บทที่ 2

พัฒนาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
และโปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย

ในบทที่ 2 นี้เป็นการเสนอความเป็นมาของภาพยนตร์ไทย อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและโปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์โปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในบทต่อๆ ไป ทั้งนี้เนื่องจากการเกิดของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้นถูกจัดทำขึ้นเพื่อการโฆษณาภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะ ฉะนั้นพัฒนาการและการปรับเปลี่ยนของภาพยนตร์ไทยย่อมจะมีผลค่อนข้างมากต่อพัฒนาการของโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยในด้านต่าง ๆ เช่นกัน

ในส่วนของประวัติความมาของภาพยนตร์ไทยนั้น ในงานวิจัยฉบับนี้ได้เสนอถึงภาพการพัฒนาการอย่างกว้างๆ ทั้งนี้เนื่องจากมีหนังสือ งานวิจัยและบทความหลายชิ้น * ที่ได้ศึกษาและวิเคราะห์โดยละเอียดมาบ้างแล้ว ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงได้กล่าวแต่เพียงประเด็นสำคัญเพื่อให้มองเห็นภาพพัฒนาการโดยรวมเท่านั้น สำหรับในส่วนที่สองคืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นผู้วิจัยได้เน้นศึกษาวิเคราะห์ที่โครงสร้าง อันประกอบด้วยผู้ผลิต สินค้า ผู้ขายส่ง

---

* ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ได้ถือเอาหนังสือและบทความที่คุณโดม สุขวงศ์ จัดทำไว้เป็นข้อมูลหลัก ทั้งนี้เนื่องจากได้รับการยอมรับว่าเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุด ผลงานดังกล่าวได้แก่ ประวัติภาพยนตร์ไทย(2533) เรื่องของโรงหนังญี่ปุ่น(2527) 85 ปีภาพยนตร์ในเมืองไทย (2525) ส่วนผลงานของท่านอื่นที่นำมาเป็นข้อมูลประกอบได้แก่ สนานจิตต์ บางสะพาน, เส้นทางเดินของหนังไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน ศุภนัส,อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย รศ.ดร. ศิริชัย ศิริกายะ,หนังไทย อาภัสสร ตันเจริญ,การโฆษณาภาพยนตร์ไทย สมชาติ บางแจ้ง, 67 ปี ภาพยนตร์ไทย มานพ อุดมเดช,อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับความเสื่อม

ผู้ขายปลีกและตลาด โดยอาศัยข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัย และบทความที่กล่าวมาในข้างต้น ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในวงการ ในส่วนสุดท้ายคือโปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทยนั้น ถึงแม้ว่าจะมีการกล่าวถึงบ้างเช่นกันแต่เป็นลักษณะที่มิได้เน้นเฉพาะเรื่อง ผู้วิจัยจึงได้นำมารวบรวมและวิเคราะห์เพิ่มเติมในบางประเด็นเพื่อให้สมบูรณ์และเข้าใจมากขึ้น

เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาและการทำความเข้าใจ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งภาพยนตร์ไทยออกเป็น 3 ยุค คือ

1. ยุคเริ่มต้น (พ.ศ.2460-2499)
2. ยุคเฟื่องฟูของภาพยนตร์ไทย (พ.ศ.2500-2512)
3. ยุคปรับเปลี่ยนและแสวงหาแนวทางใหม่ (พ.ศ.2513-2534)

หลักการแบ่งแต่ละยุคนั้นได้นำมาจากการดูพัฒนาการในภาพรวมว่า ณ จุดใดที่เป็นจุดที่เด่นและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการภาพยนตร์ไทยค่อนข้างมาก ซึ่งอาจจะแตกต่างจากการแบ่งของท่านอื่นๆ อยู่บ้างแต่เมื่อมองในภาพรวมจะคล้ายคลึงกัน อนึ่งการแบ่งยุคในครั้งนี้จุดประสงค์อีกประการหนึ่งคือ เพื่อให้สัมพันธ์กับพัฒนาการของการโฆษณาโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยอีกทางหนึ่งด้วย

1. ยุคเริ่มต้น (พ.ศ.2460-2499)

1.1 <u>สภาพโดยทั่วไป</u> หลังจากที่ หลุยส์ ลูเมียร์ ชาวฝรั่งเศส และคณะได้ประดิษฐ์ cinematograph ขึ้นเป็นผลสำเร็จในปีพ.ศ.2438 ก็ได้นำออกฉายเก็บค่าชมทั่วโลก (โดม สุขวงศ์, 2533:2) จนกระทั่งปีพ.ศ.2440 คนไทยหรือชาวสยามในเวลานั้นก็ได้มีโอกาสชมสิ่งประดิษฐ์นี้เช่นกัน โดยพบหลักฐานจากการโฆษณาในหนังสือพิมพ์บางกอกไตมส์ (Bangkok Times) ฉบับประจำวันพุธที่ 9 มิถุนายน พ.ศ.2440 ที่ลงแจ้งความถึงการแสดงสิ่งมหัศจรรย์ที่เรียกว่า Parisian Cinematograph (หรือรูปที่สามารถกระดิกแลทำท่าทางต่างๆ ได้-จากโฆษณาภาษาไทย) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หลังจากนั้นภาพยนตร์ก็ได้กลายเป็นความบันเทิงรูปแบบใหม่ที่คนให้ความนิยมและสนใจ (โดม สุขวงศ์, 2525:7)

ในประเทศไทยหรือสยามในเวลานั้น พระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าทองแถม ถวัลยวงศ์ กรมหลวงสรรพสาตรศุภกิจ เป็นพระองค์แรกที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำส่วนใหญ่เป็นพระราชกรณียกิจของรัชกาลที่ 5 (ประมาณปีพ.ศ.2443 จนสิ้นรัชกาลที่ 5) ในปีพ.ศ.2448 ชาวญี่ปุ่นได้สร้างโรงภาพยนตร์ถาวรขึ้นเป็นแห่งแรก หลังจากนั้นในช่วงปีพ.ศ. 2450-2459 เป็นช่วงที่ชาวสยามได้เริ่มต้นทำธุรกิจฉายภาพยนตร์ด้วยตนเองเป็นครั้งแรก (ไม่นับรวมถึงการฉายเก็บเงินของพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าทองแถมถวัลยวงศ์ กรมหลวงสรรพสาตรศุภกิจ) โรงภาพยนตร์เกิดขึ้นมากมายหลายแห่ง ภาพยนตร์ที่ฉายโดยมากมักเป็นภาพยนตร์เบ็ดเตล็ด บันทึกเหตุการณ์จากสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น (โดม สุขวงศ์, 2525 :27)

ปีพ.ศ.2465 กรมรถไฟหลวง "ได้จัดตั้งกองภาพยนตร์เผยแผ่ข่าวขึ้น เพื่อทำหน้าที่ผลิตภาพยนตร์ข่าวสารและสารคดีเผยแพร่กิจการของกรมรถไฟ ตลอดจนกิจการของกระทรวงทบวงกรมอื่นๆ ทั้งมวลรวมไปถึงบริการรับจ้างผลิตภาพยนตร์ให้แก่เอกชนด้วย"(โดม สุขวงศ์, 2533:9) หลังจากจัดตั้งกองภาพยนตร์เผยแผ่ข่าวได้ 1 ปี ข้าราชการในสังกัดของกองนี้ก็ได้มีโอกาสเพิ่มประสบการณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ของตน จากการเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในสยามของนายเฮนรี เอ.แมคเร(Henry A. Macrae)และคณะ การเข้ามาครั้งนี้นายแมคเร ได้เลือกที่จะถ่ายทำภาพยนตร์ในลักษณะที่เป็นบันเทิงคดีและตั้งชื่อเรื่องว่า "นางสาวสุวรรณ" โดยผู้แสดงทั้งหมดเป็นชาวสยาม "ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับการนับถือว่าเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรก" (โดม สุขวงศ์, 2525:14)

การถ่ายทำภาพยนตร์เริ่มกลายเป็นธุรกิจเมื่อเกิดบริษัทถ่ายภาพยนตร์ไทยในปีพ.ศ. 2469 และกรุงเทพภาพยนตร์บริษัท ในปีพ.ศ.2470 ทั้งสองบริษัทได้แข่งขันกันสร้างภาพยนตร์ไทยขึ้น ในที่สุดกรุงเทพภาพยนตร์บริษัทก็ประสบความสำเร็จนำภาพยนตร์เรื่อง"โชคสองชั้น" ออกฉายเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ.2470 หลังจากนั้นในวันที่ 17 กันยายน พ.ศ.2470 บริษัทถ่ายภาพยนตร์ไทย ก็ได้นำภาพยนตร์เรื่อง"ไม่คิดเลย" ออกฉายเช่นกัน ต่อมาก็ได้มีผู้สร้างรายอื่นเกิดขึ้นเป็นระยะๆ ภาพยนตร์ที่สร้างในช่วงนี้เป็นภาพยนตร์ที่สร้างในระบบ 35 ม.ม ขาว-ดำ ไม่มีเสียง ในปีเดียวกับที่ชาวสยามตื่นเต้นกับภาพยนตร์ที่สร้างโดยฝีมือตนเอง

ในต่างประเทศ ได้ประสบความสำเร็จกับการคิดค้นภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเรื่องแรกคือ เรื่อง "The Jazz Singer" หลังจากนั้น 5 ปี กรุงเทพภาพยนตร์บริษัท (ในภายหลังเปลี่ยนเป็น "ภาพยนตร์เสียงศรีกรุง") ได้ประสบความสำเร็จในการสร้างภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเรื่อง"หลงทาง"ซึ่งเป็นภาพยนตร์เสียงในฟิล์มเรื่องแรกของชาวสยามเช่นกัน การสร้างภาพยนตร์ไทยในช่วงนี้จึงได้แบ่ง เป็น 2 สายคือ ภาพยนตร์ไทยพากย์ กับภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม (โดม สุขวงศ์, 2533:16)

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากที่ไทยประกาศสงครามกับฝ่ายพันธมิตรกิจการสร้างภาพยนตร์ไทยประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ โดยเฉพาะฟิล์มและสารเคมีในการล้างฟิล์มต่างๆ ทำให้ผู้สร้างต้องหันมาใช้ฟิล์ม 16 ม.ม เพื่อถ่ายทำแทนฟิล์มแบบเดิม จนกระทั่งเมื่อสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง กิจการสร้างภาพยนตร์เริ่มฟื้นตัว ผู้สร้างโดยทั่วไปยังคงถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยฟิล์ม 16 ม.ม ทำให้ภาพยนตร์ไทยพากย์เติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในปีพ.ศ.2492 เป็นปีที่ภาพยนตร์เรื่อง "สุภาพบุรุษเสือไทย"ของปรเมรุภาพยนตร์ออกฉายและประสบความสำเร็จอย่างมากจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ภาพยนตร์ไทยพากย์ ฟิล์ม 16 ม.ม สีธรรมชาติ ได้รับความนิยมและสนใจมากกว่าการถ่ายทำด้วยฟิล์มระบบอื่น แต่อย่างไรก็ตามการสร้างภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม ระบบ 35 ม.ม ก็ยังคงมีอยู่บ้าง ภาพยนตร์ที่ได้รับการยอมรับในช่วงนี้คือ เรื่อง "สันติ-วีณา" ของบริษัทหนุมาณภาพยนตร์ เพราะว่าเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัล 3 รางวัลจากการประกวดภาพยนตร์แห่งเอเชียตะวันออกไกลที่กรุงโตเกียว ถึงแม้ว่าภาพยนตร์เรื่อง "สันติ-วีณา"จะเป็นตัวแทนความสำเร็จของภาพยนตร์เสียงในฟิล์มระบบ 35 ม.ม แต่ก็ไม่ได้รับความสนใจจากผู้สร้างภาพยนตร์เท่าใดนัก ผู้สร้างส่วนมากยังคงนิยมสร้างภาพยนตร์ 16 ม.ม กันอยู่ และความนิยมนี้ได้สืบต่อมาเป็นเวลานานกว่าสิบปี (โดม สุขวงศ์, 2533:16-23)

1.2 <u>อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย</u> โครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ กล่าวคือ ประกอบด้วยผู้ผลิต สินค้า ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และตลาด (ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์, 2531:22) โดยองค์ประกอบทั้งหมดจะดำเนินงานในลักษณะที่ประสานสัมพันธ์กันเป็นวงจร เหมือนกับการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

ประเภทอื่นๆ

ผู้ผลิต คือ ผู้สร้างภาพยนตร์ ซึ่งมีตั้งแต่ผู้สร้างอิสระรายย่อย ทำกิจการส่วนตัวไปจนถึงบริษัทที่สร้างภาพยนตร์ขนาดใหญ่

สินค้า คือ ภาพยนตร์ไทยซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวดังนี้

(1) เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การรับรู้คุณภาพของภาพยนตร์ก็ต่อเมื่อได้ทำการตัดสินใจซื้อหรือได้รับบริการนั้นแล้ว

(2) แยกออกจากกันไม่ได้(Inseparability) ภาพยนตร์จะแยกไม่ได้จากสถานที่ฉายภาพยนตร์หรือโรงภาพยนตร์

ภาพยนตร์เป็นสินค้าที่สามารถแบ่งออกตามเนื้อหา ได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ คือ บู๊ ชีวิต ตลก ผี โป๊และอื่นๆ

ผู้ขายส่ง คือ ผู้จัดจำหน่าย ที่ประกอบธุรกิจ ซื้อ ขาย ให้เช่าภาพยนตร์ในส่วนกลางและติดต่อนำภาพยนตร์เข้าฉายตามโรงภาพยนตร์ ผู้จัดจำหน่ายในส่วนภูมิภาคมักจะเรียกว่า "สายหนัง"หรือ"บริการหนัง"สายหนังจะเป็นผู้รับช่วงต่อจากผู้จัดจำหน่ายในส่วนกลางหรือบางครั้งอาจเป็นผู้ติดต่อกับผู้ผลิตโดยตรง หรือผู้ผลิตอาจมาติดต่อกับสายหนังโดยตรง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ในช่วงนั้นๆ

ผู้ขายปลีก คือ โรงภาพยนตร์ ซึ่งมีตั้งแต่ผู้ประกอบกิจการฉายหนังเร่ โรงภาพยนตร์เล็กๆ ระดับท้องถิ่น ไปจนถึงบริษัทใหญ่ที่มีโรงภาพยนตร์ในเครือข่ายจำนวนมาก หรืออาจเป็นบริษัทใหญ่ที่ดำเนินกิจการครบวงจร

ตลาด คือ ผู้ชมภาพยนตร์ ทั้งผู้ชมที่อยู่ในส่วนกลางและผู้ชมตามต่างจังหวัด

การดำเนินงานของโครงสร้างในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบภายในโครงสร้างแล้ว ยังประกอบด้วยปัจจัยภายนอกหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อการดำเนินงานและการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้าง ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ (ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์, 2531:20)

(1) สภาวะแวดล้อมต่างๆ อาทิ ทางเศรษฐกิจ,สังคมและวัฒนธรรมซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อตลาดของภาพยนตร์ไทยและส่งผลทางอ้อมต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

(2) สิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะสิ่งบันเทิงใหม่ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการแสวงหาสิ่งบันเทิงที่แปลกไปจากเดิม

(3) บทบาทของรัฐบาลในด้านต่างๆ อาทิ ส่งเสริมการลงทุน การควบคุมในเนื้อหา ฯลฯ

(4) เงินทุน ปัจจัยด้านเงินทุนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้ผลิต โดยเฉพาะผู้ผลิตที่ไม่มีเงินทุนหรือมีเงินทุนไม่เพียงพอ เงินทุนจะเป็นสิ่งที่ชักนำให้นายทุนที่ขาดความรู้และความเข้าใจในภาพยนตร์อย่างเพียงพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานของผู้ผลิตซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลถึงคุณภาพของภาพยนตร์ที่ผลิตออกมาและโดยส่วนมากมักส่งผลในแง่ที่ไม่ค่อยดีนัก

นับแต่เริ่มแรกของการฉายภาพยนตร์ สิ่งบันเทิงรูปแบบใหม่นี้ก็ได้รับความสนใจจากผู้ชมโดยทั่วไป เพราะมีความแปลกใหม่มากกว่าความบันเทิงแบบเดิมที่มีอยู่ จากความสนใจที่ได้รับอย่างอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่มีการฉายภาพยนตร์ ทำให้ชาวญี่ปุ่นตัดสินใจสร้างโรงภาพยนตร์ถาวรเป็นแห่งแรกในปีพ.ศ.2448 (โดม สุขวงศ์, 2533:5-6) ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นครั้งแรกของการลงทุนในธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทย เพราะว่าก่อนหน้านั้น ในช่วงปีพ.ศ.2440-2448 กิจการภาพยนตร์นั้นยังอยู่ในรูปแบบของการฉายภาพยนตร์เร่โดยชาวต่างประเทศที่สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามา จนกระทั่งเมื่อเกิดโรงภาพยนตร์ถาวรที่จัดฉายอย่างสม่ำเสมอประกอบกับกิจการเจริญรุ่งเรือง ทำให้ในปีพ.ศ.2450 คนไทยจึงเริ่มดำเนินกิจการภาพยนตร์บ้างแต่ยังอยู่ในลักษณะผู้ขายส่งและผู้ขายปลีก กล่าวคือ สั่งภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉายในโรงภาพยนตร์ในเครือของตน

บริษัทที่ดำเนินการดังกล่าวมี 2 บริษัทใหญ่ คือ บริษัทรูปยนตร์กรุงเทพ ซึ่งมีโรงภาพยนตร์ในเครือดังนี้ โรงปีนัง โรงสิงคโปร์ โรงชะวา และโรงสาธร กับ บริษัทพยนต์พัฒนากรซึ่งมีโรงพัฒนากร โรงพัฒนาลัย โรงพัฒนารมย์ โรงบางรัก โรงบางลำพูและโรงนางเลิ้ง เป็นโรงภาพยนตร์ในเครือ

ทั้งสองบริษัทได้ดำเนินกิจการแข่งขันกันจนถึงปีพ.ศ.2462 จึงได้รวมตัวกันเป็นบริษัทเดียวกันภายใต้ชื่อว่า"สยามภาพยนตร์บริษัท" (โดม สุขวงศ์, 2533:6-7) "ภาพยนตร์ที่นำมาจัดฉายนั้น เป็นภาพยนตร์เบ็ดเตล็ดม้วนสั้นๆ ม้วนหนึ่งกินเวลาฉายไม่กี่นาที เป็นภาพยนตร์บันทึกเหตุการณ์สำคัญๆ หรือสถานที่ที่น่าสนใจอย่างภาพยนตร์ข่าวสาร สารคดี และ

ภาพยนตร์ที่จัดฉากแสดงอย่างละครหรือนิยายสั้นๆ " (โดม สุขวงศ์, 2533:6)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเริ่มเป็นรูปแบบที่เด่นชัดขึ้นเมื่อคนไทยสามารถสร้างภาพยนตร์เองได้ในปีพ.ศ.2470 ผู้ผลิตเริ่มมีมากขึ้นจากเริ่มต้นเพียง 2 ราย คือ กรุงเทพภาพยนตร์บริษัท และ บริษัทถ่ายภาพยนตร์ไทย ได้เกิดผู้ผลิตรายใหม่ๆ ขึ้น ได้แก่ ศรีสยามภาพยนตร์ บริษัทสองสหาย เอเชียติกโปรดักชั่น บริษัทกาญจนนฤมิตร และ หัสดินทรภาพยนตร์ เป็นต้น ภาพยนตร์ที่นำเสนอนั้นเป็นภาพยนตร์บันเทิงคดีที่มีการผูกเรื่องและจัดฉากแสดงเป็นเรื่องราว

ในส่วนของผู้ค้าส่งนั้นไม่มีหลักฐานที่บ่งชัดว่า มีบริษัทที่ทำหน้าที่จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยหรือไม่ พบแต่หลักฐานที่กล่าวถึงการขายกิจการของสยามภาพยนตร์บริษัทที่ขายกิจการให้แก่บริษัทสหศีนิมา ในปีพ.ศ.2475 ทำให้บริษัทสหศีนิมากลายเป็นบริษัทใหญ่ที่เกือบจะผูกขาดกิจการค้าภาพยนตร์ทั่วประเทศ (โดม สุขวงศ์, 2533:8) ซึ่งจากหลักฐานดังกล่าวพอจะอนุมานได้ว่า ในช่วงนี้อาจยังไม่มีผู้ค้าส่งภาพยนตร์ไทยดังเช่นปัจจุบัน คงมีเพียงผู้ค้าปลีก ทั้งนี้เพราะจำนวนผู้ผลิตและจำนวนโรงภาพยนตร์ยังไม่มากนัก ประกอบกับบริษัทที่ดำเนินกิจการค้าภาพยนตร์ก็มีไม่กี่บริษัทเช่นกันดังนั้นการแข่งขันจึงไม่สูง บริษัทจัดจำหน่ายจึงอาจไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นนักสำหรับช่วงเวลาดังกล่าว

ในส่วนของรัฐบาลนั้น ยังไม่ให้การสนับสนุนภาพยนตร์ไทยอย่างจริงจังเหมือนดังอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เพราะผู้สร้างโดยส่วนมากดำเนินกิจการในระบบครอบครัวและมีขนาดเล็ก ไม่ถาวร มีเพียงไม่กี่บริษัทที่จัดตั้งในรูปบริษัทที่ถาวรและได้มาตรฐานสากล แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับการส่งเสริมมากนัก แต่รัฐบาลก็ได้ให้ความสนใจ อย่างเช่นในสมัยรัฐบาลจอมพลแปลก พิบูลสงคราม ได้คิดโครงการที่จะจัดตั้งองค์การผลิตภาพยนตร์แห่งชาติขึ้นในลักษณะรัฐวิสาหกิจ แต่โครงการดังกล่าวต้องล้มเลิกเพราะเกิดการรัฐประหารเปลี่ยนรัฐบาลในปีพ.ศ.2500

1.3 <u>โปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย</u> ดังที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า ธุรกิจภาพยนตร์ในช่วงแรกๆ เป็นลักษณะการค้าของผู้ค้าส่ง และค้าปลีก โดยการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉาย ซึ่งรูปแบบการโฆษณาภาพยนตร์ในช่วงนั้น มีหลายรูปแบบอาทิเช่น การออกแห่ตุ้งแช่ การทิ้งใบปลิว การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งโดยมากโรงภาพยนตร์จะเป็นผู้ลงโฆษณา ทั้งนี้เนื่องจากกิจการค้าภาพยนตร์อยู่ในการดำเนินการของบริษัทที่เป็นเจ้าของโรงภาพยนตร์

การโฆษณาหลากรูปแบบนั้น โดยมากมิได้เน้นโฆษณาถึงสรรพคุณของภาพยนตร์เท่าใดนัก เพราะทางโรงภาพยนตร์ได้จัดพิมพ์ใบปลิวเล่าเรื่องย่อเป็นภาษาไทยและจีน ซึ่งต่อมาได้ตีพิมพ์ตามหน้าหนังสือพิมพ์และเป็นหนังสือเล่มเล็กออกจำหน่ายตามลำดับ ทำให้ไม่จำเป็นต้องโฆษณาถึงเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ที่ฉาย ประกอบกับเป็นภาพยนตร์ต่างประเทศที่มีเนื้อหาเหมือนกัน โฆษณาส่วนใหญ่จึงเน้นไปที่สิ่งจูงใจให้มาชมมากกว่า อาทิ ของแจก วงดนตรีที่มาบรรเลง การจับสลากรางวัล ความทันสมัยหรือความสะอาดของโรงภาพยนตร์ เป็นต้น

การลงโฆษณาของแจก อย่างเช่น ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์สยามออฟเซอร์เวอร์ ฉบับวันเสาร์ ที่ 10 เมษายน พ.ศ.2458 หน้า 4 ความว่า " อนึ่งในคืนวันจันทร์ ที่ 12 เดือนนี้คืนเดียวนี้เจ้าข้า ยังจะมีถ้วยแก้วตราครุฑ แจกแก่ท่านที่มาชมหนังในคืนนี้ด้วย "หรือจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพฯเดลิเมล์ฉบับวันพุธที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2460 หน้า 3 ความว่า "แจกของในคืนวันเสาร์ 14 จะแจกของสำหรับเรื่องหน้ากากม่วง แก่ท่านที่ไปดูหนัง ทุกชั้น มีหน้ากากม่วง กระจกเงา ลูกดิ่ง รูปนางเอกแลนายโรง ฯลฯ

การลงโฆษณาวงดนตรีที่มาบรรเลงและการจับสลากรางวัล อย่างเช่น ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์สยามออฟเซอร์เวอร์ฉบับวันศุกร์ที่ 16 เมษายน พ.ศ.2458 หน้า 4 ความว่า "1. ด้วยใน 4 คืนแห่งโปรแกรมนี้ จะมีดนตรีวงที่ขึ้นชื่อในสยามมาเล่น เมื่อท่าน อยากฟังเชิญมาที่โรงหนัง ... 3. ท่านจะได้รับเบอร์สลากรางวัลทองคำ"(อ้างจาก โดม สุขวงศ์)

ในส่วนของการโฆษณาด้วยโปสเตอร์นั้น สันนิษฐานว่าคงได้รับแบบอย่างจากโปสเตอร์ต่างประเทศที่เข้ามาพร้อมกับการสั่งซื้อภาพยนตร์ จากหลักฐานที่พบจาก"ภาพถ่ายที่ได้

มาจากบริษัทศรีกรุงในตอนหนึ่งของภาพยนตร์ศรีกรุง เรื่อง"แก่นกลาสี"(พ.ศ.2479)ซึ่งฉากนี้ถ่ายทำที่โรงถ่ายศรีกรุงที่บางกระบือ ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าที่รั้วสังกะสีมีภาพโปสเตอร์เรื่อง "กลัวเมีย"...ติดอยู่ (สมชาติ บางแจ้ง, 2535:43) แสดงว่าโปสเตอร์ที่มีภาพประกอบดังเช่นปัจจุบันถูกใช้เพื่อการโฆษณามานานแล้ว เพียงแต่ไม่สามารถระบุเวลาที่แน่ชัดได้เนื่องจากขาดหลักฐานที่น่าเชื่อถือได้มายืนยัน

ยังไม่สามารถค้นพบหลักฐานว่าโปสเตอร์ในสมัยนั้นใครเป็นผู้จัดทำ แต่จากข้อสัณนิษฐานที่ว่า "เข้าใจว่า ผู้วาดโปสเตอร์ดังกล่าว (เรื่องกลัวเมีย) คือศิลปินฝีมือดี ชื่อนายแนม สุวรรณแพทย์ ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้ควบคุมฝ่ายฉากและศิลปกรรมของบริษัทศรีกรุงแล้ว ...ยังเป็นผู้ทำโปสเตอร์อีกด้วย (สมชาติ บางแจ้ง, 2535:43) จากข้อสัณนิษฐานดังกล่าวจะพบว่าผู้ผลิตนอกจากจะเป็นผู้สร้างแล้วยังทำหน้าที่เป็นผู้โฆษณาอีกด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในเริ่มแรกนั้นภาพยนตร์ที่ฉายเป็นภาพยนตร์นำเข้าจากต่างประเทศ การโฆษณาจึงตกเป็นภาระแก่บริษัทที่นำเข้า เมื่อคนไทยสามารถผลิตภาพยนตร์ของตนได้แต่ไม่มีโรงภาพยนตร์ของตน จึงต้องเช่าโรงภาพยนตร์เพื่อฉาย ดังนั้นเพื่อผลักภาระต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องค่าใช้จ่าย ฝ่ายผู้ผลิตจึงต้องเป็นผู้จัดทำโฆษณาเอง

การทำหน้าที่ของโปสเตอร์ในช่วงแรกๆ สัณนิษฐานว่าอาจจะนำมาทำหน้าที่ควบคู่กับการแจกใบปลิวหรือสมุดเล่าเรื่องในแบบเดิม แต่ในระยะเวลาต่อมาเมื่อพบว่าโปสเตอร์สามารถสร้างความดึงดูดใจมากกว่าจึงได้นำมาเป็นหลักในการโฆษณาแทนที่ใบปลิว ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าว (ตั้งแต่ปีพ.ศ.2471 เป็นต้นมา) ได้เริ่มนำเอาวิธีการ บรรยายและการพากย์โขนเข้ามาประยุกต์ใช้ในการพากย์ภาพยนตร์บ้างแล้ว(โดม สุขวงศ์, 2533:31-33) ใบปลิวและสมุดเล่าเรื่องจึงไม่ใช่สิ่งที่มีความจำเป็นมากเท่าใดนัก โปสเตอร์จึงกลายเป็นสิ่งที่บรรจุข้อความแจ้งถึงสถานที่ วันเวลา รายละเอียดต่างๆและพร้อมทั้งทำหน้าที่เล่าเนื้อเรื่องภาพยนตร์อย่างคร่าวๆ ด้วยภาพต่างๆ อีกทางหนึ่งด้วย

2. ยุคเฟื่องฟูของภาพยนตร์ไทย (พ.ศ.2500-2512)

2.1 <u>สภาพโดยทั่วไป</u> หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลงแล้วสถานการณ์โลกตกอยู่ในสภาวะของสงครามเย็นระหว่างมหาอำนาจสองฝ่ายคือ อเมริกากับกลุ่มประเทศที่มีระบอบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ ประเทศไทยนั้นได้รับการสนับสนุนเป็นพิเศษในด้านต่างๆ จากอเมริกา ทั้งนี้เพราะอเมริกาเกรงว่าประเทศไทยจะประสบกับชะตากรรมดังเช่นประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หลายประเทศที่ต้องตกอยู่ภายใต้การยึดครองของกลุ่มประเทศที่มีระบอบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์

ในยุคนั้นเป็นยุคที่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากมีเงินดอลล่าร์เข้ามาในประเทศอย่างมากทำให้ประชาชนได้รับการจ้างงาน ส่งผลให้ภาวะทางด้านอื่นๆ ดีขึ้นไปด้วย นายกรัฐมนตรีในช่วงนั้นคือ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ จากสภาวะการณ์ที่ได้รับการสนับสนุนดังกล่าว ประเทศไทยจึงเริ่มเข้าสู่การเร่งรัดพัฒนาด้วยการออกแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 การลงทุนต่างๆ เริ่มเฟื่องฟู รวมถึงอุตสาหกรรมการสร้างภาพยนตร์ไทยด้วย (โดม สุขวงศ์, 2525: 17)

ภาพยนตร์ไทยที่สร้างในช่วงนี้ ส่วนมากเป็นภาพยนตร์ไทยพากย์ที่สร้างด้วยฟิล์ม 16 ม.ม สีธรรมชาติ ดาราคู่ขวัญที่ถือได้ว่าเป็นดาราผูกขาดการแสดงเกือบครึ่งหนึ่งของภาพยนตร์ที่ออกฉายในแต่ละปีคือ มิตร ชัยบัญชากับเพชรา เชาวราษฎร์ ส่วนดาราคนอื่นๆ ที่รับบทเป็นตัวเอกแต่ไม่ใช่คู่ที่ได้รับความนิยม อาทิ ลือชัย นฤนาท สมบัติ เมทะนี ไชยา สุริยัน พิศมัย วิไลศักดิ์และอรัญญา นามวงศ์ จำนวนภาพยนตร์ที่สร้างในแต่ละปีนั้นโดยเฉลี่ยประมาณ 60-70 เรื่อง

ภาพยนตร์ที่สร้างออกฉายในยุคนี้มักไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน เนื้อหาส่วนใหญ่มักเป็นแบบ"ครบรส" คือ มีทุกประเภทปนกันแต่การจะเน้นหนักไปทางด้านใดมากกว่ากันนั้นก็ขึ้นอยู่กับเนื้อเรื่องหลัก นอกจากนั้นทุกเรื่องจำเป็นจะต้องจบด้วยการลงเอยอย่างมีความสุขของตัวเอก (โดม สุขวงศ์, 2533:40-41) ในช่วงปีพ.ศ.2500-2509 "นั้นมีการผลิตภาพยนตร์ระบบ 35 ม.ม เสียงในฟิล์มออกมาเพียงปีละ1-2 เรื่องโดยเฉลี่ย ทั้งปรากฏว่าได้เริ่มลดระดับจากมาตรฐานหนังเสียงสมบูรณ์แบบคือถ่ายเสียงและภาพพร้อมกัน มาเป็นการบันทึกเสียงด้วยวิธีใช้นักพากย์ พากย์ลงฟิล์มภายหลัง" (โดม สุขวงศ์, 2525:17)

• ปีพ.ศ.2505รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรมตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 ในส่วนของภาพยนตร์ไทยนั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งในปีพ.ศ.2507 แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมเพราะเห็นว่าการสร้างภาพยนตร์ไทยยังไม่ได้มาตรฐานสากล เนื่องจากผู้สร้างโดยส่วนใหญ่มักเป็นผู้สร้างรายย่อยและมิได้จริงจังกับอาชีพนี้เท่าใดนัก ส่วนผู้สร้างที่ประกอบเป็นอาชีพก็มิได้มีสถานที่และอุปกรณ์ครบครันดังมาตรฐานสากล ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยที่ได้มาตรฐานสากลในขณะนั้นมีเพียง 3 บริษัท คือ หนุมานภาพยนตร์ อัศวินภาพยนตร์ และละโว้ภาพยนตร์ ทั้งสามบริษัทได้รวมตัวกันเรียกร้องให้รัฐบาลพิจารณาให้สิทธิบัตรส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยมาตรฐาน ซึ่งรัฐบาลได้ยินยอมให้สิทธิบัตรส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยในปีพ.ศ.2512 โดยมีเงื่อนไขว่า จะให้เฉพาะรายที่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีเงินทุนไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาทและจะต้องสร้างภาพยนตร์ในระบบมาตรฐาน 35 ม.ม เสียงในฟิล์ม จากการสนับสนุนของรัฐบาลทำให้หลังจากปีพ.ศ.2510 ปรากฏว่ามีการผลิตภาพยนตร์ไทยมาตรฐาน 35 ม.ม เสียงในฟิล์มออกฉายเพิ่มขึ้นถึงเท่าตัว คือโดยเฉลี่ยปีละ 3-4 เรื่อง (โดม สุขวงศ์, 2533:44-45)

2.2 <u>อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย</u> จากสภาพเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัวส่งผลให้อุตสาหกรรมต่างๆ เริ่มฟื้นตัว อุตสาหกรรมหลายประเภทได้รับความสนใจจากนักลงทุน อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ถูกจับตามอง เพราะค่อนข้างท้าทายและได้รับผลตอบแทนที่ดีหากว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ทำรายได้(กรกฎ หลักเพชร, 2513:49-51) ในยุคนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้พัฒนาจนเป็นรูปแบบที่เด่นชัด กล่าวคือ ในส่วนของผู้ผลิตนั้น"มีกลุ่มผู้สร้างมืออาชีพซึ่งยังคงทำกิจการต่อไปเรื่อยๆ กับกลุ่มผู้สร้างรายใหม่ๆ อยากเสี่ยงโชคหมุนเวียนเข้ามาในวงการตลอดเวลา"(โดม สุขวงศ์, 2533:40) ซึ่งจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ (กระทรวงเศรษฐการ กรมการสนเทศ, 2515:28-29)

(1) กลุ่มผู้สร้างอิสระรายย่อยที่ประกอบอาชีพสร้างหรือทำกับภาพยนตร์ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจในรูปบริษัทที่ได้มาตรฐานสากล คือ ไม่ได้เป็นเจ้าของอุปกรณ์และสถานที่ถ่ายทำ ผู้ผลิตในกลุ่มนี้ได้แก่ วสันต์ สุนทรปักษิณ สุพรรณ พราหม์พันธ์ ส.อาสนจินดา ประทีป โกมลภิส ศิริ ศิริจินดา รังสี ทัศนพยัคฆ์ วิจิตร คุณาวุฒิ ดอกดิน กัญญามาลย์ อำนวย กลัสนิมิและทวี ณ บางช้าง เป็นต้น

(2) กลุ่มผู้สร้างที่ดำเนินธุรกิจการสร้างภาพยนตร์ไทยในรูปบริษัท ที่ได้มาตรฐานสากล ได้แก่ บริษัทอัศวินภาพยนตร์จำกัด บริษัทละโว้ภาพยนตร์จำกัด และ บริษัทหนุมาณภาพยนตร์จำกัด

(3) กลุ่มผู้สร้างสมัครเล่นที่มิได้จริงจังหรือต้องการประกอบอาชีพสร้างภาพยนตร์ ไม่มีความรู้ความชำนาญในการสร้างภาพยนตร์ วิธีการเข้ามาดำเนินการนั้นอาศัยความคุ้นเคยหรือสายสัมพันธ์กับคนในวงการภาพยนตร์ รวมถึงอาศัยช่วงเวลาที่เหมาะสมซึ่งผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะหมุนเวียนกันมาตลอดเวลาโดยเฉพาะในช่วงที่ธุรกิจการสร้างภาพยนตร์เฟื่องฟู หากว่าภาพยนตร์แนวใดที่ทำรายได้ผู้ผลิตกลุ่มนี้ก็จะเข้ามาเพื่อสร้างภาพยนตร์ โดยส่วนมากผู้ผลิตในกลุ่มนี้มักสร้างเพียงไม่กี่เรื่องก็หยุดไป เพราะว่าเกิดการขาดทุนในช่วงหลังๆ

เนื้อหาของภาพยนตร์ที่สร้างในช่วงนี้มีลักษณะผสมรวมทุกรสชาติ คือ มีทั้งชีวิตต่อสู้ โศรกเศร้าเสียใจ มีลึกลับตื่นเต้น มีชกต่อยโลดโผน มียั่วยวนทางเพศ มีรักหวานชื่นใจ มีตลกคะนอง และทุกเรื่องจะต้องจบอย่างลงเอยด้วยดีมีสุข" (โดม สุขวงศ์, 2533 :41) ดาราที่สำคัญและได้รับความนิยมอย่างสูงสุดในประวัติศาสตร์ของวงการภาพยนตร์ไทย คือ มิตร ชัยบัญชาและเพชรา เชาวราษฎร์ เกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนภาพยนตร์ที่ฉายในระหว่างปีพ.ศ.2505-2513 มีดาราทั้งคู่นี้นำแสดงเป็นตัวเอก ทั้งที่แสดงคู่กันและแยกกันแสดง ตัวอย่างเช่นในปีพ.ศ.2508 ช่วงตรุษจีน โรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ไทยในกรุงเทพมีอยู่เพียง 4 โรง คือ เฉลิมกรุง เฉลิมบุรี เอ็มไพร์ คาเธย์ ซึ่งฉายภาพยนตร์เรื่อง 5 พยัคฆ์ร้าย ชาติเจ้าพระยา อินทรีมหากาฬและเลือดนอกอก มิตร ชัยบัญชาแสดงเป็นพระเอกทั้งหมด ส่วนนางเอกนั้นเพชรา เชาวราษฎร์ แสดง 3 เรื่อง อีก 1 เรื่อง คือพิศมัย วิไลศักดิ์ (ธวัช พัฒนพันธุ์, 2509:21-23)

นอกจากมิตร ชัยบัญชาและเพชรา เชาวราษฎร์แล้ว ดาราระดับพระเอกนางเอกที่มีบทบาทในยุคนี้ได้แก่ สือชัย นฤนาท อดุลย์ ดุลยรัตน์ ชนะ ศรีอุบล ไชยา สุริยัน สมบัติ เมทะนี วิไลวรรณ วัฒนพานิช อมรา อัศวนนท์ พิศมัย วิไลศักดิ์ รัตนาภรณ์ อินทรกำแหงและภาวนา ชนะจิต (โดม สุขวงศ์, 2533:42)

ภาพยนตร์ไทยที่เป็นที่รู้จักในยุคนี้ได้แก่ เล็บครุฑ(2500) รักริษยา(2500) เห่าดง (2501)ไอ้แก่น(2502) แสงสูรย์(2503) เรือนแพ(2504) หงษ์ฟ้า(2504)นางทาษ(2505)

วัยรุ่นวัยคะนอง (2505) ชโลมเลือด (2506) จาปูน (2507) นกน้อย(2507) ละอองดาว (2507) นางสาวโพระดก (2508) ธนูทอง (2508) ผู้ชนะสิบทิศ (2509) เพชรตัดเพชร (2509) จุฬาตรีคูณ(2510) แก้วกาหลง (2510) เป็ดน้อย (2511) เกาะสวาทหาดสวรรค์ (2512)

จากจานวนผู้ผลิตที่เพิ่มมากขึ้นทาให้มีภาพยนตร์ป้อนตลาดอย่างเพียงพอ โดยเฉลี่ยประมาณปีละ 70-80 เรื่อง (โดม สุขวงศ์, 2533:42) สาหรับผู้ขายส่งนั้นเมื่อมีผู้ผลิตเริ่มมากขึ้นปัญหาในการจัดจาหน่ายย่อมเกิดขึ้นประกอบกับผู้ค้าปลีกคือโรงภาพยนตร์เพิ่มจานวนมากขึ้นทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด(ธวัช พัฒนพันธุ์, 2509:21-23) ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเป็นปัญหาโดยตรงต่อผู้ผลิต โดยเฉพาะผู้ผลิตรายย่อยที่ไม่สามารถจาหน่ายภาพยนตร์ที่สร้างเสร็จแล้วเพราะไม่มีสถานที่ฉายหรือต้องคอยคิว หรือสถานที่ฉายไม่อยู่ในทาเลที่เหมาะสม จากสาเหตุดังกล่าวก่อให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดจาหน่ายเพื่อนามาใช้ในการแก้ปัญหา โดยบริษัทจัดจาหน่ายจะรับหน้าที่ในการดาเนินการทุกอย่างเพื่อให้ภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ได้เข้าฉายทั้งในส่วนกลางและต่างจังหวัด รวมถึงการจาหน่ายให้แก่สายหนังต่างจังหวัดด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทจัดจาหน่ายนั้นทาหน้าที่เพียงจัดจาหน่ายรับเพียงเปอร์เซนต์ค่าจ้างหรือซื้อภาพยนตร์เรื่องนั้นแบบขายขาดเพื่อไปดาเนินการต่อไปเอง แหล่งใหญ่ๆ ของบริษัทจัดจาหน่ายจะอยู่ที่หลังโรงภาพยนตร์เฉลิมกรุง (หรือที่นิยมเรียกว่า "มะขามสแควร์) ในส่วนภูมิภาคนั้นแบ่งออกเป็น 5 สายคือสายเหนือ สายอีสาน สายใต้ สายตะวันออกและสายแปดจังหวัดกับชานเมือง* (โดม สุขวงศ์, 2533:41)

---

* สายเหนือ ตั้งแต่จังหวัดอยุธยาจนถึงจังหวัดเชียงราย ไม่รวมจังหวัดสระบุรี
สายอีสาน ภาคอีสานทั้ง 16 จังหวัด ตั้งแต่จังหวัดนครราชสีมา และสระบุรี
สายตะวันออก จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก ฉะเชิงเทรา
สายใต้ ตั้งแต่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ลงไปจนสุดภาคใต้รวม 14 จังหวัด
สายแปดจังหวัดและชานเมือง ได้แก่ นครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ส่วนชานเมือง คือ โรงภาพยนตร์ชั้น 2,3 ในเขตกรุงเทพฯ กับ นนทบุรี

ระบบการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ เป็นระบบที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจภาพยนตร์ค่อนข้างมาก ถึงขนาดว่ามีผู้ให้ความหมายคำว่า "สายหนัง" (ผู้ขายส่งภาพยนตร์ตามต่างจังหวัด) ว่า"เป็นนายทุนผู้ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไปฉายในจังหวัดต่างๆ มีอิทธิพลมากขนาดเจ้าของหนังกราบกรานเชื่อฟังมากกว่าพ่อแม่ตนเอง สายหนังบางคนก็ทำลายวงการหนังได้เพราะความคิดว่าตนเองฉลาดกว่าใครในโลก" (พร รัชนี, 2535:59) โดยมากแล้วระบบการจัดจำหน่ายจะส่งผลดีต่อผู้สร้างรายย่อยมากกว่า ดังเช่นกรณีของ วิจิตร คุณาวุฒิ ที่"มีอิจรขาดทุนเล็กน้อย (ทั้งที่ได้รางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมและดาราประกอบชายยอดเยี่ยม)**ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความด้อยประสบการณ์ด้านการจัดจำหน่ายหรือเดินสายหนัง...ภายหลังเมื่อธุรกิจจัดจำหน่ายหนังบริการแก่เจ้าของหนัง สภาพทั่วๆ ไปของคนทำหนังอาชีพก็ค่อยดีขึ้น**"(อรรถวินิจ, 2531 :76)

จากจำนวนภาพยนตร์ที่มากขึ้น ประกอบกับผู้ผลิตโดยมากมิได้จริงจังกับอาชีพการสร้างภาพยนตร์ ทำให้ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของภาพยนตร์ที่สร้าง ที่ออกมาในรูปแบบที่เรียกกันว่า "สุกเอาเผากิน"(กระทรวงเศรษฐการ กรมการสนเทศ, 2515:29) และเมื่อวิเคราะห์กันในเบื้องลึกแล้วจะพบว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้เป็นเช่นนั้นก็คือ เงินทุน ปัจจัยตัวนี้ชักนำให้ผู้สร้างที่มิได้มีความชำนาญเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้าง อาทิ กำหนดตัวดารา กำหนดเนื้อหา ฯลฯ หรือเป็นผู้สร้างด้วยตนเองเพราะคาดหวังในผลกำไร เงินทุนทำให้ผู้สร้างที่จริงจังกับอาชีพหรือผู้ที่มีความรู้ความชำนาญต้องสร้างภาพยนตร์ตามใจตลาดและในบางครั้งตามใจผู้ที่ให้ทุนในการสร้าง และท้ายที่สุดเงินทุนทำให้เกิดกลุ่มอิทธิพลและมีผลทางอ้อมต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในระดับบนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาต่อมา (ศุภนัส, 2513:15) แหล่งเงินทุนนั้นมีทั้งที่เป็นบุคคลในวงการและนอกวงการ วิธีการแสวงหาเงินทุนมี 2 วิธีดังนี้

1. กู้ยืม เป็นวิธีที่ผู้สร้างส่วนใหญ่ที่มิได้จัดตั้งเป็นบริษัท และไม่มีเงินทุนของตนเองหรือมีในจำนวนจำกัด นิยมใช้ แหล่งที่กู้เงินก็มักจะเป็นการกู้ระหว่างบุคคลทั้งจากในวงการหรือนอกวงการ อาทิ สายหนัง เจ้าของโรงภาพยนตร์และบุคคลทั่วไป มากกว่าการกู้ธนาคารทำให้ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราที่ค่อนข้างสูง ผลพวงคือทำให้การสร้างภาพยนตร์ต้องเป็นไปอย่างรีบเร่ง ขาดความพิถีพิถัน ในบางเรื่องที่ถ่ายทำยังไม่เสร็จสมบูรณ์เท่าไรนัก

แต่จำเป็นต้องรีบปิดกล้องเพราะขาดเงินทุนและดอกเบี้ยเงินกู้เพิ่มพูนขึ้นมาก ทำให้ภาพยนตร์ขาดความสมบูรณ์และไม่ค่อยมีคุณภาพ (กระทรวงเศรษฐการ กรมการสนเทศ, 2515:93)

2. โดยการทำสัญญาขายหรือขอเงินสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ล่วงหน้า ลักษณะเช่นนี้ทางวงการภาพยนตร์ไทยเรียกกันว่า "จับเสือมือเปล่า"(ทองดี ภาณุมาศ, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2537) วิธีการนี้ทำกันใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกคือ นำสัญญาที่ดาราตกลงรับแสดงพร้อมด้วยเรื่องย่อของภาพยนตร์มาประกอบการเจรจา ซึ่งวิธีนี้จะได้ผลในช่วงที่มีดาราเด่นๆ ที่ตลาดต้องการจะชมอย่างเช่น ในยุคที่มิตร-เพชราเป็นดาราที่ได้รับความนิยมหากนำสัญญาที่มีดาราทั้งคู่แสดงร่วมกันหรือแยกกันแสดง มาเป็นหลักฐานยืนยันการสร้าง สายหนังมักยินยอมซื้อหรือให้เงินสนับสนุน หรือให้เงินเป็นการมัดจำล่วงหน้าเพราะมีความแน่ใจว่าไม่ขาดทุนอย่างแน่นอน

ลักษณะที่สองทำโดยการเสนอรายละเอียดการสร้าง โดยใช้โปสเตอร์เป็นสิ่งประกอบให้เห็นถึงฟอร์มและเรื่องย่อของภาพยนตร์หากสายหนังตกลงใจซื้อหรือให้เงินสนับสนุน ทางผู้สร้างก็จะให้โปสเตอร์ประมาณ 100 แผ่น เพื่อยืนยันว่าเมื่อภาพยนตร์เสร็จแล้วจะนำมาให้ฉายทันที

ในส่วนของผู้ชม"รายได้ส่วนใหญ่ของธุรกิจภาพยนตร์ไทยนั้น มาจากผู้ชมในต่างจังหวัดเสียเป็นส่วนใหญ่"(ธวัช พัฒนพันธุ์, 2509:23) ผู้สร้างจึงจำเป็นที่จะต้องสร้างภาพยนตร์โดยคำนึงถึงตลาดส่วนใหญ่ "เพราะเขาต้องการหนังแนว"ตลาด"ที่มั่นใจว่าลงโรงฉายแล้วมีคนดู จึงทำให้นายทุนของคนทำหนังส่วนมาก ไม่กล้าเสี่ยงลงทุนทำหนังแนวที่แปลกแยกออกไป เพราะถ้าหนังทำเสร็จแล้วทำเงินในกรุงเทพได้พอประมาณ แต่ไม่ทำเงินเลยในต่างจังหวัดหรือสายหนังไม่ซื้อหนังเรื่องนั้นก็ขาดทุนแน่นอน"(ธวัช พัฒนพันธุ์, 2509:23) วิจิตร คุณาวุฒิ บรมครูแห่งการสร้างภาพยนตร์เมืองไทยกล่าวถึงเรื่องของตลาดไว้เช่นกันว่า"การทำหนังไม่เหมือนกับการเขียนหนังสือ...การเลือกเรื่องเราจึงต้องคำนึงถึงตลาดเป็นหลัก หรือมากสักหน่อยเอาว่าให้แน่ใจว่า คนได้ยินชื่อเรื่องก็เกิดนิยมพอที่จะตีตั๋วเข้าไปชม..."(สนาน จิตต์ บางสะพาน, 2531:102)และ"ตอนนั้นเริ่มเข้าใจตลาดแล้ว (ภายหลังประสบผลสำเร็จจากนางสาวโพระดกได้ทั้งเงินทั้งกล่อง)ตลาดเมืองไทยไม่ต้องการหนังที่มีศิลปะมากนัก ต้องทำปนน้ำเน่า คือหนังที่ไม่มีน้ำเน่าเลยจะลำบากคนไทยยังอยู่ในระดับการศึกษาที่รับงานศิลปะ

ไม่ได้ เหมือนอินเดียที่ยังต้องดูหนังกระจ้องง่องแง่งอยู่"

2.3 โปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย การโฆษณาภาพยนตร์ไทยในยุคนี้เน้นโฆษณาทั้งเนื้อหาและองค์ประกอบภายนอกเพื่อดึงดูดใจให้เข้าชม"เกิดระบบทุ่มโฆษณาแข่งขันกัน ตั้งแต่การประโคมข่าวทางสื่อมวลชนก่อนการถ่ายทำ การทำใบปิดโฆษณา การทำป้ายโฆษณาขนาดมหึมาติดตั้งริมถนน การโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ไปจนถึงการจัดรายการพิเศษบนเวทีโรงภาพยนตร์ในรอบปฐมทัศน์" (โดม สุขวงศ์, 2533:41)

ตัวอย่างการประโคมข่าวทางสื่อมวลชน

เพชรา เชาวราษฎร์ จากเทพีคนสวยเมืองระยอง มาสู่ตำแหน่ง
ดาวรุ่งดวงใหม่ บนจอหนังไทยยุคปั้นนางเอก เธอเริ่มเข้าหน้ากล้อง
ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง"บันทึกรักของพิมพ์ฉวี"คู่กับพระเอกนักบิน
มิตร ชัยบัญชา นำเอาน้องสาวของดวงใจ สะอาดรักษ์ มาร่วมแสดง
ด้วย (ขวัญใจ สะอาดรักษ์)(สารเสรี, 2504:14)

ตัวอย่างการจัดรายการพิเศษบนเวทีโรงภาพยนตร์ในรอบปฐมทัศน์

มาสนุก มาตื่นเต้น มารื่นเริงกับภาพยนตร์อาชญากรรมชิ้นโบว์แดงในรอบปีเริ่มรอบปฐมทัศน์ **เขย่าขวัญหรรษา ที่โรงภาพยนตร์บรอดเวย์**
เปิดรายการด้วยเปิดกล่องนักร้องเพลงลูกทุ่งทั้งสิบทิศ ประกวดวงดนตรีชาโดว์เดอะ ดริฟเตอร์ กับ แจ๊สกีตาร์เขย่ากันสุดเหวี่ยง ละครย่อยคณะเสน่ห์ศิลป์ประชันกับคณะทองฮะ บังเละ หัวเราะกันให้มันในชุด "ฆ่ายัดปี๊บ"
สัมภาษณ์ภรรยาฆาตรกรตัวจริง โดยคำรณ สัมบุณนานนท์ ผู้นำจับ ปิดท้ายรายการด้วยภาพยนตร์สยองขวัญ ตื่นเต้นระทึกใจที่สุดจากเรื่องจริงที่เขย่าประสาทคนทั่วทุกมุมเมือง คือ **ฆ่ายัดกล่อง** (ดาราไทย, 2508)

สำหรับโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้น ในยุคนี้ได้ถูกพัฒนารูปแบบเป็นรูปเขียนที่สวยงามมากขึ้น โปสเตอร์ภาพยนตร์ถูกนำไปใช้ทั้งในการโฆษณา และการต่อรองทางธุรกิจภาพยนตร์ (ใหญ่ โสภณทวีทรัพย์, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2535) ในการโฆษณานั้น โปสเตอร์ถูกนำไปใช้โฆษณาภาพยนตร์ตามสถานที่ต่างๆ ดังนี้ คือ ที่โรงภาพยนตร์ ที่วิกเร่ ย่านชุมชน

ต่างๆ โดยในโปสเตอร์แต่ละแผ่น จะบรรจุภาพและรายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่จะเสนอฉาย ซึ่งได้แก่ ดารา ทีมงานสร้าง คำโฆษณาสรรพคุณ สถานที่ วันเวลาจัดฉาย ฯลฯ โปสเตอร์จะเป็นสื่อที่ใช้ประกอบกับสื่อโฆษณาตัวอื่นๆ ในกรุงเทพจะใช้ประกอบกับการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยโปสเตอร์จะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจครั้งสุดท้าย ในต่างจังหวัดโปสเตอร์ค่อนข้างจะมีความสำคัญมากกว่าเพราะว่า สื่อโฆษณาตัวอื่นๆ ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร การโฆษณาด้วยโปสเตอร์นั้นนอกจากจะไม่ต้องลงทุนแล้ว (ผู้สร้างเป็นผู้จัดทำ) ยังสามารถติดได้ทุกที่ ผู้ชมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทราบข่าวสาร และเข้าใจได้ง่ายเพราะสื่อสารด้วยภาพ โปสเตอร์จะใช้โฆษณาควบคู่กับรถแห่โฆษณาและเช่นกันที่จะทำหน้าที่เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจครั้งสุดท้ายก่อนเข้าชม

ในส่วนของการต่อรองทางธุรกิจภาพยนตร์นั้น โปสเตอร์จะถูกใช้เพื่อการต่อรองราคาระหว่างสายหนังกับผู้สร้าง โดยโปสเตอร์จะเป็นองค์ประกอบหนึ่งนอกเหนือจากการดูฟอร์มของภาพยนตร์ กล่าวคือหากว่าเมื่อดูฟอร์มของภาพยนตร์แล้วสายหนังประเมินว่าอาจไม่ใช่ภาพยนตร์ที่จะทำรายได้ แต่หากว่าโปสเตอร์ของภาพยนตร์เรื่องนั้นเขียนได้ดี ดึงดูดใจ สายหนังก็อาจตกลงซื้อแต่ในราคาที่ต่ำลงมา ในทางตรงกันข้ามหากฟอร์มของภาพยนตร์ดี แต่โปสเตอร์ไม่ดึงดูดใจ เข้าใจยาก สายหนังก็อาจใช้เป็นข้อต่อรองเพื่อขอลดราคาเช่นกัน ทั้งนี้ดังที่กล่าวแล้วในข้างต้นว่าเพราะโปสเตอร์เป็นสื่อโฆษณาที่สำคัญสำหรับผู้ชมต่างจังหวัดที่เป็นตลาดส่วนใหญ่ ฉะนั้นหากสื่อโฆษณาไม่เหมาะสมกับตลาดส่วนใหญ่ภาพยนตร์เรื่องนั้นอาจประสบปัญหาได้ ทำให้ในบางครั้งผู้ผลิตจำเป็นต้องแก้ปัญหาด้วยการผลิตโปสเตอร์ 2 ชุด คือสำหรับตลาดในกรุงเทพและปริมณฑล 1 ชุด และอีกชุดสำหรับตลาดต่างจังหวัดแต่โดยส่วนมากแล้วหากว่าผู้ผลิตไม่ได้หวังในตลาดกรุงเทพเท่าใดนัก ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องผลิตเช่นนั้น

นอกจากการต่อรองราคาการซื้อขายภาพยนตร์ระหว่างสายหนังกับเจ้าของหนังแล้ว โปสเตอร์ยังถูกนำไปใช้เพื่อเป็นเครื่องมือประกอบการเจรจาขอเงินสนับสนุน การสร้างหรือเพื่อขายภาพยนตร์ล่วงหน้า โดยมากแล้วในการทำธุรกิจซื้อขาย หรือให้กู้ยืมนั้น สายหนังหรือเจ้าของหนังมักจะไม่ดูหนังแต่มักจะดูโปสเตอร์ภาพยนตร์มากกว่า (ทองดี ภาณุมาศ,

สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2537) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้โปสเตอร์ภาพยนตร์ที่ผลิตออกมาในบางครั้งจำเป็นจะต้องเขียนให้ดูเกินจริง เข้าใจง่ายและเน้นจุดที่ต้องการโฆษณาให้เด่นชัด เพื่อให้เกิดความดึงดูดใจและเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจที่เร็วขึ้น

3. ยุคปรับเปลี่ยนและแสวงหาแนวทางใหม่ (พ.ศ.2513-2534)

3.1 <u>สภาพโดยทั่วไป</u> ในยุคนี้เกิดการปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ มากมาย ทั้งสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในวงการภาพยนตร์ไทย โดยเฉพาะในวงการภาพยนตร์ไทยที่ปรากฏสิ่งใหม่ๆ แทนที่สิ่งที่มีอยู่เดิมความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม

การปรับเปลี่ยนของวงการภาพยนตร์ไทยที่สำคัญและเด่นชัดมีดังนี้

(1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคนิคการถ่ายทำ นับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง ในปีพ.ศ.2488 การสร้างภาพยนตร์ไทยก็นิยมถ่ายทำด้วยระบบ 16 ม.ม และเป็นเช่นนี้เรื่อยมา สำหรับการถ่ายทำด้วยระบบ 35 ม.ม ก็ยังคงมีอยู่แต่มีผลงานออกฉายน้อยมากเนื่องจากประสบปัญหาทางด้านเงินทุน และขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างจริงจังจนกระทั่งปีพ.ศ.2512 รัฐบาลประกาศให้การสนับสนุนแก่ผู้สร้างที่ตรงตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด ภาพยนตร์ไทยระบบ 35 ม.ม จึงถูกผลิตเพิ่มขึ้นบ้างจากปีละ 2-3เรื่องเป็นปีละ 4-5 เรื่อง ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนของภาพยนตร์ไทยระบบ 16 ม.มจะเห็นว่ามีความแตกต่างกันเกือบ 60 เท่า

การถ่ายทำภาพยนตร์ด้วยระบบ 35 ม.ม ถึงแม้ว่าจะเสียเปรียบในจุดที่ค่าใช้จ่ายสูงแต่เมื่อนำออกฉายจะเห็นว่าน่าดูกว่า เพราะจอกว้าง สีและเสียงชัดเจน (โดม สุขวงศ์, 2533:47) ทำให้ผู้ชมที่ชมบ่อยๆ รู้สึกชอบประกอบกับมีจำนวนการผลิตน้อยทำให้ค่อนข้างได้รับความนิยมเมื่อนำมาฉาย ในช่วงปีพ.ศ.2512-2513 เกิดบริษัทใหม่ๆ ที่ผลิตภาพยนตร์ไทยระบบ 35 ม.ม ขึ้นอีก 2 บริษัท คือ บริษัทศรีสยามภาพยนตร์และบริษัทสุริยเทพภาพยนตร์ ทำให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ระบบนี้เพิ่มขึ้นรวมทั้งหมดเป็น 5 บริษัท ในส่วนของผู้ผลิต

รายอื่นๆ นั้นก็ยังคงนิยมถ่ายทำด้วยระบบเดิมอยู่ จนกระทั่งเมื่อภาพยนตร์ 2 เรื่อง คือเรื่องมนต์รักลูกทุ่งกับเรื่องโทน ที่ถ่ายทำด้วยระบบ 35 ม.ม ประสบความสำเร็จทางด้านรายได้และคำชม โดยเฉพาะเรื่องมนต์รักลูกทุ่งที่สามารถทำรายได้สูงมาก ทำให้ผู้สร้างรายอื่นๆ เริ่มที่จะสร้างเสียนแบบ แต่ต้องพบกับอุปสรรคในเรื่องระบบการถ่ายทำ จากจุดนี้ทำให้ผู้สร้างในระบบ16 ม.มเริ่มวิตกกังวลถึงความเปลี่ยนแปลงประกอบกับเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจ คือ การเสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุของ มิตร ชัยบัญชา ส่งผลให้ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำค้างไว้จำเป็นต้องยกเลิก และเริ่มหันมาถ่ายทำในระบบ 35 ม.มบ้างในบางฉาก จนปีพ.ศ. 2515 ก็ไม่มีผู้ผลิตรายใดสร้างภาพยนตร์ระบบ 16 ม.ม อีกเลย

(2) การเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาภาพยนตร์ แต่เดิมเนื้อหาของภาพยนตร์ไทยมักจะเป็นเรื่องราวที่เรียกกันว่า"นำเน่า"(นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2523:2) กล่าวคือมักจะห่างไกลจากความเป็นจริงในชีวิต ค่อนข้างเพ้อฝัน แยกความดี-ความชั่วอย่างชัดเจนเกินไป การนำเสนอเนื้อหาแบบนี้มีเรื่อยมาจนกระทั่งปีพ.ศ.2513 ภาพยนตร์เรื่องโทน ได้นำเสนอเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสังคม ทำให้ได้รับการยอมรับว่าเป็นภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าทางศิลปะ (โดม สุขวงศ์, 2533:46)

ความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องโทน ทำให้ผู้สร้างที่สร้างสรรค์เริ่มผลิตภาพยนตร์ในแนวเดียวกันนี้นำเสนอออกมาเป็นระยะๆ อาทิ ดวง(2514)ตลาดพรหมจารี(2515)ชู้(2515)เขาชื่อกานต์(2516)น้ำเซาะทราย(2516)เทพธิดาโรงแรม(2517)

เนื้อหาของภาพยนตร์เหล่านี้ได้สะท้อนภาพของสังคมในแง่มุมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของเหตุการณ์ การประกอบอาชีพ หรือสิ่งที่เป็นด้านมืดที่แอบแฝงอยู่ในจิตใจของมนุษย์ ภาพยนตร์เหล่านี้จะหยิบยกมาตีแผ่ ในบางเรื่องนั้นแตกต่างจากจารีตเดิมโดยสิ้นเชิงกล่าวคือ ตัวเอกไม่ใช่คนที่พร้อมด้วยรูปสมบัติคุณสมบัติและไม่ได้ลงเอยด้วยความสุขของตัวเอกในตอนจบ ภาพยนตร์ในแนวนี้ได้รับการยอมรับจากผู้ชมที่นิยมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพประกอบกับสภาพทางการเมืองที่เริ่มเปิดกว้างทางความคิด ปัญหาต่างๆ ในสังคมเริ่มได้รับความสนใจและวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง เมื่อผู้สร้างภาพยนตร์ไทยหยิบยกเอาสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้คนเป็นแกนเรื่องหรือสอดแทรกเป็นสาระจึงทำให้ได้รับการยอมรับ

(3) การเปลี่ยนแปลงในส่วนของการสร้างภาพยนตร์ ผู้ที่เป็นผู้นำคือ เปี๊ยก โปสเตอร์ ผู้กำกับเรื่องโทน เขาได้นำเอาวิธีการเขียน Story-Board เข้ามาใช้ในการเขียนบทภาพยนตร์ ซึ่งมีประโยชน์มากต่อการถ่ายทำ ช่วยเน้นความสวยงามแปลกตาของมุมภาพ ฉาก ความฉับไวในการดำเนินเรื่องและการตัดต่อ(บัณฑิต ฤทธิ์ถกล, 2535:33) และที่สำคัญเขาได้พยายามที่จะแสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์ที่ดีมีคุณภาพมิได้เกิดจากความมีชื่อเสียงของดาราหรือฟอร์มการสร้าง หากแต่เกิดจากความสามารถในการแสดงรวมถึงความตั้งใจในการทำงานที่พิถีพิถันของทีมงาน ในเรื่องชู้(2515) เปี๊ยก โปสเตอร์ ได้ทำให้วงการภาพยนตร์ต้องจับตากับความกล้าที่นำเอานางเอกใหม่ที่ไม่มีใครรู้จักมานำแสดง นอกจากนี้ยังสร้างภาพยนตร์ทั้งเรื่องโดยใช้ตัวแสดงหลักเพียง 3 คนเท่านั้น และเขาก็ได้พิสูจน์ให้ถึงความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนี้ ทำให้ผู้ผลิตที่มีความตั้งใจจริงเกิดการตื่นตัวและมีกำลังใจที่จะพัฒนาวิธีการสร้างภาพยนตร์ของตนต่อไป

(4) การเปลี่ยนแปลงในตัวผู้กำกับการแสดงภาพยนตร์ แต่เดิมผู้กำกับการแสดงส่วนใหญ่ มักจะไม่ได้รับการศึกษาทางด้านการถ่ายทำมาโดยตรง โดยมากจะเรียนรู้จากประสบการณ์ จากการเป็นนักแสดงเวที หรือจากการเคยเป็นตัวประกอบ ความรู้ความชำนาญเหล่านี้เกิดจากการสร้างสมมาเป็นเวลาหลายปี นับแต่ปีพ.ศ.2513 เป็นต้นมาเกิดผู้กำกับการแสดงใหม่ที่ได้รับการศึกษาทางด้านนี้มาโดยตรงทั้งจากในและนอกประเทศ อาทิ ชนะ คราประยูร ม.จ.ชาตรีเฉลิม ยุคล ยุทธนา มุกดาสนิท อภิชาติ โพธิไพโรจน์ ปกรณ์ พรหมวิทักษ์ ศุภักษรและม.ล.พันธ์เทวนพ เทวกุล เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีคนจากวงการหนังสือพิมพ์ วงการโฆษณา เข้ามาสู่วงการภาพยนตร์ไทยด้วย อาทิ วีรประวัติ วงศ์พิวพันธ์ คิด สุวรรณศร เพิ่มพล เชยอรุณ สุชาติ วุฒิชัย เธียรชัย ลาภานันท์ (โดม สุขวงศ์, 2533:51-52)บุคคลต่างๆ เหล่านี้ได้นำเอาวิชาความรู้ที่ศึกษามาเข้ามาใช้ในวงการภาพยนตร์ไทย ทำให้เกิดพัฒนาในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านเทคนิคการถ่ายทำ การจัดองค์ประกอบของแสง สี ในภาพ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าจะมีความเปลี่ยนแปลงในระบบการถ่ายทำเป็นระบบ 35 ม.ม. เหมือนกันในที่สุด แต่การแตกต่างในความคิดยังคงปรากฏอยู่เป็นสองกลุ่ม กล่าวคือกลุ่มหนึ่งเป็นบรรดา

ผู้สร้างที่ยังคงมีความคิดและความเชื่อในสูตรสำเร็จเก่าๆ คือพยายามหาดารามาแทนสูตรเดิม คือ มิตร-เพชรา ที่เคยได้รับความนิยม โดยพยายามสรรหาและจับคู่เพื่อดูความนิยมของตลาด แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ดาราที่อยู่ในสูตรสำเร็จนี้ได้แก่ สมบัติ-อรัญญา, สมบัติ-พิศมัย, สรพงษ์-จารุณี, ทูน-จารุณี, สันติสุข-จินตรา และคู่สุดท้ายคือ ศรราม-นุสบา กลุ่มที่สองคือกลุ่มของผู้ที่มีความคิดต้องการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ไทย ผู้สร้างกลุ่มนี้มีความกล้าที่จะทวนกระแสความต้องการของตลาด ด้วยการนำเสนอสิ่งที่แปลกใหม่ต่างจากจารีตเดิม (โดม สุขวงศ์, 2533:49)

ผู้กำกับที่มีชื่อเสียงในยุคนี้ได้แก่เปี๊ยก โปสเตอร์ สักกะ จารุจินดา เชิด ทรงศรี มจ.ชาตรีเฉลิม ยุคล ยุทธนา มุกดาสนิท ฉลอง ภักดีวิจิตร พันคำ ปริญญา ลีละศร ชรินทร์ นันทนาคร วิจิตร คุณาวุฒิ ศุภักษร อภิชาติ โพธิไพโรจน์ ปกรณ์ พรหมวิทักษ์ ม.ล.พันธ์เทวนพ เทวกุล เพิ่มพล เชยอรุณ มจ.ทิพยฉัตร ฉัตรชัย คิด สุวรรณศร วีรประวัติ วงศ์พัวพันธ์และอาจารย์บรรจง โกศัลวัฒน์ เป็นต้น

ภาพยนตร์ที่ได้รับการยอมรับและความนิยมในยุคนี้ได้แก่ มนต์รักลูกทุ่ง(2513)โทน(2513)วิมานสลัม(2515)ชู้(2515)เขาชื่อกานต์(2516)ตลาดพรหมจารี(2516)น้ำเซาะทราย(2516)เทพธิดาโรงแรม(2517)ประสาท(2518)นางเอก(2518)ขุนศึก(2519)ทองพูนโดกโพธิ์ราษฎรเต็มขั้น(2520)คนมีคาว(2520)ครูบ้านนอก(2521)กาม(2521)วัยตกกระ(2521)เทพธิดาบาร์ 21(2521)แผลเก่า(2522)อุกาฟ้าเหลือง(2522)คนภูเขา(2522)เงาะป่า(2524)ลูกสาวกำนัน(2524)ลูกอีสาน(2525)เพื่อนแพง(2526)น้ำพุ(2527)หมอบ้านนอก(2528)ข้างหลังภาพ(2528)ช่างมันฉันไม่แคร์(2529)หลังคาแดง(2530)พลอยทะเล(2530)สะพานรักสารสิน(2530)เหยื่อ(2530)นางนวล(2530)กลิ่นสีและกาวแป้ง(2531)ฉลุย(2531)บุญชูผู้น่ารัก(2531)รักแรกอุ้ม(2531)ตลาดพรหมจารี(2531)คนทรงเจ้า(2532)บุญชู2น้องใหม่(2532)กลกามแห่งความรัก(2532)ต้องปล้น(2533)คือฉัน(2533)ปุกปุย(2533)หวิภพ(2533)คนเลี้ยงช้าง(2533)วิถีคนกล้า(2534)กลิ้งไว้ก่อนพ่อสอนไว้(2534)โก๊ะจำป่านะโก๊ะ(2534)บุญชู 6(2534)สยึ่มกึ๋ย(2534)

ถึงแม้ว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ สิ่ง แต่วงการภาพยนตร์ไทยยังคงต้องเผชิญกับปัญหาอีกหลายประการ โดยเฉพาะในช่วงปลายยุคคือตั้งแต่ปีพ.ศ.2530 เป็นต้นมา อาทิ

(1) ปัญหาการสร้างภาพยนตร์ด้วยซีนีมาสโคประบบเก่า กับ ไวด์สกรีนระบบใหม่ (ระบบสากล) ที่หลายฝ่ายกำลังพยายามหาแนวทางแก้ไขเพื่อให้เกิดการลงตัวในทุกฝ่าย (มานพ อุดมเดช, 2535:98-99) ระบบไวด์สกรีนเป็น"ระบบที่ผู้สร้างต้องการสร้างเพื่อยกระดับมาตราฐานการผลิตให้ทัดเทียมกับสากล"(มานพ อุดมเดช, 2535:99) ในขณะที่ผู้ฉายโดยเฉพาะสายหนังในต่างจังหวัดไม่ให้การยอมรับและไม่รับซื้อเนื่องจากว่าต้องเสียค่าใช้จ่ายในอุปกรณ์การฉาย และถ้าหากผู้สร้างสร้างภาพยนตร์ด้วยระบบไวด์สกรีนก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นค่าขยายให้เป็นซีนีมาสโคป ปัญหานี้ได้มีความพยายามในการแก้ไขหลายครั้งแต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าใดนัก ในบางบริษัทได้ประกาศเจตนารมณ์อย่างแน่วแน่ในการสร้างภาพยนตร์ระบบนี้เพื่อเป็นแบบอย่าง เช่น บริษัทไทเอนเตอร์เทนเมนท์

(2) ปัญหาที่เกิดจากจำนวนผู้ชมภาพยนตร์ไทยลดน้อยลง ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อโรงภาพยนตร์ที่มีขนาดใหญ่หลายแห่งทั้งกรุงเทพและต่างจังหวัดและโรงภาพยนตร์ที่เคยฉายภาพยนตร์ไทย โรงภาพยนตร์หลายโรงต้องเลิกกิจการเพราะรายได้ไม่สมดุลกับรายจ่าย โรงภาพยนตร์ที่เคยฉายภาพยนตร์ไทยเปลี่ยนไปฉายภาพยนตร์ต่างประเทศหรือภาพยนตร์โป๊แทนเพราะรายได้แน่นอนกว่า

จากสภาพปัญหาดังผนวกกับสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่ผันแปรไป ทำให้เกิดโรงภาพยนตร์ลักษณะใหม่ที่เรียกว่า"มินิเธียเตอร์"โรงภาพยนตร์มินิเธียเตอร์นี้มีขนาดตั้งแต่ 40 ที่นั่ง ไปจนถึง 400 ที่นั่ง (สมชัย ฉัตรพัฒนศิริ, 2535:81) โรงภาพยนตร์มินิเธียเตอร์ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองกับการดำเนินชีวิตที่ปรับเปลี่ยนไปของผู้คนในสังคมไม่ว่าจะเป็นสภาพการจราจรที่ติดขัด วิถีชีวิตที่ใช้ศูนย์การค้าเป็นแหล่งพักผ่อนแหล่งบันเทิง โรงภาพยนตร์ที่เคยสร้างตามย่านชุมชน ก็เริ่มปรับกลยุทธ์เข้าหาตลาดมากขึ้นโดยเฉพาะตามศูนย์การค้าใหญ่ๆ ซึ่งก็ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี

นอกจากปัญหาข้างต้นแล้ว ปัญหาการไม่ได้รับการเอาใจใส่อย่างจริงจังจากรัฐบาลยังเป็นปัญหาที่เรื้อรังอยู่ตลอดเวลา ปัญหาคุณภาพของภาพยนตร์ไทยก็ยังเป็นปัญหาที่ยังหาข้อยุติไม่ได้ว่าควรจะทำเช่นไร วงการภาพยนตร์ไทยกำลังพยายามหาทางออกเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งทั้งหลายที่ค่อยๆ ก้าวเข้ามาไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงรายการของสถานีโทรทัศน์ การเข้ามาของเครื่องเล่นวีดีโอเทปในปีพ.ศ.2524 การติดตั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม เคเบิลทีวี

นอกจากจะต้องแข่งขันกับสิ่งบันเทิงใหม่ๆ แล้ว ภาพยนตร์ไทยยังต้องเผชิญกับคู่แข่งที่เป็นภาพยนตร์ด้วยกัน คือภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพยนตร์จากฮอลลีวูด ที่ถึงแม้ว่าภาพยนตร์ไทยจะประสบชัยชนะในช่วงปีพ.ศ.2520-2523 เพราะบริษัทที่นำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศประท้วงการเปลี่ยนแปลงการเก็บภาษีฟิล์มของรัฐบาลด้วยการงดนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ซึ่งก็ไม่นานนักเพราะในปีพ.ศ.2524 ก็เลิกการประท้วงและนำเข้าดังเดิม ทำให้ภาพยนตร์ไทยในแนวชีวิต และแนวแฟนตาซี ต้องอยู่ในสภาพที่ตกเป็นรองอยู่ตลอดเวลา ในส่วนของแนวบู๊ แนวผี ภาพยนตร์ไทยยังคงครองตลาดอยู่ จนกระทั่งเมื่อภาพยนตร์จากฮ่องกงเข้ามาเปิดตลาดในประเทศไทยอย่างเต็มที่ สถานการณ์ของภาพยนตร์ไทยเริ่มสั่นคลอนอีกครั้ง ภาพยนตร์ไทยแนวบู๊ถูกท้าทายด้วยภาพยนตร์บู๊ของฮ่องกงที่สร้างอย่างสมจริงและดุเดือดมากกว่า(หนามตำ, 2535:75)

วงการภาพยนตร์ตกอยู่ในสภาวะลำบาก เพราะตลาดทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดตกเป็นเบี้ยล่างแก่ภาพยนตร์จากต่างประเทศ ผู้ผลิตจึงได้พยายามที่จะแสวงหาทางออกด้วยการเปิดตลาดใหม่ ซึ่งก็ประสบความสำเร็จโดยสามารถทำรายได้จากตลาดวัยรุ่น และตลาดผู้ชาย ภาพยนตร์ไทยที่สร้างเพื่อขึ้นตลาดวัยรุ่น เริ่มเปิดตัวขึ้นประมาณปีพ.ศ.2530เป็นต้นมา อาทิ บุญชูผู้น่ารัก(2531) กลิ่นสีและกาวแป้ง(2531) ฉลุย(2531) บุญชู 2 น้องใหม่(2532) บุญชูเนื้อหอม(2533)ภาพยนตร์ที่ถือได้ว่าเป็นการเปิดตลาดวัยรุ่นอย่างจริงจังคือ เรื่องกลิ้งไว้ก่อนพ่อสอนไว้(2534) ทำรายได้ 24 ล้านบาท(อริย์ธัช, 2536:224-225) ทำให้ภาพยนตร์ในช่วงหลังที่ออกฉายมักจะผลิตเพื่อตลาดกลุ่มนี้เสียเป็นส่วนใหญ่ สำหรับภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อตลาดผู้ชายคือภาพยนตร์โป๊ ภาพยนตร์แนวนี้ปรากฏตัวเมื่อปีพ.ศ.2527 แต่มาแพร่หลายในปีพ.ศ.2531 เป็นต้นมา จากสถิติในปีพ.ศ.2531-32 มีเพียงปีละ 3 เรื่อง เพิ่มเป็น 18 เรื่องในปีพ.ศ.2533 และ11 เรื่องในปีพ.ศ.2534 หากจะกล่าวว่าตลาดวัยรุ่นคือทางออก

ของผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่ที่มีเงินทุนมากและสำหรับตลาดกรุงเทพและปริมณฑล ส่วนภาพยนตร์โป๊คือทางออกของผู้สร้างรายย่อยที่มีเงินทุนไม่มากนัก ก็คงจะไม่ผิดเท่าใดนัก(สรนันทน์ ร.เอกวัฒน์, 2535:94)

ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นสิ่งที่น่าจับตามองว่าแนวโน้มในอนาคตจะเป็นเช่นไร รวมไปถึงปัญหาหลายๆ ประการที่หลายฝ่ายกำลังหาแนวทางแก้ไข ซึ่งปัญหาเหล่านี้หากยังไม่มีการพัฒนาหรือแก้ไขกันอย่างจริงจัง ในอนาคตอันใกล้นี้วงการภาพยนตร์ไทยอาจประสบปัญหาที่ยากจะเยียวยาก็เป็นได้

3.2 <u>อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย</u> อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในยุคนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายประการ ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยตกอยู่ในสภาพการถูกผูกขาดโดยกลุ่มผู้มีอำนาจและมีบทบาทในวงการภาพยนตร์ ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีดังต่อไปนี้ (สนานจิตต์ บางสะพาน, 2525:2-15)

(1) ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้กำกับภาพยนตร์ กล่าวคือ ผู้กำกับภาพยนตร์ส่วนใหญ่(ที่เป็นทั้งผู้สร้างและผู้กำกับกับที่เป็นผู้กำกับเพียงอย่างเดียว) ได้ทำสัญญาเพื่อเข้าเป็นผู้กำกับในสังกัดของบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่ใหญ่ๆ (บริษัทไฟว์สตาร์ บริษัทสหมงคลฟิล์มและบริษัทเอเพ็กซ์โปรดักชั่น) หรือ บริษัทสร้างภาพยนตร์ (ไทเอนเตอร์เทนเมนท์ พรพจน์ฟิล์ม พูนทรัพย์โปรดักชั่น ฯลฯ) ทั้งนี้เพื่อเป็นการขจัดปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและการจัดหาโรงภาพยนตร์ โดยมีเงื่อนไขการเซ็นสัญญาเป็นระยะเวลาทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงในขณะที่ทำสัญญา นอกจากระยะเวลาแล้วผู้กำกับจะต้องเลือกแนวทางปฏิบัติ 1ใน 3 ข้อที่บริษัทเสนอให้ กล่าวคือ ทางที่หนึ่งรับเป็นค่าจ้างในการกำกับการแสดงให้กับบริษัท ทางที่สองลงทุนร่วมกับบริษัทไม่ว่าจะได้กำไรหรือขาดทุนต้องรับผิดชอบร่วมกัน ทางสุดท้ายคือรับเป็นค่าจ้างในการกำกับแต่มีเปอร์เซนต์ให้ในกรณีที่ภาพยนตร์ได้กำไร

การเข้าเป็นผู้กำกับในสังกัดนั้น เป็นการตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกันในส่วนของผู้กำกับนั้นเพื่อการจัดจำหน่าย ในส่วนของบริษัทจัดจำหน่ายและโรงภาพยนตร์นั้นเพื่อให้มีภาพยนตร์เข้าฉายอย่างเพียงพอเพราะในช่วงปีพ.ศ.2520-2522เกิดภาวะขาดแคลนภาพยนตร์ เนื่องจากไม่มีการสั่งภาพยนตร์จากต่างประเทศเข้ามาฉายความต้องในภาพยนตร์

ไทยจึงเพิ่มมากขึ้นแต่กำลังผลิตไม่เพียงพอ บริษัทจำหน่ายจึงแก้ปัญหาด้วยการเป็นผู้สร้างอีกทางหนึ่ง แต่เมื่อไม่มีผู้กำกับในสังกัดจึงจำเป็นต้องสรรหาผู้กำกับจากที่มีอยู่เดิมทำให้เกิดการพัฒนาเป็นระบบดังเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

การเข้าเป็นผู้กำกับในสังกัดของบริษัทจัดจำหน่ายหรือบริษัทสร้างภาพยนตร์นั้นทำให้ปัญหาการจัดจำหน่ายหมดไป แต่เมื่อมองในทางกลับกันการเข้าอยู่ในสังกัดนั้นทำให้ผู้กำกับขาดอิสระภาพในบางส่วนโดยเฉพาะผู้กำกับที่ยังไม่ได้รับความเชื่อถือในฝีมือเพราะบริษัทมักจะคำนึงถึงผลกำไรของบริษัทมากกว่าสิ่งอื่นๆ

(2) เกิดการรวมตัวเพื่อผูกขาดการฉายของบริษัทจัดจำหน่ายและ โรงภาพยนตร์ กล่าวคือ โรงภาพยนตร์กับบริษัทจัดจำหน่ายได้ตกลงเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยบริษัทจัดจำหน่ายจะเป็นผู้นำเอาภาพยนตร์ หรือสร้างภาพยนตร์ มาเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ที่เป็นคู่ตกลง อาทิภาพยนตร์ของบริษัทไฟว์สตาร์ก็จะฉายเฉพาะโรงภาพยนตร์ในเครือไฟว์สตาร์เท่านั้น ในปัจจุบันโรงภาพยนตร์ส่วนมากมักจะฉายภาพยนตร์ต่างประเทศเสีย เป็นส่วนใหญ่ โรงภาพยนตร์ที่ฉายภาพยนตร์ไทยมีเพียง 2 เครือ คือ เครือไฟว์สตาร์ *กับเครือ เอเพ็กซ์*

จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้การทำงานในโครงสร้างอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกิดสิ่งที่เรียกว่า "ธุรกิจครบวงจร" กล่าวคือ จากรูปแบบเดิมที่มีการแยกการดำเนินงานของแต่ละโครงสร้าง เมื่อเข้าสู่ยุคนี้ได้กลายมาเป็นการรวบการดำเนินงานโดยผู้ส่งออกรายใหญ่ ซึ่งทำหน้าที่ตั้งแต่เป็นผู้ผลิต (เพราะมีผู้กำกับในสังกัด) ไปจนถึงการจัดจำหน่ายและจัดฉายตามโรงภาพยนตร์ในเครือ"ธุรกิจครบวงจร"ส่งผลดีต่อผู้กำกับที่มีฝีมือและได้รับการยอมรับ เพราะสามารถสร้างภาพยนตร์โดยไม่ต้องคำนึงถึงปัญหาทางด้านเงินทุนเนื่องจากบริษัทที่สังกัดจะเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด แต่เกิดผลเสียกับผู้กำกับมือใหม่และผู้กำกับอิสระราย

---

* เครือไฟว์สตาร์ได้แก่ เอเธนส์ พาราไดซ์ ปูเจ้าสำโรง พาต้า 3 ปิ่นเกล้า แอมบาสเดอร์ โรบินสันดอนเมือง 1 เดอะมอลล์รามเดอะมอลล์ท่าพระ บางลำภู งามวงศ์วาน 1

* เครือเอเพ็กซ์ได้แก่ วิลล่า สกาลา สยาม อินทรา เอเพ็กซ์มอลล์ 5 พันธุ์ทิพย์ อิมพีเรียล สำโรง สิริ

อื่นๆ ที่มักจะประสบกับปัญหาในเรื่องการหาสถานที่ และเวลาฉายทั้งนี้เพราะโรงภาพยนตร์จำเป็นต้องพิจารณาภาพยนตร์ของบริษัทตนเองก่อนผู้อื่น ซึ่งส่งผลกระทบมากต่อผู้สร้างที่สร้างด้วยทุนหมุนเวียน เพราะระยะเวลาที่สูญเสียไปนั้นนอกจากจะหมายถึงจำนวนดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงขึ้นแล้ว ยังรวมถึงการเสียโอกาสที่เหมาะสมในการฉายภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ ด้วย อาทิ ในช่วงนั้นตลาดของภาพยนตร์วัยรุ่นกำลังอยู่ในความนิยม แต่ภาพยนตร์ที่สร้างนั้นพลาดโอกาสต้องไปฉายในช่วงที่ตลาดกำลังอิ่มตัว โอกาสที่จะทำรายได้หรือได้รับความนิยมก็จะน้อยลงไปด้วย (เปี๊ยก โปสเตอร์, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2537)

ในส่วนของตัวสินค้าคือ ภาพยนตร์ไทยนั้น จะพบว่านับตั้งแต่ปีพ.ศ.2513เป็นต้นมา มีภาพยนตร์ที่ได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและการถ่ายทำออกสู่สายตาผู้ชมโดยเฉลี่ยประมาณปีละ 4-5 เรื่อง ทำให้ภาพยนตร์ที่ไม่เคยมีความแตกต่างในแนวทางการนำเสนอเนื้อหาเริ่มมีการแบ่งเป็น 2 ระดับอย่างเด่นชัด คือ ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ กับภาพยนตร์ที่เอาใจตลาด (สนานจิตต์ บางสะพาน, 2525:9)ซึ่งเท่ากับเป็นการแบ่งกลุ่มผู้ชมอีกทางหนึ่งด้วย โดยผู้ชมในกรุงเทพฯและในเขตจังหวัดใหญ่ๆ ที่มีสถาบันอุดมศึกษาตั้งอยู่ มักต้องการชมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพแต่ก็เป็นตลาดส่วนน้อย เพราะว่าผู้ชมในส่วนนี้ชมภาพยนตร์ต่างประเทศควบคู่ไปด้วย ฉะนั้นหากว่าต้องเลือกระหว่างภาพยนตร์ต่างประเทศกับภาพยนตร์ไทย ภาพยนตร์ไทยมักเสียเปรียบเสมอ (เปี๊ยก โปสเตอร์, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2537)

ส่วนผู้ชมตามจังหวัดนั้นมักนิยมชมภาพยนตร์ในแบบจารีตเดิมที่เคยมีมา กล่าวคือเป็นภาพยนตร์ที่มีลักษณะ "ครบรส" นิยมดาราเป็นหลัก และเข้าใจง่าย ภาพยนตร์ในแนวบู๊ แนวตลก และแนวผี จึงถูกสร้างอยู่อย่างสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าภาพยนตร์แนวบู๊ในปัจจุบันจะถูกภาพยนตร์ฮ่องกงแย่งเอาตลาดในแนวนี้ไปแต่ในแนวตลกและแนวผี ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่โดยสังเกตจากจำนวนภาคที่สร้างเช่น เรื่องบ้านผีปอบซึ่งจบจนปัจจุบันได้สร้างถึงภาคที่ 11 ภาพยนตร์อีกแนวหนึ่งที่น่าจับตามองคือ ภาพยนตร์แนวโป๊ ที่เริ่มก้าวเข้ามาตั้งแต่ปีพ.ศ.2527 และเป็นที่รู้จักตั้งแต่ปีพ.ศ.2532เป็นต้นมา ภาพยนตร์แนวนี้ลงทุนต่ำฉายเฉพาะโรงภาพยนตร์

ชั้นสองและต่างจังหวัด ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์รายได้ที่ได้รับมักจะไม่ขาดทุนเมื่อเปรียบเทียบกับการสร้างภาพยนตร์โดยทั่วไป*(สรนันทน์ ร.เอกวัฒน์, 2535:94-97)

จากการปรับเปลี่ยนของสภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสถานภาพของภาพยนตร์ไทยที่นับวันยิ่งไม่มั่นคง ทำให้โรงภาพยนตร์ที่เคยมีมาจำเป็นต้องปรับตัวให้รับกับสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยนไป โรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่หลายโรงทั้งกรุงเทพและต่างจังหวัดได้เลิกกิจการหรือมิเช่นก็เปลี่ยนสภาพเป็นโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กแทน โรงภาพยนตร์ขนาดเล็กหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า "มินิเธียร์เตอร์" ถูกสร้างขึ้นมาอย่างมากมายโดยเฉพาะตามศูนย์การค้าต่างๆ ซึ่งโรงภาพยนตร์เหล่านี้มีทั้งที่เจ้าของศูนย์การค้าเป็นผู้สร้างกับบริษัทจัดจำหน่ายภาพยนตร์เป็นผู้สร้าง (ชวนะ ภวกานันท์, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2536) แต่โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นบริษัทจัดจำหน่ายมากกว่า โรงภาพยนตร์ รูปแบบใหม่นี้มีจำนวนที่นั่งน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบเดิม กล่าวคือ รูปแบบเดิมจะมีจำนวนที่นั่งประมาณ 1,000 ที่นั่งขึ้นไป แต่โรงภาพยนตร์รูปแบบใหม่มีที่นั่งสูงสุดเพียง 430 ที่นั่ง (โรงหนังการแบ่งปันที่ไร้สมดุล ภาพยนตร์ไทย 2535, 2536:20-21)

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น นอกจากเพื่อตอบรับกับการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ชมแล้ว ยังชี้ให้เห็นถึง"สภาพของการแข่งขันทางธุรกิจโรงหนังในปัจจุบัน...สิ่งปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนคือ โรงหนังที่ฉายหนังจีนและหนังฝรั่งมีมากขึ้น ในขณะที่หนังไทยก็จะยิ่งลดน้อยลง"(โรงหนังการแบ่งปันที่ไร้สมดุล ภาพยนตร์ไทย 2535, 2535:21)โรงภาพยนตร์รูปแบบนี้มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะปีพ.ศ.2536 ที่คาดว่าจะเพิ่มประมาณประมาณ 20 โรง "โดยยังเป็นยุทธภูมิระหว่าง 5 ค่าย(เครือแมคเคนนาและเพชรรามา เครือเอเพ็กซ์ เครือสหมงคล เครือเอเธนส์และไฟว์สตาร์ เครือนนทนันท์) ที่ต้องแย่งชิงและแบ่งปันผลประโยชน์"(โรงหนังการแบ่งปันที่ไร้สมดุล ภาพยนตร์ไทย 2535, 2536:21)

---

* ภาพยนตร์ทั่วไปลงทุนสร้าง 6,820,000 บาท ได้กำไร 30,000 บาท
ภาพยนตร์แนวโน้มลงทุนสร้าง 328,000 บาท ได้กำไร 500,000 บาท

ถึงแม้ว่าภาพยนตร์ไทยจะได้รับการยอมรับว่า เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งจากรัฐบาลตั้งแต่ปีพ.ศ.2507 แต่สำหรับผู้ที่อยู่ในวงการภาพยนตร์ไทยแล้ว ภาพยนตร์ไทยยังไม่เป็นอุตสาหกรรมที่แท้จริงเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ เพราะยังมีปัญหาอีกมากมายที่เป็นอุปสรรคโดยเฉพาะปัญหาการผูกขาดและปัญหาอิทธิพลที่มองดูภายนอกแล้วเหมือนกับว่าเป็นการปรับเปลี่ยนที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยพัฒนาขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้วกลไกและกระบวนการรวมถึงโครงสร้างต่างๆ ยังล้าหลังอยู่ มิได้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีต่อระบบโดยรวมซึ่งสิ่งเหล่านี้ควรแก้ไข"และหนังไทยต้องให้โอกาสกับตนเองที่จะเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับทัศนคติด้านลบของคนดูที่มีต่อหนังไทย...ต้องให้โอกาสแก่ตนเองและคนดูไปพร้อมๆกันหากต้องการเห็นอนาคตที่สดใสของหนังไทยอย่างแท้จริง"(บางความเคลื่อนไหวที่เป็นไปได้ในปี 2535 ภาพยนตร์ไทย 2535. 2536:15)

3.3 โปสเตอร์กับการโฆษณาภาพยนตร์ไทย หลังจากที่ภาพยนตร์ไทยกลายเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วไป การแข่งขันทางด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องกระทำควบคู่กันเสมอ โดยเฉพาะภาพยนตร์ที่ใช้งบประมาณในการลงทุนค่อนข้างสูง ดังเช่นในช่วงปีพ.ศ.2514-2523 ภาพยนตร์ไทยหนึ่งเรื่องใช้ทุนสร้างประมาณ 3,000,000-4,000,000 บาท ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ประมาณ 500,000-1,000,000 บาท (สนานจิตต์ บางสะพาน, 2525:4) ซึ่งทั้งหมดเป็นค่าใช้จ่ายที่ลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวัน การออกสปอตทางวิทยุ-โทรทัศน์ ค่าโปสเตอร์-โชว์การ์ด ฯลฯ จนกระทั่งในปีพ.ศ.2535 งบประมาณทางด้านการโฆษณาก็ยังจัดได้ว่าค่อนข้างสูง คือประมาณ 2,200,000 บาทจากงบการสร้าง6,820,000 บาท (สรนันทน์ร.เอกวัฒน์, 2535 :97)

ในปัจจุบันการโฆษณาด้วยโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้น ยังคงมีความสำคัญสำหรับสายหนังตามจังหวัดอยู่ สำหรับกรุงเทพการจัดทำโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยนั้นดูเหมือนเป็นประเพณีปฏิบัติมากกว่า (เปี๊ยก โปสเตอร์, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2537) ในส่วนของการนำโปสเตอร์ไปใช้เพื่อธุรกิจภาพยนตร์นั้นก็ยังคงมีอยู่ แต่ไม่มากนักโดยมากมักจะเป็นผู้สร้างอิสระที่สร้างภาพยนตร์เพื่อฉายโรงภาพยนตร์ชั้นสองโดยเฉพาะ (ทองดี ภาณุมาศ, สัมภาษณ์, 2 มีนาคม 2537) ทำให้รูปแบบในการจัดทำจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ หากเน้นการ

นำไปโฆษณาให้กับผู้ชมตามต่างจังหวัดหรือเพื่อนำไปทำความตกลงทางธุรกิจมักนิยมใช้รูปเขียน แต่ถ้าต้องการประหยัดงบประมาณหรือเวลาก็อาจใช้รูปถ่ายแทน ผู้สันทัดกรณีในวงการเขียนโปสเตอร์กล่าวว่า(จำนงค์ ถาดกิ่ง, สัมภาษณ์, 4 มีนาคม 2537) แนวโน้มของการจัดทำโปสเตอร์ใน อนาคตนั้นรูปแบบภาพวาดกำลังจะหมดไป โดยมีสาเหตุที่สำคัญคือ ไม่มีช่างเขียนโปสเตอร์เนื่องจากค่าตอบแทนต่ำและสภาวะภาพยนตร์ที่ตกต่ำ ทำให้ไม่มีงานเขียนอีกประการหนึ่งคือ โปสเตอร์ที่เป็นรูปเขียนใช้เวลามากกว่าและเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าโปสเตอร์ที่เป็นแบบรูปถ่าย