บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

จากการศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งศูนย์อบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (The Producer) ได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับนิสิต นักศึกษา จำนวน 400 ราย และแบบสัมภาษณ์กับองค์กรจัดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 4 ราย โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ความสนใจโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (The Producer) ของนิสิต นักศึกษา

ส่วนที่ 2 ความต้องการผู้อำนวยการผลิต (Producer) ขององค์กรจัดกิจกรรมพิเศษ

4.1 ความสนใจโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (The Producer) ของนิสิต นักศึกษา

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นเกี่ยวกับอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer)

ตาราง 4.1.1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	169	42.25
หญิง	231	57.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.75 รองลงมา คือ เพศชาย ร้อยละ 42.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-20 ปี	244	61.00
21-23 ปี	151	37.75
24-26 ปี	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 18-20 ปี ร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ อายุ 21-23 ปี ร้อยละ 37.75 และอายุ 24-26 ปี ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer)

ท่านรู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	356	89.00
ไม่รู้จัก	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) ร้อยละ 89.00 รองลงมา คือ ไม่รู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) ร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) จากองค์กร หรือหน่วยงาน

องค์กร หรือหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ	153	23.32
โรงละคร	122	18.59
บริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต	177	44.25
บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัทผลิตภาพยนตร์	155	23.62
ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์	41	6.25
อื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ,บริษัทผลิตเพลง	8	1.21

จากตาราง 4.1.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) จากบริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต ร้อยละ 44.25 รองลงมา คือ บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัทผลิตภาพยนตร์ ร้อยละ 23.62 บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ ร้อยละ 23.32 โรงละคร ร้อยละ 18.59 ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์ ร้อยละ 6.25 และอื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ บริษัทผลิตเพลง ร้อยละ 1.21 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอายุที่ต้องเริ่มการเรียนเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-23 ปี	168	42.00
24-27 ปี	154	38.50
28-31 ปี	52	13.00
32 ปี ขึ้นไป	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอายุ 20-23 ปี ต้องเริ่มการเรียนเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) ร้อยละ 42.00 รองลงมา คือ อายุ 24-27 ปี ร้อยละ 38.50 อายุ 28-31 ปี ร้อยละ 13.00 และอายุ 32 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กร หรือหน่วยงานที่ผู้อำนวยการผลิต (Producer) ที่มีหน้าที่ และสำคัญ

องค์กร หรือหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ	156	23.92
โรงละคร	136	20.85
บริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต	148	22.69
บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัทผลิตภาพยนตร์	185	28.37
ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์	17	2.60
อื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ,บริษัทผลิตเพลง	10	1.53

จากตาราง 4.1.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer) สำคัญต่อบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัทผลิตภาพยนตร์ ร้อยละ 28.37 รองลงมา บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ ร้อยละ 23.92 บริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต ร้อยละ 22.69 โรงละคร ร้อยละ 20.85 ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์ ร้อยละ 2.60 และอื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ,บริษัทผลิตเพลง ร้อยละ 1.53 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการจ้างงานของผู้อำนวยการผลิต (Producer)

ลักษณะการจ้างงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานประจำ	152	38.00
พนักงานอิสระ	248	62.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้อำนวยการผลิต (Producer) ควรเป็นพนักงานอิสระ ร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ พนักงานประจำ ร้อยละ 38.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) หากเป็นพนักงานประจำ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	0	0.00
20,000-30,000 บาท	24	16.00
30,001-40,000 บาท	31	20.50
40,001-50,000 บาท	34	22.25
50,001-80,000 บาท	26	17.00
มากกว่า 80,000 บาท	37	24.25
รวม	152	100.00

จากตาราง 4.1.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้อำนวยการผลิต (Producer) หากเป็นพนักงานประจำควรมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาท ร้อยละ 24.25 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 22.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 20.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

50,001-80,000 บาท ร้อยละ 17.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) หากเป็นพนักงานอิสระ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	4	1.75
20,000-30,000 บาท	32	12.75
30,001-40,000 บาท	42	17.00
40,001-50,000 บาท	49	19.75
50,001-80,000 บาท	68	27.25
มากกว่า 80,000 บาท	53	21.50
รวม	248	100.00

จากตาราง 4.1.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้อำนวยการผลิต (Producer) หากเป็นพนักงานอิสระควรมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-80,000 บาท ร้อยละ 27.25 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาท ร้อยละ 21.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 19.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 17.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ร้อยละ 12.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในรูปแบบขององค์กร หรือหน่วยงาน

องค์กร หรือหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ	74	18.50
โรงละคร	132	33.00
บริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต	179	44.75
บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัทผลิตภาพยนตร์	216	54.00
ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์	16	4.00
อื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ,ผลิตเพลง	8	2.00

จากตาราง 4.1.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในรูปแบบขององค์กร หรือหน่วยงานบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ บริษัท ผลิตภาพยนตร์ ร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ บริษัทผลิตการแสดงสด เทศกาล คอนเสิร์ต ร้อยละ 44.75 โรงละคร ร้อยละ 33.00 บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ ร้อยละ 18.50 ศูนย์นิทรรศการ หอศิลป์ ร้อยละ 4.00 และอื่นๆ เช่น บริษัทผลิตรายการวิทยุ ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นว่าหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในแต่ละองค์กร หรือหน่วยงาน มีความแตกต่าง หรือคล้ายคลึงกัน

ท่านคิดว่าหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในแต่ละองค์กร หรือหน่วยงาน มีความแตกต่าง หรือคล้ายคลึงกัน	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่างกัน	149	37.25
คล้ายคลึงกัน	251	62.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer) ในแต่ละองค์กร หรือหน่วยงาน มีความคล้ายคลึงกัน ร้อยละ 62.75 รองลงมา คือ แตกต่างกัน ร้อยละ 37.25 ตามลำดับ

4.1.2 **ความคิดเห็นเกี่ยวกับศูนย์ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิตการแสดง** (The Producer)

ตาราง 4.1.12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

ท่านคิดว่ามีหน่วยงาน หรือองค์กรทางการศึกษา ทั้งภาครัฐ และเอกชนที่มีการเรียนการสอน ทั้งทางตรง และทางอ้อม เกี่ยวกับการผลิต และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer) หรือไม่ หรือคล้ายคลึงกัน	จำนวน	ร้อยละ
มี	71	17.75
ไม่มี	329	82.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรทางการศึกษา ทั้งภาครัฐ และเอกชนที่มีการเรียนการสอน ทั้งทางตรง และทางอ้อม เกี่ยวกับการผลิต และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer) ร้อยละ 82.25 รองลงมา คือ มี ร้อยละ 17.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ที่ผู้อำนวยการผลิต (Producer) ต้องดูแล และรับผิดชอบหน้าที่ของทุกฝ่ายด้วยตัวเอง	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	295	73.75
ไม่จำเป็น	105	26.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจำเป็นที่ผู้อำนวยการผลิต (Producer) ต้องดูแล และรับผิดชอบหน้าที่ของทุกฝ่ายด้วยตัวเอง ร้อยละ 73.75 รองลงมา คือ ไม่จำเป็น ร้อยละ 26.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

ท่านคิดว่าในการผลิตงาน อาทิ กิจกรรมพิเศษ ละคร รายการโทรทัศน์ นิทรรศการ และอื่นๆ หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้อำนวยการผลิต (Producer) เริ่มต้น และสิ้นสุดลงเมื่อไร	จำนวน	ร้อยละ
วางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน ถึงการเริ่มดำเนินงาน	3	0.75
การเริ่มดำเนินงาน ถึงจบงาน	31	7.75
วางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน การเริ่มดำเนินงาน ถึงจบงาน	156	39.00
วางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน การเริ่มดำเนินงาน จบงาน ถึงผลตอบรับงาน	210	52.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าในการผลิตงาน อาทิ กิจกรรมพิเศษ ละคร รายการโทรทัศน์ นิทรรศการ และอื่นๆ หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้อำนวยการผลิต (Producer) เริ่มต้นจากวางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน การเริ่มดำเนินงาน จบงาน ถึงผลตอบรับงาน ร้อยละ 52.50 วางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน การเริ่มดำเนินงาน

ถึงจบงาน ร้อยละ 39.00 การเริ่มดำเนินงาน ถึงจบงาน ร้อยละ 7.75 และวางแผนก่อนเริ่มดำเนินงาน ถึงการเริ่มดำเนินงาน ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

หากมีศูนย์ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer) เกิดขึ้น ท่านคิดว่าท่านสนใจจะสมัครหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
สมัคร	302	75.50
ไม่สมัคร	98	24.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.15 พบว่าหากมีศูนย์ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer) เกิดขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจจะสมัคร ร้อยละ 75.50 รองลงมา คือ ไม่สมัคร ร้อยละ 24.50 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

ระยะเวลาที่ท่านคิดว่าเหมาะสมสำหรับการฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer)	จำนวน	ร้อยละ
3 เดือน	29	7.25
6 เดือน	156	39.00
9 เดือน	34	8.50
1 ปี	137	34.25
1 ปี ขึ้นไป	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าระยะเวลาที่คิดว่าเหมาะสมสำหรับการฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพผู้อำนวยการผลิต (Producer) คือ 6

เดือน ร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ 1 ปี ร้อยละ 34.25 1 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 11.00 9 เดือน ร้อยละ 8.50 และ 3 เดือน ร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตาราง 4.1.17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น

ค่าเล่าเรียนต่อ 1 ภาคการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	104	26.00
20,000-30,000 บาท	166	41.50
30,001-40,000 บาท	89	22.25
มากกว่า 40,000 บาท	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าค่าเล่าเรียนต่อ 1 ภาคการศึกษา คือ 20,000-30,000 บาท ร้อยละ 41.50 น้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 26.00 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 22.25 และมากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

4.2 ความต้องการผู้อำนวยการผลิต (Producer) ขององค์กรจัดกิจกรรมพิเศษ

ผู้ศึกษาได้ศึกษา และวิเคราะห์องค์กรจัดกิจกรรมพิเศษ จำนวน 4 ราย คือ
บริษัท จี เอ็ม เอ็ม ไลฟ์ จำกัด
บริษัท หับ โห้ หิ้น จำกัด
บริษัท โอเวชั่น จำกัด
หอศิลป์ตาดู

ซึ่งบริษัทดังกล่าวมีตำแหน่งผู้อำนวยการผลิตเพื่อศึกษา ประวัติความเป็นมา โครงสร้างองค์กร จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer) ปัญหาและแนวทางแก้ไข ดังข้อมูลต่อไปนี้

4.2.1 บริษัท จี เอ็ม เอ็ม ไลฟ์ จำกัด

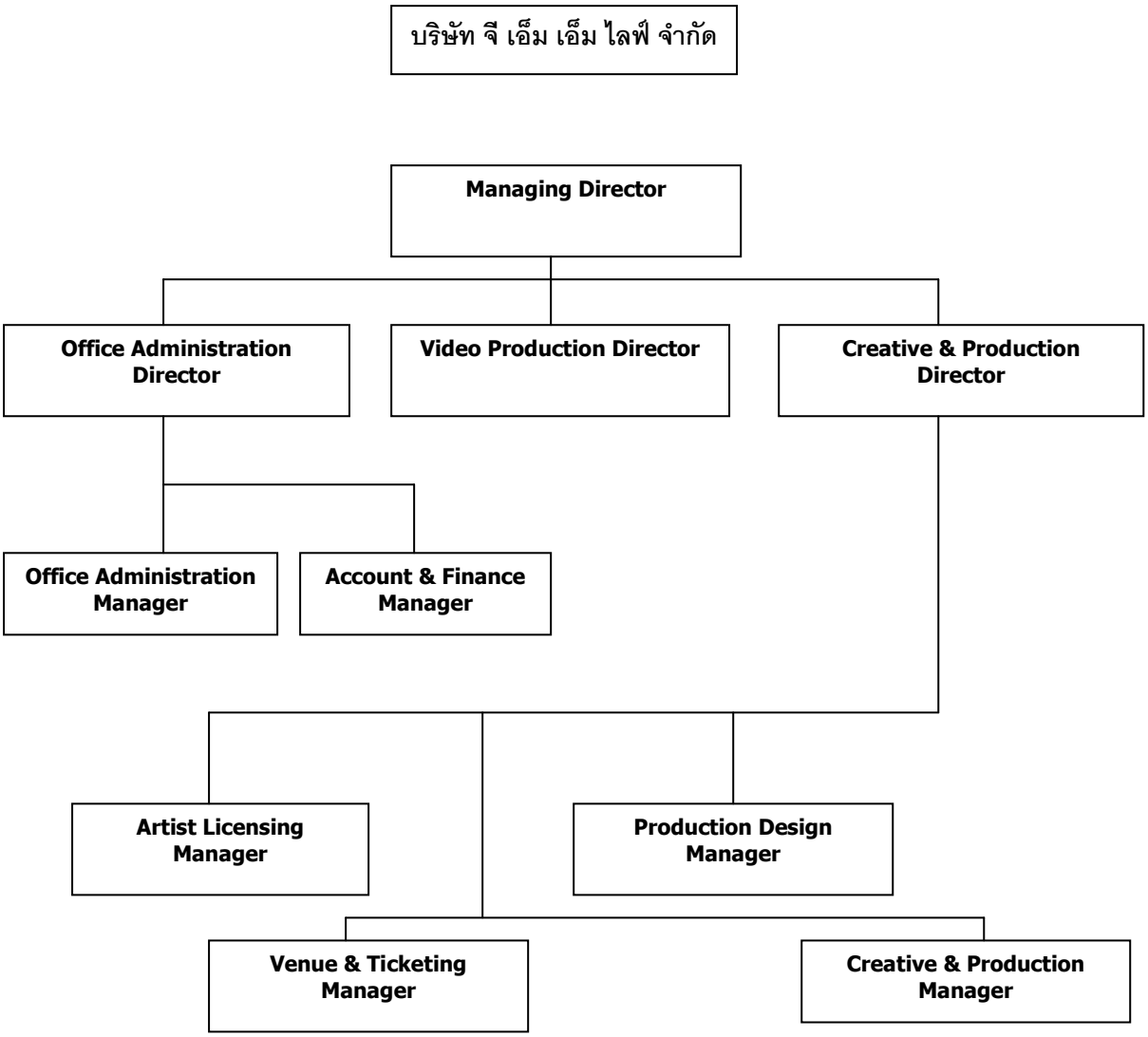
ประวัติความเป็นมา

บริษัท จี เอ็ม เอ็ม ไลฟ์ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการผลิตคอนเสิร์ต และ Variety Show, งานกิจกรรมพิเศษ และกิจกรรมการตลาดของสินค้า, งานสร้างสรรค์สื่อผสมผสานในเครือแกรมมี่ และงานประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องกับ Show Business

GMM LIVE เริ่มต้นจากการเป็นฝ่ายคอนเสิร์ต และกิจกรรมพิเศษ ในกลุ่มผลิตรายการโทรทัศน์ของ บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 โดยผลิตคอนเสิร์ตเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2534 จึงจดทะเบียนนิติบุคคลใหม่เป็น บริษัท เอ็กซ์ทรอกาไนเซอร์ จำกัด ซึ่งมาจากคำว่า Extra + Organizer เพื่อรองรับงานทางด้าน Events & Marketing ที่กำลังเติบโตในเมืองไทยก่อนถึงยุคฟองสบู่แตก และในปี พ.ศ. 2548 ก็มีการโอนย้ายธุรกิจหลักของบริษัทฯ เข้าเป็นสายงาน GMM LIVE ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ทำหน้าที่ในการจัดคอนเสิร์ต เพื่อรองรับความต้องการ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) โดยไม่ได้แสวงหาผลกำไรจากบริษัทแม่ โดยคิดราคาจากต้นทุนการผลิตจริง และสามารถเลี้ยงคนในบริษัทฯ ได้ ส่วนที่แสวงหาผลกำไร คือ การรับจัดกิจกรรมพิเศษ

โครงสร้างองค์กร



SWOT

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. เป็นบริษัทชั้นนำ ที่มีบุคลากรมืออาชีพอย่างแท้จริง 2. เป็นบริษัทแรกที่มีการจัดระบบ	1. ไม่มีสื่อเป็นของตนเอง
โอกาส	อุปสรรค
1. เป็นรายแรกในการผลิต 2. ไม่มีสื่อเป็นของตนเอง จึงสามารถดึง Partner อื่นๆ มาร่วมงานได้ 3. มีบริษัทแม่ ซึ่งมีศิลปินอยู่แล้ว สามารถดึงมาร่วมงานได้	1. เครือแกรมมี่แยกออกเป็น 3 สาย ประกอบด้วย จี เอ็ม เอ็ม ไลฟ์,ซีเนรีโอ และเอไทม์ จึงกลายเป็นการแข่งขันกันเอง 2. มีการตลาดกลาง ซึ่งเป็นตัวกำหนดข้อบังคับต่างๆ 3. รสนิยมต่างกัน

บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต (Producer)

ผู้อำนวยการผลิต (Producer) การแสดงคอนเสิร์ต ขั้นตอนแรกของการผลิตคอนเสิร์ตเริ่มจากการคิดก่อนว่าจะทำคอนเสิร์ตของศิลปินคนไหน ซึ่งต้องผ่านการประชุมของบริษัทมาก่อน ตามหลักการแล้ว การจะเลือกศิลปินในการทำคอนเสิร์ตขายบัตร หรือคอนเสิร์ตที่แฟนเพลงต้องเสียเงินเข้าไปดูนั้น ย่อมต้องมองว่าศิลปินคนนั้นกำลังอยู่ในกระแส เป็นที่น่าสนใจมากน้อยแค่ไหน หรือไม่ก็ต้องวางคอนเซ็ปต์ให้น่าสนใจเพียงพอกับความต้องการของคนดู ลำดับที่สอง คือ ขั้นตอนของฝ่ายผลิต และสร้างสรรค์ ซึ่งต้องคิดคอนเซ็ปต์ ชื่อของคอนเสิร์ต และรูปแบบคร่าวๆ ออกมา ก่อนที่จะไปประชุมร่วมกับศิลปิน และผู้บริหารของบริษัท เพื่อสรุปอีกครั้ง หลังจากที่ประชุมลงมติเกี่ยวกับชื่อคอนเซ็ปต์ รูปแบบหลักๆ เรียบร้อยแล้ว ลำดับต่อไป คือการแจกงานไปยังส่วนต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์ ทีมเดิมกับที่คิดรูปแบบมาตั้งแต่ต้น จะเป็นเสมือนหัวเรือใหญ่ของงานที่จะมารับผิดชอบแบ่งงานให้ทีมงานฝ่ายต่างๆ เพื่อเตรียมงาน ก็จะต้องประชุมกันอีกครั้งถึงรายละเอียดของคอนเสิร์ตในช่วงต่างๆ กำหนดคิวงาน เพลงที่จะให้ศิลปิน

ร้อง แขกรับเชิญที่จะมาสร้างสีสัน ฉาก แสง สี เสียง เสื้อผ้า แดนเซอร์ นักดนตรี ในขณะที่ฝ่ายผลิตคุยในรายละเอียดนั้น ฝ่ายการตลาดเอง ก็จะนำคอนเซ็ปต์ที่สรุปมาแล้วไปเสนอลูกค้า หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อขายสปอนเซอร์ หาเงินเข้ามาใช้ในการผลิต ขั้นตอนนี้หากไม่มีลูกค้าเจ้าไหนสนใจ จนขายสปอนเซอร์ไม่ได้ บางคอนเสิร์ตอาจจะถูกยกเลิก ไม่จัดเลยก็มี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารด้วย เนื่องจากรายได้จากการขายบัตรนั้น ในความเป็นจริงไม่เพียงพอต่องบประมาณในการผลิตคอนเสิร์ตใหญ่ๆ และเมื่อขายสปอนเซอร์ได้เรียบร้อย สรุปว่าทำคอนเสิร์ตนี้แน่ๆ แล้ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ก็จะต้องขับเคลื่อนต่อ ด้วยการจัดแถลงข่าว หรือกระจายข่าวออกไปให้แฟนเพลงได้รับรู้มากที่สุดตามช่องทางต่างๆ เพื่อกระตุ้นการขายบัตร โดยระหว่างที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์กำลังเดินหน้ากระตุ้นยอดขายบัตรอยู่นั้น ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์ จะเริ่มนัดคิวทีมงานส่วนต่างๆ ซ้อม โดยในช่วงแรกจะเป็นการแยกซ้อมในแต่ละส่วนไปก่อน คือ ศิลปิน วงดนตรีที่จะเล่นให้ แขกรับเชิญ จะแยกซ้อมตามคิวที่แต่ละคนว่าง ก่อนที่จะมารวมซ้อมในช่วงท้าย นอกจากนี้ ในช่วงเวลาเดียวกัน ฝ่ายผลิตและสร้างสรรค์จะต้องจ่ายงานให้ ทีมแสง ทีมเสียง ทีมออกแบบฉาก รวมไปถึง ทีมออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้า ให้ทำงานตามที่สรุปมาจากที่ประชุม

สำหรับ ศิลปินเจ้าของคอนเสิร์ต-คอรัส-นักดนตรี จะต้องซ้อมอย่างเข้มข้นอย่างน้อย 1 เดือน ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกันก็จะต้องลองเสื้อผ้าที่จะใส่ในวันจริงไปด้วย และในส่วนของนักร้องยังต้องกันคิวไว้สำหรับซ้อมเต้นกับ แดนเซอร์ ที่ก่อนหน้านี้จะแยกซ้อมไปก่อนล่วงหน้าอีกด้วย ต่อจากนั้น ก่อนถึงวันแสดงจริงประมาณ 2-3 วัน ทีมแสง เสียง และฉากจะต้องเข้าไปทำการติดตั้งอุปกรณ์ทุกอย่างให้พร้อม และเมื่อติดตั้งเสร็จเรียบร้อย แดนเซอร์ นักดนตรี คอรัส ศิลปิน จะเข้าซ้อม แยกกันไปแต่ละทีม จากนั้นก่อนวันแสดงจริง 1 วัน เจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเบื้องหน้า เบื้องหลัง จะเข้าประจำที่ทำการซ้อมใหญ่ ซึ่งจะเป็นการแสดงเหมือนจริงทุกขั้นตอน และในวันแสดงจริง ทีมงานทุกส่วนจะต้องมารวมกันตั้งแต่ช่วงเช้า เพื่อเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ จนกระทั่งถึงเวลาแสดงจริงในช่วงค่ำ ทั้งนี้หลังคอนเสิร์ตจบ ทุกฝ่ายยังต้องจัดเก็บอุปกรณ์และงานของตัวเอง รวมถึงต้องนัดสรุปงานทั้งหมด จุดแก้ไขต่างๆ รายรับ-รายจ่าย ความพึงพอใจของลูกค้า ฯลฯ จึงถือว่าเสร็จสิ้นภารกิจ

ปัญหา และแนวทางแก้ไข

ปัจจุบันไม่มีปัญหาในการบริหารจัดการในองค์กร แต่จะมีเพียงเรื่องรสนิยมของแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปจึงเกิดการถกเถียงกันขึ้น แต่เรื่องเหล่านี้ไม่ถือเป็นปัญหาแต่กลับกลายเป็นเรื่องดี ที่มีการสร้างทางเลือกของงานศิลปะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการตัดสินใจสูงสุดก็ขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการผลิตการแสดง (Producer) ท่านนั้นว่าจะตัดสินใจเช่นไร

จิตวิทยาในการคุมลูกน้อง แก้ปัญหาโดยการหมุนเวียนคนทำงาน เพื่อเป็นการฝึกคนให้ทำงานได้ในทุกรูปแบบ และป้องกันการยึดติดความคิด ระบบความคิดจะปิดเนื่องจากการทำงานจะกลายเป็นระบบทางลึก

4.2.2 บริษัท หับ โห้ หิ้น จำกัด

ประวัติความเป็นมา

หับโห้หิ้น บางกอก ได้เริ่มเข้ามาในธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ (TVC production) ตั้งแต่ปี 1991 ผู้ก่อตั้งคือ คุณจิระ มะลิกุล และคุณพงศ์นกร โกมารกุล ณ นาคระ ซึ่งทั้งสองเป็นผู้กำกับสำหรับ TVC ที่บริษัทเข้าไปดำเนินการ ในขณะนั้น บริษัทมีพนักงานเพียงแค่ 9 คน ในระหว่าง 15 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้ผลิตรายการที่มีคุณภาพกว่า 300 รายการ ลูกค้าของบริษัทก็คือ Agency ด้านโฆษณาทั้งระดับท้องถิ่นและนานาชาติ อันได้แก่ BBDO, Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, JWT, O&M, Y&R, Grey, TBWA, Thai Hakuhodo, Dentsu, SC Matchbox, FCB, Far East ฯลฯ บริษัทมีพนักงานที่มีความสามารถกว่า 40 คน และมีผู้กำกับ 4 คน ที่เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี อันประกอบด้วย คุณพงศ์นกร โกมารกุล ณ นาคระ, คุณครรชิต สพโชคชัย, คุณภาวิน สุพรรทวรักษ์ และคุณวุฒิดนัย อินทร์เกษตร นอกจากนี้ ยังมีผู้กำกับอีก 2 ท่านที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง คือ คุณยงยุทธ ทองกองทุน และคุณฤทัยวัน วงศ์สิรสวัสดิ์

ด้วยความชื่นชอบในภาพยนตร์ ในปี 2000 คุณจิระ มะลิกุลและคุณยงยุทธ ทองกองทุน ได้ร่วมกันกำกับภาพยนตร์เรื่อง Iron Ladies (2000) ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง ด้วยเหตุนี้จึงมีการก่อตั้ง หับโห้หิ้น ฟิล์ม ขึ้นในปี 2001 โดยได้สร้างภาพยนตร์คุณภาพต่างๆ ได้แก่ Mekhong Full Moon Party (2002), Iron Ladies II (2003) and My Girl (2003) จากความสำเร็จที่คุณจิระ และคุณยงยุทธ ได้ร่วมกันสร้างไว้ GTH จึงได้เกิดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2004 ซึ่งถือเป็นสตูดิโอภาพยนตร์เพื่อสร้าง ทำการตลาดและกระจายภาพยนตร์

GTH เป็นองค์กรร่วมที่มีอิสระอย่างเต็มที่จากบริษัทสื่อที่มีชื่อเสียงทั้ง 3 บริษัทของประเทศไทย อันได้แก่ GMM, Thai Entertainment และหับโห้หิ้น บางกอก ในปัจจุบัน GTH ได้เป็นที่รู้จัก และยอมรับของผู้ชมทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ถึงแม้ว่าคุณจิระจะได้ทำงานเกี่ยวกับภาพยนตร์โดยรับบทในการเป็นผู้กำกับ และ Producer แต่ก็ยังทำงานเป็น Executive Director และที่ปรึกษาให้กับหับโห้หิ้น คำแนะนำอย่างมืออาชีพของคุณจิระถือเป็นประโยชน์อย่างสูงแก่ทีมงานเสมอ

ผู้ก่อตั้ง

คุณจิระ มะลิกุล จบการศึกษาด้านศิลปะการสื่อสารจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คุณจิระเกิด และเติบโตในกรุงเทพฯ แต่ในการทำงานคุณจิระกลับเลือกที่จะดึงเอาส่วนที่ดีที่สุดของต่างจังหวัด ได้แก่ สถานที่และผู้คนออกมานำเสนอ เป็นผู้กำกับมิวสิควิดีโอในปี 1987-1989 และโฆษณาโทรทัศน์ระหว่างปี 1990-2000 คุณจิระได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ในฐานะผู้กำกับภาพยนตร์ คุณจิระได้กวาดรางวัลสุพรรณหงส์ ในปี 2002 สำหรับภาพยนตร์เรื่องแรก Mekhong Full Moon Party โดยได้รับรางวัลสำหรับบทภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ผู้กำกับยอดเยี่ยมและภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ในปี 2005 คุณจิระได้พิสูจน์ฝีมือตัวเองอีกครั้งโดยได้รับรางวัลผู้กำกับยอดเยี่ยมและภาพยนตร์ยอดเยี่ยมสำหรับเรื่อง The Tin Mine ในฐานะผู้ก่อตั้งและผู้ถือหุ้นของหับโห้หิ้น บางกอก คุณจิระได้ดูแลบริษัท GTH โดยสวมตำแหน่งเป็นหัวหน้าฝ่าย Creative และการพัฒนา ในบางโครงการ คุณจิระก็จะเข้าไปเป็นผู้กำกับเองและในบางครั้งก็เป็น Producer เมื่อว่างจากการทำงาน คุณจิระจะเดินทางเขียนและพัฒนาคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

คุณพงศ์นกร โกมารกุล ณ นาคระ ก่อนที่จะเข้ามาร่วมเป็นผู้ก่อตั้งและผู้กำกับภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ที่หับโห้หิ้น บางกอก คุณพงศ์นกรมีชื่อเสียงจากการได้รับรางวัลชนะเลิศในการเป็น Art Director ที่ Leo Burnett และ DY&R Bangkok จบการศึกษาปริญญาตรีด้านการออกแบบสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นคนที่มีสไตล์เป็นของตนเอง ในปัจจุบัน นอกจากจะกำกับโฆษณาทีวีแล้ว ยังได้ทำการพัฒนาและฝึกอบรมผู้กำกับต่างๆ ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จอีกด้วย

เกี่ยวกับชื่อ "หับโห้หิ้น"

เริ่มต้นในปี 1987 เมื่อคุณจิระได้รับโอกาสให้กำกับรายการโฆษณาโทรทัศน์เป็นครั้งแรกหลังจากที่เป็น Freelancer ในสายธุรกิจสื่อและมิวสิควิดีโอมานาน ซึ่งโอกาสนี้จะทำให้ชีวิตของเขาเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง และก็ทำให้ก่อเกิดเป็นองค์กรขึ้นมา

ในตอนนั้นคุณจิระอยู่ในห้องสตูดิโอเสียง มีพนักงานต้อนรับถามคุณจิระเกี่ยวกับบริษัทของคุณจิระ แต่ในขณะนั้นคุณจิระยังเป็น Freelancer ยังไม่มีชื่อบริษัทหรือมีบริษัทเป็นของตนเองแต่อย่างใด คุณจิระจึงคิดขึ้นมาทันควันและตอบออกไปว่า *"หับโห้หิ้น"* ซึ่งเป็นชื่อของโรงสีข้าว ในจังหวัดสงขลา ที่คุณจิระเพิ่งจะไปถ่ายฉากในมิวสิควิดีโอชื่อนี้จึงเป็นที่มาของชื่อบริษัท ในวันนั้นคุณจิระได้ทำงานในห้องสตูดิโอเสียงอย่างประสบความสำเร็จ

คุณจิระใช้ชื่อนี้มาโดยตลอดโดยที่ยังไม่ทราบความหมายของคำ โดยคุณจิระได้รับรางวัลโฆษณาระดับชาติต่างๆ และในปี 1989 ก็ได้รับรางวัล Asian Awards หลังจากนั้น 3 ปี คุณจิระพร้อมด้วยคุณพงศ์นกร โกมารกุล ณ นาคระ ก็ได้ก่อตั้งบริษัทภายใต้ชื่อที่นำความโชคดีว่า "หับโห้หิ้น บางกอก" หลังจากนั้น 1 ปีครึ่ง คุณจิระก็ได้ทราบความหมายของคำทั้งสามคำนี้ จากเจ้าของโรงสีข้าว "หับโห้หิ้น" เนื่องจากเจ้าของได้โทรศัพท์มาหาคุณจิระด้วยความโกรธเคืองว่านำชื่อไปใช้โดยไม่ได้ขออนุญาต คุณจิระได้แสดงความขอโทษอย่างจริงใจ และด้วยความโชคดี เจ้าของชื่อก็ตกลงให้ใช้ชื่อนี้ และอธิบายความหมายของคำสามคำนี้

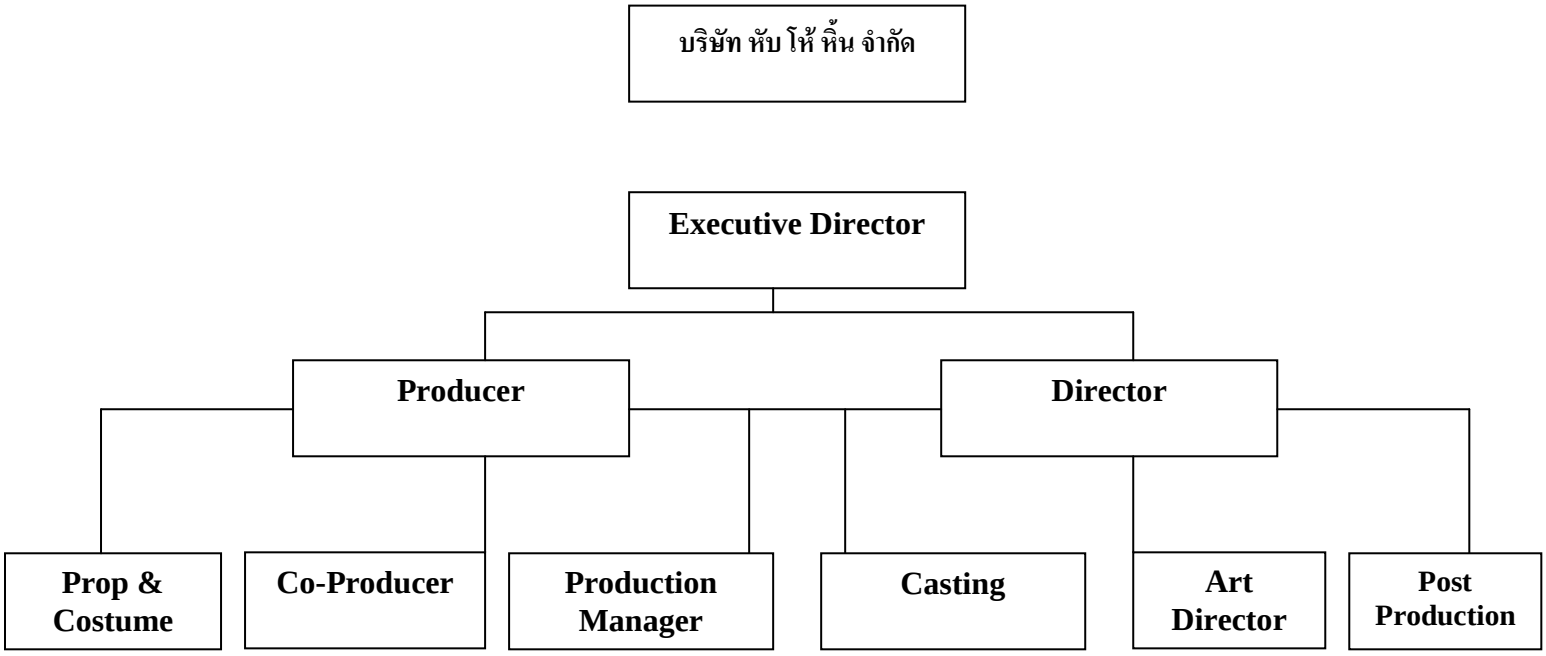
หับ ร่วมมือ

โห้ สะดวกสบาย

หิ้น ผ่านพ้นไปได้

กว่า 10 ปีหลังจากนั้น คุณจิระและคุณพงษ์นกรพร้อมกับทีมงานก็ได้ร่วมกันทำงานภายใต้ชื่อนี้ด้วยความเชื่อมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับทีมงานแต่ละคนให้สามารถก้าวสู่การเป็นผู้สร้างหนังที่มีศักยภาพในด้านการสร้างโฆษณาโทรทัศน์และภาพยนตร์

โครงสร้างองค์กร



รูปแบบขององค์กร

หับ โห้ หิ้น จะให้บทบาทหน้าที่และความสำคัญกับผู้กำกับมากที่สุด รองลงมาคือ โปรดิวเซอร์ โดยผู้กำกับและโปรดิวเซอร์จะเป็นผู้ที่ต้องทำงานประสานและร่วมมือกันโดยตลอด

ลักษณะการทำงานจะถูกแบ่งออกเป็นสองช่วงใหญ่ๆ คือ

1. ช่วง Pre Production ภายหลังจากที่ผู้กำกับและโปรดิวเซอร์ได้รับทราบรายละเอียดของงานทั้งหมดแล้ว โปรดิวเซอร์จะเป็นผู้กระจายงานให้กับฝ่ายต่างๆ ต่อไป และมีหน้าที่ติดตามเพื่อนำงานนั้นๆ กลับมารวบรวมและเสนอต่อผู้กำกับอีกครั้งหนึ่ง

2. ช่วง Production หรือช่วงการถ่ายทำ (ออกกอง) หน้าที่หลักจะอยู่ที่ผู้กำกับและ Production Manager แต่ Producer จำเป็นต้องออกกองด้วย เนื่องจากงานโฆษณานั้นจะมีความแตกต่างจากงานประเภทอื่นๆ คือ ลูกค้าของงานนั้นๆ จะมาที่กองถ่าย

ด้วย Producer จึงมีหน้าที่ดูแลลูกค้า และสามารถตอบคำถามและอธิบายถึงวิธีการและขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการทำงานทั้งหมดได้ เนื่องจากโปรดิวเซอร์เป็นผู้ที่ทราบถึงภาพรวมของงานทั้งหมดเช่นเดียวกับผู้กำกับ

SWOT

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. หับ โห้ หิ้น มีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ และมีประสบการณ์ในการทำงานสูง ในแต่ละฝ่ายเป็นพนักงานประจำที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานร่วมกันอย่างดี 2. มีผู้กำกับที่เป็นที่รู้จัก และมีผลงานที่ได้รับการยอมรับในวงกว้าง 3. รูปแบบการทำงานของ หับ โห้ หิ้น จะมีรูปแบบเฉพาะที่มีความกลมกล่อม และเชี่ยวชาญงานในด้านของผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ผู้ใหญ่ มากเป็นพิเศษ 4. หับ โห้ หิ้น สามารถให้บริการทางด้าน Production ครบวงจร	1. รูปแบบของงานที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม ทำให้เมื่อมีงานประเภทวัยรุ่น ทางเอเจนซี่หรือลูกค้าจะไม่นึกถึง หับ โห้ หิ้น 2. ความหลากหลายทางด้าน Visual Art
โอกาส	อุปสรรค
1. ลูกค้าติดในชื่อของผู้กำกับ เมื่อมีงานก็จะยึดติดกับผู้กำกับคนเดิม	1. ระบบการทำงานแบบครอบครัว บางครั้งทำให้การทำงานเกิดความหละหลวม และไม่เคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิตการแสดง

การดูแลเรื่องของโปรดัคชั่นตั้งแต่เริ่มต้นคือการรับบรีฟจากลูกค้า และนำมาพูดคุยกับทีมงาน แบ่งหน้าที่ให้กับทีมงานแต่ละฝ่าย และดูแลขั้นตอนต่างๆ จวบจนเสร็จสิ้น ซึ่งในระหว่างการทำงานจะต้องประสานงานกับผู้กำกับตลอดเวลา และมีหน้าที่โดยตรงในการพูดคุยกับลูกค้า นอกจากนั้นภายหลังจากที่งานเสร็จสิ้นแล้ว โปรดิวเซอร์ยังจำเป็นต้อง

ตรวจสอบการแพร่ภาพ คุณภาพของผลงาน และมาตรฐานการแพร่ภาพของแต่ละสถานี และความคิดเห็น ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลงานนั้นๆ รวมถึงเรื่องของระยะเวลาการเผยแพร่ การนำผลงานนั้นๆ ขยายการเผยแพร่ไปยังประเทศอื่นๆ ซึ่งหน้าที่สำคัญอีกประการของโปรดิวเซอร์คือ การมีความแม่นยำและความรู้ในเรื่องของลิขสิทธิ์อีกด้วย เพราะงานนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกัน หากมีการละเมิดโดยไม่ตั้งใจ ก็อาจจะเกิดความเสียหายต่อผลงานได้ ซึ่งรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ โปรดิวเซอร์จะต้องเป็นผู้ที่ตรวจสอบด้วย

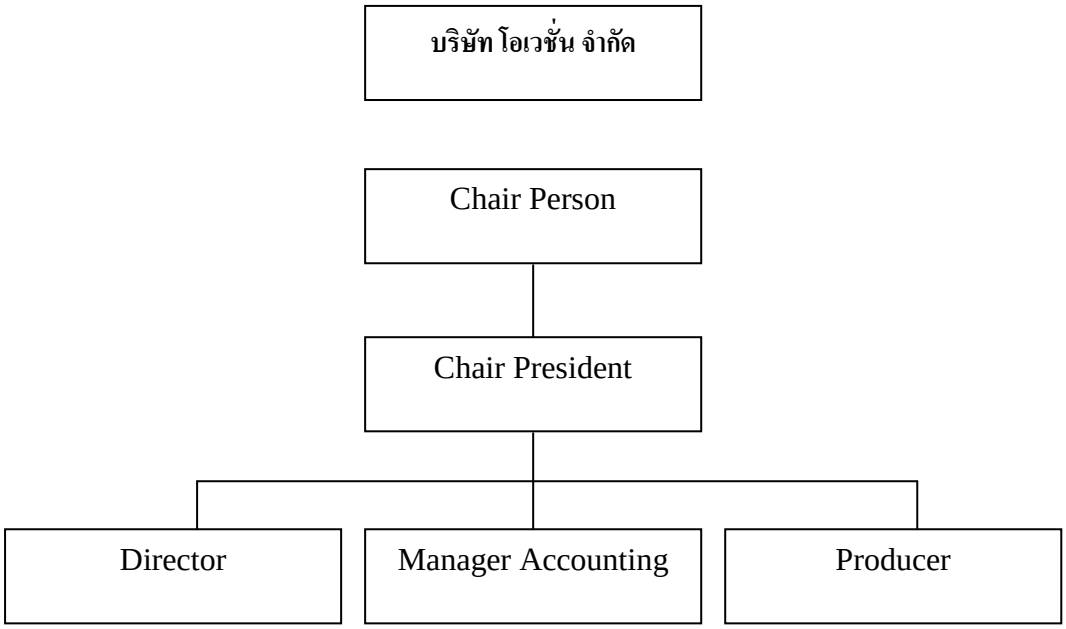
4.2.3 **บริษัท โอเวชั่น จำกัด**

ประวัติความเป็นมา

แยกออกจาก Siam Studio ในปี 2001 และเปิดเป็นบริษัทออกาไนซ์ในชื่อว่า บริษัท โอเวชั่น จำกัด ถือเป็นบริษัทออกาไนซ์ตั้งแต่ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มีพนักงานไม่เกิน 40 คน ให้บริการทั้งโลคอลและอินเตอร์เนชั่นแนล นอกจากนั้นมีโครงสร้างอื่นที่สนับสนุนงานอีเวนท์ คือ ดีวีดี สื่อวีดีทัศน์ที่ประกอบกับงานอีเวนท์โดยถือเป็นหนึ่งในแผนกของบริษัท (ค้นคว้าข้อมูล) คือมีส่วนของสาระที่ไม่ใช่เพียงแค่อีเวนท์ปาร์ตี้ แต่จะไม่เฉพาะเจาะจงไปที่รูปแบบของการผลิตรายการทีวี แต่จะเป็นสารคดีเฉพาะกิจ สารคดีเฉลิมพระเกียรติ เช่น สารคดีของในหลวง สารคดีสมเด็จพระนางเจ้า สารคดีของกรมหลวง

นอกจากนี้ โอเวชั่นมุ่งเน้นไปที่การให้ความสำคัญกับการให้บริการและความคิดสร้างสรรค์ชั้นเลิศบริษัทโอเวชั่น มุ่งมั่นที่จะจัด Event ด้านสังคมวัฒนธรรมและเพื่อการพาณิชย์ อีกทั้งยังให้บริการอย่างครบวงจรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในทุกแง่มุม นับจากการออกแบบเชิงมโนทัศน์และการให้คำปรึกษาไปจนถึงการสร้างงานให้เกิดขึ้นจริง ทีมผู้บริหารประกอบด้วย คุณนิดา สุทัศนะ ณ อยุธยา (ประธาน Chairperson) คุณบูรณี รัชไชยบุญ (ประธาน President) และคุณวรัททา รัตนิน แอล. (ผู้อำนวยการ) โดยการนำแนวคิดของงานมาแปรให้เป็นความจริง การให้ความสำคัญกับคุณภาพสูงสุดในทุกขั้นตอน การทำงานตามกำหนดการ ช่วยให้เราสามารถสร้างความแน่ใจได้ว่าจะเกิดผลลัพธ์ที่ประสบความสำเร็จในทุกครั้ง

โครงสร้างองค์กร



SWOT

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมาหลายปีของพนักงานมืออาชีพ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในศิลปะกับเทคโนโลยี ทั้งที่เป็นพื้นฐานไปจนถึงนวัตกรรมล่าสุด 2. สามารถทำงานร่วมกับพาร์ทเนอร์ที่มีชื่อเสียง เช่น ทูป หรือตือ 3.อัตลักษณ์ของผู้บริหาร มีความโดดเด่นชัดเจนเฉพาะตัว	1. การเป็นบริษัทขนาดกลางที่ไม่ต้องการขยายฐานของบริษัทให้โตไปมากกว่านี้ 2. ประสบปัญหาการทำงานไม่ทันในบางกรณี
โอกาส	อุปสรรค
1. การเป็นบริษัทออกาไนซ์ที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในรูปแบบของงาน Entertainment m ควบคู่ไปกับสาระ	1. ระบบการทำงานแบบครอบครัวอาจจะทำให้เกิดความเกรงใจ และขาดความเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต

เริ่มต้นตั้งแต่แรก คือ การรับบรีฟกับลูกค้า และการครีเอทีฟด้วย ทำพรีเซนท์ นำเสนองาน ใบเสนอราคา จัดเตรียม จัดซ้อม ดูแลกระบวนการต่างๆ จนกระทั่งปิดกระบวนการ ตลอดจนเมื่องานเสร็จสิ้นก็จะวัดความสำเร็จ โดยถ้าวัดในกระบวนการธุรกิจ วัดที่ตัวเลข วัดเชิงเครดิต วัดที่ความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจของเรา ในงานแต่ละรูปแบบนั้นจะมีการคัดสรรสิ่งที่ทีมงานถนัด โดยโปรดิวเซอร์หนึ่งคนจะไม่สามารถทำทุกอย่างที่ถนัดได้ ดังนั้นจึงมีการคัดเลือกเพื่อให้สามารถสร้างงานที่มีประสิทธิภาพ

โดยที่โอเวชั่นจะมีทีมงานประมาณ 5 ทีม โดยในทีมจะประกอบด้วย โปรดิวเซอร์ ผู้ช่วยโปรดิวเซอร์อย่างน้อย 2 คน และเออี 1 คน ทั้งหมด ประมาณ 4-5 คน อายุเฉลี่ยของโปรดิวเซอร์อยู่ที่ประมาณ 30 ปี เพราะที่โอเวชั่น โปรดิวเซอร์อายุน้อยที่สุด คือ 27 ปี และโปรดิวเซอร์อายุมากที่สุดคือ 38 ปี อายุของโปรดิวเซอร์ถือว่ามีส่วนในการทำงานน้อย เพราะโปรดิวเซอร์อาศัยประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า บางครั้งการที่โปรดิวเซอร์มีผู้ช่วยที่ดี ก็สามารถให้โอกาสผู้ช่วยโปรดิวเซอร์ได้เลื่อนขึ้นมาเป็นโปรดิวเซอร์ และสั่งสมประสบการณ์การทำงานจากงานเล็กๆ ก่อน เพื่อสร้างเสริมให้เกิดทีมงานที่แข็งแกร่งเพิ่มขึ้นต่อไป

ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา

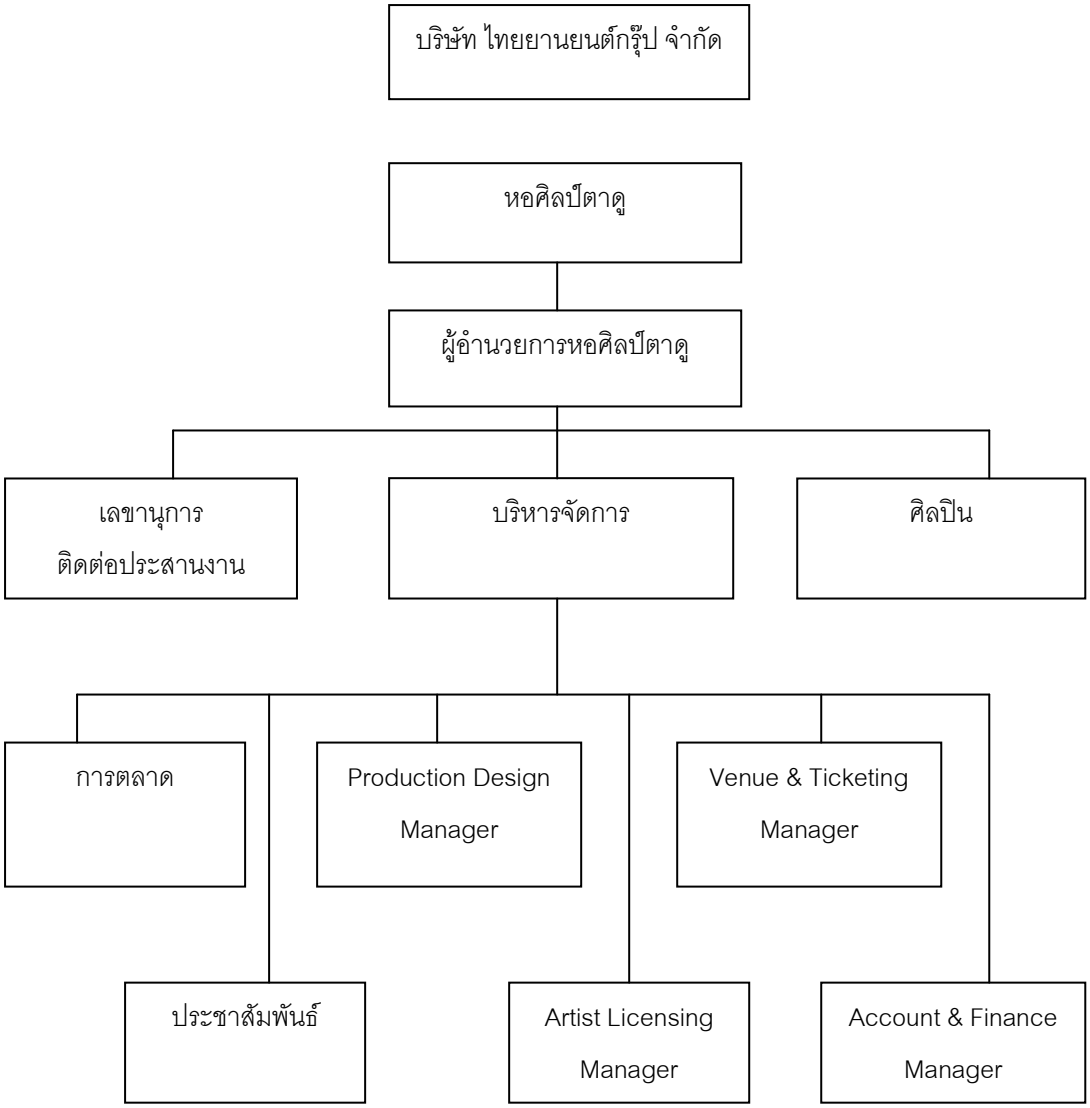
ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเกิดจากการที่โปรดิวเซอร์ทำงานไม่ทัน อันเนื่องมาจากการได้รับการคอนเฟิร์มจากลูกค้าช้า หรือการมีเวลาในการทำงานน้อย ปัญหาด้านงบประมาณที่มีจำกัด ซึ่งทำให้กระบวนการทำงานต้องมีสติและรอบคอบมากเป็นพิเศษ โดยโปรดิวเซอร์จะต้องวางแผนการทำงานให้ดี และพร้อมรับมือกับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นที่หน้างาน

4.2.4 หอศิลป์ตาดู

ประวัติความเป็นมา

หอศิลป์ตาดู ได้ดำเนินกิจการในด้านศิลปะร่วมสมัยมาเป็นเวลากว่า 13 ปี คือ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 โดย คุณ วิทิต ลีนุตพงษ์ กรรมการบริหารยนตรกิจ กรุ๊ป เป็นผู้ก่อตั้งร่วมกับคุณวณิช เมฆธนสาร โดยในครั้งแรกหอศิลป์ได้ใช้พื้นที่ชั้นสองของอาคารพาวิลเลียนวาย บริเวณอาร์ซีเอ เป็นที่ตั้ง และจัดสรรพื้นที่ด้านล่างเป็นโชว์รูมรถ และร้านอาหาร ซึ่งถือว่าเป็นการรวบรวมงานการออกแบบชั้นสุดยอดมาไว้ด้วยกัน ทั้งอาหาร ไวน์ และงานศิลปะ แต่ต่อมาในปี 2546 มีการเปลี่ยนแปลงเรื่องของสัญญาการเช่าตึก ทางผู้บริหารซึ่งยังคงมุ่งมั่นกับหอศิลป์แห่งนี้ จึงมีมติในการหาทำเลใหม่บริเวณ เทียมร่วมมิตร ซึ่งได้เล็งเห็นถึงความเหมาะสมหลายๆ ด้านเพื่อเป็นที่ตั้งของหอศิลป์ อาทิ มีพื้นที่ใกล้เคียงกับศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย และ สยามนิรมิตที่กำลังดำเนินการก่อสร้าง โดยได้งบประมาณสนับสนุนจากทางยนตรกิจ ในการปรับปรุงพื้นที่ โดยมีคุณอภิศักดิ์ สนจด เป็นผู้ดูแล และเริ่มแสดงผลงานนิทรรศการในปี 2547 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันผู้ให้การสนับสนุนหลักหอศิลป์ตาดู คือ บริษัท ไทยยานยนต์กรุ๊ป จำกัด เนื่องจากคุณวิทิต ลีนุตพงษ์ ได้แยกตัวออกจากบริษัทยนตรกิจ กรุ๊ป

โครงสร้างองค์กร



SWOT

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีผู้สนับสนุนหลักที่มีความมั่นคงทางการเงิน ให้การสนับสนุนทั้งเรื่องสถานที่และรายจ่ายที่เกิดขึ้นภายในหอศิลป์ตาดู 2. เป็นองค์กรทางศิลปะที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมายาวนาน ทำให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป สื่อมวลชน ศิลปิน จึงเป็นการยืนยันและสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นองค์กรทางศิลปะโดยแท้จริง	1. สถานที่ตั้งยากแก่การเดินทาง 2. บุคลากรประจำมีจำนวนไม่เพียงพอ
โอกาส	อุปสรรค
1. เป็นองค์กรทางศิลปะที่เป็นที่ยอมรับต่อสาธารณะชน	1. รายรับที่ได้รับจากการสนับสนุนหลักอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการพัฒนาองค์กร

บทบาทหน้าที่ของผู้อำนวยการผลิต

หัวใจของผู้อำนวยการผลิต คือ การอยู่ตรงกลางระหว่างศิลปินกับสิ่งที่ศิลปินต้องการ หรือการเป็นตัวกลางเพื่อเชื่อมให้งานของทั้งสองส่วนออกมามีประสิทธิภาพ มองในแง่ของผู้อำนวยการหอศิลป์ มองว่าผู้บริหารจัดการวัฒนธรรมในแง่ของการทำงานนิทรรศการมี 2 คน คือ ภัณฑารักษ์ Curator กับ ผู้กำกับ Director

ภัณฑารักษ์ หรือ Curator เป็นผู้คัดสรรค์งาน ถือว่า ภัณฑารักษ์ Curator เป็นศิลปินคนหนึ่ง ถ้าภัณฑารักษ์ไม่คิด Concept ไม่สร้างสรรค์ชิ้นงาน งานนั้นก็ไม่มีเอกลักษณ์และความน่าสนใจ แต่ภัณฑารักษ์ Curator ต้องคิด Concept ก่อน ว่าจะนำเสนออย่างไร แล้วค่อยคัดสรรศิลปินมาประกอบในเรื่อง มันก็จะเกิดนิทรรศการที่น่าสนใจ และสนุกสนานขึ้น

แต่ในส่วนของผู้อำนวยการนั้น ทำหน้าที่อำนวยการ อำนวยความสะดวก ทำสิ่งที่คิดไว้ให้เป็นจริง ในขณะเดียวกันสำหรับศิลปินรุ่นใหม่ๆ ได้มีความพยายามที่จะอธิบายเรื่อง การจัดการหรือเงื่อนไขต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ในการทำงานนิทรรศการ ก็จะต้องอธิบายถึงรายละเอียดทั้งหมดว่าศิลปินและหอศิลป์จำเป็นต้องทราบ เช่น มีการจัดอย่างไร มีเวลาเท่าไร ค่าใช้จ่ายเป็นอย่างไร สิ่งที่จะได้รับมีอะไรบ้าง หากศิลปินต้องการ Catalogue, โปสการ์ด, หนังสือ หรือสูจิบัตร ทางหอศิลป์ก็สามารถแนะนำค่าใช้จ่ายในการผลิตสื่อเหล่านี้ได้ หรือในกรณีที่มีการวางแผนงานและเตรียมการก่อนการแสดงแป็นเวลานานก็อาจจะมาบริหารจัดการร่วมกัน โดยแบ่งการบริหารจัดการออกอย่างชัดเจน ว่าทางหอศิลป์สนับสนุนเรื่องใดบ้าง มีกฎกติกาที่แน่นอนเปรียบเสมือนข้อตกลงก่อนที่ศิลปินจะนำงานมาผลิต

ปัจจุบันนี้ศิลปินทุกคนต้องมีวิธีคิด และระบบการบริหารจัดการอยู่ในตัวเอง เพราะนอกเหนือจากการสร้างสรรค์งานแล้ว ศิลปินจะได้สามารถวางแผนถึงรูปแบบของงานที่ตนเองต้องการได้ หากเรามองศิลปินในฐานะบุคคล ศิลปินทัศนศิลป์ถือว่าเป็นผู้ที่ต้องทำงานหนักที่สุดเพราะจะจัดนิทรรศการหรือนำเสนอความคิดของตัวเอง ต้องทำคนเดียว ในขณะที่ศิลปินแขนงอื่น เช่น ผู้กำกับหนังมี Producer ที่สามารถนำเสนอผลงานให้ ผู้กำกับละครมี Producer, Stage Manager, Project Manager ที่คอยจัดการเรื่องการซ้อม การจัดคิวให้ แต่ศิลปินทัศนศิลป์ต้องแบกรูปออกมาจากบ้านเอง ต้องมานั่งดูเอง ต้องควบคุมเอง ทั้งหมด

แต่ในอนาคตศิลปินเหล่านี้ก็ต้องรู้จักการทำงานร่วมกับ Director หรือ Curator แล้วต้องประสานกัน โดยในแต่ละฝ่ายจะสามารถแสดงออกซึ่งความคิดเห็นต่อกันและได้ปรึกษาถึงผลดี ผลเสีย จุดดี จุดด้อยในการสร้างสรรค์งาน และเมื่อได้บทสรุปก็จะสามารถแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละฝ่ายได้อย่างชัดเจน อาทิ การหาสปอนเซอร์ การประชาสัมพันธ์งานที่จะเกิดขึ้น

ในแง่ของการบริหารจัดการวัฒนธรรม จะต้องมองภาพรวมของวัฒนธรรมซึ่งเป็นเรื่องใหญ่ ต้องมีการพัฒนาและสานต่ออย่างมั่นคง และดำเนินไปพร้อมกันทั้งระบบ การบริหารจัดการวัฒนธรรมของประเทศไทยในปัจจุบันนั้น มักจะประสบปัญหาด้านที่ว่า เมื่อศิลปินได้คิดสร้างสรรค์งานออกมาแล้ว จะดำเนินการผลิตจริงได้ยาก เพราะศิลปินเองจะมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายส่วนตัวที่ค่อนข้างสวนทางกับธุรกิจ ทำให้ในการดำเนินงานนั้นหาบทสรุปที่ลงตัวและได้รับความยินดีจากแต่ละฝ่ายค่อนข้างลำบาก

ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ในหอศิลป์นั้นมีบุคลากรประจำไม่เพียงพอ เนื่องจากการบริหารงานมีเพียงผู้อำนวยการหอศิลป์ทำงานเพียงคนเดียวและต้องดูแลทั้งในด้านการบริหารจัดการ โดยต้องหาเงินทุนสนับสนุนรวมทั้งบุคลากร เพื่อสร้างงานให้เกิดขึ้น ทำให้ปัญหาทางด้านเงินทุนสนับสนุนส่งผลกระทบต่อปริมาณของบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการหอศิลป์ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้มีการเริ่มแก้ปัญหาด้วยวิธีการขอรับเงินทุนสนับสนุนเป็นรายปี จากกระทรวงวัฒนธรรม สสส. หรือหน่วยงานเอกชนที่มีความสามารถในการสนับสนุนการสร้างงานเหล่านี้ได้ เพื่อให้หอศิลป์มีการผลิตงานอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพสืบไป

สรุปสัมภาษณ์ผู้อำนวยการผลิตขององค์กรจัดกิจกรรมพิเศษทั้ง 4องค์กร

จากการสัมภาษณ์องค์กรทางด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทั้ง 4 องค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขาอาชีพทางด้านงานบันเทิงนั้น พบว่า ในทุกๆ สาขา ไม่ว่าจะเป็นการจัดการแสดงสดในรูปแบบคอนเสิร์ต การจัดกิจกรรมพิเศษ หอศิลป์ หรือบริษัทผลิตภาพยนตร์โฆษณาล้วนแล้วแต่ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญทางด้านการเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) ซึ่งในปัจจุบันแม้ว่าจะมีผู้ประกอบอาชีพนี้อยู่ แต่ก็ถือว่าล้วนมาจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสั่งสมประสบการณ์ลองผิด ลองถูก จากการทำงานและกับผู้ร่วมงานในตำแหน่งอื่นๆ ทั้งสิ้น ซึ่งการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยในสาขาวิชาที่ใกล้เคียง อาทิ สาขานิเทศศาสตร์ สาขาศิลปกรรมศาสตร์ หรือสาขาอักษรศาสตร์ ฯลฯ นั้น ล้วนแต่สอนพื้นฐานการผลิตในแง่เฉพาะทาง แต่ไม่ได้เจาะจงไปในการสอนกระบวนการคิด และผลิตที่พร้อมไปด้วย กระบวนการทำงาน และกระบวนการทางการตลาด ที่ต้องรักษาสมดุลย์ของคุณภาพงานและการสร้างการตลาดที่ดีไว้ควบคู่กัน ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นสำหรับอาชีพ ผู้อำนวยการผลิต (Producer)

ดังนั้น หากมีสถาบันหรือองค์กรที่มีศักยภาพในการให้ความรู้และประสบการณ์จริงกับผู้ที่สนใจ หรือต้องการพัฒนาศักยภาพทางด้านอาชีพผู้อำนวยการผลิต (Producer) เพิ่มเติม ถือว่าเป็นเรื่องที่น่าส่งเสริมและสนับสนุน เพราะนอกจากการให้ความรู้อย่างมีระบบกับผู้อำนวยการผลิต (Producer) แล้ว การสร้างสนามแข่งขัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้อำนวยการผลิต ได้ทดลองสนาม ถือเป็นเรื่องที่จำเป็นและขาดเสียไม่ได้ เพราะการเป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) ที่ดีและมีศักยภาพนั้น ยังจำเป็นต้องผ่านประสบการณ์และเรียนรู้การทำงานด้วยตนเองเช่นกัน จึงจะสามารถเผชิญกับปัญหาและสภาวะกดดันทั้งจากการทำงานร่วมกับทีมงานและสภาวะการกดดันจากลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