

การพัฒนาศักยภาพด้านแอนิเมชันของไทยเพื่อการแข่งขันในเวทีโลก

ยุทธศาสตร์การสร้างสรรค

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

Email: sriprai@hotmail.com

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมแอนิเมชัน เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพให้มีความสามารถในการในระดับสูง เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมจึงเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้

รายงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่น เป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาถึงสภาพและแนวโน้มอุตสาหกรรมแอนิเมชัน ตลอดจนแนวทางการผลิตบุคลากรแอนิเมชัน นโยบาย ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงวิธีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพแอนิเมชัน โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บริษัทแอนิเมชัน และสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรด้านแอนิเมชันเกี่ยวกับการจ้างงานและการพัฒนาศักยภาพ อัตราเงินเดือน การฝึกอบรม ทักษะที่ต้องการ ตลอดจนหลักสูตรที่เปิดสอน การฝึกประสบการณ์ ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ เป็นต้น ผลการวิจัยได้สรุปเป็นกลยุทธ์และแนวทางเพื่อการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพแอนิเมชันของไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีโลก

คำสำคัญ การพัฒนาศักยภาพ; แอนิเมชัน; เศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. บทนำ

ในภาวะความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ทั้งวิกฤติเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศยุโรป และประเทศกรีซ ตลอดจนแนวโน้มของการแข่งขันทางเศรษฐกิจของตลาดทั่วโลก ส่งผลให้แต่ละประเทศต้องปรับเปลี่ยนนโยบายและโครงสร้างการบริหารเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ได้มีนโยบายยึดเอาหลักปรัชญาแบบเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ

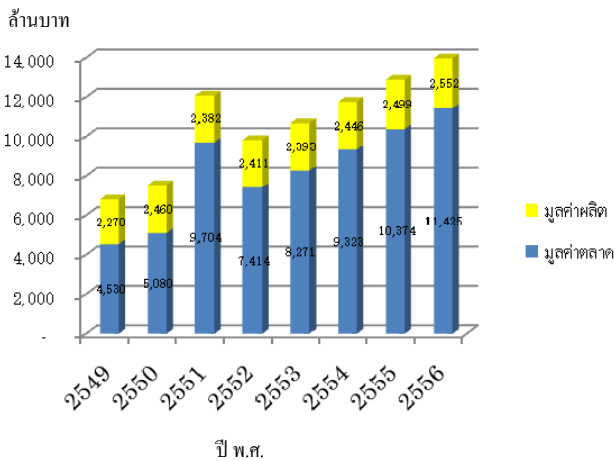
เศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative / Industry Economy) เป็นแนวคิดในการสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ โดยการนำความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น เป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศเป็น

ปัจจัยสำคัญยิ่งในกระบวนการผลิตและดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทยนั้นได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ และกำหนดให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ของประเทศ จึงได้พยายามเร่งพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้ก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศอื่น เพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลที่กำลังขยายกว้างขึ้นทุกปี [1]

อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งเป็นตัววัดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจยุคใหม่จึงจำเป็นต้องเน้นการพัฒนาศักยภาพด้านซอฟต์แวร์ของประเทศไทยให้มากขึ้น

ด้วยการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการออกแบบสมัยใหม่ มัลติมีเดียและแอนิเมชันได้เข้ามามีบทบาทในวิถีทางการดำเนินชีวิตของทุกคน ในหลาย ๆ ประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น มัลติมีเดียและแอนิเมชันได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจมากที่สุดที่สุดในศตวรรษที่ 21 นี้ และประเทศไทยก็นับเป็นประเทศหนึ่งที่มีเอกลักษณ์ และบุคลิกลักษณะอันโดดเด่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมของคนไทย จะเห็นได้จากที่เวียดนามได้รับรางวัล Enterprise Software ในขณะที่คนไทยได้รับรางวัลด้าน Entertainment ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านมัลติมีเดียและแอนิเมชันของไทยมีพัฒนาการอย่างก้าวกระโดด [2]

อุตสาหกรรมแอนิเมชันเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีความต้องการของตลาดสูง โดยจากการศึกษามูลค่าอุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยปี 2549-2551 พบว่า ในปี 2549 อุตสาหกรรมแอนิเมชันไทยมีมูลค่า 4,530 ล้านบาท และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2550 และ 2551 มีมูลค่ารวม 5,080 และ 9,704 ล้านบาท ตามลำดับ นับเป็นการเติบโตสูงถึงร้อยละ 40 [3]



รูปที่ 1. แนวโน้มการเติบโตอุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทยปี 2552-2556
ที่มา: (รายงานอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยปี 2552 แอนิเมชันและเกม, 2553, 7)

จากภาพจะเห็นได้ว่า มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชันเพิ่มขึ้นทุกปี เป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้เข้าประเทศ ซึ่งประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายที่จะเป็น “ฮอลลีวู้ดเอเชีย” โดยในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา นโยบายภาครัฐได้สนับสนุนธุรกิจด้านมัลติมีเดียและแอนิเมชันให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ พร้อมกับการพัฒนาบุคลากรให้รองรับกับอุตสาหกรรมที่กำลังจะเติบโต จะเห็นได้จากจำนวนบุคลากรด้านแอนิเมชันที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

ในปี 2551 สถาบันการศึกษาของไทยที่เปิดสอนด้านแอนิเมชันโดยตรงและที่เกี่ยวข้องมีทั้งหมด 27 สถาบัน เป็นสถาบันระดับอุดมศึกษา 18 สถาบัน และสถาบันระดับอาชีวศึกษา 9 สถาบัน [4] โดยจำนวนนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาในด้านนี้แสดงดังตาราง

ตาราง 1. จำนวนนักศึกษาที่จบการศึกษาด้านแอนิเมชัน

ปีที่จบการศึกษา	จำนวนนักศึกษาที่จบ
2550	146
2551	265
2552	447
2553	680
รวมนักศึกษาที่จบ	1,538

ที่มา: (รายงานอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยปี 2551 แอนิเมชันและเกม, 2552, 32)

ถึงแม้ว่าจำนวนบุคลากรด้านแอนิเมชันที่แต่ละสถาบันสามารถผลิตป้อนตลาดให้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นแล้วก็ตาม แต่อุปสรรคสำคัญที่อุตสาหกรรมการผลิตแอนิเมชันของไทยกำลังเผชิญอยู่คือ การขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะบุคลากรด้านซอฟต์แวร์ขั้นสูงที่มีทักษะและประสบการณ์ในการทำงานที่มีคุณภาพ ซึ่งบุคลากรด้านซอฟต์แวร์ของไทยมีทั้งหมดประมาณ 47,000 คน มีการขยายตัวปีละ 15-20% แต่เป็นบุคลากรแรงงานขั้นสูงเพียง 10% หรือประมาณ 4,000 คนเท่านั้น ทำให้ไม่

เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ต้องนำเข้าแรงงานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแรงงานจากประเทศอินเดีย [5] สอดคล้องกับแนวคิดของคณพล สยามวาลา ตัวแทนจากสมาคมสมาพันธ์โอเพ่นซอร์ส ที่กล่าวว่า “ภาคการศึกษาควรมองหาตลาดแรงงานเฉพาะ หรือวางแนวทางการผลิตบุคลากรให้ชัดเจนและตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากที่ผ่านมาคือ ตลาดแรงงาน และความต้องการของอุตสาหกรรมยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน” [6]

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาประเทศ และจากสภาพความเป็นจริงของอุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทย ทั้งในประเด็นมูลค่าของอุตสาหกรรมและการพัฒนาบุคลากรของสถาบันการศึกษาไทยที่เกิดขึ้น หากสามารถทราบถึงศักยภาพการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของประเทศไทยแล้ว จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนได้ตรงกับความต้องการของภาคเอกชน อันจะส่งผลให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยโดยรวมสามารถเติบโตขึ้นอย่างมั่นคงและเป็นการเปลี่ยนจากตลาดนำเข้าซอฟต์แวร์และบุคลากรจากต่างประเทศมาเป็นตลาดการส่งออกซอฟต์แวร์แทนจนสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศเพื่อที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้ผู้นำในระดับภูมิภาคและแข่งขันในเวทีโลกยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

2. กรณีศึกษา การพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันของญี่ปุ่น

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของประเทศไทย ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นเป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้อุตสาหกรรมแอนิเมชันของญี่ปุ่นเป็นการสร้างเนื้อหาและเรื่องราว ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจเกม คอมพิวเตอร์ และของที่ระลึก ดังนั้นการศึกษาถึงรูปแบบการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมจึงนับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันของประเทศในภูมิภาคเอเชีย ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของประเทศญี่ปุ่นทั้งจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านแอนิเมชัน สมาคมแอนิเมชัน ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านแอนิเมชันเพื่อรองรับอุตสาหกรรม ในขณะเดียวกันได้ศึกษาเชิงลึกถึงนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมแอนิเมชัน เพื่อจะได้นำมาปรับใช้ในการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง และการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของบริษัท และสถาบันการศึกษา เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันของญี่ปุ่น ระหว่างเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2553 ดังนี้

ประชากร ประกอบด้วย

1. บริษัทที่ผลิตผลงานแอนิเมชัน จำนวน 3 บริษัท ได้แก่ 1) Milky Cartoon 2) Digital Bank และ 3) Studio Hibari
2. สถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านแอนิเมชัน จำนวน 2 สถาบัน ได้แก่ 1) Nihon Kogakuin College และ 2) Kobe Design University
3. สมาคมแอนิเมชัน ได้แก่ Nerima Animation Association

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สอบถามเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้

1. บริษัทแอนิเมชัน: (1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริษัท ได้แก่ ลักษณะของธุรกิจ และผลงานที่ผลิต (2) การจ้างงานและการพัฒนาบุคลากร ได้แก่ จำนวนพนักงาน อัตราเงินเดือน อัตราการเปลี่ยนงาน การศึกษาและการฝึกอบรม ทักษะที่ต้องการ และปัญหาและอุปสรรค เป็นต้น (3) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชัน
2. สถาบันการศึกษา: (1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถาบัน ได้แก่ ประวัติสถาบัน หลักสูตรที่เปิดสอน และรายวิชาที่เรียน (2) จำนวนนักศึกษา อัตราการได้งาน และประเภทของงาน (3) การคัดเลือก ทักษะพื้นฐาน และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เป็นต้น (4) ปัญหาและอุปสรรคการผลิตบัณฑิตแอนิเมชัน
3. สมาคมแอนิเมชัน ได้แก่ ลักษณะกิจกรรมของสมาคม และการสนับสนุนจากภาครัฐ

3. ผลการวิจัย

มูลค่าของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ของประเทศญี่ปุ่นมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่สองของโลกรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา และผลงานด้านแอนิเมชันสำหรับภาพยนตร์ โทรทัศน์ และวิดีโอแล้วญี่ปุ่นผลิตได้ถึงสองในสามในตลาดโลก ซึ่งผลงานร้อยละ 70 ผลิตในกรุงโตเกียว เนื่องจากมีบริษัทที่ผลิตผลงานแอนิเมชันจำนวนมากในเมือง Nerima และ Suginami จากการศึกษพบว่า บริษัทที่มีชื่อเสียงได้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันคือ Studio Ghibli Inc. (Spirited Away) บริษัทที่ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันสำหรับรายการโทรทัศน์ ได้แก่ บริษัท Toei Animation Co., Ltd. (Sailormoon, Dragonball) นอกจากการผลิตผลงานที่ได้กล่าวมาแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังมีรายได้จำนวนมากจากธุรกิจการขายลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนที่เรียกว่า Character เช่น Pokemon และ Snoopy เป็นต้น [7]

การจ้างงานในบริษัทแอนิเมชันโดยทั่วไปมี 3 ลักษณะคือ พนักงานประจำ (Full-time regular employees) การจ้างงานเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Limited-term Contract) และการจ้างโดยนับเป็นชิ้นผลงาน (Contracts) บริษัทส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน โดยพนักงานที่รับผิดชอบด้านการจัดการการผลิตจะจบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ส่วนพนักงาน Animator, Background Artist และ

Photographer จะสำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยอาชีวศึกษา (Vocational College) จึงนับได้ว่าเมื่อจบการศึกษาแล้วค่อนข้างแยกทำงานในตำแหน่งที่ชัดเจน

ค่าตอบแทนงานด้านแอนิเมชันในญี่ปุ่นยังถือว่าค่อนข้างต่ำกว่ามาตรฐาน เนื่องจากบริษัทร้อยละ 80 อยู่ที่กรุงโตเกียว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง พนักงานในส่วนการจัดการผลิตมีค่าตอบแทนปีละ 6-8 ล้านเยน ถ้าบริษัทที่มีขนาดเล็กลงมาจะอยู่ที่ 2-3 ล้านเยน พนักงานที่ทำงานด้านการ์ตูน 2 มิติ (2D) จะได้เงินเดือนน้อยกว่า 3D เพราะอุตสาหกรรมเกมจ่าย 3D แพงกว่า และถ้าเป็นพนักงานในตำแหน่ง Creators of Drawings, Backgrounds จะได้รับค่าตอบแทนแบบ Piece-rate Contract ประมาณ 200-300 เยนต่อหน้า ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อัตราการเปลี่ยนงานของพนักงานใหม่สูงถึง 50-80% [7]

ในบางบริษัทนั้น มีการรับนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์ในบริษัทระยะเวลาประมาณ 2-3 เดือน โดยรับนักศึกษา จำนวน 2-3 คน ฝึกประสบการณ์ด้านการวาดภาพ และอีก 2-3 คน ฝึกด้าน 2D และ 3D โดยมีหน่วยกิตที่ได้รับคือ 2 หน่วยกิต เมื่อฝึกประสบการณ์เรียบร้อยแล้ว นักศึกษาจะกลับไปเรียนต่อที่มหาวิทยาลัย ทำให้มีทักษะพื้นฐานอย่างเพียงพอ นอกจากนี้พนักงานบางส่วนของบริษัทยังเป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านแอนิเมชันแก่นักศึกษาที่มหาวิทยาลัยด้วย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์บริษัททั้งสามแห่ง พบว่า สองบริษัทมีการจ้างงานพนักงานในประเทศเวียดนาม เป็นส่วนของการผลิต (Production Process) เน้นการวาดภาพ เนื่องจากบุคลากรประเทศเวียดนามมีความสามารถโดดเด่นด้าน Hand-writing และ Drawing และค่าแรงงานถูก กระทบกับผู้จัดการที่เวียดนามสามารถพูดภาษาญี่ปุ่นได้ นับว่าเป็นข้อได้เปรียบอีกประการหนึ่ง ซึ่งบริษัทแห่งหนึ่งกำหนดด้วยว่าพนักงานของบริษัทที่เป็นชาวต่างชาติต้องมีความสามารถสื่อสารด้วยภาษาญี่ปุ่น นอกจากประเทศเวียดนามแล้ว ญี่ปุ่นยังส่งงานไปผลิตที่ประเทศเกาหลีใต้และฟิลิปปินส์อีกด้วย

สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านแอนิเมชันในญี่ปุ่นมีประมาณ 200 สถาบัน โดยในแต่ละปีจะมีบัณฑิตที่เข้าสู่ตลาดแรงงานด้านแอนิเมชันประมาณ 2,000 คน [8] นักศึกษาสามารถสมัครเข้าเรียนโดยผ่านการสัมภาษณ์ ไม่มีการทดสอบข้อเขียน ส่วนใหญ่เรียนห้องละประมาณ 50 คน บางสถาบันมีโครงการฝึกประสบการณ์ (Internship Program) ระยะเวลา 3 เดือนรวมในหลักสูตร (นักศึกษาที่เรียนเก่งเท่านั้นที่สามารถเข้าโครงการฝึกประสบการณ์ เนื่องจากมีนักศึกษานในหลักสูตรจำนวนมาก) แต่บางแห่งอาจการฝึกประสบการณ์เพียง 1 สัปดาห์ แล้วต้องทำโครงการซึ่งอาจเป็นโครงการกลุ่มหรือโครงการส่วนบุคคลก่อนสำเร็จการศึกษา สถาบันที่เปิดสอนด้านแอนิเมชันได้มีการเชิญอาจารย์พิเศษที่มีประสบการณ์หรือกำลังทำงานอยู่ในบริษัทแอนิเมชันมาให้ความรู้ นักศึกษา บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจะทำงานในตำแหน่ง Producer,

Animator, Painter และ Character Designer อัตราการได้งานโดยประมาณ ร้อยละ 54 เป็นนักวาดภาพ (Drawer) ส่วน 50-60% เป็นแอนิเมเตอร์ โดยผู้เรียนจะต้องมีความชื่นชอบและความสนใจในแอนิเมชัน และต้องมีทักษะสำคัญก่อนสำเร็จการศึกษา คือ การวาดภาพ และการลงสี ส่วนทักษะที่ยากที่สุดคือการทำให้ภาพเคลื่อนไหว

ปัญหาที่พบโดยทั่วไปคือ บัณฑิตที่จบการศึกษามายังมีทักษะไม่เพียงพอต่อการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักสูตร 2 ปี นักศึกษาเข้าใจว่า ต้องมีความชำนาญเฉพาะอย่าง ในขณะที่บริษัทต้องการให้บัณฑิตสามารถทำงานได้ทุกระบวนการผลิต ดังนั้นจึงต้องมีการฝึกอบรมก่อนเริ่มงาน (โดยประมาณ 3 เดือน) และขาดความรู้ด้านธุรกิจ กฎหมาย และการเงินระหว่างประเทศ [9] รวมทั้งทักษะด้านการสื่อสาร ทั้งนี้ในการผลิตของอุตสาหกรรมแอนิเมชันนั้น มีนโยบายที่เน้นการส่งออกไปยังต่างประเทศ ด้วย ในการเข้าเรียนด้านแอนิเมชัน สถาบันที่เป็นศูนย์ฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับบริษัทหรืออุตสาหกรรมที่เรียกว่า ศูนย์อบรมเฉพาะทาง หรือ Training Center นั้นจะมีการคัดเลือกผู้เรียนก่อนเข้าเรียนในหลักสูตร 2 ปี ในขณะที่วิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยไม่มีระบบการคัดเลือก ทำให้ผู้ที่จบการศึกษาจากศูนย์ฝึกอบรมได้งาน 100% และร้อยละ 75 ก็ทำงานในบริษัทที่เปิดศูนย์อบรมนั้น [7]

จากผลการวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้นแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังมีความช่วยส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันสรุปได้ดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันเพื่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

1.1 ผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันของญี่ปุ่นมีความคิดสร้างสรรค์มาก แต่ยังคงขาดความรู้ทางด้านธุรกิจเพื่อที่จะไปเจรจาต่อรอง นอกจากนี้ยังขาดบุคลากรที่เป็นผู้ผลิต ผู้กำกับ และนักกฎหมาย รวมทั้งนักการตลาดมืออาชีพ ดังนั้นในการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันจึงไม่เพียงพอแต่ให้ความรู้เฉพาะอาชีพเท่านั้น แต่รวมถึงพื้นฐานความรู้ด้านธุรกิจ กฎหมาย และการเงินระหว่างประเทศ [9]

1.2 การสร้างเครือข่ายของผู้ที่มีความสามารถพิเศษ โดยเน้นทั้งเครือข่ายในและต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนบุคลากรและนักศึกษา และการจัดกิจกรรมแอนิเมชันแคมป์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้สร้างโครงการร่วมกัน

2. การดึงดูดผู้มีความสามารถพิเศษด้านแอนิเมชันจากต่างประเทศ และการเพิ่มความสามารถของบุคลากรญี่ปุ่นเพื่อการทำงานในอุตสาหกรรมแอนิเมชัน

2.1 การพัฒนาความสามารถของนักออกแบบและนักเขียนด้วยการเปิดโอกาสและส่งเสริมให้บุคคลเหล่านั้นได้พบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน

2.2 การพัฒนาบุคลากรด้านการผลิต กำหนดให้มีการจัดตั้งสถาบันเพื่อพัฒนาคุณภาพบุคลากรด้านการผลิตโดยเฉพาะ

2.3 นักบริหารธุรกิจแอนิเมชัน ได้ส่งเสริมให้มีกิจกรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อความร่วมมือและทำธุรกิจร่วมกัน

3. กิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชัน

3.1 การจัดทำโครงการแลกเปลี่ยนเพื่อฝึกหัดผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน

3.2 สร้างระบบการพัฒนาบุคลากรขึ้นใหม่ โดยความร่วมมือระหว่างภาควิชาที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่น

3.3 ให้การรับรองคุณภาพหลักสูตรแอนิเมชันที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย

3.4 ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชัน [10]

3.5 กำหนดทักษะมาตรฐานวิชาชีพนักสร้างเกม นักออกแบบ และนักเขียนการ์ตูน เป็นต้น รวมทั้งระบบการให้ประกาศนียบัตรรับรองความสามารถ

3.6 จัดฝึกอบรมให้กับนักออกแบบ นักเขียน ผู้ผลิต และบุคลากรอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาในเอเชีย

3.7 จัดสัมมนาและการประชุมทางวิชาการด้านการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องในงาน Japan International Contents Festival

3.8 กำหนดให้มีการประชุม Asia CG Creator Summit (ASIAGRAPH) เพื่อส่งเสริมและสร้างเยาวชนนักออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิกด้วยความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมและสถาบันการศึกษา

3.9 สร้างเครือข่ายนานาชาติของผู้ผลิตผ่านโครงการ J-Pitch Program เพื่อส่งเสริมให้มีการพบปะระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันนานาชาติ พร้อมทั้งสนับสนุนการวางแผนและพัฒนาผลงานการผลิตให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

นอกจากนโยบายและกิจกรรมที่ได้กล่าวข้างต้นแล้ว ผู้เชี่ยวชาญของญี่ปุ่นยังได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาบุคลากรของญี่ปุ่นไว้ดังนี้ [9]

1. การเปิดสอนแอนิเมชันในระดับอาชีวศึกษาถึงบัณฑิตศึกษาด้วยความร่วมมือกับสถาบันผลิตภาพยนตร์ทั้งในและต่างประเทศ

2. ควรยกเลิกระบบการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันที่เป็นแบบสำเร็จรูป หรือ Tailored Support แต่ควรให้ความช่วยเหลือให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองในสังคม

3. ในมหาวิทยาลัยยังขาดหลักสูตรที่ให้ความรู้ด้านวิศวกรรมแอนิเมชันอย่างเพียงพอ เช่น Architecture, Photography ทำให้นักศึกษขาดทักษะที่จำเป็นในวิชาชีพ

4. ควรผลิตผู้สร้างสรรค์งานแอนิเมชันด้วยการส่งไปเรียนที่สหรัฐอเมริกา และกลับมาสร้างผลงานในประเทศ ดังเช่น ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศจีนประสบความสำเร็จมาแล้ว

4. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

อุตสาหกรรมแอนิเมชันเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตัวละครเป็นพื้นฐาน เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ การโฆษณา และสื่อวิดีโอ เป็นต้น อุตสาหกรรมแอนิเมชันมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรด้านแอนิเมชันเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ในอนาคตจึงเป็นสิ่งที่ต้องวางแผนและดำเนินการอย่างเร่งด่วน ซึ่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและถือได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง อาทิ การเปิดหลักสูตรด้านแอนิเมชันในสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนมีมากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างผลงานแอนิเมชัน เป็นต้น

จากการศึกษาอุตสาหกรรมแอนิเมชันของประเทศไทยพบว่าสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรแอนิเมชันของประเทศไทย สรุปได้ดังนี้

1. อุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทยยังผลิตผลงานที่เน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ดังนั้นจึงควรมองตลาดโลก เพื่อส่งออกทั้งการสร้างเนื้อหา (Content) และ Licensing ทั้งนี้จำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับการขยายตลาดดังกล่าว โดยให้ความรู้ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ อาทิ ภาษาอังกฤษ การเงิน และกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา นอกเหนือจากความรู้พื้นฐานเฉพาะด้านอาชีพที่มีอยู่ในหลักสูตรแล้ว

2. การพัฒนาอุตสาหกรรมแอนิเมชันเป็นการผสมผสานระหว่างธุรกิจและวัฒนธรรม ด้วยวัฒนธรรมไทยที่มีความโดดเด่นในด้านของศิลปะ และบุคลากรไทยมีความคิดสร้างสรรค์ในศิลปะและการวาดภาพ ดังนั้นในการพัฒนาบุคลากรจึงควรดึงศักยภาพที่คนไทยมีอยู่เพื่อสร้างความแตกต่างในผลงานที่ผลิต อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมของประเทศได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งผลที่ตามมาคือ ผลตอบแทนหรือมูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามทักษะด้านจินตนาการ การคิดโครงเรื่อง และการเขียนบท บุคลากรยังพัฒนาได้ไม่ถึงระดับสากล จึงควรเน้นการพัฒนาทักษะดังกล่าวนี้ด้วย

3. การสร้างบุคลากรด้านแอนิเมชันควรมีการคัดเลือกเพื่อเข้าเรียนเพื่อลดการตกออก ทั้งนี้เพื่อให้การผลิตบุคลากรแอนิเมชันมีคุณภาพและได้จำนวนเพียงพอกับความต้องการของตลาด ควรมีการสอนตั้งแต่ความรู้พื้นฐานทางศิลปะ (Fine Art) นอกจากนี้แล้วควรมีโปรแกรมการฝึกประสบการณ์จริงในอุตสาหกรรมแอนิเมชันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Internship Program และสหกิจศึกษา เป็นต้น ทั้งสถาบันในและต่างประเทศ [11]

4. สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและบริษัทในอุตสาหกรรมแอนิเมชัน ตลอดจนหน่วยงาน องค์กร และสมาคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันผลิตบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการ มีความพร้อมในการใช้งานเมื่อสำเร็จการศึกษา

5. สร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อรวบรวมความรู้ด้านแอนิเมชันของไทย อาจทำในรูปแบบของนิคมแอนิเมชัน หรือ Animation Village ที่รวบรวมทั้งพหุภัณฑ์ ตัวละคร ภาพยนตร์ และสถานที่จัดการประชุมและสัมมนา

6. เนื่องจากบุคลากรแอนิเมชันที่เป็นผู้อำนวยการผลิต (Producer) นับว่ายังมีจำนวนน้อยมาก จึงควรจัดตั้งสถาบันเพื่อการผลิตและพัฒนา Animation Producer โดยเฉพาะ ทั้งนี้ญี่ปุ่นมีความสนใจที่จะลงทุนทั้งในส่วนของกลุ่มงาน Pre-production และ Post-production แต่เนื่องจากรัฐบาลสิงคโปร์มีนโยบายสนับสนุน บริษัทแอนิเมชันของญี่ปุ่นจึงเน้นไปที่ประเทศอื่นในภูมิภาค แต่ถ้าประเทศไทยมีบุคลากรที่เป็นผู้อำนวยการผลิตที่มีความสามารถสูงก็มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง

7. จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรแอนิเมชัน เช่น TAM, และ Animation Youth Festival Asia เป็นต้น

8. สถาบันที่เปิดสอนด้านแอนิเมชันควรร่วมมือกันพัฒนาทักษะมาตรฐานวิชาชีพด้านแอนิเมชัน เพื่อรับรองคุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา โดยการจัดสอบวัดความสามารถและออกใบประกาศนียบัตรวิชาชีพ (Professional Certification)

9. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถพิเศษด้วยการให้ทุนการศึกษาโดยร่วมกับสถาบันการศึกษา ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษา

10. อุตสาหกรรมแอนิเมชันของไทยเสียเปรียบประเทศอื่นในภูมิภาค เนื่องจากปัญหาการเมืองในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน และความสามารถในการวาดภาพ ดังนั้นการที่ประเทศไทยมีเป้าหมายที่จะเป็นฮอลลีวูดแห่งเอเชีย นั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องวางแผนระยะยาวในการผลิตบุคลากรที่มีความสามารถในระดับสากล และให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศและอุตสาหกรรมในภูมิภาค

11. เพื่อการผลิตบัณฑิตแอนิเมชันที่มีคุณภาพรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต ภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรพิจารณาถึงคุณภาพของอาจารย์ที่จะสอนและให้ความรู้แก่นักศึกษา แนวทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้สอนคือ การสร้างครูที่เป็นต้นกล้าหรือเมล็ดพันธุ์แอนิเมชัน ด้วยการฝึกอบรมร่วมกับภาคอุตสาหกรรมในการให้ความรู้ขั้นสูงที่เชื่อมโยงกับความต้องการในอุตสาหกรรมแอนิเมชัน

เอกสารอ้างอิง

- 1) ศูนย์วิจัยกสิกร, บจก. “ดิจิทัลคอนเทนต์ฮับ...หนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไทย”. (2552). Available URL; <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=81599>.
- [2] เทเลคอมเจอร์นอล. “SIPA ซิดเส้นชัย ขอฟต์แวร์ นำไทยเป็นผู้นำแห่งเอเชีย”. Available URL; <http://www.ee-part.com/news/10324>.

- [3] สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน).
รายงานอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ปี 2552 แอนิเมชัน
และเกม. (2553). Retrieved from:
<http://www.sipa.or.th/index.php>.
- [4] _____. รายงานอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ปี 2551 แอนิเมชัน
และเกม. (2552). Retrieved from:
<http://www.sipa.or.th/index.php>.
- [5] มนู อดิศักดิ์. “แอนิเมชัน เรียนไว้ ไม่ตกงาน”. หนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ. ปีที่ 22 ฉบับที่ 7647, วันที่ 30 สิงหาคม 2552,
หน้า 6.
- [6] กรุงเทพไอที. “กูรูแนะไทยมุ่งแข่ง ซอฟต์แวร์บริการ”. หนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ. ปีที่ 22 ฉบับที่ 7642, วันที่ 25 สิงหาคม 2552,
หน้า 8.
- [7] Yugami, Kazufumi, et.al., “Employment and human resource
development in the content industry: Fact-finding survey on the
animation industry,” (2004). *JILPT Research Report No.25*.
Retrieved from:
<http://www.jil.go.jp/english/reports/documents/jilpt-research/no25.pdf>.
- [8] Bynum, Aaron, “The problem with Japanese animation,”. March
10th, 2008. *Animation Insider*. Available URL;
<http://www.animationinsider.net/article.php?articleID=1652>.
- [9] Commerce and Information Policy Bureau, Ministry of Economy
Trade and Industry, “Contents global strategy final report,”
July 2007. Retrieved from:
http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/attachedfiles20071219/houkokusyo-eversion.pdf.
- [10] Nerima City, “Stimulation project for the coexistent animation
industry cluster in Nerima FY 2009-2014,” January 2009.
Retrieved from:
http://www.city.nerima.tokyo.jp/kusei/keikaku/shisaku/kumin/shogyo/anime.files/text_english.pdf.
- [11] Keisuke, Murakami, “The policy for promotion of animation
industry in Japan,” 17 July 2008. Retrieved from:
<http://www.accu.or.jp/cc/jp/animation/img/murakami.pdf>.