

กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด
ในภาวะเศรษฐกิจเศรษฐกิจ (2539-2541)

นาย ฉลองรัช จงรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-346-367-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

24 S.A. 2546

110498561

THE STRATEGY OF THAI FILM PRODUCTION OF FIVE STAR PRODUCTION CO.,LTD.
DURING THE ECONOMIC CRISIS (1996-1998)

Mr. Chalongrat Jongrak

A Thesis Submitted In Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree Of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2000

ISBN 974-346-367-4

ฉลองรัช จงรัชย์ : กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ใน
ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (2539-2541) (THE STRATEGY OF THAI FILM PRODUCTION OF
FIVE STAR PRODUCTION CO.,LTD. DURING THE ECOMIC CRISIS 1996-1998)

อ. ที่ปรึกษา : ผศ. โอปาร วงศ์บ้านคู่, 100 หน้า, ISBN 974-346-367-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของ บริษัท ไฟว์สตาร์
โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ(2539-2541) ว่ามีกลยุทธ์ในการผลิตอย่างไร ที่ทำให้บริษัท
ไฟว์ สตาร์ บรรลุจุดมุ่งหมายตามที่บริษัทได้ตั้งไว้

ผลการวิจัยพบว่า บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ได้นำแนวคิดของ Stanton และ Futrell ที่
ว่าด้วยส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกย่อๆ ว่า 4Ps ซึ่งประกอบด้วย 1. Product 2. Price 3. Place
4. Promotion มาเป็นปัจจัยในการวางแผนและผลิตภาพยนตร์ โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผู้
อื่นในแง่ของเนื้อเรื่อง, ประเภทของภาพยนตร์ มีการปรับลดต้นทุนในการผลิต และ กระจายช่องทาง
การจัดจำหน่ายให้มากที่สุด โดยใช้การส่งเสริมการขายเป็นแรงกระตุ้น จึงทำให้บริษัทไฟว์สตาร์อยู่รอด
มาได้ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ปี 2539-2541

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา 2543.....

ลายมือชื่อนิสิต ฉลองรัช จงรัชย์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา โอปาร วงศ์บ้านคู่.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4185227428 : MAJOR MASS COMMUNICATION

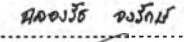
CHALONGRAT JONGRAK : THE STRATEGY OF THAI FILM PRODUCTION OF FIVE STAR PRODUCTION CO.,LTD. DURING THE ECONOMIC CRISIS (1996-1998).


THESIS ADVISOR : ASST.PROF. OLARN WONGBANDUE 100 PP.

ISBN 974-346-367-4

The purpose of this research is to investigate the strategy of Thai film production of Five Star Production Co.,Ltd. The investigation is aimed at discovering the Thai film production strategy in achieving the company 's objectives.

The findings of the study reveal that Five Star Production Co.,Ltd. has adapted Stanton and Futrell 's marketing mix concept (Product, Price, Place, Promotion) as the factor in film production planning. By differentiating the film production in terms of the story and the types of the movie, reducing the cost of production, expanding the channels of distribution, using intensive promotion. The company can survive during the economic crisis (1996-1998)

Department MASS COMMUNICATION Student's Signature 

Field of study MASS COMMUNICATION Advisor's Signature 

Academic year 2000 Co-Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความร่วมมือของ ผศ.โอฬาร วงศ์บ้านคู อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์อีก 2 ท่านคือ รศ.วิภา ตมฉันท์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์กิตติศักดิ์ สุวรรณโกสิน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งอาจารย์ทั้ง 3 ท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆในงานวิจัยมาด้วยดีตลอด นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน ประกอบด้วย คุณเจริญ เอี่ยมพึ่งพร, คุณสายจรูญ เอี่ยมพึ่งพร, คุณชัยวัฒน์ ทวีวงศ์แสงทอง, คุณอุมา จงสิริวิทยา, คุณนพพร วาทิน, คุณพจน์ อานนท์, คุณธนิตย์ จิตนุกูล, คุณเชียร พรวาณิชย์, คุณสิทธิรักษ์ ตูลาพิทักษ์, คุณไชยทัศน์ โกวิทพรพิเชษฐ, คุณวรวรรณ พັນเดชาชัย, คุณรัตนา นิลคำ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่า และให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความห่วงใย กำลังใจ และความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ ขอขอบคุณน้องปี อาภาภรณ์ รุ่งสาโรจน์ ที่ช่วยพิมพ์งานวิทยานิพนธ์ให้ ขอขอบคุณนิรันดร ตารมย์ ที่ช่วยพิมพ์งานวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ คุณภา เพื่อนอ้วนผู้น่ารัก ให้ความช่วยเหลือกับผู้วิจัยมาตลอด ขอขอบคุณ “คุณแม่อี” สำหรับทุนการศึกษา และเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยเสมอมา ขอขอบคุณ “พีเอ” พี่ชายที่แสนดี ของผู้วิจัย ที่ช่วยแปลบทคัดย่อให้ผู้วิจัย และทำให้ผู้วิจัยมีวันนี้ ขอขอบคุณน้องศุภ ที่ช่วยอ่านงานวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณปู่กับสายพิณ ที่คอยเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาตลอด ขอขอบคุณน้องจอห์น คูโอ้ ที่มาช่วยดูแลในระหว่างที่ผู้วิจัยกำลังทำงานวิจัยอยู่ หวังว่าความสำเร็จทางการศึกษาในครั้งนี้นั้นคงพอจะทำให้แม่ ป้า พี่ๆ และเพื่อนๆ ของผู้วิจัย และครอบครัวของตัวผู้วิจัยภูมิใจในตัวผู้วิจัยบ้าง

ฉลองรัช จงรักษ์

กันยายน 2543

สารบัญ

	หน้า	
บทคัดย่อภาษาไทย	ง	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ	
กิตติกรรมประกาศ	ฉ	
สารบัญแผนภาพ	ฉ	
สารบัญตาราง	ญ	
บทที่		
1	บทนำ	1
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 ปัญหานำวิจัย	6
	1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
	1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
	1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น	6
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
	1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	2.1 แนวคิดทางด้านการวางแผนทางการตลาด	8
	2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
3.	ระเบียบวิธีวิจัย	12
	3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	12
	3.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล	12
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
	3.5 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

4	กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของบริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัดในภาวะเศรษฐกิจ (2537-2541)	16
	4.1 ส่วนประสมทางการตลาด	17
	4.2 ผลិតภัณฑ์	19
	4.3 ตารางรายชื่อภาพยนตร์ของบริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น ในช่วง ปีพ.ศ. 2539-2541	21
	4.4 ตารางเปรียบเทียบภาพยนตร์ที่สร้างในปี 2539-2541 ของแต่ละค่าย	22
	4.5 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	23
	4.6 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	25
	4.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	39
	4.8 ราคา	41
	4.9 ตารางสรุปค่าใช้จ่ายในการผลิตภาพยนตร์	49
	4.10 ช่องทางการจัดจำหน่าย	50
	4.11 ตารางแสดงรายได้ของโรงภาพยนตร์ในเครือไฟว์สตาร์	53
	4.12 การส่งเสริมการตลาด	60
	4.13 ตัวอย่างใบปลิวของภาพยนตร์	63
	4.14 ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์	66
	4.15 ตารางแสดงรายได้ของภาพยนตร์ของบริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด	72
5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	75
	5.1 สรุปผลการวิจัย	75
	5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป	80
	รายการอ้างอิง	81
	ภาคผนวก	83
	ประวัติผู้เขียน	100