

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบันความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตของเราเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดโอกาสการเข้าถึงข้อมูล การกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่างๆอย่างกว้างขวาง

ธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถขยายช่องทางการดำเนินงานสู่ตลาดโลกได้ ธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) ที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันทางภาครัฐได้เข้ามาส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจังมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากนโยบายของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันในภูมิภาคเอเชีย โดยมอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ หรือ SIPA ดำเนินการวางนโยบายให้เป็นรูปธรรม ซึ่งได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันอย่างเต็มที่ ในการจัดกิจกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสถาบันการศึกษาต่างๆ ยังได้บรรจุเป็นภาควิชาอีกด้วย

สำหรับโอกาสในการขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจตลาดสู่สากลนั้นมีสูงมาก ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากปริมาณความต้องการของตลาด โดยในส่วนตลาดคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน สามารถสร้างรายได้ถึง 87.5 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 โดยแบ่งสัดส่วนของตลาดเป็น โมบาย คอนเทนต์ มีส่วนแบ่งที่ 45% ภาพยนตร์แอนิเมชัน และแอนิเมชันทางโทรทัศน์ มีส่วนแบ่งที่ 15% เกม มีส่วนแบ่งที่ 15% เว็บไซต์ที่ใช้แอนิเมชัน 2 มิติ หรือ 3 มิติ มีส่วนแบ่งที่ 10% กราฟิก ดีไซน์ และงานโฆษณา มีส่วนแบ่งที่ 10% และอีเลิร์นนิ่ง มีส่วนแบ่งที่ 5% โดยเฉพาะปริมาณความต้องการของตลาดในประเทศในส่วน of โมบาย คอนเทนต์ และงานโฆษณา ที่มีปริมาณความต้องการงานคอมพิวเตอร์กราฟิก

และแอนิเมชันสูงขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ความเป็นสากลในลักษณะของการทำงานที่มีขั้นตอนมาตรฐานเป็นสากลทำให้สามารถรับงานจากลูกค้าต่างประเทศได้ และยังสามารถสร้างรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของประเทศเข้าไปในผลงานได้อีกด้วย เช่น การนำลายไทยมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบงานคอมพิวเตอร์กราฟิก

หนึ่งในวิธีการสร้างสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ หรือเป็นการสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ให้กับองค์กร (Branding) คือ การสร้างเป็นภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน เพราะเป็นงานที่สร้างตัวละคร (character) และองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ฉากในภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันจากคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ที่สามารถสร้างรูปแบบให้มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของผู้สร้างได้อย่างชัดเจน ซึ่งได้มีบริษัท คอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน หลายบริษัทได้ดำเนินการสร้างแบรนด์ โดยการสร้างเป็นภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน อาทิเช่น บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ได้สร้างภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง “ก้านกล้วย” บริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด สร้างภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่อง “ปังปอนด์” เป็นต้น โดยธุรกิจต่อเนื่องที่มักเกิดจากการสร้างแบรนด์ผ่านภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน คือ ธุรกิจการขายสินค้าลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวการ์ตูนจากภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน (Merchandise)

และจากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2546 ได้มีมติกำหนดให้สถานีโทรทัศน์เพิ่มเวลาการออกอากาศสำหรับรายการเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัวขึ้น “หนึ่งชั่วโมง ถึง หนึ่งชั่วโมงครึ่ง” ในช่วงเวลาตั้งแต่ 16.00 -22.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สมาชิกของครอบครัวส่วนใหญ่ได้อยู่พร้อมหน้ากัน ทำให้สถานีโทรทัศน์หลายสถานีต่างจัดสรรช่วงเวลาเพื่อรายการเด็กเพิ่มขึ้น เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้จัดรายการ “ครอบครัวตัวละคร” ในช่วงเวลา 18.15-18.45 น. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้จัดรายการละครสำหรับเด็ก การ์ตูน ในช่วงเวลา 17.00 -18.00 น. ซึ่งก็มีการนำภาพยนตร์การ์ตูนมาฉายทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทที่ดำเนินธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน ได้เข้ามาดำเนินการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนเพื่อการฉายทางโทรทัศน์หลายราย เช่น บริษัท วิจิตา แอนิเมชัน จำกัด ผลิตการ์ตูน “ปังปอนด์” เพื่อฉายทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด ผลิตการ์ตูน “ก้านกล้วย” เพื่อฉายทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นต้น

นอกจากนี้ในวงการโฆษณาที่มีปริมาณการสร้างผลงานโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิกและแอนิเมชันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นการสร้างภาพให้สมจริงหรือสร้างภาพที่การถ่ายทำตามปกติไม่สามารถทำได้ เช่น ในโฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต ที่มีภาพอุบัติเหตุการชนอย่างรุนแรงของรถยนต์กับรถบรรทุก ที่เป็นผลงานคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันของบริษัทดิจิตอลเมจิก จำกัด (Digital Magic) หรือ การใช้ตัวการ์ตูน (character) เพื่อเป็นการสร้างการจดจำและเอกลักษณ์ให้กับสินค้า เช่น ตัวการ์ตูนแอนิเมชัน ของบริษัทเบล แคนาดา เอนเตอร์ไพรส์ (Bell Canada Enterprises) บริษัททางด้านโทรคมนาคมของประเทศแคนาดา ที่เลือกสร้างคาแรคเตอร์เป็นบีเวอร์ (Beavers) ชื่อ แฟรงค์ (Frank) และ กอร์ดอน (Gordon) เพื่อเป็นตัวแทนบอกเล่าเรื่องราวของการให้บริการและสินค้าต่างๆ ของบริษัทเบล ซึ่งทำให้แบรนด์เบล ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นและส่งผลทำให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 15%

ภาพที่ 1.1

โฆษณาบริษัทไทยประกันชีวิต



ที่มา : www.digitalmagicfx.com

ภาพที่ 1.2

โฆษณาบริษัทเบล



แต่อุปสรรคที่สำคัญของธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีฝีมือ เพราะงานประเภทคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน ต้องอาศัยทักษะขั้นสูงเฉพาะด้าน แม้จะมีหลายสถาบันจัดการการเรียนการสอนทางด้านคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังคำกล่าวของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิดา ธนสถิตย์ กรรมการบริหารบริษัทกันตนากรู๊ป จำกัด

“ปัจจุบันนี้ ถ้าฟังผู้ที่จบการศึกษาสาขาต่างๆ มานั่นไม่เพียงพอ เพราะการจะทำงานจริงจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านลงไปอีกลึกๆ ...” (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, 2548)

นอกจากนี้ก็คือปัญหาด้านซอฟต์แวร์ที่ต้องมีการซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันกับเทคโนโลยี และความต้องการของตลาดที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจมีการลงทุนสูง ทั้งในการจ้างงานบุคลากร และค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยนรุ่นของซอฟต์แวร์

หากพิจารณาจากปริมาณอุปทานในงานคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชันที่มีอยู่ในตลาดขณะนี้ยังมีปริมาณไม่เพียงพอกับปริมาณสงค์ของตลาด ทำให้เกิดโอกาสในการเข้ามาดำเนินกิจการของผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งหากมีการวางแผนทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ช่องทางการดำเนินธุรกิจคอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน ก็มีความน่าสนใจมากทีเดียว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างรูปแบบแผนธุรกิจสำหรับบริษัท คอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มทางการตลาดของธุรกิจ คอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการรับชมการ์ตูนแอนิเมชัน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในโครงการนี้จะทำการศึกษาถึงกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้สำหรับแผนธุรกิจ

1. ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัท คอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน
2. จัดทำแผนธุรกิจและส่งเสริมการตลาด ในระยะเวลา 5 ปี
3. จัดทำงบประมาณในการดำเนินแผนธุรกิจ ในระยะเวลา 5 ปี

1.4 นิยามศัพท์

แอนิเมชัน (Animation)

การสร้างสรรคงานภาพเคลื่อนไหวในการสื่อสารหรือถ่ายทอดเรื่องราวโดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะอยู่ในลักษณะการ์ตูน ลายเส้น 2 มิติ (2D) และ / หรือ ลักษณะ 3 มิติ (3D) รวมถึงการพัฒนาและสร้างสรรคตัวละคร (Character) เพื่อใช้เป็นหุ่นจำลอง (Model) เพื่อนำไปประกอบการสร้างสรรคงานภาพเคลื่อนไหว

คอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic Image)

ภาพเคลื่อนไหว (Animated Graphic) ซึ่งเกิดจากการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์สร้างสรรคงาน โดยเผยแพร่ผ่านงานทางภาพยนตร์ โทรทัศน์ และวีดิทัศน์ ประเภทต่างๆ

Visual Effect

การสร้างภาพเทคนิคพิเศษเพื่อใช้งานภาพเคลื่อนไหว (Motion Pictures) ของภาพยนตร์ (Feature Film) งานที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ หรือวีดิทัศน์ประเภทต่างๆ เช่น วีซีดี(VCD) ดีวีดี (DVD) เป็นต้น โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยในการสร้างสรรคงาน เพื่อให้ภาพเคลื่อนไหวดังกล่าวมีความสมจริง และมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

อีเลิร์นนิง (E-learning)

สื่อการเรียนการสอนที่พัฒนาให้เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้แพร่ภาพหรือข้อมูลได้บนเทคโนโลยีบรอดแบนด์ (Broadband) หรือ อินเทอร์เน็ต (Internet) มีเนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษามีศีลธรรม โดยเนื้อหาจะถูกบรรยายโดยตัวอักษร รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ(2D) หรือ 3 มิติ(3D) และมีเสียงประกอบการบรรยาย

ดิจิทัล คอนเทนท์ (Digital Content)

ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง ข้อความ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งบันทึกไว้เพื่อใช้เผยแพร่ในรูปแบบของ วิดีโอ เพลง เกม หนังสือ ฯ โดยอยู่ในรูปแบบดิจิทัล

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจ
2. ตัวอย่างแผนธุรกิจสำหรับบริษัท คอมพิวเตอร์กราฟิก และแอนิเมชัน