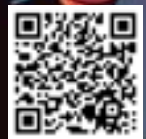


ประเทศไทย สู่

# Digital Content Hub





## บก. แดง

### ที่ปรึกษาของบรรณาธิการ

นฤชา ฤชุพันธุ์

### กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการบริหาร

สุดากร เทวกุล ณ อยุธยา

### หัวหน้ากองบรรณาธิการ

นิมาเรียม เบ็ญวิศิษฐ์

### ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นิรมิตร สักดิ์เศรษฐ์

ณัฐริดา ดวงอุไร

นุชนารถ วงษ์เกษม

วิภาดา จงปิตนา

สุนันตา อัครระกิต

ในทุกวันนี้โซเชียลมีเดียได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ส่งผลให้มีการบริโภคสื่อดิจิทัลกันอย่างแพร่หลาย ผลักดันให้ Content Creator สนุกกับการพัฒนาคอนเทนต์ใหม่ ๆ ป้อนให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันได้มีการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประยุกต์ใช้กับภาคส่วนอื่น ๆ ด้วย นอกเหนือจากด้านการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียนการสอน การแพทย์ และการท่องเที่ยว ฯลฯ

เป็นเรื่องที่น่ายินดีที่ประเทศไทยมี Content Creator ที่มีศักยภาพเทียบเคียงระดับสากล มีความโดดเด่นในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ และอัตราการว่าจ้างที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศที่มีความเข้มข้นในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ จึงได้รับโอกาสรับจ้างผลิตผลงานให้กับบริษัทต่างชาติ ซึ่งหลายผลงานที่ผ่านตาผู้อ่านก็มีบางส่วนที่เกิดจากฝีมือคนไทย สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่บีโอไอเลือกให้อุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ ที่จะใช้เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลไทย

วารสารฉบับนี้ จะชวนมาเปิดโลกดิจิทัลคอนเทนต์แบบพอสังเขป พร้อมสัมภาษณ์พิเศษเกี่ยวกับการลงทุนดังกล่าว จากคุณนฤชา ฤชุพันธุ์ ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และแง่มุมดี ๆ ของผู้ประกอบการไทยที่ถือได้ว่าประสบความสำเร็จในเส้นทางนี้อย่าง บริษัท อีกราดซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท เอเอสเอพี คอร์ปอเรชั่น จำกัด

แม้ว่าวันนี้ไทยจะเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ แต่บีโอไอเชื่อมั่นในศักยภาพของผู้ประกอบการไทยว่าสามารถที่จะผลิตผลงานที่เป็น IP ของเราเองได้ในอนาคต ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ไม่ว่าจะเป็น SMEs, Startup หรือผู้ประกอบการรายใหญ่ สามารถเข้ารับการปรึกษากับบีโอไอเพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ ๆ จากการลงทุนได้ คุณเป็นผู้สร้างสรรค์ บีโอไอจะเป็นผู้ส่งเสริม เรามาขับเคลื่อนไทยให้เป็นศูนย์กลางดิจิทัลของภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรมร่วมกันค่ะ

นิมาเรียม เบ็ญวิศิษฐ์

หัวหน้ากองบรรณาธิการ



### กองบรรณาธิการ

ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน  
555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900



0 2553 8111



head@boi.go.th



www.boi.go.th



BOI News



@boinews



BOI Podcast



Think Asia, Invest Thailand

BOI News



# CONTENTS



ปีทรง ดันไทยสู่  
**Creative Hub**



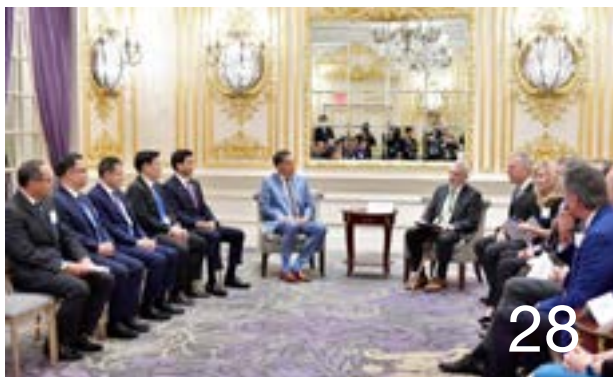
เปิดโลก  
**ดิจิทัลคอนเทนต์**



RiFF Studio สรรค์สร้างแอนิเมชันไทย  
**โลดแล่นไถระดับสากล**



Yggdrasil Group  
**ผู้นำดิจิทัลคอนเทนต์ไทยไปไถระดับโลก**



**แวดวงบีไอไอ**



**ประกาศใหม่บีไอไอ**





# ปากรง ดันไทยสู่ Digital & Creative Hub



จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสื่อด้านดิจิทัลคอนเทนต์ เช่น แอนิเมชัน เกม ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ การ์ตูนคาแรกเตอร์ รวมไปถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (e-Learning) ส่งผลให้อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในตลาดโลกเติบโตขึ้นอย่างมาก รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและพร้อมผลักดันให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้อย่างเต็มที่ โดย **คุณฤชา ฤชุพันธุ์** ที่ปรึกษาด้านการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ เผยถึงยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุน 5 ปี (2566 – 2570) มีเป้าหมายเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยไปสู่เศรษฐกิจใหม่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศในระยะยาว ที่มีอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่ไทยมีศักยภาพและสามารถก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการลงทุนของภูมิภาคได้

## เสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สร้างเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

คุณนฤชา เกริ่นว่า แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมการลงทุนตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุน 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้วยอุตสาหกรรมดิจิทัล รวมถึงการเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ดิจิทัลคอนเทนต์ เกม และอีสปอร์ต

อุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับนวัตกรรม รวมถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ โดยทั้ง 2 อุตสาหกรรมจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจสำคัญที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

ปีโอไอได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลอย่างครบวงจร การส่งเสริมการลงทุนทั้งผู้ผลิตเนื้อหา(Content Creator)และผู้ให้บริการ (Service Provider) การส่งเสริมบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ ซึ่งคุณนฤชา กล่าวว่า “แนวทางการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวจะช่วยผลักดันให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นในประเทศ”

### ปีโอไอกับการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



**1** การส่งเสริมการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น Data Center, Cloud Service, Submarine Cable, Digital Park, Incubation Center, Maker Space หรือ Fabrication Lab, Co-working Space, ศูนย์พัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงกิจการพัฒนา Smart City เป็นต้น



**2** การส่งเสริมกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์ม เพื่อให้บริการดิจิทัล หรือ ดิจิทัลคอนเทนต์



**3** การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการนำซอฟต์แวร์ระบบ ERP หรือระบบ IT อื่น ๆ เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรหรือสายการผลิต หรือเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบออนไลน์ของรัฐ เช่น National e-Payment หรือประยุกต์ใช้ AI, Machine Learning, Big Data หรือ Data Analytics เป็นต้น



“

เงื่อนไขของการขอรับ  
การส่งเสริมการลงทุนสำหรับ  
ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์  
เพียงแค่มียูเอวีเอซีใหม่หรือมีการพัฒนา  
เพิ่มเติมจากของเดิม เช่น ผลิตเกมใหม่  
หรือมีการจ้างงานคนใหม่ก็เข้าข่าย  
ขอรับการส่งเสริม  
จากบีโอไอได้

”



## ‘เกม’ ผู้เล่นหลักในตลาดดิจิทัลคอนเทนต์

อุตสาหกรรมเกมมีส่วนสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 85% โดยในปี 2565 มีมูลค่ารวมกว่า 34,000 ล้านบาท และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยแรงสนับสนุนสำคัญจากเทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้ประสบการณ์การเล่นเกมดีขึ้น ค่านิยมของการเล่นเกมที่เปลี่ยนจากการเล่นเพื่อความสนุกสู่การสร้างอาชีพใหม่ในปัจจุบัน รวมถึงการส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

คุณนฤชา กล่าวว่า “อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ขณะนี้ผู้เล่นอยู่จำนวนประมาณ 5,000 คน การจ้างงานส่วนใหญ่เป็นบุคลากรในบริษัทผลิตเกม ซึ่งในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีเกมที่พัฒนาโดยคนไทยมากขึ้นทั้งในระบบ iOS และ Android”

นอกเหนือจากอุตสาหกรรมเกมที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบันแล้ว แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมแอนิเมชัน คอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic) วิศวกรรมกราฟิก (Visual Graphic) การพัฒนาตัวละครเรกเตอร์ (Character Design) ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่อย่าง AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) ยังเป็นส่วนสนับสนุนและส่งเสริมให้อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ของไทยมีโอกาสเติบโต และพัฒนาไปได้อีกมาก

**4** มาตรการ Smart Visa เพื่อดึงดูดผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล และกลุ่มสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพจากต่างประเทศ

**5** การให้เงินสนับสนุนค่าจ้างบุคลากรแก่สตาร์ทอัพจากกองทุนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

“เงื่อนไขของการขอรับการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ เพียงแค่มียูเอวีเอซีใหม่หรือมีการพัฒนาเพิ่มเติมจากของเดิม เช่น ผลิตเกมใหม่หรือมีการจ้างงานคนใหม่ก็เข้าข่ายขอรับการส่งเสริมจากบีโอไอได้” คุณนฤชา กล่าว



## บุคลากรคือหัวใจสำคัญ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงมาก โดยประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ มีความได้เปรียบจากการมีตลาดบริโภคที่ใหญ่ ซึ่งในการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ให้เพียงพอต่อตลาดจะมีต้นทุนทางบุคลากรในการผลิตค่อนข้างสูง ต้องใช้ทีมงานเป็นจำนวนมากเพื่อจ้างผลิต (Outsource) โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างมายังประเทศในแถบอาเซียน คือ ไทย มาเลเซีย และเวียดนาม

ภาพรวมของบุคลากรในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศไทยนั้น จะเห็นว่าคนไทยมีศักยภาพและมีฝีมือทางการออกแบบภาพที่สวยงามเหมาะสมต่อการใช้งานของผู้ใช้ ที่เรียกกันว่า ผู้พัฒนาหน้าบ้าน (Front End Developer) หรือส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) สำหรับเกมหรือแอนิเมชัน ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าตลาด 4,000 ล้านบาท

โดยในจำนวนนี้ พบว่า เป็นยอดการส่งออกมากกว่า 2,600 ล้านบาท โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากการรับจ้างผลิตให้กับต่างชาติ ด้วยจุดแข็งที่สำคัญของไทยที่ทำให้งานแอนิเมชันและงานคอมพิวเตอร์กราฟิกได้รับการยอมรับจากบุคลากรไทยที่มีทักษะความเชี่ยวชาญระดับสูงทั้งในด้านเทคนิคและฝีมือ รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน ถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการด้านแอนิเมชันไทย รวมถึงสตาร์ทอัพและเอสเอ็มอี ก้าวไปสู่ตลาดนานาชาติได้

“คนไทยมีศักยภาพด้านการผลิตภาพ การออกแบบคาแรกเตอร์ให้สวยงาม รวมถึงการประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ให้เข้ากับแต่ละชิ้นงาน ซึ่งเป็นทักษะด้าน Front End Development ที่ไทยมีศักยภาพ แม้ว่าเราจะไม่ได้เชี่ยวชาญการพัฒนาระบบ หรือพัฒนาซอฟต์แวร์ในส่วน Back End Development

“

ผู้ประกอบการอาจมีความเข้าใจตลาดเคลื่อนที่บีโอไอ ให้การส่งเสริมเฉพาะบริษัทใหญ่ แต่จริง ๆ บีโอไอส่งเสริมและให้สิทธิประโยชน์กับธุรกิจ SMEs และสตาร์ทอัพเช่นกัน

”

เท่าประเทศอื่น ๆ ก็ตาม ทั้งนี้ การพัฒนาบุคลากรไทยให้เชี่ยวชาญด้านนี้ต้องใช้การฝึกฝน ซึ่งในเวลานี้บีโอไอ มุ่งเน้นที่จะพัฒนา เสริมสร้างทักษะการสร้างสรรค ส่งเสริมกราฟิกดีไซน์เนอร์หรือดิจิทัลอาร์ตทิสทักษะด้าน Front End Development ที่จะเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ไทย” คุณณฤช กล่าว

ปัจจุบันทุกประเทศให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมดิจิทัล ซึ่งมีบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้เติบโต ด้วยทักษะของบุคลากรด้านการทำดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ภาครัฐของแต่ละประเทศจึงให้สิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถจากทั่วโลกเข้าไปทำงาน และชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศให้มาลงทุนในประเทศตนมากขึ้น

“นอกเหนือจากสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมกิจการดิจิทัลคอนเทนต์แล้ว บีโอไอยังให้การส่งเสริม





เรื่องการฝึกอบรมบุคลากร โดยร่วมมือกับสถาบันต่าง ๆ ในการพัฒนาบุคลากร รวมถึงให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมสำหรับผู้ประกอบการ เพราะเรามีความเชื่อว่าคนที่เป็น เทรนเนอร์ได้ดีที่สุดคือบริษัทเอง ฉะนั้น ถ้าบริษัทมีค่าใช้จ่าย ในการฝึกอบรมพนักงาน ไม่ว่าจะเป็น Upskill หรือ Reskill สามารถขอรับการส่งเสริมเพิ่มเติมจากบีโอไอได้” คุณณฤชชา กล่าว

## ส่งเสริมผู้ผลิตคอนเทนต์ไทย ทุกระดับ

อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีโอกาสในการสร้างรายได้และสร้างซอฟต์แวร์ของประเทศ การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้ต้องอาศัยนโยบายภาครัฐ การลงทุนของผู้ประกอบการ รวมไปถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมนี้เติบโต

จากการให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัล ตั้งแต่ต้นปี 2566 เป็นต้นมา ยังมีผู้ประกอบการดิจิทัลคอนเทนต์ยื่นคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนไม่มากนัก ทั้งที่ในตลาดมีผู้เล่นอยู่จำนวนมาก

“ผู้ประกอบการอาจมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่า บีโอไอให้การส่งเสริมเฉพาะบริษัทใหญ่ แต่จริง ๆ แล้วบีโอไอส่งเสริมและให้สิทธิประโยชน์กับธุรกิจระดับ SMEs และสตาร์ทอัพเช่นกัน โดยสามารถใช้เครื่องจักรเก่าหรือใช้คอมพิวเตอร์ที่มีอยู่เดิมเพื่อผลิตงาน และแม้ว่าบริษัทจะผลิตคอนเทนต์มาจำนวนมากแล้วก็มีโอกาสขอรับการส่งเสริมจากบีโอไอได้ หากมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือมีการพัฒนาฟีเจอร์ใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งส่วนผลิตใหม่นั้น สามารถนำมาขอรับการส่งเสริมเพื่อช่วยสร้างแต้มต่อในการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัทได้ บีโอไอพร้อมให้การส่งเสริมการลงทุนทุกขนาดการลงทุน เพื่อผลักดันให้ไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอาเซียน” คุณณฤชชา กล่าวทิ้งท้าย





# เปิดโลก ดิจิทัลคอนเทนต์

ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับงานศิลปะที่ช่วยเพิ่มช่องทางการเข้าถึงงานศิลปะได้อย่างหลากหลาย สร้างความแปลกใหม่และช่วยให้ผู้เสพงานศิลป์ได้สนุกขึ้น เราจะสังเกตเห็นว่านิทรรศการศิลปะในปัจจุบันมีการผสมผสานระหว่างผลงานจริงและคอมพิวเตอร์กราฟิก กลายเป็นงานศิลปะแบบดิจิทัล หรือดิจิทัลอาร์ต เป็นการสร้างประสบการณ์แบบใหม่ให้กับผู้เข้าชมงาน และช่วยให้นักสร้างสรรค์งานศิลปะมีช่องทางการโปรโมตงานของตนเอง และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

การมาถึงของ Web 3.0 เป็นยุคใหม่ของอินเทอร์เน็ตที่จะมีความฉลาดมากขึ้น เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่าง Big

Data Machine Learning (ML) Artificial Intelligence (AI) หรือ Blockchain เข้ามามีบทบาทในโลกไร้พรมแดนมากขึ้น เปิดโอกาสให้นักสร้างสรรค์งานศิลปะ ทั้งศิลปิน นักแต่งเพลงและโปรดิวเซอร์ได้แสดงผลงานของตนเองอยู่ในรูปแบบ Digital Token และสร้างรายได้ผ่านแพลตฟอร์มโดยตรงไม่ต้องผ่านตัวกลาง (Distributor) เป็นการลดอำนาจของผู้ที่ทำตัวเสมือนพ่อค้าคนกลาง มาสู่เจ้าของผลงานที่แท้จริง โดยการสร้างช่องทางเชื่อมต่อโดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ส่งผลให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ดีในการซื้อขายสินค้าและบริการ ซึ่งช่วยให้อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เติบโตขึ้น



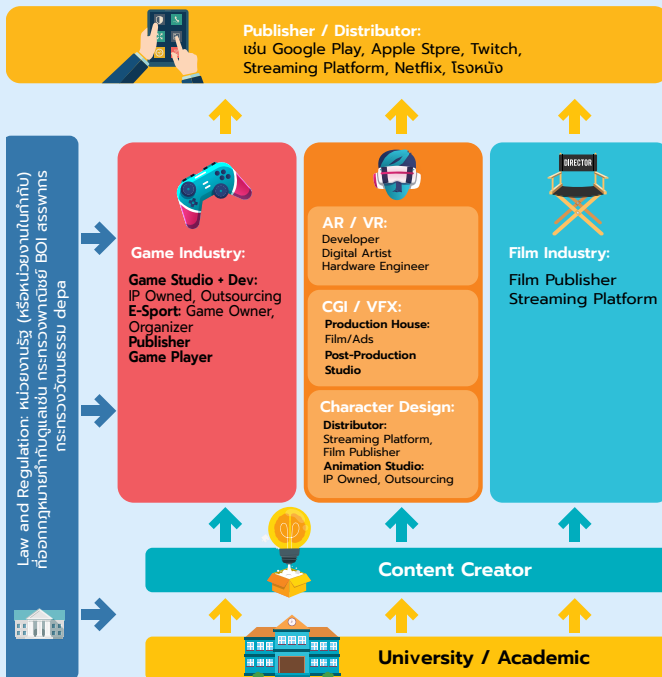


## Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital Content

แม้ว่า Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital Content จะมีผู้เล่นอยู่หลายราย โดยแต่ละรายมีการกำหนด Domain แตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปแล้ว Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital Content ประกอบไปด้วย 5 Domains หลัก ๆ ได้แก่

- 1 **Content Creator** นักพัฒนา หรือสร้างสรรค์ Content ซึ่งเป็นหัวใจหลักของอุตสาหกรรม
- 2 **Visual Effect/Computer Graphic** งานเทคนิค พิเศษด้านภาพ
- 3 **Animation**
- 4 **Game**
- 5 **AR/VR** ซึ่ง Digital Content สามารถนำไปใช้ สนับสนุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพลง และโฆษณาได้

### แผนภาพ Ecosystem ของอุตสาหกรรม Digital Content



Content Creator หรือนักสร้างสรรค์ผลงาน เป็น Domain ที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรม Digital Content เนื่องจากเป็นผู้สร้างสรรค์ตั้งต้นที่มีบทบาทสำคัญ ในการสร้างสรรค์เนื้อหาป้อนให้กับ Domain อื่น ๆ โดยรูปแบบของเนื้อหาเป็นได้ทั้งรูปภาพ วิดีโอ บทความ เพลง ฯลฯ ซึ่งนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเกม ภาพยนตร์ และโฆษณา เป็นต้น ทั้งนี้ Content Creator อาจเป็นได้ทั้งบุคคลทั่วไป Youtuber/Blogger นักเขียน นักร้อง นักแสดง Influencer หรือแม้กระทั่งบริษัทขนาดใหญ่

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับผลงาน ศิลปะนั้น สามารถต่อยอดไปสู่การทำ Visual Effect และ Computer Graphic ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอุตสาหกรรมเกมได้อีกด้วย ถึงแม้ว่าจะมีต้นทุน ในการผลิตสูง แต่ผู้สร้างภาพยนตร์ Show Runner และ สตูดิโอเกม เลือกที่จะนำมาใช้ เนื่องจากสามารถ สร้างผลงานได้แบบไม่จำกัดรูปแบบ สอดรับกับจินตนาการ ของผู้สร้าง และเป็นที่ยื่นชอบของผู้บริโภคอย่างมาก

Digital Content ในโลกของภาพยนตร์ยังรวมถึง งาน Animation ไม่ว่าจะเป็น 2D/3D อุตสาหกรรม Animation ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วตลอดหลายทศวรรษ โดยเริ่มจากการใช้เทคนิคการวาดภาพแบบต่อเนื่อง อย่างที่เห็นกันในการ์ตูน Disney ในสมัยก่อน จนกระทั่ง นำเทคโนโลยีการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์มาใช้ เปิดโอกาสให้ผู้สร้างนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้าง เนื้อหาที่แปลกใหม่ แสดงเรื่องราวที่ยากต่อการสร้างในโลกความเป็นจริง ทำให้อุตสาหกรรม Animation เติบโตขึ้น อย่างรวดเร็ว

จากข้อมูลของ IMDb เว็บไซต์จัด Rating ภาพยนตร์ชื่อดังของโลก ระบุว่าปัจจุบันมีภาพยนตร์ Animation อย่างน้อย 25,000 เรื่อง ทั่วโลก โดยปี 2565 อุตสาหกรรม



Animation สร้างรายได้มากกว่า 259 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 375 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2570<sup>1</sup> อนึ่ง Animation ไม่เพียงแต่จะเป็นสื่อบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเป็นสื่อการเรียน การสอน ทำให้กระบวนการเรียนรู้มีความน่าสนใจมากขึ้น



## Digital Content กับ Game

เกมเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มหาศาล ที่นอกจากจะนำไปใช้บริโภคเพื่อความบันเทิงแล้ว ยังต่อยอดไปสู่การเป็นกีฬาอาชีพหรือที่เรียกกันติดปากว่า e-Sport ปัจจุบันคณะกรรมการโอลิมปิกสากล (International Olympic Committee – IOC) ได้ร่วมมือกับสมาคมสหพันธ์กีฬานานาชาติ (International Sports Federations – IFs) จัดการแข่งขัน “Olympic e-Sport” ซึ่งปี 2566 มีการแข่งรอบชิงชนะเลิศที่ประเทศสิงคโปร์ เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา โดยประกาศให้มีการแข่งขันกีฬาทั้งหมด 9 รายการ แข่งขันบน Console, PS4, PS5, Nintendo Switch และ Smartphone นอกจากนี้ e-Sport ยังถูกบรรจุให้เป็นกีฬาที่ใช้ในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ 2023 ที่หางโจว ประเทศจีน ด้วยเช่นกัน

ปัจจุบันนี้ e-Sport กำลังเป็นที่จับตามองของหลายบริษัท เนื่องจากมีโอกาสในการพัฒนารูปแบบใหม่ที่มากกว่าการเป็นกีฬา เช่น ธุรกิจจัดการแข่งขัน นักแคสเกม อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ธุรกิจการบริหารจัดการทีม e-Sport ตลอดจนเป็นโอกาสในการพัฒนาเกมโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น เทคโนโลยีเสมือนจริงอย่าง VR และ AR ซึ่งเป็นที่พูดถึงมากในปัจจุบัน

จากกระแสของ Pokemon GO ที่นิยมเล่นกันทั่วโลก

ในช่วงปี 2559 - 2560 ต่อเนื่องมาจนถึง Metaverse ที่มาแรงในปี 2564 - 2565 จนทำให้ Facebook ต้องเปลี่ยนชื่อเป็น Meta ทำให้เราเห็นว่าเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) Virtual Reality (VR) Mixed Reality (MR) ตลอดจน Metaverse นั้น สามารถใช้งานได้ในชีวิตจริง ไม่ได้เป็นเพียงจินตนาการเพื่อฝันที่เห็นในภาพยนตร์หรือนิยาย Sci-Fi แต่เทคโนโลยีดังกล่าวกลับเป็นโอกาสในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ เนื่องจากมีศักยภาพในการจำลองสิ่งแวดล้อมเสมือนจริงซึ่งสามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม เช่น การขายสินค้า การท่องเที่ยว บริการทางสุขภาพ การศึกษา ธุรกิจยานยนต์ อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

จากรายงานการเติบโตของตลาด AR และ VR ปี 2565 - 2569 ของ International Data Corporation (IDC) แสดงให้เห็นว่าตลาด AR และ VR ทั่วโลกในปี 2565 มีมูลค่า 1.38 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มสูงถึง 5.09 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2569 หรือเพิ่มขึ้นถึง 268.84% ทั้งนี้ หนึ่งในสาขาที่มีการนำเทคโนโลยีไปใช้มากที่สุดคือ บริการทางสุขภาพ ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 4.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566 โดยมีการนำเทคโนโลยีนี้ไปใช้ในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผ่าตัดจำลอง การผ่าตัดด้วยหุ่นยนต์ ลำดับถัดมาเป็นด้านการศึกษา ซึ่งนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน โดยให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติการผ่านสิ่งแวดล้อมเสมือนจริงที่สร้างขึ้นมาจากเทคโนโลยี

ทั้งนี้ VR AR MR หรือ XR นั้น จำเป็นจะต้องใช้ร่วมกับอุปกรณ์เฉพาะทาง ที่ผ่านมามีคนเล่นเกมผ่าน VR Headset หรือสวมแว่น AR Glass ในการใช้ชีวิตประจำวัน แต่ในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าเทคโนโลยีนี้อาจเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ในที่สุด<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://www.linearity.io/blog/animation-statistics/>

<sup>2</sup> Worldwide Developers Conference ปี 2023

5 Domains ที่กล่าวข้างต้นมาถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Digital Content ซึ่งแต่ละ Domain ต่างก็เป็นส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เป็นทั้งผู้สร้างสรรค์ผลงาน (Content Creator) และผู้บริโภคของ Domain อื่น ไม่เพียงเท่านั้น ทั้ง 5 Domains ยังเป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมอื่นอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพลง และเกม เป็นต้น หรืออุตสาหกรรมผลิตทั่วไป เช่น ยานยนต์ และอากาศยาน เป็นต้น ตลอดจนอุตสาหกรรมบริการ เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การศึกษา และบริการทางสาธารณสุข เป็นต้น

## โอกาสการลงทุนในกิจการ ดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศไทย

ตลาด Digital Content ในประเทศไทยนั้น มีการแข่งขันที่รุนแรง โดยมีผู้ผลิตรายย่อยเป็นจำนวนมาก มีการสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ โดยผู้ประกอบการในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1 **Service Provider** ผู้รับจ้างผลิตงาน
- 2 **IP Owner** ผู้ผลิตงานลิขสิทธิ์ของตัวเอง
- 3 **Distributor/Publisher** ตัวแทนจำหน่าย นำเข้า Digital Content

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการในกลุ่มแรกมากที่สุด จากผลการสำรวจของ DEPA พบว่า ปี 2565 มีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม Digital Content ทั้งสิ้น 238 บริษัท มูลค่ารวม 40,518 ล้านบาท ลูกค้านำเข้าได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ กลุ่มประเทศจากทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ กัมพูชา เวียดนาม และแคนาดา มีมูลค่าการส่งออกมากถึง 2,610 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง



ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมี Content Creator เป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต โดยประเทศไทยเป็นแหล่งรับจ้างผลิตงานเทคนิคพิเศษด้านภาพให้กับผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างประเทศมาเป็นเวลานาน เนื่องจากเป็นที่รู้กันว่าสตูดิโอไทยมี Digital Artist เก่ง ๆ อยู่มาก งานมีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับ และราคาไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับสตูดิโอต่างประเทศ หากดู End Credit หรือ Closing Credit ท้ายภาพยนตร์ Blockbuster หลาย ๆ เรื่อง เราจะเห็นชื่อสตูดิโอไทยปรากฏอยู่

มีผู้ประกอบการน้อยรายที่พัฒนางานลิขสิทธิ์ (IP) เป็นของตนเอง และไม่สามารถสร้างผลกำไรได้เมื่อเทียบกับค่า Production (ต้นทุนการผลิต) จากการสัมภาษณ์สตูดิโอ Animation ในไทย<sup>3</sup> พบว่า ต้นทุนการผลิต Animation ไทยเฉลี่ยอยู่ที่นาทีละ 1 ล้านบาท Animation หนึ่งเรื่องจึงมีต้นทุนขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 100 ล้านบาท ซึ่งรายได้จากการฉายในโรงภาพยนตร์มักจะไม่ครอบคลุม

<sup>3</sup> Creativethailand.org



กับค่า Production ผู้ประกอบการจึงต้องหารายได้เพิ่มจากการ License งานให้ไปผลิตสินค้าและบริการ เช่น อนุญาตให้ใช้สิทธิ Character ไปผลิตฟิกเกอร์ หรือขายสิทธิในการดัดแปลงเป็นนิยาย เป็นต้น แต่ภาพรวมก็ยังขาดทุน ส่งผลให้ไม่ค่อยมีผู้ผลิตงาน IP มากนัก

สาเหตุที่งาน IP สำคัญ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ได้มากกว่าการรับจ้างผลิต และสามารถต่อยอดไปสู่การผลิตสินค้าและบริการอื่นที่หลากหลายนานาชาติ จึงออกนโยบายให้การส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศของตนสามารถผลิตงาน IP ของตัวเอง

ที่ผ่านมาผู้ประกอบการบางรายที่ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐในการผลิตงาน IP โดยผลงานนั้นจะต้องบรรจุเนื้อหาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของไทยลงไปด้วย ซึ่งเป็นการจำกัดขอบเขตของการสร้างสรรค์ผลงานและขายในตลาดต่างประเทศได้ยาก ต้องยอมรับว่าตลาดต่างประเทศไม่ได้เข้าถึงกับความเป็นไทยมากนัก เพียงแต่ต้องการความแปลกใหม่เท่านั้น การนำเสนอ Thai Content ที่เป็นที่ยุ้จักกันอยู่แล้ว เช่น มวยไทย รามเกียรติ์ เป็นต้น สามารถใช้เป็นสารตั้งต้นได้ แต่ควรสร้าง Content ที่ทั่วโลกสามารถเข้าใจ จะช่วยให้งาน IP ไทยไปได้ไกลมากขึ้น

แต่ไม่ได้หมายความว่าอุตสาหกรรมนี้จะหมดหวังที่ผ่านมาเราอาจจะเคยเห็นงาน Animation ที่เป็นงานลิขสิทธิ์จากสตูดิโอไทยไปฉายที่ต่างประเทศ

อยู่บ้าง เช่น 9 ศาตรา (The Legend of Muay Thai : 9 Satra) ซึ่งได้รับคำวิจารณ์ในแง่บวก ทั้งบทภาพยนตร์และงานภาพ ทั้งนี้ 9 ศาตราสร้างรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท ทั่วโลก ถึงแม้ว่าจะขาดทุนจากต้นทุนการผลิตที่สูงถึง 230 ล้านบาท ก็ตาม แต่ก็ถือว่าเป็นการขับเคลื่อนที่ดีของงาน Animation ลิขสิทธิ์ของไทย

ในเดือนตุลาคม 2566 ที่ผ่านมามีภาพยนตร์ Animation ลิขสิทธิ์ของไทยเข้าฉายอีกหนึ่งเรื่อง นั่นคือ หนุมาน นักรบมนตรา (Hanumaan the Mantra Warrior) ดูจาก Trailer แล้วคงเป็น Action Fantasy ที่ดัดแปลงเนื้อเรื่องจากรามเกียรติ์มาทำให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ถือเป็น Animation จากสตูดิโอไทยที่น่าจับตามองที่สุดในปี 2566

นอกจากนี้ ยังมีเกม Horror ที่ขึ้นอันดับ 1 ใน Steam อยู่ช่วงหนึ่ง ซึ่งจะไม่พูดถึงคงไม่ได้ นั่นคือ Home Sweet Home เกมผีนางรำชื่อดังจากสตูดิโอไทยที่นัก Cast Game เล่นไปกรี๊ดไป กว่าจะ Clear ก็เสียงแหบกันหมด ปัจจุบัน Home Sweet Home ออกเวอร์ชันใหม่





ที่เล่นในรูปแบบ Online แล้วในชื่อ Home Sweet Home: 4v1 ซึ่งผู้สร้างวางแผนว่าจะนำไปเป็นเกมสำหรับกีฬา e-Sport ในอนาคต ทั้งนี้ มีข่าวว่าเกมนี้อาจจะถูกดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ คาดว่าจะใช้ชื่อว่า Home Sweet Home: Rebirth ซึ่งจะเปิดกล้องถ่ายทำในสิ้นปีนี้<sup>4</sup>

อีกหนึ่งเกมที่เป็นผลงานของคนไทยที่ดังไปทั่วโลก “Kingdom Reborn” เป็นเกมแนวสร้างเมืองที่พัฒนาโดย Developer เพียงคนเดียว ทำรายได้ไปมากกว่า 140 ล้านบาท เกมนี้ได้รับรางวัล Game of the Year, The Best of Game Design, The Best of Sound และ Developer Choice Award จากเวที Thai Game Awards 2021

ในงาน Bangkok International Digital Content Event (BIDC) 2021 ซึ่งเป็นงานรวมตัวของบริษัทผู้ผลิต Digital Content ในประเทศไทย

การผลักดันให้งาน IP ไทยเติบโตมากขึ้น สิ่งสำคัญคือการสร้าง Content ที่ไม่ยึดติดรูปแบบเดิม และหาช่องทางในการจำหน่ายรูปแบบใหม่ เพื่อให้ Content Creator ที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการของตนเองได้ในวงกว้าง ออกนโยบายส่งเสริมและปรับปรุงกฎระเบียบให้ผู้ประกอบการไทยทำ Co-Production กับต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศมีทุนในการสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มขึ้น

## BOI กับการส่งเสริมกิจการดิจิทัลคอนเทนต์

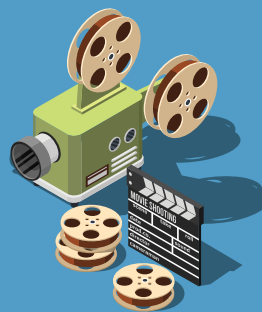
ปัจจุบันปีโอไอให้การส่งเสริมผู้ผลิต Digital Content ในประเภทกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการหรือดิจิทัลคอนเทนต์

**8.1 กิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการ หรือดิจิทัลคอนเทนต์** โดยให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี (Cap วงเงิน) ทั้งนี้ ขอบเขตของงาน Digital Content ที่ให้การส่งเสริม คือ ภาพเคลื่อนไหวที่ถูกสร้างโดยคอมพิวเตอร์ (Computer Generated) ได้แก่ เกม Animation Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) เท่านั้น



สิทธิและประโยชน์  
ยกเว้นภาษีเงินได้  
**8 ปี**

สำหรับการทำ Computer Graphic หรือ Visual Effect สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์นั้น ให้การส่งเสริมในประเภทกิจการ 9.16 กิจการบริการแก่ธุรกิจสร้างภาพยนตร์ โดยให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี (Cap วงเงิน)



สิทธิและประโยชน์  
ยกเว้นภาษีเงินได้  
**5 ปี**

<sup>4</sup> Jedyuth.com







# RiFF Studio

## สรรค์สร้างแอนิเมชันไทย โลดแล่นไถระดับสากล

แอนิเมชันเป็นการใช้เทคนิคในการสร้างสรรค์ชิ้นงานให้เกิดการเคลื่อนไหวที่ได้รับความนิยมในสื่อบันเทิงทั้งของไทยและต่างชาติหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเราสามารถเห็นได้จากภาพยนตร์โฆษณา การ์ตูนหรือตัวละคร รวมไปถึงเกมดิจิทัล ซึ่งผลงานที่ถูกผลิตขึ้นจากผู้ประกอบการด้านแอนิเมชันในไทยหลายชิ้นได้รับการยอมรับในระดับสากล

RiFF Studio หนึ่งในผู้ประกอบการไทยด้านแอนิเมชันที่มีความหลงใหลในแอนิเมชันอย่างมาก และมองเห็นโอกาสการพัฒนาแอนิเมชันในประเทศไทย โดยต่อยอดประสบการณ์และองค์ความรู้จากการทำงานในต่างประเทศ เข้าสู่การทำธุรกิจและจัดตั้งบริษัทแอนิเมชันขึ้นในประเทศไทย โดย BOI e - Journal ฉบับนี้ ได้รับเกียรติจาก **คุณจุฑาทิพย์ นิรมลพิศาล ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ RiFF Studio** มาแบ่งปันแง่มุมต่าง ๆ อย่างน่าสนใจ





RiFF Studio จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2551 จากการรวมตัวของกลุ่มสมาชิกที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแอนิเมชันทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างสตูดิโอผลิตแอนิเมชันของคนไทยอย่างเต็มรูปแบบให้มากกว่าการรับจ้างผลิต เป็นที่มาของ “RiFF Studio” ภายใต้บริษัท เอ เอส เอ พี คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยรับผลิตงานกราฟิกแอนิเมชัน ทั้งแอนิเมชันซีรีส์ ภาพยนตร์แอนิเมชัน ตัวละครในเกม รวมถึงแอนิเมชันในงานโฆษณาอื่น ๆ จากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยตลอดการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา มีสัดส่วนการผลิตงานให้ต่างประเทศคิดเป็น 70 – 80% ของงานผลิตทั้งหมด

คุณจุฑาทิพย์ กล่าวว่า “ก่อนเริ่มต้นจัดตั้งบริษัทเป็นของตัวเอง ผู้บริหารของ RiFF Studio ได้มีโอกาสทำงานในวงการสตูดิโอแอนิเมชันชั้นนำไม่ต่ำกว่า 15 ปี ทั้งกับ Pixar, Sony และ Disney อีกทั้งยังเปิดโรงเรียน

สอนการสร้างแอนิเมชันและพบว่ามีความน่าสนใจเกี่ยวกับการสร้างแอนิเมชันอยู่พอสมควร จึงมีแนวคิดในการเปิดบริษัทขึ้นมา เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาระบบ และเสริมแนวทางการทำงานแอนิเมชันให้เป็นขั้นเป็นตอนได้มากขึ้น”

RiFF Studio ถือเป็นบริษัทที่ผลิตผลงานหลากหลายชิ้นงาน โดยเบิร์ดแลนด์ แดนมหัศจรรย์ เป็นผลงานชิ้นแรก สำหรับผลงานที่ทำให้คนรู้จักในวงกว้าง คือ ภาพยนตร์เรื่อง “เมย์ไหน ไฟแรงเฟร่อ” ภาพยนตร์ไทยที่ใช้วิธีเล่าเรื่องด้วยการ์ตูนแอนิเมชัน ซึ่งปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ โดยได้รับการตอบรับและกล่าวถึงอย่างมากทั้งในไทยและต่างประเทศโดยเฉพาะญี่ปุ่นและจีน จากความสำเร็จครั้งนี้ทำให้ RiFF Studio ได้รับการทาบทามจากสตูดิโอแอนิเมชันญี่ปุ่นให้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์แอนิเมชันชุด Force Of Will The Movie



“  
นักรบมนตรา ตำนานแปดดวงจันทร์  
นับเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน Sci-Fi  
(Science Fiction) แนวสงครามอวกาศ  
ฟอร์มยักษ์เรื่องแรกของประวัติศาสตร์  
ภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดยสตูดิโอ  
สัญชาติไทยจากทีมงานคนไทย  
กว่า 300 ชีวิต โดยทุ่มงบประมาณ  
ในการสร้างกว่า 200 ล้านบาท  
”

ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้กำกับสัญชาติญี่ปุ่น 5 ราย และ RiFF Studio เป็นสตูดิโอแอนิเมชันสัญชาติไทยรายเดียว

โดย RiFF Studio ส่งผลงาน “ราม : ถนนสู่ลังกา” หรือชื่อภาษาอังกฤษว่า “RAAM : Bride To Lanka” เข้าร่วมในโครงการนี้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องสั้นเรื่องนี้สู่การต่อยอดจนกลายเป็น “นักรบมนตรา ตำนานแปดดวงจันทร์” ในวันนี้

### วรรณคดีไทยสู่ภาพยนตร์แอนิเมชัน

ด้วยความมุ่งมั่นของทีมงาน RiFF Studio ที่ต้องการนำเสนอสิ่งที่รู้จริงและเป็นตัวเองมากที่สุด อีกทั้งยังสามารถแตกแขนงออกไปได้หลายมิติควบคู่กับความเป็นไทย จึงเลือกหยิบเรื่องราวบางส่วนของวรรณคดีรามเกียรติ์มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชัน “นักรบมนตรา ตำนานแปดดวงจันทร์” ผ่านการตีความใหม่

ทั้งหมดในแบบของตัวเอง สร้างตัวละครให้มีคาแรกเตอร์ที่ผสมผสานระหว่างตะวันตกและตะวันออกจนเปี่ยมไปด้วยเอกลักษณ์ตามความฝันของผู้บริหารที่อยากให้ประเทศไทยมีซูเปอร์ฮีโร่เป็นของตนเองเหมือนประเทศญี่ปุ่น จึงออกมาเป็นลายเส้นที่ไม่เหมือนใครจนเรียกได้ว่าเป็นลายเซ็นของ RiFF Studio อย่างแท้จริง

“นักรบมนตรา ตำนานแปดดวงจันทร์” นับเป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน Sci-Fi (Science Fiction) แนวสงครามอวกาศฟอร์มยักษ์เรื่องแรกของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดยสตูดิโอสัญชาติไทยจากทีมงานคนไทยกว่า 300 ชีวิต โดยทุ่มงบประมาณในการสร้างกว่า 200 ล้านบาท และใช้เวลามากกว่า 3 ปี มีการปรับความเป็นพื้นบ้านแบบไทยเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมถึงขยายเรื่องราวให้เข้าใจง่ายในแบบที่แม้จะไม่เคยรู้จักรามเกียรติ์มาก่อนก็สามารถรับชมและเข้าใจได้ไม่ยาก ด้วยเป้าหมาย





ของภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่ได้สร้างให้เฉพาะคนไทยชมเท่านั้น แต่ต้องการให้เป็นที่รู้จักในระดับโลกด้วย ซึ่งทางผู้บริหารของ RiFF Studio คาดการณ์ว่าแนวโน้มตลาดแอนิเมชันปัจจุบันเปิดกว้างมากขึ้น กล่าวคือ ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มเหมือนในอดีต แต่ขยายฐานกว้างสู่ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ซึ่งจะเห็นได้จากปริมาณสื่อแอนิเมชันที่ฉายบนแพลตฟอร์มสตรีมมิงวิดีโอ ไปจนถึงพฤติกรรมของกลุ่มคนวัยทำงานที่ซื้อของเล่นไว้สะสม

## ภาพสะท้อนแอนิเมชันไทย

สำหรับดิจิทัลคอนเทนต์ของธุรกิจด้านแอนิเมชันในประเทศไทยมีผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่หลายราย ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่ทำงานด้านแอนิเมชันมีมานานแล้ว แต่จะเป็นการผลิตแอนิเมชันให้กับต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ RiFF Studio มองว่าบุคลากรคือส่วนสำคัญของการพัฒนาแอนิเมชันอย่างมาก หากย้อนไปเมื่อสิบปีที่ผ่านมา การจะหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในสายงานแอนิเมชันของไทยถือเป็นความท้าทาย การเปิดสอนสาขาด้านแอนิเมชันในสถาบัน

การศึกษาของไทยมีไม่มากเท่าปัจจุบัน การหาคนทำงานที่มีความสามารถด้านนี้จึงยากกว่า แตกต่างจากปัจจุบันที่เด็กรุ่นใหม่ให้ความสนใจสายงานด้านแอนิเมชันมากขึ้น การเข้าถึงความรู้เป็นไปอย่างไร้ข้อจำกัด โดยผู้ที่สนใจสามารถค้นหาเทคนิคเพื่อพัฒนาทักษะฝีมือ เพื่อเพิ่มความสามารถให้โดดเด่นเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

นอกเหนือไปจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญแล้ว ต้นทุนด้านซอฟต์แวร์ในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้อุตสาหกรรมนี้เติบโต คุณจุฑาทิพย์ให้ข้อสังเกตว่า “การลงทุนในซอฟต์แวร์ คิดเป็น 50% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ส่งผลให้หลายบริษัทไม่สามารถเติบโตได้ โดยส่วนตัวมองว่าแคนาดาเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนกิจการดิจิทัลคอนเทนต์อย่างจริงจัง ส่งผลให้บริษัทในสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เลือกไปลงทุนที่แคนาดาเนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์สูง”

อย่างไรก็ตาม การปรับรูปแบบการทำงานใหม่ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้บุคลากรของ RiFF Studio รวมถึงบริษัทต่าง ๆ สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการรับจ้างงานจากต่างประเทศ และจากการที่ไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนของแรงงานที่ต่ำกว่าโซนยุโรปและอเมริกา รวมทั้งฝีมือด้านแอนิเมชันของบุคลากรไทยที่ไม่เป็นรองใคร นำมาซึ่งโอกาสให้กับ RiFF Studio ในการรับจ้างผลิตงานให้บริษัทต่างประเทศ





“  
การได้รับการส่งเสริมการลงทุน  
จากบีโอไอจึงช่วยบริษัทให้มี  
แต้มต่อจากการลงทุน  
โดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ในการ  
ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร

## เพิ่มโอกาสการลงทุน

RiFF Studio ได้รับการสนับสนุนในหลาย ๆ ด้าน จากองค์กรภาครัฐบาลหลายแห่ง หนึ่งในนั้นคือบีโอไอ โดยผู้บริหารของบริษัทรู้จักบีโอไอผ่านทางสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และสมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย ซึ่งคุณจุฑาทิพย์ กล่าวว่า

“ก่อนตัดสินใจยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน จากบีโอไอนั้น เรายังมองภาพไม่ออกถึงโอกาส การลงทุน แต่หลังจากได้เข้าอบรมกับทางบีโอไอทำให้ เข้าใจขั้นตอนการยื่นและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ ชัดเจนขึ้น รวมถึงวิธีการจ้างงานชาวต่างชาติ การยกเว้น อากรนำเข้าอุปกรณ์จากต่างประเทศ ซึ่งต้องยอมรับว่า สิทธิประโยชน์ของบีโอไอตอบโจทย์บริษัทที่ทำงาน ในอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างมาก”

RiFF Studio มีมาตรการดำเนินงานโดยจำกัดรายจ่าย ให้อยู่ในงบประมาณแบบไม่กู้ยืม การได้รับการส่งเสริม การลงทุนจากบีโอไอจึงช่วยให้บริษัทมีแต้มต่อจาก การลงทุน โดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ในการยกเว้น

อากรนำเข้าเครื่องจักร เนื่องจากการผลิตแอนิเมชัน ที่บริษัทผลิตมีความจำเป็นจะต้องนำเข้าอุปกรณ์พิเศษ บางอย่างจากต่างประเทศ โดยที่ผ่านมามีบริษัทลดต้นทุน เรื่องอากรนำเข้าหลายอย่าง แต่อุปกรณ์ชิ้นหนึ่งที่บริษัทรู้สึก ภูมิใจของการได้รับสิทธิคือ การยกเว้นอากรนำเข้า Motion Suit เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่มีมูลค่าสูง

วันนี้ ทีมผู้บริหาร RiFF Studio มองว่า ภาพรวม ของโลกดิจิทัลเฟื่องฟูมากขึ้น โดยเฉพาะการรับจ้างผลิต สำหรับ Content Creative ในประเทศไทยถือว่าขยับจาก จุดเริ่มต้นมาพอสมควร เพราะได้รับการยอมรับจาก ต่างประเทศมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปิดเผยมูลค่าของอุตสาหกรรม แอนิเมชันในปีที่แล้วซึ่งโตขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 16% จากการรับจ้างผลิต โดยเฉพาะจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ยุโรป สหรัฐอเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ ทัมพูชา เวียดนาม และแคนาดา ที่มองว่าไทยเป็นศูนย์กลางด้าน Production Animation คอมพิวเตอร์กราฟิก และ Visual Effects เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ ตอกย้ำว่าฝีมือคนไทยไม่แพ้ชาติใดในโลกจริง ๆ









# Yggdrasil Group

## ผู้นำดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ไปไกลสู่ระดับโลก

“เกม” มีส่วนสำคัญที่สร้างมูลค่าในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล โดยในปี 2565 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมเกมกว่า 34,000 ล้านบาท ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นมูลค่าที่เกิดจากงานของบริษัท อีกราดซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (Yggdrasil Group) เจ้าของลิขสิทธิ์เกม Home Sweet Home เกมสยองขวัญที่พาความน่ากลัวของผีไทยไปประสบความสำเร็จในเวทีโลกและกลายเป็นบริษัทด้านดิจิทัลคอนเทนต์หนึ่งเดียวที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากความมุ่งมั่นอย่างแน่วแน่ในเส้นทางเกม ทำให้บริษัทเล็ก ๆ สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเกมที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ วารสารบีไอไอฉบับนี้ชวนมาไขความคิด เรียนรู้ความสำเร็จของสตาร์ทอัพที่เติบโตต่อเนื่องจาก **คุณธนัช จูวิวัฒน์ ผู้ก่อตั้งและประธานกรรมการบริหาร บริษัท อีกราดซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)**

### จุดเริ่มต้นของนักสร้าง

คุณธนัช จูวิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหาร หนึ่งในผู้ก่อตั้ง บริษัท อีกราดซิล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จบการศึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พร้อมกับพกพาความสงสัยใคร่รู้เกี่ยวกับ “ภาพ” ที่เห็นในภาพยนตร์ระดับฮอลลีวูด ทั้งแอนิเมชัน แอ็กชัน แฟนตาซี ทะลุมอากาศ ว่ามีกระบวนการผลิตอย่างไร โดยคุณธนัชกล่าวว่า “สมัยนั้นมีภาพยนตร์คนเหล็กที่คุณอาโนลร์





ซวาร์เซเนกเกอร์ ต้องวิ่งหนีตำรวจเหล็กไหล ระหว่างวิ่งก็สามารรถแปลงร่างเป็นอย่างอื่นได้ หรือเดอะ มัมมี รีเทิร์น ฉากพายุทรายเขาถ่ายอย่างไร เมื่อได้ศึกษาด้านครีเอทีฟทำให้เราสามารถสร้างสิ่งต่าง ๆ ออกมาจากจินตนาการให้เป็นภาพให้ทุกคนเห็นให้ได้”

คุณธนซ์ตัดสินใจลงทุนซื้อคอมพิวเตอร์ในวันที่ราคาเครื่องหลักแสนบาท สั่งซื้อหนังสือต่างประเทศ ไปจนถึงซื้อวิดีโอสอนทำคอมพิวเตอร์กราฟิก โดยเริ่มต้นจากโปรแกรมที่ถนัด นั่นคือ Photoshop กับ 3D Model และฝึกทักษะด้านศิลปะและทักษะคอมพิวเตอร์ใหม่ด้วยตนเอง โดยใช้แนวคิดในการพัฒนาตนเองภายใต้กฎ 10,000 ชั่วโมง

นอกจากนี้ คุณธนซ์ได้มีโอกาสเก็บเกี่ยวประสบการณ์ด้านคอมพิวเตอร์กราฟิกในบริษัท ดิจิตอล ฟิล์ม จำกัด จากคุณลำเนาวิ สุโต ผู้สร้างภาพเทคนิคพิเศษให้หนังเรื่องกาเหว่าที่บางเพลง และโลดแล่นอยู่ในวงการโฆษณา รายการโทรทัศน์ แอนิเมชัน รวมถึงเป็นอาจารย์พิเศษในมหาวิทยาลัยสอนเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์กราฟิกและ

Visual Effects ส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายไปพร้อมกัน

ทั้งนี้ คุณธนซ์ได้เรียนรู้ทักษะใหม่ด้านการสร้างงานกราฟิกสามมิติ (3D) ซึ่งในยุคนั้นบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้าน 3D ยังมีไม่มาก และด้วยความสามารถด้านนี้ ทำให้มีงานที่เกี่ยวกับ 3D หลังไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และเมื่องานเข้ามามากขึ้น คุณธนซ์ได้มีการชักชวนคุณศรุต ทับลอย มาร่วมจัดตั้งบริษัท อีกรูปร่าง กฤษป์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2549 และรับงานผลิตโฆษณา มิวสิควิดีโอ แอนิเมชัน และเกมให้กับบริษัทต่าง ๆ ในรูปแบบ B2B

## สร้างมูลค่าจาก “ผีไทย”

หลังจากทำงานเบื้องหลังมาหลายปี และเป็นส่วนหนึ่งในผลงานที่มีชื่อเสียงอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์เรื่อง Homestay ภาพยนตร์เรื่อง Final Fantasy XV และซีรีส์เคเว้ง ฯลฯ วันหนึ่งบริษัทก็เริ่มอยากสร้างงานที่เป็นชื่อของตัวเองบ้าง โดยดึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และตัดสินใจนำ ‘ผีไทย’ มาสร้างเป็นเกม





“  
ผู้เล่นจะเลือกเกมที่  
ราคาแพงกว่าเพราะเขารู้สึก  
มั่นใจว่าจะมีคุณภาพมากกว่า  
เราก็เลยต้องเลือก  
ตำแหน่งทางการตลาด  
ของเราเป็นพีไทย ในราคาไทย ๆ  
ที่มีความแตกต่าง  
”

คุณธนซ์ กล่าวว่า “เวลาเราเล่นเกม เรามักจะเลือกเล่นเกมต่างประเทศที่ภาพสวย สมจริง น่าเล่น แต่ถ้าเราจะทำเกมอย่างนั้น มีจุดหนึ่งที่เราคิดว่าเราเล็กกว่าเขามาก ถ้าเกมวางอยู่บน Platform ขึ้นเดียวกัน เราไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เพราะผู้เล่นไม่ได้เลือกเล่นเกมจากราคาที่ถูกกว่า แต่เลือกเล่นเกมที่มีความสดใหม่ ถ้าราคาเท่ากัน แต่ของเรามีความแปลกและน่าสนใจกว่าก็มีสิทธิ์ที่ลูกค้าจะหยิบ แต่ถ้าเกมเหมือนกันแต่ราคาเราต่ำกว่า ผู้เล่นจะเลือกเกมที่ราคาแพงกว่า เพราะเขารู้สึกมั่นใจว่าจะมีคุณภาพมากกว่า เราก็เลยต้องเลือกตำแหน่งทางการตลาดของเราเป็นพีไทยในราคาไทย ๆ ที่มีความแตกต่าง โดยอาศัยความน่ากลัวของพีไทยที่มีเอกลักษณ์พิเศษ”

ก่อนที่จะเป็น Home Sweet Home คุณธนซ์ได้พัฒนาเกมบ้านผีสิงออกมาในรูปแบบของเกมเสมือนจริง (Virtual Reality) ที่ต้องใส่แว่น VR เล่นด้วยความยาวประมาณ 10 นาที แล้วนำไปทดสอบในงาน Thailand Game คุณธนซ์ กล่าวถึงเกมนี้ว่า “พอใส่แว่นจะรู้สึกเหมือนว่าเราอยู่ในบ้านผีสิงแล้ว คนเล่นจะนั่งบนวีลแชร์ที่มีคนเข็น ระหว่างนั้นจะมีบรรยากาศน่ากลัว ๆ ให้ได้รับเสียงกรีดกลับมา ทำให้

เราเริ่มสนุกแล้วเอาสิ่งนี้มาพัฒนาเป็นเกมที่ไม่ต้องใช้แว่น VR แล้วบังคับด้วยจอยหรือคีย์บอร์ดแทน”

สำหรับ Home Sweet Home วางจำหน่ายในปี 2560 ในหลายช่อง และสามารถเล่นได้ทั้งทางคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกม PlayStation 4 และ Xbox One รวมไปถึงอุปกรณ์แว่นตาเสมือนจริง VR ต่าง ๆ ซึ่งผู้เล่นจะได้เห็นและสัมผัสกับภาพความน่ากลัวของพีไทยในบรรยากาศชวนหลอน ทำให้เหล่าเกมเมอร์รู้สึกตื่นเต้นสร้างความแปลกใหม่ของเกม โดยคุณธนซ์ กล่าวว่า “ความแปลกใหม่ของเกมทำให้ PewDiePie นักแคสต์เกมอันดับต้น ๆ อับโหลดวิดีโอเล่นเกมนี้ขึ้น Youtube ยิ่งทำให้ผลตอบรับจากทั่วโลกดียิ่งขึ้นไปอีกถึงขั้น โดยมีคอมมูนิตี้ที่ผู้เล่นมาพูดคุยกันถึงเกมนี้โดยเฉพาะ”

ความสำเร็จครั้งนี้ทำให้อีกตราจิลสร้างภาคต่อ Home Sweet Home 2, Home Sweet Home Survive ต่อยอดจากเกมที่เคยเล่นคนเดียวให้สามารถเล่นแบบ Multiplayer พร้อมกันได้ถึง 4 คน และล่าสุดบริษัทได้ออก Home Sweet Home: Online ในรูปแบบ e-Sport



“  
 ผมรับงานสอนด้วย เพื่อจะ  
 สร้างคนให้เก่งขึ้น พอวันหนึ่ง  
 เขาอยากทำงาน ก็มาทำกับเรา  
 หรือถ้าเราไม่งานก็ให้เขาช่วยทำได้  
 คนที่เก่ง ยังไงก็จะมีคนจ้าง  
 ไม่ต้องกังวลเลยว่าจะตกงาน  
 ”

## ส่งเกมไทยสู่เมืองคานส์

จุดเด่นประการหนึ่งของดิจิทัลคอนเทนต์คือ สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อต่อยอดรายได้ เช่น จากนวนิยายออนไลน์มาผลิตเป็นซีรีส์ จากซีรีส์ต่อยอดเป็นภาพยนตร์ หรือจากการผลิตเพลงประกอบซีรีส์นำไปสู่รายได้จากเพลงรอสาย เป็นต้น

กรณีของเกม Home Sweet Home หลังจากที่ได้รับ การตอบรับที่ดีจากนักเล่นเกม นักรีวิว และบล็อกเกอร์ต่าง ๆ รวมถึงเคยได้รับรางวัล Gold จากการประกวดโฆษณา ระดับโลก คือ London International Awards 2021 ทำให้เกมเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น คุณธนซ์จึงมีแนวคิดต่อยอดการผลิต Home Sweet Home ในรูปแบบการ์ตูน ซีรีส์และภาพยนตร์

คุณธนซ์ กล่าวว่า “เมื่อกลางเดือนพฤษภาคม 2566 ที่ผ่านมา ได้ตัดสินใจนำผลงาน Home Sweet Home Episode 2 ไปร่วมโชว์ในงานเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ครั้งที่ 76 ณ ประเทศฝรั่งเศส ได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายใต้แคมเปญ Amazing Thailand. Amazing Deep Culture. ที่ได้นำเสนอ การท่องเที่ยวไทยในมุมมองของวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ

เช่น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ สถานที่โบราณ ความเชื่อแบบไทย ๆ ซึ่งงานนี้ Home Sweet Home ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยมีผู้ให้ความสนใจร่วมเป็นพันธมิตรในการผลิตและการตลาด ซึ่งในอนาคตคนไทยจะได้เห็น Home Sweet Home ในมิติอื่น ๆ นอกเหนือจากเกม รวมถึงจะเห็นผลงานของบริษัทมากขึ้นในตลาดโลกด้วย”

## บีไอไอช่วยสร้างแต้มต่อการแข่งขัน

การพัฒนาเกมสักรเกมไม่ใช่เรื่องง่ายและต้องใช้เวลา ยาวนาน โดยเฉพาะเมื่อเป็นบริษัทขนาดเล็กที่มีเงินทุน ไม่มากนักบริษัทจึงต้องมองหาการส่งเสริมธุรกิจจากภาครัฐ ซึ่งเรื่องนี้ คุณธนซ์ กล่าวว่า “การเป็นบริษัทเล็ก ๆ ทำให้ต้องใช้เงินทุกบาททุกสตางค์ให้คุ้มค่า และถ้ามอง ในอีกมุมเราไม่รู้ว่าบริษัทต่างประเทศมีสิทธิประโยชน์มากกว่าเราก็ได้ แล้วเราจะสู้กับเขาได้อย่างไร ทุกอย่าง เป็นต้นทุนที่ต้องบริหารจัดการ จึงเริ่มมองหาการสนับสนุน จากการลงทุน และพบว่าบีไอไอมีการส่งเสริมการลงทุน ในธุรกิจดิจิทัล เราเริ่มศึกษาแนวทางการส่งเสริมการลงทุน จากบีไอไอตั้งแต่ปี 2552 ขณะนั้นเราได้จัดตั้งบริษัท มาได้ 3 ปีแล้ว ปัจจุบันบริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุน







จากปีโอไอ 2 โครงการ โดยเราลงทุนไปสูงมาก กว่าที่จะผลิตเกม Home Sweet Home ออกมาต้องใช้เวลาประมาณ 2 ปี เมื่อทำเสร็จก็ค่อย ๆ ขายโปรดักต์ ซึ่งเราต้องหวังกำไร ถ้าไม่มีกำไรก็ต้องหาผลงานใหม่และต้องจ้างคนทำอีกเรื่อย ๆ ถ้าเรานำสิทธิประโยชน์ที่ได้รับนี้ไปต่อยอดผลงานของเราได้ ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูง”

Home Sweet Home ได้รับผลตอบแทนด้วยดี สิทธิประโยชน์ที่ได้รับก่อให้เกิดการต่อยอดและนำไปสู่การสร้างผลงานใหม่ ๆ โดยเมื่อไม่นานมานี้บริษัทได้ออกโปรเจกต์ที่ชื่อว่า Grandora เป็นเกมในโลกเสมือนจริงที่ผู้เล่นมีอิสระในการสร้างสิ่งต่าง ๆ ตามจินตนาการสร้างโลกของเกมในแบบที่ผู้เล่นใฝ่ฝัน แล้วแบ่งปันโอเอไอให้กับผู้เล่นอื่น ๆ เพื่อให้ทุกคนเข้ามาสนุกสนานในโลกที่สร้างขึ้น

คุณณัช กล่าวว่า “Grandora จะเป็นเครื่องมือที่ทำให้ทุกคนสร้างภาพที่ตัวเองคิดเอาไว้ออกมาให้คนอื่นเห็นได้อย่างน่ามหัศจรรย์เหมือนกับได้เปิดกล่อง Pandora อย่างแน่นอน”



## ตั้งเป้าหมายปั้นไทยเป็นฮับดิจิทัล

ในฐานะผู้นำในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ของไทย ในตอนนี้ คุณณัชมองว่าเกมเป็นเครื่องมือเผยแพร่วัฒนธรรมไปสู่ทั่วโลก “ผมว่าวันนี้โลกไร้กำแพง ดั่งนั้น แค่หาโอกาสบวกกับใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ผสมผสานความรู้ที่มีในปัจจุบันก็สามารถส่งซอฟต์แวร์ออกไปได้แล้ว ถ้าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนี้รวมตัวกันให้แข็งแรง แล้วลองเจรจาร่วมลงทุนกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ฉายไปทั่วโลก ผลงานของคนไทยก็จะเผยแพร่ไปได้อีกไกล”

อีกหนึ่งความฝันของคุณณัชนอกจากจะสร้างผลงานดี ๆ ในชื่อของอีกตราซิลแล้ว เขายังพยายามสร้างบุคลากรเข้าสู่วงการ “ผมรับงานสอนด้วย เพื่อจะสร้างคน ให้เก่งขึ้น พอวันหนึ่งเขาอยากทำงาน ก็มาทำกับเรา หรือถ้าเราจ้างก็ให้เขาช่วยทำได้ คนที่เก่ง ยังไงก็มีคนจ้างไม่ต้องกังวลเลยว่าจะตกงาน หรือตอนนี้เราเห็นแล้วว่าเอไอทำอะไรได้ เราก็ใช้ประโยชน์จากเอไอต่อยอดงานได้อาจจะให้เอไอช่วยคิดเรื่องราวแล้วเอาไปต่อยอดอีกทั้งเมืองไทยเป็นศูนย์กลางของคนเก่ง ถ้าสร้างเมืองไทยเป็นฮับด้านดิจิทัลได้ แล้วไปตีตลาดใหญ่จากต่างประเทศ เราจะได้งานเข้ามาประเทศอีกมาก สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการต่างชาติในการตัดสินใจเข้ามาลงทุนในไทยผลักดันให้เกิดความสมบูรณ์ใน Ecosystem ของอุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศได้เป็นอย่างดี” คุณณัชกล่าวทิ้งท้าย



## | แวดวงบีโอไอ

บีโอไอพร้อมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนเชิงรุก 4 ปี (พ.ศ. 2567 – 2570) ขานรับนโยบายรัฐบาลใหม่ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นฐานผลิตของอุตสาหกรรมชั้นนำระดับโลก และเปลี่ยนผ่านประเทศไทยสู่อุตสาหกรรมยุคใหม่ เห็นได้จากภารกิจต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมมาให้ทุกท่านได้ติดตามกัน ดังนี้

### 18 - 24 กันยายน 2566

**ร่วมคณะเดินทางกับนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังในการเยือนนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา**

นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ในการเยือนนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา เพื่อเข้าร่วมการประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยสามัญ (UN General Assembly: UNGA) ครั้งที่ 78 และดำเนินกิจกรรมชักจูงการลงทุน โดยเข้าพบกับคณะผู้บริหารระดับสูงของบริษัทยักษ์ใหญ่จากสหรัฐฯ ไม่ว่าจะเป็น Microsoft, Google, Tesla และ SpaceX เพื่อหารือถึงโอกาสในการขยายการลงทุนขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ เช่น การพัฒนาฐานโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล และการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

นอกจากนี้ คณะฯ ยังได้เข้าร่วมการประชุมระหว่างนายกรัฐมนตรีกับผู้บริหารสภาธุรกิจสหรัฐอเมริกาและอาเซียน (US-ASEAN Business Council: USABC) หอการค้าสหรัฐอเมริกา (US Chamber of Commerce: USCC) และภาคเอกชนสหรัฐฯ เพื่อร่วมหารือประเด็นต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ของประเทศไทย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว พลังงาน และการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงได้ร่วมงานเลี้ยงรับรองซึ่งนายกรัฐมนตรีได้กล่าวปาฐกถาเพื่อแสดงจุดยืนและนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะเร่งด่วน พร้อมไปกับการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อกระตุ้นการเติบโตของ GDP ในระยะยาว

ในการนี้เลขาธิการบีโอไอยังได้เข้าร่วมกิจกรรมการมอบนโยบายแก่ทีมประเทศไทย (Team Thailand) ในสหรัฐฯ และการพบกับชุมชนชาวไทยในสหรัฐฯ โดยนายกรัฐมนตรีได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีม ที่จะช่วยยกระดับความร่วมมือระหว่างประเทศไทยและสหรัฐฯ ทั้งในด้านความสัมพันธ์ทางการทูต วัฒนธรรม การค้าและการลงทุน รวมถึงความร่วมมือระหว่างหน่วยงานราชการในการดูแลความเป็นอยู่ของชุมชนชาวไทยในสหรัฐฯ อีกด้วย



### 11 ตุลาคม 2566

**แถลงข่าวผลการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บอร์ดบีโอไอ) ครั้งที่ 1/2566**

นายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ซึ่งได้มอบหมายให้นายปานปรีย์ พหิทธานุกร รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ดำรงตำแหน่งประธานบอร์ดบีโอไอ

โดยผลการประชุมบีโอไอมุ่งดึงลงทุน เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนเชิงรุกในระยะ 4 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2567 – 2570) ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ ได้แก่ BCG ยานยนต์ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ต้นน้ำและอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ดิจิทัลและสร้างสรรค์ และการตั้งศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศในไทย เตรียมออกมาตรการชุดใหม่ พลิกดัน 5 วาระสำคัญ เพื่อเปลี่ยนผ่านประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมชั้นนำระดับโลก พร้อมอนุมัติส่งเสริมการลงทุน 6 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนกว่า 41,000 ล้านบาท





## 18 ตุลาคม 2566

**ลงนาม MOU เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับประเทศญี่ปุ่น**

นายวิรัตน์ รัชศฤงคารสกุล รองเลขาธิการบีโอไอ พร้อมด้วยนายคิซึโมโตะ ชูเฮ ผู้ว่าราชการจังหวัดวากายามะ ประเทศญี่ปุ่น ลงนามบันทึกความเข้าใจร่วมกัน (MOU) เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างนักลงทุนจากจังหวัดวากายามะ ประเทศญี่ปุ่น ณ บีโอไอ สำนักงานใหญ่

## 1 พฤศจิกายน 2566

**ต้อนรับคณะจาก JETRO Bangkok และ Japanese Chamber of Commerce (JCC)**

นายณัฐม์ เทอดสิทธิ์ศักดิ์ เลขาธิการบีโอไอ พร้อมด้วยนายณฤช ฤชุพันธุ์ ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และผู้แทนจากกองส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศให้การต้อนรับคณะจาก JETRO Bangkok และ Japanese Chamber of Commerce (JCC) นำโดย Mr. Jun Kuroda (President of JETRO Bangkok and Chief ASEAN Representative) ณ บีโอไอ สำนักงานใหญ่

โอกาสนี้ทั้งสองฝ่ายได้แลกเปลี่ยนความเห็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุนของบีโอไอ รวมถึงทิศทางและแนวโน้มการลงทุนจากอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพของญี่ปุ่น อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ พลังงานสะอาด และการสนับสนุนผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยที่มีศักยภาพ ฯลฯ นอกจากนี้ เลขาธิการบีโอไอยังเน้นย้ำถึงการทำงานระหว่างบีโอไอและทั้งสองหน่วยงาน เพื่อยกระดับความร่วมมือด้านการลงทุน การอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน และในมิติอื่น ๆ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น



## 2 พฤศจิกายน 2566

**ต้อนรับเลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองคาย ประธานหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดหนองคาย และคณะนักธุรกิจจากมณฑลกุ้ยโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน**

นายณฤช ฤชุพันธุ์ ที่ปรึกษาด้านการลงทุน บีโอไอ ให้การต้อนรับเลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดหนองคาย ประธานหอการค้าและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดหนองคาย และคณะนักธุรกิจและผู้ประกอบการของมณฑลกุ้ยโจว (Guizhou Business Group) สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อหารือถึงโอกาสและสู่ทางการค้าและการลงทุน แลกเปลี่ยนข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันศักยภาพเชิงพื้นที่ของจังหวัดหนองคายให้เป็นประตูการค้า อีกทั้งผลักดันให้เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับจีน ผ่านเส้นทางการขนส่งระบบราง

โดยทุกฝ่ายได้ร่วมถามตอบข้อซักถามซึ่งเป็นประโยชน์ในความร่วมมือระหว่างกันในอนาคต ณ บีโอไอ สำนักงานใหญ่







บีโอไอมีประกาศส่งเสริมการลงทุนออกมาหลายฉบับในช่วงที่ผ่านมา จึงขอรวบรวมประกาศที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน ดังนี้

ประกาศคณะกรรมการ  
ส่งเสริมการลงทุน ที่

**12/2566**

ลงวันที่  
**3 ตุลาคม 2566**

**เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนในกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์ม เพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์** เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการส่งเสริมการลงทุนกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ ส. 4/2564 ลงวันที่ 16 กันยายน 2564 เรื่อง การปรับปรุงการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมดิจิทัล และที่ 9/2565 ลงวันที่ 8 ธันวาคม 2565 เรื่อง มาตรการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ จึงสรุปการใช้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลของกิจการดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

รายได้ที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลต้องเป็นรายได้ที่เกิดจากการจำหน่าย หรือการให้บริการอันเป็นผลงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่ได้รับการส่งเสริม ดังนี้

- รายได้ที่เกิดจากการพัฒนา ตลอดจนการติดตั้ง การทดสอบ การปรับปรุง และการบำรุงรักษาซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้จากการจำหน่ายซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ (License Fee) เพื่อใช้ซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้จากค่าสมาชิก (Subscription Fee) เพื่อใช้ซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้จากการใช้งานเป็นรายครั้ง (Pay per Use) เพื่อใช้ซอฟต์แวร์ หรือแพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้จากการขาย Feature/Function เพิ่มเติมในแอปพลิเคชัน (In-App Purchase) ที่พัฒนาในโครงการ
- รายได้โดยตรงที่เกิดจากการใช้บริการแพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล (Usage Fee) ที่พัฒนาในโครงการ เช่น รายได้จากการใช้แพลตฟอร์มในการทดสอบซอฟต์แวร์ รายได้จากการใช้แพลตฟอร์มในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น
- ส่วนแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ที่เกิดขึ้นจากค่าพัฒนาหรือการเช่าใช้ ซอฟต์แวร์ หรือดิจิทัลคอนเทนต์ ตามสัญญา
- รายได้จากค่าโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการ

ทั้งนี้ ในรอบปีบัญชีที่ขอใช้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลจะต้องมีเงินลงทุนขั้นต่ำครบถ้วนตามเงื่อนไขของโครงการ และในกรณีเป็นโครงการที่พัฒนาเพิ่มเติมจากซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีอยู่เดิม วันที่เริ่มมีรายได้ครั้งแรกของโครงการจะนับจากวันที่ได้จำหน่ายหรือให้บริการซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีการพัฒนาเพิ่มเติมตามที่ระบุไว้ในโครงการแล้ว

รายได้ที่ไม่สามารถขอใช้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล มีดังนี้

- รายได้ที่อยู่ในรูปแบบของค่าขายหน้าหรือตัวกลาง (Commission)
- รายได้หรือส่วนแบ่งจากค่าบริการและค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ แพลตฟอร์มเพื่อให้บริการดิจิทัล หรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาในโครงการโดยตรง เช่น ค่าที่ปรึกษา ค่าจัดหาฮาร์ดแวร์ รายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการ ทั้งค้าส่งและค้าปลีก ค่าขนส่ง เป็นต้น

ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม คลิก

# แบบสำรวจ ความพึงพอใจผู้อ่าน

BOI  
e-Journal  
ปี 2566

คลิก



สแกน QR Code  
เพื่อทำแบบสำรวจ



# สำนักงานบีไอไอในประเทศไทยและต่างประเทศ



## สำนักงานในประเทศไทย

- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (นครราชสีมา)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (ขอนแก่น)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)
- ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 7 (พิษณุโลก)

## หน่วยงานบริการอื่นๆ

- ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน
- ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน



## สำนักงานในต่างประเทศ

- |           |             |           |
|-----------|-------------|-----------|
| SHANGHAI  | SEOUL       | STOCKHOLM |
| BEIJING   | MUMBAI      | SYDNEY    |
| GUANGZHOU | NEW YORK    | HANOI     |
| TAIPEI    | LOS ANGELES | JAKARTA   |
| TOKYO     | FRANKFURT   |           |
| OSAKA     | PARIS       |           |