

# ปรัชญา ปิ่นแก้ว

“ คนไทยยังอ่อนเรื่องการตลาด ฝีมือเก่งจริง  
แต่อ่อนเรื่องความคิดและประสบการณ์ ”

**ปรัชญา ปิ่นแก้ว**  
ผู้กำกับภาพยนตร์,  
นักเขียนบทภาพยนตร์,  
ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์

# Guru Talk

กว่าจะได้ทำงานเป็นมืออาชีพในสายงานดิจิทัลมีเดีย แต่ละคนต้องเจออะไรกันบ้าง โชคดีที่มีรุ่นพี่ศิษย์เก่าคณะดิจิทัลมีเดีย และเหล่าอาจารย์พิเศษ ที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการนี้มาให้คำแนะนำ และบอกเล่าประสบการณ์ของคุณให้คนรักงานออกแบบสื่อรุ่นใหม่ได้นำไปใช้เป็นแนวทาง

## ตัวจริงเสียงจริง

หากเอ่ยชื่อ ปรัชญา ปิ่นแก้ว หลายคนคงนึกถึงภาพยนตร์ชื่อดังของโลกอย่าง องค์กรบาก แน่นอน แต่กว่าเขาจะได้มายืนบนจุดนี้ ในระดับผู้ควบคุมการสร้าง หรือ โปรดิวเซอร์ เขาแทบเป็นคนแรก ๆ เลยที่จับงานดิจิทัลมีเดียในวงการโฆษณา มีสิดิวดีโอ จนถึงภาพยนตร์ ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่พวกเราชาวดิจิทัลมีเดียได้มีโอกาสพูดคุยกับคุณปรัชญาแบบส่วนตัวจริง ๆ ถึงแนวโน้มทางการตลาดของสื่อดิจิทัลในวงการบินไทย รวมไปถึงจุดเด่นจุดด้อยของสายอาชีพนี้ เพื่อเราจะได้หาแนวทางในการผลิตและสนับสนุนนักผลิตสื่อดิจิทัลดี ๆ ให้กับเมืองไทยต่อไป

“ในเมืองไทยในสมัยก่อน ประมาณ 20 ปีที่แล้ว เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic : CG) ยังเป็นเรื่องใหม่ และนำมาใช้กันผิด ๆ สมัยนี้ดีขึ้นมากแล้ว รู้จักนำ CG มาใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ ในการผลิตงาน อย่างเช่น ช่วยในเรื่องประหยัดต้นทุนและเวลา แต่บางทีก็มากเกินไป บางเรื่องไม่จำเป็นต้องใช้ CG ก็ใช้ ทำให้คุณค่าของมันน้อยลง”

“คนไทยยังอ่อนเรื่องการตลาด ฝีมือเก่งจริง แต่อ่อนเรื่องความคิดและประสบการณ์ ยิ่งปัจจุบันการแข่งขันสูง บริษัทที่ผลิตงาน CG ดี ๆ ก็มีเยอะ นักออกแบบ CG รุ่นใหม่ หรือนักศึกษาก็มีมาก ทำให้มีการตัดราคากันเกิดขึ้น มูลค่าของงานจึงต่ำลง ทั้ง ๆ ที่คุณภาพบางชิ้นงานเทียบเท่าฮอลลีวูดได้เลย”

“สิ่งหนึ่งที่เป็นจุดอ่อนของนักผลิตงาน CG ในเมืองไทยคือ ในยุคแรก ๆ จะหาคนที่เก่งทั้งศิลปะและใช้คอมพิวเตอร์สองอย่างในคนเดียวกันยากมาก ๆ แต่เดี๋ยวนี้ดีขึ้นแล้ว อีกอย่างถึงจะเก่งทั้งศิลปะและการใช้คอมพิวเตอร์ แต่ไม่เก่งด้านธุรกิจ และชอบทำงานแบบ One Man Show คือ เก่งนะ เก่งจริง แต่ทำคนเดียว ไม่ได้รวมกันเป็นทีม ทำให้เราด้อยกว่าโปรดักชั่นต่างประเทศ ฝีมือดีแต่อ่อนเรื่องการจัดการก็จบแล้ว นั่นคือเหตุผลว่าทำไมเราจึงต้องสนับสนุนให้พวกเขาได้เรียนเรื่องการจัดการและการทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ ไปพร้อม ๆ กัน”

“ที่สำคัญ คนไทยเองยังไม่ไว้วางใจฝีมือการทำ CG ของคนไทยกันเอง ทั้ง ๆ ที่คนไทยมีข้อดีคือสามารถทำได้หลาย ๆ อย่างในคน ๆ เดียว ที่สำคัญต้นทุนถูกมาก ๆ ถ้าเทียบกับเมืองนอก เราจึงควรจะแข่งกับต่างชาติเน้นที่ฝีมือและราคาไปเลย ออกบูธต่างประเทศก็โชว์เน้น ๆ เรื่องราคาแบบไม่ต้องค่อยมาปรับราคาทีหลังก็ได้ สิ่งสำคัญในตอนนี้ คือ โอกาส”

“สุดท้ายก็อยากจะเน้นเรื่องการกล้าคิดและกล้าทำทำงานดี ๆ เจ๋ง ๆ ให้คนถามว่า ทำได้ยังไง ใครเป็นคนทำ แล้วราคาเท่าไร ถ้าเราทำได้เนะ ทุกอย่างที่ฝันไว้ก็จะเป็นจริงไม่ช้าไปหรอกครับ”