

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญผู้มีประสบการณ์. เชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยและกลุ่มบุคลากรของบริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่มุ่งผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศ คือ กลุ่มบุคลากรของบริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ปลาบู่ทอง กลุ่มบุคลากรของบริษัทที่มุ่งผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ คือ กลุ่มบุคลากรของ บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย กลุ่มบุคลากรของบริษัท วิดีตา แอนิเมชัน ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง ปิงปอนด์ และกลุ่มบุคลากรของบริษัท โรส วิดีโอ, บริษัท อิมเมจิแมกซ์ สตูดิโอ ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องการ์ตูนนิทานหรรษา

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ และศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน, แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง, แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของการ์ตูนแอนิเมชันและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เป็นกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งต่อการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย, แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นสากลของสื่อมวลชน, แนวคิดเกี่ยวกับสื่อข้ามโลก, แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดโลกเป็นกรอบในการวิเคราะห์การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมต่างประเทศในการที่จะไปสู่ตลาดโลก

จากการวิจัยพบว่า การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศ และผู้ชมต่างประเทศของบริษัทผู้ผลิตไทย มีดังนี้

1. ด้านสุนทรียศาสตร์ของการ์ตูนแอนิเมชันไทย

1.1 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทย

1.1.1 การพัฒนาการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมในประเทศและผู้ชมต่างประเทศให้ประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตไทยส่วนมากมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า เนื้อหาควรมีความสนุก น่าสนใจ, น่าติดตามและสร้างความประทับใจให้คนดู ดังนั้นผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยจึงพยายามพัฒนาการเขียนบท, การเล่าเรื่องให้สนุก, น่าติดตาม

1.1.2 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทยจากการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1.2.1 หยิบยกมาจากนิทานพื้นบ้านไทย, นิทานอีสป เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปลาบู่ทอง, การ์ตูนนิทานหรรษา

1.1.2.2 แต่งเรื่องขึ้นมาใหม่ตามจินตนาการของผู้ผลิตเช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปังปอนด์

1.1.2.3 แต่งเรื่องโดยนำเค้าเรื่องเดิมมาจากเกร็ดประวัติศาสตร์ เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย

1.1.3 ผู้ผลิตส่วนใหญ่ล้วนสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับเอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทยที่ดีงาม, ความเชื่อลงไป เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันผ่านทาง การกระทำของตัวละครการ์ตูน ในเรื่องของ ความกตัญญูกตเวที, การไหว้, การต่อสู้ของไทย เช่น มวยไทย

1.1.4 เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ เนื่องจากเป็นการผลิตเพื่อผู้ชมเด็ก ซึ่งผู้ชมเด็กมักมีพฤติกรรมสนใจ อยากรู้ อยากรู้อยากเห็นเรื่องราวของสัตว์

1.1.5 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อกลุ่มผู้ชมเด็ก

1.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทย

1.2.1 การออกแบบตัวละครการ์ตูนและการใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ความรู้สึกใน การ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ มีลักษณะเหมือนกับการ์ตูนญี่ปุ่น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมเด็ก ซึ่งมักคุ้นเคยกับตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น

1.2.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทย ผู้ผลิตพยายามพัฒนาการออกแบบให้มี ความเป็นสากล ในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก เช่น การประยุกต์ใช้รูปทรงในการออกแบบตัวละครการ์ตูนเพื่อแสดงอารมณ์ ความรู้สึกและมีเอกลักษณ์ไป ทิศทางเดียวกัน, การออกแบบฉากในยุคอนาคต มนุษย์ต่างดาวหุ่นยนต์ เป็นต้น

1.2.3 ผู้ผลิตออกแบบตัวละครการ์ตูน, ฉาก ให้มีสีสันสดใสเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมเด็ก ซึ่งมักจะสนใจสีที่เป็นแม่สีหรือสีสดๆ

1.2.4 การออกแบบตัวละครการ์ตูน, ฉาก ผู้ผลิตล้วนเน้นนำเสนอเอกลักษณ์, วัฒนธรรม, ความเป็นไทย โดยการวาดลายไทย, การแต่งกายแบบไทย, ออกแบบฉาก เช่น กรุงเทพมหานคร ป่าไม้เมืองไทย แต่ก็พยายามที่จะไม่ให้รายละเอียดความเป็นไทยที่มากเกินไป

2. ด้านเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

2.1 เทคโนโลยีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยล้วนใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เป็นหลักในการผลิต ซึ่งช่วยให้กระบวนการผลิตมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการลงสี, การลำดับภาพ, การสร้างเทคนิคพิเศษ (Special Effect)

2.2 กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

กระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของผู้ผลิตไทยล้วนมีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน แม้ว่าเทคนิคการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติจะแตกต่างจากเทคนิคการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันแบบ 2 มิติ แต่กระบวนการผลิตหลักจะประกอบไปด้วยขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Preproduction) เช่น การเขียนบท, การออกแบบตัวละครการ์ตูน ขั้นตอนการผลิต (Production) เช่น การวาดตัวละครการ์ตูนและการลงสี และขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction) เช่น การลำดับภาพ, แก้ไขและพากย์เสียง ซึ่งบริษัทผู้ผลิตได้ดำเนินการผลิตตามขั้นตอนมาตรฐานสากล

2.3 ระยะเวลาในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตไปด้วยออกอากาศไปด้วยในเวลาเดียวกันโดยผลิตเก็บไว้ (Stock) ประมาณ 8 – 12 ตอนก่อนออกอากาศ ในกระบวนการผลิตบริษัทผู้ผลิตไทยประสบปัญหาความล่าช้าในการผลิต สาเหตุเนื่องมาจากบุคลากรผู้ผลิตยังไม่มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและบุคลากรผู้ผลิตยังมีปริมาณไม่มากพอที่จะรองรับการผลิต จึงต้องเร่งรีบในการผลิตเพื่อที่จะสามารถผลิตให้ทันเวลาออกอากาศ

3. ด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม

3.1 ด้านการผลิต

3.1.1 ด้านบุคลากร

3.1.1.1 บุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในประเทศไทยเป็นผู้มีฝีมือ

มีพรสวรรค์ ความสามารถด้านการสร้างสรรค์งานศิลปะ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันต้องการบุคลากรผู้มีความสามารถทางศิลปะ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

3.1.1.2 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของผู้ผลิตไทยมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรแต่ละตำแหน่งอย่างชัดเจนตามหลักสากล นอกจากนี้ยังมีการจัดแบ่งบุคลากรตามความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ โดยบุคลากรผู้มีประสบการณ์, ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตรับผิดชอบการผลิตในตำแหน่งสำคัญที่อาศัยความสามารถ, ประสบการณ์ในการผลิต และฝึกฝนบุคลากรผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันขึ้นมาใหม่ และให้รับผิดชอบในตำแหน่งงานที่ไม่อาศัยความเชี่ยวชาญ, ประสบการณ์ด้านการผลิตเพื่อเป็นการเรียนรู้งานด้านการผลิตในเบื้องต้น

3.1.1.3 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อผู้ชมต่างประเทศ บางบริษัทผู้ผลิตมีแนวทางในการสร้างสรรค์เนื้อหา, การออกแบบให้มีความเป็นสากลโดยว่าจ้างบุคลากรชาวต่างประเทศมาช่วยในการผลิต

3.1.1.4 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย ยังประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตในบางตำแหน่งสำคัญ เช่น Art Director (ผู้ควบคุมองค์ประกอบด้านศิลปะ), Key Animator (ผู้วาดภาพเคลื่อนไหวหลัก) นอกจากนี้บุคลากรผู้ผลิตในตำแหน่งอื่นๆที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

3.1.2 ด้านงบประมาณ

3.1.2.1 ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในปัจจุบันอยู่ในรูปแบบบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจด้านอื่นอยู่แล้ว จึงมีศักยภาพในการลงทุนผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

3.1.2.2 งบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์ ประมาณ 6-10 ล้านบาท ส่วนงบประมาณผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว ก้านกล้วย ประมาณ 150 ล้านบาท

3.1.2.3 งบประมาณในการผลิตมาจากบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ได้ขอการสนับสนุนจากงบประมาณจากเหล่าผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor), รัฐบาล มีเพียงบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ที่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณการผลิต, วัสดุอุปกรณ์ด้านการผลิต จากรัฐบาล, ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) เช่น ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), บริษัทแอปเปิ้ล คอมพิวเตอร์

3.2 ด้านการตลาด

3.2.1 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมในประเทศ

3.2.1.1 จัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้แก่สถานีโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, จัดจำหน่ายในรูปแบบสินค้าที่พัฒนามาจากตัวละครการ์ตูน, และการส่งเสริมการตลาด

3.2.1.2 บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังขาดดำเนินการจัดการด้านการตลาดที่ดี มีเพียงบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัดที่วางแผนการดำเนินการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ

3.2.1.3 บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยไม่ได้ดำเนินการด้านการตลาดอย่างครบวงจร บริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่ดำเนินการด้านการตลาดในส่วนการจัดจำหน่ายให้ทางสถานีโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์, จัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, การส่งเสริมการตลาด แต่ยังขาดการดำเนินการตลาดด้านการผลิตสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน (Merchandise) เนื่องจากบางบริษัทผู้ผลิตยังไม่มีความพร้อมในการลงทุนและยังไม่เห็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน นอกจากนั้นการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเพิ่งเริ่มต้น อาจจะต้องใช้เวลาในการที่ตลาดสินค้าที่พัฒนา, ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันไทยจะเติบโตและขยายกว้างมากขึ้น

3.2.1.4 ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันที่เป็นผู้ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น บริษัท บรอดคาซท์ไทย เทเลวิชั่น, บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ โปรโมทผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัทได้ง่าย เนื่องจากสามารถโฆษณา, ประชาสัมพันธ์, โปรโมทการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของบริษัทผ่านทางรายการโทรทัศน์ที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิต

3.2.2 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ

3.2.2.1 ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่หาช่องทางในการนำเสนอผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้แก่ผู้ชมต่างประเทศโดยการส่งผลงานการผลิตไปยังเทศกาลที่มีการประกวด, แสดงผลงานทางด้านรายการโทรทัศน์, ภาพยนตร์, การ์ตูนแอนิเมชัน เช่น งาน MIP TV, Cannes Film Festival, Film Mart, China International Festival and Exposition ฯลฯ

3.2.2.2 การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับผู้ชมต่างประเทศ บริษัทผู้ผลิตไทยยังไม่ได้ดำเนินการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบและครบวงจร ส่วนใหญ่มีเพียงแต่การส่งเสริมด้านการตลาดโดยการส่งผลงานการ์ตูนแอนิเมชันเข้าร่วมเทศกาลต่างๆ มีเพียงบริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด ที่สามารถดำเนินการด้านการตลาดกับผู้ชมต่างประเทศอย่างครบวงจร

การดำเนินการด้านการผลิตของบริษัทผู้ผลิตไทย เป็นการดำเนินการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรม เนื่องจากการวางแผน, การจัดการ, แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบการดำเนินงานด้านกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ และมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการผลิตที่มุ่งหวังรายได้จากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันให้ทางสถานีโทรทัศน์, โรงภาพยนตร์, การจัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD ฯลฯ การผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ผลิตไทยมีทั้งแบบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดเล็ก, ขนาดกลางและขนาดใหญ่

4. ด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร (Media Organization) ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการองค์กรสื่อไม่สามารถคำนึงถึงปัจจัยด้านการผลิตเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการทำงานขององค์กรสื่อหนึ่งๆ ต้องโยงใยอยู่กับปัจจัยแวดล้อมภายนอก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ทั้งนี้ Gerbner (1969) ได้กล่าวไว้ว่า องค์กรสื่อดำเนินงานภายใต้แรงผลักดันจากปัจจัยภายนอกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า, คู่แข่งจากองค์กรสื่อต่างๆ, ผู้มีอำนาจโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางกฎหมายและทางการเมือง, ผู้เชี่ยวชาญ, สถาบันอื่นที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงผู้ชม

การดำเนินการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไม่ได้มีเพียงแต่ปัจจัยการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยแวดล้อมภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง ในที่นี้จะกล่าวถึง การสนับสนุนจากรัฐบาล, ความต้องการของผู้ชม

4.1 การสนับสนุนจากรัฐบาล

4.1.1 รัฐบาลเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของการ์ตูนแอนิเมชันไทยและให้การสนับสนุนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย โดยมุ่งผลักดันอุตสาหกรรมด้านแอนิเมชัน มัลติมีเดียและเกมส์ของประเทศไทยให้เป็น "Hollywood of Asia" ดังนั้นรัฐบาลจึงให้ความช่วยเหลือทางด้านการร่วมผลิต (Co-production) สนับสนุนด้านงบประมาณ และการจัดงาน Thai Anima 2003, Thailand Animation 2004, 2005, 2006 เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.1.2 บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากรัฐบาลอย่างทั่วถึง เนื่องจากบางบริษัทผู้ผลิตไม่ได้ขอรับการสนับสนุนจากรัฐบาล มีเพียงบริษัทกันตนา แอนิเมชัน จำกัด ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในลักษณะร่วมผลิต รัฐบาลสนับสนุนด้านงบประมาณการผลิต 30%

4.1.3 บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย ต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาลทางด้านการสร้างและพัฒนาบุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน และการสนับสนุนให้มีการ์ตูนแอนิเมชันไทย

ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มากกว่าการดูแอนิเมชันจากต่างประเทศ เช่นเดียวกับกับประเทศเกาหลีที่บังคับให้มีการดูแอนิเมชันที่ผลิตโดยผู้ผลิตในประเทศ (Local) ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในอัตราที่มากกว่าการนำเข้าการดูแอนิเมชันจากต่างประเทศ

4.2 การสนับสนุนจากผู้ชม

4.2.1 การดูแอนิเมชันไทยที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ได้รับผลตอบรับจากกลุ่มผู้ชมเด็กในทิศทางที่ดีเนื่องจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้ชมเด็กซึ่งผู้ชมเด็กมักไม่ได้ให้ความสนใจประเทศของผู้ผลิต หากเป็นการดูแอนิเมชันไม่ว่าเป็นการดูแอนิเมชันไทยหรือต่างประเทศผู้ชมเด็กก็มักจะให้ความสนใจ

4.2.2 การ์ตูนแอนิเมชันบางเรื่องบางกระบวนการยังไม่เสร็จสิ้น เช่น กระบวนการผลิตยังไม่สำเร็จ, การดำเนินการด้านการตลาดกับผู้ชมต่างประเทศอยู่ในระหว่างการเจรจาทำให้ไม่สามารถทราบผลตอบรับจากผู้ชม

5.ความเป็นสากลของสื่อมวลชน

จากแนวคิดความเป็นสากลของสื่อมวลชน การผลิตละคร, ภาพยนตร์, การ์ตูนแอนิเมชันเพื่อผู้ชมต่างประเทศผู้ผลิตควรคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยได้คำนึงถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและภาษาในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อผู้ชมต่างประเทศ ดังนี้

5.1 วัฒนธรรม

5.1.1 การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันสู่ตลาดโลก ผู้ผลิตได้คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา เนื่องจากผู้ชมต่างประเทศไม่มีประสบการณ์ร่วมกับผู้ผลิตและอาจไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอได้

5.1.2 บริษัทผู้ผลิตเน้นนำเสนอเอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทย, ประวัติศาสตร์ชาติไทยแก่ผู้ชมต่างประเทศ แต่พยายามปรับให้นำเสนอเอกลักษณ์, ความเป็นไทยที่ทันสมัยเพื่อที่ผู้ชมต่างประเทศรู้จักและสามารถทำความเข้าใจได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวของไทยที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อาทิ พระบรมมหาราชวัง, วัฒนธรรมไทย เช่น การไหว้, การต่อสู้ มวยไทย เป็นต้น

5.2 ภาษา

5.2.1 หลีกเลี่ยงการเล่นมุขที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา การเล่นคำ, สำนวนภาษาไทย

5.2.2 หลีกเลี่ยงการกล่าวถึงคำพูดติดปาก, คำแสลง ที่เป็นรู้จักเข้าใจกันดีเฉพาะผู้ชมในประเทศซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ร่วมทางสิ่งแวดล้อม, วัฒนธรรม

นอกจากนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาระบบการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย แบ่งได้เป็นปัจจัยที่เป็นจุดเด่นของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยและปัจจัยด้อยที่ควรพัฒนา ปรับปรุง, แก้ไข ในการที่จะพัฒนาระบบการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก ดังนี้

1. ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย

1.1 ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์

1.1.1 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทย

การพัฒนาระบบการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก บริษัทผู้ผลิตไทยล้วนเน้นนำเสนอเอกลักษณ์, วัฒนธรรม, ความเป็นไทยในเนื้อหา เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเกร็ดประวัติศาสตร์ชาติไทย

1.1.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันไทย

บริษัทผู้ผลิตมีการออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันและฉาก โดยสอดแทรกเอกลักษณ์, สิ่งก่อสร้าง, ศิลปะ สถาปัตยกรรมไทยที่ผู้ชมต่างประเทศเริ่มคุ้นเคย เช่น การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ปิงปอนด์ สอดแทรก ฉากกรุงเทพในโลกอนาคต, การ์ตูนนิทานหรรษา สอดแทรก ความเป็นไทยทางสิ่งก่อสร้าง, การแต่งกายของตัวละครการ์ตูน

การนำเสนอเอกลักษณ์, วัฒนธรรม, ความเป็นไทยในเนื้อหาและการออกแบบถือว่าเป็นจุดเด่นของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเนื่องจากประวัติศาสตร์ไทย, เอกลักษณ์, วัฒนธรรมไทย, สถาปัตยกรรมไทย เป็นสิ่งที่แปลกใหม่และมีความอ่อนช้อยสวยงามเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชมต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ชมต่างประเทศก็มักจะสนใจเรียนรู้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย

1.2 ปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจ อุตสาหกรรม

1.2.1 ปัจจัยด้านการผลิต

1.2.2.1 ด้านบุคลากร

บุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย เป็นผู้มีทักษะ, ฝีมือความสามารถด้านศิลปะในการวาดภาพ, ออกแบบ, สร้างสรรค์งานด้านศิลปะให้มีความงดงาม, อ่อนช้อย

1.2.2.2 ด้านงบประมาณ

งบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยต่ำกว่า งบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศ งบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาว ก้านกล้วย (พ.ศ.2546) ประมาณ 150 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนสูงสำหรับการผลิตใน

ประเทศ ในขณะที่การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศใช้งบประมาณการผลิตที่สูงกว่า งบประมาณการผลิตในประเทศไทย เช่น อัตราเฉลี่ยสำหรับการผลิตภาพยนตร์คนแสดงหรือการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องยาวของ Motion Picture Association of America (MPAA) ณ ปีค.ศ.2001 (พ.ศ.2544) อยู่ที่ 4 ล้านดอลลาร์ ถึง 150 ล้านดอลลาร์ (160-6,000 ล้านบาท) การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง Ice Age ผลิตโดยบริษัท Fox ปีค.ศ.2002 (พ.ศ.2545) ใช้งบประมาณการผลิต 65 ล้านดอลลาร์ (2,600 ล้านบาท) (Raugust, Karen,2004:46) อย่างไรก็ตามแม้ว่างบประมาณการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศจะสูงกว่า แต่เมื่อผลิตแล้วสามารถจัดจำหน่ายได้ทั่วโลกทำให้ได้รับรายได้คุ้มค่างับต้นทุนการผลิต การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยใช้งบประมาณการผลิตที่ต่ำกว่างบประมาณการผลิตของต่างประเทศอาจจะกลายเป็นจุดเด่นในอนาคตหากผู้ผลิตไทยสามารถพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันจนสามารถจัดจำหน่ายไปยังตลาดโลกและได้สามารถได้รับผลตอบแทนด้านรายได้คุ้มค่างับต้นทุนการผลิต

1.3 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐบาลและผู้ชม

1.3.1 การสนับสนุนจากรัฐบาล

รัฐบาลประกาศนโยบายมุ่งผลักดันอุตสาหกรรมด้านแอนิเมชัน มัลติมีเดีย และเกมส์ของประเทศไทยให้เป็น "Hollywood of Asia" ดังนั้นรัฐบาลจึงพร้อมที่จะสนับสนุนการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน โดยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น ให้ความช่วยเหลือทางการเงินร่วมผลิต (Co-production) สนับสนุนด้านงบประมาณ และการจัดงาน Thai Anima 2003, Thailand Animation 2004, 2005, 2006 เพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.3.2 การสนับสนุนจากผู้ชม

แม้ว่าการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้นพัฒนา แต่การ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ผลิตเพื่อผู้ชมเด็กล้วนได้รับผลตอบแทนจากผู้ชมเด็กในประเทศเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทผู้ผลิตไทยมองเห็นช่องทางการจัดจำหน่ายและมีกำลังใจที่จะสร้างสรรค์ผลงานด้านการ์ตูนแอนิเมชันออกมาอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้อยที่เป็นอุปสรรคปัญหาการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ควรพัฒนาปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์

1.1 เนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทย

1.1.1 แนวเรื่องและเนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังไม่มีหลากหลาย จากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของการ์ตูนแอนิเมชัน ได้กล่าวเกี่ยวกับปัจจัยหนึ่งที่ทำให้

การ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ แนวเรื่องและเนื้อหาที่หลากหลาย สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะวัยและเฉพาะกลุ่มสนใจ เช่น เรื่องเกี่ยวกับกีฬา, ตลก, รักเพื่อฝัน (Fantasy), นิยายวิทยาศาสตร์, เรื่องสยองขวัญ, เรื่องสัตว์, เรื่องอิงประวัติศาสตร์และสารคดี (Itakura, 1989 อ้างถึงใน ทิศนา สัตยะนันท์, 2543: 7) นอกจากนั้นยังมีการแบ่งแนวเรื่องสำหรับผู้ชมแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน เช่น การ์ตูนสำหรับเด็กโต, วัยรุ่นชาย, วัยรุ่นหญิง ในขณะที่การ์ตูนแอนิเมชันไทย ส่วนใหญ่แนวเรื่องและเนื้อหาเป็นการผลิตเพื่อกลุ่มผู้ชมกลุ่มเด็กเท่านั้น เนื้อหามักหยิบยืมมาจากนิทานพื้นบ้านไทย, วรรณคดีไทย, ประวัติศาสตร์ นำมาผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน แม้จะมีการแต่งเรื่องราวขึ้นมาใหม่แต่ก็เป็นเนื้อหาสำหรับกลุ่มผู้ชมเด็ก

ดังนั้นสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก แนวเรื่องและเนื้อหาการ์ตูนแอนิเมชันไทย ควรมีความหลากหลายเพื่อที่จะขยายฐานกลุ่มผู้ชมให้มากขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะผู้ชมกลุ่มเด็กเพียงอย่างเดียว

1.1.2 การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังประสบปัญหาการเขียนบท การเล่าเรื่องให้สนุกสนาน น่าติดตาม แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของการ์ตูนแอนิเมชัน ได้กล่าวว่า การ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จ ก็เนื่องจากกลวิธีการเล่าเรื่อง โครงเรื่องที่ซับซ้อน คาดเดาตอนจบได้ยาก เนื้อเรื่องจับใจคนดู อาจจะนำเรื่องมาจากนิทานพื้นบ้าน (Folktales) หรือตำนาน (Mythology) ที่มีแก่นเรื่องเป็นสากล เช่น ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม (Environmental Degradation) เช่นเดียวกับ การ์ตูนแอนิเมชันของ Walt Disney ประสบความสำเร็จเนื่องจาก เนื้อเรื่อง (Content) มีความน่าสนใจ มีความเป็นสากล เข้าใจง่าย เนื้อหามักสะท้อนเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ความฝันและธรรมชาติ ดังนั้นการเขียนบท การเล่าเรื่อง เนื้อเรื่องมีส่วนสำคัญในการทำให้การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนั้นๆ ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้ชม อย่างไรก็ตามผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับเนื้อหา, การเขียนบท ในการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันสู่ตลาดโลก ผู้ผลิตล้วนมีความเห็นตรงกันว่า การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้ประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื้อหาควรมีความสนุก, การดำเนินเรื่องที่ น่าติดตามและคาดเดาตอนจบได้ยาก แต่การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังประสบปัญหาด้านการเขียนบท การพัฒนาการดำเนินเรื่อง การเล่าเรื่องให้สนุกสนาน มีความน่าสนใจและน่าติดตาม

ดังนั้นสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข ผู้ผลิตไทยควรมีการพัฒนาด้านเนื้อหาที่จะนำเสนอให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่, การเขียนบท ให้มีการดำเนินเรื่องที่ น่าสนใจและชวนติดตาม ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้ต่อไป

1.2 การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทย

การออกแบบตัวละครการ์ตูนยังไม่มีเอกลักษณ์ของตัวละครการ์ตูนไทย แม้จะมีการออกแบบจาก การแต่งกายซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นตัวละครการ์ตูนไทย แต่หน้าตาของตัวละครการ์ตูน และการใช้สัญลักษณ์แสดงอารมณ์ ความรู้สึก มีลักษณะของตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น หรือตัวละครการ์ตูนของวอลท์ดิสนีย์ สาเหตุอาจเนื่องมาจากการ์ตูนแอนิเมชันไทยในอดีตมีการผลิตในปริมาณที่น้อย ผู้ผลิตและผู้ชมการ์ตูนแอนิเมชันบริโภคการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศทั้งของประเทศญี่ปุ่นและอเมริกา ทำให้ผู้ผลิตได้รับอิทธิพลจากการ์ตูนแอนิเมชันต่างประเทศค่อนข้างมาก การออกแบบตัวละครการ์ตูนไทยจึงมีลักษณะของตัวละครการ์ตูนต่างประเทศปนอยู่ อีกประการหนึ่ง การออกแบบตัวละครการ์ตูนให้มีลักษณะคล้ายตัวละครการ์ตูนต่างประเทศก็เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม เนื่องจากผู้ชมไทยมักคุ้นเคยกับตัวละครการ์ตูนของต่างประเทศมากกว่า

ดังนั้นสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข การออกแบบตัวละครการ์ตูน (Character) ควรออกแบบให้ตัวละครมีชีวิตชีวา, สร้างความประทับใจให้กับผู้ชม ซึ่งการออกแบบที่แปลกใหม่และทันสมัย ทำให้ตัวละครการ์ตูนมีความน่าสนใจและประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยในลักษณะสากลยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น การเริ่มต้นผลิตอาจจะมีลักษณะคล้ายตัวละครการ์ตูนของต่างประเทศ การจะออกแบบตัวละครการ์ตูนไทยให้มีเอกลักษณ์ของตัวละครไทยจริงๆ ต้องใช้ระยะเวลาและความสม่ำเสมอในการผลิตเพื่อให้ผู้ชมคุ้นเคย ต่อไปเมื่อมีการผลิตตัวละครการ์ตูนไทยออกมาในปริมาณที่มากและหลากหลายมากขึ้น ก็น่าจะสร้างเอกลักษณ์ของตัวละครการ์ตูนไทยให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นได้

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีในการผลิต

เทคโนโลยีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังไม่ทันสมัยเท่ากับเทคโนโลยีการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยไม่มีบุคลากรเชี่ยวชาญถึงขั้นสามารถผลิตซอฟต์แวร์ (Software) คอมพิวเตอร์เองเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน ดังนั้นทางบริษัทผู้ผลิตจึงต้องสั่งซื้อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software) นำเข้ามาจากบริษัทผู้ผลิตต่างประเทศ ซึ่งการสั่งซื้อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software) ที่ถูกกฎหมายจากต่างประเทศ ผู้ผลิตไทยจะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ (License) ให้กับบริษัทเจ้าของซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software) (ราคาซอฟต์แวร์คิดต่อไลเซนส์ประมาณ 4 แสนบาทต่อ 1 ปี และต้องเสียค่าอัปเดตโปรแกรม 20% ต่อปี) (กรุงเทพธุรกิจ, 9 มกราคม 2547) ประกอบกับธรรมชาติของซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software) มีการพัฒนารูปแบบ (Version) ให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตลอดเวลา (Upgrade) การที่ผู้ผลิตไทยจะต้องพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Upgrade) ตามการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบ (Version) ของซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software) หมายถึงต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ (Software)

ที่สูงขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีทางด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) ที่ใช้ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยจึงไม่ทันสมัยเท่าเทคโนโลยีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software) ที่ใช้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในต่างประเทศ

แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข อันที่จริงแล้วปัญหาด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยที่ไม่ทันสมัยเท่าเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของต่างประเทศอาจไม่ใช่ปัญหาสำคัญเนื่องจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยที่มีอยู่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การผลิตให้สะดวก รวดเร็วและมีคุณภาพได้ โดยไม่จำเป็นที่จะต้องปรับปรุง (Upgrade) รูปแบบ (Version) ตามซอฟต์แวร์ที่ปรับเปลี่ยนของต่างประเทศทุกครั้งไป หากซอฟต์แวร์ที่มีอยู่สามารถผลิตงานได้อย่างมีคุณภาพเพียงพอ หรือหากจำเป็นต้องมีการปรับปรุง (Upgrade) รูปแบบของซอฟต์แวร์ ภาครัฐบาลอาจจะเข้ามาช่วยในการเจรจาต่อรองกับเจ้าของลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ให้มีค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อนำเข้า หรือค่าลิขสิทธิ์ต่อปีที่ถูกลง หรือลดราคาด้านภาษีการนำเข้า

3. ปัจจัยด้านการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม

3.1 ปัจจัยด้านการผลิต

3.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังมีในปริมาณที่น้อย ในขณะที่การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันแบบอุตสาหกรรมต้องมีบุคลากรในปริมาณที่มากพอที่จะรองรับการผลิตงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง บุคลากรผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในประเทศไทยยังมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับบุคลากรเชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศ

ประเทศเกาหลีใต้ มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านงานแอนิเมชัน 15,000 คน (ข้อมูลปีพ.ศ.2546, Korean Animation Producers Website, Statistics 2003 อ้างใน Frazier, Mark และ Ruengsom, Ann, 2004)

ประเทศญี่ปุ่นมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านงานแอนิเมชันจำนวน 12,000 คน (ข้อมูลปีพ.ศ.2547, www.xsibase.com , อ้างใน Frazier, Mark และ Ruengsom, Ann, 2004)

ประเทศฮ่องกงมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน 5,000 คน (ข้อมูลปี พ.ศ.2544, PriceWaterhouse Coopers Study 2001 อ้างใน Frazier, Mark และ Ruengsom, Ann, 2004)

ในขณะที่ประเทศไทย มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านงานแอนิเมชันจำนวน 1,000 (ข้อมูลปี พ.ศ.2546, Association of Thai Software Industry, Statistics 2003 อ้างใน Frazier, Mark และ Ruengsom, Ann, 2004) นอกจากนั้น บุคลากรผู้เชี่ยวชาญในตำแหน่งสำคัญ เช่น Key Animator (ผู้วาดภาพเคลื่อนไหวหลัก), Art Director (ผู้ควบคุมองค์ประกอบด้านศิลปะ) มีอยู่ในปริมาณที่น้อย

เพราะตำแหน่งเหล่านี้ต้องอาศัยการฝึกฝนเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์จากการเป็นนักวาด (Animator) 3 – 5 ปี จึงทำให้เกิดปัญหาการแย่งตัวบุคลากรผู้มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน บริษัทผู้ผลิตประสบปัญหาต่างต้องเร่งรีบผลิตเพื่อให้ทันออกอากาศ สาเหตุเนื่องจากการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตนั่นเอง

แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข ในปัจจุบันมีสถาบันที่เปิดการเรียนการสอนด้านงานแอนิเมชันอยู่หลายสถาบัน มีทั้งการเรียนการสอนระยะยาวและระยะสั้น การเรียนการสอนระยะยาวเป็นการเรียนการสอนในระดับมหาวิทยาลัย เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับบริษัท กันตนา เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนการผลิตแอนิเมชัน (Mahidol University International College) เป็นหลักสูตรนานาชาติ สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี, หลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์อาร์ต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ฯลฯ ส่วนหลักสูตรการเรียนการสอนการผลิตแอนิเมชันระยะสั้น เช่น บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด เปิดสถาบัน Animation Education, บริษัท อิมเมจแม็กซ์ จำกัด เปิดสถาบันแบงคอค คอมพิวเตอร์ อาร์ต เซ็นเตอร์ (Bangkok Computer Arts Center) ฯลฯ ในอดีตการเรียนการสอนด้านการผลิตงานด้านแอนิเมชันเป็นเพียงวิชาเลือก แต่ในปัจจุบันมีการเปิดสถาบันการเรียนสอนจริงจังมากขึ้นซึ่งถือว่าเป็นแนวทางพัฒนาและสร้างบุคลากรทางหนึ่ง แต่การสร้างและพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตต้องอาศัยระยะเวลาในการพัฒนาความสามารถ, ประสบการณ์ของบุคลากร อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อว่าหากการพัฒนาการเรียนการสอนด้านมัลติมีเดียและแอนิเมชันดำเนินไปอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ในอนาคตประเทศไทยก็จะมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันมากพอที่จะรองรับการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมและสามารถพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลกได้อย่างมีคุณภาพ

3.1.2 ปัจจัยด้านงบประมาณ

การจะผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไม่ว่าในอดีตหรือปัจจุบันล้วนประสบปัญหาต้องใช้งบประมาณการลงทุนที่สูง ไม่ว่าจะเป็นค่าบุคลากร, ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์, ค่าซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์, ค่าสถานที่ ฯลฯ

แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข ในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้มีการดำเนินธุรกิจแอนิเมชันในประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA: Software Industry Promotion Agency) ได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI) ให้การสนับสนุนกิจการซอฟต์แวร์มัลติมีเดียและแอนิเมชัน ซึ่งการผลิตการ์ตูนแอนิเมชัน

จัดเป็นหนึ่งในกลุ่มดิจิทัล คอนเทนต์ (Digital Content) ที่ได้รับการสนับสนุน โดยผู้ผลิตผลงาน ด้านแอนิเมชันและมัลติมีเดียจะได้รับสิทธิประโยชน์ ดังนี้

- (1) ให้สิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรใหม่ทั้งหมด
- (2) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี
- (3) ไม่จำกัดวงเงินที่ได้รับการยกเว้น

เงื่อนไขของผู้รับสิทธิประโยชน์

- (1) ต้องมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมที่ดินและเงินทุนหมุนเวียน)
- (2) ต้องมีกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ตามที่ SIPA กำหนด
- (3) โครงการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมที่ดินและเงินทุน

หมุนเวียน) ต้องดำเนินการให้ได้มาตรฐานของ SIPA (เอกสารประชาสัมพันธ์. SIPA-BOI, 2549)

