

บทคัดย่อ

เนื่องจาก Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์ เป็นภาพยนตร์สารคดีเรื่องแรกของบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัดที่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่ความนิยมและรายได้ ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจและเลือกศึกษาการผลักดันโปรเจกต์ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวโดยการตั้งคำถามว่าแท้จริงแล้วผู้ผลักดันโปรเจกต์ภาพยนตร์มีกลยุทธ์ในการดำเนินการผลิตและบริหารภาพยนตร์สารคดีในฐานะผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์บันเทิงทั่วไปของบริษัทอย่างไร

เพื่อให้การศึกษาเกิดประโยชน์ที่ครอบคลุม ผู้ศึกษาจึงเลือกที่จะศึกษากลยุทธ์ดังกล่าวโดยเริ่มจากการศึกษาโครงสร้างการบริหารองค์กรซึ่งเปรียบได้กับโครงสร้างการบริหารขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อกระบวนการบริหารที่มีขนาดเล็กลงมาหรือการผลิตภาพยนตร์นั่นเอง

จากการศึกษาทำให้ทราบว่าบริษัท จีเอ็มเอ็ม ไทย หับ จำกัดมีนโยบายสำคัญ 3 ข้อด้วยกัน คือ 1. การสร้างสรรค์ภาพยนตร์คุณภาพ (Quality) 2. การสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่ให้ความรู้สึกที่ดีต่อผู้ชม (Good Feeling) และ 3. การสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมกลุ่มใหญ่ (Mass Audience) เมื่อทราบถึงนโยบายหลักแล้ว แม้ว่าโปรเจกต์ภาพยนตร์เรื่องใหม่จะมีวิธีการเสนอและกระบวนการผลิตที่แตกต่างออกไป ผู้สร้างสรรค์ภาพยนตร์จะต้องนโยบายเหล่านี้ไปปรับใช้เพื่อให้ภาพยนตร์ของบริษัทมีทิศทางไปในทางเดียวกัน

หลังจากศึกษาโครงสร้างและวิธีการบริหารที่มีผลต่อการผลิตงานภาพยนตร์โดยตรงแล้ว ผู้ศึกษาได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทำภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นท์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะเฉพาะของการผลิตงานสารคดี ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหาที่มีความแตกต่างในประเด็น การริเริ่มแนวคิดในการสร้างภาพยนตร์ การพัฒนาแนวความคิด การพิจารณาผู้กำกับภาพยนตร์และทีมงาน การนำเสนองบประมาณการสร้างภาพยนตร์ การคัดเลือกนักแสดง ขั้นตอนการถ่ายทำภาพยนตร์ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ การขออนุมัติความยินยอมจากนักแสดง การทดลองฉายเพื่อการวิเคราะห์ผู้ชมภาพยนตร์ และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

เหนือสิ่งอื่นใดในแต่ละขั้นตอนนั้นล้วนแฝงไปด้วยกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับลักษณะของการดำเนินงาน ซึ่งถูกนำมาสรุปรวมไว้ในบทสุดท้ายของงานวิจัยที่ประกอบด้วยสาระสำคัญ คือ 1. กลยุทธ์การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดที่แม่นยำ 2. กลยุทธ์การผลิตภาพยนตร์ด้วยเงินทุนต่ำ 3. กลยุทธ์ในการเจรจาต่อรอง 4. กลยุทธ์การดำเนินงานแบบปฏิบัติการ 5. กลยุทธ์การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับสาร 6. กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และ 7. กลยุทธ์การนำเสนอภาพยนตร์สารคดีในรูปแบบภาพยนตร์สารบันเทิง

ผู้ศึกษาคาดหวังว่ารายงานนี้อาจจะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจในเรื่องของการผลักดันโปรเจกต์ภาพยนตร์ในรูปแบบภาพยนตร์สารคดี หรือภาพยนตร์ที่มีลักษณะการสร้างและการบริหารจัดการแตกต่างจากภาพยนตร์บันเทิงทั่วไป เพื่อให้ได้ทราบถึงวิธีการพัฒนาแนวความคิด การเจรจาต่อรองเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินลงทุน การวางแผนดำเนินงาน รวมไปถึงการสื่อสารทางการตลาดเพื่อตอบโจทย์ของโปรเจกต์ภาพยนตร์ 3 ประการสำคัญ คือ 1. การสร้างกำไรหรือสร้างให้รายได้คุ้มค่างบประมาณที่เสียไป 2. สำเร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ และ 3. โปรเจกต์จะต้องสร้างความพอใจเฉพาะให้กับกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ ซึ่งภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Final Score 365 วัน ตามติดชีวิตเด็กเอ็นทีได้มีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของโปรเจกต์ภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี