

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ภาพยนตร์ไทยเรื่องนางนาก (พ.ศ.2542) ผลงานกำกับภาพยนตร์ของนนทรีย์ นิมิบุตร เป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาท และสร้างกระแสความนิยมให้กับภาพยนตร์ไทย จนทำให้ภาพยนตร์ไทยมีจำนวนการสร้างเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทรงพล วงษ์คนดี ได้อธิบายถึงกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นจากความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนางนากไว้ว่าทำให้เกิดการสร้างภาพยนตร์ไทยเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ได้ส่วนแบ่งยอดขายได้ของภาพยนตร์ไทยในตลาดภาพยนตร์เพิ่มมากขึ้น ยอดรายได้รวมของภาพยนตร์ต่างประเทศในปี 2542 ตกลงจากปี 2541 ประมาณ 5% ที่สำคัญนอกจากรายได้ที่น่าอื้อฮ่าแล้วยังเกิดกระแสอื่น ๆ ตามมาอีกมากมาย เช่นปรากฏการณ์นางนากฟีเวอร์ในอินเทอร์เน็ต และยังเกิดกระแสเห่อความเป็นไทยขึ้นมาพร้อม ๆ กัน (ทรงพล วงษ์คนดี, 2553)

ภายหลังปรากฏการณ์การทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทของนางนากแล้ว มีภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายหลังจากเรื่องนางนากอีกจำนวนหนึ่งที่สามารถทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทเช่นกัน เป็นที่น่าสังเกตว่าภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทล้วนแต่เป็นภาพยนตร์ที่เข้าฉายหลังปี พ.ศ. 2542 ทั้งสิ้น

ในวงการภาพยนตร์ไทยการจะตัดสินว่าภาพยนตร์ไทยเรื่องใดประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น อาศัยมาตรวัด 2 ประการ นั่นคือ ดูว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นได้รับรางวัลเกี่ยวกับภาพยนตร์หรือไม่ เช่น รางวัลสุพรรณหงส์ทองคำ รางวัลจากชมรมวิจารณ์บันเทิง และอีกประการหนึ่งคือดูที่รายได้ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ โดยเฉพาะภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาท จะถูกตอกย้ำในฐานะ “หนังร้อยล้าน” และได้รับการยอมรับว่าเป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จในแง่ของรายได้

เมื่อพิจารณาจากความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยในแง่ของการทำรายได้เกิน 100 ล้านบาท (นับถึง 31 ธันวาคม พ.ศ.2551) พบว่าเป็นภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดยบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยแค่ 5 รายเท่านั้นคือ 1.บริษัทสหมงคลฟิล์ม 2.บริษัทฟิล์มบางกอก 3.บริษัทจี.ที.เอช 4.บริษัทพระนครฟิล์ม

5.บริษัทอวอง หากไม่นับรวมนางนาก ซึ่งผลิตโดยไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ที่ควบรวมกับบริษัทอื่นจนกลายเป็นบริษัทจี.ที.เอช.ในภายหลัง และภาพยนตร์อนิเมชันเรื่องก้านกล้วย (พ.ศ.2549) ซึ่งสร้างโดยกัณณานันิเมชัน โดยที่ภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทและเป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างทั้ง 5 รายเรียงตามปีพ.ศ. ที่ภาพยนตร์เข้าฉายได้แก่ 1. บริษัทฟิล์มบางกอก ภาพยนตร์เรื่องบางระจัน พ.ศ. 2543 2. บริษัทอวอง ภาพยนตร์เรื่องมือปืน / โลก / พระ / จัน พ.ศ. 2544 3. บริษัทจี.ที.เอช. ภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน พ.ศ. 2546 (จากข้อมูลของภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันเป็นการร่วมหุ้นกันสร้างภาพยนตร์ของ 3 บริษัทคือ จี.เอ็ม.เอ็ม.พิกเจอร์ส ไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ และ หับ ให้ หิ้น ฟิล์ม โดยที่ในขณะนั้นยังไม่ได้มีการรวมตัวกันเป็นบริษัทจี.ที.เอช.เหมือนในปัจจุบัน แต่ในการวิจัยนี้ถือเอาภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตโดยบริษัทจี.ที.เอช. เพราะเป็นภาพยนตร์ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการรวมตัวกันของ 3 บริษัทในภายหลังจากการสร้างแฟนฉันจนประสบความสำเร็จ) 4. บริษัทพระนครฟิล์ม ภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่ง พ.ศ. 2548 5. บริษัทสหมงคลฟิล์ม ภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง พ.ศ. 2548 (จากข้อมูลภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งสร้างโดยบริษัทบาแรมยู ซึ่งเป็นบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ในเครือบริษัทสหมงคลฟิล์ม การวิจัยนี้ถือเอาภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งเป็นภาพยนตร์ที่ผลิตในนามบริษัทแม่คือบริษัทสหมงคลฟิล์ม เพราะเป็นองค์กรหลักในการทำการตลาดให้กับภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง) ซึ่งบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ทั้ง 5 บริษัทนี้มีทั้งบริษัทผู้สร้างรายใหม่ que เริ่มต้นในช่วงเวลาหลังจากความสำเร็จของเรื่องนางนาก นั่นคือ บริษัทพระนครฟิล์ม ซึ่งเจริญเติบโตจากสายหนังและเจ้าของธุรกิจโรงภาพยนตร์ตามต่างจังหวัดที่ก้าวมาลงทุนในการผลิตภาพยนตร์ไทย บริษัทจี.ที.เอช. ที่เกิดจากควบรวมกิจการของบริษัทที่ผลิตภาพยนตร์ไทยอยู่แล้ว คือ แกรมมีฟิล์ม กับ บริษัทไท เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ของ วิสูตร พูลวรลักษณ์และบริษัทหับ ให้ หิ้นซึ่งมาจากสายงานทางด้านการผลิตโฆษณา บริษัทฟิล์มบางกอกซึ่งเป็นบริษัทในเครือบี.อี.ซี.เวิลด์และเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 บริษัทอวองบริษัทในเครืออาร์.เอส.โปรโมชั่น ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านเพลงเป็นหลัก นอกเหนือจากนั้นคือบริษัทผู้สร้างเก่าแก่ที่อยู่คู่วงการภาพยนตร์ไทยมานานอย่างบริษัทสหมงคลฟิล์ม ซึ่งนอกจากจะผลิตภาพยนตร์ในนามของบริษัทเองแล้ว ในระยะหลังยังมีบริษัทลูกในเครือคือ บาแรมยูที่ดูแลโดยปรีชญา ปิ่นแก้วเพิ่มขึ้นมาด้วย

นอกจากภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องจะถูกกล่าวขานถึงในแง่ของประสบความสำเร็จทางด้านรายได้ของภาพยนตร์แล้ว ยังถูกพูดถึงในเรื่องของกระแสนิยมต่างๆ ที่ทำให้ภาพยนตร์โด่งดัง และกลายเป็นที่จดจำไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการสร้างกระแสเรื่องความรักชาติของเรื่อง “บางระจัน” ความแปลก แนวกวนวุ่น รวมถึงการรวบรวมนักแสดงตลกชั้นนำมาไว้ในเรื่อง “มือปืน / โลก / พระ / จัน” การ

ปลุกกระแสหยื่อหาอดีต (Nostalgia) จากเรื่อง “แฟนฉัน” กระแสการนำนักแสดงตลกมารับบทนำอีกครั้ง และเป็นภาพยนตร์ที่สร้างเพื่อกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนตลาดล่างรวมถึงคนต่างจังหวัดเป็นหลักของเรื่อง “หลวงพี่เท่ง” และกระแสความนิยมในนักแสดงบทบู๊ แอ็คชั่น จา พนม ยี่รัมย์ที่โด่งดังไปถึงต่างประเทศ จนทำให้เกิดการรอคอยการกลับมาปรากฏตัวบนจอภาพยนตร์ของเขาอีกครั้งในเรื่อง “ต้มยำกุ้ง” เป็นต้น

สิ่งที่ตามมาหลังจากความสำเร็จของภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องคือ ปัจจัยใดที่ส่งผลให้ภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องประสบความสำเร็จทางด้านรายได้ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีลักษณะเหมือนกันไม่ และแตกต่างกันอย่างไร ปัจจัยเหล่านั้นเป็นปัจจัยที่ถูกสร้างขึ้นหรือเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นเอง บุคคลหรือองค์กรใดที่มีส่วนร่วมในการสร้างปัจจัยเหล่านั้น ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปีพ.ศ.2542-2552” ขึ้นนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาเหตุปัจจัยของความสำเร็จต่าง ๆ ของภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง โดยศึกษาการสร้างกระแสนิยม รวมถึงบริบทของสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลให้ภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องได้รับความนิยม จนประสบความสำเร็จทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยทั้ง 5 เรื่อง โดยที่ในปัจจุบันภาพยนตร์ไทยเติบโตเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงขนาดใหญ่ มีเงินทุนหมุนเวียนจำนวนมหาศาลในแต่ละปี สร้างรายได้ให้กับคนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เงินหมุนเวียนสะพัดในเศรษฐกิจของประเทศ ยิ่งในปัจจุบันนี้เป็นเวลาที่ประเทศไทยรวมถึงประเทศต่าง ๆ ในโลกประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ภาพยนตร์ไทยเป็นทั้งทางออกของคนไทยในการแสวงหาความบันเทิงในยุคที่สถานการณ์บ้านเมืองเต็มไปด้วยความตึงเครียดทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงหนึ่งที่ส่งผลประกอบการและสร้างรายได้ให้บุคลากรที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่ภาพยนตร์ไทยจำเป็นต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างความนิยมแก่คนดู รวมถึงการสร้างกระแสนิยมเพื่อให้ภาพยนตร์ที่สร้างออกมาอยู่ในความสนใจของผู้คน งานวิจัยชิ้นนี้พยายามที่จะค้นหาแง่มุมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ให้ผลิดออกมาเป็นที่นิยมของคนดู และเพื่อให้มีความเข้าใจในการทำการตลาดให้ภาพยนตร์ไทยประสบผลสำเร็จทางด้านรายได้ รวมถึงมีการพัฒนาการทางด้านคุณภาพของภาพยนตร์ไทยควบคู่กันไปด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิหลัง (Background) และกลยุทธ์ในการทำการตลาดภาพยนตร์ของแต่ละบริษัทภาพยนตร์ที่ผลิตภาพยนตร์ไทยทำรายได้เกิน 100 ล้านบาท และทำรายได้สูงสุดของ 5 บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่นำไปสู่การเกิดกระแสนิยมของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เลือกวิจัยจากภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้สูงสุดของ 5 บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยจำนวน 5 เรื่อง จาก 5 บริษัท ในระหว่างปี พ.ศ. 2542 – 2552 ดังนี้

1. ภาพยนตร์เรื่อง "บางระจัน" พ.ศ. 2543 บริษัทฟิล์ม บางกอก
2. ภาพยนตร์เรื่อง "มือปืน/โลก/พระ/จัน" พ.ศ. 2544 บริษัททาวอง
3. ภาพยนตร์เรื่อง "แฟนฉัน" พ.ศ. 2546 บริษัท จีทีเอช
4. ภาพยนตร์เรื่อง "หลวงพี่เท่ง" พ.ศ. 2548 บริษัท พระนครฟิล์ม
5. ภาพยนตร์เรื่อง "ต้มยำกุ้ง" พ.ศ. 2548 บริษัท สหมงคลฟิล์ม

รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีส่วนทำให้ภาพยนตร์ไทยทั้ง 5 เรื่องที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทและทำรายได้สูงสุดของแต่ละบริษัท เช่น ผู้อำนวยการสร้าง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงนักวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำกรวิจัยฯลฯ

1.4 นิยามศัพท์

- **ปัจจัย** หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องและสาเหตุต่างๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดเป็นกระแสนิยมขึ้น โดยแบ่งเป็นปัจจัยทั้งภายใน คือ เนื้อหาของภาพยนตร์ และปัจจัยภายนอก คือ สิ่งต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ที่ไม่ใช่ตัวภาพยนตร์เอง เช่น การทำการตลาด เป็นต้น

- **การสร้างกระแสนิยม** หมายถึง ปรากฏการณ์ที่ทุกส่วนประกอบในสังคมมีการพูดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยผ่านการใช้กระบวนการสื่อสารและการทำการตลาดที่หลากหลาย จนส่งผลให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในทางบวกต่อสิ่งนั้น
- **การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ** หมายถึง การกระทำใดๆ ก็ตามเพื่อจะพยายามเปลี่ยนแปลง ชักจูง หรือ กระตุ้นให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคล มีทัศนคติหรือกระทำเรื่องต่างๆ ตามที่ได้ข้อมูล ซึ่งแหล่งข้อมูลนั้นอาจมาจากแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล รวมถึงแหล่งข้อมูลซึ่งเป็นสื่อชนิดต่างๆ
- **หน้าหนัง** หมายถึง ภาพที่ปรากฏในความคิดของมวลชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ คือ ภาพยนตร์ตัวอย่าง ใบปิดภาพยนตร์ รวมไปถึงชื่อของผู้ผลิตภาพยนตร์ ชื่อนักแสดงนำ ชื่อเรื่องของภาพยนตร์และคำโปรยที่ใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมไปถึง การนำเสนอฉากทิวทัศน์และฉากที่สร้างขึ้นมากที่ปรากฏในภาพยนตร์เพื่อสื่อให้มวลชนได้ทราบเกี่ยวกับ ข้อมูลของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ว่ามีลักษณะและรูปแบบใด รวมถึงเป็นภาพยนตร์ที่จัดอยู่ในประเภทใด และบางครั้งถูกใช้เพื่อนำเสนอจุดขายในแง่การตลาด

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล และแนวคิดในการสร้างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำให้ ภาพยนตร์ไทยประสบผลสำเร็จทางด้านรายได้ เพื่อศึกษาและนำมาวิเคราะห์ ปรับใช้ในงานของตน
2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ทำงานในวงการภาพยนตร์ โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานด้านการตลาดเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ไทยได้ใช้เป็นแนวทางหรือศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำให้ภาพยนตร์ ไทยประสบผลสำเร็จทางด้านรายได้
3. เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยได้