

นางสาวธิดารมย์ ธนสถิตย์ : “ก้านกล้วย” การวิเคราะห์อุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย (“Khan Kluay”: An Analysis of Thai Animation Industry)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ (หลัก) : รองศาสตราจารย์ ดร.จุกา มนต์ไพบูลย์ , 117 หน้า

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมแอนิเมชันไทย โดยยกกรณีศึกษาภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “ก้านกล้วย” โดยเน้นศึกษาวิเคราะห์เรื่องการเงิน และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ผลการศึกษาคาดว่าจะเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอื่นๆ

สำหรับวิธีการวิจัยเรื่อง “ก้านกล้วย” อาศัยใช้การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์และตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ชมจำนวน 200 ราย รวมทั้งมีการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารสำรวจเอกสารผู้ผลิต การวิเคราะห์ข้อมูลได้ทฤษฎีห่วงโซ่แห่งคุณค่า และทฤษฎีการบริหารจัดการสื่อบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง “ก้านกล้วย” มีการดำเนินงานได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดกรอบความคิด และพัฒนาเนื้อหาของการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน (Intellectual Property Rights and Content Development) ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ในการสร้างรายละเอียดต่างๆ ถูกเรียบเรียงให้เป็นรูปเป็นร่างขึ้น ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ได้แก่ การประกอบภาพรวม ตลอดจนการเพิ่มดนตรีและเสียงประกอบ และการทำการตลาด (marketing Distribution and Exhibition)

ต้นทุนรวมที่ใช้ในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง ก้านกล้วย 154 ล้านบาท ขณะเดียวกันแม้ว่าการผลิตเรื่อง ก้านกล้วยในภาคแรกอาจมีการใช้ต้นทุนอย่างไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการคุมงบประมาณทำได้ยาก ซึ่งถือว่าการบุกเบิกการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเต็มรูปแบบครั้งแรกของประเทศ แต่หากมีการสร้างและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านเทคโนโลยีและบุคลากรให้เกิดความเชี่ยวชาญในการผลิตแอนิเมชันมากยิ่งขึ้น ย่อมทำให้การจัดการด้านงบประมาณการผลิตในอนาคตสามารถทำได้รัดกุมและง่ายขึ้น ส่วนรายได้ภาพยนตร์เรื่องนี้รวมทั้งสิ้น 180 ล้านบาท ซึ่ง ได้จากการเสนอฉายในโรงภาพยนตร์ รายได้จากค่าลิขสิทธิ์ รายได้จากผู้สนับสนุนโฆษณา และการขายสินค้าที่เกี่ยวข้อง

อุปสรรคของการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันที่สำคัญ มี 3 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ ปัญหาด้านเงินทุน ความเสี่ยงด้านผลตอบแทน และแหล่งรายได้

ในส่วนของการทำการตลาด ช่องสื่อแบบเก่า ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ยังคงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดใน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้สื่อทางอินเทอร์เน็ต (Social Network) หรือสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในยุคนี้ได้เป็นอย่างดี

ในแง่พฤติกรรม การรับชมภาพยนตร์แอนิเมชัน และภาพยนตร์แอนิเมชันของไทยเรื่อง “ก้านกล้วย” นั้นพบว่า ส่วนใหญ่เคยรับชมภาพยนตร์แอนิเมชัน คิดเป็นร้อยละ 84.5 ซึ่งในจำนวนนั้นเคยรับชมแอนิเมชันเรื่อง “ก้านกล้วย” คิดเป็นร้อยละ 73.0 ในจำนวนนี้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการเลือกภาพยนตร์ในการสร้างในอนาคตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46 ซึ่งเห็นว่าควรมีการสร้างแนวอื่นๆ ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากแนวประวัติศาสตร์ที่เคยสร้างมาแล้ว เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค และขยายฐานผู้บริโภคที่นิยมรับชมในภาพยนตร์แอนิเมชันประเภทอื่นๆ มากยิ่งขึ้น โดยแนวภาพยนตร์ที่ผู้ชมต้องการ คือ แนวแอ็คชั่น (Action) และแนวตลก (Comedy)

เพื่อให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมแอนิเมชันในประเทศไทย งานวิจัยนี้เสนอแนะว่าภาครัฐควรสนับสนุนด้านเงินทุนในการจัดหาแหล่งเงินทุน อัตราดอกเบี้ยต่ำ หรือหาช่องทางความร่วมมือกับผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันต่างชาติ

Abstract

“Khan Kluary” was the first Thai 3D animated feature film. It took three years to make and cost 154 million baht. Khan Kluary was released in Thai cinemas on May 18,2006, which revenue approximately 180 million baht from the box office, home VDO, and related products. However, cost and management structures should be improved. The purpose of This is to analyse by utilizing “Khan Kluary” as on case study so that the results of this study will be a guideline to produce Thai animation features to complete with other countries in the future. Both qualitative and quantitative research methods were adopted interviewing a group of film makers and 200 samples by questionnaires. The results revealed that Thai Animation Industry “Khan Kluary” should make more systematic, reduce redundant work, and simplify structure for completed on time, quality and budget. It is also found that cost is an important factor in the production and investment. Moreover, government and other agencies should support Thai Animation Industry such as reducing loan interest, funding sources for business. As a consequence, Thailand barrier of animation industry is lack of financial resources, foreign competition, infringement of intellectual

property rights, and without own technology. Furthermore, it should develop a screenplay before investing animation.