

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



249671

ดัชนีความถี่หรือขอบเขตของภาพยนตร์ที่จำหน่ายได้สูงสุดของ
บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี

พ.ศ. 2542-2552

นายฉีปป์ภาส ตรีโคสนันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาภาพยนตร์
และการถ่ายภาพ

สาขาวิชาภาพยนตร์ ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



249671

ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของ

บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี

พ.ศ. 2542 - 2552



นายสิปปภาส ตรังคสันต์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการภาพยนตร์ ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



5 0 8 4 7 2 5 6 2 8

KEY SUCCESS FACTORS OF TOP GROSSING THAI FILM PRODUCTION COMPANIES
DURING 1999 - 2009

Mr. Sippapas Trangkanan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Film

Department of Motion Pictures and Still Photography

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของ
บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี พ.ศ.2542 - 2552

โดย

นายสิปปภาส ตรังคสันต์

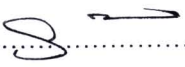
สาขาวิชา

การภาพยนตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม

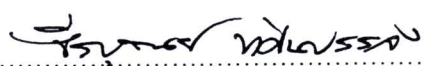
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้แนบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

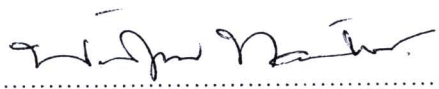
.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปัทมวดี จารูวร)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม)

.....  กรรมการ
(อาจารย์ ดร.จิรปณีย์ ทศนบรรจง)

.....  กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(พันธุธัมม์ ทองสังข์)

249671

ศิลปภาส ตรังคสันต์ : ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี พ.ศ.2542 - 2552 (KEY SUCCESS FACTORS OF TOP GROSSING THAI FILM PRODUCTION COMPANIES DURING 1999 - 2009) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 184 หน้า.

การวิจัยเรื่อง "ปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2552" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีดำเนินกลยุทธ์การบริหารของแต่ละบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ และค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้ภาพยนตร์ 5 เรื่องกลายเป็นภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดของแต่ละบริษัทผู้สร้าง งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภาพยนตร์เป็นกรอบในการศึกษาและทำการวิเคราะห์

ผลจากการศึกษาพบว่าบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ไทยทั้ง 5 รายนั้นมีกลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ตามแนวทางเฉพาะตัวและแตกต่างกันไปตามเป้าหมายที่แต่ละบริษัทผู้สร้างวางเอาไว้ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลให้ภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่องประสบความสำเร็จทางด้านรายได้คือ 1.) ปัจจัยแวดล้อมในขณะที่ภาพยนตร์กำลังจะฉายในประเทศไทยประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจยุคฟองสบู่แตก รัฐบาลใช้คำขวัญเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้คนไทยเกิดความรู้สึกร่วมกันคือความต้องการกลับไปใช้ชีวิตที่เรียบง่าย และการระลึกถึงอดีตที่น่าประทับใจ เป็นต้น 2.) การสร้างกระแสความนิยมในประเด็นต่างๆ เช่น ประเด็นความรักชาติและความมีชื่อเสียงของควายบุญเลิศ ในภาพยนตร์เรื่องบางระจัน (พ.ศ. 2543) การรวมตัวของนักแสดงตลกชั้นนำ 4 คนและตัวอย่างมุขตลกในภาพยนตร์ตัวอย่าง ในภาพยนตร์เรื่องมือปืน / โลก / พระ / จัน (พ.ศ. 2544) ประเด็นการเกิดปรากฏการณ์ที่น่ามาซึ่งการระลึกอดีตที่น่าประทับใจ ในภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน (พ.ศ. 2546) ประเด็นการรับบทพระสงฆ์ของนักแสดงตลกเท่ง เกิดเหิง ในภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่ง (พ.ศ. 2548) และประเด็นความโด่งดังของนายพนม ยีรัมย์ ในภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง (พ.ศ. 2548) นอกจากนี้ยังรวมถึงการทำการตลาดโดยผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ โดยมีปัจจัยภายในคือ การสร้างภาพยนตร์แนวแอ็กชันและแนวตลกที่คนไทยชื่นชอบ ปัจจัยภายนอกคือการทำตลาดโดยใช้สื่อภาพยนตร์ตัวอย่างที่สามารถกระตุ้นให้ผู้ชมอยากดูภาพยนตร์มากที่สุด

ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง
สาขาวิชา การภาพยนตร์
ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนิสิต.....ศิลปภาส ตรังคสันต์
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....รักษานต์ วิวัฒน์สินอุดม

5084725628 : MAJOR FILM

249671

KEYWORDS : KEY SUCCESS / FACTOR / TOP GROSSING / THAI FILM

SIPPAPAS TRANGKASAN : KEY SUCCESS FACTORS OF TOP GROSSING
THAI FILM PRODUCTION COMPANIES DURING 1999 - 2009.

ADVISOR : ASSOC.PROF.RAKSARN WIWATSINUDOM, 187 pp.

The objectives of this research are to study the administrative strategies of 5 Thai film production companies and to search for the key success factors of 5 top grossing films of these companies. This is a qualitative research, using the theories of persuasive communication and marketing concepts as conceptual framework for this study and analysis.

The findings of this research are as follows. All 5 production companies have their own strategies in film production which vary according to their goals. The factors affecting the financial success of all 5 top grossing films are 1) the factors at the time of film release. For example, Thailand encountered a major economic crisis back in 1997. Hence, the government launched a campaign for "sustainable economy". This resulted in a concerted effort by Thai people to live a simple, down-to-earth lifestyle and a nostalgic recall of the past that was so impressive and memorable. 2) the creation of a stream of new values for everyone to cherish. For example, the concept of nationalism and the famous "Boonlert" the buffalo following the release of the film Bang Rajan (2000); the screen appearance in group of 4 leading comedians and the use of gags in the movie trailers of Muepuen/Loke/Pra/Chan (2001); the phenomenon of nostalgia in the film Fan Chan (2003); the role of Buddhist monk played by well-known comedian Teng Terdterng in the film Luang Pee Teng (2005) and finally, the sudden rise to fame of Pantom Yeeerum, the martial arts screen actor in Toom Yum Kung (2005). Other factors include the marketing strategies using integrated media and related channels, the internal factors (the production of comedy and action films, the two most favorite genres of all times) and the external factors (marketing strategies using movie trailers to stimulate the utmost interest of the film audience).

Department : Motion Pictures and Still Photography

Student's Signature สัพพาส ตรังคาสัน

Field of Study : Film

Advisor's Signature ธิดา

Academic Year : 2010

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.4 นิยามศัพท์.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดภาพยนตร์.....	6
2.2 แนวความคิดเรื่องจุดขายของภาพยนตร์.....	11
2.3 แนวความคิดเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	17
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายทางความคิด.....	20
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของภาพยนตร์.....	26
2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	34
2.7 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย.....	48
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	50
3.3 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	51

4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
1.	ข้อมูลของบริษัทผู้สร้างและกลยุทธ์ในการดำเนินการสร้างภาพยนตร์ของ บริษัทผู้สร้างไทยทั้ง 5 ราย.....	54
1.1	บริษัทฟิล์มบางกอก.....	54
1.2	บริษัทอวอง.....	56
1.3	บริษัทจี.ที.เอส.....	59
1.4	บริษัทพระนครฟิล์ม.....	64
1.5	บริษัทสหมงคลฟิล์ม.....	71
2.	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้สูงสุดของบริษัท ผู้สร้างทั้ง 5 ราย ระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552.....	78
2.1	การทำการตลาดของภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง.....	79
2.1.1	การทำการตลาดของภาพยนตร์เรื่องบางระจัน.....	79
2.1.2	การทำการตลาดของภาพยนตร์เรื่องมือปืน / โลก / พระ / จัน.....	87
2.1.3	การทำการตลาดของภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน.....	92
2.1.4	การทำการตลาดของภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่ง.....	101
2.1.5	การทำการตลาดของภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้ง.....	106
2.2	กระแสนิยมของภาพยนตร์ทั้ง 5 เรื่อง.....	116
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	162
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	162
5.2	อภิปรายผล.....	175
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	177
5.4	ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	178
	รายการอ้างอิง.....	179
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	184

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
4.1	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องบางระจันแบบที่หนึ่ง.....	83
4.2	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องบางระจันแบบที่สอง.....	84
4.3	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องบางระจันแบบที่สาม.....	84
4.4	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องบางระจันแบบที่สี่.....	84
4.5	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องมือปืน / โลก / พระ / จันแบบที่หนึ่ง.....	90
4.6	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องมือปืน / โลก / พระ / จันแบบที่สอง.....	90
4.7	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันแบบที่หนึ่ง.....	97
4.8	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันแบบที่สอง.....	97
4.9	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องแฟนฉันแบบที่สาม.....	98
4.10	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่งแบบที่หนึ่ง.....	103
4.11	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องหลวงพี่เท่งแบบที่สอง.....	104
4.12	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่หนึ่ง.....	112
4.13	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่สอง.....	112
4.14	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่สาม.....	112
4.15	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่สี่.....	113
4.16	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่ห้า.....	113
4.17	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่หก.....	113
4.18	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่เจ็ด.....	113
4.19	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่แปด.....	113
4.20	ใบปิดภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งแบบที่เก้า.....	114
4.21	แบบจำลองการวางแผนธุรกิจโดยใช้ข้อมูล SWOT.....	154