

อุตสาหกรรมแอนิเมชันและเกม ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

(Animation and Gaming Industry in Digital Economy Era)

17 กันยายน 2558

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

1

มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรม
แอนิเมชันและเกมของไทย ในปี 2557

มูลค่ารวม 11,338 ล้านบาท

อัตราเติบโต 6.5% จากปี 2556



แอนิเมชัน 3,503 ล้านบาท

อัตราเติบโต -8.1% จากปี 2556

Key driver: สภาวะเศรษฐกิจในประเทศ



เกม 7,835 ล้านบาท

อัตราเติบโต 14.7% จากปี 2556

Key driver: เศรษฐกิจดิจิทัล

2

การผลิตแอนิเมชันและเกม
เพื่อการส่งออก 1,687 ล้านบาท

อัตราเติบโต 6.6% จากปี 2556

- สาขาแอนิเมชัน ส่งออก 627 ล้านบาท
อัตราเติบโต 13.5 % จากปี 2556
- สาขาเกม ส่งออก 1,060 ล้านบาท
อัตราเติบโต 2.9% จากปี 2556

EXECUTIVE SUMMARY



3

อุตสาหกรรมแอนิเมชันและเกม
ของไทยถูกขับเคลื่อนโดยงานนำเข้า
จากต่างประเทศเป็นหลัก



ผู้จำหน่ายและนำเข้าแอนิเมชัน
มีส่วนแบ่งตลาด 58%
ของมูลค่าตลาดแอนิเมชัน



ผู้จำหน่ายและนำเข้าเกม
มีส่วนแบ่งตลาด 91%
ของมูลค่าตลาดเกม

4

แนวโน้มการเติบโต

● สาขาแอนิเมชัน

ปี 2558 เติบโต 20.7%

ปี 2559 เติบโต 10.0%

● สาขาเกม

ปี 2558 เติบโต 15.0%

ปี 2559 เติบโต 26.1%

EXECUTIVE SUMMARY



หัวข้อในการนำเสนอ



เทคโนโลยีเศรษฐกิจดิจิทัลกับดิจิทัลคอนเทนต์



มูลค่าตลาดแอนิเมชัน และเกม



สรุปและข้อเสนอแนะ



เทคโนโลยีเศรษฐกิจดิจิทัลกับดิจิทัลคอนเทนต์



การสื่อสารความเร็วสูง

3G และ 4G ตลอดจน fiber network



สมาร์ทดีไวซ์

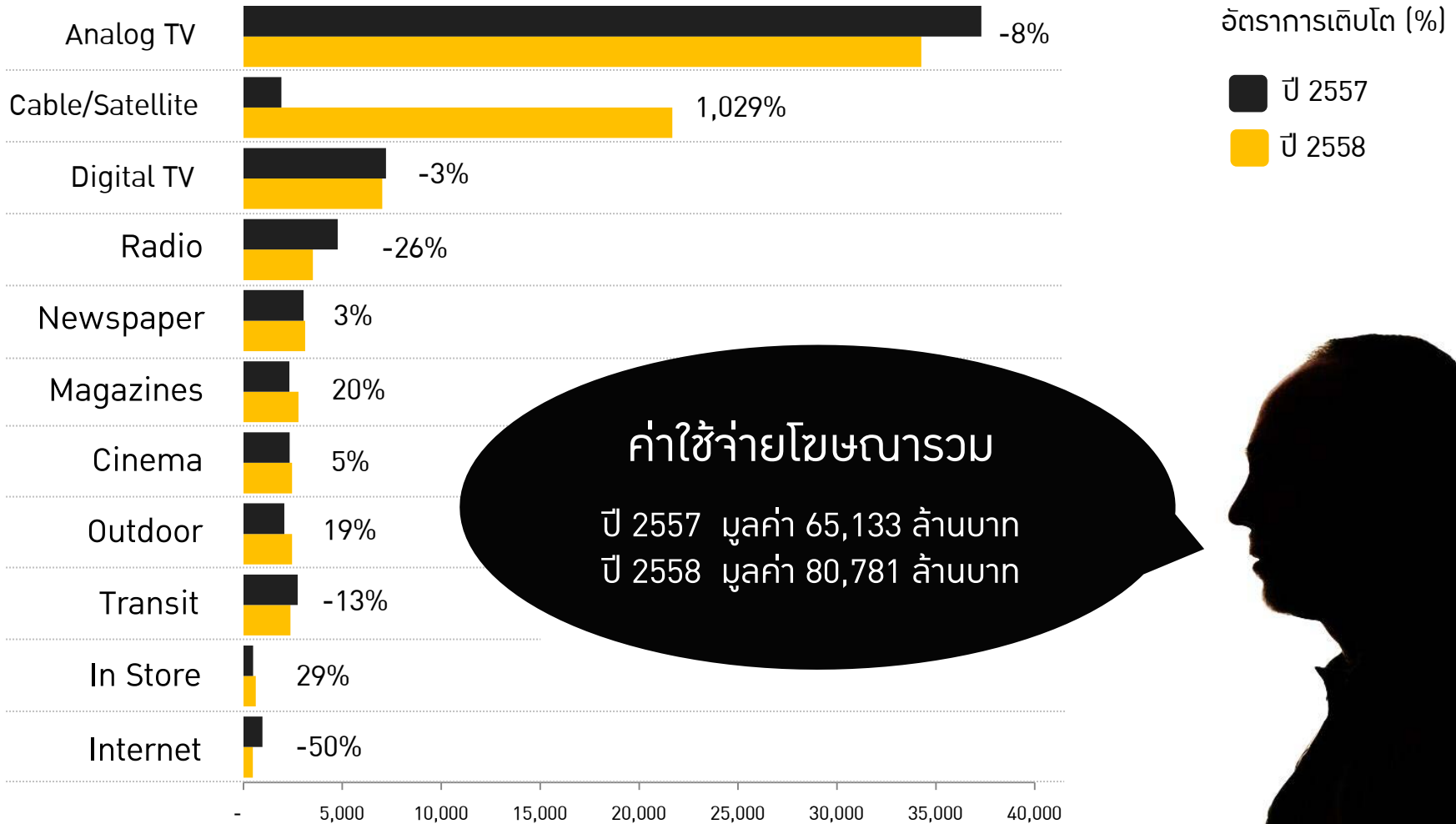
เพิ่มจาก 35 ล้านเครื่องในปี 2014 เป็น 65 ล้านเครื่องในปี 2019



โทรทัศน์ดิจิทัล

ช่องรายการเพิ่มขึ้น คมชัดขึ้น

“ค่าใช้จ่ายโฆษณาเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะผ่านทีวีดิจิทัล”



ที่มา: AGB Nielsen

หมายเหตุ: ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเป็นมูลค่าที่ยังไม่ได้หักส่วนลด



มูลค่าตลาดแอนิเมชัน และเกม

- ▶ แอนิเมชัน
- ▶ เกม

นิยาม “มูลค่าตลาด”

นำเข้าเพื่อบริโภค

ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ

ส่งออก

พัฒนาเพื่อใช้ในองค์กร



มูลค่าบริโภค

มูลค่าผลิต

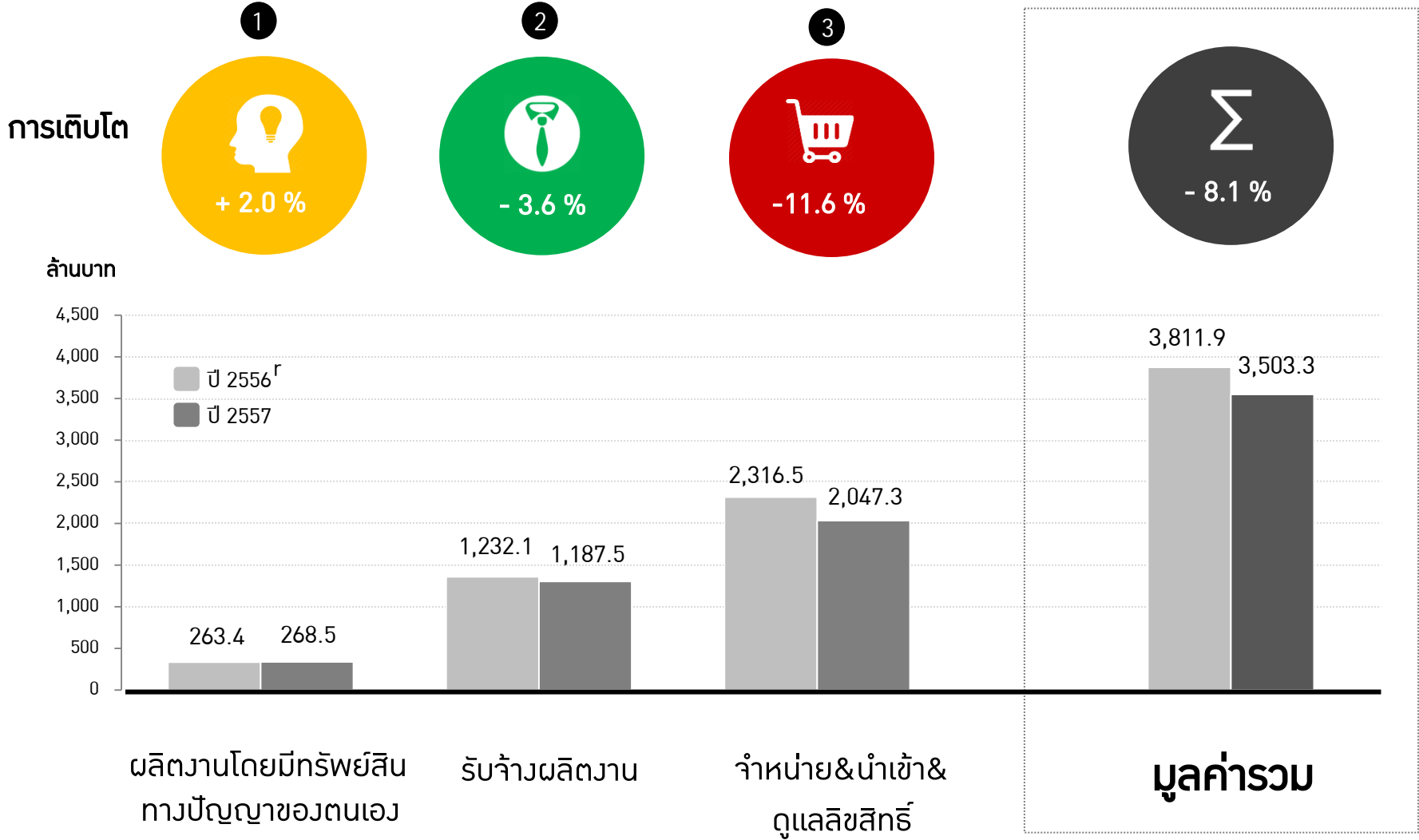
* ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ หมายถึง มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในประเทศ

มูลค่าตลาดแอนิเมชัน **ANIMATION**



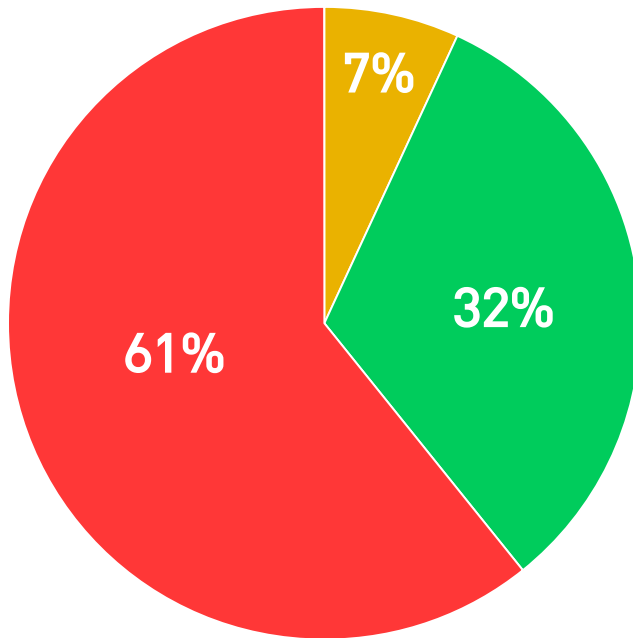
Credit : www.timeout.com

เปรียบเทียบมูลค่าตลาดแอนิเมชัน ปี 2556 - 2557

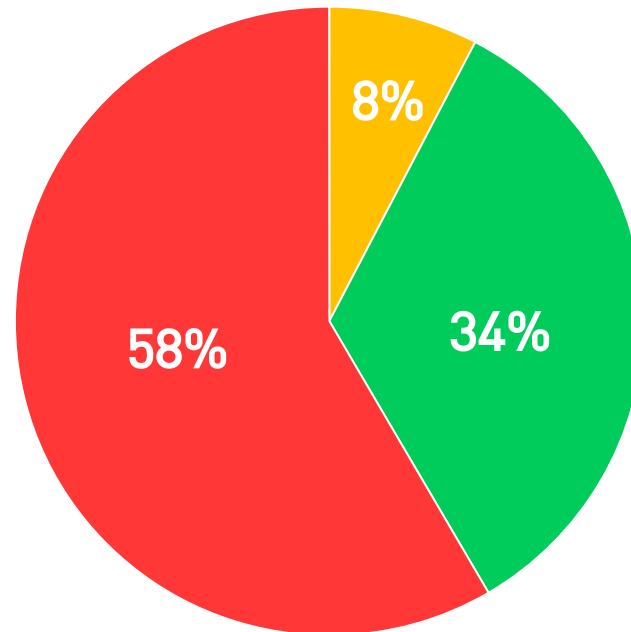


สัดส่วนมูลค่าตลาดแอนิเมชัน ในแต่ละปี

ปี 2556^r
3,812 ล้านบาท



ปี 2557
3,503 ล้านบาท



ผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง



















รับจ้างผลิตงาน



จำหน่าย&นำเข้า&ดูแลลิขสิทธิ์

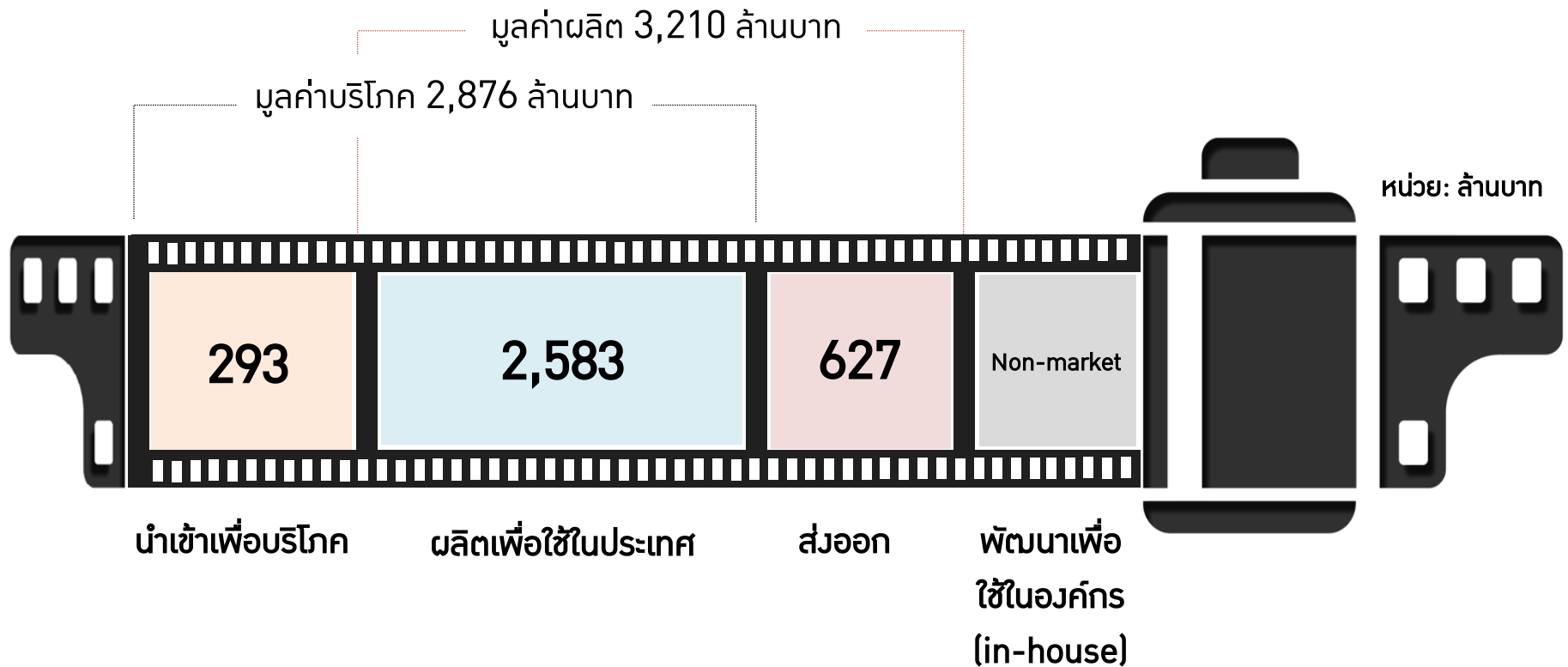
^r หมายถึง การประมาณการที่มีการปรับ

การคาดการณ์มูลค่าตลาดแอนิเมชัน ปี 2558 - 2559

	2557	2558 ^f	2559 ^f
 <p>มีทรัพย์สินทางปัญญา 269 ล้านบาท</p>	 2.0 %	 12.4 %	 13.8 %
 <p>รับจ้างผลิตงาน 1,187 ล้านบาท</p>	 3.6 %	 13.7 %	 12.3 %
 <p>จำหน่าย/นำเข้า/ดูแลลิขสิทธิ์ 2,047 ล้านบาท</p>	 11.6 %	 25.8 %	 8.3%
 <p>มูลค่ารวม 3,503 ล้านบาท</p>	 8.1 %	 20.7 %	 10.0 %

^f คาดการณ์ล่วงหน้า

มูลค่าตลาดแอนิเมชัน ปี 2557



หมายเหตุ:

- * มูลค่านำเข้าเพื่อบริโภค หมายถึง มูลค่าลิขสิทธิ์ของงานแอนิเมชันที่ถ่ายออกต่างประเทศ
- ** มูลค่าการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ เป็นมูลค่าที่รวมมูลค่าเพิ่ม (value added) ที่เกิดภายในประเทศด้วย เช่น มูลค่าโฆษณา

มูลค่าตลาดแอนิเมชัน **ทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง**

ปี 2556 มูลค่ารวม 263.4 ล้านบาท | ปี 2557 มูลค่ารวม 268.5 ล้านบาท | อัตราเติบโต 2%

ล้านบาท

350
300
250
200
150
100
50
0

■ ปี 2556
■ ปี 2557

215.2

230.9

▲ 7.3%

48.1

37.6

▼ 21.8%

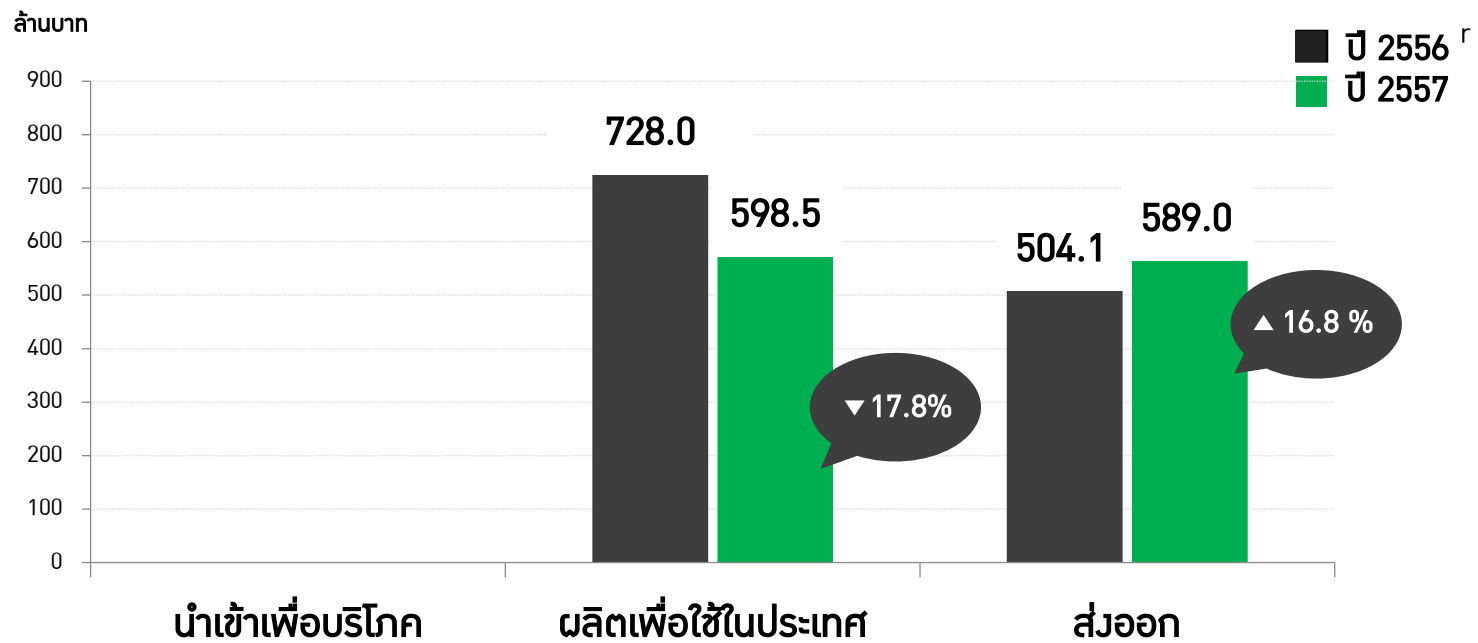
นำเข้าเพื่อบริโภค

ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ

ส่งออก

มูลค่าตลาดแอนิเมชัน ผู้รับจ้างผลิตงาน

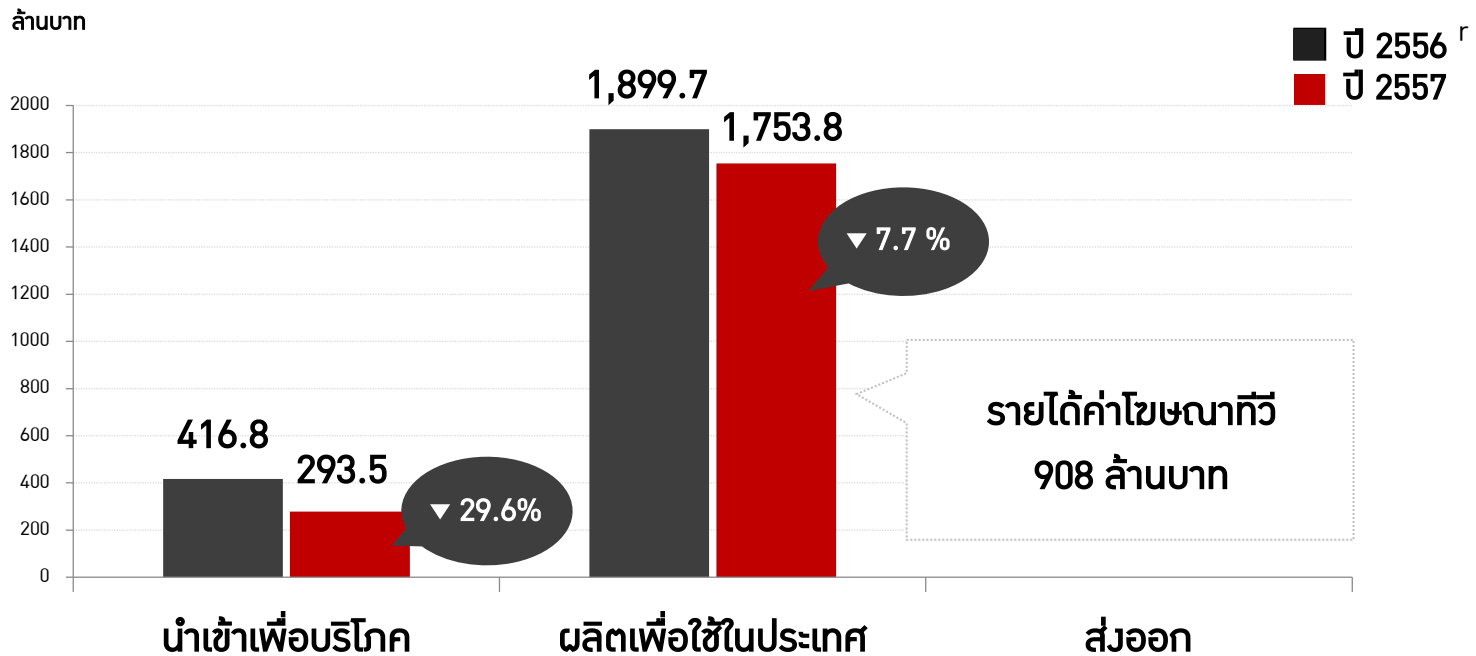
ปี 2556^r มูลค่ารวม 1,232.1 ล้านบาท | ปี 2557 มูลค่ารวม 1,187.5 ล้านบาท | อัตราเติบโต -3.6%



มูลค่าตลาดแอนิเมชัน

ผู้จำหน่าย/นำเข้า / ดูละลิขสิทธิ์

ปี 2556¹ มูลค่ารวม 2,316.5 ล้านบาท | ปี 2557 มูลค่ารวม 2,047.3 ล้านบาท | อัตราเติบโต -11.6%

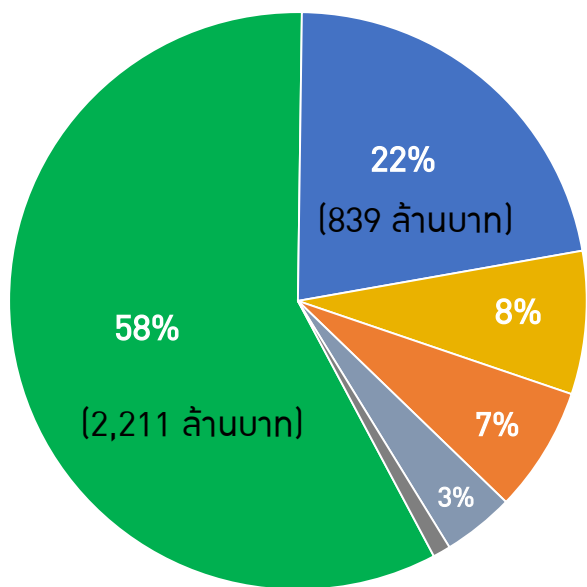


หมายเหตุ: ผลิตเพื่อใช้ในประเทศ หมายถึง มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในประเทศ (เช่น รายได้จากค่าโฆษณา)

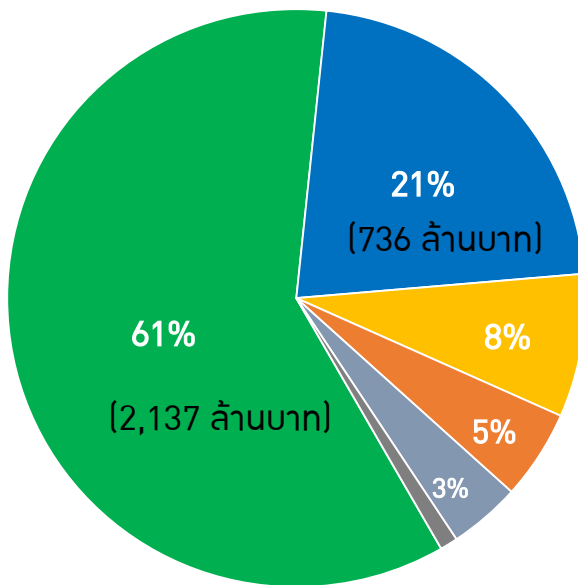


มูลค่าตลาดแอนิเมชัน

จำแนกตามรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอผลงาน



มูลค่ารวมปี **2556^r**
3,811.9 ล้านบาท

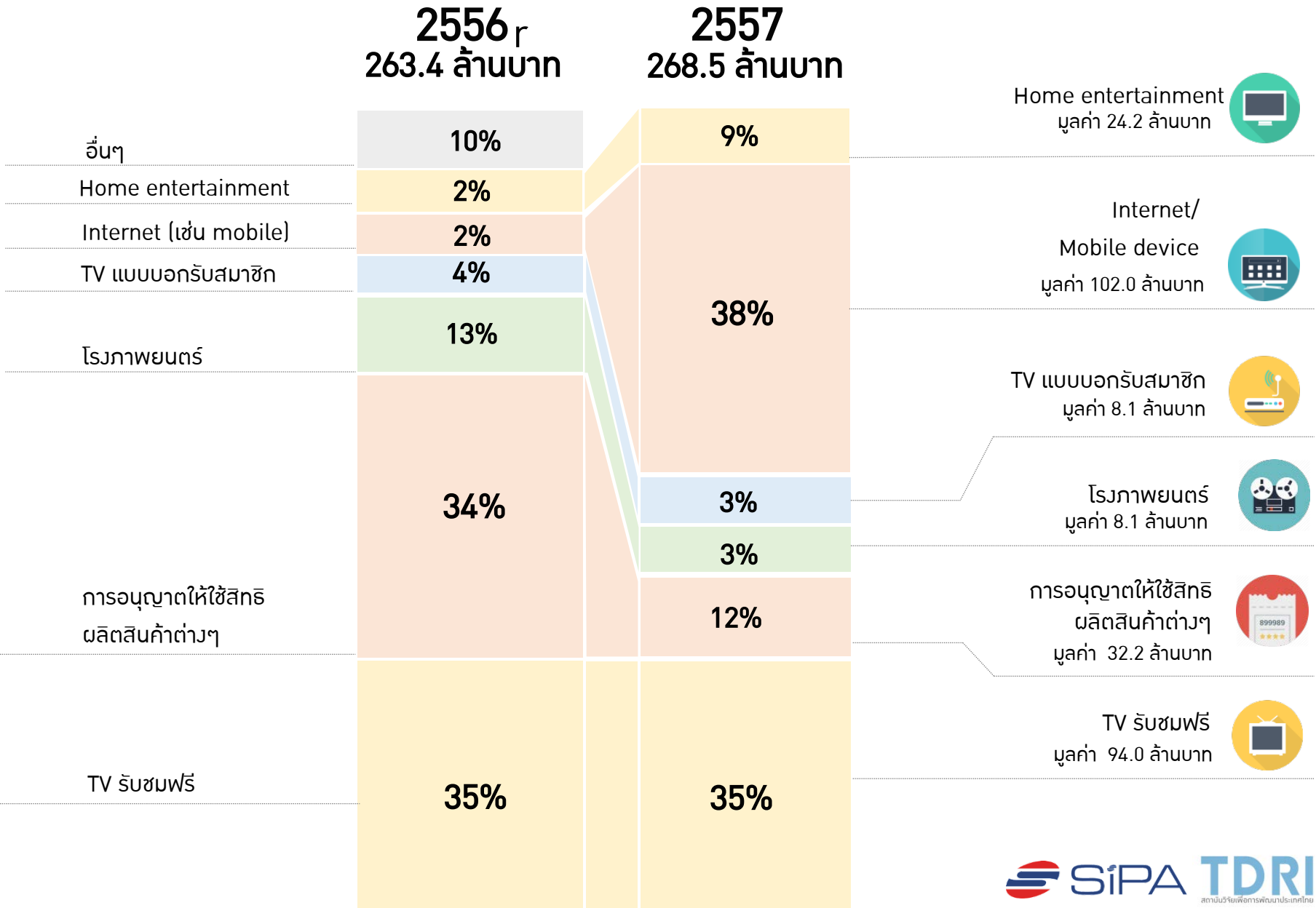


มูลค่ารวมปี **2557**
3,503.3 ล้านบาท

- Animated Series TV / Animated Feature
- Character Development / Licensing
- VFX/CGI
- Animated Commercials
- แอนิเมชันสำหรับเกม
- แอนิเมชันสำหรับอีเลิร์นนิ่ง การนำเสนอทั่วไป/สนับสนุนงานเฉพาะด้าน เช่น งานออกแบบสถาปัตยกรรม งานด้านการแพทย์ ฯลฯ

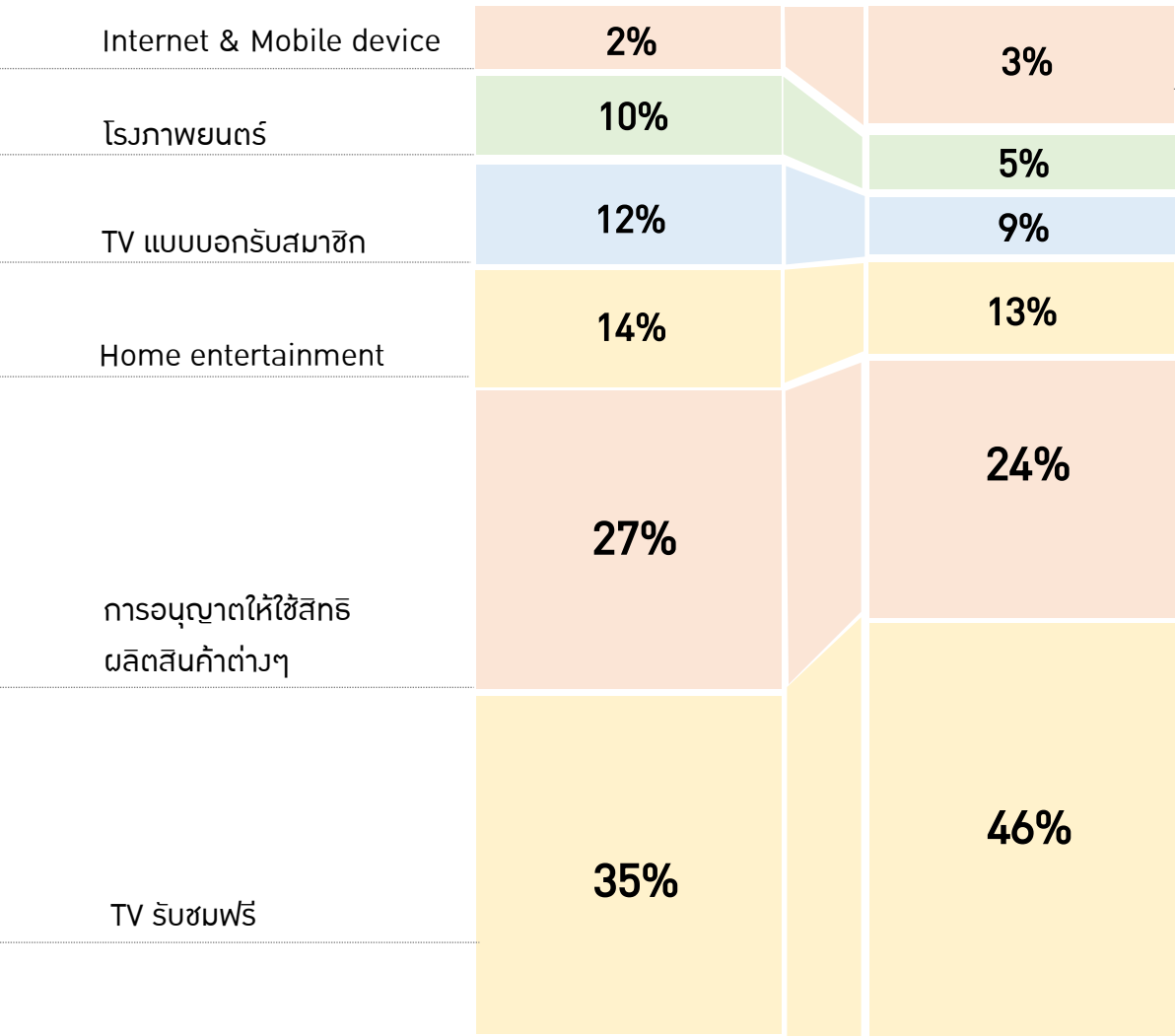
^r หมายถึง การประมาณการที่มีการปรับ

ช่องทางการนำเสนอผลงานแอนิเมชัน **ผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง**



ช่องทางการนำเสนอผลงานแอนิเมชัน จำหน่าย/นำเข้า/ดูแลลิขสิทธิ์

2556^r 2,316.5 ล้านบาท 2557 2,047.3 ล้านบาท



Internet & Mobile device
มูลค่า 49.9 ล้านบาท



โรงภาพยนตร์
มูลค่า 92.4 ล้านบาท



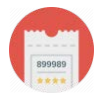
TV แบบบอกรับสมาชิก
มูลค่า 193.7 ล้านบาท



Home entertainment
มูลค่า 275.4 ล้านบาท



การอนุญาตให้ใช้สิทธิผลิตสินค้าต่างๆ
มูลค่า 491.7 ล้านบาท

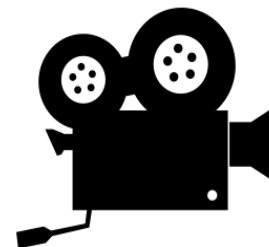


TV รัชมพร
มูลค่า 944.2 ล้านบาท



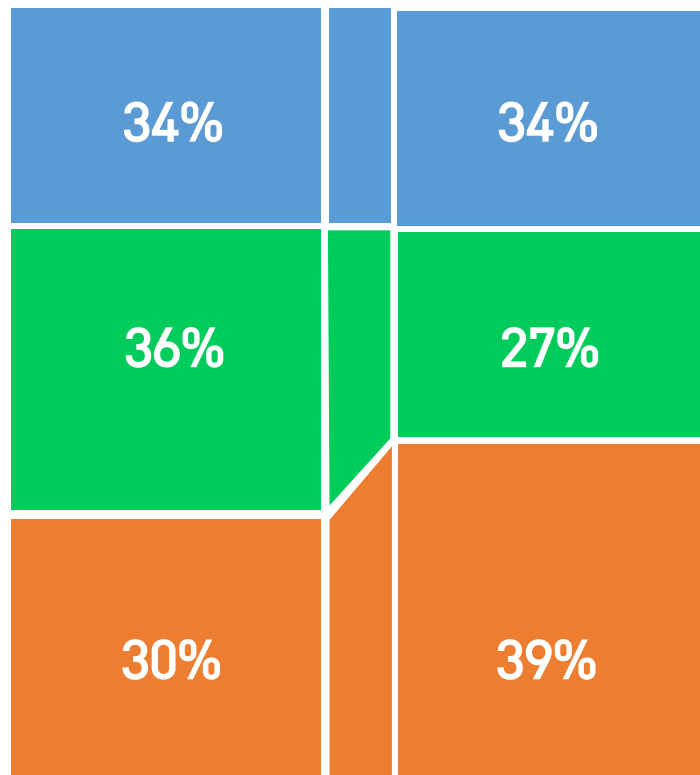


ช่องทางการนำเสนอผลงานแอนิเมชัน ผู้รับจ้างผลิตงาน



จำแนกตามประเภทผู้ว่าจ้าง ปี 2557

ปี 2556^r
1,232.1 ล้านบาท



ปี 2557
1,187.5 ล้านบาท



บริษัทโฮชณา หรือ
production house



บริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้า
หรือ บริการ (corporate)



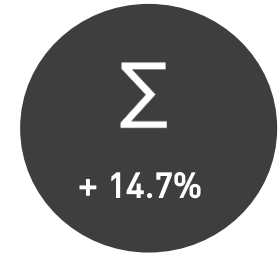
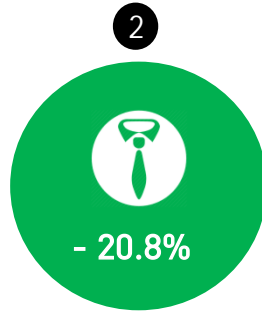
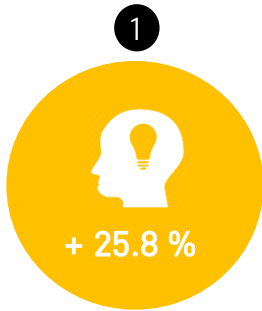
เจ้าของทรัพย์สินทาง
ปัญญา (IP owner)

GAME

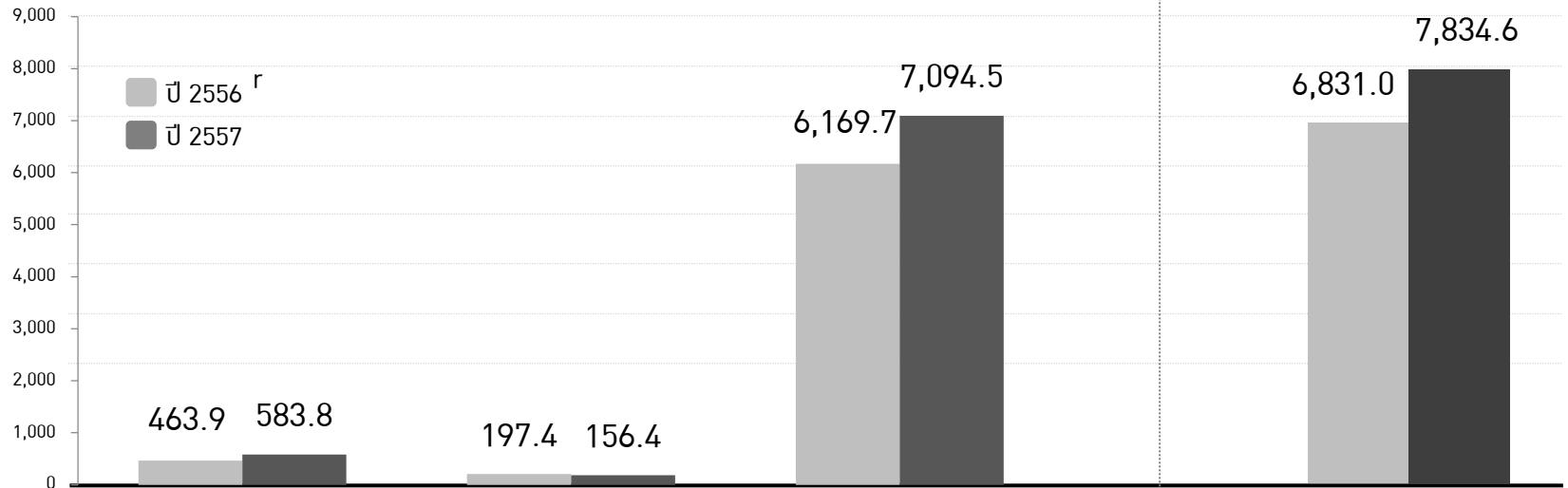


มูลค่าตลาดเกม

เปรียบเทียบมูลค่าตลาดเกม ปี 2556 - 2557



ล้านบาท



ผลงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง

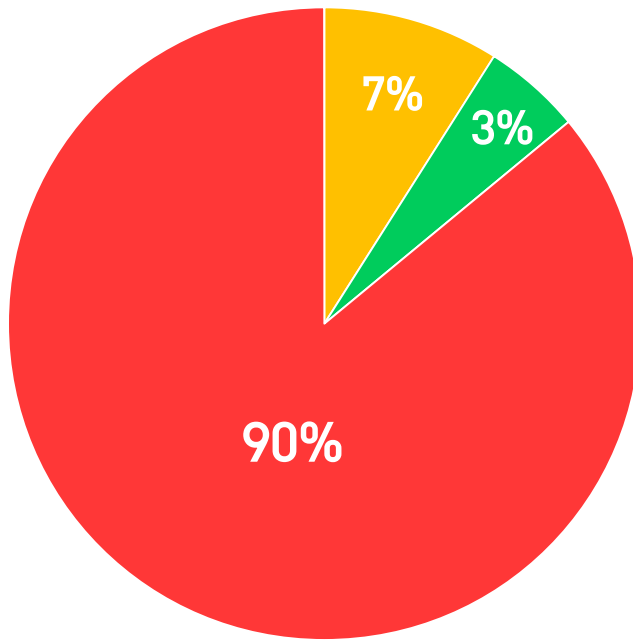
รับจ้างผลิตงาน

จำหน่าย&นำเข้าเกม

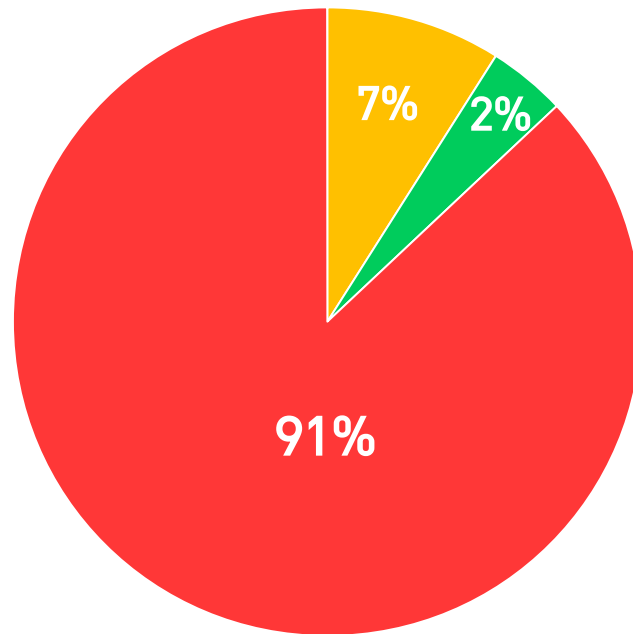
มูลค่ารวม

สัดส่วนมูลค่าตลาดเกม ในแต่ละปี

ปี 2556^r
6,831 ล้านบาท



ปี 2557
7,835 ล้านบาท



ผลิตงานโดยมีทรัพย์สิน
ทางปัญญาของตนเอง




















รับจ้างผลิตงาน



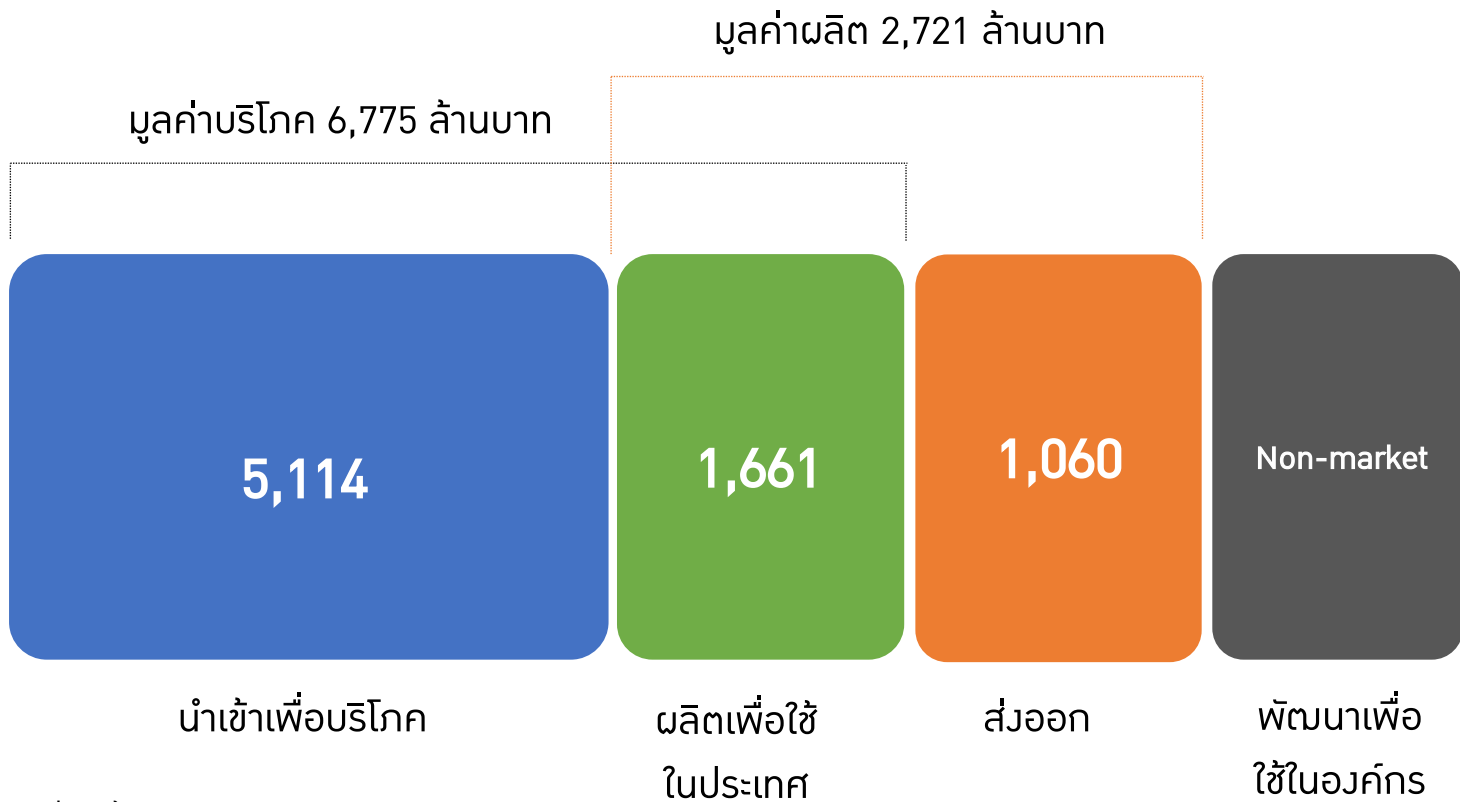
จำหน่าย&นำเข้า

การคาดการณ์มูลค่าตลาดเกม ปี 2558 - 2559

	2557	2558 ^f	2559 ^f
 <p>มีทรัพย์สินปัญญา</p> <p>584 ล้านบาท</p> 	 25.8 %	 41.8 %	 50.1%
 <p>รับจ้างผลิตงาน</p> <p>156 ล้านบาท</p>	 11.1 %	 17.7 %	 17.8 %
 <p>จำหน่ายและนำเข้าเกม</p> <p>7,095 ล้านบาท</p>	 15.0 %	 12.8 %	 23.8 %
 <p>มูลค่ารวม</p> <p>7,835 ล้านบาท</p>	 14.7 %	 15.1 %	 26.1 %

^f คาดการณ์ล่วงหน้า

มูลค่าตลาดเกมปี 2557



หน่วย: ล้านบาท

มูลค่ารวมตลาดเกม

จำแนกตามประเภทเกมใน ปี 2557

หน่วย: ล้านบาท

รวม
7,835 ล้านบาท

ประเภทเครื่องเล่น

ประเภทเกม

ผลิต/นำเข้า
เพื่อใช้ในประเทศ

ส่งออก

รวม



Computer

Off Line

168.9

11.2

180.1

On Line

5,166.7

565.3

5,732.0



Mobile game

iOS

671.7

245.8

917.5

Android

540.1

222.8

762.9

Windows

0.7

0.8

1.5

อื่น ๆ (BADA OS)

15.4

0.0

15.4



Other

Arcade

210.9

0.0

210.9

Console

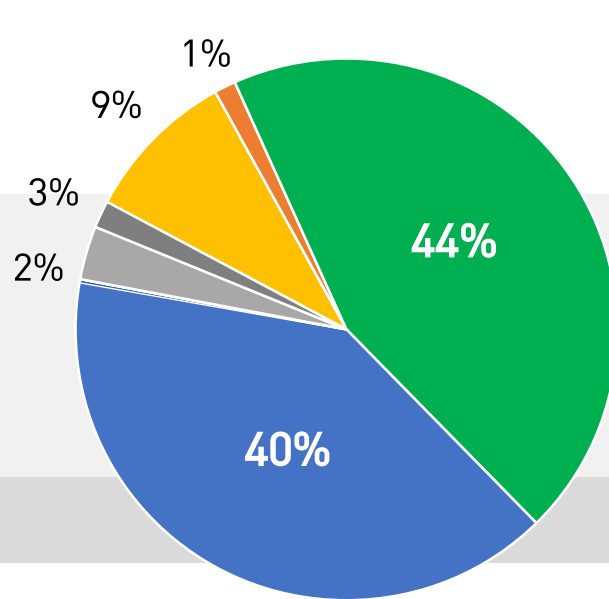
0.1

14.1

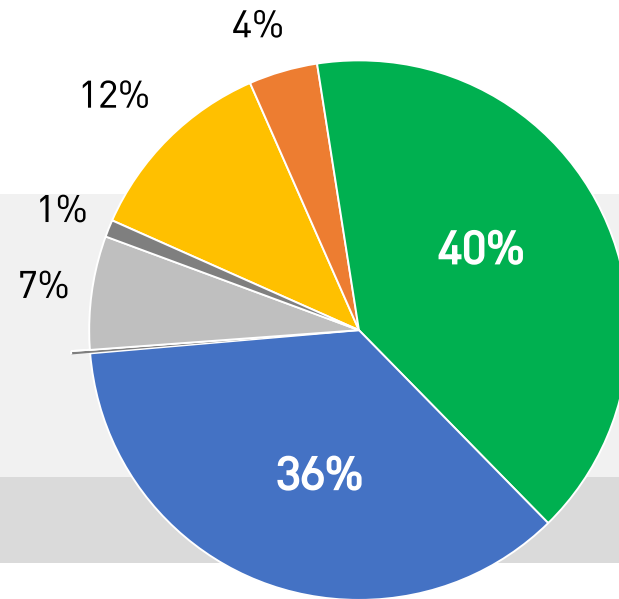
14.2



มูลค่ารวมตลาดเกม ทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง



ปี 2556^r
463.9 ล้านบาท



ปี 2557
583.8 ล้านบาท

Computer

- Off Line
- On Line

Mobile game

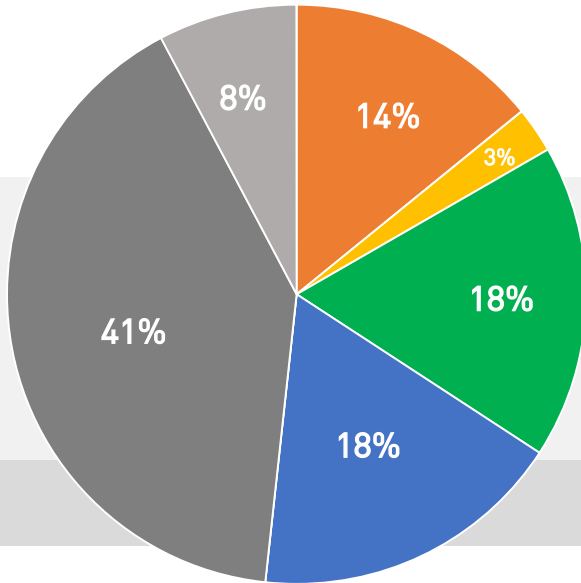
- iOS
- Android
- Windows

Other

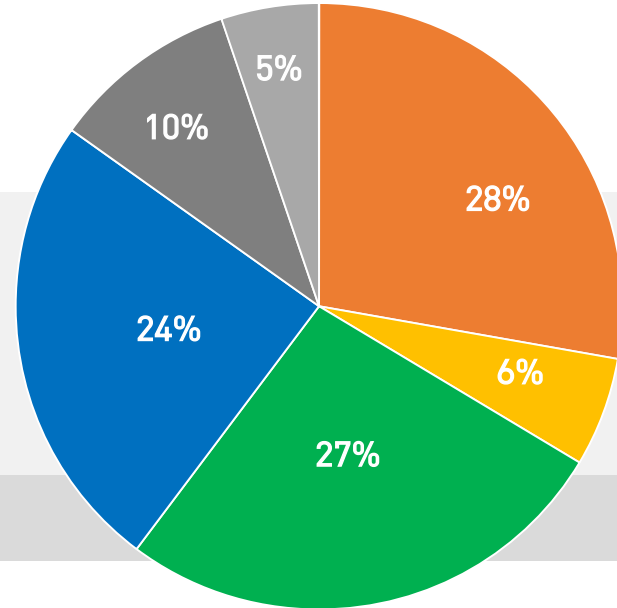
- Arcade
- Console



มูลค่ารวมตลาดเกม **รับจ้างผลิตงาน**



ปี 2556^r
197.4 ล้านบาท



ปี 2557
156.4 ล้านบาท

Computer

- Off Line
- On Line

Mobile game

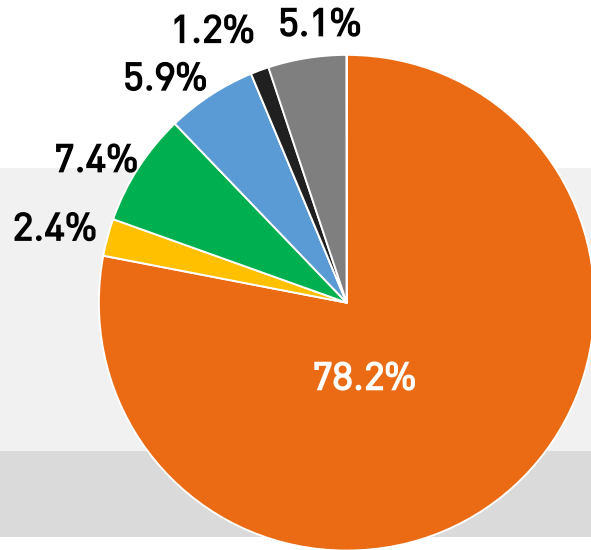
- iOS
- Android
- Windows

Other

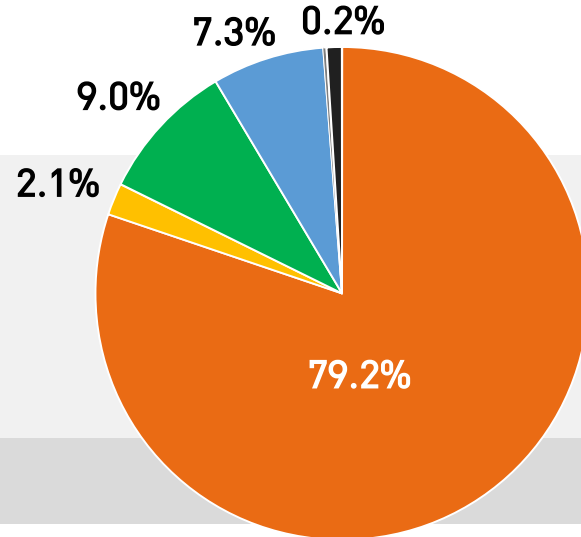
- Arcade
- Console



มูลค่ารวมตลาดเกม จำหน่ายและนำเข้าเกม



ปี 2556
6,169.7 ล้านบาท



ปี 2557
7,094.5 ล้านบาท

Computer

- Off Line
- On Line

Mobile game

- iOS
- Android
- Windows
- อื่นๆ (BADA OS)

Other

- Arcade
- Console

แหล่งที่มาของรายได้

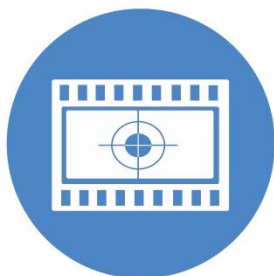
ของผู้พัฒนาเกมแบบมี IP ของตนเองในปี 2557

78.9 %



การขาย item ในเกม
(In-App Purchase)
มูลค่า 460.7 ล้านบาท

10.3 %



การโฆษณา
(Advertisement)
มูลค่า 59.9 ล้านบาท

3.2 %



การดาวน์โหลด
Premium game
มูลค่า 18.6 ล้านบาท

0.5 %



การเป็นสมาชิก
(Subscription)
มูลค่า 3.0 ล้านบาท

7.1 %



รายได้จาก
แหล่งอื่นๆ เช่น เกมตู้
มูลค่า 41.6 ล้านบาท

มูลค่ารวม 583.8 ล้านบาท

มูลค่าตลาดเกม

ของผู้รับจ้างผลิต จำแนกตามประเภทการใช้งาน ในปี 2557



เกมเพื่อการศึกษา
มูลค่า 28.8 ล้านบาท



เกมเพื่อความบันเทิง
มูลค่า 100 ล้านบาท



เกมเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์
มูลค่า 27.6 ล้านบาท



ข้อสรุป



ตลาดแอนิเมชันและเกม
ยังคงมีการนำเข้าเพื่อ
บริโภคคิดเป็นมูลค่าที่
สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
ตลาดเกม



ผู้ผลิตไทยมีแนวโน้มที่จะ
ผลิตเพื่อส่งออก
ต่างประเทศมากยิ่งขึ้น



ปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรม
แอนิเมชันและเกม

- ❶ การขาดแคลนบุคลากรที่มี
คุณภาพในการผลิตงานดิจิทัล
คอนเทนต์
- ❷ อุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทยยัง
ประสบปัญหาการพึ่งพางาน
แอนิเมชันต่างประเทศในสัดส่วนสูง

ข้อเสนอแนะ

รัฐบาลไทยควรประกาศนโยบายส่งเสริม “ซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์”
ของผู้ผลิตไทย โดยเฉพาะการสร้าง IP เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

2

มีมาตรการสนับสนุนผู้ผลิตไทย
ด้านการเงินชัดเจนอย่างน้อย 5 ปี
ที่ผูกพันให้เปล่า และการร่วมสมทบ
ทุนกับ VC เอกชน

3

ส่งเสริมการสร้าง
กำลังคนในระบบสหกิจ
และวิชาชีพ ตลอดจน
ผลิตสื่อเพื่อการเรียนรู้

4

สนับสนุนการเผยแพร่
คอนเทนต์ในประเทศ
ทางทีวี และสื่อต่างๆ

5

สนับสนุนการทำตลาด
และการหาพันธมิตรใน
ต่างประเทศโดยใช้กลไก
กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง
ประเทศ

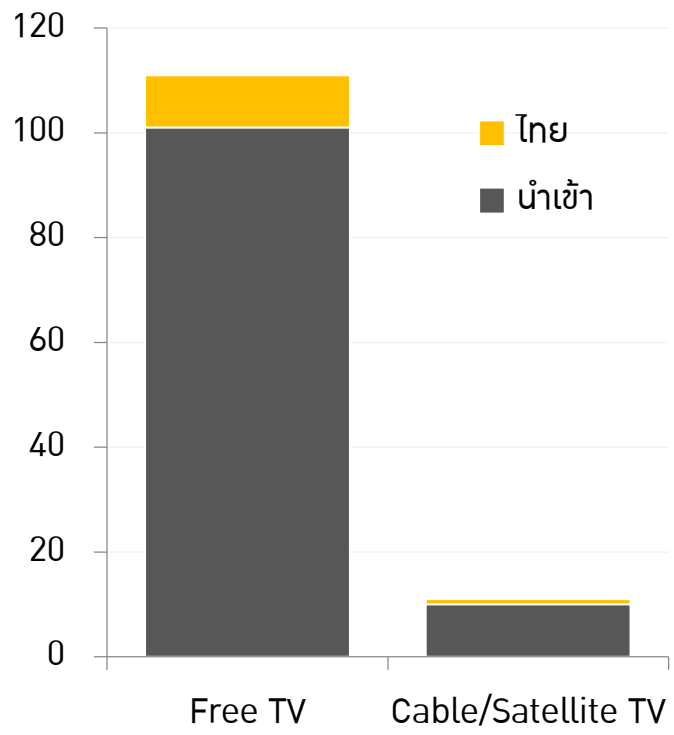
1

สร้างความรับรู้และ
ความตื่นตัว โดยการจัด
ประกวด สนับสนุน
ต่อเนื่อง และต่อยอดให้
เผยแพร่รางวัลได้

“หัวใจคือการส่งเสริมให้สุดทาง”

แอนิเมชันของไทยมีพื้นที่น้อยในรายการโทรทัศน์

รายการ



- ▶ แอนิเมชันของไทย มีสัดส่วนน้อยมากในผังรายการโทรทัศน์
 - Free TV: 9/110 รายการ (สัดส่วน 8%)
 - Cable/Satellite: 1/11 รายการ (สัดส่วน 9%)
- ▶ สถานีเด็กและครอบครัว บางช่องไม่มีรายการแอนิเมชันไทย
- ▶ สถานีของรัฐ Thai PBS และ MCOT ไม่มีรายการแอนิเมชันไทย