ดังนั้นผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ประสบปัญหาด้านการลงทุนก็สามารถขอรับการสนับสนุนจากโครงการนี้ได้

3.2 ปัจจัยด้านการตลาด

บริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังขาดการจัดการด้านตลาดที่ดี เนื่องจากยังไม่สามารถดำเนินการด้านการตลาดได้อย่างครบวงจร บางบริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันให้กับทางสถานีโทรทัศน์เพียงช่องทางเดียว ซึ่งการจัดจำหน่ายในรูปแบบ VCD, สินค้าที่พัฒนาจากตัวละครการ์ตูน (Merchandise) สามารถเพิ่มรายได้ให้กับทางบริษัท ทั้งยังทำให้ผู้ชมจำได้และระลึกถึงการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องนั้นๆ อีกด้วย

นอกจากนั้นการ์ตูนแอนิเมชันไทยยังต้องประสบปัญหาแข่งขันกับการ์ตูนแอนิเมชันของต่างประเทศทั้งด้านการ์ตูนแอนิเมชันที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ฉายทางโรงภาพยนตร์และสินค้าที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูน (Merchandise) เนื่องจากการ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นและอเมริกาได้ครอบครองตลาดการ์ตูนโลก การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในตลาดสากล แม้ว่าต้นทุนการผลิตจะสูงแต่เมื่อสามารถจัดจำหน่ายผลงานการ์ตูนแอนิเมชันได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้เมื่อการ์ตูนแอนิเมชันญี่ปุ่นมาจัดจำหน่ายให้กับทางสถานีโทรทัศน์ไทย สามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่ถูกลง ในขณะที่การ์ตูนแอนิเมชันไทยสามารถจัดจำหน่ายทางสถานีโทรทัศน์ประเทศไทยอย่างเดียว ทำให้ราคาขายต่อตอนสูง ด้วยเหตุนี้ทางสถานีโทรทัศน์จึงเลือกซื้อการ์ตูนแอนิเมชันญี่ปุ่นมาออกอากาศเนื่องจากราคาขายถูกลงกว่า คุณภาพดีกว่าและผู้ชมติดตามชมมากกว่าการ์ตูนแอนิเมชันไทย การ์ตูนแอนิเมชันไทยจึงประสบปัญหาไม่สามารถจัดจำหน่ายผลงานที่ผลิตขึ้นมาได้

แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทางภาครัฐและเอกชน ภาครัฐบาลอาจมีนโยบายให้ทางสถานีโทรทัศน์ไทยออกอากาศการ์ตูนแอนิเมชันไทยในอัตราส่วนที่มากกว่าการ์ตูนแอนิเมชันจากต่างประเทศ เพื่อให้ผลงานการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยมีตลาดรองรับที่แน่นอน ในขณะที่เดียวกัน ทางผู้ผลิตเองต้องพัฒนาการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้มีผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพทั้งทางด้านเนื้อเรื่อง, การออกแบบตัวละครการ์ตูน, การเคลื่อนไหว, มีการดำเนินการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการตลาด, การจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันในรูปแบบ VCD, ตัวละครการ์ตูนที่ดัดแปลงมาจากตัวละครการ์ตูนแอนิเมชัน เพื่อให้ผู้ชมมีความคุ้นเคยกับการ์ตูนแอนิเมชันไทยและเพื่อที่ประสบความสำเร็จในการผลิตเพื่อผู้ชมในประเทศและพัฒนาการผลิตเพื่อผู้ชมต่างประเทศด้วย

4. ความเป็นสากลของสื่อมวลชน

4.1 วัฒนธรรม

แม้ว่าทางผู้ผลิตจะคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อผู้ชมต่างประเทศ แต่การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันที่เน้นการนำเสนอถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยมากเกินไปอาจทำให้ผู้ชมต่างประเทศไม่เข้าใจ เช่น เนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย เป็นเรื่องราวที่อิงประวัติศาสตร์ โครงเรื่อง (Plot) เป็นเรื่องราวในอดีต ที่ต้องนำเสนอให้ผู้ชมในปัจจุบันทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอ เนื่องจากประวัติศาสตร์, วัฒนธรรมไทยผู้ชมต่างประเทศยังไม่คุ้นเคยอาจจะเปิดรับและทำความเข้าใจได้ยาก เช่น ผู้ชมต่างประเทศอาจจะไม่รู้ว่ามีคนไทยสมัยก่อนขี่ช้างในการทำศึก, กษัตริย์ที่มีช้างเผือกมากแสดงว่ามีบารมีสูง ในขณะที่ภาพยนตร์ของต่างประเทศก็มีการนำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์ของต่างประเทศเช่นกัน แต่ผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้เคยเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของต่างประเทศมาก่อน เนื่องจากอิทธิพลของฮอลลีวูดได้ครอบงำวงการภาพยนตร์ทั่วโลกมาเป็นเวลานาน ทำให้ผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถเปิดรับได้ง่าย แต่การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของประเทศไทยซึ่งอาจจะมีการนำเสนอไปยังผู้ชมต่างประเทศบ้างแต่ก็เป็นส่วนน้อย ดังนั้นเนื้อหาของการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยที่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสมเด็จพระนเรศวรทรงกอบกู้ชาติไทย เรื่องราวทางประวัติศาสตร์, วัฒนธรรมไทยบางอย่างผู้ชมต่างประเทศอาจจะไม่เข้าใจ

แนวทางการพัฒนา, ปรับปรุง, แก้ไข การนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในการผลิตสู่ตลาดโลกตอนเริ่มต้น ผู้ชมต่างประเทศอาจจะยังไม่เข้าใจเนื้อหาที่ทางผู้ผลิตนำเสนอแก้ปัญหาได้โดยอาจมีข้อมูลอธิบายเรื่องราวบางส่วนที่คิดว่าผู้ชมต่างประเทศไม่เข้าใจ หรือทำเป็นสารคดีสั้นๆ แนะนำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์, วัฒนธรรมไทย

การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยอยู่ในระยะเริ่มต้น เพิ่งเริ่มมีการผลิตเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา เมื่อรัฐบาลเริ่มให้การสนับสนุนก็ได้ปลุกกระแสการผลิตงานด้านแอนิเมชันในปี พ.ศ.2546 จึงทำให้มีผู้ผลิตสนใจธุรกิจผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย โดยมุ่งพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก แต่ธรรมชาติของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันต้องอาศัยแรงงานบุคลากรในการผลิตจำนวนมาก ใช้ระยะเวลาในการผลิตยาวนาน ใช้งบประมาณการผลิตสูง อีกทั้งอาศัยระยะเวลาในการวางรากฐานการผลิตแบบธุรกิจอุตสาหกรรมให้มั่นคง การผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยที่ผ่านมาไม่ได้มีการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันในอดีตได้หยุดชะงักไปประกอบกับผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันรายใหญ่อย่าง ประเทศญี่ปุ่น, อเมริกาได้ครอบครองตลาดการ์ตูนแอนิเมชันทั่วโลก ดังนั้นการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลกในระยะเริ่มต้นยังประสบปัญหาในทุกๆปัจจัยที่ควรแก้ไขและพัฒนา เช่น ปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ เนื้อเรื่อง การออกแบบ, ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต, ปัจจัยการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรม ปัญหาขาดแคลนบุคลากร, การแข่งขันด้านการตลาด ฯลฯ อย่างไรก็ตามการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย ก็ยังมีปัจจัยที่เป็นจุดเด่นหลายจุดในการที่จะพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก เช่น ความสามารถทางศิลปะของบุคลากรไทย, การนำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย ฯลฯ ดังนั้นหากหลายๆฝ่ายทั้งทางภาครัฐบาลและผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังเพื่อแก้ไขอุปสรรคปัญหาเหล่านี้ รวมทั้งใช้เวลาในพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญด้านการเขียนบท การผลิตเพื่อสามารถผลิตการ์ตูนแอนิเมชันได้อย่างมีคุณภาพ ผู้วิจัยเชื่อว่าหากมีการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ปัจจัยที่เป็นจุดด้อยดังที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อที่จะเพิ่มพลังการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้มีคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้มีความดีที่ต่อเนื่อง ให้ผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศมีโอกาสได้ชมการ์ตูนแอนิเมชันไทยบ่อยๆและคุ้นเคย ในอนาคตการ์ตูนแอนิเมชันไทยก็สามารถประสบความสำเร็จและพัฒนาสู่ตลาดโลกได้ในที่สุด

ข้อจำกัดที่พบในการวิจัย

1. ข้อมูลบางส่วนจากบริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ผู้วิจัยยังเข้าไม่ถึงเนื่องจากการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วยอยู่ในระหว่างการผลิต ข้อมูลบางส่วนจึงยังถือว่าเป็นความลับของทางบริษัท
2. การศึกษาการพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยสู่ตลาดโลก ผู้วิจัยศึกษาโดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย แต่ประสบปัญหาข้อจำกัดไม่สามารถทำการสัมภาษณ์บุคลากรผู้ผลิตบางท่านจากบริษัท วิธิตา แอนิเมชัน

จำกัด ซึ่งมีส่วนในการออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันไทย เนื่องจากบุคลากรผู้ผลิตไม่สะดวกในการที่จะให้สัมภาษณ์

3. การ์ตูนแอนิเมชันบางเรื่องกระบวนการผลิตยังไม่เสร็จสมบูรณ์ และการดำเนินการด้านการตลาดยังอยู่ในระหว่างการเจรจา ซึ่งเป็นข้อจำกัดทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาวิเคราะห์ ปัจจัยทางด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านเนื้อเรื่อง, ปัจจัยด้านการดำเนินการด้านการตลาดได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย ด้านของเนื้อหา การออกแบบ การใช้สี สัน ความสวยงามของภาพ ในการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของผู้ผลิตไทย เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตพัฒนาปัจจัยด้านสุนทรียศาสตร์ของการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยต่อไป

2. ควรมีการศึกษา การพัฒนากระบวนการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นและประเทศอเมริกา ว่ามีปัจจัยด้านใดบ้างที่ทำให้การ์ตูนแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นและประเทศอเมริกาประสบความสำเร็จ ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั้งในประเทศและผู้ชมต่างประเทศ

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาการพัฒนาระบบการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันสู่ตลาดโลก และได้ทำการศึกษาวิจัยในส่วนของการผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมแอนิเมชันของบริษัทผู้ผลิตไทย แต่พบข้อจำกัดไม่สามารถทำการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากข้อมูลบางส่วนยังเป็นความลับทางธุรกิจ ดังนั้นควรมีการศึกษาข้อมูลทางตัวเลข เช่น ข้อมูลด้านเงินเดือนสำหรับนักวาดการ์ตูนแอนิเมชันไทย, ผลตอบแทนด้านรายได้จากการจัดจำหน่ายการ์ตูนแอนิเมชันไทย, ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

4. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเฉพาะตัวผู้ส่งสาร – ผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยเท่านั้น ดังนั้นควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหา, การออกแบบตัวละครการ์ตูนแอนิเมชันไทย แต่การที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้รับสารได้ อาจจะต้องใช้ระยะเวลาสักกระยะหนึ่งในการพัฒนาระบบการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยให้มีการผลิตในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นผลงานการผลิตที่หลากหลายมากขึ้น

5. ควรมีการศึกษาด้านนโยบาย, การสนับสนุนด้านต่างๆของรัฐบาล ว่ารัฐบาลมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยในด้านใดบ้าง และผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทยต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านใด

6. ควรมีการศึกษาทัศนะ, แรงคิด จากนักวิจารณ์การ์ตูนแอนิเมชัน เพื่อนำทัศนะ, แนวคิดที่ได้มาปรับปรุงการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันไทย