

CFCC ยังมีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการประเมินและอนุมัติใบสมัครที่เกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการที่นานาชาติส่งมาเพื่อให้สาธารณรัฐประชาชนจีนพิจารณา และมีหน้าที่ในการช่วยเหลือการเจรจาต่อรองในการทำข้อตกลงการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับต่างชาติ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการออกเอกสารวีซ่าให้แก่ทีมงานต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับภาษีศุลกากรในการนำเข้าอุปกรณ์ในการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ และดำเนินการเกี่ยวกับ

ใบสมัครและให้บริการอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องแก่ชาวต่างชาติที่เข้ามาถ่ายหนังสั้นในสาธารณรัฐประชาชนจีนแผ่นดินใหญ่ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการมีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการสนับสนุนให้คนทำภาพยนตร์จึงเป็นจุดแข็งของสาธารณรัฐประชาชนจีน

### 3.4 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐเกาหลี

#### 3.4.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของสาธารณรัฐเกาหลี

สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) มีเครือข่ายโทรทัศน์จำนวนมาก โดยเครือข่ายใหญ่ที่สุดมี 3 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่าย KBS (Korean Broadcasting System) เครือข่าย MBC (Munhwa Broadcasting Corporation) และเครือข่าย SBS (Seoul Broadcasting System) โดยที่ละครโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีใต้ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในประเทศอื่น ๆ ทั้งในเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังกลายเป็นที่นิยมในระดับสากลในเวลาต่อมาด้วยการผลิตวิดีโอเทปหรือดีวีดีซีดีพร้อมคำบรรยายเป็นภาษาต่าง ๆ<sup>13</sup>

#### 3.4.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐเกาหลี

ประเทศเกาหลีใต้มีการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับประเทศต่าง ๆ จำนวนมาก ด้วยจุดแข็งด้านเนื้อหารายการที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะได้รับการยอมรับจากยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และซีรีส์ ได้แก่ Netflix ซึ่งกำลังร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเนื้อหาของประเทศเกาหลีใต้ เพื่อเพิ่มการผลิตรายการที่สร้างโดยประเทศเกาหลีใต้ (K Content) ทั้งนี้ การร่วมผลิตรายการในประเทศเกาหลีใต้นั้น มีทั้งความร่วมมือแบบเป็นทางการ ในลักษณะของสนธิสัญญา และไม่เป็นทางการในลักษณะของบันทึกความเข้าใจ<sup>14</sup>

##### 3.4.2.1 การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ

ประเทศเกาหลีใต้มีความร่วมมือผลิตรายการอย่างเป็นทางการในรูปแบบของสนธิสัญญากับประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศอินเดีย สาธารณรัฐประชาชนจีน และยังมีข้อตกลงร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการในรูปแบบของพิธีสาร (Protocol) ความร่วมมือด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศเกาหลีใต้และสหภาพยุโรปด้วย

การตกลงร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการในระดับสนธิสัญญาดังกล่าวข้างต้นนั้น จะทำให้ผู้ผลิตรายการในประเทศเกาหลีใต้ได้รับประโยชน์เป็นอย่างมาก ทั้งในลักษณะของการสนับสนุนด้านเงินทุนในการผลิตรายการจากหน่วยงานของรัฐทั้งสองประเทศ รวมถึงยังได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งในด้านภาษี ด้านการอำนวยความสะดวกในการผลิต และการเผยแพร่รายการร่วมผลิตนั้นในประเทศคู่สัญญา

<sup>13</sup> Statista Research Department, *Television industry in South Korea - statistics & facts* (25 May 2023) Statista <<https://www.statista.com/topics/10378/television-industry-in-south-korea/#topicOverview>>.

<sup>14</sup> Korea Communications Commission, *Overview* (6 November 2020) Korea Communications Commission <<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100>>.



### 3.4.2.2 การรวมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

นอกจากการร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการแล้ว ประเทศเกาหลีใต้ก็มีความร่วมมือผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการทั้งในรูปแบบของบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding: MOU) ที่จัดทำขึ้นโดยรัฐบาลของประเทศเกาหลีใต้กับรัฐบาลของต่างประเทศได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศแคนาดา และในรูปแบบของบันทึกความเข้าใจระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจหรือภาคเอกชน อันเป็นการตกลงกันเองระหว่างผู้ประกอบการในประเทศเกาหลีใต้กับผู้ประกอบการธุรกิจในต่างประเทศด้วย ตัวอย่างเช่น บันทึกความเข้าใจระหว่างบริษัท CJ Entertainment กับบริษัท China Film Group ของสาธารณรัฐประชาชนจีน และบริษัท Major Cineplex ของประเทศไทย<sup>15</sup>

ทั้งนี้ พบว่าการตกลงในรูปแบบอื่น ๆ อย่างไม่เป็นทางการนั้น จะให้ประโยชน์แก่คู่สัญญาเพียงการร่วมผลิตรายการ โดยมีได้มีผลเกี่ยวกับการได้รับการอุดหนุนจากหน่วยงานของรัฐทั้งสองประเทศเท่าไรนัก<sup>16</sup>

### 3.4.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐเกาหลี

รัฐบาลของประเทศเกาหลีใต้ได้ทำความตกลงเพื่อร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการกับประเทศต่าง ๆ จำนวนมาก ซึ่งรวมถึงประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปทั้งหมดด้วย โดยความตกลงดังกล่าวอยู่ในรูปแบบของทั้งสนธิสัญญา พิธีสาร หรือบันทึกความเข้าใจที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับการสนับสนุนการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศไว้อย่างชัดเจน ซึ่งการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าความตกลงต่าง ๆ ข้างต้นนี้ทำให้ผู้ผลิตรายการของประเทศเกาหลีใต้ได้รับประโยชน์เป็นอย่างมากทั้งในแง่ของเงินทุนในการผลิต และการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศต่าง ๆ เนื่องจากภายใต้ความตกลงกับประเทศต่าง ๆ นั้น ผู้ผลิตรายการสามารถเข้าถึงการสนับสนุนด้านเงินทุนในการผลิตเนื้อหารายได้จากทั้งหน่วยงานรัฐของประเทศเกาหลีใต้ และหน่วยงานรัฐของประเทศผู้ร่วมผลิตรายการ ทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถยกระดับคุณภาพของเนื้อหารายการได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ในบางประเทศที่รัฐบาลของประเทศเกาหลีใต้ยังไม่มี ความตกลงอย่างเป็นทางการในการร่วมผลิตรายการ ผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศเกาหลีใต้ก็ได้ดำเนินการประสานความร่วมมือในการผลิตรายการด้วยตนเอง เพื่อที่จะสร้างเนื้อหารายการและเผยแพร่ในประเทศต่าง ๆ เหล่านั้น อันแสดงให้เห็นถึงความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเนื้อหารายการของประเทศเกาหลีใต้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจนับว่าเป็นจุดแข็งอีกประการหนึ่งที่ประเทศเกาหลีใต้มีอยู่ก็ได้เช่นกัน

<sup>15</sup> Lee Hyo-Won, *South Korea's CJ, Thailand's Major Cineplex to Co-Produce 10 Films* (8 November 2020) The Hollywood Reporter <<https://www.hollywoodreporter.com/news/south-koreas-cj-thailands-major-799098>>.

<sup>16</sup> Sen-Lun Yu, *Korea's CJ, China Film sign MoU for co-production* (8 November 2020) Screen Daily <<https://www.screendaily.com/koreas-cj-china-film-sign-mou-for-co-production/4033230.article>>.

### 3.5 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

#### 3.5.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (ประเทศอินโดนีเซีย) เป็นประเทศที่มีประชากรจำนวน 267 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ประเทศอินโดนีเซียยังมีชนเผ่าต่าง ๆ ถึง 1138 เผ่า และมีภาษามากถึง 746 ภาษา จึงเป็นตลาดขนาดใหญ่ของธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างประเทศ โดยปัจจุบันนี้ ประเทศอินโดนีเซียมีกิจการโทรทัศน์ 4 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์สาธารณะ (องค์กรสาธารณะที่ออกอากาศเนื้อหาทางการศึกษา) โทรทัศน์เอกชน (โทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่ออกอากาศรายการเชิงพาณิชย์) โทรทัศน์ชุมชน (ให้บริการเฉพาะในพื้นที่หรือชุมชนธุรกิจ) และโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก ซึ่งมีจำนวนช่องโทรทัศน์ทุกประเภทรวมกันกว่า 1,000 ช่อง<sup>17</sup>

ทั้งนี้ การให้บริการเนื้อหารายการโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในประเทศอินโดนีเซียเช่นเดียวกัน โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดในการให้บริการดังกล่าวในประเทศอินโดนีเซียสูงที่สุด คือ Viu Viki และ Hooq ตามลำดับ ด้วยกลยุทธ์ความร่วมมือกับบริษัทโทรคมนาคมหลักในอินโดนีเซีย<sup>18</sup>

#### 3.5.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

ในปัจจุบันประเทศอินโดนีเซียยังไม่มีความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์หรือโทรทัศน์กับประเทศอื่น ๆ อย่างเป็นทางการ โดยมีเฉพาะความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับประเทศอื่น ๆ ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ความร่วมมือระหว่างประเทศอินโดนีเซียกับประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศแอฟริกาใต้ และประเทศออสเตรเลีย โดยเป็นการร่วมมือในการลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ท้องถิ่นเป็นหลัก

#### 3.5.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย

จากการศึกษาข้อมูลของประเทศอินโดนีเซีย จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีความใกล้เคียงกับประเทศไทย ในลักษณะที่ว่ายังไม่มีความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์หรือโทรทัศน์อย่างเป็นทางการถึงแม้ว่าประเทศอินโดนีเซียจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบเพียงหน่วยงานเดียว แต่ถ้าหากนโยบายของประเทศยังไม่สนับสนุนให้มีการทำการเจรจาความร่วมมืออย่างเป็นทางการที่จะเกิดการร่วมมืออย่างเป็นทางการได้ ถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศที่มีหลายประเทศให้ความสนใจเข้ามาลงทุนก็ตาม

<sup>17</sup> Eriyanto and Nina Mutmainnah, *Indonesia* (23 May 2023) Media Landscapes <<https://medialandscapes.org/country/indonesia/media/television>>.

<sup>18</sup> Vineet Kumar, *Indonesia Over-The-Top (OTT) Market Statistics: 2031* (23 May 2023) Allied Market Research <<https://www.alliedmarketresearch.com/indonesia-over-the-top-market>>.

### 3.6 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อและการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

#### 3.6.1 ภาพรวมภูมิทัศน์สื่อของสาธารณรัฐสิงคโปร์

สาธารณรัฐสิงคโปร์ (ประเทศสิงคโปร์) เป็นประเทศที่มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างจริงจังและอย่างเป็นรูปธรรมมาตั้งแต่ช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 2000 เนื่องจากรัฐบาลของประเทศสิงคโปร์เห็นว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะมีความเชื่อมโยงกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสิงคโปร์ กล่าวคือ หากมีการส่งเสริมและผลักดันในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างจริงจังก็จะทำให้มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มสูงขึ้น รัฐบาลสิงคโปร์จึงมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างจริงจัง โดยได้ให้นิยามของคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) ไว้ว่าหมายถึง การสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและศิลปะซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจใหม่ๆ ผ่านการสร้างและใช้สิ่งที่ เป็นทรัพย์สินทางปัญญา<sup>19</sup>

นโยบายที่สำคัญที่รัฐบาลของประเทศสิงคโปร์นำมาใช้คือ การให้แรงจูงใจทางเศรษฐกิจ เช่น โครงการช่วยเหลือของรัฐบาลสิงคโปร์หลายโครงการที่ดำเนินงานโดยหน่วยงาน Infocom Media Development Authority (IMDA) เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่บริษัทในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในหลายๆ ด้าน ได้แก่ โครงการพัฒนาเนื้อหาโครงการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล การให้ทุนในการสร้างภาพยนตร์ และการทำข้อตกลงเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างประเทศสิงคโปร์กับประเทศอื่น ๆ เป็นต้น<sup>20</sup>

#### 3.6.2 รูปแบบของการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

การร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการของประเทศสิงคโปร์ มีลักษณะเป็นการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์ระหว่างประเทศสิงคโปร์ กับประเทศอื่น ๆ ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 2 รูปแบบหลัก กล่าวคือ รูปแบบความร่วมมือที่ไม่เป็นทางการ และรูปแบบความร่วมมือที่เป็นทางการ

##### 3.6.2.1 การร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการ

ประเทศสิงคโปร์มีการตกลงร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการในรูปแบบของสนธิสัญญาทวิภาคีกับประเทศต่าง ๆ ที่มีทักษะและความพร้อมทางทรัพยากรในการผลิตรายการ เพื่อการสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่มีคุณภาพสูงโดยในปัจจุบันประเทศสิงคโปร์มีการทำสนธิสัญญาทวิภาคีเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์และรายการภาพยนตร์กับประเทศต่าง ๆ จำนวน 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศแคนาดา สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเกาหลีใต้และประเทศนิวซีแลนด์<sup>21</sup> ซึ่งจะส่งผลให้รายการร่วมผลิตตามสนธิสัญญาทวิภาคี

<sup>19</sup> Department of Statistics Singapore, *Population* (8 November 2020) Department of Statistics Singapore <<https://www.singstat.gov.sg/>>.

<sup>20</sup> Lily Kong, “Ambitions of a Global City: Arts, Culture and Creative Economy in ‘Post-Crisis’ Singapore. *International Journal of Cultural Policy*” (June 2012) 18:3 *International Journal of Cultural Policy* 279, 283.

<sup>21</sup> Family.sg, *International Media Partner* (3 November 2020) TwoWay AI <<https://www.family.sg/singapore-media-fusion-advertising.htm>>.

ดังกล่าวจะมีสถานะเสมือนเป็นรายการท้องถิ่นของประเทศนั้น ซึ่งจะได้รับประโยชน์ตามกฎหมายของทั้งประเทศ สิงคโปร์ และประเทศดังกล่าว เช่น การได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การได้รับการยกเว้นภาษีตามกฎหมาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ยังมีการตกลงร่วมผลิตรายการอย่างเป็นทางการในรูปแบบของการ ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้วย (Memoranda of Understanding on media cooperation) ซึ่งจะเป็นการทำบันทึก ข้อตกลงโดยหน่วยงาน The Media Development Authority of Singapore (MDA) ของประเทศสิงคโปร์ที่ทำ MOU กับองค์กรเกี่ยวกับสื่อหลายๆ องค์กรในหลายประเทศทั่วโลก อันได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศ ฝรั่งเศส ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเกาหลี ประเทศอิตาลี ประเทศแคนาดา ประเทศญี่ปุ่น และองค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization (WIPO)) โดย MOU ฉบับต่าง ๆ จะมีสาระสำคัญในการให้ประเทศสมาชิกมาแลกเปลี่ยนกันเพื่อความเท่าเทียมทางธุรกิจ อีกทั้งมุ่งหมายในการ แลกเปลี่ยนทั้งความสร้างสรรค์และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศสมาชิก ทั้งนี้ เพื่อให้ฐาน ของกลุ่มบริษัทเกี่ยวกับสื่อของประเทศสมาชิกได้มีการขยายฐานตลาดทางธุรกิจออกไป

### 3.6.2.2 การร่วมผลิตรายการอย่างไม่เป็นทางการ

รูปแบบความร่วมมือที่ไม่เป็นทางการ กล่าวคือ เป็นความตกลงระหว่างบริษัทเอกชนของประเทศ สิงคโปร์กับบริษัทเอกชนต่างชาติเพื่อการผลิตรายการร่วมกัน เช่น ความตกลงร่วมผลิตรายการระหว่างช่อง Free to Air ของประเทศสิงคโปร์กับบริษัทของประเทศไทยคือ JKN เพื่อผลิตรายการชื่อว่า Street Kitchen โดยรูปแบบรายการ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการที่ดารานักแสดงชาวสิงคโปร์เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกินอาหารไทยแบบ Street Food ซึ่งหาก รายการผลิตเสร็จจะนำออกฉายทางช่อง Digital TV ที่เป็นช่อง Free to Air ของประเทศสิงคโปร์

### 3.6.3 วิเคราะห์จุดแข็งของการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของสาธารณรัฐสิงคโปร์

ข้อดีจากการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการร่วมผลิตรายการของสาธารณรัฐสิงคโปร์ก็คือการที่ สาธารณรัฐสิงคโปร์เห็นความสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางในการผลิตสื่อ ภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะการกำหนดให้มีหน่วยงานตามกฎหมายที่ทำหน้าที่สนับสนุนการร่วมผลิตรายการอย่างเป็นระบบ ได้แก่ Infocomm Media Authority (IMDA) ที่ทำหน้าที่ออกนโยบาย กฎระเบียบข้อบังคับ ที่สามารถผลักดันให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางในอุตสาหกรรมการผลิตสื่อของเอเชีย อีกทั้งยังมี The Singapore Film Commission (SFC) ที่รับผิดชอบการให้ทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสิงคโปร์และส่งเสริม การพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการทำภาพยนตร์ และ Interactive & Digital Media Programme Office (IDMPO) ที่ส่งเสริม การวิจัยและพัฒนา กลุ่มธุรกิจใหม่ ๆ จนทำให้ประเทศสิงคโปร์นั้นประสบความสำเร็จและมีความเติบโต อย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ระดับโลก โดยเฉพาะนโยบายที่เรียกว่า “Singapore’s Media21” เป็น โครงการที่เป็นนโยบายที่สำคัญของประเทศสิงคโปร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาสื่อในระดับชาติให้ประเทศ สิงคโปร์กลายเป็นประเทศที่เป็นผู้นำและเป็นศูนย์กลางในการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพสูงผ่านการร่วมมือ ในการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการของประเทศสิงคโปร์กับประเทศอื่นๆ แนวทางการสนับสนุนการ

ส่งเสริมการร่วมผลิตรายการของประเทศสิงคโปร์สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยควรมีการผลักดันนโยบายให้ เป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางในการผลิตสื่อภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชียโดยการนำวัฒนธรรมของประเทศไทยที่ มีอารยธรรมโดดเด่นสู่ประชาคมโลก รวมถึงการส่งเสริมให้ทุนในการสร้างภาพยนตร์แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ ชาวไทยการพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและการส่งเสริมให้มีการร่วมผลิตรายการภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ

#### 4. การวิเคราะห์ปัจจัยเกื้อหนุนและอุปสรรคต่อการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย

การสำรวจพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที หรือคิดเป็นเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเกือบครึ่งหนึ่งของวัน โดย เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากทุกปีที่ผ่านมา ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า ช่องทางส่วนใหญ่ที่ผู้ชมใช้ในการดูหนัง/ฟังเพลง ออนไลน์ ได้แก่ YouTube, LINE TV, Netflix และ VIU ทั้งหมดนี้มาจากการเติบโตของพฤติกรรมการรับชม วิดีโอสตรีมมิ่งออนไลน์ (Streaming) นอกจากนี้ผลการสำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว โดยรวมของผู้ชมทั่วประเทศตามโครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย ปี พ.ศ. 2562 พบว่า ผู้ชมรับชมรายการสดตามตารางการออกอากาศอย่างเดียวกคิดเป็นร้อยละ 49.9 และชมรายการตามตาราง ออกอากาศควบคู่ไปกับการรับชมรายการย้อนหลัง (On Demand) คิดเป็นร้อยละ 35 ขณะที่การรับชมรายการ ทีวีย้อนหลัง เพียงอย่างเดียวคิดเป็นร้อยละ 15.1 เท่านั้น ซึ่งผลการสำรวจนี้แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการรับชม รายการทีวีย้อนหลังจากผลสำรวจดังกล่าวประมาณร้อยละ 50.1 เป็นผู้ชมที่เข้ารับชมรายการทีวีย้อนหลัง ซึ่งถือ ได้ว่าเป็นหนึ่งในพฤติกรรมหลักของการรับชมรายการโทรทัศน์<sup>22</sup> ดังนั้น ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการร่วมผลิ ตายการโทรทัศน์ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน จึงอาจสรุปได้ ดังนี้

การสำรวจพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที หรือคิดเป็นเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเกือบครึ่งหนึ่งของวัน โดยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากทุกปีที่ผ่านมา อันเป็นผลมาจากการเติบโตของพฤติกรรมการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง ออนไลน์ (Streaming) โดยที่ประมาณร้อยละ 50.1 เป็นผู้ชมที่เข้ารับชมรายการทีวีย้อนหลัง ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่ง ในพฤติกรรมหลักของการรับชมรายการโทรทัศน์ ดังนั้น ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน จึงอาจสรุปได้ ดังนี้

##### 4.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ประเทศไทยมีนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการสนับสนุนการสร้างและส่งออกเนื้อหารายการ และยังมียุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่มีเป้าหมาย เพื่อผลักดันและพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางภาพยนตร์และวีดิทัศน์ของอาเซียนและตลาดโลก โดยเรื่องการส่งเสริมการร่วมผลิตเนื้อหารายการอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 เรื่อง การส่งเสริมความร่วมมือในการ ลงทุนระหว่างประเทศ รวมถึงการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

<sup>22</sup> สำนักงาน กสทช, รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2562 - 2563 (25 พฤษภาคม 2566) สำนักงาน กสทช. <<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/631100000003.pdf>>.

อย่างไรก็ดี ปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังอาจเป็นอุปสรรคต่อการร่วมผลิตรายการในประเทศไทย เนื่องจากการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพระดับนานาชาติจำเป็นต้องอาศัยทุนจำนวนมากในการลงทุนผลิตเนื้อหา รายการ และบริษัทไทยหลาย ๆ บริษัทมีศักยภาพในการผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจแต่ต้องการทุนการผลิตจากต่างประเทศมาช่วยสนับสนุนการผลิตเนื้อหา รายการ ขณะที่จำนวนช่องโทรทัศน์ของประเทศไทยมีจำนวนมากเกินไป ทำให้แต่ละช่องมีรายได้ลดลงอีกทั้งงบประมาณส่วนใหญ่ในปัจจุบันก็ถูกย้ายจากแพลตฟอร์มโทรทัศน์ไปทางออนไลน์ ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้และโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการผลิตรายการของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ด้วย

#### 4.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่งดงามซึ่งสามารถสร้างเนื้อหา รายการที่น่าสนใจและสร้างกระแสไปทั่วโลกได้ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชียด้วยกันที่มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประเทศไทยสามารถเข้าแข่งขันในตลาดเอเชียได้ง่ายขึ้นเพราะมีสิ่งที่คล้ายคลึงกัน เข้าใจกันได้ง่าย โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ในสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นนิยมรายการโทรทัศน์จากประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากภาษาไทยเป็นภาษาที่มีผู้ใช้ในวงจำกัด ส่วนใหญ่อยู่แค่ในประเทศไทย ทำให้การผลิตเนื้อหา รายการในภาษาไทยมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดโลก ประกอบกับความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมที่มีมากจนเกินไปอาจส่งผลให้ชาวต่างชาติที่เป็นผู้ชมไม่ให้ความนิยมในเนื้อหา รายการของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ดี การร่วมผลิตรายการกับต่างประเทศ จะทำให้เกิดการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge transfer) ที่เป็นข้อดีทำให้ประเทศไทยมีโอกาสพัฒนาได้

### 3. ปัจจัยด้านกฎหมาย

ในประเทศไทย มีประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข สำหรับการขอรับสิทธิประโยชน์ ตามมาตรการส่งเสริมการค้าทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่การร่วมทุน หรือ Co-Production ระหว่างเนื้อหา รายการของไทยกับชาวต่างชาติสามารถเข้าร่วมมาตรการนี้ได้ โดยผู้ประกอบการสามารถได้รับเงินคืนเป็นจำนวนร้อยละ 15 - 20 จากเงินลงทุนที่ใช้ตามหลักเกณฑ์ของเนื้อหา รายการต่างประเทศ ทั้งนี้ไม่จำกัดสัดส่วนในการร่วมลงทุน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถขอรับเงินสนับสนุนจากกองทุนต่าง ๆ ของรัฐ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่มีนโยบายในการให้ทุนสนับสนุนโดยกับการร่วมลงทุนในการร่วมผลิตรายการกับต่างประเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ประเทศไทยยังไม่มีองค์กรที่ทำงานในภาพรวม แต่เป็นรูปแบบต่างคนต่างทำ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่สนใจเข้าร่วมลงทุนผลิตเนื้อหา รายการกับผู้ประกอบกิจการในประเทศไทยเกิดความสับสนในการเข้าดำเนินการติดต่อ รวมถึงการมีหน่วยงานร่วมกันรับผิดชอบนั้นจะประสบปัญหาในการหาตัวแทนในการผลักดันนโยบายให้เป็นรูปธรรม โดยจะเห็นได้ว่ามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงอยู่ถึง 4 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงาน กสทช. กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงพาณิชย์

นอกจากนี้ การสนับสนุนการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศในประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจน ในลักษณะที่มีข้อตกลงระหว่างประเทศอย่างเป็นทางการ อีกทั้งประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงเกี่ยวกับการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศ ทำให้การส่งเสริมอาจจะติดอุปสรรคตามกฎหมายทั่วไป ที่ไม่ได้รับข้อยกเว้น เช่น การที่ต่างชาติจะเข้ามาลงทุนโดยการตั้งนิติบุคคลในประเทศไทย ถ้าไม่เข้าหลักเกณฑ์ ของ BOI ก็จะถูกจำกัดสัดส่วนการลงทุนอยู่เพียงไม่เกินร้อยละ 49 อีกทั้งแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศ ที่มีนโยบายสนับสนุนการค้าการลงทุน แต่ก็ยังไม่ชัดเจนว่ามาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ในประเทศไทยนั้นครอบคลุมถึงการผลิตรายการอื่น ๆ นอกเหนือจากภาพยนตร์ที่ฉายในโรงภาพยนตร์หรือไม่ และประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมให้มีการลงทุนผลิตเนื้อหา รายการเพื่อ ส่งออกไปยังต่างประเทศ

การบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทยก็เป็นอุปสรรคในการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศด้วย เช่นกัน เนื่องจากการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงเป็นการบั่นทอน แรงจูงใจในการร่วมผลิตเนื้อหา รายการ และเป็นการบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ<sup>23</sup> คล้ายคลึงกับปัญหาที่พบในประเทศอินโดนีเซียที่การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของตลาด การให้บริการเนื้อหา รายการโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศ<sup>24</sup>

ทั้งนี้ ในประเด็นเกี่ยวกับกฎหมายระหว่างประเทศนั้น ประเทศไทยที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) ยังมีพันธกรณีในการปฏิบัติตามความตกลงทั่วไปว่าด้วยเรื่องการค้าบริการ (GATS) ซึ่งประเทศไทยไม่ได้ ตั้งข้อสงวนภายใต้ความตกลงทั่วไปว่าด้วยเรื่องการค้าบริการไว้ ส่งผลทำให้หากประเทศไทยทำความตกลง ระหว่างประเทศแบบทวิภาคีกับประเทศใด ก็จำเป็นต้องให้ผลประโยชน์และสิทธิต่าง ๆ กับประเภทภาคีประเทศ อื่น ๆ ที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลกเช่นเดียวกัน ตามหลักปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับการอนุเคราะห์อย่างยิ่ง (MFN) จึงเป็นสาเหตุทำให้ประเทศไทยยังไม่ได้มีการทำความตกลงระหว่างประเทศในเรื่องการร่วมผลิตรายการ กับประเทศใด ๆ

#### 4. ปัจจัยด้านนโยบายการค้าและการลงทุน

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งเสริมในเรื่องการค้าการลงทุนระหว่างประเทศอยู่แล้ว ซึ่งถือว่าเป็นแรงจูงใจ อย่างหนึ่งในการเข้ามาร่วมผลิตเนื้อหา รายการกับประเทศไทย โดยเฉพาะในฐานะประเทศที่เป็นฝ่ายรับการลงทุน จากต่างประเทศ ดังนั้น ถึงแม้ว่าประเทศไทยยังคงไม่มีการทำอนุสัญญาร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ และภาพยนตร์ กับประเทศต่าง ๆ ในลักษณะของข้อตกลงอย่างเป็นทางการ แต่ยังคงมีมาตรการที่สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นการ ส่งเสริมการลงทุนได้อยู่ 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการค้าการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการ ลงทุน (BOI) และมาตรการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยในรูปแบบของการคืนเงิน ซึ่งให้ประโยชน์ทั้งในด้านภาษีอากร และประโยชน์อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับภาษีอากร

<sup>23</sup> ธนาคารกรุงเทพ, ผลกระทบทางเศรษฐกิจกับการละเมิดลิขสิทธิ์ออนไลน์ (14 สิงหาคม 2566) ธนาคารกรุงเทพ <<https://www.bangkokbanksme.com/en/online-copyright-video-content>>.

<sup>24</sup> Vineet Kumar, *Indonesia Over-The-Top (OTT) Market Statistics: 2031* (23 May 2023) Allied Market Research <<https://www.alliedmarketresearch.com/indonesia-over-the-top-market>>.

อย่างไรก็ดี การส่งเสริมการขายโดยหน่วยงานราชการ เช่น การไปออกบูชในงานแสดงผลงานในต่างประเทศ ประเทศไทยยังทำได้ไม่ดีพอ ไม่เป็นที่น่าสนใจ อีกทั้งรัฐบาลก็มิได้ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณในการทำตลาดต่างประเทศอย่างเพียงพอ โดยมีเพียงกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่สนับสนุนการพาผู้ประกอบการไทยไปนำเสนอเนื้อหารายการในเทศกาลหนังต่างประเทศ แต่เป็นลักษณะการคัดเลือกผู้ประกอบการไทยไปได้เพียงจำนวนหนึ่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับการคัดเลือกแต่เดินทางไปร่วมการประชุมเพื่อแสวงหาพันธมิตรในต่างประเทศจะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายด้วยตนเองที่สูงมาก และรัฐบาลของประเทศไทยก็ยังไม่มีการสนับสนุนงบประมาณด้านการผลิตรายการโดยภาครัฐ ขาดการตั้งวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ในการทำ Co-Production ที่จะสร้างอะไร เพื่อใคร

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันด้านการประกอบการโทรทัศน์และการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ของต่างประเทศที่มีความจำเป็นต่อการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ (Co-Production) ในประเทศต่าง ๆ ที่ทำการศึกษา พบว่าประเทศส่วนใหญ่มีการทำความร่วมมือกับต่างประเทศในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น สนธิสัญญาหรืออนุสัญญาระหว่างประเทศซึ่งมีผลผูกพันทางกฎหมายระหว่างประเทศ และทุกประเทศมีความร่วมมือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการร่วมมือในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์กับประเทศอื่น ๆ ส่วนระดับความเข้มข้นของการใช้ประโยชน์ในความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะได้รับจากการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการ ผลประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างบริษัทเอกชนที่เข้าร่วมการร่วมผลิตรายการ ความนิยมของประชาชนในเนื้อหารายการหรือตัวนักแสดงของทั้งสองประเทศที่เป็นคู่สัญญา และความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมของประเทศคู่สัญญา เป็นต้น

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ของประเทศไทย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความร่วมมือในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ กล่าวคือ รัฐบาลไทย ยังไม่มีความร่วมมือแบบเป็นทางการระหว่างประเทศในการร่วมผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ ผู้ประกอบการธุรกิจควรดำเนินการหาพันธมิตรที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาติในการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยอาศัยการทำสัญญาทางธุรกิจต่อไปเพื่อพัฒนาและยกระดับเนื้อหารายการโทรทัศน์ของประเทศไทยให้สามารถก้าวไปสู่ระดับนานาชาติให้ได้ ในขณะที่ภาครัฐก็ควรมีการทำความตกลงหรือสนธิสัญญาระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ และส่งเสริมให้มีการกำหนดหน่วยงานตามกฎหมายที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการส่งเสริมการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ ควรมีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายในการจูงใจในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการชาวต่างชาติให้ความสนใจในการร่วมผลิตรายการกับผู้ประกอบการชาวไทยมากขึ้น เช่น สัดส่วนจำนวนการคืนเงินที่สูงขึ้นกว่าที่กำหนดไว้เดิมหรือ

การอำนวยความสะดวกในการขออนุญาตนำคนต่างชาติเข้าเมือง การนำเข้าอุปกรณ์ในการผลิตรายการ และควรมีการเพิ่มมาตรการที่เป็นจริงใจให้เกิดการร่วมผลิตเนื้อหารายการในรูปแบบอื่น ๆ กล่าวคือ ไม่จำกัดเฉพาะขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ (Production) ดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน แต่ควรขยายขอบเขตของมาตรการสนับสนุนให้ครอบคลุมถึงกระบวนการผลิตเนื้อหารายการทุกขั้นตอน และควรศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับพันธกรณีตามกฎหมายระหว่างประเทศของประเทศไทย เพื่อให้เจรจาการทำข้อตกลงร่วมผลิตรายการกับต่างประเทศผ่านการเจรจาการค้าการลงทุนระหว่างประเทศสามารถดำเนินการได้ตามแนวทางในต่างประเทศ

นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ กล่าวคือ ควรมีการส่งเสริมให้มีตัวแบบทางธุรกิจในการขับเคลื่อนการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ (Co-production Business Model) ซึ่งจำเป็นต่อการนำภาคเอกชนเข้าสู่การร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศรวมถึงการค้นหาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการผลิตร่วมรายการโทรทัศน์ให้มีความชัดเจนเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมรายการโทรทัศน์ไปสู่ตลาดต่างประเทศ การสร้างกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ (New Prospect Customers) การสร้างเวทีให้ศิลปินและผู้ชมได้มีโอกาสพบหรือมีกิจกรรมร่วมกัน โดยรัฐบาลควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการชาวไทยในการนำเนื้อหารายการไปจัดแสดงหรือจำหน่ายยังต่างประเทศมากขึ้น เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย กล่าวคือ ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาเจรจาร่วมผลิตรายการกับตลาดที่ใหญ่กว่า เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย หรือจีน เพื่อการเข้าถึงตลาดดังกล่าว โดยผู้ผลิตเนื้อหารายการต้องทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน โดยที่รายการโทรทัศน์ไม่ควรจำกัดอยู่แค่ซีรีส์หรือละคร และผู้ประกอบการจำเป็นต้องยกระดับคุณภาพของเนื้อหารายการของตนให้เพิ่มมากขึ้น และนำเนื้อหารายการนั้นไปเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นช่องทางการเผยแพร่เดิมของตนเองอีกต่อไป

<sup>44</sup> Infoquest, *Thailand Media Landscape* (Bangkok: Infoquest., 2019) 14.

<sup>45</sup> โพสต์ทูเดย์, *งบโฆษณายุคมีจำกัด ทวีติจิทัลคืนหารายได้เสริม* (25 มกราคม 2563) โพสต์ทูเดย์<<https://www.posttoday.com/market/news/561854>>.

## บรรณานุกรม

- Creative Industries Council, *UK Creative Industries - Value* (1 August 2020) The Institute of Practitioners in Advertising <<https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/resources-infographics>>.
- Culture Department for Digital, Media & Sport, *DCMS Sectors Economic Estimates 2018: GVA* (1 August 2020) GOV.UK <<https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2018-gva>>.
- Department of Statistics Singapore, *Population* (8 November 2020) Department of Statistics Singapore <<https://www.singstat.gov.sg/>>.
- Eriyanto and Nina Mutmainnah, *Indonesia* (23 May 2023) Media Landscapes <<https://medialandscapes.org/country/indonesia/media/television>>.
- Family.sg, *International Media Partner* (3 November 2020) TwoWay AI <<https://www.family.sg/singapore-media-fusion-advertising.htm>>.
- Frédéric Puech, *Case Study: The benefits and pitfalls of international co-productions* (25 May 2023) Association of Czech Animation Film <<https://en.asaf.cz/2017/01/28/case-study-the-benefits-and-pitfalls-of-international-co-productions/>>.
- Korea Communications Commission, *Overview* (6 November 2020) Korea Communications Commission <<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100>>.
- Lee Hyo-Won, South Korea's CJ, *Thailand's Major Cineplex to Co-Produce 10 Films* (8 November 2020) The Hollywood Reporter <<https://www.hollywoodreporter.com/news/south-koreas-cj-thailands-major-799098>>.
- Lily Kong, "Ambitions of a Global City: Arts, Culture and Creative Economy in 'Post-Crisis' Singapore. *International Journal of Cultural Policy*" (June 2012) 18:3 *International Journal of Cultural Policy*.
- Man-Chung Cheung, *Video 2019: As Consumers Explore New Formats, Traditional Broadcasters Shift Strategy* (10 November 2020) Insider Intelligence <<https://www.emarketer.com/content/china-digital-video-2019>>.
- Media Development Authority Singapore, *China and Singapore sign film co-production agreement* (9 November 2020) National Archives of Singapore <[https://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/20100730007/china\\_and\\_singapore\\_sign\\_film\\_co-production\\_agreement.pdf](https://www.nas.gov.sg/archivesonline/data/pdfdoc/20100730007/china_and_singapore_sign_film_co-production_agreement.pdf)>.



ReportLinker, *The global over the top (OTT) services market size is expected to reach \$179.9 billion by 2025, rising at a market growth of 14.3% CAGR during the forecast period* (1 April 2020) GlobeNewswire <<https://www.globenewswire.com/newsrelease/2020/02/14/1985062/0/en/The-Global-Over-the-Top-OTT-Services-Market-size-is-expected-to-reach-179-9-billion-by-2025-rising-at-a-market-growth-of-14-3-CAGR-during-the-forecast-period.html>>.

Screen Australia, *Data on Australia's international co-production activity since the inception of the program* (25 May 2023) Australian Government <<https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support/Co-Production-program/statistics>>.

Sen-Lun Yu, Korea's CJ, *China Film sign MoU for co-production* (8 November 2020) Screen Daily <<https://www.screendaily.com/koreas-cj-china-film-sign-mou-for-co-production/4033230.article>>.

Statista Research Department, *Television industry in South Korea - statistics & facts* (25 May 2023) Statista <<https://www.statista.com/topics/10378/television-industry-in-south-korea/#topicOverview>>.

Watchiranont Thongtep, *Independent UK companies look to co-production with Thai media firms* (14 January 2021) The Nation <<https://www.nationthailand.com/noname/30302104>>.

Xinhua Thai News Service, *ชาวจีนดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นกว่า 20% ในไตรมาสแรก* (10 พฤศจิกายน 2020) Xinhua Thai News Service <[https://www.xinhuathai.com/life-cul/96535\\_20200413](https://www.xinhuathai.com/life-cul/96535_20200413)>.

บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด, *รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการกำหนดแนวทางส่งเสริมโอกาสในการทำการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ในภูมิภาคอาเซียน* (กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช, 2561).

สหพร ยี่ตันสี กุลทิพย์ ศาสตราจารย์ และชนัญสรารอนพ ณ อรุณยา, “การสร้างสรรค้เนื้อหารายการโทรทัศน์ระหว่างประเทศ” (ม.ค. - มิ.ย. 2563) 7:1 *วารสารนิติศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*.

สำนักงาน กสทช, *รายงานสภาพการแข่งขันและพฤติกรรมในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2562-2563* (25 พฤษภาคม 2566) สำนักงาน กสทช. <<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/631100000003.pdf>>.

