

## บทที่ 9

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของแต่ละบริษัท

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลกได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน, แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นสากลของสื่อมวลชน, และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เป็นกรอบในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของแต่ละบริษัท

ในที่นี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัทผู้ผลิตไทย โดยเปรียบเทียบทีละปัจจัย จะกล่าวถึง 9.1 ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน 9.2 ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ประกอบไปด้วย เนื้อหาและการออกแบบตัวละครการ์ตูน 9.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิตประกอบไปด้วย เทคโนโลยีด้านการผลิต, กระบวนการผลิตและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต 9.4 ปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมประกอบไปด้วย 9.4.1 ปัจจัยด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านงบประมาณการผลิต 9.4.2 ปัจจัยด้านการตลาด 9.5 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม 9.6 ปัจจัยความเป็นสากลของสื่อมวลชน

9.1 ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของแต่ละบริษัทผู้ผลิต  
 ตารางที่ 9.1 แสดงความเป็นมาและวัตถุประสงค์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ความเป็นมาและ วัตถุประสงค์ใน การผลิต	ริเริ่มผลิตการ์ตูน แอนิเมชันไทยให้มี คุณภาพ สอดแทรก ข้อคิดเพื่อให้ผู้ชม เด็กไทยมีโอกาสชม การ์ตูนแอนิเมชัน ไทย	ริเริ่มผลิตการ์ตูน แอนิเมชันไทย 3 มิติ เรื่องยาว (3 D Feature film) เรื่อง แรกของประเทศ ไทย	มุ่งสร้างตัวละคร การ์ตูนไทยให้มี ชื่อเสียงและเป็นที่ รู้จักทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	เพื่อเติมเต็มช่องทาง การตลาดให้ครบไม่ ว่าจะเป็นผู้นำเข้า การ์ตูนแอนิเมชัน จากต่างประเทศ และส่งออกการ์ตูน แอนิเมชันไทยไปยัง ต่างประเทศ
กลุ่มผู้ชม	ผู้ชมภายในประเทศ	ผู้ชมในประเทศและ ผู้ชมต่างประเทศ	ผู้ชมในประเทศและ ผู้ชมต่างประเทศ	ผู้ชมในประเทศและ ผู้ชมต่างประเทศ
ช่องทางการ นำเสนอ	ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์	ฉายทางโรง ภาพยนตร์	ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์	รูปแบบ VCD

จากตารางที่ 9.1 แสดงให้เห็นถึงความเป็นมาในการริเริ่มผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของแต่ละบริษัทผู้ผลิต จะเห็นได้ว่าแต่ละบริษัทผู้ผลิตมีความเป็นมาและวัตถุประสงค์การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่แตกต่างกัน ดังนี้

#### 9.1.1 บริษัทบรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

บริษัทบรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง โดยมุ่งที่จะสร้างสรรค์การ์ตูนแอนิเมชันไทยทางโทรทัศน์สำหรับผู้ชมเด็ก โดยแฝงข้อคิด, คติเตือนใจ และจัดได้ว่าเป็นผู้สร้างสรรค์การ์ตูนแอนิเมชันไทยรายแรก (พ.ศ.2543) หลังจากที่ไม่ได้มีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มาเป็นเวลานาน (พ.ศ.2539) ผู้ผลิตมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อผู้ชมภายในประเทศเพียงอย่างเดียว

### 9.1.2 บริษัทกันตนาแอนิเมชัน จำกัด

เนื่องจากบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด มีประสบการณ์การรับจ้างผลิต การ์ตูนแอนิเมชันให้กับบริษัท โตเอะ ประเทศญี่ปุ่นมาก่อน จัดได้ว่ามีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ ด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน จากการรับจ้างผลิต บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด จึงต้องการก้าว ขึ้นมาในฐานะผู้ผลิตและสร้างสรรค์การ์ตูนแอนิเมชันไทยเรื่องยาวอย่างเต็มตัว จึงได้ผลิต การ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ก้านกล้วยขึ้น เพื่อผู้ชมทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ โดยฉายทางโรง ภาพยนตร์

### 9.1.3 บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด

บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด บริษัทในเครือ บริษัท บรรลือสาส์น จำกัด ผู้ผลิต หนังสือการ์ตูนขายหัวเราะ, มหาสนุก ฯลฯ วัตถุประสงค์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด ก็เพื่อสร้างสรรค์ตัวละครการ์ตูนไทย “ปังปอนด์” ให้มีชื่อเสียงและเป็น ที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยตัวละครการ์ตูนไทย “ปังปอนด์” เป็นตัวละครในหนังสือ การ์ตูนมหาสนุก ซึ่งเป็นตัวละครที่มีชื่อเสียงและเป็น ที่รู้จักสำหรับผู้อ่านไทยที่อ่านหนังสือการ์ตูน อยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อทางบริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด มีจุดมุ่งหมายสร้างตัวละครการ์ตูนไทย จึง นำเอาตัวละครการ์ตูนไทย “ปังปอนด์” มาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ เพื่อออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

### 9.1.4 บริษัท โรส วิดีโอ จำกัด

บริษัท โรส วิดีโอ จำกัด ผู้นำเข้าภาพยนตร์และการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศ ในลักษณะของการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อฉายทางโรงภาพยนตร์และจัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD จากการ นำเข้าภาพยนตร์และการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศ บริษัท โรส วิดีโอ จำกัด ก็ต้องการเติมเต็ม ช่องทางด้านการตลาด โดยเป็นผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศบ้าง ดังนั้นบริษัท โรส วิดีโอ จำกัด จึงได้ว่าจ้างให้บริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ เป็นผู้ผลิตการ์ตูน แอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษา วัตถุประสงค์หลักผลิตในรูปแบบ VCD โดยผลิตเพื่อผู้ชมทั้ง ในประเทศและต่างประเทศ

ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยมีความเป็นมาและวัตถุประสงค์ในการผลิตที่แตกต่าง กัน มีเพียงบริษัท บรรลือสาส์นไทย เทเลวิชั่น ที่มุ่งผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศ ส่วนบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด, บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด, บริษัท โรส วิดีโอ มุ่งผลิตเพื่อ

ผู้ชมทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่การ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ผลิตขึ้นมาผลิตเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ มีเพียงบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาวเพื่อฉายทางโรงภาพยนตร์ สาเหตุที่ส่วนใหญ่บริษัทผู้ผลิตไทยผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์อาจเนื่องมาจาก การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเป็นการ์ตูนซีรีส์ทางโทรทัศน์ มีรายละเอียดในการผลิตและใช้งบประมาณในการผลิตน้อยกว่าการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ การวาดภาพเคลื่อนไหวไม่ต้องการรายละเอียดมาก จะเน้นการเคลื่อนไหวเฉพาะส่วนที่สำคัญเท่านั้น สังเกตได้ว่า การ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ การวาดภาพเคลื่อนไหวประมาณ 8-12 ภาพต่อวินาที ในขณะที่การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ต้องการรายละเอียดมากกว่า, การวาดภาพเคลื่อนไหว 24 ภาพต่อ วินาที การวาดภาพเคลื่อนไหวที่มีจำนวนมากขึ้นย่อมต้องการบุคลากรในจำนวนที่มากขึ้นและระยะเวลาในการผลิตเพิ่มขึ้น รวมไปถึงต้องการงบประมาณที่สูงกว่าการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ เนื่องจากบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด เป็นบริษัทในเครือ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้มีชื่อเสียงรายหนึ่งในประเทศไทย จึงสามารถแสวงหางบประมาณในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน นอกจากนั้นบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ก็มีความพร้อมด้านวัสดุ อุปกรณ์ด้านการผลิตอย่างครบครัน จึงจัดเป็นบริษัทผู้ผลิตไทยที่มีความพร้อมในการริเริ่มผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อฉายทางโรงภาพยนตร์

9.2 ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของแต่ละบริษัท  
 ตารางที่ 9.2 แสดงปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด (โปงปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ด้าน สุนทรียศาสตร์ - เนื้อหา	<p>-นำเรื่องราวมาจากนิทานพื้นบ้านไทย</p> <p>- เพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์ได้น้ำเพื่อความน่าสนใจและความสนุกสนาน</p> <p>-นำเสนอวัฒนธรรม, ความเชื่อ, ทัศนคติที่ดีงามของคนไทย ผ่าน, การกระทำของตัวละคร</p> <p>- ปรับเนื้อหาให้มีความน่าสนใจสอดแทรกข้อคิดในทุกๆตอนที่ออกอากาศ</p>	<p>-นำเค้าโครงเรื่องมาจากประวัติศาสตร์ไทย เกี่ยวกับช้างทรงของพระนเรศวรมหาราช ผนวกกับการแต่งเรื่องขึ้นมาใหม่</p> <p>- เนื้อหาเป็นการผจญภัยของช้าง, นกพิราบ</p> <p>- นำเสนอ ความกล้าหาญ, การต่อสู้ที่ไม่ท้อถอย, ความรักชาติ, ความเชื่อแบบไทย</p> <p>- ชาวต่างชาติช่วยในการเขียนบท</p>	<p>-แต่งเรื่องขึ้นมาใหม่เป็นเรื่องราวการผจญภัยของตัวละครเอก โปงปอนด์</p> <p>- เนื้อหาเกี่ยวกับแมลง, ความผูกพันของคนกับสุนัข</p> <p>-นำเสนอเรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยที่ทันสมัย, นำเสนอความเป็นไทยทางการกระทำ, การดำเนินชีวิตของตัวละคร</p>	<p>-นำเรื่องราวจากนิทานสอนใจนิทานอีสป</p> <p>- เนื้อหาเป็นเรื่องราวของสัตว์ต่างๆในป่า</p> <p>- นำเสนอเรื่องราวสอนใจ, ให้ข้อคิดแก่เด็ก</p>

ตารางที่ 9.2 แสดงปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
- เนื้อหา	- เปลี่ยนแปลงบทที่มีความรุนแรงโดยตัดส่วนที่เกี่ยวกับความรุนแรงออก			
- การออกแบบตัวละครการ์ตูน	- ตัวละครการ์ตูนคนออกแบบนิสัยผ่านทางรูปร่างหน้าตา, ออกแบบสัตว์ได้น่าอ้างอิงจากสัตว์น้ำในน่านน้ำไทย ออกแบบตามลักษณะนิสัยเฉพาะที่สัตว์แต่ละตัวมีอยู่จริง	- การออกแบบตัวละครหลักเช่น ช้าง มีการศึกษาการเคลื่อนไหวของช้างจริงเพื่อออกแบบให้มีการเคลื่อนไหวตามหลักสุนทรียศาสตร์	- ออกแบบตัวละครการ์ตูนเอกโดยดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนในหนังสือการ์ตูน	- ออกแบบตัวละครการ์ตูนสัตว์ให้มีลักษณะคล้ายตัวละครการ์ตูนซานริโอของประเทศญี่ปุ่น
	- การออกแบบหน้าตาของตัวละครการ์ตูนคนมีลักษณะคล้ายตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น ใช้สัญลักษณ์ของการ์ตูนญี่ปุ่น ในการแสดงอารมณ์ความรู้สึก		- ใช้สัญลักษณ์ของการ์ตูนญี่ปุ่น ในการแสดงอารมณ์ความรู้สึก	- ใช้สัญลักษณ์ของการ์ตูนญี่ปุ่น ในการแสดงอารมณ์ความรู้สึก

ตารางที่ 9.2 แสดงปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
- การออกแบบ ตัวละครการ์ตูน	- สอดแทรกความ เป็นไทยผ่าน การ แต่งกาย, ฉาก	- สอดแทรกความ เป็นไทยผ่านการ แต่งกาย, ฉาก, สถาปัตยกรรมไทย  - ประยุกต์ใช้รูปทรง (Shape) ในการ ออกแบบเพื่อสื่อ อารมณ์ความรู้สึก และเพื่อให้ตัวละคร การ์ตูนที่ออกแบบมี เอกลักษณ์ไปใน ทิศทางเดียวกัน  - บุคลากรชาว ต่างประเทศช่วยใน การออกแบบ	- สอดแทรกความ เป็นไทยผ่านฉาก  - ตัวละครการ์ตูน ปังปอนด์ที่นำมา ผลิตเป็นการ์ตูน แอนิเมชัน เป็นตัว ละครการ์ตูนที่เป็น ยอมรับและประสบ ความสำเร็จจากการ ผลิตเป็นหนังสือ การ์ตูนมาก่อน	- สอดแทรกความ เป็นไทยผ่านทาง ฉาก, สถาปัตยกรรม , การแต่งกายของ ตัวละครคน

ตารางที่ 9.2 แสดงปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิธดา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
รูปแบบการ นำเสนอ				
- ในประเทศ	- นำเสนอเป็นตอน ตอนละ 5 นาที  - ทางสถานีวิทยุ โทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3	- นำเสนอเป็น การ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่องยาว  - ฉายทางโรง ภาพยนตร์ใน ประเทศ	- นำเสนอเป็นตอน ตอนละ 5 นาที  - ทางสถานีวิทยุ โทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3	- นำเสนอเป็นตอน ตอนละ 5 นาที  - ทางสถานี โทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7
- ต่างประเทศ	-----	- วางแผนฉายทาง โรงภาพยนตร์ ต่างประเทศ	- ทางเคเบิลทีวี ประเทศฮ่องกง	-----

## 9.2 ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ของการ์ตูนแอนิเมชันไทย พอสรุปได้ ดังนี้

### 9.2.1 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทย

#### 9.2.1.1 บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ผลิตเพื่อผู้ชมในประเทศ การพัฒนาการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชัน นำมาจากนิทานพื้นบ้าน เรื่อง ปลาบู่ทอง, สังข์ทอง, โสนน้อยเรือนงาม, แก้วหน้าม้า ฯลฯ ซึ่งมีการบอกเล่ามาก่อนตั้งแต่อดีต และมีการผลิตซ้ำในรูปแบบของละครโทรทัศน์จักรๆวงค์มาก่อน ซึ่งทางผู้ผลิตให้เหตุผลว่าการนำเอานิทานพื้นบ้านมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน เพราะผู้ชมน่าจะมีความคุ้นเคยจึงเปิดรับได้ง่ายกว่าการสร้างสรรค์เรื่องราวขึ้นมาใหม่ แม้ว่าการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องปลาบู่ทองจะนำเนื้อหามาจากนิทานพื้นบ้านแต่ผู้ผลิตก็ได้เพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ได้นำลงไป ทำให้เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มผู้ชมที่เป็นเด็กมาก



ยิ่งขึ้น นอกจากนั้นผู้ผลิตได้นำเสนอความเป็นไทย, ความเชื่อ, ทัศนคติที่ดีงามแบบไทยในการ์ตูนแอนิเมชัน เช่น การทำดีได้ดี, ความกตัญญูกตเวที, ความรักของแม่ที่มีต่อลูก

#### 9.2.1.2 บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ก้านกล้วย เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้ หยิบยกเนื้อหาบางส่วนมาจากประวัติศาสตร์ชาติไทย ในสมัยพระนเรศวรมหาราชทรงกอบกู้เอกราชชาติไทย เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับช้างทรงของพระนเรศวร อย่างไรก็ตามประวัติศาสตร์ชาติไทยที่ปรากฏในการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ไม่เคยมีการบอกเล่า หรือนำมาผลิตเป็นภาพยนตร์, ละคร, หรือการ์ตูนแอนิเมชันมาก่อนเลย ผู้ผลิตหยิบยกเค้าโครงเรื่องทางประวัติศาสตร์ชาติไทยบางส่วนมาบอกเล่าผสมผสานกับการแต่งเรื่องราวเกี่ยวกับการผจญภัยของสัตว์ขึ้นมาใหม่ให้มีความสนุกสนาน น่าติดตาม นอกจากนั้นผู้ผลิตได้นำเสนอความเชื่อแบบไทย เช่น ชะตาลิจิตให้ก้านกล้วยมาพบกับพระนเรศวรมหาราช, ความรักชาติ, ต่อสู้เพื่อประเทศชาติ

#### 9.2.1.3 บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด

บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ปังปอนด์ การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้ผู้ผลิตให้ความสำคัญในการสร้างตัวละครการ์ตูนไทย จึงหยิบเอาตัวละครการ์ตูน ปังปอนด์ ตัวละครการ์ตูนในหนังสือการ์ตูนซึ่งเป็นที่รู้จักมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน โดยกำหนดให้ตัวละครการ์ตูนเอก ปังปอนด์ ผจญภัยในสถานที่ต่างๆตามจินตนาการของผู้ผลิต เช่น กรุงเทพในโลกลอนาคต, โลกแมลง ผู้ผลิตได้สอดแทรกเอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทย, การดำเนินชีวิตแบบไทยสมัยใหม่ลงไปในการ์ตูนแอนิเมชันด้วย

#### 9.2.1.4 บริษัท โรส วีดีโอ จำกัด และบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ

บริษัท โรส วีดีโอ จำกัด และบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษา เนื้อหาหยิบยกมาจากนิทานอีสป นิทานที่มีความเป็นสากล มีการบอกเล่าและเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ในป่า ตอนจบมีคติสอนใจ

ไม่ว่าจะเป็นการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศเพียงอย่างเดียว หรือผลิตเพื่อผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้ผลิตต่างให้ความสำคัญด้านเล่าเรื่อง การดำเนินเรื่องให้มีความสนุกสนานน่าสนใจ แต่เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่ก็ยังคงขาดความสนุกและไม่น่าติดตาม อีกทั้งยังคาดเดาตอนจบได้ง่าย อย่างไรก็ตามผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

ล้วนเน้นนำเสนอเอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทย, การดำเนินชีวิต, ความเชื่อ, การแต่งกายแบบไทย ผ่านทางฉากและการกระทำของตัวละคร เพื่อธำรงรักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่ดั้งเดิม และเผยแพร่เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยให้ผู้ชมต่างประเทศได้รู้จัก เป็นที่น่าสังเกตว่าเนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันของไทยไม่ว่าจะผลิตเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ มักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง แม้เนื้อเรื่องเดิมจะไม่มีส่วนของเรื่องราวของสัตว์ใต้น้ำ แต่ผู้ผลิตก็เพิ่มเนื้อหาของสัตว์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ปลาฉลาม, ปลาชะโด, เป็ด, ปู ฯลฯ การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการผจญภัยของช่าง นักพิราบ การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปิงปอนด์ แม้วเอกของเรื่องจะเป็นเด็กชายปิงปอนด์ แต่ปิงปอนด์ก็มีเจ้าบัก สุนัขของปิงปอนด์เป็นเพื่อนอยู่ตลอด หรือการผจญภัยในโลกของแมลง การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษา ก็เป็นเรื่องราวของสัตว์ป่าต่างๆ เช่น สิงโต, สุนัขจิ้งจอก, แกะ ฯลฯ การที่ผู้ผลิตนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ อาจเนื่องมาจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเป็นการผลิตเพื่อกลุ่มผู้ชมเด็ก ซึ่งเด็กมักจะมีพฤติกรรมอยากรู้อยากเห็นและสนใจเรื่องราวของสัตว์

## 9.2.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูน

### 9.2.2.1 บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทยในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทองเพื่อผู้ชมในประเทศ การออกแบบตัวละครการ์ตูนคนและการใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ความรู้สึกมีลักษณะคล้ายกับการ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่น ผู้ผลิตให้เหตุผลว่าการออกแบบตัวละครการ์ตูนให้มีลักษณะของการ์ตูนญี่ปุ่นก็เพื่อดึงดูดผู้ชมเด็กซึ่งมักจะคุ้นเคยกับลักษณะของการ์ตูนญี่ปุ่นมากกว่า อย่างไรก็ตามผู้ผลิตพยายามสอดแทรกลักษณะเอกลักษณ์ความเป็นไทยลงไปในการ์ตูนแอนิเมชัน เช่น ฉากบ้านเรือนไทย, การแต่งกายของตัวละคร, การดำเนินชีวิตของตัวละคร เพื่อเผยแพร่เอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย แก่ผู้ชมเด็กและเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างการ์ตูนแอนิเมชันไทยกับการ์ตูนญี่ปุ่น

### 9.2.2.2 บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

การออกแบบตัวละครการ์ตูนในการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย การออกแบบฉาก ผู้ผลิตเน้นนำเสนอฉากบรรยากาศป่าไม้เมืองร้อนในประเทศไทย ส่วนการออกแบบตัวละครการ์ตูนสัตว์, คน ผู้ผลิตพยายามที่จะนำเสนอความเป็นไทยให้ได้มากที่สุดแต่การใส่รายละเอียดความเป็นไทย ลายไทย โดยออกแบบบนเครื่องคอมพิวเตอร์มีความยุ่งยากและใช้ระยะเวลาาน ผู้ผลิตจึงหันมาใช้วิธีการออกแบบที่เป็นสากลคือประยุกต์ใช้รูปทรงในการออกแบบ (Shape) ซึ่งเป็นการบ่งบอกบุคลิกลักษณะของตัวละครการ์ตูนได้อย่างชัดเจนและมีเอกลักษณ์

เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ตัวละครเอกออกแบบให้มีรูปทรง วงกลม, สีเหลือง แสดงถึงความอบอุ่น มั่นคง ตัวละครร้ายออกแบบให้มีรูปทรง สามเหลี่ยมคว่ำลง แสดงถึงความดุร้าย, น่ากลัว นอกจากนี้ยังออกแบบโดยสอดแทรกความเป็นไทยผ่านทาง ฉากป่าไม้เมืองไทย, สถาปัตยกรรมไทย, การแต่งกายของตัวละคร เนื่องด้วยบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด มีวัตถุประสงค์ชัดเจนที่จะผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ การออกแบบตัวละครการ์ตูนจึงมีการจ้างบุคลากรชาวต่างประเทศมาช่วยในการออกแบบเพื่อให้ตัวละครการ์ตูนมีความเป็นสากล

### 9.2.2.3 บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

การออกแบบตัวละครการ์ตูนในการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ การออกแบบฉาก ฉากของเรื่องมักเกิดจากจินตนาการของผู้ผลิต เช่น กรุงเทพลูกโลกอนาคต, โลกของแมลง อย่างไรก็ตามเรื่องราวการผจญภัยของตัวละครการ์ตูนเอก มักเกิดขึ้นในประเทศไทย ผู้ผลิตนำเสนอสถานที่ในประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์ ผู้ชมต่างประเทศมักรู้จักดีเช่น วัดพระแก้ว, กรุงเทพมหานคร เป็นต้น ส่วนการออกแบบตัวละครการ์ตูนเอก ปังปอนด์ ออกแบบตามตัวละครในหนังสือการ์ตูนมหาสนุกที่มีการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ตัวละครการ์ตูนมายาวนาน (พ.ศ.2532) และผู้ชมในประเทศก็รู้จักตัวละครการ์ตูนเป็นอย่างดี การออกแบบตัวละครการ์ตูน ปังปอนด์จึงไม่ต้องสร้างตัวละครการ์ตูนขึ้นมาใหม่ เมื่อนำมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน ผู้ผลิตพยายามปรับให้ตัวละครการ์ตูน ปังปอนด์ มีความสมจริงมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การแสดงอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครการ์ตูนในการ์ตูนแอนิเมชัน ปังปอนด์ เดอะ ซีรีส์ 2 มิติ มีการประยุกต์ใช้ สัญลักษณ์ที่มักปรากฏในการ์ตูนแอนิเมชันญี่ปุ่น

### 9.2.2.4 บริษัท โรส วิดีโอ จำกัด และบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ

การออกแบบตัวละครการ์ตูนในการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษา การออกแบบตัวละครการ์ตูนสัตว์ ผู้ผลิตกำหนดให้มีการออกแบบตามลักษณะของตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่นซานริโอที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากเด็ก เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมเด็กทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ นอกจากนี้การใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ความรู้สึกก็มีลักษณะเช่นเดียวกันกับการ์ตูนญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามผู้ผลิตได้สอดแทรกความเป็นไทยผ่านทางฉากสิ่งก่อสร้าง บ้านเรือนไทย, การแต่งกายของตัวละครการ์ตูนคน

การออกแบบตัวละครการ์ตูนในการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศเพียงอย่างเดียวหรือผลิตเพื่อผู้ชมทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง, ปังปอนด์ เดอะ ซีรีส์, การ์ตูนนิทานหรรษา การออกแบบตัวละครการ์ตูนคนหรือสัตว์ ส่วน

ใหญ่มีลักษณะของตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น ทั้งยังมีการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ความรู้สึก ในลักษณะเช่นเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่น โดยผู้ผลิตให้เหตุผลว่าการออกแบบตัวละครการ์ตูนให้มี ลักษณะคล้ายตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น ก็เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมที่มักจะคุ้นเคยกับการ์ตูนญี่ปุ่น มากกว่า อย่างไรก็ตาม การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทย ผู้ผลิตพยายามที่จะสอดแทรก เอกลักษณ์ ความเป็นไทยลงไปในการออกแบบ เช่น ฉากสถานที่ในประเทศไทย, การแต่งกายของตัวละคร, สิ่งก่อสร้าง เพื่อแสดงความแตกต่างจากการ์ตูนญี่ปุ่น และเพื่อเผยแพร่เอกลักษณ์ ความเป็นไทยแก่ ผู้ชมทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ

### 9.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย

ตารางที่ 9.3 แสดงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชั่น จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชั่น จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
เทคนิคการผลิต	2 มิติ	3 มิติ	3 มิติ	2 มิติ
การเคลื่อนไหว	8-12 ภาพต่อวินาที	24 ภาพต่อวินาที	12 ภาพต่อวินาที	8 ภาพต่อวินาที
<b>ขั้นตอนการเตรียม การผลิต</b>				
1. การวิจัย	✓	✓	✓	
2. เขียนบท	✓	✓	✓	✓
3. เขียนสตอรี่บอร์ด	✓	✓	✓	✓
4. กำหนดทิศทางการ แสดง	✓	✓	✓	✓
5. ออกแบบตัวละคร การ์ตูนและฉากหลัง	✓	✓	✓	✓
<b>ขั้นตอนการผลิต (2มิติ)</b>				
1. วาดภาพแอนิเมชั่น หลัก	✓			✓
2. วาดภาพต่อเนื่อง แทรกระหว่างภาพ หลัก	✓			✓
3. วาดฉากหลัง	✓			✓
4. ลงสี	✓			✓
5. Composit (การนำตัวละครและ ฉากมารวมกัน)	✓			✓
6. Edit (การตัดต่อและ แก้ไข)	✓			✓

ตารางที่ 9.3 แสดงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
<b>ขั้นตอนการผลิต (3มิติ)</b>				
1. Modeling (ดัดแปลงการขึ้นรูป 3 มิติ ด้วยหุ่นปั้น จำลอง )		✓	✓	
2. Rigging (การทำให้ตัวละคร สามารถเคลื่อนไหว ได้ โดยวิธีใส่กระดูก (Skeleton) เข้าไปใน ร่างกาย)		✓	✓	
3. Texture (การใส่สีให้ตัวละคร, ตกแต่งพื้นผิววัสดุ)		✓	✓	
4. Animation (การเคลื่อนไหวตัว ละครตามที่กำหนด ไว้ในสตอรี่บอร์ด)		✓	✓	
5. Lighting (การจัดแสงและเงา)		✓	✓	
6. Rendering (การคำนวณ คุณสมบัติทั้งหมด เช่น แสง เงา ของตัว ละครแต่ละตัว)		✓	✓	

ตารางที่ 9.3 แสดงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริดา แอนิเมชัน จำกัด (บั้งปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
<b>ขั้นตอนการผลิต (3มิติ)</b>				
7. Composition (การนำตัวละครที่ Render เรียบร้อยแล้ว มารวมกับฉาก)		✓	✓	
8. Special Effect (การทำเทคนิคพิเศษ)		✓	✓	
9. Edit (การตัดต่อและ แก้ไข)		✓	✓	
<b>ขั้นตอนหลังการผลิต</b>				
1. พากย์เสียง	✓	✓	✓	✓
2. ใส่เสียงประกอบ	✓	✓	✓	✓
<b>วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ใน การผลิต</b>	- วาดลงบน กระดาษและสแกน เข้าไปในเครื่อง คอมพิวเตอร์  - วาดลงบนเครื่อง คอมพิวเตอร์	- วาดลงบนกระดาษ และสแกนเข้าไปใน เครื่องคอมพิวเตอร์  - วาดลงบนเครื่อง คอมพิวเตอร์	- วาดลงบนกระดาษ และสแกนเข้าไปใน เครื่องคอมพิวเตอร์  - วาดลงบนเครื่อง คอมพิวเตอร์	- วาดลงบนกระดาษ และสแกนเข้าไปใน เครื่องคอมพิวเตอร์
<b>โปรแกรม(Software) ที่ใช้ในการผลิต</b>	Animator Pro	Maya	Maya	Adobe After Effect

ตารางที่ 9.3 แสดงปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ปัจจัยด้านเวลาใน การผลิต	ผลิตไปพร้อมกับ การออกอากาศ ผลิตล่วงหน้า (Stock) ประมาณ 5-8 ตอน ก่อน ออกอากาศ	ประสบปัญหาความ ล่าช้าในการผลิต เนื่องจากปัญหา บุคลากรและ งบประมาณการ ผลิต	ผลิตไปพร้อมกับ การออกอากาศ ผลิตล่วงหน้า (Stock) ประมาณ 8 ตอน ก่อน ออกอากาศ	ผลิตไปพร้อมกับ การออกอากาศ โดย ผลิตล่วงหน้า (Stock) ประมาณ 10 ตอน ก่อน ออกอากาศ

### 9.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิต

การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมทั้งในประเทศเพียงอย่างเดียว หรือผลิตเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศล้วนใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ (Software) เป็นหลักในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ เทคนิคการผลิตมีทั้งแบบ 2 มิติและ 3 มิติ การเคลื่อนไหวเน้นการเคลื่อนไหวเฉพาะส่วนที่สำคัญ การเคลื่อนไหวของภาพประมาณ 8-12 ภาพต่อวินาที มีเพียงแต่การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ที่ผลิตเพื่อออกฉายทางโรงภาพยนตร์ การเคลื่อนไหวของการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย 24 ภาพต่อวินาที

กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยล้วนมีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน กระบวนการผลิตมีทั้งวาดลงบนกระดาษแล้วสแกนเข้าไปในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อลงสีหรือวาดและลงสีบนเครื่องคอมพิวเตอร์เลย กระบวนการผลิตประกอบด้วยขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Preproduction) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction) ซึ่งกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของผู้ผลิตไทยในปัจจุบัน เป็นกระบวนการผลิตตามมาตรฐานสากล ส่วนปัจจัยด้านเวลาในการผลิตนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่า การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นการผลิตไปด้วยออกอากาศไปด้วยในเวลาเดียวกันโดยผลิตเก็บไว้ (Stock) ประมาณ 8 – 12 ตอน นอกจากนั้นบริษัทผู้ผลิตไทยยังประสบปัญหาความล่าช้าในการผลิต



และต้องเร่งรีบในการผลิต สาเหตุเนื่องจากบุคลากรผู้ผลิตยังไม่มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ  
ด้านการผลิตและบุคลากรผู้ผลิตยังมีปริมาณไม่มากพอที่จะรองรับการผลิต

## 9.4 ปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของแต่ละบริษัท

ตารางที่ 9.4 แสดงปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลานูทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วีดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน हरรษา)
<b>ปัจจัยการผลิต</b>				
- บุคลากร	- 20 คน  - พนักงานประจำ และพนักงาน ภายนอกบริษัท (Freelance)  - มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ ด้านการผลิตการ์ตูน แอนิเมชัน	- 98 คน  - พนักงานประจำ และบุคลากรจาก ต่างประเทศจำนวน 4 คน  - มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ ด้านการผลิตการ์ตูน แอนิเมชัน	- 45 คน  - พนักงานประจำ  - มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ ด้านการผลิตการ์ตูน แอนิเมชัน	- 14 คน  - พนักงานประจำ และบุคลากรชาว ต่างประเทศ  - มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ ด้านการผลิตการ์ตูน แอนิเมชัน
- งบประมาณ และแหล่งเงินทุน	- ประมาณ 6 ล้าน บาท  - งบประมาณการ ผลิตมาจากบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น	- 150 ล้านบาท  - งบประมาณการ ผลิตมาจากบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด และ รัฐบาล สนับสนุนเงินทุน และ ผู้สนับสนุน รายการ สนับสนุน เงินทุน, อุปกรณ์	- 10 ล้านบาท  - งบประมาณการ ผลิตมาจาก บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด	- 10 ล้านบาท  - งบประมาณการ ผลิตมาจาก บริษัท โรส วีดีโอ จำกัด

ตารางที่ 9.4 แสดงปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ปัจจัยด้าน การตลาด - การดำเนินการ ตลาดสำหรับผู้ชม ในประเทศ	- จัดจำหน่ายให้กับ สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบ VCD  ----	- จัดจำหน่ายโดย การฉายทางโรง ภาพยนตร์  ----  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบสินค้าที่ พัฒนา,ดัดแปลงมา จากตัวละครการ์ตูน แอนิเมชัน	- จัดจำหน่ายให้กับ สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบ VCD  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบสินค้าที่ พัฒนา,ดัดแปลงมา จากตัวละครการ์ตูน แอนิเมชัน	----  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบ VCD  ----
- การดำเนิน การตลาดสำหรับ ผู้ชมต่างประเทศ	----	- จัดจำหน่ายโดย การฉายทางโรง ภาพยนตร์  ----	- จัดจำหน่ายให้กับ สถานีโทรทัศน์ เคเบิลทีวี ประเทศ ฮ่องกง  - จัดจำหน่ายใน รูปแบบ VCD	----  ----
	- ส่งเสริมการตลาด	- ส่งเสริมการตลาด	- ส่งเสริมการตลาด	- ส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 9.4 แสดงปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของของบริษัทผู้ผลิตไทย

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริดา แอนิเมชัน จำกัด (ปังปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน हरรษา)
- การดำเนิน การตลาดสำหรับ ผู้ชมต่างประเทศ		<p>----</p> <p>- ส่งเสริมการตลาด โดยส่งผลงานเข้า ร่วมงานเทศกาล เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Thai anima 2003 Thailand Animation &amp; Multimedia 2004, 2005, 2006</li> <li>• Cannes Film Festival (ประเทศ ฝรั่งเศส)</li> <li>• Asia Animation Film Festival (ประเทศสิงคโปร์)</li> </ul>	<p>- จัดจำหน่ายใน รูปแบบสินค้าที่ พัฒนา,ดัดแปลงมา จากตัวละครการ์ตูน แอนิเมชัน ให้กับประเทศจีน</p> <p>- ส่งเสริมการตลาด โดยส่งผลงานเข้า ร่วมงานเทศกาล เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Thai anima 2003 Thailand Animation &amp; Multimedia 2004, 2005, 2006</li> <li>• MIP TV (ประเทศ ฝรั่งเศส)</li> <li>• China International Festival and Exposition (ประเทศจีน)</li> </ul>	<p>----</p> <p>- ส่งเสริมการตลาด โดยส่งผลงานเข้า ร่วมงานเทศกาล เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Film Mart (ประเทศ ฮ็องกง)</li> </ul>

## 9.4 การผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของแต่ละบริษัทผู้ผลิต สรุปได้ ดังนี้

### 9.4.1 บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น

#### 9.4.1.1 ปัจจัยด้านการผลิต ประกอบด้วย

##### 9.4.1.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น มีบุคลากรผู้ผลิตเป็นพนักงานประจำ และมีการว่าจ้างพนักงานอิสระ (Freelancers) รับผิดชอบผลิตงานบางส่วน บุคลากรผู้ผลิตมีประสบการณ์ด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน บุคลากรบางส่วนเคยศึกษาด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันจากบริษัท โตเอะ ประเทศญี่ปุ่น (บุคลากรบางส่วนที่ลาออกมาจาก บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด) การดำเนินการผลิตมีการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น ดำเนินการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เนื่องจากมีกำลังบุคลากรผู้ผลิตประมาณ 20 คน และเป็นการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อหวังรายได้จากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันทางสถานีโทรทัศน์และ รูปแบบ VCD

##### 9.4.1.1.2 ปัจจัยด้านงบประมาณ

งบประมาณในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ปลาบู่ทอง ผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ใช้งบประมาณในการผลิตประมาณ 6 ล้านบาท งบประมาณการผลิตมาจากบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น

#### 9.4.1.2 ปัจจัยด้านการตลาด

##### 9.4.1.2.1 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศ

บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยตรง ในลักษณะของการขายขาดเมื่อผลิตเสร็จแล้ว ก็ส่งการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ไปให้ทีมพากย์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้พากย์เสียงและสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้หาสปอตโฆษณาและรับรายได้จากการขายสปอตโฆษณาเองทั้งหมด การดำเนินการด้านการตลาดของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น ไม่ได้ดำเนินการตลาดอย่างเป็นระบบ ผู้ผลิตไม่ได้มีการวางแผนการดำเนินการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทองในรูปแบบ VCD ต่อเมื่อการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และออกอากาศในระยะเวลาที่สั้นคือตอนละ 3 นาที (ไม่รวมสปอตโฆษณาและไตเติ้ล) ทำให้ผู้ชมเรียกร้องให้บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทองในรูปแบบ VCD จึงทำให้บริษัทฯ ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในรูปแบบ VCD นอกจากนั้นบริษัทก็ยังไม่ได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าที่ดัดแปลงพัฒนามาจากตัวละครการ์ตูน เนื่องจากยังขาดแคลนบุคลากรฝ่ายพัฒนาสินค้า อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีการดำเนินการส่งเสริมการตลาดที่ดี ทำให้มีกลุ่มผู้ชมเด็กติดตามชมผลงานการ์ตูนแอนิเมชัน

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทำให้สามารถโฆษณา โปรโมท การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ก่อนที่จะออกอากาศจริง

#### 9.4.2 บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

##### 9.4.2.1 ปัจจัยด้านการผลิต

###### 9.4.2.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด มีบุคลากรผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการผลิต นอกจากนั้นบริษัทมีเทคนิควิธีในการฝึกฝนบุคลากร ตั้งแต่เมื่อปีพ.ศ.2530 บริษัทฯ ก็ได้ส่งบุคลากรของบริษัทฯ ไปเรียนรู้กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน จากบริษัท โตเอะ ประเทศญี่ปุ่น จวบจนกระทั่งในปัจจุบัน พ.ศ.2546 เมื่อเริ่มผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย บริษัทฯ ก็ได้ว่าจ้างบุคลากรชาวต่างประเทศมาช่วยในการออกแบบ (Character Design) และเขียนบท (Scriptwriter) เพื่อให้การ์ตูนแอนิเมชันมีความเป็นสากล นอกจากนั้นยังเป็นการฝึกฝนบุคลากรไทยให้เรียนรู้กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยไปสู่ตลาดโลกจากเหล่าบุคลากรผู้ผลิตต่างประเทศ บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด มีการดำเนินการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีกำลังบุคลากรผู้ผลิตประมาณ 98 คน และเป็นการดำเนินธุรกิจผลิตการ์ตูนแอนิเมชันที่หวังรายได้จากการออกฉายทางโรงภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ, จัดจำหน่ายตัวละครการ์ตูนที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน ก้านกล้วย ฯลฯ

###### 9.4.2.1.2 ปัจจัยด้านงบประมาณ

งบประมาณที่ใช้ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ประมาณ 150 ล้านบาท เนื่องจากการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ผลิตเป็นการ์ตูน 3 มิติเรื่องยาว (3 D Feature Film) มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันทางโทรทัศน์ เช่น การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ ซึ่งวาดภาพเคลื่อนไหว 8 - 12 เฟรมต่อวินาที ส่วนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว (Feature Film) วาดภาพเคลื่อนไหว 24 เฟรมต่อวินาที กระบวนการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว (Feature Film) จึงต้องการงบประมาณในการผลิตมากกว่า ทางบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด เป็นผู้ลงทุนงบประมาณในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย นอกจากนั้นทางรัฐบาลและเหล่าผู้สนับสนุน (Sponsor) ก็สนับสนุนด้านเงินทุนและวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิต

#### 9.4.2.2 ปัจจัยด้านการตลาด

##### 9.4.2.2.1 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศ

เนื่องจากกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยยังไม่เสร็จ การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย จึงยังไม่ได้ออกฉายทางโรงภาพยนตร์ แต่ทางบริษัทผู้ผลิตก็ได้วางแผนจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนี้ไว้อย่างเป็นระบบ คือ วางแผนฉายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยทางโรงภาพยนตร์, จัดจำหน่ายตัวละครการ์ตูนที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน ก้านกล้วย ในรูปแบบ กระเป๋า, สมุดภาพระบายสี, ส่งเสริมการตลาดโดยทำการโปรโมทผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน ทางโทรทัศน์, หนังสือพิมพ์

##### 9.4.2.2.2 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ

บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ โดยวางแผนฉายการ์ตูนแอนิเมชัน ก้านกล้วยทางโรงภาพยนตร์ต่างประเทศ และส่งเสริมการตลาดโดย ส่งผลงานเข้าร่วมเทศกาลการจัดแสดงงานด้านการ์ตูนแอนิเมชันที่ต่างประเทศ เช่น Cannes Film Festival (ประเทศ ฝรั่งเศส), Asia Animation Film Festival (ประเทศ สิงคโปร์)

#### 9.4.3 บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

##### 9.4.3.1 ปัจจัยด้านการผลิต

###### 9.4.3.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรผู้ผลิตของบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญด้านการผลิต มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจน การดำเนินการผลิตของบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด เป็นการดำเนินการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง เนื่องจากมีกำลังบุคลากรผู้ผลิตประมาณ 60 คน ดำเนินการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันโดยหวังรายได้จากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการออกฉายทางโทรทัศน์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, จัดจำหน่ายตัวละครการ์ตูนที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน ปังปอนด์

###### 9.4.3.1.2 ปัจจัยด้านงบประมาณ

งบประมาณในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ ดิแอนิเมชัน ตอนตะลุยโลกอนาคตประมาณ 10 ล้านบาท งบประมาณในการผลิตมาจากบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

### 9.4.3.2 ปัจจัยด้านการตลาด

#### 9.4.3.2.1 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศ

บริษัท วิชิตา แอนิเมชัน จำกัด มีการวางแผนการดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศอย่างเป็นระบบและครบวงจร เนื่องจากบริษัท วิชิตา แอนิเมชัน จำกัด มีวัตถุประสงค์จะสร้างตัวละครการ์ตูนไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทางบริษัท มีตัวละครการ์ตูนไทย ปังปอนด์ซึ่งเป็นที่รู้จักจากการผลิตเป็นหนังสือการ์ตูนมาก่อน เมื่อนำตัวละครการ์ตูนปังปอนด์มาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ ทำให้ตัวละครการ์ตูน ปังปอนด์ได้รับความนิยมจากเหล่าผู้ชมเด็ก เมื่อได้รับผลตอบแทนจากผู้ชมในทางที่ดี ทางบริษัทผู้ผลิตก็ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนในรูปแบบของการขายลิขสิทธิ์และผลิตตัวละครการ์ตูนปังปอนด์ในรูปแบบสินค้า เช่น กระเป๋า, เสื้อ ฯลฯ รวมไปถึงการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชัน ปังปอนด์ทุกภาคในรูปแบบ VCD

#### 9.4.3.2.2 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ

ทางบริษัทผู้ผลิตสามารถดำเนินการด้านการตลาดได้อย่างครบวงจร เริ่มจากการส่งเสริมการตลาดโดยส่งผลงานการ์ตูนแอนิเมชันเข้าร่วมเทศกาลที่จัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น MIP TV (ประเทศ ฝรั่งเศส), China International Festival and Exposition (ประเทศ จีน) ฯลฯ จากการส่งเสริมการตลาดส่งผลให้บริษัท วิชิตา แอนิเมชัน สามารถจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชัน ปังปอนด์ ให้กับประเทศฮ่องกง ออกอากาศทางเคเบิลทีวี, จัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันที่ทางบริษัท วิชิตา แอนิเมชัน จำกัดเป็นผู้ผลิตในรูปแบบ VCD ให้กับประเทศจีน, จัดจำหน่ายสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนให้กับประเทศจีน

### 9.4.4. บริษัท โรส วีดีโอ และบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ

#### 9.4.4.1 ปัจจัยด้านการผลิต

##### 9.4.4.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

เนื่องจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องการ์ตูนนิทานหรรษา บริษัท โรส วีดีโอ เป็นผู้จ้างให้บริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ เป็นผู้ผลิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอกว่าถึงการดำเนินงานของบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ โดยการดำเนินการผลิตของบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ เป็นการดำเนินการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีกำลังบุคลากรผู้ผลิตประมาณ 150 คน เนื่องจากบริษัท อิมเมจิแมกซ์ รับจ้างผลิตงานด้านแอนิเมชันทั้งรูปแบบ 2 มิติและ 3 มิติให้กับผู้สนใจผลิตงานด้านแอนิเมชันทั้งในประเทศและต่างประเทศ



#### 9.4.4.1.2 ปัจจัยด้านงบประมาณ

งบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทาน  
หรรษา ประมาณ 10 ล้านบาท จากบริษัท โรส วีดีโอ

#### 9.4.4.2 ปัจจัยด้านการตลาด

##### 9.4.4.2.1 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศ

บริษัท โรส วีดีโอ ไม่ได้วางแผนดำเนินการด้านการตลาด  
สำหรับผู้ชมในประเทศอย่างเป็นระบบและครบวงจร บริษัทผู้ผลิตดำเนินการจัดจำหน่ายการ์ตูน  
แอนิเมชัน เรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษาในรูปแบบ VCD เพียงช่องทางเดียว และดำเนินการส่งเสริม  
การตลาดโดยขอเวลาสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ออกอากาศการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง การ์ตูน  
นิทานหรรษา ซึ่งเป็นการโปรโมทให้กลุ่มผู้ชมเด็กรู้จักผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท  
โรส วีดีโอ

##### 9.4.4.2.2 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ

การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ ทาง  
บริษัทผู้ผลิตได้ส่งผลงานเข้าร่วมเทศกาลที่จัดแสดงผลงานด้านการ์ตูนแอนิเมชันที่ต่างประเทศ แต่ก็  
ยังไม่ได้มีการดำเนินการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชัน การ์ตูนนิทานหรรษาให้กับประเทศใด

## 9.5 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม

ตารางที่ 9.5 แสดงปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด (ปิงปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ปัจจัยการสนับสนุน จากรัฐบาลและผู้ชม				
- การสนับสนุนจาก รัฐบาล	- ขอรับการ สนับสนุนด้าน งบประมาณ แต่ ไม่ได้รับการ สนับสนุนจาก รัฐบาล	- ได้รับการ สนับสนุนจาก รัฐบาลในลักษณะ ของการร่วมผลิต (Co Production)	- ไม่ได้ขอรับการ สนับสนุนจาก รัฐบาลด้าน งบประมาณ	- ไม่ได้ขอรับการ สนับสนุนจาก รัฐบาลด้าน งบประมาณ
	- ต้องการความ ช่วยเหลือจาก รัฐบาลให้มี สนับสนุนด้าน การตลาด ให้มี ช่องทางการจัด จำหน่ายที่แน่นอน		- ต้องการให้รัฐบาล สนับสนุนการ พัฒนาบุคลากรมา รองรับงานด้าน แอนิเมชัน	- ต้องการให้รัฐบาล สนับสนุนให้มี การ์ตูนแอนิเมชัน ไทยออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์ไทย มากขึ้น
- การสนับสนุนจาก ผู้ชม	- กลุ่มผู้ชมเด็กใน ประเทศ	กลุ่มผู้ชมเด็กและ ครอบครัว ทั้งใน ประเทศและ ต่างประเทศ	-กลุ่มผู้ชมเด็ก ทั้งใน ประเทศและ ต่างประเทศ	-กลุ่มผู้ชมเด็กเล็ก
	- ได้รับผลตอบรับ จากกลุ่มผู้ชมเด็ก เป็นอย่างดี	- ยังไม่ได้ออกฉาย	-ได้รับผลตอบรับ จากผู้ชมเด็กใน ประเทศและผู้ชม เด็กต่างประเทศเป็น อย่างดี	-ได้รับผลตอบรับ จากผู้ชมในประเทศ ในทิศทางที่ดี

## 9.5 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม

### 9.5.1 การสนับสนุนจากรัฐบาล

การดำเนินงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไม่ได้มีเพียงแค่ปัจจัยการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยแวดล้อมภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การสนับสนุนจากรัฐบาล, การสนับสนุนจากผู้ชม ในปัจจุบันรัฐบาลเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของการ์ตูนแอนิเมชันไทยและเริ่มให้การสนับสนุนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย โดยมุ่งผลักดันอุตสาหกรรมด้านแอนิเมชัน, มัลติมีเดีย และเกมส์ของประเทศไทยให้เป็น "Hollywood of Asia" ดังนั้นรัฐบาลจึงให้ความช่วยเหลือทางการร่วมผลิต (Co production) สนับสนุนด้านงบประมาณ และการจัดงาน Thai Anima 2003, Thailand Animation 2004, 2005, 2006 เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันและมัลติมีเดียของไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทผู้ผลิตบางบริษัทก็ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างทั่วถึง มีเพียงบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในลักษณะร่วมผลิต รัฐบาลสนับสนุนด้านงบประมาณการผลิต 30% ในขณะที่บริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด, บริษัท โรส วิดีโอ ไม่ได้ขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาล นอกจากนั้นบริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาลทางด้านการสร้างและพัฒนาบุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน และการสนับสนุนให้มีการ์ตูนแอนิเมชันไทย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มากกว่าการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศ เช่นเดียวกับประเทศเกาหลีที่บังคับให้มีการ์ตูนแอนิเมชันที่ผลิตโดยผู้ผลิตในประเทศ (Local) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในอัตราที่มากกว่าการนำเข้าการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศ

### 9.5.2 การสนับสนุนจากผู้ชม

ด้านการสนับสนุนจากผู้ชมนั้น การ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยได้รับผลตอบรับจากกลุ่มผู้ชมเด็กในทิศทางที่ดี เนื่องจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ที่กลุ่มผู้ชมเด็กซึ่งผู้ชมเด็กมักไม่ได้ให้ความสนใจประเทศของผู้ผลิต หากเป็นการ์ตูนแอนิเมชันไม่ว่าเป็นการ์ตูนแอนิเมชันไทยหรือต่างประเทศผู้ชมเด็กก็มักจะให้ความสนใจ

ผลตอบรับด้านรายได้ บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น ประสบปัญหาภาวะขาดทุนจากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันให้กับทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แต่เมื่อทางบริษัทผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในรูปแบบ VCD ก็สามารถทำรายได้ให้แก่บริษัทผู้ผลิตส่วนผลตอบรับด้านรายได้ของการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ยังไม่ทราบผลตอบรับเนื่องจากการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยยังไม่ได้ออกฉายทางโรงภาพยนตร์ ผลตอบรับจากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องปิงปอนด์ก็ได้รับผลตอบรับในทางที่ดีเนื่องจากบริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด

ดำเนินการจัดจำหน่าย การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปิงปอนด์ หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็น จัดจำหน่ายให้กับทางสถานีโทรทัศน์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, จัดจำหน่ายในรูปแบบสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูน ผลตอบรับด้านรายได้จากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษาในรูปแบบ VCD ณ เดือน มีนาคม พ.ศ.2549 ผู้ผลิตยังได้รับรายได้ไม่คุ้มค่ากับงบประมาณที่ลงทุนไป



## 9.6 ความเป็นสากลของสื่อมวลชน

ตารางที่ 9.6 แสดงความเป็นสากลของสื่อมวลชน

	บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น (ปลาบู่ทอง)	บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด (ก้านกล้วย)	บริษัท วิธิดา แอนิเมชัน จำกัด (ปิงปอนด์)	บริษัท โรส วิดีโอ จำกัดและบริษัท อิม เมจิแม็ก สตูดิโอ (การ์ตูนนิทาน หรรษา)
ความเป็นสากลของ สื่อมวลชน	ผลิตเพื่อผู้ชม ภายในประเทศ จึงไม่ต้องคำนึงถึง ความแตกต่างด้าน วัฒนธรรมและ ภาษา	- มุ่งเน้น นำเสนอ เอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย ความเป็นไทย เพื่อให้ผู้ชม ต่างประเทศได้รับรู้	- คำนึงถึงความ แตกต่างระหว่าง วัฒนธรรม และ นำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ ทันสมัย น่าสนใจ	- คำนึงความ แตกต่างระหว่าง วัฒนธรรมไทย สอดแทรกความ เป็นไทยเป็นส่วน น้อยเช่น การแต่ง กาย, ฉาก
- ภาษา		- พากย์เสียง ภาษาไทยและพากย์ เสียงภาษา ต่างประเทศเมื่อไป ฉายต่างประเทศ	- พากย์เสียง ภาษาไทยและพากย์ เสียงภาษา ต่างประเทศเมื่อไป ออกอากาศ ต่างประเทศ	- พากย์เสียง ภาษาไทยและพากย์ เสียงภาษา ต่างประเทศเมื่อไป ออกอากาศ ต่างประเทศ
		- หลีกเลี่ยงการเล่น มุขเกี่ยวกับใช้คำ และภาษา หันมา เล่นมุขทางท่าทาง (Action)	- ปรับเปลี่ยน, ตัด ทอน, มุขตลกบาง ตอน, หลีกเลี่ยงมุข เกี่ยวกับการใช้ภาษา ที่ผู้ชมต่างประเทศ อาจจะไม่เข้าใจ	- หลีกเลี่ยงการเล่น มุขเกี่ยวกับการใช้ คำและสำนวนไทย

## 9.5. ความเป็นสากลของสื่อมวลชน

กระบวนการพัฒนาการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศ ผู้ผลิตไม่คำนึงถึงมิติความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา เนื่องจากผู้ชมในประเทศมีประสบการณ์ร่วมกับผู้ผลิต การนำเสนอเนื้อหาทางด้านวัฒนธรรม การเล่นตลกทางการใช้ภาษา คำพังเพย ผู้ชมในประเทศสามารถรับรู้และทำความเข้าใจได้ แต่กระบวนการพัฒนาการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันสู่ตลาดโลกผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา ซึ่งผู้ชมต่างประเทศไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ร่วมกับผู้ผลิตมากนักและสามารถเข้าใจเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอได้ กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมต่างประเทศ ผู้ผลิตไทยล้วนคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและการใช้คำ, ภาษาในขณะเดียวกันก็ไม่ละเลยที่จะสอดแทรกเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่ผู้ชมต่างประเทศรู้จักดีและสามารถเข้าใจได้

## 9.6 จุดเด่นและจุดด้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของแต่ละบริษัทผู้ผลิต

จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันดังที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของแต่ละบริษัทผู้ผลิตได้ดังนี้

### 9.6.1 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

#### 9.6.1.1 จุดเด่นในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

9.6.1.1.1 การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมเด็ก ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการเลือกนำนิทานพื้นบ้านไทยมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน กลุ่มผู้ชมเด็กในประเทศย่อมรู้จักคุ้นเคยเป็นอย่างดีประกอบกับผู้ปกครองก็สามารถอธิบายเรื่องราวต่างๆ ให้ลูกหลานฟังได้

9.6.1.1.2 เพิ่มเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ได้น้ำ ดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้ชมเด็กทำให้ผู้ชมเด็กชื่นชอบการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง เพราะเด็กมักมีพฤติกรรมสนใจ, อยากเรียนรู้ เรื่องราวของสัตว์

9.6.1.1.3 ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับเนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชัน แม้ว่าการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง ออกอากาศเพียงแค่ตอนละ 3 นาที แต่ผู้ผลิตพยายามเขียนบทให้การดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจ น่าติดตามในทุกๆ 3 นาที เนื้อหาที่สนุกน่าติดตามส่งผลให้การตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทองได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้ชมเด็ก

9.6.1.1.4 สอดแทรกวัฒนธรรม, ลักษณะทางสังคมของประเทศไทย ผ่านทางการแต่งกายของตัวละครการ์ตูน, สิ่งก่อสร้างบ้านเรือน รวมไปถึงความเชื่อที่ฝังามเช่น ความกตัญญูกตเวที

9.6.1.1.5 ผู้ผลิตมีการส่งเสริมการตลาดที่ดี เนื่องจากผู้ผลิตเป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงมีการโฆษณา โปรโมทตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันทางโทรทัศน์ก่อนออกอากาศ ส่งผลให้มีผู้ชมติดตามชมการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง

9.6.1.2 จุดด้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด

9.6.1.2.1 บุคลากรผู้มีประสบการณ์ด้านการผลิตไม่เพียงพอที่รองรับการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการว่าจ้างพนักงานอิสระ (Freelances) มารับผิดชอบงานบางส่วน

9.6.1.2.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันยังไม่มีเอกลักษณ์ของตัวละครการ์ตูนไทย การออกแบบหน้าตา รวมไปถึงการแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกมีลักษณะของการ์ตูนแอนิเมชันญี่ปุ่น

9.6.1.2.3 ไม่มีการวางแผนดำเนินการด้านการอย่างเป็นระบบ และไม่ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายอย่างครบวงจร ผู้ผลิตจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันให้ทางสถานีโทรทัศน์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD แต่ยังไม่ได้ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน ซึ่งน่าจะมีส่วนเพิ่มรายได้ให้กับทางบริษัทผู้ผลิตมากยิ่งขึ้น

9.6.2 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยของบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.2.1 จุดเด่นในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.2.1.1 มีประสบการณ์จากการรับจ้างผลิตการ์ตูนแอนิเมชันให้บริษัท โตเอะ ประเทศญี่ปุ่นมาก่อน

9.6.2.1.2 บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด เป็นบริษัท ในเครือ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด จึงมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี วัสดุ อุปกรณ์ด้านการผลิตงานแอนิเมชัน

9.5.2.1.3 การ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ก้านกล้วย นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับเกร็ดประวัติศาสตร์ชาติไทยที่ไม่เคยมีการนำมาผลิตมาก่อน อีกทั้งเป็นการนำเสนอที่สอดคล้องเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยลงไปในการ์ตูนแอนิเมชัน

9.5.2.1.4 เป็นการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่องยาวเรื่องแรกของประเทศไทยหลังจากที่ไม่มีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาวมาเป็นเวลานาน (พ.ศ.2522)

9.5.2.1.5 บุคลากรผู้ผลิตบางท่าน เช่น คุณ คมภิญญ์ เข็มกำเนิด (รับผิดชอบในตำแหน่ง ผู้กำกับการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ก้านกล้วย) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน มีประสบการณ์ร่วมงานกับบริษัท บลูสกาย สตูดิโอ (Blue Sky Studios) รับผิดชอบในตำแหน่ง Character Animator (เคลื่อนไหวตัวละครการ์ตูนตามที่กำหนดไว้ในสตอรี่บอร์ด) ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง Ice age, ร่วมงานกับบริษัท วอลท์ดิสนีย์ (Walt Disney Feature Animation) รับผิดชอบในตำแหน่ง In-between Animator (วาดภาพเคลื่อนไหวแทรกระหว่างภาพหลัก) ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง Atlantis, Tarzan

9.6.2.2 จุดด้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.2.2.1 การว่าจ้างบุคลากรต่างประเทศมาช่วยผลิต เพื่อให้เนื้อหาและการออกแบบมีความเป็นสากลในการผลิตเพื่อผู้ชมต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตเน้นการนำเสนอ เอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทย ซึ่งบุคลากรชาวต่างประเทศไม่รู้จัก ไม่เข้าใจวัฒนธรรมความเป็นไทยดีเท่ากับคนไทย ดังนั้นการว่าจ้างบุคลากรชาวต่างประเทศมาช่วยด้านการเขียนบท, การออกแบบอาจทำให้เนื้อหา, รูปลักษณ์ของตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน ไม่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง แต่กลับเป็นการ์ตูนแอนิเมชันที่มีลักษณะคล้ายกับการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศ

9.6.2.2.2 บุคลากรผู้ผลิตบางส่วนไม่มีประสบการณ์, ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาวมาก่อน ส่งผลให้กระบวนการผลิตล่าช้ากว่ากำหนดออกฉายค่อนข้างมาก (เริ่มต้นผลิตตั้งแต่ปีพ.ศ.2546 กำหนดออกฉายเดิม เดือนเมษายน พ.ศ.2548 ออกฉายจริง วันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ.2549)

9.6.2.2.3 บทการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย ยังขาดความสนุกสนาน, ไม่น่าติดตาม และ ขาดการให้น้ำหนักด้านความสัมพันธ์, ความผูกพันของตัวละครการ์ตูน ซึ่งจะมีส่วนสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชม



9.6.3 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์ ของบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.3.1 จุดเด่นในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.3.1.1 ตัวละครการ์ตูนปังปอนด์ที่นำมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน เคยเป็นตัวละครการ์ตูนที่เป็นที่รู้จักในหนังสือการ์ตูนมาก่อน

9.6.3.1.2 เนื้อหาที่น่าสนใจมีความแปลกใหม่, น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมเด็ก เช่น การผจญภัยของปังปอนด์ ในกรุงเทพโลกอนาคต, ปังปอนด์ ผจญภัยในโลกของแมลง

9.6.3.1.3 สอดแทรกเอกลักษณ์, วัฒนธรรม, ความเป็นไทย ผ่านทางฉาก-กรุงเทพฯในโลกอนาคต ฯลฯ, สถานที่ท่องเที่ยวของไทย- วัดพระแก้วฯลฯ, การกระทำของตัวละครการ์ตูน- ศิลปะการต่อสู้ของไทย, การไหว้

9.6.3.1.4 บริษัทผู้ผลิต วางแผนดำเนินการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ และสามารถจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันได้อย่างครบวงจรทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันให้กับทางสถานีโทรทัศน์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, จัดจำหน่ายในรูปแบบสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูน

9.6.3.2 จุดค้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

9.6.3.2.1 บุคลากรผู้ผลิตที่มีอยู่ประมาณ 60 คน อาจไม่เพียงพอในการรองรับการผลิตไม่ว่าจะเป็นการรับจ้างสร้างสร้งงานด้านแอนิเมชัน 2 มิติและ 3 มิติ, ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัททั้ง 2 มิติและ 3 มิติเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

9.6.4 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง การ์ตูนนิทานหรรษา ของบริษัท โรส วิดีโอและบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ จำกัด

9.6.4.1 จุดเด่นในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัท โรส วิดีโอและบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ จำกัด

9.6.4.1.1 การนำเอานิทานอีสปซึ่งเป็นนิทานที่มีความเป็นสากล มาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน กลุ่มผู้ชมเด็กทั้งในประเทศและต่างประเทศต่างรู้จักเป็นอย่างดีน่าจะเปิดรับได้ง่าย

9.6.4.1.2 สอดแทรกข้อคิด คติเตือนใจ

9.6.4.1.3 นำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยผ่านทางสถาปัตยกรรม-  
บ้านเรือน, การแต่งกายของตัวละครการ์ตูน

9.6.4.2 จุดด้อยในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยของบริษัท  
โรส วิดีโอและบริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ จำกัด

9.6.4.2.1 การออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันยังไม่มีเอกลักษณ์ของ  
ตัวละครการ์ตูนไทย การออกแบบตัวละครการ์ตูนและการใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ความรู้สึกมี  
ลักษณะเดียวกันกับตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น

9.6.4.2.2 ไม่มีการวางแผนการดำเนินการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ  
และครบวงจร การจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันมีเพียงช่องทางเดียวคือ จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD  
ซึ่งทำรายได้ให้กับทางบริษัทผู้ผลิตไม่คุ้มค่ากับต้นทุนการผลิต