

ปัจจัยการผลิตภาพยนตร์

---

อ้างอิงจากตำราวิชา ภาพยนตร์ไทย  
โดย.....ดร..พงศวีร์ สุภานนท์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## ปัจจัยการผลิตภาพยนตร์

ภาพยนตร์ไทยหนึ่งเรื่องนั้นมีการบวนการผลิตและการดำเนินงานที่กว้างขวาง และครอบคลุมกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน มีความซับซ้อนของกระบวนการทำงานและบทบาทคนทำงาน ดังนั้นต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยการผลิตภาพยนตร์ได้แก่ ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ หรือแหล่งเงินทุน ,ดาราหรือนักแสดงนำ,บทภาพยนตร์,ผู้กำกับภาพยนตร์,โรงภาพยนตร์ , การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์,คุณภาพการผลิต,เนื้อหาของภาพยนตร์,ประเภทของภาพยนตร์ ,อายุของภาพยนตร์ และความสามารถในการทำรายได้ของภาพยนตร์ เป็นต้น

### 1. ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์หรือแหล่งเงินทุน

การผลิตภาพยนตร์แต่ละเรื่องต้องมี "เงินทุน" อันเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการผลิต ซึ่งเงินทุนดังกล่าวขึ้นกับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารของบริษัทภาพยนตร์ที่จะกำหนดให้อำนวยการสร้างไปเป็นผู้ควบคุมการผลิตหรือการสร้างภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ด้วยการควบคุมเงินทุน เนื่องจากถือเป็นการบริหารงานอย่างหนึ่ง ซึ่งการควบคุมการใช้จ่ายทำให้มีผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการผลิตภาพยนตร์แต่ละเรื่อง นับตั้งแต่ขั้นตอน การคัดเลือกเรื่อง การคัดเลือกผู้เขียนบทภาพยนตร์ การคัดเลือกผู้กำกับและดารานักแสดง การตรวจสอบงาน การประสานงาน การเผยแพร่ รวมถึงการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ซึ่งภาพยนตร์จะใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ที่จะเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในเรื่องที่ตนเองรับผิดชอบ และต้องเข้าไปจัดการและควบคุมเงินทุนสำหรับการผลิตภาพยนตร์โดยตรง

### 2. ดาราหรือนักแสดงนำ

ผู้แสดงนำที่เป็นดารา โดยเฉพาะดารานักแสดงที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม ซึ่งหากภาพยนตร์เรื่องใดได้ดารานักแสดงที่เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนมาร่วมนำแสดง ย่อมมีแนวโน้มต่อความสำเร็จ เพราะจะทำให้ผู้ชมหันมาสนใจภาพยนตร์ในเรื่องนั้น ๆ มากกว่านักแสดงที่ไม่มีคนรู้จัก โดยเฉพาะดาราที่มีแฟนคลับจำนวนมาก ก็จะมีดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว อันเป็นการลดความเสี่ยงจากการขาดทุน หรือไม่มีผู้เข้าชมภาพยนตร์ ขณะเดียวกันการคัดเลือกนักแสดงประกอบที่เล่นประกอบในภาพยนตร์ก็มีความสำคัญเช่นกัน จึงต้องพิจารณาจากผู้ที่มีชื่อเสียงและแสดงบทบาทได้เหมาะสมให้เข้าร่วมแสดง เพื่อช่วยดึงดูดผู้ชมด้วย ซึ่งเรียกวิธีการนี้ว่า การปั้นหน้าหนังให้เป็น หนังสือฟอร์มยักษ์ ด้วยการหยิบยกเอาชื่อเสียงของดาราและผู้แสดงมาเป็นจุดขาย เช่น ภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง (2556) ที่นำเอา มาริไฉ่ เมาริเออ และ ดาวิกา โฮนเน่ ซึ่งเป็นนักแสดงชื่อดังในช่วงเวลานั้นมาเป็นพระเอกและนางเอก ทำให้เรียกกระแสความนิยม จากบรรดาแฟนคลับที่ชื่นชอบเข้ามาชมภาพยนตร์ได้เป็นจำนวนมาก สามารถทำ

รายได้สูงสุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย ในช่วงเวลานี้ทุบสถิติในวงการภาพยนตร์ไทยทุกเรื่องที่ผ่านมา จนถึงปัจจุบันก็ยังไม่มีการฉายภาพยนตร์ไทยเรื่องใดทำลายสถิติได้

### 3. บทภาพยนตร์

บทภาพยนตร์นับว่ามีความสำคัญที่ทำให้บริษัทค่ายภาพยนตร์ประสบความสำเร็จ บทภาพยนตร์ที่ดีทำให้ผู้ชมสนใจที่จะชมและรับรู้เรื่องราวของภาพยนตร์ได้อย่างสนุกสนาน ผู้มีหน้าที่ในการคัดเลือกบทภาพยนตร์ คือ ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์ และผู้เขียนบทภาพยนตร์ จะต้องพิจารณาร่วมกันตรวจสอบ แก้ไข พิจารณาบทจนเป็นที่พอใจ จึงนำไปสู่การถ่ายทำ การแยกบทภาพยนตร์และตารางถ่ายทำภาพยนตร์ โดยดูว่ามีความเป็นไปได้ และมีความสมเหตุสมผลเพียงใด ซึ่งส่วนใหญ่การนำนวนิยายขายดีที่มีผู้อ่านจำนวนมาก ซึ่งดัดแปลงเป็นบทภาพยนตร์ จะสามารถช่วยดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนภาพยนตร์และแฟนนวนิยายให้เข้าไปชมภาพยนตร์

อย่างไรก็ตามแม้จะมีการนำนวนิยายมาโลดแล่นบนจอภาพยนตร์ แต่ในยุคปัจจุบันการเริ่มมีการที่จะนำมาพลิกแพลง ดีความใหม่ มองมุมใหม่ ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมไทยในยุคปัจจุบัน เช่น นำดาราลูกครึ่งมาแสดงนำในภาพยนตร์เรื่อง พี่มากพระโขนง และเปลี่ยนจุดเล่าเรื่องจากตัวนางมาเป็นมาก สามีของนางนากแทน หรือจะเป็นภาพยนตร์เรื่อง คู่กรรม ที่ปรับเปลี่ยนบุคลิกของอังศุมาลิน จากเดิมเป็นหญิงที่เรียบร้อยแบบไทย ๆ มาเป็นกล้าเถียง กล้าพูดมากขึ้น เป็นต้น

### 4. ผู้กำกับภาพยนตร์

ผู้กำกับภาพยนตร์ คือ ผู้ที่มีบทบาทในการรังสรรค์ถ่ายทอดเรื่องราวให้ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ มีชีวิตและอรรถรสให้แก่ผู้ชม โดยผู้กำกับภาพยนตร์แต่ละคนจะใส่ความเป็นตัวของตัวเองลงไปในงานที่ตนเองกำกับ อาจจะไปโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็แล้วแต่ ซึ่งเรียกสิ่งนั้นว่า “สไตล์” ซึ่งผู้กำกับภาพยนตร์ย่อมมีลักษณะโดดเด่นเป็นการเฉพาะของตน จนปรากฏเป็นภาพยนตร์ที่ผู้ชมได้รับรู้สาระและความเพลิดเพลิน เปรียบเสมือนชิ้นงานนั้นเป็นลายเซ็นที่สะท้อนความคิดของผู้กำกับภาพยนตร์ และเมื่อผู้ชมเกาะติดภาพยนตร์อยู่เป็นประจำก็จะเกิดการยึดติดกับผลงานการกำกับของผู้กำกับภาพยนตร์ จนกลายเป็นรูปแบบของการกำกับภาพยนตร์ของผู้กำกับคนดังกล่าว ซึ่งมีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ชมภาพยนตร์ที่ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจรับชมภาพยนตร์ หากผู้ชมรู้ได้ว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นมีผู้กำกับที่เคยผ่านผลงานมาแล้วอย่างโดดเด่น จะวิเคราะห์ได้ว่าเรื่องนั้นจะต้องเป็นฟอร์มใหญ่รวมไปถึงการปั้นหน้าหนัง และเพื่อต้องการจะสร้างกระแสกับกลุ่มเป้าหมาย บริษัทค่ายภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่จึงนิยมเอาชื่อเสียงของผู้กำกับภาพยนตร์มาใช้ในการสื่อสารการตลาดด้วย

## 5. โรงภาพยนตร์

บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์เมื่อสร้างภาพยนตร์เสร็จแต่ละเรื่องจะต้องหาโรงภาพยนตร์รองรับ ภาพยนตร์เรื่องนั้นจึงต้องติดกับโรงภาพยนตร์ ทั้งนี้นโยบายในการคัดเลือกภาพยนตร์ไทยที่จะเข้าฉายโรงภาพยนตร์นั้นส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เนื่องจากทุกเครือโรงภาพยนตร์ มีนโยบายรับฉายภาพยนตร์ โดยเกณฑ์การคัดเลือกพิจารณาหลาย ๆ อย่าง เช่น จากตัวภาพยนตร์เอง หรือส่วนในกรณีที่บริษัทโรงภาพยนตร์มีธุรกิจจัดจำหน่ายภาพยนตร์ด้วยการแบ่งโรงภาพยนตร์บางส่วนในเครือไว้ฉายภาพยนตร์ของตนเอง จึงทำให้ภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายใน ทุกเครือโรงภาพยนตร์ จะมีลักษณะเป็นภาพยนตร์ตลาดทั้งสิ้น

สำหรับพื้นที่ในการตั้งโรงภาพยนตร์ในปัจจุบันมักตั้งอยู่ในแหล่งสถานที่สะดวกต่อการเข้าชม จุดรวมของชุมชนตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่มีสายสัมพันธ์ ในลักษณะความเป็นเครือขายพร้อมทั้งวางโปรแกรมฉายภาพยนตร์ไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า โรงภาพยนตร์ ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดฟอร์มของหนังเพื่อที่จะปั่นหน้าหนัง ซึ่งหากภาพยนตร์เรื่องใดที่สร้างเสร็จแล้วแต่ทางโรงภาพยนตร์ไม่ได้บรรจุโปรแกรมเข้าฉายเอาไว้ หรือบรรจุโปรแกรมฉายในโรงภาพยนตร์ที่อยู่ในทำเลที่ผู้คนเดินทาง มาไม่สะดวก หรือเลือกเข้าในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ในการจัดฉายภาพยนตร์ เมื่อเช่นนั้นจะเห็นได้ว่า หนังฟอร์มใหญ่มักจะได้รับเลือกให้บรรจุเข้าฉายใน โปรแกรมของโรงภาพยนตร์ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี ซึ่งมีแฟนภาพยนตร์สามารถเข้าดูได้จำนวนมาก และกระจายไปอย่างกว้างขวางทั่วถึง ทั้งในกาลเทศะที่นำออกฉายได้อย่างเหมาะสม

## 6. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์จะต้องดำเนินการตั้งแต่ช่วงแรกเริ่มเมื่อมีการผลิตหรือสร้างภาพยนตร์แล้ว ผ่านสื่อและกิจกรรมโฆษณาหลากหลาย ตั้งแต่ช่วงตัดสินใจเริ่มคิดสร้างภาพยนตร์ไปจนถึงก่อนและระหว่างเข้าฉายในโรงภาพยนตร์

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันสื่อออนไลน์ค่อนข้างทำงานได้เป็นอย่างดีและทำให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับภาพยนตร์ จนเกิดความชื่นชอบนำไปสู่การแบ่งปัน หรือแชร์ข้อมูลภาพยนตร์ให้กับเพื่อนหรือกลุ่มคนในสังคมเดียวกัน จากนั้นจะมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคกับบริษัทและสุดท้ายคือ การที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์มากที่สุด เช่น การใช้รูปแบบการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อทำให้ผู้บริโภคอยากร่วมกิจกรรม โดยระยะเวลาในการสร้างกลยุทธ์ดังกล่าวคือ ช่วงสัปดาห์แรกที่ภาพยนตร์เข้าฉายในโรงภาพยนตร์เพื่อสร้างการรับรู้ให้คนรู้จัก ภาพยนตร์เรื่องนี้ กระตุ้นและตอกย้ำให้ผู้บริโภคที่ยังไม่เข้าชมไปชมภาพยนตร์ และพอถึงช่วงเวลา

ที่ภาพยนตร์จะออกจากโรงภาพยนตร์ บริษัทก็จะมีการพูดคุยกับผู้บริโภคที่ได้รับชมไปแล้ว ให้เกิดความรู้สึกผูกพันซึ่งกันและกัน แล้วอยากดูภาพยนตร์เรื่องต่อไปของบริษัท

ด้วยเหตุนี้บริษัทค่ายภาพยนตร์ ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ และโรงภาพยนตร์ สามารถจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายภาพยนตร์ของตนเองได้โดยการแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันในการทำกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การทำบัตรสมาชิกหรือสมาชิกร์ดเพื่อซื้อบัตรชมภาพยนตร์ราคาถูกลง การมีส่วนลดร้านค้าจากพันธมิตรทางธุรกิจทั้งที่เป็นร้านค้าและห้างสรรพสินค้า การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่เข้าฉาย การชิงรางวัลทางบัตรชมภาพยนตร์ การเล่นเกมชิงรางวัลเกี่ยวกับภาพยนตร์ และการจัดรายการเปิดตัวภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวเคยนำมาใช้กับภาพยนตร์ไทยหลายเรื่อง เช่น ไทยประจักษ์ชีวิต เป็นผู้สนับสนุน ภาพยนตร์เรื่องสุดเขตสเลดเปิด เปียร์สิงห์และธนาคารกรุงศรีอยุธยาเป็นผู้สนับสนุนภาพยนตร์เรื่อง สุริโยทัย, ยาสีฟันใกล้เคียงเป็นผู้สนับสนุนภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน เป็นต้น

### 7. คุณภาพการผลิต

เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นตัวตนของผู้สร้าง บริษัทค่ายภาพยนตร์จะต้องคำนึงถึงคุณภาพการผลิต ในขณะเดียวกันทางด้านเนื้อหาต้องมีคุณภาพด้วยเช่นกัน ซึ่งถ้าหากภาพยนตร์เรื่องใดมีคุณภาพทางด้านเนื้อหาและคุณภาพการผลิตควบคู่ทั้งสองอย่างแล้ว นอกจากจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้สร้างภาพยนตร์แล้ว ยังจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้ภาพยนตร์เรื่องนั้น ส่งผลทำให้เกิดการยอมรับของผู้ชมมากที่สุด และระยะยาวจะสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดภาพยนตร์โลกได้ (ดวงกมล หนูแก้ว, 2548 : 66)

### 8. เนื้อหาของภาพยนตร์

การสร้างภาพยนตร์ไทยที่มีเนื้อหาเข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนเหมาะสมกับวิถีชีวิตคนไทยจะมีโอกาสทำรายได้มากกว่าภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาซับซ้อนและดูยาก การที่ผู้ชมรับรู้เนื้อหาของภาพยนตร์เรื่องนั้นเกี่ยวข้องกับอะไร จะช่วยให้เกิดการตัดสินใจได้ง่ายขึ้นที่จะเลือกที่รับชมภาพยนตร์ ภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน โดยไม่สร้างภาพยนตร์ให้มีเนื้อหาซ้ำซากจำเจ เพราะอาจทำให้ทำผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายภายหลัง

### 9. ประเภทของภาพยนตร์

ค่ายหรือผู้สร้างภาพยนตร์ควรพิจารณาในการเลือกสร้างภาพยนตร์ไทยให้ตรงกับประเภทภาพยนตร์ที่ผู้ชมส่วนใหญ่ชื่นชอบ สำหรับประเทศไทยผู้ชมเลือกที่จะรับชมภาพยนตร์ไทยประเภทตลกขบขัน รองลงมาคือแนวผี ลึกลับ สยองขวัญ และรักโรแมนติกตามลำดับ

## 10. อายุของภาพยนตร์

การจะผลิตภาพยนตร์ไทยเรื่องใดเรื่องหนึ่งออกฉาย จะต้องวางแผนล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี เพราะอายุโดยเฉลี่ยของภาพยนตร์ 1 เรื่องอยู่ที่ประมาณ 1 ปี โดยเริ่มตั้งแต่การเขียนบท ถ่ายทำจนเสร็จพร้อมโปรโมทออกฉาย เช่น หากจะนำภาพยนตร์ที่ผลิตออกฉายในปี 2562 จะต้องวางแผนในปี 2561 ซึ่งการที่มีภาพยนตร์ไทยอยู่ในมือ จะทำให้สามารถพิจารณาได้ถึง ความพร้อมและเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้วจะแข่งขันกันได้หรือไม่ ทำให้เลือกจังหวะการเข้าฉายได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าค่ายภาพยนตร์จะมีการวางแผนที่ดีทั้งในเรื่องของการผลิตและการออกฉายทันต่ออายุของภาพยนตร์ก็ตาม แต่ข้อควรระวังก็คือ อาจจะมี ปัจจัยที่คาดไม่ถึงจนส่งผลถึงอายุของภาพยนตร์ด้วย คือกระแสสังคมที่มีต่อดารานักแสดงของ ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ช่วงระหว่างรอเข้าฉายตามโปรแกรมห่างไว้ เหมือนกับกรณีของภาพยนตร์ เรื่อง “เมย์ไหน ไฟแรงเฟร่อ” (2558) ที่ถ่ายทำเสร็จพร้อมออกฉายสู่สาธารณชน แต่เกิด เหตุการณ์หนึ่งในนักแสดงเรื่องนี้แสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสมที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นที่กล่าวถึงใน โลกออนไลน์ ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ต้องถูกระงับฉายเป็นการชั่วคราว เพราะกระแสสังคมไทยใน ช่วงเวลานั้นไม่ยอมรับกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของนักแสดงนำเรื่องนี้ และเมื่อทำการฉายปกติอีก ครั้ง กลับไม่ได้รับความนิยมจากผู้ชม เนื่องจากกระแสของนักแสดงคนดังกล่าวลดลงมากเมื่อ เทียบกับช่วงเวลาก่อนหน้านั้น ทำให้รายได้จากภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่เป็นตามที่คาดหวังของ นายทุน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าภาพยนตร์จึงไม่เหมือนสินค้าอื่น กล่าวคือ เมื่อผลิตเสร็จแล้วควรที่ จะวางแผนรับออกฉายทันที จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้กลายเป็น “หนังเย็น” ซึ่งเป็นจำนวนที่วงการภาพยนตร์ใช้กับภาพยนตร์ที่ถูกผลิตขึ้นแล้วแต่ไม่ได้รับการฉายหรือ ถูกทิ้ง ใ่วานานมาก จนทำให้บรรยากาศเนื้อหา หรือสถานการณ์ในเรื่องล้าหลังไม่ทันต่อสถานการณ์ ในช่วง ที่เข้าฉาย

## 11. ความสามารถในการทำรายได้ของภาพยนตร์

ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ให้ทุนในการผลิต ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการ คำนวณรายได้จากการสร้างภาพยนตร์ล่วงหน้า จากจำนวนสายหนังที่คงที่ มีตลาดจำกัดต้อง ประหยัดงบประมาณให้มากที่สุด การทุ่มทุนสร้างภาพยนตร์มากๆ เกิดความเสี่ยงต่อการขาดทุน ผู้อำนวยการสร้างจึงทำทุกวิถีทางที่ต้องผลิตภาพยนตร์ให้ดีที่สุดด้วยงบประมาณที่น้อยที่สุด หรือไม่เกินงบประมาณที่วางไว้