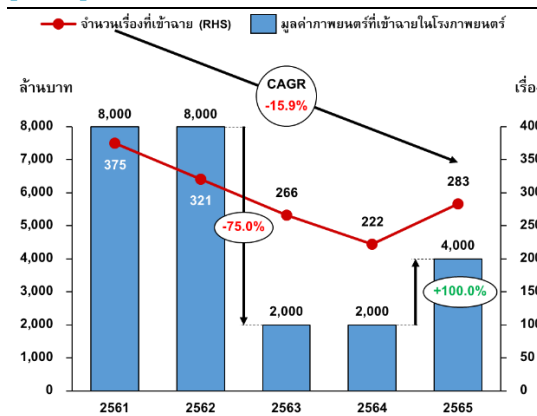


ภาพรวมธุรกิจ

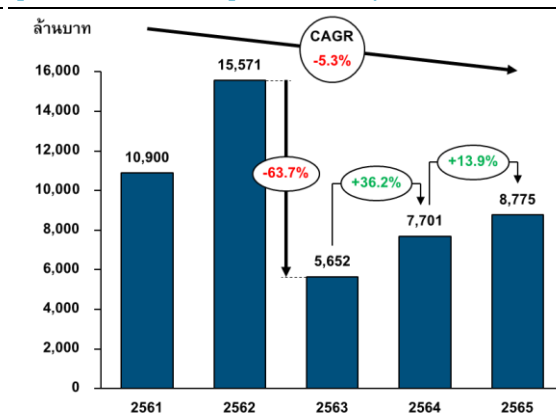
- ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย มีลักษณะเป็นธุรกิจแบบกึ่งผูกขาด เนื่องจากลักษณะเฉพาะของธุรกิจที่ต้องมีเงินลงทุนสูง ตลอดจนการทำทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมทำได้ยาก และส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการยังคงเป็นรายเดิมที่อยู่ในธุรกิจนี้มายาวนาน และแทบจะไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขัน ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจโรงภาพยนตร์มีผู้เล่นหลักเพียง 2 ราย ได้แก่ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัท เอส เอฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์ฯ และอีจี้ ครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ 70% ส่วนที่เหลืออีกประมาณ 30% เป็นของโรงภาพยนตร์อื่นๆ (ส่วนแบ่งตลาดวัดจากยอดขายตั๋วภาพยนตร์แต่ละเรื่องเฉพาะในรอบสัปดาห์แรกที่เข้าฉาย, ที่มา: รายงานประจำปี 2565 บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป)
- สำหรับมูลค่าตลาดภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีแนวโน้มลดลงสะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีหดตัวถึง 15.9% และรายได้รวมของผู้ประกอบการในธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน สะท้อนจากอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีลดลง 5.3% สาเหตุหลักจากพฤติกรรมผู้บริโภคชมภาพยนตร์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จากการเข้ามาของแพลตฟอร์มออนไลน์สะท้อนจากข้อมูลการใช้บริการ OTT TV (Over-the-top TV) ของคนไทยในรูปแบบผู้บอกรับสมาชิก (Subscription Video on Demand: SVOD) เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยในปี 2564 มีบัญชีผู้ใช้บริการในรูปแบบดังกล่าวมากถึง 6.03 ล้านบัญชี หรือเพิ่มขึ้น 72.3%YoY และคาดว่าในสิ้นปี 2565 จะมีตัวเลขผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็น 8.99 ล้านบัญชี ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่เข้มงวดที่เป็นตัวเร่งให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการชมภาพยนตร์ไปจากรูปแบบเดิม ส่งผลให้มูลค่าตลาดภาพยนตร์ ในช่วงปี 2563-2564 ปรับลดลงถึง 75.0% เมื่อเทียบกับปี 2562 แต่ภายหลังเมื่อสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง ทำให้มูลค่าตลาดฯ กลับมาเติบโตได้ถึง 100.0% แต่ยังคงต่ำกว่าช่วงก่อนโควิด-19 ที่มีมูลค่าตลาดฯ 8,000 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้รวมของธุรกิจโรงภาพยนตร์ ในปี 2563 ที่ปรับลดลงเช่นกันที่ 63.7%YoY

รูปที่ 1 มูลค่าตลาดภาพยนตร์ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์



ที่มา : รายงานประจำปี 2561 - 2565 บมจ. เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป

รูปที่ 2 รายได้รวมของผู้ประกอบการ ธุรกิจโรงภาพยนตร์



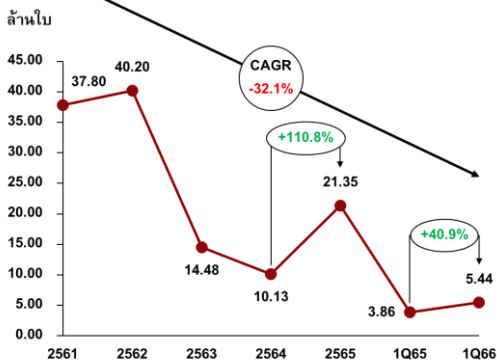
ที่มา : รวบรวมข้อมูลงบการเงินจากฐานข้อมูล BOL

Disclaimer:

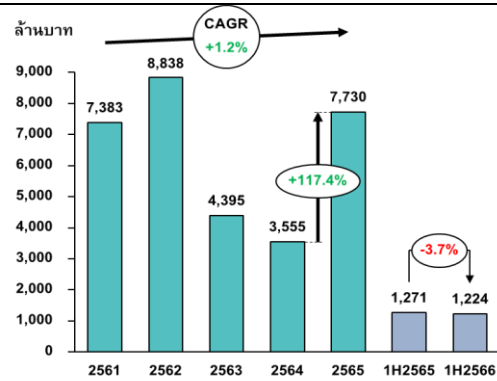
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

- อย่างไรก็ดี ในช่วงปี 2564-2565 สถานการณ์โควิดเริ่มคลี่คลายลง ทำให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์กลับมาฟื้นตัวได้ สะท้อนจากรายได้รวมของธุรกิจที่ปรับเพิ่มขึ้น 36.2%YoY และ 13.9%YoY ตามลำดับ สอดคล้องกับสถิติจำนวนตั๋วที่จำหน่ายในโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ฯ ในปี 2565 ที่เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวที่ 110.8%YoY และมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากข้อมูล ณ ไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ยังคงมีอัตราการเติบโตที่สูงถึง 40.9%YoY ผลจากความต้องการทำกิจกรรมนอกบ้านของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ และความน่าสนใจของภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ทั้งของไทยและต่างชาติที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับเข้าไปรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ มูลค่าเงินโฆษณาที่ใช้ผ่านสื่อในโรงภาพยนตร์ที่กลับมาเติบโตสูงในปี 2565 มีมูลค่า 7,730 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นถึง 117.4%YoY ซึ่งอยู่ในระดับที่เกือบเทียบเท่าช่วงก่อนโควิด-19 สำหรับข้อมูลล่าสุดในช่วงครึ่งแรกปี 2566 พบว่า ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนเล็กน้อย ตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่มีแนวโน้มชะลอตัว ประกอบกับหลายบริษัทยังชะลอการลงทุนเพื่อรอดูความชัดเจนในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่เป็นสำคัญ

รูปที่ 3 จำนวนตั๋วที่จำหน่ายในโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ฯ **รูปที่ 4** มูลค่าเงินโฆษณาผ่านสื่อในโรงภาพยนตร์



ที่มา : เอกสารนำเสนอ Opportunity Day 1Q23 บมจ. เมเจอร์ฯ



ที่มา : Nielsen Advertising Information Service

แนวโน้มธุรกิจ

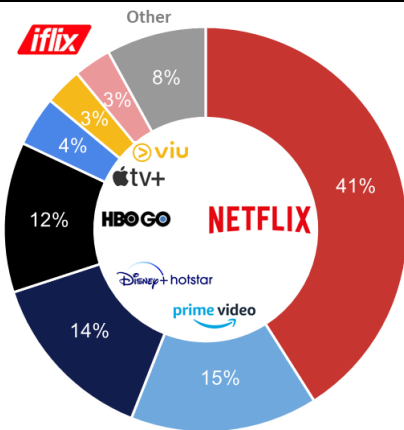
- สำหรับแนวโน้มธุรกิจโรงภาพยนตร์ในระยะ 1 ปีข้างหน้า คาดว่าจะมีทิศทางปรับตัวดีขึ้น ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ การทำกิจกรรมนอกบ้านกลับมาเป็นปกติ และภาคการท่องเที่ยวที่เริ่มกลับมาดีขึ้น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คลี่คลายลง ประกอบกับได้รับปัจจัยหนุนจากภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่ที่ทุ่มทุนสร้างมหาศาล โดยเฉพาะค่ายหนังจากฮอลลีวูดที่จะทยอยเข้าฉายต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี ซึ่งจะเอื้อต่อการสร้างรายได้จากตั๋วหนัง ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของธุรกิจให้เพิ่มขึ้น อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยส่วนหนึ่งยังมีความชื่นชอบการเข้าโรงภาพยนตร์มากกว่าการดูสตรีมมิ่งเนื่องจากได้รับประสบการณ์ที่ต่างกัน ขณะที่ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ก็มุ่งสร้างความแตกต่าง โดยการยกระดับการชมภาพยนตร์ให้เป็น Cinematic Experience ซึ่งเป็นการสร้างบรรยากาศการรับชมที่แตกต่างจากจอทีวี หรืออุปกรณ์การรับชมอื่นๆ นอกจากนี้ ผู้นำในธุรกิจโรงภาพยนตร์อย่างเครือเมเจอร์ฯ ได้วางแผนเปิดสาขาใหม่ในปี 2566 จำนวน 10 สาขา ทั้งในศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวสต์วิลล์ และที่โรบินสันไลฟ์สไตล์ จ.ภูเก็ต รวมถึงในห้างค้าปลีกเทสโก้ โลตัส และบิกซี ตลอดจนมีแผนจะลงทุนระบบการฉายภาพยนตร์แบบเลเซอร์ โปรเจกชันแห่งใหม่ที่ไอคอนสยาม รวมมูลค่าการลงทุนกว่า 600 ล้านบาท เช่นเดียวกับคู่แข่งอย่างเครือเอสเอฟ ซีเนม่าฯ ที่มีแผนจะลงทุนในปี 2566 โดยจะใช้เงินลงทุนราว 150 ล้านบาท เพื่อปรับโฉมโรงภาพยนตร์ใหม่ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ลาดพร้าว และเดอะมอลล์ บางแค ตลอดจนการขยายโมเดลทางธุรกิจที่มากกว่าโรงภาพยนตร์เพื่อเพิ่มช่องทางการหารายได้ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

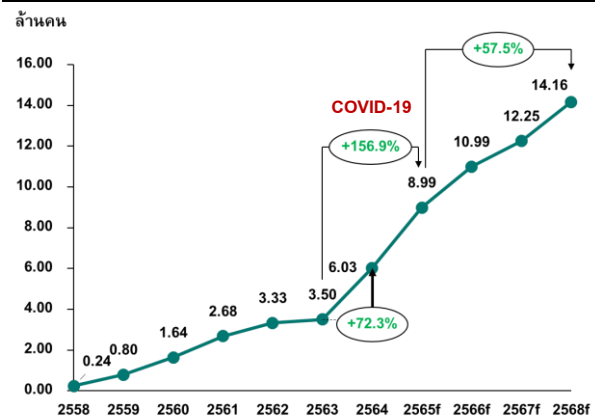
- อย่างไรก็ดี ธุรกิจโรงภาพยนตร์ยังคงเผชิญปัจจัยเสี่ยงจากคู่แข่งที่เป็นผู้ให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างขึ้น และสามารถรับชมได้ง่ายทุกที่และทุกเวลา ขณะเดียวกันผู้ให้บริการแพลตฟอร์มที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหาบ่อน้ำเข้าสู่โรงภาพยนตร์ โดยเฉพาะค่ายดังต่างๆ ทั้ง Disney และ Warner Media เริ่มใช้สตรีมมิ่งนำเสนอภาพยนตร์ถึงมือผู้รับชมโดยไม่ผ่านโรงภาพยนตร์มากขึ้น หรือแม้แต่ Netflix ผู้นำในธุรกิจบริการสตรีมมิ่งก็เป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ที่เข้าถึงได้เฉพาะในแพลตฟอร์มของตัวเองด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเติบโตของจำนวนคนไทยที่ใช้บริการ OTT TV ในรูปแบบผู้บอกรับสมาชิก (SVOD) ในอนาคตยังคงมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง นับเป็นปัจจัยท้าทายที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์จะต้องพิจารณา และหากลยุทธ์ในการรักษาฐานลูกค้าของตนเองในระยะต่อไป

รูปที่ 5 ส่วนแบ่งตลาดผู้ให้บริการสตรีมมิ่งของไทย



ที่มา : JustWatch.com

รูปที่ 6 จำนวนผู้บอกรับสมาชิกประเภท SVOD ของไทย



ที่มา : ฐานข้อมูล Omdia's World Television Information Service

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นายเชิวชาญ ศรีชัยยา (cheawchans@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง