



การผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย

ผู้สอน : ดร.พงศวีร์ สุภาานนท์

ปัจจัยพื้นฐาน กระบวนการผลิตภาพยนตร์

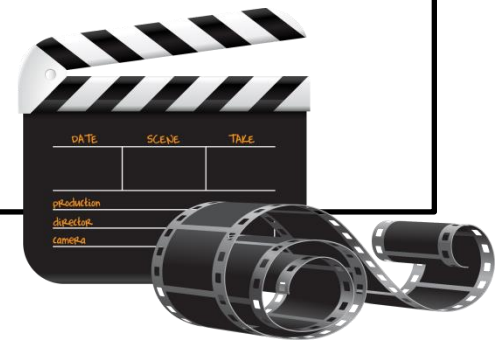
1. ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์หรือแหล่งเงินทุน (producer/finance)
2. นักแสดง(Actor)
3. บทภาพยนตร์ (script)
4. ผู้กำกับภาพยนตร์(director)
5. โรงภาพยนตร์ (theatre)
6. การโฆษณาภาพยนตร์(film advertising)
7. การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ (film public relations)

↓
“ฟอร์มหนัง”

1. ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์หรือแหล่งเงินทุน (producer/finance)

การผลิตภาพยนตร์แต่ละเรื่องต้องมี "เงินทุน" เป็นปัจจัยสำคัญของการผลิต ซึ่งเงินทุนดังกล่าวขึ้นกับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารของบริษัทภาพยนตร์ที่จะกำหนดให้ผู้อำนวยการสร้างไปเป็นผู้ควบคุมการผลิตภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ด้วยการควบคุม "เงินทุน" ที่ใช้ในการผลิตภาพยนตร์ เพราะการบริหารงานถือว่าการควบคุมทางการเงินจัดเป็นการควบคุมอย่างสมบูรณ์ (absolutely control)

ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์จัดเป็นผู้ที่มีอำนาจที่มีผลต่อ "ฟอร์มของหนัง" เพราะเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่ตนรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการควบคุมเงินทุนที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการผลิตภาพยนตร์ และความน่าเชื่อถือของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ



การควบคุมการใช้จ่ายของผู้อำนวยการสร้างมีผลต่อการตัดสินใจ
ในการบ่งชี้ทิศทางการผลิตภาพยนตร์หลายๆ ด้าน

- คัดเลือกเรื่อง
- การคัดเลือกผู้กำกับภาพยนตร์
- การคัดเลือกผู้เขียนบทภาพยนตร์
- การคัดเลือกดารานักแสดง
- การประสานงานการสร้างภาพยนตร์
- การตรวจสอบงาน
- การเผยแพร่และจัดจำหน่ายภาพยนตร์

ป็นหน้าหนังสือ

ปั้นหน้าหนัง

เป็นวิธีการหนึ่งนิยมนำเอาชื่อเสียงของผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไปใช้ในการสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างกระแสความต้องการชมภาพยนตร์ดังกล่าว



ถ้าผู้ชมรับทราบว่าใครเป็นผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์แล้ว โดยเฉพาะผู้ที่มีผลงานโดดเด่นก็เกิดรับรู้ว่าเป็น “ฟอร์มของหนัง” เรื่องนั้นจะเป็นฟอร์มใหญ่หรือไม่

2.ดารารหรือผู้แสดง

นักแสดงนำ

การคัดเลือกผู้แสดงนำที่เป็น “ดารา” มีพื้นฐานที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม อยู่แล้ว เป็นที่ชื่นชอบของคนดู มาแสดงภาพยนตร์ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จหรือทำให้ผู้ชมหันมาสนใจภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ มากกว่านักแสดงที่ไม่มีคนรู้จัก

โดยเฉพาะ ดาราที่มี “แฟนคลับ” จำนวนมาก ก็ะยิ่งดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว อันเป็นการช่วยประกันความเสี่ยงที่จะไม่มีผู้เข้าชมภาพยนตร์

นักแสดงประกอบ

การคัดเลือกจึงต้องพิจารณาจากผู้ที่มีชื่อเสียงและแสดงบทบาทได้เหมาะสม ให้เข้าร่วมแสดง ด้วยการหยิบยกเอาชื่อเสียงของดาราและผู้แสดงมาเป็น “จุดขาย” โดยการสร้างกระแสให้เป็นข้อมูลข่าวสารในด้านการสื่อสารการตลาดอย่างแยบยลและต่อเนื่องจึงนิยมทำกันอย่างแพร่หลาย

ดารานำและผู้แสดงนำในภาพยนตร์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตภาพยนตร์เลือกที่จะนำมาใช้ และเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตภาพยนตร์เลือกนำมาใช้เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชมภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น โดยจัดให้นักแสดงและผู้กำกับเดินสายมาร่วมชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ด้วย แตกต่างจากเมื่อก่อนที่นักแสดงและผู้กำกับจะมาร่วมชมภาพยนตร์แค่เฉพาะวันแถลงข่าวเท่านั้น



3. บทภาพยนตร์

บทภาพยนตร์ดัดแปลง

การนำนวนิยายหรือวรรณกรรมเรื่องใดที่ได้รับ
ความนิยมจากมหาชนถูกหยิบยกนำมาสร้าง
เป็นภาพยนตร์จะมีการ โหมโฆษณาตามมา
เป็นหนังสือฟอร์มยักษ์ เร้าความสนใจให้ชวนแก่
การติดตามเกิดความรู้สึกรอยากดู

บทภาพยนตร์ดั้งเดิม

สำหรับภาพยนตร์ที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นบท
ภาพยนตร์โดยตรง อาจจะไม่มีการอ่านติดตาม
เหมือนกับนวนิยาย จึงต้องจะมีการสื่อสาร
การตลาดอย่างต่อเนื่องในการ “ปั้นหน้าหนัง”



บทภาพยนตร์ไทยยุคการสื่อสารศตวรรษที่ 21

มีการอาศัยลูกเล่นที่พลิกแพลง มองมุมใหม่ เสริมความคิดสร้างสรรค์และสามารถ
ขยายวัฒนธรรมให้เป็นสากลมากยิ่งขึ้น

*การคัดเลือกนักแสดงที่เป็นลูกครึ่ง

*รู้โครงสร้างการเล่าเรื่องแบบเดิม

*ความแปลกใหม่

*มีการตีความใหม่สอดคล้องกับสภาพสังคมในช่วงเวลานั้น



ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ และผู้เขียนบท
ภาพยนตร์จะต้องพิจารณาตรวจสอบ แก้ไข พิจารณาบทจนเป็นที่พอใจ
จึงนำไปสู่การถ่ายทำ การแยกบทภาพยนตร์และตารางถ่ายทำภาพยนตร์
โดยดูว่ามีความเป็นไปได้และมีความสมเหตุสมผลเพียงใด



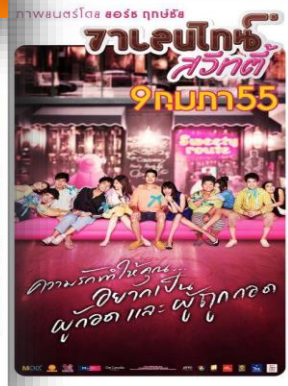
4.ผู้กำกับภาพยนตร์

ผู้กำกับภาพยนตร์ คือ ผู้ที่รังสรรค์โดยการตกแต่งและสร้างภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ให้มีชีวิต เพื่อบอกเล่าหรือถ่ายทอดเรื่องราวและอารมณ์สให้แก่ผู้ชมได้เสพ

ผลงานของภาพยนตร์แต่ละเรื่องย่อมมีความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของผู้กำกับภาพยนตร์ปรากฏเป็น “สไตล์” ให้รับรู้ ทั้งนี้ความสามารถในการกำกับเพื่อให้ภาพยนตร์มีชีวิตชีวาของแต่ละผู้กำกับภาพยนตร์ย่อมมีลักษณะโดดเด่นเป็นการเฉพาะของตน



เมื่อภาพยนตร์แต่ละเรื่องเปรียบเสมือนชิ้นงานตัวแทนความคิดของผู้กำกับภาพยนตร์แต่ละคน และเมื่อผู้ชมเกาะติดภาพยนตร์อยู่เป็นประจำก็จะเกิดการยึดติดกับผลงานการกำกับของผู้กำกับภาพยนตร์ จนกลายเป็นรูปแบบของการกำกับภาพยนตร์ของผู้กำกับคนดังกล่าว ฉะนั้นภาพยนตร์ก็ต้องอาศัยชื่อเสียงของผู้กำกับด้วยเช่นกัน โดยนำมาใช้ในการ “ปั้นหน้าหนัง” และ กำหนด “ฟอร์มของหนัง” ด้วยเช่นกัน



5. โรงภาพยนตร์

ปัจจุบันจะพบว่าโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะต้องอยู่ในแหล่งหรือสถานที่ที่สะดวกต่อการเข้าชม เช่น ตามห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆหรือบริเวณจุดรวมของชุมชน ซึ่งมีลักษณะความเป็นเครือข่ายและมีการวางโปรแกรมการฉายไว้แล้ว ฉะนั้นจึงถือว่าโรงภาพยนตร์ จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งของการ “ปั้นหน้าหนัง” ที่เกี่ยวข้องกับ “ฟอร์มของหนัง”



 <p>PEE MAK 23 MAY 2013</p>	PEE MAK 2D			
	9:15	11:20	12:50	14:00
	14:50	15:40	16:50	17:40
	18:50	20:45		
 <p>STAR TREK INTO DARKNESS</p>	3D			
	9:15	11:35	16:00	
	20:00			
 <p>NEVER ENDING STORY</p>	2D			
	9:15			

“หนังฟอร์มใหญ่” มักจะได้รับเลือก
ให้บรรจุเข้าฉายในโปรแกรมของ
โรงภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี
ซึ่งมีแฟนภาพยนตร์สามารถเข้าดูได้
จำนวนมากและกระจายไปอย่าง
กว้างขวางทั่วถึง ทั้งในกาลเทศะที่
นำออกฉายได้อย่างเหมาะสม

MVP
รวมชมครบทุกจอทุกจอ

เอ็มวีพี บุรีรัมย์
ชั้น 2 ทวีทิจบุปเปอรเซ็นเตอร์

					
11:00	12:10	11:00	11:00	11:10	15:10
13:20	14:30	12:50	13:40	13:10	21:30
15:40	17:00	14:40	16:20	16:30	
18:20	19:30	18:20	19:00	19:40	
20:40	21:50	20:10	21:40		
พ - ส	23:00	22:00			

รอบฉายโปรแกรมภาพยนตร์

รอบฉายปกติ

การจัดรอบฉายของภาพยนตร์ที่เข้าฉายตามโปรแกรมวางไว้

รอบฉายพิเศษ

การจัดนอกรอบฉายปกติของภาพยนตร์ก่อนที่จะเข้าฉายตามโปรแกรมวางไว้

- มิดไนท์ การฉายในรอบเวลา 24.00 น และหลังรอบเวลา 24.00 น.
- มิดเดย์ การฉายในช่วงกลางวัน ส่วนใหญ่จะรอบเฉพาะ 17.00 และ 19.00 น.
- การนำภาพยนตร์ออกฉายในรอบมิดไนท์-มิดเดย์ จะต้องคำนึงแนวของภาพยนตร์และกลุ่มผู้ชมเป็นเป้าหมายสำคัญ



6. การโฆษณาภาพยนตร์

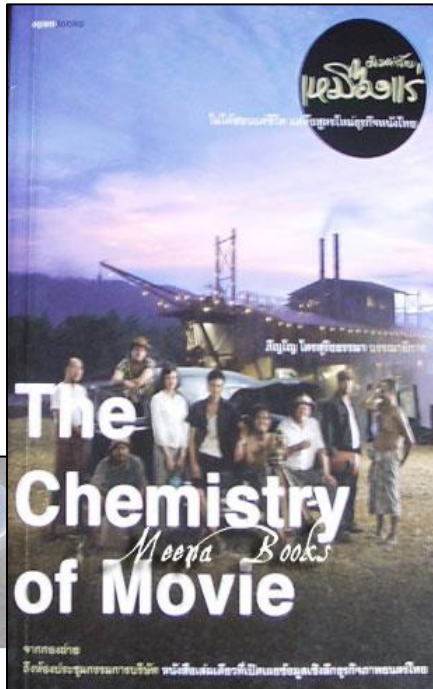
งบประมาณที่สร้างภาพยนตร์ไทยเรื่องหนึ่งๆอาจต้องหมดไปกับ
งบประมาณค่าโฆษณาเกือบครึ่งหนึ่งหรืออาจมากกว่างบประมาณในการสร้างด้วยซ้ำ

การโฆษณาภาพยนตร์ดำเนินการตั้งแต่ช่วงแรกเริ่ม เมื่อมีการสร้าง
ภาพยนตร์แล้ว ต้องทำการโฆษณาผ่านสื่อและกิจกรรมโฆษณาอย่างหลากหลาย
ตั้งแต่ช่วงตัดสินใจเริ่มคิดสร้างภาพยนตร์ได้เรียงไปถึงก่อนเข้าโรงภาพยนตร์



ตัวอย่างวิธีการโฆษณาภาพยนตร์

- เผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณา
- การเดินทางไปสัมภาษณ์ตามสื่อ
- จัดทำของที่ระลึก



วันวานยังหวานอยู่ ย้อนหลัง 29 ส.ค.57 - Bugaboo.tv
www.bugaboo.tv > ... > าวไรดี > วันวานยังหวานอยู่
30 ส.ค. 2557
รายการ วันวานยังหวานอยู่ วันศุกร์ที่ 29 สิงหาคม 2557 ย้อนวันวานกับคนสู้ชีวิต แข่กับเชิญ : เก้า จิรายุ, เพลง ชมมัตตา, ทศพร ศรีตุลา, เห็ดเผาะ เชิญยิ้ม พิธีกร ...

สมาคมเมียจ๋า 27 สิงหาคม 2557 (FULL) เก้า จิรายุ [HD] - YouTube
www.youtube.com/watch?v=PzUVmuyk2MU
27 ส.ค. 2557 - อัปโหลดโดย ThaiTV HD Fast
สมาคมเมียจ๋า 27 สิงหาคม 2557 สมาคมเมียจ๋า 27 ส.ค. 2557 เก้า จิรายุ สมาคมเมียจ๋า 27 ส.ค.57 สมาคมเมียจ๋า 27 สิงหาคม 2557 full เก้า จิรายุ สมาคมเมียจ๋า ...

3 แซบ - 3 ZAAP (เก้า จิรายุ - ตุ๊กแกรักแป้งมาก) 17 สิงหาคม 2557 ...
www.youtube.com/watch?v=DhAeJHmmbk
17 ส.ค. 2557 - อัปโหลดโดย Thai TV Rewind HD
3 แซบ - 3 ZAAP (เก้า จิรายุ - ตุ๊กแกรักแป้งมาก) 17 สิงหาคม 2557 1/4 [HD] 3 แซบ ย้อนหลัง ,3 แซบ 17 สิงหาคม 2557,3 แซบ 17 August 2014,3 แซบ 17 ส...

การใช้เครื่องมือเพื่อโฆษณาภาพยนตร์ไทย

การโปรโมทหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ให้ผู้ชมรับทราบ ผ่าน ตัวอย่างภาพยนตร์หรือเทรลเลอร์ โปสเตอร์ ไปตามสื่อๆต่างๆทั้งสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้ชมรับทราบ รับรู้และเกิดการตัดสินใจในการรับชมภาพยนตร์

กระแสการแชร์ (Share) เป็นกลยุทธ์แบบวิธีการบอกแบบปากต่อปากแต่ได้ผลรวดเร็วและมีการแชร์ไปได้อย่างกว้างขวาง การที่จะสามารถสื่อสารการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายนั้น ปัจจุบันจะเห็นได้ว่านักการตลาดส่วนใหญ่หันมาใช้เครื่องมือทางสื่อออนไลน์มากขึ้น เพราะมีการลงทุนต่ำแต่ได้ผลเยอะ

ตัวอย่างการใช้สื่อออนไลน์ เป็นเครื่องมือเพื่อโฆษณาภาพยนตร์ไทย



การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของภาพยนตร์ไทย (Integrated Marketing Communication)

การโปรโมทหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ให้ผู้ชมรับทราบ ผ่าน ตัวอย่างภาพยนตร์หรือเทรลเลอร์ โปสเตอร์ ไปตามสื่อๆต่างๆทั้งสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้ชมรับทราบ รับรู้และเกิดการตัดสินใจในการรับชมภาพยนตร์

บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์มากที่สุด โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดีย หรือแม้แต่ภาพยนตร์ ตัวอย่างในโรงภาพยนตร์ก็สามารถทำให้ผู้รับสารอยากชมภาพยนตร์เรื่องนั้น ดังนั้น เครื่องมือทางโฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน

7. การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์

การออกข่าวอย่างต่อเนื่องในเชิงสร้างสรรค์เพื่อรายงานความก้าวหน้าอย่างมีประเด็นและสาระ ย่อมส่งผลต่อความเตรียมพร้อมของผู้ชม อันเป็นการสร้างกระแสได้เป็นอย่างดี โดยการประชาสัมพันธ์ เป็นเหมือน “ทัพหน้า” ของการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่ผลิตหรือสร้างขึ้น ถือเป็น การ “ปั้นหน้าหนัง” ให้เป็นหนังฟอร์มใหญ่ได้เช่นกัน



ตัวอย่างการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่อง ต้อง มนต์รัก

ขั้นตอนการทำงาน	ตัวอย่างประเด็นสำคัญของเนื้อหา
วางแผน	<ul style="list-style-type: none">โครงการสร้างภาพยนตร์ “3ยักษ์ใหญ่”ของวงการ สุจริต บุญชูป , พีระนันท์ เจิดจรัส, ณชา เวียงสระ จับมือกันสร้างภาพยนตร์รักโรแมนติก “ต้องมนต์รัก
ติดต่อซื้อบทประพันธ์	<ul style="list-style-type: none">การขายลิขสิทธิ์บทประพันธ์ด้วยราคาสูง เนื่องจากเป็นบทประพันธ์ที่มีชื่อเสียง หรือผู้ประพันธ์มีชื่อเสียง “พลอย กิมจิ” ขายลิขสิทธิ์ “ต้องมนต์รัก” ถึง 3 แสนกำหนดผู้กำกับและดาร ต้องมือถึง
เขียนบทภาพยนตร์	นักเขียนบทภาพยนตร์ฝีมือเยี่ยม “หมาเหมินแมน” ระดมมือหนึ่งเขียนบท หนึ่งในจำนวนนี้เคยช่วยวิลเลียม โกลด์แบนด์มือบท ตู๊กตาทองฮอลดีวู้ดมาแล้ว

ขั้นตอนการทำงาน	ตัวอย่างประเด็นสำคัญของเนื้อหา
วางตัวดาร	<ul style="list-style-type: none"> • การฝึกคารา การประกบคาราระหว่างคาราชั้นนำและคาราประกอบ ชื่อตั้ง “ต้องมนต์รัก” นื่องโม ภาวิณี ประกบ2พระเอก อาม วุฒิ , เชษฐ ุสรเดช ตามด้วยดาวร้ายเพียบ อาทิ ต๋อง นาคกร และ จอง ศักรินทร์
เตรียมการถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> • การหาสถานที่ สวย ใกล ยากลำบาก เป็นดินแดนไม่เคยเห็นมาก่อน “เปิดความงามทุ่งบัวตอง ถ่าย “ต้องมนต์รัก”
ถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> • คาราพอใจบทบาทในภาพยนตร์เรื่องนี้ แสดงเต็มที่ “วุฒิ” เพล เล่นบทบาทที่สุดในชีวิต คาคเข้าชิงคารานำชาย
หลังการถ่ายทำ	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้วงorchestra ทั้งวงมาทำดนตรีประกอบ “ใช้นักดนตรีถึง 300 คน บรรเลงเพลงประกอบใน “ต้องมนต์รัก” มากที่สุดในประวัติศาสตร์หนังไทย
จัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> • การนำภาพยนตร์เข้าโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง “เสี่ยกิม” ประเดิม 20 โรงทั่วกรุง ถล่ม “ต้องมนต์รัก
ก่อนเข้าโรงภาพยนตร์	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดรอบมิดไนท์ -มิดเคย์ มิดไนท์สั้นได้ผลเกินคาด “ต้องมนต์รัก” เพื่อมิดไนท์อีก 2 รอบ สุกร์ที่ 7 กับเสาร์ที่ 8 ให้สะใจแฟนหนัง
ภาพยนตร์เข้าฉายในโรง	<ul style="list-style-type: none"> • การทำรายได้ของภาพยนตร์ ““ต้องมนต์รัก” 10 ล้านแล้ว”แซงฮ่องกง วิงตู้ฟัด 5 2 อาทิตย์ ฮ่องกงแค่ 7 ล้าน

งานเก็บคะแนน

ป็นหน้าหนัง หน้าเกรด **B** ให้มีความ
น่าสนใจมากขึ้น เกรด **A**

โดยออกแบบ **POSTER – T-SER**

งานกลุ่ม 1- 4 คน

งานเก็บคะแนน

ป็นหน้าหนัง หน้าเกรด **B** ให้มีความ
น่าสนใจมากขึ้นโดยออกแบบ **POSTER
– T-SER**งานกลุ่ม 1- 4 คน



Poster ต้นฉบับ
Poster ที่ทำใหม่
File t-ser ต้นฉบับ
File t-ser ตัดทำใหม่

จ .10 ม.ค. 65 วันสุดท้าย

17.00 **poster**

23.59 **file**

POSTER 12*18 ให้ทำใหม่เลย
T-Serให้ตัดต่อใหม่เลย
ห้ามเอา**T-ser** ที่มีอยู่แล้วมาใช้
30-45 วินาที