โครงการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

“FILM MAKER ACADEMY”

โครงการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์
“FILM MAKER ACADEMY”

อุรพงศ์ แพทย์คชา

การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2552

© 2552

อุรพงศ์ แพทย์คชา

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต

เรื่อง โครงการจัดตั้ง สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ "Film Maker Academy"

ผู้วิจัย นายอุรพงศ์ แพทย์คชา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(รองศาสตราจารย์พรรัตน์ ดำรุง)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

.....

(ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรธนะ จันทราวัฒนากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

.....

(อาจารย์ปีเตอร์ กัน)

ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต

วันที่ 23 เดือน กันยายน พ.ศ. 2552

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ผู้ศึกษาได้ศึกษา วางแผนการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ " Film Maker Academy" เพื่อผลิตบุคลากรสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมืออาชีพ โดยมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจไว้ในระยะ 10 ปี นับจากปี 2552 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มดำเนินการ โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี เงินลงทุนทั้งสิ้น 23,000,000 บาท จากนั้นจึงเริ่มเปิดสถาบันในปี 2553

ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีได้รับผลกำไรมากที่สุด (Best Case) กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และในกรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขของรายได้จากส่วนของการขายคอร์สเรียนปกติ ทั้งคอร์สระยะสั้นและระยะยาว รายได้จากการจัดเข้าค่ายอบรมด้านภาพยนตร์ รายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษ รายได้จากการจัดเทศกาลภาพยนตร์ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของสถาบันในการจัดกิจกรรม เพื่อตอบสนองตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และรายได้จากช่องทางอื่นๆ

ซึ่งจากแผนการดาเนินงานทั้ง 3 กรณีนั้น ถูกกำหนดอัตราผลตอบแทน (Discount Rate) ไว้ที่ 7.5 % โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ ดังนี้

	Best Case	Most Likely	Worst Case
Payback Period	3 ปี 2 เดือน	4 ปี 5 เดือน	5 ปี 4 เดือน
NPV	46,604,722.38	20,977,824.94	15,053,464.50
IRR	39.43%	24.77%	20.43%
Discount Rate	7.5 %		

จากผลการศึกษาของโครงการพบว่า กระแสและสภาพตลาดของธุรกิจสถาบันสอนด้านภาพยนตร์โดยเฉพาะนั้น ยังมีอยู่น้อย และมีแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์สูง เนื่องจากยังเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และทางสถาบันมีจุดที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันทั้งด้านหลักสูตร การบริการ การก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมืออาชีพ และสถานที่ที่สะดวก เหมาะสมต่อการเรียนของผู้ที่สนใจ ทั้งหมดนี้จึงเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถสู้กับคู่แข่งขันได้

อย่างไรก็ตามการเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนี้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะความสามารถในการบริหารเป็นหัวใจสาคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอด และความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นต้องทำความเข้าใจกับวงการภาพยนตร์ เพื่อจะได้ทราบถึงกระแสและแนวโน้มของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และนำมาพัฒนา วางแผนหลักสูตรให้เป็นไปตามที่ตลาดต้องการ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้ในระยะยาว มีความยืดหยุ่นของธุรกิจ และพร้อมเผชิญกับปัญหาทุกสภาวการณ์ได้ ก็จะทำให้ธุรกิจนี้อยู่รอด และเติบโตต่อไป

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษา วางแผนการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “ Film Maker Academy” สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณา จากรองศาสตราจารย์ พรรัตน์ ดำรุง รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย และ อาจารย์ปีเตอร์ กัน ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัย วิเคราะห์ พร้อมทั้งพิจารณาตรวจแก้ไข ปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์ จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ บุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ ที่ให้ความร่วมมือ และความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ ถึงกระบวนการบริหารจัดการ จุดเด่น จุดด้อยของโครงการ ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ และศึกษากระบวนการบริหารจัดการให้กับโครงการของผู้วิจัยได้ รวมทั้งแนวทางในการจัดตั้ง รูปแบบหลักสูตร ที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง สำหรับคุณพ่อ และคุณแม่ที่คอยสนับสนุนด้านการศึกษา ให้ความรัก ความห่วงใย ซึ่งเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งต่อการศึกษามาโดยตลอด

ขอบคุณเพื่อนๆ และพี่ๆ ทุกท่าน ที่คอยเป็นกำลังใจในการทำงานชิ้นนี้ พร้อมทั้งความห่วงใยที่คอยเป็นแรงกระตุ้นและไถ่ถามความคืบหน้าในการทำงานวิจัยตลอดมา ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่า โครงการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจัดตั้งสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ หรือสถาบันที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกัน

นายอุรพงศ์ แพทย์คชา

23 กันยายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสาคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
1.3 นิยามศัพท์	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเรื่องคุณค่าและความสาคัญของภาพยนตร์	6
2.2 แนวคิดเรื่องวิวัฒนาการของภาพยนตร์ไทย	7
2.3 แนวคิดเรื่องการพัฒนาบุคลากร สาหรับวงการภาพยนตร์	13
2.4 แนวคิดเรื่องธุรกิจการจัดตั้งสถาบัน	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	25
3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	25
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.5 การรวบรวมข้อมูล	30
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
4.1 การสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์	32
4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)	34
4.3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกับสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ (In-depth Interview)	51
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)	66
บทที่ 5 การกาหนดรูปแบบธุรกิจ	76
5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	79
5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	80
5.3 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร	88
5.4 การจัดองค์กร	95
5.5 แผนการตลาด	103
บทที่ 6 งบการเงิน	123
6.1 ข้อสมมติในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	123
6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม	124
6.3 การประมาณการต้นทุนการบริการ	126
6.4 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน	127
6.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	128
บทที่ 7 สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ	139
7.1 สรุปประเด็นปัญหาในการศึกษา	140
7.2 การบริหารความเสี่ยง	141
7.3 ข้อเสนอแนะ	146

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บรรณนานุกรม 147

ภาคผนวก 151

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์บุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ 152

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจเป็นสถาบันสอน 158

ภาคผนวก ค แบบสอบถาม โครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” 160

ภาคผนวก ง การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจเป็นสถาบันสอน 166

ภาคผนวก จ รายละเอียดอุปกรณ์ 173

ภาคผนวก ฉ แผนผังที่ตั้งสถาบัน อาคารเมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ 179

ประวัติการศึกษา 183

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงส่วนประสมการตลาด 4Ps และ 4Cs 18
ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 35
ตารางที่ 3 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจในสถาบัน และหลักสูตร เพื่อการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 38
ตารางที่ 4 ตารางแสดงความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 43
ตารางที่ 5 ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมาย 49
ตารางที่ 6 ตารางแสดงตลาดกลุ่มเป้าหมายตามหลักสูตร 50
ตารางที่ 7 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค์ ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) 55
ตารางที่ 8 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จากัด 59
ตารางที่ 9 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของโรงเรียนมหาจักรการศึกษา 63
ตารางที่ 10 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตร 64
ตารางที่ 11 ตารางจำนวนนักเรียนหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรีด้าน Entertainment Media 65
ตารางที่ 12 ตารางแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของสถาบันที่เปิดสอน ด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์โดยตรง 71
ตารางที่ 13 ตารางแสดงจุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่งทางอ้อม ที่มีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัย 72
ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งขัน 73
ตารางที่ 15 ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรระยะสั้นของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” 106
ตารางที่ 16 ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรระยะยาวของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” 108

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 17 ตารางแสดงอัตราค่าเรียนต่อเดือนของสถาบันสอนและ
พัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” 109
ตารางที่ 18 ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรพิเศษของสถาบันสอนและ
พัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” 110
ตารางที่ 19 แผนการตลาดช่วง Pre-launch 113
ตารางที่ 20 แผนการตลาดช่วง Introduction 114
ตารางที่ 21 แผนการตลาดช่วง Growth 115
ตารางที่ 22 แผนการตลาดช่วง Maturity 116
ตารางที่ 23 แผนการตลาดช่วง Decline 117
ตารางที่ 24 ตารางแสดงจำนวนผู้เรียนของสถาบัน 123
ตารางที่ 25 การประมาณเงินลงทุนถาวร (ก่อนดำเนินการ) 124
ตารางที่ 26 การประมาณการต้นทุนการบริการ 126
ตารางที่ 27 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน 129
ตารางที่ 28 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely) 130
ตารางที่ 29 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด
(Most Likely Case) แบบแสดงรายได้ตามรายเดือน ปีที่ 1 131
ตารางที่ 30 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด
(Most Likely Case) แบบแสดงรายจ่ายตามรายเดือน ปีที่ 1 132
ตารางที่ 31 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด
(Most Likely Case) แบบแสดงรายได้ตามรายเดือน ปีที่ 2 133
ตารางที่ 32 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด
(Most Likely Case) แบบแสดงรายจ่ายตามรายเดือน ปีที่ 2 134
ตารางที่ 33 ตารางแสดงงบกำไขขาดทุน (Income Statement) 135
ตารางที่ 34 ตารางแสดงงบดุล (Balance Sheet) 138
ตารางที่ 35 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case) 142

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 36 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely) 143
ตารางที่ 37 ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ; กรณีได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) 144

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและ
วิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) 53
ภาพที่ 2 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์
อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 57
ภาพที่ 3 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กร โรงเรียนมหาจักรการศึกษา 61
ภาพที่ 4 แผนที่เมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ 86
ภาพที่ 5 เมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ 87
ภาพที่ 6 โครงสร้างองค์กร 96

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมบันเทิงไทย เป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งภายใน และภายนอกประเทศ สามารถเชื่อมโยงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความยืดหยุ่นสูง ธุรกิจภาพยนตร์ เป็นธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมบันเทิงที่ได้รับความนิยม และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลงานภาพยนตร์จากผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับการแสดงภายในประเทศ

ภาพยนตร์ไทยมีประวัติการเริ่มต้นประมาณปี พ.ศ. 2470 [1] และเริ่มแพร่หลายเป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น จนมีการสร้างภาพยนตร์ไทยหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งแบบภาพยนตร์เงียบ ใช้เสียงพากย์และภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม ต่อมาเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 (ปี พ.ศ. 2483 - 2488) ภาพยนตร์ไทยซบเซาลง เพราะขาดแคลนฟิล์มแบบ 35 มม. ต้องใช้ฟิล์มขนาด 16 มม. แทน และทำให้ภาพยนตร์ที่มีการพากย์เป็นที่นิยมมากขึ้น ในช่วงปลายสงครามโลกเกิดการทิ้งระเบิดในกรุงเทพฯ อย่างต่อเนื่อง โรงภาพยนตร์ปิดตัวลงหลายแห่ง ทำให้การสร้างภาพยนตร์ต้องหยุดชะงัก ผลงานภาพยนตร์จึงมีค่อนข้างน้อย เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง กิจการภาพยนตร์ไทยค่อยๆ ฟื้นคืนกลับมา ผู้ผลิตหันมาสร้างภาพยนตร์ขนาด 16 มม. แทน เพราะเป็นภาพยนตร์ที่มีต้นทุนต่ำ ผลิตได้รวดเร็ว และสร้างกำไรได้มากมาย ผู้ชมในช่วงนั้นติดยึดกับระบบดารายอดนิยมและเรื่องราวที่มุ่งเน้นความบันเทิงและสนุกสนาน ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2516 - 2529 สถานการณ์ทางการเมืองไทยเกิดความขัดแย้ง และเข้าสู่ภาวะของการแสวงหาเสรีภาพและการแสดงออกทางประชาธิปไตย ภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องได้แสดงบทบาทของตนในฐานะเป็นกระจกสะท้อนความคิด ทัศนคติของศิลปิน เรื่องราวแสดงให้เห็นถึงปัญหาทางการเมืองและสังคม ทำให้เกิดการสร้างภาพยนตร์ที่แฝงความคิด และสาระที่ทำให้ผู้ชมเกิดการตระหนัก และวิพากษ์วิจารณ์

[1] ภาพยนตร์เรื่องนางสาวสุวรรณ และ โชคสองชั้น เป็นภาพยนตร์ฟิล์มขาว-ดำ ขนาด 35 มิลลิเมตร ไม่มีเสียง สร้างในปีเดียวกัน

อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2522 ได้เริ่มมีการก่อตั้งภาควิชาในระดับอุดมศึกษา เพื่อเปิดสอนหลักสูตรการถ่ายทำภาพยนตร์ ในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง[2] อันทำให้เกิดผู้ที่เริ่มมีความรู้ ความเข้าใจและมีการฝึกฝนในการทำงานเกี่ยวกับภาพยนตร์มากขึ้น และเริ่มมีบัณฑิตใหม่เข้าทำงานในอุตสาหกรรมบันเทิงเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา ภาพยนตร์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาสาระอย่างเห็นได้ชัด ภาพยนตร์ในช่วงนี้ซับซ้อนขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมรุ่นใหม่และยังสามารถแข่งขันกับภาพยนตร์จากต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักสร้างภาพยนตร์รุ่นใหม่เริ่มใช้ความรู้ทางการตลาดมาใช้ในการส่งผลงานภาพยนตร์ ออกสู่ตลาดต่างประเทศ

แม้ว่าศักยภาพในด้านการตลาดของภาพยนตร์ไทย จะมีการปรับตัวดีขึ้น แต่วิวัฒนาการของการผลิตภาพยนตร์ไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมากลับหยุดชะงัก ผู้กำกับหลายรายไม่มีการสร้างสรรค์ผลงานแนวใหม่ และยังคงนำเสนอภาพยนตร์ในรูปแบบเดิม ซึ่งเคยประสบความสำเร็จในอดีต (ตั้งแต่ผลงานที่ประสบความสำเร็จในช่วงหลังปี 2538 เป็นต้นมา) อีกทั้งไม่ได้ปรับเนื้อหาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม ดังที่ธีรยา สมปราชญ์ (2547) ได้กล่าวในผลงานวิจัยเรื่อง “ กลยุทธ์การสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทย ” ว่า การผลิตภาพยนตร์จะมีคุณภาพหรือได้รับความนิยมจากคนดูหรือไม่นั้น ผู้ชมเป็นส่วนกำหนดแนวทางของภาพยนตร์ ผู้สร้างจึงเลือกสรรและสร้างแต่ภาพยนตร์ในแนวที่ประสบความสำเร็จ และมีการสร้างภาพยนตร์ในแนวเดียวกันออกมา ดูได้จากรายชื่อภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายทั้งหมด 53 เรื่อง ในปี 2551 ประเภทของภาพยนตร์ที่มีการผลิตภาพยนตร์ในแนว หรือประเภทเดียวกันมากที่สุด 3 ประเภท (ไทยซีนีมา, 2551) คือ ภาพยนตร์ประเภทตลก ภาพยนตร์ประเภทโรแมนติก และภาพยนตร์

[2] หลักสูตรระยะยาว โดยผู้เรียนจะต้องศึกษากระบวนการทั้งหมดในการผลิตภาพยนตร์ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต การผลิต และหลังการผลิตภาพยนตร์ ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ โดยเปิดเป็นภาควิชาย่อยภายในแต่ละสาขาวิชาภายในมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้การเรียนด้านการแสดงแยกออกไปเป็นอีกสาขาโดยเฉพาะ อาทิ ภาควิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ภาควิชาการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นต้น ปัจจุบันสถาบันการศึกษาเหล่านี้จึงเป็นสถาบันในการผลิตและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง

ประเภทสยองขวัญ[3]

จากประเด็นปัญหาต่างๆ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สถานการณ์ของภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการตื่นตัวของตลาดค่อนข้างสูง และมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องในเชิงปริมาณ มีผู้ผลิต และสร้างสรรค์งานเพิ่มขึ้น โดยอาศัยการพิจารณาการเจริญเติบโตของระดับรายได้จากการผลิตผลงานภาพยนตร์เป็นพื้นฐาน อาทิ ข้อมูลเชิงสถิติในช่วงระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปี 2551 มีการเปลี่ยนแปลงระดับของรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ 27.21 % เติบโตเฉลี่ยปีละ 9.07 % (รายได้รวมของภาพยนตร์ไทยในปี 2549 ประมาณ 1,036.32 ล้านบาท (ยิ้มสยาม, 2551) และรายได้รวมของภาพยนตร์ไทยใน ปี 2551 ประมาณ 1,318.30 ล้านบาท (Flick Magazine, 2550) แต่หากพิจารณาถึงปัจจัยเชิงคุณภาพในผลงานแล้ว พบว่าภาพยนตร์ไทยอยู่ในภาวะถดถอย และเริ่มอิ่มตัว อัตราการบริโภคภายในประเทศของภาพยนตร์มีอัตราลดลง

ผู้วิจัยพบว่า ถ้าจะพัฒนาภาพยนตร์ไทยเพื่อให้สามารถเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งของอุตสาหกรรมบันเทิงแล้ว น่าจะมีการพัฒนาบุคคลากรผู้ผลิตภาพยนตร์ เพื่อให้สามารถคิดสร้างสรรค์ พัฒนาบท และกำกับภาพยนตร์ ได้อย่างเชี่ยวชาญ อีกทั้งมีบุคคลากรฝ่ายสนับสนุนที่มีทักษะ ความรู้ เข้าใจระบบในการผลิตและการตลาดที่มีคุณภาพ

ทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจทุกประเภท ธุรกิจภาพยนตร์ก็เช่นกัน การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นพื้นฐานให้ธุรกิจสามารถพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ และมั่นคงในระยะยาว การพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตภาพยนตร์แบบครบวงจร น่าจะเป็นแนวทางที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพของธุรกิจภาพยนตร์ได้ ในปัจจุบันการฝึกฝนบุคคลากรในสายอาชีพนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การเรียนการสอนในระบบการศึกษา และการเรียนนอกระบบ การเรียนการสอนในระบบการศึกษานั้นจะสอนเน้นภาคทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติจริง ผู้เรียนจึงไม่สามารถนำมา

---

[3] **ภาพยนตร์ประเภทตลก** ทั้งหมด 20 เรื่อง จากค่ายสหมงคลฟิล์ม 6 เรื่อง ค่ายพระนครฟิล์ม 5 เรื่อง ค่ายอาร์ เอส. ฟิล์ม แอนด์ดิสทริบิวชั่น 3 เรื่อง ค่ายเอ็นจีอาร์ 2 เรื่อง และค่ายอื่นๆ อีก 4 เรื่อง **ภาพยนตร์ประเภทโรแมนติก** ทั้งหมด 11 เรื่อง จากค่ายค่ายจีทีเอช 3 เรื่อง ค่ายอาร์ เอส. ฟิล์ม แอนด์ดิสทริบิวชั่น ค่ายสหมงคลฟิล์ม ค่ายพระนครฟิล์ม ค่ายโมโนฟิล์ม ค่ายเอ็นจีอาร์ ค่ายสปาต้า ครีเอทีฟ และลาวอาร์ต ค่ายหนังป๊อบพิคเจอร์ และค่ายไรท์บิยอนด์ ค่ายละ 1 เรื่อง **ภาพยนตร์ประเภทสยองขวัญ** ทั้งหมด 8 เรื่อง จากค่ายจีทีเอช 2 เรื่อง ค่ายสหมงคลฟิล์ม ค่ายไฟว์สตาร์ โปรดักชัน จำกัด ค่ายเอ็นจีอาร์ ค่ายเอเอ็นเอ ฟิล์ม เน็ตเวิร์ค ค่ายเอ จี เอ็นเตอร์ เทนเม้นท์ และค่ายอลังการ สูดิโอ ค่ายละ 1 เรื่อง ส่วนอื่นๆ เป็นภาพยนตร์ประเภทแอคชั่น อิงประวัติศาสตร์ การ์ตูน สารคดี และภาพยนตร์นอกกระแสตามลำดับ

ประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนัก นอกจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่อยู่ในระบบตามการควบคุมของรัฐบาลแล้วยังมีองค์กรอื่นๆ อาทิ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy), โรงเรียนมหาจักรการศึกษา, มูลนิธิหนังไทย กลุ่มไทยช็อทฟิล์ม (Thai Shot Film) สถาบันต่างๆ เหล่านี้ มีผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาอาชีพมาเป็นวิทยากร ผู้สอน ในหลักสูตรสั้นๆ ให้ความรู้เพิ่มเติม เพื่อตอบรับตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในอุตสาหกรรมบันเทิงในแต่ละด้าน

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาของการขาดแคลนบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถและทักษะที่แท้จริงในด้านธุรกิจการสร้างภาพยนตร์ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเร่งแก้ไข อีกทั้งมองเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ “ สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร ” เพื่อรองรับต่อภาวะตลาดภาพยนตร์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสนับสนุนกลุ่มคนทำภาพยนตร์อิสระ ให้มีความชำนาญ และเข้าใจในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ และลงมือปฏิบัติจริงทุกขั้นตอน เสมือนเป็นสถาบันสร้างผู้ผลิตภาพยนตร์ขนาดย่อม สำหรับบุคคลที่สนใจทางด้านภาพยนตร์อย่างแท้จริง ทั้งนี้สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร น่าจะสามารถสร้างผลกำไรในระยะยาว สร้างส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญต่อผู้ประกอบการ และมีความโดดเด่นที่ชัดเจนจากสถาบันการศึกษาอื่นๆ บนพื้นฐานที่สามารถยกระดับการสร้างผลงานภาพยนตร์ไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์และเสริมด้วยการจัดเทศกาลภาพยนตร์
2. เพื่อศึกษาการวางแผนธุรกิจสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์และเสริมด้วยการจัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย

1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

การผลิตภาพยนตร์ หมายถึง กระบวนการผลิตภาพยนตร์ทั้ง 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ (Pre-Production) ขั้นตอนการถ่ายทำ (Production) และขั้นตอนหลังการถ่ายทำ (Post Production) แต่ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการผลิตภาพยนตร์สั้น ที่นักศึกษาในสถาบันได้ร่วมกันผลิตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผลงานของนักศึกษาและกิจกรรมที่ได้ร่วมกันทำระหว่างเรียน

สถาบันสอนด้านภาพยนตร์ครบวงจร ในหลักสูตรนี้ หมายถึง สถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรด้านภาพยนตร์ อาทิ การเขียนบทภาพยนตร์ การแสดง การผลิตภาพยนตร์ การออกแบบเสียงในงานภาพยนตร์ การตัดต่อภาพยนตร์ การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ การถ่ายภาพยนตร์ และการอำนวยการผลิตภาพยนตร์ เป็นต้น โดยเน้นการปฏิบัติ และกระบวนการผลิตครบถ้วนทุกขั้นตอน รวมทั้งการผลิตภาพยนตร์สั้น และการจัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อเป็นการแสดงผลงาน แสดงศักยภาพของผู้เรียนและสถาบันทางด้านการผลิตภาพยนตร์ พร้อมทั้งการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านภาพยนตร์สู่ประชาชนหมู่มาก ทางสถาบันสอนโดยอาจารย์ที่ได้รับรางวัลทางด้านการสร้างภาพยนตร์ สถาบันสอนจะเป็นเหมือนโรงผลิตหนังสั้น นักเรียนจะทำงานเป็นทีม และทำงานคนเดียว เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงออก และแสดงความคิดเห็น สถาบันจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ให้นักเรียนมีความรู้สึกเหมือนได้ทำงานผลิตอยู่ในโลกของภาพยนตร์จริงๆ นอกจากทฤษฎีพื้นฐานในการสร้างภาพยนตร์แล้ว ยังรวมไปถึงประเด็นการศึกษาในสายงานสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ อาทิ การเงิน และการตลาด

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาจะมุ่งเน้นศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์สั้นและเสริมด้วยการจัดเทศกาลภาพยนตร์ โดยนำกลยุทธ์และแผนงานด้านการตลาดมาเป็นแนวทางในการศึกษากลวิธีในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาทำให้สามารถนำไปทำแผนธุรกิจ เพื่อใช้ดำเนินงานได้อย่างแท้จริง และมีทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร สามารถสร้างส่วนแบ่งตลาดที่ชัดเจน
2. การศึกษาทำให้สามารถคาดการณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการดำเนินงานในอนาคตได้
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ได้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน รวมถึงแนวทางในการวางนโยบายต่างๆ ของธุรกิจ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเรื่องคุณค่าและความสำคัญของภาพยนตร์
2.2 แนวคิดเรื่องวิวัฒนาการของภาพยนตร์ไทย
2.3 แนวคิดเรื่องการพัฒนาบุคลากร สำหรับวงการภาพยนตร์
2.4 แนวคิดเรื่องธุรกิจการจัดตั้งสถาบัน
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าและความสำคัญของภาพยนตร์

ปัจจุบันภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีตลาดกว้างใหญ่ ภาพยนตร์เป็นศิลปะในการผลิต ศิลปินจะต้องมีกระบวนการ 3 ระยะ (รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2546) คือ

- ใช้ความรู้หรือประสบการณ์ของศิลปิน (Intuition / Experience)
- แสดงความรู้หรือประสบการณ์นั้นผ่านสื่อ (Artistic medium)
- คนดูได้รับความเพลิดเพลินบันเทิงใจจากแนวคิดหรือประสบการณ์นั้น (Enjoyment)

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2538) ยังได้แสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยถือว่าภาพยนตร์นั้นเป็นศิลปะแขนงใหม่อย่างหนึ่ง อันเกิดจากการรวมศิลปะหลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน กระทั่งในปัจจุบันนักวิชาการได้ยอมรับว่า ภาพยนตร์เป็นศิลปะแขนงที่ 7 ต่อจาก วรรณกรรม จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม นาฏกรรม และดนตรี

ดังนั้น บุคคลากรที่จะทำงานในสายธุกิจภาพยนตร์ จึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้หลายด้าน ทั้งในด้านการผลิตอันได้แก่ เขียนบท กำกับภาพยนตร์ การแสดง ศิลปะการถ่ายทำ การใช้กล้อง เทคนิคในการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงในภาพยนตร์ อีกทั้งประกอบไปด้วยบุคคลากรในฝ่ายการจัดการ อำนวยการ และฝ่ายสนับสนุน

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่เข้าถึงคนทุกชนชั้น เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาความรู้สึกประสบการณ์ไปยังผู้รับสาร ด้วยลักษณะเฉพาะของภาษา สัญลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ภาพยนตร์เล่าเรื่องด้วยภาพ การลำดับเรื่องราวที่สัมพันธ์ต่อเนื่อง หรือบางครั้งขัดแย้งกัน ภาษาของ

ภาพยนตร์ ไม่ต้องการคำแปล ผู้ชมสามารถยอมรับและเข้าใจได้ ภาษาของสีและแสงที่แสดงนัยยะแฝงต่างๆ นอกจากนี้ยังมีเสียงดนตรี ภาษาพูด เสียงธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความหมาย และอารมณ์ความรู้สึก ภาพยนตร์จึงมีลักษณะพิเศษซึ่งสามารถสื่อสารความหมายให้ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยไม่มีอุปสรรคทางด้านการอ่านออกเขียนได้มากนัก และที่สำคัญภาพยนตร์มีบทบาทและอำนาจในการปลูกฝังบ่มเพาะ หรือความคิดให้ปรากฏออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม อารมณ์ความคิด และโลกทัศน์ ซึ่งได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมทางด้านวัฒนธรรมสำหรับมวลชนที่ทำหน้าที่ส่งต่อความคิด และสะท้อนสภาพความเป็นไปของสังคม วัฒนธรรมของตัวผู้ผลิตในคราวเดียวกัน

นอกจากนี้ภาพยนตร์ยังเป็นสื่อธุรกิจ เป็นกิจการพานิชย์ ที่ต้องมีการระดมทุนในการผลิต มีระบบการจัดจำหน่าย การตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้บุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถหลายสาขาในกระบวนการผลิตภาพยนตร์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้นเนื้อหาของภาพยนตร์ส่วนใหญ่จึงเน้นความบันเทิง ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และสร้างความพึงพอใจต่อผู้ชม

2.2 แนวคิดเรื่องวิวัฒนาการของภาพยนตร์ไทย

2.2.1 ภาพยนตร์ไทยยุคบุกเบิก พ.ศ. 2465 - พ.ศ. 2512

ภาพยนตร์ไทย มีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน โดยภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่ถ่ายทำภายในประเทศ (ปี 2465) คือ เรื่องนางสาวสุวรรณ ผู้สร้าง คือ บริษัทภาพยนตร์ ยูนิเวอร์ซัล ภาพยนตร์เรื่องนี้ใช้ผู้แสดงทั้งหมดเป็นคนไทย และมีเสียงเรียกร้องจากผู้ชมให้มีผู้คิดสร้างภาพยนตร์ไทยขึ้นอีก จนถึงช่วงประมาณปลายปี พ.ศ. 2469 มีกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ไทยประกาศสร้างภาพยนตร์ขึ้นเป็นรายแรกภายใต้ชื่อ บริษัทถ่ายภาพยนตร์ไทย ต่อมามีกลุ่มผู้กำกับชาวไทยอีกกลุ่มหนึ่งคิดสร้างภาพยนตร์ขึ้นในลำดับถัดมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ กรุงเทพภาพยนตร์

ปี พ.ศ 2470 บริษัทกรุงเทพภาพยนตร์สร้างภาพยนตร์เรื่องแรกสำเร็จโดยมีชื่อเรื่องว่า โชคสองชั้น เป็นภาพยนตร์ขนาด 35 มิลลิเมตร ขาว-ดำ ไม่มีเสียง และได้รับการยอมรับให้เป็นภาพยนตร์เพื่อการพาณิชย์ เรื่องแรกที่สร้างโดยคนไทย ต่อมามีผู้นำอุปกรณ์และภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเข้ามาฉายในกรุงเทพ และภาพยนตร์เงียบค่อยๆ เสื่อมความนิยมลงไปและถูกแทนที่โดยภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม

ต่อมาช่วงปี พ.ศ. 2483 เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ในยุโรป ทำให้เกิดภาวะขาดแคลนฟิล์มถ่ายภาพยนตร์ขนาด 35 มิลลิเมตร ผู้สร้างหนังในประเทศไทยจึงหันมาใช้ฟิล์มขนาด 16 มิลลิเมตรแทน การสร้างภาพยนตร์ไทยในระบบ 16 มิลลิเมตร ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากต้นทุนในการสร้างต่ำกว่าการถ่ายทำภาพยนตร์ในระบบ 35 มิลลิเมตร จึงเป็นเหตุจูงใจให้มีนักสร้างภาพยนตร์มือสมัครเล่น เข้ามาเป็นผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2500 - 2515 เป็นช่วงรุ่งเรืองของภาพยนตร์ไทยในระบบ 16 มิลลิเมตร ที่มีโครงเรื่องที่คล้ายคลึงกัน เป็นภาพยนตร์ชีวิต รัก โศกเศร้าเคล้าน้ำตา และส่วนใหญ่จะสอดแทรกมุขตลก

ปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์ยุคนี้ คือ ดารานักแสดง มีดาราฝ่ายชายที่เป็นที่นิยมได้แก่ มิตร ชัยบัญชา ส่วนดารานำฝ่ายหญิงได้แก่ เพชรา เชาวราษฎร์ ระบบการถ่ายทำส่วนใหญ่ ตัวแสดงยังพูดไปตามบทโดยไม่มีการบันทึกเสียง นักพากย์จึงกลายเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดผู้ชม จะเห็นได้ว่าภาพยนตร์ไทยในช่วงแรกนั้น ไม่มีเทคโนโลยีที่ซับซ้อน กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละขั้นตอนอาศัยปัจจัยด้านบุคลากรเป็นหลัก ทั้งทีมงานผู้สร้างสรรค์ผลงาน และนักแสดง โดยไม่ได้เน้นที่บทของภาพยนตร์ แนวคิด หรือโครงเรื่องที่มีความแปลกใหม่โดดเด่นจากภาพยนตร์เรื่องอื่นแต่อย่างใด

อย่างไรก็ดี แม้ว่ากระบวนการผลิต และเนื้อหาสาระของภาพยนตร์ในยุคแรกจะไม่ซับซ้อนหรือหลากหลายนัก แต่ผลงานภาพยนตร์ไทยก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ชม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการตลาด ที่ทำให้จำนวนผู้ชมมีแนวโน้มพัฒนาปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2.2 ภาพยนตร์ไทยยุคสร้างการตลาดภายในประเทศ พ.ศ. 2513 - พ.ศ. 2539 (อัญชลี ชัยวรพร, 2551)

นับแต่เหตุการณ์ที่นิสิตนักศึกษาเดินขบวนประท้วงรัฐบาลเผด็จการเมื่อ 14 ตุลาคม 2516 และเหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 จนถึงปี พ.ศ. 2529 ภาพยนตร์ไทยได้รับอิทธิพลทางความคิดแบบเสรีนิยม และทำให้เรื่องราวที่นำเสนอมีความซับซ้อนเป็นกระจกสะท้อนการเมืองและสังคมไทยได้อย่างเข้มข้น คุณภาพของผลงานภาพยนตร์ดีขึ้นทั้งในด้านความคิด ระบบการถ่ายทำ ซึ่งเปลี่ยนมาใช้การสร้างภาพยนตร์แบบ 35 มิลลิเมตร เสียงในฟิล์ม ตามเงื่อนไขในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยของรัฐบาล เริ่มมีค่ายหนังใหม่ๆ เกิดขึ้น โดยเน้นการผลิตภาพยนตร์เพื่อเป็นธุรกิจอย่างแท้จริง

บริษัท สหมงคลฟิล์ม จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2513 ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทำธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ (Distributor)

ต่างประเทศ และต่อมาได้ลงทุนสร้างภาพยนตร์ไทย พร้อมกับนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ สร้างชื่อเสียงให้บริษัทเป็นที่รู้จักของคนไทยและเป็นตัวแทนในการนำเข้าภาพยนตร์จีน ได้แก่ ภาพยนตร์ของ เฉินหลงทุกเรื่อง ทำให้บริษัทมีความก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับจากผู้ชมอย่างรวดเร็ว

ปี พ.ศ 2516 บริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ก่อตั้งขึ้น โดยทำธุรกิจผลิตภาพยนตร์ ต่อมาในปี 2520 บริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด เป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่มีโรงถ่ายทำภาพยนตร์เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนขยายกิจการสู่การผลิตละคร และรายการโทรทัศน์ บริษัทไฟว์สตาร์ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง โดยสามารถสร้างดาราที่มีชื่อเสียง และมีคุณภาพเข้ามาสู่วงการเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันบริษัทฯได้ขยายธุรกิจออกไป โดยเปิดบริษัท Stardio ที่ให้บริการทางด้านการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์อย่างครบวงจร โดยบุคคลากรที่มีประสบการณ์และคุณภาพ เป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย ที่มีระบบ และมีส่วนต่อขยายเพิ่มเติมที่ชัดเจน

นอกจากสองบริษัทผู้ผลิตใหญ่ที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ทศวรรษก่อนแล้ว ในช่วงนี้บริษัท ไท เอนเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นปี 2528 ได้รับความสำเร็จอย่างสูง ทั้งทางด้านรายได้ และการยอมรับว่าเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทยในระดับแนวหน้าที่มีคุณภาพ จากภาพยนตร์เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง ที่ทำสถิติขึ้นเป็นอันดับ 1 ด้วยรายได้ 75 ล้านบาท ต่อด้วย นางนาก ทำลายสถิติได้อีกครั้งด้วยรายได้ 150 ล้านบาท และสตรีเหล็กทำรายได้ 100 ล้านบาท นอกจากนี้ยังได้ปลุกกระแสการยอมรับในภาพยนตร์ไทยของชาวต่างชาติ ด้วยการนำภาพยนตร์ไทยออกฉายในตลาดต่างประเทศ (ไท เอนเตอร์เทนเม้นท์, 2551)

ปี พ.ศ. 2532-2535 ภาพยนตร์เกรดบีประเภทหนังวัยรุ่น หนังผี หนังบู๊ รวมทั้งหนังโป๊ เป็นภาพยนตร์ที่นิยมสร้างกันในช่วงนี้ โดยมีตลาดวิดีโอเป็นเป้าหมายหลัก ในระหว่างปี พ.ศ. 2532-2537 ภาพยนตร์ลงทุนต่ำทำกำไรได้ดี โดยเฉพาะในตลาดต่างจังหวัด ผู้ผลิตผลงานภาพยนตร์ไทยได้ปรับปรุงคุณภาพของงานสร้าง จนกระทั่งหนังไทยชั้นดีมีรูปลักษณ์ไม่ห่างจากหนังระดับมาตรฐานของฮ่องกง หรือ ฮอลลีวูด แต่จำนวนการสร้างภาพยนตร์มีอัตราลดลง จากที่เคยออกฉายมากกว่า 100 เรื่อง ในปี พ.ศ. 2533 และลดลงเหลือเพียงประมาณ 30 เรื่องในปี พ.ศ. 2539 (สุทธากร สันติธวัช, 2551)

การเปลี่ยนแปลงของวงการภาพยนตร์ไทยในยุคนี้ ส่งผลต่อธุรกิจประเภทอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจวิดีโอ ธุรกิจเพลง จึงทำให้เกิดบริษัท อาวอง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ บริษัท อาร์.เอส. โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2535 โดยมีเป้าหมายคือ การขยายรูปแบบความบันเทิง จากธุรกิจหลักคือธุรกิจเพลง ไปสู่งานด้านภาพยนตร์ เพื่อเสริมโครงสร้างทาง

ธุรกิจ (Business Model) ของทางบริษัท ให้เป็นองค์กรด้านความบันเทิงที่ตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้อย่างครบถ้วน พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงของวงการภาพยนตร์ไทย อีกทั้งยังสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจโดยรวมขององค์กร โดยการผลิตภาพยนตร์เป็นรูปแบบ วิดีโอซีดี ซึ่งเป็นที่นิยมในช่วงนั้น และก็เป็นการตลาดอย่างหนึ่งที่ผู้ชมสนใจบริโภคภาพยนตร์ในรูปแบบ วิดีโอซีดีมากกว่าไปดูในโรงภาพยนตร์

2.2.3 พัฒนาการด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2552

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเข้าสู่ยุคการแข่งขันที่รุนแรง กระแสโลกาภิวัฒน์มีส่วนในการกำหนดรสนิยม และตลาดการดูภาพยนตร์ของคนไทย เกิดธุรกิจภาพยนตร์แบบครบวงจร การเริ่มเข้ามาของกลุ่มผู้กำกับคลื่นลูกใหม่ ที่มีศิลปะและความรู้ทางการผลิตภาพยนตร์ และการจัดการทางด้านธุรกิจ การใช้สื่อโฆษณาทุกรูปแบบเพื่อกระตุ้นผู้บริโภค ทำให้มีค่ายผลิตภาพยนตร์เกิดขึ้นอีกหลายค่าย

บริษัท พระนครฟิลม์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2544 โดยกลุ่มสายหนัง ธนาซีเนเพล็กซ์ (ตระกูล ธนารุ่งโรจน์) ซึ่งเคยเป็นเจ้าของโรงภาพยนตร์หลายแห่งมาก่อน (พระนครฟิล์ม, 2551) มีความเข้าใจว่าผู้ชมคนไทยมีความต้องการอย่างไร[1] โดยส่วนใหญ่ภาพยนตร์ของบริษัท พระนครฟิลม์ จำกัด เป็นภาพยนตร์แนวตลก ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมจากคนดูในขณะนั้น และก็ยังได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ ทางบริษัท ได้มีนโยบายในการผลิตรายการเพื่อความบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ด้วย

เมื่อมีบริษัทผลิตภาพยนตร์มากขึ้น แนวภาพยนตร์ ก็มีความหลากหลายเช่นกัน ทั้งแนวอิงประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ตลก ภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์ที่สร้างให้เกิดกระแสสังคม ภาพยนตร์ที่สะท้อนอุดมคติของความเป็นไทย ภายหลังการล่มสลายทางเศรษฐกิจ ผู้คนเริ่มหันกลับมาค้นหาคุณค่าของความเป็นไทย ความรู้สึกชาตินิยมจึงถูกปลุกขึ้นมาในช่วงนี้ (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย, 2551)

นอกจากนี้ ภาพยนตร์ไทยยังได้การยอมรับในต่างประเทศ ภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง หรือ The Protector ถือเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกในประวัติศาสตร์ที่สามารถขึ้นไปอยู่บนตารางบ็อกซ์

---

[1] บริษัท พระนครฟิลม์ ผลิตผลงานภาพยนตร์เรื่องแรก "ผีหัวขาด" ในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งสามารถทำรายได้สูงสุดแห่งปี หลายเรื่องทำให้ภาพของ พระนครฟิลม์ เด่นชัดเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว

ออฟฟิศ และภาพยนตร์ไทยอีกหลายเรื่องได้ตีตลาดต่างประเทศ อาทิ ภาพยนตร์เรื่อง โกลคลับ, สุริโยไท, จันดารา, บางระจัน, ขวัญเรียม, นางนาก, สตรีเหล็ก, ฟ้าทะลายโจร, บางกอกแดนเจอรัส และ 14 ตุลา ปิดเทอมไปรบ

ต่อมาปี 2546 มีการการรวมตัวของสามบริษัท คือ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่,ไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ของวิสูตร พูลวรลักษณ์ และหับ โห้ หิ้น ฟิล์ม ของจิระ มะลิกุล กลายเป็น บริษัท จี เอ็ม เอ็ม ไท หับ จำกัด (G T H) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากได้ร่วมงานสร้างภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันและประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง มีมาร์เก็ตแชร์ของหนังมากเกือบครึ่งถึงร้อยละ 40 ในปี 2548

การรวมตัวของทั้ง 3 บริษัท เป็นการรวมตัวที่ลงตัวของจีเอ็มเอ็มที่มีศักยภาพในด้านสื่อและศิลปิน ไท เอ็นเตอร์เทนเมนท์มีความชำนาญด้านการตลาดและประสบการณ์ที่ยาวนาน ขณะที่ หับ โห้ หิ้น มีความสามารถด้านการผลิตที่ได้รับการเชื่อถืออย่างดี (Positioning Magazine, 2004)

นอกจากค่าย จี เอ็ม เอ็ม ไท หับ (G T H) ที่สร้างปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยแล้ว ยังมีค่ายใหม่ที่เปิดตัว เมื่อปี 2547 คือ ค่ายโมโนฟิล์ม จากผลงาน เดอะ กิ๊ก ไพรรีพินาศ และสุดสาคร พอจะเห็นได้ว่า ค่ายโมโนฟิล์มก็เป็นอีกค่ายหนังที่มีในแนวเดียวกับค่ายพระนครฟิล์ม นั่นคือการทำหนังไทยเอาใจชาวบ้าน แต่ที่แตกต่างก็คือ ค่ายนี้มุ่งหวังในการบุกตลาดต่างประเทศด้วย เพราะขณะที่ “เดอะกิ๊ก” เป็นหนังวัยรุ่นดูสนุกทั่วไป ผลงานอย่าง ไพรรีพินาศ กับสุดสาคร ก็คือหนังแนวแฟนตาซีที่ใช้เทคนิคได้ดีเยี่ยมและเป็นที่ต้องการของตลาดหนังต่างประเทศ

กระแสความนิยมของภาพยนตร์นอกกระแสมีเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์สั้นหรือยาว ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสเข้าฉายตามโรงภาพยนตร์ในรอบฉายปกติ ด้วยเหตุที่สั้นเกินไปหรือไม่มีจุดขายเพียงพอ แต่ก็ยังมีคนสนใจในภาพยนตร์นอกกระแส ซึ่งในประเทศไทยมีมานานแล้วตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2527[2] จนมาในปี 2544 หนังนอกกระแสอย่าง สุดเสน่หา หรือ Blissfully Your ของ อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล เป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่ได้รับรางวัลในงานเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ รางวัล “Un Certain Regard Award” และ ในปี พ.ศ. 2545 สัตว์ประหลาด เป็นภาพยนตร์ไทยที่ได้ รางวัลจูรีไพรซ์ (อภิชาตพงศ์ วีระเศรษฐกุล, 2551) ในสายการเข้าประกวดชิงรางวัลปาล์มทองคำ นับเป็นที่ 3 รองจากรางวัลสูงสุด และในปี พ.ศ. 2550 ภาพยนตร์เรื่อง

---

[2] ผลงานของ ยุทธนา มุกดาสนิท กับภาพยนตร์เรื่องผีเสื้อและดอกไม้ คว้ารางวัลชนะเลิศในเทศกาลภาพยนตร์ที่ฮาวาย สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นการประกวดในระดับเอเชียแปซิฟิก แต่กลุ่มที่สนใจในภาพยนตร์ยังมีอยู่น้อย

แสงศตวรรษ โดยอภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล คว้ารางวัล 4 รางวัลจากเทศกาลหนังนานาชาติ (คม ชัด ลึก, 2550) จนทำให้ภาพยนตร์อิสระเป็นที่สนใจมากขึ้น[3]

ประเทศไทยมีการประกวดภาพยนตร์สั้นของมูลนิธิหนังไทย โดยเป็นการประกวดซึ่งเปิดโอกาสให้กับคนทั่วไปหรือนักศึกษาวิชาภาพยนตร์ได้นำผลงานส่งเข้าประกวด ไม่จำกัดหัวข้อ และรับผลงานที่เป็นวิดีโอด้วย ซึ่งทำให้ง่ายในขั้นตอนการผลิต มีอิสระทางความคิดและไม่ต้องลงทุนมาก การจัดการประกวดครั้งแรกจนถึงปัจจุบัน มีหน่วยงานต่างๆ ให้ความสนใจจัดฉายหรือประกวดภาพยนตร์สั้นขึ้นมากมาย เช่น งานส่งฝันสู่ฟิล์ม โดยนิตยสารซีนีแมก, ประกวดหนังสั้นในเทศกาลภาพยนตร์กรุงเทพ, ประกวดหัวข้อคนไทยกับสายน้ำในเทศกาลภาพยนตร์เอเชีย, ประกวดหนังทดลองในเทศกาลหนังทดลองกรุงเทพ เป็นต้น (ธัญสก พันสิทธิวรกุล, 2551)

ในปัจจุบันจะเห็นว่า มีเวที และพื้นที่ สำหรับผู้คนที่สนใจภาพยนตร์ได้แสดงออกทางความคิด และส่งภาพยนตร์เข้าประกวด รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญ ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากนโยบายการสนับสนุนภาพยนตร์ไทยสู่เวทีระดับโลกอย่างเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองคานส์ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติภูซาน เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการจัดงาน Bangkok International Film Festival หรือเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติกรุงเทพ ซึ่งเริ่มจัดขึ้นเมื่อปี 2545 จนถึงปัจจุบัน และปี 2551 ได้มีการจัดงานThailand Entertainment Expo 2008 หรือ มหกรรมอุตสาหกรรมบันเทิงไทย 2551 ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (ราเชนทร์ พจนสุนทร, 2551)

ผู้วิจัยเห็นว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีการเติบโตสูง ในปัจจุบันเริ่มมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เล็งเห็นถึงความตื่นตัวของกลุ่มศิลปิน และผู้ศึกษาด้านเทคนิค และธุรกิจภาพยนตร์ มีผู้ให้ความสนใจในการเป็นผู้ผลิตและผู้ติดตามผลงานที่ดี มีสถาบันการศึกษาด้านภาพยนตร์ในลักษณะต่างๆ เพื่อขยายโอกาสทางความคิด การฝึกฝนเทคนิคการถ่ายทำในลักษณะใหม่ และการศึกษาในแต่ละกระบวนการผลิตและธุรกิจภาพยนตร์ มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่

---

[3] มีภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องเป็นที่ยอมรับในเทศกาลภาพยนตร์อย่าง รักน้อยนิดมหาศาล (2548) ของเป็นเอก รัตนเรือง ไปเปิดตัวที่งานเทศกาลหนังที่โทรอนโต (Positioning Magazine, 2005) ในปี 2550 ภาพยนตร์ในรูปแบบชายรักชาย เรื่อง เพื่อน...กูรักมึงว่ะ โดยผู้กำกับ พจน์ อานนท์ คว้ารางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยม จากการประกวดในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่ประเทศเบลเยียมมาได้ (bkkonline, 2550) และล่าสุด ปี 2552 ภาพยนตร์เรื่อง นางไม้ ของเป็นเอก รัตนเรือง ได้เข้าฉายในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองคานส์เช่นกัน

เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มคนที่มีความสนใจในสายงานธุรกิจภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง มีพื้นที่สำหรับผู้สนใจด้านการผลิต มีความหลากหลาย และการนำเสนอแก่ผู้ชม ทำให้บุคคลากรภาพยนตร์ทั้งผู้สร้างและผู้เสพ มีความหลากหลายและจำนวนมากขึ้น

2.3 แนวคิดเรื่องการพัฒนาบุคลากร สำหรับวงการภาพยนตร์

การเรียนการสอนด้านภาพยนตร์เป็นส่วนสำคัญมากในการผลิตบุคลากรเข้าไปสู่ตลาดวิชาชีพทางด้านธุรกิจภาพยนตร์ นับแต่ปี 2513 เริ่มมีการพัฒนาจากทางวิชาการด้านการถ่ายภาพและการถ่ายภาพยนตร์ ซึ่งเดิมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสาขาวิชาในมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านสื่อสารมวลชน ในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง มีการเปิดสอนสาขาวิชาภาพยนตร์และภาพถ่าย (Cinematography) ที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตั้งแต่ปี 2522 เป็นต้นมา และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก็ได้จัดตั้งภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่งขึ้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2531 ตามลำดับ

ด้วยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีการพัฒนาในช่วงปี 2520 เป็นต้นมา มีการตื่นตัวของกลุ่มคนที่สนใจการศึกษาด้านภาพยนตร์มีมากขึ้น จึงทำให้มหาวิทยาลัยเอกชนเริ่มให้ความสำคัญ และเล็งเห็นถึงการศึกษาทางด้านภาพยนตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย อาทิ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้เปิดสอนสาขาวิชาการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ ขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2535

หลังจากนั้น มหาวิทยาลัยเอกชนอื่นๆ ก็ให้ความสำคัญด้านการสอนภาพยนตร์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด กลุ่มคนที่สนใจในการศึกษาด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ก็มีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน ตามสภาวะความเคลื่อนไหวของภาวะตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้เปิดภาควิชาภาพยนตร์ อย่างเป็นทางการ ในปี 2549 ซึ่งก่อนหน้านี้ภาควิชาภาพยนตร์ได้เป็นแค่ส่วนหนึ่งของภาควิชาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นอกจากนั้นยังมีมหาวิทยาลัยมหิดล ได้เปิดหลักสูตรศิลปะสร้างสรรค์สื่อบันเทิง (Entertainment Media Program) สาขาการผลิตสื่อภาพยนตร์ และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ได้เปิดสาขาวิชาภาพยนตร์และดิจิตอล คณะนิเทศศาสตร์ในปีเดียวกัน

การเปิดสอนด้านภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัย นับได้ว่าเป็นการวางรากฐานที่สำคัญของระบบการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ให้มีประสิทธิภาพ และนับเป็นจุดเริ่มต้นของสถาบันที่เปิดสอนทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ที่ชัดเจน ผลงานภาพยนตร์ที่ผลิตออกมาจากกลุ่มคน

ที่มีการศึกษาที่ตรงกับสายงาน และ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่ดีขึ้นจากอดีตได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในช่วงเวลาดังกล่าวบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของทางภาครัฐ และเอกชนต่างๆ สามารถออกไปประกอบอาชีพได้หลายแห่ง เช่น ทำงานในบริษัทสร้างภาพยนตร์ สตูดิโอถ่ายภาพนิ่ง โปรดักชั่นเฮาส์ บริษัทโฆษณา สถานีวิทยุโทรทัศน์ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น งานที่เกี่ยวข้องกับการจัดนิทรรศการและผลิตสื่อในรูปแบบของมัลติมีเดีย งานออกแบบหรือจัดภาพประกอบ และสร้างสรรค์งานภาพถ่าย โดยนอกจากเนื้อหาของกลุ่มการเรียนที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากในอดีตแล้วนั้น ยังมีสถาบันที่เปิดสอนทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยนั้น ไม่สามารถสร้างระบบการเรียนการสอนที่สามารถเข้าทดลองปฏิบัติงานจริงในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ได้อย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถนำเสนอหลักสูตร และการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องต่อความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ และไม่ตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจที่ได้นำระบบดิจิตอลมาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งมีบทบาทสำคัญของตลาดภาพยนตร์ในปัจจุบัน และมีความต้องการของตลาดสูง

จากการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสร้างการตลาดของภาพยนตร์ภายใน และต่างประเทศ ทำให้สถาบันการศึกษาต่างๆ เล็งเห็นถึงความสำคัญ และความต้องการทางสายงานด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากการศึกษาในสาขาด้านภาพยนตร์ได้เจริญก้าวหน้าและขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว มีหน่วยงาน พื้นที่ และที่ไว้แสดงภาพยนตร์ทั้งที่เป็นแบบฉบับและภาพยนตร์ที่ประยุกต์การใช้งาน และภาพยนตร์สั้นมากมาย ผู้วิจัยจึงเห็นว่า เพื่อตอบรับกับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จึงควรมีสถาบันที่ส่งเสริมความรู้วิชาการทางด้านภาพยนตร์และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในด้าน ความคิด เทคโนโลยี สร้างสรรค์และจินตนาการ เนื่องจากมีความต้องการ และมีธุรกิจมากมายที่จะมารองรับผู้สนใจเหล่านี้ ในด้านการตลาดผู้วิจัยพบว่า มีสถาบันขนาดเล็ก ที่เป็นของเอกชน ซึ่งปรากฏอยู่ในกรุงเทพฯ ได้เปิดการเรียนการสอน เพื่อสร้างและพัฒนาบุคคลากรทางภาพยนตร์ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และโรงเรียนมหาจักรการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสถาบันที่ผลิตบุคลากร เพื่อรองรับธุรกิจอื่นของสถาบัน โดยไม่ได้มีหุ้นส่วนหรือพาร์ทเนอร์ในการทำธุรกิจที่ชัดเจน และผู้วิจัยมองว่าอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์กำลังเติบโตขึ้น และเป็นแนวทางที่ดีในการจัดตั้งสถาบันโดยการมีหุ้นส่วนหรือพาร์ทเนอร์กับองค์กรที่มีประสบการณ์ในการผลิตภาพยนตร์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสถาบัน

2.4 แนวคิดเรื่องธุรกิจการจัดตั้งสถาบัน

ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ในการจัดตั้งสถาบันด้านการพัฒนาบุคคลากรภาพยนตร์ ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องการบริหารจัดการองค์กร อันได้แก่ สถาบัน การจัดการเรื่องการตลาด และกลยุทธ์ เพื่อที่จะได้ศึกษากลวิธีในการจัดตั้งองค์กร และบริหารจัดการเพื่อการอยู่รอด

2.4.1. การบริหารจัดการ (Management)

วิทยา ด่านธำรงกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การนำและการบังคับบัญชา (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรเพื่อการบรรลุในเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวมีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกันและดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทั้งนี้กระบวนการบริหารในขั้นตอนต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การวางแผน (Planning) เป็นกระบวนการกำหนดเป้าหมายของงาน และระบุถึงกิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญสามขั้นตอน คือ การตัดสินใจว่าต้องการบรรลุเป้าหมายอย่างไร ทำอย่างไรให้บรรลุเป้าหมาย และจะใช้ทรัพยากรอะไรและอย่างไรเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

2) การจัดองค์กร (Organizing) เป็นกระบวนการจัดสรรงาน ทรัพยากร และกำหนดความสัมพันธ์ของงานต่างๆ เพื่อที่จะเปลี่ยนแผนงานออกมาเป็นการปฏิบัติ โดยระบุรายละเอียดของงาน เพื่อกำหนดโครงสร้างขององค์กร อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละกลุ่มงาน รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรบุคคลในแต่ละตำแหน่งงาน

3) การนำและการบังคับบัญชา (Leading) เป็นกระบวนการของการกระตุ้นและผลักดันให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามแผนงานที่ได้วางไว้ ซึ่งผู้บริหารมีหน้าที่ในการกระตุ้นให้พนักงานเกิดความผูกพันกับเป้าหมายและทิศทางขององค์กร จูงใจ และการสื่อสารกับพนักงานทั้งในระดับกลุ่มงาน แผนกงาน ตลอดจนองค์กรโดยรวมเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4) การควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการวัดและประเมินผลงานที่เกิดขึ้นเปรียบเทียบผลงานกับเป้าหมาย และปรับปรุงแก้ไขเมื่อเกิดข้อผิดพลาด เพื่อประเมินประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลในการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์กร การนำและการบังคับบัญชาว่าประสบความสำเร็จเพียงใด

จากหลักการบริหารจัดการนี้ จะเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยนำไปใช้เพื่อออกแบบ และใช้ในการวางแผนการจัดตั้งสถาบันต่อไป

2.4.2 การบริหารการตลาด (Marketing Management)

การบริหารการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546) คือ การวิเคราะห์ วางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมแผนเพื่อสร้างและรักษาผลประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนกับผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

การศึกษาเรื่องนี้ ช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นความเป็นไปได้ของผู้ที่สนใจที่จะศึกษาหรือเข้าร่วมในกิจกรรมกับทางสถาบัน ในที่นี้ต้องมีการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ และการควบคุม โดยกระบวนการบริหารการตลาด ตามแนวคิดของ เบอร์ดควิทซ์ (พิบูล ทีปะปาล, 2535) แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นวางแผน (Planning) ในการวางแผนประกอบด้วย 3 กระบวนการ คือ

- การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน อาทิ แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจ วิเคราะห์คู่แข่งขัน ประเมินฐานะขององค์กร พฤติกรรมลูกค้า

- การมุ่งเน้นตลาดผลิตภัณฑ์และกำหนดเป้าหมาย (Market – Product Focus and Goal Setting) สามารถกระทำได้ด้วยวิธี “การแบ่งส่วนตลาด” (Marketing Segmentation) หรือการแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการสินค้าและบริการ และตอบสนองต่อแผนการตลาดเหมือนกัน เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

- การวางแผนการตลาด (Marketing Program) คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และการจัดงบประมาณ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2) การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) เป็นการนำแผนที่ได้กำหนดไว้ไปสู่การปฏิบัติจริงซึ่งประกอบด้วยการดำเนินงาน 4 ประการ คือ การรับทรัพยากรเพื่อนำมาปฏิบัติ การ

ออกแบบองค์กรทางการตลาด การวางแผนการปฏิบัติงาน และการนำแผนที่ได้กำหนดขึ้นเข้าสู่การปฏิบัติจริง

3) การควบคุม (Control) คือ การกำกับเพื่อรักษาให้ดำเนินไปตามทิศทางที่ได้กำหนดไว้ โดยการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่ได้วางไว้ และดำเนินการแก้ไขความเบี่ยงเบนที่เกิดขึ้น

2.4.3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา, 2544)

ส่วนประสมการตลาด คือ ปัจจัยแปรผันทางการตลาดที่ผู้บริหารเสนอให้แก่ตลาดเป้าหมาย เพื่อบำบัดความต้องการพร้อมทั้งนำความพอใจสูงสุดมาสู่ตลาดเป้าหมาย และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ถือเป็นปัจจัยสำคัญของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ทางด้านการผลิต การตลาด การกระจายสินค้า นโยบายของบริษัทเป็นดัชนีบ่งชี้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิตว่าจะผลิตสินค้า หรือบริการอะไร ชนิดใด จำนวน คุณภาพ คุณสมบัติ หน้าที่ และการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบใด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นกิจกรรมการตลาดที่จำเป็นสำหรับแผนเชิงกลยุทธ์ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการแข่งขันในธุรกิจ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและสร้างการเติบโตให้แก่บริษัทในระยะยาว

2) ราคา (Price) เป็นปัจจัยในการกำหนดวัตถุประสงค์ทางด้านการตลาด เพื่อเน้นการทำกำไร การขายและมูลค่าขาย รักษาเสถียรภาพของตลาด และเน้นจุดยืนของผลิตภัณฑ์ โดยการตั้งราคาสินค้า และบริการในระดับที่เหมาะสม จะส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งกับผู้ผลิตรายอื่นๆ ได้

3) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ส่วนที่เชื่อมโยงสินค้ากับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ดังนั้นในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงควรพิจารณาถึงพฤติกรรม ปริมาณ และตำแหน่งของกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ที่ใด มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร โดยลักษณะพิเศษและความยากง่ายของการใช้ผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อกำหนดประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงวิธีการกระจายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การขายเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผลิตภัณฑ์และองค์กร การส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสื่อสารให้ลูกค้าเป้าหมายตระหนักถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ กระตุ้นเร้าให้เกิดความสนใจ และชักชวนให้เกิดพฤติกรรมการซื้อในที่สุด

นอกจากแนวคิดทางด้านการตลาด (Marketing Concept) ของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ทั้ง 4 ส่วนที่กล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจุบันได้มีการพัฒนาแนวคิดที่ให้ความสำคัญแก่ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก โดยจะใช้ข้อมูลความต้องการของลูกค้าเป็นพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าสูงในมุมมองของลูกค้า (Costumer Concept) หรือ 4Cs

ตารางที่ 1 : ตารางแสดงส่วนประสมการตลาด 4Ps และ 4Cs

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)	
4Ps	**4Cs**
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	1. การแก้ปัญหาของลูกค้า (Customer Solution): การตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer Need and Want)
2. ราคา (Price)	2. ต้นทุนของลูกค้า (Cost to Customer)
3. สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3. ความสะดวกของลูกค้า (Convenience)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4. การสื่อสารกับลูกค้า (Communication)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.

2.4.4 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ และฉัตยาพร เสมอใจ (2547) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง แนวทางการบริหารงานเพื่อให้บรรลุความต้องการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์นั้นเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการวางแผนการจัดการเพื่อกำหนดเป้าหมาย แนวทาง และวิธีการปฏิบัติให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้

จากแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยจะนำความรู้จากแนวคิดนี้ไปวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อความเหมาะสมทางการตลาดในการใช้กลยุทธ์ รวมทั้งการประเมินคู่แข่ง ประเมินกลยุทธ์ และศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ซึ่งแบ่งกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้ดังนี้

2.4.4.1 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร (Identify Vision, Mission and Goal) เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานและเป้าหมาย

2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคต จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อรวมรวมข้อมูลพื้นฐาน อาทิ แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจ วิเคราะห์คู่แข่งขัน ประเมินฐานะขององค์กร พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อวางแผนกลยุทธ์ โดยอาศัยเครื่องมือในการวิเคราะห์ 4 ประการ (SWOT Analysis) คือ

จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ข้อได้เปรียบของบริษัทเหนือคู่แข่ง ซึ่งบริษัทสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาดหรืออุตสาหกรรมได้

จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง ข้อเสียเปรียบของบริษัทที่ด้อยกว่าคู่แข่ง อันเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงาน

โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่เอื้อประโยชน์ หรือส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ของบริษัท

อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยภายนอกอันเป็นภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

3) กำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) คือ การสร้างทางเลือกรูปแบบกลยุทธ์จากข้อมูลที่วิเคราะห์ได้เบื้องต้น และตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดอันเหมาะสมกับบริบทของสถานการณ์จริง

4) นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) คือ การนำกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ไปปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม

5) ประเมินกลยุทธ์ (Strategic Evaluation) เป็นขั้นตอนในการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลว่าการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ มีอุปสรรคอะไรเกิดขึ้น จะต้องแก้ไขปัญหา และปรับแผนกลยุทธ์อย่างไรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2.4.4.2 กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2547) คือ

1) กลยุทธ์ทางการแข่งขัน (Competitive Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อปรับปรุงหรือดำรงการปฏิบัติงานให้คงไว้อย่างเป็นอิสระ โดยมีความมุ่งหมายจะโจมตีบริษัทอื่นจากกลยุทธ์

ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) และกลยุทธ์แยกความแตกต่าง (Product Differentiation)

2) กลยุทธ์การร่วมมือกัน (Cooperative Strategy) คือ การปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรด้วยวิธีการร่วมมือกับคู่แข่งเพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการแข่งขัน

2.4.4.3. กลยุทธ์การแข่งขัน แบ่งได้เป็น 3 ระดับ (ณัฐพันธ์ เขจรนันทน์ และฉัตยาพร เสมอใจ, 2547) คือ

1) กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate – Level Strategy) หรือ แผนกลยุทธ์เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร โดยผู้บริหารจะกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กร เพื่อตอบคำถามว่า องค์กรจะดำเนินธุรกิจอะไร เมื่อใดและทำอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์นั้น โดยกลยุทธ์ระดับองค์กรจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) เป็นกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่ประสบความสำเร็จ หรือต้องการขยายตัว รวมถึงการรุกเข้าสู่ธุรกิจอื่นด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

- กลยุทธ์ในการเติบโตที่มุ่งด้านความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ตนเองถนัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การรวมตัวในแนวนอน (Horizontal Growth Integration) เป็นการขยายตัวสู่ตลาดใหม่ด้วยผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างธุรกิจในรูปแบบกิจการใหม่ ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ในการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ลดภัยคุกคามจากคู่แข่งขันในอุตสาหกรรม และการเพิ่มอำนาจการต่อรองขององค์กรได้

2. การรวมตัวในแนวดิ่ง (Vertical Growth Integration) คือ การขยายการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมทั้งรูปแบบย้อนหลัง ซึ่งหมายถึง อุตสาหกรรมที่ผลิตวัตถุดิบ หรือแบบมุ่งไปข้างหน้า คือ การเข้าไปในอุตสาหกรรมที่บริโภคผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งจะทำให้คู่แข่งขันรายใหม่ก้าวเข้าสู่ตลาดได้ยากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต ปกป้องคุณภาพของสินค้า และปรับปรุงแผนการทำงานได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น แบ่งออกเป็น 2 กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์การเจริญเติบโตที่มุ่งด้านการกระจายธุรกิจ (Diversification Growth Strategy) เป็นการกระจายการลงทุนไปในธุรกิจซึ่งอาจเกี่ยวพันธ์กับผลิตภัณฑ์เดิมหรือไม่ก็ได้

- กลยุทธ์การกระจายธุรกิจแบบเกาะกลุ่ม (Concentric Diversification Strategy) เป็นการขยายไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เดิม คือ การแยก

สร้างคุณค่า โดยการแบ่งสรรกิจกรรมบางส่วนที่องค์กรขาดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้แก่หน่วยงานอื่นภายนอกองค์กรเป็นผู้ปฏิบัติแทน เพื่อปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เกิดความคล่องตัว และเพิ่มความสามารถในการทำกำไร จากการลดต้นทุนในส่วนการผลิต นอกจากนี้กลยุทธ์ดังกล่าวยังมีส่วนช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างได้มากขึ้น หากหน่วยงานธุรกิจภายนอกมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีกว่า

- กลยุทธ์การกระจายธุรกิจแบบไม่เกาะกลุ่ม (Conglomerate Diversification Strategy) เป็นการขยายไปสู่ธุรกิจอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เดิม

กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) เป็นกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่พอใจกับสถานะในปัจจุบันของตน และต้องการรักษาระดับการดำเนินการต่อไป เพราะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ค่อยเป็นค่อยไป

กลยุทธ์การตัดทอน (Retrenchment Strategies) เป็นกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่เผชิญกับวิกฤตความถดถอย โดยหากปัญหาที่เกิดขึ้นไม่รุนแรงมากนัก อาจสามารถใช้กลยุทธ์การฟื้นฟูจากการลดค่าใช้จ่าย การปรับโครงสร้างกิจการ การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน การขายกิจการบางส่วน ส่วนองค์กรที่ประสบปัญหาอย่างรุนแรงอาจจำเป็นต้องเลิกกิจการ ขายทรัพย์สินเพื่อชดใช้หนี้ และเริ่มธุรกิจใหม่แทน

2) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Business – Level Strategy) หรือแผนยุทธวิธี เป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงาน และการแข่งขัน เพื่อมุ่งสร้างความสามารถและความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับหน่วยธุรกิจ

จากกลยุทธ์การแข่งขันทั่วไปของ ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ (พิบูล ทีปะปาล, 2546) การแข่งขันที่จะประสบความสำร็จได้นั้นต้องอาศัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมี 3 วิธี คือ

- ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Low Cost Leadership Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ความสามารถทางผลิตภัณฑ์ บริการ และต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้ราคาต่อหน่วยลดลง กำไรมากขึ้น และยังขยายส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งทำได้โดยการหาทางลดต้นทุนทางกิจกรรมหลัก และกิจกรรมรอง

- กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็นวิธีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีลักษณะโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่ง

ทำได้โดยการสำรวจลักษณะเด่นพิเศษของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ และใช้สิ่งนั้นเป็นหลักในการสร้างความแตกต่าง

- กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ (Focus Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นตลาดขนาดเล็ก กล่าวคือ เป็นกลุ่มผู้ซื้อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีรสนิยม และความชอบเป็นพิเศษโดยเฉพาะ ดังนั้นจึงต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในการสร้างผลิตภัณฑ์

3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function – Level Strategy) หรือ แผนปฏิบัติการ เป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญแก่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่างๆ ทางธุรกิจ อาทิ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงินและบัญชี ฝ่ายการผลิต และฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น เพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละส่วนให้เกิดประสิทธิภาพ

การแบ่งระดับแผนในการสร้างกลยุทธ์นี้เพื่อให้องค์กรสามารถเห็นกรอบที่ชัดเจนในการวิเคราะห์ได้โดยละเอียด ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์นั้นเราจำเป็นต้องพิจารณาแต่ละบริบทก่อนว่า องค์กรกำลังต้องการจะวิเคราะห์องค์กรในระดับใด และกลยุทธ์ใดที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายและประสบความสำเร็จได้

ดังนั้น จากแนวคิดเรื่องคุณค่าและความสำคัญของภาพยนตร์ แนวคิดเรื่องวิวัฒนาการของภาพยนตร์ไทย แนวคิดเรื่องการพัฒนาบุคลากรสำหรับวงการภาพยนตร์ ตลอดจนแนวคิดเรื่องธุรกิจการจัดตั้งสถาบัน การบริหารจัดการองค์กร จะเป็นแนวทางในการจัดตั้งสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ โดยจะนำไปวิเคราะห์กับข้อมูลการศึกษาวิจัยเพื่อจัดตั้งสถาบัน ในครั้งนี้ให้อยู่รอดต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์อยู่ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม มีผลงานศึกษาวิจัยที่น่าสนใจ มีแนวคิดใกล้เคียงและสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

พนิตนาฏ อติศัพท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง โรงเรียนสอนการแสดงในฐานะ SME : ลักษณะการจัดการองค์กรและการจัดการ เพื่อให้เข้าใจถึงการจัดองค์กรและการจัดการโรงเรียนสอนการแสดงในฐานะธุรกิจขนาดย่อม ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างในด้านความสำเร็จของสถาบันมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด เช่น ในด้านของภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบัน ความชัดเจนในด้านของหลักสูตรการเรียนการสอน รวมไปถึงการวางโครงสร้างการบริหารองค์กรที่เป็นระบบ เป็นต้น ทั้งนี้ปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จก็คือการที่สถาบันต้องมีการใช้ความรู้ของบุคคลากรไปพร้อมๆ กับการวางแผนที่ดี

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ธุรกิจภาพยนตร์ไทย เพื่อรวบรวมปัญหาการทำงานและความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์ไทย และชี้ให้เห็นสภาพการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยที่เป็นอยู่และผลกระทบต่อการพัฒนาภาพยนตร์ไทย พร้อมทั้งแนวทางในการพิจารณาแก้ไขปัญหาและส่งเสริมภาพยนตร์ไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของชาติ จากผลการวิจัย มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการส่งเสริมคุณภาพของภาพยนตร์ไทยโดยให้คณะผู้ทำงานสร้างภาพยนตร์ มีโอกาสศึกษาอบรมวิชาการด้านนี้เพิ่มเติม และสนับสนุนให้เข้าร่วมทำงานสร้างภาพยนตร์กับคณะผู้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศ ส่านรัฐบาลควรพิจารณารับภาพยนตร์ไทยเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง ส่งเสริมให้มีตลาดในต่างประเทศ ลดอัตราภาษีอากรและค่าธรรมเนียม และควรมีการจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมภาพยนตร์ขึ้น เพื่อควบคุมดูแลและดำเนินการให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเจริญก้าวหน้าขึ้น

รัตนา จักกะพาก (2546) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต : ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้าง ผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์ เพื่อศึกษาสภาพการณ์ สภาพทางเทคนิคการผลิต เนื้อหาหรือบทภาพยนตร์และการนำเสนอของภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน และแนวโน้มของภาพยนตร์ไทยในอนาคต ผลการวิจัยปรากฏว่า สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันโดยรวมมีการพัฒนาขึ้นกว่าในอดีตทางด้าน เทคนิคการผลิตเปลี่ยนแปลงดีขึ้น ส่วนทางด้านเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยยังคงวนเวียนเป็นแบบเดิมๆ โดยมีการนำเสนอในรูปแบบใหม่บ้างแต่ยังไม่มากนัก ภาพยนตร์ไทยมีการแข่งขันในประเทศมากขึ้นในลักษณะการเร่งผลิต เร่งขาย โดยเพิ่มจำนวนภาพยนตร์ไทยอย่างมาก แต่คุณภาพด้านเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอยังคงเป็นแบบเดิมๆ ผู้ชมให้ความสนใจไปดูภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ตื่นตัวที่จะติดตามภาพยนตร์ไทยมากขึ้น แนวโน้มในอนาคตของภาพยนตร์ไทยจะอยู่ในลักษณะขยายปริมาณแต่คุณภาพยังคงค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้เพราะขาดแนวทางในการพัฒนาที่มีทิศทางและนโยบายชัดเจน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อสภาพการณ์ของภาพยนตร์ในปัจจุบันและอนาคตได้แก่ 1. บุคลากรทีมงานผู้สร้าง 2. เนื้อหาหรือบทภาพยนตร์ 3. นายทุน 4. ผู้ชม 5. ดารานักแสดง 6. เทคนิคการนำเสนอ 7. การสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งทั้ง 7 ปัจจัยนี้ปัจจุบันยังมีปัญหาและยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกจุดและขาดความต่อเนื่อง ดังนั้นแนวโน้มของสภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคตยังคงต้องเผชิญปัญหาอุปสรรคดังกล่าวแน่นอน และโอกาสจะพัฒนาขึ้นค่อนข้างยาก เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อมวลชนที่ต้องทำงานเป็นทีม ต้องขับเคลื่อนเป็นกระบวนการที่ประกอบกันจากปัจจัยดังกล่าวทั้งหมด

จากกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่า แต่ละแนวคิดสามารถนำมาเป็นแนวคิดหลัก ในการวิเคราะห์สถานการณ์ แนวโน้ม ความเป็นไปได้ของการจัดตั้ง “สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์” ทั้งในส่วนประกอบของภาพยนตร์ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ และการบริหารจัดการ การตลาดซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่เล็งเห็นช่องว่างจากความต้องการส่วนเกินในตลาด พร้อมวางแผนหลักสูตรการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ เพื่อศึกษาทักษะเฉพาะด้าน อาทิ การตัดต่อ การเขียนบท การทำหนังสั้น การวิจารณ์ภาพยนตร์ โดยอาศัยชื่อเสียงของสถาบัน และวิทยากรที่จัดอบรมเป็นจุดขาย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ รวบรวมเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ “สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์” ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนของการศึกษาวิจัยไว้ ดังต่อไปนี้

3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการ “สถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์”

2. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาด และกลุ่มเป้าหมายที่สนใจทางด้านภาพยนตร์อย่างแท้จริง

3. เพื่อศึกษาตัวแปรต่างๆ ที่สำคัญของตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดตั้งโครงการ “สถาบัน สอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์”

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มี 12 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญในสายงานกำกับภาพยนตร์ และสอนการแสดง คือ

คุณศรัญญา น้อยไทย	ผู้กำกับภาพยนตร์ และอาจารย์สอนทางด้านภาพยนตร์
คุณรสิกา สวนสม	ผู้เขียนบท ผู้กำกับการแสดง และอาจารย์สอนด้านการละครและภาพยนตร์
คุณจิระวดี อิสรางกูล ณ อยุธยา	แอคติ้งโคชภาพยนตร์ และอาจารย์สอนการแสดง
คุณวจี กัลย์จาฤก	ผู้อำนวยการโรงเรียนสอนการแสดง กันตนาดราม่า สคูล

คุณญาณี เหล่าวิริยะรัตน์	แอคติ้งโคช บริษัท ทวิน แคสติ้ง สตูดิโอ
คุณวรวุฒิ ทัดบรรทม	อาจารย์สอน ทางด้านละคร และภาพยนตร์
คุณธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์	ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ

นักวิชาการและธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือ

คุณจันทิมา เลียวศิริกุล	โปรดิวเซอร์และผู้อำนวยการส่วนผลิต สายงานภาพยนตร์ บริษัท อาร์เอส จำกัด มหาชน
คุณพรชัย ซื่อตรง	นักวิชาการวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม
คุณปรัชญา ปิ่นแก้ว	ประธานกรรมการ บริษัท บาแรมยู จำกัด
คุณวิสูตร พูลวรลักษณ์	ประธานกรมการ บริษัท จี ที เอช จำกัด
คุณเกียรติกมล เอี่ยมพึ่งพร	โปรดิวเซอร์ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐและเอกชน ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรทางด้านการผลิตภาพยนตร์ อายุ 18-24 ปี จำนวน 100 คน และกลุ่มประชากร อายุ 25-35 ปี ที่สนใจในสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ และหรือทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จำนวน 100 คน สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จำนวน 25 คน
2. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จำนวน 25 คน
3. มหาวิทยาลัยรังสิต	จำนวน 25 คน
4. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	จำนวน 25 คน
5. ประชากรทั่วไป	จำนวน 100 คน
รวม	จำนวน 200 คน

3. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการสถาบัน ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ถึงกระบวนการบริหารจัดการ จุดเด่น และจุดด้อยของโครงการ โดยมีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจาก 3 สถาบัน คือ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy), บริษัท กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และโรงเรียนมหาจักรการศึกษา

เนื่องจากธุรกิจทั้ง 3 สถาบัน มีลักษณะของรูปแบบเนื้อหา หลักสูตร การเรียนการสอน การดำเนินงาน และการกำหนดเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับโครงการที่ผู้ศึกษาสนใจ สามารถนำมาวิเคราะห์ และศึกษากระบวนการบริหารจัดการให้กับโครงการของผู้วิจัย และธุรกิจดังกล่าวที่มีลักษณะใกล้เคียงนั้น ยังเป็นคู่แข่งสำคัญที่สามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการ ผู้ประกอบการที่สัมภาษณ์ มี 5 คน ล้วนเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการ์ในการบริหารงานด้านสถาบันสอน ดังนี้

คุณโชคชัย เจี่ยเจริญ	กรรมการผู้จัดการ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)
คุณอุไรวรรณ อุตะปะละ	ผู้ดูแลหลักสูตร สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)
คุณวรศิริ วัดเข้าหลาม	เลขานุการฝ่ายอุดมศึกษา บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
คุณวรวุฒิ ทัดบรรทม	อาจารย์สอนทางด้านละคร และภาพยนตร์ บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
คุณสุรีย์ สมบูรณ์	ผู้ดูแลหลักสูตร โรงเรียนมหาจักรการศึกษา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับบุคลากรด้านภาพยนตร์

ผู้วิจัยได้สร้างโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยมีประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ เน้นหลักที่ทัศนคติและความคิดเห็นต่อการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ดังนี้

- แนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
- ทัศนะคติต่อการจัดตั้งสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์

- การมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการองค์กร หรือสนับสนุนองค์กร

เพื่อที่จะพัฒนาบุคลากรไปสู่สายงานอาชีพภาพยนตร์ โดยใช้คำถามปลายเปิด และใช้หัวข้อในการสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมข้อมูลด้านทัศนะคติต่อการจัดตั้งสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ อนาคต และทิศทางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

2. แบบสอบถาม

ในส่วนของแบบสอบถามจะใช้ศึกษาข้อมูล ทัศนคติ และความสนใจในการเรียนด้านภาพยนตร์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self Administrated Questionnaire) ซึ่งแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว

ส่วนที่ 2 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับความสนใจ ทัศนะคติที่มีต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ หลักสูตรการเรียนด้านภาพยนตร์ ในลักษณะที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ ได้แก่ ความสนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ความสนใจเกี่ยวกับหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนทางด้านภาพยนตร์ สิ่งที่ต้องการได้รับเมื่อมาใช้บริการในสถาบัน และกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม

ส่วนที่ 3 คำถามปลายปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ได้แก่ ความต้องการในการเลือกเรียนหลักสูตรที่ทางสถาบันเปิดสอน ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกเรียนกับสถาบัน ความคาดหวัง หลังจากเรียนจบหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ สิ่งที่จะได้รับจากการเรียนหลักสูตรด้านภาพยนตร์ ช่วงเวลาที่เหมาะสมจะเรียนกับทางสถาบันสอน และราคาที่เหมาะสมในการเลือกเรียนที่สถาบันสอน และคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพื่อการพัฒนาทางอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอุตสาหกรรมบันเทิง

3. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับผู้ประกอบการ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ ผู้วิจัยได้แยกประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปขององค์กร
- วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร

- กลุ่มเป้าหมาย
- เป้าเหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว
- จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน
- ภาพรวมหลักสูตร
- คณาจารย์ ผู้สอน
- การประกอบอาชีพของนักเรียนที่จบจากสถาบัน
- โครงสร้างองค์กร การบริหารจัดการองค์กร
- วิธีการบริหารและจัดการสถาบัน
- ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความถูกต้องของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบของคำถามส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาและตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำแบบสอบถามทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุง ในเรื่องของความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการประมวลผล และปรับแก้ไขให้เหมาะสมก่อนจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง เพื่อให้ได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัย และผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยตนเองใน 2 ลักษณะ คือ

1. ใช้คำถามที่หลากหลายในด้านต่างๆ ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และความเป็นไปได้ของการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์

2. เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากเอกสาร บทความต่างๆ และงานวิจัย เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริง

3.5 การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ อาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกับสถาบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษา ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม ที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 200 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความ ข่าว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย และวางแผนโครงการเกี่ยวกับสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ทำให้เข้าใจการดำเนินธุรกิจประเภทดังกล่าว รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะของตลาด และความต้องการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในลำดับถัดไป

3.5.1 เป้าหมายการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป้าหมายดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษา และทำความเข้าใจสภาวะตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์
2. เพื่อศึกษาแนวโน้ม ความเป็นไปได้ ของการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์
3. เพื่อศึกษาการสร้างรายได้ผ่านช่องทางต่างๆ ของสถาบันสอนภาพยนตร์
4. เพื่อทราบถึงต้นทุนในการก่อตั้ง และค่าใช้จ่ายในการลงทุนเบื้องต้น
5. เพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของตลาด และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นกรอบความคิดในการพิจารณา โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ในแต่ละประเด็น ดังนี้

1.วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติที่ได้จากแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน เพื่อทราบความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการเปิดหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์

2.วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคล ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลในแบบการเขียนอภิปราย เพื่อทราบถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทัศนะคติต่อการจัดตั้งสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์ และการมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการองค์กร หรือสนับสนุนองค์กร

3.วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลในแบบการเขียนอภิปราย เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ และเป็นแนวทางในการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ทั้งประเด็นด้านการบริหารจัดการของสถาบัน หลักสูตร ตลอดจนการวิเคราะห์ สภาวะตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยโครงการจัดตั้ง “ สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ” จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการให้อยู่รอด รวมถึงศึกษาการพัฒนาหลักสูตรการสอนที่กลุ่มเป้าหมายพอใจ ซึ่งมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 การสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ (In-depth Interview)

4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

4.3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีรูปแบบธุรกิจใกล้เคียงกับสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ (In-depth Interview)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)

4.1 การสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์จำนวน 12 คน

ในการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก มีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ (ดูคำถามในภาคผนวก ก.) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรทางด้านภาพยนตร์ โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทั่วไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ความคิดเห็นต่อลักษณะสำคัญของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากร การลงทุน และการบริหารจัดการองค์กร

4.1.1 สถานการณ์ทั่วไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ความคิดเห็นของบุคคลากรด้านภาพยนตร์ที่มีต่ออุตสาหกรรมประเภทนั้น มีทั้งแง่บวกและแง่ลบ บุคคลากร 8 คน เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการดีขึ้นในด้าน เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ ทำให้ผู้กำกับภาพยนตร์สามารถผลิตภาพยนตร์ไปขายต่างประเทศได้ ตลาดต่างประเทศมีกระแสตอบรับต่อภาพยนตร์ไทยมากขึ้น มีภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ แต่ในเชิงการผลิต ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้สร้าง ยังมีประสบการณ์น้อย และไม่ได้มีความรู้ทางด้านภาพยนตร์ที่แท้จริง ทำให้ไม่สามารถส่งผลงานเข้าแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้มากนัก แต่ก็มีรายได้นำเข้าประเทศ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาและสร้างภาพยนตร์ต่อไป

ส่วนความเห็นเชิงลบนั้น บุคคลากร 5 คน มีความเห็นที่แตกต่างว่า ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นนี้ ผู้บริโภคภาพยนตร์ไทยมีจำนวนลดลง ภาพยนตร์ที่ผลิตไม่ตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคมากนัก เพราะยังขาดความคิดสร้างสรรค์ บทภาพยนตร์ยังไม่ดีพอ ตลาดคนดูตอบรับภาพยนตร์เฉพาะภาพยนตร์ประเภทที่ชอบจึงมีการผลิตภาพยนตร์แบบซ้ำๆ ทำให้มีปัญหาเงินทุนในการผลิต นายทุนไม่กล้าลงทุน อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการ ทั้งในสายการผลิตและการตลาดยังไม่มีพัฒนาการที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

4.1.2 การจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากร

สถาบันควรสอนให้ผู้เรียนเป็นนักคิดที่ดี เน้นหลักสูตรด้านความคิดสร้างสรรค์ในการเล่าเรื่อง การลำดับภาพ การถ่ายทำที่เน้นการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตภาพยนตร์ สำหรับบุคคลากรที่เป็นครูผู้สอนต้องเป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ มีความเป็นมืออาชีพ และมีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ สามารถผนวกการสอนแบบวิชาการกับการปฏิบัติได้อย่างกลมกลืน ที่สำคัญความสำเร็จของผู้เรียน จะเป็นตัวพิสูจน์ของสถาบันว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด สถาบันควรเน้นการฝึกปฏิบัติ ที่ทำให้ผู้เรียนมีทักษะ ได้ฝึกงานภาคสนามและทำอาชีพได้จริง ซึ่งเป็นจุดเด่นและความแตกต่างจากคู่แข่งขันได้

ในปัจจุบัน ยังไม่มีสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์แบบครบวงจรที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัย สถาบันเอกชนเป็นเพียงหลักสูตรระยะสั้น และไม่ได้เน้นด้านภาพยนตร์โดยตรง สถาบันที่จะเปิดจึงควรเป็นสถาบันทางเลือกที่แตกต่างจากการเรียนในมหาวิทยาลัยที่เน้นทฤษฎีมากกว่าปฏิบัติ บุคคลากรด้านภาพยนตร์พูดถึงหลักสูตรว่า หลักสูตรควรมีลักษณะเฉพาะ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้ หลักสูตรที่บุคลากรให้ความสนใจ คือ

หลักสูตรการเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting) เน้นความคิดสร้างสรรค์

หลักสูตรการวิจารณ์ภาพยนตร์ (Film critisism) ทำให้ผู้เรียนพัฒนาการคิดวิเคราะห์มุมมองที่แตกต่าง

หลักสูตรกระบวนการผลิตภาพยนตร์ (Film Production) เน้นสอนด้านฝึกปฏิบัติ (practicum) ในการทำงานในสนามจริง

4.1.3. การมีส่วนร่วมในการสอน การลงทุนและการบริหารจัดการองค์กร

บุคคลากรภาพยนตร์มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์และการบริหารจัดการองค์กร ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งสนใจในการร่วมลงทุน เป็นที่ปรึกษาของ

สถาบัน และเป็นอาจารย์ผู้สอนตามแขนงที่ตนเองสนใจ เพราะบุคลากรมีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านนี้อยู่แล้ว อีกทั้งผู้ให้สัมภาษณ์เองก็สนใจด้านภาพยนตร์ พร้อมที่จะขยายองค์ความรู้ของศิลปะแขนงนี้ให้กับผู้ที่สนใจ คุณเกียรติกมล เอี่ยมพึ่งพร ให้ความเห็นว่าสถาบันในลักษณะนี้ควร พิจารณาที่จะเจรจาหาหุ้นส่วนทางธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อที่จะได้สนามในการฝึกฝน และฝึกปฏิบัติการ เป็นช่องทางการตลาดในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการร่วมมือทางธุรกิจ ทั้งในส่วนของพาร์ทเนอร์ ซัพพลายเออร์ ครูผู้สอน และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อช่วยในการลดต้นทุนทางการผลิต

การวิเคราะห์ข้อมูล จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก จากบุคคลากรภาพยนตร์ ผู้วิจัยพบว่ายังมีโอกาสช่องทางในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ ที่เป็นสถาบันเอกชนที่มีหลักสูตรที่แตกต่างจากการเรียนการสอน วิชาการภาพยนตร์ในระดับมหาวิทยาลัย สถาบันที่จะเกิดขึ้นควรเน้นภาคปฏิบัติ และมีหลักสูตรเฉพาะ ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ ส่วนด้านการตลาด บรรยากาศในประเทศไม่สู้ดีนัก เพราะมีการผลิตที่ซ้ำซาก แต่งานที่มีคุณภาพ สามารถส่งออกตลาดต่างประเทศได้ คุณภาพของงานภาพยนตร์ไทยอันเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศมีจำนวนไม่มาก พัฒนาการที่มองเห็นคือการใช้เทคโนโลยี และการตัดต่อที่ดี สำหรับการบริหารและการอยู่รอดนั้น สถาบันควรมีความร่วมมือกับภาครัฐ และเอกชน ที่ทำธุรกิจภาพยนตร์ และใช้หุ้นส่วนธุรกิจในการเป็นสนามให้ผู้ศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ เป็นช่องทางการตลาดในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในการร่วมมือทางธุรกิจ ในทุกด้านและช่วยในการลดต้นทุนทางการผลิต

4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว ซึ่งวัดโดยสุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่สนใจในสถาบัน และสนใจในหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ ในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม ประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง (Self – Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจดังกล่าว ได้แก่ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรทางด้านการผลิตภาพยนตร์ อายุ 18-24 ปี จำนวน 100 คน ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จากมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน จำนวน 4 สถาบัน ซึ่งเป็นสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ แบ่งออกได้ ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 25 คน
2. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 25 คน
3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 25 คน
4. มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 25 คน

รวม จำนวน 100 คน

นอกจากกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาของรัฐบาล และเอกชนแล้ว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรทั่วไป ทั้งประชากรเพศชาย และเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 25-35 ปี ที่สนใจในสถาบันและต้องการเรียนรู้ด้านภาพยนตร์ และหรือทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จำนวน 100 คน เพราะกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของสถาบัน และมีศักยภาพในการเรียนรู้ด้านภาพยนตร์ สามารถสรุปผลและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากร

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน จำแนกข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 : ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศ	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
ชาย	62%	55%
หญิง	38%	45%
1.2 การศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
ปี1	8%	-
ปี2	37%	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2 (ต่อ) : ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ปี3	16%	-
ปี4	42%	2%
สูงกว่าปริญญาตรี	13%	98%
1.3 รายได้ครอบครัว/เดือน	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
น้อยกว่า 50,000 บาท	8%	2%
50,000-60,000 บาท	1%	8%
60,000-70,000 บาท	_	12%
70,000-80,000 บาท	54%	18%
80,000-90,000 บาท	22%	6%
มากกว่า 90,000 บาท	15%	54%
1.4 ความคิดเห็นต่อภาพยนตร์ไทย	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
ดีมาก	1%	6%
ดี	14%	38%
ปานกลาง	68%	26%
แย่มาก	1%	6%

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 38 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 8, ชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 37, ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 16 ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 26 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ13 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 2 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 98

รายได้รวมของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8, 50,000 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1, 70,000 - 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54, 80,000 - 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22, สูงกว่า 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ15 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2, 50,000 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8, 60,000 - 70,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 12,70,000 - 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18, 80,000 - 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6, สูงกว่า 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ54

ความคิดเห็นต่อผลงานภาพยนตร์ไทยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีความคิดเห็นดีมาก คิดเป็นร้อยละ 1, อยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 14, ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 68, ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 16, แย่มาก คิดเป็นร้อยละ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป มีความคิดเห็นดีมาก คิดเป็นร้อยละ 6, อยู่ในเกณฑ์ดี คิดเป็นร้อยละ 38, ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26, ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 24, แย่มาก คิดเป็นร้อยละ 6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติความสนใจในสถาบัน หลักสูตรและการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 : ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจในสถาบัน และหลักสูตร เพื่อการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ความสนใจในการประกอบ อาชีพด้านภาพยนตร์	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
สนใจ	81%	95%
ไม่สนใจ	19%	5%
2.2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างภาพยนตร์	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
ให้ความสำคัญ	95%	100%
ไม่ให้ความสำคัญ	5%	-
	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
สนใจ	81%	97%
ไม่สนใจ	19%	3%
2.3 ความสนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
สนใจ	81%	97%
ไม่สนใจ	19%	3%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ) : ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจในสถาบัน และหลักสูตร เพื่อการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

2.4 ความสนใจที่จะเรียนทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
การกำกับภาพยนตร์ (Film Director)	15%	25%
การเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting)	25%	43%
การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film	13%	6%
การผลิตภาพยนตร์ (Film Production)	15%	5%
การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Direction)	5%	6%
การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)	21%	11%
การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film)	2%	2%
การตัดต่อภาพยนตร์ (Film Editing)	3%	2%
อื่น ๆ	1%	-
2.5 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
สถานที่ตั้ง	2%	12%
บรรยากาศ	43%	5%
หลักสูตร	19%	48%
อาจารย์ผู้สอน	12%	16%
ชื่อเสียงของสถาบัน	4%	14%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ) : ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจในสถาบัน และหลักสูตร เพื่อการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การบริการ	12%	
ราคา	7%	
อื่น ๆ	1%	
2.6 ความคาดหวัง จากสถาบันสอนของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	
ความรู้ความสามารถพิเศษทางด้านภาพยนตร์	30%	
ความสุข สนุกสนาน	4%	
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	6%	
นำไปประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์และบันเทิงอื่นๆ ได้จริง	60%	
2.7 กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	
จัดการประกวดภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์	12%	
จัดแสดงผลงานต่อสาธารณะชน	8%	
การสอบวัดผลการเรียนรู้	2%	
การจัด Workshop ทางด้านภาพยนตร์	40%	
เรียนรู้กระบวนการทำงานจริงในกองถ่ายภาพยนตร์	38%	

จากตารางที่ 3 ความสนใจในการประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีความสนใจในการประกอบอาชีพในสาย งานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 81, ไม่สนใจในการประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 19 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป มีความสนใจในการ

ประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 95, ไม่สนใจในการประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 5

ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างผลงานภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างผลงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 95, ไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างผลงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป ซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างผลงานภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 100

ความสนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีความสนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 81, ไม่สนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนบุคลากรด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 19 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป มีความสนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 97, ไม่สนใจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 3

ความสนใจที่จะเรียนทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีความสนใจการเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting) มาเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 2 การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography) คิดเป็นร้อยละ 21 อันดับ 3 การผลิตภาพยนตร์ (Film Production) และการกำกับภาพยนตร์ (Film Director) คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับ 5 การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film) คิดเป็นร้อยละ 13 อันดับ 6 การกำกับศิลป์ ในงานภาพยนตร์ (Art Direction) คิดเป็นร้อยละ 5 อันดับ 7 การตัดต่อภาพยนตร์ (Film Editing) คิดเป็นร้อยละ 3 อันดับ 8 การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film) คิดเป็นร้อยละ 2 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไปสนใจการเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting) เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 43 อันดับ 2 การกำกับภาพยนตร์ (Film Director) คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography) คิดเป็นร้อยละ 11 อันดับ 4 การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film) และการกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Direction) คิดเป็นร้อยละ 6 อันดับ 6 การผลิตภาพยนตร์ (Film Production) คิดเป็นร้อยละ 5 อันดับ 8 การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film) และการตัดต่อภาพยนตร์ (Film Editing) คิดเป็นร้อยละ 2

เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ศึกษาทางด้านงานภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน เหตุผลอันดับ 1 คือ บรรยากาศ คิดเป็นร้อยละ 43 อันดับ 2 หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับ 3 อาจารย์ผู้สอน และการบริการ คิดเป็นร้อยละ 12 อันดับ 5 ราคา คิดเป็นร้อยละ 7 อันดับ 6 ชื่อเสียงของ สถาบัน คิดเป็นร้อยละ 4 อันดับ 7 สถานที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 2 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป เหตุผลอันดับ 1 คือ หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 48 อันดับ 2 อาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 16 อันดับ 3 ชื่อเสียงของสถาบัน คิดเป็นร้อยละ 14 อันดับ 4 สถานที่ตั้ง คิดเป็นร้อยละ 12 อันดับ 5 บรรยากาศ คิดเป็นร้อยละ 5 อันดับ 6 การบริการ คิดเป็นร้อยละ 4 และอันดับ 7 ราคา คิดเป็นร้อยละ 1%

ความคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาจากสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน มีความคาดหวังเป็นอันดับ 1 คือ สามารถนำไปประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงอื่น ได้จริง คิดเป็นร้อยละ 60 อันดับ 2 ความรู้ความสามารถพิเศษทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 30 อันดับ 3 ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 6 และอันดับ 4 ความสุข สนุกสนาน คิดเป็น ร้อยละ 4 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป มีความคาดหวังเป็นอันดับ 1 คือ สามารถนำไปประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงอื่นๆ ได้จริง คิดเป็นร้อยละ 71 อันดับ 2 ความรู้ความสามารถพิเศษทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 24 และอันดับ 3 ความสุข สนุกสนาน คิดเป็นร้อยละ 5

กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ นอกเหนือจากการเรียนการสอนที่กลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรม แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ การจัด Workshop ทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 40 , เรียนรู้กระบวน การทำงานในกองถ่ายภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 38 , จัดการประกวดภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 12, จัดแสดงผลงานต่อสาธารณะชน คิดเป็นร้อยละ 8 และการสอบวัดผลการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ จัดการประกวดภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 67, จัดแสดงผลงานต่อสาธารณะชน คิดเป็นร้อยละ 29 และ การจัด Workshop ทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

ตารางที่ 4 : ตารางแสดงความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งสถาบันของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
เห็นด้วย และอยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง	98%,	100%
ไม่เห็นด้วย และไม่อยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง	2%	_
3.2 ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเรียนหลักสูตรที่ทางสถาบันเปิดสอน	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
โอกาสที่กว้างกว่าผู้อื่น	24%	2%
เป็นอาชีพเสริมที่นอกเหนือจากอาชีพหลัก	14%	11%
สร้างสังคมใหม่ให้กับตัวเอง	21%	1%
เป็นแนวทางในการตัดสินใจในอนาคต	29%	37%
เป็นอาชีพที่มีชื่อเสียงและเกียรติยศ	8%	50%
อื่นๆ	4%	_
3.3 ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลือกเรียนกับสถาบัน	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
ความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่นๆ	6%	7%
เนื้อหา / รูปแบบของหลักสูตร	16%	25%
ความต้องการของตัวเอง	18%	_

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4 (ต่อ) : ตารางแสดงความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

คำแนะนำจากเพื่อน	5%	1%
ชื่อเสียงของสถานบันการศึกษา	6%	8%
ครู / อาจารย์ผู้สอน	8%	17%
การได้ไปปฏิบัติงานจริงกับกองถ่ายภาพยนตร์	23%	31%
โอกาสในการประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์	18%	11%
3.4 ความคาดหวัง หลังจากจบการศึกษาหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
เป็นแนวทางในการตัดสินใจ	9%	16%
นำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิต	25%	–
โอกาสในการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์	62%	84%
ปลูกฝังค่านิยมด้านอาชีพให้แก่ผู้ศึกษา	2%	–
มีเพื่อนต่างสาขาอาชีพ	2%	–
3.5 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกและเหมาะสมที่จะศึกษาในสถาบัน	กลุ่มตัวอย่าง ระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไป
ช่วงเวลาวันจันทร์ – ศุกร์	8%	8%
ช่วงเวลาวันเสาร์ – วันอาทิตย์	30%	30%
ช่วงเวลาปิดเทอมในแต่ละภาคเรียน	27%	27%
ช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน	32%	32%

อื่นๆ	3%	3%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4 (ต่อ) : ตารางแสดงความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากร ด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

3.6 ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมในการเรียนตลอดหลักสูตร	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
1 - 6 เดือน	31%	52%
7 - 12 เดือน	29%	42%
1 ปี - 1 ปีครึ่ง	36%	6%
อื่น ๆ	4%	–
3.7 ระดับราคาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมในการเลือกเรียนที่สถาบัน (ราคาต่อ 1 เทอม)	กลุ่มตัวอย่างระดับอุดมศึกษา	กลุ่มตัวอย่างประชากรทั่วไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	28%	–
10,000 - 15,000 บาท	28%	27%
15,000 - 20,000 บาท	21%	19%
20,000 - 25,000 บาท	13%	31%
25,000 - 30,000 บาท	5%	17%

จากตารางที่ 4 ความคิดเห็นต่อการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ เห็นด้วย และอยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง คิดเป็นร้อยละ 98, ไม่เห็นด้วย และไม่อยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง คิดเป็นร้อยละ 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ เห็นด้วย และอยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง คิดเป็นร้อยละ 100

ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเรียนหลักสูตรที่ทางสถาบันเปิดสอนเพื่อประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดม ศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ เป็นแนวทางในการตัดสินใจในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 29, โอกาสที่กว้างกว่าผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 24, สร้างสังคมใหม่ให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 21, เป็นอาชีพเสริมที่นอกเหนือจากอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 14, เป็นอาชีพที่มีชื่อเสียงและเกียรติยศ คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ เป็นอาชีพที่มีชื่อเสียงและเกียรติยศ คิดเป็นร้อยละ 50 , เป็นแนวทางในการตัดสินใจในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 37 , อาชีพเสริมที่นอกเหนือจากอาชีพหลัก คิดเป็นร้อยละ 11 , โอกาสที่กว้างกว่าผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 2 และสร้างสังคมใหม่ให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 1

ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลือกเรียนกับสถาบันที่นอกเหนือจากการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยทั่วไป ที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์เช่นกัน แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน อันดับ 1 คือ การได้ไปปฏิบัติงานจริงกับกองถ่ายภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 23 อันดับ 2 ความต้องการของตัวเอง และโอกาสในการประ กอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 18 อันดับ 4 เนื้อหา / รูปแบบของหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 16 อันดับ 5 ครู /อาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 8 อันดับ 6 ความแตกต่างจาก มหาวิทยาลัยอื่นๆ และชื่อเสียงของสถานบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6 และอันดับ 7 คำแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป อันดับ 1 คือ การได้ไปปฏิบัติงานจริงกับกองถ่ายภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 31 อันดับ 2 เนื้อหา / รูปแบบของหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 ครู / อาจารย์ผู้สอน คิดเป็นร้อยละ 17 อันดับ 4 โอกาสในการประกอบอาชีพด้าน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 11 อันดับ 5 ชื่อเสียงของสถานบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8 อันดับ 6 ความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7 และคำแนะนำจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 1

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวัง หลังจากศึกษาจบหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน อันดับ 1 คือ โอกาสในการประกอบ อาชีพทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 62 อันดับ 2 นำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 เป็นแนวทางในการตัดสินใจของท่าน คิดเป็นร้อยละ 9 และอันดับ 4 ปลูกฝังค่านิยมด้านอาชีพให้แก่ผู้ศึกษา และมีเพื่อนต่างสาขาอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ โอกาสในการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 84 และเป็นแนวทางในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 16

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกและเหมาะสม ที่จะศึกษาในสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากร ด้านภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ ช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน คิดเป็นร้อยละ 32 , ช่วงเวลาวันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 30 , ช่วงเวลาปิดเทอมในแต่ละภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 27, ช่วงเวลาวันจันทร์ - ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 8, อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ ช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน คิดเป็นร้อยละ 32 , ช่วงเวลาวันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 30 , ช่วงเวลาปิดเทอมในแต่ละภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 27 , ช่วงเวลาวันจันทร์ - ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมในการเรียนตลอดหลักสูตรที่ สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ 1 ปี - 1 ปีครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 36 , 1 - 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 31 , 7 - 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 29, และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ 1 - 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 52 , 7 - 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42 และ 1 ปี - 1 ปีครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 6

ระดับราคาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมในการเลือกเรียน ที่สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพื่อประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ แบ่งได้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ใน ระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28, 15,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21, 20,000 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 และ 25,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรทั่วไป คือ 20,000 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31 , 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 , 15,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19 และ 25,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

3.8 ความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นดังนี้

1. เป็นสิ่งที่ดีมาก ที่จะมีสถาบันที่ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่สถาบันต้องมีความโดดเด่นมากกว่าหลักสูตรหรือสถาบันที่มีอยู่แล้ว

2. เป็นสถาบันที่น่าสนใจมาก เพราะสามารถเปิดโอกาสให้บุคคลที่ไม่มีความพร้อมและขาดโอกาสในการเรียนระดับมหาวิทยาลัย ได้เรียนเพิ่มเติมและพัฒนาความสามารถเพิ่มขึ้น

3. ควรเป็นสถาบันสอนเพื่อผู้ที่สนใจจริงๆ และสอนด้วยความชอบจริงๆ ไม่ได้หวังผล

กำไรทางธุรกิจ

4. เป็นสิ่งที่ดีมาก หากมีการเปิดสอนจริงแต่ไม่ควรแพงมาก เพราะเด็กที่รักและชอบทางด้านภาพยนตร์มีอยู่จำนวนมาก แต่ไม่มีเงินมากพอที่จะเรียน

5. อาจจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากไม่สามารถมีมาตรฐานใดมาวัดได้ว่าต้องทำแบบไหน อย่างไรจึงเป็นภาพยนตร์ที่ดี และประสบความสำเร็จ ถ้าเปิดสอนแล้ว น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่สนใจและอยากทำงานด้านภาพยนตร์ แต่ไม่มีโอกาสเรียนในหลักสูตรปกติในระดับมหาวิทยาลัย

6. อยากให้เป็นสถาบันทีมีการคัดเลือกคนเข้าไปเรียนอย่างจริงจัง เพื่อสร้างบรรยากาศที่น่าเรียน

7. ควรเป็นสถาบันที่สอน โดยไม่ต้องเน้นด้านการผลิตมากนัก เพราะที่อื่นก็มีการสอนอยู่แล้ว แต่อยากให้เจาะลึกถึงพื้นฐานการเขียนบท การแสดง การกำกับ เพราะภาพยนตร์ไทยยังไม่พัฒนาทางด้านนี้

8. ควรจัดหาบุคลากร อาจารย์ที่มีความสามารถเฉพาะด้านอย่างแท้จริง มาเป็นผู้สอน เพื่อความเข้าใจและประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

9. เป็นการจัดตั้งสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ที่ดี และควรมีการทำ Work shop หรือปฏิบัติงานจริง รวมถึงขยายโอกาสในการทำงานด้านภาพยนตร์ให้กับผู้เรียน

10. ควรมีการสอนที่แปลกใหม่ เน้นให้ผู้เรียน กล้าคิด กล้าแสดงออก มีบุคลากร ผู้สอน จากต่างประเทศ

การวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

โดยรูปแบบการดำเนินงานของกิจการ ที่เน้นการสร้างระบบการเรียนการสอนด้านการสร้าง สรรค์ผลงานภาพยนตร์ที่สมบูรณ์แบบ ตามแนวทางของการปฏิบัติจริง และเข้าศึกษากระบวนการผลิตภาพยนตร์โดยตรง ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการจึงเน้นหลักที่ กลุ่มผู้มีความสนใจด้านการผลิตผลงานภาพยนตร์อย่างแท้จริง ตลอดจนมีความต้องการศึกษาหาความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้เรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการนั้น มีความหลากหลายในประเด็นปัจจัยต่างๆที่หลากหลาย ทั้งประเด็นด้าน อายุ สถานที่อยู่ หรือ แนวคิดในการดำรงชีวิต ดังนั้นกิจการจึงสร้างคุณสมบัติที่ต้องการ สำหรับกลุ่มผู้เรียนกลุ่มเป้าหมายกลุ่มแรก ซึ่งมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 : ตารางแสดงคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมาย

เกณฑ์การวัด	คุณสมบัติ
เขตพื้นที่	เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
อายุ	18-25 ปีขึ้นไป (กลุ่มนิสิต นักศึกษา), 26-35 ปี
ระดับการศึกษา	ระดับปริญญาตรี
ทัศนคติส่วนบุคคล	ต้องการศึกษาด้านการผลิตผลงานภาพยนตร์
พฤติกรรมการบริโภค	เน้นความคุ้มค่า (หากเปรียบเทียบกับราคา)

กลุ่มเป้าหมายหลักกลุ่มแรกของกิจการ เป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษา ที่ดำรงชีวิตปกติอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีลักษณะนิสัยการดำเนินชีวิตที่ต้องการศึกษาด้านการผลิตผลงานภาพยนตร์ ซึ่งคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า และบริการในระดับราคาที่เหมาะสม โดยในเบื้องต้นกิจการจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักเน้นไปที่การสร้างฐานลูกค้ารายใหม่ ซึ่งสามารถอธิบายส่วนผสมในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มนิสิต นักศึกษา

เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ ที่มีอัตราส่วนสูงที่สุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่สนใจด้านภาพยนตร์ และมีขนาดใหญ่เพียงพอต่อการเข้าทำตลาด อีกทั้งมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี สามารถสร้างฐานลูกค้าที่แน่นอนได้ในระยะยาว

อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ซึ่งเป็นฐานลูกค้ากลุ่มแรกของกิจการในการเข้าทำตลาด เนื่องจากสามารถกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเกิดความสนใจ และทดลองใช้บริการของกิจการได้ ซึ่งมีพฤติกรรมสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้โดยง่าย และมีช่องทางหลากหลายในการสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวยังสามารถเดินทางมาใช้บริการกับสถาบันได้โดยง่าย โดยทางสถาบันคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางของสถานที่ตั้งเป็นหลัก

ต้องการศึกษาด้านการผลิตผลงานภาพยนตร์

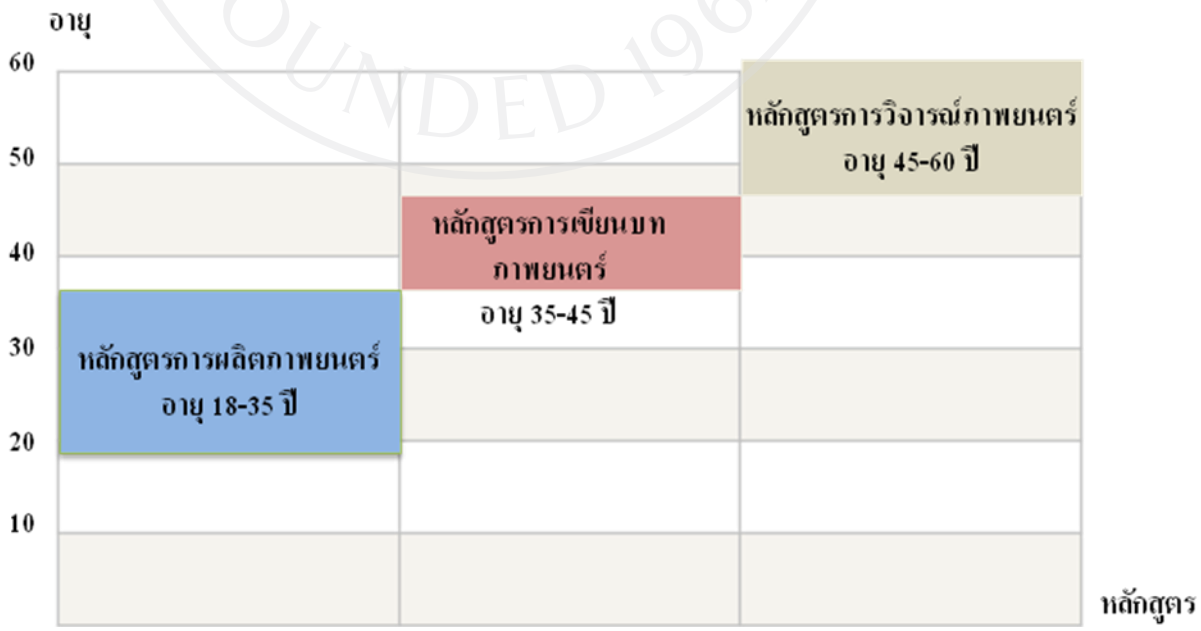
เป็นคุณสมบัติด้านความต้องการศึกษาด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์อย่างแท้จริง และสามารถนำไปปฏิบัติได้ เป็นประเด็นพื้นฐานที่สำคัญซึ่งกิจการสามารถให้บริการเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านระบบการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ตลอดจนการสร้างฟิลด์งานสมมุติขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถทดสอบความรู้ที่ได้ศึกษาจากสถาบันไปประยุกต์ใช้จริงในสายอาชีพ

เน้นความคุ้มค่า

เนื่องจากฐานรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากคุณภาพของสินค้า และบริการแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสม หรือความคุ้มค่าในระดับราคาที่สมเหตุผล หากสินค้า หรือบริการใดๆ สามารถตอบสนองต่อความต้องการหลักของตลาดได้เป็นอย่างดีแล้ว ประเด็นเรื่องราคาจะมีบทบาทลดลง ทำให้กิจการสามารถกำหนดนโยบายในการเข้าทำตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยสามารถกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมายออกเป็นตารางตามหลักสูตร ได้ดังนี้

ตารางที่ 6 : ตารางแสดงตลาดกลุ่มเป้าหมายตามหลักสูตร



4.3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

สถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ที่มีลักษณะรูปแบบใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ ได้แก่ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy), บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และโรงเรียนมหาจักรการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ ถึงกระบวนการบริหารจัดการ จุดเด่น และจุดด้อยของโครงการ เนื่องจากธุรกิจทั้งสองรูปแบบ ต่างมีลักษณะของรูปแบบหลักสูตร การดำเนินงาน และการกำหนดเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับโครงการที่ผู้ศึกษาสนใจ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์นั้น โดยมีคำถามเพื่อทราบประวัติความเป็นมาของสถาบัน การกำหนดโครงสร้างองค์กร จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน และวิธีการบริหารจัดการสถาบัน รวมถึงข้อเสนอแนะในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้ว จะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค์ (SWOT Analysis) ของแต่ละสถาบัน เพื่อนำมาวางรูปแบบการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ให้อยู่รอดต่อไป

จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดข้อมูลของแต่ละสถาบัน ดังนี้

4.3.1 สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

4.3.1.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ประเภท	:	บริษัทจำกัด
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	:	3 กรกฎาคม 2545
ทุนจดทะเบียน	:	8,000,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	:	สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง
ที่ตั้ง	:	23/26-29 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง

กรุงเทพมหานคร 10320

โทรศัพท์ : 02-757-9883

กรรมการ : คุณคณิต พฤกษ์พระกานต์

คุณโชคชัย เจี่ยเจริญ

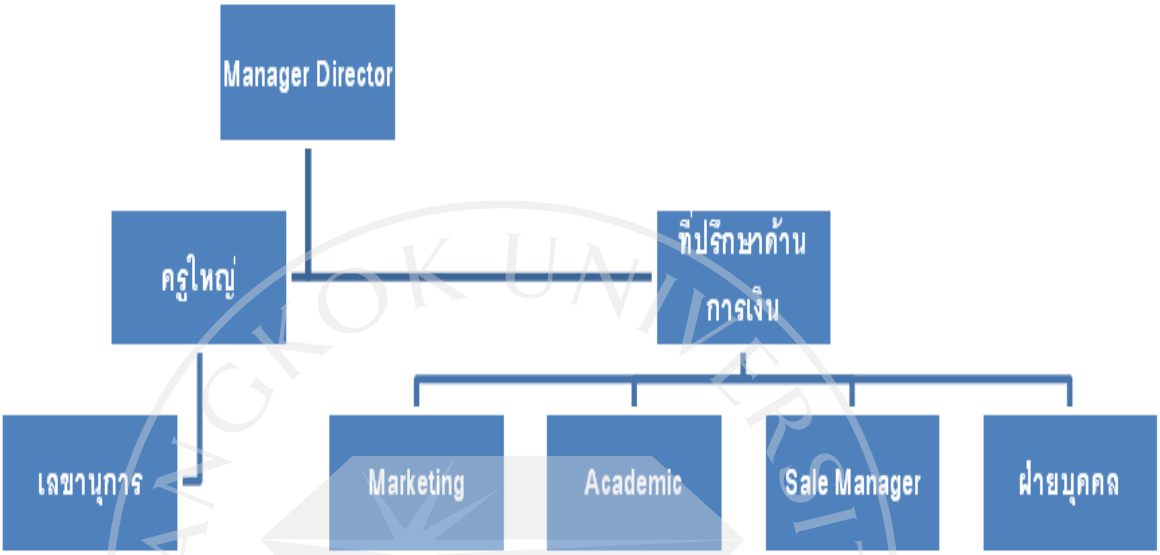
คุณพงศ์พรหม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา

ประวัติความเป็นมา

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 มีสตูดิโอ เพื่อจัดรายการวิทยุ ทำจิงเกิ้ล ทำเพลงโฆษณา ทำสปอตวิทยุ และตอนนั้นก็จัดรายการวิทยุที่ เอทาม มีเดียร์ เพราะมีความชอบและใฝ่ฝันที่จะทำงานด้านนี้ เมื่อมีสตูดิโอเป็นของตนเอง ก็มีเพื่อนๆ มาใช้บริการ ทำให้รู้จักคนมากขึ้น จนเกิดไอเดียที่จะเปิดให้คนที่สนใจทางด้านนี้มาใช้บริการ ในช่วงแรกมีการสอนโดยเช่าที่ของมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นสถานที่เรียน จนปี พ.ศ. 2542 เริ่มเปิดอบรมการจัดรายการวิทยุ เป็นหลักสูตรระยะสั้น โดยใช้ชื่อว่า Gen x จากประสบการณ์ที่เคยสอนในระดับมหาวิทยาลัย มองว่าคนที่เรียนมาทางนิเทศศาสตร์ ส่วนใหญ่จะได้เรียนแบบกว้างๆ ไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดมากพอสมควร การเปิดสถาบันสอนทางด้านนี้จึงตอบสนองต่ออาชีพได้ในเชิงลึก ต่อมาเริ่มมีหลักสูตรด้านผู้ประกาศ (ปัจจุบันไม่มีแล้ว) และเป็นที่รู้จักมากขึ้น และรู้จักคนในสายอาชีพบันเทิงมากขึ้น เลยร่วมมือกันวางหลักสูตร และสอนอย่างจริงจัง โดยเริ่มจากหลักสูตรระยะสั้น จนต่อมาปี พ.ศ. 2546 เริ่มมีการสอนที่เป็นระบบมากขึ้น มีหลักสูตรการเรียนที่หลากหลาย และได้เปลี่ยนชื่อสถาบันเป็น Gen x Academy มาจนถึงปัจจุบัน และปี พ.ศ. 2550 ได้เปิดคลื่นวิทยุ Radio Ok ซึ่งออกอากาศทั่วประเทศ

ส่วนที่ 2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการสถาบัน

ภาพที่ 1 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กร สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)



ส่วนที่ 3 นโยบายเป้าหมายและข้อได้เปรียบของสถาบัน

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

มีนโยบายในการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถสายอาชีพบันเทิง ไปพร้อมๆ กับการรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก สายอาชีพ ตามความต้องการ และความสามารถ
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้จริงตามสายงาน
3. เพิ่มเติมความรู้ และความเชี่ยวชาญให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์ในสายอาชีพมากยิ่งขึ้นในแต่ละแขนงที่เลือก

เป้าเหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

ระยะสั้น ทำสถาบันให้ได้มาตรฐานของ สกอ. ตามที่วิชาชีพรับรอง เพื่อที่จะนำประกาศนียบัตรไปโอนเทียบ เพื่อต่อในระดับปริญญาตรีได้

ระยะยาว สร้างบุคลากรให้มีอาชีพด้านบันเทิงที่ชัดเจน ขยายหลักสูตรมากขึ้นเพื่อรองรับกับตลาด และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่าง ๆ

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

ด้านบุคลากร 1. มีการคัดเลือกบุคลากรที่อยู่ในสายวิชาชีพบันเทิง มีประสบการณ์ 10 ปี ขึ้นไป

2. มีจิตใจเป็นครู เป็นผู้ให้

3. สามารถถ่ายทอดได้

ด้านอุปกรณ์ 1. มีการอัพเดทอุปกรณ์เครื่องมือ

2. มีสตูดิโอที่ได้มาตรฐาน

3. ได้ใช้อุปกรณ์จริงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในการทำงาน

ด้านหลักสูตร 1. มีการปรับหลักสูตรอยู่เสมอ

2. อ้างอิงตำราเรียนจากหนังสือต่างประเทศหลายแหล่ง

3. เป็นธุรกิจที่เน้นความหลากหลายด้าน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

การจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ในปัจจุบันมีคนสนใจเรียนด้านนี้มาก แต่สถาบันที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้ยังมีน้อย แม้ว่ามีคนสนใจที่จะเปิดสอนทางด้านนี้จำนวนมากก็ตาม เพราะการเปิดสถาบันแบบนี้ต้องให้ความทุ่มเทมาก และต้องไม่เน้นว่าต้องรวย เพราะธุรกิจด้านนี้ ต้องพิสูจน์และใช้เวลาในระยะยาว และต้องได้รับความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย คนที่จะมาเรียนด้านภาพยนตร์ก็มีความคาดหวังสูงที่จะก้าวสู่อาชีพจริง หลักสูตรก็ต้องมีการปรับและพัฒนาไปตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง และหากมองถึงข้อดีของธุรกิจที่สามรถสร้างความแตกต่าง และได้เปรียบจากคู่แข่ง คือ

1. เป็นสถาบันเอกชนที่เน้นการสอนด้านภาพยนตร์ที่ชัดเจน ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรทุกๆ 6 เดือน หรือตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ ซึ่งในมหาวิทยาลัยมีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 2 ปี ทำให้หลักสูตรเก่า ไม่เป็นไปตามที่ตลาดต้องการ

3. ต้องเป็นสถาบันที่ไม่ใหญ่มาก เพราะง่ายต่อการเปลี่ยนแปลง และปรับปรุงสถาบันได้

4. เน้นการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ทำให้ทราบถึงรูปแบบของสถาบัน การบริหารจัดการ และแนวทางในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ให้สามารถอยู่รอด ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์จุดแข็ง

จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ได้ดังนี้

4.3.1.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

ตารางที่ 7 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค์(Threats)
- ผลิตบุคลากรด้านนี้ เพื่อมารองรับธุรกิจอื่นของสถาบัน คือ ธุรกิจคลื่นวิทยุ Radio ok - มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์สถาบันผ่านคลื่นวิทยุ Radio ok - เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำงานจริงในด้านที่ได้เรียนมา พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านบันเทิงให้กับผู้เรียน - มีความชัดเจนหลักสูตรด้าน Communication, Music & Technology, Multimedia	- ไม่สามารถเปิดหลักสูตรตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ในบางหลักสูตร อาทิ หลักสูตรด้านภาพยนตร์ เนื่องจากยังไม่มีความพร้อมด้านนี้ - มีข้อจำกัดด้านสถานที่ เนื่องจากสถานที่เล็ก ซึ่งกำลังก่อสร้างสถานที่ใหม่	- ในสถาบันมีแผนก Student Care ซึ่งเป็นแผนกที่คอยดูแล รับข้อมูลข่าวสารจากภายนอก และหาเวทีให้กับผู้เรียนในการแสดงออก โชว์ผลงานของตัวเอง หางานให้ตรงกับที่ผู้เรียนต้องการ	- คู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน - ต้นทุนในการลงทุนค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 7 จุดแข็งของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการบริหารจัดการสถาบันให้มีหลักสูตรที่ชัดเจน

ทางด้านภาพยนตร์ เพื่อสร้างความแตกต่าง พร้อมทั้งหาแนวทางให้กับผู้เรียนได้ทำงานจริง พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านภาพยนตร์ให้กับผู้เรียน โดยการหาพันธมิตรทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ก็ยังมีจุดอ่อนและอุปสรรคทางธุรกิจ คือ ไม่สามารถเปิดหลักสูตรด้านภาพยนตร์ที่ชัดเจนได้ เนื่องจากยังไม่มีความพร้อมด้านนี้ และการลงทุนด้านธุรกิจนี้ใช้เงินค่อนข้างสูง ซึ่งจุดอ่อนและอุปสรรค์นี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการวางหลักสูตรด้านภาพยนตร์ที่หลากหลาย และเฉพาะทาง รวมทั้งการวางแผนทางการเงินที่รัดกุม และแนวทางในการร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดต้นทุนทางการผลิต

4.3.2 บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

4.3.2.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

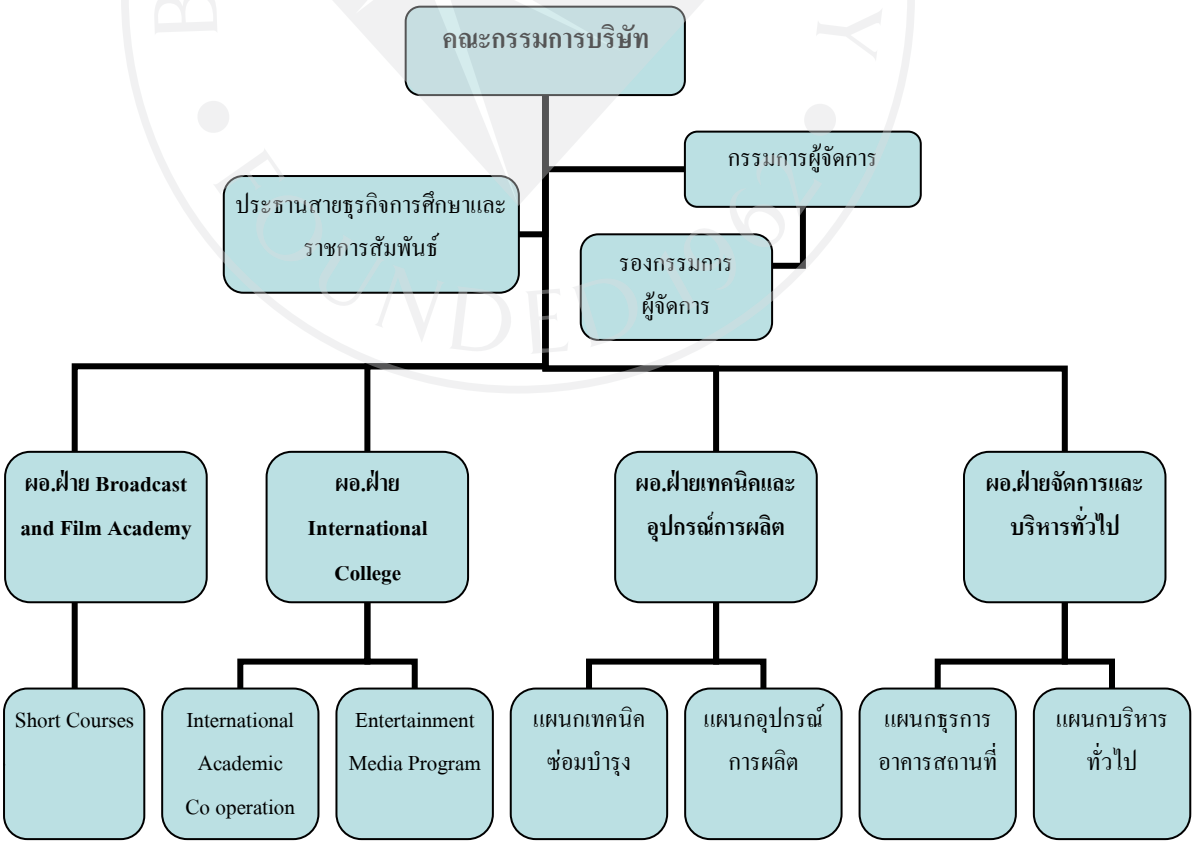
ประเภท	:	บริษัทจำกัด
ทุนจดทะเบียน	:	75,000,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	:	ให้บริการอบรมเกี่ยวกับการแสดงละครโทรทัศน์ ประกอบกิจการโรงเรียนหรือสถาบันที่เกี่ยวกับการสอน การฝึกอบรม
ที่ตั้ง	:	27/1 หมู่ที่ 4 ต.บางม่วง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140
กรรมการ	:	คุณสมชาติ อินทรสูตร คุณจาฤก กัลย์จาฤก คุณปนัดดา ธนสถิตย์ คุณเอ็กซัน บินหะซัน คุณจิตรลดา ดิษยนันท์

ประวัติความเป็นมา

เริ่มจาก บริษัทกันตนา มีการผลิตละคร จึงมีไอเดียร์ที่จะผลิตนักแสดงเพื่อมารองรับในการผลิตละคร จึงมีการพัฒนามาจากแผนก Casting มาเป็น Kantana Casting Center เมื่อปี 2545 และได้มีหลักสูตรด้านการแสดงอย่างเป็นทางการ และต่อมาปี 2547 ได้เปลี่ยนเป็นกันตนา ดราม่า สคูล ปี 2548 ได้มีการจัดตั้งเป็นบริษัท กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยแบ่งการบริหารจัดการเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่าย Broadcasting and Film Academy ซึ่งมีการเรียนการสอนระยะสั้น แบ่งเป็น Drama School , Animation School , Film School , TV School และ Oversea Courses ส่วนอีกฝ่าย คือ ฝ่าย International College (อุดมศึกษา) ซึ่งมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหิดล ในการเปิดหลักสูตรระดับปริญญาตรี ด้าน Entertainment Media แบ่งเป็น TV Production , Film Production และ Animation Production ซึ่งมีการเรียนการสอนตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการสถาบัน

ภาพที่ 2 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



ส่วนที่ 3 นโยบายเป้าหมายและข้อได้เปรียบของสถาบัน

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

ทางสถาบันได้ถือเอาการศึกษาอบรมเป็นหนึ่งในนโยบายหลัก ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพบุคลากร เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โทรทัศน์ ละคร และแอนิเมชั่น โดยในแต่ละปีได้สนับสนุนการศึกษาอบรมและดูงานหลากหลายรูปแบบ อาทิ ให้ความร่วมมือรับนักศึกษาฝึกงาน ต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จัดอบรมหลักสูตรหลายระดับให้กับบุคคลากรขององค์กรต่างๆ เปิดสอนหลักสูตรระยะสั้นด้านการแสดง และหลักสูตรระดับอุดมศึกษา โดยมีความร่วมมือทางการศึกษากับสถาบันการศึกษาในประเทศและต่างประเทศหลายรูปแบบ

เป้าหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

ระยะสั้น 1. บริการด้านการศึกษา และร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

ระยะยาว 1. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลากรด้านการแสดง ผลิตรายการโทรทัศน์ และภาพยนตร์

2. จัดตั้งสถาบันกันตนา ให้เป็นสถาบันสอน หลักสูตรศิลปศาสตร์บัณฑิตด้านภาพยนตร์และแอนิเมชั่น

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. เน้นสอนหลักสูตรเชิงปฏิบัติการ ได้ปฏิบัติงานจริง พร้อมเข้าสู่อุตสาหกรรม
2. ทางสถาบันมีธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่น สามารถติดต่อกับองค์กรภายนอกได้ง่ายในการร่วมมือทางธุรกิจ
3. สามารถเข้าถึงเครื่องมืออุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

การจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์นั้น ในปัจจุบันยังไม่มีสถาบันใดเปิดสอนอย่างชัดเจน ดังนั้นหากคิดจะเปิดสถาบันด้านนี้ ต้องมีความชัดเจนด้านหลักสูตร เพราะเป็นการเรียนเฉพาะด้าน ต้องมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี เพราะบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านนี้มีน้อย หากมีพันธมิตรที่ดีก็จะช่วยได้ในด้าน หลักสูตร การบริหารจัดการ เครื่องมืออุปกรณ์

นอกจากนั้นแล้ว สถานที่ตั้งก็เป็นส่วนสำคัญ ที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเรียนกับทางสถาบัน เช่นทางด้านบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด แผนกกันตนา ดรามา

สคูล ก็เลือกสถานที่ใจกลางเมือง คือ ห้างสยาม เซ็นเตอร์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ได้หลังจากเรียนกับทางสถาบัน

จากข้อมูลของบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ทำให้ทราบถึงรูปแบบ และแนวทางในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ให้สามารถอยู่รอด รวมทั้งการหาแหล่งที่ตั้ง ที่คำนึงถึงความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ได้ดังนี้

4.3.2.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ตารางที่ 8 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค์(Threats)
- บริษัทมีชื่อเสียงด้านอุตสาหกรรมบันเทิง - เปิดสอนหลักสูตรด้านอุตสาหกรรมบันเทิง เพื่อรองรับธุรกิจของบริษัท และธุรกิจอื่นๆ อาทิ หลักสูตรการแสดง เพื่อรองรับการผลิตละครโทรทัศน์ของบริษัท - ง่ายต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว สามารถลดต้นทุนในการผลิตได้เพราะเป็นบริษัทระดับต้นของประเทศด้านอุตสาหกรรมบันเทิง	- หลักสูตรไม่มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่เน้นการแสดง - มีกลุ่มเป้าหมายแคบเน้นเฉพาะกลุ่มเยาวชน	- มี connection กับองค์กร หน่วยงานต่างๆ สูงเนื่องจากทำงานด้านอุตสาหกรรมบันเทิงมายาวนาน - สามารถใช้ผู้เรียน ที่จบจากสถาบันมาทำงานด้านที่จบมาได้ และเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงศักยภาพของตัวเอง	- คู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของบริษัท กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านอุตสาหกรรมบันเทิงมาเป็นเวลานาน ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสถาบันให้มีชื่อเสียง โดยการประชาสัมพันธ์ และมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน ด้านการสร้างบุคลากรสายอาชีพภาพยนตร์ และเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต นอกจากนั้นผู้วิจัยยังคำนึงถึงสถานที่ตั้งของสถาบัน จากข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย

นอกจากนั้นผู้วิจัยจะวางหลักสูตรที่มีความหลากหลายทางด้านภาพยนตร์ เหมาะสำหรับผู้ที่สนใจด้านภาพยนตร์ และต้องการทำงานด้านภาพยนตร์จริง โดยเน้นหลักสูตรที่รองรับ กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเช่นกัน เพื่อป้องกันปัญหาจุดอ่อนที่เกิดขึ้นกับบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

4.3.3 .โรงเรียนมหาจักรการศึกษา

4.3.3.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

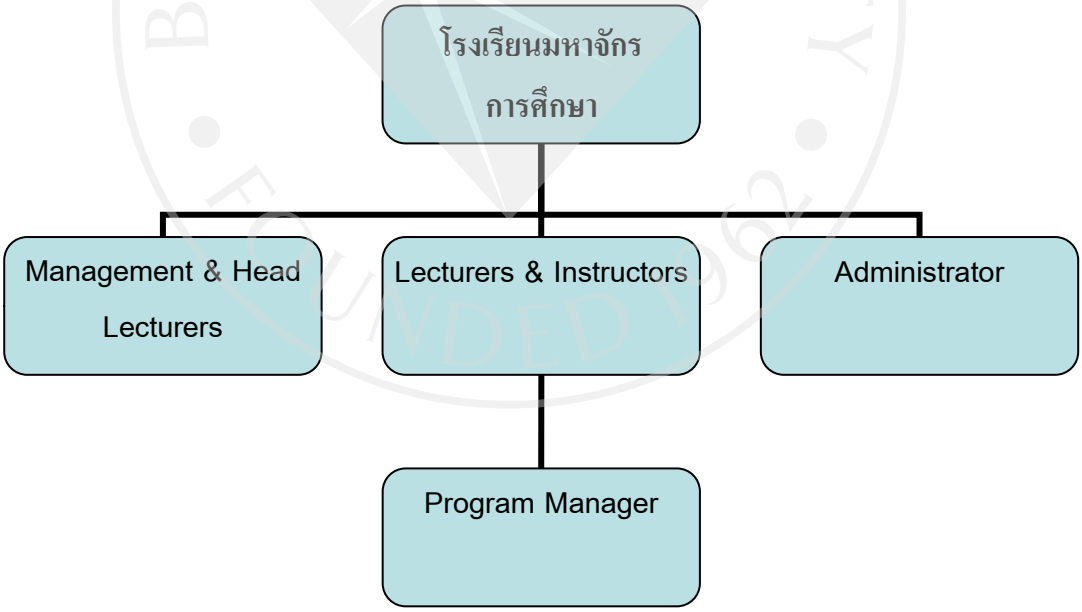
สัมภาษณ์	:	คุณสุรีย์ สมบูรณ์
ประเภท	:	บริษัทจำกัด
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	:	17 ตุลาคม 2545
ทุนจดทะเบียน	:	10,000,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	:	โรงเรียนสอนพื้นฐานและทฤษฎีเบื้องต้นของระบบแสงเสียง
ที่ตั้ง	:	46 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์	:	02-256-0000
กรรมการ	:	คุณชัชวาล กาญจนชัยภูมิ คุณเกษมสิน กาญจนชัยภูมิ คุณไชยวุฒิ ชาญมนูญ คุณมณีรัตน์ กาญจนชัยภูมิ

ประวัติความเป็นมา

เป็นสถาบันการศึกษา ที่เริ่มจัดการศึกษา ด้าน Creative Media เป็นแห่งแรกในโลก โดยก่อตั้งขึ้น เมื่อปี คศ.1976 และปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 49 สาขา ใน 4 ทวีปทั่วโลก ผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันต่างเป็นผู้นำ ในอุตสาหกรรมบันเทิงหลายด้าน เช่น ทำงานเป็นวิศวกรด้านเสียง, การผลิตภาพยนตร์, งานมัลติมีเดีย และแอนิเมชั่น สำหรับในประเทศไทยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ เดือนตุลาคม 2544 โดยเริ่มมีการเรียนการสอนด้านวิศวกรรมเสียง ภาษาที่ใช้ในการสอนเป็นภาษาอังกฤษ ระยะเวลาเรียน 9 เดือน (เวลาปกติ Full time) และ 12 เดือน (เวลาพิเศษ Part time) และมีการสอนหลักสูตรระยะสั้นด้านการผลิตดนตรีอิเล็คทรอนิค ใช้ระยะเวลาเรียน 3 เดือน ส่วนด้านการผลิตสื่อภาพยนตร์ด้วยระบบดิจิตอล เริ่มเปิดสอนเมื่อ ปี 2549 โดยใช้ระยะเวลาเรียน 9 เดือนใช้ภาษาอังกฤษในการสอนเช่นกัน ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร 150,000 บาท

ส่วนที่ 2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการสถาบัน

ภาพที่ 3 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กร โรงเรียนมหาจักรการศึกษา



ส่วนที่ 3 นโยบายเป้าหมายและข้อได้เปรียบของสถาบัน

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก สายอาชีพ ตามความต้องการ และความสามารถ
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้จริงตามสายงาน
3. เพิ่มเติมความรู้ และความเชี่ยวชาญให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์ในสายอาชีพ มากยิ่งขึ้นในแต่ละแขนงที่เลือก

เป้าหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

เนื่องจากโรงเรียนมหาจักรการศึกษา เป็นสถาบันใหม่ในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากนัก และเน้นการสอนหลักสูตรระยะสั้น เป้าหมายของสถาบันจึงเป็นเพียงต้องการให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่เรียน ไปใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรมบันเทิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. เป็นสถาบันที่มีแฟรนไชน์จากประเทศออสเตรเลีย
2. มีอาจารย์ผู้สอนจากต่างประเทศ เป็นผู้มีประสบการณ์ ในงานอุตสาหกรรมด้านเสียงและการผลิตเพลง ระดับมืออาชีพ
3. สามารถศึกษาต่อ ในระดับปริญญาตรี ภายใต้การรับรอง ของมหาวิทยาลัย Middlesex ประเทศอังกฤษ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

ข้อเสนอแนะในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ มีดังนี้

1. ในช่วงแรกของการจัดตั้งองค์กร ไม่ควรใหญ่มากนัก เพราะเป็นสถาบันใหม่ กลุ่มเป้าหมายยังไม่รู้จักมากพอ ส่วนด้านหลักสูตรก็ควรเป็นหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจและตลาดมีความต้องการ
2. เน้นการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสถาบัน และตัดสินใจเรียน
3. ควรมีผู้สอนที่เฉพาะด้าน เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ให้อยู่รอด มีคุณภาพ และผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของโรงเรียนมหาจักรการศึกษา ได้ดังนี้

4.3.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของโรงเรียนมหาจักรการศึกษา

ตารางที่ 9 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของโรงเรียนมหาจักรการศึกษา

ปัจจัยภายใน		ปัจจัยภายนอก	
จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค์(Threats)
- มีอาจารย์ผู้สอนจากต่างประเทศ เป็นผู้มีประสบการณ์ ในงานอุตสาหกรรมด้านเสียงและการผลิตเพลง ระดับมืออาชีพ - เป็นสถาบันที่มีเฟรนไชน์จากประเทศอังกฤษ - สามารถศึกษาต่อ ในระดับปริญญาตรีภายใต้การรับรอง ของมหาวิทยาลัย Middlesex ประเทศอังกฤษ - สถาบันมีขนาดเล็ก ง่ายต่อการบริหารจัดการ	- ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ที่สนใจเรียนด้านวิศวกรรมเสียง และภาพยนตร์มากนัก - เน้นหลักสูตรทางด้านวิศวกรรมเสียง	- ช่องทางของโรงเรียนที่จะใช้เป็นการเข้าหากลุ่มเป้าหมาย	- คู่แข่งในธุรกิจที่มีลักษณะใกล้คียงกัน - ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค

จากตารางที่ 9 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของโรงเรียนมหาจักรการศึกษา ผู้วิจัยค้นพบว่ามีจุดแข็งที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสถาบันได้ คือ

การเป็นสถาบันที่เริ่มจากขนาดเล็ก แล้วค่อยๆ พัฒนาสู่สถาบันที่ใหญ่ขึ้น พร้อมกับหลักสูตรที่มีความหลากหลาย และสอนโดยบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านภาพยนตร์โดยตรง ซึ่งผู้วิจัยจะวางแผนกลยุทธ์ของสถาบันให้มีความเหมาะสม และเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในอนาคตได้

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของทั้ง 3 สถาบัน ผู้วิจัยมองว่าหลักสูตรของแต่ละสถาบันเป็นอีกประเด็นสำคัญ ในการวางแผนหลักสูตรของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบหลักสูตรของทั้ง 3 สถาบัน ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 : ตารางเปรียบเทียบหลักสูตร

Gen x Academy	กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์	โรงเรียนมหาจักรการศึกษา
Mass Communication 1. Pro Radio DJ (หลักสูตรนักจัดรายการวิทยุ) 2. Pro Club DJ (หลักสูตรดีเจคลับ) 3. Voice Dubbing for Film (หลักสูตรนักพากย์ภาพยนตร์) 4. Voice Dubbing for Cartoon (หลักสูตรนักพากย์การ์ตูน) 5. Pro Mc (หลักสูตร พิธีกร และผู้ดำเนินรายการ) Music & Technology 6. Studio Sound Engineer (หลักสูตรวิศวกรเสียงในสตูดิโอ) 7. Live Sound Engineer (หลักสูตรวิศวกรเสียงสำหรับการแสดงสด Multimedia 8. MV Maker (หลักสูตร การผลิตมิวสิควิดีโอ)	ฝ่าย Broadcasting and Film Academy (หลักสูตรระยะสั้น) 1. Drama School 2. Animation School 3. Film School 4. TV School 5. Oversea Courses ฝ่าย International College ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหิดล 1. TV Production 2. Film Production 3. Animation Production	1.อนุปริญญาด้านวิศวกรรมเสียง 2.อนุปริญญาด้านการผลิตสื่อภาพยนตร์ด้วยระบบดิจิตอล 3.การผลิตดนตรีอิเล็คทรอนิค (หลักสูตรระยะสั้น) 4.ปริญญาตรี ศิลปะการผลิตภาพยนตร์ ในระบบดิจิตอล

จากตารางที่ 10 ตารางเปรียบเทียบหลักสูตรทั้ง 3 องค์กร เห็นได้ว่ามีหลักสูตรที่แตกต่างกันออกไป สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) เน้นหลักสูตรทางด้านนักจัดรายการวิทยุ และด้านวิศวกรเสียง ส่วนหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์นั้น ยังไม่มีหลักสูตรที่ชัดเจน มีเพียงหลักสูตรการเขียนบทละคร และหลักสูตรการผลิตมิวสิควิดีโอ ที่สามารถปรับใช้ด้านภาพยนตร์ได้ ทางด้านกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด แม้ว่าจะมีความหลากหลายทางด้านหลักสูตร แต่ก็เน้นทางด้านการแสดง เพราะมีกลุ่มผู้เรียนหลากหลาย และได้รับความสนใจจำนวนมาก ส่วนทางด้านหลักสูตรอื่นๆ ที่ได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหิดล เปิดสอนหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรี ด้าน Entertainment Media ซึ่งเปิดสอนตั้งแต่ปี 2549 มีผู้สนใจเรียน ดังนี้

ตารางที่ 11 : ตารางจำนวนนักเรียนหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาตรี ด้าน Entertainment Media

รุ่น	TV Production	Film Production	Animation Production	รวม
รุ่น 1	8	11	4	23
รุ่น 2	9	11	4	24
รุ่น 3	4	10	13	27
รุ่น 4	7	14	23	44
รวม รุ่น 1-4	28	46	44	118

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นถึงผู้ที่สนใจเรียนทางด้านอุตสาหกรรมบันเทิง ซึ่งมีความสนใจพอสมควร แต่หลักสูตรนี้ก็ไม่ต่างกับหลักสูตรตามมหาวิทยาลัยทั่วไป เป็นเพียงหลักสูตรนานาชาติเท่านั้นที่สร้างความแตกต่างจากสถาบันอื่น และราคาในการเรียนค่อนข้างสูง ส่วนทางโรงเรียนมหาจักรการศึกษา เน้นหลักสูตรด้านวิศวกรรมเสียง และหลักสูตรการผลิตสื่อภาพยนตร์ด้วยระบบดิจิตอล ซึ่งเปิดสอนได้เพียง 1 รุ่น และได้รับความสนใจเช่นกัน

จากการวิเคราะห์ด้านต่างๆ ของทั้ง 3 สถาบัน ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นโอกาสในการเปิดสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ธุรกิจด้านภาพยนตร์ในปัจจุบัน ดังนี้

1. บุคลากรผู้สอน ต้องมีความรู้ และมีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์โดยตรง
2. สถาบันควรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักในช่วงแรกของการเปิดกิจการ แล้วค่อยปรับขนาด

ของสถาบันตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในช่วงหลัง

3. มองเห็นช่องว่างทางการตลาดในการส่งบุคลากรที่ทางสถาบันได้ผลิตไปทำงานกับหน่วยงานที่เป็นพาร์ทเนอร์กับทางสถาบัน ซึ่งเป็นช่องทางในการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำงานจริงในด้านที่ได้เรียนมา พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านภาพยนตร์ให้กับผู้เรียนด้วย ซึ่งยังไม่มีสถาบันใดใช้รูปแบบการบริการจัดการแบบนี้ในการดำเนินธุรกิจด้านภาพยนตร์มาก่อน

4. วางหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำหลักสูตรใหม่ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจมาเปิดสอน และนำหลักสูตรที่สถาบันอื่นเปิดสอนมาปรับใช้กับสถาบันให้แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ นำหลักสูตรระยะสั้นทางด้านภาพยนตร์ มาปรับใช้เป็นหลักสูตรระยะยาวที่เน้นการปฏิบัติ โดยวางหลักสูตรที่กว้าง มีความหลากหลาย เพื่อจะให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป และวางหลักสูตรที่เฉพาะเจาะจง สำหรับผู้ที่สนใจด้านภาพยนตร์ และต้องการก้าวสู่อาชีพด้านภาพยนตร์อย่างจริงจัง

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ถึงสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจด้านต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยได้ศึกษาความเป็นไปได้ โดยวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.4.1 ความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ โดยรวมสภาพแวดล้อมทางการตลาด สถาบันที่เปิดสอนด้านการผลิตผลงานภาพยนตร์ ในปัจจุบันยังขาดประสิทธิภาพ และยังไม่มีการสร้างคอร์สเรียนที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน ที่ต้องการนำความรู้ที่ศึกษาจากสถาบันไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ระดับมืออาชีพที่ชัดเจน อีกทั้งยังไม่ได้มีการปลูกฝังค่านิยมในการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ ให้มีความจริงจังในการประกอบการทำงานในสายอาชีพอย่างมีมาตรฐาน ภาพยนตร์ที่ผลิตไม่ตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคมากนัก เพราะยังขาดความคิดสร้างสรรค์ และขาดความชัดเจนเรื่องการบริหารจัดการ ทั้งในสายการผลิตและการตลาด และเมื่อมองจากการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายแล้ว มีความสนใจ และต้องการเรียนทางด้านภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก อาทิ การเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting) , การกำกับภาพยนตร์ (Film Director) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของบุคลากรด้านภาพยนตร์ ที่มองถึงจุดอ่อนของบทภาพยนตร์ที่มีการพัฒนาน้อย มีการเล่าเรื่องแบบเดิมๆ ซ้ำซ้อน และยังไม่มี

การบริหารจัดการที่ดีพอ ทั้งในส่วนของการผลิตภาพยนตร์และการบริหารทีมงาน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า ยังไม่มีสถาบันใดที่เปิดหลักสูตรด้านการเขียนบทภาพยนตร์ และหลักสูตรอื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อกลุ่มเป้าหมาย อาจจะเป็นเพราะเป็นหลักสูตรที่สั้นเกินไป ผู้เรียนไม่มีความรู้ที่ลึกซึ้งอย่างแท้จริง หรือไม่สามารถเปิดหลักสูตรที่เหมาะสมกับผู้เรียนและผู้เรียนไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติงานจริงได้

ดังนั้น ช่องว่างทางการตลาดที่ทำให้เกิดสถาบันนี้ คือ การออกแบบคอร์สเรียนของกิจการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน ในประเด็นด้านศักยภาพของคอร์สเรียนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ปฏิบัติจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทั้งในส่วนของเทคนิคการผลิต กระบวนการถ่ายทำ ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจของกิจการดังกล่าว สามารถสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจากคู่แข่งในตลาด อีกทั้งยังสามารถสร้างส่วนแบ่งในตลาดได้เป็นอย่างดี

4.4.2 ความเป็นไปได้ทางการเมือง

ในปัจจุบันแม้ว่าจะมีความวุ่นวายทางด้านการเมือง แต่ทางรัฐบาลก็หันมาให้ความสนใจและมีนโยบายส่งเสริมทางด้านภาพยนตร์มากขึ้น จากการสัมภาษณ์คุณพรชัย ซื่อตรง นักวิชาการวัฒนธรรม สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม ได้ร่วมกันส่งเสริมให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และดิจิทัลขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีการจัดโครงการค่ายศิลปะการแสดงภาพยนตร์และสร้างภาพยนตร์สั้น[1] และปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน ตามหมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค ประเภทกิจการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่เป็นสถานศึกษาหรือศูนย์ฝึกฝนวิชาชีพต่างๆ พร้อมทั้งส่งเสริมการเรียนการสอนตาม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และได้เพิ่มเติมหน้าที่ นโยบายเกี่ยวกับการเรียนการสอนในด้านการประกอบการจากเอกชน ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ฉบับที่ 2 ใน พ.ศ.2545กล่าวคือ ตามาตรา 46 รัฐจะสนับสนุนกิจกรรมทางการเรียนการสอนต่างๆ เช่น สามารถร้องขอบุคลากรจากหน่วยงานของรัฐและอุปกรณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาได้ รวมไปถึงการลดหย่อนภาษี ด้วยนโยบายนี้ จึงเป็นโอกาสและแนวทางของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ในการจัดตั้งสถาบัน โดย

[1] เทศกาลคบเด็กสร้างหนัง โครงการประกวดเรื่องย่อภาพยนตร์สั้น เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชน ได้เข้ามาเรียนรู้ศิลปะการเล่าเรื่อง และเข้าใจในการผลิตภาพยนตร์ อีกทั้งได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น และได้เรียนรู้จากการทำงานจริง

สถาบันควรมีความร่วมมือกับภาครัฐ และเอกชน ในการร่วมกันทำกิจกรรมและเป็นสนามให้ผู้ศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ

นอกจากนั้นรัฐบาลยังสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อต่อไป

4.4.3 ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ ทำให้ทราบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังคงเติบโตมากขึ้นในอนาคต ตลาดภาพยนตร์ก็มีความต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพสูงเช่นกัน และตอนนี้มีคนสนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์เพิ่มขึ้น แต่มีสถาบันสอนทางด้านนี้น้อย หากมีก็เป็นเพียงหลักสูตรระยะสั้น หรือไม่ก็เป็นการเรียนในมหาวิทยาลัย ซึ่งมีความแตกต่างกับสถาบันอื่นๆ อย่างชัดเจน อีกอย่างปัจจุบันเศรษฐกิจของไทยอยู่ในภาวะซบเซา ส่งผลกระทบต่อทุกองค์กร ดังนั้น จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า ประเด็นด้านค่าเล่าเรียน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อปัจจัยด้านการเงินเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจแล้ว ทางสถาบันจึงต้องวางหลักสูตรที่มีความหลากหลายเพื่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยการสอนในหลักสูตรระยะสั้น สำหรับผู้ที่สนใจทางด้านภาพยนตร์ และสอนในหลักสูตรระยะยาวสำหรับผู้ที่สนใจทางด้านภาพยนตร์อย่างจริงจัง และต้องการก้าวสู่อาชีพด้านภาพยนตร์อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยสภาวะการณ์ของเศรษฐกิจดังกล่าว การตัดสินใจเพื่อเลือกเรียน และการใช้บริการทุกรูปแบบจากสถาบันนั้น จะต้องมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ตลอดจนมีระดับราคาที่สมเหตุสมผล ดังนั้น ทางสถาบันมีศักยภาพเพียงพอในการดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งประเด็นด้านระดับราคาซึ่งจากการตรวจสอบพฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึก สามารถสรุปได้ว่าระดับราคาคอร์สเรียน เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพแล้วสามารถอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริโภคยอมรับ

จากการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และได้มีการวางยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (พ.ศ.2552 - 2554) เพราะอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมหนึ่ง ที่มีพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตจนกลายเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ได้ชี้ให้เห็นว่า อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในกระแสโลกเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทย ดัชนีการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด

ภายในประเทศของภาพยนตร์เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ36 ในปี พ.ศ. 2549 เป็น ร้อยละ 45 ในปี พ.ศ.2550 และเมื่อพิจารณารายได้ของประเทศไทยจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์จะพบว่า มีการเจริญเติบโตของการทำรายได้เข้าประเทศ อย่างชัดเจนจากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติระบุว่าในปี พ.ศ.2549 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทำรายได้ให้ประเทศ 27,386 ล้านบาท และในปี 2550 รายงานจาก สมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ ระบุว่าประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพิ่มขึ้นเป็น 33,672 ล้านบาท และวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังให้การยอมรับว่าประเทศไทยมีการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีมาตรฐานการผลิตได้ระดับมาตราฐานฮอลลีวู้ด แม้ว่าในปัจจุบันนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ยังไม่มีการพัฒนาร่วมกันอย่างจริงจังระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน แต่กระแสความเคลื่อนไหวของธุรกรรมนี้ แสดงให้เห็นความพร้อมที่ประเทศไทยจะผลักดันอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์เข้าสู่การแข่งขันในเวทีโลกได้

ด้วยข้อมูลและเหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดข้างต้น จึงมีความเป็นไปได้ว่าถ้าองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนของประเทศไทยร่วมมือกันส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง อุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์จะเป็นพลังสำคัญพลังหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งทางตรงจากภาษีมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมนับแสนล้าน และทางอ้อมคือ การสร้างงานให้กับคนไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนเป็นจำนวนหลายอัตรา

4.4.4 ความเป็นไปได้ทางสังคม

จากการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นว่าวิชาชีพทางด้านงานภาพยนตร์กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากการพัฒนาเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดจนความสำเร็จในผลงานภาพยนตร์ของผู้กำกับหลายรายเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดความต้องการในการมีส่วนร่วมกับทีมสร้างภาพยนตร์ จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรียน และสนใจในกิจกรรมด้านภาพยนตร์ รวมถึงการประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก และปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์มากขึ้น อาทิ งานประกวดภาพยนตร์และบทภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการเปิดโอกาสและสนับสนุนเยาวชนผู้ที่สนใจได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ผ่านศิลปะภาพยนตร์ และการเรียนรู้การทำงานจริงด้านภาพยนตร์ จากปัจจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงกระแสตอบรับสภาวะทางสังคม ที่เกื้อหนุนต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.5 ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นข้อมูลที่สามารถบ่งบอกถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบัน จากปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ทำให้กระบวนการดำเนินงานการผลิตภาพยนตร์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของเทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ มีการนำวิทยาการด้านต่างๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มมูลค่าของภาพยนตร์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจากข้อมูลของบุคลากรด้านภาพยนตร์ ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จากการพัฒนาของเทคโนโลยี จึงสามารถนำปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับสถาบันอย่างเหมาะสม เพื่อรองรับกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน โดยการเปิดสอนหลักสูตรด้านการถ่ายทำโดยใช้กล้องดิจิทอลระบบ HD ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ เพื่อแข่งขันกับสถาบันคู่แข่ง พร้อมทั้งเป็นสถาบันแรกที่ก้าวสู่การถ่ายทำระบบใหม่และตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลากรที่ทางสถาบันกำลังผลิต มาพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ให้เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลง และทันตามยุคสมัยของการพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพราะเมื่อมองถึงจุดอ่อนของการผลิตภาพยนตร์ไทยแล้ว ก็มีปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีระบบ HD บุคลากรขาดความเข้าใจในหลายๆ ด้าน เช่น การปรับโทนสี การจัดแสง เมื่อพิจารณาถึงคุณภาพแล้ว ยังมีจุดด้อย ไม่สามารถเทียบกับภาพยนตร์ในระดับสากลได้

จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นช่องทางทางธุรกิจ ในการร่วมมือกับพันธมิตร โดยการร่วมมือกับบริษัทกล้อง และบริษัทที่มีเครื่องมือในการผลิต เพื่อที่จะทำให้สถาบันเป็นผู้นำด้านการสอนผลิตภาพยนตร์ที่มีความทันสมัยด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการถ่ายทำ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างสิ้นเชิง พร้อมทั้งการเพิ่มผู้สนใจเรียนให้กับสถาบัน โดยผู้ที่ซื้อกล้องหรือคอมพิวเตอร์จากบริษัทพันธมิตร สามารถมาเรียนรู้ระบบการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ จากสถาบัน และยังเป็นการลดต้นทุนทางการผลิตให้กับสถาบันด้วย จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี และจากการสัมภาษณ์ คุณหลักวงศ์ คงเสรี ทำให้เกิดการตกลงทางธุรกิจ และให้ความเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในการร่วมมือทางธุรกิจ และยินดีที่จะให้อุปกรณ์ในการเรียนหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันที่จำเป็น และฝึกฝนให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ทางบริษัทก็จะสนับสนุนด้านนี้ให้ผู้เรียนด้วย และสถาบันเองก็เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทางบริษัทก็สามารถคัดเลือกบุคลากรที่ต้องการได้เป็นที่แรก เพื่อมาพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทได้ และยังเป็นช่องทางให้กับบุคลากรที่ทางสถาบันผลิตได้ก้าวสู่อุตสาหกรรมอย่างแท้จริง

4.4.6 การวิเคราะห์คู่แข่งขัน

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ มีแนวความคิดหลักในการดำเนินกิจการในประเด็นด้านการสอน และการฝึกอบรมเชิงประยุกต์ และปฏิบัติงานทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ในแต่ละขั้นตอน โดยมีการวางโครงสร้างในการเรียนการสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ปฏิบัติจริงในสายงานแต่ละวิชาชีพ อีกทั้งยังสามารถจัดส่งบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันเข้าดำเนินงานในสายงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานภาพยนตร์ในสาขาต่างๆ โดยทางสถาบันได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรธุรกิจที่เกี่ยวข้องไว้แล้วในระดับหนึ่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้เรียนตลอดจนเพื่อกระตุ้นวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเด็นด้านการวิเคราะห์คู่แข่ง ทางสถาบันไม่สามารถระบุคู่แข่งทางตรงได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นธุรกิจแนวใหม่ในอุตสาหกรรม ซึ่งยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดดำเนินกิจการลักษณะดังกล่าวอยู่ แต่อย่างไรก็ดีในภาวะตลาดสถาบันที่เปิดสอนด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ ยังมีผู้ประกอบการที่มีแนวคิดในการดำเนินงานใกล้เคียงกับสถาบัน ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์คู่แข่งทางอ้อมออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 สถาบันที่เปิดสอนด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ (บางสาขาวิชา) ของหน่วยงานเอกชน ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของสถาบันที่เปิดสอน ได้ดังนี้

ตารางที่ 12 : ตารางแสดงจุดแข็งและจุดอ่อนของสถาบันที่เปิดสอน ด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์โดยตรง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ระบบการเรียน ที่สามารถพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์เชิงลึก	สาขาวิชาที่เปิดสอนค่อนข้างแคบ และไม่หลากหลาย
	ค่าใช้จ่ายต่อ 1 คอร์สเรียนที่อยู่ในเกณฑ์สูง
สามารถถ่ายทอดความรู้ทางด้านภาพยนตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทั่วถึง เนื่องจากแต่ละคอร์สเรียนมีผู้เข้าศึกษาจำนวนไม่มากนัก	ไม่สามารถสร้างฟิลด์งานจริงของสายงานภาพยนตร์ เพื่อให้ผู้เรียนนำความรู้ไปปฏิบัติได้ ทำให้สถาบันไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 12 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม ในประเด็นด้านการวิเคราะห์คู่แข่ง เห็นได้ชัดว่ายังมีช่องว่างของตลาดให้กิจการสามารถเข้าดำเนินการได้ โดยสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์สามารถนำเสนอหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีศักยภาพ ตลอดจนสามารถจัดหาสถานที่ทดลองงานให้แก่ผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสในการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ศึกษามาในการดำเนินงานจริง โดยมีพื้นฐานของระดับราคาที่สมเหตุสมผล และอยู่ในระดับที่ไม่สูงจนเกินไป ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นที่ 2 คู่แข่งทางอ้อมที่มีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐ และเอกชน อาทิ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้มีการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจภาพยนตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีเปิดสอนด้านภาพยนตร์ ทั้งหลักสูตรปริญญาตรี และปริญญาโท ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของคู่แข่งทางอ้อมที่มีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัยได้ดังนี้

ตารางที่ 13 : ตารางแสดงจุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่งทางอ้อม ที่มีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มผู้เรียนเป็นอย่างดี เนื่องจากคณะ และภาควิชาต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเปิดสอนมาเป็นระยะเวลานาน มีมาตรฐานจากหน่วยงานของทางราชการที่เกี่ยวข้องรับรองหลักสูตร	คณะ และภาควิชาต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ยังไม่สามารถนำเสนอหลักสูตร และการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องต่อความต้องการของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ
มีประกาศนียบัตร หรือหนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยนั้นๆ เป็นประกันศักยภาพในการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ในอนาคต	ไม่สามารถสร้างระบบการเรียนการสอนที่สามารถเข้าทดลองปฏิบัติงานจริงในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ได้อย่างต่อเนื่อง
ระดับราคาในการเข้าศึกษาอยู่ในเกณฑ์ต่ำ (หากเปรียบเทียบกับสถาบันที่เปิดสอนทางด้านการสร้างผลงานภาพยนตร์โดยตรง)	ระบบการศึกษาที่มีผู้เรียนจำนวนมากภายใน 1 ชั้นเรียน ส่งผลให้การถ่ายทอดความรู้จากคณาจารย์ไม่สามารถกระทำได้โดยทั่วถึง

จากการวิเคราะห์คู่แข่งขัน สามารถแบ่งคู่แข่งขันออกได้จากตารางวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 14 : ตารางวิเคราะห์คู่แข่งขัน

Key Completive		**Your Strengths**		**You and Your Competitions Strengths**						**Your Business**	
				Competitor							
Factor (ปัจจัย)	**Weights**			**Gen x Academy**		**โรงเรียนมหาจักรการศึกษา**		**กันตนาดราม่า สคูล**			
หลักสูตรหลากหลาย	0.3	7	2.1	7	2.1	5	1.5	6	2.4	8	2.4
อาจารย์ผู้สอน	0.2	8	1.6	8	1.6	8	1.6	8	1.8	9	1.8
ชื่อเสียงสถาบัน	0.15	2	0.3	8	1.2	7	1.05	8	1.05	5	0.75
ที่ตั้ง	0.1	8	0.8	7	0.9	7	0.7	9	0.8	8	0.8
การก้าวสู่อาชีพ	0.1	8	0.8	7	0.7	7	0.7	6	0.9	9	0.9
การบริการ	0.1	8	0.8	8	0.8	7	0.7	8	0.9	9	0.9
ราคา	0.05	7	0.35	7	0.35	6	0.3	8	0.4	7	0.4
			6.75		7.65		7.0		7.3		7.95
Total Strategic	100%	23.5%		26.65%		24.39%		25.43%		N/A	
Current Market Share	100%	N/A		17.30%		19.95%		62.75%		N/A	

หมายเหตุ Current Market Share มาจากรายได้รวมปี 2551 ของแต่ละบริษัท

4.4.7 สรุปการประเมินโครงการและความเสี่ยง

โครงการพัฒนาสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ สามารถสรุปโอกาส และความเสี่ยงได้ ดังต่อไปนี้

โครงการมีจุดเด่นที่สามารถสร้างส่วนแบ่งของตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติของธุรกิจที่สามารถตอบสนองต่อช่องว่างของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นโอกาสที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเด็นด้านศักยภาพของคอร์สเรียนที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน คอร์สเรียนที่กิจการออกแบบขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้เรียน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ปฏิบัติจริงได้ในการดำเนินสายอาชีพด้านภาพยนตร์ทั้งในประเด็นด้านการเขียนบทภาพยนตร์ หรือการวางโครงสร้างเนื้อหาของภาพยนตร์ ซึ่งเป็นสายวิชาที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลงานภาพยนตร์ตลอดจนการสร้างกระบวนการส่งเสริมการขาย และการวางแผนโปรโมท การโฆษณาภาพยนตร์ในวิธีทางการตลาดรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นสายวิชาส่วนสนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ โดยจุดเด่นดังกล่าวสามารถสร้างความโดดเด่นที่ชัดเจนจากคู่แข่งได้

ด้วยตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบันที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นเสมือนสิ่งกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในตลาด กล่าวคือกลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการสูงขึ้นจากอดีตในการศึกษาด้านการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ในสายวิชาต่างๆ รวมถึงเพิ่มความสนใจในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการศึกษากระบวนการผลิตผลงานภาพยนตร์ อาทิ การตลาดภาพยนตร์รูปแบบต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ที่สำคัญ ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการในประเด็นด้านฐานลูกค้าที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความต้องการศึกษาในคอร์สเรียนของสถาบัน

การดำเนินธุรกิจของสถาบัน ได้รับความร่วมมือจากฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี อาทิ บริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด เนื่องจากความร่วมมือในการจัดหาบุคลากรเพื่อเป็นอาจารย์ผู้สอน รวมไปถึงการออกแบบฟิลด์งานเพื่อให้ผู้เรียนของสถาบันได้เข้าทดลองงานจริง เพื่อสะสมประสบการณ์ในการดำเนินงานจริง ซึ่งไม่สามารถหาได้จากสถาบันอื่น เมื่อความร่วมมือจากฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องในการอบรมการเรียนการสอนลุล่วง และบุคลากรได้ศึกษาจบจากสถาบันแล้วนั้น สามารถมีโอกาสในการเข้าทำงานในบริษัทฯ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีชื่อเสียงในวงการธุรกิจภาพยนตร์ อันเป็นการสร้างผลประโยชน์แก่ทุกฝ่าย โดยสถาบันสามารถออกแบบ คอร์สเรียนที่มีประสิทธิภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเข้าร่วมทำงาน

บุคลากรผู้เรียนนอกจากจะได้รับความรู้ที่มีประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจจริงแล้วนั้น ยังมีโอกาสในการเข้าทำงานกับหน่วยงานที่มีศักยภาพในวงการภาพยนตร์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นโอกาสที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

ความเสี่ยงของโครงการ คือ อัตราค่าเรียนที่อาจจะสูงกว่าการเรียนภาคปกติ เนื่องจากทางสถาบันได้ ทำการเชิญผู้ที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริงมาเป็นผู้บริหารหลักสูตร และทำการสอน ทำให้โอกาสที่กิจการจะคืนทุนในระยะเวลาอันสั้นอาจจะไม่สามารถทำได้ในอนาคตอันใกล้ รวมไปถึงการปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนประเภทต่างๆ ในการดำเนินการ เนื่องจากระดับราคาน้ำมันที่ผันผวน และสภาพเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง ซึ่งอาจส่งผลให้รายจ่ายของกิจการมีจำนวนสูงขึ้น

เงินทุนในการลงทุนในกิจการนี้เป็นจำนวนมาก ทำให้อาจจะเกิดภาระหนี้สิ้นต่อปี เป็นจำนวนมาก ถ้าหากทางสถาบัน ไม่สามารถหาผู้เรียนเข้าเรียนได้เท่าที่กำหนดไว้ เนื่องจากทางสถาบัน เปิดธุรกิจนี้เป็นธุรกิจแรก และการสร้างแบรนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้เรียนทราบ

จากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของทั้ง 3 สถาบันที่ทำการสัมภาษณ์จนได้แนวทางการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ประกอบกับผลการศึกษาวิจัยจากแบบสอบถามเรื่องทัศนคติ และความสนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ให้อยู่รอด รวมทั้งสามารถผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ ป้อนสู่สายงานภพยนตร์ต่อไป

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

การจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ จะกล่าวถึงข้อมูล 5 ส่วน ประกอบกันเพื่อการจัดตั้งสถาบันอย่างสมบูรณ์ ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร การจัดองค์กร และแผนการตลาด

จากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของทั้ง 3 สถาบันที่ทำการสัมภาษณ์ ดังที่ได้กล่าวไปในบทที่แล้ว ทำให้เกิดแนวทางการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ดังนี้

1. บุคลากรผู้สอน ต้องมีความรู้ และมีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์โดยตรง เพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย

2. สถาบันควรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักในช่วงแรกของการเปิดกิจการ แล้วค่อยปรับขนาดของสถาบันตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในช่วงหลัง

3. ใช้กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับหน่วยงาน องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

4. หาช่องว่างทางการตลาดโดยการส่งบุคลากรที่ทางสถาบันได้ผลิตไปทำงานกับพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านภาพยนตร์ให้กับผู้เรียน และยังไม่มีสถาบันใดใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบนี้ในการดำเนินธุรกิจด้านภาพยนตร์มาก่อน

5. วางหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และมีการปรับปรุงหลักสูตร ตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์

6. เน้นการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตร เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสถาบัน และตัดสินใจเรียน

7. หาสถานที่ตั้ง ที่คำนึงถึงการเดินทาง และความสะดวกของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

นอกจากแนวทางการบริหารจัดการทั้ง 7 ข้อที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของทั้ง 3 สถาบันที่ทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้เพิ่มแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างเอกลักษณของสถาบัน และสร้างความเข้มแข็งทางด้านการตลาดให้เกิดขึ้น ดังนี้

1.ใช้กลยุทธ์การวิจัยทางการตลาดและพัฒนาหลักสูตรทุก 3 - 4 ปี เพื่อทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงของสภาวะตลาดภาพยนตร์

2. สร้างกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้านภาพยนตร์ เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ที่สนใจด้านภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการขยายโอกาสทางการตลาด อาทิ จัดกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์ จัดเทศกาลภาพยนตร์ ทำให้สถาบันเกิดรายได้จากทางอื่น และสามารถพึ่งพาตนเองได้

3. วางกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการขยายธุรกิจ และการสร้างสายผลิตภัณฑ์ โดยการบริการด้านอื่นๆ นอกจากการสอนหลักสูตรด้านภาพยนตร์

จากแนวทางการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ทำให้ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ในบทที่ 4 มาใช้ในการร่วมมือทางธุรกิจกับองค์กรเอกชน เพื่อเป็นการก้าวเข้าสู่ตลาดในช่วงแรกของการเปิดสถาบัน นอกจากการร่วมมือกับบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด แล้ว เทคโนโลยีด้านการผลิตก็เป็นประเด็นสำคัญในการเรียนของสถาบัน เพราะตอนนี้มีการพัฒนาจากฟิล์มสู่ระบบดิจิตอลมากขึ้น ทางสถาบันจึงได้มองถึงจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อหลักสูตร เพราะการลงทุนทางด้านอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิตนั้น ต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูง การร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต จึงเป็นประเด็นในการพิจารณาร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทอื่น เพื่อเป็นผู้นำด้านการสอนภาพยนตร์ ที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาใช้ในหลักสูตรเป็นสถาบันแรกและสามารถลดต้นทุนทางการผลิตให้กับสถาบันได้ ทางสถาบันจึงได้มีการเจรจา ร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทมูฟวี่ เมจิก จำกัด ในการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านอุปกรณ์มาใช้ในการถ่ายทำ ซึ่งสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เอาชนะคู่แข่งได้เมื่อเข้าสู่ตลาด และได้ผลิตบุคลากรที่ตรงตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในปัจจุบัน และจากการร่วมมือทางธุรกิจ ทำให้ทางสถาบันได้รู้แนวโน้มความต้องการของผู้เรียน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความเป็นไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เพราะบริษัทดังกล่าว เป็นผู้นำทางด้านเครื่องมือในการผลิตภาพยนตร์ระบบดิจิทอลรายแรกๆ ของประเทศไทย ทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างดี และทางสถาบันสามารถปรับหลักสูตรให้เป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมายสนใจและเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างสม่ำเสมอ และสร้างความเชื่อมั่นทางธุรกิจให้กับสถาบันได้ด้วย

นอกจากการร่วมมือกับบริษัทที่เป็นผู้นำทางด้านเครื่องมือในการผลิตภาพยนตร์ระบบดิจิทอลแล้วนั้น ทางสถาบันยังได้มองถึงโอกาสในการเพิ่มช่องทางของสถาบันให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รู้พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะเพิ่มหลักสูตรที่ได้รับความสนใจให้กับผู้เรียนได้ถูกต้อง และ เพื่อที่จะทำให้สถาบันถึงจุดคุ้มทุนเร็วที่สุด

ภายใน 3 ปี ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าว ทางสถาบันได้มีการเจรจาร่วมมือทางธุรกิจเพิ่มเติม กับบริษัทแอปเปิ้ล จำกัด ในการเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการสอน และตอบสนองตามนโยบายของบริษัท ซึ่งมีส่วนในการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านโปรแกรมต่างๆ โดยใช้ชื่อว่า “Apple Authorized Training Center” โดยการเซ็นสัญญาร่วมกับทางบริษัท และจากการตกลงร่วมมือทางธุรกิจทำให้ทางสถาบันมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและสถาบัน มีกลุ่มเป้าหมายมาเรียนกับสถาบันเพิ่มมากขึ้น เพราะในปัจจุบันมีผู้บริโภคหันมาใช้เครื่องของแอปเปิ้ลมากขึ้น ด้วยระบบการทำงานที่เสถียรกว่า อายุการทำงานที่ยาวกว่า และราคาก็ลดต่ำลง สามารถตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางได้มากขึ้น จากการเจรจาทำให้ทางสถาบันทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ซื้อคอมพิวเตอร์จากบริษัท แอปเปิ้ล ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการใช้งาน ซึ่งทางบริษัทสามารถให้คำแนะนำได้เพียงบางส่วน และผู้บริโภคต้องไปเรียนรู้เพิ่มเติมเอง ทางสถาบันจึงมีนโยบายดังกล่าว โดยร่วมมือทางธุรกิจ ในการเป็นช่องทางในการให้ความรู้การใช้งานโปรแกรมต่างๆ โดยทางสถาบันไม่ต้องเสียค่าลิขสิทธิ์ในการสอน แต่ทางสถาบันต้องเป็นสมือนช่องทางหนึ่งในการโปรโมทสินค้าให้กับบริษัท เช่นเดียวกับที่ทางแอปเปิ้ลได้ประชาสัมพันธ์หลักสูตรและสถาบัน ซึ่งจะได้ผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย และตอนนี้ทางบริษัทเองก็ได้ทำการตลาดเพิ่มมากขึ้น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้เป็นแบรนด์ระดับสูง และทางสถาบันก็ได้ลูกค้าเพิ่มในการเรียนหลักสูตรการใช้โปรแกรมต่างๆ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่รองรับสำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้ากับทางบริษัทแอปเปิ้ลโดยเฉพาะ และสามารถเชิญผู้เชี่ยวชาญของบริษัทมาเป็นอาจารย์ผู้สอน โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอีกด้วย และจากการร่วมมือทางธุรกิจ ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นในช่วงแรก และทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดจน อีกทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายในการร่วมทำกิจกรรมกับทางสถาบัน และผู้ร่วมธุรกิจ ถือว่าเป็นการมอบสิทธิพิเศษให้กับกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรียน และสนใจในสินค้าของผู้ร่วมธุรกิจ โดยการได้รับส่วนลดพิเศษ ที่เกิดจากการร่วมมือกับพันธมิตร (Win Win Strategy)

จากการร่วมมือทางธุรกิจดังกล่าว สถาบันได้กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับโอกาส และอุปสรรค ซึ่งผู้วิจัยสามารถแยกเป็นกลยุทธ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในสถาบันตามความเหมาะสมของสถานการณ์ได้ ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ร่วมกัน โดยทางสถาบันมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ให้กับแบรนด์ของผู้ร่วมธุรกิจ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และขณะเดียวกันผู้ร่วมธุรกิจก็สามารถประชาสัมพันธ์หลักสูตร และสถาบันผ่านการสื่อสารทางการตลาดของบริษัทผู้ร่วมธุรกิจได้

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้านผู้นำทางเทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์ด้วยเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย เกิดจากการร่วมมือกับผู้ร่วมทางธุรกิจ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการเรียนของสถาบันได้ และยังไม่มีสถาบันใดใช้กลยุทธ์นี้มาก่อน

3. กลยุทธ์การจัดสรรพื้นที่ในการทดลองงานจริง และเปิดโอกาส ประสบการณ์ ให้กับผู้เรียนได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงจากการทำงาน ซึ่งทางผู้ร่วมธุรกิจมีสถานที่เพียงพอในการรองรับกลุ่มผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

4. กลยุทธ์การเพิ่มช่องทางด้านหลักสูตร และกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มลูกค้าของผู้ร่วมธุรกิจ

5. กลยุทธ์การดึงบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การใช้โปรแกรมต่างๆ การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ จากผู้ร่วมธุรกิจได้

6. กลยุทธ์การร่วมกันวางแผนหลักสูตร เพื่อให้มีความชัดเจน และได้ผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสถาบัน ผู้ร่วมธุรกิจ และกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยแนวทางการบริหารจัดการสถาบัน กลยุทธ์ และการร่วมมือทางธุรกิจดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ โดยมีแนวความคิดแเรื่องการบริหารมาเป็นกรอบการปฏิบัติ ซึ่งจะกล่าวต่อไป

5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

วิสัยทัศน์ (Vision)

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจประเภทโรงเรียนสอนภาพยนตร์ครบวงจร และเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีทางการผลิตภาพยนตร์ที่ดีที่สุดในประเทศไทย

พันธกิจ (Mission)

1. เป็นองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุน สำหรับผู้ที่สนใจในศิลปะภาพยนตร์ทุกแขนง รวมทั้งให้ข้อมูล และเผยแพร่ศิลปะภาพยนตร์

2. เป็นองค์กรที่สอนและพัฒนาบุคลากร ก้าวสู่สายอาชีพภาพยนตร์อย่างแท้จริง

3. เป็นองค์กรที่สอนโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยทางการผลิตมาใช้ในการเรียน และการปฏิบัติจริงในกองถ่ายภาพยนตร์ ซึ่งมาจากการเจรจาร่วมมือทางธุรกิจกับพันธมิตร

4. เป็นองค์กรที่เปิดสอนคอร์สเรียนพิเศษ ด้านการใช้โปรแกรม การตัดต่อ และการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย

เป้าหมาย (Goals)

1. เป็นสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ที่สามารถดำเนินธุรกิจถึงจุดคุ้มทุนเร็วที่สุดภายใน 3 - 5 ปี

2. เป็นผู้นำในการผลิตบุคลากรด้านภาพยนตร์ ที่มีคุณภาพ ให้มีความรู้ด้านปฏิบัติ ได้ทำงานจริงกับบริษัทผลิตภาพยนตร์ ซึ่งที่อื่นยังไม่มีรูปแบบการเรียนในลักษณะนี้ และทำให้มีความเข้าใจในศิลปะของภาพยนตร์ ส่งผลต่อระดับองค์กรด้านภาพยนตร์ทั้งในส่วนของผู้บริโภคภาพยนตร์และผู้ผลิตภาพยนตร์ มุ่งหวังให้ผู้เรียนสนใจศิลปะภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องเพื่องานอดิเรกในการผลิตภาพยนตร์อิสระหรือประกอบอาชีพ โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์

3. เป็นสถาบันที่เป็นที่รู้จักในด้านแหล่งรวมความรู้ด้านภาพยนตร์แบบครบวงจรที่ดีที่สุด มีห้องสมุดเกี่ยวกับภาพยนตร์ เพื่อให้ความรู้ด้านข้อมูล วีดิทัศน์สำหรับประชาชนทั่วไป และให้ความรู้เฉพาะที่ลึกซึ้งด้านศิลปะภาพยนตร์แก่นักเรียน นักศึกษาจากทุกสถาบัน

4. เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจประเภทสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์และเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีทางการผลิตภาพยนตร์ที่ดีที่สุด มีภาพลักษณ์ที่ดีของสังคมในฐานะองค์กรที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์และสนับสนุนงานด้านศิลปะภาพยนตร์แขนงต่างๆ อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เป็นองค์กรที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของสถาบัน โดยใช้กำไรที่เกิดขึ้นจากผลประกอบการ สามารถทำให้ผู้ร่วมลงทุนมีความพอใจร่วมกันได้ และเปิดคอร์สพิเศษเฉพาะด้านสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของผู้ร่วมทางธุรกิจ

5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

5.2.1 รายละเอียดการบริการ

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นสถาบันสอนที่เน้นความเป็นมืออาชีพด้านภาพยนตร์เฉพาะด้าน ตามความสนใจของผู้เรียน และผู้เรียนจะได้เรียนรู้ทุกกระบวนการที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ เพื่อให้ผู้เรียนได้ทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และเข้าใจอย่างลึกซึ้งในความถนัดที่ตนเองสนใจ เพื่อพัฒนาตนเองและก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมืออาชีพ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเจรจาร่วมมือทางธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยและผู้ร่วมธุรกิจ มีความคิดเห็นตรงกันในการจัดคอร์ส เรียนเชิงประชาสัมพันธ์สถาบันให้เป็นที่แพร่หลาย โดยการดึงผู้เชียวชาญเฉพาะด้าน มาสอนในแต่ละหลักสูตร พร้อมทั้งเปิดสอนหลักสูตรพิเศษ ด้านการใช้โปรแกรมการตัดต่อ และการถ่ายทำระบบดิจิตอล ซึ่งกำลังได้รับความนิยม และเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในปัจจุบัน และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสนใจเรียน และเกิดการบอกต่อ จึงมีการจัดกิจกรรมพิเศษ

เพื่อส่งเสริมการเรียนใน แต่ละหลักสูตร พร้อมทั้งสร้างความตื่นตัวทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้านการถ่ายทำภาพยนตร์ระบบดิจิตอล ซึ่งหลักสูตรนั้น ได้คัดสรรค์มาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เป็นคอร์สที่มีการฝึกฝน และเรียนรู้ด้านการใช้เทคนิค อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย สามารถทำให้สถาบันถึงจุดคุ้มทุนภายใน 3 - 5 ปีได้ จากการเปิดสอนคอร์สพิเศษเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเปิดสอนหลักสูตรอื่นที่มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์ค่อนข้างสูง คิดเป็นร้อยละ 95 ซึ่งทางสถาบันจะเปิดสอน 5 หลักสูตร และหลักสูตรพิเศษในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ และเปิดสอนตามหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ จากการสรุปแบบสอบถามตามลำดับความสนใจ ดังนี้

1. หลักสูตรการเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting)
2. หลักสูตรการกำกับภาพยนตร์ (Film Director)
3. หลักสูตรการถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)
4. หลักสูตรการผลิตภาพยนตร์ (Film Production)
5. หลักสูตรการแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film)

หลักสูตรพิเศษ ได้แก่

1. หลักสูตรการใช้โปรแกรม และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น
2. หลักสูตรการตัดต่อภาพยนตร์
3. หลักสูตรทักษะการใช้เครื่องมือ ในการถ่ายทำระบบดิจิตอล

นอกจากนั้นกลุ่มเป้าหมายยังสนใจในหลักสูตรอื่นๆ เพิ่มเติม และต้องการให้ทางสถาบันเปิดสอนภายหลัง อาทิ หลักสูตรการกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Direction) หลักสูตรการตัดต่อ(Film Editing) หลักสูตรการอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film) หลักสูตรด้านดนตรีประกอบภาพยนตร์ หลักสูตรการทำเอนิเมชั่น (Animation) และหลักสูตรดิจิตอล อาฟเตอร์เอฟเฟ็ก (After Effect) เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยมองถึงความเหมาะสมของหลักสูตร และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในการเปิดหลักสูตรนี้ในช่วงหลังจากการวิจัยตลาดกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม และการปลี่ยนแปลงของตลาดภาพยนตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ผู้วิจัยเห็นโอกาสและแนวทางในการเปิดสอนหลักสูตรอื่นๆ เป็นหลักสูตรเสริมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับสถาบันในช่วงแรกของการเปิดกิจการได้ ทางสถาบันจึงเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายทั่วไป

ที่สนใจในศิลปะภาพยนตร์ และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งในส่วนของการนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ การพัฒนาบุคลิกภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับตัวเอง และมาเรียนในหลักสูตรระยะยาวได้ในครั้งต่อไป หากเห็นว่ามีความเหมาะสมและต้องการทำงานด้านภาพยนตร์จริง ผู้วิจัยสามารถแบ่งหลักสูตรระยะสั้นได้ ดังนี้

1. การแสดงสำหรับเด็ก (Acting for kid)
2. การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ (Acting for personal development)
3. การวิจารณ์ภาพยนตร์
4. การเขียนบทภาพยนตร์เบื้องต้น (Screenwriting)
5. การถ่ายภาพเบื้องต้น (Professional Photo Shooting)
6. นักพากย์
7. จัด Workshop การผลิตหนังสั้นหรือด้านอื่นๆ ตามกระแสนิยม อาทิ การเดินแบบ การร้องเพลง เป็นต้น

ดังนั้น จากการเปิดสอนหลักสูตรต่างๆ ในช่วงแรกของการเปิดกิจการ ผู้วิจัยเปิดหลักสูตรที่ตอบสนองต่อขนาดของตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม หลักสูตรใดมีความต้องการมาก ก็จะรองรับกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก และหลักสูตรใดมีความต้องการน้อยก็จะรองรับกลุ่มเป้าหมายในจำนวนน้อย ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในแต่ละช่วง

นอกจากการบริการทางด้านหลักสูตรภาพยนตร์แล้ว ทางสถาบันยังสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์สั้น สื่อมัลติมีเดียต่างๆ บริการเช่าห้องตัดต่อ อุปกรณ์กล้องในการถ่ายทำภาพยนตร์สั้น สถาบันเป็นเหมือนกลุ่มของคนทำภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระโดยมีจุดประสงค์เพื่อการสนับสนุนและเผยแพร่ผลงานของคนทำภาพยนตร์ขนาดเล็ก รวมไปถึงการจัด workshop และกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ให้แก่ผู้ที่สนใจทั่วไป เพื่อภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระจะได้รับการยอมรับ เป็นศิลปะและสื่อที่สร้างสรรค์ ให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยจะมุ่งมั่นทำกิจกรรมต่างๆ และส่งเสริมการจัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปสายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของสถาบันได้ดังนี้

1. เปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวกับศาสตร์และศิลป์ของภาพยนตร์
2. สนับสนุนการผลิตภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระอย่างสม่ำเสมอ
3. ส่งภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระไปประกวดต่างประเทศ

4. จัดประกวดและให้รางวัลภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระเป็นประจำทุกปี

5. ให้บริการเช่าอุปกรณ์สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระ และบริการเช่าห้องตัดต่อ

6. บริการผลิตสื่อมัลติมีเดีย

7. ร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ที่มีเจตนารมณ์เดียวกันในการผลักดันภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระให้เป็นศิลปวัฒนธรรมของชาติ

8. จัดอบรมเกี่ยวกับการทำภาพยนตร์สั้นเพื่อการพัฒนาเยาวชนและสังคม

9. สร้างชุมชนคนทำภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระให้เข้มแข็ง ผ่านการจัดอบรมเสวนา และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ต่างๆ

5.2.2 สินค้าและบริการในอนาคต

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสนใจ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสถาบันแล้ว ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสรุปสินค้าและบริการในอนาคต ออกเป็นแผนในแต่ละปี ได้ดังนี้

1. แผนระยะเริ่มกิจการ (ภายในระยะเวลา 0-1 ปี)

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ มีหลักสูตรด้านภาพยนตร์ที่หลากหลาย ตามอุปสงค์ของผู้เรียน ดังนั้นเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ในกระบวนการต่างๆ ของการผลิตภาพยนตร์ ทางสถาบันสอนจึงร่วมมือกับองค์กรที่สนใจ และเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาและสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย สู่ความเป็นสากล ทั้งองค์กรของภาครัฐและ เอกชน ช่วงเริ่มเปิดกิจการ ทางสถาบันได้ร่วมมือกับ บริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ซึ่งมีลักษณะเป็นผู้ร่วมทุน และเป็นองค์กรที่เล็งเห็นถึงการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ร่วมมือกับบริษัมมูฟวี่ เมจิก จำกัด และบริษัทแอปเปิ้ล จำกัด ทั้งในส่วนของการให้ความรู้ของบุคลากร ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของสถาบัน การสนับสนุนด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ ผู้สอน การสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กับสถาบัน และนอกจากนั้น ทางสถาบันได้ร่วมมือกับสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม ในการทำกิจกรรมพิเศษ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถาบัน ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวได้ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์เป็นประเด็นสำคัญ

นอกจากนั้นทางสถาบันยังมีการผลิตภาพยนตร์สั้น สื่อมัลติมีเดียต่างๆ การใช้เช่าห้องตัดต่อและส่งเสริมการจัดเทศกาลภาพยนตร์ด้วย

2. แผนระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 2-3 ปี)

ทางสถาบันติดต่อกับสถาบันต่างประเทศ อาทิ ซิดนีย์ ฟิล์ม สคูล, ลอนดอน ฟิล์ม สคูล ซึ่งสถาบันดังกล่าวมีลักษณะรูปแบบการสอนใกล้เคียงกับสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพื่อร่วมในการแลกเปลี่ยนด้านการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านการทำงานกับทีมงานต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ในการทำงานด้านภาพยนตร์ระดับมืออาชีพ

ในส่วนของการร่วมมือกับพันธมิตร ยังคงมีการสื่อสารทางการตลาดร่วมกัน เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรียนมากขึ้น และยังเป็นช่องทางในการเพิ่มหลักสูตรอื่นๆ ให้กับสถาบันได้ บริษัท แอปเปิ้ล ซึ่งเป็นบริษัทผู้นำด้านประสิทธิภาพในการใช้ซอฟแวร์ระบบใหม่ ที่กำลังทำการตลาดอยู่ในปัจจุบัน สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในระดับสูง และสามารถสร้างจุดยืนให้กับสถาบันได้ในระยะยาว ดังนั้น การร่วมมือทางธุรกิจในช่วงนี้ ยังคงมีความสำคัญต่อสถาบันที่จะร่วมกันพัฒนาหลักสูตรให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ต่อไป

3. แผนระยะกลาง (ภายในระยะเวลา 5-8 ปี)

จากการเรียนด้านภาพยนตร์ในระยะเริ่มต้น ทางสถาบันรับเฉพาะอายุ 18 - 35 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก สำหรับหลักสูตรระยะยาว และกลุ่มเยาวชน สำหรับหลักสูตรระยะสั้น ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการขยายฐานไปยังกลุ่มเป้าหมายในระดับที่กว้างขึ้น และมีการลงทุนกิจการเพิ่มเติม ในส่วนของห้องเรียน อุปกรณ์เครื่องมือ และเปิดหลักสูตรเพิ่มเติม เพื่อรองรับกับความต้องการ พร้อมทั้งเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ที่สนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์ และยังคงร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการสร้างหลักสูตรใหม่ร่วมกันตามการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม

4. แผนระยะยาว (ภายในระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป)

เป็นการเพิ่มช่องทางด้านธุรกิจให้กับสถาบัน โดยการเริ่มเปิดค่ายผลิตภาพยนตร์ทั้งภาพยนตร์ตลาด และภาพยนตร์อิสระ รวมทั้งการผลิตสื่อต่างๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับการผลิตภาพยนตร์ พร้อมทั้งป้อนบุคลากรที่เป็นผลผลิตของสถาบัน สู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของตนเอง

5.2.3 สถานที่ตั้ง

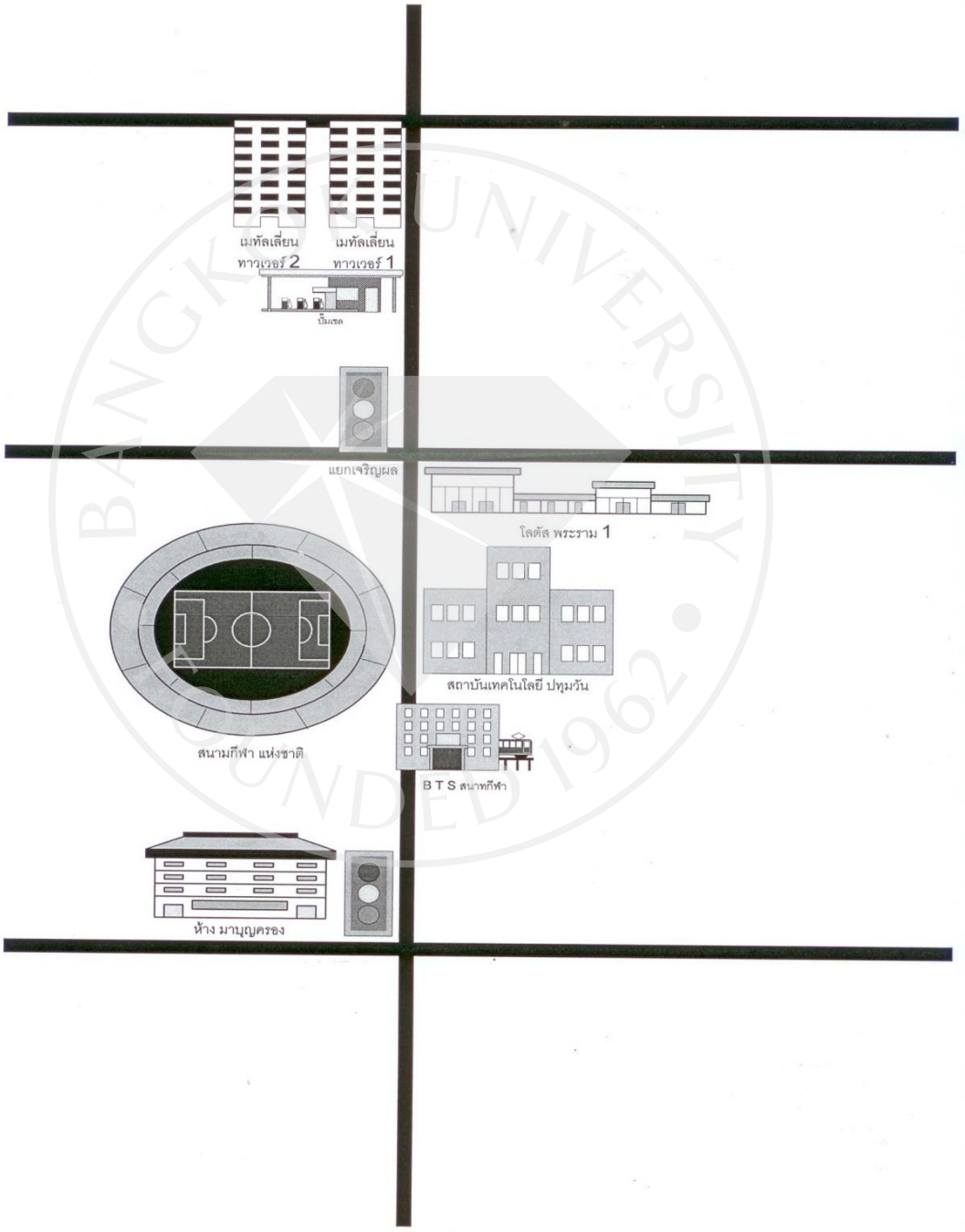
จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ประเด็นด้านสถานที่ตั้งไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญมากนักต่อการเรียนด้านภาพยนตร์ แต่เหตุผลสำคัญเป็นเพียงการเดินทางที่สะดวก และอยู่ในแหล่งชุมชนที่กลุ่มตัวอย่างสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ เป็นสถานที่จัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพราะการเลือกทำเล

ที่ตั้งที่ดีให้กับสถาบัน เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้เรียนด้านความสะดวกสบายในการมาใช้บริการของสถาบัน ทางผู้วิจัยจึงพิจารณาเลือกอาคารเมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ ย่านพระราม 1 ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS สนามกีฬาแห่งชาติ ด้วยเหตุผล ต่อไปนี้

1. อาคารเมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์อยู่ใกล้ย่านธุรกิจ และแหล่งช๊อปปิ้ง อาทิ สยาม ห้างมาบุญครอง และโลตัสพระราม 1 ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสามารถทำกิจกรรมอื่นได้ก่อนและหลังการใช้บริการกับทางสถาบัน
2. มีที่จอดรถเพียงพอ และมีการดูแลความปลอดภัย 24 ชั่วโมง
3. การเดินทางสะดวก อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS สนามกีฬาแห่งชาติ ซึ่งสามารถรองรับการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน ที่ไม่มีรถส่วนตัวได้
4. มีร้านอาหารใกล้เคียง เหมาะสำหรับความสะดวก สบายต่อกลุ่มเป้าหมายในการรับประทานอาหาร
5. ค่าเช่าพื้นที่ค่อนข้างถูก (ตารางเมตรละ 150 บาท) และมีอำนาจการต่อรองได้ค่อนข้างสูง

ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์สถานที่ตั้งด้านการใช้งานแล้วมีความเหมาะสมต่อการเรียนในลักษณะการทำกิจกรรม และการเรียนด้านภาพยนตร์ ซึ่งสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ได้

ภาพที่ 4 : แผนที่เมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์



ภาพที่ 5 : เมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

5.3 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เพื่อก้าวสู่การประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์ มีการบริหารจัดการองค์กรและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบได้ดังต่อไปนี้

5.3.1 การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

1. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ มาเป็นที่ปรึกษาและเป็นอาจารย์สอนด้านภาพยนตร์ อาทิ คุณปรัชญา ปิ่นแก้ว คุณสรัญญา น้อยไทย คุณธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์ คุณเกียรติกมล เอี่ยมพึ่งพร

2. มีความหลากหลายด้านหลักสูตรด้านภาพยนตร์

3. มีระดับราคาที่เหนือกว่าคู่แข่ง ที่สามารถเน้นความคุ้มค่าของหลักสูตรและการนำไปใช้ได้จริง

4. หลักสูตรที่เปิดสอน ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคที่ได้ทำการวิจัย

5. ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองย่านพระราม 1 ใกล้ทางขึ้นลงรถไฟฟ้าสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ ทำให้เดินทางได้สะดวก

6. จากการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ทำให้มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิตอยู่ตลอดเวลา สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

7. ร่วมมือกับผู้ร่วมธุรกิจ ในการวางหลักสูตรของสถาบัน เพราะบริษัทเหล่านี้ เป็นบริษัทที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สามารถรู้ถึงความต้องการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และสามารถวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน จึงเป็นจุดแข็งของสถาบันในการวางหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการ และเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน สามารถทำให้สถาบันคุ้มทุนได้ภายใน 3 – 5 ปี

8. ร่วมกันสร้างแบรนด์กับผู้ร่วมทางธุรกิจ เพราะบริษัทดังกล่าวมีฐานกลุ่มลูกค้าอยู่แล้ว และมีชื่อเสียงทางด้านการผลิตสื่อที่หลากหลาย สามารถสร้างความน่าเชื่อถือด้านการเรียนภาพยนตร์ได้สูง

จุดอ่อน (Weakness)

1. เป็นสถาบันใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างชื่อเสียง และสร้างแบรนด์ของสถาบันในตอนแรกของการเปิดสอน

2. เนื่องจากสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ มีการเรียนการสอนที่หลากหลาย ดังนั้นการจัดหาผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาพยนตร์ จึงต้องใช้เงินจำนวนมาก ต้องมีการวางแผนที่รัดกุมในการกำหนดกลยุทธ์ และต้องหางบประมาณในระยะยาวต่อไป

3. สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นองค์กรใหม่ที่ยังไม่มีองค์กรใดทำ ทำให้การเปิดสถาบันมีความเสี่ยงสูง

โอกาส (Opportunities)

1. ร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทที่มีอุปกรณ์ เครื่องมือในการผลิต เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และหากลุ่มผู้เรียนให้กับสถาบันได้

2. สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ในปัจจุบันยังมีช่องว่างที่ไม่สามารถสร้างระบบการเรียนการสอนที่สามารถเข้าทดลองปฏิบัติงานจริงในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์ได้อย่างต่อเนื่อง

3. สร้างรายได้เพิ่มให้กับสถาบัน โดยให้ผู้เรียนรับงานด้านผลิต ซึ่งเป็นช่องทางในการหาประสบการณ์และก้าวสู่อาชีพในอนาคต

4. มีความนิยมของกลุ่มเป้าหมายที่หันมาสนใจเรียนด้านวิชาชีพภาพยนตร์มากขึ้นในปัจจุบัน

5. ถ้าหากสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ในระยะต้นประสบความสำเร็จ ทำให้สถาบันมีความน่าเชื่อถือ และถ้าหากทางสถาบันมีการเพิ่มหรือขยายการบริการในด้านหลักสูตร การเรียนการสอน หรือกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น จะทำให้สถาบันได้รับการพิจารณาเป็นอันดับต้นๆ ของกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรียนด้านภาพยนตร์

6. สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันต่างประเทศ ที่มีลักษณะสถาบันใกล้เคียงกัน เพื่อนักเรียนที่สนใจเรียนในระดับสูง สามารถขอคำแนะนำ หรือให้ทางสถาบันดำเนินการจัดส่งนักเรียนไปศึกษาต่อโดยตรงได้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสนำอาจารย์จากต่างประเทศที่มีความรู้ ความชำนาญด้านภาพยนตร์โดยตรง มาสอนที่สถาบันในโอกาสต่อไปได้

7. เป็นธุรกิจที่ยังไม่มีใครทำ ซึ่งทางสถาบันเป็นธุรกิจแรกที่ก้าวสู่ตลาดในการสอนด้านภาพยนตร์อย่างครบวงจร

อุปสรรค (Threats)

1. ทางสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ มีการจ้างอาจารย์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน บางท่านอาจจะมีอุปสรรค บางท่านอาจจะไม่สะดวกในช่วงเวลาที่กำหนด จึงอาจจะทำให้ทางสถาบันไม่สามารถดึงผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่หายากได้

2. เกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจมากขึ้นในภาคการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย

3. สภาพทางการเมืองของประเทศไทยในขณะนี้มีการเปลี่ยนแปลงสูง เมื่อรัฐบาลเปลี่ยนไปทำให้เกิดการแก้ไขรัฐธรรมนูญและข้อกฎหมายต่างๆ มาบังคับ ถ้าหากมีรัฐบาลชุดใหม่ที่ไม่สนับสนุนด้านภาพยนตร์ อาจจะเป็นอุปสรรคในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ได้ เช่น ปัจจุบันนี้มีการสนับสนุนด้าน Creative Economy แต่ต่อไปอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล

4. หากจะเอาชนะคู่แข่งได้ ต้องเน้นทางด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ค่อนข้างสูง

5.3.2 การเลือกกลยุทธ์และการกำหนดภารกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ ผู้ประกอบการจาก 3 สถาบัน และจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายแล้ว ผู้วิจัยสามารถพิจารณาได้ถึงการเติบโตของสถาบัน และหลักสูตรของสถาบัน สามารถเลือกกลยุทธ์ที่ตรงกับความต้องการจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

1. กลยุทธ์ในระยะเริ่มกิจการ (ภายในระยะเวลา 0 - 1 ปี)

เป้าหมาย คือ การลงทุนในระยะเริ่มต้นที่เกี่ยวข้องกับการสอนด้านภาพยนตร์ต้องมีความหลากหลาย ตามความต้องการและความถนัดของผู้เรียน สามารถค้นหาความถนัดให้กับผู้เรียน และพัฒนาความสามารถของผู้เรียน รวมถึงการค้นหาบุคลากรที่มีประสบการณ์ มีความสามารถด้านภาพยนตร์มาเป็นผู้สอน และที่ปรึกษาหลักสูตรของสถาบันได้

กลยุทธ์การเจริญเติบโต คือ สร้างบริการที่โดดเด่น มีมาตรฐาน โดยการร่วมมือกับพันธมิตรค้นหาศักยภาพ ความถนัดของผู้เรียนอย่างแท้จริง

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สร้างหลักสูตรที่แตกต่างจากคู่แข่งขันอย่างชัดเจน เพื่อให้เป็นไปตามทิศทางของการพัฒนาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเริ่มกิจการนั้น ผู้วิจัยได้ไปเจรจาทางธุรกิจกับบริษัทที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสถาบันและคาดว่ามีส่วนร่วมในการวางหลักสูตรและดึงกลุ่มเป้าหมายมาเรียนกับสถาบันได้ในช่วงแรก จึงทำให้มองเห็นโอกาสร่วมกันในการเปิดสอนคอร์สเรียนพิเศษ ซึ่งเป็นคอร์สที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักมากขึ้น นั่นก็คือหลักสูตรด้านการใช้โปรแกรม การตัดต่อ และการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยทางการผลิตมาใช้ในการเรียน และทำให้ผู้เรียนมีประสบการณ์การทำงานจากกองถ่ายภาพยนตร์มากขึ้น และจากการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านหลักสูตร สถาบันสามารถปรับหลักสูตรให้มีความหลากหลาย และแตกต่าง ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีสถาบันที่สอนทางด้านนี้มากนัก สร้างรูปแบบการเรียนการสอนแบบใหม่ผนวกการปฏิบัติเข้ากับเนื้อหาที่เรียนได้

2. กลยุทธ์ระยะสั้น (ภายในระยะเวลา 2 - 3 ปี)

เป้าหมาย คือ ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น เกิดการรับรู้ถึงรูปแบบบริการที่หลากหลายและแตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างความพึงพอใจจากการบริการแก่กลุ่มเป้าหมายและมีผลการดำเนินงานตรงตามวัตถุประสงค์ของสถาบัน

กลยุทธ์การเจริญเติบโต คือ ยังไม่มีการลงทุนเพิ่มในระยะเวลานี้ เพื่อควบคุมการใช้จ่ายและกระแสเงินสด แต่เน้นการสร้างแบรนด์และการขยายฐานการตลาดเพื่อแนะนำให้กลุ่มเป้าหมายเป็นที่รับรู้ และเกิดการทดลองเรียนและมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ แนะนำสินค้าและบริการแก่กลุ่มเป้าหมาย สร้างกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ร่วมกับพันธมิตร เพื่อเปิดโอกาสทางความคิดให้กับผู้เรียน อาทิ จัดกิจกรมการเสวนาด้านภาพยนตร์ การจัดเวิร์คชอร์ปด้านการถ่ายทำระบบดิจิตอล เพื่อขยายฐานตลาดในระยะแรก โดยไม่มีการสร้างหลักสูตรใหม่

3. กลยุทธ์ระยะกลาง (ภายในระยะเวลา 5 - 8 ปี)

เป้าหมาย คือ เป็นผู้นำตลาดทางการเรียนด้านภาพยนตร์ที่หลากหลาย เน้นการค้นหาความถนัดที่แท้จริง พร้อมทั้งผลิตบุคลากรสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระยะยาว นอกจากนั้นมุ่งขยายตลาดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สนใจด้านภาพยนตร์

กลยุทธ์การเจริญเติบโต คือ มีการลงทุนเพิ่มในส่วนการผลิตบุคคลากรที่มีคุณภาพ ห้องเรียน อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีหลักสูตรด้านภาพยนตร์ที่หลากหลายมากขึ้น ตามความต้องการของผู้เรียน ตามการพัฒนาของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของตลาดด้านภาพยนตร์ โดยเน้นหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เน้นอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ มีผลงานด้านภาพยนตร์ที่โดดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงต่อสถาบัน

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ ให้มากขึ้น ให้สอดคล้องกับหลักสูตรการเรียน และพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตร

4. กลยุทธ์ระยะยาว (ภายในระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป)

เป้าหมาย คือ คงความเป็นผู้นำตลาดทางการเรียนด้านภาพยนตร์ และขยายตลาดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ รวมถึงการผลิตบุคคลากรสู่อาชีพด้านภาพยนตร์อย่างครบวงจร รวมถึงการผลิตภาพยนตร์ของสถาบัน การร่วมมือกับองค์กรอื่นในการผลิตภาพยนตร์ และการร่วมมือกับรัฐบาลและหน่วยงานอื่นๆ ในการส่งเสริมารจัดกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การเจริญเติบโต คือ ร่วมมือกับหน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนที่สนับสนุนด้านภาพยนตร์ เพื่อขยายไปในส่วนของภาคการให้บริการทางด้านเว็บไซต์ รายการทีวี รายการวิทยุ และเทคโนโลยีอื่นๆ เพื่อรองรับกับการขยายธุรกิจสู่การผลิตสื่อทางด้านภาพยนตร์ และธุรกิจบันเทิงรูปแบบอื่นๆ พร้อมทั้งป้อนบุคลากรให้กับพันธมิตร ตามข้อตกลงร่วมกัน

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ยังคงลักษณะของหลักสูตรเดิม และเพิ่มเติมหลักสูตรใหม่ ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลงของตลาดภาพยนตร์ มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์หรือแบรนด์สินค้าให้มีความน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์แล้ว สามารถแสดงให้เห็นข้อได้เปรียบในการจัดตั้งสถาบัน ได้ดังนี้

1. สามารถรู้ต้นทุนในการทำการตลาด เนื่องจากสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีปริมาณเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จึงมุ่งเป้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายกว่าการทำตลาดแบบกว้าง (Mass Market)

2. สามารถสร้างแบรนด์ได้ง่าย เนื่องจากรูปแบบของธุรกิจมีเอกลักษณ์ชัดเจน จึงทำให้ลูกค้าสามารถแยกแยะความแตกต่างจากคู่แข่งได้ง่าย

3. มีฐานลูกค้าที่ชัดเจน จากการเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งธุรกิจสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ เป็นตลาดที่มีการบริการไม่มากนักในปัจจุบัน

4. จากการร่วมมือกับพันธมิตร ที่มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทำให้รู้ความต้องการของอุตสาหกรรมและผู้เรียนได้ชัดเจน

5. จากการนำเทคโนโลยีด้านการผลิต และการถ่ายทำระบบดิจิตอลมาใช้ในหลักสูตร ทำให้สถาบันสามารถสร้างความแตกต่าง และแข่งขันกับสถาบันคู่แข่งได้ พร้อมทั้งเป็นสถาบันแรกที่ก้าวสู่การถ่ายทำระบบใหม่ และตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลากรที่ทางสถาบันกำลังผลิต มาพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ความเสี่ยง

1. ขีดความสามารถในการแข่งขันที่จำกัด เนื่องจากการเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ทำให้ปริมาณฐานลูกค้าขององค์กรมีน้อย ซึ่งอาจส่งผลให้คู่แข่งใช้อำนาจในการกีดกันทางการค้า ดังนั้นสถาบันจึงควรเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันจากการใช้กลยุทธ์การร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว

2. มีความเสี่ยงในการยอมรับจากตลาด สถาบันจึงควรทำการวิจัยตลาดเพื่อศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคขอกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อคัดสรรรูปแบบหลักสูตรและการบริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3. การควบคุมผลการดำเนินงาน และการขยายตัวในอนาคต เนื่องจากหลักสูตรและการบริการที่สถาบันนำเสนอเป็นหลักสูตรและการบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งมีความเสี่ยงในการดำเนินงานสูง โดยมีการจัดเตรียมแผนสำรองจากการประเมินสถานการณ์ล่วงหน้า

จากการกำหนดกลยุทธ์การสร้างความเป็นไปได้ในการแข่งขันเบื้องต้น สถาบันต้องกำหนด กลยุทธ์ให้สอดคล้องกับโอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งผู้วิจัยสามารถแยกเป็น กลยุทธ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในสถาบันตามความเหมาะสมของสถานการณ์ได้ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากการพัฒนารูปแบบธุรกิจ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อผลักดันให้สถาบันเป็นที่สนใจ และรู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำมาใช้ในระยะเริ่มแรกของการเปิดกิจการ

2. กลยุทธ์การเลือกสถานที่ตั้งของสถาบัน ที่อำนวยความสะดวกแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการขยายฐานตลาดตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย

3. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาด กลยุทธ์นี้เป็นการร่วมทุนกับบริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น ซึ่งเป็นบริษัทที่มีความพร้อมทางด้านบุคลากรในการผลิตภาพยนตร์ ร่วมมือกับบริษัทมูฟวี่ เมจิก จำกัด ในการนำ อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในสถาบัน และร่วมมือกับ บริษัทแอปเปิ้ล จำกัด ในการเพิ่มจำนวนผู้เรียนในหลักสูตรการใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตในช่วงแรกของการเปิดกิจการ และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทพันธมิตรในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกันจากข้อตกลงการร่วมมือทางธุรกิจดังกล่าว ต่อมามีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ คือ กระทรวงวัฒนธรรม ในการร่วมกันส่งเสริมกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์ ในการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมยได้มาร่วมทำกิจกรรม รู้จักสถาบันมากขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายด้วย

4. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ โดยการตกแต่งและการสร้างสรรค์บรรยากาศในสถาบันให้มีรูปแบบที่โดดเด่น ทันสมัย แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่น ซึ่งจะเน้นใช้กลยุทธนี้ในช่วงแรก ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และมีการสร้างแบรนด์เป็นระยะเมื่อมีกิจกรรมของสถาบัน เพื่อเป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์สถาบันด้วย

5. กลยุทธ์การวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการเก็บข้อมูลทั้งทางตรงจากผู้เรียน และทางอ้อมจากการสังเกต เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทางสถาบันมีการใช้กลยุทธ์นี้ทุกๆ 3 - 4 ปี เมื่อมีการเปิดหลักสูตรใหม่และขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและโอกาส

6. กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรบุคคล ด้านการบริการให้สอดคล้องตามแต่ละช่วงเวลา เพื่อลดต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน ทั้งในส่วนของกระบวนการผลิต และการสรรหาผู้สอนด้านภาพยนตร์ ซึ่งต้องนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง

7. กลยุทธ์สร้างความผูกพันระหว่างพนักงานบริการกับผู้ใช้บริการ โดยเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการให้บริการที่เป็นกันเอง (Customer Relation Management) ซึ่งทางสถาบันจะใช้กลยุทธ์นี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าไว้

8. กลยุทธ์การสร้างส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาให้เกิดความผูกพันระหว่างสถาบัน หลักสูตรและผู้เรียนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาทิ การจัดเทศกาลภาพยนตร์ การได้ฝึกปฏิบัติจริงในกองถ่ายภาพยนตร์ เป็นต้น

5.4 การจัดองค์กร

ทางสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นสถาบันที่มุ่งสอนทางด้านภาพยนตร์ เพื่อพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีหลักสูตรการเรียนที่หลากหลาย ตอบสนองทุกความต้องการของผู้เรียน ดังนั้นเพื่อสร้างความสะดวกในการบริหารองค์กร จึงแบ่งโครงสร้างองค์กรออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายวิชาการ และฝ่ายธุรการ ซึ่งมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

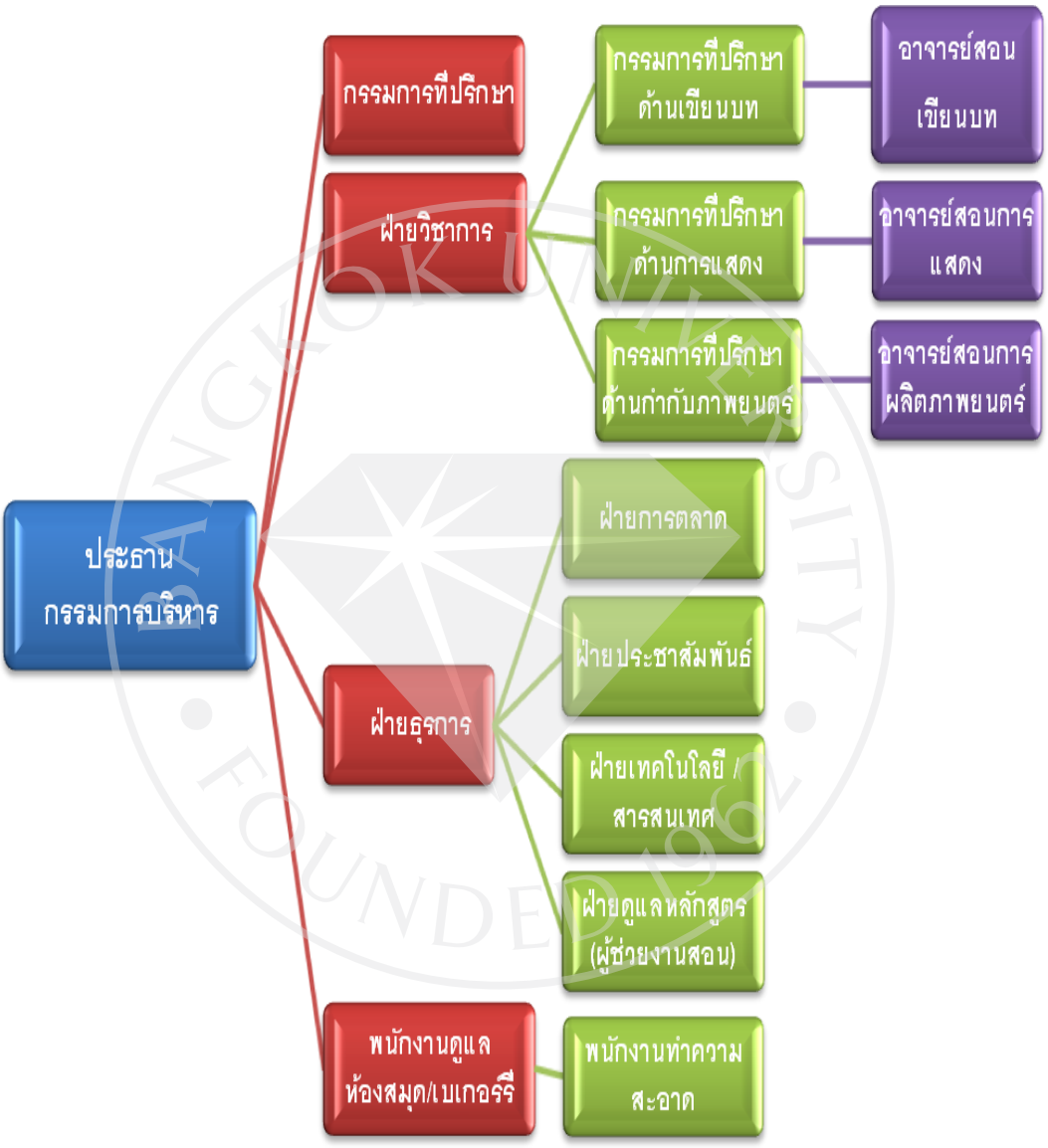
ฝ่ายวิชาการ ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา พัฒนาหลักสูตร สอน และสนับสนุนการปฏิบัติการต่างๆ ให้บรรลุล่วงตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย กรรมการที่ปรึกษาด้านเขียนบท กรรมการที่ปรึกษาด้านการแสดง กรรมการที่ปรึกษาด้านกำกับภาพยนตร์

ฝ่ายธุรการ ทำหน้าที่วางแผน ดำเนินงาน และควบคุมให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย ฝ่ายตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายเทคโนโลยี / สารสนเทศ และฝ่ายดูแลหลักสูตร(ผู้ช่วยงานสอน)

นอกจากนั้นยังมีกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งทำหน้าที่ช่วยประธานกรรมการบริหาร และมีฝ่ายดูแลห้องสมุด / เบเกอร์รี่ และพนักงานทำความสะอาด

5.4.1 โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 6 : โครงสร้างองค์กร



จากโครงสร้างองค์กรที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น คือ ฝ่ายวิชาการ และฝ่ายธุรการ ซึ่งมีนโยบายการเลือกพนักงาน ตามตำแหน่งและรายละเอียด สามารถกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

ประธานกรรมการบริหาร จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. บริหารและจัดการดูแลองค์กร วางกลยุทธ์ องค์กรให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้

2. ควบคุม ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนงานทั้ง แผนระยะสั้นและแผนระยะยาว

3. จัดหา ดูแล และพิจารณาคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน และควบคุมบุคคลากรในองค์กร

4. เจรจาต่อรองเพื่อหาพันธมิตรทางธุรกิจให้กับองค์กร

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป ด้านบริหารธุรกิจ

2. มีประสบการณ์ด้านการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ 5 ปี

3. มีความรู้ ทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษดี

4. มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

5. มีภาวะความเป็นผู้นำ เป็นกันเอง โอบอ้อมอารี น่านับถือ

รายได้ : 50,000 บาท / เดือน

กรรมการที่ปรึกษา จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ช่วยเหลือ ดูแลการบริหารและจัดการดูแลองค์กรให้กับประธานกรรมการบริหาร

2. ประสานงาน รับนโยบายจากประธานกรรมการบริหาร ดูแลการดำเนินงานของฝ่ายวิชาการ และฝ่ายธุรการ

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรี ด้านบริหารธุรกิจ

2. มีประสบการณ์ด้านการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ 5 ปี

3. ซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ

4. มีความรู้ ทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ

รายได้ : 40,000 บาท / เดือน

ฝ่ายวิชาการ แบ่งออกเป็น กรรมการที่ปรึกษาด้านเขียนบท ด้านการแสดง ด้านกำกับภาพยนตร์ จำนวน ด้านละ1 คน

สถานภาพ : พนักงานอิสระ (Out Source)

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ประสานงานและปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ที่ประธานกรรมการบริหารวางไว้

2. ดูแลภาพรวมหลักสูตร ในแต่ละด้าน

3. ติดต่อหาทีมงาน อาจารย์ผู้สอน แต่ละด้านให้สำเร็จตามแผนงาน ที่วางไว้

4. ร่วมจัดกิจกรรมของแต่ละหลักสูตร เพื่อวางแผนและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สถาบัน

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

2. มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ ในแต่ละด้านตามที่ทางสถาบันต้องการ เป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านภาพยนตร์ เป็นอาจารย์สอนด้านภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัย และหรือจบการศึกษาด้านภาพยนตร์โดยตรงจากต่างประเทศ

รายได้ : 20,000 บาท / เดือน

อาจารย์สอนแต่ละด้าน จำนวนด้านละ 1 คน

สถานภาพ : พนักงานอิสระ (Out Source)

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ประสานงานและปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ที่กรรมการที่ปรึกษาด้านต่างๆ มอบหมายไว้

2. รับผิดชอบด้านการสอนในแต่ละแขนงวิชาต่าง ๆ เช่น การเขียนบทภาพยนตร์ การแสดง การวิจารณ์ภาพยนตร์ การกำกับภาพยนตร์ เป็นต้น และผู้สอนจะต้องปรับใช้

หลักสูตรให้เหมาะสมกับยุคสมัยและผู้เรียน

3. มีส่วนร่วมในการวางแผน และนโยบายหลักของโรงเรียน ที่เกี่ยวกับด้านการเรียนการสอน การประเมิน กลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนที่แท้จริง หลังจากเปิดทำการสอนไปแล้ว

4. จัดกิจกรรมให้กับผู้เรียน เพื่อเผยแพร่ผลงานของผู้เรียนให้เป็นที่ประจักษ์และเพื่อเป็นการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์

2. มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ ในแต่ละด้านตามที่ทางสถาบันต้องการ เป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านภาพยนตร์ เป็นอาจารย์สอนด้านภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัยและหรือจบการศึกษาด้านภาพยนตร์โดยตรงจากต่างประเทศ

รายได้ : 5,000 บาท /ครั้ง

ฝ่ายธุรการ แบ่งออกเป็น

ฝ่ายการตลาด

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ประสานงาน รับนโยบายจากประธานกรรมการบริหาร และดำเนินการตามที่กำหนดไว้

2. จัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับฝ่ายวิชาการ เพื่อวางแผนและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน

3. ติดต่อเลือกสรรทีมงาน บุคลากร อาจารย์ผู้สอนร่วมกับกรรมการที่ปรึกษาแต่ละด้าน

4. ติดตามสถานการณ์ ตลาดของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อนำมาพัฒนา หลักสูตรให้ทันยุค ทันสมัยกับเหตุการณ์ปัจจุบัน ทั้งยังปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในการ

ประชาสัมพันธ์สถาบันให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
5. วางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์กร

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านบริหารธุรกิจและการตลาด
2. ประสบการณ์ทำงาน 2-4 ปี
3. มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ
4. มีความรู้ ทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษดี
5. รักการค้นคว้า มีความคิดสร้างสรรค์

รายได้ : 25,000 บาท / เดือน

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. จัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับฝ่ายวิชาการ เพื่อวางแผนและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน
2. วางแผนการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมทางด้านการตลาดและองค์กรให้เป็นที่รู้จักแก่คนภายนอก
3. สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และสื่อมวลชนเพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านนิเทศศาสตร์ สาขาการประชาสัมพันธ์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. ประสบการณ์ทำงานด้านงานประชาสัมพันธ์ 2 - 4 ปี
3. มีความรู้ความเข้าใจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
4. มีความรู้ ทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษดี
5. รักการค้นคว้า มีความคิดสร้างสรรค์

รายได้ : 20,000 บาท / เดือน

ฝ่ายเทคโนโลยี /สารสนเทศ จำนวน 2 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. พัฒนาและดูแลระบบงานคอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ของสถาบัน

2. จัดทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของสถาบัน

3. ดูแลด้านการให้ความสะดวกและคำแนะนำด้านการเรียนเกี่ยวกับการตัดต่อ และระบบคอมพิวเตอร์ ให้กับผู้เรียน

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านนิเทศศาสตร์ หรือด้านนิเทศศิลป์ และการออกแบบ

2. ประสบการณ์ทำงาน 2-4 ปี

3. สามารถเข้ากับผู้อื่นได้ดี

4. มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจ

5. มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย ใฝ่หาความรู้

6. มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี สามารถใช้โปรแกรมการออกแบบกราฟฟิค และเว็บไซต์ได้

รายได้ : 20,000 บาท / เดือน

ฝ่ายดูแลหลักสูตร(ผู้ช่วยงานสอน) จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ดูแลด้านเอกสารสำหรับการสอน และดูแล พัฒนาหลักสูตร

2. รับผิดชอบการสนับสนุนการสอน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

3. เตรียมอุปกรณ์ในการเรียนและแผนการสอนล่วงหน้า

4. ติดต่อประสานงานระหว่างผู้สอนและที่ปรึกษาในแต่ละด้าน

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านครุศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง

2. มีประสบการณ์ 1 – 3 ปี
3. มีความรู้ความเข้าใจในการถ่ายทอด สร้างความเข้าใจโดยง่าย
4. มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี
5. รักการอ่าน แสวงหาสิ่งใหม่ๆ รอบตัวอยู่เสมอ มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย มีความน่าเชื่อถือ

รายได้ : 15,000 บาท / เดือน

พนักงานดูแลห้องสมุด / เบเกอร์รี่ จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ดูแลความเรียบร้อย และให้บริการ คำแนะนำในห้องสมุดและเบเกอร์รี่

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษา ป.ว.ส. หรือปริญญาตรี
2.ประสบการณ์ทำงาน 0 - 2 ปี
3. เป็นคนมีระเบียบวินัย บุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี เข้าใจงานบริการ

รายได้ : 10,000 บาท / เดือน

พนักงานทำความสะอาด จำนวน 1 คน

สถานภาพ : พนักงานประจำ

หน้าที่รับผิดชอบ : 1. ดูแลความเรียบร้อย และรักษาความสะอาดสถานที่

คุณสมบัติ : 1. จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ป.ว.ช.
2. ประสบการณ์ทำงาน 0 - 2 ปี
3. เป็นคนมีระเบียบวินัย กระฉับกระเฉง อดทน
4. อัธยาศัยดี เป็นกันเอง

รายได้ : 8,500 บาท / เดือน

5.4.2 พฤติกรรมองค์กร

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นสถาบันสอนด้านภาพยนตร์หลายแขนง รวมทั้งการจัดเทศกาลภาพยนตร์ และการผลิตภาพยนตร์สั้น สอนโดยอาจารย์ที่มีความรู้ และประสบการณ์ทางด้านการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ สถาบันการสอนจะเป็นเหมือนโรงผลิตหนังจริง นักเรียนจะทำงานเป็นทีม และทำงานคนเดียว เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงออก และแสดงความคิดเห็น สถาบันจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ให้นักเรียนมีความรู้สึกเหมือนได้ทำงานผลิตอยู่ในโลกของภาพยนตร์ เป็นเหมือนองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านภาพยนตร์ พฤติกรรมองค์กรที่ดี จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการบริหารจัดการองค์กร สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์จะใช้การบริหารจัดการตามกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การเป็นผู้นำ และการควบคุมปัจจัยต่างๆ ของสถาบันเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร

ผู้บริหารของสถาบันเป็นบุคคลที่สำคัญในการควบคุมพฤติกรรมองค์กร ให้เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ ทำให้ทุกฝ่ายเกิดความเข้าใจ มีความพึงพอใจในการทำงาน มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรเป็นการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมจากพนักงานและมีความเป็นอิสระในการทำงาน โดยพนักงานในระดับสูงจะต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์ของสถาบัน การปลูกฝังค่านิยมร่วม และปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง โดยการประพฤติปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อเป็นรูปแบบให้พนักงานปฏิบัติตาม จึงจะทำให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานที่พึงประสงค์ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ทำให้พนักงานในองค์กรได้เข้าใจในระดับเดียวกัน ในเรื่องค่านิยมร่วม กำหนดพฤติกรรมและการสร้างให้เข้าใจร่วมกันระหว่างคนในองค์กรกับองค์กรที่จะต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์และวัฒนธรรมขององค์กร ส่งผลให้เกิดเกิดพฤติกรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ทางด้านภาพยนตร์ที่แท้จริง

5.5 แผนการตลาด

5.5.1 การวางแผนทางการตลาด

ในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลสำคัญ จากการทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง สัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ ผู้บริหารบริษัทที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกับสถาบัน และการเจรจากับผู้ร่วมธุรกิจ มาเป็นข้อมูลในการวางแผนทางการตลาด และนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแนวคิดต่างๆ โดยสามารถกำหนดแผน กลยุทธ์ด้านการตลาดด้วยแนวคิดส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายวัตถุประสงค์ของสถาบันและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เน้นสร้าง

ความใหม่ในด้านหลักสูตรที่ทันสมัย เหมาะกับความต้องการของผู้เรียน และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน อีกทั้งมีบุคลากรที่มีความสามารถ ประสบการณ์ทางด้านภาพยนตร์ที่หลากหลายทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยทุกประเด็นจะพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.5.1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) นำหลักสูตรด้านภาพยนตร์ที่เป็นที่รู้จัก และสามารถนำความรู้ที่ได้จากหลักสูตรไปปฏิบัติได้จริงในการทำงานด้านภาพยนตร์ มีการสอนที่ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี นำบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านภาพยนตร์มาเป็นผู้สอน รวมทั้งนำวิทยากรด้านภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาสอนในบางวิชา เพื่อความแปลกใหม่ในหลักสูตร และเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการเรียนรู้ทางด้านภาพยนตร์ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้เรียน และนำไปใช้ประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์ได้จริง อีกทั้งยังมีการสร้างหลักสูตรใหม่และเพิ่มวิชาที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้วย

นอกจากนั้นทางสถาบันยังได้ร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัทที่เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัย และร่วมมือกับบริษัทจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ระบบโปรแกรมใหม่ๆ ในการทำงาน โดยการร่วมมือในการเปิดสอนหลักสูตรพิเศษด้านการใช้โปรแกรม การตัดต่อ และการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มหลักสูตร และผลิตภัณฑ์ของสถาบันให้มีความหลากหลายมากขึ้น ตอบรับกับกระแสนิยมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่สนใจทางด้านภาพยนตร์

ในด้านของสถานที่ในการจัดตั้งสถาบัน จะจัดให้พิเศษเพื่อเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกกับผู้เรียน อาทิ การจัดห้องสมุดสำหรับค้นคว้าข้อมูลทางด้านภาพยนตร์ เป็นมุมค้นคว้า ในบรรยากาศผ่อนคลาย เพื่อการเรียนรู้นอกชั้นเรียน มีภาพยนตร์ให้ชมหลากหลายประเภท มีที่ปรึกษาเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์ เพื่อได้รับคำแนะนำ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตและพัฒนาผลงานของตัวเอง และมีการเสวนา ที่จัดขึ้นตามความเหมาะสมและความสนใจของผู้เรียน

ส่วนกลยุทธ์ด้านหลักสูตรนั้น ทางสถาบันจะร่วมมือกับผู้ร่วมธุรกิจในการจัดคอร์ส เรียนเชิงประชาสัมพันธ์สถาบันให้เป็นที่แพร่หลาย โดยการดึงผู้เชียวชาญเฉพาะด้าน มาสอนในแต่ละหลักสูตร พร้อมทั้งเปิดสอนหลักสูตรพิเศษดังกล่าว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสนใจเรียน และเกิดการบอกต่อ จัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อส่งเสริมการเรียนในแต่ละหลักสูตร พร้อมทั้งสร้างความ

ตื่นตัวทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้านการถ่ายทำภาพยนตร์ระบบดิจิตอล เป็นการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจเรียน และสร้างความคุ้มค่าด้านหลักสูตร นอกจากนั้นยังมีหลักสูตรต่างๆ ที่คัดสรรค์มาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย แบ่งเป็น

1. การกำกับภาพยนตร์ (Film Director)
2. การเขียนบทภาพยนตร์(Screenwriting)
3. การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film)
4. การผลิตภาพยนตร์ (Film Production)
5. การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Direction)
6. การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)
7. การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film)
8. การตัดต่อ (Film Editing)
9. หลักสูตรการใช้โปรแกรม และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น
10. หลักสูตรทักษะการใช้เครื่องมือ ในการถ่ายทำระบบดิจิตอล
11. อื่นๆ อาทิ หลักสูตรด้านดนตรีประกอบภาพยนตร์ หลักสูตรการทำเอนิเมชั่น หลักสูตรดิจิตอล อาฟเตอร์ เอฟเฟ็ก

หลักสูตรระยะสั้น แบ่งเป็น

1. การแสดงสำหรับเด็ก (Acting for kid)
2. การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ (Acting for personal development)
3. การวิจารณ์ภาพยนตร์
4. การเขียนบทภาพยนตร์เบื้องต้น (Screenwriting)
5. การถ่ายภาพเบื้องต้น (Professional Photo Shooting)
6. นักพากย์
7. จัด Workshop การผลิตหนังสั้นหรือด้านอื่น ตามกระแสนิยม

5.5.1.2 ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ระดับประเทศ ที่เน้นการพัฒนาบุคลากรสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ด้านการผลิตที่ทันสมัย เอื้อต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์ เพื่อการส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่ระดับสากล โดยการร่วมมือกับทางภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งการใช้หลักสูตร บุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์

รูปแบบการบริการ และการอำนวยความสะดวกของสถาบันที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5.5.1.3 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) ทางสถาบันใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาระดับกลางถึงสูง ซึ่งมาจากการทำวิจัยตลาดกลุ่มเป้าหมายแล้วว่าสามารถจ่ายได้ มีการจัดโปรโมชั่นเป็นแพคเกจ และส่วนลดในการเรียนเพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกคุ้มค่าและได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเรียน และยังร่วมมือกับผู้ร่วมธุรกิจ ในการจัดคอร์สพิเศษสำหรับลูกค้าของผู้ร่วมธุรกิจสามารถมาร่วมทำกิจกรรมกับทางสถาบันและเรียนกับทางสถาบันได้ในราคาพิเศษ

ตารางที่ 15 : ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรระยะสั้นของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

หลักสูตรระยะสั้น	จำนวนครั้ง / สัปดาห์	ระยะเวลาครั้ง / เทอม	ราคา / หลักสูตร	หมายเหตุ
Acting for kid (เด็กเล็ก อายุ 5-10 ขวบ)				
Acting 1(3 เดือน) 24 ช.ม.	1	12	5,000	
Acting 2(3 เดือน) 24 ช.ม.	1	12	5,000	
Acting for kid (เด็กโต 11-18 ปี)				
Acting 1 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	6,500	
Acting 2 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	6,500	
Acting 3 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	7,500	
Acting สำหรับผู้ใหญ่ (19-30 ปี)				
Acting 1 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	6,500	
Acting 2 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	6,500	
Acting 3 (3 เดือน) 36 ช.ม.	1	12	7,500	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 15 (ต่อ) : ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรระยะสั้นของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

Acting เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับผู้สูงวัย (อายุ) 31-60 ปี)				
(3 เดือน) 24 ช.ม.	1	12	6,500	
การวิจารณ์ภาพยนตร์				
(6 สัปดาห์) 18 ช.ม.	1	6	5,500	
การเขียนบทภาพยนตร์เบื้องต้น				
(2 เดือน) 24 ช.ม.	1	8	6,000	
การถ่ายภาพเบื้องต้น (Professional Photo Shooting)				
(6 สัปดาห์) 18 ช.ม.	1	6	5,500	
นักพากย์				
(6 สัปดาห์) 24 ช.ม. (Basic)	1	6	6,000	
(6 สัปดาห์) 24 ช.ม. Advance	1	6	6,000	
ค่าลงทะเบียนแรกเข้า 500 บาท ลงทะเบียนเรียนหลักสูตรต่อไปลด 5%				
** หมายเหตุ หลักสูตรอาจมีการเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเวลา				

ตารางที่ 16 : ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรระยะยาวของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

หลักสูตรระยะยาว	จำนวนครั้ง / สัปดาห์	ระยะเวลาครั้ง / เทอม	ราคา / เทอม	หมายเหตุ
General + การผลิตภาพยนตร์ (Film Production)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	35,000	
General + การออกแบบเสียงในงานภาพยนตร์ (Sound Design)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	27,000	
General +การเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	27,000	
General+ การตัดต่อภาพยนตร์ (Movie Editing)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	27,000	
General + การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Director)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	27,000	
General +การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	27,000	
General + การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	35,00	
General + การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for film)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	24,000	

ตารางที่ 17 : ตารางแสดงอัตราค่าเรียนต่อเดือนของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

หลักสูตรระยะยาว	จำนวนครั้ง / สัปดาห์	ระยะเวลาครั้ง / เทอม	ราคา / เดือน	หมายเหตุ
General + การผลิตภาพยนตร์ (Film Production)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	8,750	เทอมละ 35,000
General + การออกแบบเสียงในงานภาพยนตร์ (Sound Design)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,750	เทอมละ27,000
General +การเขียนบทภาพยนตร์ (Screenwriting)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,750	เทอมละ27,000
General+ การตัดต่อภาพยนตร์ (Movie Editing)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,750	เทอมละ27,000
General + การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Director)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,750	เทอมละ27,000
General +การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,750	เทอมละ27,000
General + การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	8,750	เทอมละ35,00
General + การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for film)				
เทอมละ 4 เดือน (3 เทอม)	1	16	6,000	เทอมละ24,000

ตารางที่ 18 : ตารางแสดงอัตราค่าเรียนหลักสูตรพิเศษของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”

หลักสูตรพิเศษ	จำนวนครั้ง / สัปดาห์	ระยะเวลาครั้ง / เทอม	ราคา / เดือน	หมายเหตุ
การใช้โปรแกรมและการตัดต่อ				
(6 สัปดาห์) 18 ช.ม.	1	6	5,500	
เทคนิคการใช้กล้องดิจิตอลกับเทคโนโลยีสมัยใหม่				
(6 สัปดาห์) 18 ช.ม.	1	6	5,500	

5.5.1.4 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place Strategy) ทางสถาบันเล็งเห็นถึงความสำคัญของช่องทางการจำหน่าย ในการทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในสถาบันโดยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

1. สร้างสถาบันให้มีลักษณะ โดดเด่น เดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้เรียน และมีบรรยากาศดี เหมาะแก่การเรียนรู้และทำกิจกรรม

2. จัดทำเว็บไซต์ รายละเอียดของสถาบัน หลักสูตรที่เปิดสอน และกิจกรรมที่ทางสถาบันจัดขึ้น รวมทั้งการรับสมัครทางเว็บไซต์ด้วย

3. สร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับองค์กรของรัฐและเอกชน ในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อที่จะทราบแนวโน้มของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต

4. ประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อต่างๆ ที่คาดว่าจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงจัดกิจกรรม (Event) ตามห้างสรรพสินค้า โรงเรียน นำบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านภาพยนตร์มามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมต่างๆ

5. ร่วมมือกับพันธมิตร ที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีในการผลิตภาพยนตร์ระบบดิจิตอลรายแรกๆ ของประเทศไทย และเป็นบริษัทผลิตภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายของสถาบัน และเป็นช่องทางของสถาบันต่อการสร้างแบรนด์ให้กับสถาบันในช่วงแรกของกิจการ

6. ประชาสัมพันธ์หลักสูตรผ่านการสื่อสารทางการตลาดร่วมกับผู้ร่วมมือทางธุรกิจ

7. ใช้โปรโมชั่นพิเศษเป็นส่วนลดค่าคอร์สเรียน ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ

8. ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมหลักสูตร เพื่อสร้างความสนใจและความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย

5.5.1.5 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้วยสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ เป็นสถาบันใหม่ และมีสถาบันสอนที่มีลักษณะใกล้เคียงไม่มากนัก ดังนั้นเพื่อการบรรลุเป้าหมายทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสถาบัน ทางสถาบันจึงใช้หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) มาใช้ในการบริหารการตลาดของสถาบัน เพื่อเน้นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการ โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม หลักสูตร และการส่งเสริมการขาย โดยการมีส่วนลดในแต่ละหลักสูตร และร่วมมือในการส่งเสริมการตลาดกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพราะบริษัทดังกล่าวเป็นที่รู้จักแพร่หลายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

5.5.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์มุ่งเน้นกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factor) ในด้านต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถาบัน กำหนดแผนการตลาดและแผนประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก และสร้างกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปตามที่คาดหมาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างความคุ้นเคยระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับสถาบันในระยะยาวได้ รวมทั้งการเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีก็เป็นส่วนช่วยต่อการตัดสินใจของผู้เรียนในด้านความสะดวกสบายในการมาใช้บริการของสถาบัน ทำให้นำมาสู่การพิจารณาเลือกเมทัลเลี่ยน ทาวเวอร์ ย่านพระราม 1 ซึ่งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า อีกทั้งเป็นย่านธุรกิจ และอยู่ใกล้แหล่งช๊อปปิ้ง โรงเรียนด้วย

นอจากนั้นทางสถาบันยังคำนึงถึงคุณค่าและประโยชน์ที่ผู้เรียนได้รับจากการเรียน โดยมีการวางนโยบายและจัดกิจกรรม เพื่อผลประโยชน์แก่ผู้เรียน และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถาบัน คือ

1. จัด workshop ทางด้านภาพยนตร์เป็นประจำทุกเดือนตามกระแสและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. จัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย

3. สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ทางด้านหลักสูตร โดยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเปิดโอกาศในการเรียนรู้การทำงานของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งป้อนบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์

4. สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีความรู้สึกเหมือนได้ทำงานผลิตอยู่ในโลกของภาพยนตร์จริงๆ

5. ปลุกกระแสการเรียนรู้ทางด้านภาพยนตร์ เพื่อเปิดโอกาสทางความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ที่สนใจด้านภาพยนตร์

6. ร่วมมือทางธุรกิจกับพันธมิตร โดยการเปิดสอนหลักสูตรพิเศษสำหรับลูกค้าของผู้ร่วมธุรกิจโดยเฉพาะ อาทิ หลักสูตรทักษะการใช้โปรแกรม การตัดต่อ รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมด้านการใช้เครื่องมือที่ทันสมัย กับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือคอร์สอื่นๆ ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ และขึ้นอยู่กับการตกลงของผู้ร่วมธุรกิจในการเปิดคอร์สพิเศษนั้นๆ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสของอุตสาหกรรม

5.5.2.1 การดำเนินงานทางการตลาด

การดำเนินงานทางการลาด แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ตามวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

ช่วงที่ 1 Pre-launch เป็นช่วงแนะนำสถาบันก่อนเปิดให้บริการ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจทางด้านภาพยนตร์ทราบว่ามีการเปิดสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์ขึ้น

ช่วงที่ 2 Introduction เป็นช่วงเปิดให้บริการ แนะนำให้รู้จักกับสถาบัน หลักสูตรและการบริการ รวมทั้งเข้ามาเยี่ยมชมสถาบันและทำกิจกรรมร่วมกัน เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและสนใจภาพยนตร์

ช่วงที่ 3 Growth เป็นช่วงที่กลุ่มเป้าหมายรู้จักสถาบันอย่างกว้างขวาง และเข้ามาใช้บริการกับทางสถาบันเป็นจำนวนมาก สร้างความแตกต่างด้านหลักสูตร จัดกิจกรรมส่งเสริมหลักสูตร เน้นทำการตลาดเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายให้เป็นที่สนใจ และรู้จักในวงกว้างมากขึ้น

ช่วงที่ 4 Maturity เป็นช่วงที่คงที่ของสถาบัน ทั้งในส่วนของหลักสูตร จำนวนผู้เรียน และการดำเนินงานของสถาบัน เน้นการย้ำเตือนด้านหลักสูตร ส่วนการตลาดก็ยังคงเน้นที่การรักษาฐานลูกค้าเดิม และการบริการ

ช่วงที่ 5 Decline เป็นช่วงถดถอยของกิจการ จะเน้นการทำการตลาดโดยการแนะนำการบริการ ปรับปรุงหลักสูตรใหม่ที่จะเกิดขึ้น

ในการทำการตลาดของสถาบันนั้น จะพยายามยืดช่วงเวลาของการให้บริการออกไปให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังนั้นในช่วง Decline ของสถาบันจึงไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ แต่จะมีการคิดแผนไว้ล่วงหน้า

5.5.2.2 แผนการตลาด

ช่วง Pre-launch - สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ให้ข้อมูลด้านหลักสูตรและกิจกรรม

ตารางที่ 19 : แผนการตลาดช่วง Pre-launch

ระยะเวลา	ช่วงปีที่ 0-1 เป็นช่วงที่กำลังเตรียมความพร้อมในการเปิดให้บริการ
วัตถุประสงค์	- ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย - ทำให้เกิดความรู้สึกสนใจ และอยากเรียนกับสถาบัน - สร้างแรงกระตุ้นโดยการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนตร์
แผนการตลาด	- ปลุกกระแสให้สถาบันเป็นที่รู้จักโดยการใช้ปากต่อปาก และการประชาสัมพันธ์ - เปิดรับสมัครพนักงานฝ่ายต่างๆ เพื่อกระจายข่าวให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสถาบันโดยการใส่ภาพของสถาบัน และที่ตั้ง และแบ่งอำนาจความรับผิดชอบแก่บุคลากรด้านภาพยนตร์ที่ได้ติดต่อมา
สื่อ	- คน – ปากต่อปาก - สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยการโฆษณา - การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านทางคอลัมน์ หนังสือต่าง ๆ อาทิ นิตยสาร Film Marker นิตยสารฟิ้ว นิตยสารไบโอสโคป และโทรทัศน์ อาทิ รายการบันเทิงรายการเกี่ยวกับภาพยนตร์ เป็นต้น

ตารางที่ 20 : แผนการตลาดช่วง Introduction

ระยะเวลา	ช่วงปีที่ 2-3 เป็นช่วงที่เปิดให้บริการในระยะแรก
วัตถุประสงค์	- สร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจในสถาบัน และหลักสูตต่าง ๆ - ทำให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้ที่สนใจเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน และอยากเรียนกับสถาบัน
แผนการตลาด	- ปลุกกระแสให้สถาบันเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยการใช้ปากต่อปาก และการประชาสัมพันธ์, การจัดรอบสื่อมวลชน โดยการเชิญบุคคลที่มีความรู้ ประสบการณ์และมีชื่อเสียงทางด้านภาพยนตร์ มาเป็นแขกรับเชิญ และร่วมทำกิจกรรมกับทางสถาบัน - หาพันธมิตร โดยการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า เช่น การร่วมมือกับสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม สถาบันการศึกษา บริษัทผลิตภาพยนตร์ - ร่วมจัดกิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนตร์ เพื่อให้เกิดสมาคม การรวมตัวของคนรักภาพยนตร์ - ให้ข้อมูลทางด้านภาพยนตร์สำหรับผู้ที่สนใจ และจัด Road Show ในสถาบันการศึกษาต่างๆ และสถานที่อื่นที่เหมาะสมในการจัดกิจกรรม
สื่อ	- Website - นิตยสารต่าง ๆ - โทรทัศน์ - สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบชัวร์ โปสเตอร์ Billboard - โทรศัพท์ โดยการให้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสถาบัน และหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ

ตารางที่ 21 : แผนการตลาดช่วง Growth

ระยะเวลา	ช่วงปีที่ 5-8
วัตถุประสงค์	- สร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจในสถาบัน และหลักสูตรต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น - สร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ และเข้าใจในหลักสูตรที่จะเรียน - ทำให้กลุ่มเป้าหมาย และผู้ที่สนใจเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน และอยากเรียนกับสถาบัน เพื่อขยายฐานลูกค้าในอนาคต
แผนการตลาด	- เปิดหลักสูตรใหม่ และสร้างความแตกต่างตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย - จัดกิจกรรม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วม และเป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ - บันทึกกิจกรรม บรรยากาศการเรียน การผลิตภาพยนตร์ของผู้เรียน ให้ผู้ที่สนใจรับชมได้ภายในสถาบัน เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ และแจกเป็นรูปแบบ VCD ให้กับผู้ที่สนใจเรียน - จัดกิจกรรมคัดเลือก Film Maker Team เพื่อหาทีมในการผลิตภาพยนตร์ มาเป็น Presenter ให้กับสถาบันและร่วมกันประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบัน - จัดค่ายฤดูร้อน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรียนกับสถาบันได้ร่วมกันทำกิจกรรม Workshop เกี่ยวกับภาพยนตร์ - จัดกิจกรรมนอกสถานที่ เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันให้เป็นที่รู้จักกว้างมากขึ้น
สื่อ	- Website - นิตยสารต่างๆ หนังสือพิมพ์ - โทรทัศน์ - สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบชัวร์ โปสเตอร์ Billboard - สื่อ Out of Home ป้ายโฆษณา

ตารางที่ 22 : แผนการตลาดช่วง Maturity

ระยะเวลา	ช่วงปีที่ 10 เป็นต้นไป
วัตถุประสงค์	- รักษาฐานลูกค้าเดิม - เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ - ทำให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาเรียนในหลักสูตรอื่นๆ อีกครั้ง หรือร่วมทำงานกับสถาบัน หากมีการแตกยอดทางธุรกิจโดยการผลิตสื่อโฆษณา และภาพยนตร์ในอนาคต
แผนการตลาด	- จัด Reality Show ถ่ายทอดการผลิตผลงานภาพยนตร์ร่วมกันของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใหม่เกิดความสนใจในหลักสูตร - ใช้กลยุทธ์ Pricing Strategy โดยการแนะนำคนอื่นมาเรียน ได้รับส่วนลด15% คนที่ได้รับการแนะนำรับส่วนลด 10% - ส่งจดหมาย ข่าวสารของสถาบัน และของขวัญตามเทศกาลต่างๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายเดิม พร้อมกับเชิญชวนร่วมกิจกรรมกับทางสถาบัน - จัดเทศกาลภาพยนตร์ พร้อมกับนิทรรศการเกี่ยวกับหลักสูตรของสถาบัน
สื่อ	- Website ถ่ายทอดการทำกิจกรรมผ่านทาง Internet ระบบ online - นิตยสารต่างๆ หนังสือพิมพ์ - โทรทัศน์ - สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบชัวร์ โปสเตอร์ Billboard VCD Presentation - สื่อ Out of Home ป้ายโฆษณา - โทรศัพท์ โดยการให้ข้อมูลหลักสูตรผ่านทางเจ้าหน้าที่ของสถาบัน

ตารางที่ 23 : แผนการตลาดช่วง Decline

วัตถุประสงค์	- ประชาสัมพันธ์หลักสูตรใหม่ ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ พัฒนาหลักสูตรตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ลดจำนวนผู้เรียนในหลักสูตรที่มีผู้สนใจน้อยลง - เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีผลสืบเนื่องมาจากสถาบันสอน คือผลิตสื่อโฆษณา และผลิตภาพยนตร์
แผนการตลาด	- จัดกิจกรรมเกี่ยวกับภาพยนตร์ อาทิ เสวนาภาพยนตร์ เชิญชวนบุคคลที่มีชื่อเสียงมาร่วมงาน และเชิญศิษย์เก่าที่เคยเรียนกับสถาบันมาพูดคุยเกี่ยวกับโอกาศที่ได้รับจากสถาบัน และการก้าวเข้าสู่อาชีพภาพยนตร์ - สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย และให้ข้อมูลด้านหลักสูตรเพื่อตอกย้ำหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์ธุรกิจใหม่ที่ทำร่วมกับสถาบันสอนได้ คือ ธุรกิจผลิตสื่อโฆษณา ผลิตภาพยนตร์ และ Casting นักแสดง
สื่อ	- Website ถ่ายทอดการทำกิจกรรมผ่านทาง Internet ระบบ online - นิตยสารต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ - โทรทัศน์ - สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบชัวร์ โปสเตอร์ Billboard VCD Presentation - สื่อ Out of Home ป้ายโฆษณา - โทรศัพท์ โดยการให้ข้อมูลหลักสูตรผ่านทางเจ้าหน้าที่ของสถาบัน

5.5.2.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด

1. พิจารณาจากความสนใจด้านภาพยนตร์ของกลุ่มเป้าหมายในขณะนั้น และสร้างกระแสความนิยมใหม่ให้เกิดขึ้นเกี่ยวกับการเรียนด้านภาพยนตร์

- สำรวจลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากแบบสอบถาม และผู้วิจัยได้สังเกตความนิยม และความต้องการในวิชาเรียน ที่เปิดสอนในสถาบันอื่น และไม่ได้เปิดสอนในสถาบันอื่น โดยการสัมภาษณ์สถาบันที่มีชื่อเสียง คือ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy), บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, โรงเรียนมหาจักรการศึกษา ซึ่งได้เปิดสอนหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์ แต่สถาบันดังกล่าวสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ในปริมาณที่จำกัด และบางหลักสูตรทางสถาบันเหล่านี้ก็ไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่ายังคงเหลือกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจและเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของสถาบัน

ดังนั้นในการจัดทำหลักสูตรของสถาบัน จะต้องเพิ่มทางเลือกในด้านความหลากหลายของวิชาเรียนให้กับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมไปถึงการทำกลยุทธ์แบบรุกเข้าให้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยให้โอกาสในการทดลองรียนของทุกวิชาที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ

- สร้างกิจกรรมทางด้านภาพยนตร์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้และสนใจ โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาร่วมทำกิจกรรม ประชาสัมพันธ์สถาบัน เช่น ผู้กำกับภาพยนตร์ นักแสดงที่สนใจด้านการทำภาพยนตร์สั้น นักเขียนบทภาพยนตร์ นวนิยาย คนทำหนังสือภาพยนตร์ และศิลปะวัฒนธรรม

- สร้างพันธมิตรหรือเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์สถาบัน ผ่านทางการส่งเสริมการตลาดของผู้ร่วมธุรกิจ และส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักในรายการเกี่ยวกับภาพยนตร์ เช่น รายการ เอ็มคัท ทางช่อง 9 นิตยสารภาพยนตร์ เช่น Bioscope , Starpic , Fuse Magazine และ Film Maker Magazine เป็นต้น

อีกทั้งเจาะไปตามกลุ่มที่มีการรวมตัวอยู่แล้ว และสามารถดึงมาเป็นกลุ่มนักเรียนให้กับสถาบันได้ เช่น กลุ่มไทยชอร์ทฟิล์ม กลุ่มไทยอินดี้ กลุ่มของมูลนิธิหนังไทย โดยจัดคอร์สให้ในราคาพิเศษ เพื่อสร้างกระแสนิยมและเกิดการบอกต่อ

2. ดำเนินกลยุทธ์โดยการแบ่งแนวทางการสื่อสารกับผู้บริโภค แบ่งเป็น

กลุ่มเป้าหมายหลัก

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของสถาบันที่ได้กำหนดคือ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาของภาครัฐบาล และเอกชน ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรทางด้านการผลิตภาพยนตร์ อายุ 18-24 ปี และกลุ่มประชากร อายุ 25 - 35 ปีที่สนใจในสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ และหรือทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ดังนั้น กลยุทธ์ในการสื่อสารที่เลือกใช้ คือการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรของสถาบัน ในด้านที่มีความน่าเชื่อถือ ดังนี้

1. ใช้การให้ความรู้ด้านภาพยนตร์ โดยแฝงไปในโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร

2. เป็นผู้สนับสนุนช่วงที่เกี่ยวกับความรู้ด้านภาพยนตร์ ของรายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

3. จัดทำแผ่นพับ ใบปลิวโฆษณา หรือจัดทำโปสการ์ดสถาบัน ไปแจกตามมหาวิทยาลัย ที่คาดว่ามีกลุ่มเป้าหมายสนใจ

4. ลงโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตในเว็บไซต์ของสถาบัน เกี่ยวกับรายละเอียดหลักสูตร และการบริการ

กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรองของสถาบัน คือ กลุ่มเป้าหมายวัยเด็ก และวัยกลางคนที่สนใจทางด้านภาพยนตร์ และการแสดง เพราะทางสถาบันมีหลักสูตรที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายรอง โดยมีหลักสูตรการเรียนระยะสั้นที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ได้ และเพื่อสร้างกระแสปากต่อปากไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ได้ ดังนั้นกลยุทธ์ในการสื่อสารที่เลือกใช้ คือ

1. แจกแผ่นพับ พร้อมให้สิทธิในกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) หลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ

2. สร้างบรรยากาศของสถาบัน ห้องเรียน ให้คนภายนอกทราบ และสังเกตได้ง่ายระหว่างมีการเรียน

3. ติดป้ายประชาสัมพันธ์ หลักสูตร ตารางเรียน และราคาพร้อมรายละเอียดกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้ในสถาบัน

5.5.5.4 เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Ads)

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น นิตยสาร โปสการ์ด และแผ่นพับ โดยเนื้อหาในนิตยสารจะเน้นนำเสนอเป็นโฆษณาให้ความรู้แฝงในนิตยสารที่มีเนื้อหาด้านภาพยนตร์ อาทิ นิตยสาร Film Maker ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีชื่อเหมือนกับสถาบัน คือ Film Maker Academy นิตยสาร Star Pic นิตยสารฟิ้ว นิตยสารไบโอสโคป เป็นต้น ส่วนโปสการ์ด และแผ่นพับจะเน้นที่รูปภาพที่น่าสนใจและสร้างให้เกิดความสนใจในสถาบัน และหลักสูตรที่เปิดสอน

สถานที่วางแผ่นพับและโปสการ์ด

1. สถาบันศึกษาที่กลุ่มเป้าหมายศึกษาอยู่
2. ห้างสรรพสินค้า
3. องค์กร หน่วยงาน ที่มีความเกี่ยวข้องด้านภาพยนตร์ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. โทรทัศน์ (Television)

ออกอากาศในฐานะผู้สนับสนุนของรายการโทรทัศน์ ที่มีกลุ่มเป้าหมายสนใจทางด้านภาพยนตร์ เช่น รายการเอ็มคัท รายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน เช่น รายการหลานปู่กู้อีจู้ โดยแลกเปลี่ยนค่าโฆษณาบางส่วนกับบัตรกำนัลเรียนที่สถาบัน หรือส่วนลดค่าเรียนต่างๆ ตามแต่จะตกลงกับทางรายการ และทางสถาบันจะจัดสรรเงินจำนวนหนึ่งในการใช้จ่ายเพื่อโฆษณาส่วนนี้

แนวคิดในการโฆษณา (Advertising Concept)

1. เน้นการให้ความรู้ด้านภาพยนตร์ สร้างกระแสการเรียนรู้ด้านภาพยนตร์แบบครบทุกความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ให้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษที่จะเกิดขึ้น

3. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event)

สถาบันมีการจัดกิจกรรมพิเศษ 2 ประเภท ดังนี้

1. จัดเทศกาลภาพยนตร์ (Film Festival) มีการจัดปีละ 3 ครั้ง เพื่อเป็นการตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย เป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้เรียน สนันสนุนการผลิตภาพยนตร์ของนักเรียนในสถาบัน และเปิดโอกาศให้กับบุคคลภายนอกในการนำเสนอผลงานทางด้านภาพยนตร์

2. จัดกิจกรรม (Event) มีการจัดปีละ 4 ครั้ง เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงกิจกรรมหลักสูตรของสถาบัน และเพื่อสร้างความคุ้นเคยของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการจัดกิจกรรมขึ้นช่วงเทศกาลและเหตุการณ์สำคัญต่างๆ เพื่อเป็นการเกาะกระแสในเทศกาลนั้นๆ อาทิ เทศกาลวันเด็ก วันวาเลนไทน์ วันหนังไทย เป็นต้น

ตัวอย่างรายละเอียดของงานกิจกรรม มีดังนี้

ครั้งที่ 1 เดือนมกราคม (เทศกาลวันเด็ก)

แนวคิด “ Acting for the Star ”

เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อเน้นกลุ่มเป้าหมายเด็ก ในการเรียนรู้ด้านการแสดง ซึ่งเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่ทางสถาบันเปิดสอน เป็นการสอนการแสดงเบื่องต้นสำหรับเด็ก และเน้นการทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์หลักสูตรอื่นสำหรับผู้ปกครอง และกลุ่มเป้าหมายอื่นที่สนใจ มีการเชิญครูสอนการแสดงและผู้กำกับที่มีชื่อเสียง มาร่วมทำกิจกรรมแนะนำหลักสูตรต่างๆ ที่มีการผสมผสานทางด้านภาพยนตร์

ครั้งที่ 2 เดือนมีนาคม (ช่วงก่อนปิดเทอม)

แนวคิด “ Ready for Film Maker ”

เป็นการโชว์การแสดงและโชว์ผลงานด้านภาพยนตร์ของผู้เรียน โดยคณะอาจารย์ผู้กำกับ นักเรียน เป็นการสัมมนา ทำกิจกรรม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทัศนคติร่วมกัน ทางด้านภาพยนตร์ มีการพูดคุยเกี่ยวกับหลักสูตร ความเป็นมาของสถาบัน สร้างเรื่องราวผ่านภาพยนตร์ในการนำเสนอความเป็นสถาบัน สร้างความแปลกใหม่ในการเรียนด้านภาพยนตร์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และเห็นเด่นชัดที่สุดในมุมมองด้านภาพยนตร์ และการก้าวสู่การทำงานด้านภาพยนตร์เมื่อเรียนจบจากทางสถาบัน พร้อมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ โครงการ Film Maker Summer Camp ในเดือนเมษายนให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเกิดการตัดสินใจ

ครั้งที่ 3 ระหว่างเดือนมิถุนายน - สิงหาคม

แนวคิด “ ปูเสื่อ กางจอ ดูหนังกลางลาน ”

เป็นการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เน้นการโชว์ผลงานของนักเรียนในสถาบันอย่างจริงจัง เป็นการดึงหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนเข้ามาร่วมสนับสนุน อาทิ มูลนิธิหนังไทย สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม บริษัทไฟว์สตาร์โปรดักชั่น จำกัด เป็นต้น มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับหนังไทย ฉายภาพยนตร์สั้นฝีมือนักเรียนของสถาบันและบุคคลภายนอก คุยกับ นักวิจารย์ นักเขียน และผู้กำกับหนังไทย เป็นการจัดกิจกรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์ เทศกาลภาพยนตร์ของสถาบันในแต่ละปี และเสนอหลักสูตรของสถาบันที่ได้รับความนิยม และนำเสนอหลักสูตรใหม่ของสถาบันเข้าไปในประเด็นการเสวนาภายในกิจกรรมด้วย

ครั้งที่ 4 ระหว่างเดือนตุลาคม - ธันวาคม

แนวคิด “ ชีวิตบนแผ่นฟิล์ม ”

เป็นการสัมมนาถึงภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน โดยการเชื่อมโยงเนื้อหาให้เข้ากับหลักสูตรที่ทางสถาบันเปิดสอน เน้นความหลากหลายทางด้านหลักสูตร เป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเรียน และผลิตภาพยนตร์ รวมถึงการพูดถึงภาพยนตร์สั้นของไทย ที่ไปเติบโตเมืองนอก มีการพูดคุยกับผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ และโชว์ผลงานภาพยนตร์ทุนน้อยแต่ใจใหญ่ ฝีมือคนไทยที่ไปอวดสายตาในระดับสากลมาแล้วหลายเรื่อง ทางสถาบัน Film Maker Academy จึงเปิดเวทีสานฝันให้กับศิลปินหน้าใหม่ที่สนใจด้านภาพยนตร์ได้ต่อฝันให้ไกล และโชว์ภาพยนตร์ในระดับอินเตอร์กับการเสวนาเรื่อง “ชีวิตบนแผ่นฟิล์ม กับหนังสั้นไทยไปอินเตอร์”

* หมายเหตุ การจัดกิจกรรมพิเศษ อาจมีการลดและเพิ่มการจัดกิจกรรม โดยขึ้นอยู่กับโอกาสและความเหมาะสมในแต่ละปี

ดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์นอกจากมีการกำหนดรูปแบบธุรกิจของสถาบันแล้ว ยังต้องวางแผนในการบริหารด้านการเงินอย่างเป็นระบบและรัดกุม เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องมีเงินหมุนเวียน เพื่อให้สถาบันสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะกล่าวในบทต่อไป

บทที่ 6

งบการเงิน

6.1 ข้อสมมติในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

จากแผนดำเนินการในประเด็นต่างๆ และการกำหนดรูปแบบธุรกิจ ผู้วิจัยได้คาดการณ์สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านงบลงทุน งบประมาณรายรับและรายจ่ายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดและเหตุผลประกอบ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1. คาดการณ์การงบการเงินของสถาบันล่วงหน้า 10 ปี เริ่มจาก เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนธันวาคม 2562 โดยทางสถาบันจะใช้เวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 จากนั้นจะเริ่มเปิดสอนในเดือน เมษายน 2553

2. สถาบันมีการสอน และบริการในแต่ละปี ทั้งหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรระยะยาว โดยมีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนี้

ตารางที่ 24 : ตารางแสดงจำนวนผู้เรียนของสถาบัน

ปีดำเนินการ	จำนวนผู้เรียน	
	หลักสูตรระยะสั้น	หลักสูตรระยะยาว
2553	209	88
2554	319	88
2555	372	156
2556	444	192
2557	616	224
2558	616	235
2559	704	267
2560	704	333
2561	704	397
2562	748	491
รวม	5,436	2,471

3. มีรายได้อื่น ๆ มาจาก

- ค่าลงทะเบียนแรกเข้า
- ค่าขายอาหารและเครื่องดื่ม
- ค่าจัด Event (4 ครั้ง / ปี)
- ค่าจัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง / ปี)
- ค่าจัดงาน Film Maker Summer Camp
- ค่าบริการเช่าอุปกรณ์สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์สั้นและภาพยนตร์อิสระ
- ค่าบริการเช่าห้องตัดต่อ
- ค่าบริการผลิตสื่อมัลติมีเดีย

4. การก่อตั้งสถาบันใช้เงินทุนประมาณ 23 ล้าน โดยเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ 15 ล้านบาท และเงินกู้จากธนาคารภายในประเทศ 8 ล้านบาท

5. กำหนดให้ผู้เรียนร้อยละ 80 ของสถาบันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ส่วนร้อยละ 20 เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง และกลุ่มเป้าหมายอื่น

6. สถาบันนี้เป็นสถาบันที่เน้นด้านการบริการเกี่ยวกับหลักสูตรด้านภาพยนตร์

6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม

ต้นทุนเงินลงทุนรวม เป็นเงินลงทุนถาวร ประกอบด้วย เงินทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

ตารางที่ 25 : การประมาณเงินลงทุนถาวร (ก่อนดำเนินการ)

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่ามัดจำอาคาร 650 ตร.ม.	292,500.00	ค่าเช่าตารางเมตรละ 150 บาท (ก่อนเปิดกิจการ 3 เดือน)
ค่าตบแต่งร้าน	7,800,000.00	ตารางเมตรละ 12,000 บาท
เครื่องใช้สำนักงาน	500,000.00	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 25 (ต่อ) : การประมาณเงินลงทุนถาวร (ก่อนดำเนินการ

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
อุปกรณ์อื่น ๆ - ห้องเรียน - ห้องสมุดภาพยนตร์ และร้านเบเกอร์รี่ - ห้องเรียนการแสดง - ห้องตัดต่อ - ห้องสตูดิโอ รวม	7,228,000.00	
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	1,000,000.00	
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	50,000.00	
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	1,400,000.00	
ค่าวิจัยการตลาด	2,000,000.00	
รวม	20,270,500.00	

ดังนั้นเงินลงทุนรวมทั้งหมดก่อนดำเนินการของสถาบันประมาณ 20,270,500.00 บาท

6.3 การประมาณการต้นทุนการบริการ

ตารางที่ 26 : การประมาณการต้นทุนการบริการ

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าเช่าพื้นที่ 654 ตร.ม.	1,170,000.00 บาท / ปี	ค่าเช่าตารางเมตรละ 150 บาท เท่ากับ 97,500 บาท / เดือน
ค่าจ้างเงินเดือนพนักงาน 12 คน	3,216,000.00	เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี
ค่าสวัสดิการพนักงาน	96,480.00	เพิ่มขึ้น 3% ทุกปี
ค่าอาจารย์พิเศษ	ชั่วโมงละ 1,200 -1,500 บาท	เพิ่มขึ้นตามจำนวนชั้นเรียน
ค่า Guest พิเศษ	ครั้งละ 5,000 บาท	เพิ่มขึ้นตามจำนวนครั้ง
ค่าที่ปรึกษานักเรียน	ครั้งละ 3,000 – 5,000 บาท	เพิ่มขึ้นตามจำนวนครั้ง
ค่าต้นทุนการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	30 บาท / ชิ้น	เพิ่มขึ้น 5% ทุก 2 ปี
ค่าการสื่อสารทางการตลาด	คิดจาก 35 % ของรายรับ / ปี	
ค่าวิจัยตลาดและพัฒนาหลักสูตร	2,000,000 บาท	มีการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรทุกๆ 3-4 ปี
ค่าปรับปรุงสถานที่	1,000,000.00 – 2,000,000 บาท	ปรับปรุงสถานที่ทุก 4 ปี
ค่าเสื่อมเครื่องใช้สำนักงาน	100,000 / ปี	
ค่าเสื่อมตกแต่งภายใน	1,360,000 / ปี	
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	1,245,600 / ปี	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 26 (ต่อ) : การประมาณการต้นทุนการบริการ

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าเสื่อม License โปรแกรมระบบงาน	280,000 / ปี	
ค่าสาธารณูปโภค	360,000.00	
ค่าพัฒนาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์	1,000,000 / ปี	พัฒนาและซ่อมบำรุงทุก ๆ 2 ปี
ค่าซ่อมบำรุงเครื่องใช้สำนักงาน	50,000.00	เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัด Event	750,000 / ปี	เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัดเทศกาลภาพยนตร์	1,000,000 / ปี	เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี
ค่าจ้างในการจัด Film Maker Camp	100,000 / ปี	เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี

6.4 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน

การจัดตั้งสถาบันใช้เงินทุนโดยรวมประมาณ 23 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมาจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งเงินทุนภายใน มาจากเจ้าของสถาบันประมาณ 15 ล้าน ในช่วงแรกของการเปิดกิจการ

2. แหล่งเงินทุนภายนอก ขอกู้จากธนาคารภายในประเทศ 8 ล้านบาท

ซึ่งเงินทุนการดำเนินกิจการที่ได้จากทั้ง 2 แหล่งนี้ จะนำมาใช้ในการเช่าอาคารพานิชย์ ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์การเรียน ห้องเรียน ห้องตัดต่อ ห้องบันทึกเสียง และค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านอื่นๆ

6.4.1 เงื่อนไขการกู้

1. ทางสถาบันจะเริ่มทำสัญญาการกู้ในปีแรก

2. เงินขอกู้จะเบิกมาก่อนทางสถาบันจะเปิดให้บริการ 2 เดือน และอาจจะกู้เพิ่มเติมในปีที่ 5 หรือ ปีที่ 6 เมื่อมีการลงทุนกิจการเพิ่มเติม (ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของตลาด และความสนใจของผู้เรียน)

3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MRR = 8.0 % โดยมีอัตราดอกเบี้ยคงที่

4. การชำระเงินกู้และดอกเบี้ยให้ชำระทุกๆ ปี เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยจะเริ่มชำระดอกเบี้ยเมื่อสิ้นปี 2553 และเงินต้นจะผ่อนชำระปีละ 1 ล้าน 6 แสนบาท เป็นเวลา 5 ปี โดยจะเริ่มชำระในปี 2553 เป็นปีแรก

6.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาหาโอกาสและความเสี่ยงที่อาจจะทำให้ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ โดยสร้างสถานการณ์ที่น่าจะมีความเป็นไปได้ เพื่อประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 กรณี ดังนี้

1. กรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case) คือ กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มลูกค้าเกิดการตอบรับในสินค้าและบริการของทางสถาบันเป็นอย่างดี กระทั่งเกิดเป็นกระแสในสังคม กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจเรียนด้านภาพยนตร์มากขึ้น 10 % - 20 % รวมถึงมีการจัดกิจกรรม และเทศกาลภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น 20%

2. กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) คือ กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศปกติ มีกลุ่มลูกค้าเกิดการตอบรับในสินค้าและบริการของทางสถาบันตามเป้าหมายที่วางไว้

3. กรณีได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) คือ กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศตกต่ำ และกลุ่มเป้าหมายใหม่ไม่เกิดการตอบรับกับบริการ ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการลดน้อยลง รวมจำนวนนักเรียนในสถาบันลดลง 10 % - 20 %

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว สถาบันต้องมีการลงทุนในการเปิดบริการ ด้านการสอนหลักสูตรภาพยนตร์ เป็นการจัดตั้งที่ต้องใช้เงินทุนมากพอสมควร ดังนั้นเพื่อให้ผู้ลงทุนแน่ใจว่าควรจะมีการลงทุนหรือไม่ จึงต้องมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน โดยนำเอาเวลาของความสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยในที่นี้จะเลือกเอาเกณฑ์การตัดสินใจ ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Retern : IRR)

ตารางที่ 27 : สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

	Best Case	Most Likely	Worst Case
Payback Period	3 ปี 2 เดือน	4 ปี 5 เดือน	5 ปี 4 เดือน
NPV	46,604,722.38	20,977,824.94	15,053,464.50
IRR	39.43%	24.77%	20.43%
Discount Rate	7.5 %		

ตารางที่ 28 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely

	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ										
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
รวมเงินลงทุน	**23,000,000.00**										
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)											
รายได้จากคอร์สเรียน											
หลักสูตรระยะสั้น		2,485,000.00	2,901,510.00	3,858,000.00	4,296,000.00	5,586,000.00	5,586,000.00	5,586,000.00	6,384,000.00	6,736,000.00	7,157,000.00
หลักสูตรระยะยาว		9,400,000.00	9,000,000.00	10,800,000.00	13,680,000.00	17,000,000.00	24,260,000.00	28,565,000.00	34,080,000.00	35,430,000.00	37,980,000.00
Film Maker Summer Camp		320,000.00	320,000.00	320,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	520,000.00
ลงทะเบียนแรกเข้า		280,000.00	310,000.00	336,000.00	450,000.00	580,000.00	625,000.00	647,500.00	742,000.00	724,000.00	798,500.00
อาหาร+เครื่องดื่ม		147,000.00	222,000.00	302,400.00	302,400.00	356,400.00	356,400.00	414,000.00	414,000.00	475,200.00	475,200.00
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม											
จัด Event (4 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี		2,400,000.00	2,600,000.00	2,730,000.00	2,866,500.00	3,009,825.00	3,160,316.25	3,318,332.06	3,484,248.67	3,658,461.10	3,841,384.15
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี		2,400,000.00	3,600,000.00	3,780,000.00	3,969,000.00	4,167,450.00	4,375,822.50	4,594,613.63	4,824,344.31	5,065,561.52	5,318,839.60
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าห้องตัดต่อ (เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี)		350,000.00	516,000.00	541,800.00	568,890.00	597,334.50	627,201.23	658,561.29	691,489.35	726,063.82	762,367.01
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี)		490,000.00	756,000.00	793,800.00	833,490.00	875,164.50	918,922.73	964,868.86	1,013,112.30	1,063,767.92	1,116,956.32
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี)		2,000,000.00	2,400,000.00	2,520,000.00	2,646,000.00	2,778,300.00	2,917,215.00	3,063,075.75	3,216,229.54	3,377,041.01	3,545,893.07
ราคาจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน		340,000.00	504,000.00	529,200.00	555,660.00	583,443.00	612,615.15	643,245.91	675,408.20	709,178.61	744,637.54
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5%/ทุกปี)		336,000.00	529,200.00	555,660.00	583,443.00	612,615.15	643,245.91	675,408.20	709,178.61	744,637.54	781,869.42
รวมกระแสเงินสดรับ		**20,948,000.00**	**23,658,710.00**	**27,066,860.00**	**31,151,383.00**	**36,546,532.15**	**44,482,738.76**	**49,610,605.70**	**56,714,010.98**	**59,189,911.53**	**63,042,647.11**
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)											
ค่ามัดจำอาคาร	(292,500.00)										
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	(1,400,000.00)						(700,000.00)				
ตกแต่งภายใน	(7,800,000.00)						(3,600,000.00)				
อุปกรณ์สำนักงาน	(500,000.00)						(200,000.00)				
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	(7,228,000.00)						(3,614,000.00)				
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	(1,000,000.00)						(1,000,000.00)				
ค่าวิจัยการตลาด	(2,000,000.00)						(2,000,000.00)				
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้ง	(50,000.00)										
ต้นทุนการขาย		(88,200.00)	(133,200.00)	(137,196.00)	(141,311.88)	(145,551.24)	(149,917.77)	(154,415.31)	(159,047.77)	(163,819.20)	(168,733.77)
ค่าเช่าอาคาร											
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		(18,845,480.00)	(20,836,419.73)	(23,961,882.69)	(27,556,165.10)	(31,689,589.86)	(36,443,028.34)	(41,909,482.59)	(48,195,904.98)	(55,425,290.72)	(63,739,084.33)
ดอกเบี้ยจ่าย		(640,000.00)	(512,000.00)	(384,000.00)	(256,000.00)	(128,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	(63,691.81)	(479,337.32)	(2,411,913.13)	(2,310,336.93)	(2,555,431.80)	(1,080,240.48)	208,931.17
รวมกระแสเงินสดจ่าย	**(20,270,500.00)**	**(19,573,680.00)**	**(21,481,619.73)**	**(24,483,078.69)**	**(28,017,168.78)**	**(32,442,478.41)**	**(50,118,859.24)**	**(44,374,234.83)**	**(50,910,384.54)**	**(56,669,350.41)**	**(63,698,886.94)**
ค่าใหสุทธิ		**1,374,320.00**	**2,177,090.27**	**2,583,781.31**	**3,134,214.22**	**4,104,053.74**	**(5,636,120.48)**	**5,236,370.87**	**5,803,626.44**	**2,520,561.12**	**(656,239.83)**
บวก ค่าเสื่อมราคา		2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00
10% บวก เงินทุนหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 10%/ทุกปี		2,507,096.00	2,757,805.60	3,033,586.16	3,336,944.78	3,670,639.25	4,037,703.18	4,441,473.50	4,885,620.85	5,374,182.93	5,911,601.22
บวก มูลค่าซากอุปกรณ์อื่นๆ		0.00	0.00	0.00	0.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	900,000.00
บวก มูลค่าซากตกแต่งภายใน		0.00	0.00	0.00	100,000.00	1,000,000.00	0.00	0.00		0.00	50,000.00
หัก ชำระคืนเงินต้น		(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
หัก เงินปันผล		(1,050,000.00)	(1,200,000.00)	(1,350,000.00)	(1,500,000.00)	(1,650,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	**2,729,500.00**	**4,217,016.00**	**5,120,495.87**	**5,652,967.47**	**6,456,758.99**	**9,510,292.99**	**(1,965,617.30)**	**9,310,644.36**	**10,322,047.28**	**7,527,544.06**	**5,838,161.39**
เงินสดปลายงวด	**2,729,500.00**	**6,946,516.00**	**12,067,011.87**	**17,719,979.34**	**24,176,738.33**	**33,687,031.32**	**31,721,414.02**	**41,032,058.38**	**51,354,105.67**	**58,881,649.72**	**64,719,811.11**

ตารางที่ 29 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) แบบแสดงรายได้ตามรายเดือน ปีที่ 1

กระแสเงินสดรับ	2552	2553 เดือน 1	2553 เดือน 2	2553 เดือน 3	2553 เดือน 4	2553 เดือน 5	2553 เดือน 6	2553 เดือน 7	2553 เดือน 8	2553 เดือน 9	2553 เดือน 10	2553 เดือน 11	2553 เดือน 12	รวม
ทุนส่วนตัว	15,000,000.00													
กู้ธนาคาร	8,000,000.00													
รายได้จากคอร์สเรียน														
หลักสูตรระยะสั้น		-	-	-	285,000.00	235,000.00	235,000.00	225,000.00	335,000.00	300,000.00	290,000.00	305,000.00	275,000.00	2,485,000
หลักสูตรระยะยาว		-	-	-	800,000.00	800,000.00	1,400,000.00	1,000,000.00	800,000.00	1,600,000.00	800,000.00	800,000.00	1,400,000.00	9,400,000
Film Maker Summer Camp		-	-	-	160,000.00	-	-	-	-		160,000.00	-	-	320,000
ลงทะเบียนแรกเข้า		-	-	-	30,000.00	25,000.00	30,000.00	25,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	30,000.00	35,000.00	280,000
อาหาร+เครื่องดื่ม		-	-	-	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	15,000.00	12,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	147,000
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม														
จัด Event (4 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		-	600,000.00	-	-	600,000.00	-	-	600,000.00	-	-	600,000.00	-	2,400,000
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง/ปี)เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		-	-	-	-	-	1,200,000.00	-	-	-	-		1,200,000.00	2,400,000
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าห้องตัดต่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		-	-	20,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	350,000
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		-	-	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	490,000
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		-	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	2,000,000
ราคาจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน		-	-	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	340,000
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		-	-	28,000.00	28,000.00	28,000.00	28,000.00	28,000.00	28,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	336,000
รวมกระแสเงินสดรับ	**23,000,000.00**	**-**	**600,000.00**	**518,000.00**	**1,415,000.00**	**2,200,000.00**	**3,005,000.00**	**1,810,000.00**	**1,933,000.00**	**2,519,000.00**	**1,491,000.00**	**2,341,000.00**	**3,116,000.00**	**20,948,000**

ตารางที่ 30 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) แบบแสดงรายจ่ายตามรายเดือน ปีที่ 1

กระแสเงินสดจ่าย	2552	2553 เดือน 1	2553 เดือน 2	2553 เดือน 3	2553 เดือน 4	2553 เดือน 5	2553 เดือน 6	2553 เดือน 7	2553 เดือน 8	2553 เดือน 9	2553 เดือน 10	2553 เดือน 11	2553 เดือน 12	รวม
Capital Expense														
ค่ามัดจำอาคาร	-292,500.00													
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	-1,400,000.00													
ค่าตบแต่งร้าน 12,000 บาท/ ตารางเมตร	-7,800,000.00													
เครื่องใช้สำนักงาน	-500,000.00													
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	-7,228,000.00													
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	-1,000,000.00													
ค่าวิจัยการตลาด	-2,000,000.00													
ค่าใช้จ่ายจัดตั้ง	-50,000.00													
Operation Expense														
ค่าจ้างเงินเดือน 12 คน (เพิ่ม 5% ทุกปี)		268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	268,000.00	3,216,000
ค่าสวัสดิการพนักงาน 3%		8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	8,040.00	96,480
ค่าอาจารย์พิเศษ		-	-	-	302,400.00	259,200.00	216,000.00	216,000.00	172,800.00	216,000.00	259,200.00	259,200.00	259,200.00	2,160,000
ค่า Guest พิเศษ														
หลักสูตรระยะสั้น		-	-	-	15,000.00	10,000.00	5,000.00	5,000.00	20,000.00	5,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	90,000
หลักสูตรระยะยาว		-	-	-	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	-	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	120,000
ค่าที่ปรึกษานักเรียน														
หลักสูตรระยะยาว		-	-	-	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	-	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	115,200
ค่าต้นทุนการผลิตอาหาร+เครื่องดื่ม		-	-	-	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	9,000.00	7,200.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	88,200
ค่าการสื่อสารทางการตลาดเพิ่มขึ้น 12 35%		-	210,000.00	181,300.00	495,250.00	770,000.00	1,051,750.00	633,500.00	676,550.00	881,650.00	521,850.00	819,350.00	1,090,600.00	7,331,800
ค่าเช่าพื้นที่ 650 ตร.ม. (150บาท/ตร.ม.)		97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	1,170,000
ค่าสาธารณูปโภค		30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	360,000
ค่าวิจัยและพัฒนาหลักสูตร เพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี														
ค่าปรับปรุงสถานที่ทุก 4 ปี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ค่าพัฒนาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์การเรียน เพิ่มขึ้นทุก ๆ 2 ปี ๆละ 5%		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ค่าซ่อมบำรุงเครื่องใช้สำนักงานเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	4,166.67	50,000
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัด Event		-	-	-	-	250,000.00	-	-	250,000.00	-	-	250,000.00	-	750,000
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัดเทศกาลภาพยนตร์		-	-	-	-	-	500,000.00	-	-	-	-	-	500,000.00	1,000,000
ค่าจ้างในการจัด Film Maker Camp		-	-	-	50,000.00	-	-	-	-	-	50,000.00	-	-	100,000
ค่าใช้จ่ายจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน		-	-	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	102,000
ค่าโทรศัพท์		4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000
ค่าน้ำค่าไฟ		8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	96,000
ค่าอื่น ๆ ในการดำเนินงาน		170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	170,000.00	2,040,000
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-20,270,500.00	313,666.67	523,666.67	503,966.67	889,516.67	1,364,266.67	1,896,016.67	977,766.67	1,258,216.67	1,228,916.67	926,316.67	1,423,816.67	1,945,066.67	18,933,680
กำไรขั้นต้น (EBITDA)		**-313,666.67**	**76,333.33**	**14,033.33**	**525,483.33**	**835,733.33**	**1,108,983.33**	**832,233.33**	**674,783.33**	**1,290,083.33**	**564,683.33**	**917,183.33**	**1,170,933.33**	**2,014,320**

ตารางที่ 31 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) แบบแสดงรายได้ตามรายเดือน ปีที่ 2

กระแสเงินสดรับ	2552	2554 เดือน 1	2554 เดือน 2	2554 เดือน 3	2554 เดือน 4	2554 เดือน 5	2554 เดือน 6	2554 เดือน 7	2554 เดือน 8	2554 เดือน 9	2554 เดือน 10	2554 เดือน 11	2554 เดือน 12	รวม
ทุนส่วนตัว														
กู้ธนาคาร														
รายได้จากคอร์สเรียน														
หลักสูตรระยะสั้น		165,000.00	285,000.00	235,000.00	165,000.00	230,000.00	280,000.00	245,000.00	220,000.00	235,000.00	236,510.00	280,000.00	325,000.00	2,901,510.00
หลักสูตรระยะยาว			800,000.00	800,000.00	700,000.00	1,000,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	700,000.00	1,000,000.00	800,000.00	9,000,000.00
Film Maker Summer Camp		-	-	-	160,000.00	-	-	-	-	-	160,000.00	-	-	320,000.00
ลงทะเบียนแรกเข้า		15,000.00	30,000.00	25,000.00	20,000.00	25,000.00	30,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	310,000.00
อาหาร+เครื่องดื่ม		7,500.00	24,000.00	24,000.00	12,000.00	12,000.00	24,000.00	7,500.00	15,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00	222,000.00
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม														
จัด Event (4 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		-	650,000.00	-	-	650,000.00	-	-	650,000.00	-	-	650,000.00	-	2,600,000.00
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง/ปี)เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		-	-	1,200,000.00	-	-	-	1,200,000.00	-	-	-	-	1,200,000.00	3,600,000.00
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าห้องตัดต่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	44,000.00	44,000.00	44,000.00	44,000.00	44,000.00	44,000.00	516,000.00
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	756,000.00
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	400,000.00	-	2,400,000.00
ราคาจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	504,000.00
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)		44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	44,100.00	529,200.00
รวมกระแสเงินสดรับ	-	196,900.00	1,699,870.00	2,096,413.50	1,571,034.18	1,832,735.88	1,151,522.68	1,304,398.81	1,643,868.75	1,119,937.19	1,188,619.05	1,924,389.50	2,721,783.98	23,658,710.00

ตารางที่ 32 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) แบบแสดงรายจ่ายตามรายเดือน ปีที่ 2

กระแสเงินสดจ่าย	2552	2554 เดือน 1	2554 เดือน 2	2554 เดือน 3	2554 เดือน 4	2554 เดือน 5	2554 เดือน 6	2554 เดือน 7	2554 เดือน 8	2554 เดือน 9	2554 เดือน 10	2554 เดือน 11	2554 เดือน 12	รวม
Capital Expense														
ค่ามัดจำอาคาร														
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม														
ค่าตบแต่งร้าน 12,000 บาท/ ตารางเมตร														
เครื่องใช้สำนักงาน														
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ														
ค่า License โปรแกรมระบบงาน														
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน														
ค่าวิจัยการตลาด														
Operation Expense														
ค่าจ้างเงินเดือน 12 คน (เพิ่ม 5% ทุกปี)		281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	281,400.00	3,376,800.00
ค่าสวัสดิการพนักงาน 3%		8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	8,442.00	101,304.00
ค่าอาจารย์พิเศษ		43,200.00	302,400.00	259,200.00	216,000.00	259,200.00	302,400.00	86,400.00	259,200.00	259,200.00	302,400.00	302,400.00	302,400.00	2,894,400.00
ค่า Guest พิเศษ														
หลักสูตรระยะสั้น		5,000.00	15,000.00	10,000.00	5,000.00	10,000.00	15,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	15,000.00	15,000.00	130,000.00
หลักสูตรระยะยาว		-	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	-	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	150,000.00
ค่าที่ปรึกษานักเรียน														
หลักสูตรระยะยาว		-	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	-	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	144,000.00
ค่าต้นทุนการผลิตอาหาร+เครื่องดื่ม		4,500.00	14,400.00	14,400.00	7,200.00	7,200.00	14,400.00	4,500.00	9,000.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	133,200.00
ค่าการสื่อสารทางการตลาดเพิ่มขึ้น 35% จากรายรับ #		68,915.00	594,954.50	733,744.73	549,861.96	641,457.56	403,032.94	456,539.58	575,354.06	391,978.02	416,016.67	673,536.33	952,624.39	6,458,015.73
ค่าเช่าพื้นที่ 650 ตร.ม. (150บาท/ตร.ม.)		97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	1,170,000.00
ค่าสาธารณูปโภค		30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	360,000.00
ค่าวิจัยและพัฒนาหลักสูตร เพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าปรับปรุงสถานที่ทุก 4 ปี		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์การเรียน เพิ่มขึ้นทุก ๆ 2 ปี ๆละ 5%		-	-	-	-	-	-	500,000.00	-	-	-	-	500,000.00	1,000,000.00
ค่าซ่อมบำรุงเครื่องใช้สำนักงานเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี		4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	52,500.00
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัด Event		-	250,000.00	-	-	250,000.00	-	-	250,000.00	-	-	250,000.00		1,000,000.00
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัดเทศกาลภาพยนตร์		-	-	500,000.00	-	-	-	500,000.00	-	-	-	-	500,000.00	1,500,000.00
ค่าจ้างในการจัด Film Maker Camp		-	-	-	50,000.00	-	-	-	-	-	50,000.00	-	-	100,000.00
ค่าใช้จ่ายจากหุ้นส่วนในการดัดผองาน		9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	9,450.00	113,400.00
ค่าโทรศัพท์		4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	48,000.00
ค่าน้ำค่าไฟ		8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	96,000.00
ค่าอื่น ๆ ในการดำเนินงาน		178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	178,500.00	2,142,000.00
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-	644,161.67	1,383,018.07	1,632,403.29	1,063,957.77	1,343,561.97	1,067,216.39	1,825,261.52	1,322,697.92	1,015,226.13	1,116,667.95	1,409,960.41	2,255,647.74	20,969,619.73
กำไรขั้นต้น (EBITDA)		- 447,261.67	316,851.93	464,010.21	507,076.41	489,173.91	84,306.29	- 520,862.71	321,170.84	104,711.06	71,951.10	514,429.10	466,136.23	2,689,090.27

ตารางที่ 33 : ตารางแสดงงบกำไขขาดทุน (Income Statement)

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2552	
รายได้	
ขาย	0.00
ต้นทุนขาย	0.00
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**0.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	(1,000,000.00)
ค่าวิจัยการตลาด	(2,000,000.00)
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้ง	(50,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(3,050,000.00)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(3,050,000.00)
ดอกเบี้ยจ่าย	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(3,050,000.00)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(3,050,000.00)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553	
รายได้	
ขาย	20,948,000.00
ต้นทุนขาย	(88,200.00)
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**20,859,800.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าเช่าอาคาร	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(18,845,480.00)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(1,360,000.00)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000.00)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	(1,245,600.00)
ค่าเสื่อมราคาลิขสิทธิ์โปรแกรม	(280,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(21,831,080.00)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(971,280.00)
ดอกเบี้ยจ่าย	(640,000.00)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(1,611,280.00)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(1,611,280.00)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2552	
กำไรสะสมต้นงวด	0.00
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(3,050,000.00)
เงินปันผล	0.00
กำไร(ขาดทุน)สะสมปลายงวด	**(3,050,000.00)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553	
กำไรสะสมต้นงวด	(3,050,000.00)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(1,611,280.00)
เงินปันผล	(1,050,000.00)
กำไรสะสมปลายงวด	**(5,711,280.00)**

ตารางที่ 33 (ต่อ) : ตารางแสดงงบกำไขขาดทุน (Income Statement)

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554	
รายได้	
ขาย	23,658,710.00
ต้นทุนขาย	(133,200.00)
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**23,525,510.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าเช่าอาคาร	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(20,836,419.73)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(1,360,000.00)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000.00)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	(1,245,600.00)
ค่าเสื่อมราคาลิขสิทธิ์โปรแกรม	(280,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(23,822,019.73)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(296,509.73)
ดอกเบี้ยจ่าย	(512,000.00)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(808,509.73)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(808,509.73)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555	
รายได้	
ขาย	27,066,860.00
ต้นทุนขาย	(137,196.00)
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**26,929,664.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าเช่าอาคาร	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(23,961,882.69)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(1,360,000.00)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000.00)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	(1,245,600.00)
ค่าเสื่อมราคาลิขสิทธิ์โปรแกรม	(280,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(26,947,482.69)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(17,818.69)
ดอกเบี้ยจ่าย	(384,000.00)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(401,818.69)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(401,818.69)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554	
กำไรสะสมต้นงวด	(5,711,280.00)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(808,509.73)
เงินปันผล	(1,200,000.00)
กำไร(ขาดทุน)สะสมปลายงวด	**(7,719,789.73)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555	
กำไรสะสมต้นงวด	(7,719,789.73)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(401,818.69)
เงินปันผล	(1,350,000.00)
กำไรสะสมปลายงวด	**(9,471,608.42)**

ตารางที่ 33 (ต่อ) : ตารางแสดงงบกำไขขาดทุน (Income Statement)

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2556	
รายได้	
ขาย	23,658,710.00
ต้นทุนขาย	(133,200.00)
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**23,525,510.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าเช่าอาคาร	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(20,836,419.73)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(1,360,000.00)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000.00)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	(1,245,600.00)
ค่าเสื่อมราคาลิขสิทธิ์โปรแกรม	(280,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(23,822,019.73)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(296,509.73)
ดอกเบี้ยจ่าย	(512,000.00)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(808,509.73)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(808,509.73)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรขาดทุน (Income Statement) สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2557	
รายได้	
ขาย	27,066,860.00
ต้นทุนขาย	(137,196.00)
กำไรขึ้นต้น (Gross profit)	**26,929,664.00**
ค่าใช้จ่าย	
ค่าเช่าอาคาร	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(23,961,882.69)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(1,360,000.00)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000.00)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	(1,245,600.00)
ค่าเสื่อมราคาลิขสิทธิ์โปรแกรม	(280,000.00)
รวมค่าใช้จ่าย	**(26,947,482.69)**
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(17,818.69)
ดอกเบี้ยจ่าย	(384,000.00)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(401,818.69)
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00
กำไรสุทธิ	**(401,818.69)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2554	
กำไรสะสมต้นงวด	(5,711,280.00)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(808,509.73)
เงินปันผล	(1,200,000.00)
กำไร(ขาดทุน)สะสมปลายงวด	**(7,719,789.73)**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2555	
กำไรสะสมต้นงวด	(7,719,789.73)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(401,818.69)
เงินปันผล	(1,350,000.00)
กำไรสะสมปลายงวด	**(9,471,608.42)**

ตารางที่ 34 : ตารางแสดงงบดุล (Balance Sheet)

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบดุล (Balance Sheet) วันที่ 31 ธันวาคม 2552			
สินทรัพย์		**หนี้สินและทุน**	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สิน	
เงินสด	2,729,500.00	เงินกู้ธนาคาร	8,000,000.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		ส่วนของเจ้าของ	
ค่ามัดจำอาคาร	292,500.00	หุ้นทุน	15,000,000.00
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	1,400,000.00	กำไร(ขาดทุน)สะสม	(3,050,000.00)
ตกแต่งภายใน	7,800,000.00		
อุปกรณ์สำนักงาน	500,000.00		
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	7,228,000.00		
รวมสินทรัพย์	**19,950,000.00**	**รวมหนี้สินและทุน**	**19,950,000.00**

บริษัท Film Maker Academy จำกัด งบดุล (Balance Sheet) วันที่ 31 ธันวาคม 2553			
สินทรัพย์		**หนี้สินและทุน**	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สิน	
เงินสด	1,453,820.00	เงินกู้ธนาคาร	6,400,000.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		ส่วนของเจ้าของ	
ค่ามัดจำอาคาร	292,500.00	หุ้นทุน	15,000,000.00
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	1,120,000.00	กำไร(ขาดทุน)สะสม	(5,711,280.00)
ตกแต่งภายใน	6,440,000.00		
อุปกรณ์สำนักงาน	400,000.00		
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	5,982,400.00		
	15,688,720.00	**รวมหนี้สินและทุน**	**15,688,720.00**

บทที่ 7

สรุปประด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงการจัดตั้งสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้การบริหารจัดการ สภาพปัญหาในการทำธุรกิจ และทำให้ผู้วิจัยมองเห็นความเป็นไปได้ของการจัดตั้งสถาบันสอนการผลิตภาพยนตร์แบบครบวงจร อีกทั้งสามารถวางแผนทำแผนธุรกิจ เพื่อใช้ดำเนินงานได้อย่างแท้จริง มีทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากร สามารถสร้างส่วนแบ่งตลาดที่ชัดเจนเพื่อตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย อย่างไรก็ดี การทำการศึกษาเรื่องนี้ ทำให้เกิดการเรียนรู้คือ

1. ผู้วิจัยต้องออกแบบหลักสูตร ที่มีความหลากหลายทางด้านภาพยนตร์ กล่าวคือ ทางสถาบันจะมีหลักสูตรทั้งระยะสั้น และระยะยาว ตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งจัดเทศกาลภาพยนตร์ เพื่อตอบรับและสนับสนุนการเติบโตของวงการภาพยนตร์อิสระในประเทศไทย และมีการปรับปรุงหลักสูตรและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

2. ควรมีการวิเคราะห์ตลาดที่กว้างกว่านี้ เพื่อจะได้รู้ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มป้าหมาย

3. ทางสถาบันต้องสร้างความแตกต่าง และมาตรฐานในการเรียน การสอน ที่เน้นการปฏิบัติ และมีหลักสูตรเฉพาะ ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งส่งบุคลากรที่ทางสถาบันได้ผลิตไปทำงานกับหน่วยงานที่เป็นพาร์ทเนอร์กับทางสถาบัน ซึ่งเป็นช่องทางในการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำงานจริงในด้านที่ได้เรียนมา พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านภาพยนตร์ให้กับผู้เรียนด้วย ซึ่งยังไม่มีสถาบันใดใช้รูปแบบการบริการจัดการแบบนี้ในการดำเนินธุรกิจด้านภาพยนตร์มาก่อน และมีการบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่สามารถตรวจสอบและควบคุมคุณภาพหลักสูตรของสถาบันได้

4. สร้างเครือข่ายกับองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในการต่อรองเมื่อสถาบันจำเป็นต้องร่วมทำกิจกรรมกับแต่ละองค์กร และองค์กรต่างๆ เหล่านั้นยังมีผลในการสร้างกระแสหรือแรงผลักดันให้กลุ่มเป้าหมาย สนใจในหลักสูตรและกิจกรรมของสถาบัน จนตัดสินใจเรียนกับทางสถาบันในที่สุด

5. มีการบริหารจัดการสถาบันที่เป็นระบบ มีการตรวจสอบและประเมินสภาวการณ์ของสถาบัน เพื่อวางแผนการรองรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง

6. ต้องมีการนำเทคโนโลยีทางการผลิต ที่เน้นด้านการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อแข่งขันกับสถาบันคู่แข่ง พร้อมทั้งเป็นสถาบันแรกที่ก้าวสู่การถ่ายทำภาพยนตร์ระบบใหม่อย่างมืออาชีพ

7. ต้องวางหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับความเป็นไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยการร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์หลักสูตรในช่วงแรก และทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักมากขึ้น

7.1 สรุปประเด็นปัญหาในการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและการจัดทำแผนธุรกิจในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์นั้น ได้พบประเด็นปัญหาที่สำคัญ ดังนี้

1. ข้อมูลด้านภาพยนตร์ เป็นข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ จึงต้องใช้ข้อมูลจากหลายด้าน ทั้งข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์บุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ที่หลากหลาย ทำให้มองเห็นข้อดี คือ การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งสถาบัน ให้เหมาะสมกับสภาวะตลาดภาพยนตร์ในปัจจุบัน และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนข้อเสีย คือ ความหลากหลายของผู้เชี่ยวชาญในสายงานภาพยนตร์ ทำให้ได้ข้อมูลเฉพาะในส่วนที่ผู้เชี่ยวชาญสนใจเท่านั้น อีกกลุ่มหนึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาความต้องการของบุคลากรในการทำงานด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ นำมาใช้ในการสร้างหลักสูตร พัฒนาหลักสูตร และใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ในการศึกษาระบบการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ซึ่งยังเป็นธุรกิจที่มีข้อมูลในการศึกษาไม่กว้างขวาง จากประเด็นดังกล่าว ทำให้ต้องมีการสัมภาษณ์ในเชิงลึก

2. การเก็บข้อมูลอยู่ในขอบเขตที่จำกัด เพราะธุรกิจที่ผู้วิจัยได้ศึกษา เป็นธุรกิจที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือ ผู้ที่สนใจทางด้านภาพยนตร์เท่านั้น ดังนั้น ในอนาคตอาจต้องเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน และผู้สูงวัย และไม่เฉพาะแต่ผู้ที่สนใจทางด้านภาพยนตร์ เพราะต่อไปอาจมีการเปิดหลักสูตรด้านอื่นๆ เพิ่มเติม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์ อาจมีความหลากหลายในแง่ทัศนคติ เพราะผู้วิจัยสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์

7.2 การบริหารความเสี่ยง

เนื่องจากการประกอบธุรกิจทุกประเภทมีความเสี่ยง ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งทางสถาบันได้บริหารความเสี่ยงโดยแบ่งออกเป็น 3 กรณี ดังนี้

1) กรณีสถาบันบริหารงานเป็นไปตามสมมติฐานได้ดี มีผลกำไรมากที่สุด (Best Case) และเศรษฐกิจภายในประเทศก็ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มลูกค้าเกิดการตอบรับในสินค้าและบริการของทางสถาบันเป็นอย่างดี สถาบันสามารถสร้างกำไรได้อย่างรวดเร็ว มีการส่งเสริมการตลาดเพื่อรักษาการเติบโตของจำนวนผู้เรียน ขยายฐานลูกค้าเข้าสู่ช่องทางใหม่ เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น ควรเน้นการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้าง Community ระหว่างผู้เรียนกับสถาบัน และพันธมิตรทางธุรกิจ

2) กรณีสมมติฐานในสถานการณ์ปกติ และมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely) เป็นกรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศปกติ มีกลุ่มลูกค้าเกิดการตอบรับในสินค้าและบริการของทางสถาบันตามเป้าหมายที่วางไว้ ทางสถาบันก็มีกาบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ดำเนินกิจการเป็นไปตามแผนการ เพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้ามาเรียนมากขึ้น จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของสถาบันโดยการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

3) กรณีสถาบันได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) และการบริหารงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เศรษฐกิจภายในประเทศก็ตกต่ำ และกลุ่มเป้าหมายใหม่ไม่เกิดการตอบรับกับบริการ ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการลดน้อยลง สถาบันก็สามารถดำเนินกิจการได้ แต่ใช้ระยะเวลานาน ในการทำกำไร และถึงจุดคุ้มทุน อาจจะลดค่าใช้จ่ายในการข้อมูลเพิ่มเติม การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จัดวางแผนการพัฒนาหลักสูตรให้รองรับและตอบสนองต่อผู้เรียนอย่างเหมาะสม

สามารถสรุปแต่ละกรณี ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 35 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case)

	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ										
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ปี	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
เงินลงทุน											
หุ้นทุน	15,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินกู้	8,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมเงินลงทุน	**23,000,000.00**										
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)											
รายได้จากคอร์สเรียน											
หลักสูตรระยะสั้น	0.00	2,733,500.00	3,191,661.00	4,243,800.00	4,725,600.00	6,144,600.00	6,144,600.00	6,144,600.00	7,022,400.00	7,409,600.00	7,872,700.00
หลักสูตรระยะยาว	0.00	10,340,000.00	9,900,000.00	11,880,000.00	15,048,000.00	18,700,000.00	26,686,000.00	31,421,500.00	37,488,000.00	38,973,000.00	41,778,000.00
Film Maker Summer Camp	0.00	320,000.00	320,000.00	320,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	520,000.00
ลงทะเบียนแรกเข้า	0.00	280,000.00	310,000.00	336,000.00	450,000.00	580,000.00	625,000.00	647,500.00	742,000.00	724,000.00	798,500.00
อาหาร+เครื่องดื่ม	0.00	161,700.00	244,200.00	332,640.00	332,640.00	392,040.00	392,040.00	455,400.00	455,400.00	522,720.00	522,720.00
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม											
จัด Event (4 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี	0.00	2,640,000.00	2,860,000.00	3,003,000.00	3,153,150.00	3,310,807.50	3,476,347.88	3,650,165.27	3,832,673.53	4,024,307.21	4,225,522.57
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี	0.00	2,640,000.00	3,960,000.00	4,158,000.00	4,365,900.00	4,584,195.00	4,813,404.75	5,054,074.99	5,306,778.74	5,572,117.67	5,850,723.56
ราคาจำหน่ายค่าให้เข้าห้องตัดต่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	385,000.00	567,600.00	595,980.00	625,779.00	657,067.95	689,921.35	724,417.41	760,638.29	798,670.20	838,603.71
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	539,000.00	831,600.00	873,180.00	916,839.00	962,680.95	1,010,815.00	1,061,355.75	1,114,423.53	1,170,144.71	1,228,651.95
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	2,200,000.00	2,640,000.00	2,772,000.00	2,910,600.00	3,056,130.00	3,208,936.50	3,369,383.33	3,537,852.49	3,714,745.12	3,900,482.37
ราคาจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน	0.00	374,000.00	554,400.00	582,120.00	611,226.00	641,787.30	673,876.67	707,570.50	742,949.02	780,096.47	819,101.30
ราคาจำหน่ายค่าให้เข้าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5%	0.00	369,600.00	582,120.00	611,226.00	641,787.30	673,876.67	707,570.50	742,949.02	780,096.47	819,101.30	860,056.36
รวมกระแสเงินสดรับ		**22,982,800.00**	**25,961,581.00**	**29,707,946.00**	**34,181,521.30**	**40,103,185.37**	**48,828,512.63**	**54,458,916.26**	**62,263,212.08**	**64,988,502.68**	**69,215,061.82**
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)											
ค่ามัดจำอาคาร	(292,500.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	(1,400,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(700,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
ตกแต่งภายใน	(7,800,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(3,600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
อุปกรณ์สำนักงาน	(500,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(200,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	(7,228,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(3,614,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	(1,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(1,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าวิจัยการตลาด	(2,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	(2,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้ง	(50,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ต้นทุนการขาย	0.00	(88,200.00)	(133,200.00)	(137,196.00)	(141,311.88)	(145,551.24)	(149,917.77)	(154,415.31)	(159,047.77)	(163,819.20)	(168,733.77)
ค่าเช่าอาคาร	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00	(18,845,480.00)	(20,836,419.73)	(23,961,882.69)	(27,556,165.10)	(31,689,589.86)	(36,443,028.34)	(41,909,482.59)	(48,195,904.98)	(55,425,290.72)	(63,739,084.33)
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	(640,000.00)	(512,000.00)	(384,000.00)	(256,000.00)	(128,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	(63,691.81)	(479,337.32)	(2,411,913.13)	(2,310,336.93)	(2,555,431.80)	(1,080,240.48)	208,931.17
รวมกระแสเงินสดจ่าย	**(20,270,500.00)**	**(19,573,680.00)**	**(21,481,619.73)**	**(24,483,078.69)**	**(28,017,168.78)**	**(32,442,478.41)**	**(50,118,859.24)**	**(44,374,234.83)**	**(50,910,384.54)**	**(56,669,350.41)**	**(63,698,886.94)**
กำไรสุทธิ		**3,409,120.00**	**4,479,961.27**	**5,224,867.31**	**6,164,352.52**	**7,660,706.95**	**(1,290,346.60)**	**10,084,681.44**	**11,352,827.53**	**8,319,152.28**	**5,516,174.88**
บวก ค่าเสื่อมราคา	0.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00
10% บวก เงินทุนหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี	0.00	2,507,096.00	2,757,805.60	3,033,586.16	3,336,944.78	3,670,639.25	4,037,703.18	4,441,473.50	4,885,620.85	5,374,182.93	5,911,601.22
บวก มูลค่าซากอุปกรณ์อื่นๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	900,000.00
บวก มูลค่าซากตกแต่งภายใน	0.00	0.00	0.00	0.00	100,000.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50,000.00
หัก ชำระคืนเงินต้น	0.00	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
หัก เงินปันผล	0.00	(1,050,000.00)	(1,200,000.00)	(1,350,000.00)	(1,500,000.00)	(1,650,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	**2,729,500.00**	**6,251,816.00**	**7,423,366.87**	**8,294,053.47**	**9,486,897.29**	**13,066,946.21**	**2,380,156.57**	**14,158,954.93**	**15,871,248.38**	**13,326,135.21**	**12,010,576.10**
เงินสดปลายงวด	**2,729,500.00**	**8,981,316.00**	**16,404,682.87**	**24,698,736.34**	**34,185,633.63**	**47,252,579.84**	**49,632,736.41**	**63,791,691.34**	**79,662,939.72**	**92,989,074.93**	**104,999,651.03**

ตารางที่ 36 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely

	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ										
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
เงินลงทุน	**23,000,000.00**										
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)											
รายได้จากคอร์สเรียน											
หลักสูตรระยะสั้น		2,485,000.00	2,901,510.00	3,858,000.00	4,296,000.00	5,586,000.00	5,586,000.00	5,586,000.00	6,384,000.00	6,736,000.00	7,157,000.00
หลักสูตรระยะยาว		9,400,000.00	9,000,000.00	10,800,000.00	13,680,000.00	17,000,000.00	24,260,000.00	28,565,000.00	34,080,000.00	35,430,000.00	37,980,000.00
Film Maker Summer Camp		320,000.00	320,000.00	320,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	520,000.00
ลงทะเบียนแรกเข้า		280,000.00	310,000.00	336,000.00	450,000.00	580,000.00	625,000.00	647,500.00	742,000.00	724,000.00	798,500.00
อาหาร+เครื่องดื่ม		147,000.00	222,000.00	302,400.00	302,400.00	356,400.00	356,400.00	414,000.00	414,000.00	475,200.00	475,200.00
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม											
จัด Event (4ครั้งปี) เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี		2,400,000.00	2,600,000.00	2,730,000.00	2,866,500.00	3,009,825.00	3,160,316.25	3,318,332.06	3,484,248.67	3,658,461.10	3,841,384.15
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3ครั้งปี) เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี		2,400,000.00	3,600,000.00	3,780,000.00	3,969,000.00	4,167,450.00	4,375,822.50	4,594,613.63	4,824,344.31	5,065,561.52	5,318,839.60
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าห้องตัดต่อ (เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี)		350,000.00	516,000.00	541,800.00	568,890.00	597,334.50	627,201.23	658,561.29	691,489.35	726,063.82	762,367.01
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี)		490,000.00	756,000.00	793,800.00	833,490.00	875,164.50	918,922.73	964,868.86	1,013,112.30	1,063,767.92	1,116,956.32
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี)		2,000,000.00	2,400,000.00	2,520,000.00	2,646,000.00	2,778,300.00	2,917,215.00	3,063,075.75	3,216,229.54	3,377,041.01	3,545,893.07
ราคาจำหน่ายส่วนในการตัดต่องาน		340,000.00	504,000.00	529,200.00	555,660.00	583,443.00	612,615.15	643,245.91	675,408.20	709,178.61	744,637.54
ราคาจำหน่ายค่าให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5%ทุกปี)		336,000.00	529,200.00	555,660.00	583,443.00	612,615.15	643,245.91	675,408.20	709,178.61	744,637.54	781,869.42
รายกระแสเงินสดรับ		**20,948,000.00**	**23,658,710.00**	**27,066,860.00**	**31,151,383.00**	**36,546,532.15**	**44,482,738.76**	**49,610,605.70**	**56,714,010.98**	**59,189,911.53**	**63,042,647.11**
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)											
ค่ามัดจำอาคาร	(292,500.00)										
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	(1,400,000.00)						(700,000.00)				
ตกแต่งภายใน	(7,800,000.00)						(3,600,000.00)				
อุปกรณ์สำนักงาน	(500,000.00)						(200,000.00)				
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	(7,228,000.00)						(3,614,000.00)				
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	(1,000,000.00)						(1,000,000.00)				
ค่าวิจัยการตลาด	(2,000,000.00)						(2,000,000.00)				
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้ง	(50,000.00)										
ต้นทุนการขาย		(88,200.00)	(133,200.00)	(137,196.00)	(141,311.88)	(145,551.24)	(149,917.77)	(154,415.31)	(159,047.77)	(163,819.20)	(168,733.77)
ค่าเช่าอาคาร											
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		(18,845,480.00)	(20,836,419.73)	(23,961,882.69)	(27,556,165.10)	(31,689,589.86)	(36,443,028.34)	(41,909,482.59)	(48,195,904.98)	(55,425,290.72)	(63,739,084.33)
ดอกเบี้ยจ่าย		(640,000.00)	(512,000.00)	(384,000.00)	(256,000.00)	(128,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	(63,691.81)	(479,337.32)	(2,411,913.13)	(2,310,336.93)	(2,555,431.80)	(1,080,240.48)	208,931.17
รายกระแสเงินสดจ่าย	**(20,270,500.00)**	**(19,573,680.00)**	**(21,481,619.73)**	**(24,483,078.69)**	**(28,017,168.78)**	**(32,442,478.41)**	**(50,118,859.24)**	**(44,374,234.83)**	**(50,910,384.54)**	**(56,669,350.41)**	**(63,698,886.94)**
กำไรสุทธิ		**1,374,320.00**	**2,177,090.27**	**2,583,781.31**	**3,134,214.22**	**4,104,053.74**	**(5,636,120.48)**	**5,236,370.87**	**5,803,626.44**	**2,520,561.12**	**(656,239.83)**
บวก ค่าเสื่อมราคา		2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00
10% บวก เงินทุนหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 10%ทุกปี		2,507,096.00	2,757,805.60	3,033,586.16	3,336,944.78	3,670,639.25	4,037,703.18	4,441,473.50	4,885,620.85	5,374,182.93	5,911,601.22
บวก มูลค่าซากอุปกรณ์อื่นๆ		0.00	0.00	0.00	0.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	900,000.00
บวก มูลค่าซากตกแต่งภายใน		0.00	0.00	0.00	100,000.00	1,000,000.00	0.00	0.00		0.00	50,000.00
หัก ชำระคืนเงินต้น		(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
หัก เงินปันผล		(1,050,000.00)	(1,200,000.00)	(1,350,000.00)	(1,500,000.00)	(1,650,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	**2,729,500.00**	**4,217,016.00**	**5,120,495.87**	**5,652,967.47**	**6,456,758.99**	**9,510,292.99**	**(1,965,617.30)**	**9,310,644.36**	**10,322,047.28**	**7,527,544.06**	**5,838,161.39**
เงินสดปลายงวด	**2,729,500.00**	**6,946,516.00**	**12,067,011.87**	**17,719,979.34**	**24,176,738.33**	**33,687,031.32**	**31,721,414.02**	**41,032,058.38**	**51,354,105.67**	**58,881,649.72**	**64,719,811.11**

ตารางที่ 37 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด; กรณีได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

	ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ										
	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
เงินลงทุน											
หุ้นทุน	15,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินกู้	8,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมเงินลงทุน	**23,000,000.00**										
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)											
รายได้จากคอร์สเรียน											
หลักสูตรระยะสั้น	0.00	2,360,750.00	2,756,434.50	3,665,100.00	4,081,200.00	5,306,700.00	5,306,700.00	5,306,700.00	6,064,800.00	6,399,200.00	6,793,150.00
หลักสูตรระยะยาว	0.00	8,930,000.00	8,550,000.00	10,260,000.00	12,996,000.00	16,150,000.00	23,047,000.00	27,136,750.00	32,376,000.00	33,658,500.00	36,081,000.00
Film Maker Summer Camp	0.00	304,000.00	304,000.00	304,000.00	380,000.00	380,000.00	380,000.00	456,000.00	456,000.00	456,000.00	494,000.00
ลงทะเบียนแรกเข้า	0.00	266,000.00	294,500.00	319,200.00	427,500.00	551,000.00	593,750.00	615,125.00	704,900.00	687,800.00	758,575.00
อาหาร+เครื่องดื่ม	0.00	139,650.00	210,900.00	287,280.00	287,280.00	338,580.00	338,580.00	393,300.00	393,300.00	451,440.00	451,440.00
รายได้จากการออกจัดกิจกรรม											
จัด Event (4 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี	0.00	2,280,000.00	2,470,000.00	2,593,500.00	2,723,175.00	2,859,333.75	3,002,300.44	3,152,415.46	3,310,036.23	3,475,538.04	3,649,314.95
จัดเทศกาลภาพยนตร์ (3 ครั้ง/ปี) เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี	0.00	2,280,000.00	3,420,000.00	3,591,000.00	3,770,550.00	3,959,077.50	4,157,031.38	4,364,882.94	4,583,127.09	4,812,283.45	5,052,897.62
ราคาจำหน่ายค่าให้เข้าห้องต่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	332,500.00	490,200.00	514,710.00	540,445.50	567,467.78	595,841.16	625,633.22	656,914.88	689,760.63	724,248.66
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	465,500.00	718,200.00	754,110.00	791,815.50	831,406.28	872,976.59	916,625.42	962,456.69	1,010,579.52	1,061,108.50
ราคาค่ารับจ้างผลิตสื่อ งานใหญ่ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	0.00	1,900,000.00	2,280,000.00	2,394,000.00	2,513,700.00	2,639,385.00	2,771,354.25	2,909,921.96	3,055,418.06	3,208,188.96	3,368,598.41
ราคาจากหุ้นส่วนในการตัดต่องาน	0.00	323,000.00	478,800.00	502,740.00	527,877.00	554,270.85	581,984.39	611,083.61	641,637.79	673,719.68	707,405.67
ราคาจำหน่ายค่าให้เข้าอุปกรณ์ถ่ายภาพยนตร์ (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี	0.00	319,200.00	502,740.00	527,877.00	554,270.85	581,984.39	611,083.61	641,637.79	673,719.68	707,405.67	742,775.95
รวมกระแสเงินสดรับ		**19,900,600.00**	**22,475,774.50**	**25,713,517.00**	**29,593,813.85**	**34,719,205.54**	**42,259,601.82**	**47,130,075.41**	**53,878,310.43**	**56,230,415.95**	**59,890,514.75**
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)											
ค่าปิดจำอาคาร	(292,500.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าลิขสิทธิ์โปรแกรม	(1,400,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ตกแต่งภายใน	(7,800,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อุปกรณ์สำนักงาน	(500,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าอุปกรณ์อื่นๆ	(7,228,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าอื่นๆ ในการดำเนินงาน	(1,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าวิจัยการตลาด	(2,000,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้ง	(50,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ต้นทุนการขาย	0.00	(88,200.00)	(133,200.00)	(137,196.00)	(141,311.88)	(145,551.24)	(149,917.77)	(154,415.31)	(159,047.77)	(163,819.20)	(168,733.77)
ค่าเช่าอาคาร	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00	(18,845,480.00)	(20,836,419.73)	(23,961,882.69)	(27,556,165.10)	(31,689,589.86)	(36,443,028.34)	(41,909,482.59)	(48,195,904.98)	(55,425,290.72)	(63,739,084.33)
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00	(640,000.00)	(512,000.00)	(384,000.00)	(256,000.00)	(128,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้ (30%)	0.00	0.00	0.00	0.00	(63,691.81)	(479,337.32)	(2,411,913.13)	(2,310,336.93)	(2,555,431.80)	(1,080,240.48)	208,931.17
รวมกระแสเงินสดจ่าย	**(20,270,500.00)**	**(19,573,680.00)**	**(21,481,619.73)**	**(24,483,078.69)**	**(28,017,168.78)**	**(32,442,478.41)**	**(39,004,859.24)**	**(44,374,234.83)**	**(50,910,384.54)**	**(56,669,350.41)**	**(63,698,886.94)**
กำไรสุทธิ		**326,920.00**	**994,154.77**	**1,230,438.31**	**1,576,645.07**	**2,276,727.13**	**3,253,742.58**	**2,755,840.58**	**2,967,925.89**	**(438,934.45)**	**(3,808,372.19)**
บวก ค่าเสื่อมราคา	0.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	2,985,600.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00	1,432,800.00
10% บวก เงินทุนหมุนเวียน เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี	0.00	2,507,096.00	2,757,805.60	3,033,586.16	3,336,944.78	3,670,639.25	4,037,703.18	4,441,473.50	4,885,620.85	5,374,182.93	5,911,601.22
บวก มูลค่าซากอุปกรณ์อื่นๆ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	900,000.00
บวก มูลค่าซากตกแต่งภายใน	0.00	0.00	0.00	0.00	100,000.00	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50,000.00
หัก ชำระคืนเงินต้น	0.00	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	(1,600,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
หัก เงินปันผล	0.00	(1,050,000.00)	(1,200,000.00)	(1,350,000.00)	(1,500,000.00)	(1,650,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)	(1,800,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)	**2,729,500.00**	**3,169,616.00**	**3,937,560.37**	**4,299,624.47**	**4,899,189.84**	**7,682,966.38**	**6,924,245.76**	**6,830,114.08**	**7,486,346.73**	**4,568,048.48**	**2,686,029.03**
เงินสดปลายงวด	**2,729,500.00**	**5,899,116.00**	**9,836,676.37**	**14,136,300.84**	**19,035,490.68**	**26,718,457.06**	**33,642,702.82**	**40,472,816.90**	**47,959,163.64**	**52,527,212.12**	**55,213,241.15**

จากกรณีดังกล่าว ในการบริหารงานของสถาบันมีปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้สถาบันไม่สามารถดำเนินงานตามแผนการที่วางไว้ได้ ตามตารางแสดงงบกระแสเงินสด กรณีได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) ดังนั้นในการบริหารงานจึงต้องมีการประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆไว้ด้วย

โครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ (Film Maker Academy) เป็นสถาบันที่มีคู่แข่งน้อย เนื่องจากยังไม่มีสถาบันใดที่เน้นสอนทางด้านภาพยนตร์โดยเฉพาะนอกจากการสอนในระดับมหาวิทยาลัย แต่ความเสี่ยงในด้านการบริหารจัดการสถาบันก็มีปัจจัยสำคัญหลายด้าน ในการวิเคราะห์สถานการณ์ที่จะทำให้เกิดความเสี่ยงได้ สามารถแบ่งการบริหารความเสี่ยงชองสถาบันได้ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนทางด้านการเมือง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนที่สนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์ไม่กล้ามาเรียนกับทางสถาบัน ต้องมีการจูงใจ โดยการประชาสัมพันธ์ หรือจัดโปรโมชั่นคอร์สเรียนในราคาพิเศษ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายมาเรียนมากขึ้น และเกิดการบอกต่อ จากความเสี่ยงดังกล่าว ทำให้สถาบันถึงจุดคุ้มทุนช้าลง แต่สามารถบริหารความเสี่ยงได้ คือ

- จัดโปรโมชั่นคอร์สเรียนในราคาพิเศษ
- เปิดสอนหลักสูตรที่กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจเรียน
- คัดสรรบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณภาพ และมีความรับผิดชอบ เพื่อดึงดูดความสนใจและความคุ้มค่าที่ผู้เรียนได้รับ

2. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ

1) ความเสี่ยงในการพึ่งบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านภาพยนตร์ เพราะต้องมีการเปลี่ยนผู้เชี่ยวชาญอยู่ตลอดเวลา ตามกระแสของอุตสหกรรมภาพยนตร์ไทย การบริหารความเสี่ยงอาจต้องมีการจูงใจโดยการให้ผลตอบแทนที่สูง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญมาร่วมงานกับทางสถาบัน

2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานผิดพลาด เนื่องจากบุคลากรขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือ บริหารความเสี่ยงโดยการมีการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญด้านการใช้เครื่องมือต่างๆและมีการจัดการอบรมการใช้เครื่องมือ เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากรในสถาบันอยู่เสมอ

3. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

1) ความเสี่ยงในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การวางตำแหน่งในธุรกิจป้องกันความผิดพลาดด้วยการบริหารความเสี่ยงโดยการหาข้อมูลจากการวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาหลักสูตร และสร้างการบริการที่ประทับใจ

2) ความเสี่ยงดจากการแข่งขันในตลาด จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เช่น ในอนาคตอาจมีคู่แข่งของสถาบันเพิ่มขึ้น ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงต้องมีการติดตามข้อมูลข่าวสารของคู่แข่งที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงอยู่เป็นประจำ เพื่อทราบถึงความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง และนโยบายของรัฐบาลที่อาจส่งผลกระทบต่อสถาบันได้

4. ความเสี่ยงด้านพันธมิตรทางธุรกิจ

โครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ (Film Maker Academy) ได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในระยะแรกของการเปิดกิจการ เพื่อสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายในการทำงานด้านภาพยนตร์ เมื่อเรียนจบจากสถาบัน รวมทั้งการช่วยเหลือในการสร้างกิจกรรมและรายได้ทางธุรกิจร่วมกัน และเมื่อผ่านระยะแรกของการเปิดกิจการ อาจมีการเปลี่ยนแปลงของผู้ร่วมธุรกิจได้ ดังนั้นทางสถาบันจึงต้องบริหารความเสี่ยงโดยการหาพันธมิตรเพิ่มเติม เพื่อรองรับกับกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

7.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาโครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ ผู้วิจัยพบว่า มีงานวิจัยทางด้านภาพยนตร์ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ ส่วนการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มเป้าหมายก็มีความสนใจสนใจเรียนทางด้านภาพยนตร์สูง จากการสัมภาษณ์บุคลากรด้านภาพยนตร์ ก็มีความยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์ และการบริหารจัดการองค์กร และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้รู้ว่าผู้ประกอบการต้องการให้มีสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์ แต่ยังไม่มีความพร้อมในการลงทุน และไม่มีสถาบันสอนทางด้านภาพยนตร์ที่ครบวงจร ส่วนที่มีก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร และยังขาดประสิทธิภาพ ดังนั้นหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์ผลงานด้านภาพยนตร์ ควรที่จะศึกษาข้อมูลให้มากกว่านี้ และสบับสนุนผลงานทางด้านภาพยนตร์ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาทั้งบุคลากรและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

นอกจากนี้การสนับสนุน และส่งเสริมของภาครัฐ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์เกิดกำลังใจในการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ อาทิ ร่วมสนับสนุนการจัดเทศกาลภาพยนตร์ในประเทศไทย ส่งเสริมศิลปะภาพยนตร์ให้กับเยาวชนโดยการจัดโครงการเผยแพร่และถ่ายทอดผลงานภาพยนตร์ เป็นต้น

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

ณัฐพันธ์ เขจรนันทน์ และฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา. (2538). ศิลปะแขนงที่เจ็ด (ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

พิบูล ทีปะปาล. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์.

พิบูล ทีปะปาล. (2535). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์.

พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2544). การการตลาด การวิเคราะห์กลยุทธ์ และการตัดสินใจ (ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2546). นักสร้าง สร้างหนัง หนังสั้น. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยา ด่านธำรงกุล. (2546). การบริหาร. กรุงเทพมหานคร : เธิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์,ปริญ ลักษิตานนท์,ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2547). การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. อ้างจาก J.B. Boney, Gaining and Sustaining Competition Advanture (N.Y.: Peason Education Australia PTY (td.,2000) P.376.

วิทยานิพนธ์ภาษาไทย

ธีรยา สมปราชญ์. (2547). กลยุทธ์การสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยของกลุ่มฟิล์มบางกอก. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศสาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พนิตนาฏ อติศัพท์. (2545). โรงเรียนสอนการแสดงในฐานะ SME : ลักษณะการจัดการองค์กรและการจัดการ. โครงการทางวัฒนธรรมศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารจากอินเตอร์เน็ต

เกี่ยวกับบริษัท. พระนครฟิล์ม จำกัด. สืบค้นวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2551 จาก http://www.phranakornfilm.com/

ไทยซีนีมา. สืบค้นวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2551 จาก http://www.thaicinema.org/annual_release2008t.asp

ธัญสก พันสิทธิวรกุล. หนังไทยนอกระบบ กับ ความตื่นตัวของยุคสมัย. สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2551 จาก http://th.wikipedia.org/wiki/ภาพยนตร์ไทย

พจน์ อานนท์ เป็นปลื้ม “เพื่อน...ภูรักมึงว่ะ” คว้ารางวัล “หนังยอดเยี่ยม” ที่เบลเยี่ยม. สืบค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2551 จาก http://www.bkkonline.com/movie/news.aspx?id=934

ยิ้มสยาม. สืบค้นวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2551 จาก http://www.yimsiam.com/club/board/topicRead.asp?wbID=starpic&id=000683

ราเชนทร์ พจนสุนทร. กรมส่งเสริมการส่งออก. สืบค้นวันที่ 16 กันยายน พ.ศ.2551 จาก http://www.depthai.go.th/DEP/DOC/51/51015797.doc

สุทธากร สันติธวัช. หนังไทยในทศวรรษ 2530 - 2540. สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 จาก http://th.wikipedia.org/wiki/ภาพยนตร์ไทย

อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล. หนังดี. สืบค้นวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2551 จาก http://www.nangdee.com/name/?person_id=146

อัญชลี ชัยวรพร. หนังไทยกับการสะท้อนภาพสังคม. สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 จาก http://th.wikipedia.org/wiki/ภาพยนตร์ไทย

บทความ

GTH (จีเอ็มเอ็ม ไท และ หับ) รวมตัวสร้างพันธมิตร. (2547). Positioning Magazine. กรกฎาคม

เจ้ย “เซ็งระบบเผด็จการ” รู้เหตุหนังไทยไม่พัฒนา. (2550). คม ชัด ลึก. 24 เมษายน

ประวัติบริษัท ไท เอนเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด. (2551). เอกสารบริษัท บริษัท ไท เอนเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด

วิเคราะห์สถานการณ์ภาพยนตร์ไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน. (2546). มติชน สุดสัปดาห์. 18 ธันวาคม

ราเชนทร์ พจนสุนทร. (2551). อธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก. กรุงเทพธุรกิจ. 29 กันยายน

รายได้หนังไทยปี. (2550). Flick Magazine, 4, (170), 14.

รายงานทางเทคนิคและรายงานวิจัย

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. (2541). ธุรกิจภาพยนตร์ไทย. รายงานการวิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัฒนาการของภาพยนตร์ไทยในช่วง พ.ศ. 2540-2548. (2548). สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม

รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2546). ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนา จักกะพาก. (2546). สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต : ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้าง ผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์. รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

<u>สัมภาษณ์</u>

เกียรติกมล เอี่ยมพึ่งพร. โปรดิวเซอร์. สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน 2551

จิระวดี อิสรางกูล ณ อยุธยา. แอคติ้งโคชภาพยนตร์ และอาจารย์สอนการแสดง. สัมภาษณ์ 29 พฤศจิกายน 2551

จันทิมา เลียวศิริกุล. โปรดิวเซอร์ และผู้อำนวยการส่วนผลิต สายงานภาพยนตร์. สัมภาษณ์ 22 กรกฎาคม 2551

โชคชัย เจี่ยเจริญ. กรรมการผู้จัดการ สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy). สัมภาษณ์ 8 เมษายน 2552

ญาณี เหล่าวิริยะรัตน์. Acting Coach. สัมภาษณ์ 20 พฤศจิกายน 2551

ธัญญ์วาริน สุขะพิสิษฐ์. ผู้กำกับภาพยนตร์อิสระ. สัมภาษณ์ 19 พฤศจิกายน 2551

ปรัชญา ปิ่นแก้ว. ประธานกรมการบริษัท. สัมภาษณ์ 12 พฤศจิกายน 2551

พรชัย ซื่อตรง. นักวิชาการทางวัฒนธรรม. สัมภาษณ์ 7 มกราคม 2552

มณฑล อารยางกูล. ผู้กำกับภาพยนตร์ และผู้อำนวยการส่วนกลยุทธ์ การตลาด สายงานภาพยนตร์. สัมภาษณ์ 22 กรกฎาคม 2551

รสิกา สวนสม.ที่ปรึกษาด้านบท การผลิต การกำกับ และอาจารย์สอนด้านการละคร ภาพยนตร์. สัมภาษณ์ 21 พฤศจิกายน 2551

วจี กัลย์จาฤก. ผู้อำนวยการโรงเรียนสอนการแสดง. สัมภาษณ์ 27 กรกฎาคม 2551

วรวุฒิ ทัดบรรทม. ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายเตรียมการผลิตละครโทรทัศน์ หัวหน้างานคัดเลือกนักแสดง และอาจารย์สอนทางด้านละคร และภาพยนตร์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2552

วรศิริ วัดเข้าหลาม. เลขานุการฝ่ายอุดมศึกษา บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. สัมภาษณ์ 8 เมษายน 2552

วิสูตร พูลวรลักษณ์. ประธานกรมการบริษัท. สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2551

ศรัญญา น้อยไทย. ผู้กำกับภาพยนตร์ อาจารย์สอนทางด้านภาพยนตร์. สัมภาษณ์ 8 พฤศจิกายน 2551

สุรีย์ สมบูรณ์. Head Administrator/Student Services โรงเรียนสอนพื้นฐานและทฤษฎีเบื้องต้นของระบบ แสงเสียง The school of audio engineering(SAE). สัมภาษณ์ 7 เมษายน 2552

หลักวงษ์ คงเสรี, ผู้จัดการ บริษัท มูฟวี่ เมจิก จากัด.

สัมภาษณ์ 2 ตุลาคม 2552

อุไรวรรณ อุตะปะละ. ผู้ดูแลหลักสูตร สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy). สัมภาษณ์ 8 เมษายน 2552

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์บุคคลากรที่มีประสบการณ์ด้านภาพยนตร์

<u>ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป</u>

ชื่อองค์กร …….

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ……..

ตำแหน่ง ……..วันที่ …….

ลักษณะองค์กร __ Studio

__ Distributor

__ Production House

__ อื่น ๆ (โปรดระบุ) ……..

<u>ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy”</u>

1. ปัจจุบันท่านมองว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีสถานการณ์เป็นเช่นไร

……

……

1.1 ตลาดมีกระแสตอบรับต่อผลงานภาพยนต์ผู้กำกับชาวไทยเพียงพอหรือไม่

……

……

1.2 มีผู้กำกับชาวไทยสนใจสร้างสรรค์ผลงานภาพยนต์เพียงพอต่อกระแสตอบรับของตลาดหรือไม่

……

……

1.3 ภาพยนต์ไทยในปัจจุบันมีกรอบทางด้านจารีต และบรรทัดฐานทางสังคม มาควบคุมต่อกระบวนการสร้าง ประกอบการเขียนบทเป็นเช่นไร

……
……

1.4 อนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะมีทิศทางเป็นเช่นไร

……
……

2. ในความคิดเห็นของท่าน ผลงานภาพยนต์ไทยในปัจจุบันมีจุดอ่อน ที่ควรปรับปรุงแก้ไขในประเด็นใด เพราะเหตุใด

……
……

2.1 มีแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างไร

……
……

2.2 สำหรับประเด็นเรื่องการโปรโมทภาพยนต์ไทย ท่านมีความเห็นเช่นไรต่อหลักการตลาดของภาพยนต์ไทยในปัจจุบัน

……
……

3. ในความคิดของท่าน มีความเห็นอย่างไรต่อการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” เพื่อประกอบอาชีพในสายงานบันเทิงด้านงานภาพยนตร์

……
……

3.1 ท่านทราบหรือไม่ว่าในปจจุบันได้มีการจัดตั้งสถาบันดังลักษณะกล่าวขึ้น

……

……

3.2 ถ้าทราบ ท่านมีความเห็นเช่นไรต่อสถาบันดังกล่าว

……

……

3.3 ในปัจจุบันมีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับการผลิตผลงานภาพยนต์เป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ในความคิดของท่าน

……

……

4. หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” ขึ้น ท่านสนใจที่จะมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการองค์กร หรือสนับสนุนองค์กรเพื่อที่จะพัฒนาบุคลากรไปสู่สายงานอาชีพที่แท้จริง หรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

……

……

5. หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy ขึ้น ท่านมีความสนใจที่จะร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการให้ข้อมูลความรู้ทางด้านภาพยนตร์ หรือเป็นอาจารย์ผู้สอนหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

……

……

6. หลักสูตรใดที่ท่านต้องการให้มี ในสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” มากที่สุด เพื่อการพัฒนาบุคลากรสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพราะเหตุใด

……

……

7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับแนวทางในการประกอบอาชีพด้านภาพยนตร์ ของนักเรียนที่จบจากสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” และมีโอกาสหรือไม่ที่ท่านจะรับนักเรียนจากสถาบันเข้าร่วมในองค์กรของท่าน

……

……

7.1 บริษัทฯของท่านมีความต้องการบุคลากรด้านใดเป็นพิเศษ

……

……

8. ในความคิดของท่าน ความแตกต่างของสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” กับมหาวิทยาลัยทั่วไปมีความแตกต่างกันอย่างไร

……

……

8.1 จุดเด่นของสถาบัน เพียงพอต่อการเข้าสร้างส่วนแบ่งตลาด หรือเพียงพอต่อคาวมต้องการของผู้บริโภคหรือไม่

……

……

8.2 โปรดแสดงข้อแนะนำต่อการจัดตั้งสถาบัน

……

……

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

9. กิจกรรมใดที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วม นอกเหนือจากหลักสูตรการเรียนการสอนปกติ

……

……

10. ระดับราคาที่เหมาะสมของค่าเรียนในแต่ละคอร์ส ของสถาบันควรเป็นเช่นไร

……

……

10.1 หากท่านเป็นนักศึกษาจะลงเรียนในคอร์สต่างๆของสถาบันหรือไม่ เพราะเหตุใด

……

……

11. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อกระบวนการสร้างผลงานภาพยนตร์อิสระโดยฝีมือผู้กำกับชาวไทยในปัจจุบัน

……

……

……

12. ท่านทราบหรือไม่ว่า ผู้กำกับชาวไทยในปัจจุบันได้ส่งผลงานภาพยนต์อิสระออกสู่เวทีประกวดผลงานภาพยนต์ในต่างประเทศ ถ้าทราบ ท่านมีข้อแนะนำต่อผลงานภาพยนต์เหล่านั้นหรือไม่ อย่างไร

……

……

……

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจเป็นสถาบันสอน

<u>ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป</u>

ชื่อองค์กร ……

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ……

ตำแหน่ง……..วันที่…….

ลักษณะองค์กร ……

<u>ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร</u>

1. ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปขององค์กร

   ……

   ……

2. วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร

   ……

   ……

3. กลุ่มเป้าหมาย

   ……

   ……

4. เป้าเหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว

   ……

   ……

5. จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน

   ……

   ……

6. ภาพรวมหลักสูตร

……

……

7. คณาจารย์ ผู้สอน

……

……

8. การประกอบอาชีพของนักเรียนที่จบจากสถาบัน

……

……

9. โครงสร้างองค์กร การบริหารจัดการองค์กร

……

……

10. วิธีการบริหารและจัดการสถาบัน

……

……

11. ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินกิจการในปัจจุบัน

……

……

……

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

โครงการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์

" Film Maker Academy "

แบบสอบถามถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ทัศนคติ ความคิดเห็น และความคาดหวังของผู้ที่สนใจเรียน เพื่อประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และรวบรวมข้อมูล ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการดังกล่าวข้างต้น ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำโครงการฯ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

โปรดทำเครื่องหมาย O ล้อมรอบตัวเลขหน้าคำตอบที่ต้องการ และเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนดให้

<u>ส่วนที่ 1</u> คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

1.เพศ (1) ชาย (2) หญิง

2.อายุ ..... ปี

3.ระดับการศึกษา (1) ชั้นปีที่ 1 (2) ชั้นปีที่ 2

(3) ชั้นปีที่ 3 (4) ชั้นปีที่ 4

(5) สูงกว่าปริญญาตรี (6) อื่น ๆ(โปรดระบุ) ……..

4.รายได้รวมของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

(1) ต่ำกว่า 50,000 บาท (2) 50,000 - 60,000 บาท(3) 60,000 - 70,000 บาท

(4) 70,000 - 80,000 บาท (5) 80,000 – 90,000 บาท (6) สูงกว่า 90,000 บาท

5.สื่อประเภทใด ที่ทำให้ท่านจดจำได้มากที่สุด

(1) ป้ายโฆษณา (Billboard) (2) ใบประกาศโฆษณา (Poster) (3) วิทยุ

(4) โทรทัศน์ (5) ใบปลิว แผ่นพับ (6) อินเทอร์เน็ต

(7) อื่น ๆ(โปรดระบุ) ……..

6.ท่านมีการใช้บริการช่องทางใดบ้าง เพื่อรับชมภาพยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(1) โรงภาพยนต์ (2) ร้านขายแผ่นภาพยนต์ VCD/DVD

(3) โทรทัศน์ (4) อินเตอร์เน็ต

(5) อื่น ๆ(โปรดระบุ) …….

7.ท่านมีอัตราการรับชมภาพยนต์เป็นอย่างไร

(1) ไม่รับชมภาพยนต์เลย (2) 2 เดือนครั้ง (3) 1 เดือนครั้ง

(4) 3 อาทิตย์ครั้ง (5) 2 อาทิตย์ครั้ง (6) อาทิตย์ละครั้ง

(7) มากกว่าอาทิตย์ละครั้ง (8) ทุกครั้งเมื่อมีผลงานภาพยนตร์ออกฉายใหม่

8.ท่านมีความเห็นอย่างไรต่อผลงานภาพยนต์ไทย

(1) ดีมาก (2) อยู่ในเกณฑ์ดี (3) ปานกลาง

(4) ควรปรับปรุง (5) แย่มาก

<u>ส่วนที่ 2</u> คำถามเกี่ยวกับความสนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ หลักสูตรและการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์

1.ท่านมีความสนใจในการประกอบอาชีพในสายงานภาพยนตร์หรือไม่

(1) ใช่ (2) ไม่ใช่

2.ท่านคำนึงถึงปัจจัยด้านบุคลากรในการสร้างผลงานภาพยนตร์ ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานภาพยนต์ใช่ หรือไม่

(1) ใช่ (2) ไม่ใช่

3.ท่านรู้จักสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านการสร้างผลงานภาพยนตร์ใช่หรือไม่ (ยกเว้นหลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัย)

(1) ใช่ ……(โปรดระบุสถาบัน)

(2) ไม่ใช่

4. หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” รวมทั้งเป็นแหล่งจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทางด้านภาพยนตร์ โดยเน้นการเรียนการสอนเพื่อสร้างสรรค์ผลงานทางด้านภาพยนตร์ เพื่อให้เรียนรู้การทำงานจริงในกองถ่ายภาพยนตร์ พร้อมกับการพัฒนา และป้อนบุคคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่สายงานอาชีพจริง ท่านสนใจที่จะศึกษาในสถาบันดังกล่าวหรือไม่

(1) สนใจ (2) ไม่สนใจ

5.หากท่านสนใจที่จะเรียนทางด้านภาพยนตร์ ท่านอยากเรียนหลักสูตรอะไรบ้าง (โปรดเรียงลำดับตามหลักสูตรที่ท่านสนใจจาก 1 คือสนใจมากที่สุด – 9 คือสนใจน้อยที่สุด)

__ การกำกับภาพยนตร์ (Film Director)

__ การเขียนบทภาพยนตร์(Screenwriting)

__ การแสดงสำหรับภาพยนตร์ (Acting for Film)

__ การผลิตภาพยนตร์ (Film Production)

__ การกำกับศิลป์ในงานภาพยนตร์ (Art Direction)

__ การถ่ายภาพยนตร์ (Cinematography)

__ การอำนวยการผลิตภาพยนตร์ (Producing for Film)

__ การตัดต่อ (Film Editing)

__ อื่น ๆ (โปรดระบุ)……..

6. เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกสถานที่ศึกษาทางด้านงานภาพยนตร์คืออะไร (เรียงลำดับตามความสำคัญจาก 1 คือสำคัญมากที่สุด – 8 คือสำคัญน้อยที่สุด)

__ สถานที่ตั้ง __ บรรยากาศ

__ หลักสูตร __ อาจารย์ผู้สอน

__ ชื่อเสียงของสถาบัน __ การบริการ

__ ราคา __ อื่น ๆ (โปรดระบุ)…….

7. สิ่งที่ท่านคาดหวังหลังสำเร็จการศึกษาจากสถาบันสอน และพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” คือ

(1) ความรู้ความสามารถพิเศษทางด้านภาพยนตร์

(2) ความสุข สนุกสนาน

(3) ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

(4) สามารถนำไปประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงอื่น ๆ ได้จริง

(5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)……..

8. ถ้าสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ นอกเหนือจากการเรียนการสอนแล้วนั้น ท่านประสงค์ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมใดมากที่สุด (เรียงลำดับตามความต้องการจาก 1 คือต้องการมากที่สุด – 6 คือต้องการน้อยที่สุด)

__ จัดการประกวดภาพยนตร์ในเทศกาลภาพยนตร์

__ จัดแสดงผลงานต่อสาธารณะชน

__ การสอบวัดผลการเรียนรู้

__ การจัด Workshop ทางด้านภาพยนตร์

__ เรียนรู้กระบวนการทำงานจริงในกองถ่ายภาพยนตร์

__ อื่น ๆ (โปรดระบุ)……..

<u>ส่วนที่ 3</u> คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการเปิดสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์ "Film Maker Academy"

1.หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร "Film Maker Academy" เพื่อประกอบอาชีพโดยเฉพาะ ท่านมีความคิดเห็นเป็นเช่นไร

(1) เห็นด้วย และอยากให้มีการจัดตั้งขึ้นจริง

(2) ไม่เห็นด้วย และไม่อยากให้จัดตั้งขึ้น

2.ความต้องการที่แท้จริงของท่าน ในการเลือกเรียนหลักสูตรที่ทางสถาบันเปิดสอน เพื่อประกอบอาชีพทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) โอกาสที่กว้างกว่าผู้อื่น

(2) อาชีพเสริมที่นอกเหนือจากอาชีพหลัก

(3) สร้างสังคมใหม่ให้กับตัวของท่าน

(4) เป็นแนวทางในการตัดสินใจในอนาคต

(5) เป็นอาชีพที่มีชื่อเสียง และเกียรติยศ

(6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3.ปัจจัยใดที่ท่านใช้ในการเลือกเรียนกับสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร "Film Maker Academy" ที่นอกเหนือจากการเรียนในระดับมหาวิทยาลัยทั่วไป ที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์เช่นกัน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (2) เนื้อหา / รูปแบบของหลักสูตร

(3) ความต้องการของตัวท่านเอง (4) คำแนะนำจากเพื่อน

(5) ชื่อเสียงของสถานบันการศึกษา (6) ครู / อาจารย์ผู้สอน

(7) การได้ไปปฏิบัติงานจริงกับกองถ่ายภาพยนตร์

(8) โอกาสในการประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์

(9) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4.ท่านคิดว่าการเรียนการสอนสำหรับงานทางด้านภาพยนตร์เพื่อใช้ประกอบอาชีพจริง ควรมีลักษณะใด

(1) มีผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นเป็นผู้สอน (2) มีโอกาสได้ทดลองทำงานจริง

(3) จำลองสถานที่ปฏิบัติงานจริง (4) ใช้เครื่องมือที่ได้รับรองมาตรฐา

(5) หลักสูตรควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (6) ชื่อเสียงของสถาบัน

(7) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

5.ท่านคาดหวังว่า หลังจากศึกษาจบหลักสูตรทางด้านภาพยนตร์แล้ว สิ่งที่ท่านจะได้รับ คือ

(1) เป็นแนวทางในการตัดสินใจของท่าน

(2) นำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิต

(3) โอกาสในการประกอบอาชีพทางด้านภาพยนตร์

(4) ปลูกฝังค่านิยมด้านอาชีพให้แก่ผู้ศึกษา

(5) มีเพื่อนต่างสาขาอาชีพ

(6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

6.ช่วงเวลาใดที่ท่านสะดวก และเหมาะสมที่จะศึกษาในสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(1) ช่วงเวลาวันจันทร์ – ศุกร์

(2) ช่วงเวลาวันเสาร์ – วันอาทิตย์

(3) ช่วงเวลาปิดเทอมในแต่ละภาคเรียน

(4) ช่วงเวลาเย็นหลังเลิกเรียน

(5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7.ระยะเวลาที่เหมาะสมในการเรียนตลอดหลักสูตรที่สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” ควรมีระยะเวลาเรียนตลอดหลักสูตรนานเท่าไร

(1) 1 – 6 เดือน (2) 7 – 12 เดือน

(3) 1 ปี – 1 ปีครึ่ง (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

8.ระดับราคาที่เหมาะสมในการเลือกเรียน ที่สถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” เพื่อประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือ

(ราคาต่อ 1 คอร์สเรียน)

(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท (2) 10,000 - 15,000 บาท

(3) 15,000 - 20,000 บาท (4) 20,000 - 25,000 บาท

(5) 25,000 - 30,000 บาท (6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) ……

9.หากมีการจัดตั้งสถาบันและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy” ขึ้นจริง ท่านจะลงเรียนในคอร์สต่างๆของสถาบันหรือไม่ เพราะเหตุใด

(1) สนใจลงเรียนกับสถาบัน เพราะ……

(2) ไม่สนใจลงเรียนกับสถาบัน เพราะ……

10.ท่านมีความเห็นเพิ่มเติมอย่างไรต่อการจัดตั้งสถาบันสอนและพัฒนาบุคลากรด้านภาพยนตร์แบบครบวงจร “Film Maker Academy”เพื่อการพัฒนาทางอาชีพด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอุตสาหกรรมบันเทิง

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่มีลักษณะรูปแบบธุรกิจเป็นสถาบันสอน

ในการศึกษาเกี่ยวกับสถาบันสอนด้านภาพยนตร์ ที่มีลักษณะรูปแบบใกล้เคียง กับสถาบันสอนและพัฒนาบุคคลากรด้านภาพยนตร์ “Film Maker Academy” ซึ่งได้แก่ Genx Academy , Kantana Edutainment International และ SAE,Thailand (The school of audio engineering) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ ถึงกระบวนการบริหารจัดการ จุดเด่น และจุดด้อยของโครงการ เนื่องจากธุรกิจทั้งสองรูปแบบ ต่างมีลักษณะของรูปแบบหลักสูตร การดำเนินงาน และการกำหนดเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับโครงการที่ผู้วิจัยสนใจ ดังนี้

1. Genx Academy สถาบันพัฒนาบุคลากรสายอาชีพบันเทิง

ประเภท	: บริษัทจำกัด
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	: 3 กรกฎาคม 2545
ทุนจดทะเบียน	: 8,000,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	: สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีละวิชาชีพการบันเทิง
ที่ตั้ง	: 23/26-29 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320
โทรศัพท์	: 02-757-9883
กรรมการ	: คุณคณิต พฤกษ์พระกานต์ คุณโชคชัย เจี่ยเจริญ คุณพงศ์พรหม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา

ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของสถาบัน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 มีสตูดิโอ เพื่อจัดรายการวิทยุ ทำจิงเกิ้ล ทำเพลงโฆษณา ทำสปอตวิทยุ และตอนนั้นก็จัดรายการวิทยุที่ เอทาม มีเดียร์ เพราะมีความชอบและใฝ่ฝันที่จะทำงานด้านนี้ เมื่อมีสตูดิโอเป็นของตนเอง ก็มีเพื่อน ๆ มาใช้บริการ ทำให้รู้จักคนมากขึ้น จนเกิดไอเดียร์ที่จะเปิดให้คนที่สนใจทางด้านนี้มาใช้บริการ ในช่วงแรกมีการสอนโดยเช่าที่ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นสถานที่เรียน จนปี พ.ศ. 2542 เริ่มเปิดอบรมการจัดรายการวิทยุ เป็นหลักสูตรระยะสั้น โดยใช้ชื่อว่า Gen x จาก

ประสบการณ์ที่เคยสอนในระดับมหาวิทยาลัย มองว่าคนที่เรียนมาทางนิเทศศาสตร์ ส่วนใหญ่จะได้เรียนแบบกว้าง ๆ ไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดมากพอสมควร การเปิดสถาบันสอนทางด้านนี้จึงตอบสนองต่ออาชีพได้ในเชิงลึก ต่อมาเริ่มมีหลักสูตรด้านผู้ประกาศ (ปัจจุบันไม่มีแล้ว) และเป็นที่รู้จักมากขึ้น และรู้จักคนในสายอาชีพบันเทิงมากขึ้น เลยร่วมมือกันวางหลักสูตร และสอนอย่างจริงจัง โดยเริ่มจากหลักสูตรระยะสั้น จนต่อมาปี พ.ศ. 2546 เริ่มมีการสอนที่เป็นระบบมากขึ้น มีหลักสูตรการเรียนที่หลากหลาย และได้เปลี่ยนชื่อสถาบันเป็น Gen x Academy มาจนถึงปัจจุบัน และปี พ.ศ. 2550 ได้เปิดคลื่นวิทยุ Radio Ok ซึ่งออกอากาศทั่วประเทศ

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

มีนโยบายในการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถสายอาชีพบันเทิง ไปพร้อม ๆ กับการรับผิดชอบต่อสังคม โดยมี วัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก สายอาชีพ ตามความต้องการ และความสามารถ
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพอาชีพได้จริงตามสายงาน
3. เพิ่มเติมความรู้ และความเชี่ยวชาญให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์ในสายอาชีพมากยิ่งขึ้นในแต่ละแขนงที่เลือก

เป้าเหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

ระยะสั้น ทำสถาบันให้ได้มาตรฐานของ สกอ. ตามที่วิชาชีพรับรอง เพื่อที่จะนำประกาศนียบัตรไปโอนเทียบ เพื่อต่อในระดับปริญญาตรีได้

ระยะยาว สร้างบุคลากรให้มีอาชีพด้านบันเทิงที่ชัดเจน ขยายหลักสูตรมากขึ้นเพื่อรองรับกับตลาด และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่าง ๆ

จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน

ด้านบุคลากร 1. มีการคัดเลือกบุคลากรที่อยู่วิชาชีพบันเทิง มีประสบการณ์ 10 ปีขึ้นไป

2. มีจิตรใจเป็นครู เป็นผู้ให้

3. สามารถถ่ายทอดได้

ด้านอุปกรณ์ 1. มีการอัพเดทอุปกรณ์เครื่องมือ

2. มีสตูดิโอที่ได้มาตรฐาน

3. ได้ใช้อุปกรณ์จริงและสามารถนำไปใช้ได้จริงในการทำงาน

ด้านหลักสูตร 1. มีการปรับหลักสูตรอยู่เสมอ

2. อ้างอิงตำราเรียนจากหนังสือต่างประเทศหลายแหล่ง

3. เป็นธุรกิจที่เน้นความหลากหลายด้าน

2. บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ประเภท	: บริษัทจำกัด
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	: 31 กรกฎาคม 2545
ทุนจดทะเบียน	: 75,000,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการอบรมเกี่ยวกับการแสดงละครโทรทัศน์ ประกอบกิจการโรงเรียนหรือสถาบันที่เกี่ยวกับการสอน การฝึกอบรม
ที่ตั้ง	: 27/1 หมู่ที่ 4 ต.บางม่วง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140

กรรมการ : คุณสมชาติ อินทรสูตร
คุณจาฤก กัลย์จาฤก
คุณปนัดดา ธนสถิตย์
คุณเอ็กซัน บินหะซัน
คุณจิตรลดา ดิษยนันท์

ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของสถาบัน

เริ่มจาก บริษัทกันตนา มีการผลิตละคร เลยมีไอเดียร์ที่จะ ผลิตนักแสดงเพื่อมารองรับในการผลิตละคร จึงมีการพัฒนามาจากแผนก Casting มาเป็น Kantana Casting Center เมื่อปี 2545 และได้มีหลักสูตรด้านการแสดงอย่างเป็นทางการ และต่อมาปี 2547 ได้เปลี่ยนเป็นกันตนา ดราม่า สคูล ปี 2548 ได้มีการจัดตั้งเป็นบริษัท กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยแบ่งการบริหารจัดการเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่าย Broadcasting and Film Academy ซึ่งมีการเรียนการสอนแบบระยะสั้น แบ่งเป็น Drama School , Animation School , Film School , TV School และ Oversea Courses ส่วนอีกฝ่าย คือ ฝ่าย International College (อุดมศึกษา) ซึ่งมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหิดล ในการเปิดหลักสูตรระดับปริญญาตรี ด้าน Entertainment Media แบ่งเป็น TV Production , Film Production และ Animation Production ซึ่งมีการเรียนการสอนตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

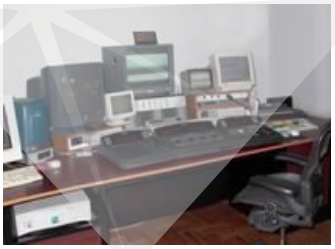
ทางสถาบันได้ถือเอาการศึกษาอบรมเป็นหนึ่งในนโยบายหลัก ด้วยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพบุคลากร เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจของบริษัท รวมถึงภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โทรทัศน์ ละคร และแอนิเมชั่น โดยในแต่ละปีได้สนับสนุนการศึกษาอบรมและดูงานหลากหลายรูปแบบ อาทิ ให้ความร่วมมือรับนักศึกษาฝึกงาน ต้อนรับคณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จัดอบรมหลักสูตรหลายระดับให้กับบุคคลากรขององค์กรต่างๆ เปิดสอนหลัดสูตรระยะสั้นด้านการแสดง และหลักสูตรระดับอุดมศึกษา โดยมีความร่วมมือทางการศึกษากับสถาบันการศึกษาในประเทศและต่างประเทศหลายรูปแบบ

เป้าเหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

ระยะสั้น 1. บริการด้านการศึกษา และร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

ระยะยาว 1. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาด้านการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลากรด้านการแสดง ผลิตรายการโทรทัศน์ และภาพยนตร์

2. จัดตั้งสถาบันกันตนา ให้เป็นสถาบันสอน หลักสูตรศิลปศาสตร์บัณฑิตด้านภาพยนต์และแอนิเมชั่น



จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. เน้นสอนหลักสูตรเชิงปฏิบัติการ ได้ปฏิบัติงานจริง พร้อมเข้าสู่อุตสาหกรรม

2. ทางสถาบันมีธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่น สามารถติดต่อกับองค์กรภายนอกได้ง่ายในการร่วมมือทางธุรกิจ

3. สามารถเข้าถึงเครื่องมืออุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี

3. The school of audio engineering(SAE) การเรียนการสอนด้านวิศวกรรมเสียง

ประเภท : บริษัทจำกัด

วันเดือนปีที่จดทะเบียน : 17 ตุลาคม 2545

ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท

ประเภทธุรกิจ : โรงเรียนสอนพื้นฐานและทฤษฎีเบื้องต้นของระบบแสงเสียง

ที่ตั้ง : 46 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 02-256-0000

กรรมการ : คุณชัชวาล กาญจนชัยภูมิ
คุณเกษมสิน กาญจนชัยภูมิ
คุณไชยวุฒิ ชาญมนูญ
คุณมณีรัตน์ กาญจนชัยภูมิ

ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไปของสถาบัน

เป็นสถาบันการศึกษา ที่ริเริ่มในการจัดการศึกษา ด้าน Creative Media เป็นแห่งแรกในโลก โดยก่อตั้งขึ้น เมื่อปี คศ.1976 และปัจจุบัน เรามีสาขาทั้งสิ้น 49 สาขา ใน 4 ทวีปทั่วโลก
ผู้สำเร็จการศึกษา จากสถาบัน SAE ต่างเป็นผู้นำ ในอุตสาหกรรมบันเทิงหลายด้าน เช่น ทำงานเป็นวิศวกรด้านเสียง, การผลิตภาพยนตร์, งานมัลติมีเดีย และแอนิเมชั่น
สำหรับในประเทศไทยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ เดือนตุลาคม 2544 โดยเริ่มมีการเรียนการสอนด้านวิศวกรรมเสียง ภาษาที่ใช้ในการสอนเป็นภาษาอังกฤษ ระยะเวลาเรียน 9 เดือน (เวลาปกติ Full time) และ 12 เดือน (เวลาพิเศษ Part time) และมีการสอนหลักสูตรระยะสั้นด้านการผลิตดนตรีอิเล็คทรอนิค ใช้ระยะเวลาเรียน 3 เดือน ส่วนด้านการผลิตสื่อภาพยนตร์ด้วยระบบดิจิตอล เริ่มเปิดสอนเมื่อ ปี 2549 โดยใช้ระยะเวลาเรียน 9 เดือนใช้ภาษาอังกฤษในการสอนเช่นกัน ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร 150,000 บาท

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือก สายอาชีพ ตามความต้องการ และความสามารถ
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพอาชีพได้จริงตามสายงาน
3. เพิ่มเติมความรู้ และความเชี่ยวชาญให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์ในสายอาชีพมากยิ่งขึ้นในแต่ละแขนงที่เลือก

กลุ่มเป้าหมายหลัก

1. จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี
2. ทำงานด้านธุรกิจบันเทิง
3. ผู้ที่สนใจด้านวิศวกรรมเสียง ด้านการผลิตสื่อภาพยนตร์ด้วยระบบดิจิตอล และด้านการผลิตดนตรีอิเล็คทรอนิค

จุดเด่นและข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. เป็นสถาบันที่มีแฟรนไชน์จากประเทศออสเตรเลีย
2. มีอาจารย์ผู้สอนจากต่างประเทศ เป็นผู้มีประสบการณ์ ในงานอุตสาหกรรมด้านเสียง และการผลิตเพลง ระดับมืออาชีพ
3. สามารถศึกษาต่อ ในระดับปริญญาตรี ภายใต้การรับรอง ของมหาวิทยาลัย Middlesex ประเทศอังกฤษ

ภาคผนวก จ

รายละเอียดอุปกรณ์

ห้องตัดต่อ Mac Editing

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1	**Apple**	**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** **<u>HD Editing Set w/AJA LHe</u>** **Mac Pro Xeon** -Two 3.2 GHz Quad – Core Intel Xeon Processors -320 GB Serial ATA 3 Gb /s ,Ram 4 GB -ATI Radeon HD 2600 XT 256 MB -16x SuperDrive (DVC+R DL/DVD+RW /CD-RW) -Keyboard / Mignty Mouse USB -Hard disk 4TB (1TB x4) , Raid card	**499,500.00**	**สอบถามล่าสุด 17 กันยายน 2552**
	Apple	**30-inch Cinema HD Display LCD**		
	Apple	**Software Final Cut Studio 2** -Final Cut Pro 6, DVD St 4, Motion 3, Soundtrack Pro 2 Color, Composser3		
	AJA	**KONA LHe w/KL-Box**		
	Caldigit	**FirewireVR 1TB** Harddisk External FW and USB		
	APC	**UPS 1500VA BR-1500i**		
	Roxio	**Toast Titanium 9.0 License**		
	Yamaha	**HS50M** Powered Monitor speaker 70 w./คู่		
	Sony	TV Monitor 32 นิ้ว LCD		

		Wiring , Installation and Training		
	Sony	Digital HDV 1080i Video cassette Recorder HDV		
		<u>ครุภัณฑ์</u>	**200,000.00**	
3		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1	**Sony**	หูฟังไร้สาย		
1		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
1		ไมโครโฟน ไดนามิก SEKAKU PRO 12L		
	Total		**699,500.00**	

ห้องตัดต่อ Non-Linear Editing

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
2		**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** เครื่องเล่นเทป CASSETTE TAPE RECORDER TC-WR745S	**1,210,000.00**	
2	**SONY**	จอมอนิเตอร์ 14 นิ้ว SONY PVM-1450QM		
1		Technical Console (ไม้)		
1	**HP**	CPU HP INTEL Xeon 5160 3.00 4MB/1333 DC 2ND		
2	**HP**	HP LCD Monitor W1907 19 นิ้ว		
1	**HP**	KEYBOARD HP		
1	**HP**	MOUSE HP		
		UPS Energuwave 1.5 KVA Srpro-1500		
1		Speaker Altec Lancing(1 ชุดมี 2 ลำโพง)		
1		VTR Player/Recorder SONY HVR-M15P		

		(เครื่องเล่นและบันทึกเทป)		
1		24 Ethernet 10/100/1000 ports Cisco Catalyst 2960		
1		Condencing ENER COV 18000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
1		Fancoil ENER COV 18000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
		Non-Linear Editing Software Avid Liquid 7.1Pro		
		<u>ครุภัณฑ์</u>	**200,000.00**	
3		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1		หูฟังไร้สาย		
1		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
1		ไมโครโฟน ไดนามิก SEKAKU PRO 12L		
	Total		**1,410,000.00**	

ห้องสตูดิโอ (Sound Recording Studio)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1		**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** เครื่องเล่นคอมแพคดีสด์ TECHNICS SL-PS900	**1,200,000.00**	
1	**SONY**	เครื่องเล่นเทป TASCAM รุ่น 202 MK3		
1		Technical Console (ไม้)		
1	**HP**	CPU HP INTEL Cor2 Duo 5160 3.00 4MB/800		

1	**HP**	HP LCD Monitor L1740 17 นิ้ว		
1	**HP**	KEYBOARD HP		
1	**HP**	MOUSE HP		
		UPS Energuwave 1.5 KVA Srpro-1500		
1	**YAMAHA**	Digital Recording Console YAMAHA 01V96V2 (เครื่องผสมสัญญาณเสียง)		
1		CD Player Tascam CD-01U PRO		
1		CD Player / Recorder Tascam CD-RW2000		
2	YAMAHA	Power Monitor Speaker YAMAHA MSP5 (ลำโพง)		
1		Headphone Amplifier 4 ch. Tascam 40 MK II		
2		Conderser Microphone AKG C300B		
1		Video Delay OSL Delay Line (ตังหน่วงสัญญาณภาพ)		
1		Audio Jack Field 2*24 (2u) AVP AJ-A224EL-AIS พร้อม 2 Audio Patch Cord(ตัวเปลี่ยนสัญญาณ Input)		
1		Distribution Amplifier Canford DA-IT		
2		Condencing ENER COV 24000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
2		Fancoil ENER COV 24000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
1		2 Audio Patch Cord AVP LPC-2-Yellow (ตัวเปลี่ยนสัญญาณ Input)		
1		Audio Editing Workstation with Software Digidesing DIGI003		
2	**shure**	ที่กันลมสำหรับห้องบันทึกเสียง (Pop Filter		

2		หูฟัง AKG K100		
1		**<u>ครุภัณฑ์</u>**	**200,000.00**	
4		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1		โต๊ะ		
2		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
	Total		**1,400,00.00**	

ห้องสำนักงาน (Office)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
5		เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด		
1		Scanner		
7		ชุดโต๊ะทำงาน		
2		ตู้เก็บเอกสาร		
2		โทรศัพท์		
1		Fax		
1		เครื่องถ่ายเอกสาร		
	Total		**500,000.00**	

ห้องเรียน (Classroom)

Item	Brand	Description	ราคา	
3		เครื่องคอมพิวเตอร์		
20		ชุดโต๊ะเรียน		
		อุปกรณ์ตกแต่งห้อง		
	Total		**100,000.00**	

ห้องเรียนการแสดง (Acting Room)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1		ชุดโต๊ะทำงาน		
		อุปกรณ์ตกแต่งห้อง		
	Total		**50,000.00**	

ห้องสมุดภาพยนตร์และเบเกอร์รี่ (Films Library and Shop)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
3		เครื่องคอมพิวเตอร์		
3		ชั้นวางหนังสือ		
		หนังสือ		
1		ตู้เย็น		
1		โทรทัศน์ 24 นิ้ว		
1		เครื่องเล่น DVD		
5		ชุดโต๊ะ เก้าอี้		
1		ชุดโซฟา		
1		เครื่องปั่นน้ำผลไม้		
1		เครื่องปั่นน้ำผลไม้		
	Total		**200,000.00**	

ภาคผนวก จ

รายละเอียดอุปกรณ์

ห้องตัดต่อ Mac Editing

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1	**Apple**	**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** **<u>HD Editing Set w/AJA LHe</u>** **Mac Pro Xeon** -Two 3.2 GHz Quad – Core Intel Xeon Processors -320 GB Serial ATA 3 Gb /s ,Ram 4 GB -ATI Radeon HD 2600 XT 256 MB -16x SuperDrive (DVC+R DL/DVD+RW /CD-RW) -Keyboard / Mignty Mouse USB -Hard disk 4TB (1TB x4) , Raid card	**499,500.00**	**สอบถามล่าสุด 17 กันยายน 2552**
	Apple	**30-inch Cinema HD Display LCD**		
	Apple	**Software Final Cut Studio 2** -Final Cut Pro 6, DVD St 4, Motion 3, Soundtrack Pro 2 Color, Composser3		
	AJA	**KONA LHe w/KL-Box**		
	Caldigit	**FirewireVR 1TB** Harddisk External FW and USB		
	APC	**UPS 1500VA BR-1500i**		
	Roxio	**Toast Titanium 9.0 License**		
	Yamaha	**HS50M** Powered Monitor speaker 70 w./คู่		
	Sony	TV Monitor 32 นิ้ว LCD		

		Wiring , Installation and Training		
	Sony	Digital HDV 1080i Video cassette Recorder HDV		
		<u>ครุภัณฑ์</u>	**200,000.00**	
3		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1	**Sony**	หูฟังไร้สาย		
1		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
1		ไมโครโฟน ไดนามิก SEKAKU PRO 12L		
	Total		**699,500.00**	

ห้องตัดต่อ Non-Linear Editing

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
2		**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** เครื่องเล่นเทป CASSETTE TAPE RECORDER TC-WR745S	**1,210,000.00**	
2	**SONY**	จอมอนิเตอร์ 14 นิ้ว SONY PVM-1450QM		
1		Technical Console (ไม้)		
1	**HP**	CPU HP INTEL Xeon 5160 3.00 4MB/1333 DC 2ND		
2	**HP**	HP LCD Monitor W1907 19 นิ้ว		
1	**HP**	KEYBOARD HP		
1	**HP**	MOUSE HP		
		UPS Energuwave 1.5 KVA Srpro-1500		
1		Speaker Altec Lancing(1 ชุดมี 2 ลำโพง)		
1		VTR Player/Recorder SONY HVR-M15P		

		(เครื่องเล่นและบันทึกเทป)		
1		24 Ethernet 10/100/1000 ports Cisco Catalyst 2960		
1		Condencing ENER COV 18000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
1		Fancoil ENER COV 18000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
		Non-Linear Editing Software Avid Liquid 7.1Pro		
		<u>ครุภัณฑ์</u>	**200,000.00**	
3		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1		หูฟังไร้สาย		
1		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
1		ไมโครโฟน ไดนามิก SEKAKU PRO 12L		
	Total		**1,410,000.00**	

ห้องสตูดิโอ (Sound Recording Studio)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1		**<u>อุปกรณ์เพื่อการศึกษา</u>** เครื่องเล่นคอมแพคดีสด์ TECHNICS SL-PS900	**1,200,000.00**	
1	**SONY**	เครื่องเล่นเทป TASCAM รุ่น 202 MK3		
1		Technical Console (ไม้)		
1	**HP**	CPU HP INTEL Cor2 Duo 5160 3.00 4MB/800		

1	**HP**	HP LCD Monitor L1740 17 นิ้ว		
1	**HP**	KEYBOARD HP		
1	**HP**	MOUSE HP		
		UPS Energuwave 1.5 KVA Srpro-1500		
1	**YAMAHA**	Digital Recording Console YAMAHA 01V96V2 (เครื่องผสมสัญญาณเสียง)		
1		CD Player Tascam CD-01U PRO		
1		CD Player / Recorder Tascam CD-RW2000		
2	YAMAHA	Power Monitor Speaker YAMAHA MSP5 (ลำโพง)		
1		Headphone Amplifier 4 ch. Tascam 40 MK II		
2		Conderser Microphone AKG C300B		
1		Video Delay OSL Delay Line (ตังหน่วงสัญญาณภาพ)		
1		Audio Jack Field 2*24 (2u) AVP AJ-A224EL-AIS พร้อม 2 Audio Patch Cord(ตัวเปลี่ยนสัญญาณ Input)		
1		Distribution Amplifier Canford DA-IT		
2		Condencing ENER COV 24000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
2		Fancoil ENER COV 24000 BTU (พร้อมอุปกรณ์และค่าติดตั้ง)		
1		2 Audio Patch Cord AVP LPC-2-Yellow (ตัวเปลี่ยนสัญญาณ Input)		
1		Audio Editing Workstation with Software Digidesing DIGI003		
2	**shure**	ที่กันลมสำหรับห้องบันทึกเสียง (Pop Filter		

2		หูฟัง AKG K100		
1		**<u>ครุภัณฑ์</u>**	**200,000.00**	
4		เก้าอี้ล้อเลื่อนบุหนัง		
1		ตู้เอกสาร		
1		โต๊ะ		
2		ขาไมค์ตั้งโต๊ะ		
	Total		**1,400,00.00**	

ห้องสำนักงาน (Office)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
5		เครื่องคอมพิวเตอร์ครบชุด		
1		Scanner		
7		ชุดโต๊ะทำงาน		
2		ตู้เก็บเอกสาร		
2		โทรศัพท์		
1		Fax		
1		เครื่องถ่ายเอกสาร		
	Total		**500,000.00**	

ห้องเรียน (Classroom)

Item	Brand	Description	ราคา	
3		เครื่องคอมพิวเตอร์		
20		ชุดโต๊ะเรียน		
		อุปกรณ์ตกแต่งห้อง		
	Total		**100,000.00**	

ห้องเรียนการแสดง (Acting Room)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
1		ชุดโต๊ะทำงาน		
		อุปกรณ์ตกแต่งห้อง		
	Total		**50,000.00**	

ห้องสมุดภาพยนตร์และเบเกอร์รี่ (Films Library and Shop)

Item	Brand	Description	ราคา	หมายเหตุ
3		เครื่องคอมพิวเตอร์		
3		ชั้นวางหนังสือ		
		หนังสือ		
1		ตู้เย็น		
1		โทรทัศน์ 24 นิ้ว		
1		เครื่องเล่น DVD		
5		ชุดโต๊ะ เก้าอี้		
1		ชุดโซฟา		
1		เครื่องปั่นน้ำผลไม้		
1		เครื่องปั่นน้ำผลไม้		
	Total		**200,000.00**	

ประวัติการศึกษา

ชื่อ – สกุล	: อุรพงศ์ แพทย์คชา
วัน เดือน ปี เกิด	: 6 กรกฎาคม 2526
วุฒิการศึกษา	: ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ วิชาเอกภาพยนตร์ วิชาโทศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962