

รายงานต้นทุนการผลิตแอนิเมชันของเกาหลีใต้ มีมูลค่าเพียง 5% ของการผลิตของสหรัฐฯ



ภาพยนตร์แอนิเมชันของฮอลลีวูด มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 114.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (123 พันล้านบาท) ในขณะที่ภาพยนตร์แอนิเมชันชื่อดังของเกาหลีใต้ เรื่อง Leafie : A Hen into the Wild” ในปี 2554 มีต้นทุนการผลิตเพียง 5.8 พันล้านบาท (5.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) อุตสาหกรรมแอนิเมชันในเกาหลีใต้ กลับแตกต่างไปโดยสิ้นเชิง เมื่อพิจารณาจากตัวเลขเพียงอย่างเดียว มูลค่าของภาพยนตร์แอนิเมชันในตลาดโลกกำลังเติบโตขึ้นทุกวัน แต่ในตลาดเกาหลีใต้มันยังคงอยู่ในระดับที่ไม่ดี และไม่สำคัญ

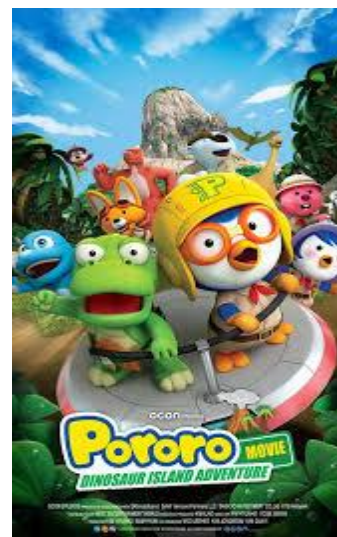
ระบบนิเวศของภาพยนตร์แอนิเมชันในเกาหลีใต้ ไม่ค่อยดีนัก ตลาดเกาหลีใต้มีขนาดเล็กมาก จึงยากที่จะใช้ต้นทุนการสร้างในหลักพันล้านบาท และมีข้อจำกัดของรูปแบบ ที่ผิดปกติในธุรกิจของเล่นมากกว่า การพัฒนาภาพยนตร์แอนิเมชัน ในเชิงคุณภาพตลาดภาพยนตร์แอนิเมชันของเกาหลีใต้ มีมูลค่า 610.1 พันล้านบาท (563.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) คิดเป็นเพียงแค่ 0.6% ของ 100.49 ล้านล้านบาท (92.84 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ของยอดขายรวมของธุรกิจคอนเทนต์ภายในประเทศของปี 2558 มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคอนเทนต์ต่างๆเช่นการพิมพ์ การออกอากาศ หรือกระจายเสียง โฆษณา และเกมส์



เนื่องจากตลาดมีขนาดเล็ก บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่ จึงมีขนาดเล็ก บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันในเกาหลีใต้ มีจำนวน 376 บริษัทและมีพนักงานรวม 4,728 คนในปี 2558 ตัวเลขดังกล่าวต่ำกว่าของสหรัฐฯ และญี่ปุ่นเป็นอย่างมากบริษัทส่วนใหญ่ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ตามข้อตกลงทางการค้าแบบ OEM งานหลักๆคือการวาดภาพ แทนการผลิตเอง คนทำงานด้านแอนิเมชันสำหรับออกฉายทั้งทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ ก็ขาดแคลน เนื่องจากต้องใช้เวลาในการผลิตยาวนานกว่า 2 ปี ปัญหาที่ใหญ่กว่านั้น คือบริษัทต่างๆเป็นเพียงแค่ผู้ทำสัญญา รับเหมาช่วง (subcontractors) ของบริษัทของเล่น สำหรับเด็กหรือบริษัทเงินทุนต่างชาติ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรม

แอนิเมชันเป็นอุตสาหกรรม ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงอุตสาหกรรมแอนิเมชันของเกาหลีใต้ กำลังขาดแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาภาพยนตร์และอุตสาหกรรมโดยรวม

สภาวะแวดล้อมของการผลิตขนาดเล็ก ทำให้ตลาดแอนิเมชันของเกาหลีใต้ ต้องหลีกเลี่ยงให้แก่การผลิตของต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์แอนิเมชันของ อเมริกันและญี่ปุ่น เข้าฉายในโรงภาพยนตร์นั้น ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจึง ทำให้ภาพยนตร์แอนิเมชันต่างๆ ร่วมมือกับภาพยนตร์แอนิเมชันของต่างชาติไปโดย ปรียายในปัจจุบัน



หากพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ภาพยนตร์แอนิเมชันใช้ระยะเวลา ยาวนานในการผลิต และอุตสาหกรรมแอนิเมชันของเกาหลีใต้ มีช่องว่างกับสตูดิโอระดับโลก ซึ่งรวมถึงสหรัฐฯและ ญี่ปุ่นเนื่องจากการขาดแคลนสตูดิโอ ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์ แอนิเมชัน และนักลงทุนในระยะยาว อีกทั้งผู้ชมวัยเด็กและผู้ปกครองก็มีจำนวนจำกัด

สหรัฐฯมีตลาดแอนิเมชันที่ใหญ่ที่สุดในโลกมีภาพยนตร์แอนิเมชัน 4 เรื่องที่ติด 10 อันดับแรกของชาร์ท Hollywood box office ในปี 2559 ได้แก่อันดับ 2 ภาพยนตร์เรื่อง Finding Dory กวาดรายได้สูงถึง 486 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันดับ 4 ภาพยนตร์เรื่องThe Secret Life of Pets ทำรายได้ 368 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อันดับ 7 ภาพยนตร์ เรื่อง Zootopia ทำรายได้ 341 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯและอันดับ 10 ภาพยนตร์เรื่อง Sing ทำรายได้ 265 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯอย่างไรก็ตามมีภาพยนตร์แอนิเมชันของเกาหลีใต้เพียง 5 - 6 เรื่องเท่านั้น ที่ติด 50 อันดับแรกของชาร์ท SouthKorean box office ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาได้แก่ Hello Jadoo และ Moonlight Palace ปี 2559 และPororo, Dinosaur Island Adventure ปี 2560

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่า ตลาดแอนิเมชันของเกาหลีใต้ ยังมีขนาดเล็กและมีข้อจำกัดในเรื่องสตูดิโอ ส่วนมากแอนิเมชันในเกาหลีใต้ที่ทำเป็นเรื่องราวการ์ตูนต่างๆ จะได้รับความนิยมสำหรับเด็กๆเกาหลี เช่น Pororo เป็นต้น หรือทำเป็นบทเรียนสอนเด็กๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจ ในการเจาะตลาดแอนิเมชันของเกาหลีใต้ ควรหาหุ้นส่วนชาวเกาหลีในการร่วมลงทุนเพื่อทำตลาดในเกาหลีต่อไป

ที่มา :<http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=20625>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
กุมภาพันธ์ 2564

