

4 คนไทย ร่วมแชร์ประสบการณ์ดิจิทัลคอนเทนต์ระดับโลก



ถ้าจะพูดว่าคนไทยไม่แพ้ชาติใดในโลกคำนี้คงไม่เกินจริงไปนัก เมื่อทราบว่ามีคนไทยหลาย ๆ คนที่มีโอกาสได้ทำงานในต่างประเทศพร้อมทั้งสร้างผลงานที่น่าประทับใจสร้างชื่อเสียงให้ทั่วโลกเห็นมานานักต่อนัก แล้วและนั่นคือโอกาสที่สำคัญในการที่พวกเขาเหล่านั้นจะกลับมาเสริมพลังให้กับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของประเทศ

โดยหนึ่งในนั้น คือวงการดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งในงาน “Bangkok International Digital Content Festival 2016” (BIDCF2016) ที่จัดโดย สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ หรือ SIPA ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และ 5 สมาคมด้านดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ที่นอกจากการจัดแสดงผลงานด้านดิจิทัลคอนเทนต์ รวมถึงการเจรจาธุรกิจ อีกหนึ่งกิจกรรมที่สำคัญ และได้รับความสนใจคือการจัดสัมมนาโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทั้งจากไทยและต่างประเทศ ที่มารวมกันในงานนี้อย่างคับคั่ง

หนึ่งในหัวข้อการสัมมนาที่น่าสนใจก็คือ “Reversing Thailand Animation Brain Drain” หรือหัวข้อ “สมองไทยไหลกลับ” ได้ดึงตัวแทนคนไทยที่มีบทบาทในระดับโลก อย่างภาพยนตร์ชื่อดัง Van Helsing, Star Wars หรืออีกหลาย ๆ เรื่องที่เราคาดไม่ถึง และกำลังกลับมามีบทบาทในวงการดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ไม่ว่าจะเป็น “วีรภัทร ชินะนาวิณ” ผู้ก่อตั้งริฟฟ์สตูดิโอที่ได้ร่วมงานกับ Pixar และ Sony Pictures “ปวิชชา อารยะพงษ์” ผู้ก่อตั้งมูน เฮ้าส์ สตูดิโอ และได้ร่วมงานกับ DreamWorks, Lucas Film “รัชพล เลิศวิโรจน์กุล” ทีมสร้างแอนิเมชันของ Sony Pictures Imageworks และ “ปิยวัจน์ นาอาคม” ทีมสร้างตัวการ์ตูนแอนิเมชันระดับฮอลลีวูด ซึ่งทั้ง 4 คน ได้มาแชร์ประสบการณ์เพื่อให้คนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสเรียนรู้งานในระดับอินเตอร์ แบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ ให้กับน้องๆ เยาวชนรุ่นใหม่เห็นแนวโน้มที่ดีของวงการบุคลากรในด้านแอนิเมชันของไทย

“เรื่องของการทำงานในวงการระดับโลกต้องยอมรับว่าสำหรับคนไทยที่ได้ไปสัมผัสครั้งแรกเต็มไปด้วยความตื่นตาตื่นใจในความเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสรวลเยียดแม้แต่จุดเล็กๆ ทำงานเป็นระบบและตรงต่อเวลาตรงนี้สำคัญมาก มันไม่ใช่แค่ทำงานเต็มร้อย แต่ต้องทำถึง 120% ขึ้นไป มาตรฐานการทำงานของเขาสูงแต่รวดเร็ว ยิ่งทำงานเร็วยิ่งได้เปรียบในการควบคุมคุณภาพได้ง่ายขึ้น อย่าง งานแรกที่ต้องเจอคือเรื่อง สตาร์วอลล์ยอมรับว่าแรงกดดันเยอะมาก แต่เมื่อผ่านมาได้ กลับกลายเป็นประสบการณ์ต่างๆสอนให้ทำงานละเอียดขึ้น เรื่องของการทำงานเป็นระบบสำคัญมาก ตรงนี้คนไทยยังไม่ค่อยให้ความสำคัญนัก” ปวิชชา อารยะพงษ์ กล่าวเริ่มต้น

ด้าน ธัชพล เลิศวิโรจน์กุล กล่าวว่า รูปแบบการทำงานของคนไทยกับต่างชาติก็ต่างกัน ฝรั่งเศสไม่ได้ทำงานแบบหามรุ่งหามค่ำอย่างคนไทยเขาทำงานเป็นเวลาขึ้นมาทำงานให้เช้าเพื่อเย็นจะได้กลับไปอยู่บ้านกับครอบครัวทำให้รู้ถึงจุดมุ่งหมายในการทำงานตรงนี้เป็นวินัยที่สำคัญ คนไทยไปใหม่ ๆ ทำงานดึก ๆ ฝรั่งเศสไม่ชอบ!..มันไม่ได้อยู่ที่ชั่วโมงการทำงาน แต่อยู่ที่ใส่อะไรในชั่วโมงที่เราทำงาน

“สำหรับตลาดในเมืองไทยต้องยอมรับว่ายังใหม่อยู่กับเรื่องพวกนี้คนไทยเรามองแต่ภาพรวมของผลงานว่าหนังฮอลลีวูดจะต้องอย่างนั้นอย่างนี้ หรือหิวหาวลัnger แต่ไม่ได้มองไปที่กระบวนการความคิด ขั้นตอนการทำงาน การแข่งขันบ้านเราก็น้อยอยู่ และอย่างที่กล่าวไปแล้วในเรื่องของวินัยการทำงานโดยเฉพาะในวงการคอมพิวเตอร์ กราฟฟิกภาพยนตร์ถือว่าสำคัญมากเพราะต้องทำงานเป็นทีมสะอาดจุดเดียวก็สะอาดหมดและนั่นหมายถึงการสูญเสียมูลค่ามหาศาล และสิ่งที่เด็กไทยที่จะเข้ามาในวงการนี้ต้องรู้ไว้ก็คือ ฝรั่งเศสไม่แซทกันในงาน มีเปิดโอกาสให้พักผ่อนได้ เล่นเกมก็ได้แต่ต้องรู้จักเวลาไม่ให้กวนสมาธิในการทำงาน และต้องรู้จักที่จะเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กรซึ่งย่อมแตกต่างกัน” ปิยวิจน์ นาอาคม กล่าวเสริม

วีรภัทร ชินะนาวัน กล่าวปิดท้ายว่า “ในเรื่องของคุณภาพต้องยอมรับว่าคนไทยเก่งไม่ได้ด้อยไปกว่าต่างชาติแต่เราต้องรู้จักวิเคราะห์งานของตัวเองให้เป็น มองในสิ่งที่แตกต่างให้มาก เรื่องอุปสรรคเราอาจยังสู้ต่างชาติไม่ได้แต่ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องสำคัญเพราะเราเรียนรู้ได้ไว ที่สำคัญต้องเข้าใจว่าเมื่อโลกหมุนไปอุปสรรคก็ต้องเปลี่ยนไปแต่แอนิเมชันยังอยู่ ทุกวันนี้คนไทย ผลงานของไทยๆเราอยู่ในสายตาของต่างชาติมากขึ้นที่สำคัญคือการรักษามาตรฐานและมุ่งหน้าพัฒนาต่อไป”

ถือเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรที่กำลังพัฒนาตนเอง และเป็นแนวโน้มที่ดี ที่ยืนยันได้ว่า คนไทยไม่แพ้ชาติใดในโลกจริง ๆ และหากคนไทยนำเอาโอกาสที่ได้สัมผัสประสบการณ์มาเสริมสร้างพัฒนาบุคลากรไทยได้อย่างถูกต้อง นั่นยิ่งเป็นการเปิดทางให้ความสำเร็จของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย สว่างไสวในระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี...