

บทที่ 4

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการบริหารการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Observation) และการค้นคว้าเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา คือ การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่ส่งผลต่อการบริหารงานการผลิตและพัฒนาภาพยนตร์อนิเมชันและศึกษาแนวทางการบริหารงานการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ให้ประสบความสำเร็จ มาปรับประยุกต์ใช้ในกระบวนการสร้างและการบริหารภาพยนตร์อนิเมชัน จากการศึกษาพบว่า

ส่วนที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการบริหารงานการผลิตและพัฒนาภาพยนตร์อนิเมชัน

ในการศึกษา การบริหารการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดปัจจัยแวดล้อมในการบริหารงานสื่อสารมวลชนมากเป็นกรอบในการศึกษา ถึงปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการบริหารการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันซึ่งมีส่วนประกอบ 2 ประการได้แก่

1. ปัจจัยแวดล้อมภายใน
2. ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อการบริหารการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน มีหลายประการด้วยกัน ได้แก่

1. งบประมาณ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันมากที่สุดสาเหตุเนื่องจากการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันเรื่องหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องใช้งบประมาณ หรือ การลงทุนสร้างที่สูง ซึ่งการดำเนินธุรกิจที่มีการลงทุนที่สูงนี้ ด้วยสาเหตุจากการดำเนินธุรกิจที่มีการลงทุนสูงขนาดนี้ ทำให้ผู้ประกอบการบางรายประสบกับภาวะขาดทุน หรือได้ผลตอบแทนไม่คุ้มกับการลงทุน เช่น อยู่ในภาวะเสมอตัวจึงมีการเลิกธุรกิจด้านนี้ไปดังนั้นผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชันจึงมีเป้าหมายที่จะขยายไปในต่างประเทศ หรือ ขายผลงานไปในต่างประเทศเพื่อชดเชยต่อการลงทุนที่สูงนี้เอง

2. เทคโนโลยี เป็นปัจจัยแวดล้อมภายในที่มีผลต่อการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน เนื่องจากการลงทุนในเรื่องของเทคโนโลยีที่มีทุนสูงแล้ว ยังมีข้อจำกัดในด้านการขาดทักษะ และความเชี่ยวชาญ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญ หรือชำนาญในการใช้งานยังมีจำนวนน้อยและถือได้ว่ายังมีการทำงานแบบลองผิดลองถูก

3. ระยะเวลาในการผลิต เป็นปัจจัยที่มีผลต่อ การผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ในทุก ๆ บริษัทเนื่องจากการการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันนั้นจะต้องสิ้นเปลืองเวลาในการทำงานเป็นอย่างมาก

4. ทีมงาน จากการศึกษาพบว่า บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ยังขาดแคลนทีมงานในการผลิตและยังขาดทีมงานที่มีทักษะ ความชำนาญ วิธีการในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ก็จะใช้การฝึกอบรมเพื่อให้มีการเรียนรู้ด้านอนิเมชัน และมีการทักษะ

ส่วนที่ 2 การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์อนิเมชัน ให้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์อนิเมชันไทย ในประเด็นหลักอันประกอบไปด้วย

1. การสร้างเอกลักษณ์ของภาพยนตร์อนิเมชันไทย ภาพยนตร์อนิเมชันไทยได้สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แสดงได้ถึงความเป็นไทยที่แตกต่างจากภาพยนตร์อนิเมชันของต่างประเทศอย่างเห็นได้ชัด ที่ภาพยนตร์ของประเทศอื่นไม่มีคือความเป็นคนไทยไม่ว่าจะเป็นขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตที่แสดงให้เห็นได้ในภาพยนตร์ของไทยในหลาย ๆ

2. การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์อนิเมชันไทย ผู้บริหารด้านกลยุทธ์ได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้ใกล้ชิดกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

ซึ่งทางผู้ผลิตภาพยนตร์ได้มีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารการตลาดไม่ว่าจะเป็น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ของภาพยนตร์อนิเมชันไทยนั้นแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ชมที่ซื้อบัตรเข้าไปชมในโรงภาพยนตร์หรือกลุ่มผู้ชมทั่วไปที่จะยอมเสียเงินซื้อบัตรเข้าไปชมภาพยนตร์ภาพในโรงภาพยนตร์และกลุ่มทุนในตลาดต่างประเทศที่ซึ่งมีความพร้อมในเรื่องของเงินทุนและงบประมาณ กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ภาพยนตร์อนิเมชันไทยได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาดให้กับลูกค้าโดยเน้นให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าภาพยนตร์ อนิเมชันของไทยนั้นแตกต่างจากภาพยนตร์อนิเมชันของประเทศอื่น ๆ สร้างข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ ภาพยนตร์อนิเมชันไทยนั้นต้องการมุ่งหวังในการนำภาพยนตร์ให้เป็นที่ยอมรับได้อย่างกว้างขวางในตลาดต่างประเทศจึงเน้นให้ความสำคัญที่

จะสื่อให้เห็นว่าภาพยนตร์ อนิเมชันของไทยนั้นมีความน่าสนใจได้ไม่แพ้ประเทศใด ๆ การเลือกช่องทางการสื่อสารภาพยนตร์ ช่องทางการสื่อสารของภาพยนตร์อนิเมชันไทยนั้นทางผู้บริหารได้มีการกำหนดกลยุทธ์ไว้ว่า เน้นการสื่อสารไปที่ช่องทางของกลุ่มผู้ชมภายในประเทศหลักก่อน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความสนใจอยากที่จะเข้ามาชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ การกำหนดงบประมาณ ภาพยนตร์อนิเมชันไทยได้ถูกกำหนดงบประมาณไว้ไม่ตายตัวเนื่องจากรัฐบาลนั้นได้มีการสนับสนุนเงินทุนบางส่วนเพื่อที่จะให้เป็นงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในโฆษณาภาพยนตร์ในตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศ รวมไปถึง การประเมินผลที่ผ่านมาจะเป็นการประเมินผลทางด้านรายได้ของภาพยนตร์ที่เข้าฉายภายในโรงภาพยนตร์ หากรายได้ที่ได้สามารถอยู่ในระดับที่คาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะนำภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยซึ่งนำไปข้อสรุปเกี่ยวกับ “ปัจจัยการบริหารการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน” ได้กรอบแนวคิดการสื่อสารการตลาดโดยเน้นแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังได้กล่าวรายละเอียดไว้ข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผล ดังนี้คือ

การใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในการบริหารภาพยนตร์อนิเมชัน

การสร้างชื่อตราสินค้าของภาพยนตร์อนิเมชันไทยนั้น ได้วางคุณสมบัติของภาพยนตร์อนิเมชันไทยซึ่งหากวิเคราะห์ตามสูตรการตั้งตราสินค้าแล้วถือได้ว่าสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายการสื่อสาร และการวางตำแหน่งของตราสินค้าได้อย่างชัดเจนเพราะสามารถที่จะบ่งบอกได้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยที่มีความอ่อนนุ่ม การสื่อสารทางวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างและตรงตามความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนให้เข้าใจง่าย และตลาดในต่างประเทศอย่างการที่ภาพยนตร์เรื่องก้านกล้วยสามารถที่จะนำไปขายได้จนนำรายได้มหาศาลในตลาดต่างประเทศจนประสบความสำเร็จ

ประเด็นในการใช้สัตว์เป็นตัวละครในการสื่อสารนั้นก็ได้มีการใช้ข้อมูลที่มีผ่านการวิเคราะห์แล้วว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กได้โดยง่ายเนื่องจากไม่ขัดต่อเชื้อชาติ

ศาสนา และยังสามารถนำไปสื่อสารได้ในวงกว้างอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากภาพยนตร์อนิเมชันในต่างประเทศที่มักจะใช้สัตว์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับเด็กและเยาวชนเช่นกัน เช่น จากภาพยนตร์ก้านกล้วยที่ใช้ช้างเป็นตัวละครเอก แล้วค่อยสอดแทรก วัฒนธรรมการทำความเคารพผู้ใหญ่ หรือระบบศักดินาเข้าไปในเรื่องเพื่อที่จะสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชนชาติไทย ที่มีความแตกต่างจากชนชาติอื่นให้เข้าใจได้ง่ายมากขึ้น

ประเด็นต่อมาในการส่วนของการวางตำแหน่งสินค้า (Brand Positioning) ของภาพยนตร์ก้านกล้วยนั้นทางบริษัทก้านกล้วยได้สร้างภาพลักษณ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี โดยได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย เพื่อที่จะเรียกร้องความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาสนใจไม่ว่าจะเป็นทั้งในหรือต่างประเทศ ซึ่งทำให้เป็นภาพยนตร์อนิเมชันที่ทำเงินสูงที่สุดในประเทศ จากความสำเร็จดังกล่าวนี้ ก้านกล้วย อนิเมชันจึงได้นำก้านกล้วยมาผลิตเป็นการ์ตูนอนิเมชันซีรีส์โดยใช้ชื่อว่า “ก้านกล้วยผจญภัย” ออกอากาศทางช่อง 7 อีกด้วย นอกจากนี้ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถูกซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำไปฉายในต่างประเทศ ไปจนถึงผลิตเป็น วีซีดี ดีวีดี ฯลฯ อีกด้วย (อัจฉรา กิจกัญจนาสน์, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2553)

ซึ่งการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันนั้นแม้ว่าจะใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูงแต่ก็มีข้อดีคือสามารถต่อยอดในเรื่องของคาแรคเตอร์ของตัวการ์ตูนนั้นสามารถนำไปทำเป็นสินค้าอื่น ๆ ได้อีกมากซึ่งหากว่าภาพยนตร์เข้าฉายแล้วได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ชมก็จะเริ่มมีผู้ประกอบการมาซื้อไลเซนส์มากยิ่งขึ้น เช่น มาม่าก้านกล้วย, ไวตามิลล์ก้านกล้วย, เสื่อก้านกล้วย ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับทางบริษัทอีกด้วย (“SMEs today,” 2551)

อย่างไรก็ตามจากการศึกษานั้นปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ นั่นก็คือเรื่องของเงินลงทุนเพราะหากมีการสนับสนุนที่เพียงพอก็จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการผลิตผลงานอนิเมชันที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่องจนสามารถที่จะแข่งขันกับต่างประเทศได้

จากทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาที่เมื่อเทคโนโลยีนั้นเปลี่ยนแปลงไปรูปแบบในการผลิตของภาพยนตร์ก็จะมีการพัฒนาไปตามเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นเรื่อย ๆ การเปลี่ยนแปลงนี้จึงทำให้คุณภาพและรูปแบบในการผลิตภาพยนตร์นั้นมีความเปลี่ยนแปลงได้ทั้งในเรื่องของต้นทุน และคุณภาพของภาพยนตร์ที่จะสามารถสร้างหรือกำหนดรูปแบบใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของผลงานได้ได้ในอีกทางหนึ่งด้วย

ซึ่งพื้นฐานการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันอาศัยเรื่องของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลัก ซึ่งทางผู้ผลิตนั้นต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์ว่าเทคโนโลยีใดถึงจะเหมาะสมกับผู้ผลิตเองด้วยเนื่องจากหากเทคโนโลยีที่ใช้นั้นไม่เหมาะสมกับต้นทุนที่ต้องใช้ก็จะเป็นการสูญเสียเปล่าอีกทั้งยังอาจทำให้การผลิต

ต้องเกิดความล่าช้าเนื่องจากการขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในเทคโนโลยีนั้นอีกด้วย แต่หากมีการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยก็จะสามารถทำให้เกิดผลงานของผู้ผลิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิตได้เลยทีเดียวอันสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของการผลิตและคุณภาพของผลงานได้อีกด้วย

การใช้แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดและแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดในการบริหารภาพยนตร์อนิเมชัน

จากผลการวิจัยนั้นพบว่าองค์การของผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน แสดงให้เห็นถึงส่วนต่าง ๆ ที่มีสัมพันธ์กันโดยที่ผู้ผลิตภาพยนตร์นั้นต้องมีการปรับตัวอย่างไรเพื่อให้ประสบผลสำเร็จโดยใช้กระบวนการบริหารจัดการปัจจัยแวดล้อมภายใน

1. การจัดการในเรื่องต้นทุนการผลิต จะหาอย่างไร จะทำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด แล้วนำมาสร้างเป็นผลกำไรให้มากที่สุดจนหมุนเวียนกลับมาได้อย่างไร
2. การจัดการด้านเทคโนโลยีการผลิตว่าจะใช้เทคโนโลยีใด ให้เกิดประสิทธิภาพให้มากที่สุด จะมีการจัดการกับเทคโนโลยีนั้นได้อย่างไร
3. เรื่องบุคลากรจะใช้จำนวนเท่าใด แบ่งการทำงานอย่างไร สร้างแรงจูงใจอย่างไร ผลตอบแทนการทำงานเท่าไร จะพัฒนาทักษะการทำงานได้ของบุคลากรได้อย่างไร
4. การจัดเวลาในการทำงานว่าจะสามารถควบคุมให้การทำงานเป็นไปได้ตามกำหนดเวลาได้อย่างไร

เทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน

บทบาทของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันสามารถใช้ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดอภิปรายผลได้ว่า ภาพยนตร์อนิเมชัน เป็นรูปแบบของการสื่อสารชนิดหนึ่ง และเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงจากการเห็นภาพจริง มาเป็นภาพการ์ตูน การเป็นลักษณะเด่นของสื่ออนิเมชันที่มีความน่าสนใจ, เข้าใจได้ง่าย และเป็นสื่อข้ามวัฒนธรรมที่สามารถเข้าถึงคนต่างชาติต่างภาษา ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ให้สามารถเข้าใจร่วมกันถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ในอนิเมชันทั้งในด้านเนื้อหา เรื่องราว หรือแนวคิดแบบนามธรรมก็ยังสามารถถ่ายทอดให้เข้าใจง่ายเมื่อถูกสื่อสารในแบบของอนิเมชัน ทั้งนี้ด้วยคุณสมบัติพิเศษของอนิเมชัน ที่สามารถทำให้สิ่งที่ซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่าย ทั้งยังเน้นถึงส่วนที่สำคัญโดยสีหรือเสียง และการใช้จินตนาการอย่างไร้ขอบเขต จึงสามารถที่จะส่งเสริมจินตนาการ และการตีความหมายที่เป็นนามธรรมของผู้ชม

จากคุณสมบัติพิเศษนี้เอง อนิเมชันจึงเป็นสื่อ และเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทหนึ่ง และมีความเป็นเอกลักษณ์ การชมภาพยนตร์อนิเมชันจึงเป็นการมีประสบการณ์ร่วมกับสื่อ และลักษณะของสื่อ ที่ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ที่นอกเหนือจากโลกแห่งความเป็นจริง ประสบการณ์ที่ได้จากการชมภาพยนตร์อนิเมชันจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ และน่าหลงใหล ทำให้ผู้ชมเกิดความต้องการในการชมภาพยนตร์อนิเมชัน แต่เนื่องจาก เทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันนั้นจำเป็นต้องมีการใช้งบประมาณจำนวนมาก ทีมงานที่มีความรู้ความชำนาญ และใช้เวลาตลอดกระบวนการในการผลิตที่ค่อนข้างยาวนาน จึงเป็นข้อจำกัดในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ที่ทำให้ภาพยนตร์ชนิดนี้ถูกผลิตออกมาในจำนวนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ชนิดอื่นที่เป็นการแสดงจริง

โดยในช่วงที่ผ่านมา คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาท และแพร่หลายมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสามารถ ในการใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง รวมทั้งเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารข้อความอย่างอนิเมชัน

การพัฒนาคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดโปรแกรมในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันซึ่งนับเป็นข้อดีซึ่งสามารถทำให้ประหยัดในเรื่องของงบประมาณ สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนั้นมีส่วนสำคัญต่อการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันอย่างมากจึงทำให้จากเดิมที่มีช่องทางจำกัดเพียงแค่ว่าในโรงภาพยนตร์เท่านั้นได้ขยายขอบเขตที่กว้างขึ้นช่องทางที่เพิ่มขึ้นไม่ใช่เพียงแค่ว่าในส่วนของโรงภาพยนตร์เท่านั้น แต่สามารถที่จะขยายออกไปได้ในหลายช่องทางเช่น ตัวละครก้านกล้วยนั้นเป็นเพียงแค่ว่าแต่สามารถขายเป็นลิขสิทธิ์ในสินค้าต่าง ๆ ได้ อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตา ภาพบนกระเป๋ เครื่องแต่งกาย หรือแก้วน้ำ ช่องทางที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดความต้องการอนิเมชันมากขึ้น (สุรเชษฐ์ วัศวะเรืองอนันต์, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2553)

ดังนั้นบทบาทของเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน คือ การปรับเปลี่ยนวิธีและขั้นตอนในการทำงาน ของกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ให้มีคุณประโยชน์มากยิ่งขึ้น ประหยัดขึ้น ใช้แรงงานและระยะเวลาในการผลิตน้อยลง กว่าแต่ก่อนมาก

บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชันต้องยอมรับนวัตกรรม และปรับเปลี่ยนขั้นตอนในการดำเนินงาน ของกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน เพื่อสนองความต้องการของผู้ชม และตลาดเพื่อความอยู่รอด รวมไปถึงความสามารถในการแข่งขัน จากปัจจัยที่เป็นโอกาสของการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยที่มีความสำคัญ คือผู้ใช้เทคโนโลยีดังกล่าว จะต้องมีความรู้ ที่ทักษะในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน จึงจะสามารถใช้เทคโนโลยีดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากบทบาทของเทคโนโลยีที่มีการใช้บประมาณที่สูงมากนี้เองทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่เกิดความกังวลถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ผลิตเกิดความลังเลที่จะลงทุนเพิ่มความสามารถทางเทคโนโลยีเนื่องจากอายุในการใช้งานอาจสั้นจนคาดไม่ถึง ซึ่งต่างกับในต่างประเทศที่ไม่ค่อยมีข้อจำกัดในเรื่องนี้เท่าไรนักจึงไม่เกิดความเสียดายที่จะลงทุนไปกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในผลงานของภาพยนตร์ของตนเองจะเห็นได้จากภาพยนตร์บางเรื่องถึงขนาดคิดสร้างโปรแกรมเฉพาะที่จะใช้กับภาพยนตร์นั้นเพียงเรื่องครั้งเดียวขึ้นมาเลยก็มีให้เห็นกันบ่อย ๆ ดังนั้นการใช้การตลาดแบบผสมผสานเข้ามาใช้ในการผลิตเพื่อเป็นการนำเสนอให้ภาพยนตร์ที่ลงทุนสูงดังเช่นภาพยนตร์อนิเมชันนี้ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตเพื่อที่จะทำให้ภาพยนตร์ประสบความสำเร็จจนสามารถครองใจกลุ่มเป้าหมายให้ได้ นั่นจึงนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะหากว่าเราได้ลงทุนในการผลิตไปอย่างมากมายมหาศาลแล้วแต่ไม่ได้มีการวางแผนในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีก็จะไม่สามารถทำให้สินค้าของเราสามารถที่จะครองใจกลุ่มเป้าหมายได้ การลงทุนทั้งหมดก็จะสูญเปล่า และไม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจนั้น ดังจะเห็นได้จากการทำภาพยนตร์อนิเมชันที่ผ่านมานั้นทางไม่สามารถที่จะสื่อความน่าสนใจไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้นั้นก็จะทำให้ภาพยนตร์นั้นไม่ประสบความสำเร็จ ยิ่งกับภาพยนตร์อนิเมชันที่มักถูกมองว่าเป็นภาพยนตร์สำหรับเด็กด้วยแล้วนั้นจึงทำให้กลุ่มเป้าหมายนั้นยิ่งแคบลงอีก จึงควรจะมีการวางแผนทางการตลาดที่ดีและรัดกุมเพื่อที่จะดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาชมภาพยนตร์ให้ได้มากที่สุด

นอกจากนี้การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เกิดการจดจำนั้นยังสามารถส่งผลในระยะถึงภาพลักษณ์ขององค์กรได้ในอีกทางหนึ่งด้วย ดังเช่นที่บริษัท กันตนา ในปัจจุบันก็ถูกสังคมมองว่าเป็นผู้นำในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันในปัจจุบัน จากการผลิตภาพยนตร์ ก้านกล้วย ทั้ง 2 ภาคให้ประสบความสำเร็จได้อย่างมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน

1. ควรมีการส่งเสริมการให้ทุนของภาครัฐและเอกชนในการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันให้มากขึ้น
2. ควรมีการผลักดันให้เกิดช่องทางการกระจายบุคลากรในสายงานผลิตภาพยนตร์อนิเมชันให้มากขึ้นและต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการพบปะกันระหว่างผู้ผลิตเพื่อเป็นการแบ่งปันความก้าวหน้าของแต่ละบริษัทเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและการพัฒนาต่อไปในภายหน้า
4. อนิเมชันนับได้ว่าเป็นสื่อที่สำคัญและมีประโยชน์อย่างมากในการทำให้ เด็กและเยาวชน ได้เกิดการเรียนรู้เนื่องจากสามารถสื่อสารให้เข้าใจง่าย และตรงไปตรงมา แต่กลับไม่ได้รับความสนใจฐานะสื่อที่มีอิทธิพล ตรงกันข้าม กลับถูกมองว่าเป็นสื่อที่ไร้สาระเป็นการเล่น ๆ สำหรับเด็กและเยาวชนเท่านั้น ในขณะที่ต่างประเทศได้มี การใช้อนิเมชันกันอย่างแพร่หลายทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้ เนื่องจากเข้าใจได้ง่าย ทั้งนี้ทางรัฐบาลควรจะให้มีการพิจารณาให้ใช้สื่อการ์ตูนและอนิเมชันเป็นสื่อการสอนทำให้เป็นการปลูกฝังการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน
5. การสนับสนุน หรือการส่งเสริม จากภาครัฐควรมีการประสานงานกันหลาย ๆ ฝ่ายเพื่อสนับสนุนให้บริษัทที่ทำการผลิตภาพยนตร์อนิเมชันสามารถที่จะอยู่รอดได้ และควรแยกการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ออกจากการผลิตอนิเมชันมัลติมีเดียในอินเทอร์เน็ต หรือ บนหน้าจอโทรศัพท์มือถือ เพราะความแตกต่างทางด้านขนาดการลงทุน หรือการทำงานนั้นมีขนาดที่แตกต่างกัน
6. การขาดทักษะของทีมงานและการให้ผลตอบแทน ในเรื่องของความเข้าใจหลักการของอนิเมชันบริษัทผู้ผลิต ควรจะให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นแรงงานด้านปฏิบัติการให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมเพื่อสร้างให้เกิดความภาคภูมิใจ และเกิดความพึงพอใจในการทำงาน
7. บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน ควรจะคิดถึงการนำผลผลิตไปต่อยอดหาผลประโยชน์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการนำภาพยนตร์อนิเมชันไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาให้มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการเรียนรู้ การรับรู้และการจดจำ ระหว่างสื่ออนิเมชันกับสื่ออื่น
3. ควรพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีจะให้ข้อมูล สำหรับประโยชน์ในการศึกษาในเรื่องของอนิเมชัน