

# สนัด

## เลาหบุตรณะกิจ

### สปีด

คือหัวใจของคนทำธุรกิจยุคนี้





นอุตสาหกรรมการ์ตูนไทย ถ้าใครบอกว่าไม่รู้จัก “ชายหัวเราะ” หรือไม่รู้จัก “ปังปอนด์” คนฟังก็ คงงงๆ นะ ว่าเป็นไปได้ไง แม้การ์ตูนชายหัวเราะจะมีอายุกว่า 40 ปีแล้วก็ตาม แต่การ์ตูนเล่มนี้ก็ ยังเป็นที่รู้จักและอยู่ในกระแสการ์ตูนเมืองไทยมาตลอด โดยเฉพาะเมื่อคาแรกเตอร์ในการ์ตูนชาย หัวเราะ เริ่มออกมาโลดแล่นในโลกแอนิเมชัน การ์ตูน “ไอ้ตัวเล็ก” ในนาม “ปังปอนด์” จากลาย เส้นของ “ต่าย-ภักดี แสนทวีสุข” ถูกนำมาพัฒนาเป็นการ์ตูนแอนิเมชันซีรีส์ 3 มิติเรื่องแรกของ ไทย โดยการบริหารของ “สันติ เลาทบทรณะกิจ” กรรมการบริหาร บริษัท วิริตา แอนิเมชัน จำกัด

“สันติ” จบปริญญาตรีด้านการตลาด และโทการบริหาร ที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ หรือเอแบค และ ยังได้ทำงานด้านการตลาด ทั้งที่บริษัท โพรโมสต์ (ประเทศไทย)ฯ บริษัท บริสตอล ไมเยอร์สควิบบ์ และบริษัท ยูนิลีเวอร์โฮลดิ้ง และเริ่มเข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้จัดการทั่วไป ที่บริษัท วิริตา แอนิเมชันฯ ตั้งแต่ปี 2544 เขายัง เป็นอุปนายกและผู้ก่อตั้ง สมาคมแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกประเทศไทย เป็นอาจารย์พิเศษและ กรรมการกำกับมาตรฐานหลักสูตรอีกหลายมหาวิทยาลัย

การบริหารคาแรกเตอร์การ์ตูนไทย ถือเป็นความท้าทายที่ผู้บริหารคนนี้ต้องฟันฝ่าไปให้ได้ เขาบอกว่า ถึงแม้การตอบรับจะค่อนข้างดี แต่เด็กไทย หรือคนดูการ์ตูนก็มีทางเลือกเยอะ เพราะประเทศไทยเปิดเสรีให้ การ์ตูนต่างชาติเข้ามาได้ง่ายๆ ทำให้ตอนนี้มีการ์ตูนนานาชาติเยอะแยะไปหมด ทั้งเนื้อหาและลายเส้น หลายๆ เรื่องเป็นที่นิยม แต่โชคดีที่ยังพอมีที่ว่างให้การ์ตูนไทยอย่าง ชายหัวเราะ หรือปังปอนด์ รวมทั้งหนูหินได้ยืน

“ถ้าเราไปยอมแพ้การ์ตูนต่างชาติ ก็ยิ่งไม่มีการ์ตูนไทยดู หากดูจากช่องทางต่างๆ ทั้งหนึ่ง ที่วี มีสัดส่วนการ์ตูนไทยน้อยมาก ส่วนใหญ่มีแต่การ์ตูนต่างชาติ การสนับสนุนจริงๆ จากภาครัฐก็ไม่เยอะ และไม่มี การปกป้องการ์ตูนไทยเท่าไร ที่สำคัญยังคงเปิดเสรีการ์ตูนอยู่ ตรงนี้ทำให้เราต้องแข่งขัน และหาจุดที่แตกต่าง ให้ได้”

“สันติ” มีความเชื่อมั่นในการ์ตูนไทย และเชื่อมั่นในคุณภาพของการ์ตูนในเครือบรรลือสาส์น...ผม มั่นใจทั้งการ์ตูน และทีมงานทั้งทีมคอนเทนต์และการตลาด ทำให้ไม่รู้สึกหนักใจ และทำงานด้วยความ สนุกสนาน เพราะแต่ละโจทย์ที่ได้มา ทำให้เราเก่งขึ้น เช่น ชายหัวเราะ จุดยืนคือความฮา ความตลก เราจะนำ ความสนุกตรงนี้ไปสู่เด็กๆ ได้อย่างไร เราเป็นคนทำเนื้อหา ทำคอนเทนต์ เราต้องไหลไปตามประเภทของตัว มีเดียให้ได้ ไม่ว่ามีเดียจะเป็นอะไรก็ตาม เราต้อง transform ไปตามมีเดียนั้นให้ได้ อย่างตอนนี้เป็นสมาร์ทโฟน หรือต่อไปเป็นอย่างอื่น เราก็ต้องไหลไปให้ได้

ที่ผ่านมามีคาแรกเตอร์การ์ตูนของชายหัวเราะ ได้รุกช่องทางทีวี ภาพยนตร์ มาจนถึงแอนิเมชันซีรีส์ และยังขยับขยายไปสู่อี-บุ๊ก จนกระทั่งล่าสุดคือ สติกเกอร์ในแอปพลิเคชัน Line ขายในราคา 0.99 ดอลลาร์ สหรัฐฯ ทำยอดขายสูงกว่า 1 แสนดาวน์โหลดภายใน 5 วัน และล่าสุดยังออกสติกเกอร์ Line หนูหิน มาสร้าง กระแสเพิ่มเติม และในอนาคตมีแผนจะนำคาแรกเตอร์อื่นๆ ที่ได้รับความนิยมมาเสนออีกแน่นอน

กรรมการบริหาร วิริตา แอนิเมชัน บอกว่า เขาไม่ได้มุ่งหวังรายได้เป็นกอบเป็นกำจากสติกเกอร์ Line แต่ถือเป็นหนึ่งช่องทางที่วิริตา ต้องทำ เพื่อรองรับกับกระแสนิยมของตลาด และเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนต่อไป ในอนาคต เขาและทีมงานก็พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งตอนนี้เขายังมองว่า เรื่องของแอปพลิเคชันและสมาร์ทโฟน ยังอยู่ในกระแสไปอีกระยะหนึ่ง แต่เมื่อใดที่กระแสเปลี่ยน เขาก็พร้อมที่ จะพัฒนาตาม เช่นเดียวกับกระแสดิจิทัลทีวี ที่กำลังพุ่งพลบกันอยู่ขณะนี้ ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่วิริตา เตรียม ความพร้อมที่จะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง

การบริหารคาแรกเตอร์การ์ตูนไทยในยุคที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงเร็วเช่นนี้ “สันติ” บอกว่า...ทางรอด คือ การปรับตัวเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เมื่อก่อนคนจะพูดว่า “ปลา ใหญ่ กินปลาเล็ก” แต่สมัยนี้มันไม่ใช่แล้ว “ปลาที่ว่ายน้ำเร็ว จะชนะปลาทุกตัว” ซึ่งตอนนี้สปิดของวิริตาฯ ก็ได้ ประมาณหนึ่ง และผมก็พอใจ

จริงๆ แล้ว “สันติ” คือผู้บริหารที่ถูกวางตัวโดย “วิจิต อุตสาหจิต” หรือ “บก.วิจิต” บรรณาธิการและ ผู้ก่อตั้งหนังสือการ์ตูน “ชายหัวเราะ” เขาเป็นคนที่มีมองเห็นการเปลี่ยนแปลง และบอกให้ทุกคนเตรียมพร้อมเข้าสู่ โลกออนไลน์ตั้งแต่เมื่อหลายปีก่อน และ “บก.วิจิต” คนนี้ ก็คือคนที่ให้แนวทางการบริหาร และวิสัยทัศน์ในการ ทำงานกับ “สันติ”...ทั้งหมดก็ได้จากแก่นนี้แหละ ที่ให้แนวคิด และเป็นคนผลักดันเรื่องดิจิทัล ด้วยความเป็น คนทันสมัย ดูว่าโลกเปลี่ยนแปลงอย่างไร แล้วนำมาวางแนวทางของธุรกิจ

เป้าหมายของวิริตา แอนิเมชัน คือการเป็นบริษัทคอนเทนต์ที่อยู่คู่กับสังคมไทย เติบโตและมั่นคง ไม่ว่าฟอร์แมตจะเป็นอะไร โดยไม่ยอมให้ฟอร์แมตมากลืนความเป็นชายหัวเราะ เมื่อมีเรื่องของออนไลน์ ดิจิทัล แอนอนว่าวิริตา ต้องเข้าไป แต่การเข้ามาสู่โลกดิจิทัล ไม่ได้เข้ามาอย่างผลิผลาม แต่เป็นการเข้ามา อย่างไม่ประมาทและทันกับการเปลี่ยนแปลงของสื่อ

“สันติ” ยอมรับว่าแนวทางต่อไปในอนาคต เขายังมองไม่ออกว่าทิศทางของเทคโนโลยีจะเป็นอย่างไร รู้แต่เพียงว่าทุกอย่างยังไหลไปตามสัญญาณเทคโนโลยี อะไรที่ยังเป็นเรื่องของแอปพลิเคชันหรือสมาร์ทโฟน น่าจะยังอยู่เช่นนี้ไปอีกหลายปี สิ่งที่ผู้บริหารอย่างเขามองคือ ไม่ควรไปหมกหมุ่นอยู่แต่กับเรื่องเทคโนโลยี แต่ควรทำคอนเทนต์ที่มีอยู่ของตัวเองให้ดี นั่นแหละคือการเตรียมพร้อมรับตลาดอนาคตที่ดีที่สุด