

The Proceedings of the 11th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ ๑๑

วันศุกร์ที่ ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔

เวลา ๐๘.๓๐ น. - ๑๒.๓๐ น.

ณ มหาวิทยาลัยสยาม



ด้วยระบบการประชุมทางไกล
ผ่านจอภาพ โดยแอปพลิเคชัน
Google Meet



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ
อภิปรายงานวิจัยและงานสร้างสรรค์

- ศาสตราจารย์กิตติคุณ เมตตา วิวัฒนานุกูล
- รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช
- รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์
- รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์
- รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมานิชญ์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา ทิมเมือง
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนนท์

จัดโดย

เครือข่ายนิเทศศาสตร์ และสมาคมธุรกิจถ่ายภาพ

แนวทางการสร้างสรรค์สื่อนิทานเสียงเพื่อความชื่นชอบของเด็กปฐมวัย	
• นท พูนไชยศรี, จุฑา มนต์ไพบูลย์ และธนามล ธนสถิตย์	111
กระบวนการสร้างสรรค์สื่อเสียงเพื่อสร้างความผ่อนคลาย : เทียวทิพย์	
• ชญาณี ฉลาตธัญญกิจ	121
งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายเชิงสารคดีชุด “New Normal”	
• นริส พิเชษฐพันธ์	127
องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ภาพถ่ายด้วยการเลือกใช้ความไวชัตเตอร์เพื่อ การสื่อสาร	
• ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง	137
การสร้างสรรค์ภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศ	
• ชนาธิป ศังฆะธร และจุฑา มนต์ไพบูลย์	151
วิถีโฮสติรมมิ่ง : การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของธุรกิจสื่อบันเทิงออนไลน์กับการ เปลี่ยนแปลงในยุคโควิด-19	
• บริรักษ์ บุญยรัตพันธุ์	159
แนวโน้มการรับชมภาพยนตร์ : ความท้าทายต่อวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	
• กรกช แสนจิตร และธีรภัทร พงุฤทธิ์	169
การปรับเปลี่ยนของโมเดลสิ่งไทยในยุคดิจิทัล	
• ณัฐพงศ์ แยมเจริญ	179
การพัฒนาความสามารถในการผลิตบทเรียน โครงการการผลิตบทเรียนออนไลน์ส่งเสริม ศักยภาพในการสอน	
• ประกิจ อาษา และสุชาวัลย์ ธรรมสังวาลย์	191
การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยวบางกอบัว จ.สมุทรปราการ	
• ชุติภา สิงห์ศักดิ์เสรี, ประกิจ อาษา, สุทธิ เรืองรัตนสุนทร และสุชาวัลย์ ธรรมสังวาลย์	205

การปรับเปลี่ยนของโมเดลिंगไทยในยุคดิจิทัล

Thai Modeling Disruption in Digital Era

ณัฐพงศ์ แยมเจริญ * และอภิเชษฐ์ ธนินรัฎฐภัทร์ **

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับเปลี่ยนของธุรกิจจัดหานักแสดงไทยในยุคดิจิทัล โดยศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อออนไลน์ในปัจจุบันของไทยที่มีการใช้เพื่อคัดเลือกนักแสดง รวมถึงการได้มีโอกาสสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับทั้งบริษัทผู้ผลิตงาน บริษัทจัดหานักแสดงและนักแสดงอิสระที่ได้ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางติดต่อในการหางาน และยังถอดประสบการณ์จากตัวผู้เขียนเองที่ยังทำงานในสายวิชาชีพด้านการผลิตสื่อให้กับธุรกิจบันเทิงปัจจุบันพบว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทเพื่อใช้ในการคัดเลือกนักแสดงมีทั้งการไลน์ เฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้านคือ ด้านบริการ ด้านกระบวนการ ด้านตำแหน่งของบริการ และด้านมโนทัศน์ จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจจัดหานักแสดงหรือ โมเดลลิงให้ต้องปรับเปลี่ยนธุรกิจ ได้แก่ 1.ด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพ 2.ด้านการจัดสรรรายได้ให้เป็นธรรม 3.เพิ่มการส่งเสริมพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของนักแสดงในสังกัดอยู่เสมอ 4.แสวงหาเครือข่ายด้านธุรกิจบันเทิงเพื่อเป็นฐานลูกค้าในการรับงาน และ 5.ปรับวิถีคิดมองสื่อสังคมออนไลน์เป็นพันธมิตรและเครือข่ายในการหานักแสดงเพื่อให้สามารถดำเนินต่อไปได้ท่ามกลางความเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ไม่หยุดนิ่ง

คำสำคัญ ธุรกิจจัดหานักแสดง / โมเดลลิงไทย

Abstract

This Academic article has objective of study the disruption of Thai Modeling in digital era by collecting data from study documents, analyzing contents from current online media platform in Thailand. Researching are based on online media for casting talents, interviewing people who involved in the production companies (entertainment industry) and independent talents who use online media platform as an opportunity to get jobs; including experiences from writers who are also working in the field of media production and entertainment business in Thailand.

At present, online media platform are involved in casting talents for the entertainment business in Thailand such as LINE, Facebook and websites. Technology makes changes in The 4 Ps of Innovation and disrupt modeling in Thailand for five

* รองคณบดีฝ่ายวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

** อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

categories; increase management quality of casting system, fair income allocation for talents, development of abilities in various areas of talents, increase the entertainment business's network for opportunities and adaptation for the survival of the entertainment business of Thailand in the digital era.

Keywords Disruption / Digital Era

ที่มาและความสำคัญ

นับตั้งแต่อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของคนในยุคสังคมสารสนเทศ และจัดว่าเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมและสังคมแบบใหม่ (A new cultural and social terrain) ที่ลดข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ในการติดต่อสื่อสาร และตัดคนกลางออกทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารพบกันได้อย่างทันทีทันใดนั้น ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคมมากมาย

ยุคสมัยปัจจุบันที่ถูกดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลง (Transformation) โดยเฉพาะในโลกธุรกิจที่ สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ได้กำลังเปลี่ยนธุรกิจระดับโลกหลายๆ ราย ดิจิทัลจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำงานของโลกธุรกิจ เนื่องจากมีส่วนช่วยในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปลี่ยนสินค้าและบริการที่มีอยู่แล้วให้อยู่ให้กลายเป็นรูปแบบของดิจิทัลแทน แนวคิดนี้ช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการลดขั้นตอนในการทำธุรกิจ และยังช่วยการกำจัดตัวกลางระหว่างบริษัท ดังนั้นอินเทอร์เน็ตไม่เพียงแต่ช่วยให้บริษัทได้ผลิตสินค้าและบริการขึ้นมาในรูปแบบของออนไลน์อย่างเดียวนั้น อิทธิพลที่มีต่อธุรกิจ ยังส่งผลถึงขั้นตอนและกระบวนการทำธุรกิจ ที่ย้ายไปอยู่ในอินเทอร์เน็ตด้วยเช่นกัน รูปแบบการดำเนินธุรกิจมีลักษณะ The Access-over-Ownership Model หรือธุรกิจที่เป็นตัวกลางนำพาผู้บริโภคเข้าถึง สินค้าและบริการจากเจ้าของ ตัวอย่างกำลังเป็นอีกรูปแบบการดำเนินธุรกิจหนึ่งที่เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานให้แตกต่างไปจากเดิมหรือที่เรียกว่า Disruption

ในธุรกิจบันเทิงก็เช่นเดียวกันไม่ว่าจะเป็นสื่อบันเทิงในแขนงใดก็ตามจำเป็นต้องหา “นักแสดง” เพื่อมาถ่ายทอดบทบาทตามที่ต้องการ หรือที่เรียกว่า Casting ในอดีตที่ผ่านมา ผู้ผลิตงานด้านธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ (Production House) จะใช้บริการบริษัทหรือผู้จัดหานักแสดง (Modeling) คอยคัดเลือกนักแสดงที่ตรงกับบทบาทให้ ซึ่งโมเดลลิ่งก็จะมีหน้าที่คอยสอดส่องมองหานักแสดงที่มีบุคลิกต่าง ๆ ไว้ในสังกัดด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การหาเข้าสังกัดโดยวิธีบังเอิญเจอตามที่สาธารณะ การค้นพบนักแสดงตามเวทีประกวด การเห็นนักแสดงผ่านผลงานของสถาบันการศึกษา เป็นต้น โมเดลลิ่งจึงทำหน้าที่ในการจัดหางานเพื่อตอบสนองตามความต้องการของโปรดักชั่นเฮาส์และงานที่โมเดลลิ่งงานนั้นก็จะเป็นงานในวงการบันเทิงโดยส่วนใหญ่โมเดลลิ่งจะมีการทำงานร่วมกับธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจวงการผลิต ธุรกิจจรรยาบรรณวิชาชีพ ธุรกิจหนังสือ ธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ เพราะธุรกิจเหล่านี้ต้องการนักแสดงอย่างต่อเนื่อง การทำงานของโมเดลลิ่งจึงช่วยอำนวยความสะดวกให้อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการหา นักแสดง นายแบบ นางแบบ นักร้อง พิธีกร เอ็มซี ตัวประกอบ พิธีกร โดยโมเดลลิ่งก็จะมีหน้าที่หางานให้กับศิลปินในสังกัดและโมเดลลิ่งก็จะหักค่านายหน้ากับศิลปินเป็นการตอบแทน (บัญญัติ พูลทรัพย์, 2552) เมื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาท ทุกคนสามารถใช้สื่อออนไลน์ได้โดยง่าย ธุรกิจจัดหานักแสดงหรือโมเดลลิ่งจึงต้องเผชิญกับภาวะ “การล่มสลาย เพื่อสร้างใหม่” เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของวัตถุประสงค์การศึกษาของบทความวิชาการนี้คือเพื่อศึกษาการปรับเปลี่ยนของธุรกิจจัดหานักแสดงไทยในดิจิทัล เพราะการปรับเปลี่ยนเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการบริการให้อยู่อย่างสอดคล้องกับยุคสมัยและเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะขึ้นอย่างก้าวกระโดดได้ในทุกขณะ

บทบาทของโมเดลลิ่งและการคัดเลือกนักแสดงในธุรกิจบันเทิง

ในยุคแรกเริ่มของธุรกิจบันเทิงที่ยังไม่ทำรายได้มากนัก และภาพลักษณ์ของดารา นักแสดงยังอยู่ภายใต้วาทกรรม “เดินกิน รำกิน” การคัดเลือกนักแสดงมักมาจากระบบอุปถัมภ์ผ่านการรู้จักจากญาติพี่น้องที่ทำงานอยู่ก่อนแล้วในวงการบันเทิง รวมถึงการมี “แมวมอง” คอยคัดเลือกผู้ที่เข้าตาจากการประกวดในเวทีต่าง ๆ เป็นหลัก ย้อนหลังไปประมาณ 20 ปี เมื่อธุรกิจบันเทิงเริ่มเฟื่องฟูและเป็นที่มาของรายได้มหาศาลกลายเป็น แมวมอง เพื่อการคัดเลือกนักแสดงกลายเป็นอาชีพ และแมวมองเป็นบุคคลผู้ทรงอิทธิพลสำหรับวัยรุ่นเพราะมีเครือข่ายธุรกิจบันเทิงหลากหลายแขนง และสามารถผลักดันวัยรุ่นที่อยากเป็นนักแสดงให้เข้าถึงแหล่งงานได้โดยง่าย โดยรายได้จากการหางานให้นักแสดงในสังกัดมาจากการหักสัดส่วนตามสัญญาที่ตกลงกัน หลังจากนั้นเมื่อธุรกิจบันเทิงเติบโตอย่างก้าวกระโดด แมวมอง ซึ่งเป็นบุคคลจำนวนไม่มากที่มีนักแสดงอยู่ในสังกัดอาจจะไม่เพียงพอกับจำนวนงานที่มากขึ้น เพราะธุรกิจบันเทิงต้องการคนมาทำงานที่หลากหลายอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง การรวมกันจัดตั้งเป็นกลุ่มและในรูปแบบธุรกิจโมเดลลิ่งจึงได้เริ่มก่อตัวขึ้นอย่างเข้มแข็ง โมเดลลิ่งคือบริษัทที่ทำหน้าที่ในการจัดหางานและงานที่โมเดลลิ่งเหล่านั้นจะเป็นงานในวงการบันเทิงโดยส่วนใหญ่โมเดลลิ่งจะมีการทำงานร่วมกับธุรกิจภาพยนตร์ธุรกิจโฆษณาธุรกิจ หนังสือธุรกิจละครโทรทัศน์ธุรกิจการจัดงานการตลาดเชิงกิจกรรมธุรกิจบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ เพราะธุรกิจเหล่านี้ต้องการบุคลากรจากโมเดลลิ่งเพื่อใช้งานดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนักแสดงนายแบบนางแบบพริตตี้เอ็มซีพิธีกรโดยโมเดลลิ่งก็จะมีหน้าที่หางานให้กับศิลปินในสังกัดและโมเดลลิ่งก็จะหักค่านายหน้ากับศิลปินเป็นการตอบแทนโดยการทำงานของโมเดลลิ่งจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจบันเทิงในแขนงต่าง ๆ และในช่วงแรกเริ่มโมเดลลิ่งจะหาดารา นักแสดง นางแบบนายแบบตามพื้นที่สาธารณะ เวทีประกวด สถาบันการศึกษา และระบบการแนะนำจากคนรู้จัก เป็นต้น บัญยง พูลทรัพย์ (2552) ได้สรุปโครงสร้างการคัดเลือกนักแสดงในธุรกิจบันเทิงแต่ละประเภทไว้ดังนี้

1. ธุรกิจโฆษณาธุรกิจโฆษณาจะมีหลักการทำงานโดยเริ่มจากเจ้าของสินค้าและบริการ (Product) ที่มีความประสงค์จะทำการโฆษณาสินค้าหรือบริการของตนจะติดต่อไปทางเอเจนซีโฆษณา (Agency) ตัวเอเจนซีจะทำกรวางแผนการตลาด (Media Planning) ที่เจ้าของสินค้าหรือบริการนั้นต้องการและจะติดต่อผ่านไปยังบริษัทโปรดักชั่น เฮ้าส์ (Production House) ในขั้นตอนนี้โปรดักชั่นเฮ้าส์จะมีหน้าที่รับคำสั่งจากเอเจนซีเพื่อนำคำสั่งนั้นมาผลิตเป็นภาพยนตร์โฆษณา (TVC) หรือภาพนิ่งในบริษัทโปรดักชั่นเฮ้าส์จะมีหน่วยงานที่คัดเลือกศิลปิน (Casting) เพื่อคัดเลือกนักแสดงที่มาทดสอบนั้นเหมาะสมกับบทที่ได้รับหรือไม่ หลังจากที่แคสติ้งทราบรายละเอียดของงาน จากผู้กำกับแล้วว่าต้องการบทใดบ้าง แคสติ้งก็จะเรียกศิลปินผ่านทางโมเดลลิ่ง (Modeling) และขั้นตอนนี้เองโมเดลลิ่งก็จะได้รับงาน และโมเดลลิ่งจะทำการจัดสรรงานไปยังศิลปินที่มีอยู่ในสังกัด

Product >> Agency >> Production House >> Casting >> Modeling >> Artist

2. ธุรกิจหนังสือแฟชั่นธุรกิจหนังสือที่เรากล่าวถึง จะเกี่ยวข้องกับการจัดหานางแบบ นายแบบมาถ่ายแบบโดยธุรกิจนี้จะเริ่มต้นจากบรรณาธิการฝ่ายแฟชั่น กำหนดรูปแบบงานและผ่านไปยัง Stylist ซึ่ง Stylist จะดูเรื่องเสื้อผ้าและแต่งหน้า ทำผม ทั้งหมดและ Stylist นี้เองจะติดต่อไปยังโมเดลลิ่งเพื่อหาศิลปินมาถ่ายแบบ

บรรณาธิการฝ่ายแฟชั่น >> Stylist >> ModelingArtist

3. ธุรกิจจัดกิจกรรมพิเศษ ธุรกิจจัดกิจกรรมพิเศษเริ่มจากเจ้าของสินค้าหรือบริการมีความประสงค์จะทำกิจกรรมพิเศษ (Event) โดยจะติดต่อไปยังบริษัท Organizer เพื่อหาสถานที่ในการทำโปรโมชั่นสินค้าหรือบริการ และ Organizer ก็จัดหาพริตตี้ และเอ็มซีเพื่อมาทำงานกับธุรกิจจัดกิจกรรมพิเศษ

Product >> Organizer >> Modeling >> Artist

4. ธุรกิจวงการเพลง ธุรกิจวงการเพลงเป็นธุรกิจที่อาจจะต้องใช้เวลาในการดำเนินการนานเพราะอาจต้องมีขั้นตอนในการพัฒนาศิลปินด้วยโดยในขั้นตอนนี้เริ่มจากค่ายเพลงเปิดรับศิลปินโดยผ่านมาทางฝ่ายคัดเลือกศิลปินของบริษัทและผ่านมายังโมเดลลิ่งหรือในธุรกิจนี้ทางโมเดลลิ่งเองอาจจะพาศิลปินในสังกัดไปเสนอแก่ค่ายเพลงเองโดยตรง

ค่ายเพลง >> ฝ่ายคัดเลือกศิลปิน >> Modeling >> Artist

5. ธุรกิจละครโทรทัศน์/ภาพยนตร์ ธุรกิจละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่นิยมใช้ศิลปินหน้าเก่าที่เคยมีผลงานอยู่แล้ว แต่ก็ยังมีบางบทที่ยังต้องการนักแสดงหน้าใหม่มาเพิ่มเติมโดยส่วนมากภายหลังจากมีการประชุมกองละครแล้วผู้กำกับ จะมอบหน้าที่ให้ผู้ช่วยผู้กำกับเป็นคนคัดเลือกศิลปิน (Casting) และผู้ช่วยก็จะติดต่อมายังโมเดลลิ่ง ดังนั้นในขั้นตอนของธุรกิจละครโทรทัศน์ บริษัทจัดหาศิลปิน (Modeling) ควรมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ช่วยผู้กำกับหรือผู้จัดละคร เพราะมีใช้เพียงบทเพื่อพระเอกนางเอกเท่านั้น ผู้ช่วยผู้กำกับยังมีส่วนรับผิดชอบในการจัดหานักแสดงประกอบอีกด้วย

ผู้กำกับ >> Casting >> Modeling >> Artist

กล่าวโดยสรุปเมื่อเห็นแผนภาพโครงสร้างการคัดเลือกนักแสดงในธุรกิจบันเทิงไทยหลายประเภท จะเห็นว่าบริษัทจัดหานักแสดง หรือ โมเดลลิ่ง คือตัวกลางสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างนักแสดงกับธุรกิจบันเทิงประเภทต่าง ๆ ในอดีตที่ผ่านมาโมเดลลิ่งจึงมีความสำคัญอย่างมากในการค้นหานักแสดงเข้าสู่ระบบธุรกิจบันเทิงไทยแต่ในปัจจุบันเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลเกิดการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบธุรกิจที่สามารถเจ้าของกิจการบันเทิงสามารถติดต่อค้นหานักแสดงได้เองหรือที่เรียกว่า Disintermediation จึงทำให้โมเดลลิ่งเป็นธุรกิจหนึ่งที่กำลังเผชิญปัญหา แต่เป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ดังนั้นก่อนจะเข้าสู่ภาวะวิกฤตโมเดลลิ่งก็ยังมีโอกาสอยู่พอสมควรหากเจ้าของธุรกิจปรับเปลี่ยนและมีความรู้เท่าทันให้เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล

สถานการณ์การใช้สื่อออนไลน์เพื่อคัดเลือกนักแสดงในปัจจุบัน

จากการรวบรวมข้อมูลการใช้สื่อออนไลน์ที่เป็นสาธารณะพบว่าคือช่องทางใหม่ที่เข้ามาลดบทบาทของโมเดลลิ่งและมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารสำหรับผู้ที่สนใจงานด้านการแสดงและการคัดเลือกนักแสดงเมื่ออธิบายตามกระบวนการสื่อสารจะพบรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสารในการประชาสัมพันธ์เพื่อคัดเลือกนักแสดงสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ต้องการหานักแสดงและนักแสดงที่ต้องการหางาน

1. กลุ่มที่ต้องการหานักแสดง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มที่ต้องการหาแสดงสามารถจำแนกเป็นกลุ่มย่อยได้ 3 ประเภท

- บริษัทผู้ผลิตงาน (Production House) ผู้ผลิตจะใช้สื่อออนไลน์เพื่อประกาศคัดเลือกนักแสดงโดยตรงโดยไม่ผ่านโมเดลลิ่งและคนกลางซึ่งสามารถติดต่อกันได้โดยตรงระหว่างบริษัทผู้ผลิตงานกับนักแสดงจะลดขั้นตอนการใช้คนกลางอย่างโมเดลลิ่งออกไป เช่นตัวอย่างภาพที่ 1 การหาผู้ร่วมรายการจากบริษัทผู้ผลิตงานเป็นการหาผู้ร่วมรายการโดยตรงจากผู้ผลิตรายการรู้ไหมใครโสด ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง one

- บริษัทจัดหานักแสดง (Modeling) สื่อออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญในการประกาศหานักแสดงของบริษัทจัดหานักแสดงดังภาพที่ 2 การหานักแสดงโดยโมเดลลิ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทจัดหานักแสดงจะมีโอกาสคัดเลือกเบื้องต้นจากผู้สมัครที่หลากหลายก่อนจะคัดกรองและส่งต่อไปยังบริษัทผู้ผลิตงานต่อไปการใช้สื่อออนไลน์ในการคัดกรองนักแสดงสามารถช่วยในเรื่องของเวลาและค่าใช้จ่ายไปได้มาก

- กลุ่มผู้ผลิตงานอิสระ (INDEPENDENT) ในปัจจุบันมีผู้ผลิตงานอิสระรวมทั้งผู้ที่ศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องผลิตสื่อ ดังนั้นการประกาศหานักแสดงทางสื่อออนไลน์ดังภาพที่ 3 การหานักแสดงโดยนักศึกษานิเทศศาสตร์จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาและผู้สร้างงานอิสระมักนิยมใช้เพื่อประชาสัมพันธ์และคัดเลือกนักแสดงที่สมัครใจมาแสดงโดยอาจมีค่าตอบแทนให้จำนวนไม่มากนัก แต่เน้นการสร้างแฟ้มสะสมงาน (Portfolio) เพื่อการทำงานในอนาคต

รายการรู้ไหมใครโสด เวอร์ชันใหม่ 🌟
 ✓ ต้องการผู้หญิงชื่อ "หญิงมองชาย+เลสเบี้ยน+ดี และสาวสองที่เหมือนผู้หญิง"
 ✓ อายุ 22-35 ปี ของสวยสุดดี บุคลิกดี หุ่นโสดและห้องมีแฟนแล้วได้หมด
 ✓ ต้องการสาวโสด อายุ 23-35 ปี บุคลิกดี มีหน้าที่การงาน ดูน่าค้นหา
 ✓ ต้องการชายโสด ชายแนวอายุ 23-35 ปี ของบุคลิกดี มีหน้าที่การงาน
 ✓ ต้องการชายแม่ หรือ ไม่มองหญิง โสดหรือ ไม่โสด ได้หมด อายุ 22-35 ปี บุคลิกดี น่าสนใจ ดูน่าค้นหา
 ✓ ขอคณาธิมาชมได้ เวลา 14.00-18.00 น.
 ✗ ได้รับเลือกออกรายการมีบัตรให้ในละคร
 ✓ สามารถสอบถามส่งรูป+ประวัติได้ที่
 Line : pm.peterpan
 http://line.me/ti/p/%40d2i6316c

ภาพที่ 1

(#)88 ไม่แต่งสี (#)
 งาน mv เพลงของ
 บุคคลใช้
 ผู้หญิง 2 คน
 อายุ 25-35
 สามารถแอดตั้งได้
 มีคาแรคเตอร์
 รับถ่าย : 15 พฤษภาคม
 Bg : 1500 บาท /ตัว
 โลกออนไลน์ : ยังไม่ทราบแน่นอน(อาจเป็นหมู่บ้านเมืองเอก รังสิต)เวลาจะแจ้งให้ทราบทีหลัง
 สนใจส่งประวัติพร้อมคลิปแนะนำตัวเข้ามาที่
 gid2525
 ขอคนที่สะดวกเดินทางและครบหม่อมพระคุณครับ

ภาพที่ 2

ตามหานักแสดง ภาพยนตร์5มิติค่า
 ✓ แควสวีที 4-5 พค 62
 ✓ ถ่ายประมาณ 29 พค - 2 มิย 62
 ✓ โครสนใจส่งรายละเอียดมาใน inbox หรือ line ได้เลยค่า
 ✓ บล. มี budget ให้แต่เป็นเรทราคานักศึกษาคณะ

Casting call
 ภาพยนตร์5มิติ ค่า
 TUM
 สาวสวยสูงอายุน่าดู บุคลิกดี ดูน่ารัก
 รูปร่างดี ดูดี ดูน่ารัก
 ดูน่ารักได้
 PLOY
 พลุสายอายุ30ปี หน้าตาดี มีมารยาท
 ดูเป็นคนสะอาดเรียบร้อย และ ดูน่ารัก

ภาพที่ 3

ภาพที่ 1 การหาผู้ร่วมรายการจากบริษัทผู้ผลิตงาน

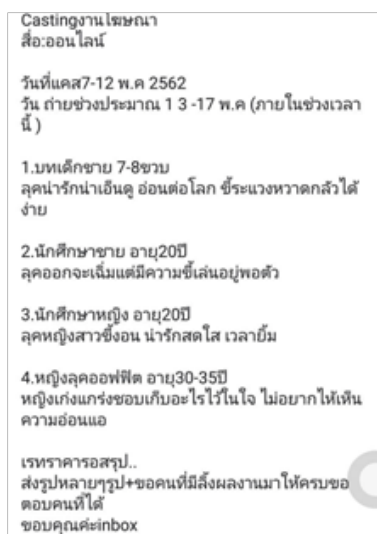
ภาพที่ 2 การหานักแสดงโดยโมเดลลิ่ง

ภาพที่ 3 การหานักแสดงโดยนักศึกษานิเทศศาสตร์

2. กลุ่มนักแสดงที่ต้องการงานสำหรับคนที่สนใจทำงานด้านการแสดงก็มักจะใช้สื่อออนไลน์ในการแนะนำตัวเองเพื่อให้กลุ่มที่ต้องการหาแสดงได้รู้จักและมีโอกาสได้เห็นรูปภาพ ข้อมูลของตนเองเพื่ออาจจะจะมีผู้ที่กำลังมองหานักแสดงตามลักษณะตัวละครที่ต้องการมาพบซึ่งจะทำให้เกิดการได้งานได้เช่นกันดังภาพที่ 4 การหางานโดยนักแสดงอิสระ จึงนับเป็นโอกาสของนักแสดงที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการแนะนำตัว โดยไม่ต้องรอโมเดลลิ่งเป็นฝ่ายค้นหาเหมือนที่ผ่านมา



ภาพที่ 4 การทำงานโดยนักแสดงอิสระ



ภาพที่ 5 ตัวอย่างสารที่ปรากฏในการหานักแสดง

ความน่าสนใจของการคัดเลือกนักแสดงผ่านสื่อออนไลน์คือเรื่องการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ที่ตัวโมเดลลิ่งเจ้าของงาน หรือแม้แต่นักแสดงเองก็สามารถสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์เพื่อให้ตนเองบรรลุวัตถุประสงค์คือเรื่องงาน ซึ่งแตกต่างจากสมัยก่อนที่นักแสดงมักจะเป็นฝ่ายตั้งรับเพียงอย่างเดียว

สาร (Message) ข้อความที่ประกาศลงในสื่อออนไลน์ดังภาพที่ 5 ตัวอย่างสารที่ปรากฏในการหานักแสดงส่วนใหญ่จะมีข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงาน บุคลิกลักษณะนักแสดงที่ต้องการ เช่น เพศ ช่วงอายุ ลักษณะพิเศษของตัวละครที่ต้องการ สถานที่ถ่ายทำ วันเวลา ค่าตอบแทนที่จะได้รับ รูปภาพที่อยากได้ และรายละเอียดพิเศษอื่น ๆ เป็นต้น

สื่อ (Channel) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อคัดเลือกนักแสดงทางออนไลน์ปัจจุบันมีการใช้หลากหลายช่องทาง ดังนี้

1. เว็บไซต์เว็บไซต์ที่จัดแจ้งเพื่อเปิดดำเนินการคัดเลือกนักแสดงมักจะเป็นไปในรูปแบบกลุ่มคนหรือบริษัทที่ต้องการหารายได้จากการผู้ที่ต้องการงานการแสดงและผู้บริษัทผู้ผลิตงานอย่างเป็นทางการและมีการพัฒนาเว็บไซต์อย่างเป็นระบบซึ่งจะทำให้ทั้งผู้ผลิตงานและนักแสดงอิสระมีโอกาสที่เจอกันสะดวกขึ้น ในประเทศไทยมีการจัดแจ้งเพื่อเป็นเว็บไซต์เพื่อคัดเลือกนักแสดงออนไลน์ ตัวอย่าง ภาพที่ 6 ภาพเว็บไซต์ www.entertainmentjob.com ภาพที่ 7 เว็บไซต์ที่ www.casthub.co.th ภาพที่ 8 เว็บไซต์ www.dooq.online และภาพที่ 9 เว็บไซต์ www.thecastcat.com เป็นต้น



ภาพที่ 6 เว็บไซต์ www.entertainmentjob.com



ภาพที่ 7 เว็บไซต์ www.casthub.co.th



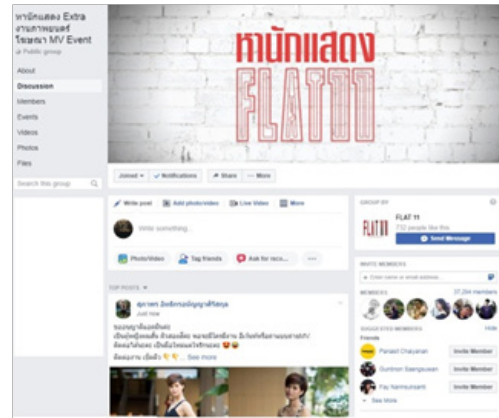
ภาพที่ 8 เว็บไซต์ www.dooq.online



ภาพที่ 9 เว็บไซต์ www.thecastcat.com

2. เฟซบุ๊ก(Facebook)

เฟซบุ๊กเป็นสื่อหลักอีกประเภทหนึ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ประกาศหาเพื่อคัดเลือกนักแสดง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการทำเป็นเพจ หรือตั้งกลุ่มเฉพาะ เช่น ภาพที่ 10 เพจเฟซบุ๊กคัดเลือกนักแสดงที่ชื่อว่า หานักแสดง Extra งานภาพยนตร์ โฆษณา MV Event เพื่อให้ผู้สนใจกดเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มเพื่อรับข่าวสาร หรือโพสต์ข้อความต่าง ๆ ได้อย่างอิสระเป็นเหมือนช่องทางกิ่งสาขารณะที่ไว้อแลกเปลี่ยนเรื่องงานด้านการจัดหานักแสดง



ภาพที่ 10 ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊กคัดเลือกนักแสดง

3. ไลน์

ไลน์ คือ เครื่องมือที่ใช้ติดต่อสื่อสารที่เป็นนิยมและข้อดีคือเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายผ่านทางมือถือมีการแจ้งเตือนและเปิดอ่านได้ตลอดเวลา โดยปกติกลุ่มไลน์ที่รับสมัครนักแสดง มักจะประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊กควบคู่กันไป เช่น ภาพที่ 11 การใช้ไลน์ในการคัดเลือกนักแสดง เมื่อผู้สนใจทำงานด้านการแสดงอย่างจริงจังเห็นการประชาสัมพันธ์ กลุ่มไลน์ดังกล่าวก็จะกดขอเข้าร่วมเพื่อรับข้อมูลข่าวสารอีกช่องทางหนึ่งด้วยเช่นกัน



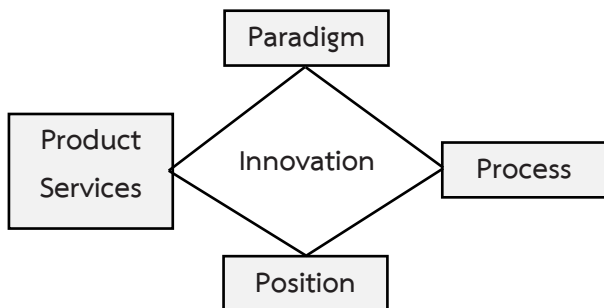
ภาพที่ 11 การใช้ไลน์ในการคัดเลือกนักแสดง

ผู้รับสาร (Receiver)

เมื่อมีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อคัดเลือกนักแสดงในช่องทางต่าง ๆ จะพบว่าลักษณะการสื่อสารจะเป็นแบบสองทาง (Two way Communication) คือทั้งผู้ต้องการนักแสดงและตัวนักแสดงเองก็มีโอกาสเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ตลอดเวลา โดยมีลักษณะการสื่อสารแบบ One-to-Many .ในกรณีที่ใช้สื่อออนไลน์มีแอดมินคอยคัดกรองและควบคุมข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งจะพบใน เว็บไซต์ หรือ กลุ่มแฟนเพจเฟซบุ๊กบางกลุ่ม กล่าวคือจะมีผู้ส่งข่าวสารการประชาสัมพันธ์หานักแสดงหรืองานที่ตนเองต้องการ และรอการอนุมัติผ่านการตรวจสอบก่อนจะเผยแพร่ก่อนจะประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารจำนวนมากในกลุ่ม แต่ในขณะที่เดียวกันบางสื่อออนไลน์ก็เปิดอิสระให้สามารถสื่อสารได้อย่างเต็มที่ในลักษณะ Many-to-Many ที่ไม่ได้มีการจำกัดผู้ส่งสารและผู้รับสารทุกคนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้พร้อม ๆ กันตลอดเวลา

สื่อออนไลน์นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมคัดเลือกนักแสดงในธุรกิจบันเทิง

เมื่อสื่อออนไลน์เข้ามาเป็นเครื่องมือใหม่ของการคัดเลือกนักแสดงในธุรกิจบันเทิงไทย จึงนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงธุรกิจจัดหานักแสดงไปจากเดิมและนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมใหม่จากแผนผังที่ 1 แสดงประเภทนวัตกรรมของ John Bessant and Joe Tiddจะนำมาวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงประเภทนวัตกรรมทั้ง 4 ด้าน ดังนี้



แผนผังที่ 1 แสดงประเภทนวัตกรรมของ John Bessant and Joe Tidd

1. การเปลี่ยนแปลงบริการ (Product / Service Innovation) เมื่อพิจารณาตามโครงสร้างธุรกิจ การบริการจัดหานักแสดงแล้ว ที่ผ่านมา การบริการจัดหานักแสดงจะดำเนินการโดยบริษัท จัดหานักแสดงหรือโมเดลลิ่งเป็นหลัก ซึ่งโมเดลลิ่ง เมื่อได้รับโจทย์จากผู้ผลิตมา จะทำการคัดสรรและ มองหานักแสดงในสังกัดที่มีอยู่รวมถึงการมองหานักแสดงหน้าใหม่ที่ตอบโจทย์ของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ ในปัจจุบันเมื่อมีออนไลน์จึงทำให้ ส่วนใหญ่

โมเดลลิ่งยังคงเป็นทำหน้าที่ให้บริการด้านการจัดหานักแสดงไม่ต่างจากเดิมแต่อาจจะทำงานง่ายขึ้นโดยการประกาศหานักแสดงที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการลงในสื่อและช่องทางเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์

2. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการ (Process Innovation)

หลักการหานักแสดงที่เหมาะสมของโมเดลลิ่งในอดีตที่ผ่านมา นักแสดงเข้าสังกัดของตนตามที่ สาธารณะ สถานศึกษา หรือจากการประกวดตามเวทีต่าง ๆ เป็นต้นแต่ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการหานักแสดงโดยการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางประกาศความต้องการ และเมื่อนักแสดงเห็นประกาศก็จะส่งข้อมูลและ รายละเอียดต่าง ๆ ให้โมเดลลิ่งพิจารณา จึงทำให้ประหยัดเวลา งบประมาณ สะดวกสบายขึ้น อย่างน้อยที่สุดจะสามารถพบนักแสดงที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นเหมาะสมในเชิงปริมาณซึ่งโมเดลลิ่งจะต้องมีวิธีการคัดเลือกเบื้องต้นต่อไป

3. การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งบริการ (Position Innovation)

ที่ผ่านมาโมเดลลิ่งจะมีหน้าที่สำคัญในการหานักแสดงตามความต้องการของผู้ผลิต แต่ในปัจจุบันนักแสดงเองก็สามารถใช้สื่อออนไลน์เพื่อแนะนำและประชาสัมพันธ์ตนเองเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นเชิงรุกมากกว่าการตั้งรับเช่นแต่ก่อน ดังนั้นนักแสดงจึงไม่ใช่ผู้ที่จะรองานที่เหมาะสมเพียงอย่างเดียว นักแสดงสามารถส่งข้อมูลและรายละเอียดของตนเองไปยังโมเดลลิ่งให้เก็บไว้พิจารณาได้ สื่อออนไลน์จึงทำให้นักแสดงมีตัวตน มีตำแหน่งและพื้นที่ที่สามารถสร้างขึ้นได้เองสามารถการเปิดเผยตนเองได้โดยไม่ต้องรอโมเดลลิ่งเป็นฝ่ายแสวงหาอีกต่อไป ในขณะที่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการใช้ช่องทางด้านสื่อออนไลน์หานักแสดงเองมากขึ้น แม้จะมีประสบการณ์น้อยและอาจจะมีความยุ่งยากอยู่บ้าง ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งบริการโดยตัดตัวกลางอย่างโมเดลลิ่งออกไปอนาคตธุรกิจการจัดหานักแสดงอาจจะได้รับผลกระทบเมื่อผู้ผลิตสามารถติดต่อโดยตรงกับนักแสดงได้

4. การเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทัศน์เกี่ยวกับบริการ (Paradigm Innovation)

กระบวนการทัศน์เดิมสำหรับธุรกิจการจัดหานักแสดง สำหรับผู้ผลิตหรือโปรดักชั่นคือเรื่องที่ว่าจำเป็นต้องเพราะสะดวกเนื่องจากโมเดลลิ่งจะลดความยุ่งยากในการจัดหานักแสดงโดยมีผู้เข้ามารับหน้าที่จัดการให้โดยตรง แต่สำหรับกระบวนการทัศน์ใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปคือโปรดักชั่นเองก็มีหน้าที่ในการหาแสดงได้ด้วยตัวเองเบื้องต้นเพราะการใช้สื่อออนไลน์ก็อำนวยความสะดวกได้ดีเช่นกัน ในส่วนของการแสดงจะมีกระบวนการทัศน์สำหรับธุรกิจการจัดหานักแสดงในเชิงลบคือการหักค่านายหน้าที่มาเกินไป แต่ด้วยความจำเป็นจึงต้องมีสังกัดและพึ่งพาโมเดลลิ่งในการหางานให้ แต่สำหรับกระบวนการทัศน์ใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นการที่นักแสดงสามารถหางานได้เองจากสื่อออนไลน์จะได้นักแสดงได้รับค่าตอบแทนเต็มเม็ดเต็มหน่วยและสูงขึ้นกว่าการทำงานผ่านโมเดลลิ่ง

อย่างไรก็ดีการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมทั้ง 4 ด้านมีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เพราะการใช้สื่อออนไลน์เพื่อใช้ในการคัดเลือกนักแสดงยังมีทั้งข้อดีและข้อควรพัฒนาอยู่พอสมควร และอาจจะเป็นดาบสองคมสำหรับผู้มีส่วนได้เสียอย่างโมเดลลิ่งที่มีรายได้จากการคัดเลือกนักแสดงป้อนให้กับโปรดักชั่น เข้าสื่โดยตรง

รอด หรือ ร่วง : การปรับเปลี่ยนของโมเดลลิ่งในยุค 4.0 (Modeling Disruption in 4.0 Era)

จากปรากฏการณ์ดังที่กล่าวมา ธุรกิจโมเดลลิ่งถึงเวลาต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้ยังคงสามารถประกอบการด้านธุรกิจนี้ต่อไปได้ในยุคดิจิทัล เพราะจากผลการศึกษาของ รัญญรัตน์สุขมงคลชัย.(2558) พบว่าผู้ใช้บริการยังเห็นข้อดีกับการทำงานผ่านโมเดลลิ่ง 3 อันดับแรกคือ ไม่ต้องไปหางานเอง คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือโมเดลลิ่งหางานอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และมีความปลอดภัยในการทำงานคิดเป็นร้อยละ 16.5 ในขณะที่ผู้ใช้บริการยังเห็นข้อดีของการหางานเองโดยไม่สังกัดโมเดลลิ่ง 3 อันดับแรกได้แก่ ไม่มีการหักค่านายหน้า คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอิสระในการทำงานคิดเป็นร้อยละ 32.8 และสามารถหางานได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีโอกาสใช้สื่อออนไลน์ในการคัดเลือกนักแสดงทั้งในส่วนของผู้ผลิตในธุรกิจบันเทิงและนักแสดงอิสระก็พบข้อดีและข้อเสียตามตารางที่ 1 ดังนี้

ผู้ใช้งาน	ข้อดี	ข้อเสีย
ผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิง	สะดวกรวดเร็ว	<ul style="list-style-type: none"> ต้องมีความรู้ความเข้าใจและมีเวลาในสังคมออนไลน์ เป็นการเพิ่มภาระงานให้มากขึ้น เกิดความผิดพลาดได้ง่าย เช่น ตัวจริงกับภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเหมือนกัน มีความเสี่ยงในการร่วมงานกับนักแสดงที่ไม่มีความรับผิดชอบซึ่งผู้ประกอบการจะต้องจัดการความเสี่ยงเอง
นักแสดงอิสระ	<ul style="list-style-type: none"> สะดวกรวดเร็ว ได้รับค่าตอบแทนอย่างเต็มที่ อิสระในการรับงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องศึกษาเพิ่มเติมและคอยติดตามข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ ต้องรับผิดชอบและดูแลตนเองในทุกเรื่อง เช่น สัญญา การเจรจาต่อรอง ต้องคอยหางานด้วยตนเองเพื่อให้ได้งานอย่างสม่ำเสมอและอาจจะขาดความยั่งยืน ต้องใช้ความสามารถอย่างแท้จริงขาดการสนับสนุนและการแนะนำผ่านเครือข่าย ต้องทำการศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสินค้าและบริการด้วยตนเองเพื่อจะได้พัฒนาตนเองให้ได้รับการคัดเลือกทำงาน อาจมีความไม่ปลอดภัยและไม่เป็นธรรมในการทำงาน

ตารางที่ 1 สรุปข้อดีและข้อเสียจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหานักแสดงในมุมมองของผู้ใช้งาน

ในยุคดิจิทัลที่กำลังเปลี่ยนผ่านธุรกิจโมเดลจึงต้องปรับเปลี่ยนเพื่อค้นหาความลงตัวตลอดเวลาและจากผลการศึกษาพบข้อเสนอแนะในการปรับเปลี่ยนการทำงานของโมเดลจากมุมมองผู้ผลิตสื่อและผู้ให้บริการดังนี้

1. ปรับด้านการบริหารจัดการให้มีคุณภาพ

โมเดลจึงต้องปรับเปลี่ยนให้องค์กรมีความโดดเด่นด้านการบริหารจัดการเพื่อที่จะได้เป็นตัวกลางธุรกิจที่มีความสำคัญ และทำให้เจ้าของธุรกิจบันเทิงและนักแสดงรู้สึกถึงความสะดวกสบาย รวดเร็วและปลอดภัย ดังนั้นหากโมเดลสามารถปรับเปลี่ยนการทำงานโดยเน้นเรื่องการบริหารจัดการให้รอบด้านมากขึ้น ผู้ให้บริการจะเกิดความไว้วางใจเกิดความเชื่อมั่นและยินดีใช้บริการเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำงาน โมเดลจึงจะต้องเป็นมากกว่าการหานักแสดงและส่งเข้าธุรกิจบันเทิงแต่ต้องมีความรับผิดชอบเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดทุกขั้นตอนจนกว่านักแสดงจะทำงานเสร็จสิ้น

“.....การใช้ออนไลน์ในการหานักแสดงวันเวิร์คนะ แต่การที่ต้องมาจัดการนักแสดงเองเป็นเรื่องที่ใช้เวลาและมีรายละเอียดเยอะ บางครั้งต้องคอยมาจัดการให้แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเท่ากับว่าเราต้องรับผิดชอบเองทั้งหมดไม่มีตัวกลางมันคอยจัดการให้....”

(เกษมธิดา กิตติธรรมย์, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2564)

2. ปรับเรื่องการจัดสรรรายได้ให้เป็นธรรม

รายได้เป็นเรื่องสำคัญของการทำธุรกิจ ภาพลักษณ์ของโมเดลในการให้ค่าตอบแทนไม่คอยดีนักทำให้นักแสดงรู้สึกถูกเอาเปรียบเพราะคิดว่าการหักค่าตอบแทนสูงเกินไปโดยอาจจะไม่รู้ว่ามีค่าใช้จ่ายอะไรบ้างดังนั้นโมเดลจึงอาจจะต้องทำความเข้าใจเรื่องระบบการทำงานของโมเดลกับนักแสดงให้ชัดเจนว่าไม่ใช่เป็นเพียงตัวกลาง หรือ นายหน้า ที่จัดหานักแสดงส่งให้เจ้าของธุรกิจบันเทิงแล้วจบเท่านั้นแต่ยังมีภาระงานอื่น ๆ ที่ต้องดูแลจนเสร็จสิ้นงาน นอกจากนี้ โมเดลจึงควรจะต้องทบทวนเรื่องสัดส่วนการหักค่าตอบแทนใหม่เพื่อชั่งใจให้นักแสดงที่หันมาใช้บริการมากขึ้นโดยเน้นความยาวนานของการทำงานร่วมกันระหว่างนักแสดงกับโมเดล มากกว่าการได้รายได้จำนวนมากแต่ทำงานร่วมกันเพียงไม่กี่ครั้งเพราะนักแสดงรู้สึกถูกเอาเปรียบ

“.....การใช้สื่อออนไลน์ในการหางานเอง ข้อดีเลยก็คือเราสามารถได้ค่าตอบแทนแบบเต็มเม็ดเต็มหน่วย ไม่ต้องหักให้ใคร เรารู้สึกว่าคุ้มค่าเหนื่อยที่เราทำงานเองบางทีโมเดลก็เหมือนทำงานบนหลังคน...”

(นักแสดงอิสระ1, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2564)

3. เพิ่มการส่งเสริมพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของนักแสดงในสังกัดอยู่เสมอ

คนทั่วไปมักมองว่าโมเดลทำให้ที่ทำงานให้นักแสดงป้อนให้ธุรกิจบันเทิงเท่านั้น แต่สำหรับนักแสดงแล้วหากโมเดลสามารถส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ให้กับนักแสดงได้ด้วยจะทำให้โมเดลนั้นมีคุณค่าและคุ้มค่ากับสัดส่วนเงินที่หักค่าตอบแทนไป เพราะนักแสดงรู้สึกว่าได้ทักษะในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น จากผลการศึกษาของ ธีญญรัตน์สุขมงคลชัย.(2558) เพื่อหาแนวทางจัดตั้งธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C. MODELING) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพริตตี้ นักแสดงอิสระมีความต้องการให้โมเดลมีหลักสูตรเพิ่มทักษะที่หลากหลายเพื่อการทำงานอยู่ในค่าเฉลี่ย 3.96 หรือในระดับมาก นั้นยอมแสดงให้เห็นว่านักแสดงอิสระมีความคาดหวังที่จะให้โมเดลเป็นมากกว่าธุรกิจการจัดหางาน

4. แสวงหาเครือข่ายด้านธุรกิจบันเทิงเพื่อเป็นฐานลูกค้าในการรับงาน

ข้อได้เปรียบสำหรับโมเดลลิ่งคือเรื่องเครือข่าย เพราะด้วยประสบการณ์การธุรกิจมายาวนานจึงทำให้รู้จักกับผู้ประกอบการจำนวนมาก ในขณะที่นักแสดงอิสระทั่วไปจะไม่มีเครือข่ายการทำงานจึงเป็นการยากที่จะได้รับงานหากไม่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวอย่างแท้จริง ดังนั้นโมเดลลิ่งจึงจำเป็นต้องแสวงหาเครือข่ายผู้ประกอบการใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าทั้งในด้านเจ้าของธุรกิจบันเทิง และเป็นการเพิ่มปริมาณให้กับนักแสดงในสังกัดทำให้นักแสดงรู้สึกว่าได้รับงานอย่างต่อเนื่องและเห็นความจำเป็นในการทำงานภายใต้โมเดลลิ่ง

“...การมีโมเดลลิ่งมันดีตรงที่เราไม่ต้องเหนื่อยวิ่งหางาน โมเดลลิ่งจะช่วยคัดงานที่เรามีแนวโน้มจะได้มาป้อนให้เรา ต้องยอมรับว่าเรามีเครือข่ายน้อยมาก และประสบการณ์การทำงานยังไม่มาก พอจนเป็นที่พูดถึง วิ่งแควงานเองทุกงานบางทีไม่คุ้มและสู้เด็กที่มีโมเดลลิ่งไม่ได้...”

(นักแสดงอิสระ 2, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2564)

5. ปรับวิธีคิดมองสื่อสังคมออนไลน์เป็นพันธมิตรและเครือข่ายในการหานักแสดง

ปัจจุบันเทคโนโลยีที่ทำให้เจ้าของสินค้าเข้าถึงนักแสดงผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่ายขึ้นในขณะเดียวกันหากโมเดลลิ่งเปลี่ยนมุมมองว่าสื่อสังคมออนไลน์คือช่องทางหนึ่งที่เป็นพันธมิตรและอาจจะทำให้พบบักแสดงที่ต้องการง่ายขึ้นโดยการลงมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ในกาหานักแสดงเองซึ่งจะทำให้ โมเดลลิ่งลดต้นทุนด้านแรงงาน เงิน เวลา เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้ศึกษาเห็นว่าธุรกิจโมเดลลิ่งยังสามารถดำเนินการต่อไปได้หากโมเดลลิ่งมีการปรับตัวให้เท่าทันยุคดิจิทัลและโมเดลลิ่งยังสามารถดำรงอยู่ได้ในระยะอันสั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญญรัตน์สุขมงคลชัย.(2558) พบว่าธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C MODELING) ในแต่ละสถานการณ์จากกรณีผลประกอบการดีเยี่ยม (Best Case) พบว่าบริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินสูงได้รับผลตอบแทนที่ดีมาก อีกทั้งยังเห็นได้ในปีที่ 5 ของการดำเนินกิจการสรุปได้ว่าธุรกิจนั้นนำลงทุนสอดคล้องกับค่า IRR อยู่ที่ 40% ส่วนกรณีผลประกอบการปกติ (Most Likely Case) บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินในระดับที่ยอมรับได้ได้รับผลตอบแทนที่ดีอีกทั้งยังเห็นได้ในปีที่ 5 ของการดำเนินกิจการสรุปได้ว่าธุรกิจนั้นยังคงนำลงทุนสอดคล้องกับค่า IRR อยู่ที่ 20% และในกรณีผลประกอบการตกต่ำ (Worst Case) บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินในระดับที่ต่ำ แต่ได้รับผลตอบแทนไม่ต่ำกว่าสองสถานการณ์แต่ยังสามารถรับได้สรุปได้ว่าธุรกิจนั้นไม่นำลงทุนสอดคล้องกับค่า IRR น้อยกว่าที่ 4% นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มการเจริญเติบโตสูงและสามารถมีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมตามแต่ละสถานการณ์และทำให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมของโมเดลลิ่ง

บทสรุป

เมื่อระบบดิจิทัลได้มีบทบาทในสังคมยุคปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์จึงเข้ามาสร้างการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจจัดหานักแสดงทุกขณะ หากโมเดลลิ่งรู้เท่าทันเกิดการขยับปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับยุคสมัย โมเดลลิ่งยังคงมีความสำคัญและจำเป็นต่อธุรกิจบันเทิงและนักแสดงอิสระ แต่สำหรับอนาคตอันใกล้มีแนวโน้มจะเป็นได้ว่ารูปแบบของโมเดลลิ่งและการคัดเลือกนักแสดงจะเป็นไปเป็นไปในลักษณะออนไลน์มากขึ้นตามลำดับดังนั้นผู้ประกอบการโมเดลลิ่งจึงต้องเตรียมความพร้อมตั้งรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

บรรณานุกรม

บัญญัติ พูลทรัพย์ (2552). โครงการจัดตั้งบริษัทจัดหาศิลปิน : โมเดลลิ่ง. โครงการทางวัฒนธรรม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธัญญรัตน์สุขมงคลชัย.(2558).โครงการจัดตั้งธุรกิจบริหารจัดการเอ็มซีและพริตตี้ (P.M.C.
MODELING).นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต,บัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

John Bessant and Joe Tidd.(2016).Innovation and Entrepreneurship. Edition 3. Wiley.

สัมภาษณ์

เกษมธิดา กิตติธรรมย์,โปรดิวเซอร์และผู้จัดการศิลปิน (อ่อง แพนฉั่น),26 กุมภาพันธ์ 2564

ไม่ระบุชื่อ1,นักแสดงอิสระ,15 มีนาคม 2564

ไม่ระบุชื่อ2,นักแสดงอิสระ,15 มีนาคม 2564
